

Tìm hiểu quan điểm của sinh viên năm 2 về bài tập lớn trong môn tiếng Anh du lịch

Nguyễn Thị Dung*

Trường ĐHNH, ĐHQG Hà Nội

Received: 6/03/2024; Accepted: 15/03/2024; Published: 2/4/2024

Abstract: Since the turn of the 21st century, there have been significant changes in the teaching and learning of English as a second language. Specifically, greater emphasis has been placed on equipping learners with essential skills such as critical thinking, creativity and collaboration instead of merely improving their language proficiency. Hence, in recent years, students in the Faculty of English Language Teacher Education have had the opportunity to take new courses with new forms of assessment, one of which is English for Tourism. The final project in this course is aimed to develop numerous soft skills of students and has been positively evaluated by teachers. However, there has been hardly any research investigating students' opinions on this project. Therefore, this research is conducted with a view to finding out second-year students' opinions about the final project in the course English for Tourism.

Keywords: English for tourism

1. Đặt vấn đề

Khi tiếng Anh mới bắt đầu trở nên thông dụng, mục tiêu chính của việc dạy và học tiếng Anh như là ngôn ngữ thứ 2 là giúp người học hình thành, phát triển các kỹ năng nghe, nói, đọc, viết tiếng Anh từ đó vận dụng vào quá trình giao tiếp, học tập. Tuy nhiên, trong bối cảnh hiện nay khi tiếng Anh trở thành 1 ngôn ngữ toàn cầu với số lượng người sử dụng thành thạo ngôn ngữ này ngày càng trẻ hóa và có xu hướng tăng nhanh, việc dạy và học tiếng Anh không chỉ giới hạn ở việc giúp người học sử dụng thành thạo 4 kỹ năng nói trên mà còn chú trọng vào việc trang bị cho họ các kiến thức và kỹ năng thiết yếu của thế kỷ 21 như tư duy phân biện, sáng tạo, hợp tác Do đó, trong những năm gần đây, SV tại trường Đại học Ngoại ngữ - ĐHQGHN có cơ hội được học các môn học mới với các hình thức đánh giá đổi mới, trong đó phải kể đến môn Tiếng Anh Du Lịch (TADL) – English for Tourism – với bài tập lớn có tên gọi là Final Pitch. Để làm bài tập lớn này, SV làm việc theo nhóm 5, lựa chọn 1 địa điểm du lịch phù hợp, làm 1 video quảng bá về địa điểm đó, viết 1 bản kế hoạch quảng bá chi tiết và chuẩn bị 1 bài thuyết trình về kế hoạch đó. Ở khoa SPTA, trường ĐHNH, ĐHQGHN, bài tập lớn này trong môn TADL nhận được sự đánh giá cao từ phía GV. Tuy nhiên, chưa có nghiên cứu nào được tiến hành về quan điểm của chính các em sinh viên về bài tập này. Vì vậy, tôi đã quyết định tiến hành nghiên cứu về quan điểm của sinh viên năm 2 về bài tập lớn

trong môn TADL.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Nhận xét của SV về việc lựa chọn địa điểm du lịch cho kế hoạch quảng bá và thu thập thông tin cho bài tập lớn

SV được yêu cầu xây dựng chiến lược quảng cáo về 1 địa điểm du lịch mà các em lựa chọn. Đây là bước mà SV cảm thấy khó khăn nhất. Nếu lựa chọn một địa điểm ít người biết đến, các em sẽ thu thập được rất ít thông tin về địa điểm đó (đặc biệt là tài liệu nghe nhìn). Ví dụ, nhóm làm về núi Trầm (Chương Mỹ, Hà Nội) không tìm thấy video nào phù hợp với yêu cầu của đề bài và phù hợp với ý đồ sử dụng của nhóm. Do đó, nhóm đã phải đích thân đến địa điểm đó để quay video. Việc lựa chọn 1 địa điểm ít được biết đến cũng gây khó khăn cho các em trong quá trình lên ý tưởng thiết kế tour du lịch vì ở lân cận địa điểm đó chưa có đủ cơ sở hạ tầng để đáp ứng nhu cầu của khách du lịch. Mặt khác, nếu địa điểm được chọn đã khá nổi tiếng, các em sẽ gặp khó khăn trong việc xây dựng 1 tour du lịch thực sự khác biệt để cạnh tranh với các tour đã và đang vận hành. Ví dụ, nhóm làm tour các địa điểm ở trung tâm thành phố Hà Nội như phố đi bộ, nhà tù Hỏa Lò đã mất rất nhiều thời gian để tìm ra điểm nhấn cho tour của mình vì đây đều là các địa điểm quen thuộc mà du khách có thể tự khám phá khi đến Hà Nội.

2.2. Nhận xét của SV về việc mở rộng kiến thức về marketing

Trong môn TADL, SV được học rất nhiều kiến

thức mới và thú vị, ví dụ như các loại hình du lịch, cách thức vận hành 1 tour du lịch, các dịch vụ và nghề nghiệp trong ngành du lịch, v.v. Các em cũng được hướng dẫn cách làm bài tập lớn trong 1 buổi học và được học 1 chương về quảng bá trong ngành du lịch. Tuy nhiên, đa số các em nhận thấy nội dung chương này chứa đựng nhiều lý thuyết chung chung và không có nhiều lợi ích thiết thực cho các em khi làm bài tập lớn. Cụ thể, các em được học về định nghĩa, lịch sử hình thành và phát triển và đặc điểm của quảng bá du lịch, nhưng lại không được học về cách phân tích chi phí vận hành, các nguồn lợi nhuận, xây dựng kế hoạch hành động chi tiết v.v. Các em cũng mong muốn nội dung chương này và buổi hướng dẫn được đẩy lên sớm hơn thay vì là gần cuối khóa học để từ đó có định hướng đúng đắn hơn cho bài tập lớn của nhóm mình vì bài tập này đòi hỏi các em có sự chuẩn bị ngay từ đầu học kỳ.

2.3. Nhận xét của SV về việc mở rộng kiến thức về địa điểm du lịch

Phần lớn SV được phỏng vấn đều cho rằng 1 trong những lợi ích quan trọng nhất của bài tập lớn này là các em sẽ có thêm rất nhiều kiến thức về địa điểm du lịch các em lựa chọn. Điều này không chỉ đúng với các nhóm lựa chọn địa điểm ít được biết đến mà còn đúng với các nhóm lựa chọn các địa điểm nổi tiếng vì trước đó các em chỉ nắm được 1 số thông tin cơ bản về nơi đó: nằm ở tỉnh nào, phong cảnh có đẹp không, có món ăn nào đặc trưng v.v. Ngược lại, có bạn cho rằng lợi ích này không lâu dài vì các em có thể quên các kiến thức đó sau khi môn học kết thúc vì lượng thông tin các em cần nhớ là rất lớn và chỉ phục vụ cho quá trình làm bài tập lớn.

2.4. Nhận xét của sinh viên về việc làm việc theo nhóm

1 lợi ích khác mà SV chỉ ra là kỹ năng làm việc theo nhóm. Thực ra, ở bậc đại học, SV có cơ hội làm việc theo nhóm rất nhiều. Tuy nhiên, các nhóm đó thường bao gồm các thành viên học cùng 1 lớp. Môn TADL là môn tự chọn nên các thành viên trong nhóm có thể đến từ nhiều lớp khác nhau, thậm chí có cả các anh chị SV khóa trên. Do đó, các em có cơ hội để kết bạn mới, mở rộng mối quan hệ và cải thiện kỹ năng làm việc theo nhóm với các thành viên chưa từng quen biết.

Tuy nhiên, làm nhóm với các thành viên học các lớp khác nhau cũng gây ra 1 số bất lợi trong quá trình hợp tác. Cụ thể, các bạn có lịch học khác nhau, lại bận rộn việc làm thêm vào buổi tối nên các em rất khó sắp xếp thời gian để gặp nhau thảo luận trực tiếp.

Trong khi đó, thảo luận qua mạng đôi khi cũng có 1 số trở ngại nhất định như kết nối không ổn định, 1 vài thành viên không chú ý, khó để truyền đạt ý kiến cá nhân v.v. Ngoài ra, làm việc nhóm cũng có thể khiến chất lượng các phần không đồng đều. Ví dụ, có SV chia sẻ rằng, cả nhóm em ngồi thảo luận về nội dung cần đưa lên slides và phân công việc cho các thành viên. Tuy nhiên, có bạn làm slides rất cẩn chu, nhưng cũng có bạn không đầu tư đủ thời gian và công sức, dẫn đến chất lượng phần đó không đồng đều với các phần còn lại.

2.5. Quan điểm của SV về việc thiết kế và dựng video

Nhiều SV bày tỏ rằng do sự phát triển của công nghệ thông tin và mạng xã hội, quảng cáo video hiện đang là 1 trong các cách thức quảng bá được ưa chuộng nhất, và thông qua bài tập lớn này, các em đã biết cách dựng video 1 cách chuyên nghiệp hơn. Tuy thế, vẫn có SV có quan điểm trái ngược rằng mặc dù đây là sản phẩm chung của cả nhóm và tất cả các thành viên đều thảo luận để thống nhất cách làm, mỗi bạn lại được phân công làm 1 mảng khác nhau dựa trên thế mạnh của bản thân, do đó không phải bạn nào cũng tham gia vào quá trình dựng video.

Trong quá trình thiết kế và dựng video, SV cũng gặp 1 số khó khăn. Thứ nhất, yêu cầu về độ dài của video là 5-7 phút, nên các em mất khá nhiều thời gian cân nhắc thông tin nào nên được đưa vào video để vừa đảm bảo độ dài vừa có thể thuyết phục người nghe. Ngoài ra, SV bậc 5 đã có thể sử dụng ngôn ngữ tiếng Anh thành thạo để diễn đạt ý 1 cách chính xác và tinh tế, từ đó có thể viết 1 kịch bản video hấp dẫn nhưng với SV bậc 3 đây lại là 1 thách thức khá lớn. Cuối cùng, dù SV có kịch bản đã được chuẩn bị trước, có cơ hội tự tập nói nhiều lần trước khi lồng tiếng, và không cần đứng nói trước khán giả, các em vẫn gặp 1 số khó khăn như nói vấp, nói không đúng tốc độ, chưa thể hiện được cảm xúc trong lời nói v.v.

2.6. 1 số nhận xét khác

Trong bài phỏng vấn, 1 số SV còn bày tỏ quan điểm về việc liệu bài tập lớn trong môn TADL có giúp các em cải thiện kỹ năng thuyết trình không. Có SV nói rằng, tuy cả nhóm được khuyến khích thuyết trình, kỹ năng thuyết trình của SV không có sự thay đổi sau bài tập lớn này vì kỹ năng nói trước công chúng và khả năng phát âm cần 1 quá trình dài để có thể tốt lên. Mặt khác, lại có SV cho rằng đây là cơ hội tốt để các em rèn luyện sự tự tin khi nói trước đám đông, đặc biệt là về các vấn đề tương đối mới và khó.

Nhiều SV cho rằng bài tập lớn này giúp SV phát

huy được sự sáng tạo của mình vì ngoài việc tìm kiếm thông tin về địa điểm du lịch thì SV còn cần nghĩ cách để xây dựng 1 video sáng tạo, hấp dẫn về mặt nội dung và hình thức, cũng như thiết kế 1 tour du lịch có điểm nhấn khác biệt.

Đặc biệt, có SV còn đề cập đến 1 lợi ích khác của bài tập lớn này. Đó là, với các địa điểm ở gần, SV có thể kết hợp việc đến đó tìm hiểu thông tin và du lịch trải nghiệm. Ví dụ, nhóm làm về làng chuồn chuồn tre Thạch Xá, Thạch Thất, Hà Nội đã dành 1 ngày ý nghĩa ở đó vừa để quay video vừa để trải nghiệm và trò chuyện với các nghệ nhân ở đây.

3. Kết luận

SV nhận thấy được các lợi ích của việc làm bài tập lớn môn TADL bao gồm (1) mở rộng kiến thức về chuyên ngành du lịch, (2) có cơ hội trải nghiệm tại địa điểm du lịch được lựa chọn, (3) cải thiện 1 số kỹ năng như làm việc theo nhóm, làm slides, sáng tạo, thuyết trình SV cũng gặp không ít khó khăn trong quá trình đó, bao gồm (1) lựa chọn 1 địa điểm du lịch phù hợp, (2) tìm kiếm thông tin về địa điểm

đó, (3) làm việc trong 1 nhóm bao gồm các SV đến từ các lớp khác nhau, (4) lựa chọn thông tin để đưa vào video Tuy nhiên, trên thực tế, không bài tập lớn nào là không đặt ra 1 số khó khăn, thách thức nhất định cho người học. Do đó, để phát huy tối đa hiệu quả của bài tập lớn này, hi vọng nhóm biên soạn môn học TADL sẽ có các phương án hỗ trợ SV khắc phục các khó khăn nêu trên để các em có thể tiến hành bài tập lớn 1 cách thuận lợi hơn.

Tài liệu tham khảo

1. Ennis, M., & Petrie, G. (Eds.). (2019). *Teaching English for tourism: Bridging research and praxis*. Routledge.

2. Marzá, N. E. (2014). A practical corpus-based approach to teaching Applied English for tourism. *International Journal of Applied Linguistics and English Literature*, 3(1), 129-136.

3. Nha, V. T. T. (2018). TEACHING ENGLISH FOR TOURISM TO MEET LEARNERS' NEEDS. *VNU Journal of Foreign Studies*, 34(6). <https://doi.org/10.25073/2525-2445/vnufs.4322>

Sử dụng chiến lược khuyến khích.....(tiếp theo trang 203)

2.4.4. Đóng vai trong lớp.

Hoạt động này còn có thể giúp SV nâng cao vốn từ vựng. (Đóng vai là một chiến lược giúp SV nói, đặc biệt là đối với những SV rụt rè, kiệm lời hoặc những SV không muốn nói. Không chỉ giúp các em nói nói mà còn giúp cả cải thiện từ vựng. Sau khi đóng vai, tổ chức thảo luận để SV có thể suy ngẫm về cách thể hiện của mình. Đừng quên cung cấp phản hồi mang tính xây dựng về cách sử dụng ngôn ngữ và cách phát âm. Hoạt động đóng vai là công cụ năng động và linh hoạt trong việc dạy tiếng Anh hoặc ngoại ngữ. SV được đưa vào các tình huống thực tế, bồi dưỡng kỹ năng ngôn ngữ và xây dựng sự tự tin. Nhờ đó các em được truyền cảm hứng để sử dụng tiếng Anh một cách trôi chảy và tự tin hơn.

3. Kết luận

Thông qua việc nhận diện được những thách thức mà GV EFL ĐHDL phải đối mặt khi giảng dạy ở những lớp sĩ số đông, có thể nhận thấy dạy học ở bối cảnh này thực sự gây ảnh hưởng tiêu cực tới hiệu quả học tập. Tuy nhiên, đây cũng chính là cơ hội cho GV nâng cao năng lực tự phát triển bản thân và không ngừng cập nhật chiến lược giảng dạy phù hợp bằng việc áp dụng phương pháp học tập tích cực, lấy SV làm trung tâm, như ABL, hay đọc viết mở rộng,

làm việc nhóm, tổ chức hoạt động trò chơi... Những phương pháp này sẽ thay đổi mạnh mẽ thái độ học tập nhờ việc thu hút sự tham gia tối đa một cách tích cực và chủ động của SV các hoạt động thực tế hấp dẫn lý, tiếp xúc với các tài liệu thực, thay vì nội dung tẻ nhạt trong sách giáo khoa để khơi dậy lòng đam mê học hỏi, trí tò mò và óc sáng tạo của các em.

Tài liệu tham khảo

1. British Council (2015), *Teaching Large Classes*. Viewed Oct. 2015. Retrieved from

2. <https://www.teachingenglish.org.uk/article/teaching-large-classes>

3. Bahanshal, D. A. (2013), *The Effect of Large Classes on English Teaching and Learning in Saudi Secondary Schools. English Language Teaching* Vol. 6, No. 11; 2013 pp.49-59

4. Hayes, U. (1997). Helping teachers to cope with large classes. *ELT Journal*, 51, 31-38

5. Jupp, V. (2006) *The SAGE Dictionary of Social Research Methods*. Viewed Oct. 24, 2015. Retrieved from <http://srmo.sagepub.com/view/the-sage-dictionary-of-social-research-methods/n162.xml>

4. Rohin, R. (2013) *Teaching English in Large Classes in Afghanistan*. Teacher Educator Master