

LỜI GIỚI THIỆU

Giao tiếp là quá trình trao đổi thông tin, vì vậy kỹ năng này là một trong những “kỹ năng mềm” vô cùng quan trọng với con người trong đời sống hàng ngày cũng như trong công việc. Muốn có kỹ năng giao tiếp tốt, ngoài việc hiểu rõ các lý thuyết cơ bản và bản chất quá trình giao tiếp, người học còn phải vận dụng, trải nghiệm thực tế, quan sát, tự rút ra các bài học cho chính mình. Kỹ năng giao tiếp do đó được nhiều tác giả viết phục vụ cho các đối tượng làm việc trong kinh doanh, hành chính, nhóm công tác xã hội, xã giao, làm việc với cộng đồng...

Trong quá trình biên soạn không tránh khỏi những khiếm khuyết, rất mong được sự góp ý của học sinh và sự chỉ giáo của người đọc.

Xin trân trọng giới thiệu cùng các học sinh và bạn đọc.

Nhóm tác giả

Tailieu.vn

Mục lục

TaiLieu.vn

CHƯƠNG 1 KHÁI QUÁT VỀ GIAO TIẾP

Mục tiêu:

- Nắm vững một số kiến thức cơ bản về khái niệm giao tiếp.
- Vận dụng kiến thức để học tập các chương tiếp theo.
- Nhận thức được tầm quan trọng của vấn đề giao tiếp trong cuộc sống.

Nội dung:

1.1. Khái niệm về giao tiếp

Giao tiếp xã hội là quá trình phát và nhận thông tin giữa các cá nhân. Quá trình giao tiếp diễn ra có hiệu quả hay không là do người phát và người nhận thông tin có có chung hệ thống mã hoá và giải mã hay không. Những khác biệt về ngôn ngữ, về quan điểm, về định hướng giá trị khiến cho quá trình giao tiếp bị ách tắc, hiểu lầm gây mâu thuẫn giữa các bên.

1.2. Tầm quan trọng của giao tiếp

Giao tiếp là cách thức để cá nhân kiên kết và hoà nhập với nhóm, với xã hội. Thông qua giao tiếp ngôn ngữ và phi ngôn ngữ con người trao đổi thông tin cho nhau, hiểu được nhau, để hành động và ứng xử phù hợp với hoàn cảnh và những chuẩn mực do xã hội qui định.

Trong giao tiếp người ta cần làm thế nào để cảm nhận, hiểu được hành vi, ý nghĩ của người có quan hệ giao tiếp, của người cùng hoạt động với mình, đánh giá được thái độ, quan điểm, mục đích của người giao tiếp để đưa ra các hành động giao tiếp hiệu quả, được xã hội chấp nhận.

Người Việt Nam rất coi trọng giao tiếp, thể hiện như sau:

Sự giao tiếp tạo ra quan hệ: *Dao năng liếc thì sắc, người năng chào thì quen.*

Sự giao tiếp củng cố tình thân : *áo năng may năng mới, người năng tới năng thân.*

Năng lực giao tiếp được người Việt Nam xem là tiêu chuẩn hàng đầu để đánh giá con người : *Vàng thì thử lửa, thử than - Chuông kêu thử tiếng, người ngoan thử lời.*

1.3. Các yếu tố cấu thành của hoạt động giao tiếp

Trong quá trình giao tiếp xã hội không có sự phân cực giữa bên phát và bên nhận thông tin, cả hai đều là chủ thể tích cực, luôn đổi vai cho nhau. Các chủ thể giao tiếp là những nhân cách đã được xã hội hoá, do vậy các hệ thống tín hiệu thông tin được họ sử dụng chịu sự chi phối của các qui tắc chuẩn mực xã hội trong một khung cảnh văn hoá xã hội thống nhất. Đồng thời, mỗi cá nhân là một bản sắc tâm lý với những khả năng sinh học và mức độ trưởng thành về mặt xã hội khác nhau. Như vậy, giao tiếp có một cấu trúc kép, nghĩa là giao tiếp chịu sự chi phối của động cơ, mục đích và điều kiện giao tiếp của cả hai bên có thể mô tả như sau:

Cấu trúc kép trong giao tiếp

Động cơ của S1 ---> Hoạt động giao tiếp <--- Động cơ của S2 Mục đích của S1 ---> Hành động giao tiếp <--- Mục đích của S2 Điều kiện của S1 ---> Thao tác giao tiếp <--- Điều kiện của S2

Trong quá trình giao tiếp hai người luôn tự nhận thức về mình, đồng thời họ cũng nhận xét, đánh giá về phía bên kia. Hai bên luôn tác động và ảnh hưởng lẫn nhau trong giao tiếp và có thể mô hình hoá như sau:

Khi A và B giao tiếp với nhau, A nói chuyện với tư cách A' hướng đến B'', B nói chuyện với tư cách B' hướng đến A''; trong khi đó, A và B đều không biết có sự khác nhau giữa A', B', A'', B'' với hiện thực khách quan của A và B; A và B không hề biết về A'', B'' hay nói cách khác là không hay biết về sự đánh giá nhận xét của bên kia về mình. Hiệu quả của giao tiếp sẽ đạt được tối đa trong điều kiện có sự khác biệt ít nhất giữa A-A'-A'' và B-B'-B''.

1.4. Nguyên nhân của giao tiếp thất bại

Như đã trình bày ở các phần trên, quá trình giao tiếp diễn ra có hiệu quả hay không là do người phát và người nhận thông tin có có chung hệ thống mã hoá và giải mã hay không. Những khác biệt về ngôn ngữ, về quan điểm, về định hướng giá trị khiến cho quá trình giao tiếp bị ách tắc, hiểu lầm gây mâu thuẫn giữa các bên.

Nhận thức của các bên tham gia giao tiếp là yếu tố gây ảnh hưởng trực tiếp và mạnh nhất đến hoạt động giao tiếp.

Trạng thái cảm xúc của người giao tiếp, niềm tin và quan điểm sống của người tham gia giao tiếp sẽ quyết định thông tin nào được chọn lọc tiếp nhận hoặc bị bóp méo.

Bối cảnh xảy ra giao tiếp cũng gây ảnh hưởng mạnh đến quá trình giao tiếp, những sóng nhiễu như tiếng ồn, sự bàn tán của số đông, thời tiết, khí hậu ... đều ít nhiều có gây ảnh hưởng đến giao tiếp.

CÂU HỎI ÔN TẬP

Câu 1: Giao tiếp có vai trò quan trọng như thế nào trong đời sống của chúng ta?

Câu 2: Ví dụ một số tình huống về thất bại trong giao tiếp mà anh/chị đã gặp?

CHƯƠNG 2 CÁC PHƯƠNG TIỆN GIAO TIẾP

Mục tiêu:

- Nắm vững một số kiến thức cơ bản về khái niệm cơ bản về giao tiếp ngôn ngữ và phi ngôn ngữ.
- Có khả năng phân tích, lựa chọn thực hành/trình diễn các kỹ năng cơ bản thường được vận dụng trong quá trình giao tiếp.
- Chủ động, tích cực thảo luận.

Nội dung:

2.1 Giao tiếp ngôn ngữ

Ngôn ngữ được coi là phương tiện giao tiếp tổng hợp và chủ yếu. Trong ngôn ngữ có ba bộ phận cơ bản là ngữ pháp, từ vựng và ngữ âm. Cấu trúc ngữ pháp thường phản ánh trình độ phát triển của dân tộc chủ thể ngôn ngữ đó. Trong phạm vi một xã hội, một dân tộc sự khác biệt về mặt từ vựng và ngữ âm giữa các cá nhân được ghi nhận rất rõ nét. Trong mỗi ngôn ngữ, một từ hay một tập hợp từ đều có một hay vài ba ý nghĩa nhất định. Ý nghĩa của ngôn ngữ có hai hình thức tồn tại: khách quan và chủ quan. Khách quan bởi nó không phụ thuộc vào sở thích, ý muốn của một cá nhân nào. Ví dụ, không ai dùng từ “cái bút” để chỉ “cái bàn” và ngược lại. Hình thức tồn tại chủ quan của ngôn ngữ là sắc thái riêng trong sử dụng ngôn ngữ của mỗi cá nhân, mỗi nhóm, mỗi địa phương...

Khi một người giao tiếp với người khác, thì người này và người kia đều phải sử dụng ngôn ngữ (nói ra thành lời hoặc viết ra thành chữ) để truyền đạt, trao đổi ý kiến, tư tưởng, tình cảm cho nhau. Có vốn ngôn ngữ phong phú thì rất thuận lợi trong giao tiếp. Trong giao tiếp có khi vì một lý do nào đó, thậm chí vì một thói quen, con người không nói đúng sự thật: anh ta nghĩ, cảm xúc, có ý định như thế này nhưng lại nói và viết khác đi, cường điệu lên, giảm nhẹ đi, thậm chí nói ngược lại hoàn toàn... nghĩa là anh ta đã nói dối. Lúc này ngôn ngữ không chỉ là phương tiện và phương pháp để thông tin, diễn đạt, biểu lộ trung thực, thẳng thắn những điều con người hiểu biết, suy nghĩ và cảm xúc, mà còn là phương tiện và phương pháp để con người che giấu, xuyên tạc sự thật, đánh lạc hướng giao tiếp.

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

SỨC MẠNH CỦA GIỌNG NÓI

Giọng nói của bạn nghe có đáng tin hay không? Âm điệu trong giọng nói của bạn như thế nào? Bạn hãy thử tiến hành một thí nghiệm như sau: bật máy ghi âm và ghi âm lại giọng nói của bạn khi muốn truyền tải một thông điệp mà bạn muốn gửi đến một người nào đó. Sau đó nghe lại giọng nói của bạn từ máy ghi âm. Bạn có nghe thấy giọng nói đó toát lên tính thuyết phục không? Âm điệu của giọng nói đó thể hiện sự chân thành không hay chỉ là những lời nói sáo rỗng và vô cảm?

Với nhiều cách biểu hiện khác nhau trong tiết tấu, ngữ điệu, âm lượng và tình cảm, giọng nói và ngữ điệu của một người có thể thể hiện hai trạng thái đối lập. Nó

có thể truyền tải đến người nghe sự quan tâm, chăm sóc và sự cảm thông, sự chân thành, tự tin, sự sống động, nhiệt tình. Ngược lại, nó cũng có thể truyền tải sự thờ ơ, hờ hững, buồn tẻ, coi thường, sự chiều cô, thương hại, sự vô cảm, nỗi sợ hãi, sự thờ ơ, mệt mỏi, uể oải.

Bạn hãy thử diễn đạt câu sau đây (hoặc tự mình nghĩ ra một câu tương tự):

“Cám ơn cô đã giúp đỡ em, em sẽ cố gắng để học tốt hơn nữa!”.

Sau đó bạn thử nói một vài lần với người bạn ngồi bên cạnh, hoặc qua điện thoại với một người bạn. Sau đó, bạn hỏi người nghe xem âm thanh từ giọng nói của bạn phát ra tạo cho họ cảm giác như thế nào?

- Nếu bạn nói với giọng đều đều, giọng nói của bạn trở nên tẻ nhạt và thiếu đi sức sống.
- Giọng nói của bạn như thế nào khi bạn mệt mỏi? Chắc chắn nó sẽ trở nên tẻ ngắt và không có cảm hứng.
- Giọng nói của bạn sẽ tạo ra cảm giác gì khi nó được thể hiện một cách diễn cảm? Có phải giọng nói đó đã phát ra ý chí mạnh mẽ và tràn đầy nhiệt huyết?
- Giọng nói của bạn sẽ như thế nào nếu được nói bằng cả sự chân thành? Đó có phải là chất thành thật trong tiếng nói của bạn không?
- Giọng nói của bạn sẽ như thế nào nếu bạn là người thân thiện? Sự ấm áp có tỏa ra từ câu chuyện mà bạn nói không?
- Giọng nói của bạn như thế nào khi bạn đang mỉm cười? Có phải bạn muốn truyền tải sự hài hước và hóm hỉnh qua giọng nói không?

Tiết tấu của giọng nói

Khi bạn muốn chuyển đến người nghe một thông điệp từ giọng nói, đừng bỏ qua yếu tố tiết tấu và ngữ điệu. Nó rất quan trọng để hiểu trong thông điệp mà bạn đưa ra, bạn đặt sự nhấn mạnh ở đâu? Những từ mà bạn có ý nhấn trọng âm vào là gì? Cùng một câu có trật tự được sắp xếp giống nhau, sẽ có ý nghĩa rất khác nhau khi bạn thay đổi ngữ điệu của giọng nói.

Bạn hãy xem xét câu nói sau đây, và thử xem việc thay đổi tiết tấu trong giọng nói sẽ khiến nó trở nên có ý nghĩa như thế nào: “Xin cảm ơn quý khách đã gọi điện. Chúng tôi xin vui lòng phục vụ quý khách”.

Bạn có thể đặt ngữ điệu của giọng nói vào từng từ khác nhau, và do đó sẽ truyền tải đến người nghe những tình cảm và cảm xúc khác nhau. Những từ viết hoa là những từ bạn nhấn mạnh trong câu nói của bạn: “XIN CẢM ƠN quý khách đã gọi điện. Chúng tôi xin vui lòng phục vụ quý khách”.

“Xin cảm ơn quý khách đã GỌI ĐIỆN. Chúng tôi xin vui lòng phục vụ quý khách”.

“Xin cảm ơn quý khách đã gọi điện. Chúng tôi xin VUI LÒNG phục vụ quý khách”.

2.2 Giao tiếp phi ngôn ngữ:

Trong giao tiếp trực tiếp lời nói là thứ tốt nhất để cung cấp thông tin về sự việc, như là tên của ai đó, giá của sản phẩm hoặc thực chất lời tuyên bố của một phái đoàn, nhưng các tín hiệu không lời thì lại có kết quả nhất, có sức thuyết phục nhất để truyền đi các cảm giác, cảm tưởng và thái độ.

Thông tin phi ngôn ngữ bị ảnh hưởng rất mạnh của văn hoá. Các dạng thông tin phi ngôn ngữ:

Nét mặt:

Biểu hiện trên mặt do hệ thống cơ mặt điều khiển, nó biểu hiện thường tương ứng với tâm trạng thực bên trong của đối tượng, do đó quan sát nét mặt cho chúng ta hiểu thêm đối tượng trong cuộc giao tiếp.

Trong nét mặt ánh mắt đóng vai trò quan trọng trong giao tiếp. Điều khiển tia nhìn được xem là một phương sách để giữ người khác tham gia vào cuộc giao tiếp.

Người ta thấy rằng các giám đốc quan trọng khi đến văn phòng nên chịu khó để nhận ra mọi người mà ông ta đi qua trên đường tới phòng riêng, với bất kỳ là một cái gật đầu, một nụ cười, một động tác rướn mày hay một tín hiệu nào khác đều cần phải kèm theo một giây phút tiếp xúc nhanh bằng mắt để nhận ra và bày tỏ sự lưu ý tới nhau. Nếu Giám đốc không làm như vậy mà lại chủ tâm đường hoàng đi vào, không thèm nhìn trái, nhìn phải gì cả thì sẽ nhanh chóng

gây nên những làn sóng kinh hoàng khắp văn phòng.

Cử chỉ:

Thông thường muốn nhấn mạnh hay tăng cường sự chú ý, người ta sử dụng rộng rãi các điệu bộ. ý nghĩa của điệu bộ thường rõ rệt ít có thể giải thích nước đôi. Hewer đưa ra giả thuyết rằng điệu bộ đã đi trước ngôn ngữ để dùng làm phương tiện thông tin giữa những người nguyên thủy và ngày nay chúng ta còn giữ lại những phần của ngôn ngữ điệu bộ để đệm thêm cho lời nói của mình. Giữa cử chỉ và văn hoá có mối quan hệ mạnh mẽ

Tư thế (đáng điệu)

Tư thế là một nguồn thông tin có ích. Tư thế trước hết thể hiện ở chiều cao. Trong sinh hoạt ở tổ chức hoặc trong giao tiếp tuỳ hoàn cảnh mà cá nhân làm nổi bật hoặc dấu bớt chiều cao của mình. Khi muốn khẳng định mình với người ngồi đối diện cá nhân sẽ có xu hướng ngẩng đầu và ngả người về phía sau. Nhân viên khi đến gặp cấp trên để thể hiện vẻ tôn kính có xu hướng cúi đầu khi chia tay và cúi chào khi bắt tay. Tiếp theo các cá nhân có khuynh hướng bắt chước tư thế của người khác. Cá nhân cũng có thể dùng việc thay đổi đáng điệu để gửi đi các thông điệp một cách cố ý, ranh mãnh.

Khoảng cách:

Sử dụng không gian là một hình thức truyền tin. Về cơ bản chúng ta thường xích lại gần những người mà chúng ta thích và tin, nhưng lại tránh xa những người chúng ta sợ hoặc không tin. Nhà nhân loại học Hall đã chứng minh rằng có bốn vùng xung quanh mỗi cá nhân:

❖ Vùng mật thiết (0-0,5m) vùng này chỉ dành cho những người cực kỳ thân thiết như cha, mẹ, vợ, chồng, con, người yêu, bạn bè rất thân.

❖ Vùng cá nhân (0,5m-1,2/1,5m) dùng cho người phải rất quen đến mức thấy thoải mái.

❖ Vùng xã hội (1,2/1,5m-3,5m) dùng cho người chưa quen biết nhiều, người lạ mới gặp lần đầu.

❖ Vùng công cộng (3,5m+) gặp chung với nhiều người. Các cá nhân đứng ở vùng này không còn là những người phải gặp riêng nữa.

Khoảng cách nêu trên không phải là cứng nhắc mà sẽ thay đổi tùy theo dân tộc, theo vùng và theo từng cá nhân. Người ta cũng đã nhận thấy người dân ở vùng nông thôn không gian rộng lớn và thưa người có khuynh hướng giãn khoảng cách ra xa hơn còn người dân ở các thành phố lớn chật chội và đông đúc có khoảng không giao tiếp hẹp hơn.

Đi kèm với không gian giao tiếp các cá nhân có khuynh hướng xác định lãnh thổ của riêng mình bằng cách dựng nên các bức vách nhỏ có thể bằng cây cảnh, tủ đựng hồ sơ, hoặc các dấu ấn để đánh dấu lãnh thổ bằng các đồ vật.

Schefflen đưa ra lời khuyên về cách chọn dịp để trò chuyện xen ngang tại các buổi đón tiếp và tiệc chiêu đãi. Nếu hai người đang nói chuyện mà nhìn thẳng vào mặt nhau thì họ sẽ không hoan nghênh sự ngắt lời; nếu họ nhìn nhau theo một góc 90 độ thì có thể họ đang mong bị ngắt quãng; và nếu góc này còn lớn hơn thì họ đang cầu xin cứu giúp họ.

Sommer và Cook thì chứng minh rằng, những người chuẩn bị cạnh tranh, đàm phán hoặc cãi lý với nhau sẽ ngồi đối diện nhau ở hai bên bàn, còn những người đang hy vọng hợp tác với nhau thì ngồi cạnh nhau là thích hợp hơn; Vị trí được ưa thích hơn trong khi đàm luận là để hai bên ngồi thành góc 90 độ với nhau ở hai bên bàn, còn những người đang hy vọng hợp tác với nhau thì ngồi cạnh nhau là thích hợp hơn; Vị trí được ưa thích hơn trong khi đàm luận là để hai bên ngồi thành góc 90 độ với nhau.

Thời gian và đồ vật đi kèm

Thời gian và đồ vật đi kèm thường cũng tham gia vào việc truyền thông điệp trong giao tiếp. Ví dụ, cách ăn mặc và chuẩn bị cho diện mạo cá nhân chứng tỏ người đó muốn người khác, đặc biệt là các nhóm xã hội mà họ gắn bó, đánh giá họ ra sao.

Tiến sĩ tâm lý Albert Mehrabian đưa ra nguyên tắc 7%-38%-55%. Theo nguyên tắc này thì một giao tiếp thông thường bao gồm 55% là các hành vi không lời như ngôn ngữ cơ thể và nét mặt; 38% là giọng nói, bao gồm âm lượng, sắc điệu, ngữ điệu cũng như chất giọng; và chỉ có 7% là câu chữ được sử dụng.

CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 2

Bài tập tình huống về giao tiếp.

CHƯƠNG 3 CÁC KỸ NĂNG GIAO TIẾP CƠ BẢN

Mục tiêu:

- Nắm vững một số kiến thức cơ bản về khái niệm, vai trò của giao tiếp và làm việc nhóm trong học tập và cuộc sống.
- Có khả năng phân tích, lựa chọn thực hành/trình diễn các kỹ năng cơ bản thường được vận dụng trong quá trình giao tiếp và làm việc nhóm, lắng nghe tích cực, tiếp nhận và phản hồi thông tin, xử lý tình huống, giải quyết mâu thuẫn trong nhóm.
- Chủ động, tích cực thảo luận.

Nội dung:

Kỹ năng giao tiếp là khả năng nhận biết mau lẹ những biểu hiện bên ngoài và đoán biết diễn biến tâm lý bên trong của con người (với tư cách là đối tượng giao tiếp đồng thời biết sử dụng phương tiện ngôn ngữ và phi ngôn ngữ, biết cách định hướng để điều khiển quá trình giao tiếp đạt tới một mục đích đã định).

3.1. Kỹ năng định hướng

Kỹ năng định hướng thể hiện khả năng dựa vào tri giác ban đầu về các biểu hiện ở khả năng dựa vào tri giác về các biểu hiện bên ngoài (hình thức, động tác, cử chỉ, ngôn ngữ, điệu bộ và các sắc thái biểu cảm...) trong thời gian và không gian giao tiếp từ đó đoán biết một cách tương đối chính xác các diễn biến tâm lý đang diễn ra trong đối tượng để định hướng một cách hợp lý cho mỗi quan hệ tiếp theo cụ thể là khả năng nắm bắt, xác định được động cơ nhu cầu, mục đích sở thích của đối tượng giao tiếp.

Rèn luyện kỹ năng định hướng nghĩa là rèn khả năng qui gán trong tri giác xã hội.

Tri giác xã hội là sự cảm nhận, hiểu biết của chủ thể tri giác về các đối tượng xã hội như bản thân, người khác, nhóm xã hội, cộng đồng. Sự nhận biết này phụ thuộc đối tượng tri giác, kinh nghiệm, mục đích, nguyện vọng của chủ thể tri giác, giá trị và ý nghĩa quan trọng của hoàn cảnh. Như vậy tri giác xã hội hay tri giác người khác nghĩa là thông qua các biểu hiện hành vi bên ngoài, kết hợp với các đặc tính nhân cách của người đó để hiểu được mục đích và phương hướng hành động của họ. Tri giác xã hội chính là quá trình nhận thức được đối tượng giao tiếp bằng con đường cảm tính chủ quan, theo kinh nghiệm.

Qui gán xã hội là cách mà con người hay dùng để nhận định người khác. Đây là một quá trình suy diễn nhân quả hiểu hành động của người khác bằng cách tìm những nguyên nhân ổn định để giải thích cho hành động hay biến đổi riêng biệt.

Trong quá trình giao tiếp, một người tinh tường, nhạy cảm thường hay nắm bắt được những ẩn ý của người nói, hiểu được người đó muốn gì sau những lời lẽ xa xôi, dài dòng.