

NHỮNG VẤN ĐỀ CỐT LÕI XUYÊN SUỐT TRONG PHÁT TRIỂN GIÁO DỤC ĐẠI HỌC

MALCOLM H. FIELD (*)

TÓM TẮT

Từ nền giáo dục đại học Nhật Bản, các chuyên gia có uy tín trong lĩnh vực kinh tế - xã hội bàn tới giáo dục đại học ngày nay. Đây chính là căn cứ để các nhà chức trách, các tổ chức giáo dục hoạch định chiến lược phát triển giáo dục đáp ứng các nhu cầu của sinh viên và các nhu cầu của xã hội trong tương lai.

Từ khóa: vấn đề cốt lõi, giáo dục đại học.

ABSTRACT

Using Japan's higher education as a case this paper discusses higher education with the terminology from contemporary business culture experts. I argue that institutions need to reconsider their identity and service and align their internal cultures to the external to meet both the students and the society's needs in the future.

Keywords: aligning pathways, higher education.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Cụm từ "sinh viên quốc tế" thường xuyên được đề cập tại Nhật Bản là *nguồn nhân lực toàn cầu* đã tạo nên khuynh hướng xếp hạng toàn cầu của các trường đại học. Ngay từ đầu, phương pháp và tiêu chí của các bảng xếp hạng này không tránh khỏi sự mâu thuẫn với nhau; tuy nhiên, kết quả xếp hạng này đã trở thành phổ biến. Mặc dù hầu hết các tiêu chuẩn ví dụ như các tài liệu nghiên cứu, giảng viên quốc tế, cân bằng giới, tỷ lệ học sinh - giáo viên... là cần thiết nhưng các tiêu chuẩn này chưa đáp ứng đầy đủ nền giáo dục đại học hiện đại như nó đang phát triển.

Các cơ sở giáo dục đại học, đặc biệt là trong thời đại toàn cầu đã tìm cách để tạo ra một giá trị tăng thêm, một cuộc tìm kiếm để

có được *nguồn nhân lực toàn cầu* - chủ yếu là các nhà nghiên cứu, các giảng viên giảng dạy và sinh viên. Thu hút nguồn lực - và hạn chế sự chảy máu chất xám - cũng là những chính sách khó khăn nhất của chính phủ. Hơn nữa, chỉ cần nhìn vào phản ứng hiện tại của các nhà khoa học ở Anh chống lại quy định nghiêm ngặt mới được đề xuất của chính phủ đối với các sinh viên và các nhà nghiên cứu quốc tế trong việc gia hạn thời hạn lưu trú của họ tại Anh sau khi tốt nghiệp, hoặc các chính sách của Úc khuyến khích những người giàu có trong toàn châu Á di chuyển và thành lập các doanh nghiệp tại Úc để thấy được tầm quan trọng của chính sách này. Có lẽ cường độ và mức độ của các hoạt động để tiếp thị bản thân và thu hút sinh viên

(*) Giáo sư Khoa học xã hội, Tiến sĩ. Đại học Kyorin - Nhật Bản.

trong các cơ sở giáo dục đại học ở Đông Á lớn hơn bao giờ hết (Theo Mok, 2006). Tuy nhiên, cho đến gần đây thì quá trình thị trường hóa giáo dục đại học đã thể hiện rõ ràng ở Mỹ, Anh, Canada và Úc hơn là ở châu Á. Thật vậy, toàn cầu hóa đã làm tăng áp lực lên nhiều quốc gia, bổ sung thêm những lực lượng kinh tế và xã hội mới, tạo ra một sự hùng biện cho sự đa dạng hóa, mở rộng, tư nhân hóa và thị trường hóa mà vấn đề này đã trở thành tâm điểm cho nhiều tổ chức (Theo Altbach & Teichler, 2001; Mok, 2006).

Theo Mok (2007), để đối phó với những thách thức, các chính phủ đã bắt đầu biến sự *hiếu biết và hợp tác quốc tế* trở thành vấn đề trung tâm hơn cho việc giảng dạy, nghiên cứu và dịch vụ tại các trường đại học. Các trường đại học ở Đông Á đã ngày càng quan tâm đặc biệt đến thứ hạng của họ trên quy mô toàn cầu. Thách thức này đã đặt ra những vấn đề đặc biệt là trong các nền kinh tế Đông Á là nơi mà để cho tư tưởng truyền thống với những giá trị Nho giáo được coi trọng. Mặc dù những "cảnh báo" gần đây của một chính trị gia cấp cao Trung Quốc đã làm hạ nhiệt những bài phê bình của chính phủ về một quá trình chuyển đổi đột ngột từ một cấu trúc dọc sang một cấu trúc ngang không có khả năng sớm xảy ra ở Trung Quốc nhưng đây là trường hợp đối với Nhật Bản. Nhật Bản lại là một trường hợp điển hình vì quốc gia này đã có thêm thời gian để điều chỉnh các nguồn lực thị trường quốc tế mà quốc gia này đã không tận dụng tốt các cơ hội có sẵn.

2. TRƯỜNG HỢP HỆ THỐNG GIÁO DỤC ĐẠI HỌC NHẬT BẢN

Bộ Giáo dục Nhật Bản (MEXT) chịu trách nhiệm cho việc xây dựng các chính sách cơ bản cho giáo dục đại học, thành lập và ủy quyền cho các trường đại học, trung cấp và các trường cao đẳng công nghệ cho

việc lựa chọn sinh viên mới và trao bằng cấp. Để phát triển giáo dục đại học, MEXT cũng chịu trách nhiệm cho sự phê duyệt của việc thành lập các công ty giáo dục và thúc đẩy giao lưu quốc tế. Những cuộc cải cách trong suốt những năm 1990 và những năm đầu thế kỷ XXI đã được thúc đẩy chủ yếu bởi ba mối quan tâm: nền kinh tế trì trệ, áp lực để làm giảm lực lượng lao động dịch vụ công cộng và sự sụp đổ của các tổ chức hàng đầu trên bảng xếp hạng toàn cầu (Trường Đại học Tokyo và Trường Đại học Kyoto). Kiến thức là trung tâm và thiết yếu đối với xã hội Nhật Bản và đã trở thành nội dung vấn đề được đề cập trong hầu hết các báo cáo chính thức, ở dạng này hay dạng khác thì *nguồn nhân lực toàn cầu* hiện nay mang lại một cách nhìn nhận khác trên cùng một khái niệm. Mọi người tin rằng "sự sáng tạo và chuyển giao tri thức đã là nhiệm vụ trọng tâm của trường đại học và sẽ đảm nhận vai trò trung tâm trong nền kinh tế" và "có nhiều khả năng xã hội sẽ chỉ trích khả năng đối phó những thách thức mà các trường đại học đang phải đối mặt" (Theo Kaneko, 2004, tr.133). Ở đây, chúng ta có thể bắt đầu nhận ra một sự phát triển trong giáo dục đại học trong mô hình mới nổi: kiến thức không còn là phạm vi thiêng liêng của giáo dục đại học hay là đặc quyền của các giáo sư và điều này trái với triết lý của rất nhiều cán bộ giảng dạy. Các lớp học không còn là cả thế giới mà thế giới là lớp học và sinh viên có thể truy cập vào thế giới đó nhanh hơn và nhiều hơn.

Một yếu tố quan trọng nữa ảnh hưởng đến tương lai của giáo dục đại học của Nhật Bản là sự dịch chuyển nhân khẩu học: cụ thể là dân số bị già hóa và sự giảm dân số. Với thành công của Nhật Bản trong việc tạo ra các hệ thống và cơ sở hạ tầng hữu hình, nhân khẩu học đang thay đổi mang lại cho Nhật Bản các cơ hội thể hiện vai trò lãnh đạo toàn cầu bằng các giải pháp phát triển vì các quốc gia khác cũng sẽ sớm phải đối mặt với

những mối quan tâm tương tự. Một giải pháp rõ ràng mặc dù không phải không có rắc rối cho Nhật Bản để nói lỏng những chính sách nhập cư nước ngoài nghiêm ngặt của quốc gia này. Trong năm 2008, Chính phủ đã thông báo ý định tăng số lượng sinh viên "nước ngoài" đang học tập tại các trường đại học Nhật Bản lên đến 300.000, tăng gần 75%. Theo MEXT (2009, tr. 15) thì kế hoạch này bao gồm việc mời sinh viên quốc tế đến học tập tại Nhật Bản, cải thiện cuộc thi đầu vào và thủ tục nhập học của các trường đại học ở Nhật Bản, thúc đẩy toàn cầu hóa của các trường đại học ("để làm cho các trường đại học hấp dẫn hơn"), tạo ra một môi trường cho các sinh viên quốc tế và thúc đẩy sự chấp nhận của xã hội với các sinh viên sau khi tốt nghiệp trong đó bao gồm các cơ hội việc làm. Trong một số mục tiêu thì việc làm vẫn chiếm ưu thế.

Các trường đại học được lựa chọn để nhận 200 đến 400 triệu yên (khoảng 2 ~ 4 triệu đô la Mỹ) để các trường "phần đầu để tuyển dụng được khoảng 3.000 - 8.000 sinh viên quốc tế" (Theo số liệu của MEXT, 2009). Các chương trình đại học đã được mở rộng để bằng cấp có thể được cấp thông qua các khóa học trong các lớp học chỉ nói tiếng Anh, hoặc trong một số trường hợp khác là các chương trình tiếng Nhật Bản + ngôn ngữ khác. Một trong số các trường đại học tư nhân hàng đầu là các trường đại học Keio, Ritsumeikan và Waseda trước đó đã nhận ra những cơ hội mà *nguồn nhân lực toàn cầu* mang lại trước khi có ưu đãi của chính phủ bằng cách tạo ra các khoa (gần như) giảng dạy hoàn toàn bằng tiếng Anh. Nhiều trường đại học khác bị thu hút bởi các biện pháp khuyến khích của Bộ Giáo dục đã vội vàng tham gia vào sự phát triển của *nguồn nhân lực toàn cầu*. Chiến lược này là vấn đề mang tính chất bên ngoài: là một sự điều chỉnh *cơ cấu* chứ không phải là nội dung.

Một trong những cách điều chỉnh tốt hơn với phương pháp xếp hạng toàn cầu nhằm làm nổi bật sự xuất sắc trong các lĩnh vực nhất định - QS (Quality Stars), được tập hợp lại gồm tám tiêu chí: vấn đề nghiên cứu, khả năng tìm được việc làm, giảng dạy, cơ sở hạ tầng, quốc tế hóa, đổi mới, tổ chức và ưu thế của môn học chuyên ngành. Mặc dù vậy, sự hiểu biết tối ưu nhất về hệ thống giáo dục đại học của một quốc gia là biện pháp xếp hạng U21 của hệ thống giáo dục đại học nhằm cố gắng đánh giá hệ thống giáo dục hoàn chỉnh của một quốc gia bằng việc xem xét các nguồn lực, môi trường, sự kết nối... cũng như các kết quả nghiên cứu. Những gì nổi lên từ biện pháp xếp hạng U21 là một bức tranh hoàn chỉnh hơn về giáo dục đại học - đặc biệt là tại Nhật Bản. Các trường đại học hàng đầu như Tokyo và Kyoto là các tổ chức hợp lý riêng biệt trên bảng xếp hạng toàn cầu, nhưng hai trường đại học này không thể được xem là đại diện của toàn bộ các trường đại học khác. Sử dụng phiếu đánh giá của U21, Hoa Kỳ đứng đầu bảng xếp hạng; Thụy Điển đứng thứ 2, Canada và Đan Mạch ở vị trí thứ ba. Vương quốc Anh và Úc được xếp trong 10 vị trí dẫn đầu, Singapore ở vị trí thứ 10 và là quốc gia có hệ thống giáo dục đại học tốt nhất châu Á. Hệ thống giáo dục đại học của Hồng Kông được xếp ở vị trí 15 và sau đó là Nhật Bản ở vị trí 20. Giáo dục Nhật Bản được coi là một ngành hiệu quả thứ 3 (đánh giá theo trường đại học tốt nhất ở trong nước) về trình độ học vấn của lực lượng lao động mặc dù số điểm tổng thấp hơn đối với mức thu nhập của một số quốc gia ¹.

Chúng ta nên hiểu rằng dữ liệu này không thể hiện các tiêu chuẩn giáo dục của dân số nói chung. Chương trình của OECD cho việc đánh giá học sinh quốc tế 15 tuổi

¹ Các hệ thống khác ở châu Á: Hàn Quốc ở vị trí thứ 21, Đài Loan ở vị trí thứ 22 và Trung Quốc ở vị trí thứ 35.

(PISA) cho thấy rằng học sinh châu Á (cụ thể là từ Singapore, Hàn Quốc và Nhật Bản)², làm bài tốt hơn các sinh viên đến từ các quốc gia khác trong các môn toán học, khoa học và môn đọc hiểu.

3. ĐỐI CHIẾU TỪ HỆ THỐNG GIÁO DỤC NHẬT BẢN

Ba mối quan tâm nổi lên và là biểu thị của giáo dục đại học qua trường hợp của hệ thống giáo dục đại học Nhật Bản.

Thứ nhất, kiến thức không còn là phạm vi duy nhất của giáo dục đại học. Suy nghĩ và niềm tin về việc học tập của chúng ta là sự phản ánh của các định hướng tương lai mà chúng ta hình dung và ảnh hưởng đến các loại cấu trúc mà chúng ta xây dựng, các nhiệm vụ học tập mà chúng ta tạo ra và sự lãnh đạo mà chúng ta đẩy mạnh. Các tổ chức và các nền văn hóa tiếp tục thúc đẩy các cấu trúc giáo dục pre - Web 2.0 (tương tác) sẽ là những cơ cấu lựa chọn để sản sinh ra "những ong thợ" siêng năng. Những người lao động có hiệu quả cao này là cần thiết, nhưng như vậy vẫn chưa đủ. Khi kiến thức - và thông tin - được giới hạn trong các bức tường của các tổ chức và chỉ được truyền đạt trong tâm trí của các chuyên gia trong những bức tường đó thì những mục tiêu cuối cùng là sự sao chép chứ không phải là sự tái sinh. Đối với các nền kinh tế đang phát triển, việc sao chép kiến thức và cơ sở hạ tầng của các xã hội phát triển hơn là một chiến lược tốt và đã được thực hiện bởi nhiều nền văn minh trong chiều dài lịch sử. Nhật Bản, và gần đây hơn là Hàn Quốc và Trung Quốc là những ví dụ của mô hình này. Việc sao chép - cách tiếp cận có thể được thể hiện bằng những bức tranh như là sự phát triển của các học viên "Loại I" - Họ là những chuyên gia trong một lĩnh vực nhưng

có ít kiến thức trong các lĩnh vực khác. Khi xem xét khả năng trong tương lai chúng ta cần xem xét liệu một sinh viên tốt nghiệp đại học loại I được sao chép có là phần lớn những gì mà xã hội sẽ cần hay cần có thêm một số thay đổi phải được xem xét?

Vào năm 2014, Ellmore đã phát triển các phương thức của khung học tập để xác định xu hướng của chúng ta để tin rằng một bộ chương trình đào tạo được yêu thích hơn bộ chương trình khác. Khung học tập này đơn giản ở chỗ nó không thảo luận về hàng loạt tác phẩm văn học để tranh luận về một cách tiếp cận so với cách tiếp cận khác (mặc dù mỗi người trong chúng ta đều có một chương trình học tập và chương trình sự phạm được ưu tiên). Mục tiêu của Elmore là để cung cấp một khung học tập rộng lớn mà trên đó chúng ta có thể nhận ra những sở thích (hiện có) một cách rõ ràng. Khung học tập này được xây dựng xung quanh hai trục: trục ngang đại diện cho các biến đổi về thứ bậc được phân bổ và trục dọc thể hiện những phong cách từ tập thể đến cá nhân (xem Hình 1).

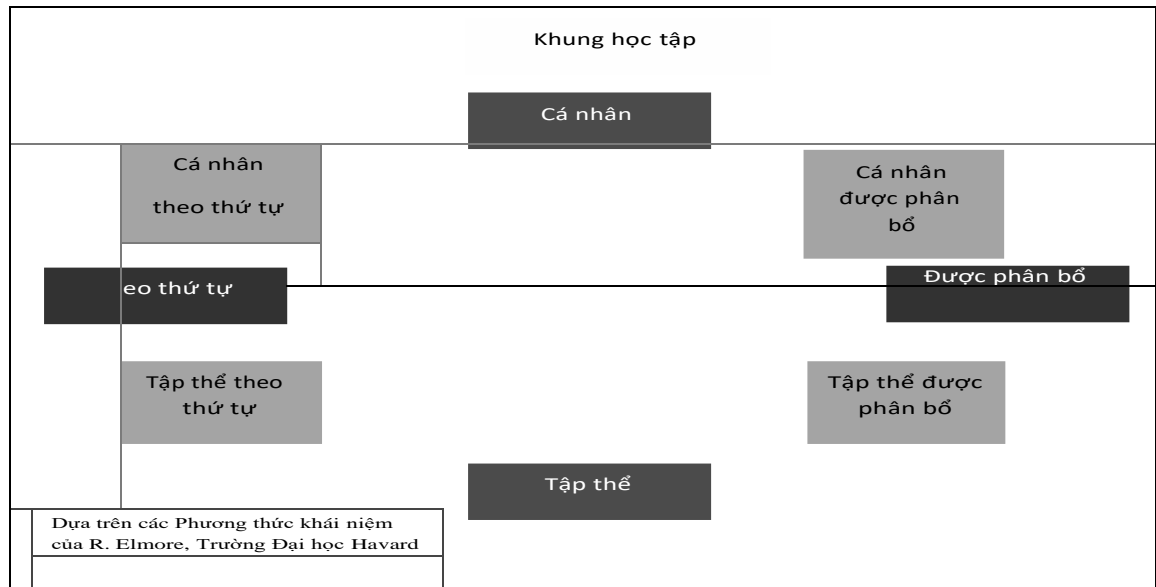
Sự phân cấp cho thấy rằng kiến thức được tổ chức thành một chuỗi và các khối kiến thức (thông tin) này được xác định rõ ràng. Học viên được đánh giá bằng khả năng chứng minh một số hiệu suất của kiến thức đó của họ thông qua sự đánh giá được quyết định bởi các chuyên gia. Kiến thức được phân bổ như thuật ngữ gợi ý có đề cập đến kiến thức có thể được truy cập bởi rất nhiều người vì họ có những mục đích sử dụng khác nhau với cùng với kiến thức đó. Trong góc một phần tư được phân bổ, học viên có sự lựa chọn về những gì là quan trọng và có giá trị để tham gia. Học tập là mang tính tập thể và do sự tương tác giữa các học viên trong bối cảnh tập thể đó. Ngược lại, những người có xu hướng với góc một phần tư cá nhân có thể tin rằng việc học tập là một hoạt động cá nhân duy nhất.

² Mặc dù sinh viên đến từ Thượng Hải cũng thể hiện khả năng tốt nhưng đây chỉ là một biểu hiện không đáng kể của nền giáo dục ở Trung Quốc về tổng thể.

Thông thường thì niềm tin của chúng ta được tỏa rộng trên các trục tọa độ với một sở thích rõ ràng trong một phần tư hoặc nhiều góc một phần tư.

Ví dụ như trong góc một phần tư *Cá nhân* theo *Thứ tự* (có thể là một xã hội Nho giáo) thì nội dung học tập là điều quan trọng nhất đối với các cá nhân để học tập, các cá nhân chịu trách nhiệm cho sự thành công

của mình, và việc học tập xuất phát từ những nỗ lực của chính bản thân họ. Giảng viên đóng vai trò cung cấp bài tập và kiến thức tại trường đại học vì người học cần có sự hướng dẫn để học tập. Vì vậy, thành công được dựa trên các phép đo của việc học tập của sinh viên của xã hội về những gì mà sinh viên cần học hỏi.



Hình 1: Khung học tập dựa trên Các phương thức Khung học tập của Giáo sư Richard Elmore (Trường Đại học Harvard)

Niềm tin nằm ở góc một phần tư *Tập thể* theo *Thứ tự* bao gồm các giá trị được thể hiện trong những mục tiêu của một tổ chức và các quy tắc đại diện cho giá trị của cộng đồng. Học viên phải có được những giá trị chung để trở thành những thành viên thành công của cộng đồng. Việc học tập xuất phát từ việc tiếp thu các giá trị và các hành vi chung của một tổ chức và có được thông qua quá trình làm việc một cách tôn trọng và hợp tác với những người khác. Người lớn hướng dẫn cho các học viên và giúp họ học cách làm việc tốt trong nhóm. Học viên thành công khi họ tham gia hiệu quả và hợp tác trong một cộng đồng.

Trong góc một phần tư *Cá nhân* được phân bổ (nơi tôi xếp đồng nghĩa với nền giáo dục đại học theo khả năng) các học viên được nhìn nhận để học tập cho lợi ích riêng của họ. Các học viên phát triển kiến thức và các kỹ năng như họ tin rằng là cần thiết và các cá nhân phải chịu trách nhiệm cho những gì họ học hỏi, thời điểm họ học hỏi và cách thức họ học hỏi. Học tập được xem như là một nhu cầu sinh học cố hữu và con người không bao giờ ngừng học hỏi. Học viên phải hiểu được ý nghĩa của việc cạnh tranh và đa dạng các nguồn của kiến thức thông qua sự tương tác xã hội. Cuối cùng thì các học viên dựa trên những mục tiêu và

tham vọng của mình để xác định được sự thành công được hiểu như thế nào.

Trong góc phần tư *Tập thể* được *Phân bố*, học viên học những gì họ và các thành viên trong mạng lưới học tập của mình quan tâm bằng cách tham gia cả vai trò học tập và giảng dạy. Như vậy họ tạo ra và duy trì một cộng đồng mạnh mẽ với những giá trị, mối quan tâm, và sở thích chung. Học tập cũng được xem như là nhu cầu sinh học tự nhiên mà con người không bao giờ ngừng học hỏi và việc học diễn ra qua sự tương tác xã hội và quan hệ với người khác và qua những nguồn phổ biến rộng rãi trong toàn xã hội. Chính cộng đồng học tập và các thành viên trong đó sẽ quyết định sự thành công.

Mối quan tâm thứ hai trong nền giáo dục đại học Đông Á là tổ chức đang lựa chọn điều chỉnh *cơ cấu* - bề mặt, chứ không phải khả năng nỗ lực *thực tế* trong việc thu hút và phát triển *nguồn vốn nhân lực toàn cầu* (và cả ở trong nước). Điều này tạo ra thông điệp mâu thuẫn với sinh viên, đặc biệt những sinh viên quốc tế có ý định tìm hiểu về các nền văn hóa khác nhau, họ có thể thấy rằng các mục tiêu của họ khác nhau. Tại Nhật Bản, sinh viên coi đại học là một bước bắt buộc để có việc làm và trong một công việc, dự kiến có được vị trí tốt hơn những người không có bằng đại học (điều này có thể đúng hoặc sai). Mặc dù điều này không khác biệt nhiều so với sinh viên ở các quốc gia khác, thực tế cho thấy gần đây, so với Nhật Bản, xu hướng này phát triển mạnh hơn ở những quốc gia nơi quá trình tìm kiếm việc làm chính thức thường đi liền và kết hợp với hệ thống giáo dục đại học. Để đạt được điều này, (hầu hết) các bậc cha mẹ sẵn sàng trả một số tiền lớn cho con em mình đi học đại học và có thể dễ dàng bước vào con đường việc làm và thăng tiến sau đó. Ngoài các bằng cấp chuyên môn liên quan (ví dụ như Y học, Điều dưỡng, Kỹ thuật, Khoa học Máy tính, Giáo dục, v.v), một điểm quan trọng để

xem xét không phải là *học tập ở trình độ nào* mà là *tại cơ sở đào tạo nào* bởi trong hệ thống việc làm Nhật Bản, nhà tuyển dụng thường ưu tiên đến cơ sở đào tạo trước khi đề cập đến bằng cấp.

Trên căn cứ rằng thuật ngữ *vốn nhân lực toàn cầu* dựa trên triết lý kinh doanh và kinh tế, cho thấy một số điểm tương đồng từ các tài liệu mới trong những lĩnh vực này, trước hết là nói về *Sáu trụ cột P* của Jiwa và sau đó, Mối liên kết của Papke để làm nổi bật những điểm không phù hợp và hướng khắc phục.

Jiwa (2014) lập luận "mọi người không hứng thú với những ý tưởng... họ hứng thú cảm giác mà những ý tưởng, sản phẩm, dịch vụ mang đến cho họ". Ví dụ đơn giản như Starbucks mang lại nhiều trải nghiệm hơn là chỉ cà phê, và Apple không chỉ đơn thuần là công nghệ: nó là một bản sắc. Jiwa đề nghị các tổ chức cần phải xem xét sáu yếu tố, hoặc trụ cột P: *nguyên tắc, mục đích, con người, nhân cách, nhận thức và sản phẩm*. Nguyên tắc đề cập đến sự thật về chính bạn, thị trường và những người mà bạn coi là quan trọng với bạn và tổ chức của bạn. Mục đích không phải là những gì bạn muốn làm, mà là tại sao bạn muốn làm điều đó. Con người là những người bạn muốn phục vụ (khách hàng và người lao động), và thực tế hiện tại của họ trên thế giới, thị trường và tổ chức của bạn. Cá nhân hóa tạo nên sự khác biệt cho sản phẩm hay dịch vụ mà tổ chức của bạn sẽ mang đến cho cộng đồng. Nhận thức là những gì mọi người tin vào tổ chức của bạn và các sản phẩm hoặc dịch vụ được cung cấp. Jiwa tin rằng nhận thức có giá trị hơn bất cứ điều gì vì nó có thể tạo ra hiệu ứng cánh bướm, gây nên sóng thần ở một nơi khác, điều này phần nào đúng. Cuối cùng, sản phẩm (hoặc dịch vụ), trung tâm của sự chú ý, cần hiểu mọi người thực sự muốn gì và những gì giá trị sản phẩm hoặc dịch vụ sẽ tạo ra cho họ. Do đó, cần quan

tâm xem xét các sinh viên để biết liệu giáo dục đại học có phù hợp với những ý tưởng này.

122 sinh viên (Con người - *vốn nhân lực toàn cầu*) từ các nước khác nhau như Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, Úc, Mỹ, Canada, Đài Loan, Thụy Điển, Hồng Kông và các sinh viên Philippines tại một trường đại học uy tín tại Nhật Bản đã được hỏi về nhận thức của mình về giáo dục đại học và sự hấp dẫn của một trường đại học (Field, 2014). Một cách nhất quán, thương hiệu (nhân cách, nhận thức), chất lượng giảng dạy và các khóa học chất lượng (sản phẩm), liên quan trong tương lai (mục đích) được coi là những yếu tố quan trọng nhất, nhì trong tất cả các đánh giá. Rõ ràng, các trường đại học hàng đầu sẽ luôn thu hút những sinh viên tài năng nhất - đó là những cơ hội tốt. Những trường đại học chấp nhận sự chi phí lớn, trong một nghĩa nào đó, để duy trì chất lượng và các thông tin học tập, qua đó phát triển một chu kỳ tự hoàn thành, một thương hiệu.

Trên tổng thể, các yếu tố quan trọng tiếp theo là học tập (trong một môi trường đa văn hóa) và sử dụng một ngôn ngữ thứ hai (Con người, sản phẩm), và là một khóa học "đáng đồng tiền bát gạo", cao cấp hơn Nghiên cứu Toàn cầu/Chính trị, Nghệ thuật và Văn hóa (gần như thế) Quản lý và kết hợp kinh doanh. Dữ liệu này cho thấy rằng các trường đại học Nhật Bản không chỉ đơn thuần là nơi mang đến cho sinh viên một tấm bằng mà còn cả những giá trị vô hình (nhân cách) đối với tài sản trong tương lai của sinh viên (Mục đích). Một cách đơn giản, cảm giác nó mang lại cho sinh viên và những nhà tuyển dụng lao động tương lai. Những tài sản vô hình mong muốn cho nhân loại (không chỉ khoa học) bởi phần lớn kiến thức sẽ được học thông qua hoạt động thực sự của bất kỳ tổ chức nào tiếp diễn sau khi làm việc. Đó là, để nhận được sự chú ý của nhà tuyển dụng,

cần thể hiện được tài sản vô hình, nguồn tạo vốn tiềm năng cho một tổ chức. Tất nhiên, điều này phản ánh một cách tiếp cận giáo dục *Web 2.0* chứ không phải tìm kiếm cách tự tái tạo.

Một sự tương phản rất quan trọng gây ngạc nhiên không giống như sức nặng trong các phương pháp xếp hạng toàn cầu, "tác phẩm nghiên cứu và kết quả" không phải là một mối quan tâm chính với các sinh viên (Nguyên tắc, con người). Các khóa học chất lượng, giảng dạy, thương hiệu, ngôn ngữ thứ hai tất cả những gì hữu dụng cho tương lai được coi là quan trọng hơn.

Vấn đề ở đây là việc điều chỉnh cơ cấu chỉ được thực hiện bề nổi: nó không đủ tạo ra và sau đó thu hút nguồn *vốn nhân lực toàn cầu* vì các mối quan tâm chỉ còn lại trong những thói quen và niềm tin cũ dựa trên các số liệu khảo sát toàn cầu. Nếu các tổ chức giáo dục đại học nghiêm túc về vai trò của họ trong việc phát triển nền kinh tế và có khả năng tận dụng cơ hội trong thị trường toàn cầu, những thay đổi bề mặt sẽ không đào tạo sinh viên là *vốn nhân lực toàn cầu* - và có khả năng thậm chí không phải là *vốn nhân lực trong nước* nếu các nền kinh tế trong nước phụ thuộc vào các thị trường toàn cầu.

Nghiên cứu là quan trọng nhưng chỉ nghiên cứu thì không đủ cho việc đào tạo sinh viên. Có lẽ chúng ta cần phải xem xét lại tình hình và ý nghĩa của "trường đại học", cho phép độ tin cậy và giá trị tương đương với các tổ chức có vai trò thực tế hơn, chẳng hạn như kỹ thuật, học nghề hoặc chỉ dạy tập trung.

Như vậy vấn đề tiếp theo được đặt ra là: liệu những sinh viên được đào tạo và thành công tại các bài kiểm tra tiêu chuẩn hóa có cần thiết phải tối ưu nguồn *vốn nhân lực toàn cầu* (hoặc *trong nước*) trong xã hội tương lai? Một trong những dữ liệu gây ảnh hưởng

gần đây từ các cuộc điều tra toàn cầu đã được Chương trình của OECD đánh giá sinh viên quốc tế (PISA) ở tuổi 15. Các điểm PISA cho thấy sinh viên châu Á, cụ thể là từ Singapore, Hàn Quốc và Nhật Bản, làm tốt hơn sinh viên đến từ các nước khác trên các mặt toán học, khoa học và xóa mù chữ. Kết quả của Nhật Bản, với ngoại lệ về tỉ lệ biết chữ, là kết quả của hệ thống trường học luyện thi mà hầu hết các sinh viên theo học bên ngoài trường học "chính thức". Bài học thứ hai, và thích hợp hơn về giáo dục đại học là, với một vài trường hợp ngoại lệ, chẳng hạn như Singapore, bảng xếp hạng giáo dục đại học dường như không tương quan với kết quả PISA. Một lý do có thể là PISA đo hoạt động của sinh viên trong khi các bảng xếp hạng toàn cầu đo hiệu suất học vấn. Lấy một ví dụ như Nhật Bản, kết quả PISA cho Nhật Bản là đặc biệt; tuy nhiên, kết quả giáo dục đại học xếp hạng toàn cầu của Nhật Bản là hoàn toàn ngược lại. Kết quả sau bị bỏ qua và kết quả trước được khuyến khích. Sự khác biệt này vẫn chưa được giải quyết theo chiều sâu. Đáng chú ý là mục tiêu của giáo dục Nhật Bản luôn là phát triển *nhân lực trong nước* siêng năng và có hiệu suất cao - con người có thể có hiệu quả trong phương pháp của Nhật Bản. Nếu đó là mục đích chính của giáo dục đại học thì Nhật Bản (và các nơi khác cho các xã hội khác) đã thành công khi đạt được nhiệm vụ của mình. Nếu vậy, câu hỏi nghiêm túc về những tuyên bố của việc tạo ra nguồn vốn nhân lực toàn cầu cần được giải quyết. Và, quan trọng hơn, là những học sinh thành công trên cả bài kiểm tra tiêu chuẩn cần thiết đã đủ cho nền kinh tế trong tương lai? Thực tế cho thấy mới chỉ là điều kiện cần, nhưng chưa đủ.

Trong một số nền kinh tế chuyển đổi, đã có một sự thúc đẩy về phía sinh viên "loại T" - chuyên gia trong một lĩnh vực, nhưng có kiến thức tổng quát tốt và nắm bắt cơ bản

các lĩnh vực khác. Mặc dù sinh viên *Loại T* là một bước tiến mạnh mẽ từ sinh viên *Loại I*, nó vẫn không giải quyết được các kỹ năng thành thạo cần và đủ cho xã hội tương lai. Đối với các nền kinh tế tri thức và định hướng tương lai để thành công, sinh viên *Kiểu π* là cần thiết, và có thể đủ.

Sinh viên *Kiểu π* có thể thành thạo ở các bài kiểm tra chuẩn hóa nhưng cũng sẽ nhận ra những kỹ năng vô hình khác khó đánh giá các bài kiểm tra chuẩn hóa. Có lẽ sẽ thích hợp khi đề cập đến câu ngạn ngữ gây tranh cãi của Einstein ở đây: Nếu bạn muốn con cái của bạn thông minh, đọc truyện cổ tích. Nếu bạn muốn chúng rất thông minh, đọc nhiều câu chuyện cổ tích (trích từ Popova). Có lẽ chúng ta có thể xem học viên kiểu π là bất kỳ luật (Joi Ito), hoặc liên ngành, nhưng dù thế nào, trong nền kinh tế tri thức, đây là *nguồn nhân lực toàn cầu* cần và đủ (hiện nay).

4. SỰ LIÊN KẾT - CỐT LÕI CỦA THÀNH CÔNG TRONG GIÁO DỤC ĐẠI HỌC

Ở trên, tôi đã trình bày ba mối quan tâm liên quan đến sự phát triển *vốn nhân lực toàn cầu*. Cốt lõi cho sự thành công của bất kỳ tổ chức nào là sự liên kết của các mục tiêu, văn hóa, kết quả, và/hoặc thành công - và ngược lại, trong trường hợp của một số cơ sở giáo dục đại học, bất liên kết. Papke (2014) thảo luận ngắn gọn về tầm quan trọng của các tổ chức văn hóa, nhân viên, khách hàng và sắp xếp trong cuốn sách của ông *Mối liên kết đúng: liên kết các nền văn hóa công ty với nhu cầu của khách hàng để có kết quả đột phá*. Papke lập luận rằng "công ty và các tổ chức đặc biệt là những người hiểu cái gì, tại sao và như thế nào phù hợp". Những gì liên quan đến tầm nhìn, mục tiêu và kết quả mà tổ chức phải làm để cạnh tranh và thành công. Hơn nữa, *cái gì* còn là khung cho lý do tại sao người ta làm những

việc cần làm để đạt được những gì, và làm thế nào - chiến lược - để thực hiện. Văn hóa doanh nghiệp (đôi khi được gọi như thế) là chất keo gắn kết tất cả mọi thứ lại với nhau. Trong các cơ sở giáo dục đại học, nơi thường xảy ra xung đột lợi ích, rất khó để đạt được một sự đồng thuận về những gì từng nhóm hoặc thành viên cần phải làm gì hoặc tại sao họ cần phải làm điều đó. Các nhà lãnh đạo và quản lý cơ sở giáo dục có thể hiểu được những gì cần phải đạt được nhưng họ không truyền đạt tại sao hay như thế nào. Trong các trường hợp khác, các nhóm và các cá nhân có thể hiểu được lý do tại sao khi thực hiện một điều gì đó nhưng họ không nắm bắt được cái gì hoặc làm thế nào - kịch bản dễ dàng nhận ra trong bối cảnh Nhật Bản.

Một lý do, theo Papke, là nhiều nhà lãnh đạo không có khuôn khổ kết nối các bước xác định và đo lường đối với *cái gì*. "Cho dù nó liên quan đến các mối quan hệ khách hàng (sinh viên, nghiên cứu), dịch vụ [giáo dục, nghiên cứu, đào tạo], phát triển sản phẩm [tất nhiên, kỷ luật], khả năng hoạt động [ngành nghiệp, ngành công nghiệp], hoặc nguồn nhân lực [nhân viên], tập trung vào các cam kết lãnh đạo trong vấn đề và thách thức như thế nào về chiến lược và sáng kiến hỗ trợ tổ chức" (phiên bản np Kindle, [bổ sung liên kết ngữ cảnh của tôi]). Hiểu một cách đơn giản, nhiều cam kết với những ý tưởng và phương pháp xây dựng trên khả năng và năng lực kỹ nguyên công nghiệp đã được thực thi và có hiệu quả trong nền kinh tế và xã hội. Nói đơn giản, thương hiệu càng trở nên mạnh, càng mang lại nhiều giá trị cho khách hàng. Tuy nhiên, thương hiệu trong giáo dục đại học không chỉ đơn thuần là bán một sản phẩm, như cách Sony hay Microsoft bán hàng hóa, nó liên quan đến việc xem xét

cẩn thận các ngành, các nghiên cứu, kiến thức trong lĩnh vực giáo dục và qua đó, việc giao hàng, dịch vụ, những hy vọng và hứa hẹn cho người tiêu dùng - các học sinh. Vì sự liên kết trong trường đại học là sự liên kết giữa sinh viên, nghiên cứu (mối quan hệ khách hàng); giáo dục, nghiên cứu, đào tạo (dịch vụ); tất nhiên, kỷ luật (sản phẩm); nghề nghiệp, ngành, công nghệ (khả năng hoạt động) mà các lãnh đạo nhà trường cần có chiến lược thực hiện. Có lẽ vì một trong những lý do khiến các tổ chức giáo dục đại học hàng đầu trở nên lớn mạnh là họ có thể sắp xếp các hành vi và kinh nghiệm của văn hóa nội bộ của họ với văn hóa bên ngoài và với người tiêu dùng (chủ đầu tư và/hoặc học sinh) dự kiến. Nếu kỳ vọng của bản thân không được đáp ứng, người đó có thể trở nên thất vọng. Tuy nhiên, nếu có nhiều người không được đáp ứng kỳ vọng, cảm xúc tiêu cực có thể tăng dẫn đến cảm giác khó chịu, thất vọng hay tức giận. "Một thương hiệu thiếu niềm tin là một thương hiệu vô giá trị" (Papke).

5. KẾT LUẬN

Phát triển các cơ sở giáo dục đại học vô cùng phức tạp và khó khăn - và thậm chí còn khó khăn hơn để phát triển nền kinh tế phát triển, sinh viên *Kiểu I, T* và π . Hơn nữa, những thay đổi nhanh chóng trên thị trường hiện nay khiến người tiêu dùng dễ thay đổi - theo chiều hướng tốt hơn và xấu hơn. Không chắc rằng sẽ xảy ra chuyển động sóng thần về hình ảnh trường đại học, đặc biệt là đối với các trường trong top 50 hiện tại. Tuy nhiên, liên kết, xây dựng thương hiệu chất lượng, phù hợp với chất lượng giáo dục, sẽ cho phép các tổ chức thu hút sinh viên chất lượng mà không cần phụ thuộc xếp hạng toàn cầu - thậm chí nhiều hơn như vậy nếu người sử dụng lao động công nhận năng lực

cá nhân. Tuy nhiên, để đạt được điều này, yêu cầu thay đổi về cấu trúc xã hội. Có lẽ, các tổ chức cần phải xem lại lý thuyết nền tảng để trả lời câu hỏi về *cái gì, làm thế nào*

và *tại sao*. Những người có khả năng tự sắp xếp có thể hoàn thành các hình ảnh ẩn và đáp ứng chương trình của xã hội, của học sinh, và của riêng mình.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Altbach, P. G., & Teichler, U. (2001). Quốc tế hóa và giao lưu trong trường đại học toàn cầu hóa. *Tạp chí Nghiên cứu Giáo dục Quốc tế*, 5.
2. Ellmore, R. (2014). Đi đầu việc học, *ghi chú edx HarvardX Courseware*.
3. Field, M.H. (Năm 2014). Sự khác biệt - yêu cầu về giá trị, *Lãnh đạo và Quản lý trong tổ chức Đại học cho sự phát triển bền vững, SEAMEO RETRAC & Hội nghị Quốc tế RMIT*, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam, ngày 24 - 25 tháng 7, 2015.
4. Mok, K. H. (2006). *Cải cách giáo dục và chính sách giáo dục ở khu vực Đông Nam Á*. London: RoutledgeCurzon.
5. Mok, K.H. (2007). Yêu cầu Quốc tế hóa các trường đại học ở châu Á: Tư duy phê phán, *Tạp chí Nghiên cứu Giáo dục Quốc tế*, tập 11, Số 3/ 4.
6. Mok, K. H., và Tân, J. (2004). *Toàn cầu hóa và thị trường hóa trong giáo dục: Phân tích so sánh Hồng Kông và Singapore*. Cheltenham, Vương quốc Anh: Edward Elgar.
7. OECD, PISA, <http://www.oecd.org/pisa/home/>.
8. Papke, E. (2014). *Liên kết đúng: liên kết văn hóa công ty với nhu cầu của khách hàng để có kết quả đột phá*, Amacom: New York.
9. Popova, M. (2015). Einstein về chuyện cổ tích và Giáo dục, *nâng cao trí tuệ*, <http://www.brainpickings.org/2014/03/14/einstein-fairy-tales/>, từ tháng 1 năm 2015.
10. QS (2013) QS Top trường Đại học, <http://www.topuniversities.com/>.
11. QS (2013) QS Stars: Đánh giá mới về trường đại học, <http://www.topuniversities.com/qs-stars/qs-stars-new-university-rating>.
12. Tuyển dụng (2014). *Báo cáo thường xuyên lần thứ tư về Mô hình giáo dục đại học cho Đại học Kyorin*, Tài liệu làm việc, công bố, tuyển dụng: Nhật Bản.
13. The Guardian (2014). *Thử nghiệm OECD và Pisa đang phá hoại nền giáo dục trên toàn thế giới - các học giả*, *The Guardian*, ngày 06 Tháng 5 năm 2014, <http://www.theguardian.com/education/2014/may/06/oecd-pisa-damaging-education-academics>.
14. Universitas (2014). *U21 Xếp hạng hệ thống giáo dục đại học quốc gia năm 2014*, <http://www.universitas21.com/news/details/147/u21-ranking-of-national-higher-education-systems-2014>.

Ngày nhận bài: 30/03/2015. Ngày biên tập xong: 25/11/2015. Duyệt đăng: 02/12/2015