

ỨNG DỤNG MỘT SỐ PHƯƠNG PHÁP HỌC TÍCH CỰC & KIỂM TRA ĐÁNH GIÁ TẠI LỚP HỌC TIẾNG ANH CHUYÊN NGÀNH KINH TẾ THƯƠNG MẠI

GV: Phạm Thị Hải Trang

Khoa Ngoại ngữ

I. Đặt vấn đề:

Vấn đề dạy và học tiếng Anh chuyên ngành hay ESP là vấn đề đã được đề cập và bàn luận từ nhiều năm nay giữa các nhà giáo dục pháp, ngôn ngữ học và chuyên ngành (Lê, 2010). Theo như cách nhìn nhận của các nhà ngôn ngữ và giảng viên tiếng Anh thì giảng dạy tiếng Anh chuyên ngành là một lĩnh vực của giảng dạy tiếng Anh (Hutchinson và Waters) chứ không phải là dạy chuyên ngành bằng tiếng Anh như hình dung của số đông sinh viên và giảng viên chuyên môn. Vì thế phương pháp giảng dạy tiếng Anh chuyên ngành cũng chính là phương pháp giảng dạy tiếng Anh nói chung được áp dụng cho lớp học tiếng Anh chuyên ngành. Tuy nhiên, vấn đề thực sự vẫn còn nhiều điều để tranh cãi vì dù là ai dạy hay nội dung và định hướng như thế nào thì có một thực tế đang tồn tại là sinh viên chúng ta vẫn còn hạn chế trong việc sử dụng tiếng Anh cả ở lĩnh vực đại cương và chuyên ngành, không có khả năng thể hiện mình bằng ngôn ngữ tiếng Anh. Các kỹ năng thuyết trình hay khả năng thể hiện quan điểm, đánh giá vấn đề trong môi trường làm việc giả định nhìn chung là chưa đạt yêu cầu. Ở khía cạnh này có thể thấy rõ dạy và học tiếng Anh chuyên ngành chính là đi theo đường hướng giao tiếp trong dạy và học nhằm đáp ứng nhu cầu của xã hội (Kenedy, C và Bolitho, R.). Hai học giả này nhấn mạnh điều quan trọng là không được coi tiếng Anh chuyên ngành là một lĩnh vực phát triển tách biệt với giảng dạy tiếng Anh. Nó là một phần của sự chuyển đổi trong lĩnh vực giảng dạy tiếng Anh, từ tiếng Anh phục vụ cho mục đích chung sang mục đích chuyên ngành.

Trong phạm vi bài viết này tôi chỉ tập trung vào việc giới thiệu một số phương pháp học và kiểm tra đánh giá tích cực đã áp dụng trong giảng dạy tiếng Anh chuyên ngành.

II. Nội dung:

Giáo trình ESP Market Leader Intermediate là một bộ giáo trình tiếng Anh kinh doanh thương mại của nhà xuất bản Longman xuất bản từ năm 2000 và đã được tái xuất bản rất nhiều lần. Cấp độ trung cấp này hiện nay được sử dụng để giảng dạy cho sinh viên chuyên ngành kinh tế và thương mại của trường đại học Nha Trang năm thứ 3 hoặc 4. Từ hai năm nay với tính ứng dụng cao của nó giáo trình cũng được giới thiệu và sử dụng cho sinh viên chuyên ngữ khoa tiếng Anh khi học môn tiếng Anh thương mại. Hiện nay giáo trình này đang được sử dụng tại một số trường tại thành phố Hồ chí minh và Hà nội. Thông thường sinh viên khối kinh tế thương mại sẽ học tiếng Anh chuyên ngành sau khi học 90 giờ tiếng Anh không chuyên, và sinh viên khối chuyên ngữ học sau khi học xong các môn ngoại ngữ cơ sở sau ở học kỳ thứ 6,7. Lý do của môn học này trong chương trình ngôn ngữ Anh là phục vụ cho định hướng chuyên

ngành biên phiên dịch thương mại của sinh viên. Việc bố trí môn học vào thời điểm trên là hoàn toàn thích hợp vì ESP thường dành cho sinh viên có trình độ từ trung cấp trở lên (Dudley-Evans, 1998), có nghĩa là phải học qua tiếng Anh cơ bản.

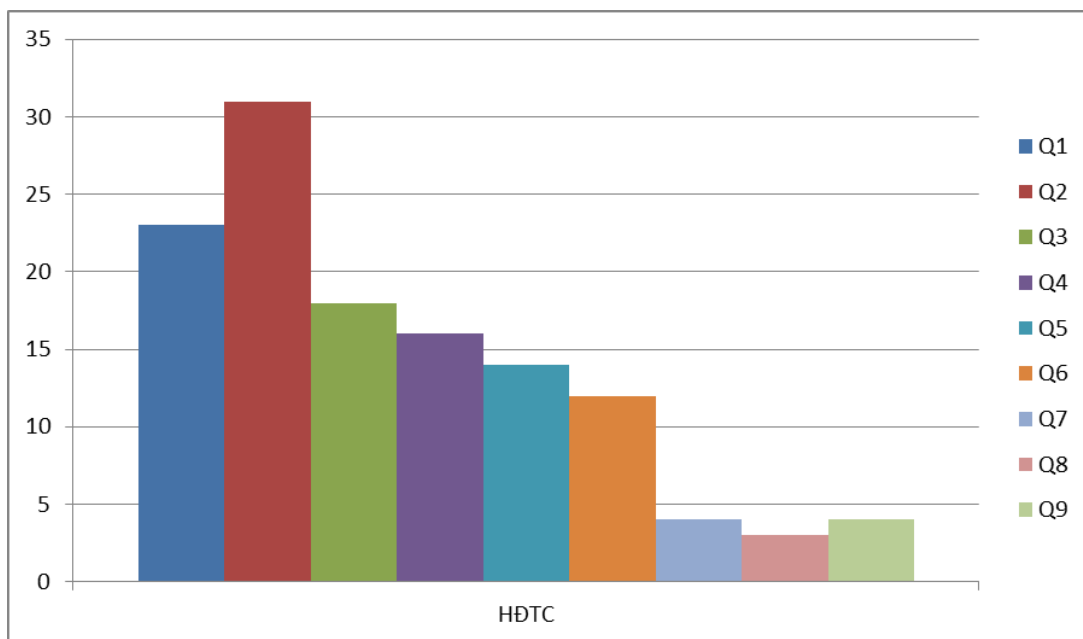
Giáo trình Market leader giúp phát triển cho sinh viên cả 4 kỹ năng ngoại ngữ về các lĩnh vực thông dụng như thương hiệu, cơ cấu tổ chức một công ty, quảng cáo, tiền tệ, văn hóa kinh doanh, thay đổi trong kinh doanh. Ngoài ra giáo trình đem đến nhiều cơ hội cho sinh viên rèn luyện các kỹ năng cần thiết cho kinh doanh như đàm phán, hội họp, giải quyết vấn đề và trình bày ý tưởng. Đặc biệt phần cuối mỗi chương, giáo trình cung cấp một vấn đề (Case study) thực tế để sinh viên tham gia giải quyết như những nhà kinh doanh thực thụ. Các trường kinh tế như đại học kinh tế thành phố Hồ Chí Minh đều dùng phương pháp đưa Case study vào phần học tiếng Anh chuyên ngành cho sinh viên và học viên cao học. Các bài đọc hiểu của bộ giáo trình cũng hoàn toàn là những bài báo từ các tạp chí danh tiếng về kinh tế như tờ Financial Times. Theo Dudley-Evans (1998) ở trên thì hầu hết các khóa học ESP đều bao gồm những kiến thức cơ bản của hệ thống ngôn ngữ nên giáo trình Market Leader này khá là thích hợp.

Hiện nay giáo viên cảm thấy khá thoải mái khi sử dụng bộ giáo trình này (đi kèm với sách bài tập và sách giáo viên) và cảm thấy đây là một bộ sách khá thành công trong cung cấp nội dung chuyên ngành ở cấp độ cơ bản và rèn luyện sinh viên các kỹ năng giao tiếp trong kinh tế thương mại. Sinh viên cảm thấy khá hứng thú khi học vì giáo trình không nặng về lý thuyết mà tạo rất nhiều cơ hội cho sinh viên được giao tiếp, suy nghĩ, thảo luận về các vấn đề kinh tế đã thực sự xảy ra tại các doanh nghiệp quốc tế.

Phương pháp giảng dạy cho học phần này nhìn chung giống với phương pháp dạy cho các lớp tiếng Anh thông thường (Anthony, 1997), tuy nhiên có khác biệt là các chủ đề, từ vựng, tình huống hoàn toàn trong môi trường kinh doanh thương mại. Đối tượng của khảo sát là 47 sinh viên lớp 55 ngôn ngữ Anh trong học phần tiếng Anh thương mại 2, tuy nhiên số mẫu lấy được chỉ là 43. Những sinh viên này đã hoàn thành học phần 1 của học kỳ trước và cũng vừa hoàn thành học phần 2 vào cuối tháng này. Phiếu khảo sát được lấy trực tiếp từ giáo viên sau khi sinh viên đã được tổng kết môn học. Các câu hỏi được chia thành 3 phần, phần 1 cho các hoạt động đã được triển khai trên lớp, phần 2 cho các hình thức kiểm tra đánh giá và phần 3 cho giáo trình.

Phần thứ 1 với câu hỏi 1,2 về các hoạt động được cho là tích cực (HĐTC) thì nhận được kết quả khá khác với mong đợi của giáo viên, tuy nhiên vẫn nằm trong dự đoán. Với 9 hoạt động được đưa ra khảo sát là: (Q1) Case study group discussion, (Q2) Poster of Advertisements group presentation, (Q3) Finding Advertisements around the city groupwork, (Q4) writing a business letter individual homework, (Q5) finding business reports in graphs, tables, charts homework, (Q6) individual

presentation of a product to different groups, (Q7) drawing graphs/tables/charts from business reports pairwork, (Q8) reading friends' papers and giving comments,(Q9) exchange information in class activities thì kết quả các hoạt động pairwork và individual work không được sinh viên đánh giá cao về độ tích cực, thậm chí các hoạt động trong Q7, Q8 và Q9 bị đánh giá là không tích cực. Các hoạt động cá nhân được sinh viên đánh giá cao hơn hoạt động cặp đôi nhưng các hoạt động nhóm là được sinh viên đề cao nhất.



Kết quả trên cũng khớp với thông tin nhận được từ câu hỏi 3 (Hoạt động nào bạn không thích hoặc chưa thoải mái). Thông thường theo suy nghĩ của giáo viên thì hoạt động cặp đôi rất hiệu quả vì nó giúp sinh viên giảm bớt sự lo lắng khi phải làm việc đơn lẻ hay trước một nhóm nhỏ. Tuy nhiên hoạt động này (vẽ biểu đồ từ các báo cáo kinh tế và đọc bài viết của bạn rồi nhận xét) lại không được chào đón ở nhóm đối tượng này. Lí do là “bài tập khó, không rèn thêm được nhiều kỹ năng”, “sinh viên không biết vẽ biểu đồ”, “mất thời gian”, “bất đồng ý kiến” đối với Q7 và “không hiệu quả, không khách quan”, “sợ mất tình bạn nếu chấm kỹ quá” đối với Q8. ở Q9 lí do cũng là không hiệu quả và một lí do có lẽ là chính yếu là “nhiều cá nhân chưa chuẩn bị bài nên không có thông tin để trao đổi”. Một thực tế có thể nhận thấy là sinh viên dường như không có thời gian để đọc thêm hay làm bài tập về nhà được chu đáo mặc dù giáo viên đã dặn trước, nên lên lớp không biết gì để thảo luận với bạn. Và sinh viên cũng không thích đọc bài của bạn và nhận xét cho bạn mà chỉ muốn được giáo viên nhận xét cá nhân. Nhưng với thời gian hạn chế của giáo viên và số lượng sinh viên trong một lớp đông thì việc sửa bài cho từng cá nhân là khó thực hiện được đều đặn.

Với câu hỏi 4 (hoạt động nào bạn thích khi được giao làm? Vì sao?) thì kết quả cũng tương ứng với biểu đồ ở trên là các hoạt động làm nhóm thiết kế poster quảng cáo, thảo luận nhóm về các case study và đi tìm các biển quảng cáo tại Nha Trang. Nhận xét của sinh viên về hoạt động làm poster là “thú vị”, “vui”, “cải thiện kỹ năng nói”, “sáng tạo” và “đoàn kết nhóm”. Ở hoạt động này sinh viên được tự do đi lại trong lớp để xem và nghe các nhóm thuyết trình, mỗi nhóm sẽ có đại diện đứng thuyết trình trong vòng 15 phút sau đó luân phiên đổi chỗ cho nhau. Giáo viên đi xung quanh lớp và đặt câu hỏi cho mỗi nhóm. 20 cuối cùng của giờ học giáo viên lấy nhận xét chung của lớp về từng poster và cuối cùng nêu lên nhận xét chung của mình về từng điểm mạnh và chưa mạnh của từng nhóm và cả lớp chụp hình kỷ niệm.



Hoạt động Case study group discussion cũng là hoạt động được sinh viên cho là mang tính tích cực cao vì “sinh viên được nêu ý kiến, học hỏi lẫn nhau và có nhiều ý tưởng hơn”, “rèn luyện tư duy thương mại”, “phát triển tư duy logic và giải quyết tình huống”. Hoạt động thảo luận nhóm không phải là phương pháp mới trong giảng dạy tiếng Anh, nhưng ở đây sinh viên được giao tình huống kinh doanh cụ thể, thực sự liên quan tới chủ đề đang học. Việc giải quyết những vấn đề này đòi hỏi sinh viên phải liên hệ thực tế, vận dụng các mảng từ vựng, chủ điểm ngữ pháp đã học trong bài cùng kiến thức kinh tế và tư duy lô gic để cùng nhau giải quyết. Theo nhiều năm kinh nghiệm giảng dạy tiếng Anh chuyên ngành thì tôi nhận thấy rằng sinh viên nhận xét hoạt động này khó nhưng lại rất hứng thú vì mỗi nhóm luôn đưa ra được những cách giải quyết vấn đề khác nhau, từ đó sinh viên học hỏi được rất nhiều ở nhau.

Hoạt động đi ra ngoài để tìm hiểu về các poster quảng cáo ngoài trời được đánh giá là nhóm hoạt động tích cực thứ 3. Sinh viên cảm thấy “ được thư giãn khi dạo quanh thành phố tìm poster”, “có nhiều poster để lựa chọn, được đi ra ngoài đường”,

“biết thêm nhiều sản phẩm cũng như cách trang trí, thiết kế các sản phẩm quảng cáo”. Với hoạt động này, mỗi nhóm sẽ phải tìm 3 posters quảng cáo của các sản phẩm khác nhau và hình thức quảng cáo khác nhau rồi đăng tải lên facebook của lớp, kèm phần viết ngắn gọn giới thiệu về mỗi poster cũng như điểm mạnh yếu của chúng. Thời gian của hoạt động gói gọn trong 2 tiết học nên rất thuận lợi cho sinh viên vẫn kịp thời gian để trở về trường học tiếp. Các nhóm có thể vào facebook xem kết quả của nhóm khác và bình luận cũng như xem các nhận xét của giáo viên. Đầu giờ của buổi học hôm sau giáo viên dành 10 phút đầu để thảo luận với sinh viên về hoạt động này.



Hình 1: Hình chụp một quảng cáo trên xe buýt của sinh viên

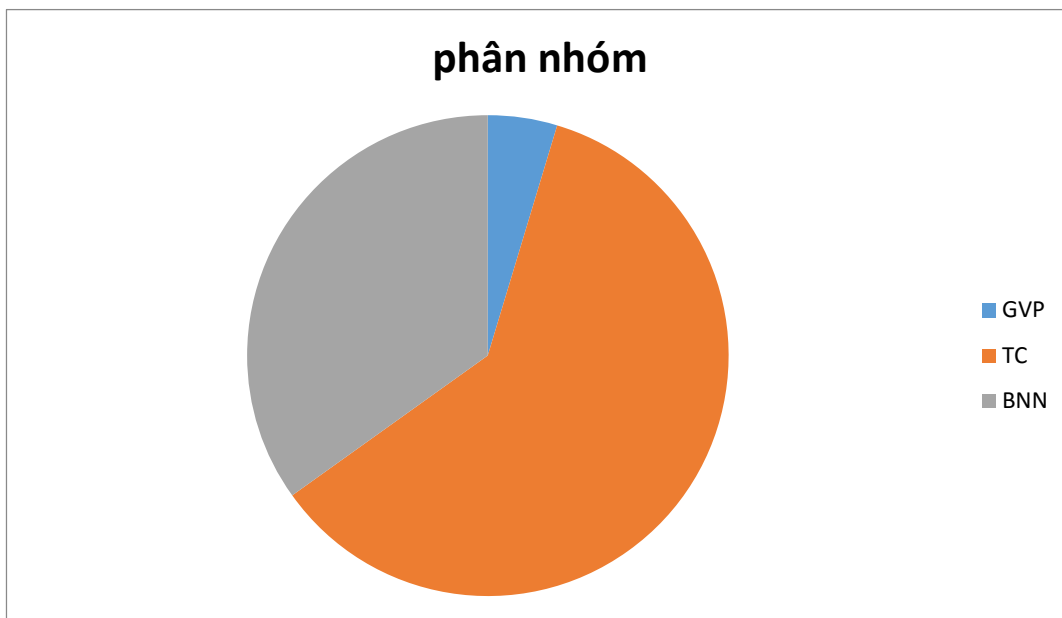


Hình 2: Phần viết giới thiệu về 3 poster quảng cáo của một nhóm trên facebook của lớp



Hình 3: bài tập Finding posters của một nhóm đăng tải trên facebook của lớp

Câu hỏi 5,6 của phần 1 liên quan đến việc phân nhóm (Bạn thích giáo viên phân nhóm, cho tự chọn hay bốc ngẫu nhiên? Vì sao?)



Trên 50% sinh viên muốn được tự lựa chọn nhóm bạn để làm việc vì lí do hợp nhau, hiểu nhau và thuận tiện trong việc hợp nhóm cũng như tiết kiệm thời gian, làm việc sẽ hiệu quả hơn. Lí do này khá dễ hiểu và thông cảm được vì với việc học theo tín chỉ sinh viên có khó khăn trong việc sắp xếp thời gian hợp nhóm. Tuy nhiên một số lượng không nhỏ sinh viên lại đồng ý cho bốc nhóm ngẫu nhiên để “ tạo sự công bằng”, “không đổ lỗi cho bạn hay giáo viên”, “có trách nhiệm với nhóm của mình hơn”, “thử thách hơn”, “sau này ra trường biết cách làm việc hiệu quả với nhiều người khác nhau”. Chỉ một số rất ít muốn giáo viên chọn nhóm vì giáo viên biết học lực của sinh viên nên sẽ sắp xếp các trình độ đồng đều vào các nhóm. Việc này thực tế chỉ có

thể làm được khi giáo viên đã dạy các sinh viên đó ít nhất 1 lần. Đối với lớp thương mại 2 này tôi cho các sinh viên tự chọn nhóm (với điều kiện mỗi nhóm phải có một nam sinh viên và phải có đủ các trình độ) trong suốt quá trình học. Tuy nhiên đến bài thi cuối kỳ (trình bày nhóm) thì tôi cho các bạn bốc thăm nhóm ngẫu nhiên. Tôi nhận thấy sinh viên làm việc tương đối hòa hợp ở bài thi nhóm cuối cùng này. Có thể tính chất của bài thi là gấp gáp và không có nhiều thời gian chuẩn bị nên sinh viên không có ý kiến gì.

Ở các câu hỏi phần 2 liên quan đến hình thức kiểm tra đánh giá, có 27 ý kiến thích kiểm tra theo nhóm dạng thuyết trình, 18 ý kiến muốn được kiểm tra cá nhân, 10 ý kiến muốn được kiểm tra theo cặp đôi và làm bài tập về nhà. Và đối với hình thức thi (tôi đã áp dụng thi theo nhóm thuyết trình quay video gửi vào facebook của lớp) thì chỉ 7/43 trường hợp ủng hộ hình thức thi truyền thống (thi giấy cá nhân và trắc nghiệm) còn lại các bạn đều ủng hộ hình thức thi mới mẻ này. Các lí do đưa ra là sinh viên chủ động trong việc tìm không gian địa điểm để quay, thoải mái không căng thẳng vì không có cảm giác bị quan sát thường có từ phía giáo viên và các bạn. Bất cập của hình thức thi này là việc lựa chọn địa điểm yên tĩnh, khả năng quay phim và kết nối mạng tốt. Hình thức thi này giúp giáo viên có thể xem lại nhiều lần phần trình bày của sinh viên nhưng khá mất thời gian cho việc bốc thăm ngẫu nhiên và sau đó cần có một buổi gặp mặt trực tiếp cả lớp sau thi để nhận xét rút kinh nghiệm.

Phần 3 là các câu hỏi liên quan đến giáo trình, các chủ đề của học phần và nhận xét tổng hợp. 100% sinh viên thích các chủ đề đã được học (Change, Money, Advertising, Culture) và giáo trình Market Leader cũng như thấy trình độ phù hợp. Phần nhận xét tổng hợp giáo viên nhận được nhiều sự ủng hộ khuyến khích từ sinh viên về phương pháp giảng dạy và không khí lớp học. Tuy nhiên cũng có sinh viên mong muốn được giáo viên đánh giá cá nhân nhiều hơn mặc dù giáo viên đã có 4 cột điểm cho phần kiểm tra (cá nhân, cặp, nhóm, về nhà) và rất nhiều điểm cộng trừ trong lớp.

III. Kết thúc vấn đề:

Đề dạy tiếng Anh chuyên ngành hiệu quả, vấn đề có lẽ không nằm ở chỗ cung cấp nhiều từ vựng, kiến thức chuyên môn mà làm thế nào để sinh viên sử dụng và vận dụng được kiến thức chuyên môn đó trong những tình huống cụ thể thông qua một giáo trình tốt và phương pháp tốt. Vì vậy rất cần thiết cho giáo viên áp dụng những phương pháp giảng dạy tích cực, sáng tạo có thể là ngoài khuôn khổ truyền thống để kích thích sinh viên học tập. Phương pháp đánh giá cũng nên đa dạng và nhiều chiều.

Trên đây tôi đã giới thiệu một số phương pháp giảng dạy trên lớp được sinh viên đánh giá là tích cực. Đó là trao quyền tự chủ cho sinh viên trong các bài tập lớn, tạo sự thoải mái cho sinh viên được thực tập ngôn ngữ trong một không gian mới ngoài lớp học như trên đường phố hoặc bất cứ nơi nào sinh viên chọn. Việc kết hợp với công

nghệ hiện đại (facebook) trong dạy và học cũng là một điểm làm tăng tính hấp dẫn. Và hơn hết là giáo viên cần có sự phản hồi đầy đủ và kịp thời tới những gắng của sinh viên để động viên và khuyến khích các em học tập.

Tài liệu tham khảo:

Anthony, L, Defining English for Specific Purposes and the Role of the ESP Practitioner, 1997

Cotton, D&Falvey, D & Kent, S, Market Leader Intermediate Business English Course Book, Pearson, 2004.

Dudley-Evans, T, Developments in English for Specific Purposes: A multi-disciplinary approach. Cambridge University Press, 1998.

Hutchinson, T & Waters, A, English for Specific Purposes: A learning-centred approach. Cambridge, Cambridge University Press, 1987.

Kennedy, C & Bolitho, R, English for Specific Purposes: Essential Language Teaching Series. London & Basingstoke, Modern English Publications, 1991.

Lê Thị Mai Lương, Giảng dạy tiếng Anh chuyên ngành nhìn từ những góc độ khác nhau, Tạp chí Luật học số 11/ 2010