

太原市精神文明办公室文件

并文明办〔2018〕44号



关于在全市开展优秀公益广告 作品征集活动的通知

各县(市、区)文明办,市委各党(工)委宣传部,市网信办、市工商局、市文化局、太原日报社、广播电视台,中央和省驻并有关单位:

为推动公益广告设计制作刊载工作健康有序发展,进一步增强公益广告在文明太原建设中的号召力、感染力、影响力和凝聚力,激发大众群体对公益广告原创作品的积极性和创作力,发挥好公益广告在传递正能量、引领新风尚等方面的重要作用,结合当前我市创建全国文明城市工作,根据省文明办《关于开展优秀公益广告作品征集活动的通知》(晋文发电〔2018〕9号)的要求,市文明办在全市开展公益广告作品征集活动。

一、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的十九大精神，认真贯彻落实《中华人民共和国广告法》、《公益广告促进和管理暂行办法》(令第 84 号) 以及公益广告有关规章。以弘扬社会主义核心价值观为鲜明主题，通过征集优秀公益广告作品汇聚力量，提升全市公益广告设计创作水平，使作品有新面貌、质量有新提升，不断增强公益广告宣传效果，为决胜全面建成小康社会、奋力谱写文明开放富裕美丽太原新篇章提供精神力量、营造文化氛围。

二、征集主题

坚持正确导向，弘扬新风正气，引领社会风尚，突出思想道德内涵，突出地方文化特色，建设社会主义核心价值观。本次活动主要侧重以下 11 个方面的选题。

(一)理想信念。大力宣传习近平新时代中国特色社会主义思想、党的十九大精神，宣传人民有信仰、国家有力量、民族有希望，引导人民坚定道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，让理想信念的明灯永远在人民心中闪亮。

(二)革命文化。大力弘扬太行精神、吕梁精神、右玉精神，发扬革命传统，传承红色基因，让爱国主义成为全市人民的坚定信念和精神依托。

(三)传统美德。挖掘和阐发太原优秀传统文化的深刻内涵和时代价值，倡导爱国、敬业、勤俭、孝敬、诚信、自强、厚德、尚义等道

德理念,引发人民不断光大传统美德。

(四)良好家风。倡导尊老爱幼、男女平等、夫妻和睦、勤俭持家、邻里团结的家庭美德,引导人们注重家庭、注重家风,树立家国情怀,使核心价值观在家庭亲情里生根。

(五)雷锋精神。弘扬雷锋精神,倡导奉献、友爱、互助、进步的志愿精神,宣传阐释志愿服务理念,引导人民积极参加志愿服务活动,推动学雷锋志愿服务活动制度化常态化。

(六)文明旅游。深入学习贯彻习近平总书记对文明旅游工作的重要指示精神,引导人们摒弃旅游中的陋习,践行文明礼仪,遵守道德规范,树立“文明古国、礼仪之邦”的良好形象。

(七)文明礼仪。生动阐释日常生活中应当遵守的文明行为规范,引导人们增强文明礼貌意识,在行路驾车、网上交流以及公共场合中做到友好礼让、和谐相处。

(八)诚实守信。倡导诚实守信的社会风尚,引导人们讲诚实、守承诺,树立守信光荣、失信可耻的价值观念。

(九)勤俭节约。倡导继承发扬吃苦耐劳、戒奢克俭的优良传统,倡导节粮、节水、节电、节约钱物,鞭挞好逸恶劳、铺张浪费、豪华奢侈之风。

(十)生态文明。倡导低碳生活、绿色消费、循环利用的生态文明理念,引导人们节约利用资源、保护生态环境,形成勤俭节约、文明健康的生活方式和消费模式。

(十一)法治精神。弘扬社会主义法治理念、法治精神,培育社

会主义法治文化,引导人们自觉尊法学法守法用法。

三、创作要求

设计制作公益广告要坚持思想性、艺术性、观赏性的有机统一,贴近大众审美情趣,做到“美起来”、“动起来”、“活起来”。

(一)要遵守法律法规,创作单位和个人应签署原创承诺,保证对作品拥有完全知识产权,不得抄袭、模仿。

(二)要善于从百姓身边事情中选取题材,情理交融地表达思想观念,使受众爱听爱看。

(三)要突出太原特色和文化内涵,提倡风格多样、百花齐放,丰富文化样式和表现形式,使公益广告符合广大人民群众的习惯。

(四)积极探索运用现代科技手段进行创意设计,为公益广告注入现代气息和时尚元素,运用别致新颖的作品吸引人打动人。

四、征集方式

此次公益广告作品征集活动面向全社会征集,按照上下联运、遴选推优的办法,汇集创作智慧推出优秀作品,省文明办将组织有关专家,从报送作品中选出优秀作品颁发荣誉证书,并给予适当的创作补助。

(一)征集形式及报送数量。各县(市、区)文明办、市委各党(工)委宣传部采取自行组织征集或采取委托设计原创公益广告;市直各主要媒体要充分发挥自身优势和示范作用,组织专业人员广泛参与公益广告设计创作;也鼓励社会各界大众群体自荐设计

制作原创公益广告。

各单位报送数量平面类作品至少 5 幅,影视类、动画类作品各至少 2 件。

(二)征集标准。

1.平面类:作品规格为单幅 A4 纸大小,为 jpg”格式,文件名称为作品名称(作品名.jpg),分辨率不小于 72dpi,存储大小大于 3M,可设计系列作品。

2.影视类:作品制成 DVW 数字贝塔格式,音频振幅 20DB,时长最长为 55 秒,片长为 5 秒的倍数,以 25 秒、40 秒、55 秒为最佳,有 1 分钟彩条、3 秒片名标题版及 3 秒倒数显示,每件作品留出 10 秒间隔,注明作品名称、时长及入点时码。

3.动画类:作品制作成适合网络播放的 GIF、SWF 等格式动画作品,单幅作品时长最长 30 秒钟,可设计系列作品(动画类作品需同时报送创意文案)。

(三)报送须知。所有作品报送时内容不得显示作者的单位及姓名等制作、报送机构信息。作品一经报送视为自动授权,活动主办方可对作品进行进一步修改,并可无偿用于公益宣传。参加征集的作者本人必须签订《参加优秀公益广告征集活动承诺书》(见附件),复印签字后随作品一起报送(可扫描拍照为 JPG 格式)。

(四)作品报送。征集作品统一将电子版发送至电子邮箱(tyswmbzhc@163.com)。亦可分类刻成 DVD 数据光盘,光盘表面需清晰标注“xxx(报送单位/个人)+作品类别+作品名称”(如不能打印在

光盘表面,建议用光盘笔正楷书写。勿用贴纸,以防播放时卡盘)。所有征集作品均于**2018年12月5日**前报送太原市文明办综合处。

地 址:太原市委机关西楼四层**426**室

联系人:王 冰 李会东

联系电话:**0351—4223160**



抄报:省文明办,市文明委主任、副主任
抄送:市文明委各位成员

太原市精神文明建设委员会办公室

2018年11月26日印发

共印**60**份

附件：

参加优秀公益广告征集活动承诺书

本人承诺参加优秀公益广告征集活动的作品由本人原创,且未参加过往届各地各类公益广告征集并获奖,若因抄袭或剽窃他人作品发生知识产权或版权纠纷,或参评作品系往届参赛已获奖的作品,本人将自行承担由此带来的全部后果。

本人同意作品可无偿使用作公益广告,同意主办方享有对入选作品的使用、修改、拍摄和无偿刊播等权利。

承诺人：

身份证号：

日期：