“高校原创文化精品推广行动计划”推广作品

管理办法（试行）

第一章 总 则

**第一条** 为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神，全面贯彻落实全国教育大会和全国高校思想政治工作会议精神,切实推动高校思想政治工作质量提升工程有效实施，实现高校原创文化精品推广行动计划有序推进，加强和规范推广作品管理，制定本办法。

**第二条** 高校原创文化精品推广行动计划坚定文化自信和育人导向，坚守中华文化立场，坚持思想精深、艺术精湛、制作精良相统一，强化思想教育与艺术素质教育相结合，切实推动以文化人、以文育人，繁荣校园文化、滋养师生心灵、涵育师生品行、引领社会风尚。

第二章 作品类别与推荐

**第三条** 高校原创文化精品推广行动计划每年择优推广一批由高校师生原创的舞台剧、音乐、舞蹈、影视、文学等类型的优秀校园文化作品，切实推动高校广大师生积极创作体现时代精神，弘扬社会主义核心价值观，反映教育改革发展成就，讴歌党、讴歌祖国、讴歌人民、讴歌英雄，接地气、传得开、留得下的原创校园文化精品力作，持续推动校园文化繁荣发展。

**第四条** 高校原创文化精品推广行动计划的推荐遴选工作由教育部思想政治工作司组织实施，每年组织一次，具体时间以通知为准。

**第五条** 推荐作品应符合以下条件。

1. 原创性。推荐作品应为高校师生自主创作生产的、具有一定工作基础的、较为成熟的校园文化作品。

2. 思想性。推荐作品应聚焦时代主题，坚守中华文化立场，传播社会主义核心价值观，讴歌党、讴歌祖国、讴歌人民、讴歌英雄，弘扬主旋律，传递正能量。

3. 导向性。推荐作品应坚持以立德树人为核心的育人导向，切实推动以文化人、以文育人，遵循教育规律和师生心理特点，充分发挥师生的主体作用，形成全员全过程全方位育人实效。

4. 艺术性。推荐作品应主题鲜明，创意独特，手法多样，情感真挚，符合人民群众和广大师生的审美需求，具有较高的艺术水准和欣赏价值，艺术地呈现、传达、叙述、演绎作品所承载的思想内涵、价值理念、精神力量、文化意蕴和美学品位，达到春风化雨、润物无声的教育效果。

5. 创新性。坚持观念和手段相结合、内容和形式相融合的深度创新，提倡体裁、题材、形式、手段充分发展，推动理念、内容、风格、流派切磋互鉴。

6. 推广性。推荐作品具有较强的辐射力和较高的推广价值，能够叫得响、传得开、留得下，形成较好品牌形象和成熟的文化育人模式，能够引领社会风尚，推动文化繁荣发展。

**第六条** 各高等学校采取自愿原则，结合工作实际进行作品推荐。

1. 作品应以工作团队形式推荐，负责人必须是高等学校在职在岗教职员工，具有良好的思想政治素质、较高的艺术素养和较强的工作能力，能独立开展或组织开展作品推广相关工作。

2. 推荐高校需填写作品推荐书，提交作品文字说明材料，包括明确工作团队、前期基础、推广计划、实施步骤、条件保障等内容，同时根据实际需要，提供作品的音视频、剧本（文案）、总/分谱、整体构思、导演（编导）阐述等相关资料。

3. 各高校党委推荐作品创作者或创作团队向所在省（区、市）教育工作部门进行申报，各省（区、市）教育工作部门负责本地区高校申报作品的遴选和推荐。原则上每校每年限推荐1项。

第三章 作品遴选与支持

**第七条** 按照“公开公正、平等竞争、质量优先、彰显特色”原则，组织专家对推荐材料进行资格审查和遴选工作。

1. 坚持政治标准和艺术标准相统一，做到高标准、严要求、少而精，宁缺毋滥。

2. 实行第三方评价，建立并不断更新专家库，从专家库中随机抽取相关专家进行集中遴选，择优选出拟推广作品。

3. 对拟推广作品名单进行公示后，正式下达通知。

**第八条** 每年遴选若干“高校原创文化精品推广行动计划”推广作品，每项作品给予一定的推广经费支持，一次性拨付。作品所在省（区、市）和高校可结合实际，给予一定的政策支持和经费配套。

1**.** 推广经费须专款专用，严格按照国家工作经费管理有关规定执行，不得用于与作品无关的开支。

2. 负责人在学校财务部门的具体指导下支配和使用推广经费，学校和个人不得以任何理由和方式截留、挤占和挪用。

3. 推广经费主要用于：作品的深度开发与制作，人员培训与演出，工作交流与研讨，宣传展示与转化等。

**第九条** 教育部针对纳入“高校原创文化精品推广行动计划”的校园文化作品，组织专家制定演出标准，加强培训指导，进行加工打磨，推动作品的推广和传播，因地制宜打造各地各高校的“落地版”；通过资助出版、作品研讨、艺术化深度开发等形式，扩大作品的影响力和辐射力。

第四章 作品管理与验收

**第十条** 作品推广周期为2年，采取目标管理和过程管理相结合的方式进行管理，实行中期检查制度。第一年作品所在高校应按推荐书确定的计划与目标，提交中期书面进展报告，中期检查的结果作为作品推广工作验收的依据。对于没有实质性进度、无故不接受中期检查或中期检查不合格的推广作品，将通报批评，责成整改直至撤销。推广周期内，教育部思想政治工作司不定期组织专家对作品推广进展情况进行跟踪、督导。

**第十一条** 有下列情况之一者，做撤销处理：

1. 经专家组评估，作品所在高校不具备按原计划完成任务的条件和可能。

2. 未经批准擅自变更作品负责人或作品名称和基本内容。

3. 作品推广周期内未能完成约定的任务，2次申请延期后仍未完成，2次验收均未通过。

4. 作品存在严重政治问题或知识产权争议。

5. 在申请验收过程中违反规定弄虚作假。

　　凡被撤销的推广作品，将进行公示并通报学校党委，追回推广经费，作品所在高校3年内不得再次参加本计划的作品推荐。

**第十二条** 推广作品经批准后不得随意更改推广计划，确需变更时须履行报批手续，作品所在高校在审查变更时应严格把关。推广作品特殊情况可申请延期，一次最多不超过6个月，一项作品申请延期最多不得超过2次。延期申请须经教育部思想政治工作司同意后，方可生效。

**第十三条**  推广周期结束后进行验收，履行验收手续。

1. 负责人须填写验收表，将作品推广情况形成推广成果报告，并提供支撑说明材料。验收材料经所在高校党委和省级教育工作部门审核同意后，报送教育部思想政治工作司。部委属高校和部省合建高校可直接报送。

2. 对通过验收的推广作品，将验收情况予以公布，并颁发证明。

3. 推广作品验收后，作品所在高校仍需不断优化完善，并持续推动开展相关工作。

**第十四条**   建立科学合理的推广成果评价体系，注重成果质量和实际价值。推广作品验收分优秀、合格、不合格三个等级。对成果验收为优秀的作品予以通报表扬；对成果验收不合格的作品，视完成情况可以予以一次延期修正，延期最多不超过6个月，延期修正后验收仍不合格的，一律做撤销处理。

**第十五条** 成立“高校原创文化精品推广工作联盟”，吸纳相关高校加入，强化创作协同、工作协同和研究协同，推动高校积极参与文化作品创作、评选、指导、推广、交流、展示等工作，切实发挥示范引领和辐射带动作用。

**第十六条** 鼓励各级教育工作部门将推广作品纳入政府购买公共文化服务范围，扶持作品的演出推广。

第五章 附 则

**第十七条** 本办法自发布之日起执行。

**第十八条** 本办法由教育部思想政治工作司负责解释。