BỘ XÂY DỰNG

TRƯỜNG CAO ĐẲNG XÂY DỰNG TP. HỒ CHÍ MINH

GIÁO TRÌNH

KỸ NĂNG MỀM

(Lưu hành mội bộ)

Người biên soạn

Th.s Phạm Thị Cẩm Lệ

Th.s Hồ Quang Cẩm Nghĩa

TP. Hồ Chí Minh, năm 2020

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU 5
TỔNG QUAN VỀ KỸ NĂNG MỀM 6
Bài 1: KỸ NĂNG GIAO TIẾP 9
Chương 1: Các khái niệm chung 9
1. Các khái niệm 9
1.1. Khái niệm về giao tiếp 9
1.2. Mô hình của giao tiếp 9
2. Các yếu tố tác động đến quá trình giao tiếp 10
2.1. Hiểu về chính mình và hiểu về người khác 10
2.2.Tạo ấn tượng ban đầu trong giao tiếp 14
3. Nguyên tắc giao tiếp 15
3.1.Những nguyên tắc cơ bản khi truyền đạt thông tin 15
3.2. Một số nguyên tắc cơ bản trong giao tiếp xã hội 17
4. Phong cách giao tiếp 22
4.1. Đặc trưng của phong cách giao tiếp 23
4.2. Các loại phong cách giao tiếp 24
Chương 2: Các phương tiện giao tiếp. 25
1. Giao tiếp ngôn ngữ 25
2. Giao tiếp phi ngôn ngữ 27
Chương 3: Các kỹ năng giao tiếp cơ bản 33
1. Kỹ năng tự đánh giá bản thân 33
1.1. Tự đánh giá 33
1.2 Kỹ năng tự đánh giá của sinh viên 33
2. Kỹ năng lắng nghe hiệu quả 35
2.1. Khái niệm nghe và lắng nghe 35
2.2 Lợi ích của việc lắng nghe 37
2.3 Các cấp độ nghe 37
2.4 Những yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả lắng nghe 38
2.5 Kỹ năng lắng nghe hiệu quả 40

3. Kỹ năng đặt câu hỏi 42
3.1 Mục đích đặt câu hỏi 42
3.2 Phân loại câu hỏi 42
3.3. Những sai lầm khi đặt câu hỏi 44
3.4 Kỹ năng đặt câu hỏi hiệu quả 46
4. Kỹ năng viết email 48
4.1 Khái niệm 48
4.2 Vai trò của email. 49
4.3 Cấu trúc cơ bản của email 49
4.4 Cách viết một email hoàn chỉnh 50
4.5. Những lỗi cơ bản khi sử dụng email 51
5. Kỹ năng quản lý cảm xúc 54
5.1. Cảm xúc 54
5.2. Trí tuệ cảm xúc 55
5.3 Kỹ năng quản lý cảm xúc 56
5.4 Cấu trúc của kỹ năng quản lý cảm xúc 57
5.5. Phương pháp quản lý cảm xúc 60
Bài 2: KỸ NĂNG LÀM VIỆC NHÓM 63
Chương 1: Các khái niệm chung 63
I. Khái niệm 63
1.1 Nhóm 63
1.2 Khái niệm nhóm trưởng 63
1.3. Vai trò của nhóm 63
2. Phân loại nhóm 64
2.1. Nhóm chính thức 64
2.2. Nhóm không chính thức 64
3. Nguyên nhân khiến nhóm làm việc không hiệu quả 65
4. Xử lý xung đột nhóm 65
5. Các giai đoạn hoạt động nhóm. 68
5.1 Giai đoạn hình thành 69
5.2 Giai đoạn xung đột 69

5.3 Giai đoạn ổn định 69
5.4 Giai đoạn phát triển 70
5.5 Giai đoạn kết thúc: 70
6. Các yếu tố hoạt động nhóm hiệu quả 70
Chương 2: Kỹ năng giải quyết vấn đề 71
1. Vấn đề 71
2. Giải quyết vấn đề 72
3. Những sai lầm khi giải quyết vấn đề 72
4. Qui trình giải quyết vấn đề 73
5. Một số kỹ thuật để giải quyết vấn đề 78
Chương 3: Kỹ năng quản lý thời gian 81
1. Đặc điểm của kỹ năng quản lý thời gian 81
2. Nguyên nhân gây lãng phí thời gian 83
3. Ma trận quản lý thời gian 84
BÀI 3 KỸ NĂNG THUYẾT TRÌNH 86
1. Khái niệm 88
2. Các bước thuyết trình 88
2.1 Các bước chuẩn bị 88
2.1.1 Xác định mục tiêu 88
2.1.2 Xác định đối tượng 90
2.1.3 Chuẩn bị nội dung bài thuyết trình 92
2.1.4 Thiết kế slide bài thuyết trình 97
2.1.5 Chuẩn bị về tâm lý 100
2.1.6 Chuẩn bị về trang phục 102
2.1.7 Luyện tập 103
2.2 Tiến hành thuyết trình 106
2.3 Kết thúc thuyết trình 109
3. Kỹ thuật thuyết trình 110
3.1 Cách mở đầu ấn tượng 110
3.2 Cách diễn đạt nội dung 114

3.3 Cách kết thúc ấn tượng 122
3.4 Một số thủ thuật khi thuyết trình 124
3.5 Những điều cần tránh khi thuyết trình 135
Bài 4 : KỸ NĂNG PHỎNG VẤN VÀ VIẾT CV 137
1. Mục đích 137
2. Các bước khởi đầu của tìm việc 137
2.1 Tạo ấn tượng trước nhà tuyển dụng 137
2.2 Tìm hiểu thông tin về công ty 137
2.3 Xác định năng lực của bản thân 138
2.4 Nhận diện những thành tích và kinh nghiệm của bản thân 138
3. Cách thực hiện hồ sơ phỏng vấn 138
4. Cách viết CV 140
5. Chuẩn bị phỏng vấn 141
5.1. Trước khi đi phỏng vấn 141
5.2 Trong buổi phỏng vấn 143
5.3 Sau buổi phỏng vấn 144

LỜI NÓI ĐẦU

Hiện nay, việc sinh viên ra trường và tìm kiếm việc làm, ngoài kiến thức cơ bản về chuyên ngành học, yếu tố luôn được nhà tuyển dụng đánh giá cao là kỹ năng mềm. Nhưng thực tế cho thấy, hầu hết sinh viên tốt nghiệp ở các trường Đại học, Cao đẳng đều thiếu hụt kỹ năng mềm, điều này dẫn đến việc tiếp cận thị trường lao động với sức cạnh tranh lớn càng trở nên khó khăn. Chính vì tầm quan trọng và nhu cầu hiện này này mà Nhà trường nhận thấy cần phải trang bị cho sinh viên kiến thức cơ bản về kỹ năng mềm. Với môn học này, sinh viên sẽ có những kỹ năng cốt lõi trong giao tiếp, xử lý tính huống, rèn luyện cho sinh viên cách thức ứng xử và những chiến thuật khi sinh viên tham gia tuyển dụng.

Có thể nói, môn kỹ năng mềm tương đối quan trọng đối với sinh viên, đây là hành trang vào đời thật ý nghĩa đối với các em.

Trước yêu cầu đòi hỏi của thực tế và kinh nghiệm hoạt động của mình, nhóm tác giả đã biên soạn cuốn ”Giáo trình kỹ năng mềm”. Chúng tôi hy vọng, quyển sách này là nguồn cung cấp tri thức cở bản cho các em sinh viên khi học môn kỹ năng mềm.

Chúng tôi rất mong nhận được sự góp ý chân thành từ quý bạn đọc.

Nhóm tác giả

TỔNG QUAN VỀ KỸ NĂNG MỀM

Kỹ năng mềm đã được thế giới quan tâm từ năm 1980 cho đến nay

Trong suốt quá trình đào tạo người lao động, các chuyên gia nhận ra rằng thực tế kỹ năng nghề nghiệp nói chung và kỹ năng làm việc của người lao động vẫn chưa đủ để có thể đáp ứng với những đòi hỏi của thực tiễn.

Người lao động chưa tự tin trong quá trình làm việc. Điều mà người lao động thường thiếu đó là sự linh hoạt, sáng tạo ứng dụng những gì đã học cũng như khả năng thiết lập quan hệ với đồng nghiệp và các cấp quản lý…

Trên cơ sở đó, thuật ngữ kỹ năng mềm xuất hiện và vấn đề nghiên cứu về kỹ năng mềm cũng như phát triển kỹ năng mềm cho người lao động được quan tân nhiều hơn.

Có khá nhiều định nghĩa khác nhau về kỹ năng mềm, nhưng chúng tôi cho rằng: *Kỹ năng mềm là khả năng thiên về mặt tinh thần của cá nhân nhằng đảm bảo cho quá trình thích ứng với người khác, công việc nhằm duy trì tốt mối quan hệ và góp phần hỗ trợ thực hiện công việc một cách hiệ quả.*[5]

Một số đặc điểm của kỹ năng mềm:

- *Kỹ năng mềm không phải là yếu tố thuộc về bẩm sinh của con người*

Kỹ năng mềm là những gì tồn tại bên "kỹ năng cứng",hay kỹ năng chuyên môn mang tính căn bản về nghề nghiệp, kỹ năng mềm do chủ thể trải qua sự nỗ lực, tập luyện và phát triển một cách đích thực, có biện pháp, phương pháp.

- *Kỹ năng mềm không chỉ là biểu hiện của trí tuệ cảm xúc*

Theo một số quan điểm, kỹ năng mềm liên quan đến khả năng tương tác với người khác, do đó nó liên quan đến trí tuệ cảm xúc, quan điểm này không sai nhưng chưa thể hiện đầy đủ và hợp lý nội hàm của kỹ năng mềm [5].

Nếu kỹ năng mềm là biểu hiện của trí tuệ cảm xúc thì việc sử dụng trí tuệ cảm xúc lại rất bao quát và đầy đủ thì không nhất thiết phải sử dụng thêm thuật ngữ kỹ năng mềm nữa.

- *Kỹ năng mềm được hình thành bằng con đường trải nghiệm chứ không phải là sự "nạp" kiến thức đơn thuần*

Có thể nhận ra rằng, việc con người được rèn luyện ở một nghề nghiệp ngoài những yêu cầu về đạo đức nghề nghiệp thì các kỹ năng nghề theo mô hình thao tác nghề nghiệp đạt sản phẩm luôn được ưu tiên. Chính vì thế, những kỹ năng cơ bản và đặc trưng của nghề nghiệp thường được ưu tiên đào tạo và phát triển. Những kỹ năng hỗ trợ cho nghề hoặc tạo điều kiện để vận dụng những kỹ năng mang tính thao tác ấy lại có thể bỏ quên.Vì vậy, sự thiếu hụt kỹ năng mềm ở sinh viên và người lao động đã xảy ra.

Các kiến thức và một số kỹ năng nghề cụ thể có thể được hình thành bằng con đường truyền đạt, còn kỹ năng mềm không thể hình thành bằng con đường truyền đạt những thông tin lý thuyết hay kinh nghiệm mà nó được hình thành bằng con đường trải nghiệm.

- *Kỹ năng mềm góp phần hỗ trợ cho kiến thức và kỹ năng chuyên môn mà đặc biệt là "kỹ năng cứng"*

Trong công tác tuyển dụng người lao động, bên cạnh những ký năng cứng mà ứng viên đạt được, nhà tuyển dụng rất quan tâm đến mttj số kỹ năng mềm. Chìa khóa dẫn đến thành công thực sự khi con người phải biết kết hợp cả hai kỹ năng này một cách hiệu quả.

- *Kỹ năng mềm không thể "cố định" với những ngành nghề khác nhau*

Mỗi ngành nghề khác nhau sẽ có một mô hình kỹ năng nghề khác nhau, trong việc xác định kỹ năng nghề thì những kỹ năng cơ bản và đặc trưng mang tính chuyên môn – nghiệp vụ và những kỹ năng mềm cũng chưa được phân định rõ ràng.

Nhưng một thực tế không thể phủ nhận là ở mỗi nghề nghiệp sẽ có những kỹ năng nghề nghiệp cơ bản và những kỹ năng hỗ trợ nghề nghiệp theo hướng giúp chủ thể thích nghi, dễ hòa nhập với môi trường, đương nhiên, mỗi nghề nghiệp khác nhau không thể có những kỹ năng mềm giống nhau.

TaiLieu.vn

Bài 1: KỸ NĂNG GIAO TIẾP

Chương 1: Các khái niệm chung

1. Các khái niệm

1.1. Khái niệm về giao tiếp

Có nhiều cách phát biểu khác nhau về giao tiếp:

Theo quan điểm của các nhà tâm lý học xã hội: giao tiếp thường được xem là quá trình thông tin bao gồm việc thực hiện và duy trì sự liên hệ giữa các cá nhân.

Theo từ điển Tâm lý học: Giao tiếp là quá trình thiết lập và phát triển tiếp xúc giữa các cá nhân, xuất phát từ nhu cầu phối hợp hành động. Giao tiếp gồm hàng loạt các yếu tố như trao đổi thông tin, xây dựng chiến lược hoạt động thống nhất, tri giác và tìm hiểu người khác. Giao tiếp có 3 khía cạnh khác là giao lưu, tác động tương hỗ và tri giác.

Theo Phạm Minh Hạc: Giao tiếp là hoạt động xác lập và vận hành các quan hệ người - người để hiện thực hoá các quan hệ xã hội giữa người ta với nhau.

Bác sỹ Nguyễn Khắc Viện cho rằng: "Giao tiếp là sự trao đổi giữa người và người thông qua ngôn ngữ nói, viết, cử chỉ. Ngày nay, từ này ngụ sự trao đổi ấy thông qua một bộ giải mã, người phát tin mã hoá một số tín hiệu, người tiếp nhận giải mã, một bên truyền một ý nghĩa nhất định để bên kia hiểu được".

Tóm lại: Giao tiếp là sự tiếp xúc tâm lý giữa người với người, thông qua đó con người trao đổi với nhau về thông tin, cảm xúc, tri giác lẫn nhau, ảnh hưởng tác động qua lại lẫn nhau.

1.2. Mô hình của giao tiếp

Có thể nói ở một góc độ nhất định thì giao tiếp là một hành vi truyền thông. Lẽ đương nhiên, dưới góc độ Tâm lý học thi hành vi truyền thông nay là truyền

thông mang tính chất tâm lý. Có thể nhìn nhận về hành vi giao tiếp như một quá trình truyền thông phong phú và phức tạp.

Dưới đây là một số mô hình truyền thông cơ bản mà thông qua đó có thể nhìn về cấu trúc của hành vi giao tiếp:

a. Mô hình truyền thông một chiều

Là mô hình có thể cùng lúc truyền tin cho rất nhiều người, nhưng không có phản hồi, hay gặp trong hoạt động tuyên truyền trên phương tiện truyền thông đại chúng (đài, báo), hay báo cáo, thuyết trình một chiều).

b. Mô hình truyền thông hai chiều

Là mô hình giao tiếp mà người gửi thông điệp đến người nhận thông qua một hay nhiều kênh giác quan, người nhận tiếp nhận và giải mã thông điệp, gửi lại phản hồi.

c. Mô hình truyền thông đa chiều

Sự mã hóa (người gửi) và giải mã (người nhận) có thể xảy ra liên tiếp trong quá trình giao tiếp. Bởi chúng ta gửi và nhận các thông điệp cùng một lúc, cả hai người đều có vai trò là người gửi và người nhận (chuyển đổi vai trò liên tục).

2. Các yếu tố tác động đến quá trình giao tiếp

2.1. Hiểu về chính mình và hiểu về người khác

Sự tự nhận thức là yếu tố rất quan trọng để cuộc giao tiếp hay những mối quan hệ giao tiếp được tiến hành. Việc nhận thức bản thân sẽ trả lời cau hỏi *"tôi là ai"* va trên cơ cở ấy con người sẽ dễ dàng giao tiếp đúng hướng, đúng cách, đúng những quy chuẩn cần thiết. Câu hỏi "tôi là ai" đang được trả lời dựa trên nền tảng của việc nhận thức được ngoại hình, tình cảm, khả năng, động cơ, cảm xúc, định hướng gia trị của bản thân mình cũng như mối quan hệ liên nhân cách của bản thân. Tuy nhiên, tóm lại thì đó chính là việc xác định cái tôi của cá nhân mình trong mối

quan hệ tương tác. Việc xác định cái tôi của mình càng chính xác thì việc nhận ra bản thân mình càng chính xác.

** Cửa sổ Johari*

Trước khi giao tiếp cùng nhau, con người chưa biết gi về nhau. Khi bắt đầu giao tiếp một cách chính thức, con người cần hiểu về chính mình và hiểu về người khác. Con người cần hiểu về mối quan hệ giữa hai người nên diễn ra như thế nào hay thực hiện như thế nào. Khi con người thiết lập mối quan hệ giao tiếp với người khác, họ hy vọng rằng cuối cùng mọi người sẽ tin tưởng tạo ra sự hiểu biết đích thực về nhau. Nếu giao tiếp được hiểu là sự trao đổi thông tin về những quan điểm, ý kiến và cảm xúc cũng như cái tôi của chính mình thì việc hiểu mình và hiểu người sẽ tạo ra những sự tương thích tuyệt diệu trong giao tiếp.Theo dòng chảy của giao tiếp, có những thông tin cá nhân chúng ta sẽ dần dần bộc lộ, có những thông tin ta cũng cần che giấu. Điều nay phụ thuộc vào quan niệm của mỗi người. Có những người muốn cuộc giao tiếp thực sự thoải mái nên việc bộc lộ chính mình không có gì là thách thức với họ. Nhưng cũng không phải không có người hoàn toàn không thích bộc lộ chính mình, họ kiềm giữ những gì thuộc về cá nhân như những bí mật. Lẽ đương nhiên, điều giản đơn nhận thấy là khi giao tiếp với một người qua bí ẩn hay chung ta biết qúa ít thông tin về họ thậm chí là mù mờ về họ thì làm sao có thể giao tiếp thoải mái và dễ dàng. Ngược lại, cũng không thể lúc nào ta cũng hiểu đúng về họ ngay cả khi họ bộc lộ. Việc người khác có những đặc điểm ấy hay không, không chỉ ở nội tại là người ấy như thế nào mà còn ở điểm người ấy như thế nào thông qua cái nhìn của chúng ta. Có những điều người khác dễ dàng nhận ra ở người ấy, nhưng cũng có những điều bản thân chúng ta chưa hiểu về người ấy một cách đúng đắn hay đầy đủ lại tiếp tục tạo ra những rao cản mới không dễ xóa nhòa. Trong cung bậc giao tiếp và tương tác đa chiều, cũng không thể không để tâm đến những phát hiện thú vị của ta về người khác, nhưng chính bản thân người khác cũng không

tự nhận biết mình. Điều này cũng dễ dẫn đến những tương tác rất phức tạp vì sự đồng điệu không diễn ra.

Những mối quan hệ phức tạp và đan xen giữa việc mình hiểu về mình và người khác hiểu về mình tạo ra các tầng bậc hay các ô cửa trong cửa sổ Johari.

Có thể phân tích khái quát từng khu vực trên như sau:

Khu vực 1: hay khu vực tự do khu vực mở

Khu vực này tương ứng với những gì chúng ta hiểu biết về bản thân mình và người khác cũng biết về mình. Đây là khu vực dễ dàng giao tiếp khi chân dung tâm lý của chính mình do mình nhận thức được và xây dựng có thể trùng với chân dung trong mắt của người khác về mình. Điều này sẽ tạo nên những hiệu ứng đặc biệt khi nguyên tắc cởi mở được khai thác một cách tối đa. Cởi mở hiểu một cách đơn giản đi là việc chia sẻ những suy nghĩ, tâm tư, tình cảm, nguyện vọng và những hiểu biết của mình đối với đối tượng giao tiếp. Khi giao tiếp, chúng ta chủ động vén màn bí mật của đời sống nội tâm mình thì dễ dàng làm người khác hiểu được chúng ta. Lúc ấy, bản thân cũng có cảm giác thoải mái và hạnh phúc. Nguyên tắc giao tiếp hiện đại cho thấy việc cởi mở chính mình sẽ là cầu nối để người khác cũng cởi mở về chính họ. Dựa trên nguyên tắc cởi mở từ hai phía, sự giao tiếp thẳng thắn và hiệu quả sẽ dễ dàng diễn ra. Sự hiểu biết càng nhiều, con người dễ dàng x ích lại gần nhau và cuộc giao tiếp sẽ được phát triển.

Khu vực 2: hay khu vực mù, tương ứng với những gì người khácc biết về chúng ta còn bản thân có thể chưa biết về mình có những đặc điểm đó hay không. Sự tương tác nay tạo ra ô mù vì chúng ta có thể dễ dàng chủ quan về mình, chủ quan trong tình huống giao tiếp. Thực tế cho thấy con người vẫn có thể sơ sót trong việc tìm hiểu mình hoặc bị hạn chế bởi một số điều kiện và rào cản nào đó cho nên việc tìm hiểu về mình không diễn ra như mong đợi. Có một vài đặc điểm tâm lý đang tồn tại nhưng ta lại không nghĩ rằng chính nó tồn tại ở mình trong khi người khác lại nhận ra làm cho cuộc giao tiếp có thể bị rơi vào khoảng không của yếu tố mù.

Khu vực 3: hay khu vực bí mật, Đó là khu vực cất giấu những bi ẩn hay những bí mật, mà chính chúng ta đã biết rất rõ về chung những người khác không biết được hay chưa thể biết được. Nhu cầu che giấu hay nhu cầu tạo dựng sự bi ẩn ở bản thân quá lớn làm cho ta trở nên rất thận trọng". Ô riêng này là ô mà chỉ ta mới rõ về nó, chúng ta chiếm ngự nó và biến nó trở thành tài sản riêng của mình. Trong cuộc giao tiếp, ô riêng này càng lớn thì giao tiếp càng khó khăn. Sẽ là chủ quan nếu như chính chúng ta muốn khư khư ôm giữ ô riêng này và không muốn cho người khác xâm phạm trong khi ô riêng lại cũng là "tai sản" của cuộc giao tiếp tương tác. Một lần nữa, sự cởi mở trong giao tiếp lại trở thành yêu cầu khá quan trọng và cơ bản.

Khu vực 4: hay khu vực không nhận biết được tương ứng với những gì mà chính chúng ta cũng không biết về mình và người khác cũng không thể biết được. Khu vực này là "vùng hoang" trong giao tiếp vì sự cảm tính được khai thác một cách tối đa khi những phán đoán về diễn tiến hay những thông tin trong giao tiếp đều vô hình và thật khó có thể xác định.

Tóm lại, khu vực mở hay khu vực tự do càng được nới rộng trong cửa sổ Johari khi xây dựng quan hệ giao tiếp thì cơ hội thành công trong giao tiếp sẽ càng cao. Điều này phụ thuộc nhiều vào sự thắng thắn, cởi mở, phản hồi va niềm tin từ hai phía. Những kỹ thuật giao tiếp hiện đại cho thấy để thành công trong giao tiếp thì sự hết lòng với nhau sẽ dẫn đến sự thoải mái và tin tưởng nhau. Làm được điều này chỉ khi ta mạnh dạn bộc lộ về mình, người khác lắng nghe, tôn trọng và phản hồi tích cực. Khi nhận được phản hồi, người nghe cần nghiêm túc nhận định va trân trọng thay vì bảo thủ hay phủ nhận sạch trơn. Giải quyết được yêu cầu này nghĩa là giải quyết được sự tương tác tích cực hay giải quyết được mối quan hệ hai chiều công bằng và tôn trọng trong giao tiếp.

2.2.Tạo ấn tượng ban đầu trong giao tiếp

Ấn tượng ban đầu trong giao tiếp là hình ảnh về đối tượng giao tiếp được hình thành trong thời gian đầu của cuộc gặp gỡ hoặc lần gặp gỡ đầu tiên. Ấn tượng đầu tiên con được hiểu là những nhận xét đầu tiên của chúng ta về đối tượng khi mới gặp gỡ hoặc trong một thời gian ngắn tiếp xúc. Ấn tượng đầu tiên bao gồm: thành phần cảm tình với những phán đoán về đặc điểm bên ngoài của đối tượng, thành phần lý tính với những phán đoán nhanh chống về tính cách, khả năng... thông qua một vai dấu hiệu nhất định được tư duy "hoạt hoá" và thành phần cảm xúc với những rung cảm trực tiếp nảy sinh một cách trực khởi bằng sự tương tác ban đầu. Với các thành phần trên của ấn tượng ban đầu thì cảm xúc là yếu tố ảnh hưởng mạnh mẽ đến độ bền vừng của ấn tượng ban đầu. Khi cảm xúc càng mạnh mẽ thì ấn tượng ban đầu càng trở nên bền vững và khó phai mờ. Ấn tượng ban đầu có ý nghĩa rất quan trọng trong quá trình giao tiếp, nếu ấn tượng đầu tiên tốt, cuộc giao tiếp có thể thuận lợi. Nhưng ấn tượng ban đầu về một con người nào đó xấu, cuộc giao tiếp rất khó diễn ra hiệu quả vì chúng ta bị những rào cản tâm lý. Đó là chưa kể chỉ vì ấn tượng từ đầu không tốt, nhu cầu cởi mở sẽ bị hạn chế từ hai phía, việc phòng thủ sẽ xuất hiện như một phản ứng tâm lý tất nhiên. Mặt khác, những lời nói, cử chỉ có thể nảy sinh làm cho mối quan hệ có nguy cơ căng thẳng và phức tạp.

Ấn tượng ban đầu không chỉ phụ thuộc từ một phía mà nó hình thành dựa trên sự tương tác từ hai phía cũng như những biến đổi trở lại ở mỗi chủ thể giao tiếp. Trước hết, ấn tượng ban đầu phụ thuộc vào cách xuất hiện và cách thể hiện của người giao tiếp. Sự xuất hiện ban đầu với trang phục, diện mạo, thần thái, cách đi đứng, cách mở đầu câu chuyện... đều đem lại những cảm xúc những tín hiệu đầu tiên về nhận thức. Đó là chưa kể những lời nói, những hành vi ứng xử ban đầu và cả những yếu tố về con người được bộc lộ thông qua trang sức, trang điểm, cử chỉ xã giao có thể là những cơ sở quan trọng để ấn tượng ban đầu xuất hiện.

Ấn tượng ban đầu không dễ dàng chính xácc nhưng có thể nói rằng ấn tượng đầu tiên dễ dàng hình thành trong thời gian đầu tiên tiếp xúc. Những giây phút đầu tiên của cuộc tiếp xúc, những gì chúng ta nghe thấy, nhìn thấy và cảm thấy là những dữ liệu quan trọng để hình thành ấn tượng đầu tiên. Nhiệm vụ của người giao tiếp, cần chuẩn bị đầy đủ những yếu tố tác động vào hệ thống cảm quan của người khác để hình thành ấn tượng đầu tiên thật tốt. Người còn lại trong giao tiếp cũng cần chú ý đừng qua lệ thuộc vào ấn tượng đầu tiên hay đừng "áp chế" chính mình bằng sự đánh giá chủ quan thông qua ấn tượng đầu tiên. Giải quyết được vấn đề ấy, việc giao tiếp sẽ trở nên thuận lợi và đạt được hiệu quả như mong đợi.

3. Nguyên tắc giao tiếp

Nguyên tắc giao tiếp được hiểu là những "điều luật" cơ bản do con người đặt ra trong quá trình tiếp xúc giữa người với người nhằm trao đổi thông tin, tri giác và ảnh hưởng lẫn nhau.

Những "điều luật" nay được đặt ra nhằm đảm bảo cho mọi hành vi và hoạt động của con người khi giao tiếp đạt được hiệu quả cao nhất.

3.1.Những nguyên tắc cơ bản khi truyền đạt thông tin

Truyền đạt thông tin là một trong những chức năng cơ bản của giao tiếp, vì vậy khi truyền đạt thông tin cần nhớ một số nguyên tắc cơ bản sau:

a. **Nguyên tắc ABC**

A: Acucuracy (chính xác)

B: Brevity (ngắn gọn)

C: Clarity (rõ ràng)

A: Acucuracy (chính xác): Giao tiếp thành công hay không phụ thuộc rất nhiều vào độ an toàn và tin cậy của thông điệp phát đi, vì vậy thông điệp phải đảm bảo chính xác cả về hình thức và nội dung. Thực tiễn cho thấy rằng thông điệp càng

chính xác thì hiệu quả giao tiếp càng cao. Thông tin chính xác sẽ tạo được sự tin tưởng ở người đối thoại từ đó dẫn đến sự tín nhiệm và dễ dàng hợp tác cùng nhau.

B: Brevity (ngắn gọn): Thông tin truyền đạt cần ngắn gọn, súc tícch, vừa đủ. Khi chọn lọc thông tin cần phải cân nhắc kỹ, chọn lựa những thông tin chứa nhiều gia trị nội dung, tránh những câu chữ rườm rà, thừa thãi dễ làm rối trí người nhận.

C: Clarity (rõ ràng): Thông tin truyền đạt cần rõ ràng, chuẩn xác, tránh những từ ngữ mập mờ dễ làm người nhận hiểu theo nhiều cách khác nhau. Thông điệp càng rõ ràng, người nghe càng nắm bắt vấn đề một cách nhanh chóng dẫn đến hiệu quả giao tiếp càng cao.

b. **Nguyên tắc 5C**

Clear (rõ ràng)

Complete (hoàn chỉnh)

Concise (ngắn gọn, súc tích)

Correct (chính xác)

Courteous (lịch sự)

Clear (rõ ràng): Thông điệp phát đi cần rõ ràng, phù hợp với trình độ và tâm thế người nhận, giúp họ hiểu nhanh, hiểu đúng thông tin.

Complete (hoàn chỉnh): Thông điệp cần chứa đầy đủ các thông tin cần thiết để người nhận giảm thiểu được tối đa các bước phản hồi đòi bổ sung thông tin. Nhờ đó, quá trình thu và phát thông tin sẽ được rút ngắn thời gian.

Concise (ngắn gọn, súc tích): Thông điệp cần ngắn gọn, súc tích, cô đọng đi thẳng vào vấn đề, nổi bật các nét chính của vấn đề để người nhận sáng tỏ thông tin một cách nhanh chóng.

Correct (chính xác): Thông điệp cần sự chính xác về hình thức và nội dung, không sai lỗi chính tả, con số, ngày tháng, sự kiện... để người nhận tiếp thu được dễ dàng, đồng thời họ cảm thấy yên tâm và tin tưởng vào đối tác.

Courteous (lịch sự): Thông điệp chứa đựng nội dung cần thiết, văn phong lịch thiệp, lời lẽ nhã nhặn, phương pháp truyền tải thông tin lịch sự khiến người nhận cảm thấy được tôn trọng.

Trong quá trình truyền đạt thông tin cần tuyệt đối tôn trọng các nguyên tắc ABC hoặc 5C, khi đó hiệu quả giao tiếp sẽ rất cao. Những nguyên tắc này được vận dụng rất nhiều trong truyền thông, trong giao tiếp qua email, thư từ, điện thoại và trong mọi mặt của đời sống. Việc thực hiện đầy đủ và trọn vẹn các nguyên tắc này góp phần nang cao hiệu quả giao tiếp cũng như tạo ra những hiệu ứng tích cực của quá trinh giao tiếp.

3.2. Một số nguyên tắc cơ bản trong giao tiếp xã hội

a. Hiểu rõ đối tượng giao tiếp

Muốn giao tiếp thành công, chủ thể giao tiếp cần phải xác định được mình giao tiếp với đối tượng nào, trong hoàn cảnh ra sao, đối tượng ấy có điểm gì nổi bật, hoàn cảnh ấy có gì khác lạ không.

Mỗi cá nhân giao tiếp đều có khung quy chiếu với những đặc điểm riêng biệt về mặt sinh vật, xã hội và tâm lý. Hiểu rõ về đối tác sẽ giúp chủ thể giao tiếp có cách ứng xử hợp lý, hợp tình, hợp cảnh, hợp người, tránh những hiểu nhầm và những rủi ro không đáng có. Nguyên tắc này liên quan chặt chẽ với các yếu tố tác động đến quá trình giao tiếp. Vì vậy, việc giao tiếp hiệu quả đối với con người càng hiểu rõ hơn nữa về người giao tiếp cùng với mình. Điều này làm cho sự tương tác tích cực tích cũng như tranh việc tạo ra sự chủ quan trong tương tác hay giao tiếp.

b. Tạo ấn tượng ban đầu tốt đẹp

Cuộc gặp gỡ đầu tiên bao giờ cũng để lại dấu ấn khó phai. Nếu trong năm phút đầu tiên chủ thể gieo được vào lòng đối phương những dấu ấn kèm theo những tình cảm tốt đẹp thì đó là điều kiện lý tưởng để phát triển mối quan hệ lâu dài và sự hợp tác hiệu quả về sau.

Danh ngôn có câu: “Gặp nhau nhìn quần áo. Tiễn nhau nhìn tâm hồn”, vì thế xây dựng hình ảnh đẹp trong mắt người khác từ những phút đầu tiên gặp gỡ phải bao gồm cả hình thức và nội dung. Đặc biệt, việc gấy ấn tượng ban đầu tốt đẹp sẽ là chiếc cầu nối rất quan trọng dẫn đến sự thanh công trong giao tiếp.

Về hình thức: chủ thể cần chú ý đến cách ăn mặc, phục trang ... sao cho phù hợp với đối tượng, khung cảnh tự nhiên, khung cảnh xã hội của cuộc gặp gỡ.

Về nội dung: thái độ chân thành, cử chỉ lịch thiệp, sự quan tâm... là những yếu tố tạo nên những ấn tượng khó phai với người đối thoại.

Ấn tượng ban đầu là một trong các yếu tố tác động đến quá trình giao tiếp. Việc tạo ra ấn tượng ban đầu tốt không chỉ được xem như một yêu cầu mà còn được xem như một nguyên tắc giao tiếp. Việc thực hiện nguyên tắc này sẽ làm cho mối quan hệ giao tiếp thuận lợi và đặc biệt là những hiệu ứng tích cực trở thành những viên gạch an toàn nhất bước đường giao tiếp hướng đến sự mong đợi. Tất nhiên, ấn tượng ban đầu chỉ là điều kiện để khởi đầu một mối quan hệ, nhưng sự bền vững của mối quan hệ về sau con phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác.

Ấn tượng ban đầu tuy quan trọng nhưng không phải lúc nào cũng chính xác. Có trường hợp ấn tượng ban đầu không mấy tốt đẹp nhưng trong quá trình giao tiếp và hoạt động về sau cả hai bên lại tìm ra nhiều điểm tốt khiến cho mối quan hệ ngày càng bền chặt. Nhiều người trong buổi đầu gặp gỡ họ thể hiện một vài nhược điểm trọng yếu của mình, họ quan niệm rằng nếu đối tác chấp nhận được các nhược điểm này thì sẽ hợp được lâu dài. Cũng có không ít trường hợp tuy ấn tượng ban đầu tốt đẹp nhưng quan hệ về sau lại tồi tệ. Thông thường, những trường hợp rơi vaò các đối tượng có động cơ không tốt, hoặc những đối tượng coi trọng hình thức bên ngoài hơn giá trị con người, tính cách, bản chất trong. Buổi gặp gỡ đầu tiên họ thường phô diễn hết thế mạnh của mình và cố gắng che đậy mọi khiếm khuyết, sau một thời gian những khiếm khuyết đó dần dần bộc lộ, và tệ hại hơn nữa lại là những khuyết điểm không thể chấp nhận được.

c. Tôn trọng nhân cách đối tượng giao tiếp

Được tôn trọng nhân cách là một trong những nhu cầu cơ bản của con người. Ai cũng mang trong mình những giá trị riêng và mong được người khác thừa nhận giá trị đó. Trong quá trình sống và hoạt động cùng nhau không ai trong chúng ta muốn bị coi thường hoặc bị xúc phạm. Văn hoá càng cao người ta càng khó quên sự xúc phạm và càng để nhiều hơn đến nguyên tắc này.

Tôn trọng nhân cách đối tượng giao tiếp, trước tiên chủ thể giao tiếp phải thừa nhận những giá trị làm người ở đối tượng đó, coi họ là một con người với đầy đủ những nhu cầu, quyền lợi và nghĩa vụ của một công dân, có quyền được đối xử một cách bình đẳng như những người khác trong xã hội. Khi giao tiếp phải tạo những điều kiện thuận lợi để cả hai bên cung có cơ hội bộc lộ những nhu cầu, nguyện vọng của mình đồng thời cũng tìm kiếm những lợi ích chung và bảo vệ lợi ích cho cả đôi bên. Điều đang lưu ý của nguyên tắc này là chủ thể giao tiếp không nên áp đặt mọi ý kiến chủ quan của mình lên đối tượng giao tiếp rồi bắt buộc họ phải tuân theo mình một cách cứng nhắc. Sự tôn trọng phải được thể hiện ở ngay trong giai đoạn chuẩn bị giao tiếp và cần phải được duy trì trong suốt quá trình giao tiếp.

Trước khi gặp gỡ với một đối tác nhất định, chủ thể giao tiếp cần phải chuẩn bị cho cuộc gặp gỡ một cách chu đáo từ việc thỏa thuận về thời gian, địa điểm, đến việc chuẩn bị khung cảnh giao tiếp sao cho thích hợp.

Sự tôn trọng còn thể hiện trong cách ăn mặc. Trang phục cần mang tính lịch sự, phù hợp khung cảnh tự nhiên, khung cảnh xã hội của cuộc gặp gỡ. Trong quá trình giao tiếp sự tôn trọng của chủ thể với đối tác còn được thể hiện qua hệ thống thái độ, hành vi, cử chỉ, cách nói năng tương ứng:

Thái độ tôn trọng được thể hiện qua sự chú ý của chủ thể giao tiếp tới đối tượng giao tiếp. Khi giao tiếp chủ thể hướng ánh mắt nhìn về phía đối tượng giao tiếp, chăm chú lắng nghe và phản hồi một cách tích cực đầy thiện ý.