

Sắc màu – và phong cách đại học ở Mỹ

bài và ảnh: Kư Linh



Đại học Harvard, bang Massachusetts

phải kể đến tiềm lực của những trường đại học, những viện nghiên cứu trên toàn nước Mỹ, nơi nuôi dưỡng nhiều nhà khoa học đến từ mọi miền và sản sinh ra nhiều công trình khoa học đáng giá.

Đến thăm các trường đại học lớn ở Mỹ, nét nổi bật đầu tiên tạo ra ấn tượng cho mọi người là một không gian rộng rãi, thoáng đạt và những đường nét kiến trúc của các tòa nhà cũng như khuôn viên bao quanh. Nếu là những sinh viên mới nhập học hay thậm chí, những người còn đang phân vân không biết có nên lựa chọn đại học này không, chắc chắn những ấn tượng ban đầu về cơ sở vật chất đồ sộ và mang bề dày lịch sử sẽ tác động không nhỏ đến sự lựa chọn của bạn. Mỗi trường đại học hàng đầu ở Mỹ đều rất biết điều này và họ luôn tìm ra những lợi thế cạnh tranh dù là nhỏ nhất để tiếp thị cho mình. Nổi tiếng số một (và thực sự thường được xếp hạng nhất nhì trong nhiều lĩnh vực chuyên ngành đào tạo trong nhiều năm) không đâu khác là trường đại học Harvard. Chính thức bắt đầu thành lập từ năm 1636, trường đại học danh tiếng này thậm chí còn lâu đời hơn nhiều trường nổi tiếng ở cự lực địa, kể cả một số trường hàng đầu tại London – thủ đô của nước Anh. Harvard là một trường tư và có rất nhiều tòa nhà đẹp trong khuôn viên của mình, có những tòa nhà vốn từng là những giáo đường, và có lịch sử hàng trăm năm. Kiến trúc cổ với những bức tường gạch đỏ điển hình khiến cho trường đại học danh tiếng này luôn thu hút sinh viên cũng như những người đến thăm. Và từ hàng trăm năm nay biểu tượng những cuốn sách với dòng chữ “Veritas” luôn đảm bảo cho mọi người (hay ít ra đã tạo được ấn tượng sâu sắc) rằng tốt nghiệp ở đây ra là những người có đầy đủ năng lực làm việc, nghiên cứu, hành nghề ở bất cứ đâu.



Chiếc giếng biểu tượng của Đại học UNC ở Chapel Hill, bang Bắc Carolina

Đề tâm xây dựng một “biểu tượng” của trường đại học (trong đa số trường hợp, gắn liền với những biến cố lịch sử, học thuật) là một truyền thống ở các đại học danh tiếng trên đất Mỹ. Đây cũng là một tôn chỉ cho mọi khâu truyền thông tiếp thị tạo dựng thương hiệu. Không phải là cuốn sách mở, đại học Tổng hợp bang Bắc Carolina (UNC) ở Chapel Hill lại gắn kết hình ảnh chiếc giếng đặc trưng trong khuôn viên chính của mình lên mọi nơi mọi chỗ như một biểu tượng thương hiệu của mình. Nếu có

dịp qua thăm khuôn viên của UNC vào mùa xuân, bạn sẽ không thể thờ ơ trước sự đan xen sắc màu đỏ thắm, xanh, trắng của hoa cỏ nơi đây. Đối thủ lâu đời của UNC, trường đại học Duke rất gần đó lại xây dựng hình ảnh của mình với tòa nhà cao theo kiến trúc Gothic mà bên trong là một nhà thờ của trường. Thoạt nhìn, mọi người sẽ có ấn tượng là những



Đại học Duke, bang Bắc Carolina

Trường đại học Georgia (được thành lập từ năm 1776), tại Athens ngoại vi thành phố Atlanta có một cái cổng sắt như vậy, truyền thống không thành văn với sinh viên ở đây là khi còn đang học thì không đi qua “dưới cổng” mà đi vòng sang hai bên, chỉ đến khi tốt nghiệp rồi mới đi ra “qua” cổng hàng hoàng để cho may mắn! Trong trường Georgia có những tòa nhà với các hàng cột đứng mang phong cách kiến trúc La mã, xen kẽ với những tòa nhà hiện đại và tiện nghi. Đồi chỗ, thậm chí còn có những chi tiết độc đáo, chẳng hạn “một cánh cửa rưỡi” để vào tòa nhà, mang dấu ấn về ý tưởng của nhà thiết kế.



Một cánh cửa rưỡi, Đại học Georgia, bang Georgia

Ấn tượng tiếp theo về các trường đại học là tính hiệu quả và thực dụng. Với những khuôn viên rộng rãi (phần lớn các trường đều có diện tích lên tới hàng trăm hecta), sinh viên luôn có cảm giác thoải mái trong học tập, sinh hoạt và gần gũi với thiên nhiên. Nếu có dịp ghé thăm, bạn sẽ thấy những thảm cỏ xanh mượt luôn được sinh viên yêu thích, họ ngồi, nằm, học bài ngay tại nơi đây. Vào lúc yên tĩnh, những con sóc bé bỏng chạy qua chạy lại trên mặt đất hoặc leo tuốt lên những cành cây khiến cho ai nấy trông thấy chúng đều cảm thấy thư giãn. Diện tích rộng, nên chúng ta có thể sẽ thường bắt gặp các tòa nhà



Đại học Tulane – bang Louisiana

được sửa sang tu bổ và thậm chí nhiều khối nhà được xây thêm. Nhưng luôn luôn, những khối nhà mới rất ăn nhập với cảnh quan và kiến trúc hiện tại, khiến cho chúng ta không thấy có sự khập khểnh hay lạc điệu. Bản thân người viết bài này từng có lần đi ngang qua khuôn viên đại học tổng hợp Tulane, thành phố New Orleans bang Louisiana đúng lúc trường đang tu sửa cơ sở hạ tầng. Tác giả rất thất vọng khi thấy thảm cỏ tuyệt đẹp bắt đầu bị đào lên để lắp đặt đường ống. Quen với những cảnh đào bới kéo dài tới hàng

tháng trời như vậy ở các công trường – đường phố ở Việt Nam, tác giả tự nhủ thế là hết, không biết cảnh ngổn ngang như vậy đến bao giờ mới kết thúc. Thế mà hết sức ngạc nhiên, những người công nhân đã làm việc rất gọn ghẽ, những chỗ đào bới được khoanh

vùng cần thận và chỉ vài hôm sau đi ngang qua, không ai có thể hình dung nổi đã từng có một “công trường” nhỏ nơi đây. Thảm cỏ trở lại nguyên trạng như ban đầu, cỏ được trồng lại y như cũ và quanh những gốc cây cổ thụ, thảm lá khô và đất mùn đã được rải lại để tạo môi trường cho sóc và cảnh quan đẹp cho con người như chưa hề từng bị đào bới lên để nâng cấp cơ sở hạ tầng.



Trung tâm các chương trình truyền thông – Trường Y tế công cộng Đại học Johns Hopkins, bang Maryland.

Thiết bị đang dùng vẫn còn tốt và đáp ứng được nhu cầu sử dụng. Tuy vậy, điều dễ nhận thấy là hạ tầng công nghệ thông tin luôn được đổi mới và nâng cấp rất kịp thời. Phần lớn các khu đại học lớn hiện nay đều đã có những hệ thống mạng thông tin hoàn chỉnh, kết nối Internet tốc độ cao và mạng không dây. Các cơ sở dữ liệu và trung tâm thông tin thư viện thì luôn luôn được đầu tư thích đáng và theo trào lưu “số hóa” các tài liệu để thuận tiện cho người dùng.

Khía cạnh nổi bật nữa cần nói tới, đó là tính “mở” và cơ chế điều hành, quản lý mang đậm một phong cách tự do dân chủ (bắt kể là đại học công lập hay tư nhân). Không có gì là ngạc nhiên nếu bạn được biết ông hiệu trưởng của một trường danh tiếng ở Mỹ chuyển sang làm giám đốc một viện đại học danh giá nào đó ở Anh quốc, hay một giáo sư đáng kính ở một trường này bỗng chốc chuyển sang làm hiệu trưởng một trường khác. Tìm hiểu kỹ, chúng ta sẽ thấy rằng để có thể được nhận vào vị trí quan trọng như thế (trưởng khoa, hiệu trưởng hay viện trưởng),



Đại học Washington ở Seattle, bang Washington

họ không phải chờ được “qui hoạch cán bộ” hay “tổ chức cất nhắc” gì cả. Nếu ở ta, ắt hẳn những người này sẽ chẳng phải tham gia một cách tích cực gì vào quá trình này (tất nhiên ngoại trừ những hoạt động “vận động” có khi là qua “cửa sau”). Ở Mỹ, qui trình trái lại rất công khai. Khi có khuyết một vị trí lãnh đạo, hội đồng khoa, hay trường đại học sẽ chỉ định ra một “ủy ban tìm kiếm ứng viên” (searching committee) gồm những nhà nghiên cứu hay cán bộ giảng dạy có uy tín. Thông tin về vị trí khuyết này được đưa ra công khai và các học giả có quan tâm sẽ tự chủ động liên hệ và đăng ký, nộp hồ sơ cá nhân nêu lên những kinh nghiệm của mình. Sau đó, những người sáng giá nhất sẽ được ủy ban tìm kiếm lọc ra và họ sẽ được mời đến gặp mặt (dù thậm chí nhiều khi phải đi một quãng đường xa xôi từ nơi khác đến, mọi chi phí sẽ được đài thọ). Khi đến trường đại học đó, các ứng viên phải gặp gỡ, qua các cuộc phỏng vấn và tiếp xúc với giảng viên, nói chuyện, diễn thuyết trước sinh viên. Họ công khai bày tỏ quan điểm, đường hướng chiến lược của mình cũng như thể hiện những kinh nghiệm chuyên môn, bề dày thành tích nghiên cứu và đặc biệt là khả năng gây quỹ, thu hút nguồn kinh phí của mình. Qua đó, họ sẽ được cộng đồng của

trường đánh giá về năng lực hàn lâm cũng như phẩm chất lãnh đạo và tư cách cá nhân. Ủy ban tìm kiếm sau đó tập hợp các ý kiến và tổng kết về phẩm chất của từng ứng cử viên, đưa ra những khuyến nghị của mình và đệ trình lên cấp quản lý cao hơn trong trường hoặc hội đồng quản trị để họ ra quyết định cuối cùng xem sẽ tuyển chọn ai vào vị trí lãnh đạo đó. Cơ chế năng động này một mặt tạo ra những cải tổ quan trọng trong đường hướng chiến lược của trường vì mỗi người lãnh đạo mới có thể sẽ đem lại những đường nét chiến lược mới, những ưu tiên đầu tư, hướng nghiên cứu và phát triển khoa học công nghệ mới tùy thuộc vào sở trường và kinh nghiệm, mối quan hệ của họ với đồng nghiệp và các nhà tài trợ. Mặt khác, với những cơ chế quản lý chất lượng đào tạo và nghiên cứu đã được định hình từ nhiều năm, sự phân cấp quản lý và phân công công việc cụ thể rõ ràng, và nhất là hệ thống liên thông và chứng nhận về chất lượng (accreditation), thay đổi ở cấp lãnh đạo vẫn không gây xáo trộn gì quá cho các hoạt động giảng dạy, nghiên cứu, tư vấn của giảng viên và sinh viên ở đó. Cơ chế quản lý và tuyển chọn cán bộ chủ chốt như thế cũng cho thấy vai trò đặt vào các cá nhân rất nhiều. Người thực tài phải (và được tạo cơ hội) thể hiện phẩm chất của mình để người khác đánh giá công khai, công nhận và trao quyền quản lý trên một cơ sở có sự cạnh tranh, chứ không thụ động chờ cấp trên xem xét, cất nhắc rồi tới một ngày đẹp trời đến đọc quyết định bổ nhiệm.

Bàn luận như vậy về các trường đại học hàng đầu ở Mỹ, chúng ta không thể không ngẫm đến tình hình Việt Nam. Không thể phủ nhận rằng việc họ có tiềm lực kinh tế dồi dào là rất thuận lợi so với các trường đại học của ta. Nhưng có nhiều thứ không phải chỉ phụ thuộc vào tiền. Việc xây dựng một “thương hiệu” cho đại học của mình không chỉ đơn thuần là thiết kế và in một biểu tượng đẹp của nhà trường lên góc các công văn giấy tờ, danh thiếp hay đồng phục của sinh viên. Điều đó không chỉ là chọn một góc đẹp trong khuôn viên để xây dựng tòa nhà của ban lãnh đạo với tên trường gắn trang trọng, hay quảng cáo hình ảnh của trường một cách nhất quán với những gam màu truyền thống. Tầm nhìn của người lãnh đạo, cơ chế quản lý thông thoáng và khoa học là những thứ đòi hỏi sự suy tư trăn trở của các nhà hoạch định giáo dục đào tạo cũng như sự cam kết vì mục đích chung của những nhà khoa học. Có thể đưa ra một ví dụ là rất ít trường đại học ở Việt Nam xây dựng được kế hoạch chiến lược tổng thể (strategic masterplan) cho mình một cách hợp lý, trong khi đây nhiều khi lại là điều kiện tiên quyết để các nhà đầu tư, tài trợ quốc tế xem xét để có thể mở hầu bao. Việc xây dựng kế hoạch chiến lược như vậy trên thực tế không hề tốn nhiều tiền bạc. Các trường đại học hàng đầu ở Mỹ không bao giờ có thể phát triển được như ngày nay nếu thiếu những kế hoạch tổng thể như vậy. Một bản kế hoạch tốt sẽ tổng kết được lịch sử, truyền thống, những nét đặc thù và thế mạnh cạnh tranh của nhà trường, đồng thời chỉ ra được những khó khăn, hạn chế hay yếu kém cần khắc phục. Tiếp đó, nó sẽ nêu lên tôn chỉ hành động của trường, những mục tiêu ngắn hạn cũng như dài hạn cần đạt được. Trên hết, bản chiến lược sẽ đề ra những kế hoạch hoạt động và giải pháp cần thiết, theo từng thời kỳ để đạt được những mục tiêu chiến lược đó. Chỉ có phân tích sâu sắc và đề ra chiến lược tổng thể như vậy, các trường đại học mới không bị phát triển theo kiểu manh mún, mới có được bộ mặt bên ngoài, hiệu quả hoạt động cao trong đào tạo và nghiên cứu khoa học, thu hút và phát triển được đội ngũ giảng viên có chất lượng. Rồi từ đó, các trường đại học mới ngày càng hấp dẫn học viên cũng như những đối tác, những nhà tài trợ và dần dần tạo lập được một phong cách riêng, một thương hiệu riêng của mình. Một bản chiến lược tốt sẽ phải bao trùm và hoạch định được sự phát triển của một trường đại học trong một giai đoạn mười mười lăm năm, thậm chí xa hơn thế, và sẽ phải thường xuyên được xem xét, đánh giá và điều chỉnh nếu cần thiết. Trong bối cảnh nhiều bức xúc về nâng cao chất lượng giáo dục đào tạo như hiện nay, những ý tưởng chia sẻ ở đây nhằm mang tính xây dựng với một hy vọng những luồng gió mới sẽ sớm đến với các trường đại học ở Việt Nam.