

trường ĐHNN-ĐHĐN thực hiện (chưa công bố).

4. Nghị quyết số 40/2000/QH 10 của Quốc hội về đổi mới chương trình giáo dục phổ thông đã yêu cầu xây dựng đề án dạy và

NGÔN NGỮ TRONG NHÀ TRƯỜNG

học ngoại ngữ ở trường phổ thông đến năm 2010.

5. Quyết định 1400/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ, ban hành ngày 30/9/2008.

(Ban Biên tập nhận bài ngày 03-11-2011)

ĐƯA THỰC TIỄN ĐỜI SỐNG VÀO LỚP HỌC

LÊ THỊ GIAO CHI

(Khoa tiếng Anh, ĐHNN, Đại học Đà Nẵng)

1. Đặt vấn đề

Trong giai đoạn hiện nay, với những đòi hỏi ngày càng cao của nền kinh tế tri thức cũng như những yêu cầu của nhà tuyển dụng lao động, đổi mới phương pháp dạy và học ở bậc đại học luôn là vấn đề lớn đặt ra đối với các nhà giáo dục và quản lí. Việc giảng dạy tiếng Anh như là một công cụ giao tiếp luôn được xem là quan trọng, đặc biệt trong bối cảnh hiện nay khi nó được xem như là chìa khóa để mở cánh cửa kho tàng tri thức nhân loại. Khi Việt Nam đang hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới, khi các hoạt động đối ngoại, xúc tiến thương mại, du lịch, đầu tư được mở rộng không ngừng, năng lực ngoại ngữ đặc biệt là tiếng Anh ngày càng khẳng định vai trò thiết thực của nó. Có thể coi đây là một trong những kĩ năng quan trọng cùng nhiều kĩ năng mềm khác không thể thiếu ở người lao động trình độ cao.

Trong bối cảnh đó, thách thức đối với người dạy tiếng là làm thế nào để có thể, một mặt là, trang bị cho người học những kiến thức và kĩ năng chuyên môn cần thiết khi ra trường, mặt khác, tạo hứng thú, phát huy khả năng tư duy sáng tạo, khơi dậy trí tưởng tượng, và đưa người học gần gũi với thực tiễn đời sống nhằm trang bị tốt hơn cho họ kiến thức khi ra trường. Bài viết này đề

cập đến một cách tiếp cận trong giảng dạy - đưa thực tiễn đời sống vào lớp học. Bài viết nhằm đối tượng học viên các hệ cả chính quy lẫn ngoài chính quy học các học phần hoặc chuyên đề tiếng Anh thương mại, du lịch hay giao tiếp trong kinh doanh, đàm phán.

2. Công việc đưa thực tiễn cuộc sống vào lớp học ngoại ngữ

2.1. Từ một cách nhìn cũng không còn mới nữa

Trước hết, chúng ta cần nhìn nhận rằng, học ngoại ngữ không chỉ dừng lại ở mức độ am hiểu ngữ pháp, từ vựng, cấu trúc ngôn ngữ, kiến thức văn hóa văn học, và giảng dạy ngoại ngữ không chỉ dừng lại ở cấp độ giúp người học phát triển vốn từ vựng hay là ghi nhớ các quy tắc ngữ pháp, hay nghiên cứu chuyên sâu về các khía cạnh của ngôn ngữ đó như ngữ âm, hình thái, cú pháp, ngữ nghĩa, từ vựng. Trên thực tế, các bài kiểm tra tiếng Anh quốc tế như TOEFL hay là IELTS thường hướng đến việc đánh giá năng lực giao tiếp bằng ngôn ngữ hơn là kiến thức về ngôn ngữ Anh, và TOEIC thì đánh giá năng lực tiếng Anh để giao tiếp ở các môi trường quốc tế. Đặc biệt đối với bài thi TOEFL ibt, các kĩ năng tiếng - nghe, nói, đọc, viết - được đánh giá theo kiểu tích hợp, lồng ghép với nhau. Các bài kiểm tra đánh giá trình độ

trong chương trình phòng vấn việc làm sẽ không đánh giá riêng lẻ về ngữ pháp, hay từ vựng mà yêu cầu ứng viên phải có khả năng giao tiếp lưu loát cho các tình huống giao tiếp cụ thể. Điều đó cho thấy trong thực tiễn hiện nay, người ta chú trọng đến việc học tập và rèn luyện khả năng giao tiếp bằng ngôn ngữ hơn là chỉ nắm về bản chất hay đặc tính của ngôn ngữ đó.

Với những quan tâm ngày càng nhiều về năng lực giao tiếp bằng ngôn ngữ, phương pháp giảng dạy giao tiếp (Communicative language teaching – CLT) đang ngày càng trở nên phổ biến. Theo Szepliela (2003, tr. 5), phương pháp dạy giao tiếp là một cách tiếp cận trong giảng dạy ngoại ngữ mà qua đó người học học cách thức giao tiếp một cách hiệu quả. Và như thế, đường hướng này rất phù hợp với việc giảng dạy ngoại ngữ vì nó tập trung vào giao tiếp chứ không phải vào hình thức ngôn ngữ (trích từ Lyu 2006). Bên cạnh đó, giảng dạy theo đường hướng giao tiếp là giảng dạy giao tiếp một cách có ý nghĩa cả trong và ngoài lớp học, và thiết kế các nhiệm vụ và hoạt động học tập làm sao cho gắn liền với đời sống thực (authentic), và mô phỏng được tình huống trong đời thực (Szepliela, 2003, tr. 9). Nói khác đi, đưa đời sống vào các bài giảng tiếng Anh sẽ là một trong những giải pháp quan trọng nhằm gắn kết người học vào thực tiễn giao tiếp kinh doanh, thương mại, đưa họ vào các tình huống thực có vấn đề, qua đó giúp họ phát triển khả năng tư duy nhạy bén, sử dụng ngôn ngữ thông thạo cho các tình huống giao tiếp trong thực tiễn sau này.

2.2. Nên bắt đầu từ đâu?

Để việc dạy và học gắn liền với thực tiễn cuộc sống, trước hết, người dạy cần phải ý thức được nhu cầu của người học và nhu cầu thực tiễn. Ý thức được nhu cầu người học là phải bắt đầu tìm hiểu người học muốn gì, họ ham học hỏi những gì, và mối quan tâm của họ là từ đâu? Như Biggs (1999) đã nói, để

dạy tốt nên bắt đầu từ việc tìm hiểu nhu cầu người học.

Ý thức được nhu cầu thực tiễn có nghĩa là tìm hiểu về nhu cầu xã hội đối với người lao động, hay tìm hiểu những yêu cầu, đòi hỏi của các nhà tuyển dụng về năng lực và kỹ năng của nguồn nhân lực ngoại ngữ mà họ đang cần. Trong khi mục tiêu đào tạo luôn đề cao việc trang bị cho người học những kiến thức và năng lực cần thiết để tham gia vào thị trường lao động, chương trình giảng dạy vẫn còn mang nặng tính lý thuyết, nội dung và giáo trình giảng dạy vẫn còn nặng tính hàn lâm, thiếu lồng ghép việc giảng dạy kinh tế, kinh doanh thương mại, giao tiếp đàm phán ngay cả khi sinh viên đang còn ngồi trên ghế nhà trường. Lồng ghép thực tiễn để xây dựng “một nền kinh tế lớp học” chẳng hạn (theo Newingham 2010) vừa giúp ta tránh được những khiếm khuyết này, vừa tạo môi trường học tập lý thú cho người học để họ có thể sắm vai vừa là ‘nhà kinh tế’, vừa là ‘người tiêu dùng’, vừa là ‘người bán hàng’, vừa là ‘người mua hàng’, vừa là ‘nhà quản lý’ vừa là ‘người lao động’, v.v. trong các tình huống giao tiếp thương mại, đàm phán mô phỏng.

Để làm được việc này, người dạy tiếng cần phải chủ động tìm kiếm nguồn tài liệu giảng dạy, xây dựng phương pháp giảng dạy, và khuyến khích phương pháp học tập tích cực và tự chủ ở người học. Vấn đề đặt ra ở đây là làm thế nào để tài liệu giảng dạy phản ánh được hiện thực cuộc sống? Làm thế nào để nội dung giảng dạy bám sát đời sống thực, phản ánh đúng nội dung và hình thức ngôn ngữ sử dụng trong các tình huống thực ấy. Để thực tiễn đời sống gần gũi với người học đòi hỏi tư liệu giảng dạy sống, phương pháp giảng dạy sống, và không khí học tập sống.

2.3. Tài liệu giảng dạy sống

Tài liệu giảng dạy sống sẽ giúp người dạy thoát khỏi những trang giáo án tẻ nhạt,

những trang sách nặng tính lí thuyết, và những giờ dạy nhàm chán, mang tính nhồi nhét thông tin. Vượt ra khỏi những bài giảng dựng sẵn trong khung chương trình chung, người dạy có thể linh động, sáng tạo xây dựng các hoạt động học tập, dùng các tư liệu hay các phương tiện sống. Một khi họ sử dụng các tài liệu sống và quan sát tác động của các tài liệu sống đó lên việc học của sinh viên, họ có thể tìm cách *lồng ghép, tích hợp đời sống thực vào trong thực tế từng bài giảng*.

Như vậy, tài liệu sống đòi hỏi người đứng lớp không chỉ góp nhặt những gì có sẵn một cách tùy tiện, mà phải lựa chọn tài liệu vừa phong phú đa dạng, vừa phản ánh nội dung cần bao quát, vừa tạo điều kiện thực hiện các hoạt động học tập nhằm phát huy và rèn luyện kĩ năng mềm. Nói khác đi, người thầy cần *lựa chọn, điều chỉnh, cải biên các tài liệu cho phù hợp với nhu cầu, trình độ của người học, vừa đảm bảo mục đích chương trình, và phù hợp từng tình huống giảng dạy*.

Tài liệu giảng dạy sống có thể được sử dụng để **thay thế, hoặc bổ sung vào bài giảng** nhằm tăng tính sống động cho bài giảng, tạo cơ hội học tập và thực hành cho người học. Qua đó, tài liệu sống có tác dụng tạo hứng thú cho người học, góp phần nâng cao hiệu quả học tập, khơi dậy óc tưởng tượng và tư duy sáng tạo, gần gũi với thực tiễn nghề nghiệp của họ sau này.

Trên thực tế, tài liệu sống có thể được tìm thấy dưới nhiều dạng. Tài liệu sống, theo Gebhard (1996, trích trong Lyu 2006), có thể là

- *Tài liệu in* (authentic printed materials) - báo, tạp chí, quảng cáo phim, bản tin, lời nhạc, tín hiệu giao thông, quảng cáo tờ rơi, thông tin du lịch, brochure, menu nhà hàng, bảng nội quy khách sạn;

- *Tài liệu nghe* (authentic audio materials): băng đĩa video hoặc CD, CD-Rom, các chương trình ghi âm, phát sóng,

các đoạn video clip trên truyền thanh, truyền hình, websites;

- *Tài liệu hình ảnh* (authentic visual materials): tranh ảnh, hình họa, tín hiệu giao thông, tờ rơi, quảng cáo du lịch, menu nhà hàng, ...

Hoặc là các *vật dụng thực* từ đời sống thực (realia): từ đồng xu, bạc giấy, đồng hồ, điện thoại, thiết bị lao động, đồ dùng cụ học tập, đồ dùng cá nhân, đồ dùng gia dụng, v.v.

Trong việc dạy và học tiếng, có rất nhiều nguồn tài liệu hỗ trợ phong phú, đa dạng từ các kênh truyền hình cáp, báo và tạp chí tiếng Anh, trang web học tiếng, youtube, videos, CDs, đến các thông tin quảng cáo ở các siêu thị, các cửa hàng bán sản phẩm ngoại nhập với nhiều nhãn mác bằng tiếng Anh, hay tại các đại lí lữ hành với nhiều thông tin du lịch, tờ rơi, các quảng cáo rao việc, thông tin tuyển dụng, báo cáo kinh doanh, các bài diễn văn, phát biểu, v.v. mà người dạy có thể tìm hiểu để giới thiệu cho người học, chưa kể nguồn tài liệu sống mà ta có thể tiếp cận từ các chuyên gia, các nhà quản lí doanh nghiệp, các nhà tuyển dụng, được mời đến tham gia các chương trình talk shows, tư vấn việc làm, hướng nghiệp, chia sẻ kinh nghiệm giao tiếp cho người học.

2.4. Phương pháp giảng dạy sống

Từ nguồn tài liệu sống phong phú và đa dạng, người dạy bắt đầu lựa chọn, cải biên, biên tập, dàn dựng các hoạt động học tập sao cho nó phản ánh được thực tiễn sinh động của hoạt động giao tiếp thương mại hay kinh doanh. Chẳng hạn, từ các vật liệu sống như rau quả, đồ dùng, các hoạt động trao đổi hàng hóa có thể được dàn dựng. *‘Trao đổi tự nguyện’* (*‘Voluntary exchange’*) – một khái niệm cơ bản trong giáo dục kinh doanh có thể được minh họa sinh động thông qua hoạt động học tập dùng vật liệu sống, mà người học được trực tiếp tham gia vào hoạt động ấy, phải tự mình đánh giá về giá trị sản phẩm muốn trao đổi, và cảm nhận được họ có tự

nguyện trao đổi các sản phẩm hàng hóa đó hay không. Như vậy, từ nguồn tài liệu và vật dụng có sẵn, người dạy cần khai thác các vật liệu đó một cách sáng tạo, và lựa chọn cách tổ chức hoạt động lớp học sao cho phù hợp. Bằng các tài liệu sống, người dạy có thể dàn dựng cảnh, hóa trang, đóng vai, diễn xuất, khai thác các hoạt động đôi / nhóm qua hình thức mô phỏng và đóng vai.

Các tình huống mô phỏng, theo Lyu (2006) có thể được xem là hiệu quả trong việc tạo cơ hội thực hành cho sinh viên. Các hoạt động mô phỏng góp phần vào hiệu quả học tập và chúng có thể tối ưu hóa các hoạt động giao tiếp thực trong môi trường lớp học tiếng. Để cải thiện kỹ năng giao tiếp bằng ngôn ngữ, người học cần được cung cấp nhiều cơ hội để giao tiếp với các thành viên khác trong lớp học. Theo Oura (2010), các tình huống mô phỏng tạo nhu cầu cho người học tham gia vào các hoạt động giao tiếp, mà nhu cầu giao tiếp đó hiện hữu trong bản thân hoạt động học tập đó. Nói khác đi, người học sẽ có cơ hội giao tiếp một cách tự nhiên bằng ngôn ngữ để hoàn thành nhiệm vụ của vai diễn của mình, và chủ động giải quyết vấn đề nảy sinh trong quá trình giao tiếp ngôn ngữ.

Thay vì chỉ dừng lại ở việc đọc và ghi nhớ một đoạn hội thoại giao tiếp thương mại trong sách, người học có thể được hướng dẫn dựa trên các cấu trúc ngôn ngữ gợi ý, và tình huống giao tiếp đặt ra để xây dựng hội thoại mới theo cặp, theo nhóm mô phỏng các tình huống thực trong giao tiếp kinh doanh, thương mại. Nếu chỉ dừng lại ở các hoạt động đóng vai mà ở đó người học chỉ được giao thực hiện các vai, chẳng hạn người bán hàng và người mua hàng, và diễn lại các đoạn hội thoại hay tuân thủ theo các cấu trúc ngôn ngữ và từ vựng, cho dù họ được tham gia vào hoạt động học tập, nhưng hoạt động ấy chỉ đơn thuần là 'luyện đọc' lại những bản văn có sẵn, hoàn toàn không có sự trao đổi, thảo luận giải quyết vấn đề của người

học. Giao tiếp thực phải là giao tiếp giữa các chủ thể thực thụ có phong cách riêng, có suy nghĩ riêng, và họ thảo luận các vấn đề nảy sinh từ đời sống thực (real communication involves real people who show their personaliti and thought in the communication while discussing real issues) (Oura 2010, tr. 21-2).

Ở các hoạt động học tập theo tình huống mô phỏng, việc học được cho là quan trọng hơn việc diễn xuất thành công các vai, vì thế, cho dù người học gặp khó khăn trong giao tiếp, hoặc giao tiếp không thành công, thất bại đó cũng có ý nghĩa giống như thành công vậy. Khi hoạt động giao tiếp diễn ra không suôn sẻ, các thành viên trong nhóm sẽ phải tự điều chỉnh nội dung, giải quyết vấn đề, khắc phục những khó khăn khi giao tiếp, điều đó sẽ dẫn đến giao tiếp nhiều hơn. Như vậy, việc bổ sung các tài liệu giảng dạy sống, cộng với khả năng tổ chức lớp học và thay đổi các hoạt động dạy học không chỉ làm cho lớp học sinh động, mà còn góp phần thay đổi nhận thức, và phương pháp học ở trò. Dẫn dắt lời của Trigwell, Prosser and Waterhouse (1999), người học sẽ theo phương pháp học nông nếu người thầy xem dạy là truyền đạt tri thức cho trò. Ngược lại, nếu người học được khuyến khích làm chủ việc học của mình, chủ động tham gia vào quá trình quyết định và giải quyết vấn đề, họ sẽ chuyển sang phương pháp học sâu.

Như vậy, chính các hoạt động thực nghiệm đã làm cầu nối giữa lớp học và thế giới sống động bên ngoài. Các hoạt động này vừa giúp người dạy đạt được các mục đích yêu cầu của bài học, vừa tạo điều kiện cho người học tự mình trải nghiệm quá trình nhận thức, thụ đắc ngôn ngữ, rèn luyện kỹ năng giao tiếp trong môi trường ngôn ngữ đích. Qua đó, họ tự mình quan sát, đánh giá, và tự phản hồi về tiến bộ cũng như hạn chế của mình so với các thành viên khác, và từ đó có kế hoạch rèn luyện, bồi dưỡng năng

lực cho mình. Trong học phần Giao tiếp thương mại, người học sẽ được tiếp cận với các tình huống giao tiếp trong các bối cảnh thương mại, sử dụng ngôn ngữ cho các tình huống thật mô phỏng.

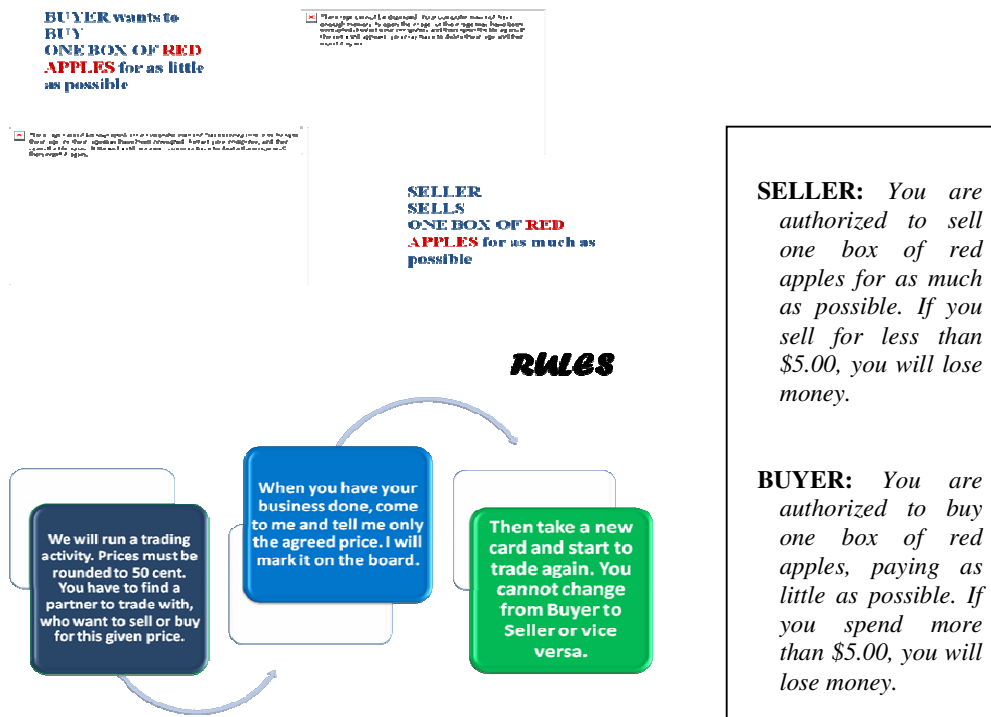
3. Đưa thực tiễn cuộc sống vào lớp học giao tiếp thương mại, ví dụ mang tính chất trường hợp

Trong các học phần giao tiếp thương mại, người thầy có thể tận dụng ưu thế của các tài liệu sống để tổ chức các hoạt động dạy học hay các hoạt động hỗ trợ nhằm tối ưu hóa hiệu quả học tập của trò. Qua thực tiễn giảng dạy, nhiều hoạt động dạy và học đã được thiết kế và tổ chức trong và ngoài lớp học.

Sau đây là một số hoạt động lớp học và các tình huống mô phỏng sử dụng nguồn tài liệu sống.

a) *Dàn dựng các hoạt động trao đổi, mua bán - The fruit (apple) basket* - Người học được phân thành các nhóm và mỗi nhóm mang đến lớp một giỏ trái cây (táo, cam, nho, v.v.). Các nhóm thực hành hoạt động trao đổi hàng hóa, mua bán, sử dụng một số cấu trúc ngôn ngữ cần thiết trong giao tiếp mua bán hàng hóa, thể hiện yếu tố lịch sự, đảm bảo vừa hài lòng khách hàng, vừa có lợi nhuận. Các nguyên tắc trao đổi, và mục đích giao tiếp cần được hướng dẫn kỹ càng trước khi người học thực hiện hoạt động này.

Buy and sell red apples



The hidden box game (voluntary exchange) - Ở hoạt động này, người học được yêu cầu đem đến lớp học 5 vật dụng cá nhân, kích cỡ nhỏ (chẳng hạn thước, tẩy, giấy thấm, giấy mềm, lọ nước hoa

nhỏ, vật trang trí, cài, kẹp tóc, v.v.) bỏ vào một cái túi bọc hoặc một túi giấy mà không nhìn được xuyên qua. Đến lớp họ có thể thực hành hoạt động ‘trao đổi tự nguyện’, dùng cảm giác sờ vào các vật

dụng đó, chọn một sản phẩm mà mình thích và xem thử chủ nhân của vật dụng đó có tự nguyện trao đổi một vật dụng gì đó trong túi bợc của họ cho mình không. Nếu giá trị chưa đảm bảo tương đương, hoặc các bên chưa tự nguyện trao đổi, họ có thể thỏa hiệp, mặc cả, hoặc bù thêm tiền, hay thêm một sản phẩm nữa, ... Qua hoạt động này, người học có thể hiểu sâu khái niệm ‘voluntary exchange’ như thế nào mà không cần những lời giải thích dài dòng, phức tạp.

b) Truyền thông về sản phẩm, dịch vụ

- Người học mang đến lớp một sản phẩm (thức ăn, thức uống có bao bì, vật dụng cá nhân, thiết bị điện, điện tử, v.v.) hoặc thông tin về dịch vụ du lịch, bảo hiểm, giáo dục, v.v. Các sản phẩm cùng loại sẽ đặt cùng nhau, và các chủ nhân của các sản phẩm đó cùng nghiên cứu, tìm hiểu về sản phẩm, gọi tên cho từng dòng sản phẩm, tìm hiểu thông tin về sản phẩm, đặc tính, tính năng, giá cả, thành phần, v.v. và chuẩn bị thông tin trả lời cho ‘khách hàng tiềm năng’ về các sản phẩm dịch vụ đó.

c) Hội chợ thương mại - Hoạt động này khai thác hiệu quả tinh thần làm việc nhóm, và khả năng phối hợp của người học để tạo ra sản phẩm tập thể để trưng bày. Đối với hoạt động mô phỏng này, các nhóm chủ động chọn lựa tài liệu và vật dụng sống mang đến lớp, kèm theo giấy khổ lớn, bút màu, bút kẻ, giấy màu, vật trang trí để làm posters. Một poster của mỗi nhóm phải thể hiện một ý tưởng kinh doanh, xúc tiến sản phẩm hay dịch vụ mình muốn tung ra thị trường, xuất phát từ tìm hiểu nhu cầu khách hàng (needs analysis / market research thông qua bảng câu hỏi hoặc phỏng vấn người tiêu dùng). Trên posters thể hiện thông tin về sản phẩm, giá bán, đặc tính, kênh phân phối, đại lý giao dịch, chương khuyến mãi, thông tin liên lạc, v.v. (theo phối thức marketing 4P).

Các nhóm phối hợp làm poster trong vòng 1 giờ, và sau đó treo áp phích của mình lên tường. Không gian lớp học không khác gì một hội chợ triển lãm thương mại du lịch, và các nhóm phân việc và lần lượt trình bày về sản phẩm dịch vụ của mình. Đến phần thông tin khách hàng, các thành viên có thể đi xem poster của nhau và đặt câu hỏi. Tại mỗi ‘quầy sản phẩm’/poster phải có đại diện bán hàng tiếp đón khách và trả lời các câu hỏi đặt ra.

Hoạt động này huy động tối đa nguồn lực của người học - sức lực, trí tuệ, sáng tạo - khuyến khích khả năng thực hành nhóm, nói trước đám đông, giải quyết vấn đề, giao tiếp và thể hiện các nguyên tắc lịch sự, kết hợp vận dụng kiến thức kinh doanh và marketing.



Các hình ảnh người học làm poster theo nhóm xúc tiến sản phẩm dịch vụ

d) Quảng bá du lịch - Hoạt động này cũng thực hiện tương tự như trên, chỉ khác là sản phẩm thương mại ở đây là dịch vụ và sản phẩm du lịch. Người học có thể kết hợp vừa dùng các brochures, leaflets du lịch để trang hoàng poster, vừa tự dàn dựng hoạt cảnh hay làm các đoạn video clip mà chính họ biên tập, diễn xuất với cảnh quang bên ngoài. Người học có thể được khuyến khích dựng các làng du lịch sinh thái từ vật dụng địa phương như cây lá, giấy carton, miếng xốp để cắt đẽo tạo hình. Hoạt động này rất sống động, phát huy tối đa vai trò chủ động của người học, khơi

dậy sự sáng tạo, lồng ghép ý tưởng kinh doanh với ý thức bảo vệ môi trường, và phát triển khẩu ngữ, thực hành giao tiếp, đóng vai hướng dẫn viên du lịch.

e) Thảo hợp đồng - Yêu cầu người học mang đến lớp một văn bản hợp đồng thương mại, một mẫu đơn xin việc, một đoạn quảng cáo, rồi dần dựng các điểm trung bày. Qua các hợp đồng, người học có thể xem xét về đặc điểm ngôn ngữ, từ vựng thường sử dụng, văn phong, v.v. Qua đó, người học được tiếp cận với nhiều tình huống ngôn ngữ thực, và họ có thể đóng vai, đặt mình vào bối cảnh đời sống thực trong giao tiếp thương mại. Họ cũng có thể đóng vai đại diện cho nhiều nhóm đối tác đàm phán hợp đồng.

g) Đàm phán, thương thảo - Người học có thể được xem một số đoạn video clips, hoặc một số đoạn film strips có các cuộc đàm phán - thương mại, mua bán, tiền lương, chính sách, v.v. Họ phải quan sát diễn biến của các cuộc thương thảo ấy, theo dõi loại hình, cấu trúc ngôn ngữ được sử dụng, đánh giá xem kết quả đàm phán thành công hay thất bại, và xác định xem các yếu tố quyết định thành công. Bên cạnh đó, người dạy có thể đúc kết và giới thiệu một số cấu trúc, từ vựng cần thiết sử dụng trong đàm phán. Trên cơ sở đó, người học làm việc theo nhóm, đại diện các nhóm lợi ích khác nhau (nhà chức trách/hội nông dân/hội phụ nữ/hội doanh nghiệp/nhà đầu tư/v.v.) đàm phán xem liệu có nên thu phí giao thông, thủy lợi, vệ sinh môi trường v.v.



Hình ảnh về các hoạt động mô phỏng đàm phán thương mại của sinh viên

h) Phỏng vấn việc làm - Hoạt động này thiết kế tương tự như hoạt động trên với nhiều hoạt động task-based được thiết kế. Chẳng hạn, sau khi nắm bắt một số vấn đề và yêu cầu trong giao tiếp việc làm – từ tìm hiểu về mình, tìm hiểu về công việc phù hợp, tìm hiểu về công ti, viết đơn xin việc, làm công văn, chuẩn bị cho quá trình phỏng vấn - người học được xem một số đoạn video giữa nhà tuyển dụng và ứng viên, họ sẽ đánh giá xem các cuộc phỏng vấn đó thành công hay thất bại? Nguyên nhân là do đâu? Các nhóm có thể được giao các nhiệm vụ khác nhau: nhóm thì quan sát giao tiếp ngôn ngữ, nhóm khác quan sát phong cách, v.v. Các thành viên có thể thảo luận trước khi chia sẻ câu trả lời trước lớp.

Trên cơ sở nắm bắt và hiểu về bản chất quá trình phỏng vấn việc làm và yêu cầu đặt ra, các tài liệu sống - các thông tin rao việc, tuyển người, v.v. được cắt dán từ báo chí, hoặc từ nguồn internet, hoặc tờ rơi của các công ti, v.v. có thể được sử dụng, bày biện trên bàn, để các thành viên chọn lựa công việc mình mong muốn. Sau đó người học hoạt động theo cặp, đóng vai người xin việc và nhà tuyển dụng với các tập thông tin và bảng câu hỏi, phỏng vấn các thành viên khác, và họ có thể đổi vai để sắm nhiều vai khác nhau và thực hành giao tiếp khác nhau.

Tuy nhiên, một khi các hoạt động đó đang diễn ra, người thầy cần quan sát mức độ hứng thú, đánh giá khả năng tích cực tham gia của người học, từ đó điều chỉnh những bất hợp lí nếu có, nhằm tối ưu hóa hoạt động học của họ. Qua đó đánh giá tác động của các bối cảnh thực vào quá trình nhận thức của người học, và lồng ghép điều chỉnh bài giảng cho những lần dạy sau.

4. Kết luận

Như vậy, việc lồng ghép thực tiễn đời sống vào lớp học là vô cùng cần thiết cho

các giờ dạy ngoại ngữ nói chung và các học phần Giao tiếp thương mại nói riêng. Tài liệu sống và các vật dụng sống góp nhặt từ đời sống thực luôn là nguồn giáo án bất tận, tiếp thêm nhiên liệu vào các trang sách giáo khoa hay giáo trình sử dụng. Các tài liệu và vật dụng sống có thể được lựa chọn, cải biên, để tối ưu hóa vai trò hỗ trợ của chúng trong việc xây dựng bài giảng sống động.

Phương pháp giảng dạy như vậy sẽ phát huy được tính tích cực của người học, tạo hứng thú, gắn kết người học với thực tiễn đời sống kinh tế xã hội mà họ cần trang bị đầy đủ trước khi ra trường. Thông qua tư liệu giảng dạy sống và cách tổ chức lớp học, người học được phát huy nhiều kỹ năng mềm cần thiết như khả năng làm việc nhóm, khả năng hợp tác, phát triển nhiều kỹ năng mềm (như kỹ năng thuyết trình, nói trước đám đông, thương thảo, giải quyết vấn đề). Thiết nghĩ cách tiếp cận này cần được phát huy và áp dụng một cách linh động và hiệu quả để người học mỗi ngày được tiếp cận gần hơn với thực tiễn cuộc sống, được chủ động tham gia một cách hiệu quả vào quá trình nâng cao nhận thức và kỹ năng giao tiếp của mình.

Tài liệu tham khảo

1. Biggs, J., *What student does: teaching for enhanced learning*, Higher education, research & development, 18 (1), 57-75, 1999.
2. Lyu, Yeonhwan (2006), *Simulations and second / foreign language learning: Improving communication skills through simulations*. Master Thesis, The University of Toledo.
3. Newingham, Beth (2010), *My classroom economy: bringing the 'real world' into the classroom*. Posted in Activities, Classroom Management, Lesson Plans, Math. Truy cập vào ngày 21/06/2011 tại http://blogs.scholastic.com/top_teaching/2010/01/class-economy.html.

4. Oura, Gail K. (2010), *Authentic task-based materials: bringing the real world into the classroom*. Truy cập vào ngày 15/05/2011 tại www.jrc.sophia.ac.jp/kiyou/ki21/gaio.pdf

5. Rebov, Lisa, M. (1989), *Teaching critical thinking: bringing the real world into the classroom*. Clearing House, 62 (9), 411-13.

6. Trigwell, K., Prosser, M., & Waterhouse, F., *Relations between teachers' approach to teaching and students' approach to learning*, Higher education, 37, 57-70, 1999.

(Ban Biên tập nhận bài ngày 03-11-2011)

DẠY VÀ HỌC TIẾNG ANH

(tiếp theo trang 5)

Nó vừa là phương tiện vừa là động lực thúc đẩy chất lượng đào tạo. Xác định hướng đi cụ thể cho từng giai đoạn đào tạo ESP sẽ góp phần cụ thể hóa bước đi đồng thời đây cũng là bước chuẩn bị thực hiện nhiệm vụ to lớn mà đề án dạy và học ngoại ngữ đề ra đối với các cơ sở đào tạo, nhất là ở các trường ĐH và CĐ. Sự thành công của quá trình thực hiện phụ thuộc vào nhiều yếu tố, nhưng yếu tố chủ động xây dựng kế hoạch cho từng bước đi, và chuẩn bị đội ngũ mang tính quyết định.

Tài liệu tham khảo

1. Benson, P. (2001), *Teaching and researching autonomy in language*, Longman, London.
2. British Council, (2010), *Learning through English*, Malaysia.
3. Hutchinson, T and Waters, A (1987), *English for specific purposes: A learning - centered approach*. Cambridge University Press.
4. Hoàng Văn Vân, (2010), *Dạy tiếng Anh không chuyên ở các trường đại học Việt Nam - Những vấn đề lý luận và thực tiễn*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
5. Nguyễn Văn Toàn, (2009), *Khả năng và biện pháp giảng dạy chuyên môn bằng tiếng nước ngoài trong các trường Đại học ở*