

新文科背景下高职院校专业教师社会服务能力素养要求研究

宫颖,王朝南

(湖南邮电职业技术学院,湖南长沙 410015)

【摘要】专业教师作为高职院校实现社会服务职能的重要主体,其社会服务能力的高低直接影响高校社会服务的输出质量。文章基于社会服务能力和新文科的概念认知,指出现阶段高职院校专业教师开展社会服务时存在社会服务意识不足、社会服务动力不足、社会服务能力不足三大问题,并分析成因,提出了在新文科建设背景下,高职院校专业教师应具备的社会服务能力素养要求。

【关键词】新文科;高职院校;社会服务能力

【doi:10.3969/j.issn.2095-7661.2022.04.026】

【中图分类号】G715

【文献标识码】A

【文章编号】2095-7661(2022)04-0094-03

Research on the Requirement for Literacy of Higher Vocational Teachers' Social Service Capabilities Under the Background of New Liberal Arts

GONG ying, WANG Chao-nan

(Hunan Post and Telecommunication College, Changsha, Hunan, China 410015)

Abstract: As an important subject to realize social service function in higher vocational colleges, professional teachers' social service capabilities directly affect the output quality of social service in higher vocational colleges. Based on the concept of social service capabilities and new liberal arts, this paper points out that there are three major problems including lack of consciousness, motivation and capability for social service and analyzes their causes when teachers in the higher vocational college provide social services at the present stage, and puts forward the requirements for literacy to teachers in the higher vocational college on social service capabilities under the background of the construction of new liberal arts.

Keywords: new liberal arts; higher vocational colleges; social service capabilities

1 研究背景

新文科是指基于现有传统文科的基础进行学科中各专业课程重组,形成文理交叉,即把现代信息技术融入哲学、文学、心理学、管理学、经济学等课程中,为学生提供综合性的跨学科学习,达到知识扩展和创新思维的培养。新文科是相对于传统文科而言的,是以全球新科技革命、新经济发展、中国特色社会主义进入新时代为背景,突破传统文科的思维模式,以继承与创新、交叉与融合、协同与共享为主要途径,促进多学科交叉与深度融

合,推动传统文科的更新升级,从学科导向转向以需求为导向,从专业分割转向交叉融合,从适应服务转向支撑引领^[1]。随着全球化的推进,社会对高素质技术技能人才越来越青睐,对教师的要求也在不断发生变化。新文科的出现与建设无疑给我国高等教育界注入了一股新的生机与动力,新文科背景下高职院校专业教师社会服务能力的提升既面临机遇,更具有挑战。

目前,职业教育改革取得阶段性成果,未来的改革应不断加强校企联合,以市场人才需求为导

[收稿日期] 2022-09-26

[作者简介] 宫颖(1983—),女,湖南长沙人,湖南邮电职业技术学院副教授,高级物流师,硕士,研究方向:邮政快递运营管理、企业管理。

[基金项目] 2021年湖南省教育科学工作者协会“十四五”规划高等教育一般课题“新文科建设背景下高职院校专业教师社会服务能力研究”(课题编号: XJKX21B148)。

向,切实为企业输送高品质专业人才,加强行业对口人才输出,重视校内行业技能竞赛,拓展定点培训等,构建针对企业人才需求的创新型人才培养模式。因此,针对区域经济的特点,提升高职院校的社会服务能力刻不容缓,而提升高校社会服务能力的核心即提升专业教师的社会服务能力,在提升其能力之前有必要先分析专业教师社会服务能力的具体素养要求。

2 高校专业教师社会服务能力存在的主要问题及原因分析

专业教师对高职院校提供社会服务起着至关重要的作用。有学者认为高校的社会服务职能,主要包括社会服务技术指导、成果转让、业务咨询、职工培训、社会工作等^[2]。高职院校的社会服务能力是由五大基本要素构成的:一是人力资源要素,主要包括教学、科研与管理人才等;二是设施、设备,包括实训基地、科研设备等;三是技术优势,主要有科技成果、课程、教材等;四是服务时间;五是服务对象参与。五大要素相辅相成,有机协调配合,构成了高职院校的社会服务能力^[3]。制约高职院校专业教师社会服务能力的主客观因素很多,具体表现及原因分析如下。

2.1 社会服务意识不足

部分高校专业教师缺乏社会服务认知。通常情况下,专业教师比较注重教学和科研,对社会服务不够重视,而且这种不重视在不同高校不同类别教师中表现不一。比如,新进教师较资历老的教师社会服务认知模糊,普通教师较骨干教师和专业带头人的社会服务意识淡薄,普通高校教师较“双高计划”高校教师的社会服务意愿淡漠。究其主要原因是高职院校对于社会服务工作重视不够。随着近年高职教育的飞速发展,高职院校不断扩招,高职教师把主要的精力投入在教学、科研、参加竞赛和指导学生参加各项技术技能类和创新创业类大赛上。国家对高职教育的期望越来越高,学校对高职教师的要求越来越严,考核越来越多,专业教师不仅仅要保质保量完成教学任务,更需要把手上的工作尽可能做精做优,如课程资源开发、课程信息化建设、课程思政建设、国家级及省级课题研究以及学校重点项目申报等,每一项工作都要耗费大量的时间和精力。因此,在专业教师提供社会服务的时间和机会均有限的前提下,教师们对社会服务的认知和重视程度难免不足。专业教师习惯聚焦于传统的课堂教学形式和内容,课堂教学方法改革能力、社会服务意识、跨学科合

作有待加强^[4]。

2.2 社会服务动力不足

部分高校教师将提供社会服务排在其他工作之后,除了个人时间和机会有限之外,还因为缺乏动力。专业教师提供社会服务的动力不足,高职院校的社会服务工作则无法有效推进。一方面,每个教师是一个自然人,但同时也是一个经济人。目前,部分学院尚未把社会服务纳入教师的绩效考核中,且缺乏科学的评价机制和激励机制。没有政策制度指引,提供社会服务的教师付出的时间和精力与回报不成正比。另一方面,职称评聘是高职教师职业生涯发展的重要指挥棒。教师往往会根据职称评聘要求,在占比较高的课题、著作、论文、大赛指导等考核指标上付出更多的精力和时间,对考核指标占比相对较少的社会服务付出较少,甚至没有付出精力和时间。当高校承接一些社会服务项目时,当前普遍的做法是与本项目专业对口的教师以单打独斗的形式来支撑项目,并没有一个专业团队来运作,所以耗费的时间成本和沟通成本较高,因此,即便教师有意愿提供社会服务,也往往心有余而力不足。

2.3 社会服务能力不足

专业教师的社会服务能力直接影响高职院校社会服务的质量。从查阅资料和走访兄弟院校的结果看,大部分的高校对于社会工作开展的仍处于摸索阶段。就Y高职而言,提供的社会服务项目层次不高,大部分是职业技能培训、企业管理咨询与诊断项目、监考服务,少有成果转化、技术开发、技术改造与运营维护项目。高校社会服务能力的不足和高校专业教师社会服务能力的不足紧密相关。校招在现阶段仍是高校招聘专职教师的主要渠道,一些有着硕士研究生文凭的应届大学生毕业就进入高校执教,企业工作经历匮乏,社会经验不足,他们对企业、行业的认知和企业生产实际了解尚浅。而有着丰富教学经验的教师常年在校内工作,鲜有机会下企业、下工厂,很难沉浸式体验企业岗位的工作内容,课堂教学与生产实际很容易脱钩。很多高职院校都十分重视产教融合、校企合作、“双师型”教师的培养,但高校教师流于形式的企业实践却不在少数。此外,学校给教师提供的能力提升培训的机会并不多,加之平日教学任务本就不轻,所以教师利用学期中的时间外出培训难以实现。一般情况下,专业教师的培训集中在寒暑假期间,但近几年受教师假期培训意愿不高、疫情防控期间企业活动减少等因素影响,师资

能力培训远远不够。

3 新文科背景下高校专业教师社会服务能力素养要求

要有效提升高职院校的社会服务能力,应从师资、设备设施、技术优势、服务时间等方面着手,重中之重是专业教师社会服务能力的提升。在新文科建设的大背景下,高校专业教师社会服务能力素养要求体现在以下三个维度。

3.1 素质要求

首先,需要加强专业教师的社会服务意识,提高社会服务的主动性。专业教师从思想上重视社会服务是顺利开展这项工作的基本前提。高校应不断完善相应的评价与激励机制,使这项工作与教师的绩效考核直接挂钩,从根本上调动专业教师提供社会服务的热情。其次,是专业教师应具备的基本职业素养要求,包括沟通能力、学习能力、语言表达能力、合作意识、心理素质等。在社会服务中,高校教师面对的是企业、政府等社会型组织机构而非高校学生,所以对于提供社会服务的专业教师来说,基本职业素养要求应该更高。再者,在素质要求中需要着重提出的是互联网思维和信息素养。时至今日,信息技术已经融入各行各业,从工业到农业再到服务业,没有一个产业能跳出信息技术圈。从服装行业到饮食行业再到机械行业,每一个行业都有多个信息技术应用场景叠加。再加之如今企业“数字化转型”,企业借助数字化技术和业务信息系统、商业智能BI等进行改造升级,信息技术将对企业的业务发展、研发生产、经营管理产生深远影响。因此,专业教师如果想在当下提供高质量的社会服务,其本人除了具备一定的信息素养之外还需具备活跃的互联网思维。

3.2 知识要求

对于专业教师提供社会服务的知识要求主要包含专业知识和行业知识。专业知识又包括专业理论知识和专业技术知识,这一点基本难不倒高校教师,毕竟提供社会服务的专业教师选择的项目都是专业对口的。行业知识方面则要求教师对专业相关的行业有清晰的认识,对行业的现状、特点、规律、发展趋势、产业的布局等都要有所了解。但无论是专业知识还是行业知识,对于专业教师的挑战是行业中涉及相关产业升级的新工艺、新技术、新规范。以速递物流业为例,条形码、GPS、GIS、OCR等信息技术的应用彻底改变了快递业的工作流程和工作方式。近几年,国家出台了多项和快递行业有关的办法、条例,将对快递企业的运营

管理产生深远影响。高职教师如果无法第一时间了解和掌握新工艺、新技术、新规范,其知识储备没有及时得到有效更新,便无法提供契合市场需求的知识服务。专业教师应多关注国家政策、行业资讯、时事新闻,尽力与行业协会、企业保持紧密联系,多渠道了解新工艺、新技术和新规范,促使自身知识储备的动态更新。

3.3 能力要求

第一,高职院校应注重搭建平台,拓展高职院校教师社会服务的渠道,专业教师应主动提升科技创新、技术服务和技术培训的能力,研究成果从理论研究转向应用研究,提高现实生产力的输出转化。比如,在提供职业技能培训这项社会服务时,应注重专业教师的课程开发能力和课程资源建设能力的培养。培训讲义不应千篇一律而需要根据社会服务项目定制,具有企业特性和行业代表性。第二,加强专业教师的社会服务项目实践能力。高职教师的实践能力是“双师”素质提升的重点之一,因此,要加大对高职教师双师素质培养,提升教师在企业项目开发与实施、社区项目建设与应用,以及服务区域经济发展等方面的实践能力^[5]。第三,增强教师组建社会服务团队的能力,形成团队聚合效应。社会服务是一项系统工程,仅靠一己之力难以实现高质量服务输出。专业教师可以以教研室或二级学院为单位组建社会服务团队。团队里各司其职、分工协作、合理分配服务时间,每个成员做自己擅长的事情,齐心协力完成社会服务工作。当团队力量发挥出来,经过一定的宣传推广,相信能给团队带来更多的商业价值和社会价值,从而激发更多的教师参与到社会服务项目中,带动良性循环、提高影响力。

4 结语

社会服务是高职院校发展中的重要部分,也是其不可忽略的重要职能之一,高校专业教师社会服务能力的高低直接决定高职院校社会服务输出质量的高低。在信息技术应用广泛的今天,在新文科建设的背景下,高职院校专业教师应深化社会服务意识,提升基本职业素养的同时努力提升自身信息素养、互联网思维和信息技术应用能力,尽可能拓展知识面,深挖相关行业领域的新技术、新工艺、新规范。高校应搭建好社会服务的平台,为专业教师提升科技创新、技术服务和技术培训的能力创造机会,同时加强各自专业领域的社会服务团队建设,努力在高校社会服务项目中树立标杆,形成团队效应。 (下转第100页)

评论进行了数据爬取和分析,研究结果显示,不少网友表示看了视频“想吃中国菜”“中国菜很美味”“想要菜谱”“你的食物看起来真好看,把我给看饿了”^[7]。由此可知,可以将美食、美景等中华优秀传统文化作为国际传播短视频创作的首选,先保证国际传播短视频能够在境外平台立得住、传得开,再考虑如何更为有效地添加积极而有内涵的文化内容,推动此类视频向更高质量传播转型。

3.3 发挥国际朋友作用,降低文化折扣

不仅中国人可以运用中华优秀传统文化创作国际传播短视频,一些外国人因为对中国的热爱,也采用中国元素自发创作国际传播短视频。也就是说,在国家主流媒体、社会传播机构之外,知华友华的国际朋友,也是国际传播短视频创作的一个主要力量。国际朋友所创作的国际传播短视频因可以做到更加符合所在区域、国家、群体的语言、兴趣、认知、习惯等,在贴近性、精准性、亲和力等方面拥有我们不可比拟的优势,能够有效降低跨文化传播中存在的文化折扣,能够切实加强我国同各国的人文交流和民心相通,能够更好地增强中国文化的传播影响力、话语说服力、舆论引导力。对此,可以以留学群体为核心,有效带动更多国际朋友创作国际传播短视频。为在华留学群体

以中华优秀传统文化为对象创作国际传播短视频提供技术指导、参观便利;组织在华留学生国际传播短视频创作比赛,分享创作经验,提高制作水平;向国内外大型短视频平台推送在华留学生优秀国际传播短视频,激发更多在华留学生创作更好的作品,通过留学生他者传播的优势弥补国内自我传播的局限,取长补短,为加强和改进国际传播提供新的重要力量。

【参考文献】

- [1]高伟,姜飞.全球传播生态发展报告(2018)[M].北京:社会科学文献出版社,2018.
- [2]迟莹.中国文化产业国际拓展研究[D].长春:东北师范大学,2014.
- [3]颜颖.“消费进阶”,新品牌如何戳中人心[J].决策探索(上),2021(7):38-39.
- [4]董海涛.全球化语境下我国对外传播中的平衡策略研究[D].武汉:武汉大学,2012.
- [5]余江,李文健.新作为、新论断与新路径:新时代加强国际传播能力建设的再思考[J].求是学刊,2021(6):12-19.
- [6]陶永进,叶俊峰,盛于兰.数字化教学资源产权保护机制的研究[J].湖南邮电职业技术学院学报,2014(4):78-80.
- [7]潘浩,王悦来.短视频叙事与中华文化国际传播——以YouTube平台李子柒短视频为例[J].中国电视,2020(10):90-93.

(上接第96页)

【参考文献】

- [1]王铭玉,张涛.高校“新文科”建设:概念与行动[N].中国社会科学报,2019-03-21(04).
- [2]潘懋元.新的技术革命与制定高等教育对策的指导思想[J].高教战线,1984(11):2-5.

- [3]张潜,李妙玄.有效提升高职院校教师社会服务能力的实践研究[J].湖南邮电职业技术学院学报,2020(3):108-110.
- [4]刘艳,陈杨凝,刘丽.高职院校教师社会服务能力提升研究[J].对外经贸,2022(9):157-160.
- [5]王新春,尹元华.高职教师社会服务能力提升路径研究[J].山东商业职业技术学院学报,2022(4):34-37.