

Analysis on the Relationship between Student Satisfaction and Teaching Quality Evaluation

Xia Xu

Yunnan Jiaotong College, Kunming, Yunnan, 650500, China

Abstract

With the continuous development of society, college English teaching is increasingly disconnected from social needs, and the call for reform is increasing. Since the beginning of the 21st century, in order to improve the quality of higher education in China, the Ministry of Education has launched the “Quality Reform Project”, and “College English Curriculum Teaching Reform” is one of the first projects, which fully reflects the Communist Party and China’s determination and attention to the reform of college English courses. This paper takes the students’ satisfaction as the starting point, finds the teaching problems from the students’ dissatisfaction, and puts forward the corresponding countermeasures and suggestions.

Keywords

college English teaching; teaching quality; student satisfaction

Fund Project

The Open Project of the Provincial Philosophy and Social Base of Yunnan Normal University: “The Historical Origins of the Department of Education of Yunnan Province”; College-level Project: Research on the Improvement of College English Teaching Quality in Yunnan Province from the Perspective of Students.

学生满意度与教学质量评价的关系分析

徐霞

云南交通职业技术学院, 中国·云南昆明 650500

摘要

随着社会的不断发展, 大学英语教学日益与社会需求脱节, 对其进行改革的呼声也日益高涨。21世纪初以来, 为提高中国高等教育质量, 教育部推出了“质量改革工程”, “大学英语课程教学改革”就是其中的首批项目之一, 这就充分体现了共产党和中国对大学英语课程教学改革的决心和高度重视。本文以学生满意度为切入点, 从学生的不满中发现教学问题, 并提出相应的对策和建议。

关键词

大学英语教学; 教学质量; 学生满意度

基金项目

云南师范大学省哲社基地开放课题: 《云南省教育系科的历史源流》; 院级课题项目: 基于学生视角下的云南省大学英语教学质量提升研究。

1 学生满意度的概念界定

伴随着对产品的规范、授权和顾客权力的重视, 客户服务革命和成果本位方法已经改变了大学中社会和教育的关系。在市场经济中, 学生不再被认为是福利的接受者, 而是产品的购买者。正如阿普尔 (Apple) 所言: “民主已经变成一个十足的经济概念, 而非政治概念。此类政策言论被称为‘算术特殊性’最适合不过了, 这种说法中, 独立的个体——比

如消费者——他们的种族、阶层和性别差异都被忽略了。”^[1] 需要用质量来向顾客保证他们的利益得到满足。“引进学习合同、指标、评估标准、学习成果、核心技术等的一系列机制——所有这些都是以各种方式使学生、老师之间的相互影响系统化和形成文化。”^[1] 从学生的需求出发, 测量其预期满意度, 是一种观念上的改变。

教育活动与企业活动虽存在极大的差别, 但是也存在一些共性。最主要的共同点在于一个商业组织或学校的最主要

的外部功能就是向消费者提供优质的产品和周到的服务,因此顾客被置于整个管理体系中最重要的位置。而高校的直接顾客就是学生。学生是大学存在的前提。从大学产生起,学生就成为了高等教育的重要组成部分,高校存在是归结于学生的存在。因此,可以在高等教育研究中移植和运用顾客满意度理论来评价教学,以确保质量。

论文采用的“顾客满意度”是指顾客通过对某一产品或服务的需要得到满足之后的心理状态。如果把该概念移植到高等教育中,“学生满意度”就是指学生对高校提供各项服务的预期或需求对比后,形成的满意程度,即学生的期感知结果减去期望程度。学生满意度就是高校学生对自身大学经历的需要和满意程度的反馈,是学生对学习产出和服务水平的满足程度。

论文是对一门课程的教学质量调查,因此,学生满意度就是学生对大学英语教学过程中或接受教学后的全面感知,是学生接受教学后的一种期望值与满意度的差值。

2 “教学质量”的双重内涵:培养规格与服务质量

2.1 技术标准:培养规格

教学是一种有计划和组织的活动,从一定的教学目标出发,围绕这一目标实施教学。而教学的培养规格是教学目标的细化,是教学过程结束时学生所要达到或预期达到的具体要求,是教学实施后学生需达到的规范标准。培养规格为教学活动设定了基本的质量要求,这些要求一般体现于各级别的教学计划或课程教学大纲中,具有规范性和统一性的特征。因此,培养规格自然而然的成为了评定教学质量的标准。不过这一质量标准突出了质量的适应性和符合性特征,因此,只是教学质量的技术标准,仅仅依靠培养规格并不能全面的对教学质量作出评价。

作为一门高校必修的公共课,高校大学英语课程根据教学现状,制定了培养规格。根据《大学英语课程教学要求》的具体内容,可以将大学英语的培养规格分为三个层次,即一般要求、较高要求和最高要求。这三个要求是中国高校非英语专业本科生经过大学阶段的英语学习需要达到的水平。高校非英语本科生在英语学习后,应相应的提高英语的听力理解能力、口语表达能力、阅读理解能力、书面表达能力、翻译能力和掌握一定的词汇量,达到一般要求。同时也为有

条件的高校提出了较高要求或更高要求,使英语起点水平高,学有余力的学生能够达到较高要求或更高要求。

从以上大学英语的培养规格内容来看,它为其教学质量的评估提供了技术标准。如果达到了以上的标准,可以在一定程度上表现教学质量的高低。但是这一标准只规定了教育产品的客观特性,而未能体现作为教学主体的学生的主观满足程度,未能全面反映教学质量的内涵。

2.2 服务质量:高等教育的服务属性所确定的内涵

根据WTO统计和信息统计局对全球服务业的划分,全球的服务业可以分为商业服务、通信服务、建筑及相关工程服务、分销服务、教育服务、环境服务、金融服务、健康与社会服务、旅游及旅行相关的服务、娱乐文化与体育服务、运输服务以及其他服务这12大类。教育服务属于12类中第5类。按各国公认的中心产品目录(Central Product Classification)又可以把教育服务分为初等教育服务、中等教育服务、高等教育服务、成人教育服务以及其他教育服务5类。WTO服务总协定第13条规定:除了由各国政府彻底资助的教学活动之外(核定例外领域),凡收取学费、带有商业性质的教学活动均属于教育贸易服务范畴。WTO的划分规定同样适用于中国高等教育的情况^[1]。

此外,Gronroos认为“绝大多数服务的最重要的特性有3个:服务是由活动或一系列活动而不是有形物所构成的过程;服务至少在一定程度上具有生产与消费的同步性;顾客或多或少地参与到服务的生产过程。一般来说,服务的显著性特征包括服务的无形性、并发性、异质性和易逝性。”高等教育服务也具有一般服务的四大特征:

(1)无形性:高等教育服务本身将有形资源转换成无形资源的过程,Bowen等人认为高等教育服务的无形性体现在受教育者的知识、性格和行为在接受教育的过程中所发生的一系列转换。

(2)并发性:高等教育服务的交付周期一般较长,如果没有受教育者的参与,高等教育就无法进行,甚至没有存在的必要。

(3)异质性:在高等教育服务过程中,同一门课程的教学效果和教学质量,往往会由于认可教师的从教时间、学历、敬业精神不同而有很大的差别。

(4)易逝性:服务的易逝性是指服务一般只存在于它所产生的那个时点,在服务消费前一般难以生产和储存。高等

院校每年寒暑假提供的服务就逝去了。

因此,高等教育作为一门服务行业,毫无疑问的具有服务属性。高质量的高等教育服务是指能为个人提供理想的高等教育场所,能满足个人的个性及全面发展和进入社会后持续发展的需要。如果高校不关注大学生和社会的需求,其提供的产品和服务即使达到了高校内部设定的技术质量标准,也因没有充分满足作为教育顾客的学生需求而体现的教育质量现代内涵。所以高等教育服务质量,就是将教育服务作为高校的产品,将满足学生的学习和发展需要作为确定质量标准的主要依据。高校通过高等教育服务培养一批又一批的适应劳动力市场需要的人才,从而满足社会和国家发展的需要。在高等教育中,应该抓住服务的主要特征,把学生视为教育的主要顾客,强调学生在定义质量方面的作用。可以说,高等教育服务质量就是高等教育服务产品的质量,即指高等教育服务产品的固有特性满足教育需求主体的程度。对于高校内部而言,其服务内容包括:

(1)有效的教学活动。学校主要通过教学活动的实施,向学生提供教育,满足学生的受教育需求。

(2)雄厚的师资力量与教学硬件设施。为了有效的实施教学,影响教学效果,教师作为教学活动的组织者,在教学活动中,教师运用各种教学手段,调节和控制影响教学的各种变量,以产生最佳的教学效果。教师队伍的质量高低直接影响着服务质量,也成为高校服务质量中的一大内容。其次就是教学硬件设施的投入,这些教辅设施能有效的提供教学水平,进一步满足学生需求。

(3)校园文化氛围。良好的校园氛围会对学生造成潜移默化的影响,是高校对学生提供的一种服务。主要表现为物质方面、精神方面和制度方面的一种办学理念。比如高校社团活动的开展,学生讲座的举办等。

(4)对学生日常生活的管理。例如就业辅导,心理咨询,以及高校后勤服务内容。

由于高教具有服务属性,服务质量自然是判定教学质量的重要标准。而服务质量的评定主要是由顾客的满意度决定的。教学作为高校服务的主要内容,其质量内涵也受到了高校服务的影响,得到进一步深化。结合以上的特点分析,笔者认为教学质量是指教学活动结果满足社会需要和学生个体成长发展需求的程度。论文所界定的大学英语教学质量是指

通过各种教学活动而达到教学主体预期的满意程度。也就是为了适应时代发展,提高学生的英语综合应用能力,增强其自主学习能力,提高综合文化素养以及满足其有效使用英语能力的需求,从而进一步满足家长、雇主、政府和社会的需求。因此大学英语教学质量的评定也主要取决于学生的满意度。

3 作为教学主体,学生满意度是教学质量价值实现的主要表征

价值是由客体满足主体需要的程度而决定的,当主体在某一方向存在某种需要时,客体在某种程度上满足了主体的需要,这就形成了客体对主体的价值,因此离开主体去谈客体的价值是无意义的。学生作为教学的直接主体,接受学校这一客体提供的教学服务。要使教学服务产生价值,其出发点与落脚点都应放在学生身上。深入挖掘学生的需求,了解学生的实际情况,才能进一步满足其需求。否则,一切将会是脱离实际的空谈^[1]。

教学过程被视为教授与学习的过程,是教师向学生传授教学的内容,学生对内容予以掌握的过程。学生是教学过程中“学”的主体,所有的教学要素都是围绕着这一主体组织安排的,教学质量与效果也是从学生身上体现出来的。学生只有在主动地学习、独立的思考、积极钻研教学内容、主动成为自我学习活动的主体之时,真正的学习过程才能形成,学生才能真正的掌握教学内容。因此,在教育活动中,必须密切关注学生这一主体的发展情况。而教师作为教学的另一主体,发挥着教学主导的作用,是知识、能力的直接传授者,是教学过程的组织者。但是随着时代的发展,学习者不再满足于传统的知识接受,而需要在学习中发挥主体性,学会如何如何学习。应对这一变化,我们必须改变传统的师生关系,使教师与学生产生对话,根据学生不同的需求来调整教学内容、选择合适的教学方法,创造教学氛围,引导学生训练思维,独立思考。

为了更好的在教学中发挥学生主体性,了解教师对学生的引导是否到位,是否符合学生的需求,是否帮助学生自主发展,在教学评价时,就需从学生的角度入手,一改过去以教师或同行为主的教学评价方式,想学生之所想,给学生之所需,根据实际情况,对教学及时进行调整,旨在满足不同层次学生的需求。只有这样,教学价值的价值才能得到真正的实现。

4 作为教育顾客，学生满意度是衡量教学质量的主要标准

4.1 高校学生“顾客”角色分析

“顾客”一词是指购买和可能来购买产品或服务的单位和个人。可以把顾客看作是获得了产品或接受了服务的人或机构，也可以看作是向产品或服务提供者提出需求的人或组织。众所周知，高校的教育经费来源主要有三种：一是国家，即政府的财政支持；二是大学通过自己拥有的土地、财产以及捐赠等获取资金；三是学生，即收取学费。“大学通过出卖服务——主要是教学，也包括研究和提供咨询来获得收入。”高等教育可以被看作是一种“服务”，而学生则是高校教育最重要的服务对象。由于学生是教学的直接对象，学生就成为了大学的主要消费者之一，因此可以把学生看作是高校的顾客。

高校的各项工作构成一种服务链，一环扣一环，最终由教师将一种优质的教学服务提供给学生。学生在高校服务中，扮演顾客的角色，主要因为学生是高等服务的直接顾客。高等教育中的顾客范围明显大于人们熟知的商业中的顾客，在《全面质量教育》中，爱德华把教育中的顾客分为三类人，即“初级顾客”、“次级顾客”和“三级顾客”。也就是“直接接受教育的人——学生，支付教育费用的人——家长、雇主和使用教育成果的人——未来的雇主、政府和社会。”在ISO9000:2000标准中，将“顾客”定义为“接受产品的组织或个人”。

笔者认为可以把高等教学提供产品分为两类。一种产品是高校提供的服务，那学生是这种服务的直接接受者，接受了高校提供的教学服务，后勤服务等。因此，从高校服务的角度看，学生是高校的直接顾客。同时由于学生没有完全经济能力，因此家长帮助支付了教育费用，作为高校服务的外部消费者，成为间接顾客^[4]。

而高校提供的另一种产品就是学生，即学生的“能力、知识、理解力和个人身心发展的不断提高。”在这种情况下，社会和雇主接受了该成品，成为最终的顾客。

论文是对大学英语这门课程教学质量的评定，因此其顾客范畴主要针对于学生。因为学生是教学服务的最直接受益者和接受者，所以论文主要是从学生满意度视角进行探讨。

4.2 学生满意度：顾客角度对教学质量评价的具体体现

在对质量、教学质量，顾客满意度和学生满意度等相关概念进行阐述后，下面将对学生满意度在教学评价中如何体现教学质量做一个逻辑梳理。总的来说，经过了三次概念转变和移植，学生满意度的具体价值得到体现。

首先，由于经济与科技发展，产品与服务的复杂性日益凸显，导致了质量内涵发生改变。从过去规格符合性与适应性，转化为现在的满足要求的程度概念。从硬性的指标转变为灵活多样的过程分析。因此，在一定程度上，顾客的满意程度全面的反映了服务质量。在评价质量时，顾客自然成为主体，最具有发言权。

其次，高等教育具有服务属性，可以被划为服务业范畴。高校的存在价值在于为学生个体以及社会组织提供教育服务，通过对学生的教育，促使其能力、知识、和身心得到发展，从而使学生个体及社会中的各组织受益。高等教育通过提供服务谋求生存，换取供高校运转的资金支持。而教学作为高校活动的主要内容，理所应当的成为高校提供的主要服务。

最后，学生作为高校的最直接的服务对象，作为顾客，作为教学中的主体，其质量评价的主体地位是实至名归的。因此在教学评价时，要一改以前只关注学生成绩、教师教法等方面的评价的做法，从学生的角度看教学，发现问题。让学生真正成为教学评价的主体之一。随着学生在教学评价中地位的提升，学生满意度也应该成为评价教学质量的重要指证。因为，学生满意度能较科学的反映教学质量，帮助发现问题。

总之，学生满意度是对教学质量评价的具体体现。教学评价中，应充分考虑到学生满意度的重要性，让学生在评价中充分发挥主动性，得到更真实的评价结果，找出教学中出现的问题，最终提高教学质量。

参考文献

- [1] 陈冠商.公共外语课如何跃进[J].外语教学与研究,1958(4):397-399.
- [2] 陈梅洁.二年级口语课的几点教学经验[J].外语教学与研究,1959(4):215-219.
- [3] 范瑛.二年级英语泛读课[J].外语教学与研究,1963(3):7-12.
- [4] 郭秀梅.外语教学中的精进多练问题[J].外语教学与研究,1963(3):41-44.