

BÀI 4

MỘT SỐ VẤN ĐỀ KHÁI QUÁT VỀ HOẠT ĐỘNG GIAO TIẾP

Mã bài: MĐ08-04

Giới thiệu:

Giao tiếp là nhu cầu không thể thiếu và luôn gắn chặt với hoạt động của con người. Thông qua hoạt động giao tiếp, con người có thể hoàn thiện và phát triển bản thân, từ đó phát triển xã hội.

Bài học này giới thiệu đến người học những vấn đề cơ bản về hoạt động giao tiếp, thông qua đó người học hiểu biết được bản chất của giao tiếp, cách thức sử dụng những ngôn ngữ trong giao tiếp... giúp người học vận dụng những kiến thức, rèn luyện những kỹ năng cơ bản phục vụ cho công việc và cuộc sống.

Mục tiêu:

- Nhận biết, thông hiểu và trình bày được những kiến thức cơ bản về hoạt động giao tiếp: Bản chất của giao tiếp, một số đặc điểm cơ bản của tâm lý con người trong giao tiếp, những trở ngại trong quá trình giao tiếp, phương pháp khắc phục những trở ngại trong quá trình giao tiếp.

- Vận dụng hợp lý các kỹ năng nói, viết và biểu cảm trong quá trình giao tiếp nói chung và giao tiếp với khách du lịch nói riêng.

- Tích cực, chủ động, hợp tác 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.
- Liệt kê được các loại hình giao tiếp
- Giải thích được mục đích của giao tiếp.
- Chỉ ra được các vai trong giao tiếp
- Trình bày được các yếu tố của quá trình giao tiếp
- Trình bày được các kỹ năng sử dụng ngôn ngữ trong 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.
- Vận dụng các kiến thức về trên trong quá trình sử dụng các ngôn ngữ trong giao tiếp để đạt được hiệu quả cao.
- Nghiêm túc, có tinh thần phối hợp trong học tập, tôn trọng mọi người trong giao tiếp.

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.

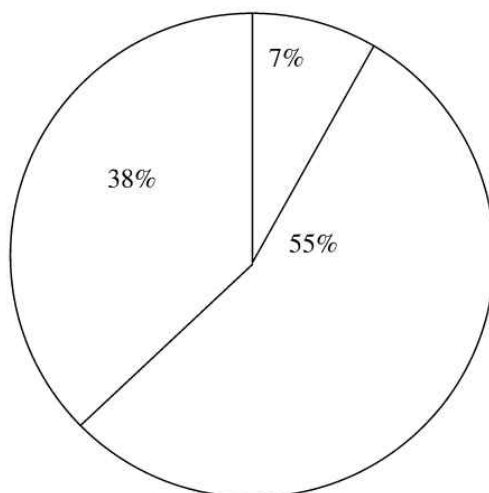
Việc truyền và nhận thông tin giữa các chủ thể được thực hiện bởi nhiều phương tiện hay công cụ khác như: nói, viết, cử chỉ, hành động, tác phong, cách ăn, mặc, sơ đồ, biểu bảng, âm thanh, màu sắc...

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 4.1. 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.

- 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.

1.2. Các loại hình giao tiếp

1.2.1. 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; ...

1.2.2. Phân loại giao tiếp theo quy cách giao tiếp

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

Ví dụ: Hội họp, mít tinh, đàm phán

- *Giao tiếp 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...

1.2.3. Phân loại giao tiếp theo vị thế:

- *Giao tiếp ở thể mạnh*.

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

- *Giao tiếp ở thể cân bằng*.

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

- *Giao tiếp ở thể yếu*.

Ví dụ: Nhân viên (thể yếu) giao tiếp với thủ trưởng.

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

- *Giao tiếp giữa hai cá nhân*.

Ví dụ: Hai người bạn trò chuyện với nhau.

- *Giao tiếp giữa cá nhân với nhóm*.

Ví dụ: Giáo viên giảng bài trên lớp.

- *Giao tiếp giữa các cá nhân trong nhóm.*

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

- *Giao tiếp giữa các nhóm.*

1.3. Mục đích 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.

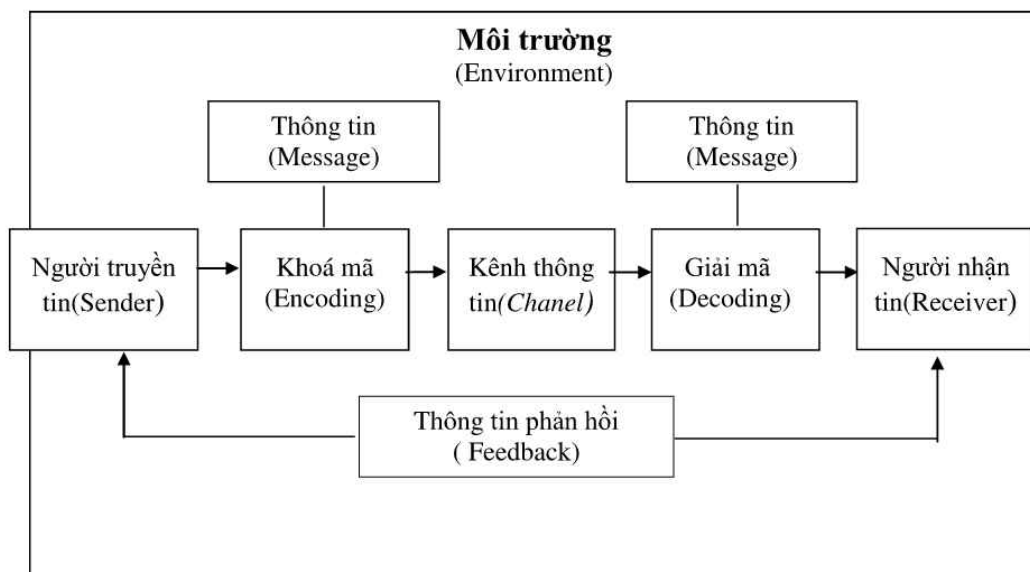
Giao tiếp để động viên thuyết phục nhau hướng về một mục đích, một nhận thức, một thoả thuận chung.

Giao tiếp để tạo sự tin 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.

1.4. 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 4.1: 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.

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

1.5. Các vai xã hội 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.

1.6. Kỹ năng sử dụng ngôn ngữ trong giao tiếp

Ngôn ngữ là quá trình con người sử dụng một thứ tiếng nào đó để giao tiếp và tư duy.

1.6.1. Ngôn ngữ nói

- 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...

- 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, nhằm, 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.

1.6.2. 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...)

1.6.3. 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.

1.6.3.1. 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 cảm xúc, tình cảm của mình, không dễ dàng để cho những cảm xúc 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, sợ 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 toả 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;
- + Nụ cười gây hạnh phúc trong gia đình, nó là dấu hiệu của tình bạn bè;
- + Nó bồi dưỡng kẻ mệt nhọc, nó là hình ảnh bình minh cho kẻ ngã lòng, là nắng xuân cho kẻ buồn rầu và là thuốc màu nhiệm của tạo hoá để chữa lo âu;
- + Nụ cười không thể mua được, không thể xin được, không mượn được, mà cũng không thể ăn cắp được. Nếu như ta khư khư giữ nó thì nó chẳng có giá trị gì, nhưng nếu ta dùng nó một cách rộng rãi thì giá trị vô cùng.

Tuy nhiên, có nhiều nụ cười khác nhau và không phải nụ cười nào cũng tốt. Nụ cười phải tự nhiên, chân thành thì mới có hiệu quả. Trong các kiểu cười, mỉm cười có lẽ là kiểu cười tốt nhất phù hợp với nhiều tình huống giao tiếp. Cần tránh những kiểu cười như: cười hô hố, cười ha hả, cười ré lên ở nơi công cộng, cười nhạt, cười lảng lơ, cười hàm hồ, cười vô nghĩa.

1.6.3.2. Trang phục, trang điểm và trang sức

Trang phục

Việc chúng ta ăn mặc như thế nào trong giao tiếp không những thể hiện khiếu thẩm mỹ, văn hoá giao tiếp của chúng ta mà còn thể hiện thái độ của chúng ta đối với người khác và đối với công việc.

Quần áo có nhiều chủng loại, nhiều kiểu dáng, màu sắc, có thể nói là muôn màu, muôn vẻ, có thể tùy theo từng trường hợp, tùy theo mùa, tùy theo sở thích cá nhân, đặc điểm của địa phương và dân tộc để chọn cách ăn mặc cho phù hợp. Trong những trường hợp long trọng, nghiêm trang, nghi lễ chính thức thì lễ

phục phù hợp hơn; còn trong những trường hợp thông thường thì mặc thường phục.

Tuy nhiên trong bất kỳ trường hợp nào ăn mặc đều phải sạch sẽ, chỉnh tề, phù hợp với khổ người, màu da, khuôn mặt, không chỉ về kích thước mà còn về màu sắc hoa văn và kiểu dáng.

Trang điểm và trang sức

Không nên đeo quá nhiều trang sức vì như thế dễ gây ấn tượng nặng nề, khoe của. Khi tiếp khách, đi làm, nữ giới nên trang điểm nhẹ nhàng không nên trang điểm đậm và loè loẹt quá dễ bị đánh giá là ăn chơi, thiếu nghiêm túc.

1.6.3.3. Tư thế, động tác

Tư thế đi

Tư thế đi đẹp là nhanh và nhẹ nhàng, đầu ngẩng cao, ngực hơi ưỡn về phía trước một chút. Tư thế đi như vậy không những chứng tỏ đó là con người tự tin, năng động, giàu nghị lực, đang hướng đến những công việc quan trọng, mà còn góp phần tạo nên những phẩm chất đó.

Có người đi nhanh nhưng đầu lại cúi xuống nghia là lằm lũi đi, đó là tư thế đi của những con người tất bật, vất vả, không biết nhìn xa trông rộng.

Có người dò dẫm đi từng bước ngắn, đó là con người hay nghi ngại, thiếu tự tin.

Có người chậm rãi, ung dung thư thái thả chân từng bước một đó là người nhàn rồi, không có việc gì quan trọng để giải quyết.

Khi đi nếu bạn xách cặp thì hãy dùng tay trái, để tay phải luôn sẵn sàng chìa ra khi cần (bắt tay người khác, cầm, nắm, đỡ...).

Tư thế đứng

Tư thế đứng đẹp là tư thế đứng thẳng người, ngẩng cao đầu, vai không nhô ra phía trước, ngực thẳng, hai tay buông xuôi tự nhiên, lòng bàn tay hướng vào trong, ngón tay giữa hơi chạm vào quần; nhìn một bên, từ mép tai cho đến mắt cá chân phải là một đường thẳng => Tư thế đứng như vậy sẽ làm cho người khác cảm thấy chúng ta là một con người đường hoàng, tự tin và phóng khoáng; không đứng dút tay túi quần, không chấp tay ra sau lưng hoặc khoanh tay, vì đó là dấu hiệu của sự thiếu cởi mở, sự tự mãn.

Tư thế ngồi

Khi ngồi phải có tư thế đứng đắn, thoải mái, tự nhiên, thanh thản. Trong những quan hệ giao tiếp chính thức, dù là ngồi trên ghế đệm hay ghế thường, tốt nhất không nên ngồi choán hết chỗ, không nghiêng về một bên, lưng và đầu phải thẳng để tỏ ra bạn là một người có tinh thần cao và đang sẵn sàng tiếp chuyện, tuy nhiên đừng để người đối thoại cảm thấy tư thế của bạn là cứng nhắc. Nếu ngồi lâu, cảm thấy mệt, bạn có thể tựa lưng, nhưng không được duỗi chân ra theo kiểu nửa nằm nửa ngồi.

Khi ngồi, tay để lên tay vịn của ghế hoặc lên đùi, hoặc lên bàn nếu có bàn ở phía trước; hai chân nên khép lại hoặc chỉ để hở một chút, nam giới có thể bắt chéo chân nhưng không ghềch chân quá cao, không rung chân; nữ giới có thể gác bàn chân lên nhau nhưng không được duỗi thẳng chân ra phía trước. Trước khi ngồi, phải kiểm tra xem ghế có bị bẩn không. Khi bắt đầu ngồi xuống, cần phải nhẹ nhàng, chắc chắn. Nếu nữ giới mặc váy hay áo dài lưu ý đừng để váy, áo bị gấp hoặc bị nhàu.

Nếu đối diện là một người lớn tuổi, nên chọn chỗ ngồi thấp hơn một chút, tư thế ngồi không nên quá thoải mái, không nên bắt chéo chân

=> Như vậy, tư thế đi, đứng, ngồi của một người không chỉ đơn thuần là vẻ đẹp bề ngoài mà còn biểu hiện thái độ và những nét tính cách nhất định của người đó.

Động tác

Động tác cũng là một loại ngôn ngữ không có âm thanh trong giao tiếp, nó bao gồm các cử chỉ bằng đầu như gật đầu, lắc đầu; các cử chỉ bằng tay như đưa tay ra để minh họa khi nói, vẫy tay, chỉ trỏ và một số cử chỉ khác... Tuy nhiên động tác của chúng ta phải hợp lý, tự nhiên và cần tránh những động tác dưới đây:

- + Đưa ngón tay ra chỉ chỉ, trỏ trỏ, đặc biệt là chỉ vào mặt người khác;
- + Gác đầu gối và chĩa mũi chân vào phía người đối thoại;
- + Ngáp, vươn vai;
- + Cắn móng tay, ngoáy tai;
- + Dẫm chân, rung đùi hoặc dùng ngón tay gõ xuống bàn;
- + Xem đồng hồ;
- + Vắt tay sau cổ;
- + Khoanh tay trước ngực;
- + Bỏ tay vào túi quần;
- + Huýt sáo;
- + Dụi mắt, gãi đầu;
- + Nhả khói thuốc vào người khác;
- + Khi nói hếch hếch cằm để chỉ người đối thoại.

=> Các động tác trên đều thể hiện thái độ thiếu tôn trọng người đối thoại và văn hoá giao tiếp thấp kém.

1.6.3.4. Khoảng cách, vị trí

Khoảng cách

Theo nhiều nhà giao tiếp học (*Erdward Hall, Allan Pease...*) sự tiếp xúc giữa con người diễn ra trong bốn vùng khoảng cách sau đây:

+ Khoảng cách công cộng ($> 3,5m$)

Ví dụ: Khi bạn nói chuyện tại cuộc mít tinh, diễn thuyết trước công chúng thì khoảng cách thuận lợi nhất từ nơi bạn đứng đến dãy bàn đầu tiên dành cho người nghe là 3,5m.

+ Khoảng cách xã hội (*từ khoảng 1,2m-3,5m*)

Đây là vùng khoảng cách thường được chúng ta duy trì khi tiếp xúc với những người xa lạ. Ví dụ: khi chúng ta hỏi đường, hỏi giờ...

+ Khoảng cách cá nhân ($0,45m - 1,2m$)

Khoảng cách này thường được sử dụng khi cùng tham dự bữa tiệc, khi giao tiếp ở cơ quan hay khi gặp mặt bạn bè.

+ Khoảng cách thân mật ($0m - 0,45m$)

Đây là khoảng trời riêng của mỗi con người. Chỉ những ai thật gần gũi, thân thiết, chiếm được thiện cảm của chủ nhân mới được bước vào.

Ví dụ: cha mẹ, vợ chồng, con cái, anh em, bạn bè thân, người yêu

Vị trí

Sự sắp đặt bàn và chỗ ngồi trong giao tiếp cũng phản ánh mối quan hệ giữa những người giao tiếp với nhau. Sau đây là một số vị trí phổ biến trong trường hợp một bàn và hai người.

+ ***Vị trí góc***

Phù hợp với những câu chuyện tế nhị và lịch sự, nó cho phép hai người có thể nhìn vào nhau và cũng có thể không nhìn vào nhau nếu muốn. Góc bàn có tác dụng như một chướng ngại vật cho mỗi bên, làm cho mỗi bên cảm thấy yên tâm, tự tin, thoải mái hơn không dè dặt khi nói chuyện.

+ ***Vị trí hợp tác***

Vị trí hợp tác 1: hai người ngồi bên cạnh nhau và cùng quay về một hướng, nó không cho phép họ quan sát tất cả các dấu hiệu phi ngôn ngữ của nhau. Cách ngồi này cho thấy họ đã đặt niềm tin vào nhau, ý kiến của họ đã tương đối thống nhất. Đây là vị trí thường gặp khi đại diện của hai phái đoàn họp báo sau đàm phán thành công.

Vị trí hợp tác 2: hai người ngồi đối diện nhau, bàn chỉ có tác dụng như chỗ để giấy tờ, cách ngồi này cho thấy ý kiến giữa hai người cơ bản là thống nhất và họ rất thẳng thắn với nhau.

+ ***Vị trí cạnh tranh***

Hai người ngồi đối diện nhau, giữa họ là cái bàn có tác dụng như một chướng ngại phòng thủ, vị trí này thường gặp khi hai người có vấn đề cần tranh luận, khi cần nói chuyện thẳng thắn với nhau. Ví dụ: khi người lãnh đạo phê bình, khiển trách cấp dưới.

+ ***Vị trí độc lập***

Cách sắp xếp này không phải để đối thoại. Khi một người chọn cách ngồi này có nghĩa là người đó không muốn bắt chuyện, không muốn bị quấy rầy. Ví dụ: trong thư viện, hay trong cửa hàng ăn uống giữa những người không quen biết.

2. Một số đặc điểm cơ bản của tâm lý con người trong giao tiếp

Mục tiêu:

- Xác định được một số đặc điểm tâm lý cơ bản của con người trong giao tiếp.
- Vận dụng những kiến thức về đặc điểm tâm lý con người trong giao tiếp để có các phương pháp ứng xử phù hợp.
- Có thái độ đúng đắn trong việc tôn trọng các đặc điểm tâm lý của con người trong giao tiếp.
- Tích cực rèn luyện để trở thành người phục vụ có kỹ năng giao tiếp với khách hàng.

2.1. Thích được giao tiếp với người khác.

Giao tiếp với người khác là nhu cầu không thể thiếu được và là bản chất của mỗi con người. Biết cách làm cho người khác thoải mái nhu cầu giao tiếp bằng cách tìm được những gì họ thích, làm những cái họ muốn là bí quyết đầu tiên trong phép xử thế.

2.2. Thích được người khác khen và quan tâm đến mình.

Sự quan tâm khen ngợi người khác chỉ có giá trị khi nó được diễn ra đúng mức, đúng chỗ, đúng hoàn cảnh và nó phải thực sự được phát ra từ một tấm lòng tốt, chân thực, không mang mục đích để lợi dụng hay xu nịnh.

2.3. Con người ai cũng thích đẹp.

Làm đẹp cho bản thân, cho những người xung quanh, cho cả cộng đồng xã hội là mục tiêu phấn đấu, là niềm hạnh phúc của mỗi người. Nó không những là quyền mà còn là trách nhiệm của mọi người.

Cái đẹp là động lực, là mục tiêu cho nhân loại tự vươn lên để hoàn mỹ hơn, thánh thiện hơn, đáng yêu hơn.

2.4. Thích tò mò, thích điều mới lạ, thích những cái mà mình không có, có một rồi lại muốn có hai.

Con người luôn muốn tìm tòi, khám phá những điều mới lạ, không khi nào hài lòng với những cái đã có và lặp lại nó một cách nhàm chán, tẻ nhạt.

Chúng ta cần hiểu điều này để lôi cuốn thuyết phục tạo ra hiệu quả trong hoạt động giao tiếp, tạo ra “lực hấp dẫn” với mọi người xung quanh.

2.5. Con người luôn sống bằng biểu tượng và yêu thích kỷ niệm.

Con người thường tặng (*kỷ niệm*) cho nhau một vật gì đó trước khi tạm xa nhau hay khi gặp lại chính vì mọi người muốn gắn với nhau bằng biểu tượng,

bằng kỷ niệm. Nhờ những kỷ niệm và biểu tượng đẹp mà con người có thể chia sẻ, hoà đồng và gắn kết bên nhau.

Trong giao tiếp nên tạo cho nhau, để lại cho nhau những kỷ niệm đẹp vì chính nó là sợi dây vô hình thắt chặt quan hệ giữa chúng ta.

2.6. Con người luôn đặt niềm tin, hy vọng vào những điều mình theo đuổi.

Bất kỳ một việc làm dù to hay nhỏ, dù trước mắt hay lâu dài, con người phải luôn xây dựng được niềm tin và hy vọng vào kết quả tốt đẹp sẽ đến. Chỉ có như vậy họ mới có đủ sức mạnh và nhiệt huyết để phấn đấu theo đuổi thực hiện nó bằng được.

“ Không gì tàn phá sức khoẻ của bạn bằng sự đánh mất niềm tin, không hy vọng vào cuộc sống tương lai”.

2.7. Con người luôn tự mâu thuẫn với chính mình.

Tự mâu thuẫn với chính mình vốn là tâm lý thường thấy ở mỗi con người. Chúng ta ai không hiểu điều này thì không thể thấu hiểu tâm lý người khác được.

Trong quan hệ tiếp xúc, cần hết sức chú ý đặc điểm tâm lý này để suy luận, phán đoán. Nếu chỉ thông qua biểu hiện ban đầu đã đưa ra nhận xét dễ dẫn đến sai lầm hỏng việc

2.8. Con người thích tự khẳng định, thích được người khác đánh giá về mình, thích tranh đua.

Dù là người bình thường đến đâu, mỗi người cũng muốn mọi người phải thừa nhận mình, đánh giá đúng mức về mình. Ai cũng muốn mình không phải là người thừa, thậm chí là người quan trọng, người có giá trị.

Do vậy, nếu muốn thành công trong việc gây thiện cảm, kích thích tính tích cực ở mọi người, xin bạn đừng bao giờ chạm đến lòng tự ái của họ. Đừng bao giờ để người khác nhận thấy ở bên bạn họ là người thừa. Đừng bao giờ tỏ ra ghen tị khi người khác hơn mình. Luôn muốn hơn người khác, đó không phải là người xấu, nếu muốn vươn lên bằng chính khả năng, sức lực của chính bản thân.

3. Những trở ngại trong quá trình giao tiếp

Mục tiêu:

- Xác định được những trở ngại trong quá trình giao tiếp.
- Vận dụng những kiến thức trên trong quá trình giao tiếp nhằm hạn chế tối đa những trở ngại để đạt được hiệu quả cao khi giao tiếp.
- Tự tin, chủ động khắc phục những khó khăn trở ngại trong quá trình giao tiếp.

3.1. Yếu tố gây nhiễu

Trong giao tiếp thông thường, yếu tố gây nhiễu thường là tiếng ồn, nhiệt độ ánh sáng do sai sót về việc in ấn, thiết bị truyền tin, truyền hình bị trục trặc kỹ thuật.

Yếu tố gây nhiễu làm cho hoạt động truyền và nhận tin thiếu tập trung, gián đoạn và không chính xác.

3.2. Thiếu thông tin phản hồi

Nếu người truyền tin không nhận được thông tin phản hồi từ người nghe thì sẽ không hiểu được rằng thông tin đến với người nhận có được chuẩn xác hay không.

- Thông tin bằng chữ viết hoặc bằng lời nói gián tiếp qua đài, tivi ít có điều kiện phản hồi ngay lập tức.

- Thông tin bằng ngôn ngữ nói trực tiếp rất dễ có điều kiện truyền và nhận thông tin phản hồi.

- Thông tin qua điện thoại cũng có khả năng phản hồi nhanh nhưng chỉ qua lời nói, không qua biểu cảm được.

3.3. Nhận thức khác nhau qua các giác quan

Quá trình nhận biết, tiếp thu thông tin được thực hiện bởi năm giác quan. Mỗi giác quan có tầm quan trọng khác nhau trong giao tiếp:

- Thị giác: 66%
- Thính giác: 22%
- Khứu giác: 7%
- Cảm giác: 3%
- Vị giác: 2%

3.4. Suy xét, đánh giá giá trị nội dung

Hầu hết các thông tin mới nhận được chỉ là suy đoán, ý tưởng chưa có gì chắc chắn. Do vậy dễ đi đến hiểu lầm và bất đồng ý kiến khi chúng ta đưa ra suy luận nội dung, không đúng với thực tế. Suy luận là cần thiết giúp con người nhìn nhận thế giới bên ngoài. Song nó phải được dựa trên cơ sở thông tin chính xác, hoàn chỉnh. Không nên suy xét, đánh giá giá trị sự vật hiện tượng một cách nội dung dù sự vật đó là giản đơn.

3.5. Sử dụng từ đa nghĩa nhiều ẩn ý

Trong giao tiếp, ta thường thông qua từ ngữ để truyền tải thông tin. Tiếc thay từ ngữ dễ dẫn đến sự hiểu lầm nếu chúng ta sử dụng từ không chuẩn xác, hoặc dùng từ đa nghĩa nhiều ẩn ý và mang tính trừu tượng.

Đôi khi có những từ ẩn nghĩa nhiều hơn thực nghĩa, nói như thế này nhưng hàm chứa một ý nghĩ khác.

3.6. Không thống nhất, hợp lý giữa giao tiếp bằng từ ngữ và cử chỉ điệu bộ

Hoạt động giao tiếp luôn được diễn ra thông qua ngôn ngữ nói, viết và ngôn ngữ cử chỉ, điệu bộ. Hai phương tiện (*từ ngữ và không từ ngữ*) luôn bổ trợ làm tăng thêm giá trị cho nhau, tạo điều kiện cho hoạt động giao tiếp có hiệu quả. Song rất dễ đi đến khó hiểu, hiểu lầm, hiểu không chính xác, nếu hoạt động của hai phương tiện đó thể hiện không hợp với nhau.

3.7. Chọn kênh thông tin không hợp lý

Kênh truyền tin hay cách thức truyền tin có một thể mạnh riêng của nó. Tuỳ theo nội dung thông tin, điều kiện cụ thể thời điểm giao tiếp mà lựa chọn cách thức truyền đạt thông tin khác nhau. Nếu lựa chọn kênh thông tin không hợp lý sẽ cản trở rất lớn đến hiệu quả giao tiếp.

3.8. Thiếu lòng tin

Nếu hai bên không có sự tin tưởng lẫn nhau thì hoạt động giao tiếp rất hạn chế, trao đổi sẽ không hết hoặc không chính xác nội dung thông tin. Mặt khác người nhận thông tin cũng rất dè dặt, cảnh giác với những thông tin nhận được. Và như vậy, hoạt động giao tiếp không mang lại hiệu quả mong đợi.

3.9. Trạng thái cảm xúc mạnh khi giao tiếp

Trong giao tiếp, những phản xạ thuộc tình cảm như tức giận, yêu thương, do dự, căm giận, sợ hãi, bối rối thường hạn chế rất nhiều đến việc truyền đạt và tiếp nhận thông tin. Hơn thế, những cảm xúc mạnh thường gây ra tình trạng méo mó, sai lệch nội dung thông tin và dễ dẫn đến sự hiểu lầm đáng tiếc.

3.10. Thiếu quan tâm, hứng thú

Một đề tài nào đó được đưa ra, nhưng có người quan tâm, có người không quan tâm dễ gây mất hứng thú cho cả hai phía. Phải hết sức tránh không để tình trạng này xảy ra trong quá trình giao tiếp.

3.11. Khó khăn trong việc diễn đạt

Khía cạnh này có thể là khó khăn trong việc phát âm (*giọng không chuẩn*) hoặc do diễn đạt lộn xộn, tối nghĩa, bố cục thiếu logic, không tập trung, dùng từ không chuẩn xác. Từ đó người nghe không tiếp thu nổi. Hiệu quả giao tiếp sẽ bị hạn chế.

4. Phương pháp khắc phục những trở ngại trong quá trình giao tiếp

Mục tiêu:

- Trình bày được những phương pháp khắc phục những trở ngại trong quá trình giao tiếp.
- Tích cực vận dụng những phương pháp hạn chế trở ngại để đạt hiệu quả cao trong giao tiếp.

4.1. Hạn chế tối đa yếu tố gây nhiễu

Yếu tố gây nhiễu làm ảnh hưởng rất nhiều đến hiệu quả giao tiếp. Để khắc phục tình trạng này cần có sự nghiên cứu và chuẩn bị chu đáo về các mặt như địa điểm, thời điểm, phương tiện và cách thức truyền đạt.

4.2. Sử dụng thông tin phản hồi

Để hoạt động giao tiếp có hiệu quả, người nói phải hết sức chú ý để tiếp nhận thông tin phản hồi.

Người nghe phải sử dụng nhiều cách thức khác nhau lời nói, chú ý lắng nghe, ghi chép, nét mặt, ánh mắt để người truyền tin nhận biết được kết quả truyền tin của mình mà kịp thời điều chỉnh (*nhANH, chậm, to, nhỏ, nhấn mạnh, đi sâu hay lướt qua...*).

4.3. Xác lập mục tiêu chung

Mục tiêu là cái đích để hướng tới, phải phấn đấu để đạt cho bằng được. Xác định mục tiêu đúng mới có thể có hành động đúng.

Nếu một hành động nào đó mà không có mục tiêu thì sẽ không thể có kết quả, dễ dẫn đến lan man, trật hướng. Để giao tiếp có hiệu quả trước hết phải xác lập được mục tiêu của cuộc tiếp xúc đó là gì, từ đó xây dựng nội dung nhằm hướng tới mục tiêu đó.

4.4. Suy xét thận trọng, đánh giá khách quan

Từ nhận thức tư duy đến thể hiện quan điểm là cả một quá trình tổng hợp hết sức phức tạp, đòi hỏi phải suy xét thận trọng và đánh giá khách quan. Quan điểm, quan niệm thường mang tính chủ quan, chủ quan thường dẫn đến thiếu chính xác. Vì vậy, để có một đánh giá đúng phải suy xét kỹ lưỡng, xử lý nhiều thông tin, sau đó mới có thể đưa ra một kết luận xác đáng được.

4.5. Sử dụng ngôn từ hợp lý

Ngôn ngữ là cái cầu nối liền và làm giao hoà hai luồng nhận thức. Song giữa người nói và người nghe không có chung một ngôn ngữ thì không bao giờ thực hiện được sự giao hoà. Người nói muốn cho người nghe nhận thức đúng và đầy đủ về thông tin phát ra phải biết lựa chọn và sử dụng ngôn ngữ của người nghe bằng cách trực tiếp hay gián tiếp qua phiên dịch.

Mặt khác, tìm hiểu kỹ đối tượng giao tiếp về mọi mặt : trình độ, lĩnh vực chuyên môn, nghiệp vụ, những vấn đề họ quan tâm để lựa chọn phong cách, đề tài, thuật ngữ giao tiếp.

4.6. Học cách tiếp xúc và thể hiện động tác, phong cách cử chỉ hợp lý

Tuỳ theo các vai xã hội trong giao tiếp mà có cách tiếp xúc khác nhau. Trong điều kiện thông thường, ngôn ngữ lời nói và cử chỉ động tác đều được sử dụng một lúc nhằm hỗ trợ lẫn nhau làm tăng hiệu quả của việc truyền và nhận tin.

Nếu tác phong, động tác được sử dụng không phù hợp với nội dung thông tin thì có tác dụng ngược lại. Để khắc phục tình trạng đó, chúng ta phải luôn ở trạng thái độc lập, làm chủ thông tin.

4.7. Lựa chọn thời điểm và kênh truyền tin hợp lý