

文章编号: 2095-1663(2013)06-0037-05

研究生满意度理论基础与指标构建

韩晓峰¹ 周文辉¹ 王 铭²

(1. 北京理工大学教育研究院, 北京 100081; 2. 清华大学教育研究院, 北京 100081)

摘 要:厘清研究生满意度基本理论对于研究生满意度理论与实践调查具有重要意义。研究生满意度理论基础主要包括态度理论、需要理论、激励理论、期望理论以及顾客满意度理论。研究生满意度区别于顾客满意度,具有主体能动性、差异性以及需求的心智性与精神性、难替换性、高层次性、研究性特征。基于研究生教育与研究生满意度的特点,本研究从课程教学、科学研究、导师指导、管理服务四个维度构建了研究生满意度测量指标,以期研究生满意度调查研究提供参考。

关键词:研究生满意度;理论基础;内涵;指标

中图分类号: G643 **文献标识码:** A

党的十八大报告提出“努力办好人民满意的教育”,学生是教育核心利益相关主体,那么学生是否满意则应成为教育评价的重要维度。教育部副部长杜玉波在2012年教育部直属高校工作咨询委员会上强调要改进人才培养质量的评价方式,并提出“考察评估的重点放在‘四个度’上,其中之一就是学生、家长、用人单位、政府和社会对人才培养质量的满意度^[1]。研究生教育处在高等教育的顶端,对于国家拔尖人才培养与科技创新都具有重要的战略意义。研究生满意度能够直观反映研究生教育中存在的现实问题,对于改进教育管理,提升研究生人才培养质量都发挥着重要作用。因此,重视并开展研究生满意度理论与实践调查具有重要的战略意义。当前国内学界对研究生满意度的研究主要集中在实践调查方面,而对研究生满意度的基本理论鲜有探索,梳理并厘清研究生满意度理论基础、概念内涵,构建研究生满意度测量指标对于丰富研究生满意度理

论、促进研究生满意度科学调查至关重要,此亦本文之意旨。

一、研究生满意度理论基础

理论是人们在实践中对某一事物或领域总结出来的概念或原理,认识理论有助于理解事物本质、指导实践活动。研究生满意度可以说是一个跨学科概念,具有心理学、管理学、教育学等不同学科的理论基础,梳理这些理论有助于理解研究生满意度内涵和指导调查实践。以下主要梳理了态度理论、需要理论、激励理论、期望理论以及顾客满意度理论。

1. 态度理论

态度是一种行为和认知倾向,它通过对特定的人物、地点和事物进行好恶评价表现出来^[2]。一般认为,态度包含认知、情感、行为倾向三个成分。认知成分是个体对对象的认知,包括关于事物的事实、

收稿日期:2013-06-04

作者简介:韩晓峰(1988—),男,山西临猗人,北京理工大学教育研究院硕士研究生。

周文辉(1970—),男,江苏泰兴人,北京理工大学教育研究院副院长,副研究员。

王铭(1986—),男,天津人,清华大学教育研究院博士研究生。

基金项目:本文系北京市教育科学“十二五”规划重点课题“基于学生满意度的北京高校研究生教育服务质量提升研究”(编号:ADA13085)阶段性研究成果。

知识、信念、评价等。情感成分是个体在对事物评价的基础上产生的情绪情感体验,包括喜爱、憎恶、讨厌等。行为倾向成分是个体对事物反应的倾向,如接受、逃避等。态度的形成源于对个体的经验和学习。社会心理学家卡茨(D. Katz)提出态度主要有四种功能:认识功能,即个体对事物的了解和认识通过态度实现;价值表达功能,即通过对事物的态度表达个体的价值取向;调试性功能,即个体根据事物是否满足自身的需要选取态度取向与取舍;自我防御功能,即通过态度回避负面的事物信息^[3]。可见,态度是相对稳定的,但也可以改变;态度很重要,通常影响人的行为。研究生满意度是研究生对所经历教育与环境获得认知后产生的一种满意感,是研究生对教育的一种态度,满意度的高低会直接影响学生的行为,最终会影响学生与学校的发展。因此,了解研究生满意度,并通过改变外在环境要素能够提高研究生满意度,对研究生成长无疑是有益的。

2. 需要理论

1943年,美国心理学家马斯洛(Abraham H. Maslow)提出了需要层次理论,认为人的动机源自于内在的需要,将人的需要归结为5个层次(后来发展为7个层次):生理需要、安全需要、归属和爱的需要、尊重的需要、自我实现的需要,并由低到高形成阶梯。各种需要之间是具有内在联系的,需要的层次越低,驱动的力量越强,随着需要层次的提高,力量逐渐减弱,并且高级需要的满足要以低级的满足为基础,通常只有在低级需要满足或部分满足之后,高级需要才会出现。研究生满意度取决于教育经历满足自身需要的程度,这些需要既包括基本需要,如提供食宿的食堂、宿舍条件环境,也包括高级需要,如满足自身学习、交往和成长的教育资源环境等。

3. 双因素激励理论

美国心理学家赫兹伯格(Fredrick Herzberg)在20世纪50年代后期提出双因素理论,认为感到满意的因素与感到不满意的因素是大不相同的,感到不满意的因素往往是由外界环境引起的,被称为保健因素,感到满意的因素通常是由工作本身产生的,称为激励因素。改善保健因素能够消除不满,提高激励因素可以增加满意感。赫兹伯格发现造成职工非常不满的原因有:公司政策、工作条件、人际关系、生活条件等。使员工感到满意的原因有:工作成就感、被认可、有挑战、肩负较大责任、有发展等

等^[4]178-181。对照研究生教育要素,食宿等生活条件,图书馆、实验设备等科研条件,师生人际关系等都属于保健因素;而研究生从学习、科研等过程中获得的发展与成就感则属于内在的激励因素,因此,研究生满意度调查可以为消除研究生不满、增加满意感提供指导。

4. 期望理论

1964年,美国心理学家弗隆(Victor H. Vroom)提出期望理论,弗隆认为某一活动对某人的激发力量取决于他所能得到结果的全部预期价值乘以他认为达成该结果的期望概率。用公式可表示为: $M = V \cdot E$ (激发力量=目标效价·期望值)。在期望理论基础上,帕特(L. W. Porter)和劳勒(E. E. Lawler)推导出了更为完备的激励系统模式,即目标—努力—绩效—奖励—满意以及从满意反馈回努力的良性循环(见图1)^[4]181-185。因此,测量研究生满意度,以及采取措施消除不满、提高满意程度的关键意义在于,促使研究生增加努力程度,积极投入研究和学习之中,提高研究生人才培养质量。



图1

5. 顾客满意度理论

顾客满意度理论大约建立于20世纪70到80年代。美国著名市场营销学专家菲利普·科特勒(Philip Kotler)将顾客满意度定义为:顾客对一个组织所提供的全部产品,包括服务、活动、情况、过程等的可感知效果与其期望值比较后所形成的感受状态^[5]。顾客满意度是顾客对企业产品服务质量的的重要评价依据。学生满意度的概念正是源自于顾客满意度,进入20世纪90年代,英美国家对于学生满意度的调查与研究开始兴盛起来。关于顾客满意度测量模型,20世纪80年代Parasuraman等人提出的差距分析模型^[6]、1985年美国服务管理研究组合PZB提出的SERVQUAL(Service Quality)服务质量测评方法^[7]、1992年Cronin等人提出的感知绩效服务质量度量模型SERVPERF(Service Performance)^[8]都基于相同的理论基础,即顾客满意度是源于服务期望与服务感知间的差距。其中SERVQUAL模型侧重过程质量;SERVPERF模型是在SERVQUAL模型的基础上改进,侧重结果质量。顾客满意度理论成为当前学生满意度研究的重要理论基础。

二、研究生满意度内涵与特征

1. 研究生满意度内涵

“满意度”的提法源自于顾客满意的概念与理论,对学生满意度的研究兴盛于20世纪90年代英美国家开展的调查研究,我国教育界对于学生满意度的关注与研究大概始于21世纪初。当前,学界对于学生满意度的解释仍多采用顾客满意度的概念,对研究生满意度的概念还少有阐释。有研究者认为学生满意度是“学生作为享受学校教育服务的消费者,在将自己接受学校教育服务的感知结果跟自己预期期望进行比较的过程中,产生的高兴、愉悦或失望的一种心理感受”^[9];也有研究者从满意度的内容维度出发,认为学生满意度包含理念满意、行为满意、视听满意和服务满意四个方面^[10];还有研究者认为满意度是一种复杂的心理状态和体验,它受到认知性因素与情感性因素的综合影响^[11]。

较之于一般学生,研究生具有较为成熟的主体心理与价值观念,此外,寓教于研是研究生教育的一个显著特点。综合上述研究,可以归纳研究生满意度的涵义。第一,研究生满意度是研究生主体对研究生教育服务内容的一种感知评价。感知评价主体是研究生,感知评价客体是高校、科研院所等培养单位提供的教育服务,这些教育服务以研究生的学习性支持为核心,涵盖教学、科研、生活、管理等方面。第二,研究生满意度是一种心理感受,具有较强的主观体验性。这种主观体验不仅仅受外部教育服务的直接影响,而且还受到研究生自身身心状况以及个体经验的影响,因而具有较强的主观性与个体差异性。第三,研究生满意度取决于实际感知的教育服务与期望之间的差距。这种差距源自于体验到的实际教育服务状况达到心理预期或需要的程度。第四,研究生满意度是基于研究生主体评价研究生教育质量的重要维度,它与教师、学校、政府、社会等主体对教育过程与结果的评价共同构成研究生教育质量的衡量维度。

2. 研究生满意度特征

学界对学生满意度的调查研究多基于顾客满意度理论,甚至认为学生满意是顾客满意在高等教育领域的应用,这种观点忽视了顾客满意在教育领域的适切性,忽视了学生满意度的独特性与本土性。事实上,学校中的学生身份不完全等同于市场中的

消费者身份,因此,学生满意度是区别于顾客满意度的。研究生教育的本质与使命赋予了研究生教育特点的显著,而就研究生满意度而言,有如下特征:

(1)主体能动性与差异性。顾客满意度是顾客对市场产品的感知评价,在这个过程中,消费者享受的往往是企业提供好的物品,即使是服务产品,也基本上不需要消费者的主体能动性,而教育的特性就是受教育者全程参与教育服务的“生产”,而且参与主体必须发挥主观能动性,比如一名教师在完成一堂课的过程中,是离不开学生的主动思考、参与和探讨的,对于研究生教学科研更是这样,个体主观能动性发挥得好坏直接决定受教育的效果。并且在这个过程中个体的差异也是很大的,不同的个体参与程度不同,对同样的教育服务的满意度也会存在较大差异。

(2)需求的心智性与精神性。学生满意度更多的是受其对于在学校中享受的教育过程与获得的教育结果的满意感影响,这种满意感更多的是源自于心智和精神的满足,比如知识的收获、思维的启迪、教师同学之间的和睦相处,而不仅仅是基本生理需要、低级需要,相比之下,顾客满意感更多的是对所享用产品的物质需求。尤其是在研究生教育阶段,研究生的知识专业性更强、科研更精深,这对学校的教育资源平台要求更高,比如即使研究生后勤服务再好、校园环境再好,倘若研究生感觉在教学科研中的收获不足、成长很少,那么满意感也会大打折扣。

(3)需求的难替换性。在教育领域中学生即使是对学校的教育服务不满意,也较难替换,这不同于市场中的顾客享受服务的方式,假如顾客对所享用的产品服务不满意,顾客会较容易选择拒绝、摒弃或替换。而教育则不同,学生替换教育服务的成本很高,尤其是越高层次的教育阶段成本越高,比如研究生教育阶段,研究生要选择更换学校、专业、导师的成本是很高的,多数研究生几乎没有选择权与替换权。因此,研究生如果对教育产生不满,多采取隐忍、回避的态度。

(4)需求的高层次性。研究生教育位于教育系统的最顶端,在拔尖创新人才培养与科技创新方面起着举足轻重的作用,不论是受教育者还是教育者都具有较高的科学文化素质,对精深的专业知识与奥妙的科学研究更加渴求。因此,研究生对教育服务内容的要求更高,如高校的师资水平、图书资源、科研支持等教育资源环境都必须达到较高的条件,

否则是难以满足研究生的学习需求的。

(5)需求的研究性。正所谓“寓教于研是研究生教育的一条特有规律,创新人才在科学研究过程中得到锻炼,创新能力在科学研究中得到激发”^[12],美国著名高等教育学者伯顿·克拉克(Clark Burrton R)也曾指出,研究生教育以科研为首要任务,教授的作用在于把科研和教学结合起来——科研活动十分恰当地成为一种教学模式,学生的作用就是把科研和学习结合起来——科研活动转变为一种学习模式^[13]。研究生对科研设施、科研资助、导师指导、科研交流等科研方面较高的感知要求,因而研究生对高水平科研的满意感在整体教育满意感中扮演了重要角色。

三、研究生满意度指标构建

指标是一种评测准则,是对评价的内容或方面的质的规定,这种评价准则是具体的、行为化的、可测量的和可量化的^[14]。指标的意义正是在于能够将难以测量的问题通过普遍的调查统计获得较为客观的数据信息,从而为科学决策提供依据。

本研究通过对已有的顾客满意度、学生满意度

研究进行归纳比较,并结合研究生教育特点,采用专家、学生以及学校相关管理部门人员座谈的方法充分吸收各方的观点与意见,初步构建了研究生满意度测量指标,并通过对调查获得的数据进行因子分析,对相关指标进行了调整,最终形成了研究生满意度的测量指标(见表1)。

研究生满意度指标分课程教学、科学研究、导师指导、管理服务4个一级指标,共22个二级指标。课程教学含6个指标,其中课程学习效果有4个解释项;科学研究含5个指标,其中参与科研效果有5个解释项;导师指导含5个指标,其中导师影响有5个解释项;管理服务选取了主要影响研究生学习的6个方面构成指标。

本指标选取研究生教育四个主要维度,内容充分反映了研究生学习性支持要素和研究生教育寓教于研的特点,避免了生搬硬套国外顾客满意度测量模型的缺点,具有良好的本土适用性。研究生满意度测量的是一种主体主观感受,因此对于满意度题项设计一般采用李克特等级式。此外,我们采用此指标问卷,在全国范围内开展了研究生满意度调查^[15],收集了一系列有价值的信息,并产生了广泛影响。

表1 研究生满意度测量指标

一级指标	课程教学		科学研究		导师指导		管理服务
二级指标	课程体系合理性		读研期间参与的科研项目数		导师学术水平		图书馆
	课程前沿性		参与科研的学术含量		导师道德修养		
	教师教学方法		参与科研效果	创新能力	导师指导的频次时间		住宿
	教师教学水平			学术素养	导师指导水平		食堂
	课程学习效果	夯实知识基础		实践能力	导师影响	学术兴趣	奖励学金制度
		了解学科前沿		学习能力		专业知识	
		学习科研方法	就业竞争力	科研能力			
	提高创新能力		所获科研补贴			治学态度	学术交流
	专业实践		科研环境与政策支持			道德修养	就业指导与服务

四、结语

重视并开展研究生满意度调查与研究,具有重大的理论与实践意义。一是尊重研究生权利,体现学生本位的教育服务质量管理理念。传统的教育管

理中,学校、教师等通常主导一切,而忽视了学生主体权利,随着教育管理理念的发展变化,“学生中心”的观念深入人心,学生权利逐渐受到了高度重视。另外,研究生教育属于非义务教育阶段,特别是研究生教育经费投入机制改革后,研究生的“消费者”地位将逐渐显现,研究生权利与研究生教育服务质量

管理也会更加受到重视。二是凸显研究生主体意识,促进教育评价主体的多元化。长期以来,我国对研究生教育质量的考量多以政府、培养单位、教师为评价主体,而忽视了研究生这一核心利益相关者,重视开展研究生满意度调查研究,显现了对研究生教育评价主体的重视,是研究生教育评价发展的必然趋势。三是改进研究生教育管理,提升人才培养与研究生教育质量。在高度信息化和大数据时代,数据信息能够客观反映一个事物的本然面貌,对于科学决策至关重要。研究生满意度调查能够客观地搜集研究生教育教学管理信息,进而为教育教学管理

决策提供科学依据,提高研究生教育资源利用效率,最终必将有利于提升人才培养与研究生教育质量。

我国学界对于高等教育学生满意度的研究起步较晚,且学生满意度理论研究多有移植顾客满意度理论,而忽略了学生满意度的特性。尽管对学生满意度意义已有一些认识,但对学生满意度的研究还远远不足,研究生满意度研究更是凤毛麟角,对研究生满意度的理论探索几乎为空白。本文梳理了研究生满意度的不同学科理论基础,探讨了研究生满意度的内涵与特征,并构建了研究生满意度测量指标。希望笔者所做工作对研究生满意度理论与实践探索有所裨益。

参考文献:

- [1] 杜玉波. 关于创新人才培养的几个问题[N]. 光明日报, 2012-8-29.
- [2] 斯宾塞·A·拉瑟斯. 心理学[M]. 宋振韶,等,译,北京:中国人民大学出版社,2012:260.
- [3] 张钦. 普通心理学[M]. 北京:中国人民大学出版社,2012:398.
- [4] 徐国华,张德,赵平. 管理学[M]北京:清华大学出版社,2001.
- [5] 苏秦. 现代质量管理学[M]. 北京:清华大学出版社,2005:252.
- [6] Parasuraman A, Zeithaml Valarie A, Berry Leonard L. A conceptual model of Service quality and its implications for future research[J]. Journal of Marketing, 1985,49(4):41-51.
- [7] Parasuraman A, Zeithaml Valarie A, Berry Leonard L. SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality[J]. Journal of Retailing, 1988,64(1):12-40.
- [8] J. Joseph Cronin, Jr. Steven A. Taylor, Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension [J]. Journal of Marketing Research, 1992,56(7):55-68.
- [9] 裴真. 顾客满意度及其提高途径[J]. 营销管理, 2004, (11).
- [10] 石军霞. 高校学生满意度调查研究[D]. 苏州:苏州大学, 2008.
- [11] 胡子祥. 高等教育服务质量的实证研究——基于学生感知的视角[M]. 成都:西南交通大学出版社, 2009:34.
- [12] 赵沁平. 教育规律究竟有哪些[J]. 中国高等教育, 2012, (18).
- [13] 伯顿·克拉克. 探究的场所——现代大学的科研和研究生教育[M]. 王承绪,译,杭州:浙江教育出版社, 2001:1.
- [14] 邬志辉. 教育指标:概念的争议[J]. 东北师范大学学报(哲学社会科学版), 2007, (4).
- [15] 周文辉,王战军,刘俊起,等. 我国研究生教育满意度调查——基于在读研究生的视角[J]. 学位与研究生教育, 2012, (12).

Theoretical Basis and Index of Graduate Student Satisfaction

HAN Xiao-feng¹, ZHOU Wen-hui¹, WANG Ming²

(1. Institute of Education, Beijing Institute of Technology, Beijing 100081;

2. Institute of Education, Tsinghua University, Beijing 100081)

Abstract: Clarifying the basic theory of graduate student satisfaction is an issue of great significance. The basic theory consists of the attitude theory, needs theory, incentive theory, expectancy theory and customer satisfaction theory. Student satisfaction is different from customer satisfaction in that the former features subjective initiative and difference, with mental and emotional demands, and a hard-to-replace, high-level and inquisitive nature. Based on the characteristics of graduate education and student satisfaction, this study presents an index for graduate student satisfaction from the four aspects of teaching, research, supervision and management service. It is hoped that this index will be beneficial for investigations into graduate student satisfaction.

Keywords: graduate student satisfaction; theoretical basis; content; index