

NGOẠI NGỮ VỚI BẢN NGỮ

**ĐỀ XUẤT CHIẾN LƯỢC
HỌC TỪ VỰNG TIẾNG ANH CHO SINH VIÊN
KHOA DU LỊCH, TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỞ HÀ NỘI
ĐINH THỊ BÍCH NGUYỆT* - TRẦN MINH ĐỨC** -
HOÀNG THỊ THANH*** - PHẠM DIỆU LY**** -
NGUYỄN THỊ THẢO*******

TÓM TẮT: Một trong những yếu tố thiết yếu để giúp người học tiếng Anh đạt được năng lực giao tiếp tốt nhất chính là vốn từ vựng. Với sự phát triển ngày càng nhanh chóng của ngành Du lịch và sự phổ biến của tiếng Anh trong lĩnh vực này, việc sở hữu một vốn từ vựng phong phú và sử dụng chúng một cách chính xác là vô cùng quan trọng. Nghiên cứu này tìm hiểu các chiến lược học từ vựng (vocabulary learning strategies) thông qua khảo sát 248 sinh viên Khoa Du lịch, Trường Đại học Mở Hà Nội. Kết quả nghiên cứu cho thấy, đa số sinh viên có nhận thức rõ ràng về tầm quan trọng của việc học từ vựng và hầu hết sinh viên sử dụng các chiến lược học từ vựng với tần suất ở mức trung bình. Trong năm nhóm chiến lược học từ vựng, các chiến lược thuộc nhóm chiến lược nhận thức và ghi nhớ được sinh viên ưa chuộng và sử dụng nhiều nhất (với tần suất sử dụng ở mức cao), trong khi đó, tần suất sử dụng chiến lược xã hội là thấp nhất. Nghiên cứu đưa ra một số hoạt động liên quan tới các chiến lược học từ vựng phù hợp giúp sinh viên tăng cường vốn từ vựng để có thể phát triển năng lực giao tiếp bằng tiếng Anh, từ đó tự tin hơn trong việc sử dụng ngôn ngữ tiếng Anh trong lớp học cũng như trong các tình huống thực tế ở lĩnh vực Du lịch. Đồng thời, nhóm tác giả hy vọng rằng nghiên cứu này sẽ góp phần vào việc phát triển các phương pháp và chiến lược giảng dạy tiếng Anh nói riêng và giảng dạy ngoại ngữ nói chung.

TỪ KHÓA: năng lực giao tiếp; từ vựng tiếng Anh; chiến lược học từ vựng; phát triển vốn từ vựng.

NHẬN BÀI: 23/08/2023.

BIÊN TẬP-CHỈNH SỬA-DUYỆT ĐĂNG: 14/11/2023

1. Đặt vấn đề

Theo thống kê của Tổng cục Du lịch, lượt khách du lịch tới Việt Nam không ngừng tăng trưởng - từ 7,9 triệu lượt khách du lịch quốc tế năm 2015 lên 18 triệu lượt năm 2019. Sau 2 năm chịu ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19, du lịch Việt Nam đã phục hồi mạnh mẽ - chỉ tính đến tháng 7/2023, lượt khách du lịch quốc tế đã vượt ngưỡng 8.8 triệu (gấp 2,5 lần so với cả năm 2020 và 2021). Để có được bước phát triển đột phá như thế trong ngành Du lịch, không thể không nhắc đến tiếng Anh - “chìa khóa” tiếp cận du khách quốc tế trong thời kì hội nhập này. Chính vì vậy, ngay từ khi còn ngồi trên ghế nhà trường, sinh viên chuyên ngành Du lịch cần phải có nền tảng ngôn ngữ tiếng Anh tốt đủ để có thể sử dụng tiếng Anh trong lớp học và môi trường thực tập. Tuy nhiên, trong một khảo sát thuộc đề tài “*Giải pháp nâng cao năng lực giao tiếp bằng tiếng Anh cho sinh viên Khoa Du lịch, Trường Đại học Mở Hà Nội*” được thực hiện bởi nhóm nghiên cứu Bộ môn tiếng Anh, Khoa Du lịch, Trường Đại học Mở Hà Nội vào tháng 7 năm 2023 trên 248 sinh viên (SV) (năm 1, 2, và 3), yếu tố từ vựng được cho là một trong những điểm yếu của sinh viên, ảnh hưởng lớn đến năng lực giao tiếp của họ. Kết quả đến từ các buổi phỏng vấn tiếp nối khảo sát trên đối với các đối tượng SV, giảng viên và doanh nghiệp tiếp nhận sinh viên của Khoa đến thực tập cũng chỉ ra kết quả tương đương, đó là sinh viên cần phải cải thiện từ vựng nếu muốn nâng cao năng lực giao tiếp của mình. Bản thân SV cũng tự nhận thấy đó là điểm yếu của họ khi sử dụng tiếng Anh trong giao tiếp, đồng thời thể hiện mong muốn được cải thiện vốn từ vựng tiếng Anh của mình. Vì những lí do nêu trên, nghiên cứu này được thực hiện nhằm khám phá các chiến lược học từ vựng tiếng Anh của SV, từ đó đưa ra đề xuất về các

Trường Đại học Mở Hà Nội:

* Email: dtbnguyet2@hou.edu.vn; ** Email: tmduc3@hou.edu.vn; *** Email: thanhht@hou.edu.vn;

**** Email: lypd@hou.edu.vn; ***** Email: thaont@hou.edu.vn

hoạt động dạy và học nhằm nâng cao yếu tố này. Hi vọng bài viết sẽ trở thành nguồn tham khảo hữu ích đối với các đồng nghiệp có cùng mối quan tâm về giải pháp nâng cao vốn từ vựng cho SV nói riêng và cho những người học tiếng Anh nói chung thông qua các chiến lược học từ vựng được ưu tiên.

2. Cơ sở lý luận

2.1. Vai trò của từ vựng

Từ vựng là một phần không thể tách rời của bất kì quá trình học ngôn ngữ nào. Vai trò quan trọng của thành phần này đã được nhấn mạnh trong tất cả các phương pháp giảng dạy ngôn ngữ khác nhau. B Laufer (1988) coi việc học từ vựng là trọng tâm của việc học và sử dụng ngôn ngữ. Trên thực tế, chính việc học từ vựng đã tạo nên bản chất của mọi ngôn ngữ. Không có từ vựng, người nói không thể truyền đạt ý nghĩa và giao tiếp với nhau bằng bất kì ngôn ngữ cụ thể nào. Daller (2014) và Ellis (2015) đã chỉ ra rằng, từ vựng là một trong những yếu tố quan trọng nhất và đóng vai trò nền tảng trong việc học ngôn ngữ. Cùng quan điểm trên, Nation (2015) cho rằng, người học cần có một vốn từ vựng phong phú để có thể hiểu và sử dụng ngôn ngữ một cách hiệu quả trong giao tiếp, đọc hiểu và viết. Laufer (2016) bổ sung thêm rằng, từ vựng ngoài vai trò là công cụ để người học có thể tạo ra các câu và đoạn văn để diễn đạt ý tưởng của mình còn giúp người học giao tiếp hiệu quả trong các tình huống khác nhau. Schmitt (2018) nhấn mạnh, từ vựng giúp người học hiểu nghĩa của các từ, cụm từ và câu trong văn bản và đọc hiểu các văn bản ở nhiều trình độ khác nhau.

2.2. Chiến lược học từ vựng

Rubin (1987) và O'Malley và Chamot (1995) định nghĩa chiến lược học ngôn ngữ bao gồm hoạt động, chiến lược, quy trình hay khái niệm mà người học ngôn ngữ dùng để hỗ trợ cho việc hiểu biết, ghi nhớ và sử dụng ngôn ngữ.

Schmitt (1997) đã phát triển việc phân loại các chiến lược học từ vựng theo 5 nhóm: Chiến lược xác định (DET) - chiến lược học tập cá nhân giúp người học tự khám phá nghĩa của từ mà không cần đến sự giúp đỡ của giáo viên hay bạn bè; Chiến lược xã hội (SOC) thúc đẩy sự tương tác giữa những người học; Phương pháp ghi nhớ (MEM) giúp người học tiếp thu được những từ mới thông qua liên hệ với kiến thức hiện tại hoặc kiến thức nền của bản thân; Chiến lược nhận thức (COG) - chiến lược này có nhiều điểm tương đồng với MEM, nhưng không tập trung quá sâu vào quá trình vận dụng kĩ năng; Chiến lược siêu nhận thức (MET) liên quan nhiều đến việc đưa ra quyết định hay theo dõi và đánh giá sự tiến bộ xuyên suốt quá trình học của người học.

2.3. Các nghiên cứu về chiến lược học từ vựng

Asgari và Mustapha (2010) khám phá rằng chiến lược Siêu nhận thức được người học sử dụng nhiều hơn so với các chiến lược khác. Ngược lại, Wang và Schmitt (2010) chỉ ra thành công trong học từ vựng thường đến từ việc sử dụng các chiến lược xác định hiệu quả, chẳng hạn như sử dụng các từ đồng nghĩa, từ trái nghĩa, và câu ví dụ để hiểu nghĩa của từ. Trong nghiên cứu của Laufer và Hulstijn (2012), các chiến lược nhận thức như sử dụng các chiến lược liên kết, phân tích, và suy luận để hiểu nghĩa và cách sử dụng của từ mang lại thành công cho người học. Tuy nhiên, Nation (2015) cho thấy các chiến lược xã hội, chẳng hạn như học từ vựng với bạn bè, sử dụng các tài liệu học tập từ các nguồn khác nhau, và tham gia vào các hoạt động xã hội sử dụng ngôn ngữ, có thể giúp người học học từ vựng một cách hiệu quả trong ngữ cảnh thực tế. Các nghiên cứu gần đây được thực hiện bởi Rabadi (2016) và Phạm Thị Thu Trang (2019) tiết lộ về hiệu quả của việc sử dụng chiến lược Ghi nhớ trong học từ vựng đối với SV đại học, trong khi kết quả từ nghiên cứu của Laufer (2020) thể hiện rằng người học từ vựng thành công thường sử dụng các chiến lược ghi nhớ hiệu quả, chẳng hạn như học từ vựng theo chủ đề, sử dụng các phương pháp học từ vựng sáng tạo, và ôn tập từ vựng thường xuyên. Nghiên cứu của Chen và Schmitt (2022) dẫn đến kết luận rằng, chiến lược siêu nhận thức có thể được sử dụng để cải thiện khả năng sử dụng từ vựng trong ngữ cảnh, điều này một lần nữa khẳng định lại kết quả mà Asgari và Mustapha nhắc đến trước đây.

Từ những kết luận khác nhau về chiến lược học từ vựng của các nghiên cứu kể trên, những phát hiện của nghiên cứu này có thể sẽ góp phần quan trọng trong hành trình tìm hiểu mức độ áp dụng những chiến lược này của một số SV tại Việt Nam.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Khách thể nghiên cứu

Khách thể tham gia nghiên cứu này gồm 248 SV năm thứ nhất, thứ hai và thứ ba đến từ Khoa Du lịch, Trường Đại học Mở Hà Nội. Trong đó, có 118 SV ngành Quản trị Khách sạn (48%) và 130 SV ngành Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành (52%) trong độ tuổi từ 18 đến 20.

3.2. Công cụ nghiên cứu

Công cụ được sử dụng để thu thập dữ liệu cho nghiên cứu là Bảng câu hỏi điều tra được tham khảo và điều chỉnh thiết kế dựa trên Bảng câu hỏi điều tra chiến lược học từ vựng (Vocabulary Learning Strategies Questionnaire) của Schmitt (1997) vì tính phù hợp với mục đích của nghiên cứu này. Bảng câu hỏi điều tra gồm ba phần: bảng 3 câu hỏi tìm hiểu nhận thức của người tham gia về tầm quan trọng của chiến lược học từ vựng với 5 mức độ (Hoàn toàn không đồng ý - Không đồng ý - Không có ý kiến - Đồng ý - Hoàn toàn đồng ý); câu hỏi về chiến lược học từ vựng (Xác định, Xã hội, Ghi nhớ, Nhận thức và Siêu nhận thức); câu hỏi về tần suất sử dụng các chiến lược học từ vựng dựa trên thang đo Likert - không bao giờ (1 điểm), thỉnh thoảng (2 điểm), đôi khi (3 điểm), thường xuyên (4 điểm), và luôn luôn (5 điểm).

3.3. Thu thập và xử lý dữ liệu

Trước khi tiến hành phát bảng câu hỏi điều tra chính thức, tác giả đã thực hiện một thử nghiệm thí điểm với 20 SV không tham gia vào nghiên cứu, nhằm đánh giá hệ số tin cậy của bản hỏi với kết quả Cronbach's Alpha là 0,920. Sau khi nhận được phản hồi từ nghiên cứu thí điểm để có những điều chỉnh phù hợp, bản câu hỏi điều tra chính thức được gửi qua Google Form cho sinh viên. Sinh viên đã được giải thích ý nghĩa của việc thu thập thông tin cho nghiên cứu cũng như tầm quan trọng của việc cung cấp thông tin trung thực và chính xác. 248 phiếu trả lời đầy đủ và đáng tin cậy đã được sử dụng để đưa vào tổng hợp và phân tích. Với bản câu hỏi điều tra chính thức, hệ số tin cậy cho kết quả Cronbach's Alpha là 0,935 cho thấy rằng thang đo lường trong nghiên cứu này đạt yêu cầu về độ tin cậy. Nghiên cứu đã sử dụng ứng dụng Excel để mã hóa các câu trả lời và sử dụng phần mềm SPSS để xử lý các chỉ số như: tần suất (frequency), tỉ lệ (percentage), giá trị trung bình (mean), và độ lệch chuẩn (standard deviation). Các số liệu đã được trình bày dưới dạng bảng để làm dữ liệu mô tả trong bài báo.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Nhận thức của sinh viên về tầm quan trọng của từ vựng

Kết quả khảo sát 248 SV cho thấy đa số SV (94%) có nhận thức về tầm quan trọng của việc tiếp thu từ vựng (Bảng 1).

Bảng 1. Nhận thức của SV về tầm quan trọng của chiến lược học từ vựng (n=248)

Ý kiến	Mức độ đánh giá				
	<i>Hoàn toàn không đồng ý</i>	<i>Không đồng ý</i>	<i>Không có ý kiến</i>	<i>Đồng ý</i>	<i>Hoàn toàn đồng ý</i>
Tôi hiểu tầm quan trọng của việc học từ vựng.	0%	2%	4%	25%	69%
Tôi biết các phương pháp/ chiến lược học từ vựng.	4%	11%	33%	35%	17%
Việc áp dụng các chiến lược học từ vựng quan trọng với tôi.	2%	13%	25%	33%	27%

4.2. Những chiến lược học từ vựng phổ biến với sinh viên

Bảng 2. Các chiến lược học từ vựng được SV sử dụng

STT	Chiến lược	GT TB	Nhóm chiến lược
1	Xem lại các bài học tiếng Anh trước đó và đọc những ghi chú từ trên lớp để học các từ vựng mới	4,85	Nhận thức
2	Làm một cuốn sổ để ghi chép lại các từ vựng mới với nghĩa của chúng kèm với ví dụ để học	4,75	Nhận thức
3	Làm nhiều bài tập để ghi nhớ từ vựng	4,15	Ghi nhớ
4	Học từ vựng lặp lại qua các trò chơi	4,26	Ghi nhớ
5	Học từ vựng qua thẻ ghi nhớ	3,91	Ghi nhớ
6	Sử dụng từ điển Anh-Việt để tra cứu nghĩa của những từ vựng mới	3,48	Xác định
7	Đoán nghĩa của từ vựng mới thông qua ngữ cảnh trong câu/ đoạn văn	3,12	Xác định
8	Tìm kiếm thêm thông tin tiếng Anh qua Internet để học các từ vựng mới	2,80	Xã hội
9	Học các từ vựng mới thông qua việc xem phim tiếng Anh có phụ đề	3,13	Siêu nhận thức
10	Mở rộng vốn từ vựng bằng cách nghe các bài nhạc tiếng Anh	2,88	Siêu nhận thức

Số liệu từ Bảng 2 cho thấy các chiến lược học từ vựng được SV Khoa Du lịch - Trường Đại học Mở áp dụng nhiều nhất là chiến lược Nhận thức, tiếp theo là các chiến lược Ghi nhớ, chiến lược Xác định, chiến lược Xã hội và chiến lược Siêu nhận thức. Dễ dàng nhận thấy đối với người tham gia nghiên cứu, chiến lược Ghi nhớ phổ biến thứ hai sau chiến lược Nhận thức. Điều này nghĩa là SV thường xuyên sử dụng các thủ thuật như: đọc to hoặc đọc thầm từ vựng nhiều lần, xem lại bài học và từ vựng cũ hay sử dụng sổ ghi chép từ vựng kèm ví dụ. Ngược lại, rất ít SV lựa chọn việc học từ vựng thông qua phim ảnh hoặc âm nhạc.

4.3. Tần suất sinh viên sử dụng 5 nhóm chiến lược học từ vựng

Bảng 3. Tần suất sử dụng chiến lược học từ vựng của SV

STT	Nhóm chiến lược	(GTTB)	Độ lệch chuẩn	Tần suất sử dụng
1	Chiến lược xác định	3,30	.775	Trung bình
2	Chiến lược nhận thức	4,80	.680	Cao
3	Chiến lược ghi nhớ	4,10	.676	Cao
4	Chiến lược xã hội	2,80	.640	Thấp
5	Chiến lược siêu nhận thức	3,00	.767	Trung bình

Bảng 3 thống kê tần suất sử dụng năm loại chiến lược học từ vựng (Xác định, Nhận thức, Ghi nhớ, Xã hội, Siêu nhận thức) của những người tham gia. Số liệu từ Bảng 3 chỉ ra rằng trong các chiến lược đề cập đến ở trên, chiến lược Nhận thức (GTTB = 4,80) có giá trị trung bình cao nhất, tiếp đến là chiến lược Ghi nhớ (GTTB = 4,10). Hai giá trị trung bình khác là Xác định (GTTB = 3,30) và Siêu nhận thức (GTTB = 3,00). Trong khi đó chiến lược Xã hội (GTTB = 2,80) có giá trị trung bình thấp nhất trong năm loại chiến lược học từ vựng mà những người tham gia sử dụng. (Theo Rabadi, 2016, giá trị trung bình của mỗi loại chiến lược học từ vựng từ 1 đến 2,8 được coi là có tần suất sử dụng thấp, từ 2,81 đến 3,6 là tần suất sử dụng trung bình và từ 3,61 đến 5 là tần suất sử dụng cao).

5. Kết luận và đề xuất

Kết quả nghiên cứu cho thấy phần lớn SV Khoa Du lịch - Trường Đại học Mở Hà Nội có nhận thức rõ ràng về vai trò của việc học từ vựng và đồng ý rằng việc áp dụng nhiều chiến lược học từ vựng khác

nhau là một điều cần thiết. Trong năm nhóm chiến lược học từ vựng, nhóm chiến lược nhận thức và ghi nhớ được sinh viên ưa chuộng và sử dụng với tần suất ở mức cao, trong khi đó, tần suất sử dụng chiến lược xã hội ở mức thấp nhất.

Chiến lược nhận thức và ghi nhớ đã được chứng minh là hiệu quả trong việc học từ vựng. Bằng cách sử dụng các phương pháp như việc sắp xếp thông tin, tạo liên kết và tạo ra các hình ảnh tưởng tượng, sinh viên có thể tăng cường khả năng ghi nhớ và tái sử dụng từ vựng một cách hiệu quả. SV khoa Du lịch, khi làm việc trong ngành du lịch, cần phải sử dụng từ vựng trong các tình huống khác nhau như đặt phòng khách sạn, tạo lịch trình, hoặc chỉ đường cho khách du lịch. Việc sử dụng chiến lược nhận thức và ghi nhớ giúp SV linh hoạt áp dụng từ vựng vào các tình huống thực tế. Hơn nữa, chiến lược nhận thức và ghi nhớ khuyến khích sự tương tác và sáng tạo trong quá trình học từ vựng. SV có thể tạo ra các cấu trúc tương quan, ví dụ hình ảnh hoặc tạo các câu chuyện để ghi nhớ từ vựng. Điều này giúp SV kích thích trí tưởng tượng và tạo ra các kết nối ý nghĩa, giúp việc học từ vựng trở nên thú vị và hiệu quả hơn. SV khoa Du lịch cần một số lượng lớn từ vựng để giao tiếp hiệu quả với khách du lịch và trong công việc của họ. Việc sử dụng chiến lược nhận thức và ghi nhớ giúp SV tiếp cận, tiêu thụ và tái sử dụng từ vựng một cách nhanh chóng và linh hoạt, phù hợp với yêu cầu của ngành du lịch.

Dựa vào kết quả thu được và đặc điểm của các chiến lược học từ vựng được SV ưu tiên (Chiến lược Nhận thức và Chiến lược Ghi nhớ), nhóm nghiên cứu đề xuất một số thiết kế hoạt động học từ vựng cho SV Khoa Du lịch, Trường Đại học Mở Hà Nội như sau:

5.1. Hoạt động dạy từ vựng dành cho sinh viên ngành Quản trị khách sạn:

Chủ đề 1: Facilities and Services in Hotels (Các tiện nghi và dịch vụ trong khách sạn)

Bước 1: Giới thiệu chủ đề

- Trình bày về khái niệm “Facilities and Services in Hotels” và tầm quan trọng của nó trong ngành du lịch và khách sạn.

- Đưa ra ví dụ cụ thể về các dịch vụ và tiện nghi thường có trong khách sạn.

Bước 2: Tìm hiểu từ vựng liên quan

- Cung cấp danh sách các từ vựng liên quan đến “Facilities and Services in Hotels” như: phòng nghỉ (guest rooms), nhà hàng (restaurant), quầy lễ tân (reception area), bể bơi (swimming pool), dịch vụ phòng (room service), xác nhận đặt phòng (reservation confirmation).

- Cung cấp các ví dụ về cách sử dụng từ vựng trong ngữ cảnh của “Facilities and Services in Hotels”.

Bước 3: Bài tập từ vựng

Hoạt động 1: Sử dụng hình ảnh

- Hiện thị hình ảnh các tiện nghi và dịch vụ trong khách sạn trên màn hình

- Yêu cầu SV nhìn vào hình ảnh và ghi lại từ vựng liên quan

Hoạt động 2: Sử dụng thẻ từ vựng

- Chuẩn bị các thẻ từ vựng có ghi từ vựng chủ đề facilities and services in hotels

- Chia sinh viên thành các nhóm nhỏ

- Trình bày các thẻ từ vựng lên bàn và yêu cầu SV sắp xếp chúng thành nhóm, định nghĩa và giải thích nghĩa từng từ

* Lưu ý: Giáo viên quan sát và sửa lỗi nếu cần thiết.

Bước 4: Thực hành giao tiếp

- Yêu cầu SV thực hiện vai trò nhân viên khách sạn hoặc khách hàng trong các tình huống khác nhau.

- Yêu cầu SV sử dụng từ vựng liên quan đến “Facilities and Services in Hotels” để tương tác và trao đổi thông tin với nhau.

- Cung cấp phản hồi và gợi ý để cải thiện kỹ năng giao tiếp của SV.

Bước 5: Tóm tắt và đánh giá

- Tổng kết các từ vựng và ngữ cảnh sử dụng của “Facilities and Services in Hotels”.

- Đánh giá hiệu quả của hoạt động học từ vựng và ghi nhận ý kiến phản hồi từ SV để cải thiện trong tương lai.

Chủ đề 2: Accommodation (Lưu trú)

Bước 1: Giới thiệu chủ đề

- Trình bày về khái niệm “Accommodation” và vai trò quan trọng của nó trong ngành du lịch và lữ hành;

- Đưa ra các ví dụ cụ thể về các loại hình lưu trú như khách sạn (hotel), nhà nghỉ (hostel), homestay, căn hộ dịch vụ (half-apartment, half-hotel), khu nghỉ dưỡng (hotel resort).

Bước 2: Tìm hiểu từ vựng liên quan

- Cung cấp danh sách các từ vựng liên quan đến “Accommodation” như: phòng nghỉ (guest room), giường (bed), phòng tắm (bathroom), tiện nghi (amenities), dịch vụ phòng (room service), đặt phòng (reservation), quầy lễ tân (reception desk);

- Cung cấp các ví dụ về cách sử dụng từ vựng trong ngữ cảnh của “Accommodation”.

Bước 3: Bài tập từ vựng

Hoạt động 1: Bản đồ tư duy

- Hiện thị một bản đồ tư duy với từ vựng chủ đề accommodation;

- Yêu cầu SV nhìn vào bản đồ và viết ra tất cả các từ vựng từng góc của bản đồ;

Hoạt động 2: Thiết lập ngữ cảnh

- Tạo một ngữ cảnh giả định trong khách sạn, như việc check-in, đặt phòng hoặc hủy phòng;

- Chia SV thành hai nhóm, một nhóm trong vai nhân viên khách sạn và một nhóm trong vai khách hàng;

- Yêu cầu các nhóm sử dụng từ vựng chủ đề accommodation trong việc giải quyết vấn đề và trò chuyện với nhau;

- Cung cấp phản hồi và giải đáp các thắc mắc của SV khi hoàn thành các hoạt động.

Bước 4: Thực hành giao tiếp

- Yêu cầu SV thực hiện vai trò người đặt phòng hoặc nhân viên lễ tân trong các tình huống khác nhau;

- Yêu cầu SV sử dụng từ vựng liên quan đến “Accommodation” để trao đổi thông tin, đặt phòng và giải quyết các vấn đề với khách hàng;

- Cung cấp phản hồi và gợi ý để cải thiện kỹ năng giao tiếp của SV.

Bước 5: Tóm tắt và đánh giá

- Tổng kết các từ vựng và ngữ cảnh sử dụng của “Accommodation”;

- Đánh giá hiệu quả của hoạt động học từ vựng và ghi nhận ý kiến phản hồi từ SV để cải thiện trong tương lai.

5.2. Chiến lược nâng cao từ vựng theo các chủ đề dành cho sinh viên ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành*Chủ đề 1: Itinerary (Lịch trình)*

Bước 1: Giới thiệu chủ đề

- Trình bày khái niệm về “Itinerary” và ý nghĩa của nó trong lĩnh vực du lịch;

- Chia sẻ ví dụ về một “Itinerary” đơn giản và giải thích các thành phần của nó.

Bước 2: Tìm hiểu từ vựng liên quan

- Cung cấp danh sách các từ vựng liên quan đến “Itinerary” như: địa điểm (destination), thời gian (time), vận chuyển (transportation), khách sạn (hotel), hoạt động (activities)...

- Đưa ra các ví dụ về cách sử dụng từ vựng trong ngữ cảnh của “Itinerary”.

Bước 3: Bài tập từ vựng

Hoạt động 1: Sắp xếp thẻ từ vựng

- Chuẩn bị các thẻ từ vựng chủ đề itinerary và các thẻ có việc cần làm như “book a flight”, “make hotel reservations” hoặc “visit tourist attractions”;

- Trộn các thẻ từ vựng và thẻ việc cần làm lại;

- Yêu cầu SV sắp xếp thẻ từ vựng và thẻ việc cần làm để tạo thành một lịch trình hợp lý;

- Phản hồi và chia sẻ ví dụ về một “Itinerary” tiêu biểu.

Hoạt động 2: Đồ vui từ vựng

- Chuẩn bị một số câu đố từ vựng có liên quan đến “Itinerary”;

- Yêu cầu SV đọc câu đố và tìm các từ vựng tương ứng từ danh sách từ vựng đã học;
- Chuẩn bị một danh sách các câu hoặc đoạn văn ngắn với khoảng trống ở các từ liên quan đến “Itinerary”;

- Yêu cầu SV điền vào khoảng trống bằng từ đúng để hoàn thiện ý nghĩa của câu hoặc đoạn văn;

- Cung cấp phản hồi và giải đáp các thắc mắc của sinh viên khi hoàn thành bài tập.

Bước 4: Thực hành giao tiếp

- Yêu cầu SV thực hành giao tiếp về “Itinerary” bằng cách lập kế hoạch lịch trình cho một chuyến du lịch tưởng tượng;

- Thực hiện các hoạt động như đặt vé, đặt phòng khách sạn, lên kế hoạch hoạt động trong lịch trình;

- Cung cấp phản hồi và gợi ý để cải thiện kỹ năng giao tiếp của SV.

Bước 5: Tóm tắt và đánh giá

- Tổng kết các từ vựng và ngữ cảnh sử dụng của “Itinerary”;

- Đánh giá hiệu quả của hoạt động học từ vựng và ghi nhận ý kiến phản hồi từ SV để cải thiện trong tương lai.

Chủ đề 2: Marketing in Tourism (Marketing trong du lịch)

Bước 1: Giới thiệu chủ đề

- Trình bày khái niệm về “Marketing in Tourism” và tầm quan trọng của nó trong ngành du lịch;

- Chia sẻ ví dụ về các hoạt động marketing thường được sử dụng trong du lịch.

Bước 2: Tìm hiểu từ vựng liên quan

- Cung cấp danh sách các từ vựng liên quan đến “Marketing in Tourism” như: khách hàng (customers), sản phẩm du lịch (tourism products), quảng cáo (advertising), chiến lược tiếp thị (marketing strategy), thị trường (market), cạnh tranh (competition)...

- Đưa ra các ví dụ về cách sử dụng từ vựng trong ngữ cảnh của “Marketing in Tourism”.

Bước 3: Bài tập từ vựng

Hoạt động 1: Bộ đôi trái nghĩa

- Tạo ra một danh sách các từ vựng chủ đề marketing in tourism, bao gồm các từ có ý nghĩa tương đối và trái nghĩa;

- Yêu cầu SV điền từ trái nghĩa vào các ô trống;

Hoạt động 2: Cụm từ ghép

- Hiện thị các cụm từ ghép từ danh sách các từ vựng chủ đề marketing in tourism trên bảng;

- Yêu cầu SV phân tích và đặt chúng vào các danh mục liên quan như “online marketing”, “direct marketing” hoặc “marketing strategies”...

- Cung cấp phản hồi và giải đáp các thắc mắc của SV khi hoàn thành bài tập.

Bước 4: Thực hành giao tiếp

- Yêu cầu SV thực hành giao tiếp về “Marketing in Tourism” bằng cách lên kế hoạch và thực hiện một chiến dịch marketing cho một sản phẩm hoặc dịch vụ du lịch;

- Thực hiện các hoạt động như tạo slogan, lên kế hoạch quảng cáo, xác định đối tượng khách hàng, và đặt mục tiêu tiếp thị;

- Cung cấp phản hồi và gợi ý để cải thiện kỹ năng giao tiếp của SV.

Bước 5: Tóm tắt và đánh giá

- Tổng kết các từ vựng và ngữ cảnh sử dụng của “Marketing in Tourism”;

- Đánh giá hiệu quả của hoạt động học từ vựng và ghi nhận ý kiến phản hồi từ SV để cải thiện trong tương lai.

* Nghiên cứu này được tài trợ bởi đề tài cấp Trường Đại học Mở Hà Nội, mã số MHN 2023 - 02.24.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trung tâm du lịch quốc gia (2023). <https://thongke.tourism.vn/>
2. Laufer, B. (1988), The development of passive and active vocabulary in a second language: same or different? *Applied Linguistics*, 12, pp.255-271.

3. O'Malley, J.M., & Chamot, A.U. (1995), *Learning strategies in second language acquisition*. UK: Cambridge University Press.
4. Rubin, D. (1987), *Learner strategies: Theoretical assumptions, research, history, and typology*. In A. Wenden & J. Rubin (Eds.), *Learner strategies in language learning* (pp.15-30). Eaglewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
5. Asgari, A., & Mustapha, G. (2010), *The type of vocabulary learning strategies used by ESL students in University Putra Malaysia*. *English Language Teaching*, 1(2), pp.84-90.
6. Gu, P.Y., & Johnson, R.K. (1996), *Vocabulary learning strategies and language learning outcomes*. *Language Learning*, 46(4), pp.643-679.
<http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-1770.1996.tb01355.x>.
7. Schmitt, N. (1997), *Vocabulary learning strategies*. In N. Schmitt & M. McCarthy (Eds), *Vocabulary: Description, acquisition and pedagogy* (pp.77-85). Cambridge: Cambridge University Press.
8. Schmitt, N. (2000), *Vocabulary in language teaching*. New York: Cambridge University Press.
9. Wang, L., & Schmitt, N. (2010), Factors associated with vocabulary learning from context: A meta-analysis. *Language Learning*, 60(2), pp.325-369.
10. Laufer, B., & Hulstijn, J. H. (2012), *Incidental and intentional vocabulary learning: Separating the wheat from the chaff*. *Applied Linguistics*, 33(3), pp.315-336.
11. Nation, I. S. P. (2015), *Learning vocabulary in another language (3rd ed.)*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
12. Rabadi, R. (2016), *Vocabulary learning strategies employed by undergraduate EFL Jordanian students*. *English Language and Literature Studies*, 6(1), pp.47-58.
13. Phạm Thị Thu Trang (2019), *An investigation into vocabulary learning strategies employed by the secondyear non-english major students at Thai Nguyen University of Agriculture and Forestry*. *TNU Journal of Science and Technology*, 199(06), pp.31-36.
14. Laufer, B. (2020), *The effects of vocabulary learning strategies on vocabulary knowledge and use*. In N. Schmitt (Ed.), *Vocabulary in language teaching* (pp.175-194). New York: Routledge.
15. Chen, J., & Schmitt, N. (2022), *The effects of vocabulary learning strategies on the acquisition of new vocabulary*. *Language Learning*, 72(2), pp.325-354.

Propose vocabulary learning strategy for students at the Faculty of Tourism, Hanoi Open University

Abstract: One of the essential factors to help English learners achieve the best communication skills is vocabulary. With the rapid development of the tourism industry and the popularity of English in this field, it is essential to have rich vocabulary knowledge and know to use the vocabulary accurately. This study investigated vocabulary learning strategies (VLS) through a survey of 248 students from the Faculty of Tourism, Hanoi Open University. The results showed that most students have a clear understanding of the importance of vocabulary learning and most students use VLS with an average frequency. Of the five VLS groups, the strategies belonging to the Cognitive and Memorization groups were the most popular and used by students (with a high frequency), while the frequency of using social strategies was the lowest. The study proposes a number of activities related to appropriate VLS strategies to help students improve their vocabulary to develop English communication skills, thereby becoming more confident in using English in the classroom as well as in real-life situations in the field of Tourism. At the same time, the authors hope that this study will contribute to the development of English teaching methods and strategies in particular and foreign language teaching in general.

Key words: Communication competence; English vocabulary; vocabulary learning strategy; vocabulary development.