

Văn hóa đại học Việt Nam trong bối cảnh hiện nay nhìn từ yêu cầu kiến tạo bản sắc (Trường hợp Trường Đại học KHXH&NV, ĐHQG-HCM)

Nguyễn Văn Hiệu*



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

TÓM TẮT

Giáo dục vừa là nền tảng, vừa là động lực phát triển của một đất nước. Trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay, trước yêu cầu phát triển và hội nhập, vai trò quan trọng của giáo dục thể hiện rõ nhất trong lĩnh vực giáo dục đại học. Trong giáo dục đại học, một trường đại học mạnh, hoàn thành tốt sứ mệnh của mình phải là một trường đại học có một văn hóa mạnh và có một bản sắc thực sự. Từ tiêu chí đó, trong bài viết này tác giả nhìn đại học Việt Nam từ góc độ văn hóa tổ chức, nhấn mạnh đến việc làm nổi bật lên yêu cầu kiến tạo bản sắc văn hóa đại học trên cả hai bình diện chủ quan và khách quan. Đây là vấn đề còn khá mới, nhất là trong bối cảnh nghiên cứu văn hóa đại học ở Việt Nam, vì vậy, bài viết chủ yếu giới thiệu khung lý thuyết về kiến tạo bản sắc văn hóa, trường hợp bản sắc văn hóa đại học nhìn từ góc độ văn hóa tổ chức. Bài viết chọn Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh (ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM) - một trong những trung tâm đào tạo khoa học xã hội và nhân văn lớn trên cả nước - làm trường hợp khảo sát với hy vọng qua đó có thể giúp hiểu thêm văn hóa đại học ở Việt Nam nhìn từ yêu cầu kiến tạo bản sắc trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập văn hóa hiện nay.

Từ khoá: Văn hóa, đại học, văn hóa đại học, kiến tạo bản sắc, hội nhập

DẪN NHẬP

Giáo dục vừa là nền tảng, vừa là động lực phát triển của một đất nước. Trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay, trước yêu cầu phát triển và hội nhập, vai trò quan trọng của giáo dục thể hiện rõ nhất trong lĩnh vực giáo dục đại học, đúng như tổ chức World Bank, từ năm 2000 trong báo cáo về giáo dục đại học ở các nước phát triển, đã dẫn lời GS. Malcom Gilles, Hiệu trưởng Trường Đại học Rice: “Ngày nay, hơn bao giờ hết trong lịch sử nhân loại, sự giàu mạnh hoặc đói nghèo của một quốc gia phụ thuộc vào chất lượng của giáo dục đại học” [1, tr.15]. Điều này khá dễ hiểu, như chính tổ chức World Bank khẳng định trong báo cáo nêu trên, rằng vì tri thức đang ngày càng quan trọng trong một thế giới đang phát triển nên vai trò của giáo dục đại học tất nhiên cũng trở nên ngày càng quan trọng [1, tr.9].

Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay là một nước đang phát triển, đang trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa với những thuận lợi và khó khăn nhất định trong việc chuyển từ một nền kinh tế chỉ huy tập trung sang nền kinh tế thị trường, và rộng hơn, trong việc chuyển từ một nền hành chính còn nhiều tính bao cấp, quan liêu sang một xã hội pháp quyền. Về kinh tế, với nỗ lực của mình, Việt Nam đã

từ vị trí một nước nghèo trở thành nước có thu nhập trung bình từ năm 2000, nhưng là thu nhập *trung bình thấp* với nhiều “bẫy”, nhiều thử thách, rủi ro. Trong bối cảnh đó, giáo dục Việt Nam nói chung, giáo dục đại học Việt Nam nói riêng, đứng trước những trách nhiệm lớn lao và phải đối diện với nhiều thử thách gay go trước yêu cầu phát triển và hội nhập của đất nước. Có hội nhập mới phát triển và có phát triển đến một mức độ nào mới hội nhập được. Đó là logic hiển nhiên trong bối cảnh hiện nay. Những năm qua câu hỏi làm thế nào để giáo dục Việt Nam, đặc biệt là giáo dục đại học ở Việt Nam, phát triển, hội nhập luôn là trăn trở của nhiều ngành, nhiều giới, gồm cả nhiều học giả nước ngoài tâm huyết với Việt Nam.

Do tầm quan trọng đặc biệt của vấn đề phát triển giáo dục đại học ở các nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam, nên hiện đã có khá nhiều công trình, bài viết của nhiều học giả trong và ngoài nước về vấn đề này. Về giáo dục đại học ở Việt Nam, nhiều học giả nhấn mạnh đến nhiều vấn đề nổi bật, có tính thời sự như tự chủ đại học, tự do học thuật, lựa chọn mô hình phát triển, như công trình của Phạm Phú *Vẽ khuôn mặt mới của Giáo dục Đại học Việt Nam*², của Phạm Minh Hạc *Triết lý giáo dục: Thế giới và Việt Nam*³, của Cao Văn Phường *Hành trình đến nền giáo dục mở*⁴ v.v. Những năm gần đây đã có những hội thảo về

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM

Liên hệ

Nguyễn Văn Hiệu, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM

Email: nguyenvhieu9@gmail.com

Lịch sử

- Ngày nhận: 6/4/2020
- Ngày chấp nhận: 30/11/2020
- Ngày đăng: 20/12/2020

DOI: 10.32508/stdjssh.v4i4.602



Bản quyền

© ĐHQG Tp.HCM. Đây là bài báo công bố mở được phát hành theo các điều khoản của the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



Trích dẫn bài báo này: Hiệu N.V. Văn hóa đại học Việt Nam trong bối cảnh hiện nay nhìn từ yêu cầu kiến tạo bản sắc (Trường hợp Trường Đại học KHXH&NV, ĐHQG-HCM). *Sci. Tech. Dev. J. - Soc. Sci. Hum.*; 4(4):567-573.

đảm bảo chất lượng hướng đến việc xây dựng văn hóa chất lượng trong các trường đại học như các *Hội thảo đảm bảo chất lượng* của Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM diễn ra hàng năm, từ năm 2012. Năm 2018, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM tổ chức thành công Hội thảo quốc tế về “Văn hóa học đường đại học Việt Nam trong thời kỳ phát triển và hội nhập” vào tháng 4/2018, trong đó có những bài viết về, hoặc liên quan, đến bản sắc văn hóa đại học như các bài của Ngô Văn Lê “Văn hóa học đường: một hướng tiếp cận” [5, tr. 10-18], của Trần Ngọc Thêm “Văn hóa học đường Việt Nam trong thời kỳ phát triển và hội nhập: Vài nét về con đường từ lý luận đến thực tiễn” [5, tr. 28-38], của Lê Văn Hào “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 năm 2017 của Bộ Giáo dục và Đào tạo” [5, tr. 72-83]... Trong Hội thảo này có những bài viết về văn hóa đại học từ góc độ văn hóa tổ chức, như các bài của Nguyễn Lộc và Nguyễn Việt Hồng “Văn hóa tổ chức của trường đại học” [5, tr. 59-71], của Nguyễn Duy Mộng Hà “Lãnh đạo trong phát triển văn hóa học đường đại học” [5, tr. 84-96]... Tuy vậy, vấn đề kiến tạo bản sắc văn hóa đại học Việt Nam nhìn từ góc độ văn hóa tổ chức vẫn chưa được các nhà nghiên cứu quan tâm. Trên thế giới, tình hình cũng có phần tương tự khi giáo dục đại học được nhấn mạnh khá nhiều nhưng chủ yếu từ các vấn đề về tổ chức đại học, chính sách đại học, tự chủ đại học; về văn hóa đại học chủ yếu là các nghiên cứu về văn hóa sinh viên, văn hóa học đường hoặc văn hóa học thuật nói chung, như các công trình của K. Yamamoto về sinh viên và văn hóa sinh viên⁶, của T. Becher về nhóm và khu vực học thuật với các yêu cầu trí tuệ và văn hóa kỹ luật⁷, của J. Prosser (chủ biên) về văn hóa học đường⁸, của K.D. Peterson & T.E. Deal về sự định hình của văn hóa học đường⁹, của S. Gruenert và T. Whitaker về việc xác định, tiếp cận và chuyển đổi văn hóa học đường¹⁰..., nhưng hầu như cũng không thấy có công trình nào về kiến tạo bản sắc văn hóa đại học nhìn từ văn hóa tổ chức, ngay cả với công trình về văn hóa đại học của Ludmilla Luddy¹¹ chúng tôi có dẫn dưới đây cũng không nói đến kiến tạo bản sắc.

Trong bài viết này, chúng tôi muốn đề cập đến một khía cạnh nhỏ, khá căn bản và cần thiết đối với bất kỳ một đại học nào muốn tồn tại, phát triển. Đó là vấn đề xây dựng, kiến tạo bản sắc của một trường đại học trước yêu cầu phát triển và hội nhập. Bài viết liên hệ chủ yếu đến Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM, vừa như nghiên cứu trường hợp, vừa như minh chứng cho những yêu cầu chung về kiến tạo bản sắc. Về mặt quan điểm tiếp cận, chúng tôi nhìn văn hóa đại học Việt Nam từ góc độ văn hóa tổ chức với các thuật ngữ, khái niệm và các cách tiếp cận liên ngành hữu quan.

VĂN HÓA, VĂN HÓA ĐẠI HỌC VÀ VẤN ĐỀ KIẾN TẠO BẢN SẮC

Hiện có nhiều quan điểm, quan niệm về văn hóa. Quy chiếu về đối tượng nghiên cứu là *văn hóa đại học*, có thể hiểu khái niệm văn hóa từ nhiều góc độ, trước hết là từ góc độ văn hóa tổ chức.

Theo E. Schein, khái niệm văn hóa thường được các nhà nhân học dùng để chỉ các phong tục và nghi lễ mà các xã hội phát triển trong quá trình lịch sử, còn trong những thập niên gần đây, khái niệm này được một số nhà nghiên cứu và nhà quản lý dùng để chỉ môi trường và những thông lệ các tổ chức xây dựng, phát triển trong các mối quan hệ tương tác của những người trong tổ chức đó, hoặc để chỉ những giá trị, những phương châm, cương lĩnh của một tổ chức được các thành viên chấp nhận, chia sẻ [12, tr. 7].

Từ góc nhìn trên, cũng theo E. Schein, các nhà quản lý sẽ nói đến việc phát triển một “văn hóa đúng”, “văn hóa chất lượng”, “văn hóa dịch vụ” với hàm ý rằng văn hóa phải thực thi các giá trị của nó và nhà quản lý phải luôn làm cho văn hóa thấm sâu vào trong tổ chức của mình. Điều đó cũng giả định rằng, có những văn hóa tốt hơn hoặc xấu hơn, mạnh hơn hoặc yếu hơn, và “văn hóa đúng” phải là văn hóa có tác động tích cực, hiệu quả đến tổ chức đó [12, tr. 7].

E. Schein cũng nêu những đặc trưng và cấu trúc của văn hóa làm cơ sở lý luận cho nghiên cứu văn hóa tổ chức từ góc độ khoa học, đồng thời giúp nhà quản lý có thể hoạch định quản lý đơn vị của mình theo hướng xây dựng và phát triển một văn hóa mạnh để làm động lực cho công ty, đơn vị. Theo đó, văn hóa của một tổ chức phải có tính bền vững về cấu trúc, phải có bề dày và chiều sâu, phải có bề rộng đủ bao quát hết mọi chức năng của một nhóm, và cuối cùng là văn hóa phải củng cố sự bền vững của tổ chức bằng sự hòa hợp hoặc liên kết các thành tố thành những hệ hình hoặc dạng thức rộng lớn hơn nằm ở bề sâu hơn hoặc tạo nên mối liên kết chính thể [12, tr. 16].

E. Schein cũng nêu ra ba cấp độ của một hệ thống văn hóa, gồm lớp cấu trúc bề mặt với các dạng thức vật chất dễ nhận thấy, lớp sâu hơn với các tín niệm và các giá trị mọi người chia sẻ như chiến lược, mục tiêu, triết lý, và lớp cấu trúc sâu nhất là các giả định để cơ bản hoặc các giá trị được thừa nhận một cách mặc nhiên làm nền tảng cho các giá trị và hoạt động của tổ chức [12, tr. 26].

Trong luận án tiến sĩ *Khảo sát văn hóa đại học: Nghiên cứu trường hợp ở Papua New Guinea*¹¹ bảo vệ thành công tại Khoa Nghệ thuật, Giáo dục và Nhân văn Trường Đại học Kỹ thuật Victoria năm 2008, Ludmilla L. Salonda xem *văn hóa đại học* (university culture) là một dạng thức tiêu biểu của văn hóa tổ chức và sử

dụng mô hình văn hóa tổ chức của E. Schein để phân tích văn hóa đại học trên các phương diện cấu trúc hệ thống và các bình diện hữu quan như tổ chức công việc, cách thức ra quyết định, chiến lược nhân sự... [11, tr. 38–47].

Cách hiểu văn hóa đại học như một dạng thức đặc thù của văn hóa tổ chức như nêu trên có ý nghĩa khoa học và ý nghĩa thực tiễn cao trong việc vận dụng vào nghiên cứu văn hóa đại học ở Việt Nam nói chung, văn hóa đại học của một trường đại học ở Việt Nam nói riêng. Tuy vậy, trên khung nền chung đó, các nhà nghiên cứu có thể có các hướng tiếp cận riêng, phù hợp với từng mục tiêu nghiên cứu. Ở đây chúng tôi quan tâm đến vấn đề kiến tạo bản sắc của một trường đại học từ góc nhìn văn hóa tổ chức, tìm hiểu mức độ quan tâm của giới lãnh đạo đại học Việt Nam về vấn đề này và góp vài suy nghĩ vào việc kiến tạo bản sắc văn hóa đại học trong bối cảnh hiện nay. Trong khuôn khổ bài viết ngắn, như đã nói trên, chúng tôi chủ yếu liên hệ đến Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM như một nghiên cứu trường hợp.

Điều dễ nhận thấy là các nghiên cứu văn hóa ở Việt Nam rất ít nói đến *kiến tạo bản sắc*, cụ thể là kiến tạo bản sắc văn hóa. Điều này, một mặt, do chúng ta quá coi trọng tính truyền thống của văn hóa, luôn quy chiếu tính giá trị trong mối quan hệ với tính lịch sử của văn hóa, dẫn đến việc coi nhẹ những giá trị mới, hiện đại, nhất là coi nhẹ vai trò của việc tạo dựng các giá trị mới. Nhìn văn hóa từ góc độ văn hóa tổ chức, không khó để nhận ra sự hạn chế của quan niệm về văn hóa và các cách tiếp cận kể trên. Mặt khác, việc ít khi nói đến kiến tạo bản sắc còn nằm ở quan niệm về bản sắc văn hóa và cách tiếp cận. Hầu hết học giả Việt Nam khi nói đến bản sắc văn hóa thường chủ yếu nói đến bản sắc ở cấp độ văn hóa dân tộc mà ít nói đến các cấp độ nhỏ hơn như văn hóa một tổ chức, một doanh nghiệp. Bên cạnh đó, bản sắc văn hóa thường được hiểu là những đặc điểm, đặc trưng, những phẩm chất nổi bật hơn là những chiều sâu gắn kết bên trong. Trong khi hầu hết học giả nước ngoài khi nói đến bản sắc (identity) đều nhấn mạnh đến cảm thức bên trong, đến việc các thành viên tự xác định mình là ai, thuộc về đâu trong quy chiếu về tính đồng nhất cộng đồng [13, tr. 10], tức nói về bình diện chủ quan của cảm thức văn hóa, thì hầu hết học giả Việt Nam khi nói đến bản sắc lại nhấn mạnh đến đặc điểm khách quan có thể quan sát, nhận thấy¹⁴. Cả hai hướng đều ít nhiều bất cập trong việc tìm hiểu, nhận diện bản sắc của một chủ thể văn hóa.

Theo chúng tôi, nghiên cứu bản sắc văn hóa của một cộng đồng cần chú ý đến cả hai bình diện chủ quan và khách quan, có vậy mới có thể hiểu được chiều sâu những quan hệ nội tại nối kết các thành viên và các

biểu hiện có thể quan sát được như hệ quả tất yếu từ các quan hệ bề sâu bên trong. Thực tế, từ khá sớm, trong nghiên cứu dân tộc học, nhiều nhà nghiên cứu cũng đã thấy hai hướng phân tích tính cách và phân tích ý thức của một tộc người có sự bổ sung cho nhau vì cùng nghiên cứu một đối tượng từ hai bình diện khác nhau [15, tr. 40]. Chính vì vậy, chúng tôi rất đồng ý với Chris Barker khi ông cho rằng “khám phá bản sắc là tìm hiểu: chúng ta nhìn nhận bản thân như thế nào và những người khác nhìn thấy chúng ta như thế nào” [16, tr. 216]. Tuy vậy, có thể thấy Chris Barker, cũng như nhiều nhà nghiên cứu khác, chưa chú ý đến việc kiến tạo bản sắc nhìn từ góc độ văn hóa tổ chức, cụ thể là việc các nhà lãnh đạo của một tổ chức có ý thức kiến tạo nên bản sắc văn hóa như thế nào. Ở Việt Nam, nói đến bản sắc văn hóa là nói đến bình diện khách quan với những đặc trưng, đặc điểm nổi bật của một nền văn hóa, xây dựng bản sắc văn hóa là xây dựng theo hướng này. Trong học thuật phương Tây, nói đến ý thức về bản sắc là nói đến bình diện chủ quan với các cảm thức sở thuộc, cội nguồn và nơi chốn. Cả ở Việt Nam lẫn trên thế giới đều chưa nói đến việc cần thiết phải kiến tạo bản sắc nhìn từ cả hai phương diện chủ quan và khách quan.

Nghiên cứu bản sắc văn hóa từ các bình diện chủ quan lẫn khách quan của một trường đại học có thể vừa giúp hiểu bản sắc của trường đại học đó trong hệ thống giáo dục đại học của một quốc gia, vừa góp phần để ra những định hướng kiến tạo bản sắc để xây dựng một “văn hóa mạnh” cho trường đại học đó. Tuy nhiên, đây là việc làm cần có những khảo sát công phu và phân tích định lượng, định tính từ nhiều góc độ. Ở đây chúng tôi chỉ bước đầu điếm qua một số vấn đề về yêu cầu kiến tạo bản sắc, trường hợp Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM.

KIẾN TẠO BẢN SẮC VĂN HÓA ĐẠI HỌC: BÌNH DIỆN CHỦ QUAN

Tiếp cận bản sắc văn hóa của một cộng đồng từ bình diện chủ quan trước hết là đi tìm câu trả lời của các thành viên của cộng đồng đó về việc họ có cảm thấy mình thuộc về, hay gắn kết, có trách nhiệm, hoặc ít ra cũng tự hào rằng mình đang là, hoặc từng là, thành viên của cộng đồng đó. Cụ thể hơn, các thành viên của một cộng đồng có cảm thấy mình *đồng nhất* với cộng đồng đó trong sự chia sẻ về truyền thống, về lịch sử và ký ức tập thể của cộng đồng đó hay không. Đây chính là nói đến cấp độ sâu nhất của cấu trúc văn hóa của một tổ chức theo mô hình của Schein: cấp độ giá trị có tính mặc định và những giá trị các thành viên gắn kết, tự hào, có trách nhiệm gìn giữ, phát huy. Một trường đại học có “văn hóa mạnh” và có những giá trị mặc định mạnh là một trường đại học có bề

dạy truyền thống, có hệ giá trị bền vững, có vị trí cao trong hệ thống các trường đại học (trước hết là các đại học trong nước) và có uy tín trong các tương quan xã hội..., nói chung là những gì làm cho các thành viên của trường đại học đó tự hào, gắn bó và có trách nhiệm. Nhìn từ góc độ này, có thể thấy nhiều trường đại học ở Việt Nam có *văn hóa tương đối mạnh*, trong đó, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM là một trong những trường hợp tiêu biểu.

Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM chính thức mang tên như hiện nay từ tháng 3/1996, nhưng niềm tự hào của những người làm việc và học ở trường này vẫn thường gắn kết với truyền thống của Trường Đại học Tổng hợp TP.HCM lừng danh, cùng với đó là tên khoa, tên ngành học cụ thể. Không thể phủ nhận được sức hấp dẫn đặc biệt của loại hình trường đại học tổng hợp ở Việt Nam, ở Hà Nội từ trước đó, ở Huế từ 1975 đến 1994 và ở Sài Gòn - TP.HCM từ 1976 đến 1996, trước khi thành Đại học vùng hoặc Đại học Quốc gia. Tính chất tổng hợp – đa ngành, hàn lâm và có vẻ thiên về “tự do học thuật” của loại hình đại học tổng hợp cùng với tuyển sinh đầu vào khá nghiêm ngặt là niềm tự hào của những người tốt nghiệp từ mái trường này. Tổng hợp Văn, Tổng hợp Sử, Tổng hợp Triết, Tổng hợp Anh... là những cụm từ có âm vang đặc biệt khi một ai đó nói về nguồn gốc xuất thân học thuật của mình. Các thế hệ tiếp theo, bên cạnh truyền thống Đại học Tổng hợp, cũng có thể tự hào về một trung tâm đào tạo và nghiên cứu khoa học xã hội và nhân văn lớn nhất miền Nam với những thành tựu đáng tự hào, nhất là so sánh với các trường đại học khu vực miền Nam có đào tạo các ngành khoa học xã hội và nhân văn.

Những điều kể trên có thể gọi là “vốn văn hóa” của Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM. Vấn đề đặt ra là nhà trường đã làm gì để phát huy vốn văn hóa đó từ góc độ kiến tạo bản sắc?

Để tồn tại, phát triển và hoàn thành nhiệm vụ chiến lược của mình với tư cách là một thiết chế, một tổ chức lớn của nhà nước ở khu vực phía Nam, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM đã có những nỗ lực rất lớn về nghiên cứu, đào tạo và đạt được những thành tựu đáng ghi nhận. Những năm qua, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM đẩy mạnh công tác quản trị đại học là một trong những minh chứng cho nỗ lực này. Những cố gắng và thành công của Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM chắc chắn sẽ đem lại niềm tự hào cho các thành viên của trường, cho những người đang theo học lẫn những những người đã tốt nghiệp. Tuy nhiên, điều đó không đồng nhất với việc kiến tạo bản sắc.

Kiến tạo bản sắc, từ góc độ văn hóa tổ chức, trước hết thể hiện ở ý thức của lãnh đạo, xuất phát từ nhận

thức về vai trò của văn hóa, về ý nghĩa và động lực của việc xây dựng và tác động vào ý thức về bản sắc của các thành viên, theo nghĩa rộng, gồm cả những người gắn bó với trường, tự xác định tư cách thành viên, ít ra là với một “cộng đồng trong tâm tưởng” như Benedict Anderson xác định [17, tr. 5-6]. Điều dễ thấy, và chúng tôi cũng đã có những trao đổi, phỏng vấn với sinh viên, học viên nhiều thế hệ của trường, là hầu hết đều tự hào về “xuất thân” từ Trường Đại học Tổng hợp TP.HCM hoặc từ Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM vì đó là trường lớn, có uy tín trong nghiên cứu và đào tạo, người tốt nghiệp trường này được xã hội coi trọng, để có cơ hội việc làm. Ở bậc sau đại học, trong bối cảnh đào tạo sau đại học ở nhiều cơ sở đào tạo có nhiều biểu hiện dễ dãi, kém chất lượng như báo chí nêu khá liên tục những năm qua, học viên của Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM vẫn có niềm tự hào về sự nghiêm túc và chặt chẽ trong tuyển sinh đầu vào của trường và đòi hỏi cao ở đầu ra. Tuy nhiên, khi hỏi đến những vấn đề sâu hơn như bạn có thật sự cảm thấy gắn kết với trường, với khoa, bạn chia sẻ những giá trị gì của nhà trường..., thì sinh viên và học viên hầu hết đều lúng túng, thậm chí cả với các giảng viên của trường. Những câu hỏi tưởng chừng đơn giản như vậy nhưng cũng không dễ trả lời. Điều này phần nào cho thấy Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM chưa thật sự đặt trọng tâm, hoặc có nhưng chưa thật đạt được những gì như mong muốn trong việc kiến tạo nên sức mạnh bên trong của cộng đồng, thể hiện qua sự nắm bắt và chia sẻ còn khá hạn chế các giá trị cốt lõi và các ký ức văn hóa chung. Tuy vậy, những nỗ lực trong những năm qua của lãnh đạo Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM về xây dựng giá trị cốt lõi, thể hiện qua việc đưa ra triết lý giáo dục và cố gắng đưa triết lý đó vào thực tiễn, trước hết là vào nhận thức của đội ngũ giảng viên và người học, là rất đáng ghi nhận, nhất là trong bối cảnh triết lý giáo dục, trong đó có giáo dục đại học, hầu như đang bị bỏ ngỏ ở nước ta.

Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM chính thức đưa triết lý *Giáo dục toàn diện – Khai phóng – Đa văn hóa* vào *Kế hoạch Chiến lược phát triển Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG TP.HCM giai đoạn 2016 – 2020, tầm nhìn đến năm 2030*. Triết lý giáo dục này được công bố trên website của trường, được đưa đến từng đơn vị trong trường, đến từng giảng viên, sinh viên, học viên. Ở một góc độ nào đó, việc công bố triết lý giáo dục nhấn mạnh đến khai phóng, đa văn hóa trong bối cảnh cả nước chưa quan tâm nhiều đến triết lý giáo dục nói chung, đến tinh thần nhân bản, khai phóng trong giáo dục nói riêng, có thể ít nhiều mang tính nhạy cảm, nhưng điều đó cũng cho thấy quyết tâm, sự suy nghĩ sâu sắc và sẵn sàng chịu trách

nhiệm của một đội ngũ lãnh đạo đang muốn đơn vị của mình là một đơn vị có văn hóa mạnh, có bản sắc. Vấn đề là làm thế nào để cụ thể hóa triết lý giáo dục đó thành những giá trị cốt lõi cụ thể hơn, thể hiện qua văn hóa chất lượng hiện đại, tiên tiến của một trường đại học trong thời kỳ phát triển và hội nhập. Đây là điều Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM đang ở buổi đầu xét từ góc độ ý thức kiến tạo bản sắc.

Năm 2017, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM tổ chức hoạt động kỷ niệm 60 năm (1957 – 2017) ngày thành lập trường (tính từ Trường Đại học Văn khoa thuộc Viện Đại học Sài Gòn, thành lập ngày 01/03/1957), một lần nữa cho thấy lãnh đạo trường đã rất chú ý đến vai trò của lịch sử, của truyền thống, của sự chia sẻ ký ức chung trong việc tạo dựng nên bản sắc văn hóa của trường. Trong dịp này, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM có nhiều hoạt động, vừa để quảng bá trường, vừa để khơi dậy niềm tự hào lẫn tạo nên sự gắn kết giữa các thành viên của cộng đồng với nhà trường, giữa các thế hệ có chung một mái nhà, một học hiệu. Một ấn phẩm đồ sộ về *Thư mục nghiên cứu* của giảng viên, của các nhà nghiên cứu bao thế hệ từ *Văn khoa* đến *Xã hội nhân văn* được chính thức phát hành, cùng đó là hai tập sách dày dặn *Trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn: Lịch sử và Truyền thống*¹⁸ và *Ký ức Văn hóa – Tổng hợp – Xã hội & Nhân văn*¹⁹ được xuất bản. Đây cũng là dịp Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM nhấn mạnh và công bố đến toàn xã hội Triết lý giáo dục *Toàn diện – Khai phóng – Đa văn hóa* của mình.

Trong điều kiện các nghiên cứu ở Việt Nam ít chú trọng đến kiến tạo bản sắc văn hóa nhìn từ bình diện chủ quan để xây dựng triết lý, các giá trị cốt lõi và cố gắng hữu hình hóa các giá trị triết lý và giá trị đó qua hoạt động thực tiễn, các tổ chức và hoạt động của Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM trong thời gian qua là đúng hướng và đáng ghi nhận. Tuy nhiên, để thực sự tạo được một cộng đồng, một tổ chức có văn hóa mạnh thực sự nhìn từ bên trong, theo chúng tôi, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM còn phải nỗ lực nhiều hơn nữa trong kiến tạo bản sắc văn hóa nhìn từ bình diện chủ quan, trong đó xây dựng các giá trị cốt lõi, cụ thể hóa các giá trị đó thành niềm tự hào của từng thành viên sẽ là nền tảng căn bản để có những bước phát triển tiếp theo trên con đường phát triển và hội nhập.

KIẾN TẠO BẢN SẮC VĂN HÓA ĐẠI HỌC: BÌNH DIỆN KHÁCH QUAN

Đây chính là yêu cầu để “người khác nhìn thấy chúng ta như thế nào” như quan điểm của Chris Barker chúng tôi đã dẫn trên, tức là một trường đại học đã

xây dựng và quảng bá hình ảnh, tên tuổi của mình như thế nào để xã hội nhìn nhận đó là một trường có bản sắc.

Cách đây hơn một thập niên, không nhiều trường đại học ở Việt Nam quan tâm đến việc xây dựng và quảng bá hình ảnh của trường mình với tư cách là một “thương hiệu” mạnh có sức thu hút tuyển sinh đầu vào và thể hiện vị thế xã hội của mình trong tương quan với các cơ sở đào tạo khác. Tuy nhiên, trong một vài thập niên trở lại đây, khi giáo dục trở thành một trong những lĩnh vực có thể được kinh doanh tốt, trong lúc nhiều trường đại học tư đã chú ý đến việc xây dựng “thương hiệu” và tìm mọi cách để làm nổi bật tên tuổi của mình, thì nhiều trường đại học công, trong đó có Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM, vẫn ít chú ý hơn đến yêu cầu này vì tự tin vào vị thế vững chãi vốn có của mình.

Thực tế, việc kiến tạo bản sắc trên bình diện khách quan rất phức tạp và không thể tách rời với nội lực thực sự của một trường đại học. “Thương hiệu” của một trường đại học là sản phẩm của quá trình văn hóa, là kết quả tổng hòa của nhiều nguyên nhân, hình ảnh và tên tuổi chỉ là những biểu hiện cụ thể. Chính vì vậy, những kiến tạo bản sắc bên trong, trên bình diện chủ quan, cũng là nền tảng để kiến tạo bản sắc theo hướng tạo nên các đặc trưng, đặc điểm, các dấu hiệu nhận diện xét từ bình diện khách quan.

Trong những năm gần đây, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM đã bắt đầu nói đến quản trị và văn hóa quản trị đại học từ cái nhìn bên trong, gắn với yêu cầu của văn hóa tổ chức, đồng thời đó rất coi trọng việc đáp ứng nhu cầu xã hội bằng việc tổ chức khá thường xuyên và hiệu quả các cuộc khảo sát cựu sinh viên và nhu cầu nhà tuyển dụng để cập nhật chương trình đào tạo. Đây cũng chính là một trong những cách góp phần làm nên tên tuổi bền vững của một cơ sở đào tạo lớn. Các chương trình hợp tác nghiên cứu với các địa phương, với các trường đại học trong nước và quốc tế trên lĩnh vực khoa học xã hội và nhân văn cũng góp phần khẳng định vị thế của một trung tâm nghiên cứu và đào tạo khoa học xã hội và nhân văn lớn nhất phía Nam. Bên cạnh đó, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM cũng đặc biệt chú ý đến việc quảng bá hình ảnh của trường với tư cách là một “thương hiệu” đại học lớn. Hoạt động tổ chức kỷ niệm 60 năm của Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG TP.HCM vào tháng 11 năm 2017 có tính quảng bá rất tốt, vừa truyền thông điệp về triết lý giáo dục khá đặc trưng của trường trong bối cảnh hiện nay, vừa giới thiệu được bề dày truyền thống và sứ mệnh nghiên cứu, đào tạo của trường. Từ đầu năm 2017 (tháng 1/2017), Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM đã thành lập Phòng Truyền thông – Tổ chức sự kiện của

trường với chức năng – nhiệm vụ chính là truyền thông và quan hệ công chúng, tổ chức sự kiện đánh dấu nhận thức mới của nhà trường về vai trò của truyền thông, của việc đưa hình ảnh của nhà trường đến với xã hội. Tuy vậy, vẫn còn là điều đáng tiếc vì Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM vẫn chưa có một tạp chí khoa học chuyên ngành của trường, chưa thật chú ý đến việc lập một tủ sách mang thương hiệu xã hội nhân văn đặc thù, gắn với Nhà xuất bản của Đại học Quốc gia TP.HCM. Sách của giảng viên, của các nhà nghiên cứu xuất bản tại Nhà xuất bản Đại học Quốc gia TP.HCM ít được đưa ra các kênh phát hành rộng rãi cũng là một trong những thiệt thòi trong quảng bá thương hiệu của trường. Một thực trạng cũng cần nhận thức rõ về văn hóa chất lượng, cũng đồng thời là vấn đề của bản sắc và kiến tạo bản sắc của một trường đại học, là số lượng các bài báo khoa học đăng trên các tạp chí khoa học uy tín trên thế giới thuộc danh mục Scopus và ISI. Đây là điều lãnh đạo Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM đặc biệt quan tâm và đã đạt được những thành tích đáng kể, số bài công bố trên các tạp chí ISI/Scopus từ 2 bài năm 2015 đã tăng lên 30 bài năm 2019²⁰. Tuy vậy, đây vẫn là con số còn khá khiêm tốn so với một trung tâm đào tạo và nghiên cứu khoa học xã hội lớn ở phía Nam như Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM.

KẾT LUẬN

Trước yêu cầu phát triển và hội nhập hiện nay, với vai trò và chức năng của mình, các trường đại học ở Việt Nam đều đang đứng trước những cơ hội và những thách thức nhất định, đòi hỏi phải có những chuyển biến mạnh mẽ về nhận thức và có chiến lược đúng trong hành động, trong tổ chức và quản trị đại học của mình. Một trong những điều kiện nổi bật để một trường đại học phát triển và hội nhập là phải xây dựng cho trường có một “văn hóa mạnh” từ những yêu cầu cơ bản của một cộng đồng văn hóa nhìn từ góc độ văn hóa tổ chức, trong đó, kiến tạo bản sắc là một trong những yêu cầu cơ bản đó.

Nghiên cứu văn hóa ở Việt Nam nói nhiều về bản sắc, nhất là bản sắc văn hóa dân tộc, nhưng chủ yếu nhấn mạnh đến bề dày truyền thống mà ít nói đến vấn đề kiến tạo bản sắc, lại càng ít nói đến kiến tạo bản sắc trên cả hai bình diện chủ quan lẫn khách quan. Hy vọng những suy nghĩ bước đầu của chúng tôi về kiến tạo bản sắc một trường đại học từ cả hai bình diện chủ quan và khách quan có ý nghĩa nhất định trong việc gọi một hướng nhìn góp phần xây dựng văn hóa đại học được toàn diện hơn.

TUYÊN BỐ XUNG ĐỘT LỢI ÍCH

Bài viết không có xung đột lợi ích nào khi công bố.

ĐÓNG GÓP CỦA TÁC GIẢ

Trên cơ sở các lý thuyết nghiên cứu về bản sắc văn hóa, văn hóa tổ chức và từ thực tiễn hoạt động của Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia TP.HCM, tác giả điếm qua thực trạng xây dựng văn hóa đại học ở trường này và đề xuất hướng kiến tạo bản sắc văn hóa đại học nói chung, văn hóa đại học ở Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia TP.HCM từ góc độ văn hóa tổ chức trong thời gian sắp tới.

LỜI CẢM ƠN

Nghiên cứu được tài trợ bởi Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh (ĐHQG-HCM) trong khuôn khổ Đề tài mã số A2018-18b-01

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. World Bank. Higher Education in Developing Countries: Peril and Promise. Manufactured in the United States of America. 2000;.
2. Phụ P. Về khuôn mặt mới của Giáo dục Đại học Việt Nam (Tập hợp bài viết). Nhà xuất bản Đại học Quốc gia TP. HCM. 2005;.
3. Hạc PM. Triết lý giáo dục: Thế giới và Việt Nam. Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia. 2013;.
4. Phường CV. Hành trình đến nền giáo dục mở. Nhà xuất bản Văn học. 2015;.
5. Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM. Văn hóa học đường đại học Việt Nam trong thời kỳ phát triển và hội nhập. Kỷ yếu Hội thảo quốc tế. 2018;.
6. Yamamoto K. The college student and his culture. Boston: Houghton Mifflin Company. 1968;.
7. Becher T. Academic tribes and territories. Intellectual enquiry and the cultures of disciplines. Milton Keynes: SRHE & Open University Press. 1989;.
8. Prosser J. School Culture. SAGE Publications. 1999;.
9. Peterson KD, Deal TE. The shaping school culture fieldbook. San Francisco: Jossey-Bass. 2002;.
10. Gruenert S, Whitaker T. School culture rewired: how to define, assess, and transform it. Alexandria, Virginia: ASCD. 2015;.
11. Salonda LL. Exploration of a University Culture: A Papua New Guinea Case Study. Doctoral Thesis, Victoria University of Technology. 2008;.
12. Schein EH. Organizational Culture and Leadership 3rd ed. John Wiley & Sons, Inc. 2004;.
13. Hofstede G. Cultural Consequences 2nd ed. Sage Publications. 2001;.
14. Trà LN (Tập hợp và giới thiệu). Văn hóa Việt Nam: Đặc trưng và cách tiếp cận. Nhà xuất bản Giáo dục. 2001;.
15. Claret P. Cá tính tập thể của các dân tộc (Lê Diên dịch). Nhà xuất bản Phương Đông. 2006;.
16. Barker C. Cultural Studies: Theory and Practice 3rd ed. Sage Publications. 2008;.
17. Anderson B. Imagined Communities - Reflections on the Origin and Spread of Nationalism 3rd ed. Verso Publications. 2006;.
18. Trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn. Trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn: Lịch sử và truyền thống. Nhà xuất bản Tổng hợp TP.HCM. 2017;.
19. Nhiều tác giả. Ký ức Văn khoa - Tổng hợp - Xã hội & Nhân văn. Nhà xuất bản Trẻ. 2017;.
20. Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM. Báo cáo tổng kết năm học 2018 - 2019 và phương hướng năm học 2019 - 2020;.

Vietnam's university culture in the present context viewed from the requirements of identity construction (the case of USSH, VNU-HCM)

Nguyen Van Hieu*



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

ABSTRACT

Education is the foundation and motivation of development of a country. In the current context of globalization, facing the demands of development and integration, the important role of education is most evident in the field of higher education. In higher education, a university, which is considered to be strong and is expected to fulfill its mission, must be a university with a strong culture and a distinctive identity. Upon that criterion, in this article, the author investigates Vietnamese universities from the perspective of organizational culture, emphasizing the requirements of constructing cultural identity in both subjective and objective aspects. This issue is relatively new, especially in the context of studying university culture in Vietnam; therefore, the article mainly introduces the theoretical framework of constructing cultural identity, in the case of university cultural identity from the perspective of organizational culture. The paper chooses the University of Social Sciences and Humanities, Vietnam National University Ho Chi Minh City (USSH, VNU-HCM) -- one of the major humanities and social sciences training centers in the country -- as a case study with the hope that it can help to understand university culture in Vietnam from the requirements of identity construction in the context of globalization and cultural integration today.

Key words: Culture, university, university culture, identity building, integration

The University of Social Sciences and Humanities, VNU-HCM

Correspondence

Nguyen Van Hieu, The University of Social Sciences and Humanities, VNU-HCM

Email: nguyenvhieu9@gmail.com

History

- Received: 6/4/2020
- Accepted: 30/11/2020
- Published: 20/12/2020

DOI : 10.32508/stdjssh.v4i4.602



Copyright

© VNU-HCM Press. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



Cite this article : Hieu N V. Vietnam's university culture in the present context viewed from the requirements of identity construction (the case of USSH, VNU-HCM). *Sci. Tech. Dev. J. - Soc. Sci. Hum.*; 4(4):567-573.