

مصوبه « آیین‌نامه تشکیل ستاد ملی زن و خانواده »^۱

(مصوب جلسه ۶۸۲ مورخ ۱۳۸۹/۱۱/۲۶ شورای عالی انقلاب فرهنگی)
 مصوبه «آیین‌نامه تشکیل ستاد ملی زن و خانواده» که در جلسه مصوب
 جلسه ۶۸۲ مورخ ۸۹/۱۱/۲۶ و براساس مصوبه ۸۹/۱۰/۱۴ شورای معین شورای عالی
 انقلاب فرهنگی به تصویب رسیده است، به شرح ذیل برای اجرا ابلاغ می‌شود:
ماده ۱. به منظور تحقق اصول دهم و بیست و یکم قانون اساسی جمهوری
 اسلامی ایران، ستاد ملی زن و خانواده که در این آیین‌نامه به اختصار ستاد نامیده
 می‌شود، با هدف تقویت و تحکیم نهاد مقدس خانواده و پاسداری از قداست آن و
 استوار ساختن روابط خانوادگی بر پایه حقوق و اخلاق اسلامی و حفظ و ارتقای
 جایگاه زنان در تراز جمهوری اسلامی ایران با ترکیب ذیل تشکیل می‌شود:

- ۱- رئیس جمهور (رئیس)؛
- ۲- معاون اول رئیس جمهور (نایب رئیس)؛
- ۳- دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی؛
- ۴- وزیر آموزش و پرورش؛
- ۵- وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی؛
- ۶- وزیر علوم، تحقیقات و فناوری؛
- ۷- وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی؛
- ۸- وزیر رفاه و تأمین اجتماعی؛
- ۹- وزیر کشور؛
- ۱۰- وزیر دادگستری؛
- ۱۱- رئیس سازمان ملی جوانان؛

- ۱۲- رییس سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران؛
- ۱۳- مشاور رئیس قوه قضاییه؛
- ۱۴- رئیس فراکسیون زنان و خانواده مجلس شورای اسلامی؛
- ۱۵- نماینده سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی؛
- ۱۶- رییس شورای فرهنگی و اجتماعی زنان و خانواده؛
- ۱۷- رییس مرکز امور زنان و خانواده (دبیر ستاد)؛
- ۱۸- دو نفر صاحب نظر در امور خانواده و زنان از حوزه و دانشگاه به پیشنهاد مرکز امور زنان و خانواده و تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی به مدت سه سال.
- تبصره:** ستاد می‌تواند حسب مورد از سایر دستگاه‌ها بنا بر ضرورت دعوت نماید.

ماده ۲. وظایف ستاد عبارتند از:

- ۱- تنظیم سیاست‌های اجرایی، راهبردها و آیین‌نامه‌های اجرایی به‌منظور تحقق سیاست‌ها، دستورات و اوامر مقام معظم رهبری، سیاست‌های کلان نظام مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی و مصوبات مجلس شورای اسلامی در موضوع زنان و خانواده؛
- ۲- تعامل فعال با مجلس شورای اسلامی و قوه قضاییه در زمینه تهیه و تدوین آیین‌نامه‌ها، لوایح و طرح‌های پیشنهادی به دولت و مجلس شورای اسلامی و تنظیم راهکارهای اجرایی مصوبات آن‌ها؛
- ۳- تعیین شاخص‌های سنجش وضعیت زنان و خانواده متناسب با ارزش‌های اسلامی در عرصه‌های مختلف فردی، خانوادگی و اجتماعی در سطح ملی و بین‌المللی؛
- ۴- تنظیم و تصویب ساختارها و برنامه‌ریزی، ساماندهی و هماهنگی فعالیت‌های دستگاه‌ها در خصوص زنان و خانواده؛
- ۵- نظارت و ارزیابی مستمر بر میزان تحقق اهداف، سیاست‌ها و برنامه‌های اجرایی در دستگاه‌ها و ارائه گزارش دوره‌ای به شورای عالی و سایر مراجع ذی‌صلاح در حوزه زنان و خانواده؛
- ماده ۳.** مصوبات ستاد بر اساس اصل یکصد و سی و هشتم قانون اساسی و طبق مجوز هیأت وزیران لازم‌الاجراست و کلیه دستگاه‌ها و سازمان‌ها موظفند بر

اساس مصوبات ستاد اقدام و نتایج آن را به ستاد گزارش نمایند.

ماده ۴. دبیرخانه ستاد در مرکز امور زنان و خانواده ریاست جمهوری تشکیل خواهد شد و آیین‌نامه‌های مربوط به وظایف دبیرخانه نیز توسط این مرکز تدوین می‌شود.

ماده ۵. کلیه کارگروه‌ها، ستادها، شوراهای، کمیته‌ها و کمیسیون‌هایی که در دستگاه‌های اجرایی در موضوع زنان و خانواده فعالیت می‌کنند، در اجرای برنامه‌های خود تابع مصوبات این ستاد می‌باشند.

ماده ۶. این آیین‌نامه مشتمل بر ۶ ماده و یک تبصره در جلسه ۶۸۲ به تاریخ ۱۳۸۹/۱۱/۲۶ شورای عالی انقلاب فرهنگی به تصویب رسید.

مصوبه «سیاست‌ها و ضوابط حاکم بر تبلیغات محیطی»^۱

(مصوب جلسه ۱۹۸ مورخ ۱۳۸۸/۱۱/۲۷ شورای معین شورای عالی انقلاب فرهنگی)

شورای معین شورای عالی انقلاب فرهنگی در جلسه ۱۹۸ مورخ ۱۳۸۸/۱۱/۲۷ براساس تفویض جلسه ۶۳۸ شورای عالی انقلاب فرهنگی، مصوبه سیاست‌ها و ضوابط حاکم بر تبلیغات محیطی را به شرح ذیل تصویب نمود:

مقدمه

به منظور ساماندهی و بهینه‌سازی جریان اطلاع‌رسانی، حفظ و تقویت ارزش‌های اسلامی، ملی و انقلابی و هم‌چنین رونق اقتصادی و حمایت از تولیدات داخلی و تشویق به صرفه‌جویی و رعایت الگوی مصرف صحیح از طریق تبلیغات محیطی، شورای عالی انقلاب فرهنگی سیاست‌ها و ضوابط حاکم بر تبلیغات محیطی (شامل تابلوهای تبلیغاتی، بنرها، عرشه‌پل‌ها، ایستگاه‌ها و ناوگان حمل و نقل شهری مانند اتوبوس و مترو، فرودگاه‌ها، تابلو سردر مغازه‌ها و اماکن تجاری و مانند آن) و نیز سازماندهی اجرایی آن را به شرح زیر تصویب می‌نماید:

الف) سیاست‌ها:

- ۱- تبلیغات نباید باعث تبلیغ فرهنگ، اخلاق و رفتار غیراسلامی و به کارگیری شیوه‌ها، الگوها و مظاهر مبتذل بیگانه گردد.
- ۲- تبلیغات نباید با موازین شرعی و قوانین کشور مغایرت داشته باشد.
- ۳- تبلیغات کالاهای خارجی نباید به نحوی باشد که موجب سلب اعتماد جامعه از تولیدات داخلی شود.
- ۴- تبلیغات نباید وحدت ملی را مخدوش ساخته یا موجب تحقیر و یا توهین به مذاهب، اقوام و یا اقشاری از جامعه گردد.
- ۵- در فضاهای تبلیغاتی نباید تبلیغات بازرگانی بر تبلیغات فرهنگی غالب باشد.
- ۶- بخشی از فضاهای تبلیغات شهری و برون‌شهری باید به تبلیغات تأثیرگذار فرهنگی اختصاص یابد.
- ۷- تبلیغات در فضاهای عمومی نباید منظر شهری، چشم‌اندازهای طبیعی، زیبایی‌های زیست محیطی و نهادهای مقدس و مورد احترام جامعه را تحت الشعاع قرار دهد.

ب) ضوابط:

- ۱- در تبلیغات باید از ادعاهای کذب و گمراه‌کننده و غیرقابل اثبات پرهیز گردد.
- ۲- تبلیغات باید به خط و نشانه‌ها و زبان فارسی باشد.
- تبصره ۱:** نوشتن واژه‌های فارسی با املا نادرست مجاز نیست.
- تبصره ۲:** استفاده از علائم صنعتی و علائم و نام‌های کالای ساخت خارج در تبلیغات در صورتی بلامانع است که حروف فارسی به صورت مشهودی بر حروف بیگانه غلبه داشته باشد.
- ۳- تبلیغات نباید رفتارهای مخرب محیط زیست و کالاهای غیرمجاز را ترویج نماید.
- ۴- تبلیغات ضمن آگاهی‌دادن نسبت به کالای مورد تبلیغ، نباید خدمات و

- یا کالاهای دیگران را بی ارزش یا فاقد اعتبار جلوه دهد.
- ۵ - استفاده از جذابیت‌های جنسی در تبلیغات ممنوع است.
- ۶ - استفاده نامناسب و موهن از پیشوایان و شعارها و نمادهای مذهبی و نیز مقامات سیاسی کشور در تبلیغات ممنوع است.
- ۷ - تبلیغات باید از تشویق به تجمل و اسراف پرهیز نماید و به جای تحریص به مصرف، معطوف به معرفی خصوصیات درست کالا باشد.
- ۸ - تبلیغات نباید باعث ناهنجاری صوتی و تصویری و آشفتگی ذهنی و روانی گردد.
- ۹ - تبلیغات بازرگانی در محیط‌های آموزشی، پژوهشی، تربیتی و مذهبی و هم‌چنین فضاهای مخصوص کودکان ممنوع می باشد.
- ۱۰ - تبلیغات نوشتاری، تصویری و تجسمی با ابعاد و اندازه غیرمتعارف ممنوع است.
- تبصره:** مصادیق غیرمتعارف بودن ابعاد و اندازه تبلیغات را کارگروه موضوع قسمت (ج) این مصوبه تعیین می‌نماید.
- ۱۱ - تبلیغات نباید به گونه‌ای باشد که موجب تضعیف خودباوری و اعتماد ملی و نیز تحقیر شخصیت مردمی شود که فاقد استطاعت برای خرید کالای مورد نظر هستند.

ج) سازماندهی و نظارت

به منظور نظارت دائمی بر حسن اجرای سیاست‌ها و ضوابط موضوع این مصوبه و هم‌چنین تدوین آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های اجرایی و مقررات نحوه تشکیل و ترکیب اعضاء و شرح وظایف کمیته‌های استانی، کارگروهی زیر نظر شورای فرهنگ عمومی و مرکب از اعضای ذیل تشکیل می‌گردد:

- ۱ - دبیر شورای فرهنگ عمومی (رئیس کارگروه)؛
- ۲ - مدیر کل تبلیغات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛
- ۳ - مدیر کل ذی‌ربط وزارت بازرگانی؛
- ۴ - نماینده سازمان تبلیغات اسلامی؛
- ۵ - نماینده سازمان صدا و سیما؛

- ۶- نماینده نیروی انتظامی؛
 ۷- نماینده وزارت مسکن و شهرسازی؛
 ۸- رییس سازمان زیباسازی شهرداری تهران؛
 ۹- رییس سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران؛
 ۱۰- رییس کمیسیون فرهنگی، اجتماعی و زیست شهری شورای اسلامی شهر تهران؛
 ۱۱- دو صاحب نظر در حوزه تبلیغات و ارتباطات (ترجیحاً عضو هیأت علمی) به انتخاب شورای فرهنگ عمومی؛
 ۱۲- نماینده وزارت راه و ترابری؛
 ۱۳- نماینده فرهنگستان زبان و ادب فارسی؛
 ۱۴- نماینده اتاق بازرگانی، صنایع و معادن ایران؛
 ۱۵- نماینده مؤسسات و شرکت‌های تبلیغاتی با تأیید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

تبصره ۱: در مواردی که موضوعی مرتبط و متناسب با مأموریت‌های سایر دستگاه‌ها در دست بررسی می‌باشد به تشخیص کارگروه، نماینده دستگاه ذی‌ربط با حق رأی برای شرکت در جلسات دعوت می‌شود.

تبصره ۲: کارگروه فوق آیین‌نامه‌های پیشنهادی خود را برای تصویب به شورای فرهنگ عمومی ارائه می‌نماید و شورای فرهنگ عمومی موظف است ظرف مدت ۳ ماه از تاریخ ابلاغ سیاست‌ها و ضوابط حاکم بر تبلیغات محیطی، دستورالعمل‌های اجرایی مورد نیاز را تصویب و ابلاغ نماید.

د) نظارت و پی‌گیری

شورای فرهنگ عمومی موظف است ضمن تنظیم ساز و کار نظارت بر اجرای این ضوابط و دستورالعمل‌های اجرایی آن، سالیانه گزارشی از اجرای این مصوبه را به شورای عالی انقلاب فرهنگی ارائه نماید.

این مصوبه مشتمل بر یک مقدمه و چهار بخش بنا به تفویض جلسه ۶۳۸ شورای عالی انقلاب فرهنگی، در جلسه ۱۹۸ مورخ ۱۳۸۸/۱۱/۲۷ شورای معین شورای عالی انقلاب فرهنگی به تصویب رسید.