



ISSN: 1859-3100

TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM TP. HỒ CHÍ MINH
TẠP CHÍ KHOA HỌC

KHOA HỌC GIÁO DỤC
Tập 15, Số 10 (2018): 17-27

Email: tapchikhoahoc@hcmue.edu.vn; Website: http://tckh.hcmue.edu.vn

HO CHI MINH CITY UNIVERSITY OF EDUCATION
JOURNAL OF SCIENCE

EDUCATION SCIENCE
Vol. 15, No. 10 (2018): 17-27

PHÁT TRIỂN VĂN HÓA TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHÙ HỢP VỚI YÊU CẦU CỦA BỘ TIÊU CHUẨN ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG CƠ SỞ GIÁO DỤC ĐẠI HỌC 2017 CỦA BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

*Lê Văn Hảo**

Trường Đại học Nha Trang

Ngày nhận bài: 05-6-2018; ngày nhận bài sửa: 18-6-2018; ngày duyệt đăng: 25-10-2018

TÓM TẮT

Thông qua Bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng cơ sở giáo dục đại học (GDĐH) 2017 của Bộ Giáo dục và Đào tạo (GD&ĐT) (được ban hành theo Thông tư số 12/2017/TT-BGDĐT ngày 19/5/2017 của Bộ GD&ĐT), lần đầu tiên yếu tố văn hóa được chính thức sử dụng để đánh giá chất lượng trường đại học. Trong bài viết, tác giả phân tích yêu cầu của yếu tố văn hóa trong Bộ tiêu chuẩn này, giới thiệu một số khái niệm về văn hóa có liên quan đến trường đại học, từ đó đề xuất một số hoạt động văn hóa trường đại học nên có để có thể giúp nhà trường phát triển bền vững, đồng thời góp phần đáp ứng yêu cầu của Bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng cơ sở giáo dục đại học 2017.

Từ khóa: văn hóa, văn hóa tổ chức, văn hóa chất lượng, văn hóa học thuật, văn hóa học đường, đánh giá chất lượng giáo dục đại học.

ABSTRACT

Developing university culture in accordance with the requirements of the Ministry of Education & Training's University Quality Assessment Standards 2017

Through the MOET's standard set 2017 of quality assessment for higher education institutions (promulgated under the Circular No. 12/2017/TT-BGDĐT dated May 19, 2017), the "Culture" factor is first used officially to evaluate the quality of universities. In this paper, the author analyses the requirements of culture within the standards, introduces some concepts of culture related to universities, then suggests some initial activities which can help the universities to grow sustainably and contribute to satisfying the requirements of the standards.

Keywords: culture, organizational culture, quality culture, academic culture, campus culture, higher education quality assessment.

1. Mở đầu

Với mục tiêu sớm tiếp cận mặt bằng chất lượng GDĐH của khu vực Đông Nam Á, một trong các giải pháp chủ đạo được Bộ GD&ĐT lựa chọn là sử dụng *Bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng trường đại học* (Version 2.0, ban hành năm 2016) của AUN-QA (ASEAN University Network – Quality Assurance) với rất ít điều chỉnh cho phù hợp với bối cảnh

* Email: haolv@ntu.edu.vn

Việt Nam để xây dựng *Bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng cơ sở giáo dục đại học 2017* (ban hành theo *Thông tư số 12/2017/TT-BGDĐT* ngày 19/5/2017 của Bộ GDĐT). So với Version 1.0 của *Bộ tiêu chuẩn* (ban hành năm 2010), Version 2.0 đã được AUN-QA bổ sung một số yêu cầu mới, đặc biệt trong số đó là yêu cầu về văn hóa. Yêu cầu về văn hóa cũng chưa từng được đặt ra trong các bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng trường đại học của Việt Nam ban hành vào các năm 2004 (theo *Quyết định số 38/2004/QĐ-BGDĐT*) và 2007 (theo *Quyết định số 65/2007/QĐ-BGDĐT*), vì vậy sự lúng túng ở nhiều trường khi triển khai hoàn thiện nhà trường theo *Bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng cơ sở giáo dục đại học 2017* của Bộ GD&ĐT là điều khó tránh khỏi. Mặc dù vậy, một số hoạt động có liên quan đến văn hóa trong những năm gần đây của các trường đại học ở Việt Nam, như phát triển văn hóa chất lượng, xây dựng sứ mạng, tầm nhìn, giá trị cốt lõi, cũng đã góp phần giúp các trường từng bước làm quen và hình thành một số sản phẩm văn hóa phù hợp với yêu cầu đánh giá chất lượng.

2. Nội hàm văn hóa trong Bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng cơ sở giáo dục đại học 2017

Trong *Bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng cơ sở giáo dục đại học 2017*, có 7 tiêu chí trực tiếp đề cập đến khái niệm *văn hóa*. Bảng 1 cho biết, nội dung của các tiêu chí này, yêu cầu về mức đánh giá theo tiếp cận PDCA (Plan - Do - Check - Act) và nội dung yêu cầu về văn hóa dựa trên tài liệu hướng dẫn của AUN-QA (2016).

Bảng 1. Các tiêu chí thuộc Bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng cơ sở giáo dục đại học 2017 chứa khái niệm “văn hóa” và yêu cầu

Tiêu chí	Nội dung	Yêu cầu đánh giá	Yêu cầu về Văn hóa
1.2	Lãnh đạo cơ sở giáo dục (CSGD) thúc đẩy các giá trị văn hóa phù hợp với tầm nhìn và sứ mạng của CSGD	P	CSGD cần xây dựng Văn hóa (bao hàm các giá trị) sao cho tương ứng và nhằm giúp đạt được Tầm nhìn và Sứ mạng của CSGD
1.3	Tầm nhìn, sứ mạng và văn hóa của CSGD được phổ biến, quán triệt và giải thích rõ ràng để thực hiện	D	Văn hóa của CSGD cần được phản ánh thông qua các chính sách, hướng dẫn, chương trình đào tạo, môi trường thông tin; và được lan tỏa đến mọi thành viên trong CSGD dựa trên nền tảng sự gương mẫu thực hiện của đội ngũ lãnh đạo các cấp
1.4	Tầm nhìn, sứ mạng và văn hóa của CSGD được rà soát để đáp ứng nhu cầu và sự hài lòng của các bên liên quan	C	Văn hóa của CSGD cần được định kỳ đánh giá theo hướng đáp ứng nhu cầu và sự hài lòng của các bên liên quan. Đánh giá này có thể được thực hiện bởi nội bộ CSGD hoặc từ bên ngoài
1.5	Tầm nhìn, sứ mạng và văn hóa	A	Trên cơ sở đánh giá thực trạng và hoạt

	của CSGD cũng như quá trình xây dựng và phát triển chúng được cải tiến để đáp ứng nhu cầu và sự hài lòng của các bên liên quan		động phát triển Văn hóa, CSGD thực hiện các cải tiến, cập nhật nhằm đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu và sự hài lòng của các bên liên quan
3.1	Lãnh đạo CSGD thiết lập cơ cấu quản lý trong đó phân định rõ vai trò, trách nhiệm, quá trình ra quyết định, chế độ thông tin, báo cáo để đạt được tầm nhìn, sứ mạng, văn hóa và các mục tiêu chiến lược của CSGD	P	Văn hóa của CSGD cần được phản ánh thông qua việc thiết lập bộ máy quản lý và nhân sự, các phương pháp ra quyết định và cách thực hiện các báo cáo
3.2	Lãnh đạo CSGD tham gia vào việc thông tin, kết nối các bên liên quan để định hướng tầm nhìn, sứ mạng, văn hóa và các mục tiêu chiến lược của CSGD	D	Lãnh đạo của CSGD có các hoạt động nhằm quảng bá, triển khai Văn hóa của CSGD đến các bên liên quan
4.1	Thực hiện việc lập kế hoạch chiến lược nhằm đạt được tầm nhìn, sứ mạng và văn hóa cũng như các mục tiêu chiến lược trong đào tạo, nghiên cứu khoa học và phục vụ cộng đồng	P	Chiến lược của CSGD cần có nội dung và kế hoạch nhằm phát triển Văn hóa

3. Một số khái niệm về văn hóa

3.1. Khái niệm “văn hóa”

“Văn hóa” là một trong số các khái niệm phức tạp nhất trong các ngôn ngữ của loài người. Năm 1952, hai nhà nhân loại học Mỹ là Alfred Kroeber và Clyde Kluckhohn đã thống kê có tới 164 định nghĩa khác nhau về văn hóa trong các công trình nổi tiếng trên thế giới (Spencer-Oatey, 2012). Văn hóa được bắt nguồn từ chữ Latinh “Cultus” mà nghĩa gốc là gieo trồng, được dùng theo nghĩa Cultus Agri là “gieo trồng ruộng đất” và Cultus Animi là “gieo trồng tinh thần” tức là “sự giáo dục bồi dưỡng tâm hồn con người”¹. Trong tiếng Anh, từ “Culture” xuất hiện lần đầu tiên tại Từ điển Oxford vào khoảng năm 1430, với nghĩa “cultivation” hoặc “tending the soil”. Đến thế kỉ XXI, từ điển này đưa ra định nghĩa mới của Culture là: “refinement of mind, taste, and manners”. Đến giữa thế kỉ XX, Từ điển American Heritage giới thiệu một định nghĩa được giữ nguyên cho đến hiện nay: “Văn hóa là tổng thể các khuôn mẫu về hành vi, nghệ thuật, niềm tin, quy tắc, cũng như tất cả các sản phẩm tư duy và lao động khác của con người” (Dẫn theo Tharp, 2009, tr.2). Trong số

¹ https://vi.wikipedia.org/wiki/Văn_hóa

các định nghĩa về văn hóa, định nghĩa của Wood (1998) cũng thường được trích dẫn: “Văn hóa là tập hợp những niềm tin, giá trị, thái độ, định chế, quy tắc về hành vi giúp mô tả các thành viên của một cộng đồng hoặc tổ chức”. Theo *Từ điển tiếng Việt* của Viện Ngôn ngữ học (Hoàng Phê, 2003) thì: “Văn hóa là tổng thể nói chung những giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo ra trong quá trình lịch sử” (tr.1100)

Khái quát về những định nghĩa khác nhau trong các ngôn ngữ về thuật ngữ này trong giai đoạn hiện nay, có thể nói văn hóa là một diễn đạt ngắn gọn về ba sản phẩm cơ bản trong hoạt động của con người: những điều được suy nghĩ, những điều được làm, và những gì được làm ra (Tharp, 2009). Như vậy, sản phẩm của văn hóa có thể thuộc dạng vật thể lẫn phi vật thể. Văn hóa vừa đóng vai trò là chất kết dính đối với các thành viên trong một cộng đồng, tổ chức; vừa tham gia định hướng cho các hoạt động của những thành viên trong cộng đồng, tổ chức đó.

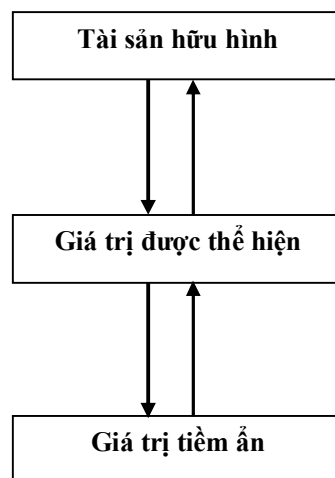
3.2. *Khái niệm Văn hóa tổ chức*

Từ đầu những năm 1930, khoa học quản lý đã bắt đầu sử dụng thuật ngữ “văn hóa” khi đề cập về tác động của các hành vi trong tổ chức (organizational behavior) đến hoạt động và tính hiệu quả của các hoạt động trong một tổ chức (Tharp, 2009). Năm 1982, xuất bản phẩm “In Search of Excellence” của Peters và Wasserman đã lần đầu tiên tạo ra sự quan tâm lớn của công chúng cũng như các nhà chuyên môn với nhận định rằng một tổ chức sẽ hoạt động hiệu quả nếu tổ chức đó có “văn hóa” tốt. Kể từ đây, ngày càng có nhiều nghiên cứu về “Văn hóa tổ chức” ở góc độ hàn lâm cũng như tác động của nó đến hoạt động của các loại hình tổ chức khác nhau.

Trong số các định nghĩa về Văn hóa tổ chức, định nghĩa sau đây của Edgar Schein (Schein, 2004), một lý thuyết gia hàng đầu trong lĩnh vực khoa học quản lý, đã được trích dẫn rất phổ biến trên thế giới (tuy rằng thuật ngữ gốc mà Schein dùng là *Văn hóa của một tập thể - culture of a group*):

“Văn hóa tổ chức là một tập hợp các nguyên tắc được chia sẻ chung giữa những thành viên của một tập thể, được hình thành trong quá trình tập thể ấy giải quyết các vấn đề nhằm thích ứng với môi trường bên ngoài cũng như các vấn đề liên quan đến sự kết nối bên trong. Đó là những nguyên tắc đã tỏ ra có hiệu quả tốt để mọi người đều công nhận giá trị của chúng, và vì vậy, chúng được truyền đạt đến những thành viên mới nhằm giúp họ hình thành cách lĩnh hội, tư duy và cảm nhận khi đối diện với các vấn đề của tập thể”.

Schein (2004) cho rằng văn hóa của một tổ chức có thể được nhận diện theo ba cấp độ (Hình 1), với ý nghĩa cấp độ càng cao thì càng khó nhận diện hơn:



Hình 1. Các cấp độ của Văn hóa tổ chức

Cấp độ I: Tài sản hữu hình (Artifacts):

Là tất cả những gì mà người bên ngoài tổ chức có thể dễ dàng nhận ra được khi tiếp cận (quan sát, đọc, nghe, cảm nhận) tổ chức đó:

- Kiến trúc, cách bài trí nơi làm việc;
- Logo, khẩu hiệu, các tài liệu quảng cáo, giới thiệu về tổ chức;
- Triết lí hoạt động, hệ thống giá trị cốt lõi và chiến lược phát triển;
- Cơ cấu tổ chức, bộ máy, chức năng nhiệm vụ của cơ quan và các đơn vị;
- Các quy định và nguyên tắc hoạt động;
- Trang phục, cách giao tiếp; quy tắc ứng xử, giải quyết công việc;
- Các câu chuyện truyền khẩu về tổ chức;
- Các nghi lễ phổ biến, các lễ hội định kì;
- Công nghệ, mẫu mã sản phẩm.

Cấp độ II: Giá trị được thể hiện (Espoused beliefs and values):

Là những niềm tin và giá trị được các thành viên trong một tổ chức thể hiện, đặc biệt ở các cấp lãnh đạo, khi điều hành tổ chức, giải quyết công việc; khi ứng xử với các vấn đề bên trong và bên ngoài tổ chức.

Cấp độ III: Giá trị tiềm ẩn (Underlying assumptions):

Là những niềm tin, nhận thức và cảm nhận đã ăn sâu vào trong tiềm thức của mỗi thành viên của tổ chức, và được mỗi thành viên thể hiện mang tính bản năng, thói quen hàng ngày. Những giá trị này đã trở thành quan niệm chung của tổ chức, được mọi người trong tổ chức thừa nhận, khó bị thay đổi, và họ sẽ phản ứng một cách tự nhiên với những gì không phù hợp.

Ba cấp độ nêu trên không chỉ diễn ra theo chiều thuận (từ trên xuống như trên Hình 1) mà còn theo chiều ngược lại, khi mà các giá trị tiềm ẩn mới hình thành cần được thể hiện thành các giá trị hoặc tài sản hữu hình.

3.3. *Khái niệm Văn hóa chất lượng*

Khi đề cập đến văn hóa của trường đại học trong bối cảnh hoạt động đảm bảo chất lượng đang từng bước nhận được sự quan tâm rộng rãi của các hệ thống GDDH trên thế giới, người ta thường hay đề cập đến khái niệm Văn hóa chất lượng, chẳng hạn, trong các nguyên tắc Chiba về đảm bảo chất lượng bên trong (APQN, 2008) có nêu:

- Xây dựng và phát triển văn hóa chất lượng;
- Tổ chức các hoạt động đảm bảo chất lượng phù hợp với các mục tiêu của nhà trường;
- Phát triển hệ thống (bộ máy, chính sách, quy trình) quản lý chất lượng bên trong;
- Định kỳ rà soát, nâng cấp các chương trình đào tạo;
- Xây dựng chiến lược không ngừng nâng cao chất lượng toàn diện;
- Không ngừng nâng cao chất lượng đội ngũ học thuật;
- Luôn cập nhật và công khai các thông tin cần thiết về nhà trường, các chương trình đào tạo, bằng cấp và các thành tựu.

Một số định nghĩa về Văn hóa chất lượng nói chung và trong nhà trường:

- “Văn hóa chất lượng là hệ thống giá trị của một tổ chức thể hiện thông qua môi trường khuyến khích sự hình thành và không ngừng phát triển của chất lượng” (Ahmed, S. M., 2008, tr. 3).
- “Văn hóa chất lượng là hệ thống các giá trị, chuẩn mực và thói quen làm việc có chất lượng đã định hình của mọi thành viên trong một tổ chức nhằm thực hiện công việc được giao một cách tốt nhất” (Phạm Trọng Quát, 2011).
- “Văn hóa chất lượng của một cơ sở đào tạo được hiểu là: mọi thành viên (từ người học đến cán bộ quản lý), mọi tổ chức (từ các phòng, ban đến các tổ chức đoàn thể) đều biết công việc của mình thế nào là có chất lượng và đều làm theo yêu cầu chất lượng ấy” (Lê Đức Ngọc, 2008, tr. 22).

Nếu so sánh các định nghĩa về Văn hóa tổ chức và Văn hóa chất lượng, có thể thấy:

- Văn hóa chất lượng là một phần của văn hóa tổ chức, liên quan đến phạm trù chất lượng trong hoạt động của tổ chức đó.
- Trong khi Văn hóa tổ chức có thể đóng vai trò thúc đẩy hoặc kìm hãm sự phát triển của một tổ chức (phụ thuộc vào tính tích cực của kiểu văn hóa tổ chức cụ thể), thì Văn hóa chất lượng luôn hàm ý tích cực (góp phần thúc đẩy sự phát triển của tổ chức).

Có nhiều cách tiếp cận khác nhau trong xây dựng và phát triển Văn hóa chất lượng. Một trong số cách tiếp cận có tính phổ biến bởi tính khái quát của nó là thông qua 5 “môi trường” trong trường đại học: môi trường học thuật, môi trường xã hội, môi trường nhân văn, môi trường văn hóa và môi trường tự nhiên (Lê Đức Ngọc, 2008; Lê Văn Hào, 2015).

3.4. *Khái niệm Văn hóa học thuật và Văn hóa học đường*

Văn hóa học thuật liên quan đến thái độ, niềm tin và giá trị của cộng đồng học thuật đối với các khía cạnh khác nhau trong công việc. Nó tác động mạnh mẽ đến việc cộng đồng học thuật sẽ làm cái gì, làm như thế nào và ai tham gia. Nó cũng tác động đến việc ra quyết định, các hành động và mối giao tiếp theo cả phương diện thực tế lẫn tính hình thức (Yang, 2016).

Theo Shen và Tian trong một nghiên cứu chuyên sâu về văn hóa học thuật và văn hóa học đường (Shen & Tian, 2012), Văn hóa học thuật (Academic culture) trong phạm vi một cơ sở giáo dục bao gồm quan điểm về học thuật, tinh thần học thuật, đạo đức học thuật và môi trường học thuật:

- Quan điểm về học thuật: Bao gồm quan niệm về bản chất của hoạt động học thuật (chẳng hạn “khoa học vị khoa học hoặc khoa học vị nhân sinh”), thái độ học thuật (chẳng hạn theo đuổi các hướng nghiên cứu thực dụng hoặc các hướng nghiên cứu cơ bản, phát triển lâu dài), mục đích học thuật (chẳng hạn theo đuổi các mục tiêu phục vụ xã hội, cộng đồng), quan điểm phát triển và đánh giá hoạt động học thuật (chẳng hạn định hướng đầu tư phát triển hoạt động khoa học công nghệ, phương pháp đánh giá sản phẩm khoa học công nghệ).

- Tinh thần học thuật: Là những suy nghĩ được ăn sâu vào tâm trí của đội ngũ học thuật và đã trở thành các ứng xử mang tính bản năng, bao gồm ý chí tìm tòi/khám phá; tinh thần phản biện, hợp tác, khoan dung, cởi mở trong hoạt động học thuật.

- Đạo đức học thuật: Là những quy định, quy tắc giúp định hướng và đánh giá các mối quan hệ giữa người với người và với môi trường trong hoạt động học thuật; các quy định về đạo đức trong hoạt động nghiên cứu khoa học.

- Môi trường học thuật: Bao gồm môi trường vật chất (kiến trúc, cơ sở hạ tầng, phòng thí nghiệm, thư viện...) lẫn môi trường tinh thần (không khí làm việc, sự tôn trọng lẫn nhau, cơ chế quản lý/điều hành...).

Văn hóa học đường (Campus culture) được Shen và Tian (2012) cho là bao gồm ba thành tố: văn hóa vật chất, văn hóa quản trị và văn hóa tinh thần, trong đó văn hóa tinh thần đóng vai trò cốt lõi:

- Văn hóa vật chất: Là sự phát triển của hệ thống cơ sở vật chất và các tài sản hữu hình đặc trưng của nhà trường.

- Văn hóa quản trị: Bao gồm hệ thống quản trị và các cơ chế, chính sách vận hành nhà trường.

- Văn hóa tinh thần: Là hệ thống các giá trị cốt lõi, quan điểm học thuật và cách thức, kết quả mọi người tham gia vào các hoạt động văn hóa của nhà trường.

Cũng theo Shen và Tian (2012), trong phạm vi một cơ sở giáo dục, hai khái niệm Văn hóa học thuật và Văn hóa học đường mang tính hỗ trợ, tương tác lẫn nhau. Sự phát triển của

Văn hóa học thuật có thể giúp nâng cao Văn hóa học đường, và ngược lại Văn hóa học đường góp phần quy định và đặt ra các giới hạn cần thiết đối với Văn hóa học thuật.

4. Đề xuất một số hoạt động nhằm phát triển văn hóa trường đại học

Với nội hàm của các khái niệm liên quan đến văn hóa nói trên, có thể thấy rằng có rất nhiều hoạt động mà một cơ sở giáo dục cần phải có nhằm phát triển văn hóa của đơn vị mình, và đó cần được xem là các hoạt động mang tính lâu dài. Với mục tiêu đáp ứng yêu cầu về Văn hóa trong các tiêu chí của *Bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng cơ sở giáo dục đại học 2017* của Bộ GD&ĐT được đề cập ở Bảng 1, và trong bối cảnh phát triển văn hóa vẫn đang là một vấn đề mới trong giáo dục đại học Việt Nam, tác giả đề xuất một số hoạt động ban đầu đối với các trường đại học như sau:

4.1. Phát triển các giá trị văn hóa hữu hình gắn kết với sứ mạng, mục tiêu, tầm nhìn của nhà trường

Có thể thấy rằng khá nhiều yêu cầu về văn hóa trong các tiêu chí được đề cập ở Bảng 1 (tiêu chí 1.2, 1.3, 3.1, 4.1) liên quan đến Cấp độ I trong mô hình văn hóa tổ chức của Schein được đề cập ở phần trên. Với bối cảnh trường đại học, các “tài sản hữu hình” ở cấp độ này cần được chú ý phát triển gồm:

- Kiến trúc của nhà trường, cách bài trí của các văn phòng;
- Logo, khẩu hiệu (slogan), phương châm (motto), các tài liệu quảng cáo, giới thiệu về nhà trường;
- Triết lí giáo dục, hệ thống giá trị cốt lõi;
- Chiến lược và kế hoạch phát triển nhà trường, trong đó có chiến lược và kế hoạch phát triển văn hóa;
- Cơ cấu tổ chức, bộ máy, chức năng nhiệm vụ của nhà trường và các đơn vị;
- Trang phục, cách giao tiếp; quy tắc ứng xử, giải quyết công việc.

Việc phát triển các giá trị văn hóa hữu hình trên đây cần được lưu ý đến tính kết nối của chúng với sứ mạng, tầm nhìn của trường đại học, ví dụ: quy hoạch kiến trúc nhà trường ra sao để đáp ứng các yêu cầu về học thuật, đáp ứng tầm nhìn phát triển trong 10, 20 năm tới; khẩu hiệu được phát biểu như thế nào để phản ánh được mục tiêu của nhà trường; triết lí giáo dục và các giá trị cốt lõi có thể hiện được đặc trưng của sản phẩm đào tạo được nêu bởi sứ mạng...

4.2. Triển khai và không ngừng hoàn thiện các giá trị văn hóa

Các sản phẩm văn hóa hữu hình sẽ không mang lại giá trị thật sự nếu chúng không được triển khai một cách thực chất và thiếu đi sự gương mẫu của đội ngũ lãnh đạo các cấp trong nhà trường (yêu cầu của các tiêu chí 1.3, 3.2). Chính sự gương mẫu của đội ngũ lãnh đạo trong việc thực hiện các giá trị văn hóa sẽ là sự lan tỏa tốt nhất các giá trị này đến toàn thể mọi thành viên trong nhà trường. Bên cạnh đó, sự phát triển không ngừng của nhà trường, xã hội và của yêu cầu hội nhập quốc tế đòi hỏi các sản phẩm văn hóa hữu hình cần được định kỳ rà soát, đánh giá để cải tiến; ví dụ định kỳ rà soát sứ mạng, tầm nhìn của nhà

trường, cơ cấu và chức năng nhiệm vụ của các đơn vị (yêu cầu của các tiêu chí 1.4, 1.5). Một số sản phẩm văn hóa hữu hình quan trọng cần sớm được triển khai đối với các trường đại học là:

- Triết lí giáo dục: cần được thể hiện thông qua các chương trình dạy học và các phương pháp giảng dạy, đánh giá được sử dụng trong nhà trường.
- Hệ thống giá trị cốt lõi: cần được phản ánh thông qua các chủ trương, chính sách liên quan đến hoạt động quản trị và phát triển nhà trường, hoạt động đào tạo, hoạt động thi đua khen thưởng đối với đội ngũ cán bộ, giảng viên, nhân viên và người học.
- Quy tắc ứng xử: cần được sử dụng trong giao tiếp, sinh hoạt hằng ngày giữa các thành viên bên trong nhà trường, của các thành viên với môi trường sống và làm việc, giữa nhà trường với xã hội.

4.3. Phát triển hoạt động phục vụ cộng đồng

Những kết quả nghiên cứu, khảo sát về văn hóa tổ chức, mà đặc biệt là văn hóa doanh nghiệp, đã cho thấy vai trò quan trọng của văn hóa đối với sự phát triển bền vững của các tổ chức/doanh nghiệp. Một trong các yếu tố quan trọng thể hiện vai trò này của văn hóa là việc tạo ra một sự cân bằng hợp lí giữa sự phát triển “bên trong” của tổ chức với trách nhiệm xã hội và cộng đồng mà tổ chức cần thực hiện một cách tự nguyện (Epstein et al., 2010).

Trong GDDH, kết nối hoặc phục vụ cộng đồng cũng thường được xem là một phần không thể thiếu của văn hóa nhà trường². Tùy thuộc vào quan điểm và tính chất của trường đại học lẫn cộng đồng liên quan, mỗi trường có thể quan tâm đến các hoạt động phục vụ cộng đồng không hoàn toàn như nhau. Trường Đại học Nebraska Lincoln (Hoa Kỳ) đã xây dựng danh mục 366 hoạt động phục vụ cộng đồng để các trường phổ thông và đại học có thể tham khảo³. Trường đại học Monash (Úc) đã ban hành một chính sách riêng về phục vụ cộng đồng⁴, trong đó nhấn mạnh đến các hoạt động sau:

- Góp phần phát triển các giá trị văn hóa và học thuật trong cộng đồng.
- Đáp ứng hợp lí các nhu cầu và kì vọng của cộng đồng phù hợp với mục tiêu của nhà trường.
- Tạo cơ hội để các doanh nghiệp, hội nghề nghiệp và cộng đồng tham gia vào các hoạt động đào tạo và khoa học công nghệ của nhà trường.
- Đóng vai trò lãnh đạo học thuật ở tầm quốc gia và quốc tế trong việc khơi gợi và tranh luận về các vấn đề liên quan đến văn hóa, kinh tế, môi trường, khoa học và xã hội.

² Ví dụ: <http://tulane.edu/academics/culture-community-engagement>;
<http://www.mckendree.edu/offices/marketing/news/magazine/winter-2013/cps.php>

³ <https://lancaster.unl.edu/4h/serviceideas.shtml>

⁴ https://www.monash.edu/__data/assets/pdf_file/0008/786500/Community-Service-Policy.pdf

Tại Việt Nam, trong bối cảnh *Luật Giáo dục (Luật số 38/2005/QH112005* ban hành ngày 14/6/2005) chưa đề cao trách nhiệm phục vụ xã hội của trường đại học, *Bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng trường đại học 2007* cũng không có tiêu chí nào đề cập trực tiếp đến yêu cầu này, và vì vậy hầu hết các trường đại học của Việt Nam cũng chưa xem “phục vụ cộng đồng” là một trong các hoạt động trụ cột của nhà trường (phản ánh qua các sứ mạng trường đại học đã được công bố). Trên cơ sở tiếp thu các giá trị văn hóa đại học từ các nước phát triển, AUN-QA đã bổ sung yêu cầu “phục vụ cộng đồng” (community service) vào Version 2.0 của Bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng trường đại học thông qua 25 trong tổng số 111 tiêu chí.

5. Kết luận

Nội dung các khái niệm liên quan đến văn hóa trong bối cảnh GDDH như được đề cập trên đây cho thấy văn hóa có tầm ảnh hưởng sâu rộng đến các lĩnh vực hoạt động cốt lõi của mỗi trường đại học, và vì vậy việc *Bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng cơ sở giáo dục đại học 2017* của Bộ GD&ĐT chứa đựng các yêu cầu về Văn hóa cũng là điều cần thiết. Việc phát triển văn hóa ở các trường đại học Việt Nam hiện nay, một mặt giúp đáp ứng yêu cầu của Bộ tiêu chuẩn này, nhưng quan trọng hơn là giúp trường đại học có được sự phát triển bền vững trong tầm nhìn dài hạn. Hoạt động nhằm phát triển văn hóa của một trường đại học có quy mô rộng và mang tính lâu dài, do vậy các hoạt động được đề xuất trong bài viết này chỉ nên được xem là các hoạt động tối thiểu cần có.

❖ **Tuyên bố về quyền lợi:** Tác giả xác nhận hoàn toàn không có xung đột về quyền lợi.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Lê Văn Hào. (2015). Xây dựng bộ tiêu chí và khung phát triển văn hóa chất lượng trường đại học. *Tạp chí Khoa học – Đại học Quốc gia Hà Nội: Nghiên cứu giáo dục*, 2, 50-58.
- Lê Đức Ngọc. (2008). Xây dựng Văn hóa chất lượng tạo nội lực cho cơ sở đào tạo đáp ứng yêu cầu của thời đại chất lượng. *Tạp chí Khoa học Giáo dục*, 36(4), 22-24.
- Hoàng Phê. (Chủ biên) (2003). *Từ điển tiếng Việt*. NXB Đà Nẵng.
- Ahmed, S. M. (2008). *Quality Culture*. College of Engineering & Computing, Florida International University, Miami, Florida.
- APQN. (2008). *Higher Education Quality Assurance Principles for the Asia Pacific Region*.
- AUN-QA. (2016). *Guide to AUN-QA assessment at institutional level (Version 2.0)*. ASEAN University Network.
- Epstein, M. J., Buhovac, A. R., & Yuthas, K. (2010). Implementing sustainability: The role of leadership and organizational culture. *Strategic Finance*, April, 41-47.
- Peters, T., & Wasserman, R. (1982). *In Search of Excellence*. New York: Harper Collins.
- Schein, E. (2004). *Organizational Culture and Leadership* (3rd ed.). Jossey-Bass.

- Shen, X., & Tian, X. (June, 2012). Academic culture and campus culture of universities. *Higher Education Studies*, 2(2), 61-65.
- Tharp, B. M. (2009). *Defining "Culture" and "Organizational culture": From anthropology to the office*. Haworth.
- Yang, R. (2016). *Nền văn hóa học thuật độc hại tại Đông Á*. Giáo dục đại học quốc tế. The Boston College Center for International Higher Education, 84 (Winter), 17-18.
- Phạm Trọng Quát. (2011). *Đẩy mạnh xây dựng văn hóa chất lượng*. Khai thác từ <http://www.vnu.edu.vn/btdhqghn/?C2149/N10834/day-manh-xay-dung-van-hoa-chat-luong.htm>
- Spencer-Oatey, H. (2012). *What is culture? A compilation of quotations*. GlobalPAD Core Concepts. Available at GlobalPAD Open House. Retrieved from <http://www.warwick.ac.uk/globalpadintercultural>
- Woods, J. A. (1998). *The six values of a quality culture*. Retrieved from <http://my.execpc.com/~jwoods/6values.htm>