

NGOẠI NGỮ VỚI BẢN NGỮ

MỘT SỐ LỖI SAI KHI VIẾT THƯ ĐIỆN TỬ BẰNG TIẾNG ANH CỦA SINH VIÊN CHUYÊN NGÀNH KỸ SƯ TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI

PHẠM THỊ THANH VÂN*

TÓM TẮT: Viết thư điện tử bằng tiếng Anh là một trong những kỹ năng cần trang bị cho sinh viên nhằm giúp người học trao đổi thông tin hiệu quả trong cuộc sống và cho công việc sau này. Nghiên cứu này thu thập 30 bài viết thư điện tử bằng tiếng Anh của sinh viên năm nhất chuyên ngành kỹ sư tại Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội và phân tích các lỗi sai trong những bài viết đó của sinh viên. Kết quả nghiên cứu cho thấy những lỗi sai khi sinh viên viết thư bằng tiếng Anh liên quan đến hình thức trình bày, phong cách viết và việc sử dụng ngôn ngữ đích.

TỪ KHOÁ: Thư điện tử; kỹ năng viết tiếng Anh; sinh viên năm nhất chuyên ngành kỹ sư; lỗi sai.

NHẬN BÀI: 04/09/2024.

BIÊN TẬP-CHỈNH SỬA-DUYỆT ĐĂNG: 18/10/2024

1. Đặt vấn đề

Thư tín có thể được trình bày bằng nhiều hình thức khác nhau như một bức thư hoàn chỉnh (letter), điện thư (fax), hay thư điện tử (email)... Thư tín đóng vai trò quan trọng trong các phương diện đời sống, trong đó có lĩnh vực kinh doanh thương mại. Một lá thư hay sẽ giúp hoạt động giao thương trở nên thuận lợi và góp phần phát triển các mối quan hệ với đối tác trong kinh doanh (Tuyết, 2017). Ngược lại, một lá thư có nội dung không rõ ràng sẽ dẫn tới hậu quả người đọc hiểu nhầm, gây đình trệ hoạt động kinh tế và làm xấu đi những mối quan hệ giữa các đối tác kinh doanh. Thư tín thương mại không chỉ phản ánh năng lực của người viết thư mà còn thể hiện sự chuyên nghiệp của công ty sử dụng thư tín làm phương tiện giao tiếp. Do đó, việc viết thư giao dịch hiệu quả sẽ tạo cho người viết những cơ hội thăng tiến trong nghề nghiệp.

Thông tư “Ban hành khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam” có mục đích “làm căn cứ cho giáo viên, giảng viên lựa chọn và triển khai nội dung, cách thức giảng dạy, kiểm tra, đánh giá để người học đạt được yêu cầu của chương trình đào tạo” (Bộ Giáo dục và Đào tạo, 2014, tr. 1). Theo thông tư này, Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc là căn cứ để thiết kế các chương trình đào tạo ngoại ngữ giúp người học đạt được trình độ ngoại ngữ phù hợp với chuẩn đầu ra được quy định tại các cơ sở đào tạo tại Việt Nam. Trong “Khung năng lực 6 bậc dùng cho Việt Nam” (gọi tắt là Khung năng lực 6 bậc) của Bộ Giáo dục và Đào tạo (2014), kỹ năng viết bao gồm kỹ năng viết sản phẩm như viết sáng tạo, viết báo cáo và tiểu luận, và kỹ năng viết tương tác như thư từ giao dịch, ghi chép, nhắn tin, điền biểu mẫu... Trong Khung năng lực 6 bậc này, phần đặc tả cho kỹ năng viết thư từ giao dịch có đề cập tới việc người học viết thư từ giao dịch nhằm trình bày suy nghĩ về những chủ đề liên quan đến công việc (Bộ Giáo dục và Đào tạo, 2014, tr.20). Do đó, Thư tín thương mại bằng tiếng Anh là nội dung được đưa vào chương trình giảng dạy ngoại ngữ tại các trường đại học ở Việt Nam, được coi như một trong những kiến thức và kỹ năng cần thiết cho công việc sau này của sinh viên.

Trên thực tế, sinh viên gặp nhiều khó khăn khi học cách viết thư tín thương mại bằng tiếng Anh. Lý do là thư từ giao dịch trong kinh doanh, muốn viết một cách hiệu quả, đòi hỏi người viết phải có tư duy và kinh nghiệm làm việc của người đã đi làm trong lĩnh vực kinh doanh và thương mại (Tuyết, 2017). Bên cạnh đó, đối tượng sinh viên không chuyên tiếng Anh vẫn còn gặp khó khăn liên quan đến ngôn ngữ đích. Thư tín thương mại yêu cầu người viết lựa chọn và sử dụng ngôn ngữ phù hợp dựa theo bối cảnh và mối quan hệ với người nhận thư. Do đó, việc tìm hiểu những lỗi sai mà sinh viên không chuyên tiếng Anh mắc phải khi viết thư tín thương mại bằng tiếng Anh sẽ giúp ích cho

*TS; Đại học Bách khoa Hà Nội; Email: phamthanhvan1310@gmail.com

công tác giảng dạy tiếng Anh nói chung và giảng dạy Thư tín thương mại bằng tiếng Anh nói riêng tại các trường đại học ở Việt Nam.

2. Một số vấn đề lý luận

2.1. Phân loại thư tín thương mại

Thư tín thương mại, dựa trên hình thức trao đổi thông tin, có thể được chia thành 3 loại chính, gồm lá thư (letter), điện thư (fax), và thư điện tử (email) the Ashley (2010).

Lá thư được viết trên giấy và gửi qua dịch vụ bưu điện, nên thời gian vận chuyển có thể mất vài ngày hoặc lâu hơn, tùy thuộc vào phương tiện di chuyển và khoảng cách tới người nhận thư.

Điện thư được sử dụng để gửi bản sao tài liệu thông qua hệ thống dây dẫn điện. Loại thư tín này có ưu điểm là nhanh chóng gửi thông tin tới nhiều người nhận cùng một lúc và giống như lá thư, điện thư được chấp nhận trong một số trường hợp pháp lý vì được sử dụng làm bằng chứng trong một số lĩnh vực thuộc thương mại quốc tế.

Thư điện tử là hình thức gửi thư có sử dụng hệ thống máy tính có kết nối mạng Internet. Người sử dụng có thể gửi thư điện tử cho nhiều người nhận cùng một lúc và gửi tới người nhận đang ở bất cứ nơi đâu trên thế giới với điều kiện máy tính của người nhận có thể truy cập vào mạng Internet. Thư điện tử là hình thức trao đổi thông tin được ưa chuộng hơn so với lá thư hay thư điện tử tại các doanh nghiệp (Evans, 2014).

Ngoài ra, thư tín thương mại, dựa vào đối tượng nhận thư, được chia thành hai loại là giao tiếp nội bộ trong doanh nghiệp và giao tiếp bên ngoài doanh nghiệp (Tuyet, 2017). Thư tín dùng để giao tiếp nội bộ trong doanh nghiệp có thể trình bày ở dạng thông báo và bản ghi nhớ. Để giao tiếp với doanh nghiệp bên ngoài, một số loại thư tín thường được sử dụng bao gồm thư thương mại, thư điện tử, báo cáo, đề xuất...

Thư tín thương mại có thể được phân loại theo mục đích của người viết. Những loại thư yêu cầu thông tin như danh mục hàng hoá, giá cả hàng hoá, tờ quảng cáo... Những loại thư phản hồi như trả lời thông tin chung, trả lời quảng cáo...

Bài báo này nhằm tìm hiểu những lỗi sai mà sinh viên Việt Nam không chuyên tiếng Anh mắc phải khi viết thư điện tử, vì đây là loại hình thư tín sinh viên cần thực hành viết trong chương trình học. Trong phần luyện viết thư điện tử, sinh viên cần trao đổi thông tin với đối tác ngoài doanh nghiệp. Chủ đề của những thư điện tử trong nghiên cứu này là thư điện tử nhằm phản hồi lại những vấn đề mà khách hàng gặp phải sau khi mua sản phẩm.

2.2. Đặc điểm của thư điện tử trong hoạt động thương mại

Đặc điểm cơ bản của thư điện tử trong thương mại là hình thức trình bày (Ashley, 2010). Hình thức trình bày của thư tín điện tử bao gồm thông tin xuất hiện ở đầu thư, nội dung chính của thư, và phần kết thúc của thư.

Thư điện tử bắt đầu bằng những thông tin liên quan đến người nhận. Người viết nhập địa chỉ email của người nhận chính vào mục To, và địa chỉ email của người nhận thêm (không phải người nhận chính tại mục CC, hoặc địa chỉ email của người nhận ẩn (người nhận khác không nhìn thấy) ở mục Bcc. Người viết cần nhập chủ đề của email tại mục Subject.

Sau khi điền thông tin của người nhận và chủ đề thư, người viết soạn thảo nội dung chính của thư. Nội dung của thư được trình bày bằng các đoạn văn và được xây dựng dựa trên tình huống viết thư và mục đích của người viết. Đoạn văn đầu rất quan trọng vì người viết thường cảm ơn, nêu chủ đề của thư và mục đích viết thư. Những đoạn văn ở giữa sẽ tập trung làm rõ những luận điểm của người viết, có thể là đưa ra câu hỏi hoặc câu trả lời. Người viết cần sắp xếp những ý chính trong thư để đạt được hiệu quả mong muốn. Đoạn cuối của thư thường là lời cảm ơn của người viết, mong muốn nhận được hồi âm từ người nhận. Người viết có thể nhắc lại những ý chính trong thư.

Phần kết thúc của thư thường bao gồm lời tạm biệt của người viết và những thông tin của người viết, như họ tên đầy đủ, địa chỉ công ty, số điện thoại để tiện liên hệ. Chữ kí điện tử của người viết cũng có thể được thêm vào phần này của thư.

Ngoài đặc điểm về hình thức trình bày, thư điện tử còn yếu tố liên quan đến phong cách viết và ngôn ngữ. Với ưu điểm là khả năng gửi và nhận thư tốc độ nhanh, thư điện tử được xem như hình thức trao đổi thông tin phổ biến hiện nay. Tuy nhiên, người viết có thể chưa tách biệt giữa sử dụng thư điện tử trong việc trao đổi thông tin cá nhân và trong các tình huống kinh doanh, thương mại. Do đó, người viết cần lưu ý những quy tắc khi viết thư điện tử trong kinh doanh và thương mại.

Ashley (2010) liệt kê những quy tắc về phong cách viết và ngôn ngữ thư tín thương mại như sau:

- *Tính đơn giản*: Người viết nên tập trung vào vấn đề chính trong thư, tránh làm phức tạp bằng cách đưa nhiều thông tin không liên quan.

- *Tính lịch sự*: Nội dung thư tín thương mại nên đơn giản nhưng không được thô lỗ. Người viết nên sử dụng lối hành văn không quá phô trương nhưng không quá thân mật. Người viết nên tránh dùng những ngôn ngữ nói chuyện thông thường hay tiếng lóng.

- *Tính rõ ràng*: Nội dung thư được coi là rõ ràng khi người đọc hiểu chính xác ý tưởng của người viết. Nếu người đọc có thể hiểu nội dung thư theo nhiều cách, điều này có nghĩa nội dung thư thiếu sự rõ ràng.

- *Tính chính xác*: Người viết thư tín thương mại cần sử dụng ngữ pháp, chính tả, dấu câu một cách chính xác.

Yu và Fu (2014) đã tóm tắt những quy tắc khi viết thư tín thương mại, gồm tính rõ ràng, cô đọng và lịch sự.

- *Tính rõ ràng* được hiểu là người viết cần tránh việc sử dụng từ nhiều nghĩa. Từ ngữ trong thư tín thương mại nên đơn giản, chính xác và các câu văn được xây dựng đúng ngữ pháp.

- *Tính cô đọng* nghĩa là sử dụng ít từ và các câu văn ngắn nhưng vẫn thể hiện ý nghĩa trọn vẹn. Người viết nên tránh việc lặp từ, sử dụng lối viết dài dòng và mỗi đoạn văn nên tập trung vào một vấn đề.

- *Tính lịch sự* được thể hiện bằng việc người viết tránh những ngôn từ hoặc nhận định gây khó chịu hay xúc phạm người đọc thư. Việc gửi thư đúng hẹn cũng được xem là tôn trọng người nhận.

Bài viết dựa trên đặc điểm về thư tín thương mại đề xuất bởi Ashley (2014) để phân tích lỗi sai của sinh viên không chuyên Việt Nam mắc phải khi viết thư điện tử vì những đặc điểm này được trình bày dễ hiểu và đầy đủ hơn so với nghiên cứu của Yu và Fu (2014).

2.3. Những nghiên cứu về thư tín thương mại

Evans (2014) sử dụng các phương pháp như nghiên cứu trường hợp, khảo sát, phỏng vấn, phân tích các loại thư tín thương mại để tìm hiểu vai trò của thư điện tử trong kinh doanh và thương mại. Kết quả nghiên cứu cho thấy, giao tiếp thông qua thư điện tử bằng tiếng Anh được ưa chuộng hơn so với thư trên giấy và điện thư tại các doanh nghiệp. Những mục đích chính của việc sử dụng thư tín thương mại bao gồm thông báo, báo cáo, yêu cầu, giải thích, đưa ra lời khuyên, giải đáp yêu cầu/thắc mắc, hỏi thông tin, xác nhận và hướng dẫn. Kết quả cũng cho thấy những người tham gia khảo sát vẫn gặp khó khăn liên quan đến viết phần mở đầu, kết thúc của thư tín điện tử, và việc nêu rõ hành động của người viết cũng như duy trì thái độ thiện chí trong thư.

Mandasari (2020) tìm hiểu ảnh hưởng của việc học trực tuyến tới kết quả học tập của sinh viên trong khoá học thư tín điện tử khi dịch Covid-19 xảy ra khiến các trường học đổi hình thức học từ trực tiếp sang trực tuyến. Kết quả nghiên cứu cho thấy, học trực tuyến có ảnh hưởng tích cực tới động lực học và kết quả học tập của sinh viên. Tuy nhiên, nghiên cứu này không miêu tả chi tiết kết quả học tập về kiến thức và kỹ năng viết thư tín thương mại của sinh viên.

Sử dụng thư điện tử trong các lớp học đã giúp người học cải thiện kỹ năng viết Thư tín điện tử bằng tiếng Anh (Bahang, M. D., Hamid, R., & Lukman, 2024). Kết quả này được thể hiện qua mô hình nghiên cứu tiền thử nghiệm. Bahang et al (2024) đã sử dụng một bài kiểm tra viết để đánh giá khả năng viết của học sinh, sau đó nhóm nghiên cứu đã sắp xếp sáu buổi gặp gỡ học sinh. Trong những buổi gặp gỡ này, nhóm nghiên cứu tạo cơ hội cho học sinh viết email để cải thiện kỹ năng viết. Sau khi thực hiện can thiệp, bài kiểm tra tương tự bài kiểm tra tiền thử nghiệm được giao cho học sinh nhằm đo lường sự tiến bộ của người học trong kỹ năng viết thư tín thương mại bằng tiếng Anh. Kết quả nghiên cứu cho thấy, học sinh đã cải thiện các tiêu chí liên quan đến nội dung, hình thức trình bày, tổ chức sắp xếp ý, vận dụng từ vựng và ngữ pháp trong bài viết thư tín thương mại bằng tiếng Anh.

Những nghiên cứu trên cho thấy, thư tín thương mại nhận được sự quan tâm của các nhà nghiên cứu kinh tế và các nhà nghiên cứu về giáo dục. Để giúp sinh viên cải thiện kiến thức và kỹ năng viết thư tín thương mại, những nghiên cứu tiếp theo cần làm rõ những điểm yếu và những khó khăn mà người học đang gặp phải. Do đó, bài viết của chúng tôi tập trung tìm hiểu những lỗi mà sinh viên không chuyên tiếng Anh Việt Nam mắc phải khi viết thư tín thương mại bằng tiếng Anh, nhằm góp một tài liệu tham khảo cho công tác dạy học và nghiên cứu về thư tín thương mại.

3. Phương pháp nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, chúng tôi sử dụng phương pháp thống kê, phân tích và tổng hợp để tìm hiểu những lỗi sai mà sinh viên không chuyên mắc phải khi viết thư tín thương mại bằng tiếng Anh. Tư liệu để khảo sát và phân tích lỗi là 30 thư điện tử do sinh viên năm thứ nhất chuyên ngành kỹ sư tại Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội tự viết. Những văn bản này vừa đề minh họa vừa là minh chứng để thuyết giải cho các lập luận. Lỗi sai được phân tích dựa trên các quy tắc viết thư thương mại mà Ashely (2010) đề xuất. Sau đó, chúng tôi tiến hành tổng hợp và trình bày trong phần kết quả nghiên cứu.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Lỗi sai về hình thức trình bày thư điện tử trong thương mại

Ashley (2010) đã miêu tả hình thức trình bày của thư điện tử trong thư tín thương mại gồm 3 phần, đó là thông tin xuất hiện ở đầu thư, nội dung chính và phần kết thúc của thư.

Trong phần thông tin xuất hiện ở đầu thư, kết quả khảo sát cho thấy, có 24/30 bài viết, chiếm 80% không bao gồm địa chỉ email của người nhận và chủ đề của thư. 6/30 bài viết, chiếm 20% chỉ có chủ đề của thư mà không có địa chỉ email của người nhận. 6/30 bài viết, chiếm 20% có địa chỉ mail của người nhận, chủ đề của thư và cả địa chỉ email của người viết. Kết quả này cho thấy, người viết chưa hiểu rõ về hình thức trình bày ở đầu thư điện tử nên thiếu các thông tin như email của người nhận và chủ đề của thư. Ngoài ra, người viết chưa có trải nghiệm thực tế viết thư điện tử nên đã ghi cả địa của email của người viết vào đầu thư.

Trong phần nội dung thư, 18/30 bài viết, chiếm 60% không có lời cảm ơn khách hàng đã viết thư phản hồi trong đoạn văn đầu tiên. 21/30 bài viết, chiếm 70% gộp nhiều ý trong một đoạn văn. Theo ngữ cảnh của đề bài, sinh viên cần viết thư điện tử để trình bày cách xử lý vấn đề liên quan đến sản phẩm mà khách hàng đã đặt mua từ công ty. Việc bắt đầu thư bằng lời cảm ơn khách hàng đã viết thư phản hồi thể hiện sự trân trọng khách hàng và tạo ấn tượng tích cực với khách hàng. Tuy nhiên, sinh viên bỏ qua phần quan trọng này. Ngoài ra, phần lớn sinh viên trình bày các ý tưởng trong cùng một đoạn văn khiến cho người đọc khó tiếp nhận và theo dõi thông tin.

Trong phần kết của thư, tất cả các bài viết đều có lời chào kết thư và tên của người viết thư. Tuy nhiên, tất cả các bài viết chưa có thông tin liên quan đến tên và địa chỉ cơ quan, cũng không để lại số điện thoại liên hệ. Điều này cho thấy, sinh viên chưa hiểu được vai trò của các thông tin này trong

thư. Phần kết thư có thông tin cơ quan và số điện thoại thể hiện sự minh bạch và đáng tin cậy của doanh nghiệp, đồng thời khách hàng có thể dễ liên lạc với doanh nghiệp nếu họ cần hỗ trợ thêm.

4.2. Lỗi sai về phong cách viết và ngôn ngữ trong thư điện tử thương mại

Ashley (2010) đã liệt kê bốn quy tắc về phong cách viết và ngôn ngữ trong thư tín thương mại bằng tiếng Anh, bao gồm tính đơn giản, tính lịch sự, tính rõ ràng và tính chính xác.

a) Tính đơn giản:

Kết quả khảo sát cho thấy, có 29/30 bài, chiếm 96,67% tuân thủ theo quy tắc tính đơn giản trong thư tín thương mại. Cụ thể, những bài viết này đã cung cấp các bước giúp khách hàng xử lý vấn đề liên quan đến sản phẩm. Tuy nhiên, còn 1 bài viết chỉ gửi lời xin lỗi và đưa ra nhiều lý do giải thích cho sự cố về sản phẩm, đồng thời hứa hẹn giảm giá cho khách hàng trong những lần mua tiếp theo, mặc dù vấn đề này khách hàng có thể xử lý được nếu có sự hướng dẫn từ người viết thư.

b) Tính lịch sự:

Một số bài viết sử dụng ngôn ngữ nói hàng ngày trong phần chào hỏi khách hàng. Điều này làm giảm sự tôn trọng với khách hàng. Ví dụ lấy từ bài viết của sinh viên và gợi ý cách sửa được trình bày như sau:

“Good day to you too” có thể sửa thành *“Thank you and I hope you are having a pleasant day”*.

“I think there must be faulty in resolution settings that causes problem with your monitor” nên sửa thành *“It seems there may be an issue with the resolution settings, which is causing the problem with your monitor”*.

“After I reading your email and hear are some simple stpes to try” nên viết là *“After reviewing your email, we have outlined some simple steps for you to try”*.

Sinh viên sử dụng hình thức viết tắt trong thư. Viết tắt được coi là sử dụng ngôn ngữ một cách xuồng xả, không trang trọng. Với trường hợp khách hàng phàn nàn về sản phẩm, ngôn ngữ trong thư cần thể hiện sự lịch sự. Một số ví dụ về viết tắt trong các bài viết của sinh viên như *“the issue you’re experiencing with your monitor”*, *“we’re committed to helping you resolve this matter ...”*, *“please don’t hesitate to reach out ...”*, *“I’ve check and see that ...”*.

Nhiều sinh viên sử dụng chủ ngữ “I” (tôi) khi xưng hô với khách hàng trong thư điện tử. Chủ ngữ “I” phù hợp trong trường hợp giao tiếp trực tiếp giữa cá nhân với cá nhân, nhằm tạo cảm giác gần gũi hơn. Tuy nhiên, trong thư tín thương mại, chủ ngữ “We” (chúng tôi) thể hiện người viết đại diện cho một nhóm hoặc công ty vì dịch vụ hoặc thông điệp không chỉ đến từ cá nhân mà từ toàn bộ tổ chức. Đặc biệt, trong trường hợp khách hàng phàn nàn về sản phẩm bị lỗi, người viết nên dùng chủ ngữ “We” (chúng tôi) để nói về chính sách, dịch vụ và cam kết của công ty liên quan tới sản phẩm.

c) Tính rõ ràng:

Trong các bài viết của sinh viên, một số thông tin không rõ ràng. Ví dụ:

“You should reboot your monitor first. If that doesn’t work, take your computer to the nearest computer store for help”.

Đây là giải pháp mà người viết muốn hỗ trợ cho khách hàng. Tuy nhiên, *“the nearest computer store”* (cửa hàng máy tính gần nhất) là thông tin gây khó hiểu cho khách hàng. Người nhận thư không hiểu ý của người viết là mang tới cửa hàng cùng thuộc công ty sản xuất (nếu vậy thì cửa hàng ở địa chỉ nào), hay mang tới cửa hàng nào đó (không thuộc công ty sản xuất) trong phạm vi gần khách hàng nhất. Do đó, người viết nên liệt kê các chi nhánh của công ty và gợi ý khách hàng mang tới chi nhánh nào gần nhất để được hỗ trợ.

“If it does not work, you can try updating the Graphics Drivers”.

Người viết đưa ra giải pháp cho khách hàng là cập nhật điều khiển đồ họa. Tuy nhiên, điều này gây khó khăn cho khách hàng vì họ không biết nên cập nhật điều khiển đồ họa từ nhà sản xuất nào và

sử dụng phần mềm hỗ trợ nào. Như vậy, người viết nên miêu tả cụ thể các bước cập nhật điều khiển đồ họa, đồng thời thêm thông tin về tên phần mềm và nhà sản xuất để khách hàng dễ dàng thực hiện.

d) Tính chính xác:

Tính chính xác được nhìn nhận từ góc độ sử dụng dấu câu, từ vựng và ngữ pháp chính xác (Ashley, 2010). Tất cả các bài viết sử dụng dấu câu chính xác. Một trong những lỗi phổ biến mà sinh viên hay mắc phải khi viết thư là thiếu dấu “,” sau lời chào và lời tạm biệt. Ví dụ: “*Dear Mary,...*” hay “*Best regards,...*”. Tuy nhiên, nhóm sinh viên trong nghiên cứu này không mắc lỗi liên quan đến sử dụng dấu câu.

Về từ vựng, sinh viên sử dụng sai từ loại trong bài viết. Ví dụ:

“*There must be faulty in resolution settings*” nên sửa thành “*There may be an issue with the resolution settings*”. Trong ví dụ này, *faulty* là tính từ, cần được thay thế bằng danh từ “*an issue*”.

Một số ví dụ:

“*Check the resolution settings of your monitor.* (1)

Adjust the resolution to a higher setting and check if it resolves the issue. (2)

Ensure that the monitor is connected properly to the computer. (3)

Ensure that the cables are firmly connected and not loose. (4)

Check the display settings of your computer. (5)

Adjust the settings to fit the monitor's display. (6)”

Các câu văn trên đều khuyết chủ ngữ, tuy nhiên trong ngữ cảnh viết, để đưa ra hướng dẫn thao tác, việc bỏ chủ ngữ khỏi các câu văn giúp nội dung hướng dẫn cô đọng hơn. Trong những câu văn trên, từ “*ensure*” lặp 2 lần trong 2 câu gần kề nhau (3) và (4). Từ “*check*” lặp trong câu (1) và (5). Từ “*Adjust*” lặp trong câu văn đầu tiên (1) và (6). Lỗi lặp từ cho thấy lượng từ vựng tiếng Anh của sinh viên còn hạn chế.

Về ngữ pháp, sinh viên mắc lỗi về thì/ thời trong tiếng Anh. Ví dụ:

“*I’ve checked and see that your monitor can only show a part of the page*”.

Lỗi sai ở việc dùng từ “*see*”. Câu văn sử dụng thì hiện tại hoàn thành với “*I’ve checked*” nhưng động từ “*see*” được dùng ở thì hiện tại đơn. Câu văn này cần được sửa thành:

“*I’ve checked and seen that your monitor can only show a part of the page*”.

Sinh viên còn mắc lỗi về câu không hoàn chỉnh, tức là thiếu chủ ngữ hoặc động từ và không hoàn chỉnh về nghĩa. Ví dụ:

“*There is one thing to do is replacing the new one.*”

Trong ví dụ này, “*there is one thing to do*” đầy đủ chủ ngữ, vị ngữ và có ý nghĩa hoàn chỉnh, nhưng trong “*is replcing a new one*” thì thiếu chủ ngữ và không thể hiện nghĩa hoàn chỉnh. Việc kết hợp 2 cụm này gây khó hiểu cho người đọc; có thể sửa thành :

“*One thing to do is to replace it with a new one*” hoặc “*You should replace it with a new one*”.

5. Kết luận

Khi viết thư tín thương mại bằng tiếng Anh, cụ thể là thư điện tử, nhóm sinh viên không chuyên trong nghiên cứu này mắc các lỗi liên quan đến hình thức trình bày, phong cách viết và sử dụng ngôn ngữ.

Sinh viên do chưa có trải nghiệm viết thư điện tử nên hình thức trình bày thiếu thông tin địa chỉ người nhận và chủ đề thư trong phần đầu thư. Sinh viên mắc lỗi trình bày nhiều ý trong một đoạn văn và không đưa thông tin như địa chỉ cơ quan và số điện thoại liên hệ ở cuối thư. Đây là những thông tin cơ bản và thể hiện sự chuyên nghiệp của người viết. Tuy những bài viết này là những bài luyện tập, việc hình thành thói quen viết thư với vai trò của người đi làm sẽ giúp hình thành cho sinh viên thói quen quan sát và thái độ tỉ mỉ, cẩn trọng khi làm việc.

Về phong cách viết và ngôn ngữ, sinh viên gặp khó khăn trong việc lựa chọn ngôn ngữ phù hợp để thể hiện sự rõ ràng và tính lịch sự trong thư tín thương mại. Ngoài ra, sinh viên cần sử dụng ngôn ngữ, đặc biệt về ngữ pháp và từ vựng chính xác, để truyền đạt thông tin hiệu quả.

Sinh viên cần được thường xuyên chỉ ra những lỗi sai sau khi viết thư tín thương mại bằng tiếng Anh và gợi ý cách sửa những lỗi đó để cải thiện kỹ năng viết. Với khả năng viết thư tín thương mại hiệu quả, sinh viên sẽ có nhiều cơ hội thăng tiến trong công việc sau này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2014), *Thông tư Ban hành Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam*.
2. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2014), *Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam*.

Tiếng Anh

3. Ashley, A. (2010) *Oxford Handbook of Commercial Correspondence* (New ed.), Oxford University press.
4. Bahang, M. D., Hamid, R., & Lukman, H. B. (2024), Improving Writing Business Correspondence of the Second-grade Students of SMK YPUP Makassar Through E-mail. *The Educational Review, USA*, 8(4), 526-530.
5. Evans, S. (2014), Teaching business correspondence: Lessons from the globalised workplace. *The Asian Journal of Applied Linguistics*, 1(2), 102-20.
6. Mandasari, B. (2020), The impact of online learning toward students' academic performance on business correspondence course. *EDUTEC: Journal of Education and Technology*, 4(1), 98-110.
7. Tuyet, N. T. (2017), Why should effective business correspondence writing be carefully taught and learnt. *Tạp chí Khoa học Đại học Văn Hiến*, 5(2), 51-61.
8. Yu, Z., & Fu, Y. (2014), A study on the characteristics and writing principles of business correspondence. In *International Conference on Education, Language, Art and Intercultural Communication (ICELAIC-14)* (pp. 369-372). Atlantis Press.

Common mistakes made by Engineering-majored students in writing English emails at Hanoi University of Industry

Abstract: Writing emails in English is an important skill for university students, because this skill helps students to exchange information effectively in their daily life and for their future occupations. In this study, 30 English emails were collected by first-year Engineering-majored students at Hanoi University of Industry, and then analyzed to point out the mistakes that the students made in writing English emails. The results show that the mistakes made by the students are related to email format, writing style, and English language use.

Key words: Emails; English writing skills; first-year Engineering-majored students; mistakes.