

树立“学生产品”理念 全面提高育人质量

侯清麟

(湖南工业大学,湖南 株洲 412007)

摘要:“学生产品”与企业产品具有很大的相似性,也有自身的特殊性。学生产品质量规格的共性是促进学生的全面发展,其特殊性是促进学生的个性发展。树立把学生作为“产品”经营的理念,目的是借鉴企业视产品为生命,全员为产品质量服务的做法,以提高学生产品的质量为中心,以全体师生共同参与为基础,培养出优秀的学生并且使学校和社会长期受益。

关键词:学生产品;质量规格;经营理念;全员育人

中图分类号:G40-058

文献标识码:A

文章编号:1674-117X(2011)03-0131-04

Establishing the Concept of Student as Product for Overall Improvement of Educational Quality

HOU Qinglin

(Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412007, China)

Abstract: “Student as product” bears similarities to enterprise product and also carries its own individuality. The generality of quality specifications of “student as product” lies in promoting students all-round development and its individuality lies in encouraging students’ personality development. The management concept of treating students as “product” is established on the basis of the enterprise mode in which products are regarded as priority and the whole staff focus on products quality. Establishment of the management concept is to nurture outstanding students and benefit schools and society for a long time by laying emphasis on the improvement of quality of “student as product” and taking the joint participation of all teachers and students as base.

Key words: student as product; quality specifications; management concept; whole staff education

产品是企业的“上帝”,是“衣食父母”,是企业生存和发展的生命线。企业的一切管理活动都是围绕产品质量展开的,质量是企业的生命。学校的职能是培养学生,我们不妨将学生看成学校的“产品”,学校的一切工作都是为培养品学兼优的学生而服务。当然,学生“产品”具有自身的特性,和企业产品存在显著的差别。树立把学生作为“产品”经营的理念,关键是要借鉴企业“视产品为生命,全员为产品质量服务”的做法,以提高学生培养质量为中心,以全体师生共同参与为基础,培养出优秀

的学生,进而让学校和社会长期受益。

一 学生与“学生产品”

学生是否是产品,理论界和教育界众说纷纭,如有学者认为,“学生不是产品,把学生当作产品来塑造的教育是反人性、反科学的行为,是不人道的。”^[1]“学生产品观以满足高等教育产品(学生)的社会需要作为教育的出发点,忽视了教育的本质功能。”^[2]我们认为,学生可以是产品,是我们教育的产品。首先,学生的成长与发展过程与产品生产过

收稿日期:2011-03-05

基金项目:湖南省社科基金重点项目“高校合并背景下的和谐校园建设研究”(2010ZDB36)

作者简介:侯清麟(1956-),男,湖南安仁人,湖南工业大学教授,博士,博士生导师,主要从事高等教育管理研究。

程一样,需要有大量的投入。其次,学生毕业后最终要走向社会。学生从学校走向社会后,在社会中社会化的直接表现形式是被社会接纳的程度,而被社会接纳程度的判定标准就是社会的满意度,社会满意度是判定学生质量的重要标准。可见,学生质量具有可测量性。就像企业产品一样,满意程度高,意味着质量比较好。否则,就意味着质量可能不太好。再次,学生同产品一样具有可召回性。产品的策划设计一开始就是根据市场的要求和标准进行的。顾客对产品不满意,可以退货,厂家可根据顾客的意见改进产品,最终设计生产出顾客满意的产品。学生走向社会后,对于合格人才,社会会予以录用。否则,就不予录用或降级使用。从而促使教育部门改进和完善学生的培养方案,继续教育于是应运而生。把学生塑造成合格且优秀的产品并推向社会,这是大学真正的使命。

从产品的角度来认识学生,类似于企业生产,学校培养学生实际上也就是一个生产过程。产品是指“过程的结果”,即“一组将输入转化为输出或相互作用的活动。”^[3]企业的一切生产及质量改进活动都围绕着产品进行,学校教学的目的、过程和结果也都是围绕学生展开的。从被关注的程度看,学生和企业产品的地位一样重要。合格的产品要在市场上流通,学生最终也是满足社会发展需要,发挥自身价值。而且,就学生发展过程来看,政府和家长为培养学生在各个方面都做了很大投资,教师所教授的内容内化为学生的能力,学生是所有这些结果的承载体,学生和产品都有一个被加工塑造的过程。

二 学生产品质量规格的特殊性

学生是学校的终极产出,是学校的品牌,学校的办学成果最终体现在学生身上。当然,与工厂生产出来的产品相比,“学生产品”具有自己的特性:一是有生命,二是具有可塑性,三是有创造性。树立把学生作为“产品”经营的理念,我们必须根据学生产品的特点,把握学生产品培养质量的规格。

(一)学生产品质量规格的共性——学生的全面发展

学生产品质量的一个核心指标就是使学生的素质不断提高,身心得到全面发展。学生作为发展中的人有其自身的发展特点和规律,把学生看作是一种产品,对于培养什么样质量规格的产品,我们需要以马克思主义关于人的全面发展理论作为思想基础。马克思主义认为,人的全面发展是人的劳

动力,精神面貌和人的社会关系得到全面发展,同时,个性也得到充分而自由的发展,最终实现个体和社会协调统一和全面发展。人的全面发展是历史发展的必然规律,是一定社会经济和政治的客观要求,是生产力发展的需要,而且也是人的发展和完善的必然要求。个人全面发展是马克思和恩格斯对未来社会人的生存与发展状态的愿景,是每个人都摆脱和超越各种内在和外在的限制和束缚,从而在各方面获得普遍提高与协调发展的境界。

人的全面发展理论告诉了我们教育发展的目标与方向,也回答了对学生产品的质量规格之设计即教育应该培养什么样的人的问题,它是学生产品观的理论基础。学生作为学校的产品是学校各项工作和教师辛勤劳动的结晶,把学生培养成什么样的产品是学校所有教职员工最关心的问题,也是社会和家长十分关注的问题。

学生产品观为人才培养提出了全方位的要求,即对人的素质的全面性,包括德、智、体、美等方面的全面性要求。企业和顾客都要求产品的各方面性能都是高质量的,对于学校教学来说,学生产品观立足于学生各种素质的全面提高。片面发展的学生是不合格的产品,因为他们不符合合格产品的标准规格——全面发展,这是学生产品的统一规格,是学生产品的共性标准。人的智能是多元的,人的发展不是单纯的知识接受和智能训练,而是多方面的学习过程,是伴随着各种素质同时发展的综合过程。教育培养学生德、智、体、美全面发展就是要把学生当作完整的人看待,给学生完整的生活世界,摒弃传统教育中唯智型的知识传递。现行的教育体制下,很多学校及教师重视智育轻视其它各育,就智育本身也是偏重知识学习,以学生成绩为核心,造成人的片面发展,这种发展不利于学生今后的可持续发展,是一种功利性的非健康的教育。

以马克思主义人的全面发展为指导思想的学生产品观,应该将全体学生培养成德、智、体、美全面发展且个性自由的“产品”作为我们不断追求的目标。教师在整个教学过程之前就要树立学生产品观,并且将其贯穿于整个教学过程之中,从教学的点点滴滴做起,在教学中渗透人的全面发展思想。

(二)学生产品质量规格的特殊性——学生的个性发展

产品高质量并且拥有个性已成为企业界的共识,同样,合格的学生产品要求学生德、智、体、美全面发展的基础上还要具有独特性。工业生产中

产品质量追求一般经过四个阶段:追求规模——追求质量——追求品牌——追求个性化。学校要从工业生产的规律中获得启示,强调人才培养的个性化。可以说,没有个性,便没有独立个人,没有个性发展,便没有人的全面发展。

由于遗传因素造成的先天禀赋和家庭社会环境的后天影响,使每个学生形成独特的心理世界和智力结构,他们在兴趣、爱好、需要、气质和性格等方面各不相同,智能及特长等各有侧重,使得他们在生活中获得不同体验和经验,进而形成与众不同的个性。所谓全面发展并不是学生的各方面素质的均衡发展,而是将各自的特点表现出来自由发展,没有全面发展就不会显示出独特的个性,德、智、体、美在个体身上的和谐发展正是个性充分发展的表现,个性发展是全面发展的升华。虽然许多学生在成长过程中有一些相同或相似的地方,但绝不能因此而抹杀了学生的个性,学生这种产品是个性与共性的统一体。

企业希望每个产品都是优质的,树立把学生作为“产品”经营的理念,也要求学校树立并努力实现将每个学生都培养成优秀人才的目标。人成长的过程是一个智力不断被开发、挖掘的过程,也是一个创造力不断被激发的过程。学生是发展中的人,他们正处于身心发展的旺盛时期,认知、品德和行为都在形成中,正经历由不成熟到成熟的变化,具有巨大的发展潜力。我们应该树立每个学生都值得培养的学生产品观。关注每一个学生,坚信每个学生都是有培养前途的,每一个学生都可以获得成功。

学生是一种可塑性极强的产品,在教师教学中不断成型。每个学生来到学校,不仅有学知识的愿望,还带来丰富多彩的情感世界,教师不能像企业加工产品时毫无情感因素。教师不能忽视学生作为人的身心发展规律,关心学生,爱护学生是教师必备的素质,关注本身就是最好的教育。对学生充满热情和关心,爱所有的学生就像爱自己的孩子一样,用“心”去施教。有了这种崇高无私的爱,教师才会有强烈的责任感。

三 树立把学生作为“产品”经营的理念,全面提高育人质量

树立把学生作为“产品”经营的理念,其核心思想是以质量为纲,全体师生员工都要为提高学生“产品”的质量服务,营造“学生产品”全方位成长成才的环境,学校一切活动都要围绕着追求质量来进

行。树立把学生作为“产品”经营的理念,是和谐校园建设的重要指导思想,是高水平教学型大学建设目标实现的重要保障。

(一) 全员参与,层层落实,对学生产品质量负责

从校领导班子到各级干部到教师和学生都要参与质量管理工作,把学校制定的人才培养目标,层层分解落实,让全体员工都参与到质量管理的过程中去,将质量管理落实到学校的各部门、各岗位中的每一个人。这意味着质量控制由少数领导人扩展到学校的所有人员,质量管理不再是少数领导人的责任,每个人都应关心教学工作及学生的质量。全员参与还意味着教育要面向全体学生而不是集中力量培养部分尖子学生,对每一个学生都尽到责任,不放弃任何一个学生。学校人文环境和校园环境的建设要营造和谐的氛围,人人为学生的成长奉献爱心和责任心,将学生塑造成合格且优秀的产品。

(二) 全过程强化管理,确保学生产品培养质量

从制定培养目标,课程体系和内容的设置,实施教学到考核教学情况,教学全面质量管理要贯穿学校教学工作的全过程和各个环节,对整个教学过程和具体的教学环节及其可能影响教学质量的各种教学要素必须进行有效的质量控制,建立从招生到毕业整个过程的质量控制系统。

学校要坚持两个层面的教学工作考核制度,学校每年对教学院部的教学工作逐项考评,教学院部要建立起适应本单位教学工作实际的质量标准,补充、完善学校的教学质量监控体系,对下属系(教研室、实验室)进行评估考核,对教师进行考核。学校要通过健全的教学评估长效机制,完善教学质量监控体系,学校和教学院部要经常进行自觉评估,不断提高教育教学与人才培养质量。

修订培养计划是高等学校提高教学质量,实现人才培养目标的核心工作。人才培养方案的修订,要注重知识、能力和素质协调发展,要体现教育创新,以现代教育思想为先导,以深化教学改革为动力,主动适应社会发展和经济全球化对人才培养的要求,符合高等教育现代化、多样化、个性化、大众化和国际化的要求。课程体系的设置要建立以推行素质教育、扩大学生知识面为目的,适合文理交叉的人文素质选修课体系,加大公共基础课程改革与人文素质类核心课程改革,丰富课程资源,促进优质课程的共享。要改革完善实践教学体系,切实

提高实践教学效果。

(三)以市场为导向,确保学生产品“适销对路”

目前,大学毕业生就业的问题日益突出。破解大学毕业生就业难题的关键在于把学生当高质量产品培养。高校毕业生找不到接收单位,用人单位寻不着满意人才,这是人才招聘市场上一种司空见惯的现象。这种现象的背后是我国人才供需之间的错位。解决错位的逻辑十分简单:让它归位。长期以来,高校习惯了按现有的师资力量、设施、模式设置专业,专业一旦设定,很少改变,学校和用人单位是平行线。要扭转这种局面,学校应有这样的意识:学生就是高校的产品,因为办学校同样要讲“适销对路”。学校各个工作环节都必须树立为顾客服务的思想,顾客的满意是衡量质量的最终标准,学校为社会培养大量人才,以适应建设需要,国家和社会作为一个大的顾客即外部顾客接收学校培养出来的学生。学校作为教育服务单位,学生和家长就是学校的重要内部顾客,内部顾客满意是外部顾客满意的基础。学校教学要从单纯的传授知识转变为以顾客满意为目标,一开始就要了解顾客的需要,最终满足顾客的需要并超出顾客的期望。高校必须树立市场观念,遵循市场规律,追踪社会发展趋势,摸准市场需求,规划办学方向,调整师资结构,优化专业设置。把专业的前瞻性、人才培养的实用性、产学研结合的独创性以及实习内容的综合性融为一体,培养出社会需要的人才。

(四)以人为本,注重对学生的人文关怀

教育比其他任何行业都强调人的作用,重视每一个人,不仅把学生作为工作的中心,还要关注教师的需求与发展,以学生和教师的成长、发展为本,这是教育的根本。在提高对学生关注的同时,我们也要调动教师的积极性和主动性,尊重师生的意愿,尊重他们成长和发展的规律,按教育教学规律办事,如此才能促进教师和学生的更好发展。

把学生作为产品经营的理念是从全局、整体的角度来认识学生,把学生作为学校教学过程中的最重要、最关键的一环来看待。学校生产的“产品”是高素质的学生,这是一种特殊的产品,其特殊性主要表现在它不仅需要全面的生产保障体系,更需要一种人文的关怀,人性的尊重,因为学生是具有生命的个体,有主观能动性、创造性,有不断发展的潜能,能够自我管理并能参与学校的质量管理。另外,学生本身也是这一生产过程中的顾客,关注顾客需要,做好服务是

教学全面质量管理重要环节。因此,我们要不断激发学生的学习动力,要通过各种激励机制和管理制度强化学生管理,狠抓教学质量。学生管理和校园文化建设要突出学术学习与文化氛围,形成良好的学风,为学生的学习提供一个不断创新的空间,培养学生良好的自我学习的能力。

对学生的人文关怀,还体现在教师应该正确认识学生的个性差异,学会欣赏不同个性的学生,尊重学生在知识、特长、个性、兴趣等方面的差异,高度重视学生的个性,善于发现个性,研究个性,培养具有独特个性的人才。在全面发展与个性充分发展相结合的教育目的的指导下,根据学生特点,建立具体的教育目标体系,制订教学计划,选择教育方式,对其发展加以引导。要摒弃那种试图通过“标准化”的教学培养出千人一面的“标准体”的教学设想,创造条件,不断发现学生的特长,使每个学生都学有专长,全面发展,真正实现个性的充分发展,实现个性与共性的统一。

(五)树立品牌意识,提高学校知名度和美誉度

学生是学校的终极产出,是学校的品牌,学校的办学成果最终体现在学生身上。学校在加强全面质量管理、提高学生产品质量的同时,还要形成自己独特的办学理念和风格。学生品牌是学校教育优势的突出反映,成功的学校无一不把打造品牌、开发品牌视为学校的生命。学生品牌像其他一切商品的品牌一样需要“经营”,需要教育者用心打造。树立将学生当成产品经营的理念,在和谐的氛围中将学生塑造成合格且优秀的产品,把学生推向社会,奉献给国家和社会,同时也为学校争光,提高学校的知名度和美誉度,从而实现由“校内开花校外香”到“校外开花校内香”的升华。

参考文献:

- [1] 何玉海. 学生是产品吗? [J]. 现代教育科学, 2005(1): 59-61.
- [2] 马万民. 高等教育服务质量管理的理论与应用研究 [D]. 南京: 南京理工大学经济管理学院, 2004.
- [3] 国家质量技术监督局. 中华人民共和国国家标准质量管理体系标准 GB/T19000-2000 [S]. 北京: 中国标准出版社, 2001: 10.

责任编辑: 黄声波