

学前教育法来了!明年“六一”起施行

幼儿园不得教授小学阶段课程

教育部消息《中华人民共和国学前教育法》由十四届全国人大常委会第十二次会议表决通过,自2025年6月1日起施行,教育部11月11日就此召开新闻发布会。教育部相关负责人表示,在会上强调,要坚决纠正幼儿园“小学化”,学前儿童入园不得组织任何形式的考试或测试,学前教育不得教授小学阶段的课程内容。教育部新任新闻发言人、教育部办公厅副主任、新闻办主任陈星在发布会上首次公开亮相。这是自2003年我国建立新闻发言人制度以来,教育部的第四位新闻发言人,也是第二位女发言人。

教育部政策法规司司长张文斌表示,近年来学前教育得到快速发展,但仍是国民教育体系的薄弱环节,需要通过立法,把党对学前教育的主张转化为国家意志,把实践成果上升为法律制度,用法治方式破解突出问题,为学前教育高质量发展提供法治保障。

学前教育法的主要内容,

首先是坚持公益普惠,明确属性定位。明确学前教育是国民教育体系的组成部分,是重要的社会公益事业;规定国家推进普及学前教育,扩大普惠性学前教育资源供给,构建覆盖城乡、布局合理、公益普惠、安全优质的学前教育公共服务体系。同时要坚持政府主导,完善保障机制。规定发展学前教育坚持政府主导,以政府举办为主,大力普及普惠性学前教育,鼓励、引导和规范社会力量参与;同时完善管理体制、健全投入保障,规定学前教育实行政府投入为主、家庭合理负担保育教育成本、多渠道筹措经费的投入机制,明确学前教育财政投入、财政补助经费的分担机制。

学前教育法还强调了幼儿园教师、园长、保育员、卫生保健人员等人员的准入资质,明确了两类从业禁止的情形:一类是具有虐待、性侵害、性骚扰、拐卖、暴力伤害、吸毒、赌博等违法犯罪记录的,另一

类是有酗酒、严重违反师德师风行为等其他可能危害儿童身心安全情形的;对幼儿园教职工体罚或变相体罚、歧视、侮辱儿童等行为也规定了法律责任。明确规定幼儿园聘任教师等工作人员,应当报教育行政部门备案并进行背景查询和健康检查。存在可能危害儿童身心安全、不宜从事学前教育工作情形的,不得聘任。

同时强调坚持儿童为本,提高保教质量。学前教育法凸显儿童中心,强调要尊重学前儿童人格尊严,倾听了解学前儿童的意见,鼓励引导学前儿童参与家庭、社会和文化生活。保障教育权利,规定地方各级人民政府应当采取措施,推动适龄儿童在其父母或者其他监护人工作或者居住的地区方便就近接受学前教育;学前儿童入园不得组织任何形式的考试或者测试。规范保教活动,幼儿园不得采用小学化的教育方式,不得教授小学阶段的课程,防止保育和教育活动小学

化。小学坚持按照课程标准零起点教学。

“3到6岁的儿童以具体的形象思维为主,尚不具备理解抽象文字符号的能力。如果提前学习小学的课程内容,不仅会剥夺孩子的童年快乐,更会挫伤他的学习兴趣,影响他的身心健康发展。”教育部基础教育司司长田祖荫表示,下一步教育部将在此方面抓三个重点:加强指导,切实提高幼儿园入学准备和小学入学适应教育的有效性;加大社会宣传,利用各种平台面向家长、幼儿园和小学持续宣传科学的衔接理念和方法,不要制造焦虑,不要给孩子增加额外的负担;强化规范监管,深入治理幼儿园、小学超前超纲教学的不规范办学行为,坚决防止和纠正学前教育“小学化”的倾向。



扫码
看更多内容

第二届乡村文化振兴网络传播主题活动启动



活动现场同步启动乡农荟大直播双牌专场。

今日女报/凤网讯(记者 徐珂)《走,去永州》的旋律,在金色的银杏林回荡;各地象棋选手与象棋大师的车轮赛,令人大开眼界……11月12日,第二届“我们村·‘象’未来”湖南双牌县乡村文化振兴网络传播主题活动在永州市双牌县启动。来自湖南省委网信办、活动主办方、象棋协会代表,以及中央驻湘媒体、省直主要媒体,永州市、县融媒体中心、景区代表200余人参加开幕式。

本次活动以象棋大赛为媒介,围绕“我们村·‘象’未来”的主题,整合了线上线下两种业态,融合了“趣玩我们村”“寻美我们村”“慢游我们村”三项内容,将通过象棋这一传统文化载体,融合现代传播手段,激发乡村文化活力,助力乡村旅游与经济发展,为推动乡村全面振兴注入新动能。

活动现场,组委会邀请各地象棋选手进行了一场别开生面的车轮赛。选手们精湛的棋艺让在场的观众大呼过瘾。与此同时,乡农荟大直播·双牌专场同步启动,通过“公益助农直播+融媒宣传”的创新模式,推介双牌县的特色农产品。媒体记者代表团则走进双牌县桐子坳、青龙岩、花千谷·月湖等景区,深入探访象棋文化,品尝双牌美食,体验慢城生活,并通过镜头和笔触传递双牌之美。

本次活动由省委网信办指导,永州市委网信办、双牌县委、双牌县政府主办。

遗失启事

湖南省家庭教育研究会
遗失开户许可证,核准号:
J5510036959202,开户行:交通
银行长沙八一路支行。特此声明。

全省2024年度消防宣传月活动启动

湖南连续13年未发生重大以上亡人火灾事故

今日女报/凤网讯(通讯员 熊泊宇)今年11月9日是第33个全国消防宣传日,主题是“全民消防,生命至上”。为广泛动员人民群众关注消防安全、学习消防知识、参与消防宣传,筑牢全社会防范火灾能力水平,11月8日上午,湖南省安委办在总队机关举行2024年度消防宣传月活动启动仪式。根据活动安排,仪式现场还采取直播连线的方式,重点介绍了株洲、衡阳、岳阳、常德、郴州5个市州社会化消防工作开展情况。

据悉,6年来,全省消防救援队伍忠诚践行习近平总书记

训词精神,全力推进消防治理体系和治理能力现代化,筑牢消防安全人民防线,督促整改火灾隐患148.5万处,全省连续13年未发生重大以上亡人火灾事故。

消防宣传月期间,湖南省将开展消防安全知识“大学习”、消防安全技能“大培训”、消防安全氛围“大营造”、消防安全宣传“大实践”等活动,推进消防安全进企业、进农村、进社区、进学校、进家庭,进一步提升群众消防安全意识和能力。

全省消防救援能力大幅提升,建立了13类专业救援队伍,成立省应急(消防)救援机动



小朋友们在活动现场打卡。

支队,消防车辆和装备更新换代,预计到明年底,全省消防救援队站总数将达到455个。全省消防救援队伍严格落实24小时执勤战备模式,在人民群众最需要的时候冲锋在前,

6年来,全省消防救援队伍接警出动35.58万起,营救疏散被困群众12.63万余人,湖南省消防救援总队先后2次因出色完成重大任务被应急管理部记集体二等功。



湘妹子评论

丑化女性的恶俗营销何时止?

文/周雅婷

在竞争激烈的洗护用品市场上占据一席之地的“老国货”蜂花,近日再度出圈,却不是因为质量和功效,而是因为一则低俗的广告。

近日,有网友发现“蜂花”官方账号在社交平台上转载了一幅漫画,题为《看清什么是真假闺蜜》,这组漫画广告里,制作方打上了“绿茶”“神金”“是个男的就往上贴”“搔首弄姿”“勾引自己男友”等标签。本意

可能是想迎合所谓“年轻人思维”,腹诽、指责一把“假闺蜜”。实际上,它给受众的感觉是进一步丑化女性,甚至可以看出设计者的固有成见。这是对女性形象的又一次严重扭曲,是对社会道德底线和性别平等原则的又一次挑战。

纵观一些知名品牌“翻车史”,对女性的丑化与贬损,早已成为营销“重灾区”。诸如“女人脚臭是男人的5倍,不信闻一下”的宝洁,“洗出少女粉”

的如炎洁,冬奥期间将女运动员夺冠和强“肾”健体放在一起的汇仁肾宝……辱女、丑化女性成了一些品牌下意识的“创作逻辑”——想博取流量,赚女性的钱;舍不得刻板印象,潜意识的厌女根深蒂固。于是,每一次自以为是的“讨好”,都变成了冒犯。

伴随“她”经济的增长,与之相关的消费市场日趋庞大,许多行业迎来了发展红利期,也面临着竞争愈发激烈的局面,

通过营销手段追求流量和曝光度的心理可以理解,但创意策划、文案设计要有正确的价值导向,“过了火”的营销不仅让女性消费者反感且失望,有时甚至难逃监管的惩处。如炎洁不雅广告文案被市场监管局立案调查、Ulike脱毛仪广告使用“没有蓝宝石,我不脱”被处罚金50万元,这些品牌都是蜂花的“前车之鉴”。

任何一家企业,想立足市场、长远发展,都应该走出低俗营销

的套路,尊重女性消费者的感受和权益,提升员工的性别平等意识和文化素养,建立严格的广告审核机制,积极倡导性别平等和尊重女性的价值观。同时,监管部门也应该加强对广告内容的审核和监管,通过法律手段来维护女性的权益和尊严,推动广告行业的健康发展。

广告是说服的艺术,抱着平视的态度,真正做到平等、尊重和包容,才是给品牌加分的关键。