

我区民法典宣传深入人心

今年6月是全国第二个“民法典宣传月”。日前,区司法局针对不同群体的法律需求,紧紧围绕“美好生活·民法典相伴”主题,因地制宜开展多种形式的民法典宣传活动,推动民法典宣传取得良好实效。

印发《关于组织开展“美好生活·民法典相伴”主题宣传的通知》,对全区学习宣传贯彻民法典工作进行全面部署,明确宣传任务、宣传重点、工作要求。将民法典普法宣传与弘扬社会主义核心价值观有机融合,深入开展民法典“十进”活动。针对农村群众法治需求和关注的热点问题,重点开展“民法典进乡村”宣传活动,将民法典宣传与农村“法律明白人”“法治带头人”培训和民主法治示范村(社区)创建等工作深度融合;组织普法志愿者、律师、人民调解员、社区法律顾问等为群众

发放民法典宣传资料和法治文化产品,提供法律咨询,向群众详细介绍民法典中夫妻离婚债务、高空抛物补偿追责、非法贷款等与群众日常生活息息相关的法律问题,增强群众对民法典的了解。各单位将民法典列入学习内容,引导机关干部带头学习、遵守、维护民法典。印制民法典宣传海报,张贴至村庄、社区、景区、商场、市场等,在政务服务大厅、服务台、办事窗口等公共场所利用显示屏、宣传牌等设置民法典宣传标语,滚动播放宣传视频。将民法典宣传融入法治阵地建设,通过更加直观的形式吸引全民参与,形成全方位、渗透式普法宣传格局,营造良好宣传氛围。积极拓展普法载体,充分发挥“播、视、报、网、端、微”等媒体推送民法典知识,打造民法典宣传网上阵地。区人民法院与区

融媒体中心合作拍摄《法官说“典”》民法典短视频,选取贴近群众日常工作生活的案例,使民法典学习更加方便快捷直观。同时,区司法局推出自编自录的“普法云课堂”民法典系列短视频,结合具体案例宣传解读民法典知识,以老百姓听得懂的语言讲好普法故事,形成了有声有色的宣传矩阵。

据了解,截至目前,全区共开展宣传活动50余场次,张贴民法典宣传海报2000余份,发放民法典宣传资料2万余份,有效地调动了广大群众学习民法典的积极性,进一步提高了群众的法治意识,不断扩大民法典学习宣传的覆盖面、影响力,在全区营造了遵法学法守法用法的浓厚氛围。

(宗禾)

盛兴路24日起全封闭施工

日前,记者从市政部门了解到,盛兴路(文峰路至蓝鳌路)自6月24日晚上至6月26日进行局部补强及整体铣刨罩面,施工过程将采取全封闭施工,6月24日晚上开始封路,6月26日晚上通行。途经此路段的市民需提前绕行,施工造成的不便请谅解。

(刘元平)



近日,区人民医院产科医师深入七级社区开展孕产妇专项义诊活动。在为社区孕产妇进行产检的同时,详细解答孕产妇提出的孕产期间孕期流血、妊娠期糖尿病、饮食等问题。此次义诊活动共服务孕产妇38人次,发放宣传资料100余份。

(宫霞)

首届“孔子文化”创意设计大赛征集方案

沿历史长河潮流而上,观夹岸风光。只见孔子文化如月皎洁,照亮了几千年来中华民族的精神家园。为实现中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展,汇聚海内外优秀设计资源,引导创意设计贴近时代、融入生活,为此在中共山东省委宣传部指导下,由尼山世界儒学中心、山东省文化和旅游厅、山东省教育厅等多家单位共同发起举办首届“孔子文化”创意设计大赛。具体方案如下:

一、活动主题

“文化至道,生活之美”

二、活动特色

(一)两创引领

贯彻“两个结合”重要思想,践行“两创”方针,深度挖掘儒家思想在新时代的独特价值,彰显文化创意赋能引领下的孔子文化新表达。

(二)手造创新

依托孔子博物馆丰富的馆藏文物资源,展现中华文化艺术之美,利用现代设计语言、数字技术、互联网传播等全新手法,开发有鲜明色彩的IP产品,开发手造新文创,开发美学新产品。

(三)全球视野

本次大赛立足全球视野,联动国际设计团队,汇集全球文化创意设计人才,以孔子文化为核心,以孔博文创为突破口,展现孔子文化与现代设计的跨界融合。

(四)全民共创

突出全民参与、全民共创。做到赛事全员覆盖,丰富参赛类别,扩大参赛者范围;做到赛事全面推广,全民互动,提高公众参与度。

三、征集类别

(一)孔子文化视觉设计类

1.IP设计以孔子形象为主题进行IP设计,围绕孔子各个年龄段的形象(少年、青年、老年),包括但不限于孔子与六艺(礼、乐、射、御、书、数),孔子讲

学、著书、抚琴、游历等形象。(以平面、动图、3D模型等方式呈现)

2.logo标识设计征集尼山世界儒学中心logo设计及vi应用方案,尼山世界儒学中心联合研究生院logo设计。要求结合其传播工作的特点和性质,符合单位形象特色。

3.海报设计围绕孔子文化、儒家文化或中华优秀传统文化相关元素进行海报设计,要求易于传播。

(二)孔子文化创意产品类

以孔子文化、儒家文化或中华优秀传统文化为核心,围绕孔子文化手造产品开发,围绕孔博文物典藏、《孔子圣迹图》、儒家典籍、历史典故、口述传说等孔子文化相关元素进行文化创意产品开发。其中孔博文物典藏包括“商周十供”、战国黄玉马、三圣像、孔子世家文书档案、馆藏明清衣冠服饰等。参赛作品包括但不限于文创产品、生活用品、电子产品、玩具、文具、家居用品、家具、服饰等。

(三)孔子文化数字融合类

突出孔子文化、儒家文化或中华优秀传统文化与现代互联网、数字技术的深度融合,以孔博文物典藏、《孔子圣迹图》、儒家典籍、历史典故、口述传说等为题材,以数字多媒体形式的创意作品和影视产品进行呈现,参赛作品包括但不限于数字藏品、AR及VR应用设计、APP交互产品设计、小程序、互动网页设计、数字游戏、数字动画、短视频、微电影、纪录片、表情包等。

(四)“我心中的孔子”创意绘画类

本类征集范围主要面向中小学生群体,要求以孔子各个年龄段的形象(少年、青年、老年)为原型,可结合孔子文化和儒家文化元素、现代生活场景进行创意绘画,参赛作品包括但不限于国画、简笔画、线描画、水彩画、彩铅、油画、创意美术等。

四、提交方式

本届大赛全部统一采用网上报名的方式,参赛者须在大赛参赛系统注册报名和上传作品方可参赛。大赛官方报名系统网址:ks.scidia.com,也可通过孔子博物馆、尼山世界儒学中心等官方网站首页专栏链接跳转进入,进行报名投稿及获取赛事信息。

五、作品要求

参赛作品既可以是单件,也可以是系列作品。参赛作品应紧扣赛事主题和方向,必须符合社会主义核心价值观导向。作品须为原创或新创,不得抄袭、复制盗用他人作品或市场产品。要求结构严谨、制作精良、文化内涵深厚、具有一定的实用性与产业转化性。

(一)参赛作品可以团队或个人名义进行申报,参赛作品数量不限,每件参赛作品署名作者最多不超过5人,单位/团体参赛可以注册报名时填写法人/注册者姓名和身份证号,投稿时“作品作者”填写单位/团体名称。开启评审流程后,不再接受作者信息修改。

(二)作者应对参赛作品拥有完整、明确、无争议的著作权,不得侵犯任何一方的知识产权或其他权利。凡参赛作品涉及的版权、肖像权等法律纠纷,一切法律责任由参赛者本人承担。

(三)参赛者须按要求在大赛指定报名网站注册,完整填写参赛作品报名表,除必填内容外,还须将报名表中有作品创意制作团队的人员构成填写齐全。信息错填或未填写联系方式导致无法联络的,责任由参赛者自行承担。

(四)参赛作品中不得出现任何与参赛人员姓名、单位相关的文字、图案、标记及其它与设计方案无关的符号,不符合规定者将被视为无效作品,取消参赛资格。

(五)组委会对等级奖作品(金奖、银奖、铜奖)颁发奖金后,即拥有该作

品知识产权,包括著作权、使用权和发布权等,组委会有权对作品进行修改、组合、发表、应用、提炼、展览、复制、结集出版和宣传推广等权利,并有权申请版权注册。对优秀奖、入围奖作品,大赛主办方享有优先进行公益性收藏、组织成果转化和产品交易、优先获得知识产权售让的权利。获奖者须提供设计源文件或产品实物,并可保留作品的设计署名权和非商业用途下的宣传、发表用途。

(六)参赛者应全面了解本次大赛规则,凡提交参赛作品,视同已全面了解并接受大赛规则,自愿受其约束。

六、参赛流程

大赛分为赛事启动、宣传推介、初轮评选、大赛终评、落地转化、成果发布等阶段;青年文创营采用实时收集、实时评选的模式。

(一)大赛启动

2022年6月,赛事启动阶段,通过新闻发布会、启动仪式等方式对外发布大赛公告。

(二)推介宣传和参赛投稿

2022年6月-2022年10月31日,赛事推介和参赛投稿阶段,通过网站、媒体、高校宣讲、园区推介等方式进行大赛宣传。参赛者通过大赛官网进行注册和投稿。

(三)初轮评选

2022年11月,初轮评选,评选图片、视频、方案等,初选不设入围数额比例,以实际作品质量为准。

(四)大赛终评

2022年12月,大赛终评,选出各类别金银铜奖、优秀奖以及优秀作品指导奖。

(五)落地转化及成果发布

2022年12月,进行获奖作品或其他优秀作品的落地生产,举办颁奖、成果发布会等,部分产品/项目在实体商店、园区、景区、电商平台等上线展销。