

باسمه تعالی

طرح قانونی

«عادی»

ممنوعیت تبلیغ کلاسهای خصوصی

ریاست محترم مجلس شورای اسلامی
احتراماً طرح ذیل که به امضای 16 نفر از نمایندگان رسیده است،
جهت طی مراحل قانونی تقدیم می شود.

مقدمه (دلایل توجیهی):

با توجه به اینکه مؤسسات و آموزشگاههای خصوصی غالباً به دنبال تقویت مهارت تست زنی می باشند و این مهارت صرفاً در امتحانات ورودی دانشگاهها و مدارس کاربرد دارد و فایده دیگری بر آن مترتب نیست و از طرفی تأمین و پرداخت هزینه های سنگین تحمیلی آن به سبد خانوار بوده و خانواده ها به واسطه رقابت های کاذب بین دانش آموزان ناگزیر به تحمل این هزینه ها شده و به منظور کاهش فشارهای روانی فرزندان خود ناچار به قبول این گونه خسارات می شوند و با عنایت به اینکه نوع عملکرد مؤسسات و آموزشگاههای موصوف، اغلب استرس و نگرانی های دانش آموزان را افزایش می دهد و آرامش روانی آنها را تهدید می کند، لذا طرح ذیل جهت تصویب تقدیم مجلس شورای اسلامی می شود:

فتحی - اصغر سلیمی - میرزاده - محمدیان - خضری - صفری - شیویاری -
محمدی (تهران) - دهقانی فیروزآبادی - مختار - ابطحی - سیاوشی شاه‌عنایتی -
اولادقباد - فاطمه سعیدی - زرآبادی - رضا کریمی

عنوان طرح:

ممنوعیت تبلیغ کلاسهای خصوصی

ماده واحد - هرگونه صدور مجوز تبلیغ و یا تبلیغ کلاسهای خصوصی مؤسسات و آموزشگاههای رسمی و غیررسمی و تشویق به خرید کتابها، جزوات و سایر محصولات آموزشی خارج از برنامه‌های تعیین شده مدارس، دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی، در صدا و سیما و بیلبوردهای تبلیغات عمومی در شهرها و جاده‌ها و پیامکهای مخابراتی ممنوع است. مقام اداری تبلیغ‌کننده و یا صادرکننده مجوز تبلیغ و رئیس مافوق او به انفسال موقت از مشاغل دولتی از سه تا ده سال و مؤسسه یا آموزشگاه به پرداخت پنج تا ده برابر مبلغ قرارداد محکوم می‌شوند.

هیأت‌رئسه محترم مجلس شورای اسلامی

احتراماً، در اجرای آیین‌نامه داخلی مجلس شورای اسلامی و ماده (4) قانون تدوین و تنقیح قوانین و مقررات کشور مصوب 1389/3/25 نظر معاونت قوانین در مورد طرح ممنوعیت تبلیغ کلاسهای خصوصی تقدیم می‌شود.

معاون قوانین

@Mghavanin

نظر اداره کل تدوین قوانین

معاون محترم قوانین

احتراماً در اجرای بندهای (2) و (4) ماده (4) قانون تدوین و تنقیح قوانین و مقررات کشور مصوب 1389/3/25 نظر این اداره کل به شرح زیر تقدیم می‌شود:

۱- سابقه تقدیم:

ماده 130 - C قبلاً تقدیم نشده است.

- E قبلاً در جلسه علنی شماره مورخ تقدیم و در تاریخ در E مجلس / E کمیسیون (موضوع اصل 85 قانون اساسی) رد شده و اینک:

E با تغییر اساسی

E با تقاضای کتبی 50 نفر از نمایندگان (مشروط به تصویب مجلس)

E پیش از انقضاء شش ماه E بدون تغییر اساسی

E با انقضاء شش ماه E با تقاضای کتبی کمتر از 50 نفر از نمایندگان

مجدداً قابل پیشنهاد به مجلس می‌باشد.

E نمی‌باشد.

۲- در اجرای بند (۲) ماده (۴) قانون تدوین و تنقیح قوانین و مقررات کشور:

E رعایت شده است.

در طرح تقدیمی آیین نگارش قانونی و ویرایش ادبی E رعایت شده است. (با اعمال نظر کارشناسی)

C رعایت نشده است، دلایل مغایرت به ضمیمه تقدیم می‌شود.

۳- از نظر آیین نامه داخلی مجلس (شکلی):

الف - ماده 127 -

اول - حداقل امضاء لازم (15 نفر) C دارد. E ندارد.

دوم - موضوع و عنوان مشخص C دارد. E ندارد.

سوم - دلایل لزوم تهیه و پیشنهاد در مقدمه C دارد. E ندارد.

چهارم - موادی متناسب با اصل موضوع و عنوان C دارد. E ندارد.

ب - ماده 138 - طرح تقدیمی دارای C یک موضوع است و پیشنهاد آن به عنوان C ماده واحده مواجه با ایراد C نمی‌باشد. E بیش از یک موضوع E مواد متعدد E می‌باشد.

۴- در اجرای بند (۴) ماده (۴) قانون تدوین و تنقیح قوانین و مقررات کشور مصوب ۱۳۸۹/۳/۲۵:

اول: از نظر قانون اساسی؛

طرح تقدیمی با قانون اساسی بطور کلی مغایرت ندارد.

د دارد، اصل/ اصول مغایر و دلیل مغایرت به ضمیمه تقدیم می‌شود.

دوم: از نظر سیاست‌های کلی نظام و سند چشم‌انداز؛

طرح تقدیمی با سیاست‌های کلی نظام و سند چشم‌انداز مغایرت ندارد.

د دارد، دلیل مغایرت به ضمیمه تقدیم می‌شود.

سوم: از نظر قانون برنامه؛

طرح تقدیمی با قانون برنامه مغایرت ندارد.

د دارد، دلیل مغایرت به ضمیمه تقدیم می‌شود.

چهارم: از نظر آیین‌نامه داخلی مجلس (ماهوی)؛

الف - طرح تقدیمی با قانون آیین‌نامه داخلی مجلس مغایرت ندارد.

د دارد، دلیل مغایرت به ضمیمه تقدیم می‌شود.

ب - ماده 140 - رعایت اصل هفتاد و پنجم قانون اساسی نشده است.

د نشده است، دلیل مغایرت به ضمیمه تقدیم می‌شود.

ج - ماده 181 - موجب اصلاح یا تغییر برنامه مصوب نمی‌شود و نیاز به ۲ رأی نمایندگان ندارد.

د می‌شود ۳ د دارد.

تعداد دو برگ اظهار نظر به ضمیمه تقدیم می‌شود.

مدیر کل تدوین قوانین

۵- طرح تقدیمی از حیث پیشگیری از وقوع جرم با بند (۵) اصل (۱۵۶) قانون اساسی مغایرت ندارد.

د دارد.

معاونت اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم قوه قضائیه

ضمیمه نظر اداره کل تدوین قوانین

بیان مستندات و دلایل مغایرت:

1- عنوان فاقد جامعیت است و دربردارنده تمام موضوعات مندرج در متن طرح نمی‌باشد. برای مثال عنوان شامل ممنوعیت تشویق به خرید کتابها، جزوات و سایر محصولات آموزشی نمی‌شود.

2- «بیلورد» از لغات بیگانه و استفاده از آن خلاف اصل پانزدهم (15) قانون اساسی است. لذا براساس مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی (1388/11/27) مناسب است عبارت «تبلیغات محیطی» جایگزین شود.

3- در این طرح به علت اصلی این‌گونه مشکلات توجه نشده است. ممنوعیت تبلیغ کلاسهای خصوصی، مؤسسات و آموزشگاهها و تشویق به خرید کتابها، جزوات و سایر محصولات آموزشی در واقع چاره‌جویی برای موضوع حلقه آخر یک زنجیره می‌باشد و لازم است بر علل اصلی اینگونه مسائل یعنی صدور مجوز تأسیس یک موسسه یا صدور مجوز چاپ کتابها و محصولات آموزشی نظارت جدی صورت گیرد تا نیاز به برخورد برای تبلیغ این محصولات نباشد.

4- لازم است دامنه شمول حکم به صورت دقیق‌تر بیان گردد. در این خصوص می‌توان بند «پ» ماده (1) آیین‌نامه ساماندهی تبلیغات کالاها و خدمات مصوب 1394/06/08 در رابطه با تبیین کلمه «تبلیغات» را ملاک قرار داد. طبق این بند تبلیغات عبارت است از: «ارتباط هدفمند با همگان یا گروه خاص که با استفاده از رسانه‌ها یا ابزارهای گوناگون از قبیل صدا و سیما، مطبوعات، تابلوهای شهری یا دیواری، وسایل حمل و نقل همگانی، فیلمهای سینمایی، اوراق چاپی، تلفن و رایانه برای آگاهی‌دادن نسبت به کالا یا خدمت در جهت بازاریابی و عرضه آنها انجام می‌گیرد».

5- یکی از درآمدهای صدا و سیما به استناد بند (6) ماده (22) اساسنامه سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران (مصوب 1362/7/27) اجراء و پخش برنامه‌های تبلیغاتی و آگهی‌های بازرگانی است بنابراین ممنوعیت صدور مجوز تبلیغ کلاس‌های خصوصی مؤسسات و آموزشگاههای رسمی و غیررسمی و پیامک‌های مخابراتی از این حیث که موجب کاهش درآمدهای عمومی دولت می‌شود، با اصل هفتاد و پنجم (75) قانون اساسی مغایر است.

6- اگرچه از سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران انتظار می‌رود سیاستهای تبلیغی و اقتصادی خود را متناسب با سیاستهای کلی اقتصاد مقاومتی تدوین و اجرا کند اما، این رسانه در مواردی بدون توجه به سیاستهای توصیه شده و بدون شناخت از وضعیت اقتصاد کشور با عنایت به بند (6) ماده (22) اساسنامه خود مصوب 1362/07/27 به سمت تأمین نیاز مالی خود از بخش خصوصی از جمله آگهی‌های تجاری برای موسسات کنکور حرکت کرده است. این خط مشی و راهبرد به نوعی باعث می‌شود تا ادراک غلط از فعالیت صحیح اقتصادی در ذهن مخاطبان شکل بگیرد و تولید محتوای برنامه‌ها کم اهمیت جلوه داده شود. بنابراین ممنوعیت تبلیغ کلاسهای خصوصی با بندهای (20) و (21) سیاستهای اقتصاد مقاومتی که بر تولید ثروت، کارآفرینی و اشتغال مولد، تبیین ابعاد اقتصاد مقاومتی و گفتمان سازی آن بویژه در محیط های علمی، آموزشی و رسانه ای و تبدیل آن به گفتمان فراگیر و رایج ملی تاکید دارد، منطبق می باشد.