

TRƯỜNG CAO ĐẲNG NGHỀ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
KHOA KINH TẾ

GIÁO TRÌNH
KỸ NĂNG GIAO TIẾP

Chủ biên: NGUYỄN THỊ HỒNG OANH

Biên soạn theo đề cương tổng cục dạy nghề Việt Nam
-Lưu hành nội bộ-

MỞ ĐẦU

1 VỊ TRÍ, TÍNH CHẤT, MỤC TIÊU VÀ YÊU CẦU CỦA MÔN HỌC

1.1 Vị trí và tính chất của môn học

Kỹ năng giao tiếp là môn học thuộc khối kiến thức giáo dục đại cương trong chương trình đào tạo sinh viên bậc Cao đẳng, được giảng dạy ở học kỳ đầu tiên với thời lượng 45 tiết học.

Kỹ năng giao tiếp vừa là môn học lý thuyết, vừa là môn học thực hành. Trong quá trình học, sinh viên được trang bị những kiến thức cơ bản về giao tiếp, ứng xử, đồng thời thực hành để rèn luyện kỹ năng vận dụng kiến thức môn học vào các tình huống giao tiếp hằng ngày cũng như trong hoạt động nghề nghiệp sau này.

1.2 Mục tiêu của môn học

- **Về kiến thức:** Sinh viên lãnh hội được những kiến thức cơ bản nhất về giao tiếp và ứng xử theo truyền thống dân tộc và theo thông lệ quốc tế, phù hợp với sự phát triển kinh tế - xã hội trong giai đoạn hiện nay.

- **Về kỹ năng:** Hình thành ở sinh viên các kỹ năng cơ bản sau:

- Kỹ năng phân tích, đánh giá các quan hệ giao tiếp một cách hợp lý, trên cơ sở đó sinh viên có thể hoàn thiện hoạt động giao tiếp của mình
- Kỹ năng sử dụng tối ưu các phương tiện giao tiếp, bao gồm phương tiện ngôn ngữ và các phương tiện phi ngôn ngữ
- Kỹ năng thiết lập, phát triển, củng cố mối quan hệ cần thiết trong cuộc sống cũng như trong hoạt động nghề nghiệp trong tương lai

- **Về thái độ:** Sinh viên thấy được tầm quan trọng của việc trở thành một người giao tiếp giỏi, trên cơ sở đó hình thành ở các em thái độ đúng đắn đối với môn học cũng như với việc rèn luyện các phẩm chất giao tiếp nghề nghiệp

1.3 Yêu cầu của môn học

Học tập, nghiên cứu môn học kỹ năng giao tiếp, sinh viên cần:

- Phân tích được bản chất, các khía cạnh của quá trình giao tiếp: truyền thông, nhận thức và ảnh hưởng tác động qua lại trong giao tiếp

- Ứng dụng được những nét riêng, những phong tục, tập quán của dân tộc cũng như những nguyên tắc, những thông lệ quốc tế trong giao tiếp, ứng xử hiện đại

- Ứng dụng được những nguyên tắc, những lý luận cơ bản về giao tiếp.

- Tích cực, chủ động trong học tập, đặc biệt là trong giờ học thực hành để hình thành các kỹ năng giao tiếp, đồng thời không ngừng trau dồi, rèn luyện chúng cả trong đời sống thường nhật để nâng chúng lên thành kỹ xảo, nghĩa là làm chủ nghệ thuật giao tiếp.

2 ĐỐI TƯỢNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU MÔN HỌC

2.1 Đối tượng nghiên cứu của môn học giao tiếp

Môn kỹ năng giao tiếp nghiên cứu những vấn đề cơ bản sau đây:

- Bản chất, đặc điểm của quá trình giao tiếp

- Các loại hình giao tiếp và đặc trưng của chúng

- Các hiện tượng tâm lý và tâm lý – xã hội diễn ra trong giao tiếp, trong đó chủ yếu là các quá trình trao đổi thông tin nhận thức, cảm xúc và ảnh hưởng tác động qua lại lẫn nhau giữa các chủ thể giao tiếp

- Các kỹ năng, kỹ xảo giao tiếp

- Hiệu quả và những ảnh hưởng đến hiệu quả của quá trình giao tiếp.

Trên cơ sở làm rõ những vấn đề này, môn học kỹ năng giao tiếp giúp mỗi chúng ta nâng cao văn hóa giao tiếp, ứng xử của bản thân và là tiền đề cho sự thành đạt của chúng ta trong cuộc sống cũng như trong sự nghiệp.

2.2 Phương pháp nghiên cứu môn học

Để học tập tốt môn kỹ năng giao tiếp, sinh viên có thể sử dụng nhiều phương pháp khác nhau. Dưới đây là một số phương pháp cơ bản

2.2.1 Phương pháp duy vật biện chứng

Phương pháp này đòi hỏi lưu ý hai vấn đề khi phân tích, lý giải một hành vi giao tiếp cụ thể:

- Thứ nhất, không có thể lực siêu tự nhiên nào mà chính là hiện thực xã hội, các quan hệ xã hội, quan hệ kinh tế quyết định hành vi giao tiếp của con người.

Hành vi giao tiếp của con người chịu sự tác động của nhiều yếu tố, như: hoàn cảnh, tình huống, tâm lý, phong tục, tập quán, tuyên thống v.v. Các yếu tố tâm lý như nhu cầu, động cơ, mục đích của chủ thể giao tiếp quy định hành vi giao tiếp của họ. Nhưng chúng không do thần linh, thượng đế hay một thể lực siêu tự nhiên nào khác sinh ra, mà tâm lý thực chất là hiện thực của cuộc sống được con người phản ánh vào trong đầu óc của mình.

- Thứ hai, mỗi hành vi giao tiếp chịu sự tác động, chi phối của nhiều yếu tố khác nhau, vì vậy không được tách rời, cô lập hành vi giao tiếp mà phải đặt nó trong mối quan hệ chặt chẽ, trong sự ảnh hưởng tác động qua lại với các yếu tố đó mới có thể lý giải nó một cách chính xác và đầy đủ.

2.2.2 Phương pháp nghiên cứu tài liệu

Hiện nay có rất nhiều công trình nghiên cứu về giao tiếp đã được công bố, in ấn thành sách hoặc được phổ biến trên những phương tiện thông tin đại chúng khác. Điều này cho thấy, giao tiếp, ứng xử không chỉ là vấn đề hấp dẫn, thiết thực, được nhiều người quan tâm, mà còn là vấn đề rất phức tạp. Trong phạm vi giáo trình này, tác giả không thể trình bày tất cả các tri thức của nhân loại về giao tiếp, ứng xử. Vì vậy, sinh viên cần sưu tầm, tham khảo thêm các tài liệu khác để hoàn thiện hơn nữa vốn hiểu biết của mình.

2.2.3 Phương pháp quan sát

Kỹ năng giao tiếp là môn học về cuộc sống đời thường đang diễn ra hàng ngày, hàng giờ xung quanh chúng ta, về quan hệ người – người, về ứng xử giữa con người. chính vì vậy, học tập môn kỹ năng giao tiếp không chỉ là học tập qua sách vở mà còn phải học tập trong cuộc sống, thông qua cuộc sống. Nghĩa là chúng ta phải chú ý quan sát lời nói, hành vi, cử chỉ, điệu bộ, thái độ, cách ứng xử, cách ăn mặc... của những người xung quanh và cả của bản thân (tự quan sát), phân tích, đánh giá, so sánh chúng với những gì tiếp thu được qua sách vở và tự rút ra cho mình những kết luận cần thiết. Đây cũng chính là một trong những điều kiện cơ bản để chúng ta để có thể nhanh chóng tiến bộ và thành công trong giao tiếp.

3 NỘI DUNG CƠ BẢN CỦA MÔN HỌC

Có thể chia những nội dung cơ bản của môn học kỹ năng giao tiếp thành hai phần: phần chung và phần riêng. Phần chung giới thiệu những kiến thức lý luận chung về giao tiếp như: khái niệm, vai trò, chức năng, cấu trúc của giao tiếp, các phương tiện giao tiếp v.v. Phần riêng nhằm rèn kỹ năng. Phần lý luận trình bày những lý thuyết, những nguyên tắc, những đặc điểm chung làm cơ sở cho phần kỹ

năng. Còn phần kỹ năng giới thiệu quy trình, cách thức, phương pháp để tổ chức và tiến hành một cuộc tiếp xúc có hiệu quả.

Để giúp sinh viên đánh giá kết quả học tập của mình, đồng thời giúp củng cố kiến thức và rèn luyện kỹ năng, ở đầu mỗi chương đều có mục tiêu và nội dung tóm tắt của chương, ở cuối mỗi chương có phần câu hỏi và bài tập tình huống để thực hành. Ngoài ra, cuối giáo trình còn có phần ôn tập, trong đó hướng dẫn giải hoặc đưa ra đáp án bài tập tình huống và giới thiệu một số trắc nghiệm giao tiếp. Để các bài tập tình huống phát huy được hiệu quả tối đa, sinh viên chỉ nên xem phần hướng dẫn ở cuối sách sau khi đã giải thử những bài tập này. Hơn nữa, mỗi tình huống đều có thể có nhiều phương án giải quyết, phần hướng dẫn chỉ nêu phương án mà kinh nghiệm cho thấy là tối ưu nhất.

Những người thực hiện.

Chương 1: GIAO TIẾP VÀ HÀNH VI GIAO TIẾP

Bài 1:

GIAO TIẾP VÀ VIỆC NGHIÊN CỨU VẤN ĐỀ GIAO TIẾP

1.1 KHÁI NIỆM GIAO TIẾP

1.1.1 Giao tiếp là gì ?

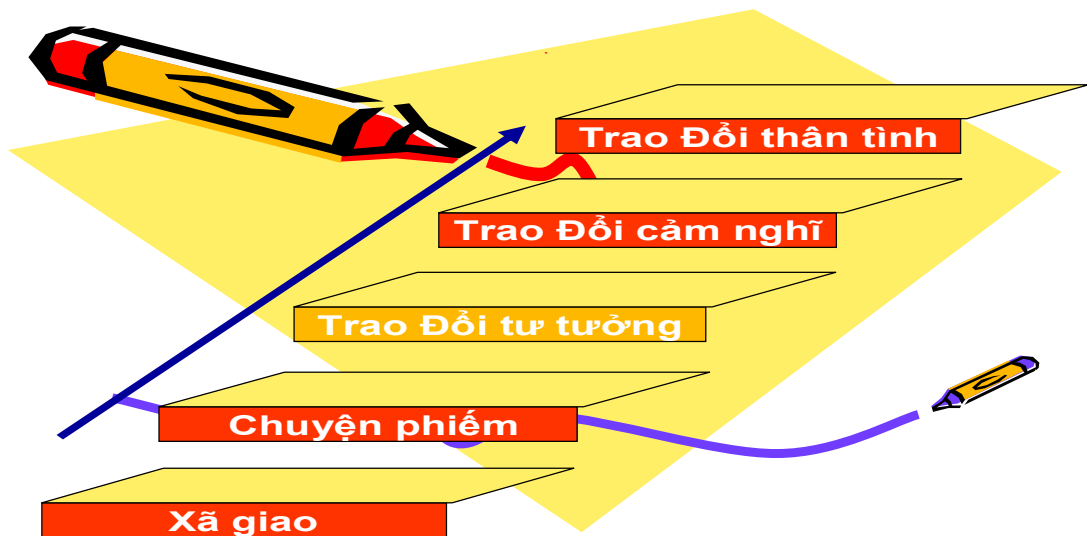
Sự tồn tại và phát triển của mỗi con người luôn gắn liền với sự tồn tại và phát triển của những cộng đồng xã hội nhất định. Không ai có thể sống, hoạt động ngoài gia đình, bạn bè, địa phương, tập thể, dân tộc, tức là ngoài xã hội. Người La Tinh nói rằng: “Ai có thể một mình thì người đó hoặc là thánh nhân, hoặc là quỷ sứ”

Trong quá trình sống và hoạt động, giữa chúng ta với người khác luôn tồn tại nhiều mối quan hệ. Đó là mối quan hệ dòng họ, huyết thống, quan hệ họ hàng, thôn xóm, quan hệ hành chính – công việc, quan hệ bạn bè... Trong các mối quan hệ đó thì chỉ một số ít là có sẵn ngay từ khi chúng ta cất tiếng khóc chào đời (quan hệ huyết thống, họ hàng), còn đa số các quan hệ còn lại chủ yếu được hình thành, phát triển trong quá trình chúng ta sống và hoạt động trong cộng đồng xã hội, thông qua các hình thức tiếp xúc, gặp gỡ, liên lạc đa dạng với người khác mà chúng ta thường gọi là giao tiếp.

Vậy, giao tiếp là gì? Giao tiếp là hoạt động xác lập và vận hành các mối quan hệ xã hội giữa con người với con người hoặc giữa con người và các yếu tố xã hội khác, nhằm thỏa mãn những nhu cầu nhất định.

Giao tiếp bao hàm hàng loạt yếu tố như trao đổi thông tin, xây dựng hoạt động chiến lược phối hợp, tự nhận biết mình và tìm hiểu người khác. Tương ứng với các yếu tố trên, giao tiếp có 3 khía cạnh chính: giao lưu, tác động qua lại và tri giác.

1.1.2 Các mức độ giao tiếp



Hình 1.1 Các mức độ giao tiếp

1.1.3 Phân loại giao tiếp

1.1.3.1 Phân loại theo phương tiện giao tiếp

* *Giao tiếp bằng ngôn từ*: Bao gồm lời nói và chữ viết

* *Giao tiếp phi ngôn từ*: Bao gồm các hành vi, biểu tượng, sắc thái, đồ vật... biểu hiện thái độ, tâm lí, tình cảm.

1.1.3.2 Phân loại theo khoảng cách

* *Giao tiếp trực tiếp*: là loại giao tiếp mặt giáp mặt giữa các chủ thể giao tiếp, trong cùng một không gian. Đây là loại hình giao tiếp phổ biến nhất trong đời sống con người.

* *Giao tiếp gián tiếp*: Là loại giao tiếp trong đó các chủ thể tiếp xúc với nhau thông qua người khác hoặc thông qua các phương tiện truyền tin.

1.1.3.3 Phân loại theo qui cách

* *Giao tiếp chính thức*: Là loại giao tiếp mang tính chất công vụ, theo chức trách, quy định, thể chế. Ví dụ: hội họp, mít tinh, giờ giảng bài... Trong giao tiếp chính thức, vấn đề cần trao đổi, bàn bạc thường được xác định trước, vì vậy thông tin thường có tính chính xác cao.

* *Giao tiếp không chính thức*: Là loại giao tiếp mang tính cá nhân, không câu nệ vào thể thức, chủ yếu dựa trên sự hiểu biết về nhau giữa các chủ thể. Ví dụ: Bạn bè, đồng nghiệp trò chuyện... hoặc giao tiếp thông qua người thứ ba - “tam sao thất bản”. Ưu điểm của giao tiếp không chính thức là gợi không khí thân tình, cởi mở và chúng ta có thể tự do trao đổi những vấn đề mà chúng ta muốn.

Trong cuộc sống, chúng ta cần biết sử dụng kết hợp giao tiếp không chính thức với giao tiếp chính thức để tạo không khí thân mật, cởi mở và gần gũi nhau, tạo điều kiện thuận lợi cho giao tiếp chính thức đạt kết quả.

1.1.4 Chức năng của giao tiếp

Các nhà khoa học đã có những nhìn nhận khác nhau về chức năng của giao tiếp. Verderber (1990) cho rằng giao tiếp có ba chức năng cơ bản.

1.1.4.1 Chức năng tâm lí

Giao tiếp để đáp ứng các nhu cầu, để nâng cao và duy trì ý thức về bản thân.

1.1.4.2 Chức năng xã hội

Giao tiếp để phát triển các quan hệ và hoàn thành các nghĩa vụ xã hội.

1.1.4.3 Chức năng lập quyết định

Giao tiếp để trao đổi, đánh giá thông tin và tạo ảnh hưởng đối với người khác

Trong cuộc sống của mỗi chúng ta, khi các quan hệ giao tiếp cơ bản không thực hiện được đầy đủ các chức năng này thì không những sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến cuộc sống và hoạt động, mà còn để lại những dấu ấn tiêu cực trong sự phát triển tâm lí, nhân cách của mỗi chúng ta

1.2 VAI TRÒ CỦA GIAO TIẾP

Giao tiếp có vai trò đặc biệt quan trọng trong đời sống xã hội, trong đời sống của mỗi con người.

1.2.1. Giao tiếp là tiền đề cho sự phát triển của sức khỏe

1.2.1.1. Kỹ năng giao tiếp vụng về ảnh hưởng xấu đến sức khỏe, đến cuộc sống

- Người không có kỹ năng giao tiếp tốt không thoải mái được tâm trạng, không có người hiểu nỗi tâm tình của mình nên dễ rơi vào trạng thái cô đơn dù sống ngay giữa đám đông.

- Sự cô đơn, biệt lập làm cho con người dễ bị suy sụp về thể chất, tinh thần, dễ mắc phải những căn bệnh về tim mạch, tâm thần và có thể có những ý định tiêu cực, bế tắc như tự tử.

Để khẳng định mạnh mẽ vai trò to lớn của giao tiếp trong cuộc sống, David W. Johnson trong tác phẩm *Reaching Out* (Vớ tới tha nhân) đã mượn lời một nhân vật thốt lên rằng: "Chúng ta phải thương yêu nhau hay là chết".

1.2.1.2. Mọi quan hệ tốt đẹp với mọi người chung quanh sẽ mang lại cuộc sống tốt đẹp

- Con người có mối quan hệ tốt đẹp với cuộc sống chung quanh sẽ nhận được niềm vui, sự hỗ trợ để có một chỗ đứng vững vàng trong xã hội, trong sự nghiệp và sẽ tìm thấy được hạnh phúc cùng một tương lai luôn rộng mở.

- Mối quan hệ tốt đẹp với cuộc sống chung quanh còn mang lại tuổi thọ cho con người: theo một số cuộc điều tra được công bố rộng rãi, nam giới ở độ tuổi 47, nếu ly dị hay góa vợ thì tỷ lệ tử vong sẽ cao hơn nhiều lần so với những người có cuộc sống hạnh phúc.

- Mối quan hệ với cuộc sống chung quanh ảnh hưởng rõ rệt đến sức khỏe thể chất của con người: kinh nghiệm và các cuộc điều tra cũng chứng minh rằng nếu có sự hỗ trợ của người thân, của xã hội bệnh nhân sẽ phục hồi nhanh chóng dễ dàng

1.2.2. Giao tiếp xã hội tạo điều kiện cho con người hình thành, hoàn thiện nhân cách

- Qua giao tiếp, từ sự đáp ứng và phản hồi của người chung quanh, con người tiếp nhận kiến thức về thế giới, về bản thân để hình thành nên nhân cách.

- Con người tự thể hiện nhân cách, tiếp tục điều chỉnh và hoàn thiện nhân cách bản thân nhờ vào quá trình giao tiếp. Sự hoàn thiện này diễn ra liên tục trong suốt cuộc đời con người.

1.1.3. Giao tiếp tốt sẽ tạo các quan hệ thuận lợi cho công cuộc làm ăn, chung sống

- Giao tiếp tốt sẽ là điều kiện thuận lợi cho công cuộc làm ăn phát triển: con người khi có mối quan hệ tốt với những người chung quanh sẽ nhận được sự yêu thương, hỗ trợ, sẽ có chỗ đứng vững vàng trong cuộc sống và dễ dàng có những bước thăng tiến trong sự nghiệp.

- Một xã hội được xây dựng trên nền tảng của mối giao tiếp chặt chẽ, tốt đẹp sẽ có những bước phát triển mạnh mẽ. Dễ dàng nhận thấy ở một xã hội kém phát triển, mối tương tác của các thành viên trong xã hội đó rất mờ nhạt, giao tiếp trong

xã hội nhiều hạn chế, kinh tế thường rơi vào tình trạng manh mún, cuộc sống tự cung tự cấp là chủ yếu

1.3 TỪ NGHỆ THUẬT THỜI CỔ ĐẾN CÁC QUAN NIỆM TRIẾT HỌC HIỆN ĐẠI VỀ GIAO TIẾP

1.3.1 Quan niệm của Phật giáo

“Kẻ nào tặng người khác bông hồng, trên tay kẻ đó phảng phất mùi thơm”.

Cuộc sống hạnh phúc luôn dành cho những người sẵn sàng mở lòng, trao tặng người khác những điều tốt đẹp, bởi khái niệm “cho” luôn bao hàm trong nó khái niệm “nhận”.

1.3.2 Quan niệm của Nho giáo

Theo Khổng Tử: *“Cùng tắc biến, biến tắc thông, thông tắc cử”* (Cùng đường sẽ có biến, có biến mới thông, có thông mới lâu bền được).

Nguyên tắc quan trọng trong đạo xử thế của Khổng Tử là phải biết *biến*. *Biến* ở đây là sự ứng xử, giải quyết tình thế cho phù hợp với từng tình huống, từng đối tượng giao tiếp. Trong cuộc đời, nếu lúc nào cũng nguyên tắc cứng nhắc thì khó có được thành công. Đôi khi, sự thiếu uyển chuyển còn mang đến cho người ta một sự thất bại thậm hại. Truyện cổ dân gian Việt Nam có câu truyện cười “Làm theo lời vợ dạn” có thể xem là bài học ý nhị minh họa cho phép xử thế của Khổng Tử: *phải biết biến hay là chết*.

Cùng ý nghĩa với quan niệm trên, Kinh Thánh của đạo Thiên Chúa có dạy rằng nếu cuộc đời đóng sập cánh cửa này trước mặt ta thì cũng có nghĩa là đang có một cánh cửa khác được mở ra. Tuy nhiên, sự *biến* này chưa chắc đã dẫn con người tới chỗ *thông* nếu con người chưa được trang bị tốt kỹ năng sống. Danh ngôn phương Tây có câu nói rất hay rằng con đường luôn có dưới chân người giàu nghị lực. Hay nói khác đi, để có thể sống và sống tốt, chúng ta phải vững vàng đi vào cuộc sống, hòa nhập với cuộc sống trong tâm thế của người trong cuộc. Khi đó, kỹ năng giao tiếp tốt với cộng đồng sẽ giúp chúng ta tìm được con đường thông suốt cho bản thân.

Như vậy, đạo xử thế hay mối quan hệ giữa con người với nhau hay giao tiếp xã hội phải có sự thay đổi, điều chỉnh uyển chuyển cho phù hợp với sự thay đổi của môi trường sống thì con người mới có thể tồn tại, phát triển cùng với xã hội

Hoặc theo Tử Phòng (người giúp Lưu Bang xây dựng cơ đồ nhà Hán để rồi khi nghiệp lớn đã hoàn thành, ông từ bỏ quan trường lên núi tìm đường tu tiên), thì sống trong cuộc đời *“Phải luôn tự biết mình là ai. Muốn thế phải hiểu rõ cái thời mình đang sống”*.

Quan niệm này đi sâu mở rộng hơn quan niệm của Khổng Tử, không chỉ *có biến mới thông, có thông mới lâu bền*, Tử Phòng nhấn mạnh *biết người biết ta thì trăm trận mới trăm thắng*. Nguyễn Trãi, tài năng, đức độ rạng ngời *“sáng tựa sao Khuê”* nhưng chỉ vì không chấp nhận được *cái thời mình đang sống* mà phải nhận lấy hậu quả vô cùng khốc liệt cho cuộc đời. Bản án “tru di tam tộc” không chỉ dẫm máu dòng họ của Nguyễn Trãi và những dòng họ có liên quan đến ông mà còn làm nhỏ máu biết bao thế hệ tâm hồn Việt Nam quan tâm đến lịch sử dân tộc.

1.3.3 Quan niệm của triết học Mác- Lênin

“Con người là tổng hòa những mối quan hệ xã hội”

Quan niệm này làm rõ hơn về tầm quan trọng lớn lao của giao tiếp. Con người sẽ không thể là con người nếu không có môi trường sống với những mối quan hệ vô cùng đa dạng và phức tạp của nó. Giao tiếp giữ vai trò quyết định trong việc xác định tư cách *Người* cho con người, đề từ đó con người phát huy vai trò của mình, thúc đẩy xã hội phát triển.

CÂU HỎI

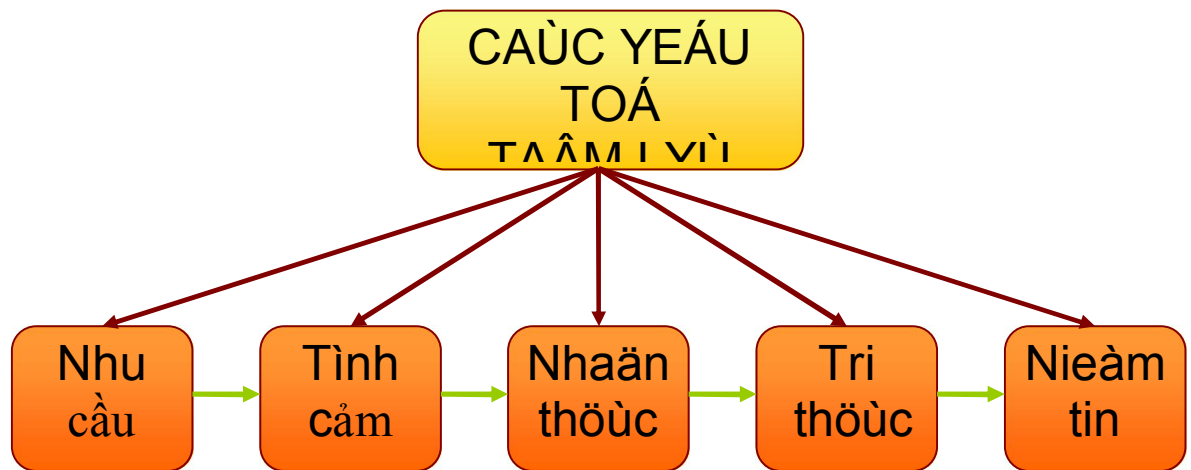
1. Giao tiếp có vai trò như thế nào trong cuộc sống con người?
2. Giao tiếp có vai trò như thế nào trong sự hình thành và phát triển của xã hội?
3. Trong môi trường chuyên môn, kỹ năng giao tiếp có cần thiết không? Tại sao?
4. Hãy trình bày những quan điểm giao tiếp của tiền nhân ảnh hưởng đến anh chị.
5. Hãy trình bày quan điểm giao tiếp của bản thân anh chị
6. Trong số các hiện tượng được nêu ra dưới đây, hiện tượng nào là giao tiếp?
 - a. Một đứa trẻ đang trò chuyện với một con búp bê.
 - b. Người thư ký đang soạn thảo một bức thư điện tử để gửi đến một đối tác ở nước ngoài.
 - c. Hai vợ chồng đang cãi lộn với nhau.
 - d. Hai đứa trẻ đang chơi đùa với nhau.
 - e. Hai người bạn nhìn nhau im lặng.
 - f. Bộ trưởng ngoại giao các nước ASEAN gặp nhau để thống nhất về cuộc gặp thượng đỉnh giữa các nguyên thủ quốc gia.

Bài 2:**CÁC HIỆN TƯỢNG GIAO TIẾP**

Phần trình bày ở trên đã cho thấy giao tiếp là một quá trình phức tạp, nhiều mặt, nhiều mức độ của sự tác động qua lại về mặt tâm lý – xã hội giữa con người với con người. Trong giao tiếp có các mặt: Trao đổi thông tin, tác động lẫn nhau, nhận thức, hiểu biết lẫn nhau. Do đó cần tiếp cận hiện tượng giao tiếp như là một đối tượng khoa học liên ngành: Tâm lý học, Ngôn ngữ học, văn hóa, triết học...

2.1 YẾU TỐ TÂM LÝ

Tâm lý con người bao gồm tất cả các hiện tượng tinh thần diễn ra trong suy nghĩ của con người, gắn với hoạt động của con người và nó điều hành các hoạt động của con người:



Hình 1.2 Các yếu tố tâm lý

2.1.1 Những nhu cầu cơ bản của con người

Abraham Maslow là người đầu tiên hình dung sự phát triển của con người như những bậc thang, mỗi nhu cầu trong số đó phải được thỏa mãn trong mối quan hệ với môi trường dọc theo chiếc thang phát triển này. Theo ông những nhu cầu này là cơ sở cho sự phát triển lành mạnh của con người.

Hệ thống phân cấp các nhu cầu cơ bản của con người này rất quan trọng: mỗi bậc của thang nhu cầu phụ thuộc vào bậc trước đó. Nếu có một nhu cầu không được đáp ứng, nó sẽ ảnh hưởng đến khả năng của cá nhân ở các bước phát triển tiếp theo.



Hình 1.3 Bậc thang những nhu cầu cơ bản (theo Maslow)

(Nguồn: Quản lý nguồn nhân lực, Paul Hersey, Ken Blanc Hard)

*** Nhu cầu sinh học:**

Bậc thang này rất cơ bản và rất quan trọng. Nếu nhu cầu cơ bản này chưa được đáp ứng đủ thì các nhu cầu khác ít có động cơ thúc đẩy. Nhưng nếu nó được đáp ứng thì nhu cầu kế tiếp lại xuất hiện nổi trội hơn và tiếp tục như vậy. Khi nhu cầu sinh tồn được thỏa mãn thì con người sẽ hướng về sự an toàn.

*** Nhu cầu được an toàn:**

Đây là nhu cầu tự duy trì và chuẩn bị cho tương lai vững chắc hơn. An toàn có nghĩa là an toàn để sống trong một môi trường cho phép sự phát triển của con người được liên tục và lành mạnh. Điều này có nghĩa là một ngôi nhà, công việc, điều kiện được chăm sóc y tế và sự bảo vệ cơ thể. Sau khi nhu cầu này được thỏa mãn thì nhu cầu xã hội có thể xuất hiện nổi trội hơn, nhưng cũng có thể con người trở nên an phận, bảo thủ.

*** Nhu cầu xã hội:**

Trong đời sống, mỗi cá nhân đều mong muốn mình “thuộc về” các nhóm khác nhau và được chấp nhận, được yêu thương, cố gắng có mối quan hệ tốt đẹp với người khác. Cảm tưởng không được yêu thương, bị bỏ rơi, bị cô lập là cội rễ của hầu hết những trường hợp không hội nhập. Chúng ta đã ghi nhận được là trẻ em trong một số trại trẻ mồ côi, dù được chăm sóc tốt về mặt thể chất, nhưng chúng không lớn lên (gọi là “lùn tâm lý”) và phát triển bình thường như trẻ em khác.

*** Nhu cầu được tôn trọng:**

Khi đã được chấp nhận thì con người lại muốn được đánh giá cao. Điều này đơn giản là nhu cầu cảm thấy mình tốt, cảm nhận con người mình có giá trị và một chút tự hào về những thành quả của bản thân. Một mặt, con người muốn tự do và độc lập, mặt khác cũng muốn có sức mạnh, năng lực khi đối phó với cuộc đời. Việc thỏa mãn nhu cầu được tôn trọng giúp con người tự tin, có được uy tín, quyền lực và cả sự kiểm chế. Con người cảm thấy có ích và có ảnh hưởng đến môi trường xung quanh, được sự kính nể của người khác. Sự tự nhìn nhận của mọi người giúp cho con người nỗ lực nhiều hơn nữa. Ngược lại thì có thể dẫn đến các hành vi phá hoại.

*** Nhu cầu tự khẳng định mình:**

Tự khẳng định mình là nhu cầu để tăng đến mức tối đa tiềm năng của một người. Nhu cầu này bao gồm những khát vọng và những nỗ lực để trở thành cái mà một người có thể trở thành. Maslow nói: “ Một con người muốn có thể sẽ là gì, thì anh ta sẽ phải là cái đó” Vì vậy, tự khẳng định mình là một mong muốn làm cái điều mà người ta có thể đạt được. Đó là nhu cầu về phát triển nhân cách – cơ hội cho phát triển bản thân và tự học tập. Có cơ hội để phát triển tiềm năng bản thân và những kỹ năng của một con người tạo cho ta cảm giác quan trọng về tự hoàn thiện.

*** Đặc điểm của các nhu cầu cơ bản của con người:**

Nhu cầu là nguyên nhân hoạt động của con người. Con người dồn mọi nỗ lực để thỏa mãn các nhu cầu cơ bản.

Bất cứ nhu cầu nào cũng có mục đích. Nhu cầu và mục đích luôn thay đổi. Cùng một nhu cầu, mỗi con người có thể hướng đến mục đích không giống nhau và ngược lại.

Các nhu cầu không bao giờ được thỏa mãn hoàn toàn. Khi một nhu cầu vừa được thỏa mãn, nhu cầu tiềm ẩn khác sẽ nổi lên và tác động lên mỗi quan tâm, hành động của con người.

Ngoài ra, đặc điểm tâm lý chung của con người bình thường là tìm kiếm sự thỏa mãn các nhu cầu của mình, tìm cách lánh xa đau đớn, lánh xa cảm giác bất an. Các hành vi của con người bị chi phối bởi cái *muốn* và cái *sợ* : hành động để đạt được *cái mình muốn* và tránh *cái mình sợ*. Nhu cầu đã đủ sức mạnh thôi thúc hành động sẽ trở thành động cơ

Động cơ như là một lực lượng bên trong thúc đẩy hành vi của con người. Trong mỗi thời điểm có thể tồn tại nhiều nhu cầu. Nhu cầu nào mạnh nhất sẽ trở thành động cơ đóng vai trò thúc đẩy hành động dựa trên sự nhận thức, tri thức, niềm tin và tình cảm đối với một sự vật, hiện tượng. Có nhiều yếu tố ảnh hưởng đến động cơ như lối sống, kiến thức, quan niệm, tình cảm, triển vọng đời sống và nghề nghiệp. Động cơ có thể nảy sinh từ tình cảm hoặc ý thức

2.1.2 Tình cảm

Một trong những yếu tố chi phối hành vi giao tiếp là các quy luật trong đời sống tình cảm, bao gồm:

- *Quy luật lây lan*: Có ý nghĩa rất lớn trong những hoạt động của tập thể - “một con ngựa đau cả tàu không ăn cỏ”.

- *Quy luật thích ứng*: Tạo nên sự chai sạn trong tình cảm - “gần thường xa thương”

- *Quy luật tương phản*: Khi có hai hiện tượng xảy ra song song hoặc nối tiếp - “ôn nghèo nhớ khổ”.

- *Quy luật di chuyển*: “giận cá chém thớt”. Để tránh bị ảnh hưởng bởi quy luật này, con người phải biết kiềm chế, làm chủ bản thân.

- *Quy luật pha trộn*: Nhiều cảm xúc cùng trộn lẫn với nhau trong một con người, trong cùng một thời điểm “giận thì giận mà thương thì thương”.

2.1.3 Nhận thức

- *Nhận thức* là quá trình tập hợp, lựa chọn, sắp xếp thông tin đầu vào để tạo ra một bức tranh có ý nghĩa về thế giới xung quanh. Hành động của con người phụ thuộc vào sự nhận thức của họ. Dựa vào giác quan, con người suy xét, tổ chức và giải thích về hiện thực khách quan. Nhận thức không chỉ phụ thuộc vào những nhân tố chủ quan của con người, mà còn phụ thuộc vào nhân tố khách quan của sự vật

2.1.4 Tri thức

- *Tri thức* là những hiểu biết có hệ thống. Tri thức hình thành từ quá trình hành động và từ việc tích lũy kinh nghiệm

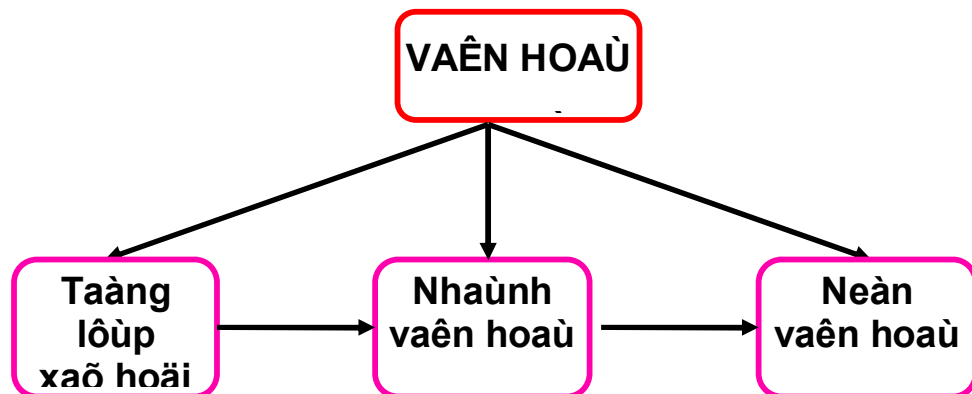
2.1.5 Niềm tin

Niềm tin là sự khẳng định bằng ý nghĩ của con người với một đối tượng nào đó.

2.2 YẾU TỐ VĂN HÓA

Văn hóa là yếu tố đầu tiên, sâu xa và cơ bản quyết định hoạt động giao tiếp của con người. Cách thức hành vi ứng xử của con người có cơ sở từ việc tiếp thu những yếu tố bên ngoài và được điều chỉnh theo lăng kính cá nhân. Mỗi một con người sinh ra và lớn lên đều được tiếp thu những điều cơ bản về giá trị, sự cảm thụ, sự ưa thích, tác phong và hành vi đặc trưng cho gia đình của mình và những thể chế cơ bản của xã hội. Từ đó giao tiếp con người cũng có cách thức ứng xử đặc trưng với nền văn hóa đã tiếp thu.

Các yếu tố văn hoá bao gồm



Hình 1.4 Các yếu tố văn hóa

2.2.1 Nền văn hoá

- Văn hóa là một hệ thống hữu cơ các giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo ra và tích lũy trong quá trình hoạt động thực tiễn, trong sự tương tác giữa con người với môi trường tự nhiên và xã hội.

2.2.2 Nhánh văn hóa.

Nhánh văn hoá bao gồm các yếu tố dân tộc, tôn giáo, chủng tộc, địa phương...Nhánh văn hoá tạo nên một nhóm người cùng chia sẻ những giá trị tinh

thần do có chung kinh nghiệm và hoàn cảnh sống. Nhánh văn hoá thể hiện tính đồng nhất, đặc trưng của các thành viên trong cùng nhánh

2.2.3 Tầng lớp xã hội.

Tầng lớp xã hội là những bộ phận tương đối đồng nhất và bền vững trong xã hội, được xếp theo thứ bậc và gồm những thành viên có chung những giá trị, mối quan tâm và hành vi. Có thể di chuyển từ tầng lớp xã hội này sang tầng lớp xã hội khác, mức độ cơ động này tùy theo từng xã hội.

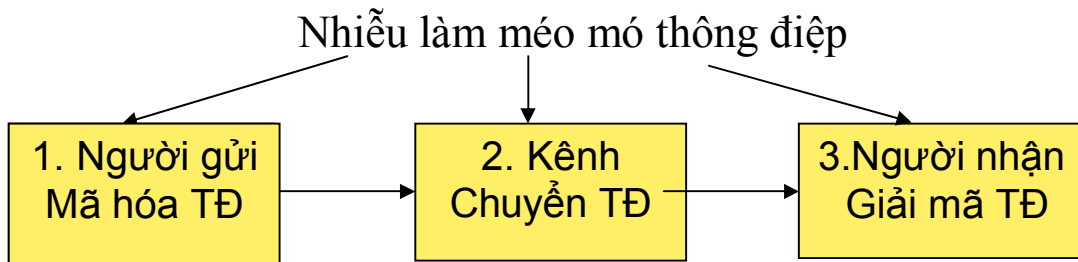
2.3 YẾU TỐ TRIẾT HỌC

Giao tiếp là đối tượng của triết học, vì triết học là một khoa học bao trùm lên các khoa học, nó nghiên cứu các nguyên tắc tư tưởng, nguyên tắc phương pháp luận trong việc nghiên cứu giao tiếp như là một nhân tố của hoạt động sống của con người và một phương thức thể hiện của bản chất người

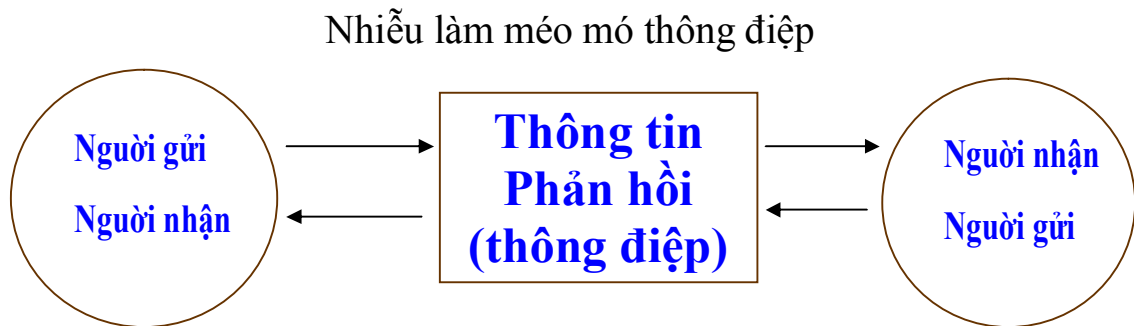
Một trong những điểm vô cùng quan trọng của triết học Mac-Lênin là phép biện chứng duy vật về mối liên hệ phổ biến và sự phát triển. Nguyên tắc phương pháp luận rút ra từ nguyên lý về mối quan hệ và sự phát triển là quan điểm toàn diện, quan điểm lịch sử cụ thể và quan điểm phát triển giúp chúng ta có thể tìm hiểu một cách cặn kẽ các hiện tượng giao tiếp để có những ứng dụng thiết thực trong cuộc sống.

CÂU HỎI – BÀI TẬP

1. Phân tích đặc điểm của nhu cầu con người.
2. Trình bày những đặc điểm của bậc thang nhu cầu theo Maslow. Những giá trị vật chất có phải luôn là động cơ điều khiển hành vi giao tiếp không? Tại sao?
3. Các yếu tố Tâm lý, văn hóa, triết học có ảnh hưởng đến hành vi giao tiếp của con người như thế nào?
4. Phân tích vai trò của yếu tố tâm lý và yếu tố văn hóa trong việc giải thích một hiện tượng giao tiếp.

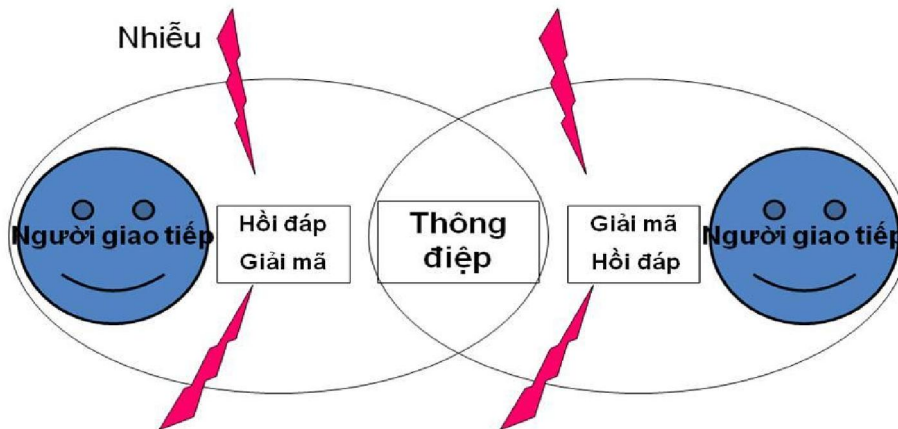
Bài 3 :**CẤU TRÚC CỦA HÀNH VI GIAO TIẾP****3.1 MÔ HÌNH GIAO TIẾP****3.1.1 Mô hình tuyến tính về giao tiếp (giao tiếp một chiều)****Hình 2.1 Sơ đồ giao tiếp tuyến tính (theo Berko, Wolvin)**

Theo mô hình này thì người phát tin (nguồn) mã hóa một thông điệp và gửi nó tới người nghe thông qua một hay nhiều kênh giác quan. Người nghe, sau đó, tiếp nhận và giải mã thông điệp này. Không tính đến mọi biến thiên, mọi đổi thay trong quá trình giao tiếp. Là mô hình “người nói – người nghe” đơn giản.

3.1.2 Mô hình tác động qua lại về giao tiếp (giao tiếp hai chiều)**Hình 2.2 Sơ đồ giao tiếp qua lại (theo Berko, Wolvin)**

Trong mô hình này, nguồn mã hóa thông điệp và gửi nó đến người nhận thông qua một hay nhiều kênh giác quan. Người tiếp nhận và giải mã thông điệp, sau đó mã hóa phản hồi (một phản ứng hay các phản ứng) và gửi phản hồi này tới nguồn, vậy là quá trình trở thành hai chiều. Sau đó, nguồn giải mã thông điệp phản hồi theo thông điệp gốc đã được gửi và phản hồi đã được nhận, tiếp theo nguồn mã hóa một thông điệp mới thích ứng với phản hồi nhận được (sự thích ứng).

3.1.3 Mô hình giao dịch về giao tiếp (giao tiếp đa chiều)



Hình 2.3 Sơ đồ giao dịch về giao tiếp (Theo Berco, Volvin)

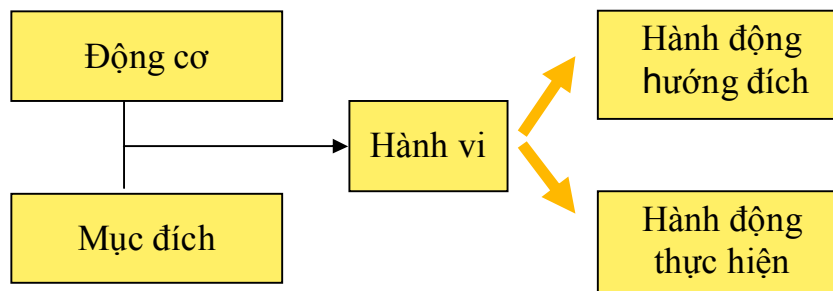
Trong mô hình này, người giao tiếp A mã hóa một thông điệp và gửi nó đi. Người giao tiếp B, sau đó, mã hóa phản hồi gửi tới người giao tiếp A, người giải mã nó. Nhưng những bước này không phải là độc chiếm lẫn nhau vì việc mã hóa và giải mã có thể xảy ra đồng thời. Là những người nói, chúng ta có thể gửi một thông điệp phản hồi phi ngôn từ tới người nghe. Sự mã hóa và giải mã này có thể xảy ra liên tiếp trong suốt quá trình giao tiếp. Bởi vì chúng ta có thể gửi và nhận các thông điệp cùng một lúc, nên mô hình này là đa hướng. Trong đó hai đối tượng luôn đổi vai trò người gửi, người nhận cho nhau.

3.2 HÀNH VI GIAO TIẾP

3.2.1 Thế nào là hành vi giao tiếp ?

Hành vi là một chuỗi hành động được thúc đẩy bởi mục đích muốn thỏa mãn một nhu cầu nào đó. Việc thỏa mãn nhu cầu liên quan đến khả năng của chủ thể giao tiếp. Nếu việc thỏa mãn nhu cầu bị cản trở, chủ thể giao tiếp có thể lập lại hành vi, hoặc thay đổi mục đích, hoặc vỡ mộng, hoặc lãnh đạm với cuộc sống nếu hành vi duy trì lâu dài.

3.2.2 Tính chất của hành vi giao tiếp:



Hình 2.4 Tính chất của hành vi giao tiếp

3.2.3 Những yếu tố tác động đến hành vi giao tiếp

Yếu tố di truyền: Tác động đến sự phát triển của cơ thể, trí tuệ, đời sống tinh thần, tình cảm của con người. Đó là nguồn gốc sâu xa ảnh hưởng đến hành vi giao tiếp.

Sự tác động của cảm xúc, suy nghĩ lên hành vi: Đây là yếu tố quan trọng, chủ yếu quyết định tính chất của hành vi. Những cảm xúc càng bị chôn dấu càng có khả năng trở thành động cơ của những hành vi tiêu cực, mang tính hủy hoại.

Môi trường xã hội: Cơ hội học hỏi, cách thỏa mãn các nhu cầu cá nhân, các vai trò xã hội đảm nhận và sự chi phối của xã hội trong việc đánh giá vai trò.

3.3 CÁC THÀNH TỐ CỦA HÀNH VI GIAO TIẾP

3.3.1 Người phát tin (nguồn)

Để trở thành người giao tiếp tốt, người phát tin phải là người tự tin. Thể hiện là người tự tin là thể hiện những hiểu biết của mình về nội dung thông điệp, về bối cảnh truyền đạt thông điệp và cả những hiểu biết về người tiếp nhận thông điệp của mình. Việc không hiểu người mà mình truyền đạt thông điệp tới sẽ có thể dẫn đến thông điệp bị hiểu sai.

3.3.2 Người nhận tin

Người nhận tin sẽ là người phản hồi lại những thông điệp đã được tiếp nhận. Sự phản hồi này có thể bằng lời hay bằng những hình thức khác. Đây cũng là cơ sở để đánh giá mức độ hiểu thông điệp của người tiếp nhận.

Người nhận tin cũng luôn tham gia vào quá trình giao tiếp với những ý tưởng và tình cảm có thể ảnh hưởng đến cách họ hiểu thông điệp của người phát tin cũng như cách họ phản hồi lại những thông điệp đó. Để thành công trong giao tiếp, người phát tin cần nghiên cứu những yếu tố này và có hành động phù hợp.

3.3.3 Thông điệp

Thông điệp là các nội dung giao tiếp được thể hiện qua hình thức nói, viết hoặc các hình thức khác. Thông điệp bị chi phối bởi phong cách giao tiếp riêng của người truyền đạt, bởi tính căn cứ của lý luận và bởi nội dung cần giao tiếp.

Thông điệp luôn chứa đựng yếu tố trí tuệ và yếu tố tình cảm của người phát. Yếu tố trí tuệ tạo ra tính hợp lý của thông điệp. Yếu tố tình cảm tạo sức cuốn hút. Tùy theo mức độ, hai yếu tố trên sẽ thuyết phục được người nghe thay đổi suy nghĩ, thái độ, hành động.

3.3.4 Môi trường giao tiếp

Giao tiếp luôn tồn tại trong một bối cảnh, một môi trường nào đó. Môi trường giao tiếp bao gồm các yếu tố: không gian, thời gian, không khí, ánh sáng, màu sắc, mùi vị, âm thanh, thời tiết, sự sắp đặt...

3.3.5 Kênh giao tiếp

Kênh là hình thức chuyển tải thông điệp trong giao tiếp.

Khi giao tiếp, thông điệp đã mã hóa được chuyển tải qua một *kênh* hay nhiều *kênh*. Các kênh khác nhau đòi hỏi những phương pháp phát triển ý tưởng khác nhau, vì thế, người phát tin nên kỹ càng trong việc lựa chọn kênh cho cuộc giao tiếp, giống như họ tiến hành việc lựa chọn các kí hiệu để dùng.

3.3.6 Nhiều

Nhiều là bất kì một trở ngại bên trong hoặc bên ngoài nào trong quá trình giao tiếp. Nhiều có thể do các nhân tố của môi trường, sự suy yếu của thể chất, những vấn đề về ngữ nghĩa, những vấn đề về cú pháp, ngôn từ, sự lộn xộn trong cách sắp đặt, tiếng ồn xã hội và những vấn đề tâm lý gây nên.

3.4 CÁC QUAN HỆ TRONG HÀNH VI GIAO TIẾP

Quan hệ là vị thế, địa vị của nhân cách với tất cả những gì ở xung quanh nó, kể cả bản thân nó.

3.4.1 Quan hệ chủ thể – khách thể

Chủ thể giao tiếp là những đối tượng tạo nên hành vi giao tiếp, quan hệ giao tiếp.

Khách thể là đối tượng mà chủ thể hướng tới trong quá trình giao tiếp

Mỗi quan hệ giữa chủ thể với khách thể là mối quan hệ qua lại trong giao tiếp. Mỗi quan hệ ấy được quyết định bởi tính cách, khí chất của chủ thể.

Tính cách là sự kết hợp độc đáo các đặc điểm tâm lý ổn định của con người. Những đặc điểm này quy định phương thức, hành vi điển hình của người đó trong những điều kiện, hoàn cảnh nhất định, thể hiện thái độ của họ đối với thế giới xung quanh và bản thân. Trong mỗi chủ thể thường lẫn lộn những nét tính cách tốt và những nét tính cách xấu. Mỗi nét tính cách thường được biểu hiện qua những hành vi tương ứng nhưng giữa tính cách với hành vi không phải luôn khớp với nhau như trường hợp “Khẩu Phật - tâm xà” vẫn thường gặp. Tùy theo tính chất của khách thể trong giao tiếp, chủ thể cần phát huy nét tính cách này hay nét tính cách khác.

Khí chất (tính khí con người) là sự biểu hiện về mặt cường độ, tốc độ và nhịp độ của các hoạt động tâm lý trong hành vi của con người. Khí chất ảnh hưởng nhiều đến khách thể giao tiếp, đến hiệu quả của giao tiếp. Con người có bốn khí chất cơ bản: Nóng nảy – Trầm tĩnh; Sôi nổi – Lạnh đạm.

3.4.2 Quan hệ qua lại

Quan hệ qua lại là địa vị tương hỗ của nhân cách này với nhân cách khác, với cộng đồng.

Quan hệ qua lại luôn luôn có mối liên hệ ngược giữa các chủ thể nhưng không phải lúc nào cũng có cùng một mô thức (cùng một sắc thái).

Quan hệ qua lại có thể biểu hiện công khai nhưng cũng có thể ẩn giấu, ngầm ngầm không thể hiện ra.

Quan hệ qua lại là mối quan hệ giữa những chủ thể giao tiếp và rất phức tạp bởi biểu tượng về các chủ thể này trong nhau thường xuyên biến động, thậm chí có sự sai lệch.

Các yếu tố chi phối mối quan hệ qua lại thường xuất phát từ cảm nhận, nhận thức giữa các chủ thể giao tiếp với nhau qua hình thức bên ngoài, khí chất, phẩm chất, phong cách giao tiếp...

Như vậy, quan hệ qua lại là mối quan hệ rất phức tạp nhưng cũng rất lý thú. Nó được hiện thực hóa trong giao tiếp và thông qua giao tiếp. Quan hệ qua lại cũng để lại dấu ấn lên giao tiếp, tạo nên nội dung độc đáo của giao tiếp.

3.4.3 Vai trò xã hội trong giao tiếp

Vai trò xã hội là sự ấn định một vị trí nhất định mà mỗi cá nhân chiếm được trong hệ thống các quan hệ xã hội. Vai trò đảm nhận tạo nên địa vị mà người đó có trong quan hệ xã hội mà họ đang sống. Tùy thuộc vào hoàn cảnh xã hội mà mỗi người có vai trò nhất định. Mỗi con người có thể đóng nhiều vai trò khác nhau, trong đó vai trò then chốt mà cá nhân thường đồng hóa mình gắn với nghề nghiệp. Khi con người đóng một vai trò nào đó sẽ có những hành vi ứng xử phù hợp với vai trò này. Sự chuyển dịch vai trò cá nhân trong xã hội nói lên sự năng động của cá nhân, sự phát triển của tập thể, tài năng của người lãnh đạo.

CÂU HỎI

1. Trình bày các mô hình giao tiếp thường gặp. Nêu mặt mạnh, mặt hạn chế của từng mô hình.
2. Những điều kiện để trở thành một người phát tin tốt, một người nhận tin tốt, để có một thông điệp tốt.
3. Hành vi giao tiếp là gì? Nguồn gốc chính của hành vi giao tiếp. Phân tích những yếu tố tác động đến hành vi giao tiếp.
4. Hãy phân tích tính chất phức tạp của quan hệ qua lại. Vì sao nói rằng quan hệ qua lại là mối quan hệ rất cần thiết và rất lý thú trong cuộc sống ?
5. Thế nào là vai trò xã hội? Đặc điểm của vai trò xã hội?

BÀI TẬP CUỐI CHƯƠNG

1. Hãy phân tích yếu tố tâm lý của hành vi trong tình huống sau. Trên cơ sở hiểu rõ bản chất của các hành vi đó, anh (chị) hãy viết tiếp câu chuyện để có kết quả tốt đẹp nhất

Trong một lần đang đánh bóng chuyền với các bạn, bạn đã đánh bóng mạnh tay và trúng vào mặt của một bạn khác (mối quan hệ với bạn này trước đó không được tốt lắm và thật tâm bạn không muốn đánh trúng vào bạn), làm bạn đó té ngã. Bạn đó nổi nóng định xông vào đánh bạn.

Trước tình huống đó bạn sẽ xử lý ra sao?

2. Cho câu truyện ngụ ngôn sau:

Chim mẹ hỏi chim con trong nỗi mệt mỏi sau khi cũng con bay vượt qua giông bão: “sau này mẹ già yếu không bay được nữa, con có cứu mẹ như mẹ vừa cứu con không?”

Sau 1 lúc suy nghĩ, chim con trả lời: “con sẽ cứu con của con!”

Ảnh sau hình ảnh 2 con chim là hình ảnh của con người. Hãy phân tích cơ sở tâm lý hình thành nên tâm trạng và thái độ của hai nhân vật. Nếu phải hóa thân vào một trong hai đối tượng trên, bạn sẽ làm gì?

3. Hãy phân tích cơ sở của thủ thuật trong tình huống giao tiếp sau . Em rút ra được bài học gì từ câu chuyện này

Một ông chủ cửa hàng đã dùng thủ thuật để bán lô quần áo ế ẩm của mình: ông bố trí những người thân đến xếp hàng trước cửa hàng để chờ mua. Người nào sau khi mua hàng xong đều bước ra đường với vẻ mặt hớn hờ. Người đi đường thấy vậy liền cùng xếp hàng để mua và chỉ trong vòng nửa ngày, ông đã bán hết lô hàng trên.

CHƯƠNG 2: NỘI DUNG VÀ HÌNH THỨC GIAO TIẾP

Bài 4: NỘI DUNG GIAO TIẾP

4.1 NGHĨA VÀ SỰ TRUYỀN ĐẠT NGHĨA TRONG GIAO TIẾP :

4.1.1 Nghĩa trong ngôn ngữ giao tiếp :

Ngôn ngữ giao tiếp gồm : Ngôn ngữ có lời – Giao tiếp bằng ngôn từ ; Ngôn ngữ không lời – Giao tiếp phi ngôn từ

4.1.1.1 Nghĩa của từ trong ngôn từ :

Từ là một biểu tượng ám chỉ một sự vật, tư tưởng, cảm nghĩ, khái niệm

Ý nghĩa của ngôn từ được tạo bởi sự kết nối từ, các cụm từ với nhau theo một hệ thống, một quy luật nào đó.

Nghĩa của từ hay một tập hợp từ có hai hình thức tồn tại :

+ Nghĩa khách quan : Là nghĩa tự thân của từ, không phụ thuộc vào ý muốn, sở thích của một cá nhân nào (nghĩa hiển ngôn)

+ Nghĩa chủ quan : Là nghĩa do người sử dụng gán cho từ (nghĩa hàm ngôn).

4.1.1.2 Nghĩa của các hành vi:

Bao gồm các hành vi, biểu tượng , đồ vật, sắc thái... mang ý nghĩa biểu thị tâm lí, thái độ, tình cảm, được nhận biết bằng năm giác quan và tâm thế của đối tác giao tiếp

4.1.1.3 Một số hình thức dùng « nghĩa » đặc biệt trong ngôn từ giao tiếp

4.1.1.3.1 Hàm ngôn trong giao tiếp :

*** *Hiển ngôn và hàm ngôn***

Hiển ngôn là lời nói có ý nghĩa biểu hiện trực tiếp ra ngoài

Hàm ngôn là lời nói có ý nghĩa ẩn bên trong, đòi hỏi người nghe phải giải mã để hiểu nghĩa người nói muốn ám chỉ. Ẩn nghĩa của câu nói phụ thuộc rất nhiều vào bối cảnh hay tình huống, vào kinh nghiệm, cảm xúc của người nói, đòi hỏi sự giải mã đặc biệt, vì ngoài ngôn ngữ còn có mã tâm lý xã hội

Theo Ducrot, *hiển ngôn* là « cái người ta nói ra » , còn *hàm ngôn* là « cái người ta muốn nói mà không tiện nói ra »

Trong cuộc sống gia đình, với bạn bè thân mật, phần lớn chúng ta dùng lối hiển ngôn (vừa tiết kiệm thời gian, vừa đảm bảo tính chính xác của thông tin...)

*** *Tác dụng của hàm ngôn***

- Người nói có thể không phải chịu trách nhiệm về thông điệp.
- Bộc lộ ý một cách lịch sự.
- Tạo ra hiệu quả mạnh mẽ, sâu sắc hơn cách nói tường minh.

4.1.1.3.2 Ngụy biện trong giao tiếp

*** Thế nào là nguy biện?**

Nguy biện là dùng kỹ xảo logic để liên kết các luận cứ vào một luận điểm không phù hợp nhằm chứng minh, thuyết phục người khác tin theo một quan điểm sai trái nào đó.

*** Cơ cấu của nguy biện**

Dùng luận cứ đúng chen lẫn luận cứ sai

Dùng luận cứ đúng nhưng không đủ

Dùng luận cứ không phù hợp với luận điểm

*** Các hình thức biểu hiện của nguy biện**

- *Đè nén (repression)*

Đó là sự chối bỏ thực tế, ngoảnh đi trước những hiện tượng đau buồn, tránh đề cập đến những vấn đề khó giải quyết, chỉ chấp nhận *thấy những cái muốn thấy*.

- *Đền bù (compensation)*

Cố gắng che đậy những khuyết điểm của cá nhân bằng cách phát triển những nét tích cực trong nhân cách.

- *Viện lý (rationalization)*

Đưa ra những lý lẽ không đúng sự thật để giải thích thanh minh cho hành động, cảm xúc không tốt.

- *Quy chụp (phóng chiếu- projection)*

Gán cho người khác những ý nghĩ, lỗi lầm hay ước muốn của chúng ta. Thường chúng ta hay đổ lỗi cho số phận, cho sự hên xui.

- *Thoái bộ (regression)*

Dùng tình cảm, hành vi trẻ con để trốn tránh trách nhiệm, tránh né thử thách.

*** Ảnh hưởng của nguy biện trong giao tiếp:**

Nguy biện có thể giúp chúng ta tự vệ để sống còn. Nhưng nếu lạm dụng, con người sẽ bị đánh mất niềm tin từ người khác, bản thân không phát triển được hoặc dễ lâm vào trạng thái stress. Nhận biết được chúng, chúng ta có thể giải thích được những hành vi, lập luận sai trái của mình cũng như của đối tượng giao tiếp. Nhận biết chúng đồng thời cũng giúp chúng ta nhận rõ mình, chấp nhận mình, chấp nhận thực tiễn chung quanh. Điều này không phải dễ dàng nhưng nó sẽ giải thoát chúng ta, giúp chúng ta có những bước tiến bộ vững chắc trong cuộc sống.

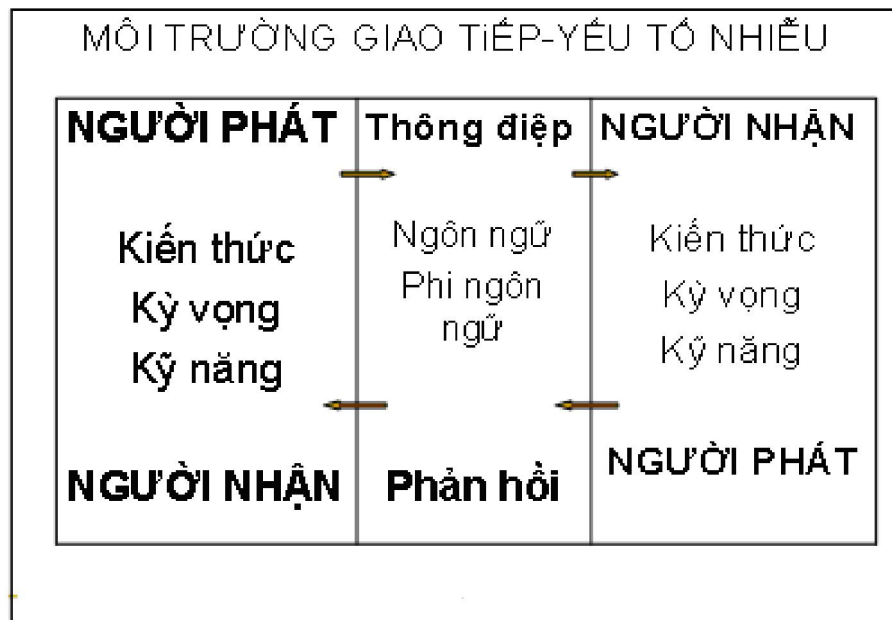
4.1.2 Sự truyền đạt nghĩa trong giao tiếp**4.1.2.1 Người phát**

Người phát tin, muốn truyền đạt một ý nghĩ trừu tượng cho người khác, phải bắt đầu từ việc mã hóa ý nghĩ đó. Mã hóa là quá trình chuyển từ ý nghĩ sang lời nói, chữ viết hay các dấu hiệu, ký hiệu, các phương tiện phi ngôn ngữ... để biến ý nghĩa thành thông điệp. Thông điệp sẽ được phát đi bằng các kênh truyền thông tương ứng với quá trình mã hóa.

4.1.2.2 Người nhận

Người nhận tin sẽ nhận thông điệp bằng các giác quan của mình và giải mã. Giải mã là một quá trình không đơn giản. Thông tin chính xác chỉ xảy ra khi cả hai người phát và nhận gán cho các ký hiệu lập thành thông điệp cùng một ý nghĩa hoặc ít ra là những ý nghĩa tương tự. Sau khi giải mã, khâu cuối cùng kết thúc mạch truyền thông là thông qua phản hồi. Người nhận tín hiệu cho người phát biết rằng thông điệp đã nhận được và tín chất của sự trả lời thường cho thấy một phần chất lượng của sự thông hiểu.

Quá trình truyền đạt nghĩa trong giao tiếp là một quá trình tương hỗ và tuần hoàn. Sự phản hồi tạo cơ hội để sửa hoặc định hình lại thông điệp ban đầu. Người gửi có thể thêm hoặc thay đổi thông điệp ban đầu để làm sáng tỏ hơn và người nhận có thể thử lại việc giải mã để đảm bảo rằng thông điệp đã được ghi nhận đúng là thông điệp mà người phát có ý định muốn truyền.



Hình 4.1 Sơ đồ về quá trình truyền đạt nghĩa trong giao tiếp

4.2. CÁC BIỆN PHÁP TỔ CHỨC NỘI DUNG GIAO TIẾP

4.2.1. Xác định mục đích, mục tiêu giao tiếp

Để có được nội dung giao tiếp mang tính thuyết phục cao, cần phải biết rõ mình « muốn gì ? » và « với ai ? » để thuyết phục có hiệu quả. Không nên ôm đồm quá nhiều mục tiêu, cần đặt những mục tiêu cụ thể để có thể kiểm tra sau buổi giao tiếp.

4.2.2. Soạn thảo nội dung: Một bài nói chuyện thường được chia làm 3 phần :

4.2.2.1. Phần mở đầu

Thiết lập mối quan hệ với người nghe và phác qua những nội dung lớn sẽ trình bày để mọi người dễ theo dõi.

Cần nắm được quy luật của sự chú ý: sự tập trung cao nhất của người nghe được diễn ra chỉ trong vòng 30 giây đầu tiên và 30 giây cuối cùng của bài nói. Giữa hai cao điểm đó, sự chú ý của người nghe tương đối kém, thỉnh thoảng có những đợt sóng nhỏ cao tùy vào khả năng gây chú ý của người nói. Cần phải tận dụng quy luật này để lôi cuốn người nghe. Những lời nói đầu tiên không chỉ đơn thuần là nhập đề mà còn phải gây được sự quan tâm và chiếm được cảm tình của mọi người.

4.2.2.2 Phần nội dung

Chứa đựng những tư tưởng hay ý kiến then chốt. Để khắc sâu vào trí óc người nghe và lôi cuốn được họ, bài phát biểu phải được phát triển dưới dạng một chuỗi các luận điểm và luận cứ theo một logic chặt chẽ. Sự chuyển tiếp cần thực hiện một cách cẩn thận để khỏi mất sự mạch lạc của câu chuyện.

Ngoài ra, cần linh hoạt sử dụng kết hợp một số thủ thuật để gây sự chú ý của người nghe như sử dụng câu hỏi gợi mở, ví dụ, số liệu thực tế, trích dẫn câu nói của những nhân vật nổi tiếng, những giai thoại, những câu chuyện khôi hài, những câu nói đùa dí dỏm... Tuy nhiên mọi cái phải đúng liều, đúng lượng và phải tập trung làm nổi bật chủ đề cần truyền tải.

4.2.2.3 Phần kết

Nhắc lại những điểm then chốt. Tùy theo tính chất của bài phát biểu có thể có lời chúc mừng, lời kêu gọi, những vấn đề nêu ra để người nghe giải quyết. Cần dành thời gian để giải đáp thắc mắc từ người nghe.

4.2.3. Chuẩn bị thực hiện nội dung giao tiếp:

Để giao tiếp có hiệu quả, cần chuẩn bị đầy đủ các yếu tố ảnh hưởng đến quá trình giao tiếp. Sau đây là những yếu tố cơ bản :

Hiểu rõ nội dung giao tiếp: Để làm gì? Như thế nào? (chọn lựa *kênh* giao tiếp), Có bản ghi nhớ (hoặc được viết ra, hoặc đã thuộc), sổ ghi chép...

Tìm hiểu đối tượng giao tiếp: Với ai?, để chuẩn bị các yếu tố khác cho phù hợp

Chuẩn bị cho bản thân: Chú ý trang phục và các phụ kiện đi kèm, tâm lý tự tin, thể trạng tốt

Chuẩn bị cho môi trường giao tiếp: Sắp xếp, chọn lựa, tìm hiểu về thời gian, không gian - địa điểm, thời tiết, ánh sáng...

Ngoài ra còn cần chú ý các yếu tố nhiễu để có thể khắc phục hoặc hạn chế những ảnh hưởng không tốt, những cản trở đến cuộc giao tiếp.

CÂU HỎI

1. Hãy giới thiệu về các loại « nghĩa » đặc biệt trong ngôn từ giao tiếp trong giao tiếp (định nghĩa, dẫn chứng minh họa, tác dụng)
2. Xác lập các bước để thực hiện một buổi giao tiếp trước công chúng.
3. Trình bày những thủ pháp để thu hút công chúng trong giao tiếp.
4. Hãy phác họa nội dung về một vấn đề và trình bày vấn đề đó trước lớp học
5. Yêu cầu sinh viên tạo những tình huống trong đó có sử dụng ẩn ngôn, hàm ngôn, ngụ ngôn. Phân tích ảnh hưởng của việc sử dụng các loại nghĩa này trong các trường hợp trên

Bài 5:**NGÔN NGỮ TRONG GIAO TIẾP****5.1 NGÔN NGỮ CÓ LỜI**

Ngôn ngữ có lời bao gồm lời nói và chữ viết được sử dụng trong giao tiếp thông qua 4 kỹ năng: viết- đọc, nói- nghe

Các kỹ năng truyền thông	Số năm được huấn luyện	Mức độ sử dụng
VIẾT	12	Thỉnh thoảng
ĐỌC	5	Không thường xuyên
NÓI	3	Thường xuyên
NGHE	0	Luôn luôn

Hình 5.1: Bảng so sánh đối chiếu những kỹ năng truyền thông trong giao tiếp có lời

Thông qua môn học Ngữ Văn (đặc biệt trong các tiết học Làm văn) ở 12 năm học phổ thông con người được huấn luyện để có thể sử dụng thành thạo kỹ năng “viết”. Với kỹ năng “đọc”, 5 năm đầu tiên ở cấp PTCS (từ lớp 1 đến lớp 5), nhà trường phải hoàn tất việc dạy “đọc” cho học sinh qua các giờ tập đọc. Riêng kỹ năng “nói”, trẻ sẽ được học từ gia đình và môi trường chung quanh trong 3 năm đầu đời (việc “dạy” diễn ra có thể có ý thức hoặc không có ý thức). Quá 3 tuổi, nếu trẻ nói chưa thành thạo, trẻ có khả năng gặp trục trặc trong sự phát triển nhân cách sau này. Riêng kỹ năng “nghe” đã xuất hiện ngay từ khi còn là thai nhi trong bụng mẹ

Tỷ lệ nghịch với mức độ được huấn luyện là mức độ sử dụng 4 kỹ năng này. Mức độ sử dụng được xác định như trong hình 5.1: “Bảng so sánh đối chiếu những kỹ năng truyền thông trong giao tiếp có lời” là sự so sánh tần số sử dụng giữa 4 kỹ năng với nhau. Ở vai trò người tiếp nhận, kỹ năng “nghe” hầu như luôn luôn được sử dụng ngay cả khi con người không muốn nghe trong khi việc “đọc” thường chỉ xuất hiện khi con người có ý thức đọc. Tương tự như thế, người ta có thể “nói” ở mọi nơi, mọi lúc nhưng chỉ có thể “viết” trong những điều kiện nhất định

Bảng đối chiếu này cho thấy chúng ta sử dụng khá nhiều và rất nhiều cái mà chúng ta ít được dạy hoặc không được dạy. Thế cũng có nghĩa là không dễ dàng đạt hiệu quả cao trong giao tiếp có lời như một số người vẫn lầm tưởng.

5.1.1 Lời nói trong giao tiếp:*** Tầm quan trọng của lời nói trong giao tiếp**

Giao tiếp bằng lời nói là hình thức giao tiếp thông dụng, phổ biến nhất. Qua lời nói, nội dung thông tin được truyền đi tác động trực tiếp, nhanh nhất đến cá nhân đối tác.

Lời nói như mũi tên, đã bay đi thì khó lấy lại. Vì thế người xưa vẫn khuyên con người *uốn lưỡi 7 lần trước khi nói*.

Lời nói bộc lộ tính cách nên nó giữ vai trò rất quan trọng trong việc tạo ấn tượng, sự nhận xét, đánh giá giữa những chủ thể với nhau trong giao tiếp.

Ca dao Việt Nam có câu:

*Chim khôn kêu tiếng rảnh rang
Người khôn ăn nói dịu dàng dễ nghe*

*** Những yếu tố chi phối đến hiệu quả của lời nói trong giao tiếp**

Việc phải suy nghĩ, cân nhắc trước khi nói rất quan trọng để lời nói ra thể hiện đúng nội dung muốn nói

Cách thức phát âm: âm lượng, ngữ điệu, tốc độ phải phù hợp với vai trò, với nội dung, với đối tượng và với bối cảnh giao tiếp. Người ta không thể nói với giọng điệu của một lời kêu gọi trong một buổi tâm sự chỉ dành cho hai người và ngược lại, người ta không thể thủ thỉ khi lên diễn đàn đọc diễn văn.

5.1.1.2 Chữ viết trong giao tiếp

Chữ viết được sử dụng trong giao tiếp qua hình thức thư từ, báo cáo, báo chí...

Giao tiếp thông qua chữ viết đòi hỏi sự chuẩn xác cao hơn giao tiếp thông qua lời nói vì các chủ thể có nhiều điều kiện để nghiên ngẫm, chọn lọc nội dung, cách diễn đạt sao cho phù hợp, chính xác, hiệu quả.

Trong giao tiếp thông qua chữ viết, xúc cảm của chủ thể qua hệ thống dấu câu, kiểu chữ...

5.1.1.3 Những yêu cầu về lời nói, chữ viết trong giao tiếp

Phải chuẩn xác cả về ngữ âm (phát âm đúng, chữ viết không mắc lỗi chính tả), ngữ nghĩa (dùng từ đúng cả nghĩa gốc lẫn nghĩa văn cảnh), ngữ pháp (đúng về cấu trúc ngôn ngữ trong câu, trong đoạn mạch). Lời nói, chữ viết phải bảo đảm thể hiện được nội dung muốn nói.

Phải thể hiện đúng vai trò xã hội của các chủ thể. Cùng một nội dung góp ý nhưng con nói với cha phải khác trò nói với thầy.

Phải biết kết hợp linh hoạt, phù hợp nhiều cách nói: nói chỉ rõ, nói gợi (nói triết lý, nói ví, nói đùa, nói mỉa mai...).

Lời nói và chữ viết giữ vai trò rất quan trọng trong tiến trình truyền thông. Nó là cầu nối giúp các chủ thể hiểu biết nhau, cảm thông nhau, điều chỉnh, thay đổi hành vi lẫn nhau. Mục tiêu cao nhất của các chủ thể là mong muốn thông qua lời nói, chữ viết, họ sẽ hoàn toàn thấu cảm nhau.

5.2 NGÔN NGỮ KHÔNG LỜI

5.2.1 Các hình thức giao tiếp bằng ngôn ngữ không lời

- *Giao tiếp thông qua thị giác*: các chủ thể sẽ tiếp nhận thông tin của nhau thông qua nét mặt, ánh mắt, nụ cười, điệu bộ, cử chỉ, diện mạo, phục trang đi kèm, khoảng cách...

- *Giao tiếp thông qua thính giác*: thông tin được tiếp nhận qua giọng nói, tốc độ nói, âm thanh đệm theo...

- *Giao tiếp thông qua khứu giác*: Các mùi hương trong môi trường giao tiếp, mùi của cơ thể có thể tác động đến đối tác, tạo nên những phản hồi trong giao tiếp

- *Giao tiếp thông qua xúc giác*: bắt tay, đụng chạm, ôm hôn... Những thông tin được truyền qua xúc giác chịu sự chi phối chặt chẽ bởi đặc trưng của từng nền văn hóa. Sự đụng chạm như thế này ở xứ sở này là phép xã giao lịch sự nhưng ở xứ sở kia lại là sự sỉ nhục, xúc phạm. Muốn sử dụng hình thức giao tiếp thông qua xúc giác cần phải nghiên cứu đặc trưng của nền văn hóa để tránh những hiểu lầm đáng tiếc.

- *Giao tiếp thông qua vị giác*: Văn hóa ẩm thực cũng là yếu tố quan trọng trong giao tiếp. Thông qua các món ăn, thức uống... người giao tiếp chuyển tải thái độ, tình cảm.

5.2.2 Đặc điểm của hình thức giao tiếp không lời

Ngôn ngữ không lời luôn luôn tồn tại trong giao tiếp một cách có ý thức lẫn một cách vô thức.

Ngôn ngữ không lời phụ thuộc vào khung cảnh giao tiếp như thời điểm, thời tiết, không gian, bối cảnh chung quanh... Một bối cảnh không phù hợp sẽ gây một sự đáp ứng và phản hồi ngược lại mong muốn của chủ thể.

Ngôn ngữ không lời mang tính đa nghĩa. Cùng một thông điệp đưa ra, chủ thể này có thể hiểu khác chủ thể kia và có thể khác cả với chủ thể phát ra tín hiệu. Cũng có khi, chỉ một tín hiệu nhưng người phát muốn gửi gắm nhiều ý nghĩa đến đối tác của mình. Do đó, khi phát hay nhận những thông điệp không lời cần phải hết sức cẩn nhắc để tránh những ngộ nhận đáng tiếc.

Ngôn ngữ không lời chịu sự chi phối chặt chẽ bởi đặc trưng của nền văn hóa. Đối với văn hóa phương Đông, người ta coi trọng sự tế nhị, kín đáo, nhẹ nhàng trong khi văn hóa phương tây, với nhịp sống gấp gáp của phong cách công nghiệp, người ta mong muốn một kết quả nhanh chóng nên ngôn ngữ không lời của họ thường rõ ràng, cụ thể, mạnh mẽ hơn người phương Đông. Bên cạnh đó, các tín hiệu cũng có thể có những ý nghĩa khác nhau ở từng quốc gia cụ thể. Vì thế, cần phải *nhập gia tùy tục* trong giao tiếp, đặc biệt là khi sử dụng ngôn ngữ không lời.

Ngôn ngữ không lời còn có sự khác biệt rõ rệt giữa nam và nữ. Luôn có ranh giới trong việc sử dụng ngôn ngữ không lời trong giao tiếp đối với những chủ thể khác nhau về giới tính. Giao tiếp không lời giữa nam - nam khác với giao tiếp không lời giữa nữ - nữ và càng có sự khác biệt khi chủ thể giao tiếp với nhau là nam - nữ.

5.2.3 Vai trò của ngôn ngữ giao tiếp không lời

Ngôn ngữ không lời hỗ trợ, đôi khi thay thế cả lời nói “ Không ai giữ được bí mật cả. Nếu miệng không nói thì ngón tay, ngón chân cũng động đậy” (S. Freud).

Ngôn ngữ không lời tạo nên sự sinh động, cuốn hút trong giao tiếp . Một câu nói ví von nhưng đã thể hiện rõ vai trò của ngôn ngữ không lời: “Nói không điều bộ, cử chỉ, như ăn không muối”.

Ngôn ngữ không lời còn có khả năng gửi những thông điệp “tế nhị”. Nó giúp cho người ta nói được những điều khó nói. Nó còn như những “mật mã” giúp con người có những giao tiếp rất riêng tư, kín đáo ngay giữa một thế giới rất đông người.

Ngôn ngữ không lời nếu được sử dụng phù hợp, đúng cách sẽ tạo cho chủ thể một sự duyên dáng, đáng yêu, gây được thiện cảm gần gũi trong giao tiếp.

Ngôn ngữ không lời nếu được phát ra, tiếp nhận chính xác, đầy đủ thì những thông điệp đó rất đáng tin cậy. Dễ dàng nhận thấy trong thế giới *thiên*, ngôn ngữ không lời trở nên đặc dụng bởi chỉ có nó mới có thể truyền tải đầy đủ, chính xác những thông điệp mà chủ thể muốn truyền tải.

Như vậy, bên cạnh việc giao tiếp bằng lời nói, chữ viết, ngôn ngữ không lời đã góp phần đắc lực trong việc truyền tải và tiếp nhận thông tin. Vấn đề chính là các chủ thể phải biết vận dụng phù hợp, đúng lúc, đúng chỗ và chính xác các phương tiện giao tiếp này để đạt hiệu quả cao nhất trong giao tiếp. Tất nhiên, cách vận dụng các phương tiện giao tiếp này như thế nào phụ thuộc vào kiến thức nhiều mặt của chủ thể.

Nghiên cứu phương tiện giao tiếp phi ngôn ngữ rất quan trọng, nó giúp ta nhạy cảm hơn trong giao tiếp.

5.2.4 Phối hợp ngôn ngữ có lời và ngôn ngữ không lời trong giao tiếp

Giao tiếp không lời và giao tiếp có lời ít khi tách rời nhau, mà thường bổ sung cho nhau. Nếu chủ động phối hợp với nhau các yếu tố sẽ tạo ra hiệu quả giao tiếp cao nhất.

CÂU HỎI

1. Hãy giới thiệu các loại hình ngôn ngữ trong giao tiếp (định nghĩa, đặc điểm, tác dụng)?
2. Các kỹ năng truyền thông trong giao tiếp có lời. Vai trò, đặc điểm, tác dụng của từng kỹ năng này trong cuộc sống cá nhân?
3. Các hình thức của giao tiếp không lời. Phân tích vai trò, đặc điểm, tác dụng của giao tiếp không lời trong cuộc sống?
4. Hãy nêu những biện pháp để việc phối hợp giao tiếp bằng ngôn ngữ có lời với ngôn ngữ không lời đạt hiệu quả cao.

Bài 6:**KHOẢNG CÁCH TRONG GIAO TIẾP****6.1 GIAO TIẾP TRỰC TIẾP VÀ GIAO TIẾP GIÁN TIẾP****6.1.1 Giao tiếp trực tiếp***** Thế nào là giao tiếp trực tiếp**

Giao tiếp trực tiếp là giao tiếp mà các chủ thể trực tiếp phát và nhận tín hiệu với nhau (giao tiếp mặt đối mặt).

Đây là hình thức giao tiếp đầu tiên của con người và hiện nay vẫn rất phổ biến, vẫn diễn ra hằng ngày, ở mọi nơi.

*** Ưu điểm của giao tiếp trực tiếp**

Giao tiếp trực tiếp kết hợp được phương tiện ngôn ngữ và phương tiện phi ngôn ngữ nên cuộc giao tiếp diễn ra sinh động, cuốn hút. Các chủ thể tìm thấy sự thích thú, hưng phấn trong giao tiếp và sẽ tăng thêm nhu cầu được giao tiếp.

Giao tiếp trực tiếp với hình thức *mặt đối mặt* giúp cho các đối tượng giao tiếp tri giác nhau một cách đầy đủ. Giao tiếp trực tiếp sẽ giúp các chủ thể hiểu biết nhau sâu sắc hơn, làm tăng độ tin tưởng lẫn nhau và do đó quan hệ giữa các chủ thể thêm mạnh mẽ sâu sắc, giao tiếp sẽ đạt hiệu quả cao hơn.

*** Hạn chế của lối giao tiếp trực tiếp**

Giao tiếp trực tiếp phụ thuộc nhiều vào yếu tố thời gian, không gian và con người nên số lượng mối quan hệ bị hạn chế nhiều so với số lượng của mối quan hệ trong giao tiếp gián tiếp.

Các chủ thể trong giao tiếp trực tiếp lại dễ dàng bị mất liên lạc nếu như khoảng cách giữa họ quá xa và thời gian xa nhau của họ quá dài hoặc những thông tin cấp thiết cũng sẽ khó đến với họ kịp thời.

Giao tiếp trực tiếp sẽ làm cho các chủ thể gặp khó khăn khi phải đề cập đến những vấn đề tế nhị trong cuộc sống.

Giao tiếp trực tiếp còn dễ làm khoét sâu mối bất hòa khi có sự khác biệt trong cuộc sống như trong một gia đình, thế hệ ông bà, cha mẹ trong quan niệm, trong thói quen, trong nếp sống do tuổi tác, trình độ sẽ có khoảng cách rất xa đối với thế hệ cháu, con. Nếu các chủ thể này tranh luận với nhau thì khoảng cách giữa họ sẽ càng bị đào sâu hơn nữa.

6.1.2 Giao tiếp gián tiếp*** Thế nào là giao tiếp gián tiếp**

Giao tiếp gián tiếp là hình thức giao tiếp thông qua một vật thể trung gian nào đó như các phương tiện thông tin đại chúng (TV, báo, đài...) hoặc các hình thức truyền tin khác (thư tín, điện thoại, email, chat...).

*** Ưu điểm của giao tiếp gián tiếp**

Nhờ vào sự tiến bộ ngày càng mạnh mẽ của các phương tiện kỹ thuật đặc biệt là kỹ thuật truyền tin, con người giao tiếp với nhau rất dễ dàng bất chấp mọi khoảng cách địa lý. Nhờ đó, mối quan hệ của con người trở nên rộng rãi. Con người có thể dễ dàng thiết lập mối quan hệ với nhiều người ở nhiều nơi trên thế giới trong khi họ vẫn ở cố định tại một địa điểm trên địa cầu (hay cả một nơi nào đó trong vũ trụ). Giao tiếp vẫn được tiến hành sôi nổi giữa các chủ thể (hai người hoặc nhiều hơn) thách thức mọi khoảng cách địa lý

Với các phương tiện kỹ thuật truyền tin hiện đại, người ta có thể thông tin cho nhau một cách nhanh chóng. Chỉ cần một vài giây khởi động, những thông tin có thể truyền đi cả quãng đường nửa vòng trái đất một cách chính xác, đầy đủ.

Như vậy, trong *thế giới phẳng*, liên lạc giữa các chủ thể trong giao tiếp thật dễ dàng, tiện lợi. Ngay cả những thông tin mang tính nghi lễ trang nghiêm, người ta vẫn có thể thực hiện trên bàn ăn, trên giường ngủ... Người ta có thể gửi cho nhau những bức điện chia buồn thống thiết, bi thương ngay trong một buổi party đầy ắp những trò vui, những tiếng cười.

*** Những hạn chế của giao tiếp gián tiếp**

Giao tiếp gián tiếp phụ thuộc hoàn toàn vào các phương tiện kỹ thuật nên khi không có phương tiện kỹ thuật hoặc các phương tiện này bị hỏng hóc, người ta không thể thực hiện được giao tiếp.

Do giao tiếp diễn ra trong trạng thái *mặt không đối mặt* (dù các chủ thể vẫn có thể nhìn thấy nhau), thiếu những yếu tố mà cuộc giao tiếp trực tiếp vốn có (thể mạnh của các phương tiện giao tiếp phi ngôn ngữ, của môi trường) nên sự gần gũi giữa các chủ thể, sự sinh động trong không khí giao tiếp cũng bị hạn chế rất nhiều.

Trong giao tiếp gián tiếp, các chủ thể có nhiều điều kiện giấu mình, lại thêm mối liên lạc giữa các chủ thể rất lỏng lẻo nên độ tin cậy, sâu đậm giữa các chủ thể cũng rất yếu ớt, mong manh. Nhiều đối tượng xấu đã lợi dụng phương thức giao tiếp gián tiếp để lừa gạt bao nhiêu con người cả tin, lợi dụng tình cảm lẫn tiền bạc, để lại những vết thương lòng khó xóa nhòa trong lòng các nạn nhân, ảnh hưởng đến niềm tin vào cuộc sống xã hội.

Giao tiếp gián tiếp dù có nhiều ưu điểm, nhưng nếu lạm dụng, con người dễ tự cách ly ra khỏi cộng đồng, dễ rơi vào trạng thái cô độc, trầm uất.

6.2 CÁC PHƯƠNG TIỆN KỸ THUẬT TRONG GIAO TIẾP

6.2.1 Quá trình phát triển của các phương tiện kỹ thuật trong truyền thông

Gửi, nhận thông tin qua trung gian: Ban đầu là qua người đưa thư, chim bồ câu đưa thư. Tiếp thêm là gửi, nhận thông tin trực tiếp thông qua các loại sóng: gửi mật mã, điện thoại, điện thoại di động, fax...Hiện đại như ngày nay là trò chuyện trực tiếp bằng điện thoại di động, trò chuyện qua Internet, có thể nhìn thấy nhau dù đang ở rất xa nhau: web-cam, voice-chat...

Tổ chức các cuộc giao lưu, các cuộc họp, các cuộc khám, chữa bệnh và cả các cuộc giải phẫu cho bệnh nhân dù rằng các chủ thể này đang ở rất xa nhau: cầu truyền hình, phòng họp kỹ thuật số, chữa bệnh từ xa...

Như vậy, tốc độ phát triển của các phương tiện kỹ thuật truyền thông đại chúng ngày càng mạnh mẽ và có những bước mang tính đột phá tạo điều kiện thuận lợi, tiện ích cho giao tiếp xã hội.

6.2.2 Tác dụng của sự phát triển mạnh mẽ các phương tiện kỹ thuật truyền thông

Con người trong xã hội hiện đại đã đạt những bước tiến dài trên con đường vươn lên làm chủ thế giới. Bước tiến đó đã tạo nên sự bùng nổ thông tin mạnh mẽ đến độ các phương tiện, hình thức tiếp nhận thông tin trước đó không thể đáp ứng nổi. Trước nhu cầu mới của xã hội, các phương tiện kỹ thuật truyền thông đại chúng tất yếu phải phát triển nhanh chóng và sự phát triển này quay lại thúc đẩy xã hội tiếp tục đi lên.

Trong xu hướng toàn cầu hóa của xã hội, việc trao đổi các thông tin, kiến thức giữa mọi quốc gia trở thành việc làm không thể thiếu nhằm xóa dần khoảng cách giữa các vùng lãnh thổ, các tầng lớp trong xã hội, thúc đẩy sự phát triển của loài người. Tuy nhiên, sự phát triển của các phương tiện kỹ thuật thông tin đại chúng cũng có mặt trái của nó. Cuộc sống của con người trở nên co cụm lại. Những thú vui rất người như viếng thăm nhau, cảm nhận môi trường chung quanh như nó vốn có trở nên xa vời. Con người tất bật, quay cuồng giữa các phương tiện kỹ thuật để rồi một lúc nào đó chợt nhận ra cuộc đời thật vô vị bởi mình quá cô đơn.

CÂU HỎI

1. Phân tích ưu điểm, nhược điểm của hai hình thức giao tiếp trực tiếp và giao tiếp gián tiếp. Theo anh, chị có thể khắc phục những ưu, nhược điểm của chúng?
2. Cho một ví dụ về việc chọn lựa giữa hai hình thức giao tiếp để có được hiệu quả tốt từ anh, chị? Phân tích ưu điểm của sự lựa chọn ấy.
3. Suy nghĩ của anh, chị về các phương tiện kỹ thuật trong truyền thông đại chúng hiện nay? Phân tích ưu, nhược điểm của một số phương tiện thông dụng.

BÀI TẬP CUỐI CHƯƠNG

1. Lời nói nào được sử dụng trong trường hợp sau đây:

Hai người đàn ông đi ngược chiều nhau trên con đường lầy lội. Một người bị trượt ngã (ông A) mình bê bết bùn. Khi họ gặp nhau, người kia (ông B) cười to nói: “Từ xa tôi trông ông như một cây chuối bị đổ vậy!” Người bị ngã cũng mỉm cười đáp lại: “Còn ông, từ xa tôi cứ ngỡ ông là một con người!”

Phân tích ảnh hưởng của từng lời nói trong tình huống giao tiếp trên. Nếu phải hóa thân vào ông B, anh (chị) sẽ ứng xử như thế nào để đạt được hiệu quả giao tiếp tốt nhất

2. Một nhân viên nói với thủ trưởng: “Thưa anh, những cuộc họp sáng thứ hai kéo dài quá, theo em là lãng phí thời gian”. Sếp phản ứng gay gắt: “Yanh định nói những cuộc họp đó là lãng phí thời gian, phải không? Những cuộc họp đó rất cần thiết và đã

được duy trì từ lâu, không ai phàn nàn gì cả! Anh không cần phải bận tâm về chúng nữa, nghe chưa!”. Cuộc giao tiếp thất bại. Tại sao?

3. Thủ trưởng yêu cầu A làm báo cáo ngày 20 đưa cho ông ấy duyệt. Do căng thẳng bởi áp lực công việc nặng nề, ngày 16 ông ấy đã yêu cầu A trình báo cáo. Tất nhiên là A chưa có nên bị xếp mắng xối xả vì cho rằng hạn nộp là 15 mà nay A vẫn chưa làm xong. Nếu là A, em sẽ làm gì?

CHƯƠNG 3: BẢN CHẤT XÃ HỘI VÀ HIỆU QUẢ CỦA GIAO TIẾP

Bài 7:**QUÁ TRÌNH TRAO ĐỔI THÔNG TIN TRONG GIAO TIẾP****7.1 ĐỐI THOẠI****7.1.1 Thế nào là đối thoại ?**

Đối là qua - lại, hỏi - trả lời. *Thoại* là lời nói.

Đối thoại miệng là dạng ngôn ngữ cơ sở nhất của loài người. Đối thoại là sự giao tiếp trực tiếp của hai hay một số người, là sự trao đổi bằng cách đối đáp qua lại: lúc này thì người này hỏi, nói và người kia nghe, trả lời, lúc khác thì người kia hỏi, nói và người này nghe, trả lời.

Đối thoại được tiến hành trong sự tiếp xúc đầy biểu cảm giữa những người giao tiếp, trong điều kiện tri giác lẫn nhau một cách đầy đủ. Những người đối thoại tác động lẫn nhau bằng các cử chỉ, điệu bộ, nét mặt, giọng nói... và thường cùng nhau theo dõi đối tượng được thảo luận.

7.1.2 Những yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả của đối thoại**- Xuất phát từ người nhận thông điệp***** Ấn tượng ban đầu:**

Ấn tượng ban đầu là hình ảnh về đối tượng giao tiếp được hình thành trong lần gặp gỡ đầu tiên. Sự đánh giá ấy bắt nguồn từ các yếu tố sau:

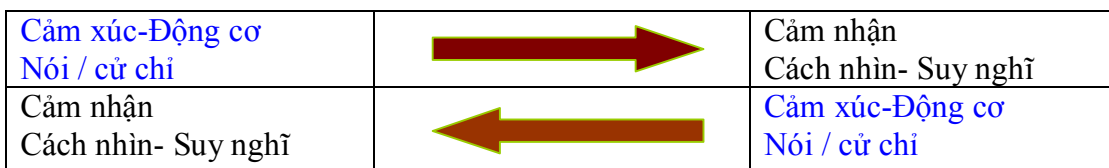
- Cảm tính: (yếu tố chiếm ưu thế): được tạo bởi những yếu tố bên ngoài như hình dáng, cử chỉ, điệu bộ, trang phục, giọng nói...

- Lý tính: (yếu tố mang tính lôgic) được tạo bởi phẩm chất cá nhân như tính khí, tính cách, năng lực, kiến thức, cách ứng xử...

- Xúc cảm: là những tình cảm ban đầu do các chủ thể nhận về nhau qua mức hấp dẫn thẩm mỹ bên ngoài và những phẩm chất của cá nhân đối tác trong giao tiếp.

Vì vậy, cách thức chúng ta xuất hiện trước mặt người khác ảnh hưởng mạnh đến phản ứng tích cực hay tiêu cực của người khác đối với ta. Ấn tượng đầu tiên thường là ấn tượng lâu bền nhất.

Tuy nhiên, trong thực tế, không ít người rất bình thường không gây được ấn tượng gì đặc biệt cho người đối diện trong lần đầu gặp gỡ, nhưng sau đó có thể họ lại nổi bật lên qua một sự kiện nào đó.



Hình 5.1 Cơ chế đánh giá nhau của 2 người trong lần giao tiếp đầu tiên

* **Vai trò nhận thức của các giác quan:** quan trọng nhất chính là thị giác. Tiếp liền theo là thính giác, sau đó lần lượt là khứu giác, xúc giác và cuối cùng là vị giác

Như vậy các giác quan của chúng ta có tầm quan trọng khác nhau trong nhận thức. Hiểu được điều này giúp chúng ta có được những điều chỉnh phù hợp trong giao tiếp.

* **Tâm thế :** Tâm thế là trạng thái tâm lí hoàn thiện, là tâm trạng cá nhân trong một hoạt động nhất định.

- **Xuất phát từ người phát thông điệp:** người phát thông điệp sẽ chi phối người đối diện bởi *phong cách giao tiếp cá nhân*. Phong cách này được cấu tạo từ hai đặc tính:

* **Tính chuẩn mực:** (tạm gọi là phần cứng).

Tính chuẩn mực được biểu hiện do những quy ước về mặt đạo đức, phong tục tập quán, lễ giáo... (còn được gọi là cái chung). Nó cấu thành nền tảng giao tiếp của từng dân tộc theo khuôn khổ văn hóa chung.

• **Tính linh hoạt:** (tạm gọi là phần mềm)

Tính linh hoạt được biểu hiện do trình độ kiến thức, kinh nghiệm, trạng thái tâm lý, lứa tuổi giới tính, đặc điểm nghề nghiệp... (còn được gọi là cái cá biệt).

Muốn hình thành được tâm thế để thể hiện hành động “thì người đó phải có nhu cầu về hành động đó và phải ở trong một tình huống tương ứng”

- **Bối cảnh giao tiếp:** không gian, thời gian, nền văn hóa...

7.2 MẠNG GIAO TIẾP

7.2.1 Giao tiếp với chính mình

* **Giao tiếp với chính mình:** là quá trình con người suy nghĩ để tự điều khiển, điều chỉnh bản thân. Quá trình ấy diễn ra gần như liên tục, có chủ đích hoặc không có chủ đích.

* **Tiến trình truyền thông trong giao tiếp với chính mình**

- Nhận thức đặc điểm, thuộc tính của bản thân.
- Đánh giá bản thân.
- Điều chỉnh, điều khiển bản thân.

7.2.2 Giao tiếp giữa cá nhân với cá nhân

Giao tiếp giữa cá nhân với cá nhân diễn ra khi chủ thể giao tiếp là hai người hoặc nhiều hơn. Cả hai chủ thể đều là nguồn phát và người nhận. Mọi quan hệ tương tác giữa những chủ thể này do đó rất mạnh mẽ.

Giao tiếp giữa cá nhân với cá nhân có tác dụng sâu sắc trong việc vận động cá nhân thay đổi hành vi, thái độ.

7.2.3 Giao tiếp công chúng

Phía phát chỉ một hay vài người, phía nhận thì rất đông. Ví dụ như trong một lớp học hay trong một buổi diễn thuyết.

Mức độ tương tác giữa các chủ thể rất yếu, sự đối vai gần như không có.

Lượng thông tin trong kiểu giao tiếp này rất nhiều nhưng tác động thay đổi hành vi rất hạn chế.

7.2.4 Giao tiếp đại chúng

Truyền thông chủ yếu chỉ được thực hiện một chiều và được khuếch đại qua các phương tiện kỹ thuật hiện đại. Ví dụ cho hình thức giao tiếp này là báo chí, phát thanh, truyền hình.

Sự đối vai gần như không đáng kể (nếu có chỉ là những hình thức như thư phản hồi). Sự đáp ứng không có tác động đến người phát.

Lượng thông tin được truyền đi rất lớn, tốc độ truyền đi nhanh chóng, rộng rãi, số lượng người tiếp nhận đông đảo nhưng sức tác động không sâu sắc.

Các mạng giao tiếp này đều có những mặt ưu và mặt hạn chế. Giao tiếp công chúng và giao tiếp đại chúng mang được nhiều thông tin tới số đông và nhanh chóng. Nhưng thông tin này ít làm thay đổi hành vi và thái độ sống. Muốn vận động để cá nhân thay đổi, phải có sự tương tác mặt đối mặt, nhất là giao tiếp trong nhóm nhỏ.

7.3 HOÀN THIỆN THÔNG TIN

7.3.1. Luồng thông tin

7.3.1.1. Luồng thông tin chính thức

- Luồng thông tin từ trên xuống.
- Luồng thông tin từ dưới lên.

7.3.1.2. *Luồng thông tin không chính thức*: thông tin theo chiều ngang.

7.3.2. Hoàn thiện truyền thông

7.3.2.1. Vai trò của việc hoàn thiện truyền thông

- Tạo sự thoải mái, đồng cảm giữa các thành viên.
- Tạo sự gắn bó giữa các thành viên, nâng cao năng suất lao động.

7.3.2.2. Phương pháp hoàn thiện truyền thông

- Mô tả công việc rõ ràng, cụ thể bằng văn bản.
- Kết hợp nhiều kênh, nhiều hình thức thông tin, nhiều luồng thông tin.
- Tránh sự quá tải trong thông tin.
- Cần có sự bình đẳng trong thông tin.

Để đạt hiệu quả cao, cần có sự phối hợp linh hoạt, phù hợp giữa các hình thức giao tiếp, các kiểu giao tiếp và các luồng thông tin

CÂU HỎI

1. Phân tích những yếu tố ảnh hưởng đến đối thoại. Anh chị làm gì để tạo được một cuộc đối thoại mang lại hiệu quả cao?
2. Khí chất là gì? Có bao nhiêu loại khí chất cơ bản? Theo anh, chị khí chất nào nên phát huy và khí chất nào nên hạn chế, khắc phục trong giao tiếp? Tại sao?
3. Trình bày những hiểu biết của anh chị về mạng giao tiếp. Anh chị vận dụng những kiến thức này như thế nào trong giao tiếp?
4. Trình bày những phương pháp hoàn thiện thông tin. Hãy kể một tình huống cụ thể anh chị đã truyền tin thành công.

Bài 8:**SỰ TÁC ĐỘNG QUÁ LẠI TRONG GIAO TIẾP****8.1 TRI GIÁC XÃ HỘI****8.1.1 Tri giác là gì?**

Tri giác là một quá trình nhận thức, phản ánh một cách trọn vẹn các thuộc tính của sự vật, hiện tượng khi chúng tác động trực tiếp vào giác quan.

Trong giao tiếp, các bên không chỉ truyền thông tin cho nhau, mà còn nhận thức, tìm hiểu lẫn nhau. Nhận thức làm cơ sở nảy sinh tình cảm, sự gắn bó, phụ thuộc lẫn nhau. Nhận thức có đúng đắn, sâu sắc thì tình cảm mới ổn định và lâu bền. Đối tượng tri giác trong giao tiếp có thể là người khác, có thể là bản thân mình.

8.1.2 Tri giác xã hội

“Tri giác xã hội” được hiểu là sự tri giác toàn bộ của chủ thể không chỉ đối với các đối tượng của thế giới vật chất, mà đối với cả những cái được gọi là các *khách thể xã hội* (những người khác, các nhóm, các dân tộc) các tình huống xã hội ...

Tri giác các khách thể xã hội có một loạt đặc điểm đặc trưng, khác về chất so với sự tri giác các đối tượng vô tri vô giác. Thứ nhất, khách thể xã hội (cá nhân, nhóm...) không thụ động và không dừng đọng, thờ ơ với chủ thể tri giác và khi tác động vào chủ thể tri giác, người được tri giác cố làm thay đổi các biểu tượng về mình theo hướng có lợi cho mục đích của mình. Thứ hai, sự chú ý của các chủ thể tri giác xã hội được tập trung vào sự giải thích ý nghĩa và giá trị của các khách thể tri giác, trong đó có những giải thích nhân quả. Thứ ba, sự tri giác các khách thể xã hội được đặc trưng bởi tính kết dính cao của các thành tố nhận thức với các thành tố xúc cảm, bởi tính phụ thuộc cao vào cấu trúc động cơ - ý nghĩa của hoạt động với chủ thể tri giác. Do đó trong tâm lý xã hội (Social Psychology), thuật ngữ “tri giác” được giải nghĩa rộng hơn so với thuật ngữ “tri giác” trong tâm lý học đại cương (General Psychology).

8.1.3 Tri giác người khác*** Tri giác người khác là gì?**

là sự nhận thức người khác từ các đặc điểm bên ngoài, từ đó có sự phán quyết về bản chất bên trong của đối tượng. Quá trình này diễn ra trong suốt thời gian giao tiếp.

*** Các yếu tố ảnh hưởng đến tri giác người khác**

- *Yếu tố xuất phát từ chủ thể nhận thức.*

Hình ảnh một đối tượng nào đó được tạo ra trong ta phụ thuộc rất nhiều vào đời sống tâm lý của ta (quy luật tổng giác). Nhận thức của chúng ta về người khác sẽ bị chi phối bởi các quy luật của tri giác như *tính lựa chọn, ấn tượng, tình cảm, tâm trạng*.

Ngoài ra, khi nhận thức người khác chúng ta còn bị cơ chế *định khuôn* (stereotype) chi phối. Đó là việc nhận thức con người theo khuôn mẫu về nghề nghiệp, vai trò, kiểu người đôi khi còn liên quan đến cả tộc họ, dân tộc nữa.

Có những đặc điểm ở đối tượng có thể chi phối nhận thức của chúng ta về họ như gây ra ảo ảnh hoặc làm tăng khả năng nhận thức về một đặc điểm nào đó của họ. Chúng ta còn có *xu hướng nhóm* để quy kết hai đối tượng giống nhau trong khi thực chất họ chỉ tương đồng nhau ở một đặc điểm nào đó.

Trong giao tiếp, tri giác về người khác của chúng ta cũng có thể bị lệch lạc do ảnh hưởng bởi *hiệu ứng so sánh* khi chúng ta tiếp xúc với những đối tượng có đặc điểm rất khác nhau trong cùng một bối cảnh.

- *Yếu tố xuất phát từ đối tượng nhận thức*

Bản thân “người khác” là một sinh thể phức tạp, họ thường có xu hướng thay đổi theo một mục đích nào đó, bản thân họ cũng có sự thay đổi theo hoàn cảnh sống nên tri giác người khác là một quá trình rất phức tạp.

- *Yếu tố xuất phát từ bối cảnh giao tiếp*

Sự nhìn nhận của chúng ta về người khác cũng phụ thuộc rất nhiều vào tình huống trong đó diễn ra giao tiếp. Do đó, trong ứng xử chúng ta cần quan tâm đến bối cảnh giao tiếp để có thái độ cho phù hợp.

8.1.4 Tri giác bản thân

* *Thế nào là tri giác bản thân ?*

Tri giác về bản thân là quá trình trong đó mỗi chúng ta xây dựng cho mình một khái niệm hay hình ảnh về bản thân (HABT). *Hình ảnh bản thân* là cách chúng ta hình dung về mình như thế nào. Nó biểu hiện bản chất cũng như các việc làm của chúng ta. Hình ảnh bản thân là thứ khung qui chiếu mà chúng ta soi theo đó để hành động.

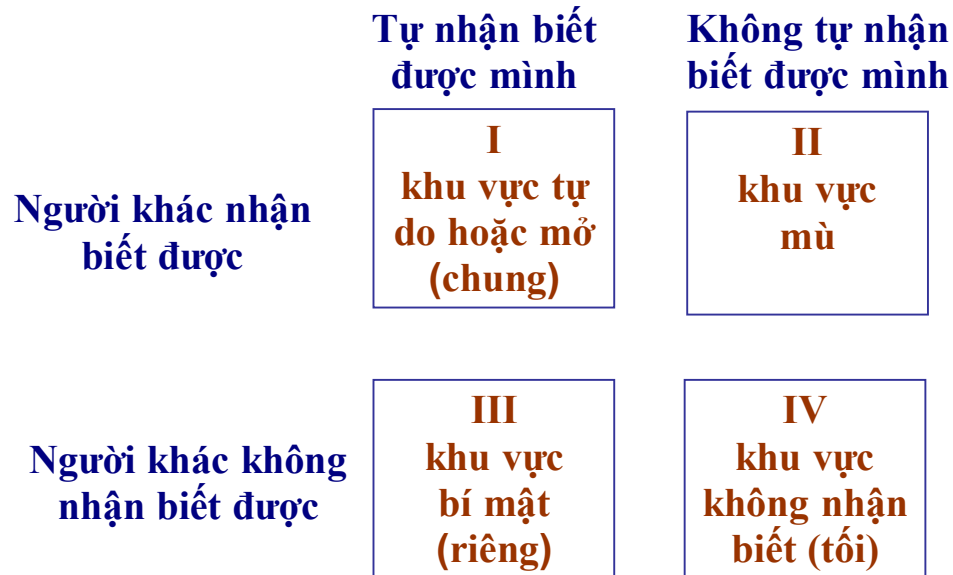
* *Quá trình hình thành hình ảnh bản thân*

Hình ảnh bản thân được hình thành cùng với sự hình thành và phát triển của nhân cách.

Quá trình hình thành hình ảnh bản thân được diễn ra trong sự giao tiếp với người khác, tùy thuộc vào sự đánh giá, đối xử của người khác. Qua sự tương tác với họ, chúng ta biết về bản thân mình và hình thành nên hình ảnh bản thân.

Tóm lại, giữa giao tiếp và sự hình thành hình ảnh bản thân có mối quan hệ với nhau rất chặt chẽ. Thông qua giao tiếp mà chúng ta hình thành khái niệm về bản thân và ngược lại ý nghĩ, cách tự đánh giá về mình sẽ ảnh hưởng tới lời nói, việc làm và mối quan hệ của chúng ta.

8.1.5 Cửa sổ Johari và mối quan hệ giữa nhận thức và tự nhận thức



Hình 5.2 Cửa sổ Johari

* **Khu vực I**, còn gọi là ô “chung”, tương ứng với những gì về chúng ta mà cả chúng ta và đối tượng giao tiếp đều nhận biết.

* **Khu vực II**, còn gọi là ô “mù”, tương ứng với những gì chúng ta không biết về mình nhưng đối tượng giao tiếp lại nhận biết.

* **Khu vực III**, còn gọi là ô “riêng”, tương ứng với những gì chúng ta biết về mình nhưng đối tượng giao tiếp lại không thể nhận biết.

* **Khu vực IV**, còn gọi là ô “tối”, tương ứng với những gì về chúng ta mà cả chúng ta và đối tượng giao tiếp đều không nhận biết được.

Như vậy, khu vực I biểu hiện sự cởi mở trong giao tiếp, sự hiểu biết lẫn nhau giữa chúng ta và đối tượng. Trong giao tiếp, ô “chung” cũng như các ô còn lại có thể được nói rộng ra hoặc thu hẹp lại, điều này phụ thuộc vào hai yếu tố cơ bản, đó là sự cởi mở và phản hồi.

Cởi mở là sẵn sàng chia sẻ những suy nghĩ, tâm tư, tình cảm, nguyện vọng, những hiểu biết của mình với đối tượng giao tiếp. Nói cách khác, cởi mở là tự vén bức màn bí ẩn của đời sống nội tâm của mình, làm cho người khác có thể hiểu được chúng ta, chia sẻ được với chúng ta. Trong giao tiếp, nếu mọi người đều cởi mở với nhau thì ô “chung” sẽ được nói rộng ra, ô “riêng” sẽ thu hẹp lại, khi đó con người xích lại gần nhau hơn, hiểu nhau hơn.

Cởi mở cũng là một nhu cầu. Khi chúng ta có niềm vui hay nỗi buồn, có những điều trăn trở, chúng ta thường tìm đến những người thân thiết, có thể tin tưởng để giải bày và được chia sẻ. Hoặc khi một ai đó thổ lộ với chúng ta những nỗi niềm của họ thì chúng ta cũng cảm thấy vui vì được tin tưởng. Tuy nhiên, “cởi mở” không dễ. Nhiều khi

có điều muốn nói ra, nhưng chúng ta lại không dám làm vì mặc cảm, sợ bị chê cười, bị coi là “đốt”, là “ngớ ngẩn”, nghĩa là chúng ta thiếu lòng tin vào bản thân mình.

Phản hồi là sự truyền thông tin ngược trở lại đối tượng giao tiếp đến chúng ta, nó cho chúng ta biết những suy nghĩ, cảm tưởng, đánh giá, nhận xét của đối tượng giao tiếp về chúng ta.

Sự phản hồi làm thu hẹp ô “mù” và mở rộng ô “chung”. Mức độ phản hồi không chỉ phụ thuộc vào việc đối tượng giao tiếp có phải là người cởi mở hay không, mà còn phụ thuộc vào nghệ thuật giao tiếp của chúng ta, vào việc chúng ta có biết khuyến khích đối tượng chia sẻ những suy nghĩ, cảm tưởng của họ về chúng ta hay không. Trong cuộc sống, không ít người còn chưa biết lắng nghe, thường ngắt lời, thậm chí tỏ thái độ khó chịu khi nghe người khác góp ý. Cách ứng xử như vậy không những làm giảm lượng thông tin phản hồi từ người khác đến với họ, mà còn làm cho người khác, kể cả những người có thiện chí, dần xa rời họ.

8.2 QUAN HỆ LIÊN NHÂN CÁCH

8.2.1 Thế nào là quan hệ liên nhân cách ?

Giao tiếp không chỉ là trao đổi thông tin, nhận thức, đánh giá về nhau mà còn là sự tác động qua lại, ảnh hưởng lẫn nhau. Bằng cách đó, tâm lý cá nhân biến thành tâm lý xã hội và ngược lại. Tuy nhiên, sự tác động này diễn ra hết sức phức tạp, chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố. Mỗi chúng ta lĩnh hội sự tác động từ xã hội không phải một cách thụ động mà thông qua một cơ chế chọn lọc, tùy thuộc vào ý chí, trí tuệ và tính tích cực của mỗi một người. *Quá trình tác động qua lại, ảnh hưởng lẫn nhau này được gọi là quan hệ liên nhân cách.*

8.2.2 Những yếu tố ảnh hưởng đến quan hệ liên nhân cách

8.2.2.1 Vai trò của lãnh đạo

Sự sống còn của một nhóm hay một tổ chức đều do mục tiêu đã được vạch ra và lãnh đạo là tác động vào tổ chức đó để tiến tới mục tiêu, Nói khác, lãnh đạo là quá trình gây ảnh hưởng đến các hoạt động của một cá nhân hay một nhóm nhằm đạt được mục đích trong tình huống nhất định. Người lãnh đạo giỏi là người biết phát hiện, phát huy và kết nối các hành vi của nhóm để đưa nhóm đến mục tiêu

Đặc tính chung của những cá nhân trong nhóm ảnh hưởng đến phong cách lãnh đạo được sử dụng. Nhóm này khác với nhóm kia ở những điểm nào đó, hiểu được điểm khác biệt thì sẽ chọn được phong cách phù hợp. Theo Auren Uris, có ba phong cách lãnh đạo cơ bản: lãnh đạo chỉ huy, lãnh đạo dân chủ, lãnh đạo để tự do hoạt động. Để định hướng cho một phong cách lãnh đạo phù hợp, người lãnh đạo phải tìm hiểu từng thành viên một cách kỹ lưỡng, bao gồm điểm tương đồng và những cá tính trong hành vi, thái độ, biểu hiện tâm lý, tình cảm, cung cách làm việc và sinh hoạt trong nhóm.

Nghệ thuật lãnh đạo là sự uyển chuyển, biết sử dụng phong cách nào một cách đúng lúc và thích hợp nhất.

8.2.2.2 Môi quan hệ giữa các thành viên

Sự thống nhất về quan điểm, niềm tin; Sự gắn bó về vật chất, tinh thần; Sự hòa hợp về tính cách... là những biểu hiện của mối quan hệ tốt đẹp trong nhóm, thể hiện ý chí đoàn kết để cùng đi đến mục tiêu.

8.2.3 Các hình thức biểu hiện quan hệ liên nhân cách

* *Sự lây lan tâm lý*

Sự lây lan tâm lý là quá trình chuyển tỏa trạng thái cảm xúc từ cá thể này sang cá thể khác ở cấp độ tâm sinh lý nằm ngoài sự tác động của ý thức. Chính nhờ có sự lây lan tâm lý mà người ta có được sự đồng cảm với nhau trong giao tiếp.

Lực lây lan tâm lý được truyền đi theo nguyên tắc cộng hưởng, tỷ lệ thuận với số lượng của tập thể và cường độ cảm xúc được truyền.

Sự lây lan tâm lý có thể diễn ra theo 2 cơ chế: cơ chế dao động từ từ, cơ chế bùng nổ.

* *Ám thị trong giao tiếp*

Ám thị là dùng lời nói, việc làm, hành vi, cử chỉ tác động vào tâm lý của một cá nhân hoặc một nhóm người nhằm làm cho họ tiếp thu thông tin mà không có sự phê phán.

Ám thị có thể mang tính chất trực tiếp hoặc gián tiếp. Ám thị mang tính trực tiếp là tác động trong lúc người này thông báo cho người kia (dưới hình thức mệnh lệnh thực hành) những ý nghĩ khiến người kia phải tiếp nhận và thực hiện không bàn cãi. Ám thị gián tiếp thì phải đi theo đường vòng để đạt mục đích trên chẳng hạn như thủ thuật *noi gương*.

Tính bị ám thị (còn gọi là tính nhẹ dạ, cả tin) phụ thuộc vào từng người, từng lứa tuổi, giới tính và từng hoàn cảnh. Tính bị ám thị của con người tăng lên khi người ta hoang mang, giao động hoặc đang bị chi phối bởi một nhu cầu mãnh liệt nào đó.

* *Hiện tượng áp lực nhóm*

Trong giao tiếp tập thể, phản ứng của một thành viên thường bị chi phối bởi phản ứng của số đông tức là phản ứng của đa số tạo nên áp lực đối với phản ứng của một số ít người. Hiện tượng này gọi là áp lực nhóm.

Tính áp lực nhóm phụ thuộc vào những yếu tố sau: những đặc trưng của cá nhân phải chịu áp lực nhóm, những đặc trưng của nhóm là chủ thể tạo ra áp lực, mối quan hệ giữa cá nhân với nhóm và hoàn cảnh, nội dung nhiệm vụ, mức độ quan tâm của cá nhân với nhiệm vụ đó.

* *Bắt chước*

Bắt chước là sự mô phỏng, tái tạo, lập lại các hành động, hành vi, tâm trạng, cách thức suy nghĩ, ứng xử của một người hay một nhóm người nào đó. Bắt chước là cơ chế quan trọng để hình thành nên chuẩn mực, giá trị của nhóm, của xã hội. Thông qua bắt chước, mỗi cá nhân xây dựng nên cách xử sự của mình phù hợp với chuẩn mực của xã hội.

Bắt chước thường được diễn ra theo quy luật nhất định: bắt chước được thực hiện từ bản chất đến hình thức, từ dưới lên trên theo bậc thang của xã hội...

* *Thuyết phục*

Thuyết phục là phương pháp tác động xây dựng trên cơ sở tính logic, tính chặt chẽ, xác đáng của các lập luận nhằm làm thay đổi quan điểm, thái độ của người khác hoặc nhằm xây dựng nên quan điểm mới.

Hiệu quả của thuyết phục phụ thuộc vào các yếu tố như uy tín của người thuyết phục, tính chặt chẽ logic của lý lẽ đưa ra, một số đặc điểm tâm lý cá nhân, hoàn cảnh dẫn ra sự thuyết phục, cách thức thuyết phục...

Tóm lại, ba quá trình nhận thức, tự nhận thức và tác động lẫn nhau là ba quá trình thống nhất trong một hoạt động giao tiếp. Chúng tác động qua lại, phụ thuộc lẫn nhau và đóng vai trò quan trọng trong việc quyết định hiệu quả của giao tiếp.

CÂU HỎI

1. Thế nào là tri giác xã hội? Tri giác xã hội khác tri giác các vật vô tri vô giác như thế nào? Tri giác xã hội có tầm quan trọng như thế nào trong giao tiếp?
2. Thế nào là tri giác người khác? Những yếu tố nào ảnh hưởng đến quá trình tri giác người khác? Làm thế nào để hạn chế việc sai lệch trong tri giác người khác.
3. Thế nào là tri giác bản thân? Làm thế nào để có thể cải thiện hình ảnh bản thân?
4. Thế nào là quan hệ liên nhân cách? Những hình thức biểu hiện của quan hệ liên nhân cách? Phân tích những yếu tố ảnh hưởng đến quan hệ liên nhân cách. Anh chị rút ra được bài học gì cho bản thân?

Bài 9:**GIAO TIẾP CÓ HIỆU QUẢ****9.1 NGUYÊN TẮC CƠ BẢN TRONG GIAO TIẾP**

Thực tế cuộc sống cho thấy có trường hợp chủ thể giao tiếp nắm rất vững lý thuyết về giao tiếp, tích cực hoạt động và xây dựng quan hệ nhưng vẫn luôn luôn vấp vấp trong các quan hệ với mọi người và luôn luôn ở vào trạng thái không thỏa mãn với chính mình. Ở đây có nhiều nguyên nhân, nhưng xét cho cùng chúng đều liên quan đến nhân cách và đặc biệt là vốn sống và kinh nghiệm sống của mỗi người. Tuy vậy, từ các kinh nghiệm thành công về “đổi nhân xử thế” của nhiều người, có thể rút ra các vấn đề có tính nguyên tắc, mà có người gọi đó là “chỉ nam” trong quan hệ giao tiếp ứng xử

Theo Lâm Ngữ Đường trình bày trong tác phẩm “Tinh hoa xử thế” (Lâm Ngữ Đường - sách đã dẫn), nguyên tắc tổng quát của giao tiếp xử thế là “Bình tĩnh và thật bình tĩnh”, nếu trình bày gọn và đầy đủ hơn là:

Bình tĩnh + Sáng suốt = Thành công

9.1.1 Bình tĩnh

Bình tĩnh là sự bình thân, ung dung, tự tin. Đó là thái độ trầm tĩnh của một con người biết tự điều chỉnh, tự kiểm chế, thể hiện thái độ tôn trọng danh dự, nhân cách của người khác

Bình tĩnh giúp chúng ta chủ động, chín chắn, không bị rơi vào trạng thái kích động, khủng hoảng tinh thần. Đó là “sức mạnh” mang tính “áp đảo” có sức thuyết phục giúp chúng ta đạt hiệu quả cao trong giao tiếp - bình tĩnh là “Bí quyết đảm bảo cho mọi thành công”

9.1.2 Sáng suốt

Sáng suốt là sự định hướng giá trị chính xác, sự tự điều chỉnh thái độ, hành vi của mình cho phù hợp với đối tượng, với hoàn cảnh

Sự sáng suốt giúp chúng ta nhận thức cái đúng, cái sai, tỉnh táo nhận ra cái mạnh, cái yếu ở bản thân, nhờ vậy lựa chọn được thái độ và hành vi thích hợp, giành được sự tín nhiệm, tôn trọng của mọi người. Sự sáng suốt còn giúp chúng ta thoát khỏi các tình huống khó xử, các áp lực, vượt qua các trở ngại. Con người sáng suốt thường tạo ra được các yếu tố dẫn tới thành công trong mọi hoạt động.

9.2 KỸ NĂNG GIAO TIẾP CƠ BẢN**9.2.1 Thế nào là kỹ năng giao tiếp?**

Kỹ năng giao tiếp là *khả năng nhận biết* mau lẹ những biểu hiện bên ngoài và đoán biết tâm lý bên trong của con người. *Biết sử dụng* phù hợp phương tiện ngôn ngữ và phi ngôn ngữ. *Biết cách định hướng để điều chỉnh và điều khiển* quá trình giao tiếp nhằm đạt được mục đích đã định.

9.2.2 Các nhóm kỹ năng giao tiếp

** Nhóm các kỹ năng định hướng:*

Kỹ năng định hướng là kỹ năng tri giác ban đầu về các biểu hiện bên ngoài (hình thức, động tác, cử chỉ, ngôn ngữ...) trong thời gian và không gian giao tiếp để xác định được động cơ, nhu cầu, mục đích, sở thích của đối tượng giao tiếp. Là khả năng dự đoán được các diễn biến tâm lý của đối tượng để định hướng cho mối quan hệ tiếp theo.

*** Nhóm các kỹ năng định vị:**

Kỹ năng định vị là khả năng xác định vị trí giao tiếp để từ đó tạo điều kiện cho đối tượng chủ động (ai đóng vai gì). Chúng ta cần hiểu rõ tầm quan trọng của tình cảm bản thân, tôn trọng tình cảm của người khác, hiểu được điều cảm nhận của họ và nguyên nhân của sự cảm nhận đó.

*** Nhóm kỹ năng điều khiển các quá trình giao tiếp:**

Kỹ năng điều khiển là khả năng lôi cuốn, thu hút đối tượng giao tiếp, biết duy trì sự hứng thú, sự tập trung chú ý của đối tượng (khả năng tự kiểm chế cảm xúc, khả năng làm chủ các phương tiện giao tiếp như ngôn từ và phi ngôn từ)

9.2.3 Rèn luyện kỹ năng giao tiếp cơ bản

Rèn luyện để có một thái độ bình thản trước mọi “tình huống có vấn đề”(Việc này không dễ, cần kiên nhẫn, cố gắng rèn luyện và thể nghiệm trong cuộc sống)

Rèn luyện khả năng kiểm chế nóng giận, tránh bị kích động, khủng hoảng tinh thần – khả năng làm chủ cảm xúc của mình để tránh làm nhiễu thông tin.

Rèn luyện kỹ năng im lặng đúng lúc, đúng chỗ. “Im lặng là một phương châm xử thế hay nhất” (Kan – nhà triết học cổ điển Đức)

9.3 RÈN LUYỆN MỘT SỐ KỸ NĂNG GIAO TIẾP CẦN THIẾT

9.3.1 Kỹ năng truyền tin, phát tin

9.3.1.1 Điều kiện về ấn tượng ban đầu:

Phải nắm vững các yếu tố tạo ấn tượng ban đầu để có thể gây một ấn tượng tốt đẹp với người giao tiếp.

9.3.1.2 Điều kiện về các phương tiện, công cụ giao tiếp:

Phải thống nhất và phù hợp với trình độ người nói, thiết thực với người nghe và phải được xác định giới hạn, mục tiêu một cách rõ ràng, cụ thể.

9.3.1.3 Tâm thế của người phát:

Người truyền tin phải xác định rõ nhu cầu, quyền lợi của đối tác, phải biết làm chủ cảm xúc của mình để tránh làm nhiễu thông tin. Sự đáp ứng, phản hồi của người nhận thông tin phải được quan tâm để người phát tin có những điều chỉnh thông điệp kịp thời.

Sáng suốt giúp chúng ta thoát khỏi tình huống khó xử, vượt qua được các áp lực, trở ngại tạo ra được các yếu tố dẫn đến thành công.

9.3.2 Kỹ năng phản hồi thông tin

9.3.2.1 Thế nào là sự phản hồi thông tin ?

Phản hồi thông tin là xu hướng sẵn sàng chia sẻ thông tin, là thiện ý cởi mở của người nghe đối với người phát. Chia sẻ, cởi mở là thái độ tích cực cần thiết bởi theo Haim

Ginott thì mọi người phải được phép có bất cứ tình cảm gì họ muốn, tình cảm phải được thể hiện và thừa nhận. Chỉ có hành vi mới cần giới hạn.

9.3.2.2 Tác dụng của sự phản hồi thông tin

Phản hồi trung thực tạo sự hiểu biết lẫn nhau, tạo mối quan hệ hợp tác tốt trong cuộc sống trong công tác.

Phản hồi trung thực giúp con người có sức khỏe tinh thần tốt, được hưởng một bầu không khí tâm lý lành mạnh, vui vẻ.

9.3.2.3 Nghệ thuật phản hồi

Phản hồi không nên mang tính đánh giá, phê phán khái quát mà chỉ nên nhằm vào một hành động cụ thể. Chỉ nên góp ý về những hành vi có thể sửa chữa được, những sự kiện mới xảy ra, còn mang tính thời sự. Mỗi một lần góp ý chỉ nên tập trung vào một điều.

Thái độ phản hồi cần chân thành, tập trung vào mục đích giúp đỡ, hướng tới sự hoàn thiện cho nhau, chỉ nên cung cấp dữ liệu, không nên có thái độ yêu cầu, bắt buộc. Cần tạo không khí thoải mái, hợp tác, tin tưởng, sẵn sàng lắng nghe nhau.

Nếu không có thông tin phản hồi từ người khác, phần “mù” trở nên lớn hơn và cuối cùng sẽ hủy hoại tính hiệu quả trong công việc của ta. Do đó, cần tôn trọng, khuyến khích người khác chia sẻ cảm tưởng và nhận thức với mình.

9.3.3 Kỹ năng lắng nghe

* Thế nào là sự lắng nghe ?

Nghe là một tiến trình sinh lí. Lắng nghe là một tiến trình tâm lí. Kỹ năng lắng nghe là khả năng quan tâm đến lời nói, tâm trạng, cảm xúc của đối tác giao tiếp, nhận diện được nhu cầu của người nói, thể hiện sự tôn trọng đối với người nói.

Lắng nghe là một thái độ tích cực. “Lắng nghe bạn bắt buộc chính tôi phải tự thay đổi”(Carl Rogers).

* Một số kỹ năng cần thiết trong lắng nghe

Kỹ năng biểu lộ sự quan tâm: Thể hiện qua tư thế, thế ngồi, thái độ, môi trường đều hướng về người nói, lấy người nói làm trung tâm.

Kỹ năng gợi mở: Thể hiện ở cách vào đề, cách đặt câu hỏi, cách dùng các tiếng đệm, cả cách im lặng...

Kỹ năng phản chiếu: Biết cách chọn đúng thời điểm để tóm ý người nói, giúp người nói hiểu rõ cảm xúc của chính mình, có điều kiện để nhìn lại toàn bộ câu chuyện để tự phân tích, tự kết luận và tự xác định thái độ.

* Tác dụng của sự lắng nghe

Lắng nghe giúp con người có sự thông cảm, hiểu biết, gắn bó lẫn nhau.

Lắng nghe giúp người khác chịu nói, dám nói, giải tỏa và có thể tháo gỡ những vướng mắc của bản thân.

Lắng nghe còn giúp cho người khác có thể hiểu rõ bản thân mình hơn.

9.3.4 Kỹ năng trả lời phỏng vấn khi xin việc

*** Chuẩn bị cho cuộc phỏng vấn**

- Chuẩn bị hồ sơ: đầy đủ, được sắp xếp một cách gọn gàng, khoa học.
- Cách ăn mặc: lịch sự, sạch sẽ, nghiêm túc.
- Thời gian: cần đến trước giờ hẹn khoảng 10→15 phút.



Hình 6.1 Giá trị của trang phục

- Chuẩn bị tâm thế: luôn giữ thế chủ động, tự tin sẵn sàng đón nhận mọi tình huống, kể cả tình huống xấu nhất.
- Chuẩn bị các phương án trả lời và đặt câu hỏi: tham khảo các trường hợp trước đó để giữ thế chủ động trong phỏng vấn.

*** Cư xử trong lúc phỏng vấn**

- Tư thế ngồi: cách ngồi, nét mặt, cử chỉ như tư thế lắng nghe.
- Thái độ: khi nghe, khi nói phải phù hợp, đúng mức, lịch sự.

*** Kết thúc phỏng vấn**

Phải có lời cảm ơn người đại diện cho nhà tuyển dụng trực tiếp phỏng vấn.



Hình 6.2 Tư thế nên có trong phỏng vấn

*** Chuẩn bị phương án trả lời cho một số câu hỏi khi phỏng vấn**

Các câu hỏi tại mỗi cuộc phỏng vấn tuyển chọn thường được giữ bí mật và bạn không biết trước được. Tuy nhiên, cũng có những câu hỏi rất phổ biến ở các cuộc phỏng vấn tuyển chọn. Bạn nên chuẩn bị sẵn phương án trả lời cho những câu hỏi này. Sau đây là một số gợi ý cho bạn

1. Bạn hãy giới thiệu về bản thân mình.

Với yêu cầu này, bạn nên trả lời một cách ngắn gọn, khái quát những nét chính đủ để phác họa chân dung của bạn, đừng sa đà vào tiểu tiết vì thời gian dành cho mỗi ứng viên là không nhiều. Chẳng hạn: “Em là Nguyễn Thu An 21 tuổi. Em sinh ở TP.HCM, trong một gia đình công chức. Em đã tốt nghiệp trường Cao Đẳng KT Lý Tự Trọng, ngành Cơ khí, loại khá. Em đã từng làm.... Bây giờ em đang tìm việc và công ty đây là sự lựa chọn của em. Trong công việc, em thích sự nghiêm túc, chu đáo, linh hoạt. Còn ngoài đời em thích nấu ăn, âm nhạc, sách báo, thích giao lưu bạn bè...”.

2. Tại sao bạn muốn làm việc cho công ty chúng tôi?

Trả lời câu hỏi này, bạn nên nhấn mạnh hai điểm:

- Thứ nhất, công việc phù hợp với ngành nghề bạn đã được đào tạo (nếu là công việc không phải ngành bạn được đào tạo, có thể nói: muốn được trải nghiệm một công việc mới)

- Thứ hai, công việc phù hợp với năng lực, sở thích của bạn

3. Bạn đã biết những gì về công ty chúng tôi?

Sự hiểu biết về công ty mà bạn đang muốn xin vào làm việc biểu hiện sự quan tâm và thái độ nghiêm túc của bạn. Cho nên với câu hỏi này, bạn đừng trả lời: “Thú thực, em chưa biết gì về công ty này”. Bạn cần tìm hiểu trước về công ty, tổ chức mà bạn muốn xin vào làm việc. Trong trường hợp “khẩn cấp”, bạn nên nhớ rằng tên gọi của công ty hay tổ chức cũng chứa đựng những thông tin nhất định về công ty hay tổ chức đó.

4. Bạn có thể làm được việc gì trong công ty chúng tôi?

Khi trả lời câu hỏi này, trước hết bạn cần xuất phát từ chuyên ngành đào tạo của mình. Ngoài ra, bạn có thể nêu một số công việc khác mà bạn cũng đã được đào tạo, mặc dầu

không chuyên sâu, hoặc những việc bạn đã từng đảm nhận. Tuy nhiên, bạn đừng tham lam chứng tỏ mình là con người “vạn năng”, người ta dễ cho rằng bạn khoa trương, không chuyên nghiệp.

5. Nếu được làm việc ở công ty chúng tôi, bạn có dự định gì cho tương lai?

Một con người không suy nghĩ, không có kế hoạch cho tương lai thì đó là con người thiếu nghiêm túc và như vậy không thể phát triển được vì không có động lực. Vì vậy, trả lời câu hỏi này, bạn không dùng từ “không”. Bạn nên nói về dự định trước mắt và dự định lâu dài. Chẳng hạn: “ Trước hết, em phải cố gắng làm việc tốt, hoàn thành nhiệm vụ được giao. Sau đó, em mong muốn được học thêm, nâng cao trình độ để phục vụ công ty tốt hơn”...

Tóm lại, bạn cần cố gắng trả lời cụ thể, rõ ràng, mạch lạc những câu hỏi của người phỏng vấn, tránh trả lời cụt ngùn bằng một hai từ như “có”, “không”, hoặc áp ứng, không tự tin.

Sau đây là một số câu hỏi tham khảo thêm:

1. Điểm mạnh của bạn là gì?
2. Điểm yếu của bạn là gì?
3. Tại sao chúng tôi nên nhận bạn vào vị trí tuyển dụng?
4. Trong công việc cũ, bạn đã từng có thành tích gì?
5. Điều gì là động lực giúp bạn hăng say làm việc?

CÂU HỎI

1. Những điều kiện cần thiết để giao tiếp có hiệu quả.
2. Trình bày các kỹ năng giao tiếp cơ bản. Rèn luyện và vận dụng các kỹ năng này như thế nào để đạt hiệu quả giao tiếp cao?
3. Hãy nêu một tình huống giao tiếp và phân tích giá trị của việc sử dụng thành thạo các kỹ năng giao tiếp.
4. Một số yêu cầu cơ bản để có kỹ năng lắng nghe. Rèn luyện kỹ năng lắng nghe như thế nào?
5. Những biện pháp cần thiết để nâng cao hiệu quả của việc phản hồi.
6. Những bước chuẩn bị cần thiết của một ứng viên khi được mời phỏng vấn.
7. Hãy tìm cho mình những câu trả lời trước các câu hỏi thường gặp khi được phỏng vấn.

Bài 10:

MỘT SỐ ĐẶC ĐIỂM TRONG VĂN HÓA GIAO TIẾP CỦA NGƯỜI VIỆT NAM VÀ CỦA NGƯỜI NƯỚC NGOÀI

10.1 ĐẶC ĐIỂM VĂN HÓA GIAO TIẾP CỦA NGƯỜI VIỆT NAM

Nghiên cứu về các đặc điểm trong giao tiếp, không thể không bắt đầu từ những nhân tố có liên quan đến tính cách, lối sống, và mở rộng ra là các yếu tố văn hóa xã hội-cơ sở hình thành văn hóa giao tiếp ở con người.

10.1.1 Đặc điểm văn hóa Việt Nam

Theo các nhà văn hóa học thì xã hội và con người Việt Nam, nền văn hóa Việt Nam đã và đang hình thành trên nền của văn hóa Nam á và Đông Nam á, trong sự giao lưu mật thiết với văn hóa khu vực – đặc biệt là văn hóa Trung Hoa. Từ thời cận đại đến hiện đại và đương đại lại có phần ảnh hưởng qua giao lưu với văn hóa phương Tây, nhất là Pháp và gần đây là Mỹ

Tuy vậy, xét từ gốc, từ bản chất, dù phát triển, hiện đại đến đâu, văn hóa Việt Nam vẫn thể hiện rõ nét là nền văn hóa gốc nông nghiệp với các đặc trưng:

- Thể hiện đậm nét phong cách, tính chất của nền sản xuất nông nghiệp lúa nước, mang tính thời vụ, với địa hình sông nước là chủ đạo

- Có lối tư duy biện chứng, điển hình là triết lí âm – dương phản ánh trong giao tiếp ứng xử: đúng mực, hài hòa (trong bản thân con người; trong quan hệ con người với thiên nhiên, với người khác); có một mối quan hệ ứng xử quân bình, linh hoạt, luôn tự điều chỉnh để thích nghi cao độ với sự biến đổi của hoàn cảnh, môi trường.

- Sự hài hòa, quân bình cũng không cứng nhắc, tuyệt đối. Trong thực tế sản xuất nông nghiệp luôn luôn có sự hài hòa, “thiên về âm tính” (Trần Ngọc Thêm - 1995). Trong gia đình, thường là trái với định kiến thông thường, phụ nữ thường “giữ vai trò cao hơn nam giới”, trong xã hội thì ưa ổn định hơn phát triển, trong giao tiếp ứng xử thì “coi trọng tình cảm hơn lí trí”, ưa sự tế nhị kín đáo hơn thô bạo, trong đối ngoại “hiếu hòa”...

Trong cuộc sống hàng ngày, lối tư duy tổng hợp có tính biện chứng đã được phản ánh vào đời sống cộng đồng: Con người gắn bó với nhau “lá lành đùm lá rách”, sống kiểu tự trị cao (lệ làng cao hơn phép nước), lối ứng xử thiên về tổng hợp, linh hoạt ở mức độ cao, trên cơ sở nhuần nhuyễn văn hóa và truyền thống dân tộc. Nhờ giữ được bản sắc và truyền thống văn hóa dân tộc mà trong giao lưu, giao tiếp đã không bị mai một mà biết “thích hợp” các giá trị văn hóa bên ngoài, làm phong phú thêm các giá trị văn hóa bản địa để phát triển và hòa nhập.

10.1.2 Đặc điểm văn hóa giao tiếp của người Việt Nam

10.1.2.1 Người Việt Nam thích giao tiếp, coi trọng giao tiếp

Do hoàn cảnh sống trong lịch sử có nhiều khó khăn, bất trắc, người Việt sống quây quần, yêu thương, đùm bọc, mang nặng tâm lý cộng đồng, làng xã, họ thường xuyên thăm viếng, hỏi han, quan tâm đến nhau, đặc biệt là trong các dịp lễ tết. Đặc điểm này thể hiện rõ ở một số quan niệm: “Dao năng mài thì bén, người năng chào thì quen”, “Áo năng may năng mới, người năng tới năng thân”, “Đi một ngày đàng, học một sàng khôn”...

Cũng vì coi trọng giao tiếp, mà năng lực giao tiếp được người Việt Nam xem là tiêu chuẩn hàng đầu để đánh giá con người: “Vàng thì thử lửa, thử than, chuông kêu thử tiếng, người ngoan thử lời”

Đặc điểm này là ưu điểm nổi bật trong phong cách giao tiếp của người Việt, làm nên tính cởi mở, hiếu khách ở người Việt Nam.

10.1.2.2 Người Việt thường rụt rè khi họ ở trong một môi trường giao tiếp không quen thuộc

Người Việt Nam thích giao tiếp nhưng họ chỉ cảm thấy tự nhiên, thoải mái trong cộng đồng quen thuộc, còn khi trước mặt họ là người lạ hoặc chưa thật quen biết, họ thường ái ngại, rụt rè, tức là họ ngại tiếp xúc, gặp gỡ với người lạ, ngại bộc lộ mình trước người chưa quen biết.

Điều này ngăn cản người Việt nắm bắt những cơ hội tiếp xúc, thiết lập những mối quan hệ mới và làm nảy sinh thói mặc cảm, tự ti ở một số người.

10.1.2.3 Người Việt coi trọng tình cảm, thường lấy tình cảm làm chuẩn mực ứng xử

Do phải đấu tranh với thiên nhiên khắc nghiệt, với giặc ngoại xâm trong nhiều thế kỷ vì sự sinh tồn, người Việt có truyền thống đoàn kết, gắn bó, yêu thương, giúp đỡ lẫn nhau. Vì vậy người Việt Nam rất coi trọng tình cảm, xem tình cảm là cơ sở để thể hiện thái độ ứng xử: “*Yêu nhau trăm sự chẳng nề, dẫu trăm chỗ lệch cũng kê cho bằng*”. Người Việt Nam ứng xử vừa có lí, vừa có tình, song khi phải cân nhắc giữa cái lí với cái tình thì không hiếm khi tình được coi trọng hơn: “một trăm cái lí không bằng một tí cái tình”.

Đặc điểm này vừa là ưu điểm, vừa là nhược điểm của người Việt Nam trong giao tiếp. Vì xem trọng tình cảm, người Việt Nam sống nhân ái, chan hòa. Nhưng trong giao tiếp, tình huống nào cũng coi trọng cái “tình” mà xem nhẹ cái “lí” thì dễ để tình cảm lấn át lí trí, mất sự sáng suốt. Có không ít bài học về xử thế kiểu này, mà thể hiện rất sinh động là bài học về nàng My Châu, khi “trái tim nhằm chỗ để trên đầu”.

10.1.2.4 Người Việt thích quan sát, tìm hiểu, đánh giá đối tượng giao tiếp.

Khác với người phương Tây, thường tránh nói đến những vấn đề riêng khi tiếp xúc, gặp gỡ, trò chuyện với một người nào đó, người Việt thường quan tâm hỏi han tìm hiểu hoàn cảnh gia đình của họ. Đặc tính này cũng xuất phát từ tâm lý cộng đồng làng xã mà ra. Người Việt cảm thấy có trách nhiệm quan tâm đến người đối thoại.

Cũng do đặc tính này mà người Việt hay để ý đến nhau, đến những người cạnh mình, hay bàn tán chuyện người khác và không ít khi làm nảy sinh mâu thuẫn, nhẹ thì cũng dẫn đến việc “trong nhà chưa tỏ ngoài ngõ đã tường”.

10.1.2.5 Người Việt ưa sự ý tứ, tế nhị, coi trọng sự hòa thuận.

Do coi trọng sự hòa thuận và quan niệm “sự thật hay mất lòng”, nên trong giao tiếp, người Việt thường rất ý tứ, tế nhị, cân nhắc kỹ từng lời, từng ý, ít khi họ nói thẳng vào vấn đề, đặc biệt là những vấn đề “tế nhị”. Từ xưa người Việt Nam đã truyền miệng nhau câu: “*Lời nói chẳng mất tiền mua, lựa lời mà nói cho vừa lòng nhau*”

Điều này cũng chứa cả ưu điểm và nhược điểm trong giao tiếp của người Việt. Vì ý tứ, tế nhị, ngôn ngữ giao tiếp của người Việt rất tinh tế, sâu sắc. Nhưng luôn sợ “mất

lòng” nên nhiều khi hay nói vòng vo, thiếu sự thẳng thắn và mất sự gần gũi, chân thành, kiểu như: “Người khôn ăn nói nửa chừng, để cho người dại nửa mừng, nửa lo”

10.1.2.6 Cách xưng hô của người Việt phong phú, phức tạp có xu hướng gia đình hóa.

Cách xưng hô, chào hỏi của người Việt phụ thuộc vào thái độ, quan hệ tình cảm, mức độ quen biết, tuổi tác, cương vị xã hội và đặc biệt quan hệ họ hàng chi phối rất mạnh.

Cách xưng hô phong phú làm cho người Việt có thể diễn đạt được mọi cung bậc tình cảm chỉ bằng lời chào. Nhưng cách xưng hô mang tính gia đình cũng được người Việt thể hiện ngay cả trong công sở, thì làm mất sự nghiêm túc, tính nguyên tắc trong môi trường công sở, dễ dẫn đến sự cả nể khi giải quyết công việc. Tuy nhiên, thay đổi điều này không dễ, nó đòi hỏi phải có thời gian. Còn hiện tại, một nhân viên trẻ tuổi khi giao tiếp xưng “tôi” với cấp trên, thậm chí là một đồng nghiệp hơn tuổi cũng dễ bị xem là “bất kính”

10.2 ĐẶC ĐIỂM VĂN HÓA GIAO TIẾP CỦA NGƯỜI NƯỚC NGOÀI

10.2.1 Đặc điểm văn hóa giao tiếp của một số nước Châu Âu và người Mỹ

10.2.1.1 Đặc điểm văn hóa giao tiếp của người Anh

Cuộc cách mạng tư sản ở Anh không triệt để, chế độ phong kiến vẫn còn giữ một phần nên phong cách giao tiếp của người Anh chịu ảnh hưởng nặng nề bởi các tập quán, tục lệ cổ xưa xuất phát từ tầng lớp quý tộc. Ngày nay, nhiều người Anh vẫn còn đề ý đến gia phả của nhau và dự đoán gốc gác của người nọ, người kia qua giọng nói của họ.

Người Anh chú ý nhiều đến phát âm, phát âm phải chuẩn xác, âm điệu thích hợp với từng câu. Không vung tay làm hiệu để phụ họa câu nói hoặc có làm vậy thì cũng hạn chế. Tránh mặc những y phục có màu sặc sỡ, không dùng nước hoa có mùi thơm nặng, mạnh.

Người Anh ít nói về bản thân mình. Ngay cả câu chào: “anh có khỏe không?” thì người được hỏi cũng có thể đáp lại tương tự. Kết quả là không ai biết ai thế nào cả. Khi hai người ngồi trò chuyện với nhau, họ thường nói về những đề tài không liên quan đến ai, như: thời tiết, thể thao, điện ảnh... Khi giới thiệu nhau, người Anh cố ý loại bỏ hết các chức tước, chỉ giới thiệu tên họ hoặc tên riêng của nhau. Ví dụ: “Xin giới thiệu bà Smith, ngài John”. Khi giới thiệu xong, mọi người chỉ khẽ nghiêng người chào nhau là đủ, khỏi cần bắt tay.

Người Anh thích hài hước, nhưng tránh giễu cợt người khác mà lại hay hiểu cợt chính bản thân mình. Khi tiếp khách, họ cố gắng nói chuyện đều với tất cả mọi người trong bàn và, trong quá trình trò chuyện, nhất thiết không tôn mình lên hoặc làm gì đó để mình nổi hơn người khác.

Người Anh thích các món gà quay, cá rán, dê nướng, các món chế biến từ ốc, cua. Món điểm tâm của họ thường là café, sữa, đặc biệt món trà rất được ưa chuộng.

10.2.1.2 Đặc điểm văn hóa giao tiếp của người Pháp

Người Pháp quen ôm hôn nhau để tỏ sự vui mừng khi gặp mặt.

Người Pháp thường rất vui vẻ, dí dỏm, lịch sự, khéo léo trong giao tiếp (chúng ta có câu truyền miệng: “lịch sự như Pháp”!). Họ chú trọng nhiều đến hình thức bên ngoài và cho rằng cách ăn mặc, nói năng, điệu bộ, cử chỉ của một người phản ánh trình độ văn hóa và giáo dục của người đó. Tuy nhiên, trong bữa ăn, nữ chủ nhân ở Pháp thường ăn mặc giản dị, nhã nhặn, ít phô trương. Nhã ý của họ là ưu tiên cho khách. Tại bàn tiệc, người Pháp chỉ thích nói chuyện vui, không thích bàn luận những vấn đề phức tạp và hiếm khi thỏa thuận chuyện làm ăn.

Ở Pháp, những người thân không phân biệt chức vị thường gọi nhau bằng anh, chị hoặc tên riêng. Trong công sở cũng có thể gọi nhau như thế. Nhưng khi đã gọi ai một cách trịnh trọng bằng ông, bà thì phải kèm theo tên họ, ví dụ: “Ông Margin, phiền ông chuyển giùm tôi ...”. Riêng với phụ nữ, đa số muốn người khác gọi tên mình bằng họ, ví dụ: “Cô Margin”, “Bà Margin”.

Người Pháp không thích đề cập đến chuyện riêng tư trong gia đình và những bí mật trong kinh doanh. Họ cũng quan tâm đến quá khứ và thường lập kế hoạch làm ăn lâu dài dựa vào những điều đã xảy ra trước đó.

10.2.1.3 Đặc điểm văn hóa giao tiếp của người Nga

Người Nga thật thà, thẳng thắn, dễ gần, rộng lượng và chân thành trong quan hệ.

Khi người Nga có khách quý đến thăm, thường có lễ bánh mì và muối để tỏ tình cảm chân thành, mặn mà. Khách không nên từ chối mà hãy bẻ một mẩu bánh, chấm vào đĩa muối rồi nhấm nháp.

Các món ăn được người Nga ưa thích là các món quay, thịt băm viên, thịt hầm nhừ. Trước khi ăn các món chính, họ ăn súp. Súp thường có rau hoặc khoai tây lẫn thịt. Món cháo sữa cũng được người Nga ưa chuộng. Người Nga thích uống bia với cá hun khói, còn rượu thì họ thích các loại vang và Vodka.

Ở Nga, phụ nữ và người già luôn được kính trọng. Trên tàu xe, người trẻ luôn nhường chỗ cho phụ nữ và người già, còn nếu bạn không làm như vậy, mọi người xung quanh sẽ nhìn bạn với ánh mắt thiếu thiện cảm.

10.2.1.4 Đặc điểm văn hóa giao tiếp của người Mỹ

Người Mỹ hầu như đã bỏ được cái vỏ dè dặt, kín đáo bên ngoài, họ luôn muốn chia sẻ cùng người khác mọi niềm vui của cuộc sống. Bởi vậy, họ rất cởi mở, thành thật, vui vẻ, dễ chan hòa và cũng mong muốn mọi người đối xử với mình như thế. Phong cách tự nhiên khiến cho mỗi người một vẻ, tùy thuộc vào trình độ văn hóa, giáo dục và nguồn gốc tổ tiên. Cách ăn mặc cũng vậy, ai muốn thế nào cũng được, miễn sao tiện dụng và thoải mái. Tuy vậy, tại các công sở, người Mỹ cũng muốn giữ cho mình vẻ bề ngoài nghiêm chỉnh: Phụ nữ thường mặc váy màu sẫm, đàn ông mặc comlê.

Người Mỹ rất năng động và cầu tiến. Từ mờ sáng cho tới đêm khuya, người ta luôn gặp ngoài đường những bước đi vội vàng nhưng đầy tự tin của những người đàn ông và phụ nữ. Họ hoạt động liên tục như không nghỉ. Bữa điểm tâm buổi sáng, ai cũng ăn vội vàng và ăn nhiều, và ngay ở đây người ta có thể trao đổi với nhau về công việc.

Người Mỹ đề cao các giá trị như tự do, thành tích cá nhân, tính độc lập và sáng tạo. Họ không muốn bị ràng buộc, bị chỉ huy.

Người Mỹ đề cao phụ nữ, phụ nữ hoàn toàn bình đẳng với nam giới, thậm chí pháp luật có phần ưu tiên phụ nữ hơn. Người ta nói rằng, trong gia đình Mỹ, đứng vị trí số một là phụ nữ, tiếp đến là các con vật nuôi trong nhà, sau đó mới đến phái mày râu

10.2.2 Đặc điểm văn hóa giao tiếp của một số nước Châu Á

10.2.2.1 Đặc điểm văn hóa giao tiếp của người Nhật

Người Nhật dành phần lớn thời gian cho công việc nghề nghiệp, nên họ chẳng còn được rảnh rỗi bao nhiêu ở gia đình. Việc tiếp xúc với người chưa quen biết rất ít khi được tổ chức ở nhà riêng. Họ thường dùng các câu lạc bộ để tiếp khách, bàn chuyện công việc và thư giãn. Những câu chuyện trao đổi dang dở ở văn phòng sẽ được tiếp tục ở đây với một ly rượu pha nước suối.

Người Nhật rất kín đáo, điềm tĩnh, tôn trọng thứ bậc và đề cao ý thức tập thể. Các cuộc thương lượng với người Nhật thường mất nhiều thời gian vì phải qua nhiều cấp bậc và hiếm khi họ đi thẳng vào vấn đề. Thường thì cuộc gặp gỡ đầu tiên được ưu tiên cho việc tìm hiểu đối tác. Trong quá trình thương lượng, họ không bao giờ nói to, không tỏ ý sốt ruột, không ai thúc ép ai. Nếu bạn thương lượng với người Nhật, bạn cần phải kiên nhẫn bàn quanh co một chút. Và khi mọi việc đã được thỏa thuận thì hợp đồng cũng chưa được kí kết ngay bởi họ còn chờ ý kiến của một cấp trên cao tuổi nào đó.

Người Nhật đánh giá cao sự lễ phép, nó dường như trở thành nghi lễ trong cuộc sống của họ. Họ luôn sẵn sàng nói lời cảm ơn với mọi người xung quanh. Khi chào theo kiểu Nhật, họ cúi đầu và gập người xuống, ít khi người Nhật bắt tay và ôm nhau ngoài đường phố.

Phụ nữ Nhật thường chỉ làm công việc hành chính, ít người có mặt trong ngành chuyên môn. Con đường công danh của họ cũng khó khăn và chậm hơn nam giới. Đa số chấp nhận công việc nội trợ sau khi lấy chồng. Người lạ khi tiếp xúc với phụ nữ Nhật cần phải thận trọng hơn phụ nữ châu Âu.

10.2.2.2 Đặc điểm văn hóa giao tiếp của người Trung Quốc

Trung Quốc là một đất nước rộng lớn, dân số đông nhất thế giới, lại giáp liền với nước ta. Vì vậy, từ xưa đến nay người Trung Quốc qua nước ta làm ăn, buôn bán rất nhiều và nền văn hóa của họ ảnh hưởng rất lớn đến văn hóa Việt Nam ta.

Cũng giống như người Việt Nam, người Trung Quốc thích giao tiếp, thích gặp gỡ. Họ coi trọng chức vụ và bằng cấp. Khi giới thiệu, cần giới thiệu cả chức vụ và bằng cấp, nếu không sẽ là một thiếu sót. Trên danh thiếp của người Trung Quốc thường ghi đầy đủ chức vụ và bằng cấp bằng hai thứ tiếng: Trung Quốc và Anh.

Cách đặt họ, tên hay thói quen quan tâm đến đối tượng giao tiếp, cách tiếp xúc với người mới quen... của người Trung Quốc cũng giống như người Việt Nam. Tuy nhiên, người Trung Quốc có những đặc thù trong giao tiếp:

- Người Trung Quốc thâm thúy, tư duy phân tích tốt, thích kinh doanh và kinh doanh giỏi. Trong quan hệ, người Trung Quốc thường rất thực tế, lợi ích kinh tế được đặt lên hàng đầu.
- Người Trung Quốc có tính cộng đồng cao. Hoa kiều ở các nước thường sống tụ tập theo từng vùng, thành những khu phố riêng. Họ đoàn kết cùng giúp đỡ nhau làm

ăn, có ý thức giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc: ăn mặc, thói quen sinh hoạt, ngôn ngữ...

- Văn hóa ẩm thực của người Trung Quốc nổi tiếng thế giới. Trong chế biến thức ăn, họ thường sử dụng các vị thuốc Bắc, thảo mộc. Giới quý tộc ngày xưa thích những món ăn cầu kì, chế biến phức tạp, công phu. Bữa ăn thường có nhiều món, các món được đưa dần ra bàn ăn chứ không bày ra cùng lúc như người Việt. Song hiện nay, xu hướng của người Trung Quốc là ăn uống đơn giản, tiết kiệm.

10.2.2.3 Đặc điểm văn hóa giao tiếp của người Ấn Độ

Ấn Độ là một đất nước rộng lớn, dân số đông thứ nhì thế giới (sau Trung Quốc). Ấn độ có nền văn hóa lâu đời và nền văn hóa này có ảnh hưởng đến nước ta, đặc biệt là các tỉnh phía Nam.

Phong tục, tập quán Ấn Độ gắn liền với sự phân chia đẳng cấp và nghi lễ tôn giáo. Mỗi cử chỉ, hành vi của con người trong giao tiếp được quy định một cách chặt chẽ, tỉ mỉ. Ở Ấn Độ, hai người khác đẳng cấp không bao giờ ngồi chung một bàn, làm chung một việc. Những người thuộc đẳng cấp cao nhất, Bàlamôn, rất ít khi đụng chạm với người thuộc đẳng cấp thấp hơn. Họ ngại sử dụng đồ da vì cho rằng đó là da động vật bị giết.

Người Ấn Độ thường chào nhau bằng cách chắp hai tay trước ngực hay ngang trán để thể hiện sự kính trọng đối với bề trên. Còn thông thường những người quen biết ngang hàng nhau chào nhau bằng cách mỉm cười và lắc đầu. Việc bắt tay chỉ phổ biến ở giới thượng lưu, tuy nhiên, họ rất ít khi chào phụ nữ bằng cách bắt tay.

Người Ấn Độ rất mến khách, họ thường đón khách và chiêu đãi khách một cách nồng nhiệt. Khi ăn, thói quen của người Ấn Độ là dùng tay phải để bốc, bốc thức ăn phải thật gọn, tránh làm rơi vãi, còn tay trái cầm cốc uống nước. Khi uống thì đổ thẳng nước từ cốc vào miệng chứ không ngậm lấy cốc rồi nghiêng cốc uống như người Việt. Món ăn của người Ấn Độ thường cay và có nhiều gia vị khác. Khi tiễn khách, chủ bao giờ cũng nhường khách đi trước và tránh quay lưng lại với khách.

10.2.2.4 Đặc điểm văn hóa giao tiếp của người Singapore

Singapore là một đất nước nhỏ bé, diện tích chỉ lớn hơn đảo Phú Quốc nước ta một chút. Tuy nhiên, nền kinh tế Singapore là một trong những nền kinh tế phát triển nhất thế giới. Khi tiếp xúc với người Singapore, chúng ta cần lưu ý một số đặc điểm sau:

- Khi gặp gỡ và khi tạm biệt, người Singapore thường bắt tay theo kiểu phương Tây
- Người Singapore ưa dùng danh thiếp và danh thiếp được trao bằng cả hai tay một cách trịnh trọng
- Người Singapore ưa tác phong công nghiệp: đi nhanh, đúng giờ, nói khẽ...
- Trong quan hệ, người Singapore hiếm khi tặng quà. Nói chung, việc tặng quà không là thói quen, tập quán của người Singapore
- Người Singapore ưa sự sạch sẽ, ít hút thuốc, chú ý đến việc bảo vệ môi trường. Hành vi vứt rác, vứt tàn thuốc ra đường bị xử phạt rất nặng, kẹo cao su không được phép bán trên thị trường
- Phụ nữ được tôn trọng, được đối xử ngang với nam giới trên thương trường

- Chủ đề ưa thích của người Singapore là sự sạch sẽ, trong lành, sự phồn thịnh của đất nước Singapore; Chủ đề nên tránh đề cập là diện tích nhỏ, hẹp của đất nước họ.

10.3 MỘT SỐ NÉT KHÁC BIỆT TRONG VĂN HÓA GIAO TIẾP GIỮA PHƯƠNG ĐÔNG VÀ PHƯƠNG TÂY

10.3.1 Một số nét cơ bản trong văn hóa giao tiếp phương Đông

- Đề cao sự giao lưu, coi trọng mối quan hệ với cộng đồng.
- Coi trọng tuổi tác, chức vụ, người đàn ông
- Đề cao tính tập thể.
- Quyết định mang tính tập thể.
- Quyết định chậm.
- Tính đẳng cấp được đề cao.
- Nặng tình.

10.3.2 Một số nét cơ bản trong văn hóa giao tiếp phương Tây

- Tôn trọng tự do, sự riêng tư cá nhân.
- Coi trọng nữ giới.
- Đề cao tính cá nhân.
- Quyết định mang tính cá nhân.
- Quyết định nhanh.
- Tính bình đẳng được đề cao.
- Nặng lý

CÂU HỎI

1. Văn hóa là gì? Những yếu tố nào tạo nên đặc thù cho văn hóa Việt Nam?
2. Hãy trình bày những đặc điểm giao tiếp của người Việt và phân tích ưu, nhược điểm của chúng. Anh chị sẽ làm gì để bản thân mình vừa giữ được bản sắc của dân tộc vừa có thể hòa nhập tốt với thế giới?
3. Anh chị hãy nêu một số tình huống mà anh chị đã tham gia hoặc chứng kiến các cuộc giao tiếp với người phương Tây. Nêu những bài học rút ra được từ các tình huống đó.
4. Cho biết nguyên tắc cơ bản trong giao tiếp xã giao thông thường, trong giao tiếp xã giao qua điện thoại

BÀI TẬP CUỐI CHƯƠNG

1. A là một thanh niên nông thôn ra thành phố làm việc. B là con gái một gia đình khá giả ở đây. Họ yêu nhau đã lâu và B muốn đưa A về giới thiệu với bố mẹ. Biết mẹ khó tính nên B đã chủ động thưa trước: “ Chủ nhật này con muốn đưa bạn trai của con về ra mắt bố mẹ. Anh ấy hiền lành, ít nói và hơi nhút nhát. Mẹ đừng chê anh ấy nhé!” Mẹ bảo: “Liệu chừng nó có đàn không?” B vội đáp: “ Không đâu mẹ! Anh ấy rất thông minh và dễ thương nữa”. “Thôi được, con hãy dẫn nó về đây cho mẹ xem!”

Sau đó, B cũng dặn A: “Mẹ em hơi khó tính, khắt khe và có vẻ không thích anh lắm! Anh cố lên nhé!”

Chủ nhật đó, cuộc gặp diễn ra bình thường cho đến lúc uống trà A vô ý đánh rơi vỡ tách trà. Cả bàn lặng im trong khi A lẳng lặng dọn dẹp những mảnh vỡ.

Sau khi A ra về, mẹ B bảo B: “ Thằng này quả là đàn! Từ nay con không được giao du với nó nữa!”. Sau đó, B tìm đến gặp A, trong lúc tâm sự, A cũng đã nói với B: “Mẹ em quả là khó tính và khắt khe thật! Anh rất buồn!”

Hãy phân tích những lý do khiến cuộc giao tiếp trên không thành công

2. Một diễn giả đang diễn thuyết hăng say trước đông đảo cử tọa. Chợt hàm răng giả của ông tụt ra. Cử tọa cười ầm ỉ. Nếu em là diễn giả, em sẽ ứng xử như thế nào?

3. Cho tình huống

Trong giờ trả bài kiểm tra, một sinh viên cho rằng giáo viên chấm điểm bài mình không chính xác lại thêm đang có sự buồn bực sẵn trong người nên đã có thái độ vô lễ đối với cô. Em này lên bàn cô vừa đặt bài làm xuống bàn vừa lớn tiếng nói với cô: “Bài như thế này tại sao cô cho 3 điểm?”. Cô giáo liền lấy bút đỏ gạch chéo vào điểm 3, sửa lại thành điểm 0 và bảo: “Điểm nội dung bài làm tôi cho 3, cộng thêm điểm thái độ vào, bài này được điểm 0”

Sinh viên nhận lại bài và xé ngay tại bục giảng

Đặt mình là sinh viên của lớp đang có mặt tại đó, em sẽ làm gì để có thể tạo được không khí tốt nhất cho buổi học

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Luật giáo dục của Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt nam số 38/2005/QH11
2. Chiến lược phát triển giáo dục 2001-2010, Nxb GD, HN, 2002, tr. 30.
3. Quyết định của Thủ Tướng Chính phủ số 201/2001/QĐ-TTG -28/12/2001 về việc phê duyệt “CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN GIÁO DỤC 2001-2010”.
4. Nghị quyết trung ương 9 khóa X - Hội nghị TW9-01/2009
5. TS Thái Trí Dũng, *Kỹ năng giao tiếp và thương lượng trong kinh doanh*, NXB Thống kê, 1998
6. Spencer Johnson, Phan Hoàng Phương Thủy dịch , *Chuyện ngụ ngôn về miếng phô mát*, NXB Trẻ, 2004
7. Nguyệt Hạ biên soạn, *Nghệ thuật nhận biết tâm lý qua nét mặt*, NXB Thanh Hóa, 2006
8. Nguyễn Ngọc Lâm, *Khoa học giao tiếp*, Ban XB NHMBC TPHCM, 1998
9. Phan Thanh Lâm, *Giáo trình Kỹ thuật thương lượng*, Ban XB Đại học Hoa Sen, 2008
10. Phan Thanh Lâm, *Giáo trình Tâm lý giao tiếp trong kinh doanh*, Ban XB Đại học Hoa Sen, 2008
11. Nguyễn Lữ biên soạn, *Chuyện nhỏ, gợi ý lớn*, NXB Lao động xã hội, 2008
11. André Maurois (người dịch Hoàng Thu Đông). *Một nghệ thuật sống*, NXB Thanh Hóa, 2000
12. Nguyễn Thò Oanh, *Tâm lý truyền thông và giao tiếp*, Ban XB NHMBC TPHCM, 1995
13. Allan Pease, Trần Duy Châu dịch, *Thuật xét người qua điệu bộ*, NXB Trẻ ,2006
14. Trúc Viên biên soạn, *Tìm hiểu nhân tướng học*, NXB Văn hóa thông tin, 2000
15. Tập bài giảng *Kỹ năng giao tiếp*, Ban XB Đại học Công nghệ Sài Gòn 2008
16. Tài liệu học tập *Tâm lý học* Ban XB Trường CBQLGD- ĐTII 2004
17. Tài liệu học tập *Cơ sở Tâm lý học của hoạt động dạy học* Ban XB Trường CBQLGD-ĐT II 2005