

Truyền thông và ứng dụng mô hình học cùng cộng đồng trong giáo dục đại học

TS. NGUYỄN NHẬT TUẤN

Đại sứ quán Vương quốc Hà Lan;

Email: tuannn@hanu.edu.vn

ThS. PHẠM MINH NGUYỆT

Trường Đại học Hà Nội;

Email: nguyetpm@hanu.edu.vn

Tóm tắt: Mô hình học cùng cộng đồng là một phương pháp giảng dạy đổi mới trong giáo dục đại học, kết hợp giữa học thuật và gắn kết cộng đồng nhằm nâng cao trách nhiệm công dân và kỹ năng thực tiễn cho sinh viên. Bài viết đặc biệt nhấn mạnh vai trò then chốt của truyền thông trong việc đảm bảo triển khai thành công và duy trì bền vững mô hình này tại các trường đại học thông qua việc phân tích vai trò của truyền thông cho từng nhóm đối tượng liên quan trong việc phát triển mô hình học cùng cộng đồng. Dựa trên những cơ sở phân tích đó, bài viết cung cấp mô hình truyền thông hữu ích cho các nhà giáo dục và điều phối viên muốn hoàn thiện và mở rộng mô hình học cùng cộng đồng trong các lĩnh vực đào tạo khác nhau.

Từ khóa: mô hình học cùng cộng đồng; truyền thông; giáo dục đại học.

1. Tổng quan về mô hình học cùng cộng đồng

Học cùng cộng đồng (Community Engaged Learning /Service Learning) là một phương pháp giáo dục đổi mới, kết nối lý thuyết với thực tiễn thông qua việc sinh viên tham gia trực tiếp vào các hoạt động giải quyết vấn đề của cộng đồng. Theo học giả Boland (2013), khác với các hoạt động tình nguyện đơn thuần, học cùng cộng đồng là một quá trình học tập có thiết kế, bao gồm các giai đoạn như xác định nhu cầu, lập kế hoạch, thực hiện và đánh giá. Mục tiêu của học cùng cộng đồng không chỉ dừng lại ở việc phục vụ cộng đồng mà còn hướng tới sự phát triển toàn diện của sinh viên. Qua mô hình học cùng cộng đồng, sinh viên có cơ hội ứng dụng kiến thức đã học vào thực tiễn, rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm, giao tiếp và giải quyết vấn đề.

Các nghiên cứu cho thấy học cùng cộng đồng không chỉ là một phương pháp giáo dục mà còn là một hành trình khám phá bản thân. Trong môi trường học cùng cộng đồng, sinh viên được khuyến khích chủ động tham gia, đóng góp ý tưởng và đưa ra quyết định. Tính tự chủ và trách nhiệm là những yếu tố cốt lõi, giúp sinh viên không chỉ hoàn thành tốt các nhiệm vụ được giao mà còn phát triển những kỹ năng mềm cần thiết cho cuộc sống. Ví dụ, khi tham gia dự án xây dựng thư viện cho trẻ em vùng cao, sinh viên không chỉ đóng góp sức lực mà còn chủ động tìm kiếm tài liệu, thiết kế các hoạt động đọc sách hấp dẫn, và lên kế hoạch tổ chức các buổi kể chuyện. Hoặc trong các dự án xây dựng sân chơi cho trẻ em, sinh viên tự lập nhóm, xây dựng kế

hoạch hành động, và thực hiện các hoạt động như khảo sát địa hình, lên ý tưởng thiết kế, lấy ý kiến của cộng đồng địa phương, thi công và nghiệm thu. Qua đó, họ không chỉ rèn luyện kỹ năng làm việc thực tế, giải quyết vấn đề mà còn phát triển năng lực tương tác với các nhóm cộng đồng, ý thức trách nhiệm xã hội, lòng nhân ái và tinh thần cống hiến. Điều này giúp cho mô hình học cùng cộng đồng cũng góp phần xây dựng một cộng đồng đoàn kết, bền vững và tạo ra một môi trường học tập năng động, sáng tạo.

Mcdonald (2015) và các cộng sự chỉ ra rằng học cùng cộng đồng có lợi ích vô cùng đa dạng đối với các đối tác cộng đồng tham gia vào quá trình học tập. Học cùng cộng đồng giúp giải quyết những vấn đề cấp bách của cộng đồng như thiếu hụt nguồn lực chất lượng cao, được đào tạo bài bản để giải quyết các vấn đề địa phương như phát triển các dự án, kế hoạch cộng đồng liên quan đến sức khỏe, giáo dục, nâng cao môi trường sống. Học cùng cộng đồng tạo ra một môi trường để các thành viên trong cộng đồng có thể chia sẻ và hỗ trợ sinh viên phát triển toàn diện dựa vào kiến thức thực tế và kinh nghiệm của mình. Đây chính là vườn ươm cho việc phát triển các mô hình doanh nghiệp xã hội hay dự án cộng đồng nhằm đem lại một không gian phát triển bền vững, phù hợp với sứ mệnh chính trị của giáo dục đại học cũng như các mục tiêu phát triển địa phương mà Đảng và nhà nước hướng đến. Có thể thấy, so với các hình thức học tập truyền thống, học cùng cộng đồng tạo ra một môi trường học tập tích cực hơn, giúp sinh

viên chủ động hơn. Nhờ những đặc điểm trên, học cùng cộng đồng trở thành một thuật ngữ mang ý nghĩa rộng, bao gồm một chương trình, một phương pháp sư phạm và một triết lý.

Theo đề xuất của KimMarie và Ziegert (2002), các trường đại học có thể đưa mô hình học cùng cộng đồng vào ứng dụng theo các cách thức như sau

1. Dưới dạng chương trình học: học cùng cộng đồng mang đến cơ hội cho sinh viên thực hiện nhiệm vụ học tập để đáp ứng nhu cầu của cộng đồng thông qua các hoạt động được thiết kế có hệ thống. Các chương trình này hỗ trợ sinh viên phát triển tư duy phản biện, kiến thức thực tiễn và kỹ năng giải quyết vấn đề.

2. Dưới dạng phương pháp sư phạm: học cùng cộng đồng lấy trải nghiệm thực tế làm nền tảng học tập, thông qua sự kết nối có chủ đích giữa kiến thức và thực tiễn xã hội.

3. Dưới dạng triết lý: học cùng cộng đồng nhấn mạnh sự phát triển cá nhân, mối quan hệ cộng đồng, và giá trị của việc học tập tương hỗ giữa các bên tham gia quá trình đào tạo. Với nền tảng này, học cùng cộng đồng không chỉ là một công cụ học tập mà còn là một triết lý thúc đẩy sự phát triển bền vững cho cả sinh viên và cộng đồng mà họ phục vụ.

2. Vai trò của truyền thông trong triển khai mô hình học cùng cộng đồng

Việc triển khai mô hình học cùng cộng đồng đòi hỏi sự hợp lực chặt chẽ của nhiều bên. Ban giám hiệu nhà trường đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng chính sách, tạo ra môi trường thuận lợi và cung cấp nguồn lực cần thiết cho các hoạt động học cùng cộng đồng. Quản lý chuyên môn của khoa chịu trách nhiệm xây dựng quy trình, khung chương trình cụ thể, đảm bảo tính khả thi và hiệu quả của các dự án. Giảng viên đóng vai trò hướng dẫn, hỗ trợ sinh viên trong quá trình thực hiện dự án, đồng thời truyền cảm hứng và kiến thức cho sinh viên. Sinh viên là lực lượng nòng cốt, trực tiếp tham gia vào các hoạt động cộng đồng. Đối tác cộng đồng cung cấp các cơ hội thực tập, hỗ trợ chuyên môn và tạo ra môi trường học tập thực tế cho sinh viên. Cuối cùng, truyền thông đóng vai trò kết nối và truyền tải thông tin về mô hình học cùng cộng đồng đến tất cả các thành viên trong cộng đồng nhà trường và cộng đồng địa phương, tạo sự đồng thuận và lan tỏa tinh thần tham gia.

Để thúc đẩy sự hợp lực này, truyền thông cần đóng vai trò trung tâm. Đối với ban giám hiệu, truyền thông giúp làm rõ tầm quan trọng của mô hình học cùng cộng

đồng đối với chiến lược phát triển của nhà trường, đồng thời truyền đạt những lợi ích mà mô hình học cùng cộng đồng mang lại cho sinh viên, nhà trường và cộng đồng. Đối với quản lý chuyên môn, truyền thông giúp phổ biến các quy trình, tiêu chí đánh giá, tạo điều kiện để các khoa, bộ môn trao đổi, chia sẻ kinh nghiệm. Đối với giảng viên, truyền thông giúp nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của mô hình học cùng cộng đồng, cung cấp các công cụ, tài liệu hỗ trợ giảng dạy và tạo cơ hội để giảng viên chia sẻ kinh nghiệm. Đối với sinh viên, truyền thông giúp truyền cảm hứng, giới thiệu các câu chuyện thành công, tạo động lực để sinh viên tham gia các hoạt động học cùng cộng đồng. Đối với đối tác cộng đồng, truyền thông giúp xây dựng mối quan hệ hợp tác bền vững, thu hút sự tham gia của các tổ chức, doanh nghiệp vào các hoạt động học cùng cộng đồng. Tóm lại, sự thành công của mô hình học cùng cộng đồng phụ thuộc vào sự hợp tác chặt chẽ giữa các bên liên quan. Truyền thông đóng vai trò là cầu nối, giúp tạo ra một môi trường thuận lợi để tất cả các thành viên cùng nhau xây dựng và phát triển mô hình này.

3. Một số phương thức truyền thông mô hình học cùng cộng đồng hiệu quả

3.1 Truyền thông tới các cấp quản lý

Truyền thông đóng vai trò quyết định trong việc thúc đẩy sự hưởng ứng của cấp quản lý đối với mô hình học cùng cộng đồng - một mô hình đang từng bước được thử nghiệm tại một số trường đại học ở Việt Nam như Đại học Hoa Sen, Đại học Kinh tế - Tài chính TP. Hồ Chí Minh, Đại học Kiến trúc Đà Nẵng, và Đại học Thủ Dầu Một. Mặc dù được khuyến khích, việc áp dụng mô hình này vẫn chưa mang tính bắt buộc, và do đó, sự ủng hộ từ các cấp lãnh đạo - những người giữ vai trò quyết định trong triển khai - là yếu tố cốt lõi. Việc áp dụng học cùng cộng đồng đòi hỏi những thay đổi đáng kể trong chương trình đào tạo và phương pháp giảng dạy, tạo ra những thách thức không nhỏ đối với đội ngũ quản lý, từ khả năng triển khai thành công đến quản trị nguồn nhân lực. Trước bối cảnh này, một câu hỏi thường được đặt ra là: Tại sao nên áp dụng mô hình học cùng cộng đồng? Để giải đáp câu hỏi này, cần một chiến lược truyền thông nội bộ toàn diện, vừa thuyết phục vừa phù hợp với từng đối tượng quản lý. Truyền thông tới các cấp quản lý trong trường đại học không chỉ đơn thuần là việc cung cấp thông tin mà còn là một quá trình chiến lược để kết nối các phòng ban, đơn vị trong trường và truyền đạt tầm nhìn chiến lược của Ban Giám hiệu đến toàn bộ đội ngũ. Đặc biệt, đối với các

trưởng phòng ban và trưởng khoa - những người đóng vai trò cầu nối giữa lãnh đạo và giảng viên, nhân viên - truyền thông cần giúp họ hiểu rõ ý nghĩa, lợi ích và tầm quan trọng của học cùng cộng đồng. Khi nhận được sự đồng lòng từ các trường đơn vị, mô hình này sẽ có cơ hội lan tỏa và được triển khai hiệu quả. Quy trình truyền thông nội bộ tới cấp quản lý gồm các giai đoạn sau:

Giai đoạn 1: Xây dựng thông điệp rõ ràng và thuyết phục.

Truyền thông cần bắt đầu bằng việc xây dựng thông điệp trọng tâm, nhấn mạnh những lợi ích mà học cùng cộng đồng mang lại, như kết nối lý thuyết với thực tiễn, nâng cao uy tín học thuật, và góp phần thực hiện sứ mệnh phục vụ cộng đồng của trường. Các thông điệp này nên được điều chỉnh phù hợp với từng nhóm đối tượng, đảm bảo dễ hiểu và truyền cảm hứng.

Giai đoạn 2: Sử dụng đa dạng phương thức truyền thông.

Các kênh truyền thông như hội nghị, hội thảo, bản tin nội bộ, email, và các buổi gặp gỡ trực tiếp cần được triển khai đồng bộ để đảm bảo thông tin được truyền tải một cách hiệu quả. Các buổi họp giữa Ban Giám hiệu và trưởng đơn vị là cơ hội để giải đáp thắc mắc, chia sẻ kế hoạch, và thu hút sự ủng hộ của đội ngũ quản lý.

Giai đoạn 3: Theo dõi và đánh giá hiệu quả.

Các hoạt động truyền thông cần được giám sát và đánh giá thường xuyên để đảm bảo thông tin được truyền tải đúng mục tiêu và tạo ra tác động mong muốn. Việc này có thể bao gồm khảo sát phản hồi từ các trường đơn vị, phân tích mức độ tham gia vào các buổi hội thảo, và đánh giá nhận thức của đội ngũ quản lý về mô hình học cùng cộng đồng.

Truyền thông không chỉ là công cụ để tạo sự hưởng ứng mà còn đóng vai trò nền tảng để phát triển bền vững mô hình học cùng cộng đồng. Thông qua việc xây dựng nhận thức, khuyến khích tham gia và tạo động lực cho đội ngũ quản lý, truyền thông góp phần thực hiện sứ mệnh phục vụ cộng đồng, thúc đẩy đổi mới giáo dục và mang lại giá trị xã hội lâu dài. Với một chiến lược truyền thông hiệu quả, mô hình học cùng cộng đồng không chỉ trở thành một công cụ giảng dạy mà còn là phương tiện để hiện thực hóa tầm nhìn chiến lược của các trường đại học trong thời đại giáo dục toàn cầu hóa.

3.2 Truyền thông tới giảng viên và sinh viên ở các khoa

Truyền thông đóng vai trò then chốt trong việc triển khai thành công mô hình học cùng cộng đồng tại các trường đại học, vì nó không chỉ cung cấp thông tin mà còn tạo động lực và sự đồng thuận giữa giảng viên và sinh viên □ hai nhóm nòng cốt trong việc thực hiện mô

hình này. Một chiến lược truyền thông hiệu quả cần được xây dựng dựa trên sự minh bạch, tương tác hai chiều, và khả năng tạo cảm hứng, giúp giảng viên và sinh viên hiểu rõ ý nghĩa, lợi ích, cũng như giá trị mà học cùng cộng đồng mang lại. Quy trình truyền thông có thể được thiết kế qua ba giai đoạn sau:

Giai đoạn 1: Tạo nhận thức.

Bước đầu tiên là cung cấp thông tin toàn diện và dễ hiểu về học cùng cộng đồng. Trung tâm phụ trách học cùng cộng đồng hoặc các bộ phận liên quan cần tổ chức các hoạt động như hội thảo, tọa đàm, và sự kiện truyền thông để giới thiệu mô hình, chia sẻ các dự án thành công từ các trường đại học trong và ngoài nước, đồng thời cập nhật các xu hướng toàn cầu về học tập kết hợp với phục vụ cộng đồng. Các kênh thông tin như email, bản tin điện tử, mạng xã hội, và trang web chính thức của trường cần được sử dụng đồng bộ để đảm bảo mọi giảng viên và sinh viên đều tiếp cận được thông tin.

Giai đoạn 2: Thúc đẩy tham gia.

Sau khi nhận thức được tạo dựng, truyền thông cần chuyển sang việc khuyến khích giảng viên và sinh viên tham gia tích cực. Điều này có thể được thực hiện thông qua các buổi hội thảo chuyên đề, nơi giảng viên và sinh viên từng tham gia các dự án học cùng cộng đồng chia sẻ kinh nghiệm thực tế của họ. Các chuyến thăm thực địa hoặc hội nghị kết nối với cộng đồng cũng là cơ hội để các bên thấy rõ giá trị của mô hình này. Đặc biệt, truyền thông cần tập trung làm nổi bật những lợi ích thiết thực mà giảng viên (như phát triển chuyên môn, xây dựng uy tín) và sinh viên (như kỹ năng làm việc thực tế, cơ hội việc làm) nhận được từ học cùng cộng đồng.

Giai đoạn 3: Duy trì cam kết.

Truyền thông không chỉ dừng lại ở việc thu hút sự tham gia mà còn phải duy trì động lực và sự cam kết lâu dài. Điều này đòi hỏi xây dựng các kênh giao tiếp hai chiều để giảng viên và sinh viên có thể phản hồi về các dự án và đề xuất cải tiến. Các buổi họp nhóm, khảo sát định kỳ, và diễn đàn thảo luận trực tuyến cần được tổ chức để ghi nhận ý kiến từ các bên liên quan. Đồng thời, việc công nhận thành tích của giảng viên và sinh viên qua các hình thức như khen thưởng, chia sẻ câu chuyện thành công trên các nền tảng truyền thông của trường sẽ giúp củng cố sự ủng hộ và phát triển văn hóa học tập gắn kết với cộng đồng.

Như vậy, quy trình truyền thông không chỉ là cầu nối cung cấp thông tin mà còn là động lực thúc đẩy sự thay đổi và tạo dựng môi trường giáo dục đổi mới, nơi giảng viên và sinh viên cùng nhau hợp tác để hiện thực

hóa tầm nhìn của trường đại học trong việc phục vụ cộng đồng và phát triển bền vững.

3.3 Truyền thông tới cộng đồng, tìm kiếm đối tác tiềm năng

Truyền thông đóng vai trò trung tâm trong việc xác định và xây dựng mối quan hệ hợp tác với các đối tác cộng đồng – những thành phần thiết yếu giúp thực hiện thành công mô hình học cùng cộng đồng. Đối tác cộng đồng không chỉ là nơi sinh viên tiếp cận và áp dụng kiến thức vào thực tế mà còn là những nhà – đồng giáo dục, – đồng hành cùng các cơ sở giáo dục đại học trong việc hướng dẫn và hỗ trợ sinh viên phát triển kỹ năng, tư duy, cũng như trách nhiệm công dân. Vì vậy, một chiến lược truyền thông hiệu quả là yếu tố tiên quyết để tìm kiếm, thuyết phục, và duy trì quan hệ hợp tác với các đối tác tiềm năng. Quy trình truyền thông tới cộng đồng và đối tác tiềm năng bao gồm các giai đoạn sau:

Giai đoạn 1: Xác định đối tượng cộng đồng và đối tác tiềm năng.

Bước đầu tiên là xác định các nhóm cộng đồng phù hợp và các tổ chức, đơn vị, doanh nghiệp có thể trở thành đối tác. Cộng đồng trong bối cảnh này có thể bao gồm các tổ chức phi chính phủ (NGO), tổ chức do nhà nước quản lý, doanh nghiệp, hoặc các nhóm cộng đồng đặc thù tập trung vào các vấn đề như giáo dục, sức khỏe, môi trường, hoặc hỗ trợ trẻ em. Việc xác định đối tác cần dựa trên mục tiêu của các môn học hoặc dự án học cùng cộng đồng, đồng thời cân nhắc các yếu tố như vị trí địa lý, tính khả thi của việc hợp tác, và khả năng đóng góp của đối tác vào quá trình học tập của sinh viên.

Giai đoạn 2: Truyền thông để xây dựng quan hệ.

Sau khi xác định đối tác tiềm năng, các cơ sở giáo dục cần truyền tải thông điệp rõ ràng về mục tiêu, ý nghĩa, và giá trị của học cùng cộng đồng. Các phương tiện truyền thông như thư mời hợp tác, hội thảo kết nối, và các buổi gặp gỡ trực tiếp đóng vai trò quan trọng trong việc tạo dựng sự hiểu biết lẫn nhau. Một chiến lược hiệu quả là chia sẻ các câu chuyện thành công từ những dự án trước đó hoặc trình bày rõ lợi ích mà đối tác nhận được khi tham gia, chẳng hạn như nâng cao hình ảnh tổ chức, mở rộng mạng lưới quan hệ, và đóng góp vào sự phát triển bền vững của cộng đồng.

Giai đoạn 3: Duy trì và mở rộng hợp tác.

Sau khi thiết lập mối quan hệ hợp tác, truyền thông cần tiếp tục duy trì sự gắn kết và phát triển các mối quan hệ này. Các hoạt động như cập nhật thường xuyên về tiến độ dự án, tổ chức buổi tổng kết và ghi nhận đóng góp của đối tác sẽ giúp củng cố sự hợp tác. Đồng thời,

việc mở rộng quan hệ hợp tác ra ngoài cộng đồng địa phương – chẳng hạn hợp tác với đối tác từ các khu vực khác hoặc triển khai dự án ở địa bàn mới – cũng cần được thực hiện có chiến lược. Trường hợp điển hình như Đại học Hoa Sen hợp tác với một tổ chức NGO tại Hà Nội nhưng triển khai dự án tại TP. Hồ Chí Minh cho thấy tính linh hoạt trong xây dựng đối tác cộng đồng.

Truyền thông không chỉ giúp tìm kiếm đối tác mà còn tạo ra cầu nối gắn kết giữa các bên liên quan. Một chiến lược truyền thông tốt sẽ đóng vai trò như – chất xúc tác, – thúc đẩy sự tương tác sâu rộng giữa trường đại học, đối tác cộng đồng, và sinh viên. Đặc biệt, truyền thông cần nhấn mạnh giá trị của hợp tác: không chỉ là sự hỗ trợ ngắn hạn mà còn là hành trình dài hạn để sinh viên thực hiện trách nhiệm công dân và tạo ra tác động tích cực đối với cộng đồng mà họ phục vụ. Như vậy, truyền thông không chỉ là công cụ mà còn là nền tảng để thúc đẩy sự hợp tác trong mô hình học cùng cộng đồng, đảm bảo rằng cả giảng viên, sinh viên và đối tác cộng đồng đều đồng hành trong hành trình học tập và phát triển bền vững.

Truyền thông giữ vai trò quyết định không chỉ trong việc khởi xướng mà còn trong việc duy trì và mở rộng mô hình học cùng cộng đồng. Một chiến lược truyền thông bài bản sẽ giúp định hình nhận thức, xây dựng niềm tin, và tạo động lực cho tất cả các bên tham gia. Đối với cấp quản lý, truyền thông hiệu quả giúp kết nối các bộ phận, truyền đạt rõ ràng tầm nhìn và sứ mệnh của trường đại học, đồng thời thúc đẩy sự ủng hộ từ những người ra quyết định. Đối với giảng viên và sinh viên, truyền thông không chỉ mang lại thông tin mà còn khơi gợi cảm hứng và khuyến khích họ tham gia tích cực, xem mình là một phần không thể thiếu trong việc tạo ra giá trị cho cộng đồng. Đối với các đối tác cộng đồng, truyền thông giúp thiết lập mối quan hệ hợp tác bền vững, đảm bảo sự tương tác sâu rộng và hiệu quả trong mọi hoạt động.

Kinh nghiệm từ các trường đại học đã triển khai thành công mô hình học cùng cộng đồng cho thấy rằng, truyền thông không chỉ là nền tảng để bắt đầu mà còn là động lực duy trì và phát triển lâu dài. Nhờ truyền thông, các trường đại học có thể mở rộng quy mô áp dụng mô hình, nâng cao chất lượng đào tạo, và khẳng định vai trò tiên phong trong việc kết nối học thuật với phục vụ cộng đồng. Vì vậy, truyền thông không chỉ là yếu tố phụ trợ mà là nhân tố chiến lược, đảm bảo sự thành công bền vững của mô hình học cùng cộng đồng trong môi trường giáo dục đại học hiện đại./.