

SỰ PHẢN ÁNH VĂN HÓA CỘNG ĐỒNG TRONG THÀNH NGỮ, TỤC NGỮ TIẾNG ANH CÓ THÀNH TỔ CHỈ CON SỐ

TRẦN LÊ DUYỄN*, NGÔ QUÝ CHUNG**

*Học viện Khoa học Quân sự, ✉ duyenletran@gmail.com

**Học viện Khoa học Quân sự, ✉ cuaquychung@gmail.com

Ngày nhận bài: 05/8/2024; ngày sửa chữa: 18/9/2024; ngày duyệt đăng: 25/9/2024

TÓM TẮT

Con số không chỉ đóng vai trò quan trọng trong việc biểu đạt nghĩa của số đếm và số thứ tự thông thường mà chúng còn được sử dụng để truyền tải những nét đặc trưng riêng về mặt ngôn ngữ, góp phần hình thành nên thành ngữ, tục ngữ có thành tổ chỉ con số. Bên cạnh những từ biểu thị con số thực và số thứ tự như “one, two, three, thousand, million, first, fifth, ...” trong tiếng Anh, còn tồn tại những biến thể biểu thị con số như “couple, double, triple, quarter, dozen, twice, both, once, each, ...”. Nhờ có sự tham gia của các biến thể này mà thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh có thành tổ chỉ con số lớn hơn về số lượng và đa dạng, phong phú hơn về đặc trưng văn hóa. Vì vậy, bài báo này chỉ ra một trong những đặc trưng quan trọng của thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh có thành tổ chỉ con số: văn hóa cộng đồng dưới ánh sáng của ngôn ngữ học văn hóa.

Từ khóa: văn hóa cộng đồng, nghĩa biểu trưng, thành ngữ, tục ngữ có thành tổ chỉ con số

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Thành ngữ và tục ngữ có thành tổ chỉ con số trong tiếng Anh đã thu hút được nhiều sự quan tâm của một số học giả như Kong (2014), Al-tameemi (2016), Nall (2009), Nikitkova (2013),... Tuy nhiên, những nghiên cứu này dường như chưa bàn đến những đặc điểm văn hóa điển hình của thành ngữ, tục ngữ có thành tổ chỉ con số trong tiếng Anh. Do đó, mục đích nghiên cứu của bài báo là chỉ ra nét đặc trưng về văn hóa cộng đồng được phản ánh trong thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh có thành tổ biểu thị con số.

Để đạt được mục đích nghiên cứu đề ra, tác giả đặt ra câu hỏi: “Yếu tố văn hóa cộng đồng được

phản ánh như thế nào trong thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh có thành tổ biểu thị con số?”

Nghiên cứu này được thực hiện dưới ánh sáng của ngôn ngữ học văn hóa với những lý do sau. Một là, đây là một phương pháp nghiên cứu khoa học có cách tiếp cận liên ngành - văn hóa học và nhân chủng học, triết học, tâm lý học đối với cụm từ nói chung, thành ngữ và tục ngữ nói riêng (Lyons, 1981; Teliya và cộng sự, 1998; Kuper, 2000; Becker, 1982; Miller, 2006; Kroeber và Kluckhohn, 1952; Harris, 1975; Eagleton, 2000). Theo đó, cách tiếp cận này tập trung vào mối quan hệ giữa ngôn ngữ và văn hóa; văn hóa-ngôn ngữ trong việc hình thành thành ngữ, tục ngữ; những đặc trưng văn hóa phản ánh thế giới quan của dân

tộc trong cuộc sống hiện thực; những nguyên mẫu, biểu tượng văn hóa trong đời sống xã hội. Hai là, Regina (2021), Su (2006) nhận định rằng mối quan hệ giữa ngôn ngữ và văn hóa được thể hiện ở nhiều góc độ như ngữ nghĩa, ngữ dụng, cấu trúc. Ba là, bức tranh thế giới về văn hóa được phản ánh thông qua các phương tiện ngôn ngữ như thành ngữ và tục ngữ trong các giai đoạn lịch sử khác nhau (Teliya và cộng sự, 1998). Như vậy, để trả lời câu hỏi nghiên cứu được đặt ra, tác giả lựa chọn phương pháp ngôn ngữ học văn hóa.

Đối với mẫu nghiên cứu, 2467 thành ngữ, 801 tục ngữ có thành tố chỉ con số trong tiếng Anh ở nghiên cứu này bao gồm những con số từ 1/4 đến triệu như “*a quarter, a half, fifteen, hundred, thousand, million, ...*”; số thứ tự như “*first, second, third, fifth, seventh, sixth, ...*”; thành tố mang nghĩa chỉ con số theo từ điển của Thompson (1993) và của Turnbull (2014) do tác giả Đình Điền dịch như: “*a/an*”: nghĩa 1, 3, 5: “*một, chỉ một, mỗi một*” (Thompson, 1993, tr. 2); “*each*”: nghĩa 1: “*mỗi*”; ... Những mẫu này được chọn một cách phi ngẫu nhiên theo gợi ý của các tác giả Schurink và Schurink (1988), Fossey, et al. (2002), Neuman (2003) và Taherdoost (2016) và được thu thập từ 8 nguồn ngữ liệu: Ammer (1997), Ayto (2009), Jahagirdar (2010), Mieder et.al. (1992), Simpson and Speake (2008), Sinclair (1997), Spears (1998) và Spears (2005). Từ đó, tác giả tiến hành mã hóa và phân loại chúng theo đặc trưng văn hóa với sự hỗ trợ của phần mềm Excel để trả lời câu hỏi nghiên cứu đặt ra. Tiếp theo, tác giả phân tích dữ liệu trên cơ sở nội dung nghiên cứu để chứng minh kết quả nghiên cứu và thảo luận kết quả nghiên cứu.

2. KHÁI NIỆM VĂN HÓA CỘNG ĐỒNG

Văn hóa cộng đồng là một tập hợp các giá trị như tín ngưỡng phong tục, tập quán, các nghi lễ, truyền thống, lịch sử, ký ức, bản sắc, quy tắc xã hội, kiến thức và các hoạt động văn hóa mang những đặc trưng riêng của một nhóm người cụ thể trong cộng đồng được lưu truyền từ thế hệ này đến thế hệ khác (Harwood, 1993; Levinson and Christensen, 2003). Văn hóa cộng đồng còn bao gồm cả sự tương tác của các thành viên trong cộng

đồng ở các khía cạnh tình cảm, kỳ vọng và thái độ của một nhóm người sống cùng một địa phương hoặc cộng đồng, phản ánh khả năng thích nghi với môi trường cộng đồng. Văn hóa cộng đồng được biểu hiện qua ngôn ngữ, trang phục, thực phẩm, nghệ thuật, âm nhạc và các hoạt động vui chơi giải trí (Levinson, 1996).

Như vậy, trong nghiên cứu này, văn hóa cộng đồng là tập hợp các giá trị như kinh nghiệm sản xuất, kinh nghiệm sống, phong tục, tập quán, các nghi lễ, truyền thống, lịch sử, ký ức, bản sắc, quy tắc xã hội, kiến thức và các hoạt động văn hóa mang những đặc trưng riêng của một nhóm người cụ thể trong cộng đồng được phản ánh thông qua ngôn ngữ, trong đó có thành ngữ, tục ngữ có thành tố chỉ con số.

3. VĂN HÓA CỘNG ĐỒNG ĐƯỢC PHẢN ÁNH TRONG THÀNH NGỮ, TỤC NGỮ TIẾNG ANH CÓ THÀNH TỐ CHỈ CON SỐ

Văn hóa cộng đồng được phản ánh trong các thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh có thành tố chỉ con số ở nhiều lĩnh vực khác nhau, từ kinh nghiệm sống đến các quy tắc ứng xử của cá nhân trong cộng đồng như sau:

3.1. Thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh có thành tố chỉ con số phản ánh kinh nghiệm sản xuất của con người

Có thể nhận thấy rằng kinh nghiệm sản xuất của con người; đặc biệt là kinh nghiệm trồng trọt, chăn nuôi theo từng thời vụ và hiện tượng thời tiết được phản ánh ở 53 kết cấu tục ngữ tiếng Anh có thành tố chỉ con số như “*A dry March, a wet April and a cool May may fill the barn and cellar*” (Tháng ba khô ráo, tháng tư có mưa và tháng năm mát mẻ nghĩa là sẽ có một vụ mùa bội thu), “*A swarm in May is worth a load of hay; a swarm in June is worth a silver spoon but a swarm in July is not worth a fly*” (Càng về cuối năm, ong sẽ càng khó có cơ hội lấy phấn hoa), ... Tóm lại, kinh nghiệm lao động sản xuất và khả năng tận dụng tự nhiên, khắc chế thời tiết xấu nhằm tăng năng suất cây trồng, vật nuôi được phản ánh khá rõ trong tục ngữ tiếng Anh có thành tố chỉ con số.

3.2. Thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh có thành tố chỉ con số phản ánh những trải nghiệm của con người

Những trải nghiệm của con người cũng là những bài học quý giá để họ đưa ra những nhận định sáng suốt cho hiện tại và tương lai, bởi vậy, 81 thành ngữ, 59 tục ngữ có thành tố chỉ con số cũng là những minh chứng sinh động về những giá trị này trong văn hóa Anh-Mỹ trên góc độ tích cực và tiêu cực như “Rats desert a falling house” (Cháy nhà mới ra mặt chuột), “a sweeping statement” (Vơ đũa cả nắm), “Strain at a gnat and swallow a camel” (Chuyện bé xé ra to), “a square peg in a round hole” (nồi tròn vung méo), “a stab in the back” (đâm sau lưng), “A good marksman may miss” (Thánh nhân còn có đôi khi nhầm), “It is a long lane that has no turning” (Hết con bí cục đến hồi thái lai), “Into every life a little rain must fall” (Ba mươi chưa phải là tết), “Every dark cloud has a silver lining” (Trong cái rủi có cái may), “Custom is a second nature” (Ngựa quen đường cũ), “Empty vessels make a greatest sound” (Thùng rỗng kêu to), “Every cock is proud of his own den” (Chó cậy nhà gà cậy chuồng), “Honey tongue, a heart of gall” (Sự thật mất lòng), “An idle brain is the Devil’s workshop” (Nhàn cư vi bất thiện),

3.3. Thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh có thành tố chỉ con số phản ánh các mối quan hệ trong cộng đồng

Các mối quan hệ trong cộng đồng như quan hệ hàng xóm láng giềng, bạn bè, cấp trên, cấp dưới,... cũng được phác họa rõ nét trong 76 tục ngữ có thành tố chỉ con số tiếng Anh. Thực vậy, người Anh và Mỹ rất coi trọng hàng xóm, bạn bè. Điều này được phản ánh thông qua các kết cấu mang nghĩa như bán anh em xa, mua láng giềng gần: “A good neighbour is worth more than a hundred relatives”, coi người bạn chia sẻ với mình lúc hoạn nạn là người bạn đích thực: “A friend in need is a friend indeed”. Bên cạnh đó, có nhiều lời khuyên về việc lựa chọn bạn, đối tác, nhận diện bản chất con người như “He’s a chip off the old block” (Cha nào con nấy), “An old dog

will learn old tricks, an old fox not easily snared” (Gừng càng già càng cay), “He that has a full purse never wanted a friend” (Giàu đôi bạn, sang đôi vợ), “A man is known by his friends” (Nhìn bạn biết người), “Better an open enemy than a false friend” (Thà chơi với kẻ thù còn hơn chơi với bạn xấu), “Better be the servant of a wise man than the master of a fool” (Làm đầy tớ thằng khôn còn hơn làm thầy thằng dại), hay bao dung tha thứ cho người lầm lỗi: “Hate not at the first harm” (Đánh kẻ chạy đi không ai đánh kẻ chạy lại), ...

3.4. Thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh có thành tố chỉ con số phản ánh quy tắc ứng xử cơ bản của cộng đồng

Những quy tắc ứng xử cơ bản như những lời răn dạy về đạo lý con người, cách sống, đối nhân xử thế, định hướng chân, thiện, mỹ trong văn hóa Anh-Mỹ cũng được phản ánh thông qua 64 thành ngữ, 58 tục ngữ tiếng Anh có thành tố chỉ con số như “a skeleton in the cupboard” (Đẹp tốt phô ra, xấu xa đậy lại), “a window’s mite” (Lá lành đùm lá rách), “a bird in hand” (Thà rằng bắt sẻ trên tay còn hơn được hứa trên mây hạc vàng), “First catch your hare then cook him” (Đừng đếm cua trong lỗ), “A silent fool is counted wise” (Im lặng là vàng), “Every bean has its black” (Nhân vô thập toàn), “A wise man changes his mind, a fool never will” (Khôn ngoan chẳng lo nói nhiều, người khôn dù nói nửa điều cũng khôn), “Better a glorious death than a shameful life” (Chết vinh còn hơn sống nhục), “The morning sun never lasts a day” (Cây ngay không sợ chết đứng), “A good turn is never lost” (Làm ơn không bao giờ thiệt), ...

3.5. Thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh có thành tố chỉ con số phản ánh mối quan hệ nhân quả

Nhân quả là mối quan hệ xuyên suốt quá trình phát triển của loài người. Bởi vậy, 201 thành ngữ, 123 tục ngữ tiếng Anh có thành tố chỉ con số đã tạo nên một bức tranh đa sắc về mối quan hệ này trong quá trình phát triển của hai quốc gia Vương quốc Anh và Hoa Kỳ: “a sprat to catch a mackerel” (Thả con sắn sắt bắt con cá rô), “Second thoughts are best” (Cẩn tắc vô ưu), “Good seed makes a good

crop” (Gieo gì gặt nấy), “Even a worm will turn” (Con giun xéo lấm cũng quẩn), “Where there is a smoke, there is a flame” (Không có lửa làm sao có khói), “An ox is taken by the horns, and a man by the tounge” (Thần khẩu hại xác phàm, cái miệng hại cái thân), “As a man makes his bed so must he lie” (Có gan ăn cướp có gan chịu đòn), “Fool me once, shame on you, fool me twice, shame on me” (Một lần bắt tìn, vạn lần bắt tin), “Hang a thief when he’s young, and he’ll not steal when he’s old” (Măng không uốn thì tre trở vòng), “The best fish smell when they are three days old” (Cái kim trong bọc lâu ngày cũng lòi ra), ...

3.6. Thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh có thành tố chỉ con số phản ánh tinh thần đoàn kết, hợp tác và tình yêu quê hương đất nước

Văn hóa cộng đồng còn được thể hiện ở tinh thần đoàn kết, hợp tác và tình yêu quê hương đất nước. Tinh thần đoàn kết, hợp tác và tình yêu quê hương đất nước là những yếu tố hạt nhân đảm bảo cho sự vĩnh hằng của những giá trị văn hóa cốt lõi của hai quốc gia này. Hơn nữa, tinh thần đoàn kết thể hiện sự nhất trí, đồng lòng trong nhận thức và hành động, giúp phát huy sức mạnh của từng cá nhân và trí lực tập thể, xây dựng xã hội văn minh. Vì vậy, tinh thần đoàn kết, hợp tác trong văn hóa Anh-Mỹ được phản ánh trong 293 thành ngữ, 104 tục ngữ tiếng Anh có thành tố chỉ con số 146 thành ngữ. Tinh thần đoàn kết, hợp tác được thể hiện thông qua các kết cấu mang nghĩa ủng hộ: “three cheers for”; tán thành, thỏa hiệp: “make a half way”, nhất trí đồng lòng: “with one voice/ The voice of one man is the voice of no one”; nhất tâm: “all one”; biểu quyết: “a show of hands”; tán dương: “crack up to the nines”; tận tâm, cống hiến: “do nothing by halves/If every man would sweep his own doorstep, the city would soon be clean”; muôn người như một: “at one/as one/as one man”; thề, tuyên thệ: “swear like a trooper/swear on a stack of Bibles/take an oath”; cứu giúp: “throw a rope to”; nhất tề: “to a man”; đoàn kết: “one nation, all in one/One swallow does not make a summer”; hợp tác: “Two half make a whole/One hand washes the other and together they wash the face”; cùng chí hướng: “Before you make a friend eat a bushel

of salt with him”; yêu nguồn cội: “A stream cannot rise above its source/Every bird likes its own nest”; tự nguyện: “It takes two to tango/One volunteer is worth two pressed men”;... Như vậy, với sự hiện diện của nhiều từ chỉ con số trong thành ngữ, tục ngữ tiếng Anh có thành tố chỉ con số, những giá trị cốt lõi của tinh thần đoàn kết, hợp tác và tình yêu quê hương đất nước được phác họa rõ nét trong nền văn hóa Anh-Mỹ bởi đây là những giá trị cốt lõi của người Anh và người Mỹ.

Từ những phân tích trên đây, có thể kết luận rằng văn hóa cộng đồng được phản ánh trong thành ngữ, tục ngữ có thành tố chỉ con số tiếng Anh với đa sắc màu, đa phương diện, bắt nguồn từ những bài học kinh nghiệm về lao động sản xuất, kinh nghiệm sống đến các mối quan hệ xã hội, mối quan hệ nhân quả, những quy tắc ứng xử, tinh thần đoàn kết, hợp tác và tình yêu quê hương đất nước.

4. KẾT LUẬN

Văn hóa và ngôn ngữ có mối quan hệ chặt chẽ với nhau. Ngôn ngữ, một mặt, là một bộ phận cấu thành của văn hóa; mặt khác, nó là một tấm gương phản chiếu văn hóa khi chúng đan xen và ảnh hưởng lẫn nhau. Bởi vậy, sau khi phân tích 2467 thành ngữ, 801 tục ngữ tiếng Anh có thành tố chỉ con số dưới ánh sáng của ngôn ngữ học văn hóa, có thể đi đến kết luận rằng văn hóa cộng đồng được phản ánh rõ nét ở sáu lĩnh vực: kinh nghiệm sản xuất, kinh nghiệm sống, quan hệ xã hội, quan hệ nhân quả, quy tắc ứng xử và tinh thần đoàn kết và tình yêu quê hương đất nước./.

Tài liệu tham khảo:

Tiếng Anh

- Al-Tameemi, I. M. (2016). Problems of translating idioms of number. *European Academic Research*, 4(4), 3667-3680.
- Ammer, C. (1997). *American Heritage Dictionary of Idioms* (Reprint ed.). Boston, MA: Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company.
- Ayto, J. (2009). *Oxford Dictionary of English Idioms*. Oxford: Oxford Reference.
- Becker, H. S. (1982). Culture: A sociological view. *Yale Review*, (71), 513-527.

- Eagleton, T. (2000). *The Idea of Culture*. Oxford: Blackwell.
- Fossey, E., Harvey, C., McDermott, F., & Davidson, L. (2002). Understanding and evaluating qualitative research. *Australian and New Zealand Journal of Psychiatry*, 36(6), 717-732.
- Harris, M. (1975). *Culture, People, Nature: An Introduction to General Anthropology*. New York: Thomas Y. Crowell.
- Harwood, R. (1993). *Community building: What makes it work*. Harvard: Harvard Business Review.
- Jahagirdar, J. (2010). *1000 Proverbs and Sayings in English*. Retrieved September 26, 2019, from <http://www.corehr.wordpress.com>.
- Kong, Y. (2014). The study of English and Chinese numerical idioms and their translation. *Journal of Language Teaching and Research*, 5(2), 446-451.
- Kroeber, A. L., & Kluckhohn, C. (1952). *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions*. MA: Harvard University.
- Kuper, A. (2000). *Culture: The Anthropologists' Account*. MA: Harvard University Press.
- Levinson, D. (1996). *Culture in Mind: Cognition, Culture, and the Problem of Meaning*. Oxford: Oxford University Press.
- Levinson, D., & Christensen, K. (2003). *Encyclopedia of Community*. MA: Berkshire Publishing Group LLC.
- Lyons, J. (1981). *Language and Culture: An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mieder, W., Stewart, A. K., & Kelsie, B. H. (1992). *A Dictionary of American Proverbs*. New York: Oxford University Press.
- Miller, T. (2006). What it is and what it isn't: Introducing... Cultural studies. In T. Miller (Ed.), *A Companion to Cultural Studies* (pp. 01-19). Oxford: Blackwell.
- Nall, T. M. (2009). *An Analysis of Chinese Four-Character Idioms Containing Numbers: Structural Patterns and Cultural Significance*. A PhD dissertation. Indiana: Ball State University.
- Neuman, W. L. (2003). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (5th ed.). London: Pearson.
- Nikitkova, J. (2013). *Semantics of English and Lithuanian Number Idioms: Contrastive Analysis*. A Master's thesis. Lithuanian University of Educational Sciences.
- Postman, N. (1985). *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. New York: Viking Press.
- Regina, P. M. (2021). Linguocultural features of phraseological units. *Academica Globe: Inderscience Research*, 2(5), 148-150.
- Schurink, W. J., & Schurink, E. M. (1988). Developing practice wisdom into theory: The use of qualitative methodology. *The Social Work Practitioner Researcher*, 1(2), 27-37.
- Simpson, J., & Speake, J. (2008). New York: *The Oxford Dictionary of Proverbs* (5th ed.). Oxford University Press Inc.
- Simpson, J., & Speake, J. (2003). *The Concise Oxford Dictionary of Proverbs*. Oxford: Oxford University Press.
- Sinclair, J. (1997). *Collins Cobuild Dictionary of Idioms: Helping Learners with Real English*. London: Harper Collins Publishers Ltd.
- Spears, A. R. (1998). *NTC's Thematic Dictionary of American Idioms*. Illinois: Contemporary Publishing Company.
- Spears, A. R. (2005). *McGraw-Hill's Essential American Idioms Dictionary*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Su, X. (2006). *A Course Book of Cultural Linguistics*. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press.
- Taherdoost, H. (2016). Sampling methods in research methodology: How to choose a sampling technique for research. *International Journal of Academic Research in Management (IJARM)*, 5(2), 18-27. Helvetic Editions LTD.
- Teliya, V., Bragina, N., Oparina, E., & Sandomirskaya, T. (1998). Phraseology as a language of culture: Its role in the representation of a collective mentality. In A. P. Cowie (Ed.), *Phraseology: Theory, Analysis, and Applications* (pp. 55-75). Oxford: Oxford University Press.
- Thompson, D. (1993). *The Oxford Dictionary of Current English*. Oxford: Oxford University Press.
- Turnbull, J. (2014). *Oxford Advanced Learner's Dictionary with Vietnamese Translation*. Oxford: Oxford University Press.

REFLECTION OF COMMUNITY CULTURE IN ENGLISH IDIOMS AND PROVERBS CONTAINING NUMBER-DENOTING COMPONENTS

TRAN LE DUYEN, NGO QUY CHUNG

Abstract: Numbers play a crucial role in not only conveying the meaning of counting and ordinality but also expressing typical linguistic features, contributing to the formation of idioms and proverbs containing components denoting numbers. Besides English words representing real and ordinal numbers such as “one, two, three, thousand, million, first, fifth, ...”, there also exist such variations as “couple, double, triple, quarter, dozen, twice, once, each, ...” signifying numerical concepts. Thanks to their appearance in idioms and proverbs, the English language exhibits a greater quantity and diversity as well as richer cultural peculiarities. Therefore, this article pinpoints one of the important features reflected in English idioms and proverbs containing components denoting numbers in the light of linguoculturology: community culture.

Keywords: *community culture, symbolic meanings, idioms, proverbs containing components denoting numbers*

Received: 05/8/2024; Revised: 18/9/2024; Accepted: 25/9/2024

Tiếp theo trang 78:

PROJECT-BASED LEARNING AND ITS APPLICATION IN TEACHING FRENCH AT FOREIGN TRADE UNIVERSITY

DO THI THU GIANG

Abstract: Project-based learning is a method of teaching that stimulates learners' self-learning ability and creative thinking. It is therefore still a recommended method in the teaching of foreign languages in general and French in particular. With the desire to innovate teaching methods, in particular to improve the effectiveness of French teaching in Foreign Trade University, we conducted an experimental study by applying the project-based learning in the course on French Civilization for students majoring in Business French at Foreign Trade University to evaluate the effectiveness of this method. This study provides a solid foundation for recommending the application of project-based learning in teaching French at Foreign Trade University to enhance education quality.

Keywords: *project-based learning, teaching French, teaching method*

Received: 27/4/2024; Revised: 19/8/2024; Accepted: 25/9/2024