

KHÁI QUÁT CHUNG VỀ GIAO TIẾP - ỨNG XỬ

2.1. Khái quát chung về giao tiếp xã hội

2.1.1. Giao tiếp là gì ?

Trong quá trình sống và làm việc chung với mọi người, con người có rất nhiều nhu cầu cần phải được thỏa mãn. Đó là nhu cầu trao đổi thông tin; thổ lộ tâm tư, tình cảm, suy nghĩ và mong muốn được người khác chia sẻ những niềm vui, nỗi buồn trong cuộc sống; muốn được người khác hợp tác và giúp đỡ...v.v.. Tất cả những nhu cầu tâm lý xã hội đó chúng ta chỉ có thể được thỏa mãn thông qua hoạt động giao tiếp.

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 thảm hại. Truyện cổ dân gian Việt Nam có câu truyện cười “Làm theo lời vợ dặn” có thể xem là bài học ý nhị minh họa cho phép xử thế của Khổng Tử: *phải biết biến hay là chết*.

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*”.

Cùng ý nghĩa với quan niệm trên, Kinh Thánh 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.

Quan điểm triết học Mác Lênin cho rằng: “*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, để từ đó con người phát huy vai trò của mình, thúc đẩy xã hội phát triển.

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

Giao tiếp là quá trình hoạt động trao đổi thông tin giữa người nói và người nghe nhằm đạt mục đích nào đó. Giao tiếp là sự truyền đạt điều muốn nói từ người này sang người khác để đối tượng có thể hiểu những thông điệp truyền đi.

Thông thường giao tiếp trải 3 trạng thái:

(1) Trao đổi thông tin, tiếp xúc tâm lý

(2) Hiểu biết lẫn nhau

(3) Tác động ảnh hưởng lẫn nhau.

- ✓ Ở góc độ một công ty, “**giao tiếp**” được hiểu như sau: **Giao tiếp** là hành động xác lập **mối quan hệ** và sự tiếp xúc giữa con người với nhau nhằm **thỏa mãn nhu cầu** nhất định. Trên cơ sở thu nhận thông tin, hai bên giao tiếp sẽ xây dựng, điều chỉnh mục tiêu, hành vi qua sự tác động lẫn nhau để cùng hiểu biết về tình huống, có cùng tiếng nói, đem lại **lợi ích** nhiều nhất có thể.
- ✓ Ở góc độ trường học, giao tiếp sư phạm là giao tiếp có tính chất nghề nghiệp giữa **giáo viên** và **học sinh** trong quá trình **dạy học** và **giáo dục**, nhằm tạo ra sự tiếp xúc tâm lý, xây dựng bầu không khí tâm lý thuận lợi cùng các quá trình tâm lý khác để tạo ra kết

quả tối ưu trong quan hệ thầy - trò, trong nội bộ tập thể học sinh và trong **hoạt động dạy** cũng như **hoạt động học**.

- ✓ **Giao tiếp** là hình thức đặc trưng cho mối quan hệ **con người với con người** mà qua đó nảy sinh sự tiếp xúc tâm lý và được biểu hiện, ở các quá trình thông tin, hiểu biết rung cảm, ảnh hưởng **tác động** qua lại lẫn nhau.
- ✓ **Giao tiếp** là một hiện tượng đặc thù của con người, mới có giao tiếp thực sự khi sử dụng **phương tiện ngôn ngữ** (có 3 trạng thái tồn tại: ngôn ngữ lời, chữ viết, ngôn ngữ thầm, ngôn ngữ thầm là công cụ tư duy hoặc phi ngôn ngữ). Giao tiếp được thể hiện ở sự trao đổi **thông tin**, sự **hiểu biết** lẫn nhau, sự **rung cảm** và **ảnh hưởng** lẫn nhau.

Tương ứng với các yếu tố trên thì giao tiếp có 3 khía cạnh chính:

- **Giao lưu:** khía cạnh này gắn liền với việc tìm hiểu những đặc điểm đặc thù của quá trình trao đổi thông tin giữa hai bên giao tiếp với nhau có tính đến cả mục đích, tâm thế và ý định của nhau. Quá trình giao lưu sẽ làm giàu thêm về kiến thức, kinh nghiệm của những người tham gia giao tiếp.

- **Tác động qua lại giữa hai bên:** Trong trường hợp này, ngôn ngữ thống nhất và cùng hiểu biết tình huống, hoàn cảnh giao tiếp là điều kiện cần thiết bảo đảm sự tác động qua lại có hiệu quả.

Có nhiều kiểu tác động qua lại giữa những người với nhau; đó là sự hợp tác và sự cạnh tranh – tương ứng với chúng là sự đồng tình hay sự xung đột.

- **Tri giác:** bao hàm quá trình hình thành hình ảnh về người khác, xác định được các phẩm chất tâm lý và đặc điểm hành vi của người đó (thông qua các biểu hiện bên ngoài). Trong khi tri giác người khác cần chú ý tới các hiện tượng như: ấn tượng ban đầu, hiệu ứng cái mới, sự diễn hình hoá.v.v..

Hoạt động quản trị kinh doanh về thực chất cũng là hoạt động giao tiếp. Trong hoạt động của mình, nhà quản trị phải giao tiếp với nhân viên để truyền đạt nhiệm vụ, động viên, khuyến khích họ thực hiện tốt các công việc được giao. Nhiều khi phải xử lý những tình huống giao tiếp tế nhị như: khiển trách, phê bình, giải quyết các xung đột... Nhà quản trị cũng cần thiết lập các mối quan hệ với những cơ quan, đoàn thể, các tổ

chức chính quyền nhằm tạo điều kiện cho hoạt động của doanh nghiệp có hiệu quả. Nhà kinh doanh phải giao tiếp với khách hàng, với các đối tác khác nhau dưới nhiều hình thức như: thuyết phục họ mua, bán hàng; thương lượng một vài điều khoản nào đó trong hợp đồng .v.v..

2.1.2 Ứng xử trong giao tiếp được hiểu như thế nào?

Ứng xử là một từ ghép của hai từ ứng và xử, mà ứng và xử lại bao gồm nhiều nghĩa khác nhau như: ứng phó, ứng đối, ứng biến, và xử: xử sự, xử lý, xử thế,... Ứng xử là thái độ, hành vi, lời nói thích hợp trong quan hệ giao tiếp giữa người với người, giữa người với thiên nhiên.

Như vậy: Ứng xử trong giao tiếp được hiểu là: sự phản ứng của con người đối với sự tác động của một tổ chức, nhóm người, cá nhân,... đến mình trong một tình huống cụ thể, nhất định.

Đặc điểm của giao tiếp - ứng xử:

- Đặc điểm của giao tiếp đó là: giao tiếp có đối tượng có thể nói đây là mối quan hệ chủ thể và đối tượng là mối quan hệ mà qua đó sự tiếp xúc tâm lí được thực hiện. Mối quan hệ giữa chủ thể và khách thể là mối quan hệ tích cực ở mức độ cao, thấp khác nhau.
- Đặc điểm của ứng xử trong giao tiếp đó là: con người không chủ động trong giao tiếp mà chủ động trong phản ứng có sự lựa chọn, có tính toán thể hiện qua thái độ hành vi, cử chỉ, cách nói năng, tùy thuộc vào tri thức, kinh nghiệm và nhân cách của mỗi người nhằm đạt kết quả giao tiếp cao nhất.

Văn hóa ứng xử

Thuật ngữ văn hóa đặt trước ứng xử có nghĩa là tô đậm chiều cao phẩm chất, chiều rộng quan hệ của người ứng xử. Có con người là có cách ứng xử giữa họ với nhau, giữa họ với môi trường sống. Nhưng văn hóa ứng xử được hình thành từ khi văn minh phát triển ở một cấp độ nào đó nhằm diễn đạt cách ứng xử con người đối với thiên nhiên, đối với xã hội và đối với chính mình.

Văn hóa ứng xử là sự thể hiện triết lý sống, các lối sống, lối suy nghĩ, lối hành động của một cộng đồng người trong việc ứng xử và giải quyết mối quan hệ giữa con người với tự nhiên, với xã hội và từ vi mô đến vĩ mô.

Giá trị cao nhất của mọi giá trị văn hóa chính là con người, con người có nhân cách văn hóa. Sự hoàn thiện nhân cách là chiến thắng lớn nhất của văn hóa. Chủ tịch Hồ Chí Minh dạy rằng, cuộc chiến đấu vì nhân phẩm và tự do phải đặt lên trên mọi cuộc chiến đấu khác. Tính kinh điển, tính thời sự câu nói triết học của Người thật hữu ích đối với con người hôm nay. Văn hóa ứng xử của cá nhân đối với chính mình tóm tắt hai chữ tri kỷ (biết mình), là giá trị làm công dân, mà mỗi người tự xác định, tự giác thực hiện chứ không chờ sự cưỡng bức của luật, sự nhắc nhở của hệ chuẩn xã hội. Ở các nền văn hóa khác nhau có hệ chuẩn không giống nhau, nhưng vẫn có giá trị chung. Đó là sống có lý tưởng, trung với nước, hiếu với cha mẹ, tình thương đối với đồng bào, trung thực với bạn bè, giữ chữ tín trong mọi quan hệ. Trong văn hóa phương Đông, Khổng tử khuyên mọi người tu tâm dưỡng tính với sáu chữ: nhất nhật tam tỉnh ngô thân. Đối với người Nhật, nhân cách văn hóa được công thức hóa: thiện, ích, đẹp. Nước ta coi trọng mục tiêu giá trị: chân, thiện, mỹ. Ở châu Âu, người ta nói tính cách, khi bàn giá trị nhân cách tiêu biểu dân tộc. Tính cách Nga được thể hiện ở lòng đôn hậu, tình thủy chung, nghĩa cử quốc tế cao cả. Khẩu hiệu tri thức là sức mạnh được nhiều nước tư bản châu Âu viện dẫn và ảnh hưởng tới hành động đã mấy trăm năm. Bí quyết hàng đầu của người Do Thái là sự trọng học, đề cao vai trò của trí tuệ, tôn sùng học vấn và tài năng. Để con gái lấy được học giả, hoặc lấy được con người là học giả làm vợ thì không tiếc tài sản. Tuy nhiên, họ cũng coi tri thức mà thiếu thực tiễn chẳng khác nào chú lừa chỉ biết thò trên lưng sách vở. Ở các gia đình người Do Thái, tủ sách thường để đầu giường.

Văn hoá ứng xử của người Việt đã được hình thành trong quá trình giao tiếp qua 4000 năm dựng nước và giữ nước. Cái đẹp trong văn hoá ứng xử được cha ông ta lưu giữ, truyền lại từ đời này sang đời khác. Ngày nay mặc dù xã hội đã có nhiều thay đổi nhưng giao tiếp ứng xử vẫn có tầm quan trọng đặc biệt. Nó tạo nên các mối quan hệ đẹp có văn hóa, có đạo đức trong cộng đồng dân cư, trong tình bạn trong tình yêu, trong gia đình, trong nhà trường, trong kinh doanh, đàm phán- thương lượng khi có những bất công có thể dẫn đến xung đột.

Giao tiếp ứng xử có văn hoá, có đạo đức là cơ sở để có những mối quan hệ thân thiện trong cộng đồng, quan hệ tình nghĩa trong gia đình, quan hệ hợp tác trong kinh doanh là cơ sở để tạo ra môi trường xã hội có lợi cho

sức khoẻ của con người. Trong cuộc sống hàng ngày người Việt Nam luôn quan tâm đến vấn đề giao tiếp, người Việt Nam do thiên về tình hơn về lý nên khi giao tiếp con người luôn đề cao vai trò của việc xử dụng ngôn ngữ để đảm bảo cho sự đoàn kết nhất trí, cho cuộc sống vui vẻ hài hoà. Vì vậy, Người Việt Nam luôn nhắc nhở nhau khi giao tiếp, nói năng phải cân nhắc lựa chọn, tránh kiêu hành xử khiếm nhã làm mất lòng người khác. Ông cha ta luôn dạy con cháu: “Ăn phải nhai nói phải nghĩ”

Hơn nữa người Việt luôn coi trọng nghĩa tình, những lúc khó khăn, có công có việc người ta đến với nhau vì tình chứ không phải vì vật chất, nên trong văn hoá ứng xử Người Việt rất coi trọng tinh thần, đặt tinh thần lên hàng đầu.

Cái đẹp trong văn hoá ứng xử của con người Việt Nam là cái đẹp mang tính nhân dân, nói phục vụ đại đa số nhân dân. Cái đẹp mang tính dân tộc, nó phản ánh cái đẹp riêng của con người Việt Nam. Cái đẹp đó còn mang tính nhân loại vì nó là tia sáng mà tất cả mọi người trên hành tinh này muốn hưởng tới. Cái đẹp đó đậm đà bản sắc dân tộc, bởi bản sắc đó là cái lõi, cái hồn đất, hồn nước, tinh hoa của dân tộc.

Trong những đặc tính mang đậm nhất sắc thái truyền thống của ứng xử xã hội thì thể ứng xử là nét hoa tinh tế nhất trong các nét đặc sắc. Đặc biệt nét văn hóa này được biểu hiện rất rõ được cô đọng và đúc kết trong hai loại hình nổi bật của văn hoá dân gian Việt Nam đó là ca dao và tục ngữ.

Thể ứng xử trước hết là sự thể hiện triết lý sống của một cộng đồng người và đã mặc nhiên trở thành một quan niệm sống quan niệm lý giải cuộc sống và mặc nhiên cũng trở thành lối sống, nếp sống lối hành động của cả một cộng đồng người.

Văn hoá ứng xử cũng như cách ứng xử có văn hoá được hình thành từ rất sớm và ngày càng phong phú. Nó bao gồm hàng loạt hệ thống: ứng xử trong gia đình, trong họ mạc làng xã, giữa các dòng họ, giữa các thành viên trong cộng đồng, giữa tình yêu đôi lứa.

2.2.Chức năng và vai trò của giao tiếp - ứng xử.

2.2.1. Chức năng giao tiếp - ứng xử.

- Giao tiếp là phương tiện để hiểu người khác và tác động đến người khác (truyền đạt thông tin, biểu lộ trao đổi cảm xúc, hiểu biết lẫn

nhau,...). Giao tiếp là một trong những con đường để hình thành, giáo dục và phát triển nhân cách của cá nhân.

- **Ứng xử trong giao tiếp là làm thay đổi nhận thức, thái độ và hành vi của con người.** Do vậy có thể nói xử lý trong giao tiếp là một quá trình điều khiển. Trước hết là điều khiển chính bản thân mình (chủ thể). Khi giao tiếp ứng xử với người khác chúng ta phải lựa chọn, điều chỉnh hành vi, cử chỉ, điệu bộ, lời nói của mình cho phù hợp với điều kiện, hoàn cảnh giao tiếp, môi trường giao tiếp. Chính vì vậy, có thể nói” *Uy tín, giá trị và hạnh phúc của tôi phần lớn tùy thuộc vào khả năng ứng xử của tôi với mọi người xung quanh*”.

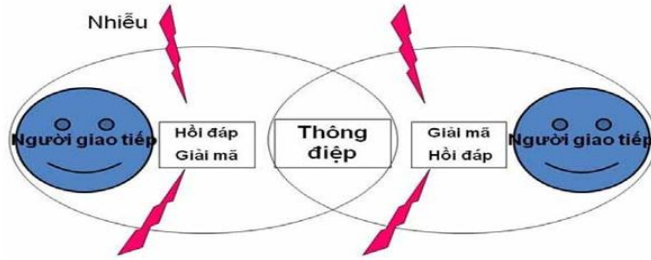
Đối với đối tượng giao tiếp - ứng xử, chủ thể giao tiếp - ứng xử phải làm sao cho đối tượng hòa đồng nhận thức, cảm xúc của mình, hiểu được mình trên cơ sở đó mà thay đổi nhận thức, thái độ và hành vi theo mục đích của mình.

2.2.2.Vai trò giao tiếp - ứng xử.

- Giao tiếp là điều kiện tồn tại của con người, không có giao tiếp với người khác con người cảm thấy rất cô đơn và dễ trở thành bệnh hoạn.
- Thông qua giao tiếp cá nhân gia nhập các mối quan hệ với các cá nhân khác trong nhóm xã hội và quan hệ với toàn xã hội.
- Cùng với hoạt động qua giao tiếp con người tiếp thu nền văn hóa lịch sử và biến nó thành cái riêng của mình, đồng thời cá nhân đóng góp vào sự phát triển xã hội.
- Qua giao tiếp con người biết được giá trị xã hội của người khác của bản thân trên cơ sở tự điều chỉnh theo chuẩn mực xã hội

Ứng xử trong giao tiếp được thể hiện trong tình huống cụ thể và con người tác động của tình huống giao tiếp cụ thể lựa chọn thái độ, hành vi, cử chỉ cách nói năng thích hợp nhằm đạt kết quả trong giao tiếp giữa người với người nhằm đồng cảm lẫn nhau.

2.3.CẤU TRÚC CỦA HÀNH VI GIAO TIẾP



Hình 2.1 Sơ đồ giao dịch về giao tiếp (Berco, Volvin)

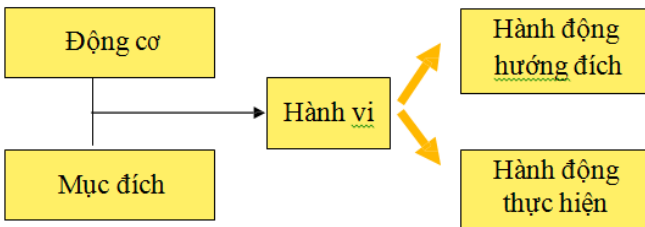
Trong mô hình này, người giao tiếp A mã hóa một thông điệp và gửi nó đi. Người giao tiếp B, sau đó, mã hóa phản hồi gửi tới người giao tiếp A, người giải mã nó. Nhưng những bước này không phải là độc chiếm lẫn nhau vì việc mã hóa và giải mã có thể xảy ra đồng thời. Là những người nói, chúng ta có thể 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.

2.3.1 Hành vi giao tiếp

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.

Tính chất của hành vi giao tiếp:



Hình 2.2 Tính chất của hành vi giao tiếp

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. Chẳng hạn, khơi nguồn cảm hứng tích cực Donald Trump từng viết: “*Tôi không thực hiện thương lượng vì tiền. Bởi tôi không những đã có đủ tiền mà còn có nhiều hơn mức tôi cần. Tôi thực hiện thương lượng vì lòng yêu thích*”. Động lực khiến ông trùm này thực hiện những thương vụ táo bạo không phải vì tiền mà là khát vọng mong muốn đem lại những công trình có giá trị, cung cấp dịch vụ giải trí tới mọi người.

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.

2.3.2 Các thành tố của hành vi giao tiếp

1. Người gửi thông điệp (nguồn)

Để trở thành người giao tiếp tốt, người thông điệp 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.

2. 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. Kênh truyền đạt thông điệp

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.

4. Người nhận thông điệp

Người nhận thông điệp 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.

5. Những phản hồi

Người tiếp nhận sẽ có những **phản hồi**, bằng lời hay các hình thức khác đối với thông điệp của bạn. Hãy chú ý sát sao đến những **phản hồi** này bởi nó thể hiện rõ ràng nhất việc **người tiếp nhận thông điệp** có hiểu chính xác thông điệp của bạn hay không.

6. Môi trường giao tiếp (Bối cảnh)

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...

7. Nhiễu thông tin

Nhiễu là bất kì một trở ngại bên trong hoặc bên ngoài nào trong quá trình giao tiếp. Nhiễu 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 lí gây nên.

2.3.3. 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.

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

Mối quan hệ giữa chủ thể với khách thể là mối quan hệ qua lại trong giao tiếp. Mối 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.

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, ngấm 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.

Qua tiếp xúc con người nhận thức được về người khác: Từ hình dạng, **điệu bộ**, nét mặt bề ngoài đến **ý thức động cơ, tâm trạng, xúc cảm, tính cách, năng lực, trình độ tri thức** và các giá trị ở họ, đồng thời qua nhận xét đánh giá của họ về mình người ta hiểu thêm cả về bản thân.

Do tác động của lời nhận xét, của sự **biểu cảm** của người đang giao tiếp mà gây ra những rung cảm khác nhau chủ thể tiếp xúc như qua **lời khen** làm ta vui, hay buồn, xấu hổ vì bị **chê bai** hoặc bị **kích động** bởi lời nói thâm hiểm của người giao tiếp với mình.

Trong quá trình giao tiếp, sự hiểu biết lẫn nhau càng trở nên sâu sắc và mỗi người cũng đánh giá lại những tri thức kinh nghiệm của mình và có thể dẫn tới sự thay đổi **thái độ** đối với nhau, với sự vật hiện tượng được bàn luận và có thể dẫn tới sự **mến phục** hay **mâu thuẫn** với nhau.

Trong tâm lý học, **giao tiếp** được xem như một loại hoạt động diễn ra trong **mối quan hệ người - người** nhằm mục đích thiết lập sự hiểu biết lẫn nhau và nhằm tác động đến tri thức **tình cảm** và **nhân cách**.

Phương pháp và nội dung giao tiếp phụ thuộc vào vị trí của con người trong quan hệ sản xuất, tầng lớp hay nhóm xã hội. Giao tiếp được điều chỉnh với các yếu tố như tập quán của từng địa phương, từng dân tộc, và các chuẩn mực đạo đức v.v... Tục ngữ có câu “**Nhập gia tùy tục**” là vì thế đó.

2.4. Chức năng của giao tiếp

Trong tâm lý học người ta chia các chức năng của giao tiếp ra thành 2 nhóm. Thứ nhất, chức năng **thuần túy xã hội** và thứ hai là chức năng **tâm lý xã hội**

2.4.1. Về phương diện xã hội

(1) **Chức năng thông tin, tổ chức:** Trong hoạt động chung, người này **giao tiếp** người kia để thông báo thông tin giúp cho hoạt động của tổ chức thực hiện một cách hiệu quả. Ví dụ, thủ trưởng truyền mệnh lệnh cho nhân viên, nhân viên báo cáo kết quả thực hiện nhiệm vụ của mình cho thủ trưởng.

(2) Chức năng phối hợp hành động: Trong một tổ chức thường có nhiều bộ phận với các chức năng, nhiệm vụ khác nhau. Các thành viên trong tổ chức cần phải giao tiếp với nhau để phối hợp hành động cho có hiệu quả. Ví dụ, trong khi kéo pháo, các chiến sĩ Điện Biên “Hò dô” là một cách phối hợp hành động.

(3) Chức năng điều khiển hành vi/ảnh hưởng lẫn nhau: Trong giao tiếp, người ta dùng những phương pháp tác động lẫn nhau như: ám thị, thuyết phục, áp lực nhóm.v.v... để điều khiển người khác. Chức năng này cực kỳ quan trọng trong hoạt động quản trị kinh doanh. Bằng các hình thức giao tiếp khác nhau như: ra lệnh, thuyết phục, tạo dư luận... mà nhà quản trị hướng hoạt động của nhân viên vào thực hiện mục đích chung của doanh nghiệp. Cũng thông qua các hình thức tác động lẫn nhau trong giao tiếp mà nhà kinh doanh có thể thỏa thuận được với các đối tác về những hợp đồng thương mại có lợi.

(4) Chức năng cảm xúc: Giao tiếp không chỉ bộc lộ cảm xúc và tạo ra những ấn tượng cảm xúc giữa các chủ thể. Mỗi người trong chúng ta đôi khi có những cảm xúc cần được bộc lộ. Sung sướng hay đau khổ, hy vọng hay thất vọng, niềm vui hay nỗi buồn... đều muốn được người khác chia sẻ.

Chỉ có trong giao tiếp chúng ta mới tìm được sự đồng cảm, cảm thông và giải tỏa được cảm xúc của mình. Vì:

“Niềm vui được sẻ chia sẻ nhân đôi,
Nỗi buồn được sẻ chia sẻ vơi đi một nửa.”

(5) Chức năng động viên, kích thích: Trong quá trình giao tiếp con người không chỉ truyền thông tin cho nhau hay tác động điều khiển lẫn nhau mà còn tạo ra những cảm xúc kích thích hành động của họ. Chức năng này có liên quan đến lĩnh vực cảm xúc của con người. Trong quá trình giao tiếp, con người không chỉ truyền thông tin cho nhau hay tác động điều khiển lẫn nhau mà còn tạo ra những cảm xúc kích thích hành động của họ. Ví dụ như reo hò cổ vũ cho đội nhà thi đấu.

Trong hoạt động kinh doanh, nhà quản trị nên dùng những hình thức giao tiếp với nhân viên như: khen ngợi đúng lúc, động viên, có những lời nói và việc làm thể hiện sự quan tâm đến gia đình và bản thân họ sẽ làm cho cấp dưới cảm động, hài lòng; từ đó kích thích họ làm việc tốt hơn.



Có một câu nói rất nổi tiếng **“Kẻ mạnh không phải là kẻ giẫm lên vai người khác để thỏa mãn lòng ích kỷ. Kẻ mạnh là kẻ giúp đỡ kẻ khác trên đôi vai của mình.”** ... Vâng, bạn không cần phải bằng mọi giá để chiến thắng người khác. Chỉ cần bạn chiến thắng chính bản thân mình thì đó là một thành công lớn rồi. Nếu bạn giúp đỡ người khác cùng chiến thắng thì lúc đó mới khẳng định rằng bạn là kẻ mạnh thực sự.

2.4.2. Về phương diện tâm lý

- **Chức năng tạo mối quan hệ:** Đối với con người, trạng thái cô đơn, cô lập đối với mọi người xung quanh là một trong những trạng thái đáng sợ nhất. Giao tiếp giúp con người tạo ra những mối quan hệ với mọi người.

- **Chức năng cân bằng cảm xúc:** Mỗi người trong chúng ta đôi khi có những cảm xúc cần được bộc lộ. Sung sướng hay đau khổ, hy vọng hay thất vọng, niềm vui hay nỗi buồn... đều muốn được người khác chia sẻ.

Chỉ có trong giao tiếp chúng ta mới tìm được sự đồng cảm, cảm thông và giải tỏa được cảm xúc của mình. Tục ngữ Việt Nam có câu **“Niềm vui nhân đôi, nỗi buồn sẻ nửa”**, chỉ có trong giao tiếp chúng ta mới tìm được sự đồng cảm, cảm thông và giải tỏa được cảm xúc của mình.

- **Chức năng phát triển nhân cách:** Trong giao tiếp con người lĩnh hội được kinh nghiệm xã hội, tâm hồn của con người trở nên phong phú, tri thức sâu sắc, tình cảm TGQ hình thành, củng cố và phát triển. Thông qua giao tiếp thì những tiêu chuẩn đạo đức cũng như tinh thần, trách nhiệm, nghĩa vụ, tính nguyên tắc, lòng vị tha, tính trung thực....không chỉ được thể hiện mà còn được hình thành trong chúng ta.

Cũng thông qua giao tiếp, con người học hỏi được cách đánh giá hành vi và thái độ người khác mà còn nhận biết được chính mình để rồi hoàn thiện các phẩm chất nhân cách của bản thân và không ngừng phấn đấu vươn lên để hướng tới “Chân, thiện, mỹ”.

2.5. Vai trò của giao tiếp trong đời sống xã hội

Bởi vì con người là sự tổng hòa của các mối quan hệ xã hội. Mà giao tiếp tức là tiếp xúc, trao đổi bằng lời nói, cử chỉ, thái độ... Những điều đó góp phần tạo lập các mối quan hệ tốt đẹp trong đời sống.

Giao tiếp là điều kiện tồn tại của xã hội loài người. Không có giao tiếp không có tồn tại xã hội. Giao tiếp là cơ chế bên trong của sự tồn tại và phát triển của xã hội, nó đặc trưng cho tâm lý người.

Thông qua **giao tiếp cá nhân** gia nhập các mối quan hệ xã hội với các cá nhân khác trong các nhóm xã hội và **quan hệ** với **toàn xã hội**.

Qua **giao tiếp** con người tiếp thu nền văn hóa xã hội và biến thành cái riêng của mình, đồng thời cá nhân đóng góp vào sự phát triển nền văn hoá xã hội.

Qua **giao tiếp** con người nắm bắt được các **chuẩn mực đạo đức** của xã hội, các **giá trị xã hội** của người khác, của bản thân trên cơ sở đó tự điều chỉnh, điều khiển bản thân theo các chuẩn mực xã hội.

2.5.1. Các hình thức giao tiếp cơ bản

Căn cứ vào phương tiện giao tiếp : Giao tiếp bằng vật chất; giao tiếp bằng ngôn ngữ; giao tiếp bằng phi ngôn ngữ.

Căn cứ vào tính chất và qui cách giao tiếp: Giao tiếp chính thức và giao tiếp không chính thức.

Căn cứ vào số lượng và thành phần tham gia vào quá trình giao tiếp: Giao tiếp giữa cá nhân với cá nhân (giao tiếp liên nhân cách). Giao tiếp giữa cá nhân với nhóm. Giao tiếp giữa nhóm với nhóm.

Căn cứ vào tính chất tiếp xúc: Giao tiếp trực tiếp và giao tiếp gián tiếp.
Giao tiếp trực tiếp: Đối tượng giao tiếp trực tiếp gặp gỡ nhau thường dùng ngôn ngữ nói để truyền đạt cho nhau ý nghĩ và tình cảm của mình. Đây là loại hình giao tiếp có hiệu quả cao.

Giao tiếp gián tiếp: Thông qua một phương tiện trung gian loại này kém hiệu quả hơn. Tuy nhiên trong kinh doanh giao tiếp cần kết hợp nhiều loại hình mới đạt hiệu quả cao.

Căn cứ vào nội dung tâm lý của giao tiếp

- Giao tiếp nhằm thông báo những thông tin mới.
- Giao tiếp nhằm thay đổi hệ thống động cơ và giá trị.
- Giao tiếp nhằm kích thích, động viên hành động.

Căn cứ vào đối tượng hoạt động giao tiếp

- *Giao tiếp liên nhân cách* (giữa 2 hay 3 người với nhau)
- *Giao tiếp xã hội*: là giao tiếp giữa một người với một nhóm người (như lớp học, hội nghị...).
- *Giao tiếp nhóm*: đây là hình thức giao tiếp đặc trưng cho một tập thể nhỏ liên kết với nhau bởi hoạt động chung và nó phục vụ cho hoạt động này.

Căn cứ vào tính chất tiếp xúc

Giao tiếp trực tiếp

Là loại hình giao tiếp thông dụng nhất trong mọi hoạt động của con người. Trong đó các đối tượng của giao tiếp trực tiếp gặp gỡ nhau và thường dùng ngôn ngữ nói để biểu cảm, truyền cho nhau những ý nghĩ và tình cảm của mình. Đây là loại hình giao tiếp có hiệu quả nhất, bởi vì trong các tình huống mặt đối mặt với những thông tin không bằng lời đi kèm mà mọi sự hiểu lầm, thông tin thiếu chính xác sẽ được điều chỉnh kịp thời trong quá trình giao tiếp. Ví dụ : các cuộc phỏng vấn, đàm thoại trực tiếp, các cuộc hội nghị song phương....

Giao tiếp gián tiếp

Là loại hình giao tiếp thông qua một phương tiện trung gian khác như: thư từ, báo chí, điện thoại, VTTT, Fax... Đây là hình thức kém hiệu quả hơn vì sự phản hồi thông tin rất chậm, nhất là hình thức bằng văn bản. Hơn nữa, loại giao tiếp này rất ít được hỗ trợ bởi các phương tiện phi ngôn ngữ, vì vậy các đối tác có thể không hiểu hết những khía cạnh tế nhị của thông tin.

Tất nhiên, trong kinh doanh không phải bao giờ cũng giao tiếp bằng hình thức trực tiếp. Đôi khi vì những lý do về thời gian, không gian, tài

chính...mà nhà kinh doanh phải giao tiếp gián tiếp với nhau. Đồng thời giao tiếp bằng văn bản thường có tính pháp lý cao hơn và cũng tiện việc lưu trữ hồ sơ, tài liệu....

Căn cứ vào vào hình thức của giao tiếp

Giao tiếp chính thức

Là giao tiếp có sự ấn định theo pháp luật, theo một qui trình được các tổ chức thừa nhận như hội họp, mít tinh, đàm phán .v.v.. Loại hình này trong công tác quản trị chiếm một tỉ lệ khá cao, nó ảnh hưởng rất lớn đến hiệu quả hoạt động của đơn vị.

Giao tiếp không chính thức

Là giao tiếp không theo một qui định nào cả, mang nặng tính cá nhân. Ví dụ, giao tiếp giữa bạn bè với nhau, thủ trưởng trò chuyện riêng tư với nhân viên ...Loại giao tiếp này, trong công tác quản trị cũng hay được sử dụng, nó có tác dụng tạo ra bầu không khí đầm ấm, vui tươi, thân mật, hiểu biết lẫn nhau, tạo điều kiện thuận lợi cho giao tiếp chính thức thực hiện có hiệu quả. Vì vậy, không phải ngẫu nhiên mà trong thời gian dự hội nghị đàm phán, ký kết hợp đồng, nhiều cơ quan tổ chức cho khách đi tham quan, xem văn nghệ, dự tiệc chiêu đãi..., tất cả những điều đó cốt tạo thuận lợi cho giao tiếp chính thức được tiến hành thuận lợi.

Căn cứ vào thế tâm lý giữa hai bên trong giao tiếp

- Giao tiếp ở thế mạnh là ai cần ai.
- Giao tiếp ở thế yếu là nhân viên với giám đốc.
- Giao tiếp ở thế cân bằng là bạn bè đồng nghiệp..

Thế tâm lý tức là vị thế tâm lý giữa hai người trong quan hệ giao tiếp, nó nói lên ai mạnh hơn ai về mặt tâm lý. Tức là ai cần ai, ai không cần ai, ai sợ ai, ai không sợ ai...Thế tâm lý của một người đối với một người khác chi phối những hành vi trong giao tiếp của họ. Ví dụ, khi chúng ta an toàn giao tiếp với bạn bè trong lớp (là ở thế cân bằng) sẽ có những hành vi, cử chỉ, tư thế khác so với khi chúng an toàn giao tiếp với một giám đốc trong một cuộc phỏng vấn xin việc làm (là ở thế yếu).

Chính vì vậy để có những hành vi giao tiếp cho hợp lý, chúng ta cần phải xác định thế tâm lý của ta so với đối tượng, tức là xem ai mạnh hơn ai về mặt tâm lý trong cuộc giao tiếp đó. Tuy nhiên, cần chú ý so

sánh nhiều khía cạnh khác nhau; chớ chủ quan, phiến diện mà dẫn đến sai lầm. Bởi vì giữa ta và đối tượng giao tiếp có thể có rất nhiều mối quan hệ ràng buộc; cũng có khi chúng ta mạnh hơn họ trong mối quan hệ này, nhưng họ lại mạnh hơn ta trong mối quan hệ khác. Trong giao tiếp, chúng ta còn phải chú ý điều chỉnh thế tâm lý của mình cho phù hợp với từng tình huống cụ thể.

Căn cứ vào thái độ và sách lược giao tiếp

Giao tiếp kiểu “cùng – thắng”

Trong giao tiếp kiểu này, mọi người luôn mong muốn tìm kiếm lợi ích chung, làm cho các bên tham gia giao tiếp đều thỏa mãn nhu cầu của mình. Những người thích kiểu giao tiếp này thường nhìn cuộc sống là một sự hợp tác, chứ không phải cạnh tranh. Giao tiếp kiểu này dựa trên nguyên lý “có đầy đủ cho mọi người, thành công của một người không ảnh hưởng hoặc loại trừ thành công của người khác”. Nó thường được áp dụng trong các cuộc thương lượng, khi mà hai bên muốn hợp tác với nhau nhằm tìm kiếm những lợi ích chung.

Giao tiếp kiểu “thắng – thua”

Là kiểu ngược với giao tiếp kiểu “thắng – thắng”. Mục đích chủ yếu của giao tiếp này là làm sao cố gắng đè bẹp đối phương bằng mọi cách. Nếu tôi thắng thì anh phải thua, đây là cuộc chơi có tổng bằng không. Nhà quản trị nào áp dụng kiểu giao tiếp này là người độc đoán, thích sử dụng sức mạnh quyền lực để áp đặt những mệnh lệnh, chỉ thị của mình đối với người khác. Nếu nhà kinh doanh áp dụng kiểu giao tiếp này sẽ khó giữ được chữ tín, khó giữ được mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng. Trong kinh doanh họ thường thực hiện những cuộc cạnh tranh không lành mạnh. Nói chung, kiểu giao tiếp này không thích hợp với sự hợp tác.

Giao tiếp kiểu “thua – thắng”

Với giao tiếp kiểu này, người ta vội vàng làm hài lòng hoặc nhân nhượng vô nguyên tắc, miễn sao giữ được mối quan hệ tốt đẹp. Họ không có các tiêu chuẩn, không có yêu cầu, không có chính kiến, không có dự định hoặc ước mơ gì cả. Họ tìm sức mạnh ở sự ưa thích của quần chúng hoặc sự chấp nhận. Và họ nghĩ rằng: “tôi thua, bạn thắng”; “tôi là người thua cuộc, tôi là người muốn hòa giải, tôi làm tất cả để giữ sự bình

yên”. Nếu trong kinh doanh, chúng ta áp dụng kiểu này thì sẽ bị người ta lợi dụng và luôn nhận sự thua thiệt, nhất là khi gặp phải đối tác chuyên áp dụng kiểu “thắng-thua”.

Giao tiếp kiểu “thua – thua”

Khi hai bên đều cố tình chọn kiểu “thắng – thua” để giao tiếp với nhau, tức là cả hai kiên quyết giữ vững lập trường của mình một cách ương bướng, thì kết quả sẽ là Thua – Thua. Cả hai bên đều thua, vì mối quan hệ giữa hai bên đã trở nên căng thẳng và kết quả của cuộc giao tiếp là không thành.

Giao tiếp kiểu “thắng – thắng hoặc không hợp đồng”

Là kiểu giao tiếp mà trong đó nếu hai bên không đưa ra được giải pháp có lợi cho cả hai thì thà là không hợp tác; bởi như thế còn tốt hơn là thực hiện một giải pháp chỉ có lợi cho một bên. Khi chọn kiểu giao tiếp này, thường các đối tác cảm thấy thoải mái hơn về mặt tâm lý và tự do hơn trong hoạt động của mình.

2.6. Ngôn ngữ trong giao tiếp

Trong nghệ thuật giao tiếp, ngôn ngữ là một phương tiện biểu đạt, ngôn ngữ là sự phản ánh các hiện tượng hiện thực vào ý thức bằng hình tượng, ngôn từ chỉ là phương tiện bề ngoài. Sức mạnh của ngôn ngữ lớn hơn chúng ta tưởng tượng. Từ ngữ sử dụng để đáp lại một yêu cầu, một mong đợi hoặc để tự dặn dò thực hiện một việc gì đó thể hiện mức độ cam kết, sự quyết tâm....

Bạn thường nói chuyện với người khác như thế nào? Có bao giờ bạn cảm thấy mình bất lực và vô cùng khó khăn trong việc sử dụng từ ngữ để làm cho ai đó hiểu câu chuyện bạn đang nói chưa?

Chúng ta sống và tiếp xúc với rất nhiều loại người, mỗi loại người lại có cách nói chuyện khác nhau, ngôn ngữ sử dụng cũng khác nhau ! Thế nên, có thể với người này dễ dàng nói cho họ hiểu nhưng với người khác cách nói đó lại không đạt hiệu quả như mong đợi !

Tức ý nghĩa của lời nói, hiểu được ý cá nhân là cơ sở tạo nên sự đồng điệu trong giao tiếp, còn gọi là khả năng đồng cảm. Khi giao tiếp bằng ngôn ngữ cần tuân thủ các nguyên tắc: Chính xác, rõ ràng, ngắn gọn .

Tránh dùng các từ, các câu, các cấu trúc có thể hiểu nhiều nghĩa, làm cho đối tác hiểu lầm. Cần chú ý khắc phục căn bệnh nói”**dài, dai, dài, dở, dốt**”.

Cần cẩn trọng trong việc chọn từ ngữ, cách diễn đạt sao cho thể hiện được ý muốn của mình; đồng thời làm cho đối tác không mất lòng. Vì người xưa có câu:

“Uốn lưỡi bảy lần trước khi nói” hay:

“Lời nói không mất tiền mua,

Lựa lời mà nói cho vừa lòng nhau”

2.6.1. Vai trò ngôn ngữ trong giao tiếp

Trong giao tiếp, **ngôn ngữ** không chỉ biểu đạt ý nghĩ, tình cảm con người mà nó còn thể hiện **trình độ văn hoá** và **giá trị nhân cách** của con người.

Nhưng cũng không nên chỉ căn cứ vào **ngôn ngữ** của người đó đã vội vàng nhận định và đánh giá nhân cách của họ một cách sai lệch.

Ngôn ngữ không chỉ là phương tiện, phương pháp để truyền đạt thông tin, diễn đạt, biểu lộ trung thực thẳng, mà còn là **phương tiện** và **phương pháp** để con người che giấu, đánh lạc hướng trong giao tiếp.

2.6.2. Đặc điểm và phong cách ngôn ngữ trong giao tiếp

Tính cởi mở: thể hiện mạnh mẽ về nhu cầu giao tiếp trao đổi tâm tư tình cảm với người khác.

Tính kín đáo: ít bộc lộ tâm tư tình cảm với những người khác do họ không giao tiếp với nhiều người.

Tính nói nhiều: là những người không tự chủ, kiềm chế được hoạt động ngôn ngữ.

Tính hùng biện: có sự thống nhất giữa ý nghĩ và lời nói, mục đích giao tiếp được thể hiện một cách rõ ràng, sinh động giàu hình ảnh và đầy sức thuyết phục trong lời nói

2.6.3. Phong cách ngôn ngữ trong giao tiếp

Qua ngôn ngữ giúp ta có thể phán đoán được người đó làm nghề gì? thuộc tầng lớp nào, tính cách của người đó như thế nào?....

(1) Phong cách sinh hoạt: Ngôn ngữ chân thật trong việc sử dụng từ.

(2) Phong cách văn nghệ: Ngôn ngữ được dùng một cách bóng bẩy, trau chuốt mang tính văn nghệ.

(3) Phong cách khoa học: Ngôn ngữ mang tính logic chặt chẽ, rõ ràng và chính xác.

(4) Phong cách công tác: Ngôn ngữ được sử dụng theo các qui cách đã được thể chế hóa theo mẫu nhất định cho từng loại công tác.

2.6.4. Các nguyên tắc trong giao tiếp xã hội

1) *Phải quan tâm với người trong giao tiếp.* Như ta thường hay nói: *Niềm vui được chia sẻ sẽ tăng lên gấp đôi. Nỗi buồn được chia sẻ sẽ vơi đi một nửa.* Sự quan tâm chân thành đến người khác sẽ tạo ra phép màu. Phép màu ấy không chỉ dành cho người khác mà còn dành cho chính bạn. Hãy luôn nhớ rằng bạn có hai cánh tay: một để giúp mình, và để giúp người khác. Một người có thể thành công trong hầu hết mọi việc nếu anh ta có một lòng nhiệt tình vô hạn. (Charles shwab)

2) *Biết tôn trọng người khác trong giao tiếp, không chỉ trích, oán trách hay than phiền.* Dù tốt hay xấu, họ cũng tặng bạn những kinh nghiệm sống hết sức tuyệt vời. Dễ khi nhận nhưng khó khi cho. Dễ khi nghĩ xấu người khác nhưng khó tặng cho họ niềm tin. Dễ là khi dập tắt đi ước mơ của người khác và khó là khi gọi cho người khác một mong muốn tha thiết. Vậy tại sao ta không làm một điều “khó” mà hiệu quả thật tốt như khơi gợi mong muốn thiết tha ở một con người.

3) *Luôn biết khẳng định con người và ưu điểm người khác.* “*Cái vốn quý nhất của ta là năng lực kêu gọi được lòng hăng hái của mọi người*”. Biết khen ngợi và cảm ơn người xung quanh một cách chân thành chính là chiếc chìa khóa tạo nên tinh thần ái và nguồn động viên tinh thần to lớn. Bởi vì nhà phân tâm học Freud đã nói rằng: “Mọi hành động của con người đều xuất phát từ hai động cơ: niềm kiêu hãnh của giới tính và sự khát khao được là người quan trọng” hay là “sự khao khát được thể hiện mình” mà Dewey có nhắc tới. Tổng thống Lincol viết: “Mọi người đều thích được khen ngợi” còn Willian James cho rằng: “Nguyên tắc sâu sắc nhất trong bản tính con người đó là sự thèm khát được tán thưởng”. Người có giá trị nhất là giúp cho đồng loại mình được nhiều nhất. làm cho người khác cảm thấy họ quan trọng là một trong những cách thức hữu ích nhất để giúp họ sống và làm việc tốt hơn. Bởi

vì, John Dewey đã từng nói rằng:” Lòng ham muốn được tỏ ra mình quan trọng là một sự thôi thúc mạnh mẽ nhất trong bản chất con người”

4) *Biết đặt vị trí của mình vào vị trí người khác để suy nghĩ.* Muốn đạt được sự nhất trí trong giao tiếp, bạn phải xem trọng ý kiến cũng như tình cảm của người đối thoại. Hai bên phải biết rõ mình đang nói về chủ đề gì và sẽ dẫn đến đâu. Hãy đặt mình vào vị trí người nghe xem bạn muốn nghe gì thì sẽ nói về điều đó. Việc này sẽ khiến cho người nghe dễ dàng chấp nhận ý kiến của bạn. Người Việt Nam có câu: *“Trách người hãy nghĩ đến ta”*. Hãy thông cảm, thấu hiểu mọi người thay vì oán trách họ. Hãy đặt mình vào vị trí của họ để hiểu tại sao họ lại hành xử như vậy.” Biết mọi thứ cũng có nghĩa là tha thứ mọi thứ”.

5) *Dùng lời nói tế nhị.* Lời nói đơn giản nhưng có tác dụng tích cực, làm giảm sự khó chịu cho người đối diện. Người Việt Nam thường hay nói: *Của đi thay người; Một mặt người hơn mười mặt của...* Trong cuộc sống và giao tiếp hàng ngày, con người luôn phải ứng phó với rất nhiều tình huống, có lúc dễ dàng xử lý, có lúc rất phức tạp, khó xử. Xã hội càng văn minh thì nhu cầu trong giao tiếp của con người càng cao. Giao tiếp ứng xử khôn khéo, tế nhị, và tạo lập quan hệ hiệu quả được xem như bí quyết thành công trong cuộc đời, trong công việc của mỗi người.

Việc giao tiếp hiệu quả giúp chúng ta thể hiện bản thân mình một cách tích cực. Từ đó bạn sẽ tạo ấn tượng tốt với người xung quanh. Bạn lưu ý là người ta thường đánh giá mình chỉ trong 5 giây đầu tiên gặp gỡ. Vì vậy khi đi phỏng vấn xin việc hoặc những cuộc gặp gỡ quan trọng, bạn phải chuẩn bị ra sao để người khác có ấn tượng tốt về mình, để công việc của mình được thuận lợi. Và sau này khi bạn đi làm, thì việc giao tiếp hiệu quả sẽ giúp bạn làm việc nhóm tốt, tạo mối quan hệ tốt với đồng nghiệp và cấp trên, từ đó đạt được nhiều thành quả và được thăng tiến trong công việc.

6) *Lý và tình là hai mặt cần được quan tâm trong giao tiếp, ứng xử.* Ông bà ta vẫn dạy: *“Oán thù nên mở chứ không nên kết.”*. Tình cảm được nảy sinh trên cơ sở những xúc cảm của con người trong quá trình nhận thức đối tượng. Hay nói cách khác, yếu tố nhận thức, rung động và phản ứng cảm xúc là ba yếu tố làm nảy sinh tình cảm. Trong đó, nhận thức được xem là “cái lý” của tình cảm là những rung cảm, những thái độ ổn định của con người đối với hiện thực. Sống trong đời sống cần phải có tình với nhau, yêu thương và tôn trọng con người là nguyên tắc quan

trọng trong giao tiếp ứng xử. Quan hệ xã hội là quan hệ cho - nhận, có đi có lại mới toại lòng nhau. Nếu ứng xử với lòng nhiệt tình, biết quan tâm, lo lắng cho người khác thì bạn cũng sẽ nhận được những giá trị tương tự như vậy.

7) *Đảm bảo chữ tín trong giao tiếp.* Trong giao tiếp, việc giữ lời hứa là điều rất quan trọng. Nó nói lên sự tôn trọng người được hứa, cũng như giữ không để xảy ra tổn thất nào cho người được hứa.

Triết học của khu vực văn minh cầm đuũa (Trung - Việt - Nhật - Triều) từ ngàn xưa đã rất coi trọng khái niệm “Tín”. Đó là một trong 5 đức cơ bản trong hành vi thường nhật của con người, được gọi là ngũ thường: Nhân, Nghĩa, Lễ, Trí, Tín. Nguyễn Trãi từng dẫn lại lời của Khổng Tử trong sách *Luận ngữ: Phàm người không có đức tín thì phỏng làm được gì.* Ông còn nói rõ thêm chữ Tín là một trong bốn đức của con người, ví như trời đất có bốn mùa vậy! (Bốn đức: Trung, Tín, Hiếu, Lễ). Từ bao đời nay, để nhấn mạnh tầm quan trọng của đức tín người ta thường thuật lại cuộc trò chuyện, giữa hai thầy trò Khổng Tử và Tử Cống. Một hôm Tử Cống hỏi Khổng Tử về chính trị, Khổng Tử bảo chỉ cần làm sao có đủ lương thực, đủ binh lính và niềm tin của dân. Tử Cống hỏi nếu bắt buộc phải bỏ đi một thì bỏ cái gì trước. Bỏ: binh lính (quân đội). Lại hỏi nếu trong hai điều còn lại phải bỏ một thì bỏ gì trước. Đáp: Bỏ lương thực. Vì dân mà mất đức tín thì (nước nhà) không thể đứng vững! (Dân vô tín bất lập). Thế là không được để cho dân không còn niềm tin, không được đánh mất niềm tin trong lòng nhân dân. Không được để cho xã hội đánh mất đức tín. Đó có thể gọi là cái túi khôn mà người xưa để lại cho chúng ta. Trọng chữ “tín là một phẩm chất cao quý. Người thiếu chữ “tín” sẽ không có thể tạo dựng cho mình tình bạn hay bất cứ mối quan hệ bền vững nào trong cuộc sống. Sự bội tín dù có khi thu được món lợi nào đó, nhưng cái giá phải trả có khi kéo dài trong cả cuộc đời. Ngạn ngữ có câu: “Một lần bất tín, vạn lần bất tín”. Mất tiền còn có thể tìm lại được, nhưng mất chữ “tín” rất khó lấy lại được lòng tin. Giữ chữ “tín” là nguyên tắc hàng đầu, là chuẩn mực đạo đức trong tất cả các mối quan hệ, dù là trong gia đình hay ngoài xã hội, trong quan hệ bạn bè hay trong kinh doanh. Không ai muốn kết giao với người bất tín. Không ít doanh nghiệp xuất khẩu đã thất bại vì không giữ được chữ tín với khách hàng về chất lượng sản phẩm hay thời hạn giao hàng. Đừng để khách hàng “một đi không trở lại” vì không giữ chữ “tín”.

Trong xã hội hiện đại, sự giao tiếp, tiếp xúc, trao đổi bằng lời nói cử chỉ hành động... là vô cùng quan trọng. Giao tiếp góp phần tạo nên mối quan hệ tốt đẹp trong cuộc sống xã hội.

2.7. Văn hóa ứng xử

Ứng xử là thái độ, hành vi, lời nói thích hợp trong quan hệ giao tiếp giữa người với người, giữa người với thiên nhiên. Thuật ngữ văn hóa đặt trước ứng xử có nghĩa là tô đậm chiều cao phẩm chất, chiều rộng quan hệ của người ứng xử. Có con người là có cách ứng xử giữa họ với nhau, giữa họ với môi trường sống. Nhưng văn hóa ứng xử được hình thành từ khi văn minh phát triển ở một cấp độ nào đó nhằm diễn đạt cách ứng xử con người đối với thiên nhiên, đối với xã hội và đối với chính mình.

Văn hóa ứng xử là sự thể hiện triết lý sống, các lối sống, lối suy nghĩ, lối hành động của một cộng đồng người trong việc ứng xử và giải quyết mối quan hệ giữa con người với tự nhiên, với xã hội và từ vi mô đến vĩ mô.

Giá trị cao nhất của mọi giá trị văn hóa chính là con người, con người có nhân cách văn hóa. Sự hoàn thiện nhân cách là chiến thắng lớn nhất của văn hóa. Chủ tịch Hồ Chí Minh dạy rằng, cuộc chiến đấu vì nhân phẩm và tự do phải đặt lên trên mọi cuộc chiến đấu khác. Tính kinh điển, tính thời sự câu nói triết học của Người thật hữu ích đối với con người hôm nay. Văn hóa ứng xử của cá nhân đối với chính mình tóm tắt hai chữ tri kỷ (biết mình), là giá trị làm công dân, mà mỗi người tự xác định, tự giác thực hiện chứ không chờ sự cưỡng bức của luật, sự nhắc nhở của hệ chuẩn xã hội. Ở các nền văn hóa khác nhau có hệ chuẩn không giống nhau, nhưng vẫn có giá trị chung. Đó là sống có lý tưởng, trung với nước, hiếu với cha mẹ, tình thương đối với đồng bào, trung thực với bạn bè, giữ chữ tín trong mọi quan hệ. Trong văn hóa phương Đông, Khổng tử khuyên mọi người tu tâm dưỡng tính với sáu chữ: nhất nhật tam tỉnh ngô thân. Đối với người Nhật, nhân cách văn hóa được công thức hóa: thiện, ích, đẹp. Nước ta coi trọng mục tiêu giá trị: chân, thiện, mỹ. Ở châu Âu, người ta nói tính cách, khi bàn giá trị nhân cách tiêu biểu dân tộc. Tính cách Nga được thể hiện ở lòng đôn hậu, tình thủy chung, nghĩa cử quốc tế cao cả. Khẩu hiệu tri thức là sức mạnh được nhiều nước tư bản châu Âu viện dẫn và ảnh hưởng tới hành động đã mấy trăm năm. Bí quyết hàng đầu của người Do Thái là sự trọng học, đề cao vai trò của trí tuệ, tôn sùng học vấn và tài năng. Để con gái lấy được học giả, hoặc lấy được con người là học giả làm vợ thì không tiếc tài sản. Tuy nhiên, họ

cũng coi tri thức mà thiếu thực tiễn chẳng khác nào chú lừa chỉ biết thò trên lưng sách vở. Ở các gia đình người Do Thái, từ sách thường để đầu giường.

Văn hoá ứng xử của người Việt đã được hình thành trong quá trình giao tiếp qua 4000 năm dựng nước và giữ nước. Cái đẹp trong văn hoá ứng xử được cha ông ta lưu giữ, truyền lại từ đời này sang đời khác. Ngày nay mặc dù xã hội đã có nhiều thay đổi nhưng giao tiếp ứng xử vẫn có tầm quan trọng đặc biệt. Nó tạo nên các mối quan hệ đẹp có văn hóa, có đạo đức trong cộng đồng dân cư, trong tình bạn trong tình yêu, trong gia đình, trong nhà trường, trong kinh doanh, đàm phán- thương lượng khi có những bất công có thể dẫn đến xung đột.

Giao tiếp ứng xử có văn hoá, có đạo đức là cơ sở để có những mối quan hệ thân thiện trong cộng đồng, quan hệ tình nghĩa trong gia đình, quan hệ hợp tác trong kinh doanh là cơ sở để tạo ra môi trường xã hội có lợi cho sức khoẻ của con người. Trong cuộc sống hàng ngày người Việt Nam luôn quan tâm đến vấn đề giao tiếp, người Việt Nam do thiên về tình hơn về lý nên khi giao tiếp con người luôn đề cao vai trò của việc xử dụng ngôn ngữ để đảm bảo cho sự đoàn kết nhất trí, cho cuộc sống vui vẻ hài hoà. Vì vậy ca dao Việt Nam có câu:

“Lời nói chẳng mất tiền mua

Lựa lời mà nói cho vừa lòng nhau”

Người Việt Nam luôn nhắc nhở nhau khi giao tiếp, nói năng phải cân nhắc lựa chọn, tránh kiêu hành xử khiếm nhã làm mất lòng người khác. Ông cha ta luôn dạy con cháu: “Ăn phải nhai nói phải nghĩ”

Hơn nữa người Việt luôn coi trọng nghĩa tình, những lúc khó khăn, có công có việc người ta đến với nhau vì tình chứ không phải vì vật chất, nên trong văn hoá ứng xử Người Việt rất coi trọng tinh thần, đặt tinh thần lên hàng đầu.

Cái đẹp trong văn hoá ứng xử của con người Việt Nam là cái đẹp mang tính nhân dân, nói phục vụ đại đa số nhân dân. Cái đẹp mang tính dân tộc, nó phản ánh cái đẹp riêng của con người Việt Nam. Cái đẹp đó còn mang tính nhân loại vì nó là tia sáng mà tất cả mọi người trên hành tinh này muốn hưởng tới. Cái đẹp đó đậm đà bản sắc dân tộc, bởi bản sắc đó là cái lõi, cái hồn đất, hồn nước, tinh hoa của dân tộc.

Trong những đặc tính mang đậm nhất sắc thái truyền thống của ứng xử xã hội thì thể ứng xử là nét hoa tinh tế nhất trong các nét đặc sắc. Đặc biệt nét văn hóa này được biểu hiện rất rõ được cô đọng và đúc kết trong hai loại hình nổi bật của văn hoá dân gian Việt Nam đó là ca dao và tục ngữ.

Thể ứng xử trước hết là sự thể hiện triết lý sống của một cộng đồng người và đã mặc nhiên trở thành một quan niệm sống quan niệm lý giải cuộc sống và mặc nhiên cũng trở thành lối sống, nếp sống lối hành động của cả một cộng đồng người.

Văn hoá ứng xử cũng như cách ứng xử có văn hoá được hình thành từ rất sớm và ngày càng phong phú. Nó bao gồm hàng loạt hệ thống: ứng xử trong gia đình, trong họ mạc làng xã, giữa các dòng họ, giữa các thành viên trong cộng đồng, giữa tình yêu đôi lứa.

2.8. Đặc tính của giao tiếp trong kinh doanh

Kinh doanh là một hoạt động giao tiếp hết sức phức tạp

Bởi vì nhà kinh doanh thường phải tiếp xúc với đủ các loại người khác nhau, với những người có nhu cầu, thị hiếu khác nhau. Cũng có người đến với nhà kinh doanh với động cơ hợp tác chân chính; nhưng cũng có kẻ đến với động cơ lừa đảo. lợi dụng.

Giao tiếp trong kinh doanh luôn gấp rút về mặt thời gian

Bởi vì thời gian là tiền bạc. Chính vì vậy khi giao tiếp làm ăn hoặc các cuộc gặp gỡ khi làm việc, nhà kinh doanh phải cố gắng tận dụng thời gian hiệu quả nhất để tiếp xúc, gây ấn tượng và tạo mối quan hệ tốt đẹp với mọi người.

Kinh doanh là hoạt động thường gặp những rủi ro

Bởi vậy, nhà kinh doanh phải chấp nhận mọi rủi ro, dám mạo hiểm, phải có “gan”. thường phải tiếp xúc với đủ các loại người khác nhau, với những người có nhu cầu, thị hiếu khác nhau. Cũng có người đến với nhà kinh doanh với động cơ hợp tác chân chính; nhưng cũng có kẻ đến với động cơ lừa đảo. lợi dụng.

Giao tiếp kinh doanh yêu cầu phải đảm bảo hai bên cùng có lợi

Bởi vì nhà kinh doanh thường phải tiếp xúc với đủ các loại người khác nhau, với những người có nhu cầu, thị hiếu khác nhau. Cũng có

người đến với nhà kinh doanh với động cơ hợp tác chân chính; nhưng cũng có kẻ đến với động cơ lừa đảo, lợi dụng.

Giao tiếp kinh doanh vừa là một khoa học vừa là một nghệ thuật

Bởi vì nhà kinh doanh thường phải tiếp xúc với đủ các loại người khác nhau, với những người có nhu cầu, thị hiếu khác nhau. Cũng có người đến với nhà kinh doanh với động cơ hợp tác chân chính; nhưng cũng có kẻ đến với động cơ lừa đảo, lợi dụng.

2.8. Chào hỏi và tự giới thiệu

Đừng quên chào hỏi và tự giới thiệu về mình, nếu như trước đó bạn và người đối thoại không biết nhau. Hãy làm điều đó một cách có duyên và dễ mến. Một nụ cười chân thành, cởi mở có thể làm cho bầu không khí của cuộc nói chuyện ấm áp lên rất nhiều bởi nó thể hiện lòng tốt và sự quan tâm, lòng tin và thiện cảm. Nên nhớ là nhìn vào mắt người đối thoại cũng sẽ gây được thiện cảm và thu hút sự chú ý của họ.

Gọi tên một người có tác động mạnh đến tiềm thức người đó và thay đổi hẳn trạng thái tinh thần của người đó chỉ trong khoảnh khắc. Bạn hãy ghi tên người sẽ đối thoại với mình ra giấy và gọi nó trong suốt cuộc nói chuyện. Nếu bạn muốn người ta có thiện cảm với bạn, bạn hãy nhớ kỹ rằng: đối với mỗi con người thì tên của họ là tiếng gọi ngọt ngào nhất. Việc bạn bắt đầu câu chuyện ra sao không quan trọng lắm. Quan trọng là bạn phải tự nhiên. Không nên lên gân để tạo ra một hình tượng gương ép cho mình. Người đối thoại với bạn sẽ cảm nhận được điều đó.

Một trong những cách gây thiện cảm và khiến đôi bên dễ hiểu và tin tưởng lẫn nhau là “khả năng đọc được các động tác của người đối thoại” và đáp lại bằng những động tác tương tự. Vì thế, bạn nên học cách chú ý đến những động tác của người đối thoại trong lúc trò chuyện. Nếu bạn sợ bắt chước những động tác đó sẽ lộ liễu quá, bạn có thể sử dụng phương pháp phản chiếu. Chẳng hạn như khi người nói chuyện với bạn bắt chéo chân, bạn có thể đáp lại bằng việc khoanh tay. Phương pháp này cũng không kém hiệu quả.

Giọng nói là một trong những vũ khí lợi hại nhất để bạn tạo ấn tượng tốt với khách hàng và để bạn và khách hàng hiểu nhau. Hãy học cách nói chuyện với người đối thoại “bằng ngôn ngữ của họ”. Học theo giọng nói của người đối thoại là một cách rất tốt để người đối thoại cảm thấy thoải mái hơn và cởi mở hơn. Trong những phút đầu của câu chuyện, bạn hãy

lắng nghe giọng người đó và để ý những nét đặc trưng: âm sắc, cách nhả chữ, cách nhấn mạnh ý chính, và hãy lựa cho giọng mình theo cách đó.

Kết quả một cuộc nói chuyện không chỉ phụ thuộc vào nội dung, mà còn phụ thuộc vào cách bạn nói chuyện, vào ngữ điệu của bạn. Nếu bạn có thói quen nói oang oang, hoa tay múa chân, nhăn nhó mặt mày, cướp lời người đối thoại, nói “chuyện nọ xọ chuyện kia”, trút vào người đối thoại hàng đống vấn đề của bạn hay nói những chuyện không đâu vào đâu, bạn hãy chấm dứt ngay thói quen đó. Chính ngữ điệu đôi khi có thể làm người đối thoại với bạn giận bạn đến suốt đời hoặc ngược lại, cảm mến bạn và trở thành tri kỷ. Bạn cần phải nói chuyện sao cho trong giọng của bạn, người ta cảm nhận được sự điềm tĩnh, tôn trọng và thiện cảm. Không có điều gì cho phép bạn tỏ ra vô lễ trong khi đối thoại – dù bạn ốm, dù bạn đang gặp điều không vui, không có tâm trạng hay đang vội.

Khi người đối thoại hỏi, bạn cần phải chăm chú lắng nghe. Dù là câu hỏi gì, bạn cũng không nên cắt ngang và đừng nghĩ rằng bạn biết người đó định nói gì. Sau khi nghe xong câu hỏi, bạn đừng vội tranh cãi với người vừa nêu ra nó. Hãy làm chủ bản thân, những cảm xúc, nét mặt, giọng nói, cử chỉ và đừng tỏ ra mất tập trung. Khi nghe một lời thoại dài, đừng im lặng mà hãy có những biểu hiện hay nhận xét như “vâng”, “đúng vậy”, “tôi hiểu”, “hay nhỉ”... Hãy tôn trọng người đối thoại, kể cả khi người đó thô lỗ, vô duyên và nóng tính. Đừng nhíu mày, cắn môi hay xoa tay. Những biểu hiện dữ dằn như vậy không có lợi cho bạn đâu.

Cuối cùng, lời khen là một trong những vũ khí lợi hại nhất mà bạn cần phải biết vận dụng. Khi bạn nói lời khen, người đối thoại tự nhiên cũng sẽ “trả lễ” cho bạn. Cách khen tốt nhất là “khen gián tiếp”. Đó là khi bạn tỏ cho người đối thoại thấy cảm tình của bạn, sự ngưỡng mộ của bạn không phải trước bản thân họ, mà trước những hoàn cảnh, tâm trạng, con người, đồ vật... có liên quan trực tiếp hay gián tiếp đến người đó.