

高等教育产品定义的逻辑审视与重新界定

刘 波¹, 彭 瑾², 王华光¹

(1 西安交通大学 公共政策与管理学院, 陕西 西安 710049)

2 西安交通大学 人文社会科学学院, 陕西 西安 710049)

摘 要: 针对学术界关于高等教育产品的概念尚未形成统一认识, 各种定义都未给出令人信服的逻辑论证的问题, 运用思维科学的逻辑方法, 从产品的概念出发, 构建了产品的形成模型, 从而重新界定了产品的概念并分析了产品概念的内涵与外延。基于此, 对高等教育产品的概念进行了分析, 构建了高等教育产品的生产模型并在逻辑规则下对高等教育产品的概念重新定义: 高等教育生产部门投入的空间、时间、教师、设备等生产要素经过一系列管理、科研等相互作用的活动之后产生的, 通过教学、后勤、合作支持等方式提供给社会个人和单位的高等教育服务。研究结果可为分析高等教育产品的供给机制、产品属性及运作机制等问题提供有益借鉴。

关键词: 高等教育产品; 概念界定; 外延; 内涵

中图分类号: G40

文献标志码: A

文章编号: 1671-6248(2010)01-0101-06

自从著名经济学家 Schultz 的人力资本理论指出, 高等教育可以通过提高劳动生产率, 进而促进社会经济增长, 由此指出高等教育的需求方是社会, 进一步得出高等教育的产品是人力资本, 也就是学生的结论^[1]以来, 学术界关于高等教育产品的争论就一直未停止过。以 Romer 和 Lucas 为代表的新增长理论学派将知识和技术看作是经济增长的内生变量, 并且认为通过高等教育和培训获得特殊知识和专业化的人力资本是经济增长的主要因素, 它们不仅可以使自身获得收益, 而且能够促进其他要素收益的增长, 从而保证了长期的经济增长^[2-3]。根据新增长理论, 高等教育的需求者包括 2 个方面, 一个是个体, 另一个是社会, 也就是说高等教育的产品是高等教育服务和人力资本(学生)。

随着高等教育的普及和发展, 中国关于高等教育产品的论述也逐渐升温。中国台湾教育经济学家

盖浙生认为, “学校是提供产品的生产单位, 其产品是指学生知识的获得、技术的增进、品德的陶融等方面的改进, 也就是人力资源的培育与运用”, 即教育产品为受教育者人力资本的增加量。厉以宁在讨论教育产业问题时明确指出, “教育产品是教育单位和教育部门提供的产品, 这种产品又称教育服务”^[4]。袁连生在分析教育产品的属性时也指出, “作为产品属性分析的教育, 指的是学校提供的教育服务”^[5]。这些专家观点虽有一定的道理, 但是都未给出令人信服的逻辑推理过程。正如姜娟芳对上述几个教育产品观点进行评述时指出的, 所谓“学生产品说”忽视了学生特质以及社会其他方面的影响, 而“服务产品说”则仅仅是断言, 没有给出具体的生产过程^[6]。关于高等教育产品的研究虽然已经有近半个世纪的历史, 但是对高等教育产品这个基本概念的认识至今仍未达成共识, 各种定义都没能

收稿日期: 2009-09-09

基金项目: 陕西省软科学项目(2009KRM084); 西安市科技计划联合资助项目(SF8012-3)

作者简介: 刘 波(1972-), 男, 山西太原人, 副教授, 管理学博士, 博士后。

给出令人信服的理由,不仅对高等教育产品内涵的理解存在明显分歧,而且对其外延的界定也不明确。

科学定义一个学科领域中的基本概念,是构建该领域完整理论体系的基础。正是由于现行高等教育产品定义存在或多或少的缺陷,概念的内涵与外延都有模糊之处,以致于高等教育产品研究的对象是人力资本的增加或高等教育服务,还是兼而有之至今难以做出确切回答。不仅如此,本来高等教育产品的定义是研究高等教育运作问题的基础,但是定义上的不统一使得后续的研究缺乏系统性和科学性。这个问题束缚了高等教育理论的基础研究,也使得相关的实证研究拓展受到限制,以致于该领域至今还难以构建一个完整的理论体系框架。

因此,笔者认为研究高等教育产品问题对于整个高等教育产品属性的研究、高等教育供给机制的研究等都有着十分重要的积极意义,只有清晰地界定高等教育产品的内涵与外延,才有可能在此基础上逐步构建起关于高等教育产品的理论体系,进而引导研究者在理论、实证和应用等方面展开系统而深入的科学研究。

一、产品与高等教育产品

要科学地给某种概念下定义,必须遵循思维科学中最基本的逻辑方法。因此,要准确地把握并科学定义高等教育产品这个概念,有必要先对“产品”这一概念进行一番追溯和研究。

(一)产品概念的起源

《辞海》中与“产品”有关的“产”是指“创造物质或精神财富”^[7],从这个意义上讲“产”是一个动词,它描述了动态的过程,并得到一定的结果,即“物质或精神财富”;而与“产品”有关的“品”是“物品”,也就是说“品”是一个客观存在的物体,也可以理解为“物质或精神财富”。而《现代汉语规范词典》中“产品”则直接被定义为“劳动所创造的物质资料,包括生产资料和消费资料”^[8],广义中的产品也包括人们“创造的精神财富”。所以“产品”是劳动创造过程得到的物质或精神财富。

英语中与本文的产品相对的单词是“product”,在《剑桥国际英语词典》中,“A product is something that is made to be sold usually something that is produced by an industrial process or less commonly, something that is grown or obtained through fam-

ing”^[9];在《牛津高阶英汉双解词典》中,“product”是指“thing or substance produced by a natural or manufacturing process”^[10]。

不论是权威的汉语词典还是英语词典都可以清晰地看出,产品的概念里面延伸出下面几个问题:产品既然是创造过程得出的结果,那么由谁来创造?创造的过程是怎样的呢?创造出来的结果也就是“物质财富或精神财富”,用来干什么呢?

(二)产品概念的发展

随着经济社会的发展,人们创造的物质和精神财富越来越丰富,很多的财富都被形容成或者描述成产品,产品似乎成为一个约定俗成且不需要讨论的定义。

ISO 9000 2000将产品定义为“一组将输入转化为输出的相互关联或相互作用的活动的结果”^[11],即“过程”的结果。这个定义明确指出产品是结果。仔细分析这个定义,也可以发现几个问题:输入的是什么?由谁来输入?输出的是什么?输向谁?同时,8项质量管理原则(ISO 9000 2000)还给出了产品的几种存在形式。一种是服务,通常是无形产品;一种是软件,通常也是无形产品,由信息组成,并以方法、记录或程序的形式存在;一种是硬件,通常是有形产品,是不连续的具有特定形状的产品;还有一种是流程性材料,通常是有形产品,是将原材料转化成某一特定状态的有形产品,其状态可能是流体、粒状、带状。

通过上面的分类,可以将产品表现形式分为无形产品、有形产品。无形产品包括服务、软件,有形产品包括硬件、流程性材料。同时需要指出的是,一种产品可由2个或多个不同类别的产品构成。

(三)对产品概念的重新界定

经过考证产品与产品相关概念的产生和发展,笔者构建出产品的形成模型(图1)。

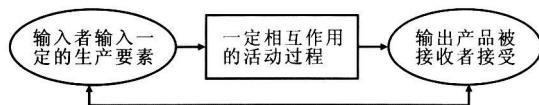


图1 产品形成模型

在产品的生产中,将输入者称为生产者,而将接收者称为消费者。生产者与消费者是可以同一的。至此,笔者重新给出产品的定义:产品是生产者通过投入一定的时间、物质等生产要素,经过一系列相互作用的活動过程之后产生的能够被消费者使用的一系列有形或者无形的结果。

(四)产品概念的内涵

通过分析产品的构建模型,笔者认为产品的概念有3个本质属性。首先是要有输入主体也就是产品的输入方(本文称之为生产者)及其投入的一系列生产要素,其中生产要素的形式可以是多种多样的;其次是要经过一定的过程,这个过程是由一系列相互作用的活动而构成;最后是产生的产品能够被接收方(消费者)所使用,其中输入方(生产者)与接收方(消费者)可能是同一个主体。产品概念的构成离不开这3个本质属性。

(五)产品概念的外延

在这里,有必要区分物品、产品和商品的概念。按照《现代汉语规范词典》给出的定义,物品是指各种具体的东西;在政治经济学中,商品被定义为用来交换的劳动产品,具有价值和使用价值;《辞海》中也指出,供自己消费的劳动产品不是商品,为他人生产但是不经过交换也不能成为商品。这3个概念的相互关系如图2所示,是相互包含的关系。

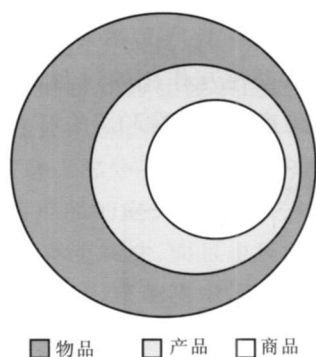


图2 物品、产品、商品三者关系模型

(六)产品是高等教育产品上位属概念

上位属概念即一次划分中的母概念。在讨论高等教育产品定义前之所以要考察产品这个概念,这是因为下定义时首先应把被定义的种概念放进它上位属概念中,才能保证所下的定义准确明晰。产品与高等教育产品在概念上是一种什么关系呢?笔者认为高等教育产品上位属概念就是产品。本文选择以产品而不是与高等教育产品邻接的概念作为高等教育产品上位属概念主要为了避免推理过程中的循环论证,以及临近概念相似性太多而导致论证不清的问题。

第一,产品的任何表现形式都必然具有产品这个概念的内涵,也就是具备3个本质属性,高等教育

产品作为产品的一种表现形式也不例外,因为它们之间首先是属概念与种概念的关系。

第二,概念划分的逻辑方法有一条重要规则,即每次划分必须按统一标准进行,而不能将其他标准划分的概念与其混为一谈,否则就会犯划分标准不统一的逻辑错误。按产品生产部门这一标准用多分法进行一次划分,现实中各种形式的产品便可划分为工业产品、农业产品、第三产业产品这3个同属不同种的子概念。其中,高等教育产品属于第三产业产品。

二、对高等教育产品概念的重新界定

通过对产品概念的论述可知,要确定产品的概念,必须把握产品的3个本质属性,对于高等教育产品而言,同样不能突破这3个本质属性的限制。

(一)高等教育产品的生产者及其生产要素

上文已论述,高等教育产品概念是产品概念按照生产部门的不同划分出来的种概念,即高等教育产品是高等教育生产部门生产出来的产品,所以说高等教育生产部门是高等教育产品的生产者。高等教育生产部门包括各类本科院校以及各类科研院所等,这一点很明确。生产者在生产过程中要投入一定的生产要素。高等教育生产部门投入的生产要素包括教师、房屋、实验仪器、教学设备等有形要素以及这些部门长期以来形成的校园文化、品牌等无形要素。

需要指出的是,教师这一生产要素在高等教育生产部门中的存在是由于其本身具有的知识储备以及知识创造能力,知识创造能力意味着不断创造产生新的知识。一个教师如果仅仅掌握已有的知识而不具备不断创造新知识的能力则很快会被高等教育生产部门所淘汰。所以说,高等教育生产部门投入的教师这一生产要素实际上是凝结在教师身上的现有知识以及教师创造出来的新知识。实际上,不仅教师这一要素,像文化、品牌这类无形要素都是在不断积累和变化的,高等教育生产部门投入到高等教育生产过程中的生产要素既包括现已形成的,又包括经过变化之后新形成的。

(二)高等教育生产过程

高等教育生产部门的日常活动可以分为内部活

动和外部活动 2 个部分。内部活动是指高等教育生产部门自身的运作活动,主要包括科研活动和内部管理活动 2 项。科研活动产生新的知识,如新的思想、新的生产工艺等。内部管理则是形成独特的部门文化的基础,正是不同的内部管理才造就了各类不同的高等教育生产部门。知识也好,内部管理也好都是不断积累变化的,这种变化慢慢地转变并附着在教师和管理系统之中,成为高等教育生产部门自身的一部分。实际上高等教育生产部门形成新的知识和文化结合在一起就构成了高等教育生产部门的品牌和声誉。正如前面所分析的,这些应该是高等教育生产部门投入的生产要素。

外部活动主要包括 2 项内容:一项是招生及对学生的教育培训;另一项则是与社会企事业单位的合作,即为社会企事业单位提供一些智力支持。教育培训学生的过程实际上就是给予学生教学服务和后勤服务的过程,而与社会企事业单位的交往过程则是高等教育生产部门利用自身的智力、科研成果为企事业单位服务的过程。

(三)高等教育消费者

一般来说 与高等教育生产部门发生关系的有

2 个主体:一个是学生主体,学生投入大量的时间、精力在高等教育生产部门学习;另一个是一些企事业单位,这些单位希望从高等教育生产部门这里获得相应的智力支持。仔细分析可以发现,学生在与高等教育生产部门的接触过程中,通过高等教育生产部门的课堂教学获得一定的技能,通过接受高等教育生产部门的管理和后勤服务保障自己的生活,通常这一部分称为高等教育服务,即学生从高等教育生产部门的生产过程中得到的是高等教育服务;而对于各类企事业单位与高等教育生产部门的接触,通常称为这些社会单位从这里得到了知识,其实换个角度来说,实际上也是高等教育生产部门通过合作、出售等方式为这些单位提供服务的过程,这些单位因此而使得自身具备了一定的技能和形成与其他竞争单位竞争的独特优势,从而可能会给自己带来更多的收益。从这个意义上说,社会单位从高等教育的生产过程中获得的也是高等教育服务。

(四)高等教育产品生产模型

经过分析高等教育产品相关的生产者、消费者以及高等教育活动相互作用的过程,笔者构建了高等教育产品的生产模型(图 3)。

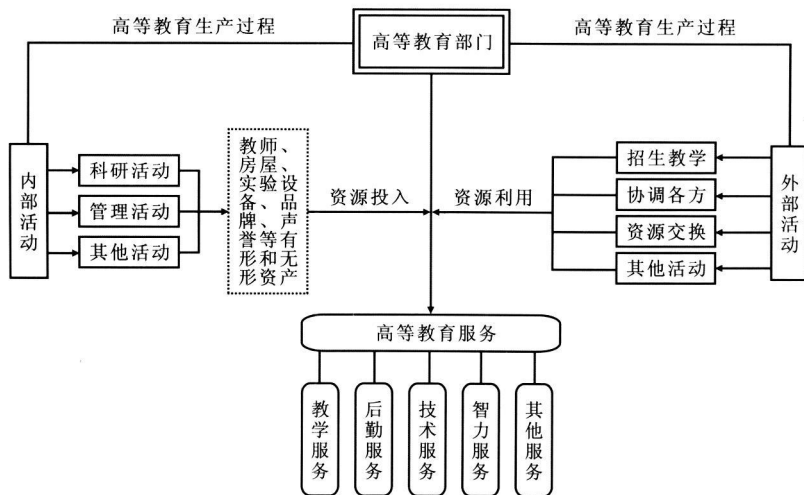


图 3 高等教育产品生产流程

三、基于逻辑规则重新定义高等教育产品

在对产品和高等教育产品的关系以及高等教育产品的生产过程进行分析之后,笔者运用逻辑思维的规律来定义高等教育产品。

(一)高等教育产品的重新定义

定义的过程就是用已知概念来对新概念作综合性的语言描述。从结构上来说,一个概念的定义主要包括被定义项和定义项 2 个部分^[12]。它的一般形式可以表示为:被定义项(种概念)=定义项(属概念+种差)。

其中被定义项是内涵有待明确的概念,定义项

是对被定义项的概念性描述,包括属概念和种差 2 个部分。本文中高等教育产品即这个种概念,这里的属概念即上文讨论的产品;种差则是将同属不同种的几种产品区别开来的规定性。经过上述的逻辑分析,结合产品概念的定义,笔者给出高等教育产品的定义:所谓高等教育产品是指高等教育生产部门投入的空间、时间、教师、设备等生产要素经过一系列管理、科研等相互作用的活动之后产生的,通过教学、后勤、合作支持等方式提供给社会个人和单位的高等教育服务。根据这个定义,高等教育产品包含以下几个方面含义:一是高等教育产品的生产者 是高等教育生产部门,在生产过程中高等教育生产部门投入自身拥有的教师、房屋、教学试验设备等生产要素。高等教育生产部门可以是各类本专科院校,也可以是各类科研院所。二是高等教育的生产过程是指教学、科研、后勤管理以及与社会有关企事业单位的合作等。三是高等教育产品的消费者包括社会个人和企事业单位,个人一般理解为学生,而企事业单位的范围也比较宽泛,可以是公司、企业也可以是政府有关部门。四是有些公司、企业甚至个人也进行相关的科研和为社会单位提供技术等服务,但是由于这些公司、企业或者个人不属于高等教育生产部门,故这一部分不能算是高等教育产品。

高等教育产品的定义不但在定义项中体现了属概念“产品”的本质属性,而且也反映了高等教育产品与相近种概念(形式逻辑中把一个概念的外延全部包含在另一个概念外延之内的关系,叫从属关系。被包含的概念叫种概念,能够包含其他概念的概念叫属概念,如“京剧”这个概念的外延,是“戏剧”这个概念的外延的一部分,“京剧”是种概念,“戏剧”是属概念)的差别。前几点是“产品”这一属概念所具有的本质属性,而第四点则是将高等教育产品与其他同属不同种的工业产品、农业产品等区别开来的本质属性。

(二)高等教育产品的外延

概念的划分是将属概念分为它所包含的种概念,从而使属概念的外延范围明确起来的一种逻辑方法。笔者拟以产品的生产部门为划分标准,并通过二次划分来确认高等教育产品的外延。

在讨论产品与高等教育产品之间关系的过程中,由于生产部门的不同而将产品划分为工业产品、农业产品和第三产业产品,它们之间是并列的关系。高等教育产品的外延见图 4 所示。

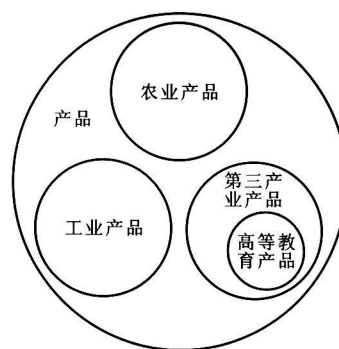


图 4 高等教育产品的外延

四、结 语

中国对于高等教育产品的研究从 20 世纪 90 年代开始起步,在 20 世纪 90 年代中期关于高等教育产业化的争论中达到高峰,笔者通过对产品概念的探究给出了高等教育产品的生产过程模型;通过对高等教育产品概念的重新界定,经过严密的逻辑推导明确了高等教育服务是高等教育产品的观点。

参考文献:

- [1] Schultz T W. Investment in human capital[J]. The American Economic Review, 1961, 51: 1-17
- [2] Romer P. Increasing returns and long-run growth[J]. Journal of Political Economy, 1986, 94(5): 1002-1037.
- [3] Lucas R. On the mechanics of economy development[J]. Journal of Monetary Economics, 1988, 22: 3-42
- [4] 厉以宁. 关于教育产品的性质和对教育经营的若干思考[J]. 教育科学研究, 1999, 10(3): 3-11.
- [5] 袁连生. 论教育的产品属性、学校的市场化运作及教育市场化[J]. 教育与经济, 2003, 19(1): 11-15.
- [6] 姜娟芳. 论高等教育产品及其产品属性[J]. 财经界, 2006(10): 258-259.
- [7] 夏征农. 辞海[M]. 上海: 上海辞书出版社, 1999.
- [8] 李行建. 现代汉语规范词典[M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 2004.
- [9] 普洛克特. 剑桥国际英语词典[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2004.
- [10] 霍恩比. 牛津高阶英汉双解词典[M]. 北京: 商务印书馆, 2002.
- [11] 田武. 质量管理体系内部审核及文件编写[M]. 北京: 中国计量出版社, 2001.
- [12] 曲玉波, 朱成全, 尹岩. 逻辑学导论[M]. 大连: 东北财经大学出版社, 2003.

Logic scanning and redefining higher education product

LIU Bo¹, PENG Jin², WANG Hua-guang¹

(1. School of Public Policy and Administration, Xi'an Jiaotong University, Xi'an 710049,

Shaanxi, China; 2. School of Humanities and Social Sciences, Xi'an Jiaotong

University, Xi'an 710049, Shaanxi, China)

Abstract Aimed at the problem that there is not a unified cognition for higher education product in the academic world and all kinds of definitions can not give a convincing logic demonstration process. This paper, through the logic method of noetic science, establishes a product formation model from the point of view of product definition. Product concept is redefined and its scientific connotation and extension are analyzed. Based on it, the authors analyze the higher education product concept, construct the production model of higher education product and redefine higher education product concept. The research results can provide beneficial reference for supply mechanism, productive attribute and operating mechanism for higher education product.

Key words higher education product; conceptive demarcation; extension; connotation

(上接第 74页)

Rethinking about contract fraud in nature type and format

TAO Xin-ping, GUO Bao-ping

(School of Politics and Administration, Chang'an University, Xi'an 710064, Shaanxi, China)

Abstract A detailed analysis of contract fraud from the perspective of nature, type and form of the contract is conducted. The conclusion shows that the contract is just a strategy in the circumstance of contract fraud, which is used to defraud others' property. The definition of contract in this context is the contract that can reflect the market order. Therefore, the contract that adjusts relationships should be ruled out absolutely. In addition, the contract fraud in criminal law, should be interpreted from an open perspective, which means that both oral and written contracts will constitute the crime of contract fraud.

Key words contract fraud; nature of contract; type of contract; contract format