

ĐỔI MỚI TƯ DUY TRONG GIÁO DỤC

TS. PHAN VĂN NHÂN

Trung tâm Nghiên cứu Quản lý giáo dục

Để góp phần đổi mới căn bản và toàn diện nền giáo dục (GD) Việt Nam theo hướng chuẩn hóa, hiện đại hóa, xã hội hóa, dân chủ hóa và hội nhập quốc tế trong những năm tới, thì nhiệm vụ đầu tiên phải làm là đổi mới tư duy trong GD. Bấy lâu nay, chúng ta đã nói rất nhiều về vấn đề này, nhưng đến nay cũng chưa làm được nhiều. Vậy, nội dung của đổi mới tư duy trong GD là gì? Và con đường đổi mới tư duy trong GD như thế nào? Đó là những vấn đề chúng tôi muốn trao đổi, mong tìm ra những lời giải phù hợp nhất.

Quá trình chuyển đổi từ cơ chế kế hoạch hóa tập trung sang kinh tế thị trường đòi hỏi những cải cách quyết liệt, đôi khi là những sự "huỷ diệt sáng tạo". Vì vậy, cần đổi mới tư duy trong tất cả các lĩnh vực đời sống xã hội, với những cách nhìn mới, cách hiểu mới, trên cơ sở những quy luật của kinh tế thị trường, đồng thời không nới tiếc những kiểu tư duy không còn phù hợp với thực tiễn, đó là nhân tố có ý nghĩa quyết định đối với việc xây dựng nền kinh tế thị trường ở nước ta.

Đổi mới là một chương trình cải cách toàn diện các mặt của đời sống xã hội, là sự thay thế cái cũ, lạc hậu bằng cái mới tiến bộ, tạo ra sự phát triển trong những điều kiện và hoàn cảnh mới (Wikipedia). *Tư duy* là quá trình phản ánh hiện thực khách quan một cách bản chất trên cơ sở xác lập các mối quan hệ, liên hệ có tính quy luật giữa các thuộc tính khác nhau của sự vật, hiện tượng, khi nó tác động và phản ánh vào não của mỗi cá nhân. Đổi mới tư duy trong GD được hiểu là sự thay đổi thói quen, nếp nghĩ GD dựa trên nền tảng cơ chế bao cấp, kế hoạch hóa tập trung, sang thói quen, nếp nghĩ GD dựa trên nền tảng phân cấp quản lý và kinh tế thị trường.

Tại sao chúng ta cần đổi mới tư duy trong GD? Tư duy GD trong cơ chế kế hoạch hóa tập trung thể hiện trước hết ở chỗ, mọi hoạt động GD phải được tập trung và theo một kế hoạch thống nhất từ trung ương đến địa phương. Cấp quản lý cơ sở và nhà trường hoạt động trên cơ sở hệ thống văn bản và mệnh lệnh từ cấp quản lý trung ương, v.v... Tư duy GD trong cơ chế này có thể được gọi là "tư duy bao cấp". Tư duy giáo dục trong cơ chế thị trường,

định hướng xã hội chủ nghĩa thể hiện trước hết ở chỗ, mọi văn bản của các cấp quản lý giáo dục được ban hành, mọi hoạt động GD phải tuân theo những quy luật cơ bản của kinh tế thị trường, v.v... Tư duy GD trong cơ chế này có thể được gọi là "tư duy thị trường".

Quá trình đổi mới tư duy GD thực chất là quá trình thay đổi cách nghĩ, cách làm từ tư duy bao cấp sang tư duy thị trường trong GD. Quá trình này có thể biểu hiện ở một số mặt chính sau:

1. Sản phẩm GD là loại hàng hoá đặc biệt

Như đã biết, theo nghĩa rộng, giáo dục là "Những hoạt động nhằm thực hiện chương trình kế thừa xã hội, do thế hệ trước truyền lại cho thế hệ sau những kiến thức, kinh nghiệm lao động và những thái độ ứng xử trong cuộc sống của từng thành viên cũng như của cả cộng đồng". Theo nghĩa hẹp, "Giáo dục là một quá trình toàn vẹn hình thành nhân cách, được tổ chức một cách có mục đích và có kế hoạch, thông qua các hoạt động và các quan hệ giữa người GD và người được GD, nhằm truyền đạt và chiếm lĩnh những kinh nghiệm xã hội của loài người"[6]. Như vậy, GD nhằm phát triển con người, hoàn thiện nhân cách của các cá nhân tiếp nhận GD, đáp ứng những nhu cầu phát triển của bản thân, giúp cho con người có khả năng đóng góp vào sự phát triển kinh tế-xã hội bằng năng lực nghề nghiệp, thông qua hoạt động lao động của mình trong xã hội.

Định nghĩa trên cho thấy, sản phẩm của GD là những nhân cách phát triển theo một mô hình nhất định, nên việc xác định tính chất hàng hoá của hoạt động GD, ĐT là một việc rất khó khăn. Vì rằng, là một dạng của hoạt động xã hội, các hoạt động GD vừa mang tính "tự nhiên", vừa mang tính kinh tế; nó diễn ra ở khắp mọi nơi (gia đình, nhà trường, xã hội); nó có thể được nhận biết rõ ràng ở các trường/ lớp học, nhưng đồng thời nó ẩn chứa ở tất cả các hoạt động khác của con người. Việc nhận diện một loại hoạt động GD-ĐT nào đó có là hàng hoá hay không là rất quan trọng. Ở đây, chúng tôi chỉ xin nêu ra một cách nhận diện GD-ĐT dưới góc độ kinh tế, thông qua định nghĩa hàng hoá.

Một sản phẩm chỉ trở thành hàng hoá khi có đủ 2 điều kiện: a) Nó là sản phẩm kết tinh sức lao động; và b) Nó được làm ra để trao đổi (để bán). Sản phẩm của hoạt động GD-ĐT (theo nghĩa hẹp) là sản phẩm của lao động sư phạm. GD-ĐT đã có một lịch sử hình thành từ khi có xã hội loài người, nhưng chỉ khi có sự phân công lao động với sự chuyên môn hoá đối với nghề dạy học, và sau đó nhà trường tổ chức dạy cho học trò, cho người học, và khi việc tiến hành GD-ĐT là nhằm mục đích trao đổi (có thu tiền), thì sản phẩm GD-ĐT mới trở thành hàng hoá. Cần lưu ý rằng, cùng với GD-ĐT ở nhà trường, các hoạt động GD-ĐT thường xuyên diễn ra ở mọi lúc, mọi nơi, trong gia đình, ngoài xã hội (cha dạy con, một người trao đổi với bạn mình về một kinh nghiệm nào đó...) Ở đây sản phẩm của GD-ĐT không phải là hàng hoá, vì nó không nhằm mục đích trao đổi. Vì vậy, dưới góc độ kinh tế, khi nói hàng hoá GD-ĐT là nói đến các hoạt động GD-ĐT được tiến hành tại những cơ sở GD-ĐT nhằm mục đích trao đổi.

Có một số nhà nghiên cứu cho rằng, GD-ĐT có 2 thuộc tính: Thuộc tính ý thức xã hội và thuộc tính hàng hoá. "Thuộc tính hình thái ý thức xã hội thể hiện khi GD-ĐT được coi như là một mục tiêu nâng cao chất lượng cuộc sống của con người, nó mang tính nhân văn mà xã hội nào cũng muốn vươn tới. Với thuộc tính này, GD-ĐT không được coi là hàng hoá, và vì thế quan hệ thị trường trong trường hợp này cũng không tồn tại. Thuộc tính thứ hai thể hiện khi GD-ĐT được coi như là một phương tiện để có kiến thức và kĩ năng, mà những kiến thức và kĩ năng này là một thứ tư bản đem lại cho con người vị trí cao hơn và thu nhập nhiều hơn. Nói cách khác, sản phẩm GD-ĐT là hàng hoá khi nó tham gia vào thị trường lao động một cách trực tiếp hay gián tiếp"[5].

2. Giáo dục là loại hình dịch vụ đặc biệt

Cùng với sự phát triển kinh tế-xã hội, nhu cầu về GD của xã hội ngày càng được nâng cao. Ngày nay, GD-ĐT dần dần được hiện đại hoá và đã trở thành một ngành kinh tế quan trọng, nằm trong nhóm ngành dịch vụ. Từ những phân tích trên, ta có thể đưa định nghĩa về dịch vụ GD-ĐT như sau:

Dịch vụ GD-ĐT là các hoạt động GD-ĐT do một cơ sở/cá nhân thực hiện đáp ứng nhu cầu học tập của mọi người với mục tiêu trao đổi. Để làm rõ hơn khái niệm dịch vụ, xin trích dẫn định nghĩa của T.P. Hill (1977) như sau: "Dịch vụ là sự

tác động của một chủ thể A tới một chủ thể hoặc đồ vật của một chủ thể B, với sự chấp thuận của chủ thể đó, tạo nên sự thay đổi về điều kiện hay trạng thái của chủ thể hay đồ vật thuộc sở hữu của chủ thể B". Với cách hiểu này, hoạt động GD là một hoạt động mang tính dịch vụ. Và trên thực tế, trong bảng phân loại hoạt động kinh tế-xã hội của nước ta, GD-ĐT cũng được xếp vào khối các ngành dịch vụ.

Trong danh mục 12 loại dịch vụ của GATS (Hiệp định chung về thương mại dịch vụ), cũng bao gồm cả dịch vụ GD-ĐT¹. Trong Hiệp định này, dịch vụ GD-ĐT bao gồm dịch vụ GD tiểu học, dịch vụ GD-ĐT trung học, dịch vụ đào tạo ĐH, dịch vụ đào tạo trung học cho người lớn, dịch vụ đào tạo các loại trung học khác. Cũng như các loại dịch vụ khác (hớt tóc, vận tải, ngân hàng,...), dịch vụ GD-ĐT cũng là hoạt động phục vụ không phải bằng hình thức hiện vật mà bằng hình thức lao động sống để thỏa mãn yêu cầu nào đó của người khác. Dịch vụ GD-ĐT là kết quả lao động xã hội đã được phân công nên nó cũng sáng tạo ra giá trị và giá trị sử dụng, nhưng không sáng tạo được sản phẩm vật chất mà thông qua lao động sư phạm để phục vụ nhu cầu của xã hội. Ở đây, "sản xuất" và "tiêu dùng" song song tồn tại [3]. Giá trị của dịch vụ GD-ĐT là sự tiêu hao sức lao động của người dạy trong quá trình giảng dạy. Giá trị của dịch vụ GD-ĐT cũng chỉ được thực hiện thông qua trao đổi và được biểu hiện bởi giá cả (tiền công). Sản phẩm của GD-ĐT là những kiến thức, kĩ năng, thái độ và nhân cách phát triển mà người học lĩnh hội được sau một quá trình học tập.

3. Nhà nước, doanh nghiệp và học viên là những khách hàng của dịch vụ GD

Là một loại dịch vụ xã hội, dịch vụ GD-ĐT có khách hàng trực tiếp là người học. Tuy nhiên, dưới góc độ thị trường, trong nhiều trường hợp, người đặt ra yêu cầu học cái gì và học thể nào, từ đó quyết định việc thanh toán chi phí lại là những người khác. Ví dụ, với học sinh nhỏ tuổi, việc đi học của các em là do các bậc phụ huynh quyết định và chi trả; trong khi đó một lớp đào tạo nghề lại do doanh nghiệp tổ chức và chi trả, người học không phải trả tiền...Có thể mô tả cơ cấu khách hàng của GD-ĐT qua bảng sau:

¹ Danh mục 12 ngành dịch vụ trong GATS: Trong đó dịch vụ GD&ĐT, bao gồm: dịch vụ đào tạo tiểu học, dịch vụ đào tạo trung học, dịch vụ đào tạo đại học, dịch vụ đào tạo trung học cho người lớn, dịch vụ đào tạo trung học khác.

Bảng 1: Cơ cấu khách hàng của GD &ĐT

Bên cung - Cơ sở GD-ĐT	Bên cầu - Khách hàng
	Người học- Khách hàng tầng thứ nhất
	Cha mẹ HS, người sử dụng lao động - Khách hàng tầng thứ 2
	Chính quyền/ tổ chức XH - Khách hàng tầng thứ 3

Bảng trên cho thấy, khách hàng của dịch vụ GD-ĐT là rất đa dạng và có nhiều cấp độ khác nhau. Chính quyền (Nhà nước) hay một tổ chức xã hội nào đó cũng có thể là khách hàng của GD-ĐT khi có yêu cầu và chi trả cho các cơ sở GD-ĐT thông qua một "hợp đồng" hoặc giao chỉ tiêu GD-ĐT hàng năm. Thông thường, các loại "khách hàng" khác nhau có những mối quan tâm và yêu cầu khác nhau. Ví dụ:

- Với người học, mối quan tâm và cũng là yêu cầu của họ là khả năng tìm kiếm việc làm và vị thế xã hội tương lai của họ, v.v...

- Với cha mẹ học sinh, mối quan tâm của họ cũng là khả năng tìm kiếm việc làm, vị thế xã hội tương lai của con em mình, yêu cầu về tài chính họ phải đóng góp cho con em mình trong quá trình theo học, v.v...

- Người sử dụng lao động lại có những yêu cầu về kĩ năng, kiến thức, đạo đức,... của những người mà họ sẽ tuyển dụng trong tương lai, v.v...

- Với tư cách là là đại diện cho xã hội, chính quyền/các tổ chức xã hội có những yêu cầu về phẩm chất đạo đức, ý thức chính trị và pháp luật, năng lực nghề nghiệp của người học, những công dân tương lai của xã hội, những đóng góp của họ cho sự phát triển kinh tế - xã hội sau khi họ tốt nghiệp, v.v...

Các cơ sở GD-ĐT dù hoạt động với mục tiêu nào thì cũng luôn phải đảm bảo chất lượng cho "sản phẩm" của mình, nghĩa là phải cố gắng để có thể thỏa mãn tối đa các yêu cầu của "khách hàng". Điều này là cần thiết để duy trì và phát triển "thị phần" của cơ sở mình.

Kết luận

Đổi mới căn bản và toàn diện nền GD Việt Nam theo hướng chuẩn hóa, hiện đại hóa, xã hội hóa, dân chủ hóa và hội nhập quốc tế trong những

năm tới là nhiệm vụ vô cùng khó khăn và lâu dài nhưng có tính quyết định đến sự phát triển của nền GD nước nhà. Đây không chỉ là nhiệm vụ của những người làm công tác GD mà là của toàn bộ hệ thống chính trị, của mỗi người dân và của toàn xã hội. Để đổi mới căn bản và toàn diện nền GD Việt Nam cần tiến hành đồng thời nhiều nhiệm vụ và công việc khác nhau nhưng nhiệm vụ đầu tiên cần làm ngay, đó là đổi mới tư duy trong GD trên cơ sở những quy luật của kinh tế thị trường định hướng XHCN và hội nhập quốc tế. Trong đó cần hiểu rõ nội dung của đổi mới tư duy trong GD là gì, và con đường đổi mới tư duy trong GD như thế nào?

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. http://chungta.com/Desktop.aspx/ChungTa-SuyNgam/Hanh-Dong/Tiep_tuc_đổi_mới_tư_duy_về_kinh_tế_xã_hội, Phan Đình Diệu, Tạp chí Tia Sáng, 3/07/2010.
2. Joseph E. Stiglitz, *Kinh tế học công cộng*, NXB Khoa học kĩ thuật, Trường ĐH Kinh tế Quốc dân, Hà Nội, 1995, tr. 166-180.
3. *Đại từ điển kinh tế thị trường*, Viện Nghiên cứu và Phổ biến tri thức bách khoa, Hà Nội, 1998.
4. Nguyễn Công Giáp, *Kĩ yếu Hội thảo "Một số vấn đề lí luận và thực tiễn về GD&ĐT trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN"*, ngày 25/11/2004.
5. Nguyễn Đông Hanh, *Báo cáo tổng kết đề tài cấp bộ "Phạm vi và đặc điểm biểu hiện cơ chế thị trường trong lĩnh vực giáo dục, đào tạo ở Việt Nam"*, 2005.
6. Hà Thế Ngữ, Đặng Vũ Hoạt, *Giáo dục học*, NXB Giáo dục, 1987.

SUMMARY

For a basic and all-out innovation of Vietnamese education the author believes that foremost the educational thinking shall be changed. The change of education thinking is in fact the change of thinking from subsidized into market orientation in education. The change is reflected in the following aspects: 1. educational products are special products; 2. education is special service; 3. State, business and students are clients of the education services.