

CHIẾN LƯỢC HỌC KỸ NĂNG NGHE TIẾNG ANH CỦA SINH VIÊN NĂM THỨ NHẤT TRƯỜNG ĐẠI HỌC HÙNG VƯƠNG

Ngô Thị Thanh Huyền^{1*}

¹Khoa Ngoại ngữ, Trường Đại học Hùng Vương, Phú Thọ

Ngày nhận bài: 12/4/2022; Ngày chỉnh sửa: 13/5/2022; Ngày duyệt đăng: 16/5/2022

Tóm tắt

Kỹ năng nghe tiếng Anh là một kỹ năng nền tảng trong việc phát triển ngôn ngữ này. Tuy nhiên, các chiến lược được sử dụng để nghe hiểu tiếng Anh vẫn chưa nhận được nhiều sự quan tâm từ phía các nhà nghiên cứu giáo dục. Nghiên cứu này nhằm mục đích khảo sát cách sinh viên học tiếng Anh tại Trường Đại học Hùng Vương sử dụng chiến lược nghe, xét theo yếu tố giới tính. Dữ liệu thu được qua phiếu khảo sát trên 145 sinh viên cho thấy yếu tố giới tính ảnh hưởng đến cách họ sử dụng chiến lược nghe. Nhóm sinh viên nam có xu hướng sử dụng chiến lược nghe siêu tri nhận thường xuyên hơn nhóm sinh viên nữ. Trong khi đó, nhóm sinh viên nữ sử dụng nhóm chiến lược xã hội nhiều hơn nhóm sinh viên nam. Cả hai nhóm đều không thường xuyên sử dụng nhóm chiến lược nhận thức. Nghiên cứu khuyến nghị cần có thêm nghiên cứu về chủ đề này, thực hiện trên mẫu lớn hơn, sử dụng thiết kế nghiên cứu định tính để hiểu sâu hơn về đối tượng nghiên cứu. Ngoài ra, kết quả nghiên cứu cũng khuyến nghị giáo viên khi hướng dẫn chiến lược nghe cho người học tiếng Anh nên phân chia các nhóm gồm cả học sinh nam và học sinh nữ để họ có thể hỗ trợ các chiến lược cho nhau.

Từ khóa: Các chiến lược học tiếng Anh; cách sử dụng chiến lược nghe tiếng Anh; giới tính và cách sử dụng chiến lược học tiếng Anh.

1. Đặt vấn đề

Học tiếng Anh như một ngoại ngữ là một trong những ưu tiên hàng đầu trong hệ thống giáo dục tại Việt Nam. Vấn đề đặt ra là làm sao để giúp người học tiếng Anh có thể nâng cao khả năng giao tiếp bằng tiếng Anh là một câu hỏi luôn thu hút sự quan tâm của các nhà nghiên cứu và giáo viên ở các cấp. Để trả lời câu hỏi này, nhà giáo dục cần phải hiểu được cách thức mà người học đang học các kỹ năng tiếng Anh, trong đó có kỹ năng nghe, một kỹ năng chưa được chú trọng đúng mức trong hệ thống đào tạo tiếng Anh tại Việt Nam [1, 2]. Trong khi đó, nhiều nhà nghiên cứu về ngôn ngữ đã khẳng định rằng trong bốn kỹ năng tiếng cơ bản, kỹ năng nghe được

coi là kỹ năng quan trọng nhất giúp hỗ trợ sự phát triển của các kỹ năng còn lại như nói, đọc, viết [3, 4]. Vì vậy, để nâng cao được khả năng giao tiếp, trước hết cần nâng cao khả năng nghe của người học ngoại ngữ. Một số nghiên cứu đã chỉ ra rằng việc áp dụng các chiến lược học có thể giúp người học nâng cao được khả năng nghe hiểu. Tuy nhiên, không phải người học ngoại ngữ nào cũng biết đến điều này [5-7]. Chính vì vậy, để giúp người học nâng cao kỹ năng nghe, trước hết cần phải biết được họ đang nghe tiếng Anh như thế nào. Đây là mục tiêu của nghiên cứu này vì kết quả của nghiên cứu sẽ giúp các giáo viên giảng dạy tiếng Anh có thêm sự hiểu biết về cách thức người học đang tiến

hành hoạt động nghe như thế nào nhằm đưa ra các khóa học đào tạo chiến lược nghe cho từng đối tượng người học.

Thuật ngữ chiến lược nghe hàm nghĩa các hoạt động có ý thức mà người học sử dụng để hiểu, hồi tưởng lại, hay ghi nhớ các thông tin thu nhận được nhằm nâng cao khả năng nghe hiểu của mình [8]. Những chiến lược này đóng vai trò quan trọng trong việc thực hiện thành công các nhiệm vụ nghe [9]. Theo tác giả Furuya [10], các chiến lược nghe là “một chuỗi các chiến lược thuộc về tinh thần hoặc hành vi được thực hiện một cách có chủ ý bởi người nghe theo một thứ tự nhất định (tùy vào mức độ phức tạp của nhiệm vụ

nghe) nhằm nâng cao khả năng tiếp nhận và nghe hiểu các thông tin đầu vào”.

Trong nghiên cứu này, tác giả đã sử dụng bảng phân loại chiến lược nghe của nhà nghiên cứu Vandergrift [11] làm khung lý thuyết. Theo tác giả này, chiến lược nghe của người học được chia làm ba nhóm: Các chiến lược siêu tri nhận, các chiến lược nhận thức, và các chiến lược xã hội/tình cảm. Các chiến lược siêu tri nhận là các hoạt động trí óc giúp quản lý quá trình học ngôn ngữ. Các chiến lược nhận thức là các hành động xử lý ngôn ngữ để thực hiện một nhiệm vụ nghe. Các chiến lược xã hội/tình cảm là các hoạt động thuộc về tình cảm, tương tác với người khác để phục vụ mục đích học tập. Bảng 1 tóm tắt các chiến lược cụ thể thuộc ba nhóm chiến lược nghe này.

Bảng 1. Lược đồ phân loại các chiến lược nghe [11]

Nhóm chiến lược	Các chiến lược cụ thể
Các chiến lược siêu tri nhận	Lên kế hoạch (Planning)
	Chú ý trực tiếp (Directed attention)
	Chú ý có chọn lọc (Selective attention)
	Kiểm soát (Monitoring)
	Đánh giá (Evaluation)
	Nghe ý chính (Identifying main ideas)
	Suy diễn (inferencing)
Các chiến lược nhận thức	Tận dụng kiến thức có sẵn (Elaboration)
	Tóm tắt (Summarization)
	Dịch (Translation)
	Lặp lại (Repetition)
	Tham khảo nguồn (Resourcing)
	Nhóm thông tin (Grouping)
	Ghi chú (Note-taking)
Các chiến lược xã hội/tình cảm	Quy nạp - diễn dịch (Deduction/induction)
	Thay thế (Substitution)
	Yêu cầu giải thích (Questioning for clarification)
	Hợp tác (Cooperation)
	Giảm lo lắng (Lowering anxiety)
	Khích lệ bản thân (Self - encouragement)

Tổng quan vấn đề nghiên cứu cho thấy yếu tố giới tính ảnh hưởng đến việc học nghe nói chung và việc người học lựa chọn sử dụng các chiến lược nghe nói riêng. Green và Oxford [12] đã tiến hành một nghiên cứu điều tra trên 285 học sinh và kết luận rằng nhóm học sinh

nữ sử dụng nhiều chiến lược hơn học sinh nam. Hơn nữa, nhóm học sinh nữ này có xu hướng sử dụng nhiều chiến lược xã hội/tình cảm và siêu tri nhận hơn học sinh nam. Tuy nhiên, cũng có những nghiên cứu như Shmais [13] hay Wharton [14] đã tiến hành điều tra sau

thực nghiệm giảng dạy chiến lược nghe cho học sinh và khẳng định rằng yếu tố giới tính không ảnh hưởng đến số lượng và loại chiến lược mà học sinh sử dụng khi nghe. Chính sự mâu thuẫn trong vấn đề này dẫn đến sự cần thiết có thêm những nghiên cứu tương tự giúp khẳng định hoặc bác bỏ kết quả nghiên cứu trước đây. Hơn nữa, kết quả của nghiên cứu này cũng góp phần đưa ra các khuyến nghị sư phạm cho môi trường lớp học chênh lệch về giới tính tại Trường Đại học Hùng Vương, như trình bày tại phần kết luận.

Qua quá trình tìm hiểu các nghiên cứu trước đây về chiến lược nghe, tác giả nhận thấy có khá nhiều nghiên cứu trên thế giới về chủ đề này [2, 11, 15, 16]. Tuy nhiên, ở Việt Nam chỉ có một số nghiên cứu đã công bố về lĩnh vực này [17-19]. Tổng quan nghiên cứu giúp tác giả nhận thấy hiện đang tồn tại một số khoảng trống nghiên cứu trong lĩnh vực này như sau. Thứ nhất, có nhiều nghiên cứu về chiến lược học được người học áp dụng trong các kỹ năng đọc, viết, nói. Tuy nhiên, các nghiên cứu về kỹ năng nghe tiếng Anh còn hạn chế, đặc biệt là các nghiên cứu trên đối tượng tham gia là người học Việt Nam. Thứ hai, các nghiên cứu đã thực hiện trên thế giới chủ yếu khảo sát hoặc hướng dẫn chiến lược nghe tiếng Anh như là một ngôn ngữ thứ hai mà không có nhiều khảo sát trên đối tượng người học tiếng Anh như một ngoại ngữ như đối tượng tham gia khảo sát trong nghiên cứu này. Theo Oxford [1], cách người học tiếng Anh như một ngoại ngữ sử dụng chiến lược nghe có nhiều khác biệt so với những người học tiếng Anh như một ngoại ngữ. Chính vì vậy, đây là một khoảng trống cần phải nghiên cứu. Hơn nữa, thực tiễn của bối cảnh nghiên cứu tại Trường Đại học Hùng Vương, đặc biệt là tại khoa Ngoại ngữ, bao gồm nhiều lớp học chênh lệch về giới tính, đặc biệt là có nhiều lớp phân đa là sinh viên nữ. Nghiên cứu này được thực hiện trên đối tượng sinh viên học tiếng Anh như một ngoại ngữ, nhằm khảo sát các chiến lược

họ sử dụng để nghe tiếng Anh, một kỹ năng chưa được đầu tư nghiên cứu đúng mức ở Việt Nam. Kết quả nghiên cứu này giúp các giáo viên tiếng Anh có cơ sở để thiết kế các hoạt động nghe phù hợp với đối tượng người học và các chiến lược mà họ sử dụng.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu có thiết kế của một nghiên cứu định lượng, mục đích nhằm khảo sát cách sinh viên sử dụng các chiến lược trong khi nghe tiếng Anh. Nghiên cứu sử dụng hai công cụ thu thập số liệu là phiếu khảo sát thông tin cá nhân và bảng hỏi điều tra cách sử dụng chiến lược nghe. Phiếu khảo sát thông tin cá nhân là công cụ thu thập số liệu thứ cấp nhằm lấy thông tin giúp tác giả phân loại người học theo nhóm. Bảng hỏi điều tra cách sử dụng chiến lược nghe là công cụ thu thập số liệu sơ cấp, giúp tác giả hiểu cách sử dụng các chiến lược nghe của hai nhóm đối tượng được phân chia theo giới tính. Dựa trên kết quả thu được từ hai phiếu khảo sát này, tác giả đã xem xét cách sử dụng chiến lược nghe của các nhóm sinh viên phân theo các tiêu chí: Giới tính, thời gian học tiếng Anh, và trình độ tiếng Anh. Tuy nhiên, trong khuôn khổ bài báo này, tác giả chỉ trình bày sự khác biệt trong cách sử dụng chiến lược nghe giữa hai nhóm sinh viên phân loại theo tiêu chí giới tính.

2.2. Bối cảnh nghiên cứu và đối tượng nghiên cứu

Nghiên cứu này được thực hiện tại khoa Ngoại ngữ, Trường Đại học Hùng Vương. Đối tượng tham gia khảo sát là 145 sinh viên năm thứ nhất. Đối tượng tham gia nghiên cứu này được chọn lựa theo tiêu chí thuận tiện (convenience sampling) vì họ có cùng môi trường học tập và làm việc với tác giả. Hơn nữa, bản thân họ phải tham gia các lớp học tiếng Anh bắt buộc nên tác giả hy vọng nhóm đối tượng này sẽ tham gia khảo sát một cách

nghiêm túc về chiến lược học tiếng Anh, một ngoại ngữ đối với họ.

2.3. Công cụ thu thập số liệu

Nhằm thu thập số liệu phục vụ nghiên cứu, hai bảng hỏi đã được thiết kế, chỉnh

sửa và đưa vào khảo sát. Bảng hỏi điều tra thông tin cá nhân được tác giả tự thiết kế nhằm thu thập số liệu liên quan đến giới tính, chuyên ngành, trình độ tiếng Anh, thời gian học tiếng Anh,... Bảng 2 tóm tắt nội dung của bảng điều tra thông tin cá nhân.

Bảng 2. Tóm tắt bảng điều tra thông tin cá nhân

Câu hỏi	Mục đích
1. Bạn bao nhiêu tuổi?	Nhằm xem xét có thể phân chia đối tượng tham gia nghiên cứu theo tiêu chí tuổi tác hay không.
2. Giới tính của bạn là gì?	Nhằm xem xét có thể phân chia đối tượng tham gia nghiên cứu theo tiêu chí giới tính hay không.
3. Chuyên ngành của bạn là gì?	Nhằm xem xét có thể phân chia đối tượng tham gia nghiên cứu theo tiêu chí chuyên ngành học hay không.
4. Bạn học tiếng Anh được bao lâu rồi?	Nhằm xem xét có thể phân chia đối tượng tham gia nghiên cứu theo tiêu chí thời gian học tiếng Anh hay không.
5. Bạn đánh giá như thế nào về kỹ năng nghe tiếng Anh?	Nhằm tìm hiểu quan điểm của người tham gia về việc học nghe tiếng Anh.
6. Bạn dành bao nhiêu giờ mỗi tuần để học nghe tiếng Anh?	Nhằm tìm hiểu số thời gian người học dành cho việc học nghe tiếng Anh
7. Bạn luyện nghe tiếng Anh bằng cách nào?	Nhằm tìm hiểu cách thức người học nghe tiếng Anh.
8. Tại sao bạn học tiếng Anh?	Nhằm xem xét có thể phân chia đối tượng tham gia nghiên cứu theo tiêu chí mục tiêu học tập hay không.
9. Bạn đánh giá như thế nào về khả năng nghe tiếng Anh của bạn?	Nhằm xem xét có thể phân chia đối tượng tham gia nghiên cứu theo tiêu chí trình độ hay không.

Thông tin từ bảng điều tra thông tin cá nhân đã giúp tác giả chọn lọc và phân loại đối tượng tham gia nghiên cứu theo ba tiêu chí: Giới tính, thời lượng học tiếng Anh và trình độ tiếng Anh. Một số tiêu chí khác như độ tuổi, mục đích học tiếng Anh, chuyên ngành học không thể hiện sự khác

biệt rõ nét nên không được xem xét đến. Như đã trình bày ở mục 2.1, bài báo này chỉ đề cập đến cách sử dụng chiến lược nghe của sinh viên được phân loại theo giới tính. Bảng 3 tóm tắt kết quả khảo sát về thông tin cá nhân của đối tượng tham gia theo tiêu chí giới tính.

Bảng 3. Nhóm đối tượng tham gia nghiên cứu chia theo giới tính

Tiêu chí	Tên nhóm	Số lượng	Tỷ lệ phần trăm (%)
Giới tính	Nhóm nam	68	46,9%
	Nhóm nữ	77	53,1%
	Tổng	145	100%

Công cụ nghiên cứu chính của đề tài này là bảng điều tra cách sinh viên sử dụng chiến lược học nghe tiếng Anh. Bảng khảo sát này gồm 50 câu hỏi, dựa trên bảng khảo sát của tác giả Ngô Thị Hằng Nga [20]. Trong bảng khảo sát, các câu hỏi được thiết kế tương ứng với từng chiến lược cụ thể trong bảng phân loại chiến

lược nghe của tác giả Vandergrift [11]. Như đã đề cập ở mục 1, bảng phân loại chiến lược nghe này được nhóm nghiên cứu dùng làm khung lý thuyết để tìm hiểu, phân tích các dữ liệu thu được. Bảng khảo sát sử dụng thang đo Likert với năm mức độ: không bao giờ, hiếm khi, thỉnh thoảng, thường xuyên, luôn luôn. Để

giúp các sinh viên không gặp khó khăn trong việc hiểu các câu hỏi điều tra, bảng hỏi được dịch sang tiếng Việt và sử dụng những ngôn ngữ đơn giản chứ không dùng các thuật ngữ chuyên môn. Ví dụ, với câu hỏi tương ứng với

chiến lược chú ý trực tiếp đã được giải thích như sau: tôi chỉ quan tâm đến các thông tin chính và không quan tâm đến tất cả các thông tin xuất hiện trong băng nghe. Bảng 4 tóm tắt cấu trúc của bảng khảo sát.

Bảng 4. Tóm tắt cấu trúc của bảng khảo sát chiến lược nghe

Các nhóm chiến lược	Tên các chiến lược nghe	Câu hỏi
Nhóm chiến lược siêu tri nhận (Metacognitive)	Lên kế hoạch (Planning)	Câu hỏi: 1 + 2 + 3
	Chú ý trực tiếp (Directed attention)	Câu hỏi: 15 + 17 + 19
	Chú ý có chọn lọc (Selective attention)	Câu hỏi: 8 + 14 + 16
	Kiểm soát (Monitoring)	Câu hỏi: 10 + 22 + 31
	Đánh giá (Evaluation)	Câu hỏi: 44 + 46 + 48
Nhóm chiến lược nhận thức (Cognitive)	Nghe ý chính (Identifying main ideas)	Câu hỏi: 11 + 21 + 39
	Suy diễn (Inferencing)	Câu hỏi: 5 + 7 + 9
	Sử dụng kiến thức có sẵn (Elaboration)	Câu hỏi: 26 + 30 + 34
	Tóm tắt (Summarization)	Câu hỏi: 13 + 35 + 38
	Dịch (Translation)	Câu hỏi: 20 + 24 + 28
	Lặp lại (Repetition)	Câu hỏi: 32 + 33
	Tham khảo nguồn (Resourcing)	Câu hỏi: 47 + 49
	Nhóm thông tin (Grouping)	Câu hỏi: 41 + 27
	Ghi chú (Note - taking)	Câu hỏi: 18 + 36
	Quy nạp - diễn dịch (Deduction/induction)	Câu hỏi: 37 + 40
Nhóm chiến lược xã hội/tình cảm (Social/Affective)	Thay thế (Substitution)	Câu hỏi: 42 + 6
	Yêu cầu giải thích (Questioning for clarification)	Câu hỏi: 29 + 45
	Hợp tác (Cooperation)	Câu hỏi: 12 + 29 + 50
	Giảm lo lắng (Lowering anxiety)	Câu hỏi: 4 + 23
	Khích lệ bản thân (Self - encouragement)	Câu hỏi: 43 + 25

Trước khi đưa bảng khảo sát vào nghiên cứu, tác giả đã dịch bản khảo sát sang tiếng Việt, khảo sát thử nghiệm trên 30 sinh viên, và dùng phần mềm SPSS để đo độ tin cậy của bảng khảo sát. Kết quả chạy độ tin cậy là chỉ số $\alpha = 0,8$, đạt mức độ yêu cầu về thang đo.

2.4. Tiến trình nghiên cứu

Trước khi thu thập số liệu, các đối tượng tham gia nghiên cứu và tác giả cùng gặp mặt thông qua phần mềm Google meet. Trong cuộc gặp mặt này, tác giả đã phổ biến các thông tin liên quan đến nghiên cứu mà người tham gia cần nắm được như thời gian, cách thức trả lời

bảng khảo sát, giải thích các thuật ngữ có trong bảng khảo sát. Đặc biệt, tác giả nhấn mạnh rằng tất cả thông tin liên quan đến cá nhân người tham gia đều được bảo mật, chỉ nhằm mục đích phục vụ nghiên cứu. Ngoài ra, người tham gia có thể xin rút khỏi nghiên cứu nếu họ muốn mà không cần giải thích lý do. Sau cuộc họp, có 145 sinh viên đồng ý tham gia khảo sát và tác giả đã gửi cho họ phiếu tự nguyện tham gia nghiên cứu (consent form) để ký tên.

Tiếp theo, vì giãn cách kéo dài do dịch Covid 19, tác giả không thể gặp mặt sinh viên trực tiếp, nên phiếu khảo sát thông tin cá nhân được nhập trên Google form. Sau đó, tác giả

gửi đường link cho người tham gia. Mỗi sinh viên mất khoảng 5 phút để điền thông tin vào phiếu này và gửi lại cho tác giả. Thông tin cá nhân của từng sinh viên được tổng hợp trong một file dữ liệu riêng. Thông tin này đã giúp tác giả phân loại sinh viên thành hai nhóm sinh viên nam và sinh viên nữ.

Sau đó một tuần, theo lịch đã hẹn trước, tác giả tiếp tục nhập phiếu khảo sát cách sử dụng chiến lược nghe lên Google form và gửi link cho nhóm sinh viên tham gia nghiên cứu. Mỗi sinh viên mất từ 12-15 phút trả lời phiếu khảo sát. Sau khi sinh viên trả lời xong phiếu khảo sát, tác giả đã tổng hợp kết quả trong file excel để xử lý dữ liệu.

Cuối cùng, các dữ liệu liên quan đến thông tin cá nhân của sinh viên được tổng hợp trong file excel, các dữ liệu liên quan

đến chiến lược nghe mà sinh viên sử dụng được xử lý bằng cách chạy phần mềm SPSS để đo tần suất.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Sự khác biệt trong cách sử dụng nhóm chiến lược nghe siêu tri nhận của hai nhóm

Trong phần này, dữ liệu thu được giúp tác giả so sánh, đối chiếu cách sử dụng chiến lược nghe của nhóm sinh viên nam và sinh viên nữ theo ba nhóm chiến lược chính: Các chiến lược siêu tri nhận, các chiến lược nhận thức, và các chiến lược xã hội/tình cảm. Bảng 5 tóm tắt thông tin về tần suất sử dụng nhóm chiến lược siêu tri nhận của hai nhóm đối tượng sinh viên nam và sinh viên nữ.

Bảng 5. Tần suất sử dụng nhóm chiến lược siêu tri nhận của sinh viên chia theo giới tính

Tần suất	Giới tính			
	Nữ (n=77)		Nam (n=68)	
	Số lượng	Phần trăm	Số lượng	Phần trăm
Không bao giờ	13	21,9%	4	5,8%
Hiếm khi	30	38,9%	5	7,3%
Thỉnh thoảng	23	29,8%	10	14,7%
Thường xuyên	11	9,4%	32	47,2%
Luôn luôn	0	0,0%	17	25,0%

Từ bảng 5 có thể thấy rằng, nhóm sinh viên nam có xu hướng sử dụng nhóm chiến lược siêu tri nhận thường xuyên hơn nhóm nữ. Trong nhóm nam, có tới 47,2% trả lời rằng họ thường xuyên sử dụng nhóm chiến lược này, 25% trả lời họ luôn luôn sử dụng các chiến lược này khi nghe tiếng Anh, chỉ có 13,1% không bao giờ hoặc hiếm khi sử dụng. Trong khi đó, ở nhóm sinh viên nữ, chỉ 9,4% nói rằng họ thường xuyên sử dụng chiến lược siêu tri nhận, 29,8% thỉnh thoảng mới sử dụng. Có tới 38,9% sinh viên nữ hiếm khi sử dụng các chiến lược này và 21,9% sinh viên không bao giờ sử dụng. Như vậy, kết quả này cho thấy một sự khác biệt đáng

kể trong cách các sinh viên nam và sinh viên nữ sử dụng chiến lược siêu tri nhận.

Cụ thể hơn, khi xem xét cách các sinh viên của hai nhóm sử dụng từng chiến lược riêng rẽ trong nhóm các chiến lược siêu tri nhận, tác giả nhận thấy cũng có một số sự khác biệt. Đối với nhóm sinh viên nữ, họ thường xuyên sử dụng các chiến lược chú ý có chọn lọc (58,4%), nghe ý chính (54,5%), và rất ít khi sử dụng chiến lược kiểm soát (3,8%) trong khi đó nhóm sinh viên nam có xu hướng thường xuyên sử dụng chiến lược chú ý trực tiếp (48,5%) và rất ít khi sử dụng chiến lược lập kế hoạch. Cả hai nhóm đều ít

khi sử dụng chiến lược đánh giá (nhóm nữ 6,4%, nhóm nam 7,3%).

Kết quả nghiên cứu này có sự tương đồng với kết quả nghiên cứu trước đây của một số tác giả như Furuya [10] và Vandergrift [2]. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu này khác với kết quả nghiên cứu của tác giả Zarrabi [16]. Sự khác biệt này khuyến nghị nên có thêm nhiều nghiên cứu xem xét cách thức sử dụng chiến lược siêu tri nhận xét dưới góc độ giới tính của người học, từ đó, có cách tiếp cận

phù hợp trong việc giảng dạy kỹ năng nghe tiếng Anh theo đường hướng lấy người học làm trung tâm.

3.2. Sự khác biệt trong cách sử dụng nhóm chiến lược nghe nhận thức của hai nhóm

Đối với nhóm chiến lược nhận thức (cognitive strategies), kết quả nghiên cứu thu được từ bảng khảo sát được thể hiện trong bảng 6 dưới đây.

Bảng 6. Tần suất sử dụng nhóm chiến lược nhận thức của sinh viên chia theo giới tính

Tần suất	Giới tính			
	Nữ (n=77)		Nam (n=68)	
	Số lượng	Phần trăm	Số lượng	Phần trăm
Không bao giờ	15	19,4%	17	25,0%
Hiếm khi	27	35,0%	33	48,5%
Thỉnh thoảng	17	22,0%	11	16,1%
Thường xuyên	12	15,6%	5	7,3%
Luôn luôn	6	8,0%	2	3,1%

Như ta thấy trong bảng 6, cả hai nhóm sinh viên nam và nữ đều hiếm khi sử dụng nhóm chiến lược nhận thức trong khi nghe. Cụ thể, có 35% nữ và 48,5% nam cho rằng họ hiếm khi sử dụng các chiến lược này. Trong khi 19,4% sinh viên nữ và 25% sinh viên nam báo cáo họ không bao giờ sử dụng nhóm chiến lược này thì chỉ có 8% sinh viên nữ và 3,1% sinh viên nam nói rằng họ luôn luôn sử dụng các chiến lược nhận thức trong khi nghe.

Khi xem xét cách sử dụng từng chiến lược cụ thể trong nhóm chiến lược này, tác giả nhận thấy cả hai nhóm sinh viên thường xuyên sử dụng các chiến lược dịch, lặp lại, tham khảo nguồn. Bên cạnh đó, nhóm sinh viên nữ cũng thường xuyên sử dụng chiến lược suy diễn (51,9%) và ít khi sử dụng chiến lược tóm tắt (6,4%). Trong khi đó, nhóm sinh viên nam thường xuyên sử dụng chiến lược quy nạp - diễn dịch (39,7%) và ít khi sử dụng chiến lược ghi chú (8,8%).

Kết quả nghiên cứu này tương đồng với kết quả nghiên cứu của tác giả Vandergrift và Tafaghodtari [21] khi cho rằng cả hai nhóm sinh viên đều sử dụng nhóm chiến lược nhận thức với tần suất thấp. Kết quả nghiên cứu này khuyến nghị rằng các nghiên cứu trong tương lai nên tập trung vào vấn đề đào tạo các chiến lược nhận thức cho đối tượng người học tiếng Anh có xuất phát điểm giống với đối tượng người học tham gia trong nghiên cứu này.

3.3. Sự khác biệt trong cách sử dụng nhóm chiến lược nghe xã hội/tình cảm của hai nhóm

Với nhóm chiến lược thứ ba, nhóm chiến lược xã hội/tình cảm, kết quả nghiên cứu cho thấy cách sử dụng chiến lược của nhóm sinh viên nữ trái ngược với nhóm sinh viên nam. Bảng 7 tóm tắt tần suất sử dụng nhóm chiến lược này của hai nhóm sinh viên.

Bảng 7. Tần suất sử dụng nhóm chiến lược xã hội/tình cảm của sinh viên chia theo giới tính

Tần suất	Giới tính			
	Nữ (n=77)		Nam (n=68)	
	Số lượng	Phần trăm	Số lượng	Phần trăm
Không bao giờ	2	2,5%	17	25,0%
Hiếm khi	6	7,7%	24	35,2%
Thỉnh thoảng	12	15,6%	14	20,6%
Thường xuyên	21	27,2%	8	11,7%
Luôn luôn	36	47,0%	5	7,3%

Từ bảng 7 có thể thấy rằng nhóm sinh viên nữ có xu hướng sử dụng nhóm chiến lược xã hội tình cảm ở mức độ khá cao (47% luôn luôn sử dụng; 27,2% thường xuyên sử dụng) trong khi đó nhóm sinh viên nam lại báo cáo rằng họ hiếm khi sử dụng (với 35,2%) hoặc không bao giờ sử dụng (với 25%). Chỉ có 2,5% sinh viên nữ không bao giờ sử dụng nhóm chiến lược này và 7,7% hiếm khi sử dụng. Ở nhóm sinh viên nam, chỉ có 7,3% cho rằng họ luôn luôn sử dụng và 11,7% thường xuyên sử dụng nhóm chiến lược này.

Cụ thể hơn, nhóm sinh viên nữ thường xuyên sử dụng chiến lược kích lệ bản thân và hợp tác (lần lượt là 61% và 58,4%), ít khi sử dụng chiến lược giảm lo lắng (3,8%). Nhóm sinh viên nam thường sử dụng chiến lược hợp tác (63,2%) và ít khi sử dụng chiến lược kích lệ bản thân (5,8%). Cả hai nhóm đều ít khi sử dụng chiến lược yêu cầu giải thích (nhóm nữ: 10,8%; nhóm nam: 13,2%).

Kết quả nghiên cứu này giúp khẳng định nghiên cứu của Ngô Thị Hằng Nga [20] và Nguyễn Thị Bôi Hoàng [22]. Trong nghiên cứu của mình, các tác giả này đã khẳng định rằng việc sử dụng chiến lược xã hội/tình cảm chịu sự tri phối của yếu tố giới tính. Theo đó, người học là nữ thường có xu hướng sử dụng các chiến lược thiên về cảm xúc và giao tiếp xã hội hơn những người học là nam giới. Theo tác giả Oxford [1], yếu tố giới tính có ảnh hưởng đến phong cách học của người học. Theo đó, người học thuộc giới tính nam thường có xu hướng sử dụng các chiến lược học siêu tri nhận nhưng lại thường gặp khó khăn trong việc áp dụng các chiến lược cảm

xúc và xã hội. Người học ngôn ngữ thuộc giới tính nữ thường có xu hướng sử dụng nhiều chiến lược tình cảm, xã hội và ít sử dụng các chiến lược siêu tri nhận. Bên cạnh đó, các sinh viên của nghiên cứu này thường ít sử dụng các chiến lược tri nhận trong quá trình nghe. Kết quả này được giải thích bởi Schunk [23]. Theo đó, các chiến lược tri nhận khá phức tạp nên thường chỉ những sinh viên đã được đào tạo chiến lược hoặc những sinh viên có trình độ khá cao mới có thể sử dụng. Trong bối cảnh nghiên cứu này, sinh viên chưa được tham gia khóa đào tạo chiến lược nào. Hơn nữa, trình độ nghe của họ ở mức khá thấp nên có thể sẽ hạn chế khả năng sử dụng các chiến lược nghe phức tạp.

Kết quả này kêu gọi các nhà nghiên cứu nên tiến hành thêm nhiều nghiên cứu về phong cách học xét theo yếu tố giới tính người học. Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu thể hiện rằng cả hai nhóm sinh viên rất ít khi dùng chiến lược yêu cầu giải thích. Vì vậy, kết quả này khuyến nghị rằng đối với người học tiếng Anh như một ngoại ngữ, giáo viên cần tạo điều kiện và môi trường học cởi mở để họ có thể thoải mái trao đổi những thắc mắc với bạn học hoặc với giáo viên.

4. Kết luận

Nhìn chung, kết quả nghiên cứu có thể tóm tắt trong một số nội dung chính sau đây. Thứ nhất, yếu tố giới tính có ảnh hưởng đến cách thức người học sử dụng chiến lược. Thứ hai, nhóm sinh viên nam có xu hướng sử dụng nhóm chiến lược siêu tri nhận nhiều hơn nhóm

sinh viên nữ, trong khi đó, nhóm sinh viên nữ có xu hướng sử dụng nhóm chiến lược xã hội tình cảm ở mức độ cao hơn nhóm sinh viên nam. Thứ ba, cả hai nhóm sinh viên nam và nữ đều hiếm khi sử dụng nhóm chiến lược nhận thức trong khi nghe. Các kết quả thu được trong nghiên cứu này đã phần nào giúp khẳng định kết quả của một số nghiên cứu đã thực hiện trước đây nhưng cũng tương phản với một số nghiên cứu khác, như đã trình bày trong mục 3. Kết quả nghiên cứu đã đóng góp thêm hiểu biết về sự ảnh hưởng của giới tính người học đối với các chiến lược mà họ sử dụng trong kỹ năng nghe tiếng Anh. Ngoài ra, nghiên cứu đã đóng góp về mặt thực tiễn giảng dạy tiếng Anh tại Trường Đại học Hùng Vương giúp giáo viên có định hướng cho cách triển khai các hoạt động nghe phù hợp với giới tính của từng nhóm người học.

Mặc dù được thực hiện theo thiết kế của một nghiên cứu định lượng, tuy nhiên, đối tượng khảo sát chỉ có 145 sinh viên ở cả hai nhóm, được chọn lựa theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Vì vậy, kết quả nghiên cứu phần nào bị giới hạn trong khuôn khổ tại Trường Đại học Hùng Vương. Các nghiên cứu về chủ đề này trong tương lai nên thực hiện khảo sát trên mẫu lớn hơn để đảm bảo tính phổ quát của kết quả nghiên cứu. Hơn nữa, kết quả khảo sát của nghiên cứu này cho thấy giới tính người học có ảnh hưởng đến cách thức họ thực hiện hoạt động nghe. Chính vì vậy, nghiên cứu khuyến nghị rằng khi giáo viên hướng dẫn các chiến lược nghe cho người học tiếng Anh thì cần phân chia các nhóm gồm cả sinh viên nữ và sinh viên nam để họ có thể hướng dẫn các chiến lược mà họ nắm vững cho nhau. Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu cũng khuyến nghị rằng đối với các lớp có nhiều sinh viên nam, giáo viên nên đào tạo thêm các chiến lược xã hội tình cảm và các chiến lược nhận thức. Đối với lớp có nhiều sinh viên nữ, giáo viên nên hướng dẫn họ các chiến lược siêu tri nhận và các chiến lược xã hội tình cảm.

Ngoài ra, vì nhận thức rõ những điểm yếu của công cụ thu thập số liệu định lượng nên tác giả cũng khuyến nghị các nghiên cứu trong tương lai có thể tiếp cận vấn đề này theo hướng nghiên cứu định tính với các công cụ thu thập số liệu như phỏng vấn sâu, nhật ký, quan sát để có một cái nhìn sâu hơn về cách thức sử dụng chiến lược nghe của người học khi họ được trực tiếp lên tiếng giải thích về cách họ sử dụng các chiến lược trong khi nghe tiếng Anh.

Tài liệu tham khảo

- [1] Hoàng Văn Vân (2018). The current situations and issues of teaching of English in Vietnam. *Studies in Language and Culture*, 22(1), 7-18.
- [2] Lê Văn Canh, Nguyễn Thị Mai Hương, Hoàng Thị Thúy Minh & Barnard, R. (2019). Building teacher capacity in English language teaching in Vietnam: Research, policy and practice. *Building Teacher Capacity in English Language Teaching in Vietnam: Research, Policy and Practice*. Routledge.
- [3] Oxford, R. L. (2017). *Teaching and researching: Language learning strategies*. *Teaching and Researching: Language Learning Strategies*. Taylor & Francis. <https://doi.org/10.4324/9781315838816>
- [4] Vandergrift, L. (2003). Orchestrating strategy use: Towards a model of the skilled L2 listener. *Language Learning*, 53(9), 461-494.
- [5] Graham, S. (2018). Teaching Listening Strategies. *The TESOL Encyclopedia of English Language Teaching*, 4(12), 1-5.
- [6] Moradi, K. (2013). The Impact of Listening Strategy Instruction on Academic Lecture Comprehension: A Case of Iranian EFL Learners. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 70, 406-416.
- [7] Vandergrift, L. (2007). Recent developments in second and foreign language listening comprehension research. *Language Teaching*, 40(3), 191-210.
- [8] Vandergrift, L., & Goh, C. C. M. (2012). Teaching and learning second language listening: Metacognition in action. *Teaching and Learning Second Language Listening: Metacognition in Action*, 1-316.

- [9] Cross, J. (2016). Exploring Listening Strategy Instruction Through Action Research. *ELT Journal*, 70(2), 231-232.
- [10] Furuya, A. (2021). How Do Listening Comprehension Processes Differ by Second Language Proficiency? Top-Down and Bottom-Up Perspectives. *International Journal of Listening*, 35(2), 123-133.
- [11] Vandergrift, L. (1997). The comprehension strategies of second language (French) listeners: A descriptive study. *Foreign Language Annals*, 30(3), 387-409.
- [12] Green, J. & Oxford, R. (1995). A closer look at learning strategies, L2 proficiency, and gender. *TESOL Quarterly*, 29(2), 261-297.
- [13] Shmais, W. (2003). Language learning strategy use in Palestine. *TESL-EJ*, 7(2). Retrieved from <http://tesl-ej.org/ej26/a3.html>.
- [14] Wharton, G. (2000). Language learning strategy use of bilingual foreign language learners in Singapore. *Language Learning*, 50(2), 203-244.
- [15] Yeldham, M., & Gruba, P. (2016). The development of individual learners in an L2 listening strategies course. *Language Teaching Research*, 20(1), 9-34.
- [16] Zarrabi, F. (2017). How Explicit Listening Strategy Instruction Affects Listening Comprehension of Different Learners. *Journal of Language Teaching and Research*, 8(4), 655.
- [17] Ngô Thị Hằng Nga (2017). A Needs-Based Integrated EFL Listening Strategy Instruction: A Mixed Methods Case Study at a Vietnamese University [University of Sydney]. <https://ses.library.usyd.edu.au/handle/2123/16790>.
- [18] Nguyễn Huy Hoàng (2018). Fostering Positive Listening Habits among EFL Learners through the Application of Listening Strategy and Sub-skill Instructions. *Journal of Language Teaching and Research*, 9(2), 268.
- [19] Ngô Thị Thanh Huyền (2019). Listening comprehension strategy instruction: a review of previous studies. *Journal of Science, Ho Chi Minh City University of Education*, 16(8), 227-240.
- [20] Ngô Thị Hằng Nga (2015). Some insights into listening strategies of learners of English as a foreign language in Vietnam. *Language, Culture and Curriculum*, 28(3), 311-326.
- [21] Vandergrift, L., & Tafaghodtari, M. H. (2010). Teaching L2 Learners How to Listen Does Make a Difference: An Empirical Study. *Language Learning*, 60(2), 470-497.
- [22] Nguyễn Thị Bôi Hoàng (2013). English Learning Strategies of Vietnamese Tertiary Students. PhD Thesis. Faculty of Education. University of Tasmania.
- [23] Schunk, D. H. (2012). *Learning theories: an educational perspective*. (6th ed.). Pearson. <https://doi.org/10.1007/BF00751323>

ENGLISH LISTENING STRATEGIES USED BY FIRST YEAR STUDENTS AT HUNG VUONG UNIVERSITY

Ngô Thị Thanh Huyền¹

¹*Faculty of Foreign Languages, Hung Vuong University, Phu Tho*

Abstract

English listening skills have been proven to be a foundation for the development of other language skills. However, which strategies used to foster learners' listening has not received sufficient attention from educational researchers. This study aimed at investigating how EFL learners, categorized by gender, at Hung Vuong University used listening strategies. The data obtained from the listening strategy use questionnaire on 145 participants shows that the gender factor affects the learners' use of listening strategies. Specifically, male students used more metacognitive listening strategies than female students. Meanwhile, female students used social/affective strategies more frequently than male counterparts. Neither of these groups frequently used the cognitive strategies. The study recommends that more research on this topic should be done on a larger sample, using a qualitative research design to gain more insights into the topic. In addition, the research results also suggest that in order to guide EFL learners listening strategies, teachers should divide groups with both male and female students so that they can supplement the strategies for each other.

Keywords: *English learning strategies; use of English listening strategies; gender and use of English learning strategies.*