

为孩子搭建好幼升小衔接阶梯

潘天庆

记者从市教体局获悉,我市于7月底正式启动推进幼儿园与小学科学衔接攻坚行动,今年秋季学期将在67所幼儿园和23所小学,先行试点推进幼儿园入学准备和小学入学适应教育。(《安庆晚报》8月19日)

此次我市为孩子搭建好幼小衔接阶梯,在《实施方案》中提出了一系列有针对性的重要举措。这对很多让孩子上幼小衔接班的家长,是个好消息。加上政府正在治理整顿校外培训机构,相信过去那种家长以脚投票,让孩子上社会上的幼小衔接班而导致幼儿园大班的“空班化”情况,将会越来越少。

毋庸讳言,很长一段时间以来,我们没有开展幼儿园与小学的科学

衔接,却并不禁止社会早教机构开办此类培训,这产生的直接结果便是学前班的招生广告贴到了幼儿园门口。既然园内不能幼小衔接,园外可以任意办。“不让孩子输在起跑线上”的家长只能花钱花精力让孩子上园外幼小衔接班。

幼儿园和小学的环境和教育方式确实有很大的不同。孩子从“散漫”的幼儿园生活到标准化、规律化的小学生活,需要有过渡期。如果孩子毫无准备地直接上小学,有的孩子会出现一些问题。比如学习习惯的正确预期和养成,作息时间的调整,以及自理能力、主动表达的能力等等。正是为了预防这些问题的出现,家长们只好把孩子送进园外幼小衔接班的大门。

此次做好幼小衔接,无论是对于个体孩童的未来发展还是小学教育来讲,都非常必要。可这绝不等于幼儿园小学化,这无疑也对幼儿园教师的素质提出更高要求。比如,幼儿园需要围绕社会交往、自我调控、规则意识、专注坚持等进入小学所需的关键素质来做准备,注重身心准备、生活准备、社会准备和学习准备等方面的有机融合。就以最容易陷入误区的学习准备来讲,为数学做准备并不等于提前学算术甚至做题,可以通过形式丰富的玩具和活

持语音敏感性。还有,让孩子听各种声音和语言,鼓励孩子唱歌、讲故事和叙述生活中发生的事情等等。

可见,为孩子搭建好幼小衔接阶梯,需要科学、规范和有效,需要先试点、再发展。当然,我们的小学也要强化幼小协同。一年级的教学目标应该是让孩子先适应校园生活,然后才是学习知识,只有一年级的学习脚步慢下来,给予孩子充分的空间和时间,为他们搭建好从幼儿园到小学过渡的阶梯,我们的“幼小衔接”攻坚行动才收到效果,也才会让家长放心安心。



开学第一课



据8月26日《中国青年报》报道,很快,各地都要迎来学生返校,学生的防疫离不开

家长的支持和配合。新学期开学,家长会在哪些方面帮助孩子?近日,中国青年报社社会调查中心联合问卷网(wenjuan.com),对1538名学生家长进行的一项调查显示,69.6%的受访家长会帮助孩子建立良好个人卫生习惯,69.1%的受访家长会准备充足的口罩、消毒液等防疫物品。(作者:罗琪)



小区电梯广告不能“任性”

春雨

随着城市高楼的增多,电梯已经成为市民日常生活中必不可少的工具,随之而来的还有各种电梯广告。在等待或搭乘电梯期间,电梯广告上的各种静态海报、滚动视频,让居民烦不胜烦,避无可避。(《安庆晚报》8月20日)

在市场经济发达的今天,小区电梯内被投放广告,用于宣传和推销产品和服务,作为一种商业行为,亦已成为“普遍风景”。然而,在小区电梯内投入广告必须严格遵守《广告法》《物权法》等法律规定,恪守公序良俗,绝不可毫无“底线”,“任性”为之。

小区是居民生活和休息场所,休息权是每位小区居民的基本权利。为此,广告经营商在投放显示屏广告时不可“任性”。播放视频声音不宜太大,谨防扰民,尤其在晚间要约定时间停止播放,还居民“我要静静”的权利。

《广告法》明确规定,广告“应当真实、合法、符合社会主义精神文明建设的要求”,不得“妨碍社会公共秩序和违背社会良好风尚”。为此,小区电梯广告的内容不能“任性”。一些整形、丰胸等内容的广告不仅让乘坐电梯的成年人感到不适,也会给孩子带来不良影响。还有一些“少儿不宜”的广告,更不能让其进入小区电梯内。对此,广告公司和物业公司均应严格把关。

至于小区电梯广告收益、使用、分配中的“任性”问题,也是大家关注的“焦点”。民法典明确规定,建设单位、物业服务企业或者其他管理人等利用业主的共有部分产生的收入,在扣除合理成本之后,属于业主共有。既然小区内电梯属于业主共有范围,物业公司当然要将业主共有部分进行的经营与收益,单独列账,并及时向业主公示,按照业主或业主委员会的意见进行分配。本着“有事好商量”的原则,业主委员会当架起物业公司

与业主沟通“桥梁”,合理使用、分配好这笔收益。无论怎样,小区电梯广告已经走进千家万户,既不能简单“一禁了之”,也不能让它“任性”生长。市场监管、物业、业主委员会等要扛起监督管理责任,绝不让小区电梯广告沦为“监管盲区”。

用务实之举加快推进老旧小区“提档升级”

艾才国

近日,家住经开区康莱特家苑的王先生向本报反映,随着小区房龄老化、前期规划不合理等诸多原因,小区品质下降严重,最突出的现象是没有地下车库,业主私家车不断增多,小区内道路全变成了停车位,一旦发生火灾,消防车无法进入小区,存在极大的安全隐患,希望能纳入老旧小区改造范围。(《安庆晚报》8月17日)

安居才能乐业。顺应像经开区康莱特家苑的王先生类似老旧小区居民诉求,我市加快老旧小区改造的步伐“一刻也没停止”。仅“十三五”期间,就投入20亿元改造老旧小区214个。迈入“十四五”,我市正以更大的投入、更高的标准、更务实的举措加快推进老旧小区“提档升级”。

加快推进老旧小区“推档升级”,离不开财力支持。必须大力拓宽筹资渠道,撬动社会资

本、居民出资参与,充分利用小区的既有资源吸引社会资金投入,建立起“利益共享、风险共担、全程合作”的关系,形成“政府扶持带动、企业融资共建、居民参与受益”的共赢机制。

老旧小区失修、失管、失养严重,需要“提档升级”的内容很多,如何平衡各方关系?需要坚持民生为本,按照先“里子”后“面子”的原则规划推进。首先要解决“里子”问题,做好危及房屋安全的改造修缮,解决好污水管道及化粪池疏通,增加车辆停车位等影响群众基本生活的问题;其次要“内外兼修”,兼顾到“面子”,包括外墙粉刷、环境美化、安装体育健身设施、加装电梯等,努力打造优质的“面子”。

小区居民在老旧小区改造中既是受益者,更是参与者,充分依靠群众是做好老旧小区“提档升级”的“不二法门”。一方

面,“提档升级”方案不搞“一刀切”,多给居民“菜单式”选择,必要时采用“一栋一策”,量身定制“需求清单”;另一方面,充分调动小区居民参与小区改造的积极性,搭建沟通议事平台,老旧小区改什么、怎么改,包括改造后“可持续”发展,让广大居民参与论证、参与管理、参与监督,只有汇聚各方合力,才能把老旧小区“提档升级”实事办好办实。

老旧小区“提档升级”到底成不成功,最终以人民群众的满意度为标准。为此,既要务实之举加快推进老旧小区“旧貌换新颜”,更要让群众“笑开颜”,如此才能答出老旧小区“提档升级”的优秀答卷。

