

MÔ HÌNH TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÁNG TẠO TRONG THẾ KỶ XXI

MODEL OF CREATIVE UNIVERSITY IN 21st CENTURY

NGUYỄN LỘC^(*)

TÓM TẮT: Bài viết đề cập đến bản chất của mô hình trường đại học sáng tạo như một xu thế cạnh tranh quan trọng của giáo dục đại học của thế kỷ XXI. Việc phân tích mô hình này tập trung vào việc làm sáng tỏ bối cảnh và nguồn gốc của khái niệm trường đại học sáng tạo, từ đó chỉ ra những thách thức đòi hỏi giáo dục đại học truyền thống phải thay đổi. Những thách thức này được đặt ra bởi các nhân tố như các nhà cung cấp dịch vụ giáo dục khác, sinh viên và người sử dụng lao động và công nghệ mới. Mô hình trường đại học sáng tạo được thể hiện với năm đặc trưng, đó là: Giá trị quản lý cốt lõi mạnh mẽ; Mối quan hệ bên ngoài nhà trường phát triển; Nguồn tài chính đa dạng; Trung tâm học thuật vững chắc và Văn hóa kinh doanh tích hợp. Đặc biệt, bài báo cho rằng để trở thành trường đại học sáng tạo, bản thân các trường đại học cần phải suy nghĩ lại vai trò và vị trí của họ trong các lĩnh vực giảng dạy, nghiên cứu, chuyển giao kiến thức và quản lý.

Từ khóa: trường đại học sáng tạo, giáo dục đại học truyền thống, đặc trưng của trường đại học sáng tạo.

ABSTRACT: The paper has indicated the nature of creative university model as a critical innovative trend of higher education in 21st century. The analysis of such model focuses on clearing the context and origin of creative university definition, then according to that, point out challenges which forces traditional education to change indeed. Those challenges are stated by factors such as providers of other educational services, students and employers and new-tech. There are five features represented: Strong steering core, Developmental periphery, Diversified funding base, Strong academic heartland and Integrated entrepreneurial culture. Especially, it is assumed that to become a creative university, universities, themselves have to reconsider their roles and position in sectors of teaching, researching, knowledge exchange and managing.

Key words: creative universities, traditional higher education, features of creative university.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Cùng với nhiều xu thế cạnh tranh khác nhau trong giáo dục đại học, việc phát triển mô hình trường đại học sáng tạo

(Innovative University) được bắt đầu cách đây không lâu và gần đây thu hút được sự chú ý của các nhà nghiên cứu ở Việt Nam. Do vấn đề còn khá mới mẻ nên thông tin về

(*) GS.TS. Nguyễn Phó Viện trưởng Viện Khoa học Giáo dục Việt Nam, Email: dr.nguyenloc@gmail.com

các nghiên cứu liên quan còn ít ỏi, tản mạn, khác nhau và đôi khi là mâu thuẫn nhau. Do vậy, bài viết này có mục đích tìm hiểu thêm các thông tin về mô hình trường đại học sáng tạo, đặc biệt cố gắng phân tích rõ bản chất của mô hình này, giải thích sự cần thiết của mô hình, những canh tân xảy ra đối với các chức năng chính của trường đại học cũng như cách thức quản lý của mô hình này. Mặc dù được coi là được khởi xướng từ Mỹ và Anh quốc, các luận điểm được nêu ra trong bài này chủ yếu được tổng hợp từ các nghiên cứu liên quan đến lý luận và thực tiễn vận hành của tổ chức Liên hiệp các trường đại học sáng tạo châu Âu (ECIU-European Consortium of Innovative Universities), [10].

2. NGUỒN GỐC VÀ ĐỊNH NGHĨA

Khi xét về nguồn gốc mô hình trường đại học sáng tạo, người ta hay đề cập đến sự xuất hiện của các nhóm (Clusters) hợp tác giữa các trường đại học với các công ty doanh nghiệp trong việc thúc đẩy nghiên cứu khoa học và sản xuất. Sự xuất hiện của nhóm hợp tác đầu tiên thường được nhắc đến là sự hợp tác của Trường Đại học Stanford (Mỹ) với Công ty Hewlett-Packard ở Thung lũng Silicon. Nhóm hợp tác này đã tạo nên việc làm cho sinh viên tốt nghiệp, tạo nên mảnh đất màu mỡ cho canh tân, cho sáng tạo. Điểm mạnh của hình thức tổ chức này là tập hợp được nhiều nguồn lực khác nhau như các chuyên gia về luật, về kế toán, các nhà đầu tư mạo hiểm, và đương nhiên là các chuyên gia học thuật. Một ví dụ khác là sự khởi xướng của nhóm hợp tác Cambridge. Sau này, dựa trên nền tảng sáng kiến này, Trường Trinity College thuộc Trường Đại học Cambridge

đã thành lập Công viên Khoa học Cambridge (Cambridge Science Park). Công viên khoa học này cung cấp các điều kiện nghiên cứu cho sinh viên mới tốt nghiệp. Sáng kiến này đã thúc đẩy sự tăng trưởng của doanh nghiệp cũng như các canh tân, sáng tạo nhằm nâng cao chất lượng vốn con người, thu hút sự hợp tác của các đối tác khác nhau.

Khi bàn về trường đại học sáng tạo, Clark có định nghĩa như sau: “*Trường đại học sáng tạo (Innovative University/ Entrepreneurial University) được định nghĩa là trường đại học mong muốn và cố gắng thích ứng đối với các điều kiện môi trường luôn thay đổi. Đó là nói đến các trường đại học muốn thay đổi, muốn điều chỉnh sứ mạng của nhà trường phù hợp với những gì đang xảy ra trong môi trường của họ*”.

Theo Clark, các trường đại học sáng tạo xuất hiện với năm đặc trưng cơ bản sau:

Một giá trị quản lý cốt lõi mạnh mẽ (A Strong Steering Core): các trường đại học muốn thay đổi, không thể dựa vào quản lý truyền thống (yếu kém). Họ cần phải trở nên nhanh hơn, linh hoạt, tập trung hơn trong việc thích ứng với các nhu cầu của môi trường của họ;

Mối quan hệ bên ngoài nhà trường phát triển (A Developmental Periphery): các trường đại học muốn thay đổi, cần phải có cơ chế thiết lập mối quan hệ với thế giới bên ngoài. Họ phải vượt qua các ranh giới truyền thống. Họ cần phải thiết lập các đơn vị tổ chức đặc biệt để làm như vậy;

Nguồn tài chính đa dạng (A Diversified Funding Base): các trường đại học muốn thay đổi, cần các nguồn lực để

thực hiện. Họ đặc biệt cần có tự chủ cao trong sử dụng vốn. Vì vậy, họ có thể mở rộng nguồn tài chính (và trở nên ít phụ thuộc của chính phủ);

Một trung tâm học thuật mạnh mẽ (A Strong Academic Heartland): các trường đại học muốn thay đổi, cần có các đơn vị học thuật chấp nhận một nền văn hóa kinh doanh. Các đơn vị này được khích lệ sẵn sàng phản ứng tích cực đối với thay đổi;

Một nền văn hóa kinh doanh tích hợp (An Integrated Entrepreneurial Culture): trường đại học muốn thay đổi, cần có một văn hóa “chấp nhận thay đổi”, một đạo đức làm việc và những niềm tin của toàn nhà trường là trở thành danh tính của tổ chức [1].

Để làm rõ nội dung của định nghĩa này cần phải trả lời hai câu hỏi chính: Những biểu hiện nào cho thấy môi trường giáo dục đại học đang thay đổi?; Trường đại học sáng tạo phải cố gắng như thế nào để thích ứng với những điều kiện thay đổi đó?

3. NHỮNG THÁCH THỨC TRONG MÔI TRƯỜNG GIÁO DỤC ĐẠI HỌC

Một số tác giả đã phân tích việc các trường đại học đối mặt với những thách thức như sau:

Trước hết trường đại học bị thách thức bởi *các nhà sản xuất ra kiến thức khác*. Cho dù có muốn hay không, các trường đại học phải thừa nhận rằng họ không còn là nhà sản xuất tri thức duy nhất nữa. Tri thức được sản xuất từ nhiều tổ chức đa dạng: ngoài các trường đại học, có các nhóm tạo ý tưởng (Think Tank), các công ty kinh doanh, phòng thí nghiệm của chính phủ.

Các trường đại học đang bị thách thức bởi *sinh viên và người sử dụng lao động*.

Hệ thống giáo dục đại học đã trở thành hệ thống đại chúng, đó là một thành tựu to lớn. Nhưng điều này ngụ ý rằng hầu hết sinh viên tốt nghiệp sẽ không trở thành học giả hoặc chỉ làm việc trong các trường đại học. Họ sẽ có nghề nghiệp chuyên môn và họ đòi hỏi các trường đại học phải cung cấp cho họ chương trình đào tạo hiệu quả cho hoạt động nghề nghiệp chuyên môn đó. Đồng thời, người sử dụng lao động chỉ có thể hỗ trợ các trường đại học cung cấp cho họ những sinh viên tốt nghiệp phù hợp với nhu cầu sử dụng.

Các trường đại học đang bị thách thức bởi *các nhà cung cấp dịch vụ giáo dục khác*. Các nhà cung cấp dịch vụ giáo dục mới, thường là các tổ chức vì lợi nhuận, khi tham gia vào thị trường giáo dục mang theo một định hướng nghề nghiệp mạnh mẽ và sẵn sàng cạnh tranh với các trường đại học.

Các trường đại học đang bị thách thức bởi *các công nghệ mới*. Công nghệ thông tin và công nghệ truyền thông (và đặc biệt là công nghệ viễn thông) có thể cũng có tác động đáng kể đến hệ thống giáo dục đại học. Vì vậy, các tổ chức cung cấp giáo dục có thể thay đổi đáng kể để sinh viên có nhiều lựa chọn hơn.

4. NHỮNG CÁCH THỨC CẦN ĐỔI MỚI ĐỂ TRỞ THÀNH TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÁNG TẠO

Những thách thức vừa nêu trên đòi hỏi các trường đại học phải cố gắng thích ứng. Để trở thành trường đại học sáng tạo, cần phải suy nghĩ lại vai trò và vị trí của họ (tức là trở thành sáng tạo và linh hoạt kinh doanh) trong ít nhất ba lĩnh vực sau đây.

Nghiên cứu: Đối với nghiên cứu, các trường đại học cần phải hiểu rằng họ không

còn nguồn duy nhất tạo ra phát minh và sáng tạo. Trong bối cảnh của nền kinh tế tri thức có rất nhiều nhà sản xuất kiến thức mới, thường có ngân sách rất lớn, tất cả họ đều cố gắng tạo nên điểm mạnh thích hợp cho mình trong cơ sở hạ tầng của tri thức toàn cầu. Các trường đại học có thể trở thành một trong những bộ phận thuộc mạng lưới rộng lớn hơn và cần phải phát triển các mối quan hệ chiến lược với các nhà sản xuất khác, kiến thức khác; Nghiên cứu ngày nay không còn là một hoạt động khép kín. Do sự phức tạp của vấn đề đặt ra trong nhiều chương trình nghiên cứu ngày nay, và vì các chi phí nghiên cứu liên quan, nghiên cứu ngày càng trở nên mang tính chất *chia sẻ nguồn lực* (nguồn lực trí tuệ, nguồn lực tài chính và nguồn lực vật chất); Trường đại học cần tìm kiếm quan hệ đối tác chiến lược. Trường đại học nên tương tác chặt chẽ hơn với các nhà sản xuất kiến thức khác. Điều này ngụ ý một cách tiếp cận hoàn toàn mới về quản lý nghiên cứu, với trọng tâm là: quan hệ đối tác chiến lược, chia sẻ các nguồn lực, tìm kiếm các bối cảnh vấn đề mới. Các trường đại học thành công trong tương lai sẽ là những trường biết cách tạo ra một sự hiện diện cho chính mình trong việc thay đổi bối cảnh vấn đề, và cộng tác với các tổ chức khác (bằng cách chia sẻ các nguồn lực); Các trường đại học sáng tạo cần có khả năng phát triển các hệ thống giá trị được định hướng theo hợp tác và năng động. Trong ý nghĩa này, các trường đại học sáng tạo gần có bản chất giống như khái niệm về cái gọi là “doanh nghiệp có giá trị cao” (The High-Value Enterprise).

Dạy và học: Không thể phủ nhận rằng cả sinh viên và người sử dụng lao động ngày càng yêu cầu kỹ năng nghề nghiệp hơn là việc truyền tải kiến thức như trước đây. Họ có nhiều quan tâm đến các kỹ năng quá trình hơn so với nội dung của các lĩnh vực kiến thức (phát triển quá nhanh). Ngoài ra, các điều kiện thị trường lao động bên ngoài các trường đại học yêu cầu người học phải được trang bị bộ kỹ năng khác với những kỹ năng truyền thống. Vì vậy, các trường đại học phải đổi mới với những thách thức để xác định lại ý tưởng của vấn đề học tập. Điều này không phải là dễ dàng. Họ phải làm điều này như thế nào? Không chỉ đơn giản bằng cách tập trung vào đào tạo nghề, mà cần phải kết hợp các giá trị truyền thống của giáo dục khai phóng và tập hợp các kỹ năng quá trình nghề nghiệp. Các trường đại học sáng tạo không chỉ giáo dục các nhà trí thức hàn lâm truyền thống. Họ cần cung cấp thêm các kỹ năng mới, đó là: kỹ năng sẵn sàng thay đổi, kỹ năng đa môn, kỹ năng công nghệ thông tin và truyền thông, khả năng học tập và kỹ năng xã hội; Do sự thay đổi điều kiện môi trường như vậy các trường đại học cần suy nghĩ lại và xác định lại vai trò giáo dục của họ. Nhiều nhà nghiên cứu cho rằng, các trường đại học cần thực hiện bước nhảy chuyển từ *đào tạo chuyên gia về môn học* sang *đào tạo người lao động có chuyên môn nghề nghiệp*. Các trường đại học sáng tạo đã đặt ra mục tiêu để thực hiện điều này.

Chuyển giao kiến thức: Các trường đại học sáng tạo cần đặc biệt thành công trong nhiệm vụ thứ ba của trường đại học với các hình thức như công viên khoa học, trung tâm chuyển giao công nghệ, các chương

trình lồng ấp (Incubator Program) và quỹ vốn đầu tư liều lĩnh (Venture Capital Funds). Các trường đại học sáng tạo đã học được những bài học quan trọng từ công việc này. Người ta cho rằng, "chuyển giao công nghệ được thực hiện hiệu quả nhất bởi sự chuyển động của con người". Chuyển giao kiến thức xuất hiện để làm việc tốt nhất khi nó được thực hiện như "một môn thể thao đồng đội". Chuyển giao kiến thức không phải là một quá trình mà trong đó kiến thức được giữ bên trong trường đại học, và chỉ đến vòng cuối mới được đưa ra thế giới bên ngoài. Chuyển giao kiến thức, đúng ra có thể được coi như là một trò chơi mà trong thời gian đó, quả bóng di chuyển liên tục giữa các cầu thủ, và tất cả các cầu thủ phải nỗ lực hợp tác mới có thể giành được chiến thắng. Vì vậy, một lần nữa, trọng tâm là về sự hợp tác và chia sẻ các nguồn lực.

5. QUẢN LÝ TRONG TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÁNG TẠO

Các trường đại học sáng tạo phải suy nghĩ lại và xác định lại vai trò, vị trí của họ, chấp nhận thách thức mà họ đang phải đối mặt. Họ có thể hợp tác trong "Mạng lưới kiến thức" mới, họ sẵn sàng chia sẻ nguồn lực, đặt mục đích đào tạo người lao động có kiến thức chuyên môn, và hợp tác đầy đủ trong quá trình chuyển giao kiến thức hiện đại. Những thách thức từ môi trường luôn thay đổi buộc các trường đại học sáng tạo phải tìm kiếm, thay đổi các hệ thống và quy trình mới về quản lý. Có hai khía cạnh cần xem xét ở đây.

Khía cạnh thứ nhất, sự quản lý của các trường đại học sáng tạo cần có *khía cạnh bên ngoài* (External Dimension). Vươn ra

ngoài phạm vi nhà trường, kết nối, chia sẻ các nguồn lực, tất cả đều liên quan đến một hệ thống và phong cách quản lý - hướng ra ngoài. Các trường đại học sáng tạo cần càng nhiều cửa sổ thông với thế giới bên ngoài càng tốt. Họ cần sự linh hoạt để có thể thích ứng với những cơ hội mới xuất hiện. Họ cần có năng lực để chấp nhận một lượng lớn các mô hình quan hệ với môi trường. Khía cạnh quản lý bên ngoài này ngụ ý nhấn mạnh vào chiến lược tự điều chỉnh. Điều này bao gồm khả năng tổ chức, quản lý của các đơn vị, tổ chức được phân cấp. Quyền tự chủ lớn dành cho các đơn vị tự tổ chức cho phép họ thích ứng một cách chuyên ngành và tập trung với điều kiện của môi trường hoạt động của họ và do đó tạo ra năng lực thích ứng lớn và đa dạng với thế giới bên ngoài đối với trường đại học như một tổng thể.

Khía cạnh thứ hai của hệ thống quản lý trường đại học sáng tạo, *khía cạnh bên trong* (Internal Dimension) - liên quan đến các quy trình nội bộ của trường đại học. Khía cạnh này nhằm giải quyết các nhu cầu quan trọng cho các trường đại học sáng tạo để tạo ra một "văn hóa kinh doanh tích hợp" (Integrated Entrepreneurial Culture), một nền văn hóa tổng thể trong đó sự thay đổi và hành vi sáng tạo được chấp nhận như là nguyên tắc làm việc của trường đại học. Nền văn hóa sáng tạo học thuật không dễ dàng tạo ra được. Nhưng các trường đại học sáng tạo có nhiều cách để thực hiện, các trường đại học sáng tạo đề ra kế hoạch tương tác và chu kỳ kiểm soát, trong đó các đơn vị tự tổ chức khác nhau có thể liên hệ với lãnh đạo trường đại học.

6. KẾT LUẬN

Việc phát triển mô hình trường đại học sáng tạo đang là một xu thế quốc tế rất đáng được quan tâm. Mặc dù còn một số ý kiến chỉ trích (Một số nhà nghiên cứu cho rằng các trường đại học sáng tạo/ kinh doanh đang làm những điều sai trái. Theo các tác giả này, các trường đại học sáng tạo đi ngược lại những giá trị học thuật truyền thống, thể hiện chủ nghĩa cơ hội trong giảng dạy và nghiên cứu, chỉ quan tâm đến việc kiếm tiền và do đó thực hiện tất cả các hoạt động không cần thiết bên ngoài.), song

mô hình này chứa đựng nhiều yếu tố tích cực của một trường đại học tương lai như thích ứng tốt với sự thay đổi của môi trường, chia sẻ nguồn lực, vượt khỏi phạm vi nhà trường, tăng cường hợp tác, định hướng đào tạo người làm việc chuyên nghiệp,... Việc triển khai mô hình trường đại học sáng tạo trong thực tiễn đòi hỏi cần có những nghiên cứu sâu sắc hơn để có thể đưa ra những khuyến cáo phù hợp về mức độ cũng như nội dung áp dụng với từng quốc gia cụ thể, trong đó có Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Clark, B. (1998), *Creating Entrepreneurial Universities, Organisational Pathways of Transformation*, Oxford/New York: Pergamon Elsevier.
2. Gibbons, M. (1998), *Higher Education Relevance in the 21st Century*, Association of Commonwealth Universities.
3. Gibbons M. et al. (1994), *The New Production of Knowledge, the Dynamics of Science and Research in Contemporary Societies*, London: Sage.
4. Massy, W.F. et al. (1996), *Resource Allocation in Higher Education*, Ann Arbor: the University of Michigan Press.
5. Neave, G. (1998), During the seminar 'Innovative Universities', 19-20 May, The Netherlands: University of Twente.
6. Office of Adviser to the Prime Minister (2011), *University innovation clusters (Draft Concept Paper)*.
7. Slaughter, S. & Leslie L.L. (1997), *Academic Capitalism, Politics, Policies and the Entrepreneurial University*. Baltimore: the Johns Hopkins Press.
8. Trow, M.T. (1996), *Markets and Accountability in Higher Education, a Comparative Perspective*, Higher Education Policy, 9.
9. Van Vught, F.A. (1992), *Governmental Strategies and Innovation in Higher Education*, London: Jessica Kingsley.
10. Liên hiệp các trường đại học sáng tạo châu Âu (ECIU-European Consortium of Innovative Universities) được thành lập vào năm (1997), xem eciu.web.ua.pt.

Ngày nhận bài: 25/05/2017. Ngày biên tập xong: 21/5/2017. Duyệt đăng: 02/6/2017