

BỘ LAO ĐỘNG THƯƠNG BINH VÀ XÃ HỘI
TỔNG CỤC DẠY NGHỀ

GIÁO TRÌNH
Mô đun: Giao tiếp trong kinh doanh
NGHỀ: QUẢN TRỊ NHÀ HÀNG
TRÌNH ĐỘ: CAO ĐẲNG NGHỀ

*(Ban hành kèm theo Quyết định số: 120/QĐ- ngày 25 tháng 2 năm 2013 của
Tổng cục trưởng Tổng cục Dạy nghề)*



Hà Nội, năm 2013

LỜI GIỚI THIỆU

Vài nét về xuất xứ giáo trình :

Giáo trình này được viết theo Dự án thí điểm xây dựng chương trình và giáo trình năm 2011 - 2012 của TCDN - BLĐT BXH để làm tài liệu dạy nghề trình độ cao đẳng.

Quá trình biên soạn :

Trên cơ sở tham khảo các giáo trình, tài liệu về lĩnh vực tâm lý học và kỹ năng giao tiếp ứng xử, kết hợp với thực tế nghề nghiệp của nghề Chế biến món ăn, giáo trình này được biên soạn có sự tham gia tích cực của các giáo viên có kinh nghiệm, cùng với những ý kiến đóng góp quý báu của các chuyên gia về lĩnh vực tâm lý và kỹ năng giao tiếp ứng xử.

Mối quan hệ của tài liệu với chương trình, mô đun/môn học :

Giao tiếp là một trong những nhu cầu không thể thiếu được của con người. Không có giao tiếp con người khó có thể tồn tại. Không có khả năng giao tiếp ứng xử tốt con người khó có thể có cơ hội phát triển, thăng tiến.

Đặc biệt, du lịch là một ngành kinh doanh dịch vụ, đối tượng phục vụ trực tiếp là con người, để gây được thiện cảm và làm hài lòng khách hàng, để tạo bầu không khí đoàn kết hợp tác trong nội bộ doanh nghiệp không có cách nào khác người làm du lịch phải có kiến thức và khả năng giao tiếp ứng xử tốt đối với con người. Đây là cơ sở bền vững nhất, chắc chắn nhất cho việc tồn tại và không ngừng phát triển của doanh nghiệp du lịch.

Căn cứ vào chương trình dạy nghề và thực tế hoạt động nghề nghiệp, phân tích nghề, tiêu chuẩn kỹ năng nghề, nội dung mô đun ***Giao tiếp trong kinh doanh*** nhằm cung cấp cho người học một số kiến thức cơ bản nhất, phổ biến nhất về giao tiếp ứng xử trong cuộc sống nói chung và trong hoạt động kinh doanh du lịch nói riêng, từ đó người học có thể vận dụng những kiến thức này trong quá trình nghiên cứu tâm lý của khách du lịch, cũng như tạo cho bản thân phong cách giao tiếp ứng xử văn minh, lịch sự và chuyên nghiệp.

Cấu trúc chung của giáo trình gồm 4 bài:

Bài 1: Khái quát về hoạt động giao tiếp

Bài 2: Nghi thức giao tiếp xã giao

Bài 3: Kỹ năng giao tiếp trong kinh doanh

Bài 4: Tập quán giao tiếp tiêu biểu trên thế giới

Sau mỗi bài đều có các câu hỏi ôn tập, thảo luận hoặc bài tập tình huống để củng cố kiến thức cho người học.

Giáo trình được biên soạn trên cơ sở các văn bản quy định của Nhà nước và tham khảo nhiều tài liệu liên quan có giá trị. Song chắc hẳn quá trình biên soạn không tránh khỏi những thiếu sót nhất định. Ban biên soạn mong muốn và

thực sự cảm ơn những ý kiến nhận xét, đánh giá của các chuyên gia, các thầy cô đóng góp cho việc chỉnh sửa để giáo trình ngày một hoàn thiện hơn.

.

Hà Nội, ngày tháng năm 2012

Tham gia biên soạn

Chủ biên: Ths.Trần Khánh Hòa

Tailieu.vn

MỤC LỤC

LỜI GIỚI THIỆU	1
BÀI 1	8
KHÁI QUÁT VỀ HOẠT ĐỘNG GIAO TIẾP	8
1. BẢN CHẤT CỦA GIAO TIẾP	8
1.1. Khái niệm giao tiếp và kỹ năng giao tiếp.....	9
1.1.1. Khái niệm giao tiếp	9
1.1.2. Khái niệm Kỹ năng giao tiếp.....	11
1.1.3. Mục đích của giao tiếp	12
1.1.4. Các vai trong giao tiếp.....	12
1.2. Quá trình giao tiếp.....	13
1.2.1. Sơ đồ quá trình giao tiếp.....	13
1.2.2. Các yếu tố của quá trình giao tiếp.....	13
1.3. Các loại hình giao tiếp.....	15
1.3.1. Phân loại giao tiếp theo tính chất của giao tiếp.....	15
1.3.2. Phân loại giao tiếp theo quy cách giao tiếp.....	15
1.3.3. Phân loại giao tiếp theo vị thế.....	16
1.3.4. Phân loại giao tiếp theo số lượng người tham gia giao tiếp và tính chất của mối quan hệ giữa họ.....	16
2. KỸ NĂNG SỬ DỤNG NGÔN NGỮ TRONG GIAO TIẾP.....	16
2.1. Ngôn ngữ nói	16
2.1.1. Âm giọng:	16
2.1.2. Ngôn từ	17
2.2. Ngôn ngữ viết.....	17
2.3. Ngôn ngữ biểu cảm	18
2.3.1. Ánh mắt, nét mặt, nụ cười	18
2.3.2. Trang phục, trang điểm và trang sức.....	20
2.3.3. Tư thế, động tác.....	20
2.3.4. Khoảng cách, vị trí	22
3. MỘT SỐ ĐẶC ĐIỂM CƠ BẢN CỦA TÂM LÝ CON NGƯỜI TRONG GIAO TIẾP.....	23
1. Thích được giao tiếp với người khác.	23
2. Thích được người khác khen và quan tâm đến mình.....	24
3. Con người ai cũng thích đẹp.....	24
4. Thích tò mò, thích điều mới lạ, thích những cái mà mình không có, có một rồi lại muốn có hai.....	24
5. Con người luôn sống bằng biểu tượng và yêu thích kỷ niệm.	24
6. Con người luôn đặt niềm tin, hy vọng vào những điều mình theo đuổi.....	24
7. Con người luôn tự mâu thuẫn với chính mình.	24
8. Con người thích tự khẳng định, thích được người khác đánh giá về mình, thích tranh đua.	25
BÀI 2	29
NGHI THỨC GIAO TIẾP XÃ GIAO	29
1. NGHI THỨC GẶP GỖ LÀM QUEN.....	29

1.1. Chào hỏi.....	30
1.2. Giới thiệu làm quen.....	31
1.2.1. Giới thiệu làm quen có người thứ ba.....	31
1.2.1. Tự giới thiệu về bản thân, về nhóm người.....	32
1.3. Bắt tay.....	33
1.4. Danh thiếp.....	34
1.5. Ôm hôn.....	35
1.6. Tặng hoa.....	36
1.7. Khoát tay.....	37
1.8. Mời nhảy.....	37
2. NGHI THỨC XỬ SỰ TRONG GIAO TIẾP.....	38
2.1. Ra vào cửa.....	38
2.2. Lên xuống cầu thang.....	38
2.3. Sử dụng thang máy.....	38
2.4. Áo khoác ngoài.....	39
2.5. Châm thuốc xã giao.....	39
2.6. Ghế ngồi và cách ngồi.....	39
2.6.1. Ghế ngồi.....	39
2.6.2. Cung cách ngồi.....	40
2.7. Quà tặng.....	40
2.8. Sử dụng xe con theo nghi thức ngoại giao.....	41
2.9. Tiếp xúc nơi công cộng.....	41
3. NGHI THỨC TỔ CHỨC TIẾP XÚC VÀ CHIÊU ĐÃI.....	42
3.1. Tổ chức tiếp xúc và tham dự tiếp xúc.....	42
3.1.1. Tầm quan trọng của công tác tiếp xúc.....	42
3.1.2. Các hình thức tiếp xúc.....	42
3.2. Tổ chức tiệc chiêu đãi và dự tiệc chiêu đãi.....	45
3.2.1. Khái niệm tiệc và một số loại tiệc thông dụng.....	45
3.2.2. Cung cách sử xự nơi bàn tiệc.....	46
3.2.3. Xử sự của người mời và người được mời dự tiệc.....	47
4. TRANG PHỤC.....	48
4.1. Trang phục phụ nữ.....	48
4.2. Trang phục nam giới.....	49
BÀI 3.....	52
KỸ NĂNG GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH.....	52
1. KỸ NĂNG NÓI TRONG GIAO TIẾP KINH DOANH.....	52
1.1. Kỹ năng diễn thuyết.....	52
1.1.1. Chuẩn bị nội dung diễn thuyết.....	53
1.1.2. Thực hiện diễn thuyết.....	54
1.1.3. Kết thúc bài diễn thuyết.....	55
1.2. Kỹ năng phỏng vấn.....	56
1.2.1. Các kiểu phỏng vấn.....	56
1.2.2. Người phỏng vấn.....	58
1.2.3. Người được phỏng vấn.....	62
1.3. Kỹ năng giao tiếp qua điện thoại.....	68

1.3.1. Người gọi điện thoại.....	68
1.3.2. Người nhận điện thoại	69
2.3. Những điều cần lưu ý khi sử dụng điện thoại	70
2. KỸ NĂNG NGHE CÓ HIỆU QUẢ TRONG GIAO TIẾP	71
2.1. Tầm quan trọng của kỹ năng lắng nghe:	71
2.2. Những yếu tố cản trở việc lắng nghe có hiệu quả	72
2.3. Các kiểu lắng nghe	75
2.4. Kỹ năng lắng nghe có hiệu quả.....	75
3. KỸ NĂNG VIẾT THƯ TÍN TRONG GIAO TIẾP KINH DOANH.....	77
3.1. Phân loại thư tín	77
3.1.1. Khái niệm thư tín.....	77
3.1.2. Phân loại thư tín	78
3.2. Kết cấu thư tín.....	78
3.3. Nguyên tắc và cách viết thư tín	79
3.3.1. Nguyên tắc viết thư tín	79
3.3.2. Cách viết thư tín	80
4. QUAN HỆ GIAO TIẾP VỚI KHÁCH HÀNG.....	81
4.1. Nội dung giao tiếp với khách hàng qua các giai đoạn	82
4.1.1. Giai đoạn 1: Đón tiếp khách	82
4.1.2. Giai đoạn 2: Phục vụ khách	82
4.1.3. Giai đoạn 3: Tiễn khách	83
4.2. Xây dựng mối quan hệ tốt với khách hàng	83
4.2.1. Kỹ năng bán hàng.....	83
4.2.2. Xử lý các tình huống phàn nàn với khách hàng	84
5. QUAN HỆ GIAO TIẾP TRONG NỘI BỘ DOANH NGHIỆP	85
5.1. Tham gia vào tổ làm việc	85
5.1.1. Thế nào là các tổ và các nhóm.....	85
5.1.2. Tại sao phải làm việc theo tổ	86
5.2. Cư xử của người quản lý đối với nhân viên	86
5.2.1. Đảm bảo sức khỏe và an toàn lao động cho nhân viên.....	86
5.2.2. Đảm bảo lương và các khoản phải trả cho nhân viên	86
5.2.3. Các điều kiện làm việc	87
5.2.4. Đối xử công bằng	87
5.2.5. Tạo cơ hội cho sự phát triển	87
5.2.6. Tổ chức công đoàn	87
5.3. Cư xử của nhân viên đối với người quản lý	87
5.3.1. Cư xử có trách nhiệm	87
5.3.2. Cư xử trung thực	87
5.3.3. Cư xử có tinh thần hợp tác.....	87
5.4. Mối quan hệ hữu cơ giữa nhân viên và nhà quản lý.....	88
5.4.1. Phụ thuộc lẫn nhau	88
5.4.2. Tin tưởng lẫn nhau	88
5.4.3. Lợi ích của hai bên	88
BÀI 4	91
TẬP QUẢN GIAO TIẾP TIÊU BIỂU TRÊN THẾ GIỚI.....	91

1. TẬP QUÁN GIAO TIẾP THEO TÔN GIÁO	91
1.1. Phật giáo	91
1.2. Hồi giáo	92
1.3. Cơ đốc giáo	92
2. TẬP QUÁN GIAO TIẾP THEO VÙNG LÃNH THỔ	92
2.1. Tập quán giao tiếp người Châu Á.....	92
2.1.1. Đặc điểm chung về tập quán giao tiếp người châu Á.....	93
2.1.2. Tập quán giao tiếp một số nước tiêu biểu	94
2.2. Tập quán giao tiếp người châu Âu.....	97
2.2.1. Đặc điểm chung về tập quán giao tiếp người Châu Âu	98
2.2.2. Tập quán giao tiếp một số nước tiêu biểu	98
2.3. Tập quán giao tiếp các nước Nam Mỹ và người Mỹ.....	99
2.3.1. Tập quán giao tiếp một số nước Nam Mỹ.....	99
2.3.2. Tập quán giao tiếp người Mỹ	100
CÂU HỎI ÔN TẬP BÀI 4	101
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	102

MÔ ĐƠN GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH

Mã mô đun: MD 09

Vị trí, ý nghĩa và vai trò của mô đun:

+ Giao tiếp trong kinh doanh là mô đun thuộc nhóm các môn học, mô đun kỹ thuật cơ sở trong chương trình khung trình độ Cao đẳng nghề “Quản trị nhà hàng” được giảng dạy song song với các môn học Tổng quan du lịch, Tâm lý khách du lịch....

+ Giao tiếp trong kinh doanh là mô đun tích hợp lý thuyết với thực hành.

+ Mô đun này nhằm trang bị cho người học những kiến thức, kỹ năng cơ bản về giao tiếp phục vụ cho nghề nghiệp phục vụ ăn uống để từ đó người học vận dụng vào học tập các môn chuyên môn và thực tế công việc.

Mục tiêu của mô đun:

- Trình bày được bản chất của giao tiếp, kỹ năng sử dụng ngôn ngữ trong giao tiếp, một số đặc điểm cơ bản của tâm lý con người trong giao tiếp.

- Nêu được các đặc điểm và yêu cầu của hoạt động giao tiếp có hiệu quả.

- Thực hiện chính xác các nghi thức giao tiếp xã giao.

- Nghe, nói, viết trong các tình huống kinh doanh một cách hiệu quả

- Hiểu được các tập quán giao tiếp tiêu biểu trên thế giới.

- Từng bước rèn luyện để hình thành được phong cách giao tiếp văn minh lịch sự của người làm du lịch nói chung và trong phục vụ nhà hàng nói riêng.

Nội dung chính của mô đun:

Số TT	Tên các bài trong mô đun	Thời gian			
		Tổng số	Lý thuyết	Thực hành	Kiểm tra *
1	Khái quát về hoạt động giao tiếp	11	7	3	1
2	Nghi thức giao tiếp xã giao	11	5	6	1
3	Kỹ năng giao tiếp trong kinh doanh	31	11	18	2
4	Tập quán giao tiếp tiêu biểu trên thế giới	7	5	2	0
	Cộng	60	27,00	29	4

BÀI 1
KHÁI QUÁT VỀ HOẠT ĐỘNG GIAO TIẾP
Mã bài: 09-01

Giới thiệu

Ở mọi thời đại xã hội, hoạt động giao tiếp ứng xử giữa con người với con người diễn ra trên mọi lĩnh vực của cuộc sống, trong sinh hoạt đời thường cũng như trong công việc. Thông qua hoạt động giao tiếp, con người có thể hoàn thiện và phát triển nhân cách bản thân, từ đó phát triển xã hội.

Bài học này nhằm cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về chất của hoạt động giao tiếp như: giao tiếp và kỹ năng giao tiếp là gì; tại sao con người cần giao tiếp, con người giao tiếp với nhau bằng những loại hình ngôn ngữ nào; cách thức sử dụng ngôn ngữ trong giao tiếp... Thông qua đó giúp người học vận dụng những kiến thức, rèn luyện những kỹ năng giao tiếp cơ bản phục vụ cho công việc và cuộc sống.

Mục tiêu:

- Trình bày được khái niệm giao tiếp, kỹ năng giao tiếp.
- Giải thích được mục đích của giao tiếp.
- Chỉ ra được các vai trong giao tiếp
- Trình bày được các yêu cầu khi sử dụng ngôn ngữ nói, ngôn ngữ viết, ngôn ngữ biểu cảm.
- Xác định được những đặc điểm cơ bản của tâm lý con người trong giao tiếp.
- Phân biệt khái niệm giao tiếp và kỹ năng giao tiếp.
- Vẽ và giải thích được sơ đồ quá trình giao tiếp.
- Phân biệt được các loại hình giao tiếp.
- Vận dụng được kiến thức về các vai trong giao tiếp để biết cách giao tiếp ứng xử phù hợp với từng tình huống đóng vai khác nhau.
- Biết vận dụng tối ưu các ngôn ngữ trong giao tiếp bao gồm có ngôn ngữ nói, ngôn ngữ viết và ngôn ngữ biểu cảm.
- Nghiêm túc, có tình thần phối hợp trong học tập, tôn trọng mọi người trong giao tiếp.

Nội dung chính

1. BẢN CHẤT CỦA GIAO TIẾP

Mục tiêu:

- Trình bày được khái niệm giao tiếp, kỹ năng giao tiếp.
- Giải thích được mục đích của giao tiếp.

- Chỉ ra được các vai trong giao tiếp
- Liệt kê được các loại hình giao tiếp
- Trình bày được các yếu tố quá trình giao tiếp
- Phân biệt khái niệm giao tiếp và kỹ năng giao tiếp.
- Vẽ và giải thích được sơ đồ quá trình giao tiếp.
- Phân biệt được các loại hình giao tiếp.
- Vận dụng được kiến thức về các vai trong giao tiếp để biết cách giao tiếp ứng xử phù hợp với từng tình huống đóng vai khác nhau.
- Nghiêm túc, có tình thần phối hợp trong học tập, tôn trọng mọi người trong giao tiếp.

1.1. Khái niệm giao tiếp và kỹ năng giao tiếp

1.1.1. Khái niệm giao tiếp

Giao tiếp là hoạt động diễn ra thường xuyên, liên tục trong cuộc sống xã hội, trong môi trường tự nhiên. Từ việc thai nhi cựa quậy trong bụng mẹ, hạt giống tách vỏ nảy mầm, đến cuộc sống sôi động giữa con người với con người, con người với môi trường xung quanh đều là những biểu hiện của hoạt động giao tiếp.

Giao tiếp là những hoạt động gắn liền với sự sống và rất gần gũi với cuộc sống của chúng ta. Nhờ có giao tiếp mà con người gắn bó với nhau, hiểu biết nhau và cùng tồn tại, phát triển. Ngược lại, cũng có thể từ giao tiếp mà quan hệ với nhau bị tổn thương, xung đột và hận thù.

Như vậy, giao tiếp là những hành vi, cử chỉ, thái độ trong các mối liên hệ của quá trình vận động không ngừng giữa các chủ thể trong cuộc sống xã hội và môi trường tự nhiên.

Cho tới nay, các nhà nghiên cứu về lĩnh vực này đã đưa ra khá nhiều các khái niệm, quan niệm khác nhau về giao tiếp. Tùy theo phạm vi, lĩnh vực nghiên cứu của mình (*tâm lý học, giáo dục học, y học, quản trị học, xã hội học...*) với những phương pháp tiếp cận khác nhau, các tác giả đã đưa ra nhiều khái niệm khác nhau.

Mặc dù có những điểm không giống nhau nhưng tất cả các tác giả đều có chung một quan điểm rất cốt lõi về bản chất của hoạt động giao tiếp. Theo đó, các tác giả đều cho rằng “giao tiếp là sự truyền đạt và tiếp nhận thông tin giữa người với người, giữa người với vật và giữa các sinh vật với môi trường tự nhiên nhiên. Ở đây chúng ta chỉ tập trung tìm hiểu hoạt động giao tiếp giữa con người với con người là chủ yếu (chủ thể có ý thức)”.

Nếu chỉ xét ở phạm vi chủ thể có ý thức tham gia giao tiếp thì qua hoạt động giao tiếp của các chủ thể có thể có sự đồng nhất hoặc không đồng nhất về một quan điểm, một nhận thức về nội dung các thông tin được các bên đề cập

tới. Kết quả ấy hoàn toàn phụ thuộc vào năng lực và thiện chí của mỗi chủ thể trong đó.

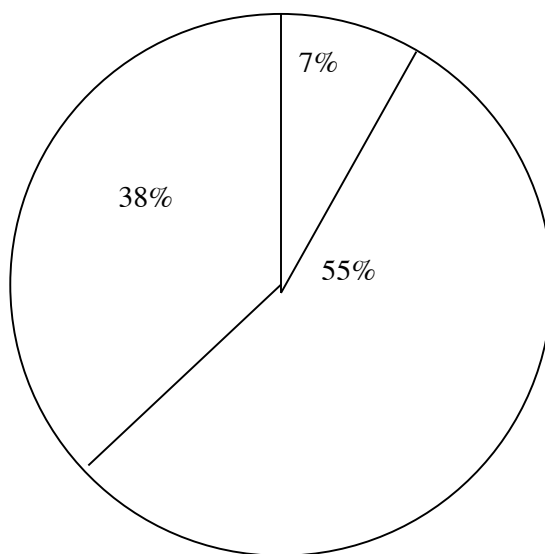
Việc truyền và nhận thông tin giữa các chủ thể được thực hiện bởi nhiều phương tiện hay công cụ khác như: nói, viết, cử chỉ, hành động, tác phong, cách ăn, mặc, sơ đồ, biểu bảng, âm thanh, màu sắc...

Theo các nhà nghiên cứu về ngôn ngữ trên thế giới thì lời nói, chữ viết, cử chỉ hành động....được sử dụng trong quá trình giao tiếp đều là ngôn ngữ. Ngôn ngữ nói (lời nói), ngôn ngữ viết (chữ viết), ngôn ngữ biểu cảm (cử chỉ, hành động, âm thanh, màu sắc, tác phong, cách ăn mặc....). Trong đó, ngôn ngữ nói và ngôn ngữ viết là ngôn ngữ chính thể, ngôn ngữ biểu cảm là ngôn ngữ không chính thể (phi ngôn ngữ).

Trong quá trình giao tiếp, ngôn ngữ biểu cảm là ngôn ngữ được sử dụng nhiều nhất, sau đó đến ngôn ngữ nói và cuối cùng là ngôn ngữ viết. Tuy nhiên, để đạt được hiệu quả cao nhất trong điều kiện cụ thể, các chủ thể cần tận dụng mọi cơ hội để khai thác tối đa cả ba ngôn ngữ khi giao tiếp.

Trong hoạt động giao tiếp giữa hai chủ thể khi thể hiện và nhận biết tình cảm, thái độ của nhau thông qua tần suất sử dụng ngôn ngữ như sau:

- Thông tin được truyền tải và tiếp nhận bằng ngôn ngữ biểu cảm là: 55%;
- Thông tin được truyền tải và tiếp nhận bằng ngôn ngữ nói là: 38%;
- Thông tin được truyền tải và tiếp nhận bằng ngôn ngữ viết là: 7%.



Biểu đồ: 1-1. Tần suất sử dụng ngôn ngữ trong giao tiếp

(Nguồn: *Giáo trình kỹ năng giao tiếp – Trường Shatec – Singapore*)

Từ đó có thể khái quát sự thể hiện tình cảm trong giao tiếp bằng biểu thức sau đây:

Sự thể hiện tình cảm= Chữ viết (7%) + Tiếng nói (38%) + Biểu cảm (55%)
--

Như phân tích trên, có thể đi đến kết luận:

“ Giao tiếp là một quá trình trao đổi thông tin giữa các chủ thể, thông qua ngôn ngữ nói, ngôn ngữ viết và ngôn ngữ biểu cảm. Qua đó các chủ thể tham gia giao tiếp luôn hướng tới sự đồng thuận mà mình mong muốn.”
(Hội đồng biên soạn giáo trình cơ sở ngành du lịch- Giáo trình Kỹ năng giao tiếp)

Theo kết luận này chúng ta có thể rút ra ba nội cơ bản của hoạt động giao tiếp, đó là:

- Giao tiếp là một quá trình truyền tải và tiếp nhận thông tin giữa các chủ thể tham gia. Đây là vấn đề cốt lõi của hoạt động giao tiếp.

- Thông qua quá trình giao tiếp các chủ thể đều mong muốn hướng tới sự tương đồng về nhận thức, sự đồng thuận về quan điểm, quan niệm giữa các chủ thể. Sự đồng thuận đó có thể ở các cấp độ khác nhau. Điều đó hoàn toàn phụ thuộc vào năng lực thuyết phục và ý chí hướng tới của các chủ thể tham gia giao tiếp. Khẩu chiến, bút chiến, chiến tranh thực chất là những kỹ năng (*hành vi, thái độ*) mạnh mẽ nhất, cương quyết nhất để buộc đối phương phải đồng thuận (*khuất phục*) theo ý chí chủ quan mà chủ thể mong muốn hướng tới.

- Phương tiện chủ yếu và duy nhất được sử dụng trong quá trình giao tiếp là ngôn ngữ (*ngôn ngữ nói, ngôn ngữ viết và ngôn ngữ biểu cảm*). Trong đó ngôn ngữ biểu cảm được sử dụng nhiều nhất, sau đó là ngôn ngữ nói và cuối cùng là ngôn ngữ viết.

1.1.2. Khái niệm Kỹ năng giao tiếp

Có rất nhiều cách thức và biện pháp khác nhau được sử dụng trong quá trình giao tiếp. Để mang lại hiệu quả theo sự mong đợi các chủ thể giao tiếp phải biết chọn lọc để sử dụng chúng trong mỗi tình huống hoàn cảnh thích hợp. Hay nói một cách khác, kỹ năng giao tiếp là những cách thức, phương pháp, giải pháp được lựa chọn trong cho mỗi cuộc giao tiếp nhằm đạt kết quả cao nhất theo mục tiêu đã đề ra. Việc lựa chọn các giải pháp, các cách thức phải dựa trên cơ sở, nội dung, thời điểm, thời gian và trạng thái tâm lý của các chủ thể.

Vậy kỹ năng giao tiếp có thể khái quát như sau:

“Kỹ năng giao tiếp là việc nghiên cứu chọn lựa ra một tập hợp các hành vi, cử chỉ, thái độ nhất định để sử dụng vào một hoạt động giao tiếp nhất định, nhằm hướng tới một mục tiêu nhất định”. **(Hội đồng biên soạn giáo trình cơ sở ngành du lịch- Giáo trình Kỹ năng giao tiếp)**

Do vậy, để hoạt động giao tiếp đạt kết quả tốt các chủ thể cần phải chú ý chuẩn bị chu đáo nội dung cuộc tiếp xúc, tìm hiểu kỹ tính chất cuộc tiếp xúc, trạng thái, tâm lý và khả năng của người tiếp xúc, để từ đó lựa chọn cách thức giao tiếp và môi trường tiếp xúc hợp lý nhằm mang lại hiệu quả cao nhất.

Ví dụ:

- Muốn cuốn hút được khách du lịch vào bài thuyết minh của mình, hướng dẫn viên phải có thời gian chuẩn bị kỹ càng nội dung, các tư liệu về đối tượng thuyết minh. Đồng thời phải biết cách sử dụng ngôn từ, thể hiện âm giọng

như thế nào (*nói như thế nào? nói cái gì?*) đối với mỗi đối tượng khách tham quan trong mỗi bài thuyết minh đó.

- Muốn gây được ấn tượng tốt đẹp, tạo ra bầu không khí thân thiện giữa nhân viên khách sạn với khách du lịch để họ vui vẻ, hào hứng và tự nguyện sử dụng nhiều hàng hóa, dịch vụ trong khách sạn, nhà hàng, người bán hàng phải biết mời chào, dẫn dắt, thuyết phục khách một cách khéo léo tế nhị. Tất cả hành vi, cử chỉ đó phải được thể hiện như thế nào để khách không nhận biết được, mà tự cảm nhận thấy việc mua hàng, sử dụng dịch vụ dường như chính do chủ động từ nơi họ.

- Muốn tạo ra môi trường đoàn kết, vui tươi và hăng say trong công việc các thành viên trong doanh nghiệp (*từ giám đốc đến nhân viên*) cần biết tôn trọng lẫn nhau, nói nhẹ nhàng, tế nhị, góp ý với nhau chân thành, không hiềm khích cá nhân, vì mục tiêu ổn định và phát triển.

Tất cả những cách thức, phương pháp được thể hiện trong các cuộc giao tiếp thông qua các hành vi, cử chỉ, thái độ tương ứng của các chủ thể theo các ví dụ trên nhằm hướng tới mục tiêu đã định – chính là kỹ năng giao tiếp.

1.1.3. Mục đích của giao tiếp

Giao tiếp để thăm hỏi: Nhằm xây dựng và duy trì mối quan hệ thân thiện giữa hai bên.

Giao tiếp để trao đổi hoặc thông tin cho nhau những vấn đề mà một trong hai bên chưa biết. Quá trình này diễn ra cho tới khi hai bên có lượng thông tin cần truyền ngang nhau thì hoạt động giao tiếp kết thúc.

Giao tiếp để động viên thuyết phục nhau hướng về một mục đích, một nhận thức, một thỏa thuận chung.

Giao tiếp để tạo sự tín nhiệm, tin tưởng của người khác đối với mình và ngược lại.

Giao tiếp có thể được sử dụng để phá vỡ hoặc chấm dứt mối quan hệ giữa hai bên.

1.1.4. Các vai trong giao tiếp

Gồm cá nhân với cá nhân, cá nhân với tập thể, tập thể với tập thể và trong chính suy nghĩ cảm xúc của mỗi người.

Vai thường xuyên: được đặc trưng bởi lứa tuổi, giới tính.

Vai lâm thời thể chế: Được đặc trưng bởi nghề nghiệp, vị trí xã hội, quan hệ gia đình (*thủ trưởng – nhân viên, vợ chồng – con cái...*).

Vai lâm thời tình huống: Được đặc trưng bởi quan hệ xã hội, thương mại, pháp luật (*chủ – khách, người bán – người mua...*).

Các vai xã hội trong giao tiếp có thể là ngang hàng hoặc không ngang hàng.

Giao tiếp trong xã hội văn minh quy định mối quan hệ đó theo lứa tuổi, giới tính, ngôi thứ, chức vị và số lượng:

Về lứa tuổi: Người thấp tuổi tôn trọng người cao tuổi.

Về giới tính: Nam giới tôn trọng nữ giới.

Về ngôi thứ: Con cháu kính trọng ông bà, cha mẹ.

Về chức vụ: Cấp dưới tôn trọng cấp trên.

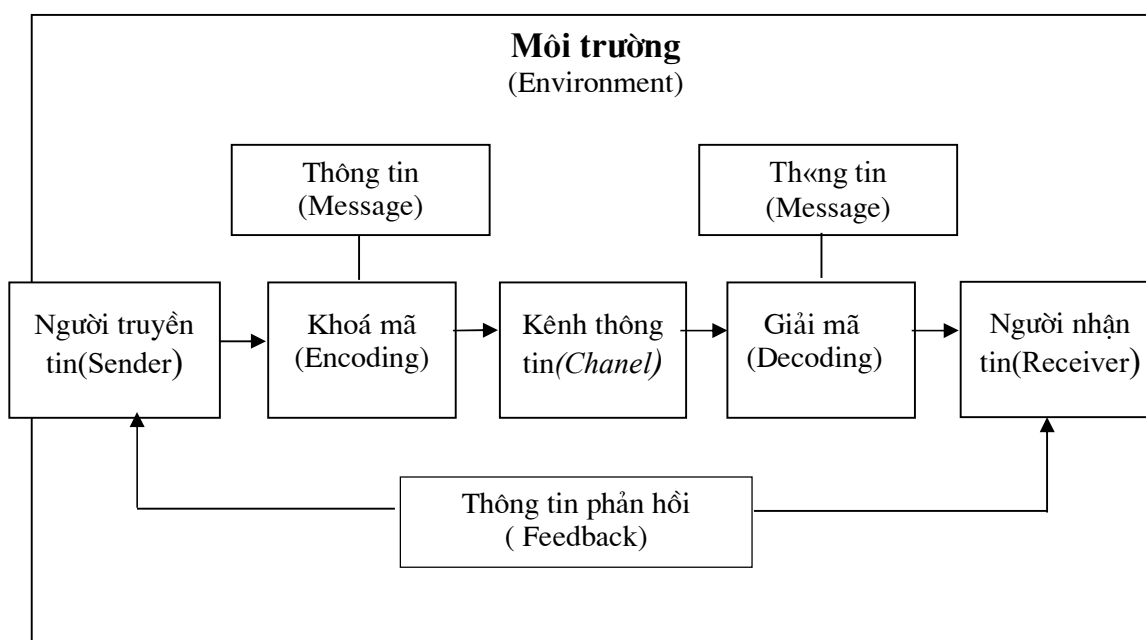
Về số lượng: Một người tôn trọng nhiều người.

Theo nghi thức xã giao thông thường, các vai được tôn trọng luôn luôn được quy định là vai ưu tiên trong hoạt động giao tiếp.

1.2. Quá trình giao tiếp

1.2.1. Sơ đồ quá trình giao tiếp

Giao tiếp là một quá trình khép kín được diễn ra thông qua các hoạt động do các chủ thể tạo nên và các tác động khác do khách quan mang lại. Mô hình quá trình giao tiếp được thể hiện như sau:



Sơ đồ 1-2: Mô hình về quá trình giao tiếp

(Nguồn: Giáo trình kỹ năng giao tiếp – Trường Shatec – Singapore)

Như vậy, quá trình giao tiếp là một quá trình tổng hợp và rất phức tạp. Nó cuốn hút những suy nghĩ, những kinh nghiệm và tình cảm, cảm xúc của mọi thành viên tham gia quá trình giao tiếp đó. Sự thành công của bất kỳ hoạt động giao tiếp nào cũng phải ghép nối hai luồng tư tưởng với nhau.

1.2.2. Các yếu tố của quá trình giao tiếp

Quá trình giao tiếp được thực hiện qua các yếu tố sau đây:

- **Người truyền tin (Sender)**: Là chủ thể đầu tiên tạo ra quan hệ giao tiếp, đồng thời cũng là khách thể tiếp nhận thông tin phản hồi từ phía người nhận tin.

- **Nội dung thông tin (Message)**: là chủ đề của giao tiếp và cũng đồng thời cũng là mục tiêu hướng tới của các chủ thể. Đây là vấn đề cốt lõi của hoạt động giao tiếp. Do vậy, muốn mang lại hiệu quả trong giao tiếp người truyền tin phải căn cứ vào ý đồ truyền tin của mình, đồng thời tìm hiểu kỹ khả năng, mức độ tiếp nhận thông tin của người nhận tin để chuẩn bị chu đáo nội dung thông tin.

- **Kênh thông tin (Chanel)**: Người truyền tin phải căn cứ vào tính chất, nội dung thông tin: địa vị, năng lực tiếp thu thông tin của người nhận tin và các yếu tố môi trường để lựa chọn kênh thông tin phù hợp. Đây là vấn đề rất quan trọng tác động trực tiếp đến hiệu quả của việc truyền tin.

Vậy chọn kênh thông tin là gì ? Thực chất là việc lựa chọn các hình thức, cách thức, phương tiện truyền tin. Bao gồm các phương tiện, hình thức sau đây:

Kênh thông tin qua chữ viết như: văn bản, thư từ, sách báo, nghị định thư...hoặc các hình thức tương tự khác.

Kênh thông tin qua lời nói như: truyền đạt trực tiếp hoặc qua micro, điện thoại, băng đài, tivi ...và những phương tiện tương tự khác.

Kênh thông tin qua điệu bộ, động tác như vẻ mặt, âm thanh, ánh mắt, mùi vị, sơ đồ, tranh vẽ, ký hiệu tiếp nhận được thông qua thị giác, thính giác, cảm giác, khứu giác.

Để giao tiếp có hiệu quả, khi lựa chọn kênh thông tin (*công cụ truyền tin*), người truyền tin cần phải chú ý đến một số điểm sau:

- Phải đảm bảo tiện lợi: dễ sử dụng, đã có sẵn, không phải chuẩn bị nhiều...
- Có khả năng khai thác tốt nhất thông tin phản hồi: Bằng cách sử dụng hình thức giao tiếp trực tiếp (*lời nói, sơ đồ, biểu bảng...*)
- Hạn chế tối đa yếu tố gây nhiễu: tiếng ồn, ánh sáng, năng lực, diễn đạt...
- Tìm hiểu kỹ số lượng, tập quán, năng lực tâm lý người tiếp nhận: Nhiều hay ít người, tập tục, thói quen, chức năng các cơ quan tiếp nhận thông tin (*thính giác, khứu giác, thị giác...*)

Các yếu tố khác như: mức độ chi phí, thời gian, thời điểm, khoảng cách giao tiếp...

- **Khoá mã và giải mã (Encoding- Decoding)**: thực chất là những quy ước thống nhất của ngôn ngữ giữa các chủ thể về nội dung thông tin trong quá trình truyền tin. Đây là việc làm không thể thiếu được của các chủ thể tham gia quá trình giao tiếp.

Mã hóa là nhiệm vụ của người truyền tin: Căn cứ vào kênh thông tin đã chọn và khả năng tiếp nhận của người nhận tin, người truyền tin phải chuyển nội dung

thông tin vào mã (mã hóa) theo quy ước của ngôn ngữ (*chữ viết, lời nói, hành động, cử chỉ...*)

Giải mã là trách nhiệm của người nhận tin: việc tiếp thu nội dung thông tin có kịp thời, chính xác hay không tùy thuộc vào năng lực giải mã của người nhận tin.

Như vậy để giao tiếp có hiệu quả các chủ thể tham gia giao tiếp phải có cùng chung một bộ mã. Chỉ có sự tương đồng về bộ mã, người tiếp nhận thông tin mới có thể có được nội dung thông tin của người truyền tin.

- **Người nhận thông tin (Receiver):** là khách thể khi tiếp nhận thông tin và đồng thời là chủ thể khi phát ra thông tin phản hồi đến với người truyền tin. Để tiếp nhận chính xác nội dung thông tin từ người truyền, người nhận tin phải tập trung tư tưởng cao độ, giải mã nhanh và chính xác bộ mã khi được mã hóa từ người truyền.

- **Thông tin phản hồi (Feedback):** Trong quá trình tiếp nhận thông tin người nhận tin luôn luôn phải thể hiện thái độ, tình cảm, quan điểm của mình trước nội dung thông tin mà mình nhận được từ người truyền. Chẳng hạn đồng ý, đã rõ hoặc có những gì chưa rõ, chưa hài lòng, chưa nhất trí... cần phản hồi lại cho người truyền tin. Việc truyền thông tin phản hồi cũng cần được sử dụng như việc truyền thông tin đến (*chọn kênh thông tin, mã hóa và truyền tin*) nhưng theo quy trình ngược lại.

- **Môi trường (Environment):** Môi trường là yếu tố khách quan tác động vào quá trình giao tiếp, như tiếng ồn, ánh sáng, thời tiết...Hoạt động giao tiếp không thể tách rời yếu tố môi trường. Do đó các chủ thể tham gia giao tiếp cần chú ý khai thác tối đa thế mạnh và khắc phục tới mức có thể yếu tố gây nhiễu của môi trường bằng cách chọn kênh thông tin hợp lý nhằm tạo ra hiệu quả theo sự mong đợi của quá trình giao tiếp

1.3. Các loại hình giao tiếp

1.3.1. Phân loại giao tiếp theo tính chất của giao tiếp

- **Giao tiếp trực tiếp:** các chủ thể trực tiếp gặp gỡ, trao đổi với nhau.

Ví dụ: Giáo viên và học sinh đang trao đổi bài với nhau; đôi bạn đang ngồi tâm sự với nhau; một nhân viên đang giới thiệu món ăn cho khách tại 1 bàn ăn...

- **Giao tiếp gián tiếp:** các chủ thể tiếp xúc với nhau qua các phương tiện như điện thoại, vô tuyến truyền hình, thư từ hoặc qua người thứ ba.

Ví dụ: Bố mẹ gọi điện hỏi thăm tình hình con cái học hành như thế nào; bạn bè gửi thư thăm hỏi nhau; ...

1.3.2. Phân loại giao tiếp theo quy cách giao tiếp

- **GT chính thức:** là loại hình GT theo tính chất công vụ, theo chức trách, quy định, thể chế.

Ví dụ: Hội họp, mít tinh, đàm phán

- *GT không chính thức*: là loại giao tiếp mang tính chất cá nhân, không câu nệ về thể thức, chủ yếu dựa trên sự hiểu biết về nhau giữa các chủ thể.

Ví dụ: Bạn bè gặp gỡ, trò chuyện với nhau, lãnh đạo trò chuyện với nhân viên...

1.3.3. Phân loại giao tiếp theo vị thế

- *Giao tiếp ở thế mạnh*.

Ví dụ: Thủ trưởng(thế mạnh) giao tiếp với nhân viên.

- *Giao tiếp ở thế cân bằng*.

Ví dụ: Bạn bè, đồng nghiệp giao tiếp với nhau.

- *Giao tiếp ở thế yếu*.

Ví dụ: Nhân viên (thế yếu) GT với thủ trưởng.

1.3.4. Phân loại giao tiếp theo số lượng người tham gia giao tiếp và tính chất của mối quan hệ giữa họ

- *GT giữa hai cá nhân*.

Ví dụ: Hai người bạn trò chuyện với nhau.

- *GT giữa cá nhân với nhóm*.

Ví dụ: GV giảng bài trên lớp.

- *GT giữa các cá nhân trong nhóm*.

Ví dụ: Bộ phận chế biến món ăn họp để bình xét thi đua cuối năm.

- *GT giữa các nhóm*.

2. KỸ NĂNG SỬ DỤNG NGÔN NGỮ TRONG GIAO TIẾP

Mục tiêu

- Trình bày được các yêu cầu khi sử dụng ngôn ngữ nói, ngôn ngữ viết, ngôn ngữ biểu cảm.

- Biết vận dụng tối ưu các ngôn ngữ trong giao tiếp bao gồm có ngôn ngữ nói, ngôn ngữ viết và ngôn ngữ biểu cảm.

- Nghiêm túc, có tình thần phối hợp trong học tập, tôn trọng mọi người trong giao tiếp.

2.1. Ngôn ngữ nói

2.1.1. Âm giọng:

- Nên sử dụng những giọng nói rõ ràng, êm ái, dịu dàng, nhã nhặn, từ tốn, trong trẻo và ấm áp.

- Tuỳ theo cảm xúc, thái độ và ý tứ của người nói mà âm điệu khác nhau, lúc mềm mại, lúc gay gắt.

- Để thu hút được người nghe, giai điệu cần thay đổi trong quá trình thể hiện. Lúc lên bổng, lúc xuống trầm; lúc nhấn nhá, lúc thả giọng...

2.1.2. Ngôn từ

- Nên dùng từ đẹp, từ thanh nhã, dung dị.

Chẳng hạn như: Vui lòng, làm ơn, nên chăng, có thể, theo tôi nghĩ, rất tiếc...

Ví dụ: + Ông vui lòng cho xem hộ chiếu.

+ Nên chăng chúng ta cùng trao đổi thêm về việc này vào dịp khác.

- Tránh dùng những từ mạnh.

Chẳng hạn như: Xấu quá, kém cỏi thế, nhầm, yêu cầu, cần phải...

Ví dụ: + Ông hoàn toàn sai lầm.

+ Tôi yêu cầu bà cho biết số tài khoản.

+ Cô ấy có nước da xám xịt.

- Hạn chế tối đa dùng từ "không"

Ví dụ: + Em không thích món quà này.

+ Tôi không đồng ý với ý kiến của anh.

- Thể hiện sự tôn kính, lịch thiệp:

Để thể hiện sự tôn kính, lịch thiệp nên dùng những từ xưng hô, như: Thưa ông, thưa bà, thưa bác, thưa các anh, các chị... Vì con người ai cũng muốn được người khác tôn trọng.

- Tạo cảm giác hứng thú, hấp dẫn, lôi cuốn lòng người.

Nên dùng từ có biểu cảm, có hình ảnh, màu sắc, đôi khi pha thêm chút hài hước.

Ví dụ: Thành phố Hoa phượng đỏ, Cố đô Huế, đất nước Hoa Anh đào, xứ sở sương mù...

- Tăng sự chú ý và tạo được sức thuyết phục cao trong khi người nghe đang chán chừ, do dự.

Ví dụ dùng các từ: Tuy nhiên, chẳng hạn, song, tất nhiên, bởi vậy, chắc chắn, khẳng định...

Chú ý: Khi sử dụng ngôn từ cần chú ý tới hoàn cảnh, ngữ cảnh và đối tượng tham gia giao tiếp cụ thể để chọn loại ngôn từ gì, ở chừng mực nào cho thích hợp, chứ không nên lạm dụng chúng một cách thái quá.

Ngôn ngữ nói chứa đựng nhiều ý nghĩa sâu xa, sắc thái biểu cảm phong phú. Tuy nhiên, sử dụng chúng cũng rất phức tạp và đa dạng. Để sử dụng ngôn ngữ nói có hiệu quả chúng ta phải luôn quan tâm tới âm giọng, ngôn từ và phối hợp hài hoà, hợp lý giữa chúng để biểu đạt sắc thái, tình cảm của mình.

2.2. Ngôn ngữ viết

Thường được sử dụng trong các hoạt động giao tiếp mà ở đó đòi hỏi phải rõ ràng, cần lưu giữ hoặc không có điều kiện sử dụng ngôn ngữ nói và ngôn ngữ biểu cảm.

So với ngôn ngữ nói thì ngôn ngữ viết đòi hỏi cao hơn về ngữ pháp văn phạm so với ngôn ngữ nói. Viết phải rõ ràng, trong sáng, mạch lạc, phải cân nhắc từng từ, từng câu. Chỉ cần một sai sót nhỏ trong văn bản thì có thể làm lợi hay thiệt hại hàng triệu đồng hoặc kết quả nhận được sẽ bị biến dạng rất lớn (*Ví dụ: các hợp đồng kinh tế...*)

2.3. Ngôn ngữ biểu cảm

Ngôn ngữ biểu cảm còn gọi là ngôn ngữ không lời. Thông qua nét mặt, nụ cười, ánh mắt, cái bắt tay, dáng đi đứng, cách ngồi,... ngôn ngữ biểu cảm toát lên, bộc lộ ra toàn bộ thái độ, tình cảm của con người.

Ngôn ngữ biểu cảm đóng vai trò quan trọng làm tăng thêm giá trị của ngôn ngữ nói, thậm chí làm chức năng thay thế ngôn ngữ nói. Song để tiếp nhận nội dung thông tin do ngôn ngữ biểu cảm phát ra không phải dễ dàng gì nếu hai bên không có cùng bộ mã.

2.3.1. Ánh mắt, nét mặt, nụ cười

Ánh mắt

Ánh mắt được xem là cửa sổ của tâm hồn, ánh mắt phản ánh tâm trạng, những xúc cảm, tình cảm của con người như vui, buồn, tức giận, sợ hãi, lo lắng hay yên tâm. Ánh mắt cũng có thể cho ta biết mong muốn, ý nghĩ của người đối thoại, Ánh mắt không chỉ bộc lộ tâm hồn của con người mà còn là con đường chủ yếu mà qua đó các thông tin cảm tính từ môi trường bên ngoài là do mắt cung cấp. Vì vậy, trong giao tiếp nhất thiết chúng ta phải biết sử dụng mắt, biết giao tiếp bằng mắt. Nhưng sử dụng mắt như thế nào thì lại là một vấn đề không đơn giản, có cái nhìn làm bạn cảm thấy tự tin, thoải mái, gần gũi, nhưng cũng có cái nhìn làm bạn lo lắng, phân vân.

Để sử dụng mắt có hiệu quả, cần lưu ý một số điểm sau:

- Nhìn thẳng vào người đối thoại: cái nhìn phải tự nhiên, nhẹ nhàng, bao quát toàn bộ con người họ chứ không nhìn một điểm nào đó trên khuôn mặt.

- Không nhìn chăm chú vào người khác: chúng ta không nên nhìn chăm chú vào con người; chỉ nhìn chăm chú vào những gì không phải là con người (*nếu chúng ta đưa mắt nhìn chăm chú vào một người nào đó, thì người đó sẽ cảm thấy lo lắng, khó chịu, tựa như họ có một sai sót, một điểm gì đó không bình thường và đang bị người khác soi mói*).

- Không nhìn người khác với ánh mắt coi thường, giễu cợt hoặc không thèm để ý. Với những người có giáo dục, một trong những biểu hiện quan trọng của họ là có thể không chế được xúc cảm, tình cảm của mình, không dễ dàng để cho những xúc cảm của mình bộc lộ ra bên ngoài và ảnh hưởng đến những người xung quanh. Vì vậy, trước một con người hoặc sự việc mà chúng ta không

ưa thích, nếu chúng ta vội vàng nhìn họ bằng nửa con mắt thì điều đó chỉ chứng ta là con người hẹp hòi, không được giáo dục tốt.

- Không đảo mắt hoặc đưa mắt liếc nhìn một cách vụng trộm. Trong giao tiếp xã giao, đảo mắt, đưa mắt nhìn một cách vụng trộm thường được xem là những người không đường hoàng, thậm chí của kẻ xảo trá, thâm độc, kẻ gian hùng. Vì vậy khi đang trò chuyện với một người mà muốn di chuyển mắt nhìn sang một người khác hoặc một sự vật khác thì hãy làm điều đó một cách từ từ, nhẹ nhàng, không đảo mắt hoặc liếc nhanh một cách vụng trộm. Điều đó nói lên không chỉ sự quang minh chính đại mà cả sự tự tin của bạn nữa.

- Không nheo mắt hoặc nhắm cả hai mắt trước mặt người khác: trong các cách nhìn, nheo mắt (*nhắm một mắt*) hoặc nhắm cả hai mắt là một cách nhìn có nhiều ý nghĩa. Trước mặt những người không thật quen biết không nên làm như thế.

Nét mặt

Nét mặt thể hiện thái độ, cảm xúc của con người. Các nhà tâm lý học cho rằng nét mặt biểu lộ cảm xúc (*buồn, ngạc nhiên, sự hãi, tức giận và ghê tởm*). Những biểu cảm khác nhau qua nét mặt là do những sự kết hợp khác nhau về vị trí của mắt, môi, mí mắt và lông mày. Nét mặt còn cho ta biết ít nhiều về cá tính con người. Người vô tư, lạc quan, yêu đời thì nét mặt thường vui vẻ; người vất vả lo nghĩ nhiều thì vẻ mặt thường căng thẳng, trầm tư...Người xưa nói "nhìn mặt mà bắt hình dong" cũng là vì vậy.

Nụ cười

Nụ cười là một phương tiện giao tiếp quan trọng chứa đựng nhiều nội dung phong phú, nụ cười không chỉ biểu hiện thái độ, tình cảm của con người mà cả những nét tính cách nhất định của họ nữa. Khi chúng ta tươi cười với người khác, đó là chúng ta "nói" với họ rằng: tôi rất mừng vì được gặp anh, tôi sẵn sàng tiếp chuyện anh, anh là người được hoan nghênh ở đây.

Như vậy, nụ cười biểu hiện thái độ tích cực của chúng ta, là "lời" mời chào hữu hiệu nhất, nó có thể giải tỏa cả những ý tưởng đối địch ở người khác. Trong giao tiếp, có lẽ không có gì đỡ bằng một bộ mặt cau có, lầm lì, lạnh lùng không biết mỉm cười.

Người Trung Quốc nói rằng " Ai không biết mỉm cười thì đừng nên mở tiệm".

Trong cuốn "Đắc nhân tâm" tác giả Dale Carnegie chỉ ra những lợi ích sau đây của nụ cười:

- + Nụ cười chẳng tốn hao gì mà lợi thật nhiều;
- + Nụ cười không làm nghèo người phát nó, nhưng làm giàu người nhận nó;
- + Nụ cười chỉ có trong khoảnh khắc, nhưng có khi làm ta nhớ suốt đời;
- + Kẻ phú quý đến bậc nào mà không có nó thì cũng vẫn còn nghèo, còn kẻ nghèo hèn đến đâu mà sẵn sàng có nó thì vẫn còn cái vốn vô tận;