

小学英语教师文化教学信念对课堂教学影响机制研究

■嘉应学院 潘雄波

在核心素养的引领下,小学英语教学正逐步由单纯的语言知识传授转向全人教育。但是当前的小学英语教学可能存在文化缺位的问题,这在无形中限制着学生语言运用能力的发展。教师是课程实施的主体,他们的文化教学信念直接决定着教学目标の設定、教学内容的选择、教学方法的运用。基于此,本文首先简要阐述小学英语教师文化教学信念对课堂教学的影响机制,在此基础上,提出优化教师文化教学信念,提升课堂教学质量的路径,希望能为解决小学英语教学存在的“高耗低效”问题提供理论支撑和实践指导。

一、小学英语教师文化教学信念对课堂教学的影响机制

(一)主导课堂文化教学目标的设定
教学目标既是课堂教学的起点,也是教学的终点。教师的文化教学信念决定着教学目标是否准确、完整。一般而言,持有文化素养优先信念的教师,在制定课时目标的时候,会将文化感知、文化理解、文化认同作为课时目标的一部分,并且会和语言知识、语言技能目标结合起来。以教授“节日”主题为例,这类教师除了要求学生掌握 Christmas, Spring Festival 等词汇外,还会设置“感知中外节日文化差异,尊重不同节日习俗”的文化目标。与之相比,持有“应试至上”信念的教师可能只重视单词、句型的背诵默写,忽略文化目标,从而造成文化缺位。

(二)决定课堂文化教学内容的筛选与整合

教材是文化教学的主要载体,但不是唯一

的资源。教师的内容信念会直接影响文化资源的挖掘和整合。持有科学文化教学信念的教师会根据小学生的认知特点来优化教材文化内容:一方面,筛选出适合小学生理解的文化知识点,剔除过于晦涩难懂的内容,选择贴近学生生活的内容,比如节日、饮食、动物、礼仪等。另一方面,补充拓展性的文化知识,结合教材主题新增中华优秀传统文化的相关内容。比如,在讲到中西方餐桌礼仪的时候,教师会引导学生对比中国的筷子文化、餐桌礼仪,从而培育学生的文化自信。相反,信念模糊的教师大多照本宣科,无法将文化内容灵活融入小学英语课堂,这不利于学生形成系统的文化认知。

(三)支配课堂文化教学方法的选择与运用
教学方法是连接教师信念和学生习得的纽带。教师的方法信念会直接影响文化教学的趣味性和有效性。认同体验式教学的教师会运用各种教学方法来组织英语教学活动,比如借助图片、视频、绘本等创设极具文化感染力的情境,让学生直接感受文化,或者采用角色扮演、情景对话模拟跨文化交际场景,让学生用西方礼仪问候、用中国礼仪待客。这类教师还会精心设计丰富多彩的手工制作、节日庆祝等实践活动,目的是让学生在动手操作的同时更深刻地体会文化内涵。相反,持有灌输式

教学信念的教师一般采用口头讲解、机械记忆的方式,要求学生背诵枯燥的文化知识点,致使他们很难真正理解文化的内涵,不利于培养学生的文化意识。

二、优化教师文化教学信念,提升课堂教学质量的路径

(一)认知重构:从“语言工具论”转向“语言文化共生观”

若想提高小学英语课堂教学质量,教师需要冲破传统的语言工具论束缚,重新树立“语言和文化共生”的教学信念。为此,教师应正确认识语言和文化之间的关系,即语言是文化的载体,文化是语言的根基,二者相辅相成。就小学英语教学而言,教师虽然不需要讲授特别深奥的文化理论,但是必须将浅层的风俗文化和深层的价值观念融入教学中。教师应该树立“文化伴随语言”的教学观念,即每个单词、每个句型背后都隐藏着固定的文化图式。在教授“颜色词”的时候,教师的目光不能只停留在认读层面,而应该融入文化中有关颜色的联想,比如英语中的“green”可指新手没经验,搭配习语表示嫉妒,而在中华文化中代表的是勃勃生机。只有当教师内心真正确信“不学文化就无法真正掌握语言”时,这种信念才会外化为课堂上的自觉行为,才能在潜移默化中提高学生对语言的感知力和理解力,从而为构建

高效的英语课堂打下认知的基础。

(二)内容转化:从“教材搬运工”转向“文化资源开发者”

持有积极文化教学信念的教师不会只停留在教材内的有限对话文本,而会深入挖掘教材背后的文化因素并积极拓展大量优质的课外资源。一方面,这类教师尤为重视中外文化比较的教学。比如,在讲授“节日”主题的时候,教师不会只介绍圣诞节,还会引导学生使用英语讲述春节的习俗,通过对比中西方节日庆祝方式的异同,培养学生的跨文化思辨能力。另一方面,教师还应灵活运用多媒体资源,为学生创设逼真的文化语境,比如引入英文绘本、原版动画片段、英文歌曲等生动、鲜活的课外资源,让学生沉浸式学习语言,真正将课堂从枯燥的操练场转变为生动的文化体验馆。

三、结语

由上面的分析可知,小学英语教师的文化教学信念对课堂质量的影响颇深。教师应争做跨文化交际的引路人,将文化内容融入英语课堂,让课堂焕发出夺目的人文光彩,培养出更多拥有中国情怀和国际视野的时代新人。

嘉应学院2024年度基础教育研究课题“小学英语教师文化教学信念对课堂教学影响机制研究——以丰顺县为例(JCJY20242024)”。

深耕职教沃土 培育业务精兵

——保险职业学院教师转型为中国人寿集团业务培训讲师的路径探析

■保险职业学院 李一鸣

当前,金融保险业高质量发展纵深推进,行业监管趋严、市场竞争更加规范,对保险从业者专业、合规、服务能力提出更高标准。中国人寿保险集团公司做强市场、稳健经营,关键在于打造专业化规范化一线业务队伍。保险职业学院作为集团直属职教平台,师资理论扎实、教研体系成熟,是企业人才培养的重要依托。推动学院教师转型为集团业务培训讲师,盘活职教资源,补齐培训短板,对完善企业人才体系、助力集团高质量发展意义重大。

一、教师转型业务培训讲师的现实意义

(一)补齐培训短板,优化企业育人格局
国寿基层培训多由业务骨干兼任讲师,实操经验充足,但理论体系零散、授课标准不一,培训多依靠个人经验,缺少系统化专业梳理,难以匹配行业合规化发展要求。职院教师深耕保险专业教学,通晓行业政策、监管规则、产品与服务体系,能用系统专业教学弥补经验式培训缺陷,推动培训由经验分享转向标准输出、规范施教,打造专业过硬、严守合规的业务队伍。

(二)盘活职教资源,深化校企协同育人

院校学历教育重在基础人才系统培养,企业培训聚焦在职工工岗位提升,两类育人场景互补互通。学院多年积累的学科成果、教学案例可精准对接一线岗位短板。教师参与企业

培训,能把院校教研成果转化贴合市场、贴合岗位的授课内容,打通职教服务行业落地渠道,实现校园育新人、企业强骨干双向联动,形成校企资源共享、协同共进格局。

(三)打破成长局限,拓宽教师发展路径

长期开展全日制教学,部分教师教学场景单一,对市场动态、一线实操、岗位难点认知不足,易出现知识固化、教学脱离市场等问题。转型企业培训讲台,倒逼教师走出教学舒适区,紧贴企业战略深入业务一线,促进理论教学对接行业实践,逐步形成懂理论、懂产品、懂市场、懂实操的综合教学能力,拓宽自身职业发展空间。

二、教师转型业务培训讲台的现实短板

(一)教学思维存在惯性,适配成人培训能力不足

院校教学侧重完整理论体系讲授,企业培训核心是解决工作难题、提升岗位能力,实用性导向鲜明。部分教师沿用校园授课思路,偏重理论铺陈,忽略一线员工实操诉求,授课针对性弱,达不到培训提质增效目标。

(二)一线实战积累薄弱,业务贴合度偏低

多数教师常年专注课堂教研,下沉网点、参与展业、处置客户纠纷与风险业务较少,对市场竞争、客户沟通、业务堵点缺少直观总结。授课时常出现实操空洞的问题,难以回应

一线真实困惑,课程指导作用有限。

(三)课程内容更新滞后,企业需求适配不足

传统职教课程以通用基础理论为主,普适性强、企业专属内容偏少。国寿业务培训围绕产品营销、合规经营、客户维护、风险管控、团队管理等实战内容展开,紧盯岗位痛点。现有课程与企业培训场景衔接不足,更新速度跟不上政策、产品、市场变化,无法满足精细化实战培训需要。

(四)授课模式单一固化,课堂教学效果有限

传统单向授课适配在校学生,企业学员从业经历丰富、学习目标明确,更青睐案例研讨、情景复盘、互动答疑等形式。部分教师授课形式刻板,缺少场景拆解与课堂互动,学员参与度不高,培训落地效果不佳。

三、职院教师转型业务培训骨干讲师的实践路径

(一)转换教学思维,树立实战授课理念

思维转变是转型首要前提。教师破除校园授课固有思路,贴成人学习规律,坚持问题、实战、实效三重导向。围绕集团经营重点与一线岗位实情,压缩冗余理论讲解,聚焦实操方法、业务规范、难点破解,由单纯讲授知识转向传授实用方法,提升培训实用价值。

文旅融合视角下航空特色文化服务体系构建研究

■西北师范大学 旅游学院 安家慧

一、相关概念

(一)文旅融合核心内涵

文旅融合是文化产业与旅游产业深度融合的新型发展模式,核心围绕资源整合、业态创新、场景共建与价值共生展开。该模式以文化为核心,以旅游为传播载体,将各类静态文化资源转化为可体验、可消费的旅游产品与服务。同时打破文化传播与旅游消费的固有边界,推动传统文化资源向动态化、场景化、体验化转型,有效激活文化价值与旅游价值,是新时代文旅产业提质增效、转型升级的核心路径与必然趋势。

(二)航空特色文化服务体系内涵

航空特色文化服务体系依靠机场航站楼、候机空间、航线网络、航空服务、品牌等主要资源,整合地域文化、航空文化、旅游服务资源来创建。该体系具有公共出行服务、文化展示、旅游引导、体验消费、品牌传播等综合性的功能,是系统化的服务体系。不同于传统的单一航空出行服务,它所具有的主要优势在于兼具功能性、文化性、体验性,从而将基础出行保障和特色文化培育结合起来,拓宽了航空服务价值边界,丰富了航空服务内容。

二、航空特色文化服务发展现状

当前国内各大枢纽机场已积极开展文旅融合实践探索,多数机场依托站内空间打造文化展厅、非遗展示区、城市宣传长廊等场景。各大航空公司也顺势推出主题航线、特色机舱文化、地域文创售卖等配套服务,初步实现航空场景与文旅资源的基础结合。伴随智慧机场建设持续推进,数字化宣传、线上文旅引导、智能导览等智能化服务逐步普及,完善了航空

文旅服务的硬件设施,为行业服务升级、业态创新筑牢坚实基础。

三、现存主要问题

(一)缺乏顶层设计

国内目前大多数机场航空文旅服务都没有形成系统的顶层规划和统筹布局,大部分文化服务项目是零散化的、临时性的设置,并没有形成统一的建设标准和常态化运营体系。机场文化展示、文旅服务、旅客体验这三个板块之间互相割裂,各自为政,不能很好地整合利用资源。碎片化的建设模式不能产生规模化的服务效应和特色品牌影响力,造成航空文旅服务流于形式,不能实现长效化、规范化高质量的发展。大部分机场没有根据自身的地理位置、航线优势来制定专门的文旅发展计划,项目建设大多跟随政策、活动临时调整,缺少长期的发展目标和阶段性的实施计划,人力、物力资源的投入分散。

(二)特色辨识度低

国内航空文旅服务同质化现象比较严重,大部分服务只停留在海报张贴、展品简单陈列等浅层次上,形式单一、内容浅显。行业内普遍没有整合地域非遗文化、民俗风情、城市特色和航空专属文化资源进行深入挖掘,缺少具有地方特色、差异化内容设计。同时缺少沉浸式、互动式、体验式文旅场景的打造,不能给旅客留下深刻的记忆,不能形成具有独特辨识度的航空文旅特色品牌,核心竞争力严重不

足。大部分机场文旅展示内容都是通用模板的复制,没有根据城市的中心文化标签进行创新和优化,互动体验设施缺乏。

(三)文旅服务融合度低

传统的航空服务一直把旅客运输保障作为核心业务,文旅相关的服务只是作为附加的配套项目存在,并没有成为航空服务的核心部分。文旅服务没有把旅客从值机、候机到飞行再到落地的整个出行过程都涵盖进来,服务的覆盖面存在着明显的断层。航空场景同本地景区、文旅企业缺少联动,不能给旅客供应旅游咨询、路线安排、文旅消费、景区联动等综合服务,交通和文旅产业的深度融合优势没有得到充分发挥。航空文旅服务大多只停留在机场站内静态展示,缺少线上文旅服务的配套支持。

四、文旅融合视角下航空特色文化服务体系构建路径

(一)强化顶层设计

以民航行业发展规划和区域文旅发展战略为依托,准确找到航空特色文化服务发展的方向,确定统一的建设标准、运营模式、管理机制。创建起以基础服务、文化体验、文旅赋能、品牌传播四个部分构成的综合服务体系,对机场的空间、航线网络、地域文旅等各类优质资源进行统筹整合。构建起一个常态化的、长效的运营管理系统,杜绝零散化、形式化的现象出现,保证航空文化旅游服务朝着规范化的、

系统化的、专业化方向持续发展。同步创建起专项考核和迭代改良的机制,确定各个部门的岗位职责,细化年度建设、运营、推广的任务,联合文旅、民航主管部门创建起协同推进的格局,保证项目有序落实、持续提升。

(二)深挖特色资源

对航空专属文化以及城市地域特色文化资源进行深入挖掘,以本地非遗技艺、民俗风情、自然风光、城市品牌等为核心元素,创建独有的航空文旅IP。以航站楼、候机大厅、机舱等主要场所为依托,创建主题化候机空间、特色主题航班,开发一系列航空文创产品。利用多种场景的落地来完成文化具象化的呈现,彻底解决行业的同质化问题,塑造出有地域特色、有航空辨识度的文旅服务品牌。

(三)推动场景融合

把文旅服务全面融入旅客的值机、候机、飞行、落地整个出行链条中。在机场设置文旅咨询服务台、沉浸式文化体验馆、城市文旅展示空间,利用机舱场景进行地域文化宣讲、特色主题服务。联动本地景区、文旅企业、文创机构推出航空文旅套餐、文旅专线等一体化产品,把航空交通出行和文旅体验消费融合起来,推动航空旅游经济的发展。建立线上文旅服务小程序,将机票、景区门票、文旅攻略、特色消费等各方面功能结合起来,打通线上线下服务场景,全方位提高旅客的出行文旅体验。