



SỞ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO HÀ NỘI

GIÁO TRÌNH

Kỹ năng Giao tiếp

DÙNG TRONG CÁC TRƯỜNG TRUNG HỌC CHUYÊN NGHIỆP



NHÀ XUẤT BẢN HÀ NỘI

SỞ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO HÀ NỘI

ThS. CHU VĂN ĐỨC (*Chủ biên*)

GIÁO TRÌNH
KỸ NĂNG GIAO TIẾP

(*Dùng trong các trường THCN*)

NHÀ XUẤT BẢN HÀ NỘI - 2005

Lời giới thiệu

*N*ước ta đang bước vào thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa nhằm đưa Việt Nam trở thành nước công nghiệp văn minh, hiện đại.

Trong sự nghiệp cách mạng to lớn đó, công tác đào tạo nhân lực luôn giữ vai trò quan trọng. Báo cáo Chính trị của Ban Chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam tại Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ IX đã chỉ rõ: “Phát triển giáo dục và đào tạo là một trong những động lực quan trọng thúc đẩy sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa, là điều kiện để phát triển nguồn lực con người - yếu tố cơ bản để phát triển xã hội, tăng trưởng kinh tế nhanh và bền vững”.

Quán triệt chủ trương, Nghị quyết của Đảng và Nhà nước và nhận thức đúng đắn về tầm quan trọng của chương trình, giáo trình đối với việc nâng cao chất lượng đào tạo, theo đề nghị của Sở Giáo dục và Đào tạo Hà Nội, ngày 23/9/2003, Ủyban nhân dân thành phố Hà Nội đã ra Quyết định số 5620/QĐ-UB cho phép Sở Giáo dục và Đào tạo thực hiện đề án biên soạn chương trình, giáo trình trong các trường Trung học chuyên nghiệp (THCN) Hà Nội. Quyết định này thể hiện sự quan tâm sâu sắc của Thành ủy, UBND thành phố trong việc nâng cao chất lượng đào tạo và phát triển nguồn nhân lực Thủ đô.

Trên cơ sở chương trình khung của Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành và những kinh nghiệm rút ra từ thực tế đào tạo, Sở Giáo dục và Đào tạo đã chỉ đạo các trường THCN tổ chức biên soạn chương trình, giáo trình một cách khoa học, hệ

thống và cập nhật những kiến thức thực tiễn phù hợp với đối tượng học sinh THCS Hà Nội.

Bộ giáo trình này là tài liệu giảng dạy và học tập trong các trường THCS ở Hà Nội, đồng thời là tài liệu tham khảo hữu ích cho các trường có đào tạo các ngành kỹ thuật - nghiệp vụ và đồng đảo bạn đọc quan tâm đến vấn đề hướng nghiệp, dạy nghề.

Việc tổ chức biên soạn bộ chương trình, giáo trình này là một trong nhiều hoạt động thiết thực của ngành giáo dục và đào tạo Thủ đô để kỷ niệm "50 năm giải phóng Thủ đô", "50 năm thành lập ngành" và hướng tới kỷ niệm "1000 năm Thăng Long - Hà Nội".

Sở Giáo dục và Đào tạo Hà Nội chân thành cảm ơn Thành ủy, UBND, các sở, ban, ngành của Thành phố, Vụ Giáo dục chuyên nghiệp Bộ Giáo dục và Đào tạo, các nhà khoa học, các chuyên gia đầu ngành, các giảng viên, các nhà quản lý, các nhà doanh nghiệp đã tạo điều kiện giúp đỡ, đóng góp ý kiến, tham gia Hội đồng phản biện, Hội đồng thẩm định và Hội đồng nghiệm thu các chương trình, giáo trình.

Đây là lần đầu tiên Sở Giáo dục và Đào tạo Hà Nội tổ chức biên soạn chương trình, giáo trình. Dù đã hết sức cố gắng nhưng chắc chắn không tránh khỏi thiếu sót, bất cập. Chúng tôi mong nhận được những ý kiến đóng góp của bạn đọc để từng bước hoàn thiện bộ giáo trình trong các lần tái bản sau.

GIÁM ĐỐC SỞ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

Lời nói đầu

Ở mọi thời đại, mọi xã hội, giao tiếp, ứng xử giữa con người và con người diễn ra liên tục, trên mọi lĩnh vực của cuộc sống, trong sinh hoạt đời thường cũng như trong công việc. Giao tiếp vừa biểu hiện văn hoá của mỗi con người, vừa biểu hiện mức độ văn minh của xã hội. Chính vì vậy, giao tiếp, ứng xử là một mặt cơ bản của công tác giáo dục và đào tạo. “Tiên học lễ, hậu học văn”- lời răn dạy của người xưa từ lâu đã trở thành một trong những nguyên tắc của công tác giáo dục và đào tạo ở nước ta.

Cùng với sự phát triển của xã hội, của nền kinh tế hàng hoá, lĩnh vực kỹ năng giao tiếp trở thành đòi hỏi cấp thiết của nhiều nghề, trong đó có kinh doanh và văn phòng, là điều kiện của sự thành đạt trong những lĩnh vực này.

Nhằm đáp ứng nhu cầu học tập của học sinh các trường Trung học chuyên nghiệp và của các bạn đọc khác, được sự quan tâm của lãnh đạo Sở Giáo dục Đào tạo Hà Nội và Ban giám hiệu Trường Trung học Bán công Kỹ thuật Tin học Hà Nội (ESTIH), chúng tôi biên soạn và giới thiệu cuốn giáo trình “Kỹ năng giao tiếp”. Trong cuốn sách này, chúng tôi tổng hợp những lý luận về giao tiếp của các tác giả trong và ngoài nước trong thời gian gần đây, đồng thời hướng dẫn thực hành, rèn luyện những kỹ năng giao tiếp cơ bản, cần thiết cho một nhân viên văn phòng, một người thư ký văn phòng hiện đại.

Giáo trình được phân công biên soạn như sau:

TS. Lương Minh Việt: chương 6, 8 và 10;

TS. Thái Trí Dũng & ThS. Chu Văn Đức: chương 2, 3, 7, 9;

ThS. Chu Văn Đức: chương 1, 4, 5, 11, Bài mở đầu và phần phụ lục.

Chúng tôi xin chân thành cảm ơn lãnh đạo Sở Giáo dục và Đào tạo Hà Nội, Ban giám hiệu Trường ESTIH đã tạo điều kiện để biên soạn cuốn sách, cảm ơn GS. TS. Đỗ Long, PGS. TS. Đào Thị Oanh, TS. Lê Thanh Hương cùng các thành viên khác trong Hội đồng nghiệm thu chương trình giáo trình của Sở Giáo dục và Đào tạo Hà Nội vì những nhận xét quý báu giúp chúng tôi hoàn thành việc biên soạn cuốn sách.

Lần đầu tiên ra mắt, chắc chắn cuốn sách không tránh khỏi những thiếu sót. Chúng tôi mong nhận được sự góp ý chân thành của các em học sinh, bạn đọc và đồng nghiệp.

CÁC TÁC GIẢ

Bài mở đầu

I. VỊ TRÍ, TÍNH CHẤT, MỤC TIÊU VÀ YÊU CẦU CỦA MÔN HỌC

1. Vị trí và tính chất của môn học

Môn học kỹ năng giao tiếp thuộc nhóm các môn học cơ sở chuyên ngành trong chương trình đào tạo của ngành nghiệp vụ thư ký văn phòng ở bậc trung học chuyên nghiệp. Nó cũng rất hữu ích đối với học sinh theo học nhiều chuyên ngành khác, chẳng hạn như quản trị kinh doanh, du lịch v.v. Môn học này được bố trí sau các môn cơ sở như: chính trị học, pháp luật học đại cương và tâm lý học. Việc nghiên cứu môn học Kỹ năng giao tiếp sẽ phục vụ đắc lực cho các môn học chuyên ngành của ngành nghiệp vụ văn phòng, đặc biệt là môn “Nghiệp vụ thư ký văn phòng”.

Kỹ năng giao tiếp vừa là môn học lý thuyết, vừa là môn học thực hành. Trong quá trình học, học sinh được trang bị những kiến thức cơ bản về giao tiếp, ứng xử, đồng thời thực hành để rèn luyện kỹ năng vận dụng kiến thức môn học vào các tình huống giao tiếp hằng ngày cũng như trong hoạt động nghề nghiệp sau này.

2. Mục tiêu của môn học

- *Về kiến thức:* Trang bị cho học sinh những kiến thức cơ bản nhất về giao tiếp và ứng xử theo truyền thống dân tộc và theo thông lệ quốc tế, phù hợp với sự phát triển kinh tế – xã hội trong giai đoạn hiện nay.

- *Về kỹ năng:* Hình thành ở học sinh các kỹ năng cơ bản sau:

+ Kỹ năng phân tích, đánh giá các quan hệ giao tiếp một cách hợp lý, trên cơ sở đó học sinh có thể hoàn thiện hoạt động giao tiếp của mình;

+ Kỹ năng sử dụng tối ưu các phương tiện giao tiếp, bao gồm phương tiện ngôn ngữ và các phương tiện phi ngôn ngữ;

+ Kỹ năng thiết lập, phát triển, củng cố các mối quan hệ cần thiết trong cuộc sống cũng như trong hoạt động nghề nghiệp trong tương lai;

+ Kỹ năng vận dụng kiến thức của môn học vào công tác văn phòng, giải

quyết tốt công việc của một nhân viên văn phòng, một người thư ký, như: viết thư tín, gọi và trả lời điện thoại, tiếp khách, tổ chức cuộc họp, hội nghị, tham gia thương lượng v.v.

- *Về thái độ*: Giúp học sinh thấy được tầm quan trọng của việc trở thành một người giao tiếp giỏi, trên cơ sở đó hình thành ở các em thái độ đúng đắn đối với môn học cũng như với việc rèn luyện các phẩm chất giao tiếp nghề nghiệp của một nhân viên văn phòng, một người thư ký.

3. Yêu cầu của môn học

Học tập, nghiên cứu môn học kỹ năng giao tiếp, học sinh cần:

- Nắm được bản chất, các khía cạnh của quá trình giao tiếp: truyền thông, nhận thức và ảnh hưởng tác động qua lại trong giao tiếp, đặc điểm của giao tiếp trong công tác văn phòng;

- Nắm được những nét riêng, những phong tục, tập quán của dân tộc cũng như những nguyên tắc, những thông lệ quốc tế trong giao tiếp, ứng xử hiện đại;

- Nắm được những nguyên tắc, những lý luận cơ bản về giao tiếp trực tiếp, giao tiếp qua thư tín, điện thoại v.v.;

- Tích cực, chủ động trong học tập, đặc biệt là trong giờ học thực hành để hình thành các kỹ năng giao tiếp, đồng thời không ngừng trau dồi, rèn luyện chúng cả trong đời sống thường nhật để nâng chúng lên thành kỹ xảo, nghĩa là thống lĩnh nghệ thuật giao tiếp.

II. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU MÔN HỌC

1. Đối tượng nghiên cứu của môn học giao tiếp

Môn Kỹ năng giao tiếp nghiên cứu những vấn đề cơ bản sau đây:

- *Bản chất, đặc điểm của quá trình giao tiếp;*

- *Các loại hình giao tiếp và đặc trưng của chúng;*

- *Các hiện tượng tâm lí và tâm lí – xã hội diễn ra trong giao tiếp, trong đó chủ yếu là các quá trình trao đổi thông tin, nhận thức, cảm xúc và ảnh hưởng tác động qua lại lẫn nhau giữa các chủ thể giao tiếp;*

- *Các kỹ năng, kỹ xảo giao tiếp;*

- *Hiệu quả và những yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả của quá trình giao tiếp.*

Trên cơ sở làm rõ những vấn đề này, môn học kỹ năng giao tiếp giúp mỗi

chúng ta nâng cao văn hoá giao tiếp, ứng xử của bản thân và là tiền đề cho sự thành đạt của chúng ta trong cuộc sống cũng như trong sự nghiệp.

2. Phương pháp nghiên cứu môn học

Để học tập tốt môn Kỹ năng giao tiếp, học sinh có thể sử dụng nhiều phương pháp khác nhau. Dưới đây là một số phương pháp cơ bản.

2.1. Phương pháp duy vật biện chứng

Phương pháp này đòi hỏi chúng ta lưu ý hai vấn đề khi phân tích, lý giải một hành vi giao tiếp cụ thể:

- *Thứ nhất*, không có thế lực siêu tự nhiên nào mà chính là hiện thực xã hội, các quan hệ xã hội, quan hệ kinh tế quyết định hành vi giao tiếp của con người.

Hành vi giao tiếp của con người chịu sự tác động của nhiều yếu tố, như: hoàn cảnh, tình huống, tâm lí, phong tục, tập quán, truyền thống v.v. Các yếu tố tâm lí như nhu cầu, động cơ, mục đích của các chủ thể giao tiếp quy định hành vi giao tiếp của họ. Nhưng chúng không phải do thần linh, thượng đế hay một thế lực siêu tự nhiên nào khác sinh ra, mà tâm lí thực chất là hiện thực của cuộc sống được con người phản ánh vào trong đầu óc của mình.

- *Thứ hai*, mỗi hành vi giao tiếp chịu sự tác động, chi phối của nhiều yếu tố khác nhau, vì vậy không được tách rời, cô lập hành vi giao tiếp mà phải đặt nó trong mối quan hệ chặt chẽ, trong sự ảnh hưởng tác động qua lại với các yếu tố đó mới có thể lý giải nó một cách chính xác và đầy đủ.

2.2. Phương pháp nghiên cứu tài liệu

Hiện nay, có rất nhiều công trình nghiên cứu về giao tiếp đã được công bố, in ấn thành sách hoặc được phổ biến trên những phương tiện thông tin đại chúng khác. Điều này cho thấy, giao tiếp, ứng xử không chỉ là vấn đề hấp dẫn, thiết thực, được nhiều người quan tâm, mà còn là vấn đề rất phức tạp. Trong phạm vi giáo trình này, các tác giả không thể trình bày tất cả tri thức của nhân loại về giao tiếp, ứng xử. Vì vậy, học sinh cần sưu tầm, tham khảo thêm các tài liệu khác để hoàn thiện hơn nữa vốn hiểu biết của mình.

2.3. Phương pháp quan sát

Kỹ năng giao tiếp là môn học về cuộc sống đời thường đang diễn ra hàng ngày, hàng giờ xung quanh chúng ta, về quan hệ người – người, về ứng xử giữa con người với con người. Chính vì vậy, học tập môn kỹ năng giao tiếp không

chỉ là học tập qua sách vở mà còn phải học tập trong cuộc sống, thông qua cuộc sống. Nghĩa là chúng ta phải chú ý quan sát lời nói, hành vi, cử chỉ, điệu bộ, thái độ, cách ứng xử, cách ăn mặc... của những người xung quanh và cả của bản thân (tự quan sát), phân tích, đánh giá, so sánh chúng với những gì tiếp thu được qua sách vở và tự rút ra cho mình những kết luận cần thiết. Đây cũng chính là một trong những điều kiện cơ bản để chúng ta có thể nhanh chóng tiến bộ và thành công trong giao tiếp.

III. NHỮNG NỘI DUNG CƠ BẢN CỦA MÔN HỌC

Có thể chia những nội dung cơ bản của môn học kỹ năng giao tiếp thành hai phần: phần chung và phần riêng. Phần chung giới thiệu những kiến thức chung về giao tiếp, như: khái niệm, vai trò, chức năng, cấu trúc của giao tiếp; các phương tiện giao tiếp v.v. Phần này bao gồm các chương: 1, 2, 3, 4, 5 và 11. Phần riêng, gồm các chương: 6, 7, 8, 9 và 10, đi vào tìm hiểu từng loại hình giao tiếp cụ thể, chẳng hạn như giao tiếp trực tiếp, giao tiếp qua điện thoại, thư tín v.v. Ở đa số chương, mỗi chương cũng có hai phần: phần lý luận và phần kỹ năng. Phần lý luận trình bày những lý thuyết, những nguyên tắc, những đặc điểm chung làm cơ sở cho phần kỹ năng. Còn phần kỹ năng giới thiệu quy trình, cách thức, phương pháp để tổ chức và tiến hành một cuộc tiếp xúc có hiệu quả. Cụ thể, những nội dung cơ bản của môn học Kỹ năng giao tiếp như sau:

- Chương 1: Khái quát chung về giao tiếp;
- Chương 2: Cấu trúc của giao tiếp;
- Chương 3: Các phương tiện giao tiếp;
- Chương 4: Phong cách giao tiếp;
- Chương 5: Các kỹ năng giao tiếp cơ bản;
- Chương 6: Giao tiếp trực tiếp;
- Chương 7: Thương lượng;
- Chương 8: Giao tiếp qua điện thoại;
- Chương 9: Giao tiếp qua thư tín;
- Chương 10: Giao tiếp văn phòng;
- Chương 11: Văn hoá giao tiếp của người Việt Nam và người nước ngoài.

Để giúp học sinh đánh giá kết quả học tập của mình, đồng thời giúp củng cố kiến thức và rèn luyện kỹ năng, ở đầu mỗi chương đều có nêu mục tiêu và

nội dung tóm tắt của chương, ở cuối mỗi chương có phần câu hỏi và bài tập tình huống để thực hành. Ngoài ra, cuối giáo trình còn có phần phụ lục, trong đó hướng dẫn giải hoặc đưa ra đáp án bài tập tình huống và giới thiệu một số trắc nghiệm giao tiếp. Để các bài tập tình huống phát huy được hiệu quả tối đa, học sinh chỉ nên xem phần hướng dẫn ở cuối cuốn sách sau khi đã thử giải những bài tập này. Hơn nữa, mỗi tình huống đều có thể có nhiều phương án giải quyết, phần hướng dẫn chỉ nêu phương án mà kinh nghiệm cho thấy là tối ưu nhất.

Chương 1

KHÁI QUÁT CHUNG VỀ GIAO TIẾP

Mục tiêu

Sau khi học xong chương này, học sinh có thể:

- Hiểu được khái niệm giao tiếp, chức năng của giao tiếp;
- Xác định được một hiện tượng có phải là giao tiếp hay không;
- Thấy được tầm quan trọng của việc trở thành một người giao tiếp giỏi.

Tóm tắt nội dung

- Giao tiếp là hoạt động xác lập, vận hành các mối quan hệ giữa con người với con người nhằm thoả mãn những nhu cầu nhất định.

- Giao tiếp có vai trò quan trọng đối với xã hội, cá nhân và trong công tác văn phòng:

- + Đối với xã hội: Giao tiếp là điều kiện tồn tại và phát triển của xã hội;
- + Đối với cá nhân: Giao tiếp là điều kiện của sự hình thành, phát triển tâm lí, nhân cách của cá nhân; nhiều nhu cầu của cá nhân chỉ được thoả mãn trong giao tiếp;
- + Trong công tác thư ký văn phòng: Giao tiếp giỏi là điều kiện thành công của một người thư ký, một nhân viên văn phòng.

- Giao tiếp có nhiều chức năng xã hội và tâm lí quan trọng, đó là: chức năng thông tin, chức năng tổ chức, phối hợp hành động, chức năng điều khiển, chức năng phê bình và tự phê bình, chức năng động viên, khích lệ, chức năng thiết lập, phát triển và củng cố các mối quan hệ, chức năng cân bằng cảm xúc và chức năng hình thành, phát triển tâm lí, nhân cách.

- Giao tiếp được phân ra thành nhiều loại:

+ Theo tính chất của tiếp xúc, giao tiếp được phân ra thành giao tiếp trực tiếp và giao tiếp gián tiếp;

+ Theo quy cách, giao tiếp được phân ra thành giao tiếp chính thức và giao tiếp không chính thức;

+ Theo vị thế, giao tiếp được phân ra thành giao tiếp ở thế mạnh, giao tiếp ở thế cân bằng và giao tiếp ở thế yếu;

+ Theo số lượng người tham gia, giao tiếp được phân ra thành giao tiếp giữa hai cá nhân, giao tiếp giữa cá nhân và nhóm, giao tiếp giữa các cá nhân trong nhóm và giao tiếp giữa các nhóm.

I. KHÁI NIỆM GIAO TIẾP

1. Giao tiếp là gì?

Sự tồn tại và phát triển của mỗi con người luôn gắn liền với sự tồn tại và phát triển của những cộng đồng xã hội nhất định. Không ai có thể sống, hoạt động ngoài gia đình, bạn bè, địa phương, tập thể, dân tộc, tức là ngoài xã hội. Người La Tinh nói rằng: “Ai có thể sống một mình thì người đó hoặc là thánh nhân, hoặc là quý sử”.

Trong quá trình sống và hoạt động, giữa chúng ta với người khác luôn tồn tại nhiều mối quan hệ. Đó có thể là quan hệ dòng họ, huyết thống như cha mẹ - con cái, ông bà - cháu chắt, anh em, họ hàng; quan hệ hành chính - công việc như: thủ trưởng - nhân viên, nhân viên - nhân viên; quan hệ tâm lí như: bạn bè, thiện cảm, ác cảm v.v... Trong các mối quan hệ đó thì chỉ một số ít là có sẵn ngay từ khi chúng ta cất tiếng chào đời (chẳng hạn, quan hệ huyết thống, họ hàng), còn đa số các quan hệ còn lại chủ yếu được hình thành, phát triển trong quá trình chúng ta sống và hoạt động trong cộng đồng xã hội, thông qua các hình thức tiếp xúc, gặp gỡ, liên lạc đa dạng với người khác mà chúng ta thường gọi là giao tiếp.

Vậy, giao tiếp là gì?

Giao tiếp là hoạt động xác lập, vận hành các mối quan hệ giữa con người với con người nhằm thoả mãn những nhu cầu nhất định.

Ví dụ: Giám đốc gặp gỡ đối tác, trưởng phòng trò chuyện với nhân viên, bạn bè thư từ cho nhau...

2. Vai trò của giao tiếp

Giao tiếp có vai trò đặc biệt quan trọng trong đời sống xã hội, trong đời sống của mỗi con người và cả trong công tác thư ký văn phòng.

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

Đối với xã hội, giao tiếp là điều kiện của sự tồn tại và phát triển xã hội. Xã hội là một tập hợp người có mối quan hệ qua lại với nhau. Chúng ta hãy thử hình dung xem xã hội sẽ như thế nào nếu mọi người tồn tại trong đó không có quan hệ gì với nhau, mỗi người chỉ biết mình mà không biết, không quan tâm, không có liên hệ gì với những người xung quanh? Đó không phải là xã hội mà chỉ là một tập hợp rời rạc những cá nhân đơn lẻ. Mối quan hệ chặt chẽ giữa con người với con người trong xã hội còn là điều kiện để xã hội phát triển. Ví dụ, nền sản xuất hàng hoá phát triển được là nhờ có mối liên hệ chặt chẽ giữa

nhà sản xuất và người tiêu dùng: người sản xuất nắm được nhu cầu của người tiêu dùng, sản xuất ra những loại hàng hoá đáp ứng những nhu cầu đó, nghĩa là được người tiêu dùng chấp nhận và điều này thúc đẩy sản xuất phát triển.

2.2. Vai trò của giao tiếp đối với cá nhân

Trong đời sống của mỗi con người, vai trò của giao tiếp được biểu hiện ở những điểm cơ bản sau đây:

- Giao tiếp là điều kiện để tâm lí, nhân cách cá nhân phát triển bình thường;

Về bản chất, con người là tổng hoà các mối quan hệ xã hội. Nhờ có giao tiếp mà mỗi con người có thể tham gia vào các mối quan hệ xã hội, gia nhập vào cộng đồng, phản ánh các quan hệ xã hội, kinh nghiệm xã hội và chuyển chúng thành tài sản riêng của mình. Những trường hợp trẻ em bị thất lạc vào trong rừng, sống với động vật đã cho thấy rằng, mặc dù những đứa trẻ này vẫn có hình hài của con người, nhưng tâm lí và hành vi của các em không phải là của con người.

- Trong giao tiếp, nhiều phẩm chất của con người, đặc biệt là các phẩm chất đạo đức, được hình thành và phát triển;

Trong quá trình tiếp xúc với những người xung quanh, chúng ta nhận thức được các chuẩn mực đạo đức, thẩm mỹ, pháp luật tồn tại trong xã hội, tức là những nguyên tắc ứng xử: chúng ta biết được cái gì tốt, cái gì xấu; cái gì đẹp, cái gì không đẹp; cái gì nên làm, cái gì cần làm, cái gì không được làm và từ đó mà thể hiện thái độ và hành động cho phù hợp. Những phẩm chất như khiêm tốn hay tự phụ, lễ phép hay hỗn láo, ý thức nghĩa vụ, tôn trọng hay không tôn trọng người khác ... chủ yếu được hình thành, phát triển trong giao tiếp. Người xưa nói: “Con hư tại mẹ, cháu hư tại bà” cũng là vì mẹ và bà hay chiều con, chiều cháu, thường làm thay chúng những việc mà đúng ra là chúng phải làm và có thể làm được, đáp ứng một cách thiếu nguyên tắc những đòi hỏi của chúng, dẫn đến việc chúng không nhận thức được giới hạn cần phải dừng lại trong các yêu cầu, đòi hỏi của mình, từ đó sẽ có những hành vi, đòi hỏi vượt giới hạn cho phép, tức là “hư”, “hỗn láo”.

- Giao tiếp thoả mãn nhiều nhu cầu của con người;

Những nhu cầu của chúng ta như: nhu cầu thông tin, nhu cầu được thừa nhận, nhu cầu được những người xung quanh quan tâm, chú ý, nhu cầu được hoà nhập vào những nhóm xã hội nhất định ... chỉ được thoả mãn trong giao tiếp. Chúng ta sẽ cảm thấy như thế nào nếu tự giam mình dù chỉ một ngày trong phòng, không gặp gỡ, tiếp xúc với ai, không liên hệ với ai qua điện thoại,

không đọc, không xem ti vi? Chắc chắn đó sẽ là một ngày dài lê thê, nặng nề. Đó là vì nhu cầu giao tiếp của chúng ta không được thoả mãn.

Theo các nhà tâm lí học phát triển, trong cuộc đời của mỗi con người, nhu cầu giao tiếp xuất hiện rất sớm. Ngay từ khi được sinh ra, đứa trẻ đã có những nhu cầu như nhu cầu được thương yêu, nhu cầu được an toàn, khoảng 2 - 3 tháng tuổi đứa trẻ đã biết “trò chuyện” với người lớn. Những thiếu hụt trong tiếp xúc với người lớn ở giai đoạn ấu thơ sẽ để lại những dấu ấn tiêu cực trong tâm lí, nhân cách của con người trưởng thành sau này.

2.3. Vai trò của giao tiếp trong công tác thư ký văn phòng

Với vai trò là cầu nối giữa lãnh đạo với bộ phận còn lại của tổ chức (cơ quan, xí nghiệp, công ty...), hoạt động của người thư ký, trước hết và chủ yếu, là hoạt động giao tiếp. Các công việc của người thư ký như tiếp khách, tổ chức hội nghị và các cuộc họp, gọi và trả lời điện thoại, chuẩn bị các loại văn bản, thư tín... đều là những loại hình giao tiếp khác nhau. Chính vì vậy, một người thư ký giỏi trước hết phải là một người giao tiếp giỏi. Cho nên, muốn trở thành một thư ký giỏi, bên cạnh việc nắm vững kiến thức chuyên môn, nghiệp vụ, chúng ta cần nghiên cứu khoa học giao tiếp, nắm vững các kỹ năng giao tiếp và thường xuyên rèn luyện những kỹ năng này để thống lĩnh nghệ thuật giao tiếp.

II. CHỨC NĂNG CỦA GIAO TIẾP

Giao tiếp có vai trò to lớn như vậy bởi vì nó thực hiện nhiều chức năng quan trọng. Có thể chia các chức năng này thành hai nhóm: nhóm chức năng xã hội và nhóm chức năng tâm lí.

1. Nhóm chức năng xã hội

1.1. Chức năng thông tin

Chức năng thông tin được biểu hiện ở khía cạnh truyền thông (trao đổi thông tin) của giao tiếp: qua giao tiếp, con người trao đổi cho nhau những thông tin nhất định. Ví dụ: người thư ký báo cáo lại kết quả của buổi làm việc với một đối tác theo uỷ quyền của giám đốc, giám đốc đưa ra những yêu cầu chỉ thị mới đối với người thư ký.

1.2. Chức năng tổ chức, phối hợp hành động

Trong một tổ chức, một công việc thường do nhiều bộ phận, nhiều người cùng thực hiện. Để có thể hoàn thành công việc một cách tốt đẹp, những bộ

phần, những con người này phải thống nhất với nhau, tức là phối hợp với nhau một cách nhịp nhàng. Muốn vậy, họ phải tiếp xúc với nhau để trao đổi, bàn bạc, phân công nhiệm vụ cho từng bộ phận, từng người, phổ biến quy trình, cách thức thực hiện công việc và trong quá trình thực hiện cũng phải có những “tín hiệu” để mọi người hành động một cách thống nhất. Trước đây, khi chuẩn bị cho chiến dịch Điện Biên Phủ, các chiến sĩ kéo pháo đã “hò dô” để phối hợp hành động. Theo các nhà ngôn ngữ học, chính nhu cầu thống nhất, phối hợp hành động trong việc săn bắt thú của người nguyên thủy mà ngôn ngữ - phương tiện giao tiếp cơ bản ở con người - đã xuất hiện.

1.3. Chức năng điều khiển

Chức năng điều khiển được thể hiện ở khía cạnh ảnh hưởng tác động qua lại của giao tiếp. Trong giao tiếp, chúng ta ảnh hưởng, tác động đến người khác và, ngược lại, người khác cũng ảnh hưởng, tác động đến chúng ta bằng nhiều hình thức khác nhau, như: thuyết phục, ám thị, bắt chước. Đây là một chức năng rất quan trọng của giao tiếp. Một người có khả năng lãnh đạo chính là người có khả năng ảnh hưởng đến người khác, biết “thu phục lòng người”, lời nói của người đó có “trọng lượng” đối với người khác.

1.4. Chức năng phê bình và tự phê bình

Trong xã hội, mỗi con người là một “chiếc gương”. Giao tiếp với họ chính là chúng ta soi mình trong chiếc gương đó. Từ đó chúng ta thấy được những ưu điểm, những thiếu sót của mình và tự sửa chữa, hoàn thiện bản thân.

2. Nhóm chức năng tâm lí

2.1. Chức năng động viên, khích lệ

Chức năng động viên, khích lệ của giao tiếp liên quan đến lĩnh vực cảm xúc trong đời sống tâm lí con người. Trong giao tiếp, con người còn khơi dậy ở nhau những xúc cảm, tình cảm nhất định; chúng kích thích hành động của họ. Một lời khen chân tình được đưa ra kịp thời, một sự quan tâm được thể hiện đúng lúc có thể làm cho người khác tự tin, cảm thấy phải cố gắng làm việc tốt hơn.

2.2. Chức năng thiết lập, phát triển, củng cố các mối quan hệ

Giao tiếp không chỉ là hình thức biểu hiện mối quan hệ giữa con người với con người, mà còn là cách thức để con người thiết lập các mối quan hệ mới, phát triển và củng cố các mối quan hệ đã có. Tiếp xúc, gặp gỡ nhau - đó là khởi đầu của các mối quan hệ, nhưng các mối quan hệ này có tiếp tục phát

triển hay không, có trở nên bền chặt hay không, điều này phụ thuộc nhiều vào quá trình giao tiếp sau đó. Nếu chỉ tiếp xúc, gặp gỡ một vài lần rồi sau đó sự tiếp xúc bị ngắt quãng trong một thời gian dài, thì mối quan hệ cũng khó duy trì. Ngay cả anh em ruột thịt trong một nhà mà ít tiếp xúc, gặp gỡ với nhau, ít liên hệ với nhau thì mối quan hệ cũng kém phần nồng ấm.

Ngày nay, hàng năm, các công ty lớn thường tổ chức “hội nghị khách hàng”. Mục đích của các cuộc hội nghị này không chỉ để khách hàng trao đổi kinh nghiệm, không chỉ để công ty tìm hiểu tâm tư, nguyện vọng của khách hàng, mà còn nhằm thắt chặt hơn nữa mối quan hệ khách hàng - công ty.

2.3. Chức năng cân bằng cảm xúc

Trong cuộc sống, nhiều khi chúng ta có những xúc cảm cần được bộc lộ. Những niềm vui hay nỗi buồn, sung sướng hay đau khổ, lạc quan hay bi quan, chúng ta muốn được người khác cùng chia sẻ. Chỉ có trong giao tiếp, chúng ta mới tìm được sự đồng cảm, cảm thông và giải tỏa được xúc cảm của mình.

2.4. Chức năng hình thành, phát triển tâm lí, nhân cách (xem phần vai trò của giao tiếp)

Như vậy, giao tiếp có nhiều chức năng quan trọng. Trong cuộc sống của mỗi chúng ta, khi các quan hệ giao tiếp cơ bản không thực hiện được đầy đủ các chức năng này thì điều đó không những sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến cuộc sống và hoạt động, mà còn để lại những dấu ấn tiêu cực trong sự phát triển tâm lí, nhân cách của mỗi chúng ta.

III. PHÂN LOẠI GIAO TIẾP

Có nhiều cách phân loại giao tiếp.

1. Phân loại giao tiếp theo tính chất của tiếp xúc

Theo tính chất của tiếp xúc, giao tiếp được phân ra thành hai loại: giao tiếp trực tiếp và giao tiếp gián tiếp.

- *Giao tiếp trực tiếp* là loại giao tiếp trong đó các chủ thể trực tiếp gặp gỡ, trao đổi với nhau. Ví dụ: trò chuyện trực tiếp, thảo luận, đàm phán... Đây là loại hình giao tiếp phổ biến nhất trong đời sống con người. Loại giao tiếp này có những ưu điểm cơ bản sau:

+ Bên cạnh ngôn ngữ còn có thể sử dụng các phương tiện phi ngôn ngữ (ánh mắt, nét mặt, ăn mặc, trang điểm...), do đó lượng thông tin trao đổi trong giao tiếp thường phong phú, đa dạng hơn;

+ Có thể nhanh chóng biết được ý kiến của người đối thoại;

+ Có thể điều chỉnh quá trình giao tiếp một cách kịp thời để đạt mục đích.

Tuy vậy, loại hình giao tiếp trực tiếp bị hạn chế về mặt không gian, hơn nữa khi tiếp xúc trực tiếp chúng ta dễ bị chi phối bởi yếu tố ngoại cảnh.

- *Giao tiếp gián tiếp* là loại giao tiếp trong đó 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.

Giao tiếp gián tiếp ít bị hạn chế về mặt không gian, những người ở xa nhau vẫn có thể giao tiếp được với nhau và cùng một lúc có thể tiếp xúc với một số lượng lớn đối tượng. Tuy nhiên, trong giao tiếp gián tiếp, chúng ta thường không thấy được vẻ mặt của người đối thoại, không biết họ đang làm gì, đang ở trong hoàn cảnh nào, cũng không thể sử dụng nhiều phương tiện phi ngôn ngữ khác.

2. Phân loại giao tiếp theo quy cách của giao tiếp

Theo quy cách, giao tiếp được phân ra thành giao tiếp chính thức và giao tiếp không chính thức.

- *Giao tiếp chính thức* là loại giao tiếp mang tính chất công vụ, theo chức trách, quy định, thể chế. Ví dụ: hội họp, mít tinh, đàm phán... Trong giao tiếp chính thức, vấn đề cần trao đổi, bàn bạc thường được xác định trước, thông tin cũng được các chủ thể cân nhắc trước, vì vậy thông tin thường có tính chính xác cao. Trong công tác của người thư ký, loại giao tiếp này chiếm tỉ lệ không nhỏ và có ảnh hưởng lớn đến hoạt động của người thư ký.

- *Giao tiếp không chính thức* là loại giao tiếp mang tính chất cá nhân, không câu nệ vào 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, người lãnh đạo trò chuyện riêng tư với nhân viên...

Ưu điểm chính của giao tiếp không chính thức là không khí thân tình, cởi mở và hiểu biết lẫn nhau (vì vậy mà có người còn gọi loại giao tiếp này là giao tiếp thân mật) và chúng ta có thể thổ lộ những nỗi niềm, những suy nghĩ của mình mà không e ngại điều gì, có thể tự do trao đổi những vấn đề mà chúng ta muốn.

Trong hoạt động của mình, người thư ký cần biết sử dụng kết hợp cả giao tiếp chính thức và giao tiếp không chính thức để tạo không khí thân mật, cởi mở, gần gũi và hiểu biết lẫn nhau, tạo điều kiện thuận lợi cho giao tiếp chính thức đạt kết quả. Cũng chính vì vậy mà, không phải ngẫu nhiên, trong thời gian

hội nghị, đàm phán, ký kết hợp đồng, nhiều cơ quan tổ chức cho khách đi tham quan, xem văn nghệ, dự tiệc, tất cả những loại hình giao tiếp thân mật này đều nhằm làm cho các cuộc tiếp xúc chính thức diễn ra một cách thuận lợi.

3. Phân loại giao tiếp theo vị thế

Vị thế biểu hiện mối tương quan giữa những người giao tiếp với nhau, nó nói lên ai mạnh hơn ai, ai cần ai, ai phụ thuộc vào ai trong giao tiếp.

Theo vị thế, giao tiếp được phân ra thành: giao tiếp ở thế mạnh, giao tiếp ở thế cân bằng và giao tiếp ở thế yếu.

Vị thế của một người so với người khác chi phối hành vi, ứng xử của họ trong giao tiếp. Chẳng hạn, trước mặt bạn bè, lời nói, cử chỉ, điệu bộ, tư thế của chúng ta thường khác với khi trước mặt chúng ta là cấp trên của chúng ta. Vì vậy, trong giao tiếp, chúng ta cần đánh giá đúng vị thế của mình và của người đối thoại để ứng xử và thể hiện thái độ một cách hợp lý.

Khi đánh giá vị thế của mình và của người khác, chúng ta cần cân nhắc nhiều khía cạnh khác nhau, bởi vì giữa chúng ta và người khác thường tồn tại nhiều mối quan hệ. Hơn nữa, nhiều khi chúng ta mạnh hơn người khác ở mặt này nhưng lại kém họ ở mặt khác.

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

Theo số lượng người tham gia giao tiếp và tính chất của mối quan hệ giữa họ, chúng ta có các loại giao tiếp sau đây:

- Giao tiếp giữa hai cá nhân, ví dụ: hai người bạn trò chuyện với nhau, giám đốc trao đổi với người thư ký của mình;
- Giao tiếp giữa cá nhân với nhóm, ví dụ: thầy giáo giảng bài trên lớp, giám đốc nói chuyện tại hội nghị khách hàng;
- Giao tiếp giữa các cá nhân trong nhóm, ví dụ: tổ sản xuất họp để bình xét thi đua cuối năm;
- Giao tiếp giữa các nhóm, ví dụ: cuộc đàm phán giữa hai hay nhiều phái đoàn (đàm phán song phương, đa phương).

Câu hỏi

1. Giao tiếp là gì? Vai trò của giao tiếp trong đời sống con người và trong công tác thư ký văn phòng.

2. Nêu và giải thích các chức năng của giao tiếp?
4. Nêu các loại hình giao tiếp cơ bản?
5. Có người cho rằng, trong lĩnh vực chuyên môn không cần rèn luyện kỹ năng giao tiếp. Bạn nghĩ gì về ý kiến này?
6. Người ý có câu: "Ai không có sẵn tiền trong túi thì cần có sẵn mặt ngọt ở miệng", còn ông cha ta thì nói: "Mồm miệng đỡ chân tay". Bạn có suy nghĩ gì về vấn đề này?
7. Những khẳng định sau đây đúng hay sai?
 - a. Những người nhiều lời là những người không đáng tin cậy?
 - b. Nói nhiều không nghĩa là giao tiếp giỏi?
 - c. Chỉ có những người giao tiếp giỏi mới kinh doanh giỏi?
 - d. Con người không thể lớn khôn nếu không học hỏi kinh nghiệm của người khác?

Bài tập tình huống

1. Trong số các hiện tượng được nêu ra dưới đây, hiện tượng nào là giao tiếp?
 - a. Một đứa trẻ đang "trò chuyện" với một con búp bê.
 - b. Người thư ký đang soạn thảo một lá thư điện tử để gửi đến một đối tác ở nước ngoài.
 - c. Một người đứng tuổi đang dạo mát trong công viên cùng với một con chó.
 - d. Vợ chồng nhà hàng xóm đang cãi lộn với nhau.
 - e. Hai đứa trẻ đang chơi đùa với nhau.
 - f. Hai người bạn nhìn nhau im lặng.
 - g. Bộ trưởng ngoại giao của các nước ASEAN gặp nhau để thống nhất về cuộc gặp thượng đỉnh giữa các nguyên thủ của các nước trong khối.
2. M và H biết nhau từ khi còn ngồi trên ghế nhà trường, hiện nay họ lại cùng làm việc tại một văn phòng, vì vậy tình cảm giữa họ càng gắn bó. M được giám đốc gợi ý giao một nhiệm vụ mới nặng nề nên đang phân vân nhận hay không. Biết vậy và biết M là người có năng lực, H tìm đến gặp M.

- M - Minh được giám đốc gợi ý giao một nhiệm vụ mới, nhưng mình đang bận khoản có nên nhận hay không.

H - Việc gì vậy, có thể cho mình biết không?

M - Phụ trách công tác nhân sự của công ty .

H - Đó là một trọng trách phức tạp. Nhưng bạn là người có bản lĩnh, có năng lực, mình tin là bạn sẽ thực hiện tốt công việc đó. Hơn nữa, đó là một cơ hội thăng tiến mà không phải ai cũng có.

M - Minh cũng biết vậy, nhưng....

H - Còn nhưng gì nữa, bạn nhận đi, có gì mình sẽ giúp đỡ. Hãy tin rằng, luôn có mình bên cạnh bạn!

M - Thật chứ? Nhớ đấy nhé, cảm ơn bạn!

Theo bạn, cuộc giao tiếp nêu trên giữa M và H thể hiện chức năng nào của giao tiếp?

3. Những trường hợp sau đây thuộc loại hình giao tiếp nào (giao tiếp trực tiếp, giao tiếp gián tiếp; giao tiếp chính thức, giao tiếp không chính thức; giao tiếp giữa các cá nhân, giao tiếp giữa cá nhân và nhóm, giao tiếp nhóm; giao tiếp ở thể mạnh, thể yếu, hay thể cân bằng)?

- a. Người thủ trưởng chủ trì cuộc họp giao ban cuối tuần;
- b. Người thủ trưởng viết thư thăm hỏi, động viên một nhân viên đang nằm viện;
- c. Cán bộ, công nhân viên công ty X cùng nhau đi tắm biển ở Cửa Lò;
- d. Sau giờ làm việc, giám đốc gặp gỡ, trao đổi riêng với H;
- e. Lễ ăn hỏi của C và L.

4. H, 30 tuổi, là một doanh nhân. Do làm ăn thua lỗ, nợ nần chồng chất mà cảm thấy đời không còn gì nữa. Một hôm, H đi ra phố, vẻ mặt đầy tuyệt vọng. H định tìm một ngôi nhà cao tầng để kết thúc cuộc đời và thế là thoát khỏi nợ nần. Ở góc phố, một thầy tướng nhìn thấy H và cất tiếng gọi: "Này, anh kia, lại đây ta xem cho một quẻ nào!". H trầm nghĩ, bói toán phỏng có ích gì và tiếp tục bước. Nhưng ông thầy tướng lại gọi tiếp: "Này, anh kia, lại đây ta xem cho một quẻ, ta không lấy tiền của anh đâu!". "Ừ, xem thì xem, miễn phí mà"- H nghĩ và bước lại gần ông thầy tướng. Ông thầy tướng chăm chú nhìn H rồi xúc động nói: "Ta đang nhìn thấy một gương mặt thần bí. Ngài chính là vua Quang Trung tái thế". H tưởng mình nghe nhầm: "Ông nói gì?". "Ngài đúng là vua Quang Trung giáng trần. Hãy nhìn kia, trán của ngài, mắt của ngài...". H cũng cảm thấy buồn cười, không tin, lại tiếp tục đi. Nhưng rồi H nghĩ, phải chăng mình giống Quang Trung thật? Nhưng mà Quang Trung có tự tử đâu? Và rồi H thay đổi ý định.

Gần chục năm sau, H trở thành một trong những doanh nhân thành đạt nhất nước.

Bạn hãy thử lý giải tại sao?

Chương 2

CẤU TRÚC CỦA GIAO TIẾP

Mục tiêu

Giao tiếp bao gồm ba mặt có quan hệ chặt chẽ với nhau: truyền thông, nhận thức và ảnh hưởng tác động qua lại lẫn nhau. Chương "Cấu trúc của giao tiếp" sẽ trình bày bản chất, đặc điểm của mỗi mặt cũng như những quá trình diễn ra trên mỗi mặt đó, từ đó chỉ ra cách để tăng cường hiệu quả của giao tiếp. Sau khi học xong chương này, bạn có thể:

- Hiểu được bản chất, đặc điểm của các quá trình: truyền thông, nhận thức và ảnh hưởng tác động qua lại trong giao tiếp;

- Trao đổi thông tin chính xác và đầy đủ hơn; tạo ấn tượng tốt về bản thân ngay trong lần đầu tiếp xúc; tăng cường sự hiểu biết lẫn nhau và nâng cao hiệu quả của sự ảnh hưởng và tác động qua lại với người khác trong giao tiếp.

Tóm tắt nội dung

- Truyền thông trong giao tiếp là quá trình trao đổi thông tin giữa những người giao tiếp với nhau. Quá trình này diễn ra ở hai cấp độ: cá nhân và tổ chức.

- + Truyền thông giữa các cá nhân là một quá trình tương hỗ, tuần hoàn và không đơn giản. Để truyền thông chính xác, ngoài việc hạn chế yếu tố nhiễu, các cá nhân còn phải hiểu tâm lí, văn hoá của đối tượng truyền thông, xác định đúng mục đích, thời gian, địa điểm và phương pháp truyền thông tối ưu.

- + Truyền thông trong tổ chức có thể là truyền thông chính thức hoặc không chính thức. Chúng diễn ra đa dạng và nhiều chiều, tạo thành mạng truyền thông trong tổ chức. Hiệu quả hoạt động của một tổ chức phụ thuộc nhiều vào hiệu quả của mạng truyền thông trong tổ chức đó. Một mạng truyền thông lý tưởng là mạng có tốc độ truyền thông cao, chính xác, thể hiện rõ vai trò của người lãnh đạo và tạo ra nhiều mối quan hệ giữa các thành viên trong tổ chức.

- Nhận thức trong giao tiếp là quá trình các chủ thể giao tiếp tìm hiểu đặc điểm của nhau và của chính bản thân mình. Kết quả của quá trình này là hình ảnh về đối tượng giao tiếp và về bản thân, là những đánh giá, nhận xét về nhau được rút ra thông qua giao tiếp. Trong quá trình này, ấn tượng ban đầu có vai trò nổi bật.

- Trong giao tiếp, các chủ thể giao tiếp còn ảnh hưởng tác động qua lại lẫn nhau. Sự ảnh hưởng tác động qua lại này diễn ra dưới nhiều hình thức, trong đó phổ biến là lây lan tâm lí, thuyết phục, bắt chước, áp lực nhóm và ám thị.

I. TRUYỀN THÔNG TRONG GIAO TIẾP

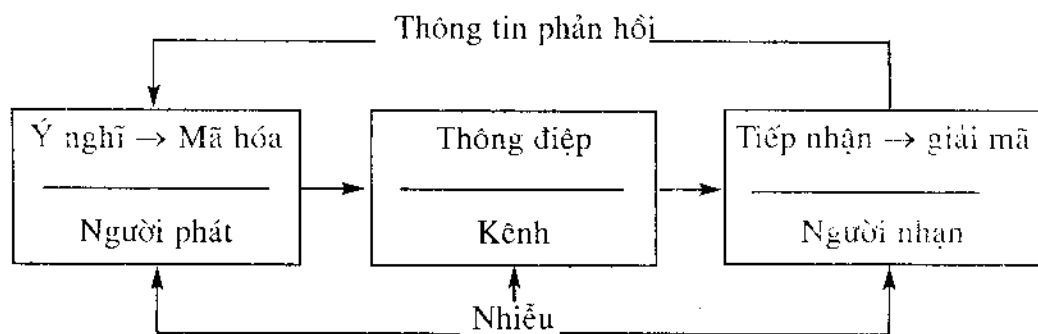
Khía cạnh truyền thông của giao tiếp được biểu hiện ở chỗ, trong giao tiếp, con người trao đổi thông tin với nhau. Quá trình này diễn ra trên hai cấp độ: cấp độ cá nhân và cấp độ tổ chức.

1. Quá trình truyền thông giữa hai cá nhân

1.1. Mô hình truyền thông

Về một phương diện nào đó, có thể xem giao tiếp là quá trình phát và nhận thông tin giữa những người giao tiếp với nhau. Đây là một quá trình hai chiều, nghĩa là người phát và người nhận thường xuyên đổi vai cho nhau: lúc thì người này là người phát, lúc thì chính họ lại là người nhận. Ví dụ, A và B đang trò chuyện với nhau: lúc thì A nói, B nghe; lúc thì ngược lại, B nói, A nghe.

Thông tin được trao đổi trong giao tiếp có thể là những thông báo về một sự việc nào đó, những nỗi niềm, tâm trạng, hoặc những đánh giá, nhận xét về chúng... Hiệu quả của quá trình truyền thông phụ thuộc vào người phát, người nhận và nhiều yếu tố khác. Có thể thể hiện quá trình truyền thông trong giao tiếp giữa các cá nhân bằng sơ đồ sau đây:



Hình 1: Sơ đồ truyền thông giữa hai cá nhân

Sơ đồ trên cho thấy, một người muốn chuyển một ý nghĩ nào đó đến một người khác thì phải bắt đầu từ việc mã hoá ý nghĩ đó. Mã hoá là quá trình biểu đạt ý nghĩ thành lời nói, chữ viết hay các dấu hiệu, ký hiệu, các phương tiện phi ngôn ngữ khác (ánh mắt, nét mặt, cử chỉ...). Kết quả của quá trình này là thông điệp được tạo thành (ý nghĩ đã được mã hoá) và sau đó được phát đi bằng các kênh truyền thông (ngôn ngữ nói, ngôn ngữ viết...) để đến với người nhận. Sự mã hoá không những phụ thuộc vào tình huống cụ thể, mối quan hệ giữa người phát và người nhận, mà còn phụ thuộc vào đặc điểm của người phát. Một ý có thể được mã hoá bằng nhiều cách, nhiều phương tiện (bộ mã)

khác nhau: người phát có thể sử dụng tiếng Việt, tiếng Anh hoặc một thứ tiếng khác; có thể sử dụng lời nói hoặc cử chỉ, điệu bộ. Ngay cả khi dùng lời nói thì cũng có nhiều cách nói: nói thẳng ra ý của mình hoặc nói bóng gió, ám chỉ... Chẳng hạn, trời nắng nóng, bạn cùng một người đang đi dạo và bạn muốn dừng lại nghỉ ngơi, uống nước. Bạn có thể chuyển ý muốn của mình đến người đó bằng một trong những thông điệp sau:

1. Mình mệt và khát nước quá! Chúng ta dừng lại nghỉ ngơi, uống cốc nước giải khát đi!

2. Bạn có muốn uống nước và nghỉ ngơi một chút không?

3. Hôm nay trời nắng nóng quá nhỉ!

4. Lúc này mà có một cốc chanh đá thì thật là tuyệt!

5. Quán giải khát này rất nổi tiếng. Tại sao chúng ta không dừng lại nghỉ ngơi và uống một chút gì đó nhỉ?

Và còn nhiều cách nói khác nữa. Cho nên, sau khi tiếp nhận thông điệp, người nhận phải tiến hành việc giải mã, tức là phân tích để hiểu được ý của người nói (nội dung của thông điệp). Đây là một quá trình phức tạp, không phải bao giờ người nhận cũng hiểu đúng ý người phát. Chẳng hạn, trong ví dụ nêu trên, nếu bạn nói: “Hôm nay trời nắng nóng quá nhỉ!” và người cùng đi gạt đầu đáp lại: “Ừ, hôm nay nóng lắm! Hôm qua, trên truyền hình người ta dự báo là nhiệt độ có thể lên đến 40 – 41^o C cơ đấy!”, thì trong trường hợp này người đó đã không thông hiểu điều bạn muốn.

Một khâu quan trọng trong mạch truyền thông là sự phản hồi, tức là người nhận phát tín hiệu trả lời người đã truyền đi bản thông điệp. Nó báo cho người phát biết thông điệp đã được tiếp nhận và được hiểu như thế nào. Trên cơ sở đó, người phát có thể điều chỉnh hoặc chuyển tiếp những thông điệp cần thiết khác.

Như vậy, truyền thông giữa các cá nhân là một quá trình tương hỗ và tuần hoàn.

Hiệu quả của quá trình truyền thông còn bị chi phối bởi các yếu tố được gọi là “nhiều”. Đó là những yếu tố ở người phát, người nhận hoặc trong môi trường gây cản trở đối với việc truyền tin. Thông thường, các yếu tố đó bao gồm:

- Sự khác biệt về văn hoá;

- Môi trường truyền thông không tốt. Ví dụ: tiếng ồn quá lớn, thời tiết quá nóng v.v;

- Ý không rõ ràng, quá trình mã hoá bị lỗi. Chẳng hạn, người nói sử dụng từ ngữ không chính xác, dùng từ địa phương;

- *Kênh truyền thông hoạt động không hiệu quả*: Phát âm không chuẩn, độ nhạy cảm của giác quan kém, điện thoại trực trực...;

- *Các yếu tố tâm lý ở người phát và người nhận*: Sự không tập trung, sự nóng vội, những định kiến, thành kiến, tâm trạng không tốt v.v.

Cho nên, trong giao tiếp, chúng ta cần chú ý đến các yếu tố nhiễu và tìm cách loại bỏ hoặc hạn chế ảnh hưởng của chúng.

1.2. Hoàn thiện quá trình truyền thông giữa các cá nhân

Quá trình truyền thông trong giao tiếp có hiệu quả hay không trước hết phụ thuộc vào người phát và người nhận. Theo các nhà giao tiếp học, để nâng cao hiệu quả của quá trình truyền thông, người phát và người nhận cần chú ý đến sáu vấn đề, được thể hiện trong sáu chữ huyền diệu: what (cái gì), why (tại sao), who (với ai), when (bao giờ), where (ở đâu) và how (bằng cách nào, như thế nào).

1.2.1. Đối với người phát

Khi đưa ra bản thông điệp, chẳng hạn bằng lời nói, người nói cần chú ý:

- *Cái gì (what)*, tức là nói cái gì, nói vấn đề gì? Nhiều khi chúng ta lỡ lời, nói ra điều không nên nói, là do trước khi nói, chúng ta không cân nhắc vấn đề nào nên nói, vấn đề nào không nên và vấn đề nào không được nói ra.

- *Tại sao (why)*, tức là tại sao phải nói ra điều đó, nói điều đó nhằm mục đích gì?

- *Với ai (who)*, tức là cần chú ý tìm hiểu người nghe là ai. Ai ở đây không chỉ đơn giản là một cái tên, lứa tuổi, giới tính, nghề nghiệp, địa vị xã hội hay học vấn của người nghe, mà còn bao gồm cả các đặc điểm tâm lý của họ, như: tâm trạng, tình cảm, sở thích, nhu cầu, quan điểm, lập trường, tín ngưỡng, niềm tin, thói quen... Trong giao tiếp, chúng ta phải tìm hiểu đối tượng giao tiếp để từ đó có cách giao tiếp, ứng xử phù hợp. Về vấn đề này, bằng cách này và với đối tượng này bạn được hoan nghênh, nhưng với đối tượng khác không có nghĩa cũng sẽ như vậy.

- *Khi nào (when)*, tức là đưa ra bản thông điệp vào thời điểm nào cho phù hợp. Một điều cần nói, nhưng nói ra không đúng lúc thì trọng lượng của lời nói cũng giảm sút, thậm chí làm người nghe khó chịu. Chẳng hạn, một thông

tin không phải là khẩn cấp lắm mà bạn lại gọi điện đến báo cho sếp vào lúc 23h đêm thì sếp sẽ không hài lòng.

- *Ở đâu (where)*. Chú ý đến vấn đề này, người phát cần cân nhắc xem đưa ra bản thông điệp ở đâu, trong hoàn cảnh nào để đạt hiệu quả cao nhất. Việc chọn sai địa điểm có thể làm giảm hiệu quả truyền thông, thậm chí hoàn toàn không đạt mục đích mong muốn. Ví dụ, bạn góp ý cho một người để mong họ tiến bộ, nhưng bạn lại làm điều đó trước mặt người thứ ba, vì thế người đó không những đã không tiếp nhận lời góp ý của bạn mà còn phản ứng lại một cách gay gắt.

- *Bằng cách nào (how)*, tức là phải cân nhắc xem truyền thông tin dưới hình thức nào, bằng cách nào cho hiệu quả. Một thông điệp có thể truyền đến người nhận bằng nhiều cách khác nhau, nhưng hiệu quả thường không giống nhau. Vì vậy, chúng ta cần biết lựa chọn cách truyền thông tin tối ưu nhất. Ví dụ: bạn chuẩn bị tổ chức lễ cưới và cần đưa thiệp để mời bạn bè đến dự, nhưng nếu bạn nhờ người khác đưa hộ thì hiệu quả thường không cao bằng việc bạn trực tiếp làm điều đó.

Ngoài ra, khi truyền tin, người phát cũng cần biết tạo tâm lý thoải mái, hào hứng ở người nhận, đồng thời theo dõi sự phản hồi để điều chỉnh quá trình truyền tin cho có hiệu quả.

1.2.2. Đối với người nhận

Để tiếp nhận và giải mã thông điệp từ người phát một cách đầy đủ, chính xác, người nhận cần chú ý:

- *Cái gì (what)*, tức là người nói đang nói cái gì, vấn đề gì?

- *Tại sao (why)*, tức là tại sao người nói lại đề cập điều đó?

- *Ai (who)*: người nói là ai (tuổi tác, giới tính, địa vị xã hội, học vấn, tâm trạng, tình cảm, sở thích, thói quen, quan điểm, niềm tin...)?

- *Khi nào (when)*: Người nói nói điều đó khi nào, ngay sau khi nhận được thông tin hay đã có sự cân nhắc, suy tính?

- *Ở đâu(where)*: Người nói đưa ra điều đó ở đâu, nơi nào, trong tình huống nào?

- *Bằng cách nào(how)*: Người phát truyền bản thông điệp đi bằng cách nào, dưới hình thức nào?

Cũng như người phát thường đặt mình vào vị trí người nhận để hiểu người nhận và từ đó định hướng, điều chỉnh quá trình truyền tin, người nhận cần đặt

mình vào vị trí người phát để hiểu được tâm tư, tình cảm, nguyện vọng của người phát, tại sao người phát lại đưa ra vấn đề đó... Ngoài ra, người nhận cần gạt bỏ những mặc cảm, những thành kiến (nếu có) về người phát, vì nếu không, chúng thường làm cho người nhận giải mã thông điệp một cách sai lệch.

2. Truyền thông trong tổ chức

2.1. Khái niệm tổ chức

Trong xã hội, con người thường phải liên kết lại thành những tổ chức để tiến hành hoạt động chung.

Tổ chức là tập hợp người có cơ cấu nhất định, cùng tiến hành một hoạt động nào đó vì lợi ích chung.

Như vậy, các cơ quan, nhà máy, xí nghiệp, công ty, văn phòng đều là tổ chức.

2.2. Các hình thức truyền thông trong tổ chức

Trong một tổ chức, giữa các thành viên luôn tồn tại hai loại mối quan hệ: quan hệ chính thức và quan hệ không chính thức (quan hệ tâm lý). Tương ứng với hai loại quan hệ này là hai hình thức truyền thông: truyền thông chính thức và truyền thông không chính thức.

2.2.1. Truyền thông chính thức

Truyền thông chính thức là truyền thông theo hình thức được quy định, hoặc bản thân quá trình truyền thông là một bộ phận của công việc.

Ví dụ: Giám đốc báo cáo tình hình sản xuất, kinh doanh trong năm tại hội nghị cán bộ, công nhân viên toàn công ty; hai nhân viên gặp gỡ, trao đổi thông tin với nhau để cùng thực hiện công việc mà giám đốc giao cho họ.

Những hình thức truyền thông chính thức phổ biến trong tổ chức là báo cáo, tờ trình, thông báo, biên bản...

Truyền thông chính thức đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong hoạt động của tổ chức. Chính thông qua truyền thông chính thức mà các chỉ thị mệnh lệnh, yêu cầu của người lãnh đạo được truyền xuống cho cấp dưới để thi hành, đồng thời, những kiến nghị, đề xuất của cấp dưới được chuyển lên cho lãnh đạo xem xét. Vì vậy, nếu ở tổ chức nào đó truyền thông chính thức không được đảm bảo thì hoạt động của tổ chức đó cũng không thể có hiệu quả.

2.2.2. Truyền thông không chính thức

Truyền thông không chính thức là quá trình trao đổi thông tin trong giao

tiếp không chính thức, người phát đi bản thông điệp chỉ với tư cách cá nhân, không thay mặt ai hay đại diện cho ai một cách chính thức.

Chẳng hạn, thủ trưởng trò chuyện riêng tư với một nhân viên sau giờ làm việc; hai nhân viên ngồi uống nước và bàn tán về tin đồn rằng, công ty của họ chuẩn bị sát nhập vào một công ty khác.

Truyền thông không chính thức không những thoả mãn nhu cầu xã hội của các thành viên, mà còn có thể giúp ích cho hoạt động của tổ chức, vì đây là hình thức truyền thông nhanh, có hiệu quả. Người thư ký có kinh nghiệm không bao giờ coi thường tác dụng của thông tin theo con đường không chính thức, nhất là những thông tin có tầm quan trọng đặc biệt đối với nhân viên trong tổ chức và có khả năng làm cho họ lo lắng. Thông tin không chính thức phản ánh mối quan tâm của nhân viên, một thông tin càng được quan tâm thì tốc độ truyền thông càng nhanh và càng đi xa. Người thư ký cần biết lựa chọn những thông tin mà nhân viên quan tâm và truyền đạt lên lãnh đạo. Ngay cả những tin đồn hoàn toàn sai sự thật thì chúng vẫn có giá trị đối với người lãnh đạo, vì chúng cho biết sự việc đang được nhân viên quan tâm.

2.3. Chiều truyền thông

Trong một tổ chức, quá trình truyền thông giữa các bộ phận, các cá nhân diễn ra theo nhiều chiều: từ trên xuống, từ dưới lên và theo chiều ngang.

2.3.1. Truyền thông từ trên xuống

Truyền thông từ trên xuống bắt đầu từ người lãnh đạo rồi theo từng cấp bậc cán bộ mà truyền xuống nhân viên, bằng các hình thức như thông báo, mệnh lệnh, đánh giá, nhận xét... Ví dụ: người lãnh đạo thông báo cho cấp dưới biết nhiệm vụ, chính sách và chế độ của tổ chức; đánh giá và nhận xét công tác của cấp dưới.

Truyền thông từ trên xuống có khi chỉ là việc người lãnh đạo viết thư thăm hỏi, động viên một nhân viên đang đau ốm, giải thích chế độ nghỉ ốm cho nhân viên đó.

2.3.2. Truyền thông từ dưới lên

Trong quá trình thực thi nhiệm vụ được giao, cấp dưới phải báo cáo lên cấp trên tình hình thực hiện nhiệm vụ, những vấn đề nảy sinh, những đề xuất của cấp dưới, từ đó cấp trên có thể đưa ra những biện pháp cải tiến công tác, đồng thời hiểu được cách nhìn nhận của cấp dưới đối với công tác của họ. Trong một tổ chức, truyền thông từ dưới lên bắt đầu từ cấp nào là tùy thuộc vào đặc điểm

của tổ chức đó. Nếu người lãnh đạo tạo ra được một môi trường dân chủ, tin cậy và tôn trọng lẫn nhau từ trên xuống dưới, có sự tham gia rộng rãi của các cấp vào việc xây dựng các quyết sách, thì sẽ có nhiều thông tin từ dưới lên. Nếu người lãnh đạo theo đuổi phong cách độc đoán, thì thông tin từ dưới lên vẫn có, nhưng thường chỉ là những thông tin của cán bộ quản lý báo cáo lên mà thôi.

Với vai trò là chiếc cầu nối giữa người lãnh đạo và phần còn lại của tổ chức, truyền thông từ dưới lên và truyền thông từ trên xuống thường phải qua người thư ký rồi mới đến lãnh đạo và nhân viên.

2.3.3. Truyền thông theo chiều ngang

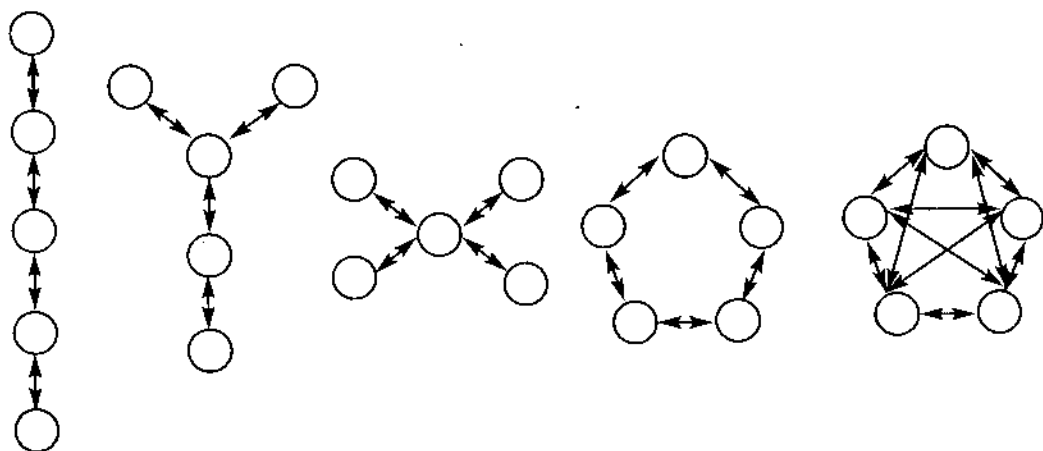
Truyền thông theo chiều ngang là quá trình trao đổi thông tin giữa những người cùng cấp. Ví dụ: Giám đốc phụ trách kinh doanh và giám đốc phụ trách nhân sự trao đổi với nhau về vấn đề tăng cường nhân lực cho bộ phận kinh doanh. Trong một số trường hợp, việc trao đổi thông tin theo chiều ngang được cấp trên ấn định, còn trong một số trường hợp khác, nó là hình thức truyền thông không chính thức.

Xét từ góc độ quản lý, truyền thông theo chiều ngang vừa có mặt lợi vừa có mặt hại. Mặt lợi của nó là có thể tiết kiệm thời gian và thuận tiện cho việc phối hợp công tác. Trong quá trình thực thi nhiệm vụ chung, nếu trước vấn đề nảy sinh nào, những bộ phận, những người được giao cũng phải báo cáo lên cấp trên và chờ ý kiến chỉ đạo của cấp trên thì tiến độ công việc sẽ chậm và không phát huy được tính sáng tạo của cấp dưới. Tuy nhiên, truyền thông theo chiều ngang có thể làm giảm vai trò, làm suy yếu ảnh hưởng của lãnh đạo, thậm chí tạo tình huống “lãnh đạo bị qua mặt”. Chẳng hạn, một vài trường phòng trao đổi với nhau và đưa ra một quyết sách nào đó mà giám đốc không hề hay biết, hoặc một vài nhân viên tự ý điều chỉnh kế hoạch thực thi nhiệm vụ mà không xin ý kiến của lãnh đạo. Đó là mặt hại của truyền thông theo chiều ngang. Nó thường biểu hiện mạnh ở những tổ chức mà việc truyền thông theo chiều dọc (từ trên xuống và từ dưới lên) bị cản trở.

2.4. Mạng truyền thông

Trong một tổ chức, các chiều truyền thông ngang và dọc giữa các thành viên tạo nên mạng truyền thông của tổ chức đó. Mạng truyền thông có ảnh hưởng rất lớn đến hiệu quả hoạt động của tổ chức vì nó chính là “mạch máu” của tổ chức. Từ những năm 40 của thế kỷ trước, các nhà khoa học đã quan tâm nghiên cứu vấn đề truyền thông trong tổ chức và đưa ra 5 loại mạng truyền

thông thông dụng nhất. Nếu giả thiết mỗi mạng có 5 thành viên thì mô hình của 5 loại mạng này có thể được thể hiện như ở hình 2.



Mạng dây chuyên Mạng chữ Y Mạng bánh xe Mạng vòng tròn Mạng hình sao (đơn chéo)

Hình 2: Sơ đồ 5 mạng truyền thông thông dụng

Nhìn vào sơ đồ trên chúng ta thấy:

- *Mạng dây chuyên* có kết cấu dọc với năm cấp. Ở mạng này, thông tin được truyền theo chiều dọc: từ dưới lên và từ trên xuống. Từ người lãnh đạo cao nhất đến cấp dưới thấp nhất và, ngược lại, từ cấp dưới thấp nhất đến cấp trên cao nhất, thông tin phải truyền qua ba cấp trung gian. Vì vậy, về nguyên tắc, mạng này đảm bảo tính chính xác cao của thông tin (vì qua nhiều lần kiểm tra), vai trò của từng cấp lãnh đạo cũng được thể hiện rõ, tuy nhiên nó không tạo ra nhiều mối quan hệ và tốc độ truyền thông cũng chậm.

- Ở *mạng chữ Y*, năm thành viên được phân ra thành bốn cấp: một thành viên phụ trách hai thành viên khác, trên thành viên này còn có hai cấp nữa. Thông tin cũng chỉ được truyền theo chiều dọc, không có trao đổi thông tin theo chiều ngang. Do đó, về cơ bản, ưu điểm và nhược điểm của mạng này không khác mạng mạng dây chuyên là bao.

- *Mạng bánh xe* có hai cấp, bốn thành viên cấp dưới không có quan hệ truyền thông với nhau, thậm chí không biết nhau. Tuy mạng này tạo ra ít mối quan hệ, tính chính xác của thông tin không cao (vì chưa qua kiểm tra), nhưng tốc độ truyền thông nhanh, và rất cơ động, linh hoạt, hơn nữa vai trò của người lãnh đạo được thể hiện rõ. Cho nên mạng này rất quen thuộc với các công ty

tác xi, tổng đại lý với các đại lý v.v. Ngoài ra, quá trình truyền thông còn đảm bảo tính bí mật. Vì vậy, không phải ngẫu nhiên mà mạng này thường được áp dụng ở các tổ, nhóm tình báo hoạt động trong lòng địch.

- *Mạng vòng tròn* cho phép mỗi thành viên có quan hệ truyền thông trực tiếp với hai thành viên gần mình nhất, với các thành viên còn lại thì phải gián tiếp qua hai người này. Truyền thông theo mạng vòng tròn có ưu điểm là thông tin chính xác, tốc độ truyền thông tương đối cao, tuy nhiên, vai trò của người lãnh đạo cao nhất không được thể hiện rõ.

- *Ở mạng hình sao*, mỗi thành viên đều có quan hệ truyền thông trực tiếp với tất cả các thành viên còn lại, nghĩa là quan hệ không bị hạn chế, tốc độ truyền thông nhanh, tuy nhiên, vai trò của người lãnh đạo không được thể hiện rõ. Người ta thường so sánh mạng này với một hội đồng mà trong đó không có một người được bổ nhiệm chính thức hoặc tạm thời giữ vị trí chi phối, vì vậy không khí ở đây là bình đẳng, dân chủ và mỗi thành viên của nó có thể tự do phát biểu ý kiến.

Một mạng truyền thông tốt là mạng có tốc độ truyền thông nhanh, độ chính xác cao, thể hiện được quyền lực của người lãnh đạo và tạo ra nhiều mối quan hệ để thoả mãn các thành viên. Như vậy, không có mạng truyền thông nào là tốt nhất đối với mọi trường hợp, mà chỉ có mạng tối ưu trong trường hợp này nhưng không phù hợp trong trường hợp khác. Chính vì vậy, hiện nay, ở nhiều tổ chức, người ta thường kết hợp nhiều loại mạng truyền thông. Chẳng hạn, bên cạnh việc duy trì chế độ báo cáo, người ta còn thiết lập những “đường dây nóng”, nghĩa là trong trường hợp cần thiết, một nhân viên có thể trực tiếp liên lạc với người lãnh đạo cao nhất, không phải qua các cấp quản lý trung gian.

II. NHẬN THỨC TRONG GIAO TIẾP

Trong giao tiếp chúng ta còn nhận thức, tìm hiểu người khác và nhận thức bản thân (tự nhận thức), tức là xây dựng nên hình ảnh về đối tượng giao tiếp và về bản thân.

1. Nhận thức đối tượng giao tiếp

Nhận thức đối tượng giao tiếp là quá trình chúng ta tìm hiểu các đặc điểm của đối tượng giao tiếp, xây dựng nên hình ảnh về đối tượng giao tiếp trong đầu óc chúng ta.

Hình ảnh về đối tượng giao tiếp bao gồm hình ảnh bên ngoài và hình ảnh

bên trong. Hình ảnh bên ngoài phản ánh các yếu tố bề ngoài của đối tượng giao tiếp, như: tướng mạo, ăn mặc, nói năng, nụ cười, ánh mắt, nét mặt, tư thế, tác phong v.v. Nó là kết quả của quá trình tri giác diễn ra khi chúng ta gặp gỡ, trao đổi với đối tượng. Trên cơ sở kết quả tri giác, chúng ta phân tích, đánh giá và đưa ra những nhận xét về các đặc điểm bên trong của đối tượng giao tiếp, như: đạo đức, tính cách, năng lực, động cơ và các phẩm chất nhân cách khác, tức là xây dựng nên hình ảnh bên trong về đối tượng giao tiếp. Như vậy, hình ảnh bên ngoài và hình ảnh bên trong có quan hệ chặt chẽ với nhau, hình ảnh bên trong (tức bản chất của con người) luôn được xác lập thông qua hình ảnh bên ngoài. Cho nên, trong giao tiếp, chúng ta không nên coi thường vẻ bề ngoài của mình, từ ăn mặc, trang điểm cho đến đi đứng, nói năng và các cử chỉ, điệu bộ khác.

Nhận thức là một quá trình. Quá trình này bắt đầu từ lần tiếp xúc đầu tiên và tiếp diễn ở những lần gặp gỡ sau đó. Tuy nhiên, trong lần gặp đầu tiên diễn ra một hiện tượng có ý nghĩa đặc biệt quan trọng không chỉ đối với việc xác lập hình ảnh của người này trong con mắt người kia, mà cả đối với việc phát triển mối quan hệ giữa họ, đó là ấn tượng ban đầu. Trong phần dưới đây, chúng ta sẽ cùng nhau tìm hiểu kỹ hơn về hiện tượng này.

1.1. Khái niệm ấn tượng ban đầu

Ấn tượng ban đầu là hình ảnh về đối tượng giao tiếp được hình thành trong lần gặp gỡ đầu tiên.

Đó là những đánh giá, nhận xét của chúng ta về đối tượng giao tiếp trong lần đầu tiếp xúc. Ví dụ, sau khi tiếp một khách hàng mới, bạn thốt lên: “Bà ta ăn mặc mới tân thời làm sao!”, hoặc: “Cách trò chuyện của bà ta thật là hấp dẫn và dí dỏm!”.

1.2. Cấu trúc của ấn tượng ban đầu

Trong cấu trúc của ấn tượng ban đầu, người ta thường nói đến ba thành phần: thành phần cảm tính, thành phần lý tính và thành phần cảm xúc.

1.2.1. Thành phần cảm tính

Thành phần cảm tính bao gồm các đặc điểm bề ngoài của đối tượng giao tiếp, như: ăn mặc, trang điểm, ánh mắt, nụ cười, dáng điệu v.v. Đây là thành phần cơ bản, chiếm ưu thế trong cấu trúc của ấn tượng ban đầu.

Về bề ngoài của một người không phải luôn phản ánh chân thực bản chất của họ. Trong cuộc sống, có những người bề ngoài thì cười cười, nói nói, tỏ vẻ thân thiện, nhưng lòng lại ẩn chứa những mưu mô, ý đồ xấu xa. Cho nên những

người có lý trí và từng trải thường không để ấn tượng ban đầu ảnh hưởng nhiều đến mối quan hệ, đến hành động của họ.

1.2.2. Thành phần lý tính

Thành phần lý tính gồm những đánh giá, nhận xét ban đầu về những phẩm chất bên trong của đối tượng giao tiếp, như : tính cách, tình cảm, năng lực, quan điểm v.v. Chẳng hạn như: “Anh chàng có vẻ nghiêm túc.”, hoặc “Cô ta trông hiền lành và dịu dàng”.

1.2.3. Thành phần cảm xúc

Thành phần cảm xúc gồm những rung động nảy sinh trong quá trình gặp gỡ, như: thiện cảm hay ác cảm, hài lòng, dễ chịu hay không hài lòng, khó chịu. Thành phần cảm xúc ảnh hưởng nhiều đến độ bền vững của ấn tượng ban đầu. Nói chung, cảm xúc càng mạnh thì hình ảnh về người đối thoại càng khó phai mờ.

Như vậy, ấn tượng ban đầu là hình ảnh mang tính tổng thể về đối tượng giao tiếp, tức được hình thành từ nhiều đặc điểm, nhiều nét khác nhau. Tuy nhiên, theo kết quả nghiên cứu của Asch Solomon - nhà tâm lý học Mỹ, thì trong số chúng luôn có một nét là trung tâm, có ý nghĩa nhất và quyết định ấn tượng về người khác ở trong chúng ta. (Chúng ta thường gọi là nét “gây ấn tượng”). Điều này chúng ta có thể dễ dàng nhận thấy từ kinh nghiệm của bản thân. Có khi chỉ một lần gặp rồi sau đó chúng ta nhớ mãi một cái nhìn, một nụ cười hay một bàn tay ấm áp với cái bắt tay chặt của người đó.

1.3. Vai trò của ấn tượng ban đầu

Ấn tượng ban đầu có ý nghĩa lớn trong giao tiếp. Nếu chúng ta tạo được ấn tượng tốt ở người khác ngay trong lần đầu tiếp xúc, thì điều đó có nghĩa là họ có cảm tình với chúng ta, họ còn muốn gặp chúng ta ở những lần sau. Đó chính là điều kiện thuận lợi để chúng ta xây dựng, phát triển mối quan hệ tốt đẹp và lâu dài với họ. Ngược lại, nếu ngay trong lần đầu gặp gỡ mà chúng ta đã có những sơ suất và để lại ấn tượng không tốt, thì chúng ta thường khó khăn trong những lần gặp gỡ sau đó và phải mất không ít công sức mới có thể xoá được ấn tượng đó. Không phải ngẫu nhiên mà trong kinh doanh, người ta ví ấn tượng ban đầu như là phần vốn góp của giới doanh nhân.

1.4. Quá trình hình thành ấn tượng ban đầu

Ấn tượng ban đầu có vai trò quan trọng như vậy cho nên làm thế nào để tạo ấn tượng tốt ở người khác là vấn đề chúng ta quan tâm. Tuy nhiên, trước

khi tìm hiểu vấn đề này, chúng ta cần nắm một số đặc điểm về quá trình hình thành ấn tượng ban đầu.

1.4.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến quá trình hình thành ấn tượng ban đầu

Quá trình hình thành ấn tượng ban đầu là một quá trình phức tạp, chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố. Dưới đây là một số yếu tố cơ bản.

- Các yếu tố thuộc đối tượng giao tiếp

Ấn tượng ban đầu là hình ảnh về đối tượng giao tiếp cho nên trước hết nó phụ thuộc vào đặc điểm của đối tượng giao tiếp, đặc biệt là những đặc điểm bề ngoài, như: đầu tóc, ăn mặc, ánh mắt nhìn, nét mặt, nụ cười, tư thế, cử chỉ, điệu bộ, nói năng... Chẳng hạn, trong lần gặp đầu tiên, người Anh đặc biệt chú ý nhiều phần từ cổ trở lên (cổ áo, cà vạt thế nào, đầu tóc, mặt mũi ra sao); những từ đầu tiên mà người đó nói (là từ gì, có từ xin lỗi hay cảm ơn không, phát âm có chuẩn không?); những bước đi đầu tiên (bước đi dài hay ngắn, nhanh hay chậm, tư thế đi, xách cặp tay phải hay trái).

- Các yếu tố ở chúng ta

Hình ảnh về đối tượng giao tiếp hình thành trong đầu óc chúng ta không những phụ thuộc vào đối tượng đó mà còn phụ thuộc các đặc điểm của chúng ta, trong đó quan trọng là:

+ Tâm trạng, tình cảm

Khi chúng ta ở trong tâm trạng thoải mái, vui vẻ, thì cảnh vật cũng như những con người xung quanh dường như đẹp hơn, dễ mến hơn, thân thiện, gần gũi hơn. Ngược lại, khi chúng ta buồn bã, căng thẳng, cáu gắt, thì cảnh có đẹp, có nhộn nhịp cũng trở nên ảm đạm, người có tốt, có tử tế cũng không dễ gây ấn tượng tốt ở chúng ta. Đúng như Nguyễn Du đã từng đúc kết trong truyện Kiều: “Người buồn cảnh có vui đâu bao giờ”. Chính vì vậy mà khi có công chuyện quan trọng với một người, người ta thường chọn thời điểm mà người đó có tâm trạng thoải mái để tiếp xúc, gặp gỡ, tránh những thời điểm dễ gây cảm xúc khó chịu, phiền hà (chẳng hạn, giờ nghỉ trưa hoặc đêm đã khuya).

Tình cảm với một người cũng chi phối mạnh hình ảnh về người đó trong chúng ta. Những tình cảm dương tính thường đưa đến những đánh giá thiên vị, tức là diễn ra hiện tượng tô hồng hình ảnh đối tượng giao tiếp. Ngược lại, những tình cảm âm tính lại thường làm trầm trọng thêm những khiếm khuyết của đối tượng giao tiếp. Người xưa nói: “Yêu nên tốt, ghét nên xấu” là vì vậy.

+ Nhu cầu, sở thích, thị hiếu

Người ta nói rằng, con người thường chỉ thấy những cái mà người ta muốn

thấy. Hơn nữa, cái hợp với nhu cầu, sở thích, thị hiếu của con người thì dễ gây ấn tượng tích cực, ngược lại, cái trái với chúng – ấn tượng tiêu cực. Ví dụ, một người đánh giá cao những nét đẹp truyền thống của người phụ nữ Việt Nam thì dễ có cảm tình với những phụ nữ để tóc dài, ăn mặc đoan trang, đúng đắn. Điều này có nghĩa là trong giao tiếp chúng ta cần chú ý tìm hiểu nhu cầu, thị hiếu, sở thích... của đối tượng giao tiếp để biết cách ăn mặc, nói năng, ứng xử cho phù hợp.

+ Tâm thế và sự hình dung về đối tượng giao tiếp

Tâm thế của chúng ta trong giao tiếp là cái mà chúng ta chờ đợi hoặc cho rằng sẽ xảy ra trong giao tiếp. Nó, một cách vô thức, biểu hiện nhu cầu, mong muốn của chúng ta, cái mà chúng ta quan tâm. Dưới sự chi phối của tâm thế và nhiều yếu tố khác, chẳng hạn kinh nghiệm, chúng ta tưởng tượng ra đối tượng giao tiếp - con người mà chúng ta sẽ có cuộc tiếp xúc đầu tiên. Nhiều công trình nghiên cứu trong tâm lí học cho thấy rằng, tâm thế và sự tưởng tượng của chúng ta về một người trước khi tiếp xúc có ảnh hưởng không nhỏ đến đánh giá, nhận xét của chúng ta về người đó. Chẳng hạn, năm 1982, nhà tâm lí học A. A. Bodolov đã cho hai nhóm sinh viên xem ảnh của một người đàn ông. Với nhóm thứ nhất, ông giới thiệu người trong ảnh là một nhà khoa học vĩ đại, đã có nhiều đóng góp cho đất nước; với nhóm thứ hai – là một phạm nhân đặc biệt nguy hiểm. Sau đó, ông yêu cầu mỗi nhóm mô tả và nhận xét về người trong ảnh. Kết quả là, ở nhóm thứ nhất, người trong ảnh được liệt kê những đặc điểm như: vầng trán rộng, mắt sáng, ánh mắt sâu thẳm chứng tỏ một trí tuệ tuyệt vời, cái cằm bạnh biểu hiện nghị lực phi thường... Ngược lại, ở nhóm thứ hai lại nhận xét: ánh mắt sâu chứng tỏ con người xảo quyệt, nham hiểm, còn cái cằm bạnh cho thấy đây là con người lì lợm, lạnh lùng... Rõ ràng là ở đây, những tâm thế khác nhau: “trước mắt mình là ảnh của một nhà khoa học vĩ đại” và “trước mắt mình là ảnh của một phạm nhân đặc biệt nguy hiểm” đã tạo nên những ấn tượng khác nhau về cùng một người.

- Tình huống, hoàn cảnh giao tiếp

Tình huống, hoàn cảnh giao tiếp cũng ảnh hưởng đến ấn tượng về người khác trong chúng ta. Chẳng hạn, một đồng nghiệp của bạn trong bộ váy dài lấp lánh tại buổi lễ kỷ niệm 25 năm ngày thành lập Công ty trông mới tuyệt vời làm sao! Nhưng nếu cũng đồng nghiệp đó trong buổi lao động công ích và vẫn với bộ váy lấp lánh đó thì chắc bạn cũng phải lắc đầu ngán ngẩm.

Ngoài những yếu tố nêu trên, còn có một số hiệu ứng cũng chi phối quá

trình hình thành ấn tượng ban đầu, ví dụ như: hiệu ứng cái mới, hiệu ứng hào quang...

1.4.2. Thời gian hình thành ấn tượng ban đầu

Theo các nhà tâm lí học Mỹ, trong giao tiếp, quá trình hình thành ấn tượng ban đầu bắt đầu ngay từ khi người ta có sự tiếp xúc (nhìn thấy, nghe thấy) và diễn ra chủ yếu ở những giây phút đầu tiên của cuộc tiếp xúc. Nói cách khác, những giây phút đầu tiên của cuộc gặp gỡ là những giây phút quyết định hình ảnh của chúng ta trong con mắt người khác.

1.4.3. Làm thế nào để tạo được ấn tượng tốt?

Muốn gây ấn tượng tốt trong lần đầu tiếp xúc, bạn cần chú ý tuân thủ các yêu cầu sau:

- *Tạo bầu không khí thân mật, hữu nghị;*

Ngay trong những giây phút đầu tiên tiếp xúc, chúng ta phải tạo được bầu không khí thân mật, gần gũi, hữu nghị. Trong bầu không khí đó, người đối thoại sẽ cảm thấy tự tin, yên tâm, tin tưởng, nghĩa là chúng ta đã đặt nền móng cho việc xây dựng hình ảnh tích cực về mình. Muốn vậy, trước hết chúng ta cần chú ý đến những biểu hiện bề ngoài của mình, như: ánh mắt, nét mặt, nụ cười, tư thế, lời nói, thậm chí cả kiểu bàn ghế được dùng và cách bố trí chúng trong cuộc gặp gỡ, khoảng cách giữa chúng ta và người đối thoại trong khi tiếp xúc... Chẳng hạn, khi khách đến, chúng ta cần nhanh nhẹn đứng dậy, mỉm cười, tiến nhanh lại chào hỏi và chìa tay ra cho khách, mời khách ngồi, còn bản thân thì chủ động ngồi ở vị trí ngang tầm, không quá xa ... Khi trò chuyện, cần tỏ ra nhiệt tình, chân thành, cởi mở, không được làm cho bầu không khí trở nên nặng nề, căng thẳng mà phải tạo ra được sự thân mật, ấm cúng, vui vẻ.

- *Bắt đầu bằng cách cùng nói về những vấn đề mà hai bên cùng quan tâm;*

Trong cuộc sống, có một số người, khi tiếp xúc với người khác, chỉ quan tâm tới những đề tài mà họ cảm thấy hứng thú, không để ý đến nhu cầu của người đối thoại. Những người này thường khó chiếm được cảm tình của người khác vì thực ra họ không quan tâm đến người khác. Ngược lại, cũng có những người chỉ lo thoả mãn người đối thoại, gạt bỏ hứng thú của cá nhân mình, do đó cũng không thể phát huy được ưu thế của bản thân. Cách tốt nhất để mở đầu cuộc gặp gỡ là chọn vấn đề mà cả hai bên cùng quan tâm. Nhưng làm thế nào để xác định được vấn đề mà người đối thoại quan tâm trong lần đầu tiếp xúc với họ? Ở đây bạn phải sử dụng thủ thuật. Bạn có thể chọn những câu chuyện

đòi thường để “ném đá dò đường”, và khi đã tìm được vấn đề ăn ý nhau thì tiếp tục đưa câu chuyện đi sâu hơn nữa.

- Nắm vững thời cơ và giây phút quyết định của cuộc tiếp xúc

Sau khi đã chọn được vấn đề hai bên cùng quan tâm, chúng ta tiếp tục đẩy câu chuyện theo hướng đó. Tuy nhiên, đó chỉ là câu chuyện dạo đầu nhằm tạo không khí tiếp xúc và tìm hiểu tâm lí người đối thoại, chúng ta không được để cho cuộc tiếp xúc trôi mãi theo hướng đó. Chúng ta gặp gỡ người đối thoại không chỉ để trò chuyện cho vui mà là vì công việc, nghĩa là chúng ta phải biết nắm lấy những giây phút quyết định, chọn thời điểm thích hợp để nêu vấn đề và giải quyết. Nói chung, những giây phút đầu tiên là bước khởi đầu then chốt, thường quyết định thành công hay thất bại của cả quá trình tiếp xúc sau đó. Trong khoảng thời gian ngắn ngủi này, chúng ta vừa phải tìm hiểu người đối thoại, tạo sự sẵn sàng hợp tác ở họ, vừa phải biết chớp thời cơ để đạt mục đích. Điều này chứng tỏ năng lực của chúng ta. Trong trường hợp ngược lại, chúng ta có thể bị đánh giá là “dễ mẫn nhưng thiếu năng lực”.

2. Tự nhận thức trong giao tiếp

Trong giao tiếp, không những chúng ta nhận thức người khác mà còn nhận thức, khám phá bản thân mình (tự nhận thức), tức là tự xây dựng cho mình hình ảnh về bản thân. Chỉ qua giao tiếp với người khác mà chúng ta biết mình được đánh giá, nhìn nhận như thế nào, nghĩa là hình dung ra mình trong con mắt của người khác, từ đó chúng ta có thể tự điều chỉnh để hoàn thiện bản thân.

Hình ảnh về bản thân là yếu tố đặc biệt quan trọng chi phối hành vi, cách ứng xử của chúng ta. Ví dụ: Trong lúc nóng giận, một khách hàng đã to tiếng với bạn, đã có những lời nói xúc phạm bạn, bạn rất tức giận và muốn hét vào mặt khách hàng đó: “Ông không được học hành gì hay sao mà nói năng như vậy?”. Tuy nhiên, bạn đã kìm chế được bởi bạn nghĩ rằng, mình là thư ký của công ty, mình không thể làm thế để ảnh hưởng xấu đến bộ mặt của công ty và của giám đốc.

Như vậy, muốn hành vi, ứng xử một cách hợp lý, chúng ta cần nhận thức đúng bản thân mình.

3. Tăng cường sự hiểu biết lẫn nhau trong giao tiếp

Sự hiểu biết lẫn nhau có ý nghĩa quan trọng trong giao tiếp. Nó là cơ sở để các chủ thể giao tiếp đặt niềm tin vào nhau và xây dựng mối quan hệ hợp tác tốt đẹp và ổn định lâu dài. Vì vậy, trong giao tiếp, chúng ta cần biết tạo điều kiện tốt nhất cho sự hiểu biết lẫn nhau.

Nghiên cứu về vấn đề này, hai tác giả Joseph Luft và Harry Ingham đưa ra một sơ đồ có 4 ô, gọi là cửa sổ giao tiếp Joharry (Joharry là từ ghép từ tên của hai tác giả).

I Chung	II Mù
III Riêng	IV Không nhận thức được

Hình 3: Cửa sổ giao tiếp Joharry

- Ô I, còn gọi là ô “Chung”, tương ứng với những gì về chúng ta mà cả chúng ta và đối tượng giao tiếp đều biết.

- Ô II - ô “Mù”, tương ứng với những gì chúng ta không biết về mình nhưng đối tượng giao tiếp lại biết.

- Ô III - ô “Riêng”, tương ứng với những gì chúng ta biết về mình nhưng đối tượng giao tiếp lại không biết.

- Ô IV - ô “Không nhận thức được”, tương ứng với những gì về chúng ta mà cả chúng ta và đối tượng giao tiếp đều không biết.

Như vậy, ô chung biểu hiện sự hiểu biết lẫn nhau giữa chúng ta và đối tượng. Trong giao tiếp, ô chung cũng như các ô còn lại có thể được nói rộng ra hoặc thu hẹp lại, điều này phụ thuộc vào hai yếu tố cơ bản, đó là sự cởi mở và phản hồi.

- *Cởi mở là chia sẻ những suy nghĩ, tâm tư, tình cảm, nguyện vọng, những hiểu biết của mình với đối tượng giao tiếp.*

Nói cách khác, cởi mở là tự vén bức màn bí ẩn của đời sống nội tâm của mình, làm cho người khác có thể hiểu được chúng ta.

Trong giao tiếp, nếu mọi người đều cởi mở với nhau thì ô “chung” sẽ trở nên rộng ra, ô “riêng” bị thu hẹp, nghĩa là làm cho con người hiểu nhau hơn, xích lại gần nhau hơn.

Cởi mở cũng là một nhu cầu. Khi chúng ta có niềm vui hay nỗi buồn, khi có những điều trăn trở, chúng ta thường tìm đến những người thân thiết, có thể tin tưởng để giải bày và được chia sẻ. Khi một ai đó thổ lộ với chúng ta những nỗi niềm của họ thì chúng ta cũng thường cảm thấy vui vì được tin tưởng. Tuy nhiên, cởi mở cũng không phải là dễ. Nhiều khi có điều muốn nói ra, nhưng bạn lại không dám làm điều đó vì bạn mặc cảm, sợ bị chê cười, bị coi là “dốt”,

là “ngớ ngẩn”, nghĩa là bạn thiếu lòng tin vào bản thân mình. Chẳng hạn, tại một cuộc họp, bạn có những điều nung nấu, có những ý nghĩ sáng suốt và bạn muốn nói ra, nhưng bạn lại e ngại, bạn chần chừ, tự bảo mình: “ lần sau, lần sau” nhưng rồi chẳng bao giờ bạn thực hiện được lời hứa đó. Cho nên muốn cởi mở, trước hết bạn cần phải là một con người tự tin, dám chấp nhận mình, mà cách tốt nhất để rèn luyện lòng tin vào bản thân, theo các nhà tâm lí học, là hãy làm những việc mà mình e ngại, không dám làm.

Cũng do vậy cho nên, khi có người thổ lộ với bạn những nỗi niềm của họ, chúng ta cần thể hiện thái độ tôn trọng, quan tâm, chú ý lắng nghe họ. Trong trường hợp ngược lại, chúng ta sẽ chẳng bao giờ được người đó tin tưởng nữa.

- Phản hồi là sự truyền thông tin ngược trở lại từ đối tượng giao tiếp đến chúng ta, nó cho chúng ta biết những suy nghĩ, cảm tưởng, đánh giá, nhận xét của đối tượng giao tiếp về chúng ta.

Sự phản hồi làm thu hẹp ô “mù” và mở rộng ô “chung”, nghĩa là làm cho chúng ta và đối tượng giao tiếp hiểu biết nhiều hơn về nhau.

Mức độ phản hồi không chỉ phụ thuộc vào việc đối tượng giao tiếp có phải là người cởi mở hay không, mà còn phụ thuộc vào nghệ thuật giao tiếp của chúng ta, vào việc chúng ta có biết khuyến khích đối tượng chia sẻ những suy nghĩ, cảm tưởng của họ về chúng ta hay không. Trong cuộc sống, không ít người còn chưa biết lắng nghe, thường ngắt lời, thậm chí tỏ thái độ khó chịu khi được người khác góp ý. Cách ứng xử như vậy không những làm giảm lượng thông tin phản hồi từ người khác đến với họ, mà còn làm cho người khác, kể cả những người có thiện chí, dần xa rời họ.

III. ẢNH HƯỞNG TÁC ĐỘNG QUA LẠI TRONG GIAO TIẾP

Trong giao tiếp, con người không chỉ trao đổi thông tin với nhau, nhận thức, đánh giá nhau, mà còn ảnh hưởng, tác động lẫn nhau. Đây là một quá trình phức tạp, kết quả của nó phụ thuộc vào nhiều yếu tố, trong đó có cả đặc điểm của người tiếp nhận tác động, chứ không phải chỉ đơn giản là “ gân mực thì đen, gân đèn thì sáng”. Trước những tác động xấu, một con người có trí tuệ, có bản lĩnh, có ý chí vẫn có thể “gân bùn mà chẳng hôi tanh mùi bùn”.

Sự ảnh hưởng tác động lẫn nhau trong giao tiếp được biểu hiện dưới nhiều hình thức đa dạng: lây lan cảm xúc, ám thị, bắt chước, áp lực nhóm...

1. Lây lan cảm xúc

Lây lan cảm xúc là sự chuyển toả trạng thái cảm xúc từ người này sang người khác.

Ví dụ: Một nhóm bạn ngồi chơi, không khí đang trầm lắng, một người hồn nhiên, vui vẻ gia nhập vào và không khí của nhóm trở nên sôi nổi.

Chúng ta thường nói “vui lây”, “buồn lây” là vì vậy. Ở các hiện tượng như sự cuồng nhiệt của các cổ động viên bóng đá trên khán đài, sự hoảng loạn của đám đông hay tâm trạng lo lắng của người dân trước cơn bão khủng hoảng tài chính đều có sự chi phối của lây lan cảm xúc.

Trong một tổ chức, cảm xúc, tâm trạng của thành viên này cũng có thể lây lan sang thành viên khác. Chẳng hạn, khi một nhóm người chuẩn bị thực thi một nhiệm vụ nào đó, chỉ cần một người kêu chán, nói ngang hay ngáp, thờ dãi là có thể làm những người khác chán nản theo. Tại văn phòng, một nhân viên có tâm trạng xấu cũng có thể làm cho không khí tâm lý của cả văn phòng ảm đạm, nặng nề. Cho nên, trong giao tiếp, chúng ta cần biết giữ tâm trạng vui vẻ, thoải mái để tránh ảnh hưởng xấu đến tâm trạng của người khác.

2. Âm thị

Âm thị là dùng lời nói, việc làm, cử chỉ, đồ vật tác động vào một người hay một nhóm người, làm cho họ tiếp nhận thông tin thiếu sự kiểm tra, phê phán.

Trong giao tiếp, khi nhận thông tin từ người đối thoại, chúng ta thường phân tích, kiểm tra bằng cách tự hỏi: họ nói cái gì, điều đó có đúng không, tại sao họ nói?... Tuy nhiên, cũng có trường hợp do tác động của người đối thoại, chúng ta tiếp nhận và đặt niềm tin vào thông tin đó mà không kiểm tra. Đó là do chúng ta bị âm thị. Chẳng hạn, bạn vào cửa hiệu mua một món hàng đã định. Sau khi giả tiền, nhận món hàng, bạn định kiểm tra lại món hàng đó. Tuy nhiên, cô nhân viên bán hàng bảo với bạn: “ Cô yên tâm đi, hàng của chúng tôi rất đảm bảo chất lượng”. Thế là bạn cho hàng vào túi, cảm ơn nhân viên bán hàng rồi ra về mà không kiểm tra nữa.

Âm thị là một hiện tượng phổ biến trong đời sống. Tác động của quảng cáo cũng dựa trên cơ chế âm thị. Những lời nói, những hình ảnh được lặp đi, lặp lại nhiều lần trên truyền hình sẽ “ngấm” dần vào khán giả mà họ thường không hay biết.

Tính bị âm thị là một đặc điểm chung của con người, ai cũng có thể bị âm thị, nhưng mức độ dễ, khó thì không giống nhau. Nói chung, trẻ em dễ bị âm thị hơn người lớn; người nhẹ dạ, cả tin, thiếu tự tin dễ bị âm thị hơn người có bản lĩnh, có lập trường vững vàng. Trong trạng thái hoang mang, lo lắng, thiếu thông tin, chúng ta cũng trở nên dễ bị âm thị. Ngoài ra, khả năng bị âm thị của

một người còn phụ thuộc vào đặc điểm của người tiến hành ám thị, trong đó có uy tín của họ. Một người có uy tín thì lời nói của họ cũng có “trọng lượng”, người khác thường dễ tin và làm theo lời họ một cách tự giác, ít khi nghi ngờ những thông tin mà họ đưa ra.

3. Áp lực nhóm

Trong giao tiếp nhóm, khi một người hoặc một số người có ý kiến trái với ý kiến của đa số, thì những người này thường phải chịu một áp lực tâm lí, gọi là áp lực nhóm. Dưới áp lực này, những người đó có xu hướng thay đổi ý kiến của mình và chấp nhận ý kiến của đa số.

Ví dụ: Một đội sản xuất tiến hành bình bầu cá nhân xuất sắc trong năm, khi biểu quyết bầu thành viên A, thành viên B trong thâm tâm không tán thành, nhưng nhìn quanh thấy mọi người đều giơ tay nên A cũng từ từ giơ tay.

Một trong những biểu hiện của áp lực nhóm là hiện tượng mà người ta thường gọi là a đua hay theo đuôi. Có hai loại a đua:

- A đua hình thức - bề ngoài cá nhân tỏ vẻ chấp nhận ý kiến của nhóm nhưng bên trong thì chống đối, không tán thành;

- A đua bên trong - cá nhân hoàn toàn bị ý kiến của đa số thu phục.

Áp lực nhóm phụ thuộc vào các yếu tố cơ bản sau:

- Đặc điểm tâm lí của cá nhân chịu áp lực nhóm: Ý chí, bản lĩnh, lập trường, nhận thức, giới tính, lứa tuổi v.v...

- Đặc điểm của nhóm: quy mô, mức độ thống nhất trong nhóm v.v...

- Mối quan hệ giữa cá nhân với nhóm: Vị trí của cá nhân trong nhóm, sự trung thành của cá nhân với nhóm, mức độ phụ thuộc nhau giữa các thành viên v.v...

- Hoàn cảnh: Tính chất của nhiệm vụ, mức độ quan tâm của cá nhân đến nhiệm vụ đó v.v.

4. Bắt chước

Bắt chước là mô phỏng, lặp lại hành vi, cách ứng xử, cử chỉ, điệu bộ, cách suy nghĩ của người khác.

Trong giao tiếp hàng ngày, bắt chước là một hiện tượng phổ biến. Người khác đưa tay ra để bắt tay chúng ta, chúng ta cũng đưa tay ra. Người khác gật đầu chào chúng ta, chúng ta cũng gật đầu chào lại. Người khác mỉm cười với chúng ta, chúng ta cũng mỉm cười với họ. Trong yến tiệc, người khác đứng dậy

chúc rượu, chúng ta cũng cần đứng lên. Người khác xếp hàng chờ, chúng ta cũng nên xếp phía sau để chờ. Người khác ra tận cửa tiễn khách, chúng ta cũng nên đi cùng người đó tiễn khách. Tóm lại, trong nhiều tình huống giao tiếp, hành vi của người khác luôn hấp dẫn chúng ta, ảnh hưởng đến chúng ta giống như một hòn nam châm. Nếu chúng ta không làm theo họ thì có thể là thiếu lễ độ hoặc khiến họ có ấn tượng không tốt đối với chúng ta.

Câu hỏi

1. Vẽ mô hình truyền thông giữa các cá nhân trong giao tiếp và giải thích các yếu tố của nó!
2. Nhiễu là gì, các loại nhiễu, từ đây bạn cần lưu ý gì để tăng cường hiệu quả của truyền thông?
3. Để tăng cường hiệu quả của quá trình truyền thông, người phát và người nhận cần lưu ý những vấn đề gì?
4. Bạn hãy đưa ra một tình huống mà bạn cho rằng, mình đã sai lầm trong giao tiếp. Dựa vào mô hình truyền thông giữa các cá nhân và những vấn đề cần lưu ý trong truyền thông, bạn hãy phân tích tình huống đó để thấy được thiếu sót cụ thể của bạn là gì?
5. Khái niệm, cấu trúc và vai trò của ấn tượng ban đầu. Bạn cần làm gì để tạo được ấn tượng tốt ở người khác?
6. Vẽ sơ đồ cửa sổ giao tiếp Joharry và giải thích các ô của nó. Để tăng cường sự hiểu biết lẫn nhau trong giao tiếp, bạn cần làm gì?
7. Theo bạn, bạn có phải là người cởi mở không? Nếu không, bạn hãy tìm hiểu xem tại sao?
8. Nêu và phân tích những hình thức cơ bản của sự ảnh hưởng và tác động qua lại lẫn nhau trong giao tiếp.
9. Phân tích các hình thức truyền thông và chiều truyền thông trong tổ chức.
10. Nêu và phân tích những ưu điểm, nhược điểm của các mạng truyền thông thường dùng trong tổ chức.

Bài tập tình huống

1. A - một thanh niên từ nông thôn ra thành phố, hiền lành, ít nói và hơi nhút nhát, còn B là con gái của một gia đình khá giả ở thành phố. Họ yêu nhau đã lâu và B muốn đưa A về nhà giới thiệu với bố mẹ. Biết mẹ mình là người khắt khe, khó tính, B chủ động nói trước với mẹ:

- Mẹ ơi, con có người bạn trai, chủ nhật này con định đưa anh ấy về chơi để bố mẹ xem mặt. Anh ấy hiền lành, ít nói và hơi nhút nhát, mẹ đừng chê anh ấy nhé!

Nghe vậy, mẹ B bảo:

- Này con! Con trai mà hiền, ít nói, nhút nhát liệu có phải là đần không?

B vội đáp:

- Không đâu mẹ ạ. Anh ấy rất dễ thương và thông minh.

Mẹ B:

- Thôi được, con cứ đưa về đây để mẹ xem!

Sau đó, khi gặp A, B cũng dặn:

- Anh ơi, mẹ em hơi khắt khe và khó tính. Hơn nữa, mẹ có vẻ không thật ưa anh. Anh hãy cố lên nhé!

Chủ nhật, B đưa A về nhà chơi. Mọi việc diễn ra bình thường. Tuy nhiên, khi ngồi uống nước ở bàn, A vô ý dịch tay làm rơi vỡ một chiếc chén. Mẹ B im lặng không nói gì.

Sau khi A ra về, mẹ B gọi B lại và bảo:

- Thăng này đúng là đần thật con ạ. Từ nay con không được quan hệ với nó nữa, nghe chưa!

Tối đó, B tìm đến gặp A. Trong lúc tâm sự, A nói:

- Mẹ em đúng là khó tính và khắt khe thật, anh rất buồn.

Hỏi trong cuộc giao tiếp nói trên, B đã mắc những sai lầm nào? Những sai lầm đó ảnh hưởng như thế nào đến quá trình và kết quả giao tiếp?

2. Có lần, một nhân viên văn phòng nói với sếp của mình: "Thưa anh, những cuộc họp nhân viên vào sáng thứ 2 kéo dài quá lâu, theo em là lãng phí thời gian". Ông sếp nghe vậy liền phản ứng gay gắt: "Ý anh định nói gì về những cuộc họp đó là lãng phí thời gian? Tôi nghĩ là những cuộc họp đó rất cần thiết, chúng ta đã duy trì chúng từ lâu và không ai phản nản gì cả. Anh không cần phải bận tâm về chúng nữa, nghe chưa!".

Dựa vào những hiểu biết của bạn về sự nhận thức trong giao tiếp, bạn hãy nhận xét về xử sự của ông sếp trong tình huống giao tiếp nêu trên.

3. Một chủ cửa hàng đã nghĩ ra thủ thuật sau đây để bán lô hàng quần áo ế ẩm của mình: ông huy động một số nhân viên từ các bộ phận khác đến xếp hàng trước cửa hàng để chờ mua hàng. Những nhân viên đã mua được hàng bước ra với vẻ mặt đầy phấn khởi. Người qua đường thấy vậy cũng dừng lại, tụ tập trước cửa hàng của ông mỗi lúc một đông. Người mua một bộ, người mua hai bộ. Bằng cách đó, chỉ trong một ngày, ông chủ đã bán hết lô hàng ế ẩm bấy lâu nay.

Hỏi thủ thuật mà ông chủ cửa hàng đã dùng ở trên biểu hiện hình thức nào của sự tác động, ảnh hưởng qua lại trong giao tiếp? Tại sao?

4. Tháng trước, Hải được nhận vào làm việc tại bộ phận tiếp thị thuộc văn phòng đại diện của tập đoàn NEC. Tại văn phòng, ngoài ông Jame là trưởng văn phòng đại diện, ở mỗi bộ phận còn có người phụ trách. Phụ trách bộ tiếp thị là ông Butler. Công việc của Hải là đi chào bán các sản phẩm của NEC. Một hôm, có một khách hàng đề nghị một hợp đồng lớn nhưng theo Hải là hơi mạo hiểm. Ngay hôm sau, Hải vội vàng lên gặp ông James, trình bày về hợp đồng đó và xin ý kiến của ông ta. Ông James chăm chú nghe Hải trình bày nhưng không đưa ra ý kiến gì. Hôm sau nữa, ông Butler gọi Hải đến gặp và phê bình Hải.

Theo bạn, ông Butler phê bình Hải về vấn đề gì và hãy bình luận về xử sự của Hải?

5. Thời gian gần đây, ông T, giám đốc xí nghiệp Z, nhận thấy trong hoạt động của xí nghiệp có những bất ổn. Một số vị trưởng phòng đã không báo cáo lên cho ông biết những sự việc xảy ra ở bộ phận của họ mà đúng ra họ phải báo cáo, đặc biệt là những đề xuất của một số kỹ sư, công nhân nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh. Ông T lo lắng, nếu không sớm khắc phục, tình trạng này sẽ ảnh hưởng xấu đến hoạt động sản xuất, kinh doanh của xí nghiệp.

Theo bạn, ông T cần phải làm gì?

6. Hai ngày trước, P- giám đốc xí nghiệp M6, tham dự một cuộc họp với lãnh đạo tổng công ty. Tại cuộc họp đó, người ta đưa ra dự định sát nhập một xí nghiệp đang làm ăn thua lỗ nặng vào xí nghiệp M6. Vì đang chỉ là dự định, nên P chưa trao đổi thông tin này với ai, kể cả những thành viên khác trong ban giám đốc. Tuy nhiên, không hiểu lấy thông tin từ đâu mà một vài người trong xí nghiệp bắt đầu bàn tán. P lo ngại rằng, nếu tin này lan rộng ra, công nhân sẽ không yên tâm sản xuất, do đó, năng suất sẽ giảm, phế phẩm sẽ tăng.

Theo bạn, P cần làm gì để ngăn chặn tình huống xấu nêu trên?

Chương 3

CÁC PHƯƠNG TIỆN GIAO TIẾP

Mục tiêu

Để giao tiếp với nhau, con người phải sử dụng những phương tiện nhất định, gọi là phương tiện giao tiếp. Các phương tiện này rất phong phú, đa dạng, nhưng có thể chia chúng ra thành hai loại: ngôn ngữ và các phương tiện phi ngôn ngữ. Chương "Các phương tiện giao tiếp" sẽ giới thiệu với bạn ý nghĩa và cách sử dụng các phương tiện giao tiếp cơ bản. Sau khi học xong chương này, bạn có thể:

- Hiểu giá trị biểu đạt của mỗi phương tiện giao tiếp;
- Hiểu và nắm bắt được nội dung, ý nghĩa của lời nói, hành động, cử chỉ... của đối tượng giao tiếp;
- Sử dụng các phương tiện giao tiếp hiệu quả hơn;
- Chú ý thoả đáng đến lời nói, hành động, tư thế, ăn mặc và các biểu hiện phi ngôn ngữ khác của bản thân trong giao tiếp.

Tóm tắt nội dung

- Trong giao tiếp, con người sử dụng ngôn ngữ và cả các phương tiện phi ngôn ngữ.
- Ngôn ngữ là quá trình mỗi cá nhân sử dụng một thứ tiếng nào đó để giao tiếp và tư duy. Nó là phương tiện giao tiếp chủ yếu ở con người. Trong giao tiếp chúng ta cần chú ý đến tất cả các yếu tố của ngôn ngữ: nội dung, ngữ pháp, phát âm, giọng nói, tốc độ nói, ngữ điệu, phong cách ngôn ngữ v.v.
- Các phương tiện giao tiếp phi ngôn ngữ ở con người bao gồm: ánh mắt, nét mặt, nụ cười, trang phục, trang điểm, trang sức, vị trí, khoảng cách, động tác, tư thế, quà tặng v.v. Nghĩa là chúng rất đa dạng, phong phú. Các phương tiện phi ngôn ngữ thường hỗ trợ, bổ sung cho phương tiện ngôn ngữ. Tuy nhiên, cũng không hiếm khi chúng giữ vai trò chủ đạo.
- Để giao tiếp tốt, chúng ta cần rèn luyện kỹ năng sử dụng các phương tiện giao tiếp. Nghệ thuật giao tiếp chính là ở sự kết hợp nhuần nhuyễn, hợp lý tất cả các phương tiện giao tiếp, kể cả ngôn ngữ và các phương tiện phi ngôn ngữ.

I. NGÔN NGỮ

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

Nói cụ thể hơn, ngôn ngữ chính là lời nói hay câu viết của chúng ta.

Ngôn ngữ là loại phương tiện giao tiếp chủ yếu của con người. Bằng ngôn ngữ, chúng ta có thể truyền đi một cách chính xác bất kỳ một loại thông tin nào, có thể diễn tả tâm trạng, tình cảm, miêu tả hành động hay sự vật. Ngôn ngữ được sử dụng trong giao tiếp bao gồm ngôn ngữ nói và ngôn ngữ viết. Để sử dụng ngôn ngữ một cách có hiệu quả, chúng ta cần lưu ý một số vấn đề sau đây.

1. Nội dung của ngôn ngữ

Nội dung của ngôn ngữ là nghĩa của từ ngữ mà chúng ta nói hay viết, ý mà chúng ta muốn chuyển đến người nghe hay người đọc.

Nội dung của ngôn ngữ có hai khía cạnh: khách quan và chủ quan. Khía cạnh khách quan biểu hiện ở chỗ, từ luôn có nghĩa xác định, không phụ thuộc vào ý muốn của chúng ta. Mỗi từ hoặc cụm từ được dùng để chỉ một sự vật, hiện tượng hoặc một loại sự vật, hiện tượng nào đó. Do đó, chúng ta không thể dùng từ “tâm lý” để chỉ “con đường”, “ngôi nhà” để chỉ “cây cối”, “người thư ký” để chỉ “giám đốc”. Như vậy, một trong những điều kiện thiết yếu của sự thông hiểu trong giao tiếp là dùng từ phải chuẩn xác.

Cũng cần lưu ý rằng, một từ có thể có vài nghĩa khác nhau, song trong mỗi tình huống cụ thể, nó thường được dùng với một nghĩa xác định. Nói cách khác, ở một mức độ nào đó, ngôn ngữ của con người còn mang tính tình huống. Cho nên, nếu không nắm được tình huống giao tiếp, chúng ta có thể hiểu sai lời của người khác.

Khía cạnh chủ quan trong nội dung của ngôn ngữ được thể hiện ở chỗ, ngôn ngữ được chúng ta dùng để truyền tải ý của chúng ta, tức là ý cá nhân. Nhiều khi ý này không trùng với “nghĩa thật” của từ, của câu mà chúng ta dùng. Chẳng hạn, người khách mà bạn đang tiếp cảm thấy nóng bức, muốn bạn bật quạt lên cho mát nhưng lại nói: “Thời tiết hôm nay nóng quá cô nhỉ!”. Hơn nữa, cùng một từ, một câu có thể gây ra những phản ứng, những cảm xúc không giống nhau ở những người khác nhau. Ví dụ: từ “hàng dỏm” đối với khách hàng chưa mua phải loại hàng này sẽ không gây ra những cảm xúc tiêu cực như ở người đã mua nhầm phải nó. Trong giao tiếp, hiểu được ý cá nhân là cơ sở của sự hiểu biết lẫn nhau, sự đồng cảm giữa các chủ thể.

2. Phát âm, giọng nói, tốc độ nói

Trong giao tiếp bằng ngôn ngữ nói, việc người nói phát âm có chuẩn hay không, có rõ ràng hay không, giọng nói của họ như thế nào, tốc độ nhanh hay chậm, điều này cũng có ảnh hưởng nhất định đến hiệu quả của quá trình giao tiếp.

Trước hết, phát âm không chuẩn sẽ gây khó khăn cho người nghe trong việc hiểu ý nghĩa của lời nói, thậm chí là hiểu sai hoặc không hiểu được, đặc biệt trong trường hợp người nói và người nghe tiếp xúc với nhau lần đầu.

Giọng nói thường phản ánh một cách chân thật cảm xúc, tình cảm của người nói, cho nên nó có sức truyền cảm to lớn. Có người có giọng nói nhẹ nhàng, ấm áp, làm người nghe cảm thấy thoải mái, dễ chịu. Có người có giọng nói rõ ràng, dứt khoát, làm người nghe cảm thấy uy lực của họ, mỗi lời nói của họ như là một mệnh lệnh phải tuân thủ. Lại có người có giọng nói the thé, chát chúa, gây xúc cảm tiêu cực ở người nghe. Trong khi nói, tốc độ, nhịp độ nói, cách nhấn giọng cũng có ý nghĩa quan trọng. Nên nói nhanh hay chậm còn tùy thuộc vào tình huống cụ thể. Tuy nhiên, nói nhanh quá sẽ làm người nghe khó theo dõi, còn nói chậm quá thì dễ làm người nghe buồn chán. Cũng cần phải chú ý đến cả nhịp độ nói, nên nói lúc trầm, lúc bổng, có điểm nhấn thì mới hấp dẫn người nghe. Một bài nói được chuẩn bị công phu, có nội dung phong phú, nhưng được trình bày bởi một giọng đều đều, chậm rãi thì cũng không thể hấp dẫn, lôi cuốn người nghe, chẳng khác nào một bức tranh mà khi xem, người xem không có điểm để dừng mắt.

Giọng nói, tốc độ, nhịp độ nói của mỗi người bị chi phối nhiều bởi những đặc điểm về giới tính, cấu tạo thanh quản của người đó, môi trường ngôn ngữ bao quanh họ từ khi còn ấu thơ, nhưng sự rèn luyện cũng có ý nghĩa quan trọng. Democrit - nhà diễn thuyết vĩ đại thời Hy Lạp cổ đại, từng rất xấu hổ và lúng túng vì tật nói lắp của mình. Lúc bảy giờ, cha của ông chết và để lại cho ông một thừa đất với hy vọng cuộc sống của con trai sẽ được đảm bảo. Tuy nhiên, pháp luật Hy Lạp hồi đó quy định, để chứng minh được quyền sở hữu thừa đất, Democrit phải tranh luận công khai và thắng tất cả mọi người khác tranh chấp với ông. Tật nói lắp và sự xấu hổ đã làm ông thất bại, kết quả là ông bị mất miếng đất. Nhưng cũng từ đó, Democrit không ngừng phấn đấu luyện giọng nói của mình và chính ông đã tạo nên một cao trào diễn thuyết chưa từng có trong lịch sử loài người. Trong lịch sử, không ít người đã noi gương Democrit và đã thành công.

3. Phong cách ngôn ngữ

Phong cách ngôn ngữ được thể hiện qua lối nói, lối viết, tức là cách dùng từ ngữ để diễn đạt ý trong giao tiếp. Có nhiều phong cách ngôn ngữ khác nhau, tùy theo tình huống giao tiếp mà chúng ta lựa chọn phong cách ngôn ngữ cho phù hợp.

3.1. Lối nói thẳng

Lối nói thẳng (còn gọi là lối nói cơ giới) là nói thẳng, viết thẳng ra ý nghĩ của mình, cái mình muốn, mình cần, cái mình biết, không quanh co, vòng vèo, không ẩn ý.

Ví dụ:

- Sao bạn buồn vậy?
- Ông nói dài dòng quá!
- Về điểm này, tôi không đồng ý với ông.

Nói thẳng có ưu điểm là tiết kiệm được thời gian, đối tượng nhanh chóng hiểu được ý của chúng ta, tức là đảm bảo tính chính xác của thông tin. Tuy nhiên, trong nhiều tình huống, nói thẳng thiếu tế nhị và làm đối tượng khó chịu, khó chấp nhận thông tin mà chúng ta đưa ra, nhất là khi thông tin đó là điều không được mong đợi. Người ta kể rằng, khi bác sĩ khám bệnh cho S. Freud - nhà tâm lý học kiệt xuất, cha đẻ của phân tâm học - nói với Freud rằng, Freud mắc bệnh ung thư, thì Freud đã hét vào mặt vị bác sĩ đó: “Ai cho ông quyền nói với tôi như vậy!”.

Lối nói thẳng thường được dùng trong giao tiếp giữa những người thân trong gia đình, bạn bè thân mật, trong tình huống cần sự rõ ràng hoặc thể hiện sự kiên quyết, còn trong giao tiếp chính thức, trong các mối quan hệ xã giao thông thường người ta sử dụng lối nói lịch sự và lối nói ẩn ý.

3.2. Lối nói lịch sự

Ở lối nói lịch sự, người ta sử dụng ngôn từ tình thái với các động từ, mệnh đề tình thái (vì vậy còn gọi là lối nói tình thái) làm cho các cảm nghĩ, thái độ được biểu lộ một cách nhã nhặn, lịch thiệp.

Ví dụ:

- Rất tiếc là trong điều kiện hiện nay chúng tôi chưa thể đáp ứng những yêu cầu của ông.
- Theo chỗ chúng tôi biết, tình hình không hoàn toàn như vậy.
- Hy vọng rằng, quan hệ giữa hai công ty chúng ta sẽ bền chặt hơn!
- Bộ quần áo này được cắt rất khéo, chỉ tiếc là màu hơi tối.
- Phiền cô chỉ giúp phòng giám đốc ở đâu được không?
- Tôi e là ông gọi nhầm số rồi.

Qua những ví dụ trên, chúng ta có thể thấy rằng, lối nói lịch sự được dùng phổ biến trong trường hợp thông tin có thể gây cảm xúc tiêu cực ở người nhận.

3.3. Lối nói ẩn ý

Trong giao tiếp, nhiều khi có những điều muốn nói nhưng không tiện nói ra và chúng ta thường phải dùng lối nói ẩn ý, tức là nói một điều khác hàm chứa điều muốn nói để làm người nghe nghĩ đến điều đó.

Ví dụ: Đêm đã khuya, một vài đồng nghiệp vẫn rì rầm trò chuyện, trong khi công việc ngày mai của họ rất nặng nề. Bạn lo lắng nên lên tiếng: “Công việc ngày mai nặng nề lắm đấy các bạn ạ”. Những người đó hiểu ý bạn và đáp: “Cậu yên tâm, chúng tớ đi ngủ ngay đây”.

Lối nói ẩn ý là lối nói nhẹ nhàng, tế nhị, khéo léo, đòi hỏi một sự tinh tế ở người nói và người nghe. Đôi khi, người nghe không hiểu được ẩn ý của người nói, hoặc hiểu nhưng muốn lảng tránh nên giả vờ không hiểu.

3.4. Lối nói mỉa mai, châm chọc

Trong cuộc sống, có những người hay mỉa mai, châm chọc người khác. Họ đưa chuyện vui, chuyện buồn, chuyện tốt, chuyện xấu, thiếu sót, lỗi lầm, thậm chí cả những khuyết tật bẩm sinh như cái chân thọt, cái lưng gù, cái mắt lé của người khác ra để đàm tiếu, chế giễu với thái độ thiếu thiện chí. Ngay cả trong thành tích của người khác, họ cũng nhìn thấy những điều khuất tất, dường như họ ghen tị với thành tích đó. Cũng có người không có ý xấu, chỉ muốn “trêu”, “chọc tức” người khác một tí cho vui, nhưng họ không biết rằng “cái vui” đó làm xúc phạm người khác, làm cho người khác bị tổn thương, cảm thấy đau đớn, đặc biệt là với người quá nhạy cảm. Theo người Pháp, điểm khác nhau duy nhất giữa mỉa mai và tát vào mặt người khác là tát thì kêu nhưng thường lại không đau bằng.

Mỉa mai, châm chọc người khác là một thói xấu. Nó không đem lại cho chúng ta điều gì tốt đẹp mà chỉ đem đến sự hận thù, xa lánh của người xung quanh. Nếu trong số bạn bè hay đồng nghiệp của bạn có người hay mỉa mai, châm chọc người khác, bạn hãy gặp riêng người đó để góp ý chân tình. Nếu bạn bị mỉa mai, châm chọc, hãy giáng trả một cách thích đáng. Còn bạn, đừng bao giờ mỉa mai người khác, hãy làm theo lời khuyên của một nhà giao tiếp học rằng: “Hãy chôn vùi thói mỉa mai trong mộ”.

II. CÁC PHƯƠNG TIỆN GIAO TIẾP PHI NGÔN NGỮ

Trong giao tiếp, bên cạnh ngôn ngữ còn có các phương tiện phi ngôn ngữ, hay còn gọi là ngôn ngữ cơ thể, ngôn ngữ không có âm thanh. Theo kết quả nghiên cứu của các nhà ngôn ngữ học, 20% kết quả giao tiếp giữa con người

với con người là do ngôn ngữ có âm thanh mang lại, còn 80% còn lại là do ngôn ngữ không có âm thanh đem đến. Vì vậy, muốn nâng cao hiệu quả hoạt động giao tiếp của mình, chúng ta cần nắm được những thói quen, những quy tắc trong việc sử dụng các phương tiện giao tiếp phi ngôn ngữ để không chỉ hiểu được ý đồ của người khác, mà còn có thể diễn đạt được ý đồ của mình một cách đa dạng, phong phú. Người giao tiếp giỏi chính là người biết kết hợp khéo léo, nhuần nhuyễn ngôn ngữ có âm thanh với ngôn ngữ không có âm thanh trong giao tiếp.

1. Ánh mắt, nét mặt và nụ cười

1.1. 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 chúng ta nhất thiết phải biết sử dụng mắt, biết giao tiếp bằng mắt. Nhưng sử dụng mắt như thế nào thì đây lại là một vấn đề không mấy 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, bạn cần lưu ý một số điểm sau đây:

- Nhìn thẳng vào người đối thoại.

Cái nhìn tự nhiên, nhẹ nhàng như bao quát toàn bộ con người họ chứ không nhìn vào một điểm nào đó trên khuôn mặt của họ. Có người, khi tiếp xúc với người khác, nhất là khi nói, thường không biết nhìn vào đâu nên lúng túng; có người tìm cách lảng tránh ánh mắt của người khác, nhìn quanh, nhìn lên hoặc nhìn xuống. Theo các nhà tâm lí học, không nhìn thẳng vào người khác thường có nghĩa như sau: đứng trước mặt anh, tôi cảm thấy tự ti, tôi cảm thấy không bằng anh, tôi sợ anh; ánh mắt lảng tránh người khác có nghĩa là: tôi có điều không muốn để anh biết, tôi sợ tiếp xúc với ánh mắt của anh, vì như vậy anh sẽ nhìn thấy tất cả; còn nhìn thẳng vào người khác có nghĩa là: tôi rất thành thực, hơn nữa tôi rất quang minh, chính đại, tôi tin những lời nói của tôi với anh là thành thật, không giả dối.

Như vậy, cái nhìn lảng tránh biểu hiện sự giả dối, thiếu thành thật, thiếu tự tin, còn nhìn thẳng vào người khác biểu hiện sự thành thật, sự tự tin, sự quang minh chính đại của chúng ta.

- *Không nhìn chăm chú vào người khác.*

Nhìn chăm chú hay nhìn chăm chăm cũng là một cái nhìn thường gặp trong giao tiếp. Về cái nhìn này, các nhà tâm lý học Mỹ lưu ý chúng ta hai điểm: thứ nhất, chúng ta không nên nhìn chăm chú vào con người; thứ hai, chúng ta chỉ nhìn chăm chú vào những gì không phải là con người. Chúng ta có thể nhìn chăm chú thật lâu vào một bông hoa, một tấm hình, một con vật. Nhưng 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 khống 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 nhìn họ bằng “nửa con mắt”, bằng ánh mắt tức tối hoặc không thèm để ý đến, thì điều đó chỉ chứng tỏ chúng ta là con người hẹp hòi, không được giáo dục tốt. Cho nên, chúng ta không nên lạm dụng ánh mắt coi thường, ánh mắt với những cảm xúc tiêu cực, cũng không nên lườm hay nhìn xéo.

- *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 biểu hiện đặc trưng của những con 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 bạn 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, bạn không nên làm như thế. Ở phương Tây, trước mặt một người khác giới, nếu nhắm một mắt rồi nháy hai lần thì đó là động tác gợi tình, chủ yếu là cách đưa tín hiệu của nam giới; còn nhắm cả hai mắt và cười thì để làm người khác liên tưởng đến chuyện tình ái.

1.2. Nét mặt

Nét mặt biểu hiện thái độ, cảm xúc của con người. Các nhà tâm lí học cho rằng, nét mặt biểu lộ sáu cảm xúc: vui, 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 quy định. Lêôna đờ Vanh xi nói: “Khi ta khóc, lông mày và mồm thay đổi khác nhau tùy theo nguyên nhân khóc”. 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, phải lo nghĩ nhiều thì vẻ mặt thường căng thẳng, trầm tư... Không phải ngẫu nhiên mà người ta xem tướng qua khuôn mặt. Người xưa nói: ‘Nhìn mặt mà bắt hình dong’ cũng là vì vậy.

Trong giao tiếp, cùng với nụ cười, nét mặt là yếu tố thường được người khác chú ý quan sát, nó góp phần quan trọng vào việc tạo nên hình ảnh của chúng ta trong con mắt người khác.

1.3. 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. Thực tế cho thấy, một bộ mặt tươi cười luôn được hoan nghênh, đó là vì nụ cười chẳng những đem lại cho người khác cảm giác thoải mái, tự tin, mà còn làm cho họ cảm thấy đây là tín hiệu của sự tốt lành, của tình hữu hảo và lòng chân thành. 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 dở bằng một bộ mặt cau có, lầm lì, lạnh lùng, không biết mỉm cười. Người Trung Hoa 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 tới đâu mà sẵn sàng có nó thì vẫn còn cái vốn vô tận;

- Nụ cười gây hạnh phúc trong gia đình, nó là nguồn gốc những hảo ý trong thương nghiệp và là dấu hiệu của tình bè bạn;

- 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 mầu nhiệm nhất 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 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 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 mỉa mai, cười nhạt, cười lảng lơ, cười hàm hồ, cười vô nghĩa.

2. Ăn mặc, trang điểm và trang sức

2.1. Ăn mặc

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. Tại công sở, việc chúng ta ăn mặc nghiêm túc, lịch sự cho mọi người thấy rằng chúng ta là con người có lương tâm, có trách nhiệm nghề nghiệp, coi trọng công việc. Vì vậy, bạn đừng coi thường việc ăn mặc của mình.

Quần áo có nhiều chủng loại, nhiều kiểu dáng, màu sắc, có thể nói là muôn màu, muôn vẻ. Bạn 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 trường hợp xã giao, nói chung, có hai cách ăn mặc: một là lễ phục, hai là thường phục. 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. Ví dụ: Trên thì mặc áo được may từ vải cao cấp màu sẫm, dưới thì mặc quần vải thường màu sáng, ăn mặc như vậy thì không thể gọi là phù hợp. Trong chúng ta, không ít người vẫn quan niệm một cách đơn giản rằng, “tốt gỗ hơn tốt nước sơn”, từ đó dẫn đến việc coi thường chuyện ăn mặc, nhiều khi ăn mặc một cách tùy tiện, cầu thả.

Đúng là tốt gỗ hơn tốt nước sơn, nội dung bên trong quan trọng hơn hình thức bên ngoài, tuy nhiên bạn cần lưu ý rằng, hình ảnh bên trong của bạn được xác lập qua hình ảnh bề ngoài, trong đó ăn mặc có vị trí quan trọng. Bạn hãy hình dung xem, trong một cuộc mít tinh quan trọng được tổ chức để kỷ niệm ngày thành lập công ty, một nhân viên đến dự mà ăn mặc cầu thả: áo không bỏ trong quần, đi dép lê loẹt quẹt... thì chắc chắn mọi người xung quanh sẽ nhìn nhân viên đó với ánh mắt không hài lòng, thiếu thiện cảm, cho dù vẫn biết đó là một con người tốt. Cũng có người cho rằng, ăn mặc cần phải giản dị, không nên cầu kỳ. Điều này cũng đúng, nhưng đừng nhầm lẫn giản dị với xuề xòa, tùy tiện, cầu thả; giản dị nhưng phải nghiêm túc, chỉnh tề, sạch sẽ.



Hình 4: Ăn mặc cần phải chỉnh tề, sạch sẽ

Hiện nay, mức sống của nhân dân ta đã cao hơn nhiều so với trước đây và việc ăn mặc sạch sẽ, nghiêm túc, chỉnh tề, phù hợp không còn là vấn đề lớn đối với nhiều người. Tuy nhiên, chúng ta vẫn bắt gặp không ít người với quần áo nhàu bẩn, màu sắc loè loẹt, diêm dúa xuất hiện trên đường phố hay nơi công sở. Nguyên nhân ở đây thường không phải là do họ thiếu quần áo, mà là do nề nếp sinh hoạt. Để đảm bảo quần áo luôn chỉnh tề, sạch sẽ, phù hợp, bạn cần lưu ý một số điểm sau:

- *Kiên quyết loại thải những bộ đồ không còn phù hợp với bạn nữa;*

Có người có những bộ quần áo không còn phù hợp với mình nữa (màu sắc, kích cỡ, kiểu dáng v.v.), nhưng không loại đi, cứ tiếc rẻ là còn mới, đắt tiền... nên thỉnh thoảng lại mặc vào và dĩ nhiên là không phù hợp.

- *Quần áo bẩn thay ra là phải giặt, phơi khô rồi ủi là ngay và cẩn thận treo vào tủ.*



Hình 5: Không ăn mặc quá cầu kỳ

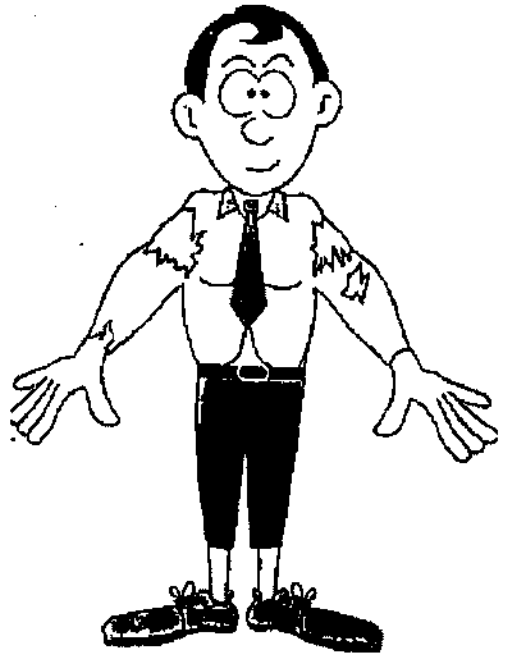
Thực hiện được điều này thì ngay cả trong trường hợp vội vàng, chúng ta vẫn có thể ăn mặc sạch sẽ, chỉnh tề.

Ngoài ra, là một người thư ký trong tương lai, bạn sẽ thường xuyên xuất hiện bên cạnh lãnh đạo và trong ăn mặc bạn còn phải chú ý đến thái độ cũng như những đặc điểm khác của người lãnh đạo. Một cô thư ký trẻ, ăn mặc quá “gợi cảm” bên cạnh một ông giám đốc đã đứng tuổi có thể làm cho ông giám đốc khó xử và dễ làm nảy sinh những lời đàm tiếu, dị nghị. Chắc bạn vẫn không quên tâm trạng của người con trai khi đi cạnh người yêu “tân thời” của mình trong thơ Nguyễn Bính:

*“Hôm qua em đi tỉnh về
Đợi em ở mãi con dê đầu làng
Khăn nhung, quần lĩnh rộn ràng
Áo cài khuy bấm em làm khổ tôi”*

2.2. Trang điểm và trang sức

Ngoài ăn mặc còn có trang điểm và trang sức. Nói chung, đây chủ yếu là những vấn đề của nữ giới, nam giới ít khi trang điểm, còn trang sức thì nam giới thường chỉ mang cà vạt và nhẫn, nhưng nhẫn thường cũng chỉ là vật kỷ niệm, vật tín chấp (chẳng hạn như nhẫn cưới) chứ thường không phải là đồ trang sức. Hiện nay, đồ trang sức dành cho nữ giới rất phong phú, đa dạng: nhẫn, vòng cổ, hoa tai, những thứ cài trên tóc, vòng đeo tay v.v. Chỉ tính riêng nhẫn cũng đã có đến hàng trăm kiểu dáng. Khi đeo đồ trang sức, cần chú ý sao cho phù hợp với cơ thể và cách ăn mặc. Nói chung, không nên đeo quá nhiều trang sức vì như thế dễ gây ấn tượng nặng nề, khoe của. Khi tiếp khách, nữ giới nên trang điểm, chẳng hạn đánh phấn, tô son, nhưng không nên đậm và lòe loẹt quá, dễ bị đánh giá là “ăn chơi”, thiếu nghiêm túc.



Hình 6: Không ăn mặc cầu thả

Tóm lại, trong giao tiếp, trang phục, trang điểm và trang sức là vấn đề quan trọng và tinh tế mà chúng ta không thể xem thường.

3. Tư thế và động tác

3.1. Tư thế

Tư thế có vai trò quan trọng trong giao tiếp, có thể xem nó như cái khung hay nền cho hình ảnh của chúng ta. Một người có vẻ bề ngoài đẹp, cơ thể khoẻ mạnh nhưng tư thế không đường hoàng thì vẻ đẹp đó cũng kém phần giá trị. Trong giao tiếp, có ba tư thế chủ yếu: đi, đứng và ngồi. Người xưa đã nhận thức được tầm quan trọng của tư thế và chú ý giáo dục cho con cái mình cách đi, đứng, ngồi, đặc biệt là những gia đình quyền quý. Họ cho rằng, đã là người quân tử thì phải: “đi như gió, đứng như cây thông và ngồi như chuông”. Đó chính là sự khái quát về đẹp của tư thế trong giao tiếp.

3.1.1. Tư thế đi

Tư thế đi đẹp là đi nhanh và nhẹ nhàng, đầu ngẩng cao, ngực hơi ưỡn ra 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. Đó chính là tác động trở lại của hành vi đối với tâm lí.

Có người đi nhanh nhưng đầu lại cúi xuống, nghĩa 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. Lại có người chậm rãi ung dung thư thái thả chân từng bước một, đó là con người nhàn rỗi, không có việc gì quan trọng để giải quyết. Người ta chỉ đi như vậy khi dạo mát trong công viên, hoặc trong phòng làm việc, khi đang suy nghĩ để giải quyết một vấn đề nào đó.

Khi đi, nếu bạn xách cặp, thì hãy dùng tay trái, để tay phải luôn sẵn sàng chìa ra cho người khác.

3.1.2. 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.

3.1.3. 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 thường hay trên ghế đệm sa lông, tốt nhất không nên ngồi choán hết chỗ, không nghiêng về một bên, lưng và đầu phải thẳng để tỏ ra bạn là 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 ghéch chân quá cao, không rung chân; nữ giới có thể gác bàn chân lên nhau nhưng không được duỗi thẳng ra phía trước. Trước khi ngồi, bạn cần kiểm tra xem ghế có bị bẩn hay không. Khi bắt đầu ngồi xuống, cần phải nhẹ nhàng, chắc chắn và, nếu là nữ giới mặc váy hay áo dài, nên lưu ý đừng để váy, áo bị gấp hoặc bị nhàu. Bạn nên nhớ rằng, mặc dù đã



rất chải chuốt, nhưng chỉ một động tác ngồi xuống ghế: “Ghế trên ngồi tốt số sàng”, Mã Giám Sinh đã lộ rõ y là con người vô học và ngạo mạn.

Nếu đối diện là một người lớn tuổi, bạn nên chọn một chỗ ngồi thấp hơn một chút, tư thế ngồi không nên quá thoải mái và cũng không nên bắt chéo chân, còn nếu đối diện là một người bằng vai bằng lứa hoặc ít tuổi hơn, thì tất nhiên là bạn có thể bắt chéo chân và ngồi hết chỗ một cách thoải mái.

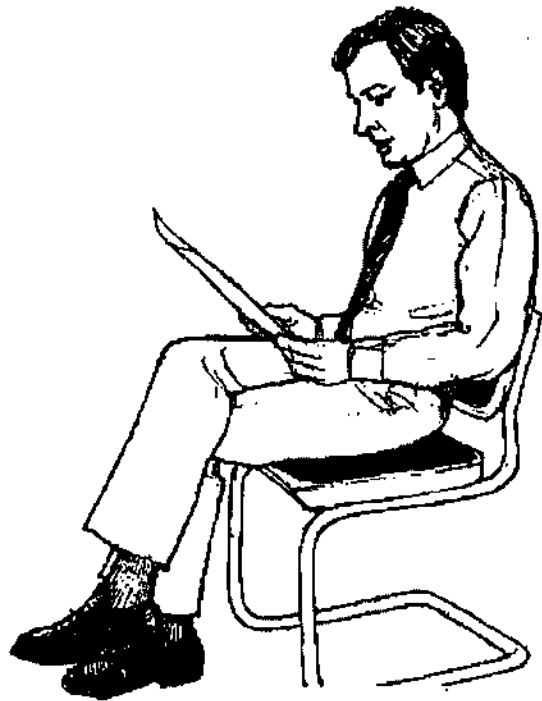
Như vậy, tư thế đi, đứng, ngồi của một người không chỉ đơn thuần là vẻ đẹp bề ngoài, mà còn biểu hiện thái độ và những nét tính cách nhất định của người đó.

Hình 7: Kiểu ngồi bắt chéo chân ở mắt cá chân của nữ giới

3.2. 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. Các cử chỉ này làm cho câu chuyện trở nên sinh động, hấp dẫn, lôi cuốn hơn. Tuy nhiên, động tác của chúng ta phải hợp lý, tự nhiên và cần tránh các 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;



Hình 8: Kiểu ngồi vắt chân chuẩn

- Cắt 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. Đặc biệt, dùng tay chỉ chỉ, trỏ trỏ vào mặt người khác được xem là cử chỉ rất vô lễ, biểu hiện thái độ coi thường, khinh miệt người khác. Khi người ta có cử chỉ đó thì vấn đề đã trở nên rất nghiêm trọng.

4. Khoảng cách, vị trí và kiểu bàn ghế

4.1. Khoảng cách

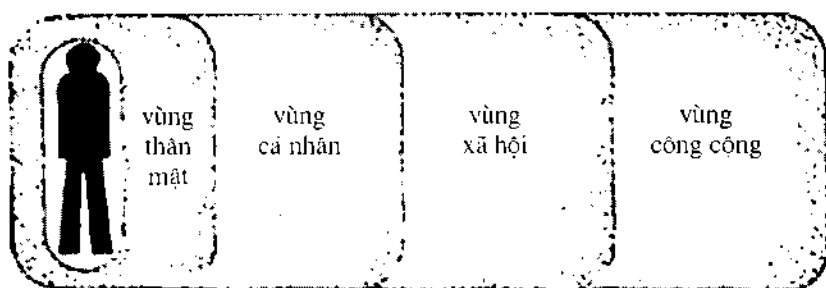
Trong giao tiếp, khoảng cách giữa chúng ta và người đối thoại cũng có những ý nghĩa nhất định. Chúng ta tiến đến sát gần một người bạn thân để trò chuyện nhưng dừng lại ở một khoảng cách nhất định khi đó là một người chưa thật quen biết. Theo nhiều nhà giao tiếp học (Erdward Hall, Allan Pease v.v.), sự tiếp xúc giữa con người diễn ra trong bốn vùng khoảng cách sau đây:

- *Khoảng cách công cộng (public zone, khoảng trên 3,5m)*

Khoảng cách này thích hợp với các cuộc tiếp xúc với đám đông tụ tập lại thành từng nhóm. 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 trên 3,5m.

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

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 giờ; hỏi đường v.v.



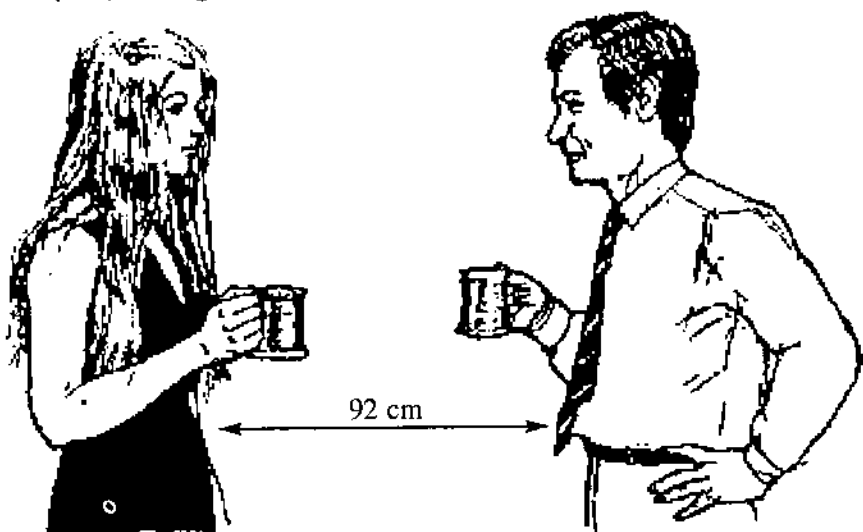
Hình 9: Các vùng khoảng cách trong giao tiếp

- Khoảng cách cá nhân (personal zone, từ khoảng 0,45 m – 1,2 m)

Chúng ta thường đứng cách người khác ở khoảng cách này khi cùng họ tham dự các bữa tiệc, khi giao tiếp ở cơ quan hay khi gặp mặt bạn bè.

- Khoảng cách thân mật (intimate zone, từ 0 m - 0,45 m)

Đây là “khoảng trời riêng” của mỗi con người. Chỉ những ai thật thân thiết, gần gũi, chiếm được thiện cảm của chủ nhân mới được bước vào, ví dụ như: cha mẹ, vợ chồng, con cái, anh em, bạn bè thân, người yêu, bà con gần.



Hình 10: Một cuộc tiếp xúc ở vùng cá nhân

Ở vùng thân mật, có một vùng hẹp, khoảng 15 cm tính từ cơ thể, đó là vùng đặc biệt thân mật. Vùng này chỉ chạm tới khi có sự tiếp xúc thân thể.

Về các vùng khoảng cách trong giao tiếp được nêu ở trên, chúng ta cần lưu ý một số điểm sau đây:

- *Thứ nhất*, các vùng khoảng cách giao tiếp chịu ảnh hưởng của yếu tố văn hoá, những người đến từ những nền văn hoá khác nhau thường có vùng giao tiếp khác nhau. Chẳng hạn, người ta nhận thấy rằng nhiều người châu Âu có vùng thân mật hẹp hơn người Mỹ. Hơn nữa, vùng thân mật của cư dân sống ở thị thành cũng hẹp hơn vùng thân mật của cư dân sống ở nông thôn.

- *Thứ hai*, trong giao tiếp, chúng ta cần chú ý chọn khoảng cách cho phù hợp với tính chất của mối quan hệ. Ví dụ: Bạn đến gặp một giám đốc nhân sự tại văn phòng để xin việc. Khoảng cách hợp lý giữa bạn và vị giám đốc đó nằm ở vùng cá nhân hay xã hội. Tuy nhiên, sau này, khi quan hệ trở nên gần gũi, thân mật hơn, có thể thu hẹp dần khoảng cách từ vùng cá nhân đến vùng thân mật. Bạn cũng có thể dễ dàng nhận thấy sự thay đổi khoảng cách theo tính chất của mối quan hệ ở các mối quan hệ lứa đôi: khi mới làm quen họ đứng, ngồi xa nhau; khi trở nên thân thiết, khoảng cách trong mỗi lần gặp gỡ được thu hẹp và khi đã yêu nhau thì họ chuyển sang vùng đặc biệt thân mật.

Trong giao tiếp, nếu chúng ta không tuân thủ vùng khoảng cách, thì dễ làm cho người khác khó chịu, dễ bị đánh giá thế này thế nọ. Chẳng hạn, mới làm quen với một phụ nữ mà bạn đã tiến tới sát gần, xâm phạm vùng thân mật của người phụ nữ đó thì dễ bị cho là có ý đồ tán tỉnh.

- *Thứ ba*, tùy theo mục đích giao tiếp của bạn mà thay đổi khoảng cách cho phù hợp để tạo điều kiện thuận lợi cho việc đạt mục đích.

Ví dụ: Bạn tiếp một khách hàng mới. Lần đầu gặp, theo phép xã giao, bạn cần giữ khoảng cách ở một mức độ nào đó để đảm bảo tính nghiêm túc, lịch sự. Tuy nhiên, bạn lại muốn tạo không khí gần gũi, thân mật, không xa cách, tựa như khách hàng đó quen thân với bạn, làm ăn với bạn đã từ lâu thì bạn cần chủ động thu hẹp khoảng cách.

- *Thứ tư*, trong quá trình giao tiếp nên linh hoạt thay đổi khoảng cách cho phù hợp với tình huống giao tiếp.

Ví dụ: Khi ngồi đối diện hay cạnh người đối thoại, lúc thì bạn ngồi thẳng, lúc thì bạn hơi rướn hay nghiêng người về phía họ (thu hẹp khoảng cách) để tạo cảm giác là bạn rất quan tâm chú ý lắng nghe (xem phần kỹ năng lắng nghe). Hay ở trên lớp, khoảng cách thích hợp giữa bục giảng nơi giáo viên đứng và dãy bàn đầu nơi học sinh ngồi là khoảng cách thuộc vùng xã hội hay công cộng, nhưng trong quá trình giảng bài, để tạo cảm giác thân mật, gần gũi, giáo viên thường đi lại, rời bục giảng và đi xuống lớp rồi lại quay lại bục giảng.

Như vậy, việc sử dụng khoảng cách như là một phương tiện giao tiếp là một việc không đơn giản. Nó đòi hỏi sự nhạy cảm, tinh tế, linh hoạt của chúng ta trong

giao tiếp và phản ánh nghệ thuật giao tiếp của chúng ta.

4.2. 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. Nếu có một bàn và hai người thì cũng có nhiều cách để họ ngồi với nhau. Sau đây là một số vị trí phổ biến trong trường hợp này.

- Vị trí góc

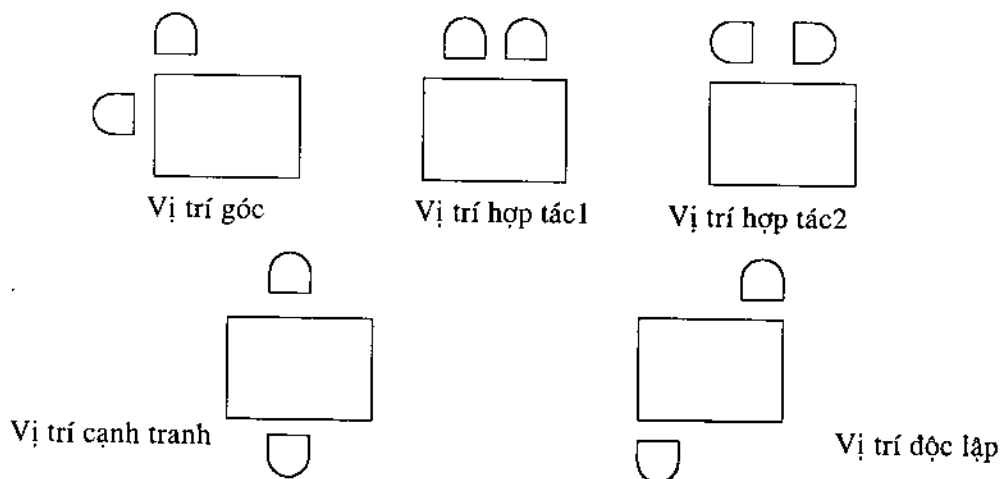
Cách ngồi này phù hợp với những câu chuyện tế nhị và lịch sự, nó cho phép hai người có thể nhìn vào nhau và cũng có thể không nhìn vào nhau nếu muốn. Góc bàn có tác dụng như một chướng ngại vật cho mỗi bên, làm cho mỗi bên cảm thấy yên tâm, tự tin, thoải mái hơn, không dè dặt khi nói chuyện, nhưng cũng không quá xa cách. Cách ngồi này tiện lợi cho những nam nữ có cảm tình với nhau nhưng còn có phần e dè, những cuộc gặp riêng để tư vấn, khuyên bảo hay thuyết phục.

- Vị trí hợp tác

Vị trí hợp tác có hai cách ngồi:

+ *Cách ngồi thứ nhất* (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.

+ *Cách ngồi thứ hai* (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, về cơ bản là thống nhất và họ rất thẳng thắn với nhau.



Hình 11: Vị trí trong giao tiếp

- 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 chẳng hạn, khi người lãnh đạo phê bình, khiển trách cấp dưới. Ngồi như vậy sức mạnh của lời khiển trách sẽ tăng lên.

- Vị trí độc lập

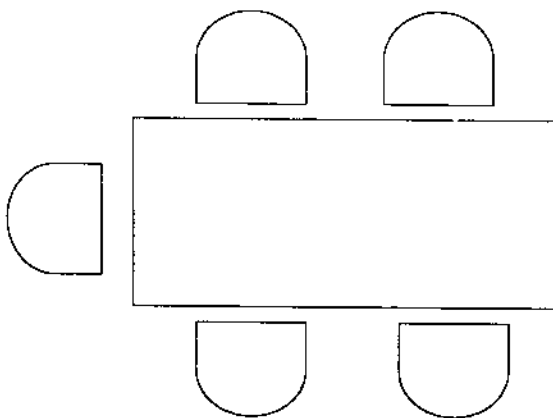
Cách sắp xếp này không phải để đối thoại. Khi một người chọn cách ngồi này có nghĩa là người đó không muốn bắt chuyện, không muốn bị quấy rầy. Cách bố trí chỗ ngồi như thế này thường thấy trong thư viện, hay trong cửa hàng ăn uống giữa những người không quen biết. Cho nên, khi bạn muốn nói chuyện cởi mở với một ai đó thì không nên chọn vị trí này.

4.3. Kiểu bàn ghế

Ngoài vị trí, tức là cách kê bàn ghế, thì kiểu bàn ghế (hình dáng, kích thước) cũng có ý nghĩa nhất định trong giao tiếp.

- Kiểu bàn

+ Bàn hình chữ nhật (hình 12)



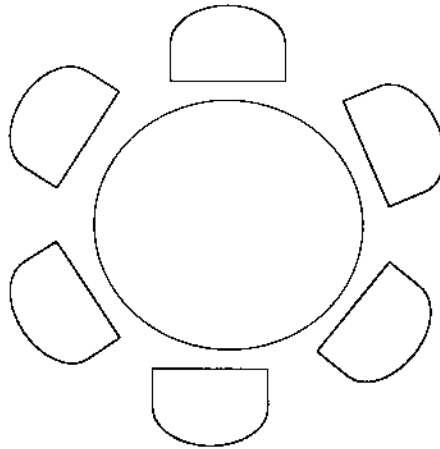
Hình 12: Vị trí ngồi theo cấp bậc ở bàn chữ nhật

Bàn chữ nhật biểu hiện cho quyền lực, bàn càng dài thì quyền lực càng lớn. Trong các vị trí quanh bàn chữ nhật, vị trí ngồi ở một đầu bàn (lưng người ngồi không quay ra cửa) là vị trí có ảnh hưởng lớn nhất. Đó chính là vị trí của người lãnh đạo cao nhất đóng vai trò chủ trì trong các cuộc họp, hội nghị, hội thảo v.v. Tiếp đến là các vị trí khác, vị trí càng gần vị trí người lãnh đạo cao nhất thì càng có ưu thế, vị trí ở bên phải ưu thế hơn vị trí ở bên trái.

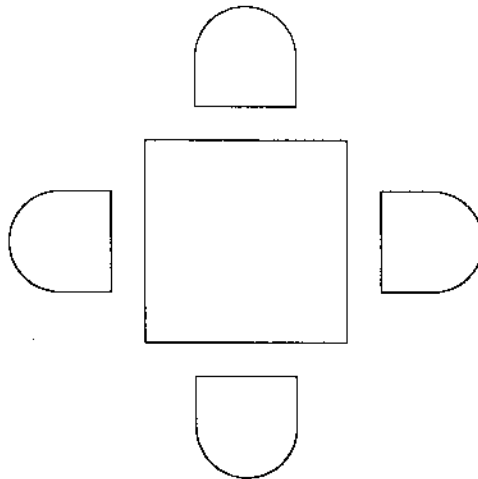
+ Bàn hình tròn (hình 13)

Bàn tròn biểu hiện mối quan hệ bình đẳng, thoải mái, thân tình. Nó rất phù hợp với những cuộc trao đổi, thảo luận giữa những người cùng địa vị và có thiện chí hợp tác với nhau. Quanh bàn tròn, vị trí nào cũng trung tâm như nhau.

Khi một người lãnh đạo chọn bàn tròn cho cuộc gặp gỡ các nhân viên dưới quyền của mình thì đó có nghĩa là ông muốn tạo không khí vui vẻ, thoải mái cho cuộc gặp, ai trong số nhân viên cũng cảm nhận được sự quan tâm như nhau từ ông. Tuy vậy, ngay cả trong tình huống này thì bạn cũng cần biết rằng, người ngồi gần người lãnh đạo sẽ có ưu thế hơn.



Hình 13: Bàn hình tròn



Hình 14: Bàn hình vuông

+ Bàn hình vuông (hình 14)

Bàn vuông biểu hiện mối tương quan đối đầu, phòng thủ, nó thường được những người có địa vị ngang nhau sử dụng cho những cuộc nói chuyện không kéo dài, đi thẳng vào vấn đề. Ở bàn vuông, vị trí mang tính hợp tác nhất là chỗ ngồi ở bên tay phải cạnh chúng ta, chỗ ngồi bên tay trái tính hợp tác thấp hơn, còn vị trí mang tính đối kháng nhất là chỗ ngồi đối diện chúng ta.

- Kiểu ghế

Cũng như bàn, ghế có rất nhiều kiểu dáng khác nhau và kiểu ghế cũng cung cấp cho chúng ta những thông tin nhất định về chủ nhân của nó. Kích cỡ và chiều cao của nó biểu hiện cho quyền lực: ghế càng lớn, lưng ghế càng cao thì quyền lực càng lớn. Hẳn bạn đã nhìn thấy ngai vàng của một ông vua nào đó, dù là qua phim ảnh chẳng hạn. Nó to lớn, cao, cầu kỳ, uy nghi quá phải không bạn? Không những thế, nó còn được đặt ở vị trí trung tâm nhất và cao hơn các ghế khác nhiều bậc. Nó là biểu tượng cho quyền uy của vua mà.

Ngoài ra, bạn cũng cần lưu ý rằng, ghế có lưng tựa ưu thế hơn ghế không có lưng tựa, ghế có tay vịn hay hơn ghế không có tay vịn, ghế xoay tỏ ra quyền thế hơn ghế cố định.

5. Quà tặng

Trong giao tiếp, người ta hay dùng nhiều đồ vật như bưu ảnh, hoa, đồ trang sức... để tặng cho nhau. Những đồ vật này thường trở thành vô giá đối với người được tặng bởi chúng chứa đựng tình cảm, mong muốn của người tặng. Có người suốt đời nâng niu, trân trọng một chiếc bút, một tấm hình, một cuốn sổ tay với những dòng lưu niệm...

Tặng quà là một trong những cách nhanh nhất để tạo tình cảm và những ấn tượng tốt đẹp ở người khác về chúng ta. Là con người, ai cũng thích được quan tâm, vì vậy mà ai cũng thích được nhận quà. Từ đứa trẻ vài ba tuổi đã thích được người lớn cho bánh, cho kẹo, cho đến những cụ già mãi nâng niu chiếc áo mới hay những viên thuốc bổ mà con cái và người thân biếu tặng. Vào dịp lễ, tết, các công ty cũng thường tặng quà cho nhân viên và gia đình của họ. Vào những dịp thích hợp, người ta cũng thường tặng quà cho đối tác làm ăn với mình: một lẵng hoa kèm theo bưu thiếp chúc mừng vào dịp đối tác khai trương cửa hàng hay được đề bạt, thăng tiến chắc chắn sẽ làm đối tác cảm động.

Ngoài tình cảm, quà tặng còn có thể chứa đựng những ẩn ý sâu xa của người tặng. Có cô gái bướng bỉnh, chàng trai quan tâm đến cô tìm cách thuyết phục mãi mà cô chẳng xiêu lòng, đến ngày sinh nhật, chàng trai tặng cô một con cua được làm từ gỗ chạm trổ rất tinh tế, với ý rằng: “cô ngang như cua”.

Lại có người con trai, nhân ngày sinh nhật, mang đến tặng cô bạn gái làm lời của mình một bó hoa có ba bông, ý muốn nói: “Tặng cô ba hoa”.

Cách tặng quà cũng là điểm cần lưu ý. Có người cho rằng, quà tặng không bằng cách tặng. Thường những người trẻ tuổi, ưa hình thức, ưa nổi bật tán thành ý kiến này. Khi còn là một sinh viên, một lần tôi được mời đến dự tiệc sinh nhật của một cô gái trẻ. Người yêu của cô gái ở xa không đến dự được nên đã gửi tặng một món quà và bày tỏ mong muốn món quà đó được mở ra tại tiệc mừng sinh nhật trước sự chứng kiến của những người có mặt. Cô gái đã chiều ý của người yêu, trước mặt mọi người, cô từ từ mở gói quà ra. Món quà được gói ghém cẩn thận bằng nhiều lớp giấy màu rất đẹp. Cô gái bóc mãi, bóc mãi, hết lớp giấy này đến lớp giấy khác, gói quà chỉ còn lại như một miếng xà phòng nhỏ nhưng vẫn còn giấy, chưa biết cái gì bên trong. Mọi người nín lặng, hồi hộp, trán nữ chủ nhân lấm tẩm mồ hôi. Cho đến khi lớp giấy cuối cùng được bóc, một chiếc hộp nhỏ lộ ra, bên trong hộp là một chiếc đồng hồ xinh xắn, nhỏ xíu, mọi người ô lên, còn nữ chủ nhân thì mỉm cười nhẹ nhõm. Món quà được bọc bởi 21 lớp giấy màu, đúng bằng số tuổi của nữ chủ nhân. Cách tặng thật ấn tượng! Tuy nhiên, chắc bạn cũng đồng ý với tôi rằng, cách tặng như vậy không phải với ai cũng phù hợp.

Như vậy, quà tặng là một phương tiện biểu hiện tình cảm và thái độ một cách tinh tế. Ai cũng thích được nhận quà nhưng không phải bất cứ quà gì, cách tặng như thế nào, và không phải ai cũng biết nhận quà. Là một người thư ký trong tương lai, chắc chắn bạn sẽ không ít lần giúp lãnh đạo của mình chuẩn bị quà để tặng cán bộ, nhân viên, khách hàng, đối tác v.v... vào những dịp thích hợp, và chắc chắn bạn cũng sẽ không ít lần được nhận quà từ người khác. Để làm tốt công việc này, bạn cần lưu ý một số điểm sau đây:

- Khi tặng quà cần chú ý đến nhu cầu, sở thích của người được tặng.

- Quà tặng phải phù hợp với mối quan hệ giữa bạn (hoặc công ty của bạn) và bên được tặng. Quà tặng cũng cần thể hiện được thái độ nghiêm túc và chân thành. Có thể sử dụng sản phẩm của địa phương hoặc của công ty bạn làm quà tặng. Quà tặng như vậy không những thể hiện được tình cảm chân thành, mà còn có ý nghĩa quảng cáo.

- Cách tặng quà không nên cầu kỳ, phô trương, mà nên đơn giản, thể hiện sự chân thành và nghiêm túc của bạn.

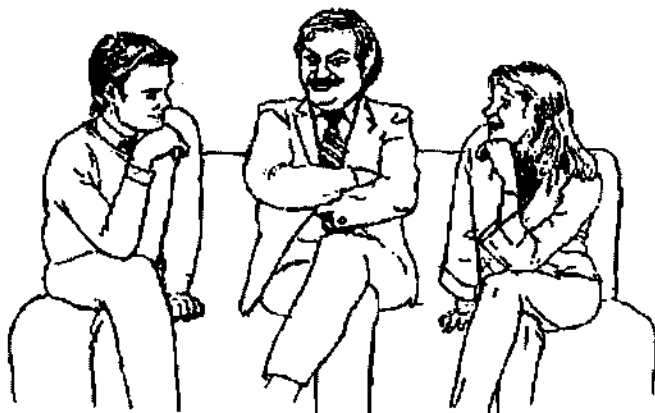
- Quà tặng thường được gói ghém cẩn thận. Khi nhận quà bạn cần tỏ thái độ vui vẻ và đừng quên cảm ơn người tặng. Nếu quà tặng được gửi qua đường bưu điện hoặc qua người khác thì bạn cần gọi điện hoặc gửi thư để nói lời cảm

ơn. Bạn không nên mở quà ngay để xem mà hãy chờ sau khi khách ra về, trừ trường hợp người tặng đề nghị bạn làm điều đó. Trong trường hợp này, bạn nên nói lời gì đó biểu thị cảm xúc tích cực của mình đối với món quà, rồi cảm ơn người tặng lần nữa. Ví dụ: “Chiếc nhẫn đẹp quá! Từ lâu em vẫn thích một chiếc nhẫn như vậy. Cảm ơn anh rất nhiều!”.

Sau khi mở quà, nếu thấy món quà là “trên mức tình cảm”, không tiện nhận, bạn nên tìm cách gửi trả lại người tặng kèm theo lời giải thích với thái độ ôn tồn, vui vẻ. Nếu việc nhận được quà là một bất ngờ và bạn không kịp chuẩn bị quà đáp lễ, thì cũng không cần phải vội vàng. Bạn hãy chờ và đáp lễ vào một dịp khác.

Như vậy, các phương tiện giao tiếp phi ngôn ngữ ở con người rất phong phú. Ngoài các phương tiện nêu trên còn có những phương tiện khác, chẳng hạn như mùi, đồ vật (túi xách, cặp), ngay cả sự im lặng trong nhiều trường hợp cũng là phương tiện giao tiếp. Chẳng phải chúng ta vẫn thường nói: “Im lặng cũng là một cách trả lời”, “Sự im lặng cũng biết nói” hoặc “Lắng nghe sự im lặng” đó sao.

Mỗi phương tiện giao tiếp phi ngôn ngữ đều có tác dụng nhất định, có ý nghĩa nhất định. Tuy nhiên, trong giao tiếp, chúng thường được sử dụng kết hợp. Hơn nữa, các biểu hiện bề ngoài của một người còn phụ thuộc vào tình huống giao tiếp, nghĩa là vào thái độ của đối tượng giao tiếp. Vì vậy, muốn giao tiếp có hiệu quả, chúng ta không chỉ cần nắm vững ý nghĩa của từng phương tiện, rèn luyện kỹ năng sử dụng từng phương tiện, mà còn phải biết kết hợp sử dụng chúng một cách nhuần nhuyễn, hợp lý, biết phân tích và tổng hợp ý nghĩa của chúng trong mối liên hệ chặt chẽ với tình huống giao tiếp. Chúng ta hãy cùng phân tích cảnh giao tiếp ở hình 15.



Hình 15: Một cảnh giao tiếp

Trong cảnh này, người đàn ông bên trái và người phụ nữ bên phải có vẻ thích nhau: họ đang lặp lại điệu bộ của nhau, ngồi như dán chặt vào xa lông, phô bày cổ tay về phía nhau và nhìn nhau. Người đàn ông ngồi giữa cười mỉm môi, tỏ vẻ thích thú nghe, nhưng các biểu hiện khác không phù hợp: đầu ông ta hơi cúi xuống cho thấy sự không tán thành, lông mày nhíu lại thể hiện sự giận giữ, mắt nhìn xéo chàng trai. Hơn nữa, tay và chân đều bắt chéo cho thấy ông ta đang giữ thế thủ. Nói tóm lại là ông ta không hài lòng.

Câu hỏi

1. Phân tích khía cạnh khách quan và khía cạnh chủ quan trong nội dung của ngôn ngữ. Từ đây bạn cần lưu ý gì khi nói và viết?
2. Cách phát âm, giọng nói, tốc độ và nhịp độ nói ảnh hưởng như thế nào đến hiệu quả của giao tiếp bằng ngôn ngữ nói?
3. Nêu những ưu điểm và những nhược điểm của lối nói thẳng và lối nói lịch sự. Trong giao tiếp hàng ngày của bạn, bạn thường dùng lối nói nào? Tại sao?
4. Bạn sẽ sử dụng lối nói nào trong mỗi tình huống giao tiếp dưới đây:
 - a. Trò chuyện với bố mẹ mình.
 - b. Trò chuyện với bố mẹ của một người bạn
 - c. Gặp gỡ bạn bè thân
 - d. Trao đổi với khách hàng
 - e. Gặp giáo viên chủ nhiệm của bạn.
5. Bạn có phản ứng không và nếu có thì phản ứng như thế nào khi bị người khác mỉa mai, châm chọc?
6. Lối nói nào được sử dụng trong mỗi trường hợp sau đây?
 - a. Trên một con đường trơn, lầy lội do mưa nhiều ngày có hai người đàn ông đi ngược chiều. Không may, một người trượt chân ngã, quần áo bùn bê bết. Khi họ gặp nhau, người kia cười to và nói:
 - Từ xa trông ông như một cây chuối bị đổ vậy!
 - Còn ông - người bị ngã cũng mỉm cười và đáp - từ xa tôi cứ ngỡ ông là một con người!
 - b. Tại một nhà may:
 - Khách - Theo cô, tôi mặc màu này trông có được không?
 - Chủ - Anh gầy như que củi ấy, mặc màu này xấu lắm, mặc màu kia kia.
 - c. Tại toà soạn:
 - Cộng tác viên - Bài viết của tôi thế nào?
 - Biên tập viên - Bài của anh nội dung phong phú, nhiều số liệu, chỉ tiếc là hơi dài.
7. Nêu ý nghĩa của ánh mắt và những điểm cần lưu ý khi giao tiếp bằng mắt.

8. Nêu ý nghĩa của khoảng cách và các vùng khoảng cách trong giao tiếp theo Erdward Hall. Từ đây anh (chị) cần lưu ý gì trong giao tiếp?

9. Nêu ý nghĩa của quà tặng và những điểm cần lưu ý khi tặng quà.

10. Shakespeare nói: " Quà cáp hậu hĩ cũng trở thành tồi tàn khi người biếu nó tỏ ra không tử tế". Bạn hiểu câu nói đó như thế nào, từ đây bạn cần lưu ý gì khi tặng quà?

11. Có ý kiến cho rằng, trong kinh doanh, thà tuyển một cô có trình độ học vấn sơ đẳng nhưng có nụ cười duyên còn hơn một cô cử nhân mà có bộ mặt lạnh như tiền. Bạn bình luận gì về ý kiến này?

12. Người châu Âu nói: " Bộ áo không làm nên thầy tu, nhưng không có bộ áo, thầy tu không phải là thầy tu." Bạn hiểu câu nói đó như thế nào, từ đây bạn cần lưu ý gì?

13. Dưới đây là một số câu ca dao đúc kết kinh nghiệm của nhân dân ta trong việc xem người qua mắt. Bạn có ý kiến gì về vấn đề này?

- *Dàn bà con mắt lá dầm,*

Lông mày lá liễu đáng trăm quan tiền.

- *Người khôn con mắt đen sì,*

Người dại con mắt nửa chì nửa thau.

- *Con lợn mắt trắng thì nuôi,*

Những người mắt trắng đánh hoài đuôi đi.

- *Những người ti hí mắt lơu,*

Trai thì trộm cướp, gái buôn chống người.

Bài tập tình huống

1. Bạn là thư ký văn phòng của một công ty. Trước một cuộc thương lượng quan trọng với một đối tác mới, bên đối tác tặng bạn một món quà. Bạn sẽ xử lý như thế nào?

2. Công ty X có nhiều dự án làm ăn trên địa bàn tỉnh C. Trong đợt thay đổi nhân sự vừa qua, tỉnh C có một vị tân chủ tịch. Theo phép xã giao, công ty X cần chúc mừng vị tân chủ tịch. Trong ban giám đốc có hai ý kiến:

- Thứ nhất, gửi thiệp chúc mừng;

- Thứ hai, gửi thiệp chúc mừng và kèm theo một món quà.

Theo anh (chị), ý kiến nào tốt hơn, tại sao?

3. H, 23 tuổi, mới được tuyển vào làm thư ký văn phòng của công ty Z. Trong một lần xuống kiểm tra một cơ sở sản xuất, giám đốc để H đi cùng. Lần đầu xuất hiện trước công nhân, H chọn bộ trang phục một nhất của mình và trang điểm rất cẩn thận. Tại cơ sở sản xuất, mọi ánh mắt đều đổ dồn vào H. Tuy nhiên, những ánh mắt đó hình như thiếu thân thiện. Từ đầu đó, H còn nghe thấy lời bàn tán: "Trẻ, đẹp, lại ăn mặc tân thời thế chả trách giám đốc nhận làm thư ký", "Chiếc dây chuyền trên cổ cô ta phải đến mấy cây"...

Anh (chị) có nhận xét gì về trang phục, trang điểm và trang sức của H trong tình huống giao tiếp nêu trên?

4. H là thư ký văn phòng của một công ty. H được giám đốc giao nhiệm vụ tổ chức

cuộc gặp mặt thân mật cho toàn thể 36 cán bộ, công nhân viên trong công ty nhân dịp đầu năm mới. H chọn một hội trường có thể chứa 100 người, kê 4 dãy bàn theo một hình vuông có cạnh trên 3,5m. Trái với mong đợi của H, không khí buổi gặp mặt có phần trầm lắng kém thân mật.

Theo anh (chị), H đã mắc những sai lầm nào?

5. P là thư ký văn phòng của công ty Z. P cần chuẩn bị phòng cho một cuộc trao đổi thẳng thắn giữa phái đoàn của công ty Z, do giám đốc công ty dẫn đầu, và phái đoàn của một bên đối tác, do giám đốc công ty đối tác dẫn đầu.

Theo anh (chị), P nên bố trí bàn ghế như thế nào (giả định là tất cả mọi kiểu bàn, ghế cần thiết đều có đủ)? Tại sao?

6. D làm đại lý cho công ty bảo hiểm AIA. D có cuộc hẹn với một khách hàng tiềm năng tại nhà riêng của khách hàng đó. Sau khi chào hỏi, tự giới thiệu, D ngồi xuống chiếc ghế đối diện với khách hàng và đưa tờ đơn giới thiệu về sản phẩm của công ty AIA. Khách hàng cầm lấy tờ đơn và chăm chú đọc. D đứng dậy, chuyển sang ngồi cạnh khách hàng và bắt đầu trình bày, giải thích về sản phẩm của AIA và những lợi ích của nó.

Bạn hãy giải thích về sự thay đổi vị trí và khoảng cách của D trong tình huống nêu trên. Giả định cả hai bên đều không có cản trở, theo bạn, D nên ngồi bên trái hay bên phải khách hàng? Hai bạn nhập vai và diễn lại tình huống này.

7. Bạn hãy quan sát những biểu hiện phi ngôn ngữ của từng nhân vật trong mỗi cảnh giao tiếp dưới đây:

Hình 15: Bằng cử chỉ tay như thế này, người đàn ông trong ảnh muốn nói gì?



Hình 16: Tư thế ngồi của người này cho chúng ta thấy điều gì?

cuộc gặp mặt thân mật cho toàn thể 36 cán bộ, công nhân viên trong công ty nhân dịp đầu năm mới. H chọn một hội trường có thể chứa 100 người, kê 4 dãy bàn theo một hình vuông có cạnh trên 3,5m. Trái với mong đợi của H, không khí buổi gặp mặt có phần trầm lắng kém thân mật.

Theo anh (chị), H đã mắc những sai lầm nào?

5. P là thư ký văn phòng của công ty Z. P cần chuẩn bị phòng cho một cuộc trao đổi thẳng thắn giữa phái đoàn của công ty Z, do giám đốc công ty dẫn đầu, và phái đoàn của một bên đối tác, do giám đốc công ty đối tác dẫn đầu.

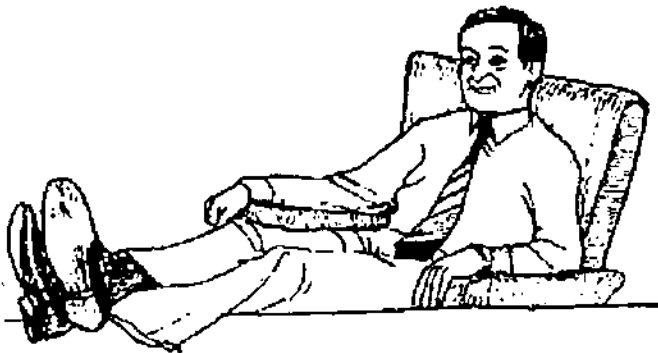
Theo anh (chị), P nên bố trí bàn ghế như thế nào (giả định là tất cả mọi kiểu bàn, ghế cần thiết đều có đủ)? Tại sao?

6. D làm đại lý cho công ty bảo hiểm AIA. D có cuộc hẹn với một khách hàng tiềm năng tại nhà riêng của khách hàng đó. Sau khi chào hỏi, tự giới thiệu, D ngồi xuống chiếc ghế đối diện với khách hàng và đưa tờ đơn giới thiệu về sản phẩm của công ty AIA. Khách hàng cầm lấy tờ đơn và chăm chú đọc. D đứng dậy, chuyển sang ngồi cạnh khách hàng và bắt đầu trình bày, giải thích về sản phẩm của AIA và những lợi ích của nó.

Bạn hãy giải thích về sự thay đổi vị trí và khoảng cách của D trong tình huống nêu trên. Giả định cả hai bên đều không có cản trở, theo bạn, D nên ngồi bên trái hay bên phải khách hàng? Hai bạn nhập vai và diễn lại tình huống này.

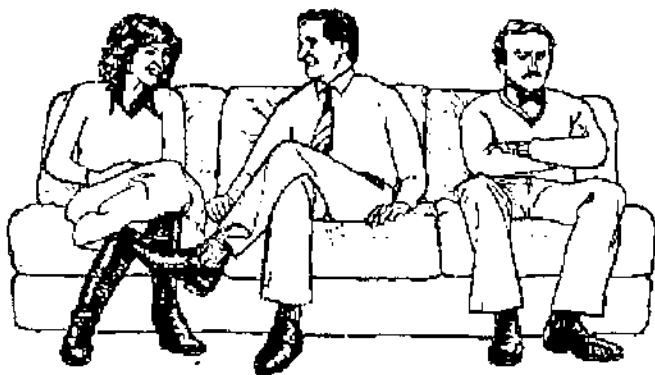
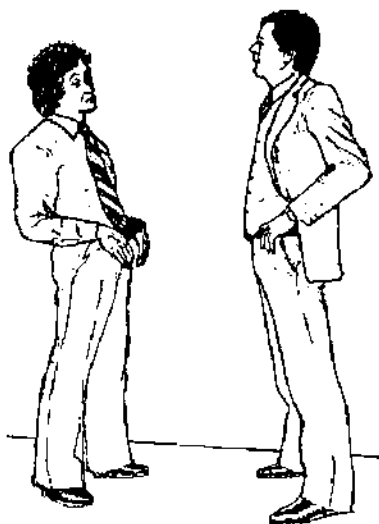
7. Bạn hãy quan sát những biểu hiện phi ngôn ngữ của từng nhân vật trong mỗi cảnh giao tiếp dưới đây:

Hình 15: Bằng cử chỉ tay như thế này, người đàn ông trong ảnh muốn nói gì?



Hình 16: Tư thế ngồi của người này cho chúng ta thấy điều gì?

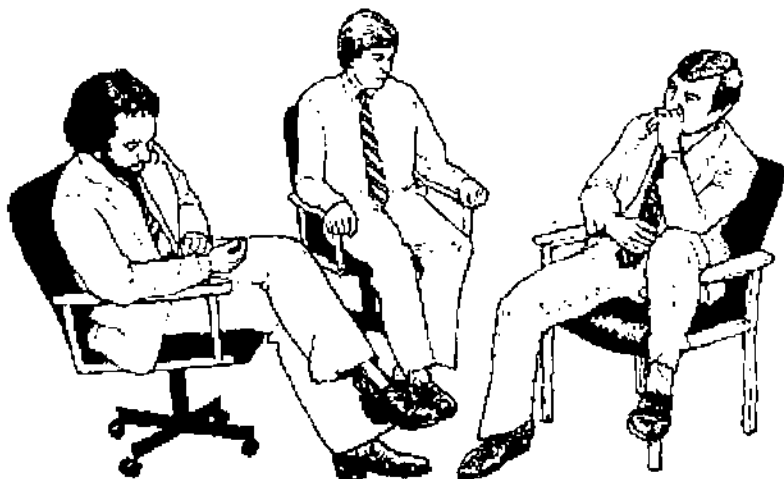
Hình 17: Tư thế và những cử chỉ của hai người đàn ông này cho thấy họ sắp làm gì?



Hình 18: Bạn hãy cho biết thái độ của ba nhân vật trong cảnh giao tiếp này?

Hình 18: Bạn hãy nhận xét cử chỉ của các nhân vật trong cảnh giao tiếp này?





Hình 20: Bạn hãy phân tích tư thế, cử chỉ của ba người đàn ông trong ảnh để thấy được thái độ của họ?

8. Thu Hiền bước vào văn phòng đại diện tập đoàn T. Đây là lần đầu tiên Thu Hiền đến văn phòng này. Thu Hiền tiến lại bàn tiếp tân. Thu Hiền sẽ suy nghĩ như thế nào về những biểu hiện phi ngôn ngữ của cô nhân viên tiếp tân trong mỗi tình huống dưới đây?

- Nhân viên tiếp tân đang nói chuyện điện thoại, cô ta chẳng để ý gì đến Thu Hiền.
- Nhân viên tiếp tân đang nói chuyện điện thoại, cô ta chỉ gật đầu qua quýt với Thu Hiền rồi tiếp tục cuộc điện thoại.
- Nhân viên tiếp tân đang ngồi trước máy vi tính và soạn thảo văn bản. Cô ta ngẩng đầu lên: "Chào cô, tôi có thể giúp gì cho cô?", trong khi vẫn tiếp tục đánh máy.
- Nhân viên tiếp tân chào Thu Hiền một cách lịch sự nhưng không nhìn vào mắt Thu Hiền.
- Nhân viên tiếp tân chào Thu Hiền một cách lịch sự nhưng không mỉm cười với Thu Hiền.
- Khi Thu Hiền đến, nhân viên tiếp tân đang ngả lưng trên ghế, vắt chân chữ ngũ, đọc truyện tranh. Tuy nhiên, cô ta chào Thu Hiền rất lịch sự và thân thiện.

Chương 4

PHONG CÁCH GIAO TIẾP

Mục tiêu

Sau khi học xong chương này, học sinh có thể:

- Hiểu được khái niệm và đặc trưng của phong cách giao tiếp;
- Thấy được điểm mạnh, điểm yếu của mỗi phong cách giao tiếp và biết chọn phong cách giao tiếp phù hợp với tình huống giao tiếp.

Tóm tắt nội dung

- Phong cách giao tiếp là hệ thống những lời nói, cử chỉ, điệu bộ, động tác, cách ứng xử tương đối ổn định của con người trong giao tiếp.

- Đặc trưng của phong cách giao tiếp là tính ổn định, tính linh hoạt và tính chuẩn mực.

+ Tính ổn định của phong cách giao tiếp biểu hiện ở chỗ, phong cách giao tiếp của con người là tương đối như nhau trong các tình huống giao tiếp khác nhau. Tính ổn định của phong cách giao tiếp tạo nên nét riêng của mỗi người trong giao tiếp.

+ Tính linh hoạt của phong cách giao tiếp là khả năng thay đổi lời nói, cử chỉ, điệu bộ, động tác, cách ứng xử cho phù hợp với tình huống giao tiếp cụ thể. Nó nói lên sự mềm dẻo, khéo léo của con người trong giao tiếp.

+ Tính chuẩn mực của phong cách giao tiếp biểu hiện ở sự phù hợp của các yếu tố trong phong cách giao tiếp với các chuẩn mực xã hội. Tính chuẩn mực là một trong những đòi hỏi cơ bản nhất của xã hội đối với hành vi giao tiếp của con người.

- Có ba loại phong cách giao tiếp cơ bản: phong cách dân chủ, phong cách độc đoán và phong cách tự do. Mỗi loại phong cách giao tiếp đều có những điểm mạnh, điểm yếu, không có loại phong cách giao tiếp nào là tối ưu trong mọi tình huống.

I. KHÁI NIỆM PHONG CÁCH GIAO TIẾP

1. Định nghĩa

Trong cuộc sống, ở mỗi con người hay nhóm người dần hình thành nên những nét riêng trong lời nói, cử chỉ, điệu bộ, hành động. Chúng tạo nên phong cách giao tiếp của người đó hoặc nhóm người đó.

Phong cách giao tiếp là hệ thống những lời nói, cử chỉ, điệu bộ, động tác, các ứng xử tương đối ổn định của mỗi con người hoặc mỗi nhóm người trong giao tiếp.

Ví dụ: Trong đón tiếp khách, khi khách đến, giám đốc A luôn bước nhanh đến đón khách, chìa tay ra cho khách, còn giám đốc B thì lại thường đứng ở một vị trí, chờ khách đến mới đưa tay ra để bắt tay và chào hỏi khách. Hay khi trò chuyện với khách, người Việt thường mở đầu bằng việc quan tâm hỏi han khách, sau đó mới đi vào công việc; trong giao tiếp, người Việt ít sử dụng mắt và các cử chỉ, điệu bộ, còn người phương Tây lại thường đi thẳng vào công việc, sử dụng mắt, cử chỉ, điệu bộ nhiều hơn.

2. Đặc trưng của phong cách giao tiếp

Phong cách giao tiếp có ba đặc trưng cơ bản: tính ổn định, tính chuẩn mực và tính linh hoạt.

2.1. Tính ổn định

Tính ổn định của phong cách giao tiếp biểu hiện ở chỗ, phong cách giao tiếp của mỗi con người, mỗi nhóm người là tương đối như nhau trong những tình huống giao tiếp khác nhau. Chẳng hạn, một giáo viên có phong cách giảng bài chậm rãi, ung dung thư thái, thì không chỉ trên bục giảng mà ngay cả với đồng nghiệp hay người thân trong gia đình, người đó cũng thường nói chậm rãi, ung dung thư thái như vậy.

Tính ổn định của phong cách giao tiếp được quy định bởi nhiều yếu tố, trong đó cơ bản là:

- *Đặc điểm thể chất của cá nhân*

Chẳng hạn như chiều cao, tỉ lệ giữa các phần của cơ thể: đầu, mình, chân, tay cũng ảnh hưởng nhiều đến dáng đi, đứng.

- *Nghề nghiệp*

Trong hoạt động nghề nghiệp của mình, mỗi con người thường tham gia vào những quan hệ giao tiếp ổn định, trong những điều kiện, hoàn cảnh cũng tương đối ổn định, chúng tạo nên những nét riêng trong giao tiếp của những người cùng nghề. Từ đó, phong cách giao tiếp của người thầy giáo khác phong cách giao tiếp của người thầy thuốc, phong cách giao tiếp của người thư ký khác phong cách giao tiếp của nhà khoa học, phong cách giao tiếp của người kinh doanh khác phong cách giao tiếp của người nông dân...

- *Đặc trưng của thời đại*

Chẳng hạn, phong cách giao tiếp của con người trong thời kỳ đổi mới có nhịp điệu nhanh, hối hả, khẩn trương hơn thời bao cấp.

Tính ổn định của phong cách giao tiếp tạo nên nét riêng của mỗi con người, mỗi nhóm người trong giao tiếp.

2.2. Tính chuẩn mực

Giao tiếp là một hành vi xã hội phổ biến ở con người. Nó được quy định bởi các chuẩn mực xã hội, như đạo đức, văn hoá, thẩm mỹ, pháp luật; bởi phong tục, tập quán, truyền thống, lễ giáo và các nguyên tắc khác được ấn định trong giao tiếp. Ví dụ: một học sinh khi trả lời câu hỏi của thầy giáo thì cần mở đầu bằng những từ: “Em thưa thầy...”; một nhân viên khi báo cáo kết quả công việc với giám đốc thì phải: “Thưa giám đốc...” hoặc “Báo cáo giám đốc...” hay khi một người lớn tuổi và một người trẻ tuổi gặp nhau thì người trẻ tuổi phải chào người lớn tuổi...

Trong giao tiếp, nếu chúng ta không tuân thủ các chuẩn mực, các quy tắc, thì chúng ta dễ bị đánh giá là “thiếu văn hoá”, “thiếu giáo dục”, “hỗn láo” hoặc nhẹ nhàng hơn là “không lịch sự”.

Mỗi cơ quan, mỗi công ty thường có những quy định riêng về vấn đề giao tiếp trong cơ quan, trong công ty đó, chẳng hạn như việc gặp gỡ giữa nhân viên và lãnh đạo, hội họp, tiếp khách, hoặc những truyền thống, những chuẩn mực không được lãnh đạo quy định nhưng được mọi người chấp nhận, chẳng hạn như trang phục. Là một người thư ký, bạn cần am hiểu và tôn trọng các quy định, các chuẩn mực này. Mỗi cộng đồng người, mỗi dân tộc đều có phong tục, tập quán, lễ giáo, truyền thống riêng mà bạn cần biết, đặc biệt trong thời đại hiện nay, khi xu thế hội nhập, liên kết, hợp tác khu vực và toàn cầu đang là xu thế chính của thời đại. Sự thiếu hiểu biết về văn hoá giao tiếp của các dân tộc trên thế giới có thể gây bất lợi cho sự nghiệp của bạn. Chẳng hạn, bạn tổ chức yến tiệc chiêu đãi một đoàn khách quốc tế, trong đó có cả những vị theo đạo Hồi, mà trong thực đơn của bạn lại có món được chế biến từ thịt lợn, thì đó là một thiếu sót không nhỏ của bạn, những vị khách đó sẽ cảm thấy bị xúc phạm và rất dễ rời bàn tiệc.

2.3. Tính linh hoạt của phong cách giao tiếp

Trong phong cách giao tiếp của mỗi con người, bên cạnh những yếu tố ổn định, khó thay đổi, còn có những yếu tố được thay đổi theo tình huống giao tiếp, chúng giúp con người đó có những lời nói, cử chỉ, điệu bộ phù hợp với tình huống giao tiếp cụ thể. Chẳng hạn, một giám đốc khi giao tiếp với nhân viên của mình sẽ có những lời nói, cử chỉ khác với khi giao tiếp với người thân ở gia đình; lời nói, cử chỉ của người thư ký khi tiếp khách cũng khác với khi giao tiếp với bạn bè, đồng nghiệp. Như vậy, tính linh hoạt của phong cách giao tiếp nói lên sự khéo léo, mềm dẻo của mỗi con người trong giao tiếp, ứng xử với người khác.

Trong công tác của mình, người thư ký thường phải tiếp xúc với nhiều đối tượng khác nhau, trong những tình huống khác nhau. Vì vậy, linh hoạt, mềm dẻo là một trong những phẩm chất giao tiếp cần thiết nhất của người thư ký.

II. CÁC LOẠI PHONG CÁCH GIAO TIẾP

Phong cách giao tiếp của mỗi con người luôn có những nét riêng, không ai giống ai. Nói cách khác, phong cách giao tiếp của con người là đa dạng, phong phú. Tuy vậy, căn cứ vào những nét nổi trội, điển hình, nhiều nhà tâm lí học phân biệt 3 loại phong cách giao tiếp: phong cách dân chủ, phong cách độc đoán và phong cách tự do.

1. Phong cách giao tiếp dân chủ

Phong cách giao tiếp dân chủ biểu hiện qua những nét nổi bật sau đây:

- *Bình đẳng, gần gũi, thoải mái;*

Người có phong cách dân chủ có xu hướng tạo không khí bình đẳng, thân mật, thoải mái trong giao tiếp. Họ cố gắng thu hẹp khoảng cách với đối tượng giao tiếp tới mức có thể, thông qua ăn mặc, đi đứng, nói năng, điệu bộ, cử chỉ v.v. Chẳng hạn, một người lãnh đạo dân chủ thì khi tiếp khách, cho dù đó là nhân viên dưới quyền, họ thường niềm nở, vui vẻ chìa tay ra cho khách, mời khách ngồi, chủ động ngồi gần khách, quan tâm hỏi thăm sức khoẻ v.v...

- *Tôn trọng đối tượng giao tiếp, chú ý đến đặc điểm tâm lí cá nhân của họ;*

Trong giao tiếp, người có phong cách dân chủ thường chú ý tìm hiểu các đặc điểm tâm lí cá nhân của đối tượng giao tiếp như: sở thích, thói quen, nhu cầu, quan điểm v.v để từ đó có phương pháp tiếp cận hợp lý. Chính vì vậy mà họ thường được đánh giá là dễ gần, dễ thông cảm, dễ nói chuyện, không quan cách v.v.

- *Lắng nghe đối tượng giao tiếp*

Lắng nghe là một trong những nét nổi bật thường thấy ở người có phong cách giao tiếp dân chủ. Họ điềm tĩnh, kiên trì lắng nghe người khác và những ý kiến xác đáng của người khác luôn được họ quan tâm đáp ứng kịp thời hoặc có lời giải thích rõ ràng.

Phong cách giao tiếp dân chủ làm cho đối tượng giao tiếp cảm thấy thoải mái, yên tâm, tự tin, giúp họ phát huy được tính độc lập, chủ động, sáng tạo trong công việc. Chính vì vậy mà người có phong cách giao tiếp dân chủ thường được nhiều người yêu mến, kính trọng, tin tưởng.

Tuy nhiên, dân chủ phải có nguyên tắc, không xoá nhoà mọi ranh giới giữa

người này với người khác trong giao tiếp. Trong trường hợp ngược lại sẽ dẫn đến tình trạng “cá mè một lứa”, xuề xoà, “đân chủ quá trớn”. Đặc biệt, trong giao tiếp mang tính chất công việc, dù người đối thoại có thoải mái đến mức độ nào đi chăng nữa, thì vẫn có những nguyên tắc mà chúng ta không được bỏ qua.

2. Phong cách giao tiếp độc đoán

Ngược với phong cách dân chủ là phong cách độc đoán. Người có phong cách giao tiếp độc đoán thường đề cao nguyên tắc, đòi hỏi ranh giới phải được tôn trọng (anh là nhân viên còn tôi là giám đốc, đừng bao giờ quên điều đó). Họ thường hành động một cách cứng rắn, kiên quyết, đánh giá và ứng xử mang tính đơn phương, một chiều, cứng nhắc, xuất phát từ ý của mình, ít chú ý đến người khác, vì vậy không ít người ngại tiếp xúc với họ.

Ở những tổ chức mà người lãnh đạo là người có phong cách độc đoán, tính tích cực, chủ động, sáng tạo của nhân viên thường khó được phát huy. Tuy nhiên, trong hoàn cảnh phức tạp, khẩn cấp, đòi hỏi một con người quyết đoán, dám chịu trách nhiệm thì phong cách giao tiếp độc đoán thường phát huy được tác dụng.

3. Phong cách giao tiếp tự do

Người có phong cách giao tiếp tự do thường biểu hiện những đặc điểm sau:

- *Hành vi, lời nói, ứng xử, thái độ bị chi phối nhiều bởi tâm trạng, cảm xúc và tình huống.* Do đó, các nguyên tắc, chuẩn mực nhiều khi bị coi nhẹ.

Ví dụ: Một người lãnh đạo dễ dàng bỏ qua, không xử lý vi phạm kỷ luật của nhân viên, hoặc nhân viên thích nghỉ sớm thì cho nghỉ ngay, không cần biết lý do có thoả đáng hay không.

- *Mục đích, nội dung và đối tượng giao tiếp thường dễ dàng thay đổi;*

Ví dụ: A đang đi cùng B thì gặp C, A dừng lại trò chuyện với C và quên luôn cả B đang đứng chờ và việc mà A đang giúp B.

- *Quan hệ giao tiếp rộng nhưng hời hợt, không sâu sắc.*

Phong cách giao tiếp tự do có ưu điểm là làm cho đối tượng giao tiếp cảm thấy thoải mái, được tôn trọng, do đó phát huy được tính tích cực của họ, đặc biệt là với những người có ý thức tự giác cao. Song người có phong cách giao tiếp tự do cũng dễ bị người khác coi thường, dễ bị đánh giá là thiếu đứng đắn và thiếu nghiêm túc.

Như vậy, ba loại phong cách giao tiếp nêu trên đều có những mặt yếu và mặt mạnh. Không có loại nào là tối ưu cho mọi trường hợp. Điều này đòi hỏi

chúng ta phải biết kết hợp cả ba loại phong cách giao tiếp và tùy thuộc vào tình huống cụ thể mà thể hiện phong cách giao tiếp tối ưu nhất.

Câu hỏi bài tập tình huống

1. Nêu khái niệm và những đặc trưng cơ bản của phong cách giao tiếp.
2. Tính ổn định của phong cách giao tiếp là gì, tại sao phong cách giao tiếp lại có tính ổn định? Bạn hãy tự đánh giá tính ổn định trong phong cách giao tiếp của mình?
3. Tính linh hoạt của phong cách giao tiếp biểu hiện như thế nào? Theo bạn, phong cách giao tiếp của bạn là mềm dẻo hay cứng nhắc?
4. Tính chuẩn mực của phong cách giao tiếp biểu hiện như thế nào? Theo bạn, trong giao tiếp, ứng xử với những người xung quanh, bạn có chuẩn mực không?
5. Nêu những đặc điểm cơ bản của mỗi loại phong cách giao tiếp. Theo bạn, bạn thuộc loại phong cách giao tiếp nào?
6. Những khẳng định sau đây đúng hay sai?
 - a. Phong cách giao tiếp của một người càng ổn định thì càng dễ phân biệt người đó với những người khác.
 - b. Dù ở mức độ nào, phong cách giao tiếp của một con người luôn vừa có tính ổn định, tính linh hoạt và tính chuẩn mực.
 - c. Tính linh hoạt và tính chuẩn mực của phong cách giao tiếp mâu thuẫn với nhau: một con người thể hiện tính linh hoạt càng cao thì tính chuẩn mực càng kém và ngược lại.
 - d. Trong phong cách giao tiếp của mỗi một con người luôn có những nét của phong cách dân chủ, phong cách độc đoán và phong cách tự do.
7. Bạn hãy xác định phong cách giao tiếp của mỗi vị giám đốc trong các tình huống sau.
 - a. Tại văn phòng công ty A:
 - GD: Tại sao cô vào phòng mà không gõ cửa?
 - NV: Dạ thưa anh, em gõ nhưng mà anh không nghe thấy ạ.
 - GD: Không nghe thấy thì cô phải gõ tiếp và chờ, bao giờ tôi nghe thấy và cho vào mới được vào, rõ chưa?
 - NV: Dạ, em xin nhận lỗi và rút kinh nghiệm ạ.
 - b. Tại văn phòng công ty B:
 - NV: Em chào thủ trưởng.
 - GD: A, chào anh Nam, ngồi xuống đi, khoẻ chứ? Anh về từ bao giờ?
 - NV: Dạ, em vừa về tối qua nên bây giờ mới lên báo cáo tình hình với anh được. Thưa anh...
 - GD: Anh cứ uống nước đi đã rồi ta nói chuyện. Tôi cũng đang có việc muốn trao đổi với anh.

Chương 5

CÁC KỸ NĂNG GIAO TIẾP CƠ BẢN

Mục tiêu

Giao tiếp vừa là một khoa học vừa là một nghệ thuật. Muốn thành công trong giao tiếp, bạn không chỉ cần nắm vững những kiến thức cơ bản trong lĩnh vực này mà còn phải biết vận dụng những kiến thức đó vào thực tiễn hoạt động giao tiếp của mình, tức là nắm vững kỹ năng và không ngừng trau dồi, rèn luyện để đạt đến mức nghệ thuật. Chương này sẽ giới thiệu và giúp bạn rèn luyện các kỹ năng giao tiếp cơ bản. Sau khi học xong, bạn có thể:

- *Hiểu được tầm quan trọng của các kỹ năng giao tiếp cơ bản;*

- *Biết nói, đặt câu hỏi, thuyết phục, nghe, đọc, viết và ứng xử hiệu quả hơn trong giao tiếp.*

Tóm tắt nội dung

- Các kỹ năng giao tiếp cơ bản là: lắng nghe, đặt câu hỏi, thuyết phục, thuyết trình, viết, đọc và tóm tắt văn bản.

- Lắng nghe là tập trung vào việc phản ánh một loại âm thanh nào đó, các âm thanh khác bỏ ra ngoài tai. Để lắng nghe có hiệu quả, ngoài việc chú ý hạn chế ảnh hưởng của các yếu tố cản trở, chúng ta còn phải biết tạo không khí bình đẳng, thân mật, thoải mái; biết gợi mở để người đối thoại trút bầu tâm sự; biết tỏ ra quan tâm và thông cảm với họ, biết phản hồi một cách thích hợp.

- Trong giao tiếp, câu hỏi được sử dụng với nhiều mục đích khác nhau: thu thập thông tin, kích thích quá trình tư duy ở người đối thoại theo hướng này hay hướng khác, đề xuất ý kiến, kết thúc cuộc gặp gỡ hay chỉ đơn giản là thể hiện sự quan tâm nhằm tạo không khí tiếp xúc. Nói cách khác là có nhiều loại câu hỏi, mỗi loại câu hỏi đều có những ưu thế nhất định và chúng ta cần biết đặt câu hỏi sao cho phù hợp với tình huống cụ thể để đạt mục đích giao tiếp.

- Thuyết phục là một nghệ thuật, nó không những đòi hỏi sự lập luận chặt chẽ, chứng cứ rõ ràng mà cả sự khéo léo, nhạy cảm, tinh tế, sự hùng biện của chúng ta. Trong thuyết phục, chúng ta cũng cần lưu ý đến quy trình gồm bốn bước sau:

1. Tạo không khí bình đẳng;
2. Chú ý lắng nghe;
3. Bày tỏ sự thông cảm;
4. Giải toả những phân vân, lo ngại ở đối tượng giao tiếp.

- Đọc và tóm tắt văn bản là một công việc quan trọng đối với không ít người, đặc biệt là với một nhân viên văn phòng, một người thư ký trong nhiệm vụ thu thập thông tin phục vụ lãnh đạo. Để đọc có hiệu quả, chúng ta cần:

+ Sử dụng phương pháp "khảo sát, phân tích và đọc với tốc độ thích hợp" (SARAS), tức là khi tiếp cận một văn bản thì nên đọc phần đầu, phần cuối và lướt qua bố cục để xác định xem có cần thiết phải đọc văn bản đó hay không, đọc phần nào và với tốc độ nào;

+ Chọn hình thức đọc tích cực;

+ Rèn luyện phương pháp đọc nhanh.

- Tóm tắt văn bản là trình bày lại nội dung của một văn bản gốc, có loại bỏ những nội dung không cần thiết. Việc tóm tắt văn bản có thể thực hiện theo kỹ thuật sau đây:

+ Xác định số đoạn văn có trong văn bản và chủ đề của mỗi đoạn;

+ Diễn đạt lại chủ đề của mỗi đoạn;

+ Liên kết các phần diễn đạt lại để có văn bản tóm tắt.

- Viết là một trong những kỹ năng cơ bản nhất trong giao tiếp. Đặc biệt, với một nhân viên văn phòng, một người thư ký thì việc soạn thảo các văn bản như báo cáo, biên bản, tờ trình, hay các loại thư tín lại là công việc mang tính chuyên môn, nghiệp vụ. Để có một văn bản như ý, trước hết chúng ta cần xác định rõ chủ đề chung của văn bản, tiếp đến là lập dàn ý và cuối cùng mới tiến hành viết.

I. KỸ NĂNG LẮNG NGHE

1. Lợi ích của việc lắng nghe

Lắng nghe là một kỹ năng quan trọng trong giao tiếp. Theo Paul Tory Rankin (1930), trong giao tiếp bằng ngôn ngữ, con người dùng 42,1% tổng số thời gian cho việc nghe, 31,9% cho việc nói, 15% cho việc đọc và 11% cho việc viết. Như vậy, trong giao tiếp bằng ngôn ngữ, lắng nghe chiếm gần nửa tổng số thời gian.

Trong giao tiếp, việc lắng nghe đem lại nhiều lợi ích:

- *Thoả mãn nhu cầu của người nói.* Ai cũng muốn được tôn trọng. Khi chúng ta chú ý lắng nghe người đối thoại là chúng ta thoả mãn nhu cầu đó của họ. Thật là khó chịu khi bạn nói mà không ai thềm nghe. Vì vậy, việc lắng nghe cũng giúp chúng ta tạo được ấn tượng tốt ở người đối thoại.

- *Thu thập được nhiều thông tin.* Người ta chỉ thích nói với những ai biết lắng nghe. Do đó, việc chú ý lắng nghe người đối thoại không những giúp chúng ta hiểu và nắm bắt được những điều họ nói, mà còn kích thích họ nói nhiều hơn, cung cấp cho chúng ta nhiều thông tin hơn.

- *Hạn chế được những sai lầm trong giao tiếp.* Khi bạn chú ý lắng nghe người đối thoại, bạn sẽ hiểu được điều họ nói, cái họ muốn, đồng thời bạn cũng

có thời gian để cân nhắc xem nên đối đáp thế nào cho hợp lý, nghĩa là có thể tránh được những sai sót do hấp tấp, vội vàng.

- *Tạo không khí biết lắng nghe nhau trong giao tiếp.* Khi người đối thoại nói, bạn chú ý lắng nghe thì đến khi bạn lên tiếng, họ cũng sẽ lắng nghe bạn, nghĩa là tạo nên không khí tôn trọng, biết lắng nghe nhau trong giao tiếp.

- *Giúp giải quyết được nhiều vấn đề.* Có nhiều vấn đề, nhiều mâu thuẫn không giải quyết được chỉ vì các bên không chịu lắng nghe để hiểu nhau. Bằng thái độ tôn trọng, biết lắng nghe nhau, mỗi bên sẽ hiểu hơn về quan điểm, lập trường của bên kia, xác định được nguyên nhân gây mâu thuẫn và từ đó cùng đưa ra giải pháp để thoát khỏi xung đột.

Như vậy, lắng nghe đem lại cho chúng ta nhiều lợi ích. Không phải ngẫu nhiên mà những người từng trải, người khôn ngoan thường là những người nói ít, nghe nhiều, họ chỉ lên tiếng khi thật sự cần thiết.

2. Những yếu tố cản trở việc lắng nghe có hiệu quả

Lắng nghe có nhiều lợi ích như vậy nhưng, trên thực tế, không nhiều người biết lắng nghe. Theo D.Torrington, 75% các thông báo miệng không được chú ý đến, bị hiểu sai hoặc bị lãng quên nhanh chóng, còn khả năng nắm bắt được những ý nghĩ sâu sắc trong lời nói của người khác thì lại càng hiếm. Điều này cho thấy, việc lắng nghe có hiệu quả không hoàn toàn đơn giản như một số người vẫn nghĩ: muốn lắng nghe thì chỉ cần im lặng.

Một trong những nguyên nhân cơ bản của tình trạng trên là có nhiều yếu tố cản trở việc lắng nghe.

2.1. Tốc độ tư duy

Tốc độ tư duy của con người cao hơn nhiều tốc độ nói. Vì vậy, khi nghe người khác, chúng ta thường có dư thời gian và chúng ta thường dùng thời gian dư thừa này để suy nghĩ một vấn đề khác, nghĩa là tư tưởng của chúng ta bị phân tán. Cho nên, khi trình bày một vấn đề nào đó, bạn cần đi thẳng vào vấn đề và nói một cách ngắn gọn, không nên dài dòng và cũng không nên nói quá chậm, vừa lãng phí thời gian, vừa dễ làm người nghe mất tập trung.

2.2. Sự phức tạp của vấn đề.

Trước một vấn đề phức tạp, đặc biệt khi vấn đề đó ít liên quan đến chúng ta, chúng ta thường có xu hướng chọn con đường dễ nhất, đó là bỏ ra ngoài tai, không chú ý lắng nghe nữa.

2.3. Sự thiếu được tập luyện

Lắng nghe là một kỹ năng. Để “biết lắng nghe”, chúng ta cần được tập luyện. Tuy nhiên, từ khi còn nhỏ cho đến khi trưởng thành, chúng ta ít được dạy và rèn luyện cách lắng nghe. Chúng ta dành nhiều thời gian cho việc học nói, học đọc, học viết nhưng học nghe thì rất ít. Đây là một nghịch lý vì, như chúng ta đã nói, trong giao tiếp thời gian dành cho việc nghe nhiều hơn thời gian dành cho đọc, viết và nói.

2.4. Sự thiếu kiên nhẫn

Để lắng nghe có hiệu quả, chúng ta cần phải biết kiên nhẫn với ý kiến của người khác. Tuy nhiên, thực tế lại thường không phải như vậy. Trong cuộc sống, hiện tượng “cả hai cùng nói”, “tranh nhau nói”,... không phải là ít. Khi nghe người khác nói, chúng ta thường bị kích thích, nghĩa là chúng ta cũng có những ý kiến đáp lại và muốn nói ngay ra ý kiến đó. Nếu không biết kìm chế, không biết kiên nhẫn nghe người kia thì việc lắng nghe của chúng ta không thể có hiệu quả.

2.5. Sự thiếu quan sát bằng mắt

Ở chương trước chúng ta đã nói rằng, trong giao tiếp, 80% lượng thông tin được truyền đi qua các phương tiện phi ngôn ngữ. Vì vậy muốn lắng nghe có hiệu quả, chúng ta không chỉ dùng thính giác mà phải dùng cả các giác quan khác, đặc biệt là mắt, để nắm bắt tất cả các thông tin mà người đối thoại phát đi, cả những thông tin bằng lời và cả những thông tin không bằng lời. Trên cơ sở phân tích, đánh giá một cách tổng hợp các thông tin thu thập được, chúng ta mới có thể hiểu chính xác ý của người đối thoại. Chắc bạn chưa quên lời trách cứ của người con gái đối với người con trai:

“Sao mà anh ngốc thế”

Không nhìn vào mắt em”

Không chỉ nhân vật nam trong hai câu thơ nói trên mà đa số chúng ta đều ít sử dụng hoặc chưa biết sử dụng mắt trong giao tiếp.

2.6. Những thành kiến, định kiến tiêu cực

Nghe là một quá trình nhận thức. Quá trình nghe và kết quả của nó không những phụ thuộc vào thông tin và người phát ra thông tin đó, mà cả đặc điểm tâm lý của người nghe, đặc biệt là những thành kiến, định kiến ở họ. Khi chúng ta có thành kiến, định kiến về người đối thoại hoặc về vấn đề mà người đối thoại trình bày, thì chúng ta thường ảnh hưởng xấu đến thái độ và kết quả lắng

nghe của chúng ta. Chẳng hạn, trước một người mà bạn cho là “hay ba hoa” thì bạn thường không để ý đến lời nói của họ, ngay cả khi họ nghiêm túc thì bạn vẫn dễ đánh giá là không nghiêm túc, không đáng lưu tâm.

2.7. Những thói quen xấu khi lắng nghe

Trong khi nghe người khác, chúng ta thường mắc phải những thói quen xấu, như: lười suy nghĩ, cắt ngang lời người nói, giả vờ chú ý, đoán trước ý người nói... Những thói quen này làm giảm hiệu quả của việc lắng nghe.

3. Các mức độ lắng nghe và kỹ năng lắng nghe có hiệu quả

3.1. Các mức độ lắng nghe

Khi nghe người khác, tùy theo tình huống mà chúng ta thể hiện một trong các mức độ nghe sau đây:

- *Lờ đi, không nghe gì cả*: Chẳng hạn, một học sinh chăm chú đọc truyện trong lúc giáo viên giảng bài, một nhân viên dăm chiêu nhìn ra ngoài cửa sổ và không để ý gì đến lời phát biểu của giám đốc.

- *Giả vờ nghe*: Trong trường hợp này, người nghe thường đang suy nghĩ một vấn đề khác, nhưng lại tỏ vẻ chú ý nghe người đối thoại để an ủi họ, đồng thời để che giấu việc mình chẳng nghe gì cả.

- *Nghe có chọn lọc*: tức là chỉ nghe những phần mà mình quan tâm. Cách nghe này khó có hiệu quả cao, bởi vì người nghe không theo dõi liên tục nên không nắm được đầy đủ và chính xác những thông tin mà người đối thoại đưa ra.

- *Nghe chăm chú*: Tập trung mọi sự chú ý vào lời người đối thoại và cố gắng hiểu họ.

- *Nghe thấu cảm*: Trong trường hợp này, người nghe không những chăm chú nghe mà còn đặt mình vào vị trí của người nói để hiểu người nói có cảm nghĩ gì. Như vậy, khi nghe thấu cảm, chúng ta không những hiểu được lời nói của người đối thoại mà còn hiểu tại sao họ nói như vậy, họ muốn gì, có nhu cầu gì. Nghĩa là chúng ta đi sâu vào nội tâm của họ, lắng nghe không chỉ bằng tai mà bằng cả trái tim, lắng nghe cả những thông tin được nói thành lời và cả những gì không được nói thành lời, lắng nghe cả những phút giây im lặng.

3.2. Kỹ năng lắng nghe có hiệu quả

Để lắng nghe có hiệu quả, chúng ta phải nghe ở mức độ nghe chăm chú và đặc biệt là nghe thấu cảm. Muốn làm được điều đó, chúng ta cần chú ý rèn luyện một số kỹ năng sau đây:

- *Kỹ năng tạo không khí bình đẳng, cởi mở;*

Để tạo không khí bình đẳng, cởi mở, bạn cần chú ý đến khoảng cách giữa bạn và người đối thoại, vị trí, tư thế, các động tác, cử chỉ của mình. Cụ thể là:

+ Khoảng cách không quá xa (tuỳ theo mối quan hệ mà khoảng cách chỉ nên ở vùng riêng tư hoặc thân mật);

+ Tư thế ngang tầm, đối diện: Cùng đứng hoặc cùng ngồi, hướng vào nhau, đứng hoặc ngồi ngang tầm nhau (tránh người đứng chỗ cao, người đứng chỗ thấp hoặc một ghế cao và một ghế thấp), không khoanh tay hoặc đút tay túi quần vì những điệu bộ, cử chỉ này biểu hiện sự khép kín, không muốn tham gia.

- *Kỹ năng bộc lộ sự quan tâm;*

Cũng qua tư thế, điệu bộ, cử chỉ, ánh mắt của mình, bạn thể hiện sự quan tâm của mình đến người đối thoại và lời nói của họ.

+ Tư thế dẫn thân: Nghiêng người về phía người đối thoại;

+ Tiếp xúc bằng mắt: Mắt nhìn người đối thoại một cách nhẹ nhàng, chân thành, nhưng không tập trung vào một điểm nào đó mà tựa như bao quát toàn bộ con người họ;

+ Các động tác, cử chỉ đáp ứng như: Gật đầu, động tác của tay... Cần tránh những động tác biểu lộ sự không chú ý của bạn, như: bẻ tay, dùng ngón tay mân mê một vật gì đó, chẳng hạn như chiếc bút...

- *Kỹ năng gợi mở;*

Nghe là một hành động tích cực. Muốn nghe được nhiều, bạn cần biết khuyến khích người đối thoại trút bầu tâm sự bằng một số thủ thuật sau:

+ Tỏ ra am hiểu vấn đề, hiểu và thông cảm với người đối thoại (lời nói, ánh mắt, nét mặt, nụ cười, gật đầu...). Chẳng hạn: “Tôi hiểu”, “Tôi hiểu tại sao anh nghĩ như vậy”.

+ Chú ý lắng nghe và phản hồi một cách thích hợp bằng lời và cả điệu bộ, cử chỉ...

+ Thỉnh thoảng đặt câu hỏi: “Rồi sau đó ra sao?”, “Chắc lúc đó anh giận bà ta lắm?”... Việc đưa ra những câu hỏi như vậy vừa giúp bạn hiểu rõ hơn vấn đề, vừa chứng tỏ bạn rất quan tâm đến câu chuyện của người đối thoại.

+ Giữ sự im lặng đầy vẻ quan tâm. Trong quá trình nói, có những lúc người đối thoại dừng lại và im lặng. Trong tình huống này, nếu bạn không lên tiếng nhưng vẫn thể hiện được rằng bạn đang chờ nghe tiếp câu chuyện của người đối thoại, thì người đối thoại thường phải lấp đầy khoảng trống bằng những lời

giải thích, bổ sung. Tuy nhiên, nếu người đối thoại vẫn không lên tiếng và nếu bạn muốn câu chuyện được tiếp tục thì bạn cần phải phá vỡ sự im lặng đó. Trong trường hợp ngược lại, sự im lặng kéo dài (quá 30 giây) để làm người đối thoại xa rời chủ đề của câu chuyện.

- *Kỹ năng phản ánh lại.*

Sau khi nghe người đối thoại trình bày một vấn đề nào đó, bạn có thể diễn đạt lại nội dung đó theo cách hiểu của bạn. Chẳng hạn như: “Theo tôi hiểu thì ý anh là... có phải không?”. Việc phản ánh lại của bạn vừa cho người đối thoại biết bạn đã hiểu họ như thế nào, có cần giải thích, bổ sung, đính chính gì không, vừa cho họ thấy là họ đã được chú ý lắng nghe.

II. KỸ NĂNG ĐẶT CÂU HỎI

Trong giao tiếp, đặc biệt là giao tiếp trực tiếp, câu hỏi có vị trí quan trọng. Có nhiều loại câu hỏi, tùy theo mục đích và tình huống giao tiếp mà bạn chọn cách hỏi cho phù hợp.

1. Dùng câu hỏi để thu thập thông tin

Hàng ngày, để giải quyết công việc, chúng ta thường cần có nhiều thông tin. Có những thông tin chúng ta cần lại ở trong đầu óc người khác. Có trường hợp họ tự nguyện cung cấp thông tin cho chúng ta, nhưng trong đa số trường hợp chúng ta phải khai thác chúng bằng những câu hỏi khác nhau. Khi dùng câu hỏi để thu thập thông tin, bạn cần lưu ý một số điểm sau đây:

1.1. Khởi gợi hứng thú ở người đối thoại

Khởi gợi hứng thú ở người đối thoại tức là làm cho việc cung cấp thông tin trở thành niềm vui của họ. Muốn làm được điều này, bạn cần thể hiện thái độ nhã nhặn, lịch sự và tỏ ra biết ơn người đối thoại về những gì họ cung cấp, để họ cảm thấy vui vì đã làm được một việc thiện. Ngoài ra bạn cũng cần vận dụng thuật lắng nghe như đã nói ở phần trên để người đối thoại thêm phần hứng thú.

1.2. Nên bắt đầu bằng một câu hỏi dễ trả lời

Thường thì ai cũng thích trả lời đúng, vì vậy việc bạn mở đầu bằng một câu hỏi dễ trả lời sẽ làm người đối thoại cảm thấy thoải mái, tự tin và muốn trả lời những câu hỏi tiếp theo của bạn. Vậy câu hỏi thế nào là câu hỏi dễ trả lời? Câu hỏi dễ trả lời là câu hỏi mà người được hỏi có sẵn thông tin, có thể lựa chọn nhiều thông tin khác nhau cho câu trả lời của mình. Câu hỏi dễ trả

lời cũng là câu hỏi không đụng chạm đến những vấn đề tế nhị, hay là “vấn đề khó nói”- như chúng ta thường gọi.

1.3. Các loại câu hỏi

Sau khi đã làm cho người đối thoại cảm thấy thoải mái, tự tin và sẵn sàng cung cấp thông tin cho bạn, việc tiếp theo của bạn là đưa ra các câu hỏi để khai thác thông tin. Tuỳ theo tình huống mà bạn chọn loại câu hỏi cho phù hợp.

- *Câu hỏi trực tiếp và câu hỏi gián tiếp*

Chọn câu hỏi trực tiếp tức là bạn hỏi thẳng vào vấn đề mà bạn quan tâm.

Ví dụ:

- + Ai đã làm việc này?
- + Ông thích màu nào?
- + Có phải trước đây bà đã từng làm ăn với họ không?
- + Ông thích trà hay cà phê?
- + Tại sao anh làm việc đó?...

Hỏi trực tiếp có ưu điểm là thu thập thông tin nhanh, trong một số tình huống nó làm đối tượng bị bất ngờ và bật ra câu trả lời trung thực. Tuy nhiên, cách hỏi này dễ để lộ mục đích của bạn và trong một số trường hợp nó thiếu tế nhị, dễ làm người đối thoại không hài lòng, nghi ngờ. Để khắc phục những nhược điểm này, bạn có thể dùng câu hỏi gián tiếp.

Câu hỏi gián tiếp là câu hỏi về một vấn đề khác, nhưng qua câu trả lời của người đối thoại có thể suy ra vấn đề cần biết. Ví dụ: Bạn muốn biết A có thích công việc mà bạn giao cho hay không, nhưng nếu bạn hỏi thẳng: “Anh có thích công việc đó không?” thì A dễ ngờ rằng bạn cho là A không thích và sẽ trả lời đối phó. Nếu bạn hỏi bằng một câu gián tiếp, chẳng hạn như: “Trong công việc đó, điều gì làm anh thích thú nhất?” thì sẽ tốt hơn nhiều.

- *Câu hỏi gợi mở* là loại câu hỏi chỉ nêu đề tài chứ không hề gợi ý nội dung câu trả lời. Ví dụ: “Anh nghĩ sao về vấn đề này?”, “Anh có cảm tưởng gì về những con người đó?”.

Câu hỏi gợi mở thường được dùng ở phần đầu cuộc gặp gỡ nhằm khuyến khích người đối thoại vì đây thường là một câu hỏi dễ, người đối thoại có thể tự quyết định nên nói gì. Dùng câu hỏi gợi mở thường thu thập được nhiều thông tin, vì nó khuyến khích họ cung cấp tất cả những gì họ có về vấn đề bạn nêu ra.

- *Câu hỏi đóng* là loại câu hỏi có sẵn các phương án trả lời, người được hỏi chỉ cần chọn một trong các phương án đó.

Ví dụ, với câu hỏi: “Bạn luôn tỏ thái độ vui vẻ, lịch sự khi tiếp khách, cho dù khách là người mà bạn không ưa?”, người hỏi đưa ra những phương án trả lời sau:

- a. Đúng b. Khó trả lời c. Không đúng

Loại câu hỏi này rất phổ biến trong các phiếu điều tra để thăm dò nhu cầu thị trường, sở thích của khách hàng...

- *Câu hỏi mở* là loại câu hỏi ngược lại với câu hỏi đóng, tức là không có các phương án trả lời được ấn định trước, người trả lời có thể thoải mái trả lời theo ý mình, do đó thông tin thu thập được phong phú và đa dạng.

- *Câu hỏi chuyển tiếp*: Là loại câu hỏi được dùng để chuyển sang một vấn đề khác theo chủ ý của người hỏi. Ví dụ: “Thế còn vấn đề vận chuyển thì sao?”, “Thế còn vấn đề tuyển thêm nhân viên thì sao?”...

- *Câu hỏi tóm lược ý*: Là loại câu hỏi được dùng để tóm tắt lại những gì chúng ta hiểu về những điều người đối thoại nói. Nó thường có dạng: “Theo tôi hiểu thì ý anh là ... có phải không?”. Câu hỏi này giúp chúng ta kiểm tra xem mình có hiểu đúng ý người đối thoại hay không. Nếu không, họ sẽ đưa tiếp những thông tin khác để đính chính, bổ sung.

2. Dùng câu hỏi với các mục đích khác

Trong giao tiếp, ngoài mục đích thu thập thông tin, chúng ta còn dùng câu hỏi với nhiều mục đích khác.

2.1. Dùng câu hỏi để tạo không khí tiếp xúc (câu hỏi tiếp xúc)

Loại câu hỏi này được dùng khi mới bắt đầu gặp gỡ, thường đi kèm với lời chào (chào hỏi) để tạo không khí thoải mái, cởi mở, tin tưởng lẫn nhau cho cuộc tiếp xúc.

Ví dụ:

- Chào bác! Bác có khoẻ không, công việc của bác vẫn tốt chứ?

- Chào anh! Anh ra từ bao giờ thế, trong đó có nóng lắm không?

Loại câu hỏi này rất phổ biến, chúng ta có thể nghe thấy hàng ngày và bất kỳ đâu.

2.2. Dùng câu hỏi kích thích và định hướng tư duy

Con người chỉ tư duy trong những tình huống có vấn đề. Vì vậy, khi muốn người đối thoại suy nghĩ về một vấn đề nào đó, bạn có thể dùng câu hỏi. Chẳng

hạn, một nhà diễn thuyết được mời đến nói chuyện cho sinh viên về chủ đề tình yêu đã mở đầu bài nói của mình như sau: “Chắc nhiều người trong số các bạn đã từng yêu, đang yêu. Tình yêu thật là kỳ diệu phải không các bạn? Nhưng đã bao giờ các bạn tự hỏi mình rằng, tại sao con người yêu nhau chưa? Đã bao giờ các bạn băn khoăn, tại sao có những mối tình khởi đầu rất đẹp nhưng kết cục lại không được như vậy chưa? Bài nói chuyện của tôi hôm nay sẽ giúp các bạn giải đáp một phần những thắc mắc đó”.

Câu hỏi loại này thường không đòi hỏi người đối thoại trả lời mà chỉ nhằm thu hút sự chú ý của họ, buộc họ suy nghĩ về những vấn đề mà bạn đặt ra. Nó thường được các diễn giả, các giáo viên sử dụng khi mở đầu bài diễn thuyết hoặc bài giảng.

2.3. Dùng câu hỏi để đưa ra một đề nghị

Trong trường hợp này câu hỏi của bạn thực chất là một đề xuất, một ý kiến nhằm thăm dò cách thoát ra khỏi một tình huống bế tắc nào đó. Ví dụ: Bạn đang cùng một đối tác thảo luận về một điều khoản trong hợp đồng mà hai bên dự định ký kết. Không khí đã khá căng thẳng, cả bạn và đối tác đều muốn giữ lập trường của mình và bạn biết rằng nếu tiếp tục thảo luận điều khoản này thì không khí càng căng thẳng hơn nữa và hợp đồng dễ đổ bể. Vì vậy, bạn muốn thay đổi không khí: “Thưa ông, ở cạnh đây có quán cà phê rất nổi tiếng. Tại sao chúng ta không nghỉ một chút và thưởng thức một ly cà phê tuyệt vời đó nhỉ?”

Câu hỏi mang tính đề nghị cũng là một thủ thuật tinh tế để thúc ép người khác đồng ý với bạn mà không tỏ ra nghiêng về bên nào, vì vậy bạn không cần phải tự bào chữa khi không có được sự nhất trí của họ. Ví dụ: Nhân viên A bị giám đốc tạm thời cho nghỉ việc để ban thanh tra tiến hành làm rõ vụ việc sau khi có một số đơn thư tố cáo nhân viên này có hành vi gian lận về tài chính. Sau khi tiến hành kiểm tra, ban thanh tra xác định những tố cáo là không có cơ sở, tuy nhiên giám đốc vẫn chưa gọi nhân viên A trở lại làm việc, muốn thúc ép giám đốc làm việc đó, bạn có thể hỏi: “Thưa ông, bây giờ đã có kết luận của ban thanh tra, vậy chúng ta có thể gọi nhân viên A trở lại làm việc không?”.

2.4. Dùng câu hỏi để giảm tốc độ nói của người khác (câu hỏi kìm hãm)

Trong những trường hợp khi người đối thoại cứ thao thao bất tận, bạn có thể làm giảm tốc độ nói của họ bằng cách đặt ra cho họ những câu hỏi nhất định.

2.5. Dùng câu hỏi để kết thúc vấn đề

Khi bạn muốn kết thúc câu chuyện mà không làm phật ý người đối thoại, bạn có thể dùng câu kết thúc vấn đề.

Ví dụ: Như vậy là chúng ta đã thoả thuận xong, phải không ông?

III. KỸ NĂNG THUYẾT PHỤC

1. Thuyết phục là gì?

Để giải quyết tốt một công việc nào đó, chúng ta thường cần sự giúp đỡ, sự hợp tác của người khác. Điều này đòi hỏi giữa chúng ta và họ phải có sự thống nhất về quan điểm, lập trường, về cách giải quyết công việc. Tuy nhiên, trên thực tế, chúng ta thường gặp trường hợp trong đó người khác không cùng chung ý kiến, quan điểm với chúng ta. Chẳng hạn, chúng ta cần một hợp đồng thuê mặt bằng trong một thời hạn tương đối dài để yên tâm đầu tư kinh doanh, nhưng gia chủ lại chỉ muốn hợp đồng từng năm một. Trong trường hợp này, việc chúng ta có đạt được mục đích hay không phụ thuộc vào khả năng thuyết phục của chúng ta.

Thuyết phục là đưa ra tình tiết, sự kiện, phân tích, giải thích làm cho người khác thấy đúng, thấy hay mà tin theo, làm theo.

2. Những điểm cần lưu ý khi thuyết phục người khác

Thuyết phục người khác là một công việc không hề đơn giản bởi một lẽ thường tình là bất kỳ ai, khi đã có ý kiến về một vấn đề nào đó, cũng có niềm tin nhất định vào ý kiến của mình và không muốn tiếp thu ý kiến của người khác. Hơn nữa, không phải ai cũng biết cách thuyết phục người khác. Để thuyết phục có hiệu quả, bạn cần chú ý một số điểm sau đây:

- *Tạo không khí bình đẳng*

Bầu không khí bình đẳng là điều kiện đầu tiên để bạn có thể thành công trong thuyết phục, bởi vì nó làm cho người đối thoại cảm thấy thoải mái, được tôn trọng, làm giảm sự đề phòng, phản kháng của họ.

Có không ít người vẫn quan niệm rằng, thuyết phục là phải dùng tất cả sức mạnh của mình, dồn người đối thoại vào thế bí, khuất phục họ, buộc họ phải thay đổi ý kiến, quan điểm, lập trường, từ đó dẫn đến tranh cãi quyết liệt, một thua một thắng. Đó là một quan niệm sai lầm. Cách thuyết phục như vậy sẽ gặp khó khăn rất lớn bởi người đối thoại sẽ cố hết sức để phòng thủ, chống trả, và nếu họ có thay đổi quan điểm của mình thì họ cũng luôn cảm thấy ảm ức

vì bị bắt bí, bị chèn ép, do đó kết quả thuyết phục sẽ không lâu bền.

- Tôn trọng và lắng nghe người đối thoại

Thông thường, người đối thoại luôn muốn bảo vệ ý kiến của mình, không muốn tiếp thu ý kiến khác. Vậy làm sao để họ chú ý đến ý kiến của bạn? Trước hết, bạn cần để cho họ có cơ hội trình bày ý kiến của mình, bạn không được ngắt lời mà phải kiên nhẫn, bình tĩnh lắng nghe. Đến một lúc nào đó sẽ xuất hiện chỗ hở trong quan điểm của người đối thoại vì thiếu thông tin, vì cân nhắc chưa thấu đáo. Lúc này họ sẽ cảm thấy thiếu tự tin và muốn biết ý kiến của bạn. Đây chính là thời điểm bạn cần bắt đầu công việc.

Khi trình bày ý kiến của mình, bạn cần lưu ý:

- Lý lẽ đưa ra phải rõ ràng và có cơ sở. Sự phân tích, lập luận cần có những dẫn chứng cụ thể để minh họa. Chẳng hạn, bạn muốn thuyết phục giám đốc của mình về lợi ích của quảng cáo, bạn không nên chỉ nói chung chung rằng quảng cáo rất quan trọng, rất cần thiết, mà phải đưa ra được những dẫn chứng cụ thể, như: năm ngoái, công ty A đầu tư 900 triệu cho quảng cáo, kết quả là doanh số bán hàng của họ đã tăng 1,5 lần; công ty B chỉ 2 tỷ 300 triệu, doanh thu tăng 2 lần...

- Lời nói phải ngắn gọn và có trọng tâm, không nên dài dòng, tràn lan. Ngôn ngữ và cách lập luận phải phù hợp với trình độ nhận thức của người đối thoại.

Khi thuyết phục người khác, có người muốn chứng tỏ sự vượt trội, uyên bác của mình bằng cách sử dụng những từ hoa mỹ, những thuật ngữ chuyên môn mà người đối thoại không hiểu, những dẫn chứng được lấy từ những đất nước xa xôi mà người đối thoại không thể kiểm chứng. Thực chất là họ muốn phô trương, khoe kiến thức hơn là thuyết phục người đối thoại. Cách thuyết phục như vậy, dĩ nhiên, không thuyết phục được ai.

- Lời nói phải nhã nhặn, ôn tồn, lịch sự

Bạn nên nhớ rằng, không ai muốn thừa nhận là mình thua kém bạn, càng không ai muốn bị phê phán, chỉ trích. Chính vì vậy, bạn cần tỏ thái độ bình tĩnh, điềm đạm, lịch sự, nhã nhặn; cần cân nhắc khi dùng từ. Đừng bao giờ nói: “Ông sai rồi”, hoặc “Tôi sẽ chứng minh cho ông thấy là ông sai”... Vì nói như vậy chẳng khác nào bảo rằng, bạn là người thông minh còn ông ta là thằng đần. Cũng đừng bao giờ lên giọng chỉ trích, phê phán người khác, bởi vì ai cũng có lúc sai lầm. Hơn nữa, phê phán, chỉ trích không bao giờ đem lại kết quả tốt đẹp. Nhà tâm lý học kiệt xuất, Hans Seyle, nói: “Chúng ta khao khát

được tán thưởng chừng nào thì chúng ta ngại bị phê phán chừng ấy”. Còn Dale Carnegie thì cho rằng, phê phán gây hận thù và thực sự có thể gây nản lòng người làm, bạn bè, bà con trong gia đình mà không cải thiện được tình hình. Theo ông, nguyên tắc đầu tiên trong giao tiếp là: “Không phê phán, không kết tội, không than phiền”.

- Phải biết thừa nhận những điểm có lý trong ý kiến của người đối thoại, biết thừa nhận cái sai trong ý kiến của mình mà người đối thoại đã chỉ ra.

Thái độ khách quan trong đánh giá ý kiến của mình và của người đối thoại có ý nghĩa lớn trong thuyết phục. Bạn sẽ làm gì khi cả những cái đúng của bạn cũng bị phủ nhận, chê bai? Chắc chắn bạn sẽ cố hết sức để phản kháng. Vì vậy, trong thuyết phục hay tranh luận, bạn cần biết thừa nhận những điểm đúng của người khác, những cái sai của mình. Làm như vậy chính là bạn tước “vũ khí” của người đối thoại và làm cho hình ảnh bạn trong con mắt của họ trở nên đẹp hơn, thân thiện hơn, tức là ý kiến của bạn cũng dễ được tiếp nhận hơn.

- Cần phải tác động đồng thời đến cả nhận thức, tình cảm và ý chí của người đối thoại.

Nhận thức là điều kiện quan trọng để con người đi đến một quyết định, một việc làm nào đó. Tuy nhiên, chỉ có nhận thức không thôi thì chưa đủ. Trong cuộc sống, chúng ta vẫn thường thấy không hiếm khi con người biết rõ phải, trái, nhưng họ không hành động theo lẽ phải. Tại sao vậy? Tại vì ở họ mong muốn làm theo cái đúng chưa đủ lớn, ý chí chưa đủ mạnh để từ bỏ cái sai. Cho nên, trong thuyết phục, ngoài việc đưa ra lý lẽ, phân tích, chứng minh cho người đối thoại thấy rõ đúng sai, tốt xấu, lợi hại, con đường nên đi, bạn còn phải biết gợi lên những tình cảm nhất định ở người đối thoại, động viên, khích lệ họ. Đặc biệt, người Việt Nam chúng ta vốn coi trọng tình cảm, tình nghĩa, chỉ có lý mà không có tình thì người Việt Nam cũng khó chấp nhận.

Thuyết phục là một nghệ thuật, không phải cứ có lý lẽ là người khác sẽ nghe theo bạn. Ngoài lý lẽ vững chắc, bạn còn cần phải biết đưa lý lẽ của mình ra khi nào, thể hiện chúng như thế nào cho có hiệu quả. Muốn vậy, bạn phải nghiên cứu tâm lý của người đối thoại, nắm được những mâu thuẫn, những dao động ở họ. Trong quá trình thuyết phục, lời lẽ của bạn phải dứt khoát, tự tin, đồng thời cũng phải biết kết hợp nhuần nhuyễn với các phương tiện biểu cảm phi ngôn ngữ (ánh mắt, nét mặt, động tác, vị trí, tư thế, khoảng cách...) để vừa tăng tác động của lời nói, vừa làm giảm sự đối đầu, tăng cường xu hướng hợp tác ở người đối thoại. Chẳng hạn như việc chọn vị trí ngồi và khoảng cách trong đối thoại. Trong trường hợp sự đối lập không quá lớn, không thật căng

thẳng, bạn nên chọn vị trí góc hoặc vị trí hợp tác, không nên chọn vị trí đối diện với người mà bạn cần thuyết phục. Hoặc trong tiếp xúc, khi nhận thấy dấu hiệu chấp thuận, bạn cần khéo léo chuyển sang vị trí mang tính hợp tác hơn. Trong những trường hợp phức tạp, bạn phải biết đi dần từng bước, thậm chí lùi một bước để rồi tiến tới mục đích.

3. Quy trình thuyết phục

Từ sự phân tích trên, chúng ta có thể đưa ra quy trình thuyết phục bao gồm các bước sau:

- Tạo không khí bình đẳng;
- Lắng nghe để hiểu người đối thoại (tâm lí của họ, nguyên nhân làm họ lo ngại, bận tâm, từ chối);
- Bày tỏ sự thông cảm;
- Giải quyết vấn đề (giải toả lo ngại, bận tâm, từ chối);

Bạn hãy xem ví dụ minh hoạ dưới đây.

Nam là nhân viên của Công ty bảo hiểm nhân thọ Prudential. Nam đến gặp một khách hàng tiềm năng. Sau khi nghe Nam giới thiệu về những lợi ích của bảo hiểm nhân thọ, khách hàng tiềm năng đáp:

- Khách hàng: *Tôi cũng rất muốn mua bảo hiểm cho con tôi, nhưng đồng lương của tôi eo hẹp, hơn nữa tôi còn nhiều khoản chi phí khác.*

- Nam: *Em hiểu hoàn cảnh của anh (thông cảm). Nhưng thưa anh, mua bảo hiểm nhân thọ không phải là hình thức tiêu tiền mà là hình thức tiết kiệm tiền. Hơn nữa, cũng có nhiều mức phí để anh lựa chọn cho phù hợp với điều kiện của mình, mức tối thiểu chỉ có 5000đ/ngày. Em nghĩ, vì tương lai của cháu và của anh, anh hoàn toàn có thể thu xếp được phải không? (giải toả sự lo ngại của khách).*

- Khách hàng (gật đầu): *Ừ, thì tôi nghe anh, cố chút nữa vậy, nhưng tôi mua mức tối thiểu thôi.*

- Nam: *Không sao, anh bắt đầu hợp đồng bảo hiểm với mức tối thiểu, còn sau này điều kiện thay đổi, anh có thể tăng số tiền bảo hiểm lên bất cứ lúc nào.*

Trong hoạt động của một nhân viên văn phòng, một người thư ký, không hiếm khi họ phải thuyết phục người khác, chẳng hạn như thuyết phục lãnh đạo, đồng nghiệp hay khách hàng. Việc họ có khả năng thuyết phục hay không, có thống lĩnh được nghệ thuật thuyết phục hay không có ảnh hưởng không nhỏ đến sự nghiệp của họ.



Hình 21: Một vị trí ngồi tốt cho mục đích thuyết phục

IV. KỸ NĂNG THUYẾT TRÌNH

1. Thuyết trình là gì?

Thuyết trình, hay còn gọi là diễn thuyết, là nói chuyện trước nhiều người về một vấn đề nào đó một cách có hệ thống.

Ví dụ: Người thư ký thay mặt giám đốc trình bày đề án mở rộng sản xuất trước các thành viên chủ chốt trong công ty.

Trong công việc của mình, cũng có khi người thư ký phải trình bày một vấn đề nào đó trước nhiều người, đặc biệt họ thường phải giúp lãnh đạo chuẩn bị các bài phát biểu, bài nói chuyện tại các cuộc họp, hội nghị. Vì vậy, người thư ký cũng cần nắm được kỹ năng thuyết trình.

2. Các bước thuyết trình

2.1. Chuẩn bị thuyết trình

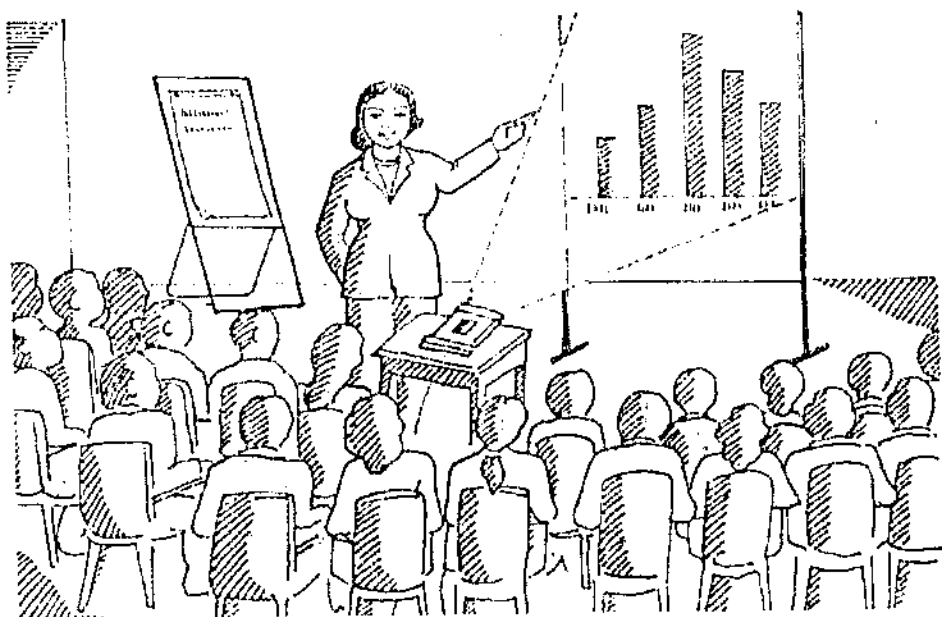
Đứng trước nhiều người và nói chuyện với họ, không phải chỉ bạn, tôi, mà cả các nhà diễn thuyết chuyên nghiệp cũng có lúc lúng túng, e ngại, căng thẳng. Để có thể đường hoàng, tự tin, chúng ta và cả các nhà diễn thuyết chuyên nghiệp đều phải có sự chuẩn bị chu đáo cho buổi nói chuyện của mình.

2.1.1. Đánh giá đúng bản thân

Khi được mời nói chuyện về một vấn đề nào đó, bạn cần cân nhắc hai vấn đề sau:

- *Bạn có am hiểu vấn đề, có đủ thông tin để trình bày hay không?*

- Con người, cương vị của bạn có được người nghe chấp nhận hay không? Ở đây bạn cần lưu ý rằng, tầm quan trọng của vấn đề phải ngang tầm với người diễn thuyết, nếu không, người nghe sẽ thiếu tin tưởng. Chẳng hạn, một nhân viên tuyên bố rằng tất cả nhân viên sẽ được tăng 15% lương từ tháng tới thì mọi người sẽ không tin và đòi hỏi chứng cứ, nhưng nếu như giám đốc tuyên bố điều đó thì không ai nghi ngờ gì cả.



Hình 22: Tranh minh họa một cảnh thuyết trình

Nếu một trong hai điều kiện trên không được đáp ứng thì bạn cần từ chối buổi nói chuyện.

2.1.2. Tìm hiểu người nghe

Bài nói chuyện phải được xây dựng xung quanh người nghe, lấy người nghe làm trung tâm. Cùng một vấn đề nhưng nói cho những đối tượng khác nhau thì cách xây dựng bài nói cũng phải khác nhau. Chẳng hạn, cũng là vấn đề thời sự quốc tế nhưng nói cho sinh viên nghe khác với nói cho giáo viên. Vì thế, bạn cần tìm hiểu đối tượng sẽ nghe mình là ai, giới tính, tuổi tác, nghề nghiệp, tín ngưỡng, nhu cầu, sở thích, động cơ... của họ để chuẩn bị bài nói chuyện cho phù hợp.

2.1.3. Xác định mục đích và mục tiêu của bài nói chuyện

Trước khi chuẩn bị nội dung bài nói chuyện, bạn cũng cần xác định rõ mục đích của nó. Bạn nói chuyện với mục đích cung cấp thông tin cho người nghe,

thuyết phục người nghe hay để góp vui? Trên cơ sở mục đích mà đề ra mục tiêu. Mục tiêu của bài nói chuyện cần phải cụ thể để có thể đánh giá được mức độ thành công của bài nói chuyện. Chẳng hạn, sau buổi thuyết trình đề án mở rộng quy mô sản xuất của công ty nhằm thuyết phục các thành viên trong hội đồng quản trị, bạn hy vọng rằng sẽ có 90% số thành viên hội đồng quản trị bỏ phiếu tán thành đề án của bạn...

2.1.4. Chuẩn bị bài nói chuyện

Bài nói chuyện cần được chuẩn bị một cách chu đáo. Bạn có thể thảo sẵn bài nói chuyện ra giấy, hoặc chí ít bạn cũng phải lập một đề cương chi tiết các ý cần phải trình bày và những dẫn chứng, những số liệu để minh họa cho mỗi ý, không nên quá tin tưởng vào trí nhớ của mình vì nhiều khi trí nhớ sẽ làm hại bạn. Nếu là lần đầu bạn diễn thuyết thì cần phải tập dượt trước. Sự chuẩn bị tốt luôn làm cho bạn tự tin hơn trong quá trình nói chuyện.

Mỗi bài nói chuyện thường có ba phần: mở đầu, khai triển (phần nội dung) và kết luận. Chuẩn bị bài nói chuyện cũng có nghĩa là chuẩn bị ba phần này.

- Chuẩn bị phần mở đầu

Phần mở đầu của bài nói chuyện có nhiệm vụ giới thiệu chủ đề và thu hút sự chú ý của người nghe. Ở đây bạn cần lưu ý rằng, theo quy luật, ở những giây phút đầu tiên bao giờ người nghe cũng hướng sự chú ý vào bạn, họ muốn biết bạn là ai và sẽ nói về vấn đề gì. Sau đó, sự chú ý thường giảm xuống. Vì vậy, bạn cần biết tận dụng sự tập trung chú ý cao ở những giây phút đầu tiên để dẫn dắt người nghe vào bài nói chuyện của bạn (dẫn nhập). Có nhiều cách dẫn nhập, tùy theo tình huống cụ thể mà bạn có thể chọn một trong các cách sau đây khi mở đầu bài nói chuyện.

+ *Dẫn nhập trực tiếp*: Nêu thẳng chủ đề và mục đích của bài nói chuyện, các vấn đề chính sẽ được trình bày.

Ví dụ: “Kính thưa các quý vị! Hôm nay tôi xin thay mặt tổ xây dựng đề án báo cáo với quý vị đề án mở rộng sản xuất, kinh doanh của công ty chúng ta. Báo cáo bao gồm ba phần: Thứ nhất, sự cần thiết phải mở rộng quy mô sản xuất, kinh doanh của công ty; Thứ hai, nội dung chi tiết của đề án; Thứ ba, những khó khăn, thuận lợi của việc thực hiện đề án và triển vọng mà nó đem lại. Bây giờ, tôi xin đi vào phần thứ nhất: sự cần thiết phải mở rộng quy mô sản xuất, kinh doanh của công ty chúng ta”.

Ưu điểm của lối dẫn nhập trực tiếp là đơn giản, hiệu quả, tiết kiệm thời

gian, người nghe nhanh chóng nắm bắt được chủ đề và những vấn đề chính của bài nói chuyện. Nó thích hợp với những buổi nói chuyện mang tính công việc nghiêm túc và quan tâm đến nội dung của bài nói chuyện.

+ Dẫn nhập bằng cách đặt câu hỏi: bằng cách đặt ra những câu hỏi ngay ở phần mở đầu để làm người phải suy nghĩ đến chủ đề của bài nói chuyện.

Ví dụ: “Thưa các bạn! Sự sống hiện diện mọi nơi trên trái đất này, từ những sinh vật trong lòng đất đến những loài chim trên bầu trời, từ những dây san hô, những loài tảo, loài cá trong lòng đại dương đến những rừng cây bạt ngàn với những loại động vật trong đó, từ những cây cối sum xuê trong vườn nhà bạn, những đồng lúa tốt tươi đến những bụi cây thấp, nhiều gai nhưng rắn rỏi trên sa mạc khô cằn đầy cát. Sự sống thật là tuyệt diệu phải không các bạn! Nhưng đã bao giờ các bạn tự hỏi rằng sự sống bắt đầu từ đâu; nó xuất hiện như thế nào? Và đã bao giờ bạn tự hỏi rằng giữa các loài sinh vật đa dạng trên trái đất và chúng ta, những con người, có điểm gì chung? Phải chăng, tất cả các loài sinh vật trên trái đất đều có chung nguồn gốc? Bài nói chuyện của tôi hôm nay về vấn đề “nguồn gốc sự sống” sẽ phần nào giúp các bạn giải đáp những câu hỏi đó”.

Ưu điểm của cách dẫn nhập này là nó không những thu hút được sự chú ý của người nghe mà còn kích thích họ suy nghĩ theo một hướng nhất định, tạo thuận lợi cho việc tiếp thu nội dung của bài nói chuyện.

+ Dẫn nhập theo lối kể chuyện: Người nói chuyện từ từ dẫn đưa người nghe đến với chủ đề của bài nói chuyện bằng cách nhắc lại một sự kiện trong quá khứ có liên quan đến chủ đề. Ví dụ, nói về sự phát triển của công nghệ thông tin trong thời đại ngày nay, một diễn giả mở đầu bài nói chuyện như sau: “Thưa các bạn! Vào những năm 40 của thế kỷ trước, chiếc máy tính đầu tiên xuất hiện ở Mỹ. Nó nặng 30 tấn, có 18.000 dây chân không hình ống và 70.000 điện trở. Năm 1966, người ta phải dùng một ngôi nhà lớn và tốn kém 15 triệu USD để lắp một máy tính. Còn ngày nay, bạn chỉ cần bỏ ra 10 USD là đã có một chip vi xử lý nhỏ xíu nhưng năng lực tính toán không hề kém những cỗ máy tính đồ sộ trước đó...”

Cách dẫn nhập này tuy có hơi rườm rà tí chút, nhưng hấp dẫn lôi cuốn, không đột ngột mà từ từ đưa người nghe vào câu chuyện một cách tự nhiên.

+ Dẫn nhập tương phản: Người nói chuyện bắt đầu bằng việc nhấn mạnh một mâu thuẫn nào đó để gây sự chú ý.

Ví dụ: “Thưa các bạn!

Chưa bao giờ đất nước ta đứng trước cơ hội phát triển to lớn như hiện nay, nhưng cũng chưa bao giờ đất nước ta đứng trước nguy cơ tụt hậu so với các nước trên thế giới như hiện nay...”

Lối dẫn nhập này thường được sử dụng trong những tình huống có nhiều thử thách và người nói chuyện muốn kêu gọi người nghe huy động sức mạnh của mình, đoàn kết, nhất trí để vượt qua thử thách.

+ Dẫn nhập bằng cách trích dẫn lời nói của danh nhân.

Một câu trích dẫn thích hợp có thể là một cách mở đầu thú vị. Ví dụ: Để mở đầu bài nói về vấn đề giáo dục trong gia đình cho các ông bố, bà mẹ, bạn có thể nói: “Thưa các quý vị! Phu nhân của tổng thống Mỹ Abraham Lincoln từng nói: “Nuôi dạy một đứa con trai là nuôi dạy một người lính. Nuôi dạy một đứa con gái là nuôi dạy một gia đình”. Lời nói đó rất đáng được các quý vị suy ngẫm trong việc giáo dục con cái mình...”

Ngoài những cách mở đầu nêu trên còn có thể có cách mở đầu khác. Tùy theo tình huống, đặc điểm của người nghe và sở thích của bạn mà chọn một cách mở đầu cho phù hợp. Tuy nhiên, dù mở đầu theo cách nào, bạn cũng cần lưu ý một số điểm sau:

- + Mở đầu quá dài dễ làm giảm hứng thú của người nghe;
- + Tránh mở đầu không ăn nhập với chủ đề của bài nói chuyện;
- + Tránh cách mở đầu thiếu tự tin, bằng những lời biện hộ hoặc bằng lời xin lỗi.

- Chuẩn bị phân khai triển

Trong phân khai triển, bạn phải đưa ra được các ý chính, phân tích chứng minh để làm rõ vấn đề mà bạn muốn trình bày, qua đó thể hiện được ý tưởng của bạn. Khi chuẩn bị phần này, bạn cần lưu ý một số vấn đề sau đây:

+ Các ý phải được sắp xếp theo một trình tự hợp lý, đảm bảo tính logic của bài nói chuyện, nghĩa là các ý phải liên quan chặt chẽ với nhau, ý trước là tiền đề của ý sau, không trùng lặp. Trong trường hợp ngược lại, bài nói chuyện của bạn sẽ rời rạc, loanh quanh, luẩn quẩn, có khi sau một hồi dài diễn thuyết, bạn lại quay lại ý xuất phát. Nghe những bài nói chuyện như vậy, người nghe rất dễ bực mình. Ngoài ra, bạn cũng cần chú ý khi chuyển từ ý này sang ý khác phải có những từ hoặc cụm từ liên kết thích hợp để đảm bảo tính mạch lạc của bài nói chuyện và làm người nghe không cảm thấy đột ngột.

+ Để bài nói chuyện có sức thuyết phục, bạn không nên nói chung chung theo kiểu “hô khẩu hiệu”, mà phải đưa ra được những ví dụ, những số liệu cụ

thể minh họa cho mỗi ý, mỗi luận điểm của mình. Chẳng hạn, khi nói rằng các công ty trong nước ngày càng quan tâm nhiều hơn đến quảng cáo, bạn có thể đưa ra những số liệu như: năm 1992 các công ty trong nước mới chỉ chi khoảng 100 tỷ đồng cho quảng cáo, năm 1998 chỉ 500 tỷ, còn năm 2001 con số đó là 1000 tỷ. Tuy nhiên, bạn cũng không nên đưa ra quá nhiều ví dụ vì dễ làm bài nói chuyện trở nên tản mạn, với mỗi ý bạn chỉ nên đưa ra một ví dụ điển hình nhất để minh họa.

+ Tuỳ theo tính chất của buổi nói chuyện, bạn có thể chuẩn bị thêm những câu chuyện vui, khôi hài để làm cho không khí của buổi nói chuyện đỡ căng thẳng và duy trì sự chú ý của người nghe. Tuy nhiên, sự khôi hài cũng phải có giới hạn. Một buổi nói chuyện với quá nhiều tiếng cười thì nhiều khi, sau khi kết thúc, trong người nghe chỉ đọng lại những tiếng cười, những câu nói dí dỏm của bạn mà thôi.

- Chuẩn bị phân kết

Theo quy luật của sự chú ý thì ở những giây phút cuối cùng của buổi nói chuyện, người nghe lại một lần nữa dồn mọi sự chú ý vào bạn, kể cả những người này giờ không nghe gì cả. Bạn cần biết lợi dụng sự chú ý này để chốt lại trong người nghe những điểm then chốt của bài nói chuyện và tuỳ theo tính chất, mục đích của buổi nói chuyện mà bạn đưa ra lời chúc mừng, lời kêu gọi hoặc đề ra nhiệm vụ cho tương lai... Và tất nhiên, bạn đừng quên cảm ơn người nghe vì đã chú ý nghe bạn.

2.2. Tiến hành thuyết trình

Khi tiến hành nói chuyện, bạn cần chú ý các điểm sau:

- Như trước đây chúng ta đã nói, những giây phút đầu tiên tiếp xúc là những giây phút then chốt trong đó ấn tượng về bạn trong người nghe được hình thành. Để có thể tạo được ấn tượng tốt, bạn cần:

+ Ăn mặc nghiêm túc, lịch sự và phù hợp với tính chất của buổi diễn thuyết;

+ Khi đi lên bục để nói chuyện, dáng đi của bạn phải thể hiện được bạn là con người đường hoàng, tự tin; bạn không cần phải vội vàng nhưng cũng đừng chậm chạp, ung dung, thông thả quá. Nếu bạn từ ngoài bước vào thì bạn cần tiếp xúc bằng mắt với người nghe, mỉm cười với họ. Nếu người nghe nhiệt liệt vỗ tay chào đón bạn thì bạn nên dừng lại trong giây lát, mỉm cười chào họ rồi sau đó mới bước lên bục;

+ Đứng trên bục, bạn cần đứng thẳng người với tư thế tự nhiên, không bỏ tay vào túi quần, mắt nhìn thẳng xuống người nghe, ánh mắt nhẹ nhàng, tôn

trọng và quan tâm;

+ Trước khi bắt đầu nói chuyện, bạn cần tự giới thiệu về mình. Thường thì người chủ toạ sẽ giới thiệu bạn. Trong trường hợp này, bạn có thể bổ sung thêm một đôi điều. Tùy theo buổi nói chuyện mà bạn giới thiệu chức danh, cương vị của mình. Nói chung, phần giới thiệu nên ngắn gọn, không nên rườm rà, dài dòng.

+ Nói to và rõ ràng, đủ cho người ngồi xa bạn nhất cũng có thể nghe thấy;

+ Cân thay đổi tốc độ, nhịp độ nói: Khi lên khi xuống, khi trầm, khi bổng, khi nhanh khi chậm, khi lướt qua khi nhấn mạnh tùy theo nội dung mà bạn trình bày;

+ Trong quá trình trình bày thường xuyên đưa mắt nhìn xuống người nghe, bao quát tất cả những người có mặt trong phòng, đừng để ai đó có cảm giác bị bạn “bỏ rơi”;

+ Ngoài ánh mắt, bạn cần chú ý sử dụng cả những phương tiện phi ngôn ngữ khác như nét mặt, cử chỉ, động tác. Tuy nhiên, cần sử dụng chúng một cách tự nhiên và hợp lý;

+ Bạn có thể đi lại trong khi nói chuyện, song không nên rời khỏi tầm nhìn của một nhóm người nghe nào đó quá lâu. Chẳng hạn, trong khi giảng bài có những giáo viên đi xuống cuối lớp và dừng lại ở đó trong một khoảng thời gian. Trong trường hợp này, những học sinh ngồi ở những dãy bàn đầu dễ phân tán chú ý và sẽ khó tiếp thu bài giảng hơn.

2.3. Kết thúc thuyết trình

Bạn cần biết kết thúc bài nói chuyện đúng lúc. Khi bạn đã dùng tới cụm từ “cuối cùng là...” thì có nghĩa chỉ còn vài phút nữa thôi. Nếu sau đó bạn lại nói “một điểm nữa...” thì người nghe sẽ rất bị ức chế. Sau khi tóm tắt những ý then chốt của bài nói chuyện và tùy theo tính chất của bài nói chuyện mà đưa ra lời kêu gọi, lời chúc mừng,... bạn nhớ đừng quên cảm ơn thính giả đã chú ý nghe bạn.

Trong trường hợp cần thiết, bạn nên dành một ít thời gian để giải đáp những ý kiến, những câu hỏi của người nghe.

V. KỸ NĂNG ĐỌC VÀ TÓM TẮT VĂN BẢN

Đọc và tóm tắt văn bản là những phương thức thu thập thông tin quan trọng ở con người. Đặc biệt trong thời đại hiện nay, theo các nhà khoa học về thông tin, cứ sau 5 - 8 năm, lượng tri thức của nhân loại lại tăng lên gấp đôi, thì vấn đề làm sao để nắm nhanh nội dung cơ bản của các văn bản cần thiết và phổ

biến đến những người liên quan trở thành đòi hỏi cấp thiết của các công ty, tổ chức. Ở văn phòng, đọc và tóm tắt văn bản cũng là công việc thường xuyên của một người thư ký, một nhân viên văn phòng.

1. Kỹ năng đọc

Đọc là hoạt động nhận thức có từ lâu đời, nó xuất hiện từ nhiều thế kỷ trước công nguyên. Bình thường trong cuộc đời của mỗi con người, từ 5-7 tuổi trở đi, con người đã bắt đầu học đọc và biết đọc. Và từ đó, đọc trở thành hình thức thu thập thông tin quan trọng nhất ở nhiều người.

Đọc là một kỹ năng. Để đọc có hiệu quả, chúng ta cần được dạy cách đọc và không ngừng rèn luyện để nâng kỹ năng thành kỹ xảo. Chính vì vậy mà xung quanh ta hầu như ai cũng biết đọc, nhưng hiệu quả thì không như nhau: có người đọc nhanh nhưng cũng có người đọc chậm, có người đọc xong một văn bản là có thể trình bày lại nội dung của nó nhưng cũng có người đọc xong chẳng nhớ gì, hiểu gì. Để đọc có hiệu quả, bạn cần chú ý một số khía cạnh sau đây của kỹ năng đọc:

1.1. Sự lĩnh hội khi đọc

Khi đọc một văn bản, bạn phải nắm bắt được những thông tin chứa đựng trong đó. Trở ngại lớn nhất cho sự lĩnh hội là khi đọc, bạn không được tiếp xúc trực tiếp với người viết. Vì vậy, điều cốt yếu khi đọc là bạn phải thực hiện một cuộc đối thoại trong tưởng tượng với người viết, tức là bạn phải tập trung tư tưởng cao độ, đặt câu hỏi, phân tích và tự tìm lời giải đáp cho những câu hỏi đó. Đó là đọc tích cực. Ngược với đọc tích cực là đọc thụ động, tức là đọc mà không suy nghĩ, đọc chỉ để đọc, đọc một cách máy móc, chẳng hạn như: “Rắn là một loại bò... sắt không chân”.

Có hai thủ thuật để đọc tích cực:

+ Thủ thuật thứ nhất - đặt câu hỏi: Bạn tự đặt ra những câu hỏi trước khi đọc, trong quá trình đọc và sau khi đọc. Chẳng hạn như: đọc văn bản này nhằm mục đích gì, vấn đề này là gì, bài viết có giá trị gì, có thể áp dụng những điều đọc được vào cuộc sống và công việc của bạn không?

Các câu hỏi bạn đặt ra không những nhằm phân tích, giải thích những thông tin chứa đựng trong văn bản mà còn giúp bạn ghi nhớ chúng.

+ Thủ thuật thứ hai - dùng kỹ thuật ghi nhớ. Có ba thủ thuật ghi nhớ chủ yếu khi đọc:

1, Xác định bố cục của văn bản: Ý chính, ý phụ, kết luận (bạn có thể thực hiện các thao tác này ở trong đầu óc mình hoặc với sự trợ giúp của giấy đồ);

2, Dùng các ký hiệu khác nhau như vòng tròn, đường gạch hoặc dấu sao để phân biệt các ý quan trọng khác nhau;

3, Tóm lược văn bản (xem kỹ năng tóm tắt văn bản).

1.2. Tốc độ đọc

Các kết quả nghiên cứu cho thấy, tốc độ đọc trung bình vào khoảng 250 từ/1phút.

Theo tốc độ đọc, các nhà nghiên cứu phân ra ba loại đọc: đọc kỹ, đọc bình thường và đọc lướt. Có người quen đọc lướt, bất kỳ văn bản nào họ cũng đọc lướt rất nhanh. Ngược lại, cũng có người theo thói quen của mình luôn đọc chậm, đọc kỹ, cho dù văn bản đó có cần thiết cho họ hay không. Đọc như vậy sẽ ít hiệu quả.

Theo các nhà nghiên cứu, bí quyết để đọc hiệu quả là chọn tốc độ đọc phù hợp với tài liệu. Không nên đọc nhanh bất cứ tài liệu nào và cũng đừng bận tâm đọc kỹ mọi thứ. Với tài liệu này bạn cần đọc kỹ, nhưng với tài liệu khác chỉ cần lướt qua.

Để quyết định có nên đọc một tài liệu nào đó hay không, hoặc đọc phần nào, với tốc độ nào, bạn có thể sử dụng phương pháp khảo sát, phân tích và đọc với tốc độ thích hợp - SARAS (survey, analysis and read at appropriate speed). Khi khảo sát, bạn chỉ cần đọc phần đầu, phần cuối và lướt qua bố cục. Điều này giúp bạn nắm nhanh cấu trúc tổng quát và những điểm chính của văn bản. Từ đó mà quyết định văn bản có đáng đọc hay không và đọc với tốc độ nào.

1.3. Phương pháp đọc nhanh

Bạn đọc nhanh hay chậm? Nếu có đọc chậm thì bạn cũng đừng lấy làm buồn, bởi vì bạn có cơ hội để sửa chữa và trở thành người đọc nhanh, chỉ sợ bạn không có đức tính chịu khó và lòng kiên trì mà thôi. Theo các nhà nghiên cứu, điểm khác nhau giữa người đọc nhanh và người đọc chậm không phải ở chỗ mắt người đọc nhanh chuyển động nhanh hơn, mà là ở chỗ, cùng một lúc, mắt người đọc nhanh nhìn thấy một số chữ chứ không phải là một chữ như người đọc chậm. Từ đây, các nhà nghiên cứu đưa ra phương pháp tập đọc nhanh như sau:

+ Đọc không phát thành âm (đọc câm);

Có người có thói quen vừa đọc vừa lẩm nhẩm. Thói quen này cản trở việc đọc nhanh. Nếu bạn có thói quen này thì trước hết phải bỏ. Đọc bằng mắt chứ không phải đọc bằng miệng.

+ Mắt nhìn vào giữa trang văn bản và di chuyển từ trên xuống theo phương thẳng đứng;

Nghĩa là bạn phải cố gắng nhìn thấy tất cả các chữ trong một dòng. Đây là một việc khó bởi vì nó trái với thói quen của bạn. Thường thì từ nhỏ, chúng ta được dạy cách đọc theo dòng, từng chữ một từ trái sang phải. Khó nhưng không phải là không thể. Lúc mới tập, bạn nên chọn những bài viết được chia thành các cột nhỏ, sau đó, khi đã quen thì bạn chuyển sang tập đọc với những trang viết bình thường. Bạn hãy kiên trì, hãy nhớ câu danh ngôn của Napôleon: "Trong từ điển của tôi không có từ không thể".

+ Chỉ đọc một lần cho dù câu đó phức tạp, không đọc lùi lại;

Chỉ sau khi đọc xong văn bản và suy nghĩ những điều đã đọc mới được phép đọc lại, nếu cần thiết.

+ Cố gắng hiểu những điều đọc được ngay trong lúc đọc, vì như vậy bạn mới có thể ghi nhớ tốt;

+ Luyện đọc thường xuyên để hoàn thiện kỹ năng đọc nhanh.

Tóm lại, đọc là một kỹ năng quan trọng trong giao tiếp gián tiếp. Nó giúp chúng ta thu thập được nhiều thông tin có chiều sâu trong nhiều lĩnh vực khác nhau của đời sống. Một người có kiến thức uyên bác thì phải là người đọc nhiều. Là một người thư ký, một nhân viên văn phòng trong tương lai, bạn cần phải đọc nhiều, phải nắm được phương pháp đọc có hiệu quả, đặc biệt là trong thời đại bùng nổ thông tin như hiện nay.

2. Kỹ năng tóm tắt văn bản

2.1. Tóm tắt văn bản là gì?

Trong hoạt động của mình, người thư ký không những phải đọc, nghiên cứu nhiều tài liệu, nhiều văn bản khác nhau, mà nhiều khi còn phải tóm tắt chúng. Việc tóm tắt này không chỉ để ghi nhớ mà còn giúp người lãnh đạo; những bộ phận có liên quan trong tổ chức nắm được những thông tin cần thiết mà không mất nhiều thời gian.

Tóm tắt văn bản là trình bày lại nội dung của văn bản, có loại bỏ những thông tin không cần thiết theo mục đích đã định.

Như vậy, văn bản tóm tắt bao giờ cũng ngắn hơn văn bản gốc. Trong tóm tắt văn bản, việc lựa chọn thông tin nào để đưa vào văn bản tóm tắt phụ thuộc vào mục đích và yêu cầu của người tóm tắt. Ví dụ: giám đốc đưa cho bạn một tập tài liệu và yêu cầu bạn đọc và tóm lược lại những vấn đề có liên quan

đến lĩnh vực kinh doanh của công ty. Trong trường hợp này chỉ những thông tin liên quan đến lĩnh vực hoạt động của công ty bạn mới có thể được bạn lựa chọn.

2.2. Những yêu cầu cơ bản trong tóm tắt văn bản

Khi tóm tắt văn bản, bạn cần tuân thủ những yêu cầu cơ bản sau:

- Cần loại bỏ tất cả những thông tin không cần thiết đối với mục đích tóm tắt;
- Diễn đạt ngắn gọn, súc tích;
- Phản ánh trung thực nội dung của văn bản gốc.

- Diễn đạt nội dung của văn bản gốc theo theo cách của mình, hạn chế đến mức thấp nhất việc sử dụng nguyên xi các câu, các đoạn của văn bản gốc.

Nói chung, văn bản tóm tắt dài bao nhiêu là phụ thuộc vào văn bản gốc và vào mục đích tóm tắt của bạn. Cũng có những trường hợp cả một văn bản dài được tóm tắt chỉ bằng một câu. Ví dụ, khi giới thiệu bộ sử thi Ramayana của Ấn Độ thời cổ đại, tác giả Cao Huy Đình viết: “Ramayana chủ yếu mô tả cuộc tình duyên trắc trở và mối tình chung thủy của hoàng tử Rama và nàng Xita”.

2.3. Các bước tiến hành tóm tắt văn bản

Bạn có thể thực hiện việc tóm tắt một văn bản theo ba bước sau đây:

- *Bước thứ nhất: Xác định số đoạn văn có trong văn bản gốc và chủ đề của mỗi đoạn;*

Thông thường khi kết thúc một đoạn văn, các tác giả sử dụng dấu chấm và xuống dòng, vì vậy bạn có thể dễ dàng xác định số đoạn văn có trong văn bản. Mỗi đoạn văn cũng thường có một câu chứa đựng ý chính của đoạn đó (gọi là câu chủ đề). Nó thường đứng ở đầu, cuối hoặc gần cuối đoạn văn. Bạn cần tìm được câu này để xác định đúng chủ đề của đoạn văn đó.

- *Bằng một hoặc một vài câu thích hợp tóm lược ý của mỗi đoạn;*
- *Dùng các từ ngữ thích hợp liên kết các câu lại với nhau để có văn bản tóm tắt.*

Có thể minh họa các bước nêu trên qua việc tóm tắt bài viết sau:

Đối với con người, sau ăn thì đến mặc là cái quan trọng. Nó giúp cho con người đối phó với môi trường, với cái nóng, cái rét của thời tiết, khí hậu. Nhân dân ta nói một cách đơn giản: “Được bụng no còn lo ấm cật” (tục ngữ). Vì vậy, cũng như trong chuyện ăn, quan niệm về mặc của người Việt Nam trước hết là một quan niệm rất thiết thực: “Ăn lấy chắc, mặc lấy bền” (tục ngữ), và “Cơm ba bát, áo ba manh, đôi không xanh, rét không chết” (tục ngữ).

Từ mục đích ban đầu là đối phó với môi trường, mặc dần dần trở thành một nhu cầu không thể thiếu được trong mục đích trang điểm, làm đẹp cho con người: “Người đẹp vì lụa, lúa tốt vì phân, chân tốt vì hài, tai tốt vì hoa” (tục ngữ). Mặc giúp cho con người khắc phục những nhược điểm về cơ thể và tuổi tác: “Cau già khéo bổ thì non, Nạ dòng trang điểm lại còn hơn xưa (ca dao). Thậm chí còn hơn thế nữa:

“Gà già khéo ướp lại tơ,
Nạ dòng trang điểm, gái tơ mất chồng!”

Không chỉ đối phó với môi trường và làm đẹp, mặc còn mang một ý nghĩa xã hội rất to lớn: “Quen sợ dạ, lạ sợ áo” (tục ngữ). Nó cho thấy địa vị xã hội, nghề nghiệp, quê quán của chủ nhân. Người ta hơn kém nhau nhiều khi vì nó: “Hơn nhau cái áo manh quân, Thả ra ai cũng bóc trần như ai” (ca dao); và người ta khổ sở nhiều khi cũng vì nó: “Cha đời cái áo rách này, Mất chúng mất bạn vì may áo ơi!” (ca dao).

Mỗi dân tộc có cách ăn mặc và trang sức riêng, vì vậy, cái mặc đã trở thành biểu tượng của văn hoá dân tộc. Cách ăn mặc, trang sức truyền thống của người Việt Nam không thể nào trộn lẫn với cách ăn mặc của người Trung Quốc, Ấn Độ, Nhật Bản, Triều Tiên, Thái Lan, v.v. Mọi âm mưu đồng hoá sau khi xâm lăng đều bắt đầu từ việc đồng hoá cách ăn mặc. Các triều đại phong kiến Trung Quốc đã từng xâm lược Việt Nam – từ nhà Hán cho đến Đường, Tống, Minh, Thanh – luôn kiên trì tìm đủ mọi cách buộc người Việt Nam ăn mặc theo kiểu phương Bắc, song họ luôn thất bại.

(Trần Ngọc Thêm, *Tìm về bản sắc văn hoá Việt nam*)

Có thể dễ dàng nhận thấy rằng, bài viết trên có 4 đoạn văn tương ứng với 4 chủ đề bộ phận sau:

- Mặc nhằm ứng phó với môi trường;
- Mặc nhằm làm đẹp;
- Mặc có ý nghĩa xã hội;
- Mặc là biểu tượng văn hoá của dân tộc.

Chúng ta có thể tóm lược nội dung của mỗi đoạn như sau;

- Quan niệm mặc của người Việt Nam rất thiết thực: mặc trước hết phải ấm và bền;
- Mặc còn có mục đích trang điểm, làm đẹp.
- Mặc có ý nghĩa xã hội to lớn.

- Cách ăn mặc truyền thống của người Việt Nam có nét riêng, không thể bị đồng hoá.

Từ đây chúng ta có thể tóm tắt toàn bộ bài viết trên như sau:

Với người Việt Nam, mặc trước hết là nhằm bảo vệ con người trước những tác động bất lợi của môi trường tự nhiên, vì vậy, mặc phải ấm và bền, sau đó mới đến đẹp. Mặc còn phản ánh địa vị xã hội; nghề nghiệp, gốc gác của con người. Cũng như bao dân tộc khác, người Việt Nam có cách ăn mặc truyền thống riêng của mình, nó là niềm tự hào dân tộc. Trong lịch sử, không ít thế lực xâm lược đã tìm đủ mọi cách buộc người Việt Nam từ bỏ cách ăn mặc truyền thống của mình, nhưng chúng đã không thể.

VI. KỸ NĂNG VIẾT (kỹ năng tạo lập một văn bản)

Viết là một trong những kỹ năng giao tiếp cơ bản nhất. Trong hoạt động của người thư ký, việc soạn thảo các văn bản như báo cáo, biên bản, tờ trình; các loại thư từ như thư đặt hàng, thư trả lời các khiếu nại, thư chúc mừng và nhiều loại văn bản khác là một công việc thường xuyên. Do đó, rèn luyện kỹ năng viết là một trong những bí quyết thành công của người thư ký.

Viết một bài viết theo một chủ đề nào đó là một việc không đơn giản. Nó là cả một quá trình. Có thể chia quá trình này thành hai giai đoạn: giai đoạn chuẩn bị và giai đoạn viết.

1. Giai đoạn chuẩn bị viết

Làm thế nào để diễn đạt các ý tưởng trong một văn bản là giai đoạn cuối cùng. Để có thể tạo lập một văn bản như ý, bạn cần quan tâm thích đáng đến quá trình chuẩn bị. Nội dung của giai đoạn chuẩn bị bao gồm:

1.1. Xác định chủ đề chung của văn bản

Xác định chủ đề chung của văn bản tức là bạn phải cân nhắc xem bạn sẽ viết về cái gì. Điều này rất quan trọng đối với tính thống nhất của văn bản, bởi vì tất cả các ý được trình bày trong văn bản phải phục vụ cho chủ đề chung. Nói cách khác, chủ đề chung phải được thể hiện xuyên suốt toàn bộ văn bản.

Chủ đề chung của văn bản có thể có sẵn, chẳng hạn giám đốc giao cho bạn nhiệm vụ viết báo cáo về tình hình hoạt động kinh doanh của công ty trong sáu tháng đầu năm, nhưng cũng có khi nó xuất hiện dần dần trong quá trình hoạt động của bạn, ví dụ như chủ đề một bài báo...Sau khi xác định vấn đề cần viết, công việc tiếp theo của bạn là thu thập, nghiên cứu những tài liệu cần thiết.

1.2. Nghiên cứu các tài liệu cần thiết

Bạn phải nghiên cứu các tài liệu cần thiết để thu thập thông tin, số liệu. Một văn bản tốt là văn bản chứa đựng nhiều thông tin, số liệu, nhiều ví dụ cụ thể để minh họa cho các ý của bạn. Hơn nữa, các ví dụ này càng có tính tiêu biểu thì càng tốt.

1.3. Lập dàn ý cho văn bản

Lập dàn ý cho văn bản là một công việc quan trọng. Về phương diện này người ta thường ví nó như việc lập bản thiết kế cho một công trình. Các ý tưởng của bạn có được trình bày đầy đủ cân đối, chặt chẽ, mạch lạc hay không, điều này phụ thuộc nhiều vào việc lập dàn ý của bạn.

Lập dàn ý bao gồm các bước sau:

- *Xác định các ý lớn;*

Ví dụ, chủ đề chung là nạn kẹt xe ở Hà Nội thì các ý lớn có thể là:

+ Thực trạng kẹt xe ở Hà Nội;

+ Nguyên nhân gây kẹt xe;

+ Các giải pháp khắc phục.

- *Xác định các ý nhỏ trong mỗi ý lớn;*

Các ý nhỏ có nhiệm vụ cụ thể hoá, triển khai ý lớn. Ví dụ, ý “Thực trạng kẹt xe ở Hà Nội” nêu trên có thể được triển khai bởi các ý nhỏ sau:

+ Kẹt xe vào giờ cao điểm;

+ Kẹt xe ở các nút giao thông trọng điểm;

+ Kẹt xe trước cổng các trường học.

- *Sắp xếp các ý*

Nguyên tắc chung của việc sắp xếp ý là làm sao để người đọc dễ tiếp thu nhất và việc trình bày được tiết kiệm nhất, không trùng lặp ý. Ngoài ra bạn còn cần lưu ý hai nguyên tắc sau đây:

+ Thứ nhất là nguyên tắc thiết thực: Không sa đà vào các ý quá vụn vặt hoặc có mối liên hệ quá xa với chủ đề chung;

+ Thứ hai là nguyên tắc ngang bằng, tức là các ý cùng cấp độ (lớn, nhỏ) phải có mối quan hệ ngang bằng.

Ví dụ, một sinh viên lập dàn ý cho bài viết về chủ đề “*Sinh viên với việc học ngoại ngữ*” như sau:

a. Tầm quan trọng của việc học ngoại ngữ đối với sinh viên:

- + Học ngoại ngữ giúp tìm việc làm;
- + Học ngoại ngữ giúp tìm việc làm tốt;
- + Học ngoại ngữ góp phần nâng cao văn hoá;

b. Thực trạng học ngoại ngữ của sinh viên:

- + Thực trạng học môn ngoại ngữ của sinh viên ở các trường đại học;
- + Thực trạng học ngoại ngữ của sinh viên ở các trung tâm ngoại ngữ buổi tối.
- + Một số kiến nghị nhằm nâng cao chất lượng học ngoại ngữ của sinh viên.

Có thể thấy ngay một số lỗi của dàn ý trên như sau:

- Thứ nhất, ở ý “*Tầm quan trọng của việc học ngoại ngữ đối với sinh viên*”, hai ý *Học ngoại ngữ giúp tìm việc làm* và *Học ngoại ngữ giúp tìm việc làm tốt* trùng lặp, ý sau đã nằm trong ý trước;

- Thứ hai, ở ý *Thực trạng học ngoại ngữ của sinh viên*, ý *Một số kiến nghị nhằm nâng cao chất lượng học ngoại ngữ của sinh viên* không cùng cấp với các ý còn lại, mà phải ở cấp cao hơn.

Do vậy, dàn ý trên nên sửa lại như sau:

a. Tầm quan trọng của việc học ngoại ngữ đối với sinh viên:

- + Học ngoại ngữ giúp tìm việc làm;
- + Học ngoại ngữ góp phần nâng cao văn hoá;

b. Thực trạng học ngoại ngữ của sinh viên:

- + Thực trạng học môn ngoại ngữ của sinh viên ở các trường đại học;
- + Thực trạng học ngoại ngữ của sinh viên ở các trung tâm ngoại ngữ buổi tối.

c. Một số kiến nghị nhằm nâng cao chất lượng học ngoại ngữ của sinh viên.

2. Giai đoạn viết

Mỗi văn bản thường có ba phần: mở đầu, khai triển và kết luận. Như vậy, khi soạn thảo một văn bản, chúng ta phải viết ba phần này.

2.1. Viết phần mở đầu

Nhiều khi chúng ta loay hoay mãi, nghĩ đủ cách này cách khác mà vẫn không có được phần mở đầu như ý. Người xưa thường nói: “Vạn sự khởi đầu nan” cũng là vì vậy. Thực ra, vấn đề sẽ trở nên đơn giản hơn nếu chúng ta hiểu rõ nhiệm vụ của phần mở đầu.

Về cơ bản, phần mở đầu có hai nhiệm vụ:

+ Giới thiệu chủ đề chung

Nghĩa là đọc phần này, người đọc phải biết bạn viết về vấn đề gì, trong phạm vi nào. Ở đây, nếu có, bạn nên cung cấp một số thông tin làm nền, làm bối cảnh cho chủ đề chung.

+ Thu hút sự chú ý của người đọc

Để thu hút sự chú ý của người đọc, phần mở đầu nên viết ngắn gọn, rõ ràng, ngôn ngữ chọn lọc. Ngoài ra, những thông tin, số liệu cụ thể làm nền cũng làm tăng tính hấp dẫn của phần mở đầu.

Ví dụ, một tác giả khi viết về tác dụng của giấc ngủ trưa đã mở đầu bài viết của mình như sau: “*Từ lâu, người ta đã nghiên cứu về tác dụng của giấc ngủ trưa đối với sức khoẻ con người. Một điều tra mới đây cho thấy, phần lớn người dân châu Âu làm việc vào buổi trưa và phải cố gắng chống lại cơn buồn ngủ ập đến*”. (Huỳnh Công Hùng, *Thế giới mới*, số 68/1993).

2.2. Viết phần khai triển

Trong phần khai triển, bạn lần lượt đưa ra và phát triển các ý theo dàn ý đã lập. Phần khai triển có thể gồm một hay nhiều đoạn văn dài ngắn khác nhau. Vì vậy, để viết phần khai triển, bạn phải nắm được kỹ năng viết một đoạn văn.

Đoạn văn thường gồm một số câu gắn kết với nhau trên cơ sở một ý nhất định và cùng phát triển ý đó theo định hướng của bạn.

Chẳng hạn, chúng ta hãy cùng xem đoạn văn dưới đây:

*Trong những năm gần đây, giá trị và định hướng giá trị trở thành vấn đề cấp bách, thu hút sự quan tâm lớn của xã hội và nhiều nhà khoa học. Trên sách báo và các phương tiện thông tin đại chúng khác, tại các cuộc hội thảo khoa học, người ta thường nói nhiều về giáo dục giá trị, giá trị truyền thống, khủng hoảng giá trị, định hướng giá trị của thế hệ trẻ v.v... Không ít công trình khoa học trong lĩnh vực này được tiến hành. Giá trị và định hướng giá trị được nghiên cứu, bàn luận ở hầu hết các nước trên thế giới, kể cả các nước phát triển, các nước đang phát triển và các nước chậm phát triển, như: Mỹ, Pháp, Hungari, Nhật, nhiều nước thuộc Liên Xô cũ, Singapor v.v. (Chu Văn Đức, *Luận văn thạc sĩ tâm lí học*, Hà Nội, 2002).*

Đoạn văn trên gồm bốn câu và cùng phát triển ý “ giá trị và định hướng giá trị là vấn đề có tính thời sự, được nhiều nhà khoa học quan tâm nghiên cứu”.

Tuy nhiên, bạn cũng cần lưu ý rằng, có đoạn văn chỉ gồm một câu.

Nhìn chung, đoạn văn thường được định vị trong một khổ viết, tức là nằm giữa hai dấu chấm xuống dòng. Các câu trong mỗi đoạn văn được phân thành ba loại:

- *Câu chủ đề*

Câu chủ đề có nhiệm vụ giới thiệu chủ đề sẽ được đề cập trong đoạn văn. Đây là câu quan trọng nhất của đoạn văn, nó chỉ ra một cách vắn tắt vấn đề được bàn tới và nội dung chính của cả đoạn văn. Nó quan trọng đối với cả người viết và người đọc. Với người viết, nó giúp xác định các thông tin cần hay không cần đưa vào đoạn văn; với người đọc, nó giúp họ nắm được nội dung chính của đoạn văn, hướng phát triển của nó.

Câu chủ đề cần mang tính khái quát nhưng không nên quá khái quát, vì như vậy nó không định hướng cho người đọc về vấn đề cụ thể sẽ bàn luận. Còn nếu câu chủ đề quá chi tiết thì sẽ khó phát triển ý.

Câu chủ đề thường đứng ở đầu đoạn văn, nhưng nó cũng có thể đứng ở một vị trí khác, chẳng hạn, đứng ở cuối đoạn văn. Trong ví dụ nêu ở phần trên, câu: "*Trong những năm gần đây, giá trị và định hướng giá trị trở thành vấn đề cấp bách, thu hút sự quan tâm lớn của xã hội và nhiều nhà khoa học.*" là câu chủ đề, câu này đứng ở đầu đoạn văn. Còn trong đoạn văn dưới đây, câu được gạch chân là câu chủ đề, câu này lại đứng cuối đoạn văn.

Những ngôi nhà cao tầng đang được hoàn thiện khẩn trương. Những tấm biển sặc sỡ trên đường phố quảng cáo cho những sản phẩm của các công ty nổi tiếng. Những văn phòng đại diện đứng chen nhau ở các đường phố trung tâm. Những khách du lịch người nước ngoài đứng ngơ ngác ở các ngã tư, ngã ba... Đó là những hình ảnh về một Hà Nội năng động, trẻ trung trong thời đổi mới. (Đào Duy Anh - *Việt Nam văn hoá sử cương*).

- *Câu khai triển*

Các câu khai triển có nhiệm vụ thuyết minh, luận giải cho câu chủ đề, thường là bằng cách nêu nguyên nhân, cho ví dụ, đưa ra các con số thống kê, trích dẫn hoặc liên hệ với thực tế.

Ví dụ, trong đoạn văn trên, trừ câu được gạch chân, những câu còn lại đều là câu khai triển.

- *Câu kết*

Không phải đoạn văn nào cũng có câu kết. Tuy nhiên, nếu có, nó sẽ rất hữu ích cho người đọc, bởi vì nó:

- + Báo hiệu sự kết thúc của đoạn văn;
- + Tóm lược lại ý quan trọng nhất của đoạn văn;

Chúng ta hãy xem đoạn văn sau:

Kín đáo, bí mật không có nghĩa là che giấu sự thật, che giấu ý định của mình, không để cho ai biết, mà kín đáo, bí mật là không để lộ thông tin một cách không cần thiết. Nói cách khác, người kín đáo là người biết cái gì cần nói, cái gì không cần nói, ở đâu, khi nào. Do vị trí của mình, người thư ký là một trong những người nắm được nhiều thông tin nhất. Trong số này nhiều thông tin, nếu để lộ ra ngoài, sẽ gây thiệt hại lớn cho đơn vị. Do đó, người thư ký phải là người kín đáo, biết giữ bí mật. Bạn là một thư ký có năng lực nhưng lại hay nói huyên thuyên về những câu chuyện nghe được thì công việc của bạn ở công ty sẽ là ngắn hạn.

Trong đoạn văn này, câu được gạch chân là câu kết.

2.3. Viết phần kết

Nhiệm vụ của phần kết là báo hiệu cho người đọc biết sự kết thúc của văn bản và gọi lên ở người đọc những suy nghĩ tiếp theo về chủ đề của văn bản. Phần kết thường được viết theo một trong hai cách sau:

- Tóm lược lại những vấn đề chính được trình bày trong văn bản;
- Diễn giải lại chủ đề của văn bản.

Phần kết cần ngắn gọn, súc tích và gây ấn tượng để người đọc khó quên những nội dung chính của văn bản.

Câu hỏi

1. Nêu những lợi ích của việc lắng nghe. Làm thế nào để lắng nghe có hiệu quả?
2. Các loại câu hỏi và ưu điểm, nhược điểm của chúng?
3. Muốn thuyết phục có hiệu quả, bạn cần lưu ý những gì?
4. Thuyết trình là gì? Nêu những điểm cần lưu ý khi chuẩn bị nói chuyện và trong quá trình tiến hành nói chuyện.
5. Nêu phương pháp đọc nhanh.
6. Tóm tắt văn bản là gì? Nêu những yêu cầu cơ bản của việc tóm tắt văn bản.
7. Tại sao phải lập dàn ý cho văn bản? Nêu các bước khi lập dàn ý cho văn bản.
8. Nêu nhiệm vụ của phần mở đầu và cách viết phần mở đầu của văn bản.

9. Nêu các bộ phận cấu thành của đoạn văn và cách viết một đoạn văn.

10. Seneca nói: " Im lặng là một nghệ thuật lớn lao của cuộc đàm thoại". Bạn hãy giải thích câu nói đó!

Bài tập tình huống

1. Bạn hãy lập dàn ý cho các bài viết với những chủ đề dưới đây.

a. Ngoại ngữ trong công tác của người thư ký.

b. Thể thao đối với sức khỏe.

c. Người thư ký với việc tiếp khách.

d. Tin học trong công tác của người thư ký.

2. Thực hành kỹ năng lắng nghe: từng cặp hai bạn một chuẩn bị và tiến hành trò chuyện với nhau về một chủ đề tự chọn hoặc do giáo viên đưa ra để thực hành kỹ năng lắng nghe.

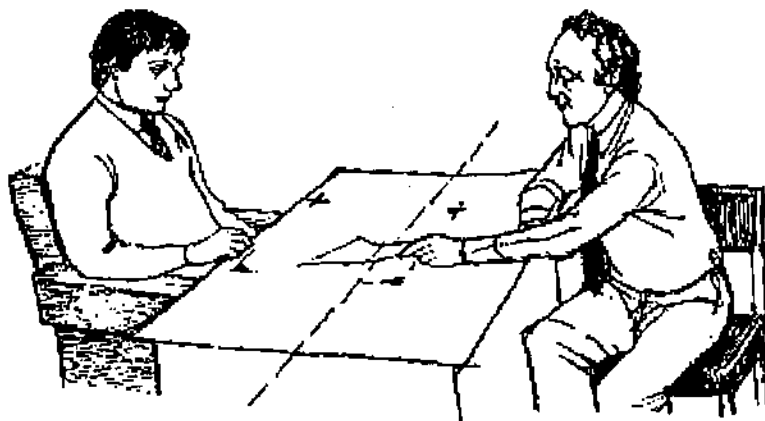
3. Thực hành kỹ năng thuyết phục và kỹ năng diễn thuyết: mỗi bạn chuẩn bị một bài nói chuyện trong khoảng thời gian 5 - 7 phút về một vấn đề tự chọn để trình bày trước lớp nhằm thuyết phục các bạn trong lớp.

4. Thực hành kỹ năng đọc: giáo viên sưu tầm hoặc yêu cầu mỗi học sinh sưu tầm một bài báo khổ hẹp để tập đọc theo phương pháp đọc nhanh.

5. Bạn hãy đặt cho mỗi loại câu hỏi 5 ví dụ.

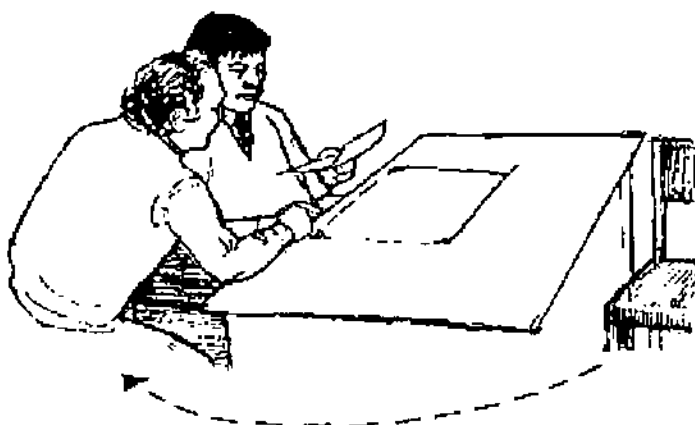
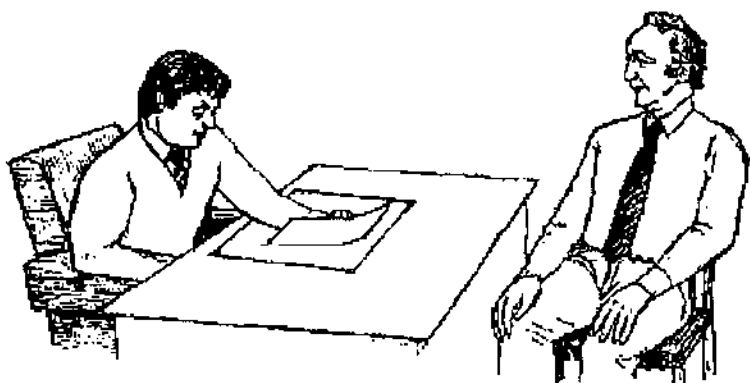
6. Bạn hãy viết một bài viết (khoảng 200 chữ) với chủ đề " Kỹ năng giao tiếp trong công tác thư ký văn phòng".

7. Một nhân viên lên gặp lãnh đạo của mình để trình bày một sáng kiến (hình 23, 24, 25). Bạn hãy quan sát cảnh ở các hình 23; 24, 25 và nhận xét về chúng (sự thay đổi vị trí, khoảng cách và những biểu hiện phi ngôn ngữ khác)!



Hình 23: Đưa tờ trình

Hình 24: Lãnh đạo
xem tờ trình



Hình 25: Thuyết
phục

8. Bạn hãy:

- Đọc bài viết sau đây bằng phương pháp đọc nhanh;
- Xác định chủ đề chung của bài viết;
- Xác định số đoạn văn và chủ đề của mỗi đoạn;
- Tóm tắt bài viết.

Bản vẽ phong cách văn hoá ăn uống truyền thống trong gia đình Việt Nam

Nhân dịp tết Nguyên Đán cổ truyền, chúng tôi muốn nói lại đôi điều về phong cách văn hoá ăn uống của cha ông ta. Nó có nhiều điều hợp lý và đẹp đẽ mà ngày nay chúng ta cần duy trì và phát huy. Bởi vì, chính có phong cách ăn uống văn hoá lịch sự, tế nhị thì sự đoàn tụ cả gia đình tại bữa cơm đặc biệt trong những ngày Tết mới có ý nghĩa. Thức ăn ngon mà không khí gia đình

lại lạnh nhạt, cách đối xử thiếu tế nhị, bất lịch sự giữa các thành viên thì sự có mặt của bất cứ ai tại bữa cơm đó là một sự tra tấn.

Cha ông ta có câu: "Lời chào cao hơn mâm cỗ". Các cụ đánh giá cao lời thăm hỏi thân tình, lịch sự, thể hiện sự quan tâm tình cảm của người thân, bạn bè hơn là bữa ăn thịnh soạn. Phong cách văn hoá ăn uống truyền thống đòi hỏi khi bắt đầu bữa ăn phải

cổ lời chào, nghĩa là lời mời, xin phép rồi mới ăn. Cha mẹ mời ông bà, con cái mời cha mẹ, ông bà trước khi cầm bát cơm và đôi đũa gấp thức ăn. Ông bà, cha mẹ, người lớn cũng trả lời cho phép con cháu ăn.

Ăn cơm xong, đứng lên cũng phải xin phép, bát đũa để gọn gàng, không phải cứ tự ý bỏ đứng lên trong khi mọi người còn đang ăn. Thường thì khi một thành viên ăn ít xin phép đứng lên thì mọi người đều quan tâm hỏi han lý do vì sao ăn ít v. v. . . Đó là thể hiện sự chăm sóc của tập thể đối với mỗi cá nhân.

Các cụ lại có câu: "Ăn trông nồi, ngồi trông hướng". Vị trí ngồi của mỗi thành viên trong gia đình cũng đáng lưu ý. Người già, trẻ em nhỏ thường được quan tâm tới chỗ ngồi thuận lợi, thanh niên, người lớn sẵn sàng nhường chỗ. Cũng có gia đình, người chủ, người gia trưởng, người cha có vị trí ngồi ưu tiên, cố định.

Trên mâm cơm Việt Nam, cả cơm, cả thức ăn đều để chung, không chia từng phần riêng cho từng người như tập quán châu Âu nên ăn uống phải có ý tứ. "Ăn trông nồi", thấy nồi cơm sắp hết, cần dành cho người khác, đừng cố ăn thêm, chủ động từ chối nhẹ nhàng. Trước đây, thường người mẹ, người vợ ngồi cạnh nồi cơm, biết rõ lượng cơm còn lại ít, nhiều ra sao, nên chủ động ăn ít hay "xung phong" ăn cháy. Đặc biệt với trẻ em, cần giáo dục, nhắc nhở các cháu không dành lấy cho mình những món ăn ngon mà phải để phần cho cha mẹ, anh em khác. Với món ăn ngon, cha mẹ thường chủ động gấp mời ông bà và chia cho các con.

Ông cha ta cũng hay nhắc rằng "Ăn có nhai, nói có nghĩ". Ăn uống phải lịch sự, nhẹ nhàng, không khua đũa bát âm ỉ, không nhai nhôm nhảm, phùng mồm, trợn mắt; không húp canh xi xụp. Múc nước canh vào bát và không dùng thìa chung để húp nước canh. Bát nước chấm là của chung cho cả mâm nên phải chấm có ý tứ, không khuấy đũa vào bát nước chấm v.v.

Khi gấp thức ăn, chú ý để thức ăn vào bát, ăn cùng cơm, không đưa thẳng thức ăn vào mồm, đặc biệt là món rau dài lòng nhòng lại ngửa mặt ra cho vào mồm, trông thật xấu.

Bắt đầu ăn cơm không chan canh ngay, vì bát cơm đầy nước, nom không lịch sự, phải ăn với cơm mới chan canh. Người Việt Nam ăn cơm thường không dùng khăn lau miệng, nên ăn chú ý không dấy bẩn chung quanh mồm mép, không để vãi cơm ra bàn v.v. Mọi người ăn uống cần giữ gìn vệ sinh chung cho sạch sẽ.

Vài nét văn hoá ăn uống nói trên mới nghe qua chúng ta tưởng như quá gò bó, hình thức chủ nghĩa, khách sáo. Nhưng khi những điều ấy đã trở thành nếp quen thường ngày, một phong cách sinh hoạt bình thường của mọi người trong bữa cơm chung thì phong cách đó lại tạo nên sự dễ chịu, thoải mái, đảm bảo ăn uống sạch sẽ, trật tự, vui vẻ, đầm ấm và biểu hiện được sự quan tâm của mỗi cá nhân đối với người khác trong sinh hoạt chung của gia đình...

(Lê Thi, Tạp chí Tâm lý học, số 1/2003)

Chương 6

GIAO TIẾP TRỰC TIẾP

Mục tiêu

Tiếp xúc trực tiếp là một trong những loại hình giao tiếp phổ biến nhất trong đời sống và hoạt động của con người nói chung và trong công tác văn phòng nói riêng. Chương "Giao tiếp trực tiếp" giới thiệu những nghi thức, thông lệ cũng như kỹ năng xử lý một số tình huống trong tiếp xúc trực tiếp. Sau khi học xong chương này, bạn có thể:

- Hiểu được ý nghĩa của các nghi thức, thông lệ trong giao tiếp trực tiếp;
- Thực hiện đúng các nghi thức, thông lệ trong tiếp xúc trực tiếp;
- Xử lý có hiệu quả các tình huống giao tiếp như: khen, phê bình, từ chối...

Tóm tắt nội dung

- Trong giao tiếp và ứng xử, đặc biệt là trong các quan hệ xã giao, chào hỏi, bắt tay, giới thiệu, trao danh thiếp không chỉ là những nghi thức mang tính thủ tục mà chúng còn có ý nghĩa nhất định và, không hiếm khi, chúng ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả của cuộc tiếp xúc; còn khen, phê bình, từ chối, kể chuyện... là những kỹ năng thiết yếu cho những ai muốn thống lĩnh nghệ thuật giao tiếp.

- Chào hỏi vừa thể hiện mối quan hệ tốt đẹp giữa chúng ta và người khác, vừa thể hiện thái độ quan tâm và sẵn sàng của chúng ta trong giao tiếp. Trong chào hỏi, chúng ta cần lưu ý:

- + Nam chào nữ trước;
- + Người ít tuổi chào người nhiều tuổi;
- + Nhân viên chào thủ trưởng.

- Bắt tay không những thể hiện tình thân hữu, thái độ thiện chí mà còn có thể giúp thu hẹp khoảng cách trong giao tiếp. Cho nên, trong tiếp xúc trực tiếp, chúng ta nên chia tay ra cho người khác. Trong bắt tay, người nữ, người cao tuổi, người có địa vị cao, chủ nhân là những người chủ động đưa tay ra trước. Ngoài ra, không nên bắt tay quá lỏng hoặc quá chặt, thời gian bắt tay thường bằng thời gian chào hỏi, không nên giữ tay người khác quá lâu và chỉ bắt tay khi gặp mặt và khi chia tay.

- Giới thiệu tạo điều kiện để những người chưa quen biết giao tiếp với nhau. Khi giới thiệu, chúng ta cần chú ý: giới thiệu người nam, người trẻ tuổi, người có địa vị thấp, người đến sau với người nữ, người nhiều tuổi hơn, người có địa vị cao, người đến sau.

- Khen là tỏ ý tán thưởng một lời nói, một việc làm của người khác. Lời khen chính là sự thừa nhận của chúng ta đối với người khác, chính vì vậy mà ai cũng thích được khen. Tuy nhiên, lời khen chỉ có hiệu quả khi lời khen đó là đúng, chân thành.

- Phê bình là tỏ thái độ không đồng tình với một lời nói, việc làm, cách ứng xử của người khác. Không ai thích bị phê bình, vì vậy, khi muốn phê bình một người, chúng ta cần phải cân nhắc kỹ. Phê bình phải đúng, có thiện chí, lời lẽ ôn tồn, nhẹ nhàng. Nên gặp riêng người có sai phạm, đầu tiên đề cao một vài nét tích cực ở họ, sau đó chỉ ra sai phạm và cuối cùng là bày tỏ niềm tin rằng họ sẽ khắc phục, sửa chữa và tiến bộ.

- Trong giao tiếp, khi từ chối ai về vấn đề nào đó, chúng ta cần đưa ra lời giải thích. Không nên nêu nhiều lý do, chỉ cần một lý do xác đáng là đủ. Ngoài ra, tùy thuộc vào tình huống, có thể bày tỏ thái độ lấy làm tiếc, hy vọng vào một dịp khác trong tương lai v.v.

I. CHÀO HỎI, BẮT TAY, GIỚI THIỆU, TRAO DANH THIẾP

1. Chào hỏi

Trong giao tiếp, trước hết phải hiểu rõ tính chất của mối quan hệ giữa những người giao tiếp với nhau, từ đó mới có thể xưng hô đúng, tức là tự xưng mình và gọi người giao tiếp với mình như thế nào. Nói cách khác, ta có được câu chào chuẩn mực và kèm theo là hành vi cư xử đúng đắn. Đối với người Việt Nam, câu chào thường kèm theo là câu hỏi thăm sức khoẻ.

Ví dụ: Cháu chào bác ạ, bác có khoẻ không ạ?

Hiểu được cách xưng hô đúng của dân tộc mình không phải là đơn giản, sử dụng đúng cách xưng hô và câu hỏi thăm khi giao tiếp với người dân tộc khác lại càng phức tạp và tế nhị. Trong giao tiếp, việc xưng hô, chào, hỏi thăm thể hiện tính lễ phép hay không lễ phép, tính đúng mực hay không đúng mực, tính có văn hoá hay thiếu văn hoá...của chúng ta. Trong trường hợp cụ thể nào đó nó còn quyết định sự thành công hay thất bại trong giao tiếp.

Cách xưng hô, chào hỏi cũng thay đổi theo thời gian. Việc xưng hô, chào hỏi và hành vi giao tiếp đúng, phù hợp với tập tục, thói quen, là biểu hiện thái độ tôn trọng, thân mật, gần gũi... Nếu không, có thể gây ra hiểu nhầm, gây ác cảm, thiếu thiện chí trong giao tiếp. Khi giao tiếp lần đầu, đối tượng giao tiếp chưa hiểu về nhau thì xưng hô, chào hỏi được coi như bước đầu để giao tiếp, giữ đúng nguyên tắc “nhập gia tùy tục, đáo giang tùy khúc”.

2. Bắt tay

Trong giao tiếp, bắt tay là một thói quen có từ lâu, thường được sử dụng khi giới thiệu, làm quen, gặp mặt. Gặp bạn bè nên chào trước, sau đó mới bắt tay, hàn huyên thân mật. Khi là quan hệ thăm thiết rồi thì vừa bắt tay vừa chào, hỏi thăm. Thông thường thì bắt tay nhau có nguyên tắc nhất định, chúng ta nên tuân theo.

- Những người đưa tay ra trước thường là: Chủ nhân, phụ nữ, người lớn tuổi, người có danh vị cao, cấp trên...

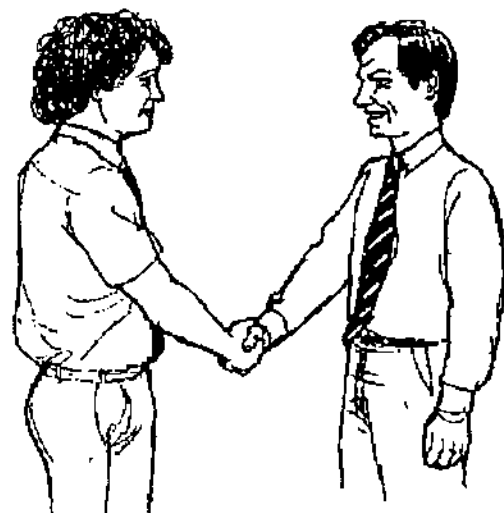
- Thời gian bắt tay không quá lâu, quá ngắn;
- Không bắt tay quá chặt nhưng cũng đừng hời hợt;
- Nếu mang găng tay thì nam giới phải cởi găng;
- Khi bắt tay cần nhìn thẳng vào người đối thoại và chào hỏi;
- Khi có đồng thời nhiều người, không đưa tay ra cùng một lúc.

Bắt tay đối tượng giao tiếp nhiệt tình, đúng lúc là rất cần thiết, làm tăng tình cảm thân ái, mật thiết.

Bắt tay ngoài việc là một nghi thức gặp mặt còn là sự chúc mừng, cảm ơn, biểu thị sự khích lệ lẫn nhau. Khi một người có thành tích, tiến bộ nào đó, được tặng phần thưởng, huy chương, huân chương... sau lời chúc mừng, bạn có thể bắt tay chia vui, cảm tạ, động viên.

3. Giới thiệu

Một xu hướng phổ biến trong giao tiếp là các đối tượng luôn luôn được mở rộng, làm quen với một đối tượng mới do người thứ ba giới thiệu, đôi khi chúng ta cũng phải tự giới thiệu. Có lúc mình trở thành người giới thiệu. Khi giới thiệu một ai đó, trước hết phải biết là hai bên có muốn làm quen với nhau không? Nên phân biệt trước sau như thế nào? Khi tự giới thiệu phải quan sát xem đối tượng có muốn làm quen với mình không? Sau đó nói về mình: tên họ, nghề nghiệp, sở thích chung chung... (Nếu có thể thì trao danh thiếp cho đối tượng). Bày tỏ quan điểm rất vui được làm quen với đối tượng và gợi ý để họ tự giới thiệu, sau đó tìm một chủ đề chung để cùng trao đổi.



Hình 26: Kiểu bắt tay chuẩn

Khi bạn được người thứ ba giới thiệu, hãy bày tỏ tình cảm vui mừng khi được giới thiệu, có thể nói (Rất hân hạnh được làm quen với bạn"... Chủ động chào hỏi người được giới thiệu (bắt tay, đưa danh thiếp, trò chuyện).

Khi bạn là người thứ ba giới thiệu một người với một người khác nên chú ý:

- Việc giới thiệu cũng phân biệt trước sau, trên dưới.

Ví dụ: Giới thiệu người nhỏ tuổi, địa vị xã hội thấp hơn, người mới đến, chủ nhân, nam giới... cho người kia trước.

- Khi giới thiệu một ai đó nên nói rõ quan hệ của mình với họ, tiện cho người mới quen hiểu biết và tin nhau.

- Giới thiệu nên nói rõ: Họ tên, xuất thân, nơi làm việc, chức danh, sở thích...

4. Trao danh thiếp

4.1. Vai trò của danh thiếp

Danh thiếp có thể dùng trong giao tiếp công vụ hay giao tiếp xã giao. Hiện nay người ta kết hợp cả giao tiếp công vụ và giao tiếp xã giao trên một danh thiếp, thậm chí người ta còn ghi lên danh thiếp những thông tin như sơ đồ chỉ dẫn tìm nhà, những dịch vụ sẵn sàng đáp ứng của chủ nhân.

Trong hoạt động xã hội cũng như kinh doanh, danh thiếp đóng vai trò quan trọng trong việc thiết lập các mối quan hệ công vụ hay thương vụ hoặc cá nhân. Tấm danh thiếp là chiếc cầu nối và là phương tiện giao tiếp, có khi còn là hình thức quảng cáo hữu hiệu cho doanh nghiệp, cá nhân.

Danh thiếp vừa thể hiện phong cách giao tiếp lịch sự, vừa có giá trị chứng nhận tư cách của chủ nhân. Mặt khác, danh thiếp còn giúp con người đỡ vất vả vì phải cố nhớ họ tên, chức vụ, địa chỉ, cơ quan, công tác, số điện thoại của nhau. Về sau, nếu có nhu cầu trao đổi công tác, trao đổi thư tín, điện thoại... sẽ thuận tiện.

4.2. Trao danh thiếp

Thông thường danh thiếp được trao trực tiếp dù đó là quan hệ chính thức hay không chính thức. Theo thông lệ của người Pháp, khách là người chủ động trong việc trao danh thiếp, người chủ nhận danh thiếp và đưa lại cho khách danh thiếp của mình. Ở Anh thì lại có thông lệ đặc biệt, người chủ động trao danh thiếp lại là người chủ, khách nhận và trao lại danh thiếp của mình cho người chủ. Có nước lại quy ước người chủ động trao danh thiếp là người lớn tuổi, người có địa vị xã hội cao hơn...

Khi tiếp khách trong nước hay nước ngoài, gặp mặt lần đầu tiên bất kể trong trường hợp nào đều có thể trao danh thiếp sau khi bắt tay. Bắt tay rồi tự giới thiệu tôi là..... và lịch sự trao danh thiếp; khi đáp lại lời chào của khách: “chào bạn, bạn là.....” hãy lịch sự nhanh nhẩu trao danh thiếp của mình và nhẹ nhàng cúi đầu. Nếu có người giới thiệu: “Đây là bạn tôi tên là.....”, người

được giới thiệu sẽ nói “rất vui được biết ông”, khi đó bạn trao danh thiếp là thích hợp.

Nếu đến thăm tư gia, mà người mở cổng không phải là chủ nhân bạn muốn gặp, bạn hãy hỏi chủ nhân có nhà hay không? Người đó hỏi “ông tên là gì, có việc gì không?” khi đó bạn trao danh thiếp và trình bày ngắn gọn yêu cầu. Nếu người mình cần gặp là cấp trên, bề trên thì có thể ghi: “xin được gặp” hay “xin được ra mắt”.

Nếu đến cơ quan, bạn cần gặp lãnh đạo phải đăng ký hoặc thoả thuận với thư ký, khi đó bạn trao danh thiếp có ghi “xin được gặp”. Sau đó danh thiếp được chuyển tới lãnh đạo, bạn có thể được tiếp. Nếu người xin gặp không muốn tiếp, bạn không nên tự động, gượng ép xông vào đòi gặp.

Khi là giao tiếp công vụ, lại có thư giới thiệu. Bạn trình thư trước, khi gặp mặt hãy trao danh thiếp.

Đối với nước ta, việc sử dụng danh thiếp còn mới mẻ, chưa có quy ước cụ thể, chưa có thông lệ. Nhiều người trao danh thiếp như sự ban phát cho người khác, nhiều người khá hào phóng trong việc trao danh thiếp, nhiều người nhận danh thiếp không có sự đáp lại chẳng cần giải thích. Khi chúng ta sử dụng danh thiếp làm phương tiện giao dịch nên có định hướng để trở thành thông lệ, quy ước.

Danh thiếp có hai loại: danh thiếp chính thức và danh thiếp không chính thức.

- Danh thiếp chính thức là loại danh thiếp được sử dụng trong các mối quan hệ chính thức, trong thương mại, trong công vụ nhằm thể hiện tính chất lịch sự, trang trọng, cần tuân theo quy ước nhất định khi sử dụng nó làm phương tiện giao tiếp. Nội dung của danh thiếp này bao gồm: Tên cơ quan hay doanh nghiệp, ghi trên cùng, ở giữa, có thể có logo bên trái. Họ và tên, ghi chữ to ở giữa danh thiếp. Chức danh ghi chữ nhỏ ở dưới họ tên (ghi chức vụ quan trọng nhất). Ở dưới cùng góc bên phải, ghi rõ địa chỉ, điện thoại, fax... của cơ quan hay doanh nghiệp. Hình thức của tấm danh thiếp này thông thường có kích cỡ $9,3\text{cm} \times 6\text{cm} \times 0,1\text{cm}$, bằng giấy thơm cứng, có màu sáng (như màu trắng, sữa, vàng nhạt...). Danh thiếp in trên một mặt bằng tiếng Việt, trình bày bằng chữ chân phương.

- Danh thiếp không chính thức là loại danh thiếp được sử dụng chủ yếu trong trường hợp các mối quan hệ không chính thức, mang tính chất quan hệ cá nhân, không nhất thiết phải tuân thủ các quy ước của danh thiếp chính thức. Nội dung bao gồm: Họ và tên ghi ở giữa. Địa chỉ, điện thoại di động, điện thoại, fax, nhà riêng. Hình thức của danh thiếp tương đối tự do, màu sắc tùy ý,

phông chữ không nhất thiết phải in chân phương, không nhất thiết phải trình bày hàng ngang...

4.3. Một số lưu ý khi sử dụng danh thiếp

Danh thiếp dùng để giao dịch chính thức và không chính thức như đặt mối quan hệ, gửi lời cảm ơn, chúc mừng năm mới, chúc mừng ngày hội, chúc mừng quốc khánh, bày tỏ sự hài lòng, gửi lời chia buồn, đáp lễ... và giấy mời, nhận lời mời qua trung gian (văn phòng, bưu điện, người khác...). Tùy vào mục đích mà người ta dùng bút chì ghi vào góc trái phía dưới danh thiếp các ký hiệu nói lên nội dung, mục đích của việc gửi danh thiếp. Các ký hiệu viết tắt bằng tiếng Pháp này đã trở thành thông lệ quốc tế.

- P.P (pour présentation): Xin được giới thiệu (trong trường hợp giới thiệu mình với ai đó).
- P.R (pour remerciement): Xin cảm tạ (trong trường hợp để đáp lễ ai đó với mình).
- P.F (pour félicitation): Xin chúc mừng ngày lễ (trong trường hợp chúc mừng ai đó nhân ngày lễ).
- P.F.F.N (pour félicitation fête nationale): Xin chúc mừng ngày quốc khánh.
- P.F.C (pour félicitation connaissance): Xin bày tỏ sự hài lòng.
- P.F.N.A (pour félicitation Nouvel An): Xin chúc mừng năm mới.
- P.C (pour condoléances): Xin chia buồn cùng với ai đó. Mặt sau tấm danh thiếp ghi rõ họ và tên, địa chỉ hay chức vụ của người nhận.
- R.S.V.P (répondez s'il vous plait): Xin trả lời (dùng trong trường hợp muốn mời ai đó dự tiệc, ghi rõ tên tiệc, thời gian, địa điểm). Trên nguyên tắc của phép lịch sự, nhận được thiệp mời này sau 24 giờ phải hồi âm cho chủ nhân biết ta có đến được hay không.

Đối với người Việt Nam, có thể không nhất thiết phải sử dụng những ký hiệu này mà thay bằng tiếng Việt chuẩn, phổ thông. Đối với khách nước ngoài có thể sử dụng những ký hiệu trên thay cho tiếng Việt. Danh thiếp cần lịch sự, chính xác, không quá khoe khoang.

Khi đến nhà, để chào trước khi đi công tác xa, lâu ngày, nếu không gặp được người cần gặp, hãy để lại danh thiếp có ghi: "Xin tạm biệt" cho người nhà của họ.

- Khi chúc mừng ai, về việc gì mà bạn lại ở quá xa, không có điều kiện đến gặp trực tiếp được, bạn có thể gửi danh thiếp ghi "Chúc mừng tân gia" hay

“Chúc mừng năm mới” hay “Chúc mừng hạnh phúc”... Khi chúc mừng bạn bè thân thiết nên cố gắng đến gặp trực tiếp, gặp lý do bất khả kháng mới gửi danh thiếp chúc mừng.

- Khi đến nhà hoặc văn phòng, người cần gặp không có nhà, hãy gửi lại danh thiếp với chú ý là bạn đã từng đến mà không gặp.

- Sau khi nhận quà của người khác hay được người khác đón tiếp chu đáo trong chuyến đi công tác mà viết thư cảm ơn ngại phiền phức, có thể tỏ lòng cảm ơn bằng cách gửi danh thiếp với dòng chữ: “Đã vui lòng nhận” hay “Cảm ơn”.

- Khi gặp bạn bè, người thân đau ốm hay qua đời, nên đến tận nơi thăm hỏi hoặc chia buồn. Gặp trường hợp bất khả kháng, không đến trực tiếp được thì có thể gửi danh thiếp có ghi: “Thành thực chia buồn” hay “Vô cùng thương tiếc”.

4.4. Kiểu danh thiếp

Danh thiếp là một hình thức lễ nghi có từ lâu đời và ở hầu hết các nước trên thế giới. Khi xưa, người ta khắc tên họ mình lên thẻ trúc, mảnh gỗ hay viết mực trên da thú. Ngày nay, danh thiếp được in trên giấy và rất đa dạng. Danh thiếp dùng ngôn ngữ từ giản dị, sử dụng tiện lợi và linh hoạt, không phân biệt già trẻ, nam nữ, sang hèn, cao thấp, ai cũng có thể in danh thiếp để giao tiếp xã hội được thuận lợi.

Danh thiếp được in một mặt bằng tiếng Việt phổ thông. Trong trường hợp cần giao tiếp với người nước ngoài sẽ in loại khác, có 2 mặt là tiếng Việt và tiếng nước ngoài.

Nội dung trên danh thiếp phổ biến gồm: tên cơ quan, họ tên, học vị, học hàm, chức vụ, địa chỉ và số điện thoại cơ quan, địa chỉ và số điện thoại nhà riêng. Trong một số trường hợp trên danh thiếp còn in cả những dịch vụ mà chủ nhân ghi trên danh thiếp cung cấp.

II. KHEN, PHÊ BÌNH, TỪ CHỐI

1. Khen

Đã là người, từ trẻ đến già đều thích lời khen. Khen là tỏ ý tán thưởng một hành động, việc làm, lời nói hay cái đẹp nào đó của người khác. Chúng ta đều biết rằng bản chất của con người là muốn thể hiện mình, muốn được khẳng định bản thân, vì thế luôn mong muốn mọi người xung quanh đánh giá cao mọi ưu điểm, sự cố gắng và tiến bộ của mình. Điều đáng tiếc là chúng ta thường quá tiết kiệm lời khen.

Khen chính là thừa nhận người được khen. Nó có tác dụng khuyến khích to lớn trong giao tiếp và có thể cải thiện mối quan hệ. Việc vận dụng lời khen là rất cần thiết để tạo bầu không khí thân mật, hiểu biết và tôn trọng lẫn nhau. Khi khen phải chú ý: khen phải đúng, cụ thể và không chung chung lấy lệ; khen phải chân thành. Nếu không nắm vững ba lưu ý trên, nhiều người cảm thấy không thoải mái khi được khen vì có thể: khi được khen sai người ta có cảm giác là những lời nịnh hót hay lời khen đưa ra với mục đích vụ lợi. Khi được khen trực tiếp hơi quá, người được khen thấy lúng túng, xấu hổ, ngại ngùng khi tiếp nhận lời khen. Khi lời khen không chính xác, khen cái ta không có tạo cho ta cảm giác là người khen không hiểu biết về ta, thậm chí còn có cảm giác đó là sự nhạo báng. Lời khen là một công cụ của giao tiếp, người giao tiếp cần biết sử dụng công cụ này thế nào cho hiệu quả, không hà tiện nhưng cũng không lãng phí.

2. Phê bình

Phê bình là tỏ thái độ chê trách, không đồng tình với hành vi, sự việc, thái độ của người khác. Phê bình là một việc tế nhị, rất dễ chạm tự ái, làm người khác méch lòng, nên khi phê bình phải thận trọng. Tuy nhiên, chúng ta lại thường hào phóng khi phê bình người khác. Lời phê bình cần chính xác, phê bình hành vi, sự việc nào đó chứ không phải phê bình phẩm chất của mỗi cá nhân. Lời phê bình phải được đưa ra đúng lúc, nếu để quá lâu mà ta mới phê bình hay phê bình sau khi người khác phê bình ta thì đó là sự trả đũa. Bởi phê bình nhằm giúp đối tác sửa chữa hành vi, thái độ cho đúng mới là cái đích, mục tiêu của nó. Khi phê bình sai, không trung thực thì đó lại là việc bôi nhọ người khác chứ không phải là phê bình. Không nên phê bình, góp ý cho đối tác khi họ đang nóng giận. Phê bình thì nên phê bình trước mặt đối tượng, càng ít người có mặt càng tốt, tốt nhất là chỉ nên có hai người. Nếu phê bình vắng mặt, người ta sẽ coi đó là hành vi nói xấu nên nội dung phê bình sẽ không được đối tượng tiếp thu và sửa chữa. Phê bình với thái độ chân thành, lời lẽ mềm dẻo để người nghe dễ tiếp thu.

3. Từ chối

Không phải cuộc giao tiếp nào ta cũng đồng ý đáp ứng yêu cầu của người đối thoại, đôi khi cũng phải từ chối. Nhưng từ chối như thế nào cũng không phải dễ. Trong nhiều trường hợp giao tiếp có những câu rất khó nói ra khi muốn phủ định hoặc từ chối một điều gì đó. Để diễn đạt ý không tán thành, ta có thể diễn đạt bằng ngôn ngữ “im lặng”, hay có thể chủ động lái sang một

vấn đề khác chứ không nên thô lỗ tỏ vẻ quyết tâm muốn cự tuyệt thẳng thừng. Trước những đòi hỏi vô lý, kháng kháng của đối tượng giao tiếp, đôi khi ta không thể bác bỏ thẳng thừng vì như thế sẽ dễ chạm lòng tự ái của họ và dễ gặp những trở ngại về sau. Trong trường hợp này, trước tiên ta cứ thừa nhận, sau đó khéo léo chỉ ra sự vô lý hoặc những điều không thể thực hiện được. Cũng có thể cảnh tỉnh đối tác bằng việc chỉ ra những điều bất lợi, sự nguy hiểm, nếu đối tác cứ tiếp tục hành động hay đòi hỏi. Khi từ chối, không nên dùng ngôn ngữ gay gắt, tránh dùng từ “không”, nhưng ngôn từ phải có sức nặng của sự kiên quyết.

III. TRÒ CHUYỆN, KỂ CHUYỆN

1. Trò chuyện

Trò chuyện là một hình thức giao tiếp phổ biến, nó đan xen với các hình thức khác, là nền của mọi cuộc giao tiếp. Hầu hết mọi người đều có nhu cầu gặp gỡ, tiếp xúc, trò chuyện với người khác. Điều quan trọng khi nói chuyện là thái độ của đối tượng giao tiếp. Trong câu chuyện họ thường vui vẻ, chủ động tham gia trả lời câu hỏi của mọi người tham dự. Những cuộc trò chuyện như vậy thường dễ dàng và vui vẻ. Nhưng cũng có khi đối tượng giao tiếp không tỏ ra nhiệt tình với câu chuyện của ta. Có thể họ đang bận tâm đến một vấn đề khác hay họ là người ít cởi mở, không ưa giao tiếp. Trong trường hợp như vậy nên tôn trọng đối tượng giao tiếp, không nài ép họ. Điều quan trọng là xác định được là họ thực sự không muốn nói chuyện hay họ e dè, ngại ngùng, có ý ngờ vực, chưa hiểu biết về nhau. Những người không muốn trò chuyện thường có thái độ như: ít cười, cái nhìn lơ đãng, điệu bộ, tâm trạng căng thẳng, giọng nói thô bạo, trả lời cụt ngắn và khô khan, chỉ trả lời câu hỏi của người hỏi mà không có ý định trò chuyện để kéo dài cuộc giao tiếp. Trong trường hợp này ta hãy xem lại thái độ của mình và của đối tác, nếu không cần thiết thì nên chấm dứt cuộc trò chuyện này càng sớm càng tốt.

Biểu hiện của những người muốn trò chuyện nhưng còn e dè thường có thái độ: nụ cười và cử chỉ lúng túng, e dè, nhưng câu trả lời nồng nhiệt, có những câu trả lời và giới thiệu về bản thân mình, có thể đặt lại câu hỏi cho đối tượng giao tiếp của họ. Trong trường hợp này, việc lôi cuốn họ vào cuộc trò chuyện là tùy thuộc vào ý chí của ta. Hãy làm cho họ cảm thấy thoải mái, tin tưởng hơn, họ sẽ cởi mở mà trò chuyện. Trong trò chuyện không chỉ nghe và trả lời câu hỏi mà còn phải đặt câu hỏi, đưa ra những thông tin và ý kiến của cá nhân mình. Khi nắm bắt được thông tin về đối tượng giao tiếp, ta dễ

dàng duy trì cuộc trò chuyện. Những thông tin trao đổi cần mang tính tương đương với nhau.

2. Kể chuyện

Kể chuyện không chỉ là giao tiếp mà còn được coi là một nghệ thuật của giao tiếp. Chúng ta có thể gặp những người kể chuyện rất hấp dẫn. Họ lôi cuốn người nghe vào câu chuyện của mình. Một câu chuyện kể cần chú ý: thông tin phải rõ ràng, mạch lạc, sắp xếp câu chuyện logic, cách kể phải tự nhiên, sống động. Người kể chuyện trình bày rõ các nhân vật xuất hiện trong tình huống nào (thời gian, không gian, hoàn cảnh), biết chen vào những lời bình chính xác, hợp lý, có giọng kể truyền cảm và phù hợp với diễn biến nội dung câu chuyện. Người kể chuyện biết chọn chủ đề, thời điểm phù hợp với đối tượng, nắm chắc mối quan hệ giữa các tình huống, thể hiện các đoạn hội thoại nếu cần thiết. Người có khả năng và biết kể chuyện hấp dẫn là người có ưu thế lớn trong giao tiếp, dễ tiếp xúc với người khác, có thể lôi cuốn, chinh phục họ bằng những câu chuyện của mình.

IV. TIẾP KHÁCH, YẾN TIỆC

1. Tiếp khách

Người ta có nhiều tiêu chí để phân loại khách, căn cứ vào vị trí địa lý ta có khách gần, khách xa (nó có ý nghĩa tương đối); theo cấp bậc trong công tác có khách là cấp trên, cấp dưới, đồng sự; theo mức độ quen thân, ta có khách thân, khách sơ (khách quen, khách lạ)...

Khi có khách đến văn phòng, bạn phải bày tỏ sự quan tâm chăm sóc như thể bạn đang tiếp khách ở nhà vậy. Có nhiều cách thể hiện sự quan tâm này (chào hỏi, thái độ, cử chỉ...). Trong quá trình tiếp khách, chúng ta cần lưu ý:

- Chuẩn bị sẵn địa điểm tiếp khách. Nên chọn nơi thoáng mát, rộng rãi để tiếp khách, bàn ghế phải sạch sẽ, gọn gàng, ngăn nắp;

- Không để khách phải chờ lâu. Nếu không thể tiếp khách ngay được thì phải xin lỗi khách và mời khách đọc báo, uống trà hay cà phê khi chờ đợi.

- Khi khách đến văn phòng mà mặc áo khoác, có thể giúp khách cởi áo khoác và treo lên cây mắc áo, không vắt áo của khách ngang thành ghế.

- Để sẵn gạt tàn sạch sẽ trong văn phòng khi khách hút thuốc. Nếu cơ quan bạn quy định không hút thuốc trong văn phòng thì bạn nhớ treo chữ “không hút thuốc” rõ ràng, để tránh làm khách bối rối. Ở một số thành phố, thậm chí

nhiều quốc gia đã có văn bản luật quy định không hút thuốc trong văn phòng.

- Nếu bạn là người hút thuốc, cơ quan bạn không cấm hút thuốc trong văn phòng, trước khi hút bạn phải nhớ xin phép khách. Ngày nay, khi tiếp khách, tốt nhất là không nên hút thuốc và đừng mời khách hút thuốc.

- Khi mời khách đồ uống như trà, cà phê, nước hoa quả, nước suối thì nên dùng cốc, chén bằng sứ hoặc thủy tinh và phải lành và sạch. Không dùng tách giấy, nhựa hay cốc chén bần và sứ mẻ.

- Hãy dành toàn bộ thời gian cho khách. Đừng nhận điện thoại hay để cuộc nói chuyện bị gián đoạn (trừ khi thật cần thiết). Khi để khách ngồi chờ quá hai phút bạn phải xin lỗi khách.

- Hãy tiết kiệm thời gian, bạn nên bàn ngay vào công việc sau những nghi thức giới thiệu thông thường, đừng nhiệt tình kể chuyện riêng hay hỏi khách quá nhiều về đời tư, tránh nói chuyện rông dài.

- Khi khách ngồi đã quá lâu, đừng ngại kết thúc cuộc tiếp xúc, hãy tỏ ra khéo léo nhưng cương quyết (thông thường khi hết thông tin thì kết thúc cuộc tiếp xúc, khách thường chủ động kết thúc cuộc giao tiếp).

- Không nên để khách tự ý ra về. Bạn phải đứng dậy để chào tạm biệt và bắt tay một cách chân tình, thân mật, tiễn khách ra khỏi văn phòng mới quay vào.

Khách ở xa phải được tiếp đãi một cách lịch sự và chu đáo, đặc biệt vì họ không thông thạo thành phố của chúng ta, bạn phải thể hiện để khách thấy được sự đón tiếp nồng hậu. Khi tiếp khách ở xa, ngoài việc tuân thủ các nguyên tắc như đối với khách ở gần, còn nên chú ý thêm một số điểm nữa như sau:

- Nếu có thể được bạn nên đón khách ở sân bay, nhà ga, bến xe khi khách tới thành phố.

- Khi khách đến văn phòng phải lịch sự mời họ sử dụng bàn giấy và điện thoại. Khi khách yêu cầu, bạn có thể mời họ sử dụng máy tính, internet.

- Hãy đưa cho khách số điện thoại nhà riêng và văn phòng của bạn để khách liên hệ nếu cần. Bạn hãy thể hiện là luôn sẵn sàng giúp đỡ khách khi họ có yêu cầu.

- Nên quan tâm hỏi xem khách có thích thành phố này không? Buổi tối họ định đi đâu? Có cần người hướng dẫn không?

- Nên mời khách đi xem hát, nhà hàng ... ít nhất một lần.

- Đến ngày về của khách, bạn hãy tỏ ý muốn kiểm tra lại chuyến bay, giờ tàu xe giúp khách và đưa khách tới sân bay.

Khi tiếp khách, chúng ta cần thể hiện thái độ của mình bằng cả phương tiện ngôn ngữ và phi ngôn ngữ.

Ngôn ngữ gồm lời nói, chữ viết. Lời nói phải phù hợp với trình độ người nghe. Nên dùng cách nói tế nhị. Có thể sử dụng cả cách nói khác như gợi ý, ví von, triết lý, hiển ngôn, hàm ngôn, song không nên dùng cách nói mỉa mai, châm chọc.

Ngoài ngôn ngữ nói, viết, còn phải chú ý cử chỉ, động tác, hành động, khoảng cách, trang phục, khung cảnh tự nhiên, khung cảnh xã hội của giao tiếp.

2. Đãi khách bằng tiệc

Đãi khách bằng yến tiệc không phải là việc làm no bụng khách mời mà đó là sự trân trọng, thiện tình, quý mến khách. Nghi thức ăn uống là một trong những nghi thức có cội rễ sâu xa nhất trong bất kỳ xã hội nào. Ăn uống còn được nâng tầm thành một mặt của văn hoá, văn hoá ẩm thực. Qua phong cách ăn uống, người ta có thể đánh giá sơ bộ một người có học vấn và có giáo dục hay không.

- Khăn ăn được dùng đúng kiểu là lấy khăn ăn ra khỏi bàn, rũ nhẹ dưới gầm bàn và trải trên lòng mình. Khăn ăn phải mở ra nửa chừng, nếp gấp về phía lòng mình. Khi ăn xong, đặt khăn ăn đã xếp hờ bên trái đĩa.

- Dao đĩa khi dùng thường theo nguyên tắc: dùng từ ngoài vào trong, từ trái qua phải, sau cùng là phía trên của đĩa. Nĩa thường đặt bên trái, dao thìa đặt bên phải. Khi ăn xong, đặt nĩa và dao song song nhau, chéo trong lòng đĩa, nĩa gần lòng mình, cán dao, nĩa ở bên phải. Nếu thực khách thuận tay trái nên ngồi góc bàn trái.

- Đũa được dùng như sau: Cầm ở khoảng giữa đũa, chiếc này chồng lên chiếc kia. Chiếc đũa nằm dưới không bao giờ chuyển động, dùng ngón tay trở điều khiển chiếc nằm trên. Khi dùng đũa thì bát phải nhắc khỏi mâm và kê vào gần miệng. Khi chuyển thức ăn, bánh mỳ, lọ tiêu, muối luôn chuyển về phía bên phải.

- Khi rót nước từ bình có quai, nhắc cả bình và đĩa với nhau, giữ đĩa ở dưới trong khi rót nước vào cốc của mình, rót xong chuyển sang bên phải.

- Cách ăn bánh mỳ đúng kiểu là đặt miếng bánh mỳ vào đĩa. Bẻ bánh mỳ bằng tay, xé ra mẩu bánh nhỏ vừa đủ ăn, phết bơ vào miếng bánh để ăn.

- Ăn súp đúng kiểu cách là dùng muỗng để xúc. Không được cúi xuống bát, không bao giờ bê cả bát lên húp xì xụp. Khi ăn súp xong, ta đặt muỗng

vào bên phải đĩa lót bát. Trong trường hợp không có đĩa lót bát mới đặt muống vào lòng bát.

- Salat được dọn ra trước món chính, thường được ăn trước món chính và phải ăn bằng nĩa. Món salat có thể có xà lách, rau diếp và hoa quả khác nữa.

- Uống rượu cần chọn ly cho phù hợp. Ly uống rượu đỏ có chân ngắn, cầm ly bằng các ngón tay. Ly uống rượu trắng thường lớn hơn, có chân cao hơn. Các loại rượu khác nhau thì phải dùng các loại ly khác nhau. Trong bữa tiệc trang trọng thường có nhiều ly cho một người.

- Khi dùng cà phê hay trà, không được thổi thức uống còn nóng, không được múc bằng muống để húp. Khi dùng đường trong gói giấy, lấy đường xong nên gấp giấy để dưới đĩa, không được bỏ vào gạt tàn thuốc.

- Các món chính luôn ăn bằng dao, nĩa, kể cả món gà rán hay sườn nướng. Trứng luộc có thể ăn bằng tay nhưng nên ăn bằng thìa cà phê. Cá nguyên con, hãy để nguyên ăn hết nửa trên, gỡ toàn bộ xương, ăn tiếp nửa dưới, không được lật cá.

- Hoa quả bạn có thể ăn bằng tay, táo và lê nên bỏ tư ăn từng miếng một. Nếu bạn đã ăn tối, sau đó nên ăn rau mùi tây. Củ cải, cà chua, cà rốt được ăn bằng tay. Nho không ngắt từng quả mà phải ngắt một nhánh nhỏ.

- Không được xỉa răng tại bàn, không nên hút thuốc trong khi ăn. Khi ăn cố gắng không làm vãi thức ăn, đồ uống ra bàn. Đừng uống khi miệng còn thức ăn. Đừng há miệng trong khi nhai. Đừng nói chuyện hay cho thêm thức ăn vào miệng khi chưa nuốt xong. Không để thìa trong cốc khi uống.

- Tiệc cocktail là một phương cách hữu hiệu để giúp các nhóm người đến với nhau trong bầu không khí thoải mái. Mục đích của việc tham dự cocktail là để hoà nhập. Thức ăn trong tiệc cocktail thường được ăn bằng đĩa. Khách dự tiệc cocktail phải tìm cách nói chuyện với thật nhiều người. Tiệc cocktail là hình thức chiêu đãi phổ biến trong kinh doanh, nhất là trong hội nghị và trong các cuộc họp lớn.

Câu hỏi

1. Theo bạn, việc chào hỏi trong giao tiếp có ý nghĩa gì?
2. Người xưa có câu: "Lời chào cao hơn mâm cỗ". Bạn hiểu câu nói này như thế nào? Bạn có đồng ý với câu nói đó không?

3. Nêu ý nghĩa của việc bắt tay? Bạn có thói quen bắt tay bạn bè, khách khứa khi gặp mặt không?
4. Nêu ý nghĩa của việc giới thiệu, các nguyên tắc giới thiệu?
5. Lời khen có ý nghĩa gì trong giao tiếp? Nêu những điểm cần lưu ý khi khen người khác?
6. Người ta nói rằng, ai cũng thích được khen. Bạn có đồng ý với ý kiến đó không? Từ đây bạn rút ra kết luận gì cho bản thân?
7. Mạnh Tử nói: "Người khen ta đó là bạn của ta, người phê bình ta đó là thầy của ta, người thấy ta sai mà vẫn khen ta đó là kẻ thù của ta". Bạn hiểu câu nói đó như thế nào, từ đây bạn cần lưu ý gì khi khen hoặc phê bình người khác?
8. Phê bình trong giao tiếp có ý nghĩa gì? Nêu những điểm cần lưu ý khi phê bình người khác?
9. Có người cho rằng phê bình người không đem lại điều gì tốt đẹp, vì vậy một trong những nguyên tắc của họ trong giao tiếp là chỉ khen chứ không bao giờ phê bình. Bạn có đồng ý với những người này không? Tại sao?

Bài tập tình huống

1. T ra phố và nhìn thấy L - một trong số bạn hồi còn học phổ thông. T định cất tiếng chào, nhưng thấy L vẫn điềm nhiên, không có biểu hiện gì là sẵn sàng chào lại mình nên lại thôi. T nghĩ, nó không chào mình thì thôi, việc gì mình phải chào nó.
Bạn có nhận xét gì về ứng xử của T trong tình huống nêu trên? Nêu cách ứng xử của bạn nếu bạn là T.
2. H đang đi dạo phố, nhìn thấy một người quen đi ngược chiều, H tiến lại định bắt tay và chào hỏi nhưng người đó tảng lờ như không nhìn thấy H. H lúng túng không biết nên ứng xử như thế nào, bạn hãy cho H một lời khuyên!
3. Trên phố, A và B gặp C- một người quen của A. Họ dừng lại, A trò chuyện với C nhưng không giới thiệu B và C với nhau. B cảm thấy không tự nhiên và trách A.
Nếu là B trong tình huống trên, bạn sẽ ứng xử như thế nào?
4. Trong khi giới thiệu, người giới thiệu chợt lúng túng vì quên tên của bạn, bạn cần phải làm gì?
5. Sau đây là một số lời khen, bạn thích lời khen nào hơn, tại sao? Từ đây bạn rút ra kết luận gì?

Tình huống a:

- Hôm nay trông chị xinh quá, tôi không nhận ra chị nữa đấy!
- Chị mặc bộ đồ này trông được đấy!
- Bộ đồ này rất hợp với nước da trắng của chị, trông chị trẻ ra nhiều!
- Bộ đồ này thật hợp với vóc người của chị! Chị cất ở hiệu nào đấy?

Tình huống b:

3. Nêu ý nghĩa của việc bắt tay? Bạn có thói quen bắt tay bạn bè, khách khứa khi gặp mặt không?

4. Nêu ý nghĩa của việc giới thiệu, các nguyên tắc giới thiệu?

5. Lời khen có ý nghĩa gì trong giao tiếp? Nêu những điểm cần lưu ý khi khen người khác?

6. Người ta nói rằng, ai cũng thích được khen. Bạn có đồng ý với ý kiến đó không? Từ đây bạn rút ra kết luận gì cho bản thân?

7. Mạnh Tử nói: "Người khen ta đó là bạn của ta, người phê bình ta đó là thầy của ta, người thấy ta sai mà vẫn khen ta đó là kẻ thù của ta". Bạn hiểu câu nói đó như thế nào, từ đây bạn cần lưu ý gì khi khen hoặc phê bình người khác?

8. Phê bình trong giao tiếp có ý nghĩa gì? Nêu những điểm cần lưu ý khi phê bình người khác?

9. Có người cho rằng phê bình người không đem lại điều gì tốt đẹp, vì vậy một trong những nguyên tắc của họ trong giao tiếp là chỉ khen chứ không bao giờ phê bình. Bạn có đồng ý với những người này không? Tại sao?

Bài tập tình huống

1. T ra phố và nhìn thấy L - một trong số bạn hồi còn học phổ thông. T định cất tiếng chào, nhưng thấy L vẫn điềm nhiên, không có biểu hiện gì là sẵn sàng chào lại mình nên lại thôi. T nghĩ, nó không chào mình thì thôi, việc gì mình phải chào nó.

Bạn có nhận xét gì về ứng xử của T trong tình huống nêu trên? Nêu cách ứng xử của bạn nếu bạn là T.

2. H đang đi dạo phố, nhìn thấy một người quen đi ngược chiều, H tiến lại định bắt tay và chào hỏi nhưng người đó tảng lờ như không nhìn thấy H. H lúng túng không biết nên ứng xử như thế nào, bạn hãy cho H một lời khuyên!

3. Trên phố, A và B gặp C - một người quen của A. Họ dừng lại, A trò chuyện với C nhưng không giới thiệu B và C với nhau. B cảm thấy không tự nhiên và thầm trách A.

Nếu là B trong tình huống trên, bạn sẽ ứng xử như thế nào?

4. Trong khi giới thiệu, người giới thiệu chợt lúng túng vì quên tên của bạn, bạn cần phải làm gì?

5. Sau đây là một số lời khen, bạn thích lời khen nào hơn, tại sao? Từ đây bạn rút ra kết luận gì?

Tình huống a:

- Hôm nay trông chị xinh quá, tôi không nhận ra chị nữa đấy!
- Chị mặc bộ đồ này trông được đấy!
- Bộ đồ này rất hợp với nước da trắng của chị, trông chị trẻ ra nhiều!
- Bộ đồ này thật hợp với vóc người của chị! Chị cắt ở hiệu nào đấy?

Tình huống b:

- Cậu giải quyết công việc rất tốt, mình rất hài lòng!
- Cậu thực hiện công việc đó rất sáng tạo, mình rất thích điều đó!
- Cậu thật là tuyệt, mình tự hào vì có một đồng nghiệp như cậu!
- Nam này, mình thấy cậu giải quyết công việc còn tốt hơn cả sếp của chúng ta đấy!

6. Sau đây là một số lời phê bình có thể trong một tình huống cụ thể. Bạn hãy chọn ra lời phê bình tốt nhất và lời phê bình dở nhất và giải thích tại sao?

- Nam này, tại sao cậu lại làm vậy, cậu định phá công việc đó của tổ chẳng?
- Nam này, mình biết là cậu rất quan tâm đến công việc của tổ và cậu làm điều đó cũng vì tổ thôi. Nhưng giá như cậu thận trọng hơn một chút hoặc trao đổi trước với mình thì chắc chúng ta đã có thể tránh được hậu quả đó.

7. C là một nhân viên lảm lòi, thường đưa chuyện của công ty ra bàn luận ngay cả những nơi công cộng đông người, chẳng hạn như quán ăn. Là một đồng nghiệp của C, bạn hãy góp ý để C sửa đổi thói quen không tốt đó.

8. Bạn hãy đưa ra lời từ chối trong những tình huống sau:

- a. Một người bạn mời bạn đi xem phim vào tối thứ bảy;
- b. Một người bạn hỏi mượn tiền của bạn;
- c. Một khách hàng xin trả lại món hàng mới mua hôm qua nhưng theo quy định của công ty, hàng đã mua và đưa ra khỏi cửa hàng rồi thì không được trả lại.

Chương 7.

THƯƠNG LƯỢNG

Mục tiêu

Thương lượng, hay đàm phán, là một loại hình giao tiếp phức tạp và có những đặc trưng riêng, thường diễn ra dưới hình thức tiếp xúc trực tiếp, nhưng cũng không hiếm khi dưới hình thức tiếp xúc gián tiếp, chẳng hạn là qua điện thoại. Chương này trình bày những kiến thức cần thiết nhất về thương lượng và kỹ năng tiến hành một cuộc thương lượng. Sau khi học xong chương này, bạn có thể:

- Hiểu khái niệm, đặc điểm, bản chất của thương lượng;
- Biết lập kế hoạch và tiến hành cuộc thương lượng hiệu quả hơn.

Tóm tắt nội dung

- Thương lượng là quá trình các bên cùng trao đổi, bàn bạc với nhau để đưa ra giải pháp chung cho một vấn đề nào đó.

- Những đặc điểm cơ bản của thương lượng là:

+ Trong thương lượng, các bên vừa theo đuổi lợi ích của mình, vừa phải điều chỉnh lợi ích đó để xích lại gần nhau và cuối cùng đi đến ý kiến chung thống nhất;

+ Thương lượng là sự thống nhất giữa hai mặt: hợp tác và xung đột. Mặt hợp tác của thương lượng biểu hiện ở chỗ các bên tham gia luôn có lợi ích chung và mong muốn hợp tác với nhau để đạt được lợi ích chung. Mặt xung đột được biểu hiện ở chỗ, bên cạnh lợi ích chung, mỗi bên đều có lợi ích riêng và mong muốn đạt được tối đa lợi ích đó;

+ Thương lượng là quá trình thoả mãn có giới hạn lợi ích của mỗi bên;

+ Thương lượng phải dựa trên cơ sở pháp luật và thông lệ;

+ Thương lượng vừa là một khoa học vừa là một nghệ thuật.

- Có ba kiểu thương lượng cơ bản: thương lượng kiểu cứng, thương lượng kiểu mềm và thương lượng kiểu nguyên tắc.

+ Người chọn thương lượng kiểu cứng đưa ra lập trường cứng rắn và tìm mọi cách buộc bên kia phải khuất phục. Họ chú trọng đến lợi ích của mình, ít chú ý đến lợi ích của đối tác. Nhược điểm của thương lượng kiểu cứng là tốn nhiều thời gian, khó thành công và ngay cả khi thành công thì quá trình thực hiện cũng khó suôn sẻ vì bên bị thua thiệt thường không tự giác thực hiện thoả thuận. Hơn nữa, kiểu thương lượng này thường làm sút mẻ mối quan hệ giữa các bên.

+ Lập trường của người thương lượng theo kiểu mềm là coi trọng mỗi quan hệ, lợi ích được đặt xuống hàng thứ yếu. Vì vậy họ sẵn sàng nhượng bộ để giữ quan hệ tốt đẹp.

Thương lượng kiểu mềm thường nhanh chóng đi đến thoả thuận song lại hay mang đến nhiều thua thiệt cho chủ nhân của nó, nhất là khi gặp đối tác cứng rắn.

+ Trong lương lượng theo kiểu nguyên tắc, các bên tôn trọng nhau, coi trọng lợi ích của mình nhưng cũng chú ý đến lợi ích của phía bên kia. Vì vậy, để đảm bảo lợi ích của mỗi bên, họ xác định những nguyên tắc khách quan làm cơ sở cho quá trình thương lượng và luôn tôn trọng chúng trong quá trình trao đổi, bàn bạc. Đây là kiểu thương lượng có nhiều ưu điểm nhất, nó không những đảm bảo được lợi ích của mỗi bên mà còn góp phần tăng cường mối quan hệ giữa các bên.

- Quá trình thương lượng bao gồm nhiều giai đoạn: chuẩn bị, tiếp xúc, tiến hành thương lượng và cuối cùng là đi đến thoả thuận và giao kết hợp đồng.

+ Ở giai đoạn chuẩn bị, ngoài việc phải nghiên cứu vấn đề sẽ được đưa ra trao đổi, bàn bạc, nắm vững các quy định của pháp luật về vấn đề đó, mỗi bên còn cần nhắc, đánh giá mặt mạnh, mặt yếu của mình và của bên đối tác, từ đây họ xác định mức yêu cầu, phương pháp, chiến thuật trong thương lượng.

+ Trong giai đoạn tiếp xúc, việc tạo không khí thân mật, gần gũi, hiểu biết và tin cậy lẫn nhau có ý nghĩa quan trọng đối với quá trình bàn bạc sau đó. Đây cũng là giai đoạn các bên chú ý tìm hiểu thái độ thực của nhau và từ đây có thể có những điều chỉnh nhất định trong chiến thuật thương lượng.

+ Giai đoạn các bên tiến hành trao đổi, bàn bạc là giai đoạn quan trọng nhất của quá trình thương lượng. Trong giai đoạn này, mỗi bên sẽ đưa ra yêu cầu của mình, lắng nghe, phân tích đánh giá yêu cầu của bên đối tác. Ở đây không hiếm khi xuất hiện tình huống mâu thuẫn, xung đột gay gắt, đe dọa thành công của cuộc thương lượng. Nói chung, kết quả của thương lượng chỉ có thể được đảm bảo khi các bên tham gia thương lượng thể hiện thiện chí của mình, nghĩa là thực sự mong muốn hợp tác với nhau, sẵn sàng cùng nhau giải quyết bất đồng để đi đến thoả thuận chung.

- Thoả thuận chung mà các bên đạt được qua thương lượng thường được thể hiện qua hợp đồng. Hợp đồng cần được soạn thảo chặt chẽ, rõ ràng, đầy đủ, bởi nó không chỉ ghi nhận những thoả thuận mà các bên đạt được, mà còn là cơ sở để giải quyết những vấn đề nảy sinh khi thực hiện hợp đồng.

I. KHÁI NIỆM VỀ THƯƠNG LƯỢNG

1. Định nghĩa thương lượng

Thương lượng là quá trình các bên cùng trao đổi, bàn bạc với nhau để đưa ra một giải pháp chung thống nhất cho một vấn đề nào đó.

Trong cuộc sống, dù muốn hay không, bạn cũng phải tham gia vào những cuộc thương lượng. Từ những chuyện nhỏ như bạn mặc cả với người bán hàng khi đi mua sắm, hay thoả thuận với người yêu nên đi đâu vào ngày nghỉ cuối tuần, cho đến những vấn đề hệ trọng hơn như trao đổi với đối tác về điều kiện của hợp đồng, hay cả những vấn đề mang tính toàn cầu như các nước đàm phán để đi đến hiệp định cấm phổ biến vũ khí hạt nhân - tất cả đều là thương lượng.



Hình 27: Cảnh một cuộc thương lượng

Là một người thư ký, một nhân viên văn phòng trong tương lai, không hiếm khi bạn sẽ phải thay mặt lãnh đạo tiếp xúc, trao đổi, giải quyết những công việc nhất định với các đồng nghiệp, khách hàng, đối tác; không hiếm khi bạn phải chuẩn bị cho các cuộc thương lượng của lãnh đạo và tham gia vào các cuộc thương lượng đó. Do vậy, bạn phải có những kiến thức nhất định về thương lượng, phải nắm được những kỹ năng cơ bản để đảm bảo cho cuộc thương lượng thành công.

2. Nguyên nhân của thương lượng

Vậy tại sao con người phải thương lượng với nhau? Tại sao các bên lại phải ngồi lại với nhau, trao đổi, bàn bạc để đưa ra ý kiến chung thống nhất? Chắc bạn sẽ trả lời ngay rằng, đó là do các bên cùng mong muốn giải quyết một vấn đề nào đó. Câu trả lời như vậy chưa cho thấy bản chất của thương lượng. Nguyên nhân sâu xa của thương lượng là các bên vừa có lợi ích chung thống nhất, vừa có lợi ích riêng mâu thuẫn nhau. Thiếu một trong hai yếu tố này thương lượng sẽ không diễn ra.

Ví dụ, tại sao bạn và người bán hàng mặc cả với nhau về giá món hàng? Đó trước hết là vì cả bạn và người bán đều mong muốn hành động mua bán diễn ra, người bán cần bán được hàng để thu lợi nhuận, còn bạn thì cần món hàng để phục vụ sinh hoạt của mình. Nhưng nếu chỉ có vậy thì bạn chỉ cần chọn món hàng, hỏi giá, trả tiền rồi cầm hàng về, tức là không phải mặc cả (không có thương lượng). Ở đây, giữa bạn và người bán còn có điểm mâu

thuần: người bán muốn thu được lợi nhuận tối đa (bán được giá cao nhất), còn bạn thì lại muốn chi ít tiền nhất cho món hàng mình cần. Chính vì vậy mà bạn phải mặc cả với người bán (thương lượng) để đưa ra mức giá mà cả hai có thể chấp nhận.

3. Phân loại thương lượng

Có nhiều cách phân loại thương lượng.

- *Căn cứ theo số lượng chủ thể tham gia*, chúng ta có các loại thương lượng sau:

+ Thương lượng song phương là quá trình trao đổi, bàn bạc giữa hai bên. Ví dụ: Bạn mặc cả với người bán hàng, phái đoàn Việt Nam đàm phán với phái đoàn Trung Quốc về đường biên giới trên bộ.

+ Thương lượng đa phương là quá trình thương lượng có từ ba bên tham gia trở lên. Ví dụ: Đại diện của ba công ty ngồi lại với nhau để thoả thuận về việc sáp nhập ba công ty lại làm một.

- *Căn cứ theo phạm vi chủ thể*, người ta phân thương lượng thành:

+ Thương lượng nội bộ là sự trao đổi bàn bạc giữa những bộ phận trong cùng một cơ quan. Ví dụ: Bộ phận sản xuất thương lượng với bộ phận tiêu thụ sản phẩm.

+ Thương lượng với đối tác bên ngoài. Ví dụ: Người thư ký thay mặt lãnh đạo trao đổi với khách hàng về những điều kiện giải quyết tranh chấp.

- *Căn cứ theo mức độ phức tạp của vấn đề* thì có thương lượng đơn giản và thương lượng phức tạp. Sự phân loại nói trên chỉ là tương đối.

II. ĐẶC ĐIỂM VÀ VẤN ĐỀ ĐÁNH GIÁ THƯƠNG LƯỢNG

1. Đặc điểm của thương lượng

Để hiểu rõ bản chất của thương lượng, bạn cần nắm vững những đặc điểm cơ bản sau đây:

- *Thứ nhất*, trong thương lượng các bên vừa theo đuổi lợi ích của mình, vừa phải điều chỉnh lợi ích đó để xích lại gần nhau để đi đến sự nhất trí.

Nói cách khác, thương lượng là quá trình đưa ra yêu cầu, nhượng bộ và đi đến thoả thuận. Nếu như trong thương lượng, mỗi bên cứ khăng khăng giữ yêu cầu của mình, không chịu nhượng bộ thì thương lượng sẽ thất bại. Chẳng hạn, bạn trả giá cho bộ quần áo là 120 ngàn đồng nhưng người bán đòi 200 ngàn, bạn không chịu trả thêm, người bán hàng không lùi thì việc mua bán không

thể diễn ra. Cho nên, trong thương lượng, khi đưa ra yêu cầu, bạn nên dự tính mức yêu cầu để còn có thể nhượng bộ.

- *Thứ hai*, trong mỗi cuộc thương lượng luôn có hai mặt: hợp tác và xung đột, nói cách khác, thương lượng là sự thống nhất giữa “hợp tác” và “xung đột”.

Như trên đã nói, trong thương lượng, các bên có lợi ích chung, mong muốn cùng nhau đạt lợi ích chung, đó là khía cạnh hợp tác trong thương lượng. Nhưng trong thương lượng, các bên còn có lợi ích riêng mâu thuẫn nhau, mỗi bên đều mong muốn đạt được tối đa lợi ích riêng của mình, đó là khía cạnh xung đột trong thương lượng.

Hiểu rõ thương lượng là sự thống nhất giữa hợp tác và xung đột là rất quan trọng trong việc đưa ra sách lược cho cuộc thương lượng. Nếu bạn nhấn mạnh hợp tác và coi nhẹ xung đột, tức là bạn coi trọng quan hệ hữu hảo, sợ gây nên xung đột thì bạn dễ bị thua thiệt. Ngược lại, nếu bạn nhấn mạnh xung đột, coi thương lượng như một cuộc chiến một mất một còn, tìm mọi cách đè bẹp bên kia thì thương lượng khó thành công.

- *Thứ ba*, thương lượng là sự thoả mãn có giới hạn lợi ích của mỗi bên.

Trong thương lượng, ai cũng hướng đến việc bảo vệ lợi ích của mình và cố gắng đạt được nhiều điều khoản có lợi trong phạm vi có thể. Tuy nhiên, muốn thương lượng thành công, bất kỳ một nhà thương lượng nào, dù đó là nhà thương lượng giỏi nhất, cũng phải thoả mãn một phần lợi ích của phía bên kia, ở mức mà họ có thể chấp nhận được. Trong trường hợp ngược lại, họ sẽ rút lui khỏi thương lượng. Cho nên, một vấn đề rất quan trọng trong thương lượng là bạn phải hiểu bên thương lượng với mình, xác định được mức lợi ích mà họ có thể chấp nhận.

Như vậy, thương lượng là một sự hợp tác đôi bên cùng có lợi.

- *Thứ tư*, thương lượng phải dựa trên cơ sở pháp luật, lấy pháp luật làm chuẩn.

Trong trường hợp thương lượng thành công, các bên đi đến thoả thuận và công việc tiếp theo là triển khai thực hiện thoả thuận đó. Trong quá trình này không hiếm khi xảy ra tranh chấp, và cơ sở để giải quyết các tranh chấp đó là các quy định của pháp luật, các thông lệ. Vì vậy, nhà thương lượng phải là người am hiểu pháp luật, am hiểu các thông lệ liên quan đến vấn đề được thoả thuận. Trong trường hợp ngược lại, họ dễ bị thiệt hại khi phía bên kia không thực hiện hoặc thực hiện không nghiêm túc những điều khoản đã thoả thuận.

- *Thứ năm*, thương lượng vừa là một khoa học vừa là một nghệ thuật.

Thương lượng là một khoa học cho nên muốn trở thành một nhà thương lượng giỏi, trước hết bạn phải nắm được bản chất, các nguyên tắc của thương lượng, phải nắm vững vấn đề cần trao đổi, bàn bạc. Tuy nhiên, thương lượng còn là một nghệ thuật, kiến thức sâu rộng chưa đủ đảm bảo cho sự thành công của cuộc thương lượng. Ngoài kiến thức, sự am hiểu vấn đề, bạn còn phải linh hoạt được nghệ thuật thương lượng, tức là phải linh hoạt, nhanh nhạy, khéo léo, nhạy cảm, tinh tế, cương nhu hợp lý, biết thuyết phục người khác. Chính vì vậy, không phải ai cũng có thể trở thành nhà thương lượng giỏi. Có những vấn đề đơn giản nhưng do sự thiếu khéo léo của bạn mà xung đột thêm trầm trọng. Ngược lại, có vấn đề phức tạp nhưng có người do tài nói năng và sự khéo léo của mình lại đạt được sự thoả thuận một cách nhanh chóng.

Tóm lại, thương lượng là một quá trình phức tạp. Nó đòi hỏi không chỉ kiến thức, sự am hiểu vấn đề mà cả sự khéo léo, linh hoạt, óc quan sát, tài ăn nói của chúng ta.

2. Đánh giá cuộc thương lượng

Để đánh giá một cuộc thương lượng là thành công hay thất bại, chúng ta phải căn cứ vào những tiêu chí dưới đây:

- *Tiêu chí thực hiện mục tiêu*: Tức là mục tiêu đề ra có đạt được hay không, đạt được ở mức độ nào. Dĩ nhiên, một cuộc thương lượng không thành công nếu mục tiêu đề ra không đạt được;

- *Tiêu chí giá thành*: Giá thành của cuộc thương lượng phải hợp lý. Giá thành của thương lượng bao gồm:

+ Mức độ nhượng bộ để có thoả thuận;

+ Các hao tổn về nhân lực, vật lực, trí lực, thời gian;

+ Chi phí cơ hội: Khi chúng ta lo đàm phán với một đối tác này thì chúng ta có thể bỏ qua cơ hội đàm phán với những đối tác khác. Chính vì vậy, khi có nhiều đối tác muốn thương thuyết với chúng ta, chúng ta cần phải tìm hiểu để lựa chọn được đối tác tốt nhất, phù hợp nhất.

- *Tiêu chí quan hệ*: Tức là cuộc thương lượng có tác dụng tăng cường, phát triển mối quan hệ giữa các bên hay không. Trên thực tế, không hiếm khi sau khi thoả thuận và thực hiện thoả thuận thì mối quan hệ giữa các bên cũng bị suy giảm, thậm chí đổ vỡ. Những cuộc thương lượng như vậy khó có thể nói là thành công.

III. CÁC KIỂU THƯƠNG LƯỢNG

Căn cứ vào thái độ, mục đích và phương pháp đạt mục đích của người tiến hành thương lượng, có thể chia thương lượng ra thành ba kiểu: thương lượng kiểu mềm, thương lượng kiểu cứng và thương lượng dựa trên những nguyên tắc khách quan.

1. Thương lượng kiểu mềm

Thương lượng kiểu mềm có các đặc điểm cơ bản sau:

- *Thái độ*: Xem người thương lượng với mình (đối tác) như là bạn bè, người nhà;

- *Mục đích*: Mục đích cao nhất là giữ gìn, phát triển mối quan hệ tốt đẹp với đối tác chứ không phải là lợi ích kinh tế;

- *Phương pháp*: Sẵn sàng nhượng bộ để đạt thoả thuận.

Thương lượng kiểu mềm có ưu điểm là dễ đạt được thoả thuận, tốc độ đàm phán nhanh và duy trì được mối quan hệ thân thiện. Tuy nhiên, trong cuộc sống cũng như trong kinh doanh, nếu bạn chọn thương lượng kiểu mềm thì bạn dễ phải chịu nhiều thua thiệt, nhất là khi đối tác của bạn có lập trường cứng rắn. Trên thực tế, các nhà thương thuyết ít khi chọn thương lượng kiểu mềm. Thường thì thương lượng kiểu mềm được áp dụng trong những trường hợp mà các bên có mối quan hệ đặc biệt tốt, hoàn toàn tin cậy lẫn nhau, hoặc trong quan hệ gia đình, dòng họ.

2. Thương lượng kiểu cứng

Ngược với thương lượng kiểu mềm, người chọn thương lượng kiểu cứng chủ trương đưa ra những điều khoản cứng rắn và tìm cách buộc bên đối tác phải chấp nhận chúng.

Thương lượng kiểu cứng có những đặc điểm cơ bản sau:

- *Thái độ*: Xem đối tác như địch thủ cần phải đè bẹp;

- *Mục đích*: Dành phần thắng bằng mọi giá;

- *Phương pháp*: Uy hiếp đối tác, buộc đối tác phải chấp nhận những điều khoản bất lợi.

Thương lượng kiểu cứng có nhiều nhược điểm:

- *Thứ nhất*, thương lượng theo kiểu cứng đưa người đàm phán vào thế cứng nhắc, thiếu linh hoạt.

Chọn thương lượng theo kiểu cứng nghĩa là bạn đưa ra lập trường cứng rắn, tìm mọi cách để bảo vệ nó, chứng minh nó là đúng, do đó bạn không dễ gì điều

chính yêu cầu của mình, bởi điều đó dễ làm mất thể diện của bạn. Cũng chính vì vậy bạn có thể bỏ qua những đề xuất hợp lý của đối tác khi chúng chưa đáp ứng hoàn toàn yêu cầu của bạn. Bạn hãy xem hai cuộc mặc cả giá dưới đây:

Tại một quầy hàng bán quần áo, một người đàn ông đang xem một chiếc áo sơ mi. Ông ta có vẻ rất thích chiếc áo đó.

- Chiếc áo này giá bao nhiêu hở cô?

- Hai trăm ngàn bác ạ.

- Nhiều thế cơ à! Bao nhiêu thì cô bán?

- Đúng giá đấy bác ạ, ở đây chúng cháu không nói thách đâu.

Người đàn ông (sau một vài giây lưỡng lự):

- Một trăm năm mươi ngàn cô có bán không?

- Bác có trả kém một đồng cháu cũng không bán, đấy là giá chuẩn của Công ty rồi.

- Thôi vậy, chào cô!

Người đàn ông đi ra và bước vào một quầy khác cách đấy vài trăm mét. Ở đây ông lại tìm thấy mẫu áo tương tự:

- Chiếc áo này cô bán bao nhiêu? – Người đàn ông lại lên tiếng hỏi.

- Một trăm tám mươi ngàn đồng bác ạ.

- Một trăm năm mươi ngàn cô có bán không?

- Cháu không nói thách nhiều thế đâu bác ạ, nếu bác mua thì cháu để cho bác một trăm bảy mươi ngàn.

- Thôi thế này cô nhé, tôi trả cô 160.000đ, coi như chúng ta chưa đôi phần chênh lệch.

- Bác thật là khéo mặc cả ! Cháu mở hàng cho bác để lấy may vậy.

Và người đàn ông ra về với chiếc áo sau khi đã trả cho chủ hàng 160.000đ.

Trong ví dụ trên, bạn có thể thấy rằng chủ quầy hàng thứ nhất giữ lập trường cứng rắn, không linh hoạt điều chỉnh mức giá cho phù hợp, mặc dù người đàn ông đã đưa ra một đề nghị tương đối hợp lý (nếu lấy thoả thuận trong cuộc thương lượng sau làm chuẩn), nên đã bỏ lỡ một cơ hội kiếm lời. Như vậy, lập trường cứng rắn có thể làm cho chúng ta thiếu sáng suốt trong quá trình thương lượng.

- Thứ hai, thương lượng theo kiểu cứng thường kéo dài, tốn nhiều thời gian và công sức.

Trong thương lượng kiểu cứng, bạn đưa ra những yêu cầu có lợi nhất cho bạn và tìm mọi cách bảo vệ nó, bám chặt lấy nó, ít chú ý đến lợi ích của đối tác. Trong quá trình thương lượng, bạn nhượng bộ từng chút một và nếu đối tác cũng làm như vậy thì cuộc thương lượng sẽ kéo dài, làm hao tổn sức lực mà khó đi đến một thoả thuận nào.

- *Thứ ba*, thương lượng theo kiểu cứng làm tổn hại mối quan hệ giữa hai bên, thậm chí làm đổ vỡ mối quan hệ.

Khi thương lượng theo kiểu cứng, bạn chỉ cố làm sao ép đối tác chấp nhận những điều khoản có lợi nhất cho bạn, không đếm xỉa đến lợi ích của đối tác. Điều này luôn làm đối tác bất bình, trong con mắt của họ, bạn là một đối tác “xấu”, tham lam, ích kỷ, và nếu họ có chấp nhận điều kiện của bạn thì cũng do tình thế, sau khi thoát khỏi tình thế đó họ sẽ sẵn sàng quên ngay bạn. Ngay cả trong gia đình, không ít trường hợp thương lượng kiểu cứng làm cho vợ xa chồng, con xa bố, anh em chia lìa.

- *Thứ tư*, thương lượng theo kiểu cứng thường đưa đến những khó khăn khi thực hiện thoả thuận.

Trong thương lượng theo kiểu cứng, do thoả thuận đạt được chỉ vì lợi ích của một phía, cho nên, cho dù những yêu cầu của bạn được bên đối tác chấp nhận thì họ vẫn luôn có cảm giác bất bình vì bị chèn ép, bị thua thiệt và họ tìm cách phản kháng khi thực hiện thoả thuận: dằng dụa kéo dài việc thực hiện, thực hiện qua loa và chấm dứt ngay thoả thuận với bạn khi có thể.

Tóm lại, thương lượng kiểu cứng là thương lượng dựa trên sức mạnh, trên ưu thế của một bên để áp đặt ý chí chủ quan của mình đối với bên khác. Nó vi phạm nghiêm trọng nguyên tắc đôi bên cùng có lợi trong kinh doanh và không phù hợp với một xã hội dân chủ, văn minh.

3. Thương lượng dựa trên những nguyên tắc khách quan

Kiểu thương lượng dựa trên những nguyên tắc khách quan do Trung tâm nghiên cứu về thương lượng thuộc Đại học Harvard đưa ra, cho nên còn gọi là thương lượng Harvard. Kiểu thương lượng này có những đặc điểm cơ bản sau:

- *Thứ nhất*, về thái độ, các bên xem nhau như là cộng sự, cùng hợp tác để giải quyết vấn đề.

Để làm được điều này, các nhà nghiên cứu chủ trương tách con người ra khỏi vấn đề, nghĩa là không để những định kiến, những tình cảm nảy sinh trong quá trình thương lượng làm méo mó hình ảnh về nhau, từ đó nhìn nhận

vấn đề cũng sai lệch. Các bên cần phải gạt bỏ những yếu tố đó, sát cánh cùng nhau tấn công vấn đề chứ không phải tấn công nhau.

- *Thứ hai*, về mục đích, mục đích của các bên là tìm kiếm lợi ích chung, tức là giải quyết vấn đề theo cách đôi bên cùng có lợi.

- *Thứ ba*, về phương pháp, các bên thống nhất đưa ra những tiêu chuẩn khách quan và thoả thuận dựa trên những tiêu chuẩn này.

Trong những cuộc thương lượng không cân sức, bên đối tác có thể tìm cách ép bạn thực hiện những thoả thuận có lợi cho họ, nghĩa là theo ý muốn chủ quan của họ. Bằng cách đòi hỏi đưa ra những tiêu chuẩn khách quan, bạn có thể chống trả lại sức ép đó để đạt được thoả thuận đôi bên cùng có lợi. Chẳng hạn, bạn trao đổi với một ông chủ về giá cả của một công trình xây dựng. Sau khi đưa ra những yêu cầu về mặt kỹ thuật, ông ta áp đặt luôn cả giá công trình cho bạn. Là một nhà xây dựng chuyên nghiệp, bạn biết rằng với số tiền đó không thể xây dựng một công trình với những đòi hỏi về kỹ thuật như vậy mà không bị lỗ. Trong trường hợp này, bạn cần đưa ra nguyên tắc tính giá thành của công trình, đó là: giá thành = tiền nguyên vật liệu + các chi phí khác + tiền công.

Ngoài ra, trong thương lượng Harvard, dựa trên những tiêu chuẩn khách quan, mỗi bên còn đưa ra những phương án giải quyết vấn đề khác nhau để lựa chọn, thay thế, đảm bảo thoả thuận đạt được là tối ưu nhất.

IV. QUÁ TRÌNH THƯƠNG LƯỢNG

Quá trình thương lượng có thể được chia thành ba giai đoạn: chuẩn bị, tiếp xúc và tiến hành thương lượng.

1. Giai đoạn chuẩn bị

Thương lượng là một hoạt động phức tạp. Để có thể thành công, bạn cần có sự chuẩn bị kỹ trước mỗi cuộc thương lượng. Công việc chuẩn bị bao gồm: Đánh giá bản thân, đánh giá đối tác, tổ chức nhóm thương lượng, xác định mục tiêu, kế hoạch và chiến thuật thương lượng, thương lượng thử.

1.1. Đánh giá bản thân

Người xưa nói rằng, biết người biết ta trăm trận trăm thắng. Cho nên, việc cần làm đầu tiên là bạn phải nhận thức đúng bản thân mình, hoàn cảnh, những điểm mạnh điểm yếu của bản thân. Kết quả của việc đánh giá bản thân là bạn phải trả lời được những câu hỏi cơ bản sau:

- Bạn có am hiểu vấn đề sẽ được đưa ra trao đổi, bàn bạc hay không?
- Điểm mạnh, điểm yếu của bạn là gì? Làm sao để hạn chế, khắc phục điểm yếu?

Ngoài ra, bạn cũng cần phải áp dụng những biện pháp cần thiết để chuẩn bị cho mình tâm lý tự tin, sẵn sàng trước cuộc thương lượng.

1.2. Tìm hiểu đối tác

Khi tìm hiểu về đối tác, bạn cần chú ý đến những khía cạnh dưới đây:

- *Khả năng của đối tác*: Khả năng tài chính, năng lực sản xuất, kinh doanh, mức độ trang bị kỹ thuật...

- *Mục đích của đối tác*: Tại sao đối tác muốn thương lượng với bạn, họ muốn gì, ý định của họ có chân thành, nghiêm túc không và ngoài bạn, đối tác còn đàm phán với ai khác nữa không?

- *Ai là người sẽ trực tiếp thương lượng với bạn*, địa vị, quyền hạn, sở thích, tính cách, kinh nghiệm của họ? Trong trường hợp đoàn thương lượng, bạn cần phải biết ai là người có vai trò quyết định, quan hệ giữa các thành viên trong đoàn.

1.3. Tổ chức đoàn thương lượng

Trong trường hợp thương lượng diễn ra giữa hai phái đoàn, việc tổ chức đoàn thương lượng có ý nghĩa quan trọng. Thông thường, cơ cấu của đoàn đàm phán bao gồm:

- *Trưởng đoàn*

Đây là người giữ vai trò quan trọng nhất trong đoàn. Trưởng đoàn trình bày ý kiến, yêu cầu của đoàn về từng điểm, từng khía cạnh; phân tích, xem xét ý kiến của đối tác; có một loạt xét đoán tại chỗ như: đưa ra thông tin, tài liệu mới khi nào, đáp lại ý kiến của đối tác ra sao... những quyết định này sẽ trực tiếp chi phối tiến trình và không khí của cuộc thương lượng.

- *Chuyên gia thương lượng*: Là những người có chức năng phân tích và xử lý từng khía cạnh riêng của vấn đề thuộc lĩnh vực mà chuyên gia đó am hiểu. Chẳng hạn, khi thương lượng về vấn đề gia công sản phẩm dệt may, chuyên gia về vấn đề này sẽ đứng ra phân tích, giải thích những khía cạnh liên quan. Trong những cuộc thương lượng phức tạp, thường có nhiều chuyên gia, mỗi chuyên gia đảm nhận một khía cạnh, một công đoạn nào đó của cuộc thương lượng.

- *Quan sát viên*

Nhiệm vụ của quan sát viên là quan sát, theo dõi tiến trình đàm phán, mọi

động thái của bên đối tác cũng như của bên mình nhằm phát hiện những vấn đề nảy sinh tại bàn đàm phán, từ đó giúp trưởng đoàn điều phối hoạt động của cả đoàn và quá trình thương lượng. Quan sát viên không phải tham gia vào các cuộc tranh cãi, bàn luận tại bàn đàm phán, cho nên họ ít chịu tác động cảm xúc của cuộc thương lượng và dồn mọi sự chú ý vào việc quan sát. Chính quan sát viên là người có thể phát hiện những vấn đề mà nhiều khi trưởng đoàn hay các chuyên gia thương lượng không nhìn thấy.

1.4. Xác định mục tiêu, kế hoạch thương lượng

Mục tiêu là cái đích bạn hướng tới, cái bạn cần đạt được trong cuộc thương lượng. Khác với mục đích, mục tiêu mang tính cụ thể hơn. Ví dụ, mục đích của bạn là tìm người góp vốn để thành lập Công ty, còn mục tiêu của cuộc thương lượng là thuyết phục đối tác góp ít nhất 25% tổng số vốn cần thiết.

Để có thể linh hoạt trong quá trình thương lượng, bạn nên đề ra ba mức mục tiêu:

- *Mục tiêu cao nhất* là cái đích lý tưởng của cuộc thương lượng. Thương lượng sẽ đạt mục tiêu này khi tất cả đều tốt đẹp.

- *Mục tiêu ở mức trung bình* là mức mục tiêu mà bạn thường cố gắng bám đuổi, chỉ trong trường hợp bất đắc dĩ mới chịu từ bỏ.

- *Mục tiêu thấp nhất* là cái đích thấp nhất của cuộc thương lượng, nếu không đạt được thì bạn không chấp nhận một kết quả nào khác.

Việc xác định mục tiêu một cách hợp lý không phải là đơn giản. Bạn không thể chỉ căn cứ vào cái bạn muốn, cái bạn cần mà trước hết bạn cần thấy rõ điểm mạnh, điểm yếu của mình và đối tác, hoàn cảnh cụ thể, tương lai của mối quan hệ, thời gian... Trong nhiều trường hợp, mục tiêu chưa thể xác định một cách cụ thể ngay từ đầu, chẳng hạn, khi đàm phán về những vấn đề mới, bạn chưa có kinh nghiệm, thông thường bạn giữ thái độ thận trọng, thăm dò, tìm hiểu rồi mới quyết định mục tiêu.

Sau khi xác định mục tiêu, bạn cần lập kế hoạch thương lượng. Trong kế hoạch thương lượng, bạn cần có dự tính các giai đoạn thương lượng, mục tiêu, chiến thuật của từng giai đoạn, thời gian, những tình huống có thể xuất hiện trong thương lượng và cách xử lý v.v.

1.5. Thương lượng thử

Trong những trường hợp phức tạp hoặc thiếu kinh nghiệm, hoặc cuộc thương lượng có ý nghĩa đặc biệt lớn, không cho phép mắc một sai lầm nào, bạn nên tiến hành thương lượng thử, tức là tổ chức hai nhóm thương lượng:

một đóng vai đối tác, với quan điểm, lập trường của đối tác và một – quan điểm, lập trường của bạn để tập dượt.

Ý nghĩa của việc thương lượng thử phụ thuộc vào sự nghiêm túc, sự nhập vai của các thành viên trong hai nhóm thương lượng, đặc biệt là nhóm đóng vai đối tác.

2. Giai đoạn tiếp xúc

Mỗi cuộc thương lượng diễn ra trong một không khí riêng: có cuộc thì vui vẻ, thoải mái, hữu nghị, có cuộc thì căng thẳng, nặng nề, xung đột... Không khí của cuộc thương lượng thường thay đổi trong quá trình thương lượng, tuy nhiên ở mỗi cuộc đều có một bầu không khí chủ đạo, nó bao trùm từ đầu đến cuối cuộc thương lượng.

Bầu không khí lý tưởng cho cuộc thương lượng là không khí thoải mái, hữu nghị, cởi mở, tin cậy lẫn nhau. Trước khi đi vào trao đổi, bàn bạc, các bên nên dành một ít thời gian nói về những vấn đề không liên quan đến thương lượng, như: thời tiết, sự kiện thể thao, điện ảnh hay một câu chuyện hài để tạo không khí nhẹ nhàng, vui vẻ.

Để tạo bầu không khí cởi mở, tin cậy lẫn nhau, bạn cần phải làm cho đối tác cảm thấy bạn là người đáng tin cậy. Muốn vậy, trước hết bạn cần chu đáo, tận tình với đối tác. Nhiều khi chỉ vì một lời nói thiếu suy nghĩ, một động tác, cử chỉ không hợp lễ nghi, một lần sắp đặt thiếu chu đáo... cũng có thể ảnh hưởng xấu đến niềm tin của đối tác đối với bạn. Bạn cũng cần thể hiện thành ý của mình, tức là thực sự mong muốn thoả thuận với đối tác để tìm kiếm lợi ích chung, kể cả trong trường hợp đó là đối tác mới bạn không nên quá thận trọng, biểu hiện thái độ khép kín, thăm dò lộ liễu, bởi nếu như vậy thì đối tác cũng sẽ làm tương tự và hai bên càng khó xích lại gần nhau. Để thể hiện thành ý, bạn có thể sử dụng một tình huống tiếp xúc không chính thức nào đó kể cho đối tác nghe về lòng thành của bạn trong một giao dịch trước đây, cũng có thể tổ chức một số hoạt động như tham quan, xem ca kịch, tiệc chiêu đãi nhằm gây dựng tình cảm tốt đẹp ở đối tác.

Ở đây bạn cần lưu ý rằng lòng tin được gây dựng qua việc làm chứ không phải qua lời nói. Bạn cần thực hiện đúng giao ước, những gì đã hứa thì phải thực hiện, những gì không thể làm được thì cũng phải nói rõ, không được hứa rồi để đấy, khất lần, khất lần.

Ngoài việc tạo bầu không khí phù hợp cho cuộc thương lượng, trong giai đoạn tiếp xúc, các bên còn thường thăm dò nhau, tức là tìm hiểu xem lập

trường, thái độ thực của phía bên kia thế nào, có thực sự mong muốn hợp tác hay không. Lúc này, những lời nói, cử chỉ, hành vi của mỗi bên trở thành đối tượng quan sát, đánh giá của bên còn lại. Tuy nhiên, bạn cần lưu ý làm điều này một cách thận trọng và tế nhị.

Kết quả của việc thăm dò có thể dẫn đến những sự điều chỉnh nhất định trong kế hoạch và chiến thuật thương lượng.

3. Giai đoạn tiến hành thương lượng

Sau giai đoạn tiếp xúc, các bên chuyển sang trao đổi, bàn bạc vấn đề cần giải quyết, tức là tiến hành thương lượng. Giai đoạn này có thể chia ra làm ba bước: Đưa ra yêu cầu, điều chỉnh yêu cầu, thoả thuận và ký kết hợp đồng.

3.1. Đưa ra yêu cầu

Bắt đầu cuộc thương lượng, các bên đưa ra yêu cầu của mình. Việc đưa ra yêu cầu hợp lý có ý nghĩa quan trọng. Chẳng hạn trong bán hàng, nếu chủ cửa hàng nói thách quá cao, khách hàng dễ bỏ đi vì cho rằng chủ hàng thiếu thiện chí. Cho nên chủ hàng chỉ nên phát giá cao hơn giá bán một chút là hợp lý.

Một khía cạnh khác ở đây là đưa ra yêu cầu trước hay đưa ra yêu cầu sau có lợi hơn? Điều này, nhìn chung, không quan trọng lắm, tuy nhiên phụ thuộc vào từng tình huống mà nó cũng có ý nghĩa nhất định. Bên đưa ra yêu cầu trước là bên giữ được thế chủ động và yêu cầu đó sẽ chi phối toàn bộ quá trình thương lượng. Chẳng hạn, sau khi người bán phát giá thì việc mặc cả sẽ xoay quanh giá này. Tuy nhiên, nếu bạn không thật nắm chắc vấn đề, tức là không thật sự tin chắc vào tính tương đối hợp lý trong yêu cầu của mình thì bạn có thể bị “hớ”. Ngược lại, bên đưa ra yêu cầu sau cũng có lợi thế là có thể điều chỉnh yêu cầu của mình cho phù hợp sau khi đã biết yêu cầu của bên kia.

3.2. Điều chỉnh yêu cầu

Yêu cầu của hai bên sẽ có sự khác nhau. Thông thường ai cũng muốn bảo vệ yêu cầu của mình. Tuy nhiên, mỗi bên chỉ đạt được lợi ích khi cùng nhau đi đến được ý kiến thống nhất. Vì vậy, hai bên phải bàn bạc, trao đổi để điều chỉnh yêu cầu cho hợp lý.

Trong thương lượng, muốn bảo vệ được lợi ích của mình, bạn phải hiểu rõ yêu cầu của đối tác, tại sao họ đưa ra yêu cầu như vậy, giữa yêu cầu của mình và của đối tác những chỗ nào khác nhau và tại sao chúng tồn tại.

Ở đây có ba tình huống có thể:

- *Thứ nhất*, yêu cầu của cả hai bên đều hợp lý và vì thế sự khác nhau hiện

hữu cũng hợp lý. Trong trường hợp này, bạn nên phân tích, làm rõ tình huống thực tế này, vận động mỗi bên đều có sự nhượng bộ tương ứng để đạt đến sự nhất trí.

- *Thứ hai*, yêu cầu của đối tác là hợp lý nhưng yêu cầu của bạn lại hơi cao. Trong trường hợp này, bạn nên cân nhắc lại lập trường của mình, có nên giữ nguyên hay không, đặc biệt là khi đối tác cũng phát hiện thấy điểm bất hợp lý đó.

Khi nhượng bộ, bạn cần chú ý một số điểm sau đây:

+ Bạn cần cho đối tác thấy sự nhượng bộ của bạn là một bước quan trọng và đó là do thành ý của bạn chứ không phải do hấp tấp, vội vàng hay do sợ sức ép của họ.

+ Bạn có thể vận dụng nguyên tắc giá trị tương đương, tức là bạn bằng lòng từ bỏ lợi ích ở một mặt nào đó để đổi lấy lợi ích tương đương ở một mặt khác.

+ Lấy nhượng bộ để đổi lấy nhượng bộ chứ không nên nhượng bộ đơn phương. Nếu sau khi bạn đã có một sự nhượng bộ quan trọng mà đối tác không có sự nhượng bộ đáp lại thì thông thường bạn không thể tiếp tục nhượng bộ.

- *Thứ ba*, yêu cầu của đối tác có chỗ bất hợp lý hơn yêu cầu của bạn. Trong trường hợp này, bạn cần chỉ ra cho đối tác thấy sự bất hợp lý của họ với những chứng cứ, lý lẽ xác đáng và thuyết phục họ điều chỉnh. Tất nhiên, bạn cần làm điều này một cách khéo léo, mềm mỏng, đừng làm đối tác mất thể diện.

Trong trường hợp tồn tại cách biệt trong yêu cầu của hai bên và hai bên không chịu nhượng bộ thì thương lượng sẽ đi vào thế bế tắc.

4. Đi đến thoả thuận và ký kết hợp đồng

Sau khi hai bên đã có sự nhượng bộ và đi đến ý kiến thống nhất, cả hai nên kiểm tra lại một lần nữa những điểm đã được nhất trí. Tiếp đó mới soạn thảo hợp đồng. Khi soạn thảo hợp đồng, bạn cần chú ý dùng từ ngữ chuẩn xác, nội dung phải rõ ràng, cụ thể. Nếu có từ có nhiều nghĩa thì phải xác định nghĩa nào của nó được sử dụng trong hợp đồng. Hợp đồng càng cụ thể, chặt chẽ thì càng dễ hạn chế được những tổn thất khi có tranh chấp, khiếu kiện.

Câu hỏi

1. Thương lượng là gì? Nguyên nhân của thương lượng?
2. Nêu những đặc điểm cơ bản của thương lượng. Từ đây bạn có thể rút ra những kết luận thực tiễn gì?
3. "Thương lượng không phải là một ván cờ, không nên yêu cầu một thắng một thua,

cũng không phải là một trận chiến phải tiêu diệt hoặc đặt đối phương vào thế chết, mà thương lượng vẫn là một cuộc hợp tác đôi bên cùng có lợi" (Niereinberg).

Bạn hãy giải thích câu nói trên.

4. Nêu đặc điểm, ưu điểm và nhược điểm của các kiểu thương lượng.

5. Bạn hãy nêu một cuộc thương lượng mà bạn đã tiến hành và xác định kiểu thương lượng mà bạn đã áp dụng.

6. Nêu nội dung cơ bản của các giai đoạn trong quá trình thương lượng.

Bài tập tình huống

1. Người bố đi làm về mua cho hai anh em một chiếc bánh, bảo hai anh em lấy dao chia ra mà ăn. Nhưng hai anh em, đứa nào cũng đòi cầm dao cắt bánh, không đứa nào chịu nhường đứa nào. Người bố thấy vậy liền bảo: "Này, các con, làm gì mà cãi nhau ầm ĩ lên thế. Theo bố thì thế này: đứa nào cầm dao cắt thì nhường cho đứa kia lấy phần trước, có được không". Hai đứa trẻ lập tức ưng thuận.

Bạn có nhận xét gì về kiểu thương lượng của hai đứa trẻ trong trường hợp trên? Tại sao đề xuất của người bố lại giải quyết được vấn đề?

2. Một người đàn ông bước vào một gian hàng đồ may mặc ở một trung tâm thương mại lớn nhất nhì Hà Nội. Người đàn ông chọn hai chiếc áo sơ mi cộc tay rồi tiến đến chỗ nhân viên bán hàng.

- Hai chiếc áo này bao nhiêu tiền cô ơi?

- Nhân viên bán hàng (sau khi xem giá):

- Năm trăm năm mươi ngàn anh ạ.

- Nhiều tiền thế cơ à! Bao nhiêu thì cô bán?

- Đúng giá đấy anh ạ. Đây là hàng "xịn", Công ty em trực tiếp nhập từ Hồng Kông, vải tơ tằm, mặc rất mát lại không bị nhàu.

- Vẫn biết thế nhưng cô giảm cho chút ít, năm trăm ngàn hai chiếc cô nhé?

- Không được anh ạ, giá của bọn em do Công ty quy định, hơn nữa anh mua ở đây là rẻ nhất đấy, nếu ra ngoài anh sẽ phải trả cao hơn bởi họ lấy hàng của bọn em.

Sau một vài giây cân nhắc, người đàn ông rút ví trả tiền. Vài hôm sau, khi đi trên phố Kim Liên, tình cờ người đàn ông nhìn thấy trong một gian hàng trưng bày chiếc áo y hệt loại áo mà mình đã mua.

- Chiếc áo này ở đây cô bán bao nhiêu?

- Dạ, thưa chú, một trăm năm mươi ngàn ạ.

- Cô nói bao nhiêu?

- Dạ, một trăm năm mươi ngàn ạ, nhưng nếu chú mua, cháu chỉ lấy một trăm bốn mươi ngàn thôi.

- Cảm ơn cô, tôi hỏi cho biết thôi vì mấy hôm trước tôi đã mua rồi. Lần sau, nếu cần, tôi sẽ ra đây mua cho cô.

Nói rồi người đàn ông bước ra khỏi quầy hàng: “Đúng là mình bị lừa, lần sau không bao giờ đến đó mua gì nữa”.

Bạn có nhận xét gì về kiểu thương lượng mà nhân viên bán hàng ở tình huống đầu tiên đã áp dụng và nhược điểm của nó?

3. Bạn hãy đọc kỹ tình huống sau đây, sau đó xác định xem người nào áp dụng kiểu thương lượng nào và tại sao anh Nam lại là người thắng?

Chiếc xe hơi của GD công ty Z (CTZ) bị một chiếc xe tải mất phanh, thuộc công ty xe tải (CTXT), lao vào đâm nát khi đang đỗ ở lề đường. Vì lỗi hoàn toàn thuộc về phía CTXT nên CTXT phải bồi thường cho CTZ, nhưng số tiền là bao nhiêu thì còn phải thương lượng. Anh Nam - trợ lý giám đốc công ty Z được uỷ quyền lên làm việc với đại diện Công ty xe tải(ĐDCTXT).

- ĐDCTXT: Chúng tôi đã xem xét vụ việc và quyết định bồi thường cho các ông. Các ông được thanh toán 150 triệu.

- A. Nam: Tôi hiểu, nhưng các ông tính thế nào ra con số đó?

- ĐDCTXT: Đó là giá trị của chiếc xe theo quyết định của chúng tôi.

- A Nam: Tôi hiểu, nhưng các ông căn cứ vào đâu mà định giá chiếc xe như vậy? Các ông có biết chỗ nào có thể mua được chiếc xe như vậy với giá đó hay không?

- ĐDCTXT: Thế ông muốn bao nhiêu?

- A Nam: Tôi chỉ muốn nhận được đúng mức mà công ty tôi có thể được bồi thường. Tôi biết rằng có một chiếc xe đã qua sử dụng như xe của chúng tôi người ta mới bán với giá 220 triệu, cộng với thuế và các chi phí khác giá lên đến 235 triệu.

- ĐDCTXT: Những 235 triệu cơ à, như thế là quá nhiều!

- A Nam: Tôi không muốn đòi 100 triệu, 150 triệu, 200 hay 300 triệu mà chỉ là một khoản bồi thường thoả đáng thôi. Chúng tôi phải được đền bù số tiền đủ để mua được chiếc xe như xe của chúng tôi chứ, ông có nghĩ thế không?

- ĐDCTXT: Thôi được, chúng tôi sẽ bồi thường cho các ông 180 triệu, đó là mức cao nhất đấy.

- A Nam: Các ông cho số tiền như vậy là thế nào?

- : Đó là số tiền cao nhất mà công ty chúng tôi có thể bồi thường cho các ông, nhận hay không là tùy các ông.

- A Nam: Tôi cũng chẳng biết số tiền 180 triệu là có hợp lý hay không, nhưng nếu các ông không đưa ra những căn cứ để giải thích tại sao lại là 180 triệu thì có lẽ chúng tôi phải đưa vấn đề này ra nhờ toà án giải quyết. Tại sao chúng ta không xem xét lại vấn đề một lần nữa rồi hãy thương lượng? Chính giờ sáng thứ hai chúng ta lại gặp nhau lần nữa có tiện cho ông không?

Thứ hai, hai bên lại gặp nhau:

- ĐDCTXT: Nay ông Nam, chúng tôi có tờ quảng cáo bán chiếc xe như xe của các ông với giá 231 triệu, thuế và lệ phí trước bạ do bên bán chịu.

- A Nam: Quảng cáo nói xe đã chạy bao nhiêu?

- ĐDCTXT: 60 ngàn cây số.

- A Nam: Xe của chúng tôi mới chạy có 35 ngàn cây số thôi, vậy theo các ông thì xe của chúng tôi tăng thêm bao nhiêu?

- DDCTXK: Để tính xem nào.....5 triệu 600 ngàn.

- Như vậy nếu lấy giá chiếc xe trong quảng cáo làm cơ sở thì xe của chúng tôi giá bao nhiêu thưa ông?

- ĐDCTXK: 236 triệu 600 ngàn đồng.

Và cuối cùng, hai bên thoả thuận CTXT phải bồi thường cho CTZ số tiền là 236 triệu 600 ngàn đồng.

4. Bạn hãy đọc kỹ tình huống sau và nhận xét về những vấn đề sau đây:

- Quá trình chuẩn bị thương lượng của hai bên;

- Kiểu thương lượng mà hai bên áp dụng;

- Quá trình bàn bạc, trao đổi giữa hai bên;

- Tại sao Jones lại thành công?

Manthy là một doanh nghiệp chuyên sản xuất thiết bị văn phòng. Jones là giám đốc phụ trách thiết kế sản phẩm, còn Saw Paker – giám đốc phụ trách bán sản phẩm. Đầu những năm 80, dưới sự chủ trì của Jones, bộ phận thiết kế đưa ra thiết bị mới "Serie 500"; tốc độ vận chuyển tối đa là 1300 vòng/1giờ. Tuy nhiên, Jones vẫn chưa bằng lòng và đang tiếp tục nghiên cứu để nâng tốc độ lên 2600 vòng/giờ. Nhưng tổng giám đốc lại không muốn kéo dài sự chờ đợi và quyết định đưa sản phẩm 1300 vòng/giờ ra thị trường. Jones không đồng ý nhưng chẳng biết làm sao, bèn đồng ý chấp hành mệnh lệnh với điều kiện tiên quyết là thiết bị mới đưa ra thị trường phải ghi rõ "tốc độ tối đa không vượt quá 1300vòng/giờ". Ý đồ của Jones là để phòng Saw Paker chỉ chú trọng đến số lượng sản phẩm bán ra, còn những nhân tố bất lợi đối với việc bán hàng và hậu quả gây ra đối với các bộ phận khác thì không hề nghĩ đến.

Quả nhiên, khi sản phẩm mới được tung ra thị trường, Saw Paker không nói gì về tốc độ tối đa cho phép. Việc bán hàng diễn ra thuận lợi. Nhưng khách hàng không biết giới hạn cho phép về tốc độ, cứ cho máy chạy thật nhanh, vượt cả tốc độ quy định và sự cố liên tục xảy ra.

Khi tổ chức việc sửa chữa những thiết bị đó Jones biết rõ nội tình, hiểu được thủ đoạn của Saw Paker. Jones rất căm giận vì cái trò ma mãnh của Saw Paker đã chôn vùi "Serie 500", làm hỏng hoại danh dự của bộ phận thiết kế và sự nghiệp nghiên cứu chế tạo của ông ta (Jones). Do đó, Jones báo cáo sự việc này lên tổng giám đốc.

Jones và Saw Paker là hai "ái khanh" của tổng giám đốc, mỗi người lãnh trách nhiệm một bộ phận rất quan trọng, sự tranh chấp của hai người này sẽ ảnh hưởng đến lợi ích của toàn doanh nghiệp. Vì vậy, tổng giám đốc trình trọng mời cả Jones và Saw Paker lên gặp, nhưng chỉ nói với hai người một câu: "Về vấn đề nảy sinh trong tiêu thụ "Serie 500", tôi đề nghị hai vị tự giải quyết lấy". Hai người hẹn nhau trước mặt tổng giám đốc rằng một tuần lễ sau sẽ đàm phán với nhau.

Có một tuần lễ để chuẩn bị đàm phán, trong thời gian đó, thái độ hai người hoàn toàn khác nhau. Saw Paker là con người có tâm tư và nông nổi, ông ta sưu tập cho được "con bài thắng: thư khen của khách hàng nói rằng "Serie 500" cho chạy quá tốc độ vẫn tốt! Saw Paker chuẩn bị đưa những lá thư này ra để đánh lại Jones trên bàn đàm phán, không một

chút khách khí. Còn Jones là con người trầm tĩnh, ông không vội làm rùm beng việc sưu tầm tài liệu nói về cách chơi xấu của đối phương, mà chú trọng phân tích tâm lý của Saw Paker. Trước hết, theo Jones, Saw Paker là một con người kiêu ngạo không hiểu đâu là tình, đâu là lý; ông ta không chỉ luôn luôn tiếp xúc với Jones và các trợ lý của Jones mà còn tỏ ra hết sức tò mò, thường hỏi cặn kẽ điều này, điều khác, không hề cảm thấy xấu hổ với mục đích tìm hiểu công việc của đối phương; nếu phát hiện thứ kỹ thuật nào có thể làm tăng thành tích tiêu thụ của ông ta thì ông ta hỏi cho đến cùng. Ngoài ra, Saw Paker còn là một con người rất cầu tiến bộ, luôn luôn mong muốn được mọi người công nhận mình; trong con người anh ta có một xung lực rất mạnh, anh ta muốn làm công việc tiêu thụ thật xuất sắc, thật hơn người, để có thật nhiều thư khen và bằng khen dán đầy trong phòng làm việc. Cuối cùng, cuộc tranh chấp lần này hoàn toàn không phải là do Saw Paker muốn gây sự, muốn gạt Jones, vì anh ta đã nhiều lần chủ động mời Jones và các cấp dưới của Jones cùng ăn cơm hay bằng các hình thức gặp gỡ khác, cốt để tăng cường quan hệ tình cảm đôi bên. Cho nên, những việc làm của Saw Paker đều là vì lợi ích của Công ty, điều này hoàn toàn giống như Jones.

Sau khi phân tích như vậy, Jones thấy rằng cuối cùng phải áp dụng biện pháp tôn trọng lòng tự trọng của đối phương: phải ký được một bản thoả thuận với Saw Paker, bản thoả thuận đó không chỉ có lợi cho một bộ phận, mà còn làm cho tổng giám đốc tin rằng sự thoả thuận đó có chú ý đến lợi ích ngắn hạn và nhu cầu tăng cường lâu dài của Công ty. Để có thể đàm phán và đi đến ký kết thoả thuận một cách thuận lợi với Saw Paker, Jones bắt tay vào việc chuẩn bị chu đáo.

Trước hết là chỉ định một trợ thủ nắm tình hình toàn diện về tiêu thụ, điều tra rõ tình hình kỹ thuật của khách hàng, tìm hiểu quan hệ giữa Saw Paker và khách hàng, thống kê chi tiết tỷ lệ phải sửa chữa theo bảo hành. Tóm lại, phải nắm chắc trong tay toàn bộ các "con bài thắng" để luôn luôn làm chủ tình thế. Sau khi làm xong công đoạn ấy, Jones chuyển sang suy nghĩ về sách lược đàm phán. Ông ta quyết định giương đồng kích tây, đầu tiên ra sức nhấn mạnh vấn đề giới hạn tốc độ tối đa để Saw Paker không thể thoái thác đi đâu được, sau đó có một vài nhượng bộ bằng lời nói để thừa cơ đi tới mục tiêu của mình.

Đúng một tuần sau, Jones và Saw Paker cùng cấp dưới của mình đến bàn đàm phán, họ ngồi đối diện với nhau. Jones thúc ngựa xông trận trước: "Anh Saw Paker, tôi đã đọc lại biên bản trao đổi ý kiến trước khi đưa "Serie 500" ra thị trường. Bộ phận kỹ thuật của chúng tôi đã nói rất rõ rằng tốc độ cao nhất của sản phẩm này không được vượt quá 1300 vòng/giờ, lúc ấy đơn vị tiêu thụ của các anh không có ý kiến gì khác. Nhưng những điều cam kết được ghi trong biên bản đó không được tuân thủ, có phải không?". Jones ngấm ngầm buông mỗi câu của mình ra mà chẳng ai hay biết (đó là mỗi câu).

Saw Paker cười, rồi nói: "Tôi có biết nội dung của biên bản đó. Chẳng phải là bộ phận kỹ thuật của các anh vẫn đang cải tiến "Serie 500" đó sao?" Theo tôi biết, Jones, chẳng phải là anh đã từng bày tỏ rằng chẳng bao lâu nữa, năng lực của thiết bị sẽ được tăng lên rất nhiều, phải vậy không?".

Jones thấy Saw Paker nói ngay vào vấn đề do mình nêu ra, trong bụng bất giác rất mừng, nhân đà đó đưa anh ta vào một ngõ cụt: "Paker, anh nói vậy không có gì là không đúng. Nhưng chúng tôi không nói đến lúc nào thì có thể nâng cao được năng lực của thiết bị. Sự thật hiện nay là chúng tôi không bảo đảm thiết bị "Serie 500" có thể hoạt động bình thường nếu vượt quá tốc độ đã quy định. Nhưng các nhân viên của anh buông tay để cho khách hàng được chạy quá tốc độ quy định...".

Saw Paker vội vàng ngắt lời: "Đơn vị tiêu thụ chúng tôi không buông tay để cho khách hàng cho chạy quá tốc độ, nhân viên của tôi đã đề nghị khách hàng khi sử dụng "Série 500", tốc độ tối đa là 1300/giờ".

Jones thấy Saw Paker đã cắn chặt môi, bèn từ từ kéo dây câu lên. Jones nói: "Quy định là quy định, đề nghị là đề nghị, nếu không khống chế tốc độ của "Série 500" thì dù có nói gì đi nữa, cũng chỉ là làm bộ giả vờ không biết mà thôi".

"Làm bộ không biết? Anh muốn nói rằng nhân viên của tôi không nói thật cho khách hàng biết sản phẩm của Công ty? Jones, tốt nhất là anh hãy đưa chứng cứ ra đây!". Saw Paker không biết rằng mình đã trúng vào mưu kế của Jones, buộc đối phương phải thò con chủ bài của họ ra!

Jones thấy Saw Paker không biết rằng đây là mưu kế của mình, vì vấn đề này tranh cãi nhau mãi rồi, chẳng ai chịu ai, bèn từ từ khống chế "nhiệt độ", không để cho cuộc chạm trán nảy lửa đưa nhiệt độ lên độ nóng bỏng. Nghĩ vậy, Jones cố ý không đưa ngay những tài liệu chứng cứ xác thực đang nằm trong tay ra, để cho Paker cứ sốt ruột mãi. Rồi Jones cười, nói tiếp: "Ồ, chứng cứ thì có quan trọng gì đâu, nhưng đem bán một thứ thiết bị mà trong khi sử dụng rất có thể xảy ra sự cố, chẳng lẽ anh không cảm thấy nguy hiểm hay sao? Anh Saw Paker, chẳng lẽ anh không lo lắng cho uy tín của việc tiêu thụ và của Công ty hay sao?"

Đến đây, do có sự chuẩn bị từ trước, Saw Paker đẩy ra trước mặt mọi người một cặp tài liệu dày cộp, rồi nói: "Jones, trong này đều là thư của khách hàng, họ đều nói rằng "Série 500" cho chạy tốc độ cao, căn bản không có chuyện gì xảy ra, anh xem kỹ đi".

Jones không thêm để ý đến cặp tài liệu đó, chỉ nói: "Những thư khen ấy đều do khách hàng chủ động viết, có phải không?" Saw Paker đáp lại ngay: "Anh nói "chủ động" nghĩa là gì? Đương nhiên là tôi có cử người đến các khách hàng để kiểm tra tình hình sử dụng thiết bị, nhưng chúng tôi không ép khách hàng làm việc gì".

"Không ép". Jones cười gằn và cúi xuống nói nhỏ "Nếu như tôi cho anh biết rằng có những khách hàng kêu ca rằng "Série 500" không thể cho chạy với tốc độ cao hơn, vậy anh phải giải thích như thế nào?"

"Anh lên sau lưng chúng tôi để thu thập tài liệu về tiêu thụ sản phẩm, như vậy là phá hoại quan hệ tốt đẹp giữa đơn vị tiêu thụ chúng tôi và khách hàng. Nếu tôi nói không sai thì anh đã thu thập ý kiến bất bình của khách hàng, anh đã thu thập những lá thư như thế, phải không?". Saw Paker mất tư thế phản công và bắt đầu ở vào thế thủ.

Jones bắt đầu: "Nhưng anh phải thừa nhận rằng bộ môn kỹ thuật có thể nhận được thư bất bình của khách hàng. Nếu xét về điểm này thì những thứ trong cặp tài liệu này phỏng còn ý nghĩa gì nữa? Nó chỉ chứng tỏ rằng anh đã thu thập được một tập giấy chỉ khen hay khen tốt mà thôi".

Saw Paker cười, tỏ thái độ hoà giải: "Thôi được, tôi đồng ý vứt bỏ những lá thư khen này đi. Nhưng anh phải xem những cái có ý nghĩa ở trong đó, ví dụ con số thống kê về tiêu thụ, kế hoạch bán hàng. Nên nhớ rằng, Jones, anh không thể làm gián đoạn việc bán hàng đang thuận lợi của chúng tôi. Tổng giám đốc chắc sẽ không đồng ý như vậy". Saw Paker đưa ra con chủ bài cuối cùng của mình.

Jones biết đó là con át chủ bài mà Saw Paker dựa vào đó để khỏi bị thua trắng tay. Nay Paker đã đưa con bài này ra chứng tỏ rằng đến giai đoạn cuối của cuộc đàm phán, Saw Paker chỉ còn sức để chống đỡ chứ không còn sức để trả đũa nữa, và đây là thời cơ

tốt nhất để thực hiện kế hoạch nghi binh (công khai sửa soạn tiến công hướng này, nhưng bí mật tập trung lực lượng tiến công hướng khác, hướng chủ yếu). Jones nói: "Tôi không có ý làm gián đoạn kế hoạch bán hàng đang thuận lợi của các anh, hướng chỉ người của anh cũng không phải chỉ theo đuổi lợi ích trước mắt. Bộ phận của tôi phát triển sản phẩm mới, bộ phận của anh bán những sản phẩm ấy, nếu như hai bên có thể bắt tay hợp tác với nhau, công việc của hai bên sẽ tốt hơn biết bao". Và Jones đã lặng lẽ tiến lên một bước nhỏ trong mục tiêu đã định của mình.

"Nếu hợp tác với các anh mà ảnh hưởng đến việc tiêu thụ của chúng tôi, bó chân bó tay chúng tôi, vậy thì làm thế nào mà hợp tác được?". Saw Paker hỏi lại một cách rất thận trọng.

"Hoàn toàn không ảnh hưởng gì cả. Trước hết, chúng tôi không tiếp tục hạn chế tốc độ nữa, không nhân mạnh với khách hàng rằng "Série 500" có định mức tốc độ là bao nhiêu nữa. Tôi đề nghị anh nên nói cho khách hàng biết rằng tốc độ 1300/giờ là bảo đảm chất lượng tuyệt đối của "Série 500", nhưng vẫn có tiềm năng để tăng tốc độ. Làm như vậy chắc là không bó chân bó tay việc bán hàng của anh chứ?", Jones nói theo kiểu mách nước cho Saw Paker.

Saw Paker chú ý đến cách nói mới mẻ của Jones "bảo đảm chất lượng tuyệt đối", nhưng ngay lúc đó không hiểu được "ý tại ngôn ngoại" của Jones.

Jones tiếp tục nói: "Tôi mong rằng anh cứ nói hết mọi chuyện cho khách hàng biết, và nói rõ cho khách hàng hiểu rằng nếu họ hợp tác với Công ty Manthy, Công ty sẽ có giá ưu đãi, ví dụ sử dụng "Série 500" với tốc độ cao và thông báo tình hình sử dụng thiết bị ở tốc độ cao đó cho Công ty, Công ty sẽ chiết khấu và hoàn trả lại cho khách hàng. Để ủng hộ công việc của các anh, tôi xin đảm bảo, tất cả các khách hàng của Công ty Manthy đều được nhanh chóng đổi lại những linh kiện hư hỏng, để khách hàng không bị sự cố gây ảnh hưởng đến công tác. Như vậy chẳng phải vô hình trung đã giúp các anh cải thiện quan hệ với khách hàng đó sao? Cuối cùng, và là điều quan trọng nhất, vai trò của Công ty Manthy có phải là được nâng cao lên hay không?". Nói xong, Jones nhìn Saw Paker. Saw lắng xuống một lúc rồi nói: "Tôi thừa nhận sẽ có những ích lợi mà anh đã nói. Nhưng anh đừng giấu giếm cái lợi ích mà bản thân anh được hưởng! Trước hết, anh không nhượng bộ. Thứ hai, nhân viên tiêu thụ của tôi phản ánh tình hình mà họ nắm được cho anh, tạo cho đơn vị các anh nắm được quyền chủ động trong việc nghiên cứu chế tạo sản phẩm mới. Ngoài ra, anh sẽ nhanh chóng nắm được tin tức thực tế từ tuyến một".

Xem ra, Saw Paker bắt đầu phát hiện ra rằng Jones tuy bề ngoài nói thế nhưng ý đồ bên trong thì khác. Nhưng Jones vẫn cứ điềm nhiên, không để lộ bất cứ dấu hiệu gì, ông tin rằng những kiến nghị của mình là công bằng hợp lý, nhất định Saw Paker sẽ tiếp thu.

Quả nhiên, cuối cùng Saw Paker nói: "Thôi được, tôi đồng ý hợp tác".

(Theo "Nghề tổng giám đốc")

Chương 8

GIAO TIẾP QUA ĐIỆN THOẠI

Mục tiêu

Gọi và trả lời điện thoại là một trong những công việc quan trọng và thường xuyên của một nhân viên văn phòng, một người thư ký. Tuy nhiên, do chưa được đào tạo tốt, không ít nhân viên văn phòng vẫn còn gặp khó khăn khi xử lý các tình huống trong giao tiếp qua điện thoại, việc gọi và trả lời điện thoại chưa đạt hiệu quả mong muốn. Chương này không những giới thiệu với bạn tầm quan trọng và những ưu thế của điện thoại, mà còn giúp bạn rèn luyện kỹ năng giao tiếp qua điện thoại. Sau khi học xong chương này, bạn có thể:

- Thấy được vai trò, những ưu thế cũng như những hạn chế của giao tiếp qua điện thoại;
- Gọi và trả lời điện thoại hiệu quả hơn.

Tóm tắt nội dung

- Điện thoại là một trong những phương tiện truyền thông tiện lợi và phổ biến nhất hiện nay, nó là thiết bị không thể thiếu đối với bất cứ văn phòng nào. Vì vậy, sử dụng điện thoại một cách có hiệu quả và có văn hoá trở thành một đòi hỏi đối với mọi nhân viên văn phòng.

- Sử dụng điện thoại bao gồm hai khâu: gọi điện và nhận điện thoại. Người gọi điện là người chủ động trong giao tiếp qua điện thoại. Trước khi quay số, người gọi cần xác định rõ nội dung cần trao đổi để tránh quên hoặc nói những điều không cần thiết. Nên nói rõ ràng và ngắn gọn. Nói chung, với những vấn đề phức tạp, nhiều nội dung, cần nhiều thời gian, người ta ít khi dùng điện thoại mà thường gặp gỡ trực tiếp hoặc dùng thư tín. Người gọi điện cũng là người chủ động kết thúc cuộc trò chuyện và gác máy trước.

- Người nhận điện là người bị động hơn. Tuy nhiên, kể cả khi đang bận rộn, cũng cần nhắc máy lên, xưng danh và nếu không thể tiếp chuyện ngay vào lúc đó thì nhẹ nhàng xin lỗi, hẹn liên hệ lại vào thời gian thuận tiện hơn.

- Dù là người gọi hay người nhận thì cũng phải tuân thủ những nguyên tắc, những nghi thức của văn hoá giao tiếp: nhẹ nhàng, lịch thiệp, tôn trọng người, chào hỏi, xưng danh đầu cuộc gặp và cảm ơn, chào tạm biệt khi kết thúc.

- Trong giao tiếp qua điện thoại, giọng nói và nụ cười có ý nghĩa đặc biệt. Người ta thường ví nụ cười trong giao tiếp qua điện thoại như cái bắt tay trong gặp gỡ trực tiếp. Cho nên, giọng nói của bạn cần nhẹ nhàng, quan tâm, ôn tồn, ngay cả lúc bạn không vui. Thêm nữa, bạn hãy mỉm cười với người đàm thoại với bạn.

I. TẦM QUAN TRỌNG CỦA ĐIỆN THOẠI

Hiện đại hoá, công nghiệp hóa là xu hướng phát triển tất yếu. Cuộc cách mạng khoa học công nghệ đang diễn ra như vũ bão trong các lĩnh vực đời sống xã hội nói chung, trong lĩnh vực văn phòng nói riêng cuộc cách mạng mới cũng đã nổ ra. Máy điện thoại đang được cải tiến, ngày càng xuất hiện nhiều chủng loại với những tính năng ưu việt. Cùng với máy vi tính, điện thoại đang tham gia tất cả mọi công việc của văn phòng, từ thu thập, xử lý, truyền tải cho đến kiểm tra và lưu trữ thông tin.

Điện thoại được sử dụng rộng rãi không những trong công tác văn phòng, mà còn được sử dụng trong cuộc sống và trong sinh hoạt hàng ngày của mỗi cá nhân, gia đình. Sự tiện lợi của phương tiện giao tiếp này không ai có thể phủ nhận, trong nhiều trường hợp điện thoại là phương tiện không thể thay thế được. Điện thoại có tầm quan trọng, đó là điều mọi người đều thừa nhận, văn hoá điện thoại ngày càng được chú ý và nâng cao. Ý thức được điều đó, nhiều chương trình đào tạo đã có hẳn một chương, một bài, một modul để giới thiệu các cách ứng xử khi giao tiếp bằng điện thoại. Nhiều công ty, tổ chức xã hội, cơ quan đã đào tạo nhân viên văn phòng của mình về văn hoá điện thoại. Đầu tư ngay từ đầu như vậy tránh được việc bỏ lỡ những cơ hội trong tương lai chỉ vì nhân viên văn phòng thiếu văn hoá điện thoại. Trong văn phòng hiện đại, điện thoại cùng với máy vi tính được ví như người trợ thủ đắc lực của lãnh đạo và quản lý. Điện thoại là phương tiện thông tin thuận lợi nhất mà hàng ngày người lãnh đạo, người quản lý, các cộng sự luôn phải sử dụng để điều hành, chỉ huy, báo cáo công việc. Tổ chức tốt việc thông tin bằng điện thoại sẽ tiết kiệm được nhiều thời gian và tiền bạc, nhất là tiết kiệm thời gian cho lãnh đạo. Sử dụng điện thoại đạt hiệu quả như thế nào còn phụ thuộc vào cách tổ chức và người sử dụng có ý thức hay không?

Giao tiếp qua điện thoại là hình thức giao tiếp gián tiếp: người gọi và người nghe không nhìn thấy nét mặt, cử chỉ, thái độ, trang phục, trang điểm của nhau. Tất cả những thông điệp cần trao đổi chỉ là giọng nói mà bạn ghi nhận được. Các đối tượng của giao tiếp ngay lập tức nghe được giọng nói của nhau, nhưng lại không thể quan sát được nhau. Vì vậy, tất cả các yếu tố của giao tiếp không lời có ý nghĩa rất lớn trong giao tiếp trực tiếp, trong trường hợp này đều không có tác dụng.

Giao tiếp bằng điện thoại rút ngắn được không gian và thời gian một cách đáng kể. Cách thức tốt nhất cho việc truyền tin là phải chuẩn bị lời, giọng để đối thoại, phát âm chuẩn, ngắn gọn, rõ ràng. Giao tiếp bằng điện thoại thì thủ

trường thường không thể kiểm tra được. Quan hệ qua điện thoại không có văn bản, người đối thoại phải trả lời ngay, có thể tiến hành bàn luận.

II. SỬ DỤNG ĐIỆN THOẠI

1. Gọi điện thoại

Người gọi điện thoại được coi là người chủ động về thời gian, nội dung và thời lượng của cuộc nói chuyện. Để có cuộc giao tiếp qua điện thoại một cách hiệu quả, người gọi điện thoại cần lưu ý các bước quan trọng sau:

1.1. Chuẩn bị gọi điện thoại

Gọi cho ai? Nội dung gì? Thời điểm nào?...

- Gọi cho ai thì cần kiểm tra lại thông tin về người đó như: Họ và tên đầy đủ, chức vụ, số điện thoại (chính, phụ, di động), cơ quan...

- Chuẩn bị nội dung cuộc nói chuyện: Cần chuẩn bị nội dung ngắn gọn, theo một logic để người nghe không mất nhiều thì giờ, không nghe nhầm, không hiểu nhầm. Nếu có nhiều nội dung cần trao đổi thì nên ghi ra giấy để tránh sót nội dung khi nói chuyện.

- Chọn thời điểm gọi điện thoại: Hãy chọn thời điểm thuận lợi nhất cho cuộc gọi điện thoại. Không nên gọi vào đầu giờ sáng hay chiều bởi có thể đầu dây kia chưa có người nhận điện thoại. Không nên gọi vào cuối giờ sáng hay chiều quá muộn, có thể họ đã về hay bận hoàn thành nốt công việc của họ. Càng không nên gọi điện thoại vào giờ nghỉ trưa, cuộc gọi đó thường không có hiệu quả.

- Chuẩn bị giọng nói: Phải gạt bỏ những ưu tư, buồn bực trước khi gọi điện thoại, tránh sự hiểu lầm về thái độ của bạn đối với người nhận.

- Chuẩn bị giấy bút để sẵn sàng ghi lại những thông tin cần thiết và khó nhớ như ngày giờ, họ tên, các số liệu khác.

1.2. Khi gọi điện thoại

- Phải có số cần gọi và tên họ người cần gặp trước mặt, quay hoặc bấm số chậm, dứt khoát để khỏi nhầm số hay nhảy số. Khi nghe tín hiệu tút tút ngắn và liên tục là đầu dây đang kia máy bận, máy kên, máy hỏng. Khi nghe tín hiệu tút tút dài ngắt quãng thì bạn hãy chờ. Khi đã nghe ít nhất là tám hồi chuông, có nghĩa là đầu dây kia không có người, bạn có thể đặt máy, chờ sau một thời gian mới nên gọi lại.

- Khi có người nhắc máy, bạn phải xưng danh ngay và nói rõ người cần gặp, nếu gọi nhầm máy bạn hãy nhanh chóng xin lỗi một cách lịch sự. Bắt đầu

cuộc trò chuyện cần chào hỏi nhã nhặn, thân mật và luôn gắn một nụ cười trên môi, nó được cảm nhận rõ ràng ở đầu dây bên kia.

- Trong khi nói chuyện, bạn phải có giọng nói gây được thiện cảm cho người nghe. Bạn nên nói rõ ràng, không quá nhỏ hay quá to, qua giọng nói bạn được đầu dây bên kia cảm nhận và đánh giá trình độ văn hoá điện thoại của bạn. Những thông tin quan trọng nên nói chậm, rõ và nếu cần thì yêu cầu người nghe nhắc lại, tránh việc nghe sai và hiểu lầm. Dù người nghe có thái độ như thế nào thì bạn vẫn cứ thể hiện lịch sự, thân thiện.

1.3. Kết thúc cuộc gọi

Khi hết thông tin, bạn nên chủ động kết thúc cuộc gọi. Trước khi kết thúc cuộc gọi bạn cần chuẩn bị cho người nghe, để họ không cảm thấy đột ngột. Nên cảm ơn người nghe về việc họ đã cho ta thông tin, họ đã chuyển giúp ta thông tin. Cuối cùng là chào tạm biệt và hẹn gặp lại, có thể hứa hẹn sự giữ vững liên lạc và dập máy trước nhẹ nhàng.

2. Nhận điện thoại

- Người nhận điện thoại được coi là người bị động trong cuộc điện thoại, nên trên bàn điện thoại phải có sẵn giấy, bút, sổ điện thoại, mẫu nhắn tin. Cần nhanh chóng nhắc máy khi nghe thấy tiếng chuông điện thoại, chậm nhất là sau hồi chuông thứ ba, lưu ý nhắc máy khi chuông reo.

- Khi nhắc máy điện thoại nên chủ động chào hỏi và xưng danh (họ tên, chức vụ, tên bộ phận hay cơ quan). Nếu nhầm máy do người gọi, cần nhanh chóng thông báo cho họ biết với thái độ lịch sự và đặt máy.

- Chúng ta phải biết lắng nghe khi nhận điện thoại để tránh nhầm lẫn. Hãy chú ý nghe người ở đầu dây bên kia trình bày, yêu cầu những gì đối với bạn. Khi nghe gặp câu từ nào khó hiểu, bình tĩnh ghi lại vào giấy, đừng vội vã cắt lời họ. Đừng yêu cầu họ nhắc đi nhắc lại nhiều quá. Họ có thể hiểu lầm là chúng ta không chú ý lắng nghe hay trình độ trình bày của họ quá kém, dễ dẫn đến mất tình cảm đột ngột. Có thể người gọi không có kỹ năng diễn đạt, nội dung lộn xộn thì bạn cũng đừng nóng vội. Bạn cố gắng gạn lọc ngôn ngữ của họ để tìm ra nội dung đích thực, nếu cần bạn nhắc lại để họ xác nhận. Đừng bao giờ nói với họ rằng “khó nghe, khó hiểu”. Bạn có thể yêu cầu bên kia nói to hơn nếu bạn nghe nhỏ quá, chậm hơn nếu bạn nghe nhanh quá. Khi xung quanh có nhiều tiếng ồn, bạn có thể ra hiệu cho mọi người giữ yên lặng, chớ quát mắng, gắt gỏng đối với những người xung quanh. Nếu phải bỏ ống nghe để lục tìm tư liệu khi nói chuyện điện thoại, bạn phải đề nghị người ở đầu dây

kia đừng dập máy và chờ một lát. Tìm mãi chưa thấy tài liệu đâu mà đã quá một phút, bạn phải xin lỗi và báo sẽ gọi điện lại sau khi đã tìm thấy tài liệu. Điều quan trọng là bạn phải gọi lại, đừng thất hứa. Nếu bạn phải hỏi ai trong phòng để có thông tin, bạn phải nói “mong ông (bà) chờ cho một lát” và bịt ống nói để nói chuyện với đồng nghiệp, thời gian cũng không được quá 60 giây.

- Khi người gọi cần nói chuyện với đồng nghiệp, bạn có thể nói “xin chờ, tôi đi gọi ngay” và bịt ống nói, gọi đồng nghiệp đến điện thoại. Trường hợp đồng nghiệp đi vắng, chớ nói “anh ta không có đây” và dập máy. Nên thông báo cho người gọi và hỏi xem có cần nhắn gì không với nội dung phiếu nhắn cần có: họ tên người gọi, tên cơ quan, số điện thoại (cả chính, phụ, gọi cho ai, nhắn nội dung gì, gọi lại cho người gọi vào khi nào, số máy bao nhiêu hoặc họ sẽ gọi lại lúc nào... Sau đó đặt phiếu nhắn lên bàn đồng nghiệp nếu không gặp trực tiếp.

- Kết thúc cuộc gọi nên dành quyền cho người gọi. Nên cảm ơn người gọi đã gọi điện thoại cho bạn. Chào tạm biệt và hứa hẹn.

3. Những điều cần chú ý khi sử dụng điện thoại

- Luôn lịch sự, nhã nhặn

Sử dụng lời nói nhẹ nhàng đủ nghe. Không nói quá to nhất là nói chuyện đường dài thường sợ đầu dây bên kia không nghe rõ. Không nên nói quá nhỏ để đầu nghe không được rõ, phải hỏi lại nhiều lần. Khi nói chuyện điện thoại nên có nụ cười trên môi, đối tượng tuy không nhìn thấy nhưng họ cảm nhận được. Không nên vừa nói chuyện vừa làm việc riêng như đọc, viết tài liệu khác hay hút thuốc.

- Thận trọng, không để sai sót

Khi nói chuyện nên có giấy bút tại bàn, khi là người nhận ghi lại những ý chính: ngày giờ, các số liệu, họ tên, đơn vị hay người gọi, số điện thoại... nếu cần phải kiểm tra lại, những từ nước ngoài cần yêu cầu người gọi đánh vần để ghi lại. Khi là người gọi phải có nội dung tóm tắt vào tờ giấy để tránh trường hợp sót thông tin khi nói chuyện.

- Rõ ràng

Nói rõ ý, ý trước là chủ đề chính, ý sau phải logic ý trước. Phát âm rõ âm tiết, không nên nói quá nhanh, không nên sử dụng tiếng địa phương, không nên dùng từ đa nghĩa khi không cần thiết. Không nói dính chữ. Cần đạt được yêu cầu nghe rõ, nói rõ, ghi rõ.

- *Đầy đủ, hoàn chỉnh*

Khi nói nên nói câu đủ chủ ngữ và vị ngữ, không nên nói tắt, nói câu rút gọn tránh người nghe suy diễn, có thể hiểu sai ý mình cần truyền đạt. Không nên sử dụng quá nhiều từ đệm, tránh nói lấp. Khi nghe để ghi vào phiếu nhắn phải ghi đủ mọi chi tiết, nếu người nhắn không nói rõ ta phải hỏi lại. Có điều nào chưa phản ánh được thông tin xung quanh thì ta phải hỏi lại.

- *Ngắn gọn*

Thông tin hết thì nên kết thúc cuộc gọi, nếu là người nghe thì nhường quyền kết thúc cuộc gọi cho người gọi. Khi nói chuyện không nên kể lể dài dòng, phải đi ngay vào nội dung cuộc gọi. Không vì ngắn gọn mà trở thành cọc lốc, cục cằn, mất lịch sự. Thời gian nói chung là vàng, thời gian cuộc gọi là tiền.

Câu hỏi

1. Nêu vai trò của điện thoại trong hoạt động của văn phòng.
2. Điện thoại có những lợi ích gì trong đời sống của bạn?
3. Nêu những yêu cầu cơ bản khi gọi điện và khi trả lời điện thoại.
4. Điện thoại là một khâu quan trọng của công tác dịch vụ khách hàng. Bạn hãy nêu những yếu tố có ảnh hưởng đến chất lượng của khâu này và phân loại chúng.
5. Trong cuộc sống, bạn đã có thể có những cú điện thoại (gọi hoặc nhận) mà bạn cho là không lịch sự. Nếu có thể, bạn hãy nêu một vài cú trong số đó và giải thích tại sao bạn cho là không lịch sự.

Bài tập tình huống

1. Sau đây là một số lời nói chưa tốt qua điện thoại. Bạn hãy sửa lại cho đúng!
 - Alô, ai đấy? Nhảm máy rồi!
 - Alô, tôi nghe! Anh cần gặp ai?
 - Anh Nam chưa đến, muốn gặp thì sau 30 phút nữa gọi lại nhé.
 - Bác gọi gì mà lảm thế, cháu đã bảo ngày mai sẽ có người đến tận nhà sửa chữa cho bác cơ mà.
 - Anh hãy gọi sang bộ phận khác, việc đó không thuộc trách nhiệm của bộ phận chúng tôi.
 - Anh muốn biết à, gọi sang bộ phận dịch vụ khách hàng ấy.

- Bác nói to lên xem nào, cháu chẳng nghe thấy gì cả!
- Giám đốc của chúng tôi vừa ra phố gọi đầu, khoảng hai tiếng nữa bác gọi lại nhé!
- Anh muốn nói chuyện với tôi thì bỏ cái giọng ấy đi nhé, tôi có phải là nhân viên của anh đâu.
- Chị có biết giờ này là giờ gì không? 30 phút nữa gọi lại!
- Chị gặp Quyển nào, Quyển đen hay Quyển trắng?
- Thưa chị, giám đốc đang thảo luận với một đối tác người Nhật, 30 phút nữa chị gọi lại nhé.

2. M, thư ký giám đốc công ty SMIC, đang ngồi làm việc tại văn phòng công ty thì có điện thoại gọi đến. M nhẹ nhàng nhắc ống nghe của máy điện thoại:

- M: Alô, công ty SMIC xin nghe.
- Khách: Chào cô. Tôi là P, từ công ty VDC. Cô làm ơn cho tôi gặp giám đốc!
- M: Xin lỗi ông P, giám đốc của chúng tôi đang bận tiếp một đối tác người Đức, không thể gặp ông lúc này được. Xin ông vui lòng gọi lại vào cuối buổi làm việc, được không ông?
- Khách: Tôi có việc gấp cần trao đổi với giám đốc của cô. Cô có thể báo để ông ấy tiếp tôi lúc này được không?
- M: Xin lỗi ông P, cuộc gặp với đối tác người Đức là một cuộc gặp rất quan trọng, giám đốc yêu cầu không để ai quấy rầy. Vậy xin ông vui lòng gọi lại vào cuối buổi làm việc.
- Khách: Thôi được, tôi sẽ gọi lại sau vậy. Chào cô!
- M: Vâng, xin chào ông!

Anh (chị) hãy nhận xét về thái độ của thư ký M và chỉ ra những thiếu sót của M trong cuộc nói chuyện qua điện thoại nêu trên!

3. Thuý Loan là nhân viên văn phòng của công ty X. Công việc của cô là nhận các cuộc gọi từ khách hàng và chuyển các cuộc gọi đến những người mà khách hàng yêu cầu, hoặc trả lời chúng nếu có thể. Thuý Loan thường xuyên tiếp xúc với khách hàng qua điện thoại nhưng chưa bao giờ gặp mặt họ.

Công ty X muốn nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng để tăng cường năng lực cạnh tranh. Theo bạn, công việc của Thuý Loan có ảnh hưởng quan trọng như thế nào đến mục tiêu của công ty X?

4. Mai Linh, nhân viên văn phòng của công ty MD, đang ngồi làm việc tại văn phòng công ty thì điện thoại reng. Mai Linh nhắc máy. Bên kia đầu giây là một khách hàng. Khách hàng này muốn được cung cấp thông tin về chương trình khuyến mãi của công ty MD. Theo bạn, Mai Linh nên xử sự như thế nào trong mỗi tình huống dưới đây:

- a. Mai Linh có thể trả lời được mặc dù đó không phải là trách nhiệm của cô.
- b. Mai Linh có thể trả lời được nhưng lúc đó cô rất bận.
- c. Mai Linh không biết câu trả lời nhưng cô biết Tuyết Mai có thể trả lời và cô chuyển máy cho Tuyết Mai.
- đ. Mai Linh không biết câu trả lời và lúc đó Tuyết Mai không có mặt ở đó.

Chương 9

GIAO TIẾP QUA THƯ TÍN

Mục tiêu

Trong thời đại ngày nay, mặc dù có nhiều phương tiện truyền thông hiện đại giúp con người trao đổi thông tin với nhau một cách nhanh chóng và tiện lợi, song thư tín, với những ưu thế riêng của nó, vẫn được sử dụng một cách phổ biến cả trong cuộc sống thường nhật lẫn trong kinh doanh. Do vậy, rèn luyện kỹ năng giao dịch qua thư tín là một sự chuẩn bị thiết thực cho hoạt động nghề nghiệp của một nhân viên văn phòng, một người thư ký. Chương "Giao tiếp qua thư tín" được đưa vào cuốn sách này không ngoài mục đích đó. Sau khi học xong chương này, bạn có thể:

- Hiểu khái niệm, ưu thế, nguyên tắc của thư tín;
- Xác định cách viết phù hợp với mỗi loại thư tín;
- Tiến hành các giao dịch qua thư tín hiệu quả hơn.

Tóm tắt nội dung

- Thư tín là loại văn bản không mang tính chính thức, được viết với tư cách cá nhân, được dùng để trao đổi thông tin giữa các cá nhân, tổ chức.

- So với các loại hình truyền thông khác, chẳng hạn như điện thoại, thư tín vẫn có những ưu thế nhất định. Những ưu thế đó là:

- + Thông thường viết thư tiết kiệm hơn gọi điện;
- + Người nhận có thể đọc vào thời gian thuận tiện;
- + Biểu hiện tầm quan trọng hơn điện thoại;
- + Thư tín đảm bảo được tính bí mật, thường được đọc riêng và nghiên cứu kỹ hơn;
- + Có thể chỉ viết một lần nhưng gửi đến cho nhiều đối tượng;
- + Người viết có thời gian để suy ngẫm và trình bày sao cho có hiệu quả nhất;
- + Có thể trình bày cả những điều mà thông thường người ta khó nói qua điện thoại hay khi gặp gỡ trực tiếp.

- Thư tín có nhiều loại và được viết với những phong cách khác nhau. Tuy nhiên, chúng vẫn có kết cấu chung và các ý trong thư được trình bày hoặc theo lối diễn giải hoặc theo lối quy nạp. Cách viết theo lối diễn giải (ý chính được đưa ra ngay ở đầu thư, sau đó mới đến lời giải thích) thường được áp dụng trong loại thư mang đến tin vui, hoặc loại thư làm cho người nhận quan tâm, mặc dù không gây phản ứng vui buồn rõ rệt. Còn cách viết theo lối quy nạp (ý chính chỉ được đưa ra sau khi đã có lời giải thích) thường được áp dụng trong trường hợp thông tin ở trong thư có thể gây phản ứng tiêu cực ở người nhận (tin buồn, lời từ chối v.v).

- Dù là thư viết theo cách nào thì cũng cần tuân thủ những nguyên tắc sau:

- + Đi thẳng vào vấn đề;
- + Rõ ràng;
- + Đầy đủ;
- + Chính xác;
- + Nhất quán;
- + Thận trọng;
- + Lịch sự.

I. KHÁI NIỆM, PHÂN LOẠI VÀ KẾT CẤU CỦA THƯ TÍN

1. Khái niệm thư tín

Thư tín là một loại văn bản không mang tính chính thức, được viết với tư cách cá nhân, được dùng để trao đổi thông tin giữa các cá nhân, tổ chức.

Mặc dù hiện nay, công nghệ truyền thông phát triển rất nhanh, nhiều phương tiện truyền tin hiện đại và thuận tiện xuất hiện, song thư tín - phương thức truyền tin có từ lâu đời - vẫn có vị trí quan trọng. Theo kết quả một cuộc khảo sát tại Mỹ vào những năm cuối thế kỷ XX, hơn 80% số người được hỏi cho rằng những cú điện thoại, những công thư dù được đăng ký vào sổ tốt đến đâu vẫn có thể bị lãng quên nhanh chóng, nhưng những thư từ giao dịch cá nhân thể hiện mối quan hệ liên nhân cách lại được quan tâm chú ý hơn nhiều.

So với các phương tiện trao đổi thông tin khác, chẳng hạn như điện thoại, thư tín có những ưu thế cơ bản sau:

- Thông thường viết thư tiết kiệm hơn gọi điện;
- Người nhận có thể đọc vào thời gian thuận tiện;
- Biểu hiện tâm quan trọng hơn điện thoại;
- Thư tín đảm bảo được tính bí mật, thường được đọc riêng và nghiên cứu kỹ hơn;
- Có thể chỉ viết một lần nhưng gửi đến cho nhiều đối tượng;
- Người viết có thời gian để suy ngẫm và trình bày sao cho có hiệu quả nhất;
- Có thể trình bày cả những điều mà thông thường người ta khó nói qua điện thoại hay khi gặp gỡ trực tiếp.

Trong thương mại, thư tín là phương tiện trao đổi thông tin phổ biến và được dùng trong nhiều tình huống đa dạng, từ chúc mừng, thăm hỏi, hẹn gặp,

cho đến việc trao đổi ý kiến nhằm thống nhất các điều khoản để đi đến ký kết hợp đồng.

Giao dịch bằng thư tín là một trong những kỹ năng quan trọng mà người thư ký cần lĩnh hội.

2. Phân loại thư tín

Thư tín giao dịch hàng ngày giữa các cá nhân, tổ chức rất đa dạng, tuy nhiên có thể phân chúng ra thành các loại sau:

- Loại thư mang đến tin vui hoặc làm cho người nhận quan tâm, mặc dù không gây được phản ứng vui, buồn rõ rệt.

Ví dụ: thư đặt hàng, thư đề nghị cung cấp thông tin về một loại hàng hoá, dịch vụ nào đó.

- Loại thư từ chối;

Ví dụ: Thư từ chối đơn đặt hàng.

- Loại Thư thuyết phục;

Ví dụ: Thư bán hàng.

- Loại thư xã giao.

Ví dụ: Thư chúc mừng, thư thăm hỏi.

3. Kết cấu của thư tín

Thư tín là loại văn bản không mang tính chính thức, được viết với tư cách cá nhân, vì vậy hình thức, kết cấu cũng như nội dung của thư tín mang tính uyển chuyển cao và tùy thuộc vào người viết. Song nhìn chung, thư thường được viết trên khổ giấy A4 và bao gồm các phần được trình bày như sau:

1. Tên tổ chức (công ty, cơ quan...), địa chỉ, điện thoại, fax... Phần này được đặt ở góc phía trên, bên trái của tờ giấy. Trong trường hợp tổ chức gửi thư có biểu tượng riêng và được in sẵn trên giấy viết thư thì phần này nằm ngay dưới biểu tượng của tổ chức.

2. Địa danh, ngày tháng năm: Phần này nằm ở phía trên hơi lệch về bên phải tờ giấy.

3. Kính gửi + họ tên, chức vụ, địa chỉ người nhận.

4. Lời chào đầu thư: Tùy theo mối quan hệ và nội dung của lá thư mà chọn lời chào đầu thư cho phù hợp. Ví dụ: Thưa ông (bà), Chú T kính mến...

5. Nội dung lá thư: Đây là phần quan trọng nhất của lá thư. Phần này cần trình bày rõ ràng, hấp dẫn.

6. Lời chào cuối thư: Giống như lời chào mở đầu, lời chào cuối thư mang tính phong tục, thể hiện phép lịch sự và đồng thời để kết thúc lá thư. Lời chào cuối thư cần phải phù hợp với hoàn cảnh, lời chào đầu thư và tính chất của lá thư.

Biểu tượng của tổ chức (nếu có)	<i>Địa danh, ngày ..tháng... năm...</i>
Tên tổ chức	Kính gửi: Ông (bà).....
Địa chỉ	Địa chỉ:
Điện thoại	Thưa Ông,
Fax
Thư số
	Lời chào cuối thư
	Chức vụ, chữ ký, họ tên.

7. Chức vụ, chữ ký và họ tên của người gửi

Ngoài ra, tùy từng trường hợp, lá thư còn có thể có thêm phần ghi chú: nêu phụ lục kèm theo hoặc một vài điều nhấn gửi thêm (tái bút).

II. NGUYÊN TẮC VÀ CÁCH VIẾT THƯ TÍN

1. Nguyên tắc viết thư tín

Để viết được lá thư tốt, bạn cần nắm vững các nguyên tắc cơ bản sau đây:

- *Đi thẳng vào vấn đề*

Trong cuộc sống bận rộn hiện nay, thời gian là vàng, vì vậy bạn không nên quanh co, vòng vèo làm tốn thời gian của người đọc mà nên đi thẳng vào vấn đề cần trao đổi, thảo luận; nêu bật những nét chính của vấn đề, những yêu cầu cần đáp ứng...

- *Rõ ràng*

Các ý mà bạn nói trong thư cần phải rõ ràng, để người nhận có thể giải quyết công việc với những thông tin đó. Chẳng hạn, viết thư đặt hàng mà bạn dùng cụm từ: “Chúng tôi muốn mua...” thì người nhận thư rất có thể sẽ phải tìm cách liên lạc với bạn để làm rõ vấn đề, tức là bạn đã gây ra cho bên bán sự phiền hà không đáng có.

- *Đúng, chính xác*

Các sự việc, các tình tiết nêu trong thư như: ngày, giờ, địa điểm giao hàng,

giá cả... phải đúng, chính xác. Cho nên sau khi viết xong lá thư, bạn cần kiểm tra lại những điểm này.

- Đầy đủ

Nghĩa là trong thư phải nêu đủ những điều kiện cần thiết để giải quyết công việc. Ví dụ, thư đặt hàng phải nêu đủ các yêu cầu như: tên hàng, chủng loại, số lượng, màu sắc, vấn đề vận chuyển, địa điểm và thời gian giao hàng, phương thức thanh toán... Thư viết không thoả mãn nguyên tắc này dễ làm cho người nhận bực mình.

- Nhất quán

Các ý trong thư phải thống nhất, không mâu thuẫn với nhau. Ví dụ, ở phần đầu thư bạn viết là "...đặt mua..." nhưng ở phần cuối lại là "...còn chờ quyết định của thủ trưởng..." thì như vậy là chưa nhất quán.

- Thận trọng

Tức là các thông tin, số liệu đưa vào trong thư phải qua kiểm tra, không đưa vào thư những thông tin mà người viết cũng chưa tin chắc.

- Lịch sự

Lá thư không những thể hiện năng lực, sự am hiểu vấn đề, mà còn thể hiện văn hoá giao tiếp, văn hoá ứng xử của bạn. Hơn nữa, giao dịch bằng thư tín chỉ có hiệu quả khi hai bên tôn trọng, hiểu biết lẫn nhau. Vì vậy, lời lẽ trong thư của bạn cần phải nhã nhặn, lịch sự, ý tứ, ngay cả trong những tình huống mâu thuẫn, xung đột.

Ngoài những nguyên tắc nêu trên, khi viết thư bạn cũng cần lưu ý một số điểm sau:

- Xác định rõ mục đích viết thư;

- Cân nhắc những nội dung cần viết và sắp xếp chúng theo trình tự hợp lý nhất;

- Cố gắng lường trước phản ứng của người nhận khi đọc thư;

- Lối viết tốt nhất là lối viết tự nhiên, phù hợp với hoàn cảnh;

- Từ ngữ và cách lập luận phải phù hợp với trình độ nhận thức của người nhận;

- Trong những tình huống phức tạp, có nhiều nội dung cần trình bày thì nên lập dàn ý trước khi viết để tránh bỏ sót hoặc trùng lặp ý.

Việc tuân thủ những nguyên tắc nêu trên sẽ tăng cường hiệu quả giao dịch bằng thư tín của bạn. Tuy nhiên, cũng có bạn, đặc biệt là những bạn thường

viết thư theo cảm hứng, cho rằng những nguyên tắc đó làm cho lá thư có phần “khô khan”, “cứng nhắc”, “khó viết”. Điều này chủ yếu là do họ chưa thực sự nắm được kỹ năng viết thư một cách khoa học, chưa nhận thức được đầy đủ tầm quan trọng của việc giao dịch bằng thư tín. Là một người thư ký văn phòng trong tương lai, bạn cần nhớ rằng trong những lá thư mang tính công việc, tính hợp lý được đặt lên hàng đầu chứ không phải là tình cảm.

2. Cách viết thư tín

Ngôn ngữ (nói và viết) mang tính chủ thể. Mỗi người có một phong cách ngôn ngữ riêng, không ai giống hệt ai. Vì vậy, cách viết thư của những người khác nhau cũng không hoàn toàn giống nhau. Tuy nhiên, xét từ góc độ lập luận thì có hai cách viết thư: viết theo lối diễn giải và viết theo lối quy nạp.

Trong thư viết theo lối diễn giải, ý chính được đưa lên đầu, sau đó mới đưa ra lời giải thích.

Lối viết này có những ưu điểm sau:

- Dễ mở đầu lá thư;
- Ý chính mở đầu có tác dụng cuốn hút người đọc;
- Người nhận nắm ngay được nội dung chính của lá thư và có thể đọc lướt phần sau để tiết kiệm thời gian;
- Trong trường hợp thư mang đến tin vui thì ngay từ đầu đã tạo được tâm lí vui vẻ, thoải mái ở người nhận và làm họ dễ chấp nhận những chi tiết được đưa ra sau đó.

Lối viết diễn giải thường được áp dụng cho loại thư mang đến tin vui, như: thư đặt hàng, thư chúc mừng; loại thư được người nhận quan tâm mặc dù không gây phản ứng vui buồn rõ rệt, như một số thư khiếu nại, thư yêu cầu cung cấp thông tin...

Trái với thư viết theo lối diễn giải, trong thư viết theo lối quy nạp, ý chính không được đặt ở đầu thư mà đặt ở một đoạn thích hợp trong lá thư, sau khi đã đưa ra lời giải thích.

Cách viết theo lối quy nạp thường được áp dụng cho các loại thư gây phản ứng tiêu cực ở người nhận, chẳng hạn, thư từ chối - loại thư mà trong đó người viết phải nói từ “không”.

Thư viết theo lối quy nạp có những ưu điểm sau:

- Cho phép người nhận tiếp tục đọc hết lá thư, hiểu nội dung và lý lẽ trình bày trong thư mà không bị hẫng hụt ngay từ đầu, tránh được những hành động

mang tính kích động như xé vụn lá thư, ném thư vào bếp khi chưa đọc hết nó;

- Lá thư có ý nhấn mạnh lời giải thích do chỗ trình bày lý lẽ trước rồi mới đến lời từ chối;

- Lời giải thích mở đường dần dần cho lời từ chối, do đó không gây sốc cho người nhận.

III. VIẾT MỘT SỐ LOẠI THƯ CỤ THỂ

1. Các thư về đặt hàng

1.1. Thư đặt hàng

Đối với nhà kinh doanh, không có niềm vui nào lớn hơn niềm vui nhận được đơn đặt hàng. Vì vậy ở loại thư này, các ý được trình bày theo lối diễn giải:

- Ngay câu mở đầu nêu rõ ý chính: Xin ông gửi ngay cho..., Đề nghị ông gửi ngay cho..., Chúng tôi đặt mua....

- Tiếp theo ghi rõ loại hàng hoá, số lượng, giá cả...

- Thông báo phương thức thanh toán;

- Cuối thư bày tỏ hy vọng nhận được hàng đúng kế hoạch.

Ví dụ:

Kính gửi: Ô. Đại Thanh, GD. Công ty DVTM Hà Tiến

Xin ông cho chuyển đến và lắp đặt tại trụ sở công ty chúng tôi 05 chiếc máy điều hoà nhiệt độ nhãn hiệu LG, ký hiệu 0185RMBT. Thời gian thuận tiện để tiếp nhận và lắp đặt số máy này là hai ngày 10 và 11 tháng 6 năm 2003. Giá trị của lô hàng sẽ được chúng tôi thanh toán một lần bằng tiền mặt ngay sau khi số máy được lắp đặt xong.

Xin cảm ơn và gửi ông lời chào trân trọng.

GD Công ty công nghệ tin học MD

1.2. Thư trả lời thư đặt hàng

Sau khi nhận được thư đặt hàng, bạn có thể gửi thư phúc đáp. Thư này bao gồm những ý chính sau đây:

- Bày tỏ niềm vui khi nhận được đơn đặt hàng;

- Có thể giới thiệu thêm một vài nét về mặt hàng được lựa chọn;

- Xác nhận đơn đặt hàng đang được đáp ứng khẩn trương;

- Cảm ơn về sự tín nhiệm và bày tỏ hy vọng có thêm đơn đặt hàng mới.

Ví dụ:

Kính gửi: Ô. Bùi Tùng - GD công ty công nghệ tin học MĐ

Thưa Ông,

Chúng tôi rất vui mừng khi nhận được thư đặt hàng của ông đề ngày 24 tháng 5 năm 2003 để mua 05 máy điều hoà nhiệt độ nhãn hiệu LG, ký hiệu 0185 RMBT. Ông đã có một sự lựa chọn tuyệt vời bởi đây là loại máy với nhiều tính năng vượt trội, bền, tiết kiệm điện và hiện đang được ưa chuộng trên thị trường.

Hiện nay, số máy đã được chuẩn bị và vào 8h30' sáng ngày 10 tháng 6 năm 2003, những nhân viên có kinh nghiệm của chúng tôi sẽ chuyển đến và lắp đặt tại trụ sở công ty theo yêu cầu của ông.

Xin cảm ơn sự tín nhiệm của ông và quý công ty, hy vọng rằng trong tương lai chúng tôi lại có dịp được phục vụ ông.

Trân trọng

GD. công ty Hà Tiến

1.3. Thư từ chối thư đặt hàng

Cũng có trường hợp bạn nhận được đơn đặt hàng nhưng vì một lý do nào đó, bạn không thể đáp ứng được, bạn cần viết thư từ chối.

Các ý của thư từ chối thư đặt hàng được sắp xếp theo trình tự sau:

- Bày tỏ niềm vui khi nhận được đơn thư đặt hàng;
- Đưa ra lý do và sau đó là lời từ chối;
- Có thể giới thiệu cho khách hàng một địa chỉ có loại hàng khách cần;
- Bày tỏ hy vọng được phục vụ khách trong một dịp khác.

Ở đây bạn cần lưu ý rằng, nói chung, không nên đưa ra quá nhiều lý do, chỉ cần một lý do xác đáng để giải thích cho lời từ chối là đủ.

Ví dụ:

Kính gửi: Ông Hoàng Minh, số 5 La Thành, Hà Nội.

Thưa ông,

Chúng tôi rất vui mừng khi nhận được thư đặt hàng của ông đề ngày 5 tháng 6 để mua 02 xe máy Honda nhãn hiệu Dream II. Nhưng vì công ty Honda chỉ phục vụ khách hàng thông qua các đại lý, vì vậy chúng tôi không thể trực tiếp đáp ứng thư đặt hàng của ông được.

Ông có thể liên hệ với các đại lý ở số 15 đường Xuân Thủy, số 9 đường Cầu Giấy hoặc bất cứ một đại lý nào của Công ty Honda tại Hà Nội, ở đó luôn có sẵn hàng đáp ứng yêu cầu của ông.

Chúc ông thành công.
TM. Công ty Honda Việt Nam
GD kinh doanh
Hoàng Hùng

2. Thư khiếu nại

- Khiếu nại của khách hàng luôn được các doanh nghiệp làm ăn nghiêm túc quan tâm, bởi vì điều này giúp giữ uy tín cho chính họ. Thư khiếu nại cũng có thể được viết theo lối diễn giải:

- + Ngay đầu thư nêu rõ yêu cầu;
- + Đưa ra lý do;
- + Bày tỏ hy vọng khiếu nại sớm được đáp ứng.

Ai cũng có lúc nhầm lẫn, vì vậy khi viết thư khiếu nại, bạn không nên thể hiện sự "nóng giận" bằng những lời ngiêt ngã, nặng nề. Nếu bạn muốn việc khiếu nại của bạn có kết quả, thư khiếu nại nên viết dưới dạng "đề nghị" hoặc "yêu cầu" lịch sự, nhã nhặn. Người có trách nhiệm sẽ xem xét và giúp đỡ bạn.

Ví dụ: Một đội thợ đã không lắp đặt đúng loại thùng chứa nước $3m^3$ như yêu cầu của bạn, mà lại lắp đặt loại $1,5m^3$ không phù hợp cho một văn phòng đông người. Bạn viết thư khiếu nại về vấn đề này.

Kính gửi: Ông K, giám đốc công ty xây dựng số 3.

Thưa Ông,

Xin ông vui lòng cho thay loại thùng đựng nước $1,5m^3$ mà đội thợ của ông vừa lắp đặt sáng hôm qua tại văn phòng chúng tôi bằng loại thùng $3m^3$, vì văn phòng chúng tôi đông người và trong hợp đồng đã ghi rõ cần lắp đặt loại $3m^3$.

Chúng tôi cho rằng, đây chỉ là một sự nhầm lẫn và hy vọng sự nhầm lẫn này sẽ sớm được điều chỉnh.

Gửi ông lời chào trân trọng

Thư khiếu nại cũng có thể được viết theo lối quy nạp. Chẳng hạn, cũng trong trường hợp nêu trên, lá thư có thể được trình bày như sau:

Kính gửi: Ô. K, giám đốc công ty xây dựng số 3

Thưa Ông,

Ngày 2 tháng 6, chúng tôi đã ký kết với quý công ty hợp đồng sửa chữa trụ sở văn phòng và lắp đặt thùng chứa nước. Ngay sau đó, công việc đã được triển khai nhanh chóng, đúng tiến độ và ngày hôm qua việc cuối cùng là lắp đặt thùng chứa nước đã được đội thợ hoàn tất. Tuy nhiên, thay vì lắp đặt loại thùng 3 m³ như đã ghi trong hợp đồng, đội thợ lại lắp đặt loại 1,5 m³ không tiện cho một văn phòng có đông nhân viên như văn phòng công ty chúng tôi.

Chúng tôi hy vọng việc thông báo này sẽ giúp quý công ty hiệu chỉnh sự nhầm lẫn một cách nhanh chóng.

Trân trọng

- Trả lời thư khiếu nại

Sau khi nhận được thư khiếu nại, bạn có thể viết thư trả lời. Đừng quên rằng, khách hàng là thượng đế của bạn. Lời lẽ trong thư cần nhã nhặn, lịch sự, cho dù bạn chẳng hề mong đợi khiếu nại của khách hàng. Thư trả lời thư khiếu nại gồm các ý chính sau đây:

- + Khẳng định vấn đề khiếu nại đang được giải quyết khẩn trương;
- + Giải thích nguyên nhân dẫn đến nhầm lẫn;
- + Cảm ơn vì đã kịp thời nêu vấn đề.

Bạn hãy xem ví dụ sau:

Thưa Ông,

Chúng tôi đã nhận được thư của ông đề ngày... tháng... về việc lắp đặt thùng chứa nước tại văn phòng công ty X. Ngay lập tức, chúng tôi đã cho kiểm tra và phát hiện sự nhầm lẫn đáng tiếc này là do nhân viên văn phòng sơ suất khi ghi phiếu xuất hàng. Ngay ngày mai, đội thợ của chúng tôi sẽ đáp ứng yêu cầu của ông.

Xin cảm ơn ông đã kịp thời nêu vấn đề để chúng tôi có thể thực hiện đầy đủ trách nhiệm của mình và thành thật xin lỗi ông về sự nhầm lẫn đáng tiếc này.

Gửi ông lời chào trân trọng.

3. Các loại thư từ xã giao

3.1. Thư mời

- Thư mời là loại thư bày tỏ mong muốn ai đến dự một hoạt động nào đó (lễ kỷ niệm, bữa tiệc, cuộc hội thảo...). Thư mời nên viết ngắn gọn nhưng phải đầy đủ những nội dung cần thiết: thời gian (bắt đầu và kết thúc), những hoạt động đặc biệt (nếu có kế hoạch), địa điểm v.v.

Ví dụ:

Kính gửi: Ô. Thế Anh - Giám đốc Học viện T.

Thưa Ông,

Trân trọng kính mời ông tới dự lễ kỷ niệm 15 năm ngày thành lập công ty MD, được tổ chức vào hồi 16 h ngày 20 tháng 10 tại trụ sở công ty MD, số 9 Hoàng Quốc Việt, Hà Nội.

Chương trình lễ kỷ niệm bao gồm:

- 16 h: Mít tinh kỷ niệm ngày thành lập công ty;

- 16h30': Xe đưa quý khách tham quan nhà máy X3 của công ty;

- 17h30': Tiệc đứng chiêu đãi quý khách tại nhà hàng Hoàng Hôn Tím.

Sự có mặt của ông là niềm hân hạnh lớn đối với toàn thể cán bộ, nhân viên công ty MD.

Giám đốc công ty MD

Ở một số công ty có in sẵn mẫu thư mời, bạn chỉ cần điền các thông số cụ thể để có một thư mời hoàn chỉnh. Bạn cũng có thể mua thiệp mời in sẵn ở các cửa hàng văn phòng phẩm, tuy nhiên một lá thư mời riêng của công ty với con dấu và chữ ký của người lãnh đạo vẫn có tác động tâm lý mạnh hơn đến người được mời.

- Trả lời thư mời

Sau khi nhận được thư mời, để tiện cho việc tiếp đón khách, bạn nên viết thư trả lời. Trong trường hợp từ chối, bạn phải đưa ra được một lý do chính đáng.

Hãy xem ví dụ dưới đây:

Kính gửi ông Phan Thu - Giám đốc công ty MD

Thưa Ông,

Tôi rất vui mừng khi nhận được thư mời tới dự lễ kỷ niệm 15 năm ngày thành lập công ty MD. Nhưng tôi rất lấy làm tiếc rằng trong thời gian đó, tôi cùng với một phái đoàn của chính phủ có chuyến công tác ở nước ngoài, không thể đến dự được. Thay mặt toàn thể cán bộ, nhân viên Học viện T và nhân danh cá nhân, tôi xin gửi tới ông và toàn thể cán bộ, nhân viên công ty MD lời chúc mừng tốt đẹp nhất.

Hy vọng chúng ta sẽ có dịp gặp nhau trong tương lai gần.

Kính thư

GD. Học viện T

3.2. Thư chúc mừng

Trong quan hệ xã giao, khi hay tin bạn bè, đồng nghiệp, đối tác có tin vui: được đề bạt, lập gia đình, khai trương cửa hàng, tổ chức lễ kỷ niệm..., nếu không đến dự, gặp gỡ trực tiếp được thì một lá thư chúc mừng là rất cần thiết. Nội dung thư chúc mừng bao gồm những ý chính sau:

- Nhân danh ai, thay mặt ai;
- Chúc mừng ai, nhân dịp gì;
- Bày tỏ mong muốn gì.

Ví dụ:

Kính gửi: Ô. Trần Đợi - Giám đốc công ty TT

Thưa Ông,

Thay mặt ban giám đốc công ty NT và nhân danh cá nhân, tôi xin gửi đến ông những lời chúc mừng tốt đẹp nhất nhân dịp ông được đề bạt giữ chức giám đốc công ty TT.

Trong thời gian qua, quan hệ hợp tác giữa hai công ty chúng ta đã không ngừng phát triển và đem lại những lợi ích thiết thực cho cả hai bên. Hy vọng rằng, trên cương vị mới, ông sẽ có những nỗ lực để thúc đẩy mối quan hệ đó lên một tầm cao mới.

Trân trọng

Giám đốc công ty NT

Thư chúc mừng cần viết ngắn gọn, rõ ràng, thể hiện tình cảm chân thành, không nên dùng những từ mỹ miều, sáo rỗng.

3.3. Thư thăm hỏi

Thư thăm hỏi là loại thư bày tỏ sự quan tâm, mong muốn chia sẻ, động viên bạn bè, đồng nghiệp, đối tác, khách hàng khi có những chuyện không vui xảy ra với họ.

Thư thăm hỏi không nên viết quá dài, ý thư cần rõ ràng, tình cảm chân thành.

Ví dụ:

Kính gửi: Ông chủ tịch tỉnh H

Thưa Ông,

Thay mặt lãnh đạo và nhân dân tỉnh T, tôi xin gửi đến ông cùng đồng bào tỉnh nhà lời thăm hỏi ân cần nhất khi nhận được tin địa phương nhà bị nắng hạn kéo dài, mùa màng thất bát làm cho đời sống của đồng bào gặp nhiều khó khăn.

Để góp phần khắc phục những thiệt hại do hạn hán gây ra, tôi xin gửi tới đồng bào tỉnh nhà 100 triệu đồng cùng 50 chiếc máy bơm nước phục vụ cho việc cung cấp nước sinh hoạt ở những nơi khó khăn nhất.

Hy vọng rằng với sự hỗ trợ của cả nước cùng với sự nỗ lực của đồng bào tỉnh nhà, hậu quả của hạn hán sẽ sớm được khắc phục, cuộc sống của đồng bào sớm trở lại bình thường.

*Trân trọng
Chủ tịch UBND tỉnh T*

3.4. Thư chia buồn

Thư chia buồn dùng để bày tỏ tình cảm thương tiếc, mong muốn chia sẻ khi có những mất mát về con người xảy ra với bạn bè, đồng nghiệp, đối tác, khách hàng hoặc với thân nhân của họ.

Thư buồn nên viết ngay sau khi biết tin, thư nên ngắn gọn, tình cảm chân thành.

Nội dung thư chia buồn bao gồm những ý chính sau:

- Ai nhân danh ai, thay mặt ai gửi tới ai lời chia buồn;
- Biểu cảm của người gửi lời chia buồn khi biết tin buồn.

Ví dụ:

Thư chia buồn của ông giám đốc nhà máy Z gửi đến phu nhân giám đốc công ty MD khi biết tin ông giám đốc qua đời.

Kính gửi: Bà T, phu nhân giám đốc công ty MD

Thưa Bà,

Tôi vô cùng xúc động khi được tin ông nhà đột ngột qua đời do một căn bệnh hiểm nghèo. Cho phép tôi thay mặt toàn thể cán bộ, công nhân nhà máy Z gửi tới Bà cùng gia đình lời chia buồn sâu sắc nhất.

Tất cả những ai từng làm việc lâu năm bên cạnh ông nhà đều biết rằng, ông nhà không những là một giám đốc tài ba, hết lòng vì công việc, mà còn là người luôn quan tâm đến đời sống của từng cán bộ, công nhân trong công ty nói chung và nhà máy Z nói riêng. Vì vậy, sự ra đi đột ngột của ông nhà đã gây ra cho chúng tôi niềm thương tiếc vô hạn.

Tôi cùng toàn thể cán bộ, công nhân nhà máy Z xin bà nhận nơi đây tấm lòng thành kính, thiết tha.

Thành thật chia buồn!

3.5. Thư cảm ơn

Trong quan hệ xã giao, mỗi khi bạn được tặng quà, được một ân huệ đặc biệt, hoặc sau khi dự một bữa tiệc, bạn nên viết thư cảm ơn.

Thư cảm ơn là một biểu hiện của sự quan tâm, sự đánh giá của bạn đối với sự tiếp đãi, tình cảm của gia chủ. Gia chủ sẽ rất hài lòng khi nhận được thư cảm ơn của bạn.

Trình tự các ý của thư cảm ơn thường như sau:

- Mở đầu là lời cảm ơn.
- Sau đó là một vài đánh giá, nhận xét của bạn (về quà tặng, bữa tiệc, chuyến tham quan...) và cảm tưởng của bạn (ví dụ, mình vẫn thường mơ ước một chuyến tham quan như vậy).
- Cuối cùng lại là lời cảm ơn và lời chúc sức khỏe.

Ví dụ:

Kính gửi: ông T - Giám đốc khách sạn Thái Bình

Thưa Ông,

Cảm ơn ông rất nhiều về sự tiếp đón nhiệt tình, sự phục vụ tận tụy mà ông và các cộng sự đã dành cho chúng tôi trong những ngày vừa qua.

Những ngày nghỉ vừa qua đối với chúng tôi thật là tuyệt vời: khách sạn đầy đủ tiện nghi, nhân viên phục vụ tận tình, bãi biển đẹp và thơ mộng, đặc biệt là những món ăn do đầu bếp khách sạn chế biến từ hải sản tươi sống thật là khó quên. Đã từ lâu, anh em trong đoàn chúng tôi vẫn hằng mong muốn một kỳ nghỉ như vậy.

Hy vọng rằng sẽ được gặp lại ông trong kỳ nghỉ hè năm sau.

Một lần nữa xin cảm ơn ông và chúc ông dồi dào sức khỏe.

Trân trọng

3.6. Thư giới thiệu

Thư giới thiệu nhằm tạo được sự dễ dàng hơn trong việc thiết lập những mối quan hệ xã giao trong thương trường. Tuy nhiên, chỉ nên viết thư giới thiệu cho một người mà bạn biết rất rõ. Đặc biệt trong những trường hợp thư giới thiệu không mang tính công việc. Không ai có thể ép buộc bạn việc này, nó hoàn toàn do sự tự nguyện của bạn và bạn phải hết sức cẩn thận khi cầm bút. Thư giới thiệu là bằng chứng về mối quan hệ mật thiết giữa bạn và người được giới thiệu, người nhận thư ít nhiều phải làm vui lòng người mà bạn gửi gắm. Vì vậy, bạn cần cân nhắc mức độ thân tình giữa bạn và người nhận thư.

Ví dụ:

Chú Phan kính mến!

Xin giới thiệu với chú, bác Thu là giám đốc công ty nơi cháu làm việc. Tuần tới, bác ấy sẽ bay vào TP. Hồ Chí Minh để tìm hiểu thị trường và tìm kiếm cơ hội đầu tư. Bác Thu là con người của công việc, rất năng động nhưng vui vẻ và thú vị.

Cháu nghĩ rằng chú sẽ rất vui khi gặp gỡ bác Thu và cuộc gặp gỡ sẽ hữu ích.

Kính chào chú

Cháu của chú

Hoàng Lan

Và khi tới TP. Hồ Chí Minh, ông Thu sẽ gọi điện hoặc gửi lá thư giới thiệu kèm theo lá thư ngắn sau:

Kính gửi: Ông Phan

Thưa Ông,

Cháu Hoàng Lan đã gửi tôi lá thư giới thiệu với ông. Tôi sẽ ở lại khách sạn Rex, phòng 103 tới thứ bảy (ngày 25 tháng 10).

Tôi hy vọng sẽ hân hạnh được gặp ông.

Kính chào ông

Sau đó, ông Thu sẽ chờ ông Phan hồi âm. Trong trường hợp ông Phan không có thời gian để gặp ông Thu, nhất thiết phải viết thư trả lời.

Tóm lại, giao tiếp qua thư tín có những ưu thế nhất định. Nó được sử dụng với nhiều mục đích, từ cảm ơn, thăm hỏi trong quan hệ xã giao cho đến những vấn đề nghiêm túc hơn trong công việc như đặt hàng, khiếu nại... Lĩnh hội kỹ năng giao dịch qua thư tín là yêu cầu không thể thiếu đối với một nhân viên văn phòng hiện đại.

Câu hỏi và bài tập tình huống

1. Thư tín là gì? Nêu một số cách phân loại thư tín mà bạn biết.
2. Thư tín có những ưu thế gì so với các phương tiện trao đổi thông tin khác?
3. Theo bạn, thư tín có những hạn chế gì?
4. Nêu kết cấu của thư tín. Bạn có nhận xét gì về kết cấu này khi đối chiếu với những thư tín mà bạn đã có dịp tiếp xúc hoặc soạn thảo trong kỳ thực tập?
5. Nêu và phân tích các nguyên tắc viết thư tín?
6. Nêu những ưu điểm của cách viết thư theo lối diễn giải. Cách viết này thường được áp dụng cho những loại thư nào?
7. Nêu những ưu điểm của cách viết thư theo lối quy nạp. Cách viết này thường được áp dụng cho loại thư nào?

8. Dưới đây là một số lá thư cụ thể. Bạn hãy đọc kỹ và lần lượt nhận xét về ưu điểm, nhược điểm (nếu có) của từng lá thư.

a. Thư đặt hàng

Kính gửi: Ông tổng giám đốc Công ty DVTM Hà Tiến

Thưa Ông,

Tôi là Trần Nam, giám đốc khách sạn Ngọc Nam. Năm nay, tôi quyết định đầu tư nâng cấp khách sạn, vì vậy cần một số trang thiết bị mới trong đó có đệm giường. Tôi cần mua 30 tấm đệm Kim Đan loại 160 x 200 x 10 và 16 tấm loại 120 x 200 x 10 để trang bị cho các phòng của khách sạn. Sẽ rất tiện lợi cho tôi nếu lô hàng được chuyển đến khách sạn vào sáng thứ 2, ngày 28 tháng 6.

Giá trị của lô hàng sẽ được thanh toán đầy đủ bằng tiền mặt theo giá mà Công ty ông đã quảng cáo trên báo ngay sau khi tôi nhận được đủ hàng.

Kính chào ông!
GD.KS. Ngọc Nam

b. Thư từ chối

Kính gửi ông Trần Nam - GD. khách sạn Ngọc Nam

Thưa Ông,

Chúng tôi rất lấy làm tiếc phải báo để ông biết rằng, chúng tôi không thể đáp ứng được đơn đặt hàng của ông theo đúng thời hạn mà ông mong muốn.

Đệm Kim Đan là sản phẩm chất lượng cao, có uy tín trên thị trường trong và ngoài nước. Năm qua, Công ty Kim Đan đã ký hợp đồng xuất khẩu một lượng hàng lớn sang các nước Mỹ, Nhật, Châu Âu và hiện Công ty đang ưu tiên thực các hiện hợp đồng này. Do công suất sản xuất của nhà máy Kim Đan chưa được nâng lên, cho nên Công ty buộc phải giảm lượng sản phẩm đưa ra thị trường trong nước. Năm tới, một dây chuyền mới sẽ được đưa vào hoạt động và chắc chắn tình hình sẽ được cải thiện.

Một lần nữa mong ông thông cảm vì chúng tôi đã không thể đáp ứng được đơn đặt hàng của ông. Hy vọng rằng trong tương lai, chúng tôi sẽ có dịp phục vụ ông chu đáo hơn.

Kính chào ông.
GD. Công ty DVTM Hà Tiến.

c. Thư khiếu nại

Kính gửi ông T.M - Giám đốc Công ty Đại Hà

Thưa Ông,

Ngày 15 tháng 5, tôi đặt mua tại Công ty ông 40 bộ bàn ghế nhãn hiệu Xuân Hoà, kiểu RX 301 và đã trả trước 30% giá trị của lô hàng. Hôm nay, sau một tuần, tôi nhận được 40 bộ bàn ghế nhưng không phải kiểu RX 301 đã đặt, mà là kiểu RX 502. Loại bàn này rộng hơn, chiếm chỗ nhiều hơn, do đó không phù hợp với nhà hàng của tôi.

Tôi yêu cầu ông cho thu hồi lại số bàn ghế này và nhanh chóng chuyển đến số bàn ghế mà chúng tôi đã đặt mua.

Tôi cho rằng đây chỉ là một sự nhầm lẫn, tuy nhiên nó sẽ gây thiệt hại vô cùng lớn cho tôi nếu phải lùi ngày khai trương nhà hàng và, trong trường hợp này, ông phải hoàn toàn chịu trách nhiệm.

Chào ông.

Chương 10

GIAO TIẾP VĂN PHÒNG

Mục tiêu

Môi trường văn phòng ngày nay, như một xã hội thu nhỏ, một môi trường hợp tác và cạnh tranh. Ngoài năng lực chuyên môn, kinh nghiệm, mỗi cán bộ, nhân viên còn phải có khả năng hoà nhập với mọi người một cách tốt nhất. Mỗi cá nhân trong văn phòng phải biết giao tiếp, ứng xử đúng đắn với người khác theo địa vị của mình, chỉ như vậy họ mới thành công trên cương vị của mình và có khả năng phát triển. Trong văn phòng có nhiều quan hệ tiếp xúc, như: tiếp xúc với cấp trên, cấp dưới, ngang cấp, khách hàng, người cung ứng v.v. Chương này sẽ trang bị cho bạn những kiến thức cần thiết về các quan hệ giao tiếp cụ thể tại văn phòng. Sau khi học xong chương này, bạn sẽ có khả năng:

- Hiểu và thấy được tầm quan trọng của các mối quan hệ giao tiếp cụ thể tại văn phòng;
- Biết cách giao tiếp và ứng xử hiệu quả hơn trong công tác văn phòng.

Tóm tắt nội dung

- Trong môi trường văn phòng tồn tại nhiều mối quan hệ: quan hệ với cấp trên, quan hệ với cấp dưới, quan hệ với đồng nghiệp, quan hệ với đối tác, khách hàng v.v. Các mối quan hệ này không chỉ là quan hệ công việc, xã giao, mà còn mang tính tâm lí, thân mật.

- Giao tiếp trong môi trường văn phòng không chỉ phong phú về số lượng mà còn đa dạng về nội dung và tính chất. Dù là một nhân viên hay một cán bộ lãnh đạo của một văn phòng nào đó, bạn cũng cần nắm được những đặc điểm, những yêu cầu của mỗi loại hình giao tiếp trong văn phòng để có thể thành đạt trong sự nghiệp của mình.

I. CÁC LOẠI HÌNH GIAO TIẾP VĂN PHÒNG

1. Giao tiếp với cấp trên

Bất kỳ văn phòng nào cũng có người lãnh đạo, đây là người ra quyết định và quản lý, tạo ra các chuẩn mực. Nhìn chung, tất cả nhân viên đều phải nể và thừa nhận họ.

Giao tiếp với cấp trên có những đặc điểm sau:

- *Cấp dưới thường noi theo phong cách của cấp trên.* Cấp dưới thường quan sát cấp trên ăn mặc, nói năng, đi đứng, tổ chức cuộc họp để bắt chước. Cấp trên là mẫu hình của tổ chức, họ muốn mọi người trong tổ chức noi theo phong cách của họ. Họ ít khi muốn những gì khác biệt của nhân viên.

Ví dụ: Người lãnh đạo ăn mặc lịch sự và chú ý đến cách ăn mặc sẽ không bao giờ hài lòng nếu nhân viên của mình ăn mặc luộm thuộm, tóc để quá dài...

- *Cấp dưới phải biết cư xử khéo léo khi giao tiếp với cấp trên.* Cấp dưới không được làm mất mặt cấp trên hay chê bai họ sau lưng. Chớ nói sau lưng họ những điều mà trước mặt họ ta không nói. Nếu bạn không hiểu hay không đồng tình cũng không nên phản đối. Đừng bao giờ thể hiện là mình giỏi hơn lãnh đạo. Nên nhớ cấp trên luôn đúng.

- *Hãy quý trọng thời gian.* Thời gian nói chung là tiền bạc, mà thời gian của lãnh đạo còn quý hơn tiền bạc. Nếu đã xong việc thì tốt nhất bạn nên xin phép về chỗ làm việc của mình. Đừng vì lãnh đạo quý mình hay có chung sở thích mà cứ ngồi lại để cấp trên miễn cưỡng phải giao tiếp với bạn.

Chẳng hạn, sau khi báo cáo xong, không nên ngồi lại uống nước và tán chuyện về thời trang, người mẫu với cấp trên.

Việc báo cáo với lãnh đạo nên có lịch theo ngày hay tuần, chứ không phải chốc lát lại vào báo cáo lãnh đạo, làm mất thời gian của họ. Phải biết chủ động, sáng tạo trong công việc của mình chứ không nên quấy rầy lãnh đạo. Những người bận nhiều công việc không muốn bị người khác làm mất thì giờ của họ.

- *Cấp dưới phải báo cáo thường xuyên.* Phải báo cáo để cấp trên nắm được tiến độ công việc, triển vọng của công việc và những phát sinh có thể có trong tương lai. Tốt hơn cả, hàng ngày bạn ghi lại các công việc phải làm, dự kiến hướng xử lý, những phát sinh, tóm tắt tình hình theo từng mục để trình bày ngắn gọn vào cuối ngày hay đầu ngày hôm sau. Bạn phải nắm được thời gian biểu của cấp trên và đừng bao giờ làm ảnh hưởng tới thời gian biểu của họ.

- *Hãy tôn trọng cấp bậc trong tổ chức (văn phòng).* Cấp bậc trong tổ chức tồn tại là có lý do của nó và mọi người cần tôn trọng. Bạn không được báo cáo vượt cấp, bởi những gì bạn nói với cấp cao lại được chuyển về cho cấp trên trực tiếp xử lý. Khi đó bạn sẽ gặp rắc rối lớn. Bạn đã tạo một hình ảnh bất lợi ở lãnh đạo trực tiếp của mình. Cơ hội thăng tiến của bạn có thể sẽ không còn.

- *Cấp dưới nên tiếp thu phê bình của cấp trên một cách vô tư.* Nếu lãnh đạo đề nghị thay đổi một quy trình, một kế hoạch của nhân viên thì cách tốt nhất là tuân thủ một cách tích cực. Lãnh đạo phê bình đúng thì bạn tiếp thu và sửa chữa, lãnh đạo phê bình sai thì nên nghe để rút kinh nghiệm. Bạn tỏ ra chín chắn và thành thạo trong công việc.

- *Tập nhìn sự việc với con mắt của người lãnh đạo.* Hãy suy nghĩ về công việc và mối quan hệ của công việc đó trong hệ thống công việc của tổ chức. Người lãnh đạo thường xem xét công việc trên toàn cục chứ không quan tâm

tới từng điểm nhỏ. Hãy học lãnh đạo cách nhìn xa trông rộng.

Ví dụ: Khi đánh cờ phải nhìn toàn cục bàn cờ, chứ không phải chỉ nhìn vào một nước đi của con xe hay con mã.

Có thể bạn không đồng ý với mọi nguyên tắc, đường lối của cấp trên đã vạch ra, bạn nên nhớ rằng bạn không thể thay đổi được các nguyên tắc đó, hãy vận dụng những nguyên tắc đó một cách tốt nhất cho công việc của mình. Bạn là người phải biết chấp nhận luật chơi chứ đừng góp ý luật có điều này, điều kia vô lý.

Bạn sẽ thay đổi được các nguyên tắc, khi và chỉ khi bạn đã trở thành lãnh đạo của tổ chức đó.

2. Giao tiếp với cấp dưới

Khi bạn đã trở thành lãnh đạo trong tổ chức, cùng với sự thăng tiến ngày càng cao, bạn càng phải quản lý ngày càng nhiều nhân viên dưới quyền. Là người lãnh đạo bạn phải biết tạo được bầu không khí hiểu biết và tin cậy lẫn nhau, tạo được bầu không khí hài lòng và hăng hái trong những người dưới quyền để cổ vũ cấp dưới hết lòng vì công việc. Thành tích của bạn phụ thuộc vào nhân viên dưới quyền bạn.

- *Khi giao tiếp với cấp dưới nên sử dụng những nghi thức lịch sự, đơn giản.*
Bạn luôn có thể nói với họ là “rất vui lòng”, “cảm ơn” và mỉm cười. Chủ động chào khi họ đến cũng như lúc họ ra về.

- *Bạn hãy nghiêm túc thực hiện các nguyên tắc, chuẩn mực của tổ chức.*
Bạn muốn nhân viên đi làm đúng giờ, không sử dụng thiết bị, máy móc, chẳng hạn xe cộ, điện thoại công vào việc riêng thì bạn phải thực hiện các nguyên tắc đó trước và thật nghiêm chỉnh. Nhân viên thường học tập lãnh đạo về phong cách.

- *Khi giao tiếp với cấp dưới, bạn không được dùng lời lẽ thô lỗ hay bôi bác.*
Đó là một thói quen dễ lây lan, những người khác thường tự động bắt chước, rồi thành thói quen. Chẳng mấy chốc, mọi người trong tổ chức nói năng thô lỗ, thậm chí cả với cấp trên và khách hàng. Nói năng thô lỗ không giúp gì cho năng suất lao động và tinh thần làm việc, mà nó chỉ làm xấu hình ảnh của bạn trong giao tiếp và có thể mất đi nhiều khách hàng.

- *Hãy để cho cấp dưới biết những thông tin xác đáng khi giao việc cho họ.*
Cấp dưới cần biết tại sao lại tiến hành công việc như thế này, công việc của họ ảnh hưởng tới nhiệm vụ chung như thế nào. Tuyệt đối không phổ biến kế hoạch của đơn vị mình cho nhân viên của đơn vị khác.

- *Lắng nghe ý kiến đóng góp của cấp dưới cho kế hoạch của tổ chức.* Cấp dưới là người trực tiếp thực hiện kế hoạch, họ có nhiều kinh nghiệm thực tiễn và sáng tạo trong công việc. Khi bạn có được một thành tích hãy luôn nhớ đã có nhiều cấp dưới đóng góp vào thành tích đó.

- *Đừng tiết kiệm lời khen và chớ hào phóng lời phê bình.* Bản báo cáo được khen hãy nhắc đến người đã giúp bạn thực hiện nó. Nhắc đến công lao của cấp dưới, bạn sẽ được họ dành cho tình cảm vì bạn đã hiểu họ. Khi phê bình cấp dưới, không nên để người thứ ba có mặt, chỉ phê bình về công việc chứ không được đánh giá nhân cách của họ.

- *Hãy tin tưởng vào cấp dưới.* Giao công việc cho họ càng nhiều càng tốt. Hãy tìm cơ hội cất nhắc họ khi họ có nhiều thành tích. Luôn phải giám sát công việc đã giao cho cấp dưới. Phải bình đẳng với mọi người, chớ thiên vị. Không thân mật quá mức đối với cấp dưới. Nghiêm túc và lịch sự khi giao tiếp với phụ nữ và người trẻ tuổi. Có thể tặng quà, mời cấp dưới ăn trưa khi có điều kiện.

3. Giao tiếp với đồng nghiệp

Trong văn phòng, quan hệ với đồng nghiệp không chỉ là quan hệ mang tính cạnh tranh mà còn là mối quan hệ phối hợp, hợp tác trong công việc. Đó là mối quan hệ vô cùng quan trọng đối với sự thành đạt của mỗi người. Ở trong tổ chức, không có công việc nào không cần hợp tác với người khác. Các quan hệ này tồn tại trong nhiều năm, làm phong phú vốn sống và làm chỗ dựa cho bạn. Nó tạo điều kiện, củng cố mối quan hệ của bạn ở nơi làm việc. Trong quan hệ với đồng nghiệp, bạn cần lưu ý những điểm sau:

- *Luôn học hỏi ở đồng nghiệp*

Bất kỳ cá nhân nào cũng có những điểm tốt cho mỗi người khác học tập. Chúng ta học ở đồng nghiệp những bài học thành công, kể cả những bài học thất bại của họ. Chúng ta có thể thành đạt chỉ khi chúng ta luôn có ý thức học hỏi điều hay lẽ phải và quyết tâm sửa chữa những sai lầm. Khi học tập kinh nghiệm ở đồng nghiệp cần chọn lọc để tiếp thu, chứ không phải rập khuôn máy móc. Nhiều kinh nghiệm đối với họ là hay, trong điều kiện của họ là tốt, còn đối với chúng ta có chắc như vậy không?

- *Luôn chia sẻ thông tin với đồng nghiệp*

Hãy vui vẻ, chan hoà với đồng nghiệp, chia sẻ thông tin cùng đồng nghiệp. Chia sẻ thông tin không có nghĩa là gặp gì nói ấy, để lộ cả những thông tin bảo mật. Không nên sống quá khép kín, không giao tiếp để trở thành người bí

hiếm, lập dị. Nếu bạn xa lánh mọi người thì cũng bị mọi người xa lánh và bạn sẽ thiếu thông tin trong nghề nghiệp, cuộc sống.

- *Tích cực giúp đỡ các đồng nghiệp*

Hãy giúp đỡ đồng nghiệp vô tư trong điều kiện có thể, tạo được ấn tượng tốt từ đồng nghiệp, tỏ ra là người đáng tin cậy, hình thành được niềm tin, từ đó bạn hình thành uy tín trong bè bạn đồng nghiệp. Giúp đỡ các đồng nghiệp không có nghĩa là làm thay họ, che giấu khuyết điểm của họ.

- *Không được dựa dẫm những nhược điểm của đồng nghiệp*

Không lấy nhược điểm hay dị tật của đồng nghiệp để giễu cợt, nhạo báng. Bởi ai cũng có dị tật, nhược điểm và không muốn người khác động chạm đến. Đừng lấy nỗi đau của người khác làm trò đùa của mình.

- *Hãy tôn trọng cá tính, sự riêng tư của đồng nghiệp*

Không thể áp đặt quan điểm, lối sống của mình đối với người khác. Hãy tôn trọng các giá trị của người khác, dù các giá trị đó không đúng với bạn. Đừng can thiệp sâu vào chuyện riêng của đồng nghiệp, không nên hỏi thẳng thừng hay đồn thổi về chuyện riêng của họ.

4. Giao tiếp với khách hàng

Chúng ta đã biết rằng: “Khách hàng là thượng đế” và “Ý kiến khách hàng luôn đúng”. Theo quy luật cung cầu trong nền kinh tế thị trường thì ở đâu có cầu thì ở đó có cung. Có khách hàng thì mới có tổ chức đáp ứng nhu cầu của họ. Các cuộc giao tiếp với khách hàng thường ngắn, nên ấn tượng, phong cách của bạn phải góp phần củng cố niềm tin ở họ.

- *Bạn phải có trách nhiệm đối với khách hàng*

Bạn cần tôn trọng hợp đồng, lời hứa với khách hàng để tạo ra uy tín riêng của bạn và uy tín chung của tổ văn phòng. Hãy nhớ rằng mọi khách hàng (quá khứ, hiện tại, tương lai) đều quan trọng. Họ cần được đối xử ân cần, lịch sự và có trách nhiệm.

- *Giao tiếp với khách hàng phải đúng hẹn*

Thời gian là vàng. Điều này không chỉ đúng với bạn mà cả với khách hàng của bạn nữa. Cho nên, không nên trễ hẹn trong giao tiếp nói chung và với khách hàng nói riêng. Khi công việc kết thúc, hết thông tin, cần dứt khoát kết thúc cuộc gặp, không nên ngồi nán lại nói chuyện lan man.

- *Hãy tế nhị khéo léo với khách hàng*

Luôn tôn trọng khách hàng. Khuyến khích khách hàng phản hồi thông tin

về sản phẩm của bạn, để bạn có điều kiện cải tiến sản phẩm đó tốt hơn. Không quá tiết kiệm lời “cám ơn”, “xin lỗi”.

- *Hãy tỏ ra thân thiện với khách hàng, nhưng đừng tỏ ra quá thân mật đối với họ.* Hãy lưu trữ hồ sơ của khách hàng, gồm những thông tin cơ bản như sau: Họ tên; địa vị hay chức danh; hoàn cảnh gia đình; Nơi công tác; Sở thích; đặc điểm...

- *Hàng năm phải rà soát lại danh sách khách hàng để biết những nguồn khách nào không đem lại lợi nhuận, những khách nào đã không mua sản phẩm? Nếu có, cần tìm hiểu tại sao. Vì thái độ phục vụ khi giao tiếp với khách hàng hay vì sản phẩm không đáp ứng được nhu cầu của họ? Hãy liên lạc với họ để biết nguyên nhân và bàn bạc, thảo luận với họ nhằm khắc phục tình hình đó.*

5. Giao tiếp với người cung ứng

Đối với các nhà cung cấp đầu vào cho các tổ chức sản xuất, kinh doanh, chúng ta cần duy trì một quan hệ cùng có lợi. Nhiều người chỉ coi trọng khách hàng, mà coi thường các nhà cung ứng. Giao tiếp với các nhà cung ứng cũng rất cần sự đúng mực.

- *Biết quý trọng thời gian, đừng bắt nhà cung ứng chờ đợi quá lâu. Hãy nhanh chóng tiếp họ hoặc trả lời điện thoại.*

- *Cần tôn trọng nhà cung ứng*

Đừng đối xử với nhà cung ứng với tư cách là họ cần mình, mình có đòi hỏi này nợ buộc họ phải vì nể chấp nhận. Đừng nghĩ rằng họ phải thường xuyên mời mình đi ăn trưa. Đừng yêu cầu nhà cung ứng tặng quà cho mình hay “hoa hồng”. Trong những điều kiện nhất định, bạn có thể nhận quà lưu niệm của nhà cung ứng. Những món quà có giá trị nhỏ như: lịch, bút, sách vở... không làm cho bạn lệ thuộc, nhượng bộ trong đàm phán. Hãy cẩn trọng nếu nhận những món quà có giá trị lớn bởi nó được tính vào giá thành sản phẩm mà bạn mua bán. Thực chất, món quà đó thuộc về tổ chức, chứ không phải của bạn. Bạn nên báo cáo cho lãnh đạo và giao lại món quà đó.

- *Thông tin cho người cung ứng một cách đầy đủ*

Khi văn phòng của bạn có những thay đổi về ngân sách, hợp đồng, lịch làm việc, chương trình khuyến mãi... hãy thông tin đầy đủ cho người cung ứng. Hãy nói rõ các yêu cầu của mình với nhà cung ứng, tốt nhất là bằng văn bản, càng tỉ mỉ, cụ thể càng tốt. Hãy thể hiện sự hài lòng của bạn đối với những thương vụ được hoàn thành tốt. Không nên đẩy nhà cung ứng vào tình trạng

khó xử. Hãy yêu cầu nhà cung ứng cung cấp thông tin trong ngành có liên quan đến tổ chức của bạn.

- *Luôn thanh toán đúng hẹn cho nhà cung ứng.*

Sự thanh toán của bạn ảnh hưởng tới kế hoạch tài chính của nhà cung ứng. Đừng để họ hiểu lầm rằng Công ty của bạn đang bị khó khăn về tài chính. Đừng để họ xếp bạn ra ngoài danh sách khách hàng ưu tiên của họ.

II. NGUYÊN TẮC GIAO TIẾP VĂN PHÒNG

Trong một văn phòng, các giao tiếp đan xen đa dạng, không có một khuôn mẫu cụ thể cho từng cuộc giao tiếp. Mỗi cuộc giao tiếp phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố. Các yếu tố đó lại biến đổi không ngừng. Ở đây chỉ đưa ra vài nguyên tắc cơ bản nhất, mang tính phổ biến chung cho mọi vị trí giao tiếp trong tổ chức. Những nguyên tắc này xuất phát từ 2 tiền đề mọi người đều biết từ lâu, đó là:

Tiền đề 1: “Hãy đối xử với mọi người giống như bạn muốn họ đối đãi mình như vậy”.

Tiền đề 2: “Mỗi người đều quan trọng cả”.

1. Luôn nghiêm túc trong giao tiếp

Dù giao tiếp với ai? Trong điều kiện như thế nào? bàn bạc về vấn đề gì? ở đâu?... Bạn luôn phải tập trung vào công việc, mục đích của cuộc giao tiếp. Khi đã hứa hẹn hợp đồng thì phải tập trung mọi năng lực có thể để thực hiện đúng những lời hứa, những thoả thuận. Phải giữ gìn và phát triển những mối quan hệ đã có trong môi trường làm việc, liên quan đến nghề nghiệp. Hãy giúp đỡ đồng nghiệp trong tổ chức nếu có thể.

2. Hãy thận trọng trong giao tiếp

Phải phân định các mối quan hệ giao tiếp rạch ròi trong tổ chức, giao tiếp công vụ và giao tiếp bạn bè. Bạn không nên xưng hô: cậu-tớ, mày-tao, ông-tôi,... với cấp trên của mình tại nơi công sở dù cấp trên là bạn thân của bạn. Bạn chẳng nên tiết lộ đời tư của mình quá nhiều trong tổ chức. Nó không giúp cho năng suất lao động mà có lúc làm hại sự thành đạt của mình. Bạn không được tiết lộ đời tư của người khác, người ta để cho bạn là moi móc, tọc mạch gây bất lợi cho bạn.

3. Cần biết tiết kiệm thời gian

Bạn luôn nhớ “thời gian là tiền bạc”. Không nên túm 5 túm 3 bàn tán những chuyện vô bổ. Khi cần trao đổi công việc thì gặp nhau, xong việc nên

kết thúc và về vị trí của mình để làm việc. Hãy tận dụng thời gian để làm việc và giao tiếp có hiệu quả cao. Nếu mỗi người mỗi ngày lãng phí vài chục phút, thì thời gian lãng phí của toàn tổ chức (hàng chục, hàng trăm người) mỗi ngày là một con số không nhỏ.

4. Bạn xây dựng cho mình là người có uy tín

Uy tín được thể hiện qua giao tiếp, bạn là người có chuyên môn, có tư cách và đáng tin cậy. Đây là một phẩm chất quan trọng giúp bạn thành đạt trong sự nghiệp của mình.

5. Luôn ăn mặc phù hợp

Khi chọn trang phục bạn cần đặt ra các câu hỏi sau: Bạn sắp tiếp ai, nhân dịp gì, tính chất của cuộc giao tiếp đó?... Bởi trang phục của nam giới khác xa trang phục của nữ giới; trang phục đi làm khác trang phục dự hội nghị; trang phục của người béo khác trang phục của người gầy; trang phục ngày thường khác với lễ phục; trang phục mùa đông khác với trang phục mùa hè... Tóm lại, tùy từng hoàn cảnh, cá nhân mà bạn chọn trang phục cho phù hợp với mình, với đối tượng giao tiếp.

Câu hỏi

1. Khi giao tiếp với cấp trên bạn cần chú ý gì?
2. Những điều cần quan tâm khi giao tiếp với cấp dưới?
3. Trình bày giao tiếp với các đồng nghiệp trong tổ chức?
4. Giao tiếp với khách hàng phải lưu ý gì?
5. Phải có nguyên tắc gì khi giao tiếp với người cung ứng?
6. Các nguyên tắc chung giao tiếp trong tổ chức là gì?

Bài tập tình huống

1. Bạn là nữ nhân viên văn phòng. Cửa văn phòng là cửa kính trong, xoay được 2 chiều (vào trong, ra ngoài). Bạn vừa đi tới gần cửa. Bên trong sếp của bạn cùng đi ra đến gần cửa. Bốn mắt nhìn nhau qua cửa. Bạn xử sự như thế nào cho đúng.

2. Một hôm, bạn đi ăn trưa về và thấy cô thư ký ngồi khóc trong văn phòng. Bạn xử sự như thế nào?

3. Khi sếp nói với bạn 25/3 này nộp báo cáo kế hoạch sản xuất, vì quên do nhiều việc nên 20/3 sếp đã đòi báo cáo. Đương nhiên là bạn chưa có. Sếp mắng bạn là đã hẹn 19/3 nộp báo cáo mà 20/3 vẫn chưa có. Bạn ứng xử ra sao?

Chương 11

VĂN HOÁ GIAO TIẾP CỦA NGƯỜI VIỆT NAM VÀ NGƯỜI NƯỚC NGOÀI

Mục tiêu

Mỗi dân tộc đều có những nét đặc trưng riêng trong văn hoá giao tiếp, ứng xử. Muốn giao tiếp tốt, bạn cần phải nắm được những nét riêng này không chỉ của dân tộc mình, đất nước mình, mà cả của các dân tộc khác, đất nước khác, đặc biệt trong thời đại hiện nay, khi xu hướng hợp tác, hội nhập khu vực và toàn cầu đang diễn ra mạnh mẽ. Sau khi học xong chương này, bạn có thể:

- Hiểu được những nét đặc trưng trong văn hoá giao tiếp của dân tộc ta cũng như các dân tộc khác trên thế giới;

- Xác định thái độ đúng đắn với các giá trị văn hoá nói chung và văn hoá giao tiếp nói riêng của dân tộc ta cũng như của các dân tộc khác trên thế giới;

- Thiết lập và tiến hành các quan hệ giao tiếp với người nước ngoài một cách hiệu quả hơn.

Tóm tắt nội dung

- Việt Nam là đất nước có nhiều dân tộc, có nền văn hoá lâu đời; phong tục, tập quán của người Việt đa dạng, phong phú. Tuy nhiên, trong văn hoá giao tiếp của người Việt vẫn có những nét chung, đó là: người Việt thích và coi trọng giao tiếp, coi trọng các mối quan hệ; người Việt đề cao danh dự, đề cao tình cảm, thường lấy tình cảm làm nguyên tắc ứng xử; người Việt ưa sự ý tứ, tế nhị, thích quan tâm đến người khác; xưng hô trong giao tiếp của người Việt rất phức tạp và có xu hướng gia đình hoá. Tất cả những nét đặc trưng này đều có mối liên hệ chặt chẽ với tinh cộng đồng làng xã, với nền văn hoá gốc nông nghiệp của người Việt.

- Mỗi dân tộc, mỗi đất nước trên thế giới đều có những phong tục, tập quán riêng. Mặc dù ngày nay, các phương tiện thông tin, vận chuyển hiện đại đã làm cho các nước gần nhau hơn, xu hướng hội nhập, liên kết khu vực và quốc tế không chỉ diễn ra trên các lĩnh vực kinh tế, chính trị, mà cả trên lĩnh vực văn hoá nữa. Tuy nhiên, những phong tục, tập quán, những nét riêng trong văn hoá giao tiếp của mỗi nước, mỗi dân tộc không mất đi mà được gìn giữ, duy trì, phát huy, góp phần tạo nên bản sắc văn hoá của nước đó, dân tộc đó.

I. VĂN HOÁ GIAO TIẾP CỦA NGƯỜI VIỆT NAM

Đất nước ta tuy không rộng lớn như nhiều nước khác trên thế giới, nhưng lại trải dài hàng ngàn cây số từ Bắc tới Nam với hơn năm mươi dân tộc sinh

sống. Phong tục, tập quán, truyền thống của mỗi dân tộc, mỗi vùng cũng rất khác nhau; tâm lý, phong cách giao tiếp, ứng xử của cư dân ở những vùng khác nhau cũng có những khác biệt. Vì vậy, không dễ gì chỉ ra những nét chung trong văn hoá giao tiếp của người Việt Nam. Tuy nhiên, qua một số công trình nghiên cứu của các tác giả trong và ngoài nước, có thể nêu lên một số nét cơ bản sau đây:

- *Thứ nhất*, người Việt Nam thích giao tiếp, coi trọng giao tiếp.

Do tâm lý cộng đồng làng xã, người Việt sống rất quây quần, hay gặp gỡ, thăm viếng nhau. Dù ở miền Bắc hay miền Nam, ở đồng bằng hay miền núi, người Việt đều quan niệm rằng sống cùng nhau thì phải yêu thương, đùm bọc, vui buồn cùng chia sẻ. Chính vì vậy, tình làng, nghĩa xóm trong mỗi người Việt rất sâu nặng, họ thường xuyên thăm viếng nhau, hỏi han, quan tâm đến nhau. Đặc biệt vào những ngày lễ, ngày tết, bạn có thể thấy trên những chuyến tàu xe người người hối hả, tất bật về quê để có những phút giây gia đình, bạn bè đoàn tụ, gặp gỡ sau một thời gian dài lo làm ăn nơi xa. Có lẽ cũng vì vậy mà ít có một nơi nào trên thế giới như ở Việt Nam lại nhiều lễ hội như vậy, và tết âm lịch lại kéo dài ba, bốn ngày, thậm chí trước đây là gần cả tháng.

Tính thích giao tiếp, coi trọng giao tiếp của người Việt còn được biểu hiện ở *sự hiếu khách* của người Việt.

Người Việt rất hiếu khách, trân trọng khách. Ở bất cứ gia đình nào, dù đó là gia đình khá giả hay còn túng thiếu, phòng khách luôn là phòng được quan tâm nhiều hơn cả, đó thường là nơi đẹp, thoáng nhất, được bày biện những đồ vật đẹp nhất, sang trọng nhất. Khi khách đến, cho dù đó là người ruột thịt, họ hàng hay hàng xóm, dù là người thân thuộc đã lâu hay mới quen biết, gia chủ cũng luôn niềm nở, chu đáo với khách, dành tất cả những gì tốt nhất cho khách. Ngay ngày xưa, khi điều kiện kinh tế còn nhiều khó khăn thì khách khứa vẫn luôn được tiếp đãi một cách tốt nhất, vì vậy mà người xưa có câu “Nhịn miệng đãi khách”. Bạn bè nhiều, khách khứa thường xuyên viếng thăm được xem như là gia chủ có “lộc”, có “phúc” và là biểu hiện của lối sống và cách cư xử tốt đẹp, đúng mực, có trước có sau của gia chủ.

Thứ hai, trong giao tiếp người Việt còn rụt rè, đặc biệt khi họ ở trong môi trường giao tiếp không quen thuộc.

Người Việt thích giao tiếp nhưng họ chỉ cảm thấy tự nhiên, thoải mái trong cộng đồng quen thuộc, còn khi trước mặt họ là người lạ hoặc chưa thật quen biết, họ lại thường ái ngại, rụt rè, tức là họ ngại tiếp xúc, gặp gỡ với người lạ, ngại bộc lộ mình trước người chưa quen biết. Không hiếm khi điều

này ngăn cản người Việt nắm bắt những cơ hội tiếp xúc, thiết lập những mối quan hệ mới.

- Thứ ba, trong giao tiếp, ứng xử, người Việt coi trọng tình cảm, thường lấy tình cảm làm chuẩn mực ứng xử.

Do phải đấu tranh với thiên nhiên khắc nghiệt, với giặc ngoại xâm trong nhiều thế kỷ vì sự sinh tồn, người Việt có truyền thống đoàn kết, gắn bó, yêu thương, giúp đỡ lẫn nhau. Vì vậy, người Việt rất trọng các quan hệ tình cảm, xem tình cảm là cơ sở để thể hiện thái độ và ứng xử. Có rất nhiều câu ca dao nói lên điều này, chẳng hạn như:



Hình 28: Thăm hỏi ông bà, cha mẹ vào những ngày lễ - một nét đẹp trong văn hoá giao tiếp của người Việt Nam (Tranh - Đinh Thọ)

*“Yêu nhau cau sáu bổ ba
Ghét nhau cau sáu bổ ra làm mười”*

Hoặc:

*“Yêu nhau trăm sự chẳng nề
Dẫu trăm chỗ lệch cũng kê cho vừa”.*

Tất nhiên, người Việt muốn ứng xử vừa có tình vừa có lý, song khi phải cân nhắc giữa tình và lý thì không hiếm khi tình được coi trọng hơn: “Một trăm cái lý không bằng một tý cái tình”.

- *Thứ tư*, người Việt thích tìm hiểu, quan sát, đánh giá đối tượng giao tiếp.

Khác với người phương Tây thường tránh nói đến những vấn đề riêng, khi tiếp xúc, gặp gỡ, trò chuyện với một người nào đó, người Việt thường quan tâm hỏi han, tìm hiểu hoàn cảnh của họ, chẳng hạn như quê quán, nghề nghiệp, gia đình, bố mẹ, con cái... Đặc tính này cũng xuất phát từ tâm lý cộng đồng làng xã mà ra. Người Việt cảm thấy có trách nhiệm quan tâm đến người đối thoại, mà muốn quan tâm thì trước hết phải hiểu rõ hoàn cảnh của họ. Cũng do đặc tính này mà người Việt hay để ý đến nhau, đến những người cạnh mình, hay bàn tán chuyện của người khác và không ít khi dẫn đến tình trạng như người xưa nói: “Trong nhà chưa tỏ, ngoài ngõ đã tường”.

- *Thứ năm*, người Việt ưa sự tế nhị, ý tứ và coi trọng sự hoà thuận.

Do coi trọng sự hoà thuận và quan niệm “sự thật mất lòng” cho nên trong giao tiếp, người Việt thường rất ý tứ, tế nhị, cân nhắc kỹ từng lời, từng ý, ít khi họ nói thẳng vào vấn đề, đặc biệt là những vấn đề “tế nhị”. Người xưa dạy:

*“Lời nói chẳng mất tiền mua
Lựa lời mà nói cho vừa lòng nhau”.*

Và:

*“Người khôn ăn nói nửa chừng
Để cho người dại nửa mừng nửa lo”.*

Nét đặc trưng này thể hiện rõ hơn ở người miền Bắc, người miền Trung và người miền Nam ăn nói thoải mái hơn, thẳng thắn hơn.

- *Thứ sáu*, cách xưng hô của người Việt phong phú, phức tạp và có xu hướng gia đình hoá.

Khi trò chuyện với người khác, người Việt có thể dùng nhiều từ khác nhau để chỉ bản thân: tôi, tớ, mình, tao, bác, chú, cô, dì, chị, anh... và cũng có thể dùng nhiều từ khác nhau để chỉ người đối thoại: cậu, mày, anh, chị, bác, chú,

cô... Xung hô, chào hỏi của người Việt phụ thuộc vào thái độ, quan hệ tình cảm, mức độ quen biết, tuổi tác, cương vị xã hội và đặc biệt quan hệ họ hàng chi phối cách xưng hô rất mạnh. Một thiếu nữ vẫn có thể được một người đàn ông đứng tuổi gọi là “bà” (bà trẻ) theo ngôi thứ trong quan hệ họ hàng. Ngoài ra, xu hướng gia đình hoá cũng thể hiện rất rõ trong xưng hô, chào hỏi của người Việt. Ở ngoài phố, trong quán rượu hay tại cơ quan, bất kỳ đâu bạn cũng có thể nghe người ta xưng hô với nhau là chú – cháu, bác – cháu, anh Hai, anh Ba, thậm chí là bố – con, mặc dù giữa họ không có quan hệ họ hàng huyết thống.

Đã có những ý kiến cho rằng, nên thay đổi cách xưng hô của người Việt tại công sở, vì cách xưng hô mang tính gia đình như vậy không giúp người ta ý thức được trách nhiệm cá nhân của mình và dễ dẫn đến sự cả nể khi giải quyết công việc. Tuy nhiên, điều này không dễ, nó đòi hỏi phải có thời gian. Còn hiện tại, một nhân viên trẻ tuổi xưng “tôi” khi giao tiếp với thủ trưởng của mình, thậm chí chỉ là một đồng nghiệp hơn tuổi cũng dễ bị xem là “bất kính”.

II. VĂN HOÁ GIAO TIẾP CỦA NGƯỜI NƯỚC NGOÀI

1. Văn hoá giao tiếp của người châu Âu và người Mỹ

1.1. Người Anh

Cuộc cách mạng tư sản ở Anh không triệt để, chế độ phong kiến vẫn còn được giữ một phần nên phong cách giao tiếp của người Anh chịu ảnh hưởng nặng nề bởi các tập quán, tục lệ cổ xưa xuất phát từ tầng lớp quý tộc. Ngày nay, nhiều người Anh vẫn còn để ý đến gia phả của nhau và dự đoán gốc gác của người nọ, người kia qua giọng nói của họ.

Người Anh chú ý nhiều đến phát âm, phát âm phải chuẩn xác, âm điệu thích hợp với từng câu, không vung tay làm hiệu để phụ họa câu nói hoặc có làm vậy thì cũng rất hạn chế, tránh mặc những y phục có màu sắc sỡ, không dùng nước hoa có mùi thơm ngát, mạnh.

Người Anh ít nói về bản thân mình. Ngay cả câu chào: “Anh có khoẻ không?” (How do you do?) thì người được hỏi cũng có thể đáp lại tương tự. Kết quả là không ai biết ai thế nào cả. Khi hai người ngồi trò chuyện với nhau, họ thường nói về những đề tài không liên quan đến ai, như: thời tiết, thể thao, điện ảnh, các loài hoa v.v. Khi giới thiệu nhau, người Anh cố ý loại bỏ hết các chức tước, chỉ giới thiệu tên họ hoặc tên riêng của nhau. Ví dụ: “Đây là ông David”, “Xin giới thiệu bà Smith, ngài John”. Khi giới thiệu xong, mọi người chỉ khẽ nghiêng người chào nhau là đủ, khỏi cần bắt tay.

Người Anh thích hài hước, nhưng tránh giễu cợt người khác mà lại hay giễu cợt chính bản thân mình. Khi tiếp khách, họ cố gắng nói chuyện đều với tất cả mọi người trong bàn và, trong quá trình trò chuyện, nhất thiết không tôn mình lên hoặc làm việc gì đó để mình nổi hơn người khác.

Người Anh thích các món gà quay, cá rán, dê nướng, các món chế biến từ ốc, cua. Món điểm tâm của họ thường là cà phê, sữa, đặc biệt món trà rất được ưa chuộng.

1.2. Người Pháp

Người Pháp thường rất vui vẻ, dí dỏm, lịch sự, khéo léo trong giao tiếp. Họ chú trọng nhiều đến hình thức bên ngoài và cho rằng cách ăn mặc, nói năng, điệu bộ, cử chỉ của một người phản ánh trình độ văn hoá và giáo dục của người đó. Tuy nhiên, trong bữa ăn, khác với phụ nữ Anh, nữ chủ nhân ở Pháp thường ăn mặc giản dị, nhã nhặn, ít phô trương để trội hơn khách mời. Nhã ý của họ là ưu tiên cho khách hoặc thông cảm với những người không có điều kiện mặc đồ sang trọng.

Ở Pháp, những người thân không phân biệt chức vị thường gọi nhau bằng anh, chị hoặc tên riêng. Trong công sở, một số người cũng gọi nhau như thế. Nhưng khi đã gọi ai một cách trịnh trọng bằng ông, bà thì phải kèm theo tên họ. Ví dụ: “Ông Margin, phiền ông chuyển giúp tôi tập hồ sơ này sang phòng nhân sự”. Riêng với phụ nữ, đa số muốn người khác gọi mình bằng tên họ, ví dụ: “Cô Margin”, “Bà Margin”.

Người Pháp không thích đề cập đến chuyện riêng tư trong gia đình và những bí mật trong kinh doanh. Họ cũng quan tâm đến quá khứ và thường lập kế hoạch làm ăn lâu dài dựa vào những điều đã xảy ra trước đó.

1.3. Người Đức

Nếu nói người Đức chuộng hư danh cũng không phải là sai, vì người nào cũng muốn được gọi là “bác sĩ” hoặc “tiến sĩ” (Doctor). Muốn nói với bất kỳ một viên chức nào, người ta bắt đầu bằng câu “Thưa bác sĩ...”, dù biết người đó chẳng có quan hệ gì với ngành y. Gọi nhầm để tăng bốc như vậy sẽ làm người ta vui lòng, còn không gọi như vậy sẽ là “vô lễ”. Bình thường, tên người luôn phải đi đôi với từ “ông”, “bà”, “ngài”. Ví dụ: “Ngài giáo sư Wolf”. Phụ nữ ngoài 20 tuổi được gọi bằng “bà” dù chưa có chồng. Tuy nhiên, trong giới trẻ hoặc giữa những người cùng cấp, việc gọi nhau một cách thân mật như tớ - cậu cũng là chuyện bình thường.

Khi chào nhau, nếu là người thân, mọi người hơi nghiêng về phía trước và

bắt tay nhau. Người Đức không ôm hôn nhau để tỏ sự vui mừng khi gặp mặt như người Pháp.

Người Đức mặc giản dị khi đi làm, nhưng khi đi dạo, xem hát, tới thăm bạn bè thì họ mặc đồ đẹp và trang trọng hơn. Nếu được mời đến dự tiệc chiêu đãi của bạn bè, người Đức bao giờ cũng mang quà tới tặng gia chủ: một hộp bánh, lọ mứt, chai rượu, bó hoa...

Người Đức rất nghiêm túc về giờ giấc, rõ ràng trong quan hệ và chỉ tiêu rất cân nhắc, ít khi họ phung phí tiền bạc. Nếu vào một quán ăn của người Đức, bạn sẽ thấy các món ăn được gọi đều được khách ăn hết rất sạch sẽ, bởi mọi người đều cân nhắc ăn bao nhiêu là vừa đủ, không gọi thừa.

Người Đức thích tiệc tùng, nhưng bữa tiệc thường được tổ chức muộn, sau khi mọi người đã ăn tối, vì vậy tại bữa tiệc mọi người thường chỉ uống. Khác với người Pháp chỉ thích nói chuyện vui tại bàn tiệc, người Đức thích nói chuyện và thảo luận cặn kẽ cả những vấn đề phức tạp tại bữa tiệc, không hiếm khi họ đạt được thoả thuận làm ăn tại bàn tiệc.

1.4. Người Mỹ

Người Mỹ hầu như đã vứt bỏ được cái vỏ bọc dè dặt, kín đáo bên ngoài, họ luôn muốn chia sẻ cùng người khác mọi thú vui của cuộc sống. Bởi vậy, họ rất cởi mở, thành thật, vui vẻ, dễ chan hoà và cũng mong muốn mọi người đối xử với mình như thế. Phong cách tự nhiên khiến cho mỗi người một vẻ, tùy thuộc vào trình độ văn hoá, giáo dục và nguồn gốc tổ tiên. Cách ăn mặc cũng vậy, ai muốn thế nào cũng được, miễn sao tiện dụng và thoải mái. Tuy vậy, tại các công sở, người Mỹ cũng muốn giữ cho mình vẻ bề ngoài nghiêm chỉnh: phụ nữ thường mặc váy màu sẫm, đàn ông mặc comlê.

Người Mỹ rất năng động và cầu tiến. Từ mờ sáng cho tới đêm khuya, người ta luôn gặp ngoài đường những bước đi vội vàng nhưng đầy tự tin của những người đàn ông và phụ nữ. Họ hoạt động liên tục như không nghỉ. Bữa điểm tâm buổi sáng, ai cũng ăn vội vàng và ăn khoẻ, và ngay ở đây người ta có thể trao đổi với nhau về công việc.

Người Mỹ đề cao các giá trị như tự do, thành tích cá nhân, tính độc lập và sáng tạo. Họ không muốn bị ràng buộc, bị chỉ huy. Vì vậy muốn làm quen với người Mỹ, bạn đừng lên mặt chỉ huy họ.

Người Mỹ đề cao phụ nữ, phụ nữ hoàn toàn bình đẳng với nam giới, thậm chí pháp luật có phần ưu tiên phụ nữ hơn. Người ta nói rằng, trong gia đình Mỹ, đứng ở vị trí số một là phụ nữ, tiếp đến là các con vật nuôi trong nhà, sau

đó mới đến đáng mày râu. Tới Mỹ, bạn cần phải coi chừng, đừng quá vui mà lỡ miệng trêu chọc, bông đùa với phụ nữ, rất dễ bị khiêu khích và cái giá phải trả là một món tiền phạt bồi thường không nhỏ.



Hình 27: Kiểu ngồi vắt chân của người Mỹ

1.5. Người Nga

Người Nga thật thà, thẳng thắn, dễ gần, rộng lượng và chân thành trong quan hệ.

Khi khách quý đến thăm, thường có lễ bánh mì và muối để tỏ tình cảm chân thành, mặn mà. Khách không nên từ chối mà hãy bẻ một mẫu bánh, chấm vào đĩa muối rồi nhắm nháp.

Các món ăn được người Nga ưa thích là các món quay, thịt băm viên, thịt hầm nhừ. Trước khi ăn các món chính, họ ăn súp, súp thường có rau hoặc khoai tây lẫn thịt, món cháo sữa cũng được người Nga ưa chuộng. Người Nga thích uống bia với cá hun khói, còn rượu thì họ thích các loại vang và Vodka.

Ở Nga, phụ nữ và người già luôn được kính trọng. Ra đường, nếu bạn thấy phụ nữ hay người già mang xách nặng, bạn nên ngỏ lời giúp đỡ. Trên tàu xe, người trẻ luôn nhường chỗ ngồi cho phụ nữ và người già, còn nếu bạn không làm như vậy, mọi người xung quanh sẽ nhìn bạn với ánh mắt thiếu thiện cảm.

2. Người châu Á

2.1. Người Nhật

Người Nhật dành phần lớn thời gian cho công việc nghề nghiệp, nên họ

chẳng còn được rảnh rỗi bao nhiêu ở gia đình. Việc tiếp xúc với người chưa quen biết rất ít khi được tổ chức ở nhà riêng. Họ thường dùng các câu lạc bộ để thư giãn và tiếp khách, bàn chuyện công việc. Khách được mời tới câu lạc bộ không nên từ chối, vì như thế sẽ làm người mời phật ý. Những câu chuyện trao đổi dỏ dang nơi văn phòng sẽ được tiếp tục ở đây với một ly rượu pha nước sôi.

Người Nhật rất kín đáo, điềm tĩnh, tôn trọng thứ bậc và đề cao ý thức tập thể. Các cuộc thương lượng với người Nhật thường mất nhiều thời gian bởi vì phải qua nhiều cấp bậc và hiếm khi họ đi thẳng vào vấn đề. Thường thì cuộc gặp gỡ đầu tiên được ưu tiên cho việc tìm hiểu đối tác. Trong quá trình thương lượng, họ không bao giờ nói to, không tỏ ý sốt ruột, không ai thúc ép ai. Nếu bạn thương lượng với người Nhật, bạn cần phải kiên nhẫn bàn quanh co một chút. Và khi mọi việc đã được thoả thuận, thì bạn đừng ngạc nhiên là hợp đồng chưa được ký kết bởi họ còn chờ ý kiến của một cấp trên cao tuổi nào đó.

Người Nhật đánh giá cao sự lễ phép, nó dường như trở thành một nghi lễ trong cuộc sống của họ. Họ luôn sẵn sàng nói lời cảm ơn với mọi người xung quanh. Khi chào theo kiểu Nhật, họ cúi đầu và gặp người xuống, ít khi người Nhật bắt tay và ôm nhau ngoài đường phố.

Ở Nhật, người già rất được kính trọng, nên khi chào nhiều người, người ta chào người cao tuổi trước. Trong các cuộc thương lượng, người trẻ bàn bạc, trao đổi ý kiến và để người cao tuổi hơn kết luận. Khi trao đổi, bàn luận, người Nhật tránh nói từ “không”, bởi vì nó có nghĩa là từ chối. Người ta thường dùng những từ như “sôđemi” hoặc “sôđeka”, đại ý là “thế đấy”, “vậy đấy”, tức là không có nghĩa từ chối mà cũng không có nghĩa chấp nhận.

Phụ nữ Nhật thường chỉ làm công việc hành chính, ít người có mặt trong các ngành chuyên môn. Con đường công danh của họ cũng khó khăn và chậm hơn nam giới. Đa số chấp nhận công việc nội trợ sau khi lấy chồng. Người lạ khi tiếp xúc với phụ nữ Nhật cần phải thận trọng hơn phụ nữ châu Âu.

2.2. Người Trung Quốc

Trung Quốc là một đất nước rộng lớn, dân số đông nhất thế giới, lại giáp liền với nước ta, vì vậy lượng người Trung Quốc qua nước ta du lịch, làm ăn, buôn bán rất lớn, nhất là trong những năm gần đây, khi nền kinh tế của Việt Nam và Trung Quốc tăng trưởng với tốc độ cao nhất thế giới. Trong văn hoá giao tiếp của người Trung Quốc có nhiều nét đặc sắc.

- Cũng giống như người Việt, người Trung Quốc thích giao tiếp, thích gặp gỡ. Khi gặp nhau thường chỉ cần mỉm cười, gật đầu chào nhau là đủ, tuy nhiên,

bạn cũng có thể chia tay ra bắt tay. Ở thành thị, thói quen bắt tay đã trở nên phổ biến.

- Người Trung Quốc coi trọng chức vụ và bằng cấp. Khi giới thiệu, cần giới thiệu cả chức vụ và bằng cấp, nếu không, sẽ là một thiếu sót của bạn. Trên danh thiếp của người Trung Quốc thường ghi đầy đủ chức vụ và bằng cấp bằng hai thứ tiếng: Trung Quốc và Anh.

- Cũng giống người Việt, họ tên của người Trung Quốc thường có ba từ tố: họ, họ đệm và tên. Nhưng khác với người Việt, người Trung Quốc thường gọi nhau bằng họ kèm theo chức vụ. Ví dụ: Bí thư Chu, Đội trưởng Mã (Chu và Mã là họ).

- Khi tiếp xúc với người Trung Quốc, có thể đề cập những vấn đề rất riêng tư, như vợ chồng, con cái, nghề nghiệp, quê quán, thu nhập v. v. . . . Đây được xem là sự quan tâm chứ không phải là tò mò, thóc mách.

- Trong giao tiếp, người Trung Quốc không quen đụng chạm, như ôm hôn, cầm tay, khoác tay v. v. . . . Tuy nhiên, hiện nay, những động tác này ngày càng trở nên phổ biến ở lớp người trẻ tuổi thị thành.

- Người Trung Quốc thâm thúy, tư duy phân tích tốt, thích kinh doanh và kinh doanh giỏi. Trong quan hệ, người Trung Quốc thường rất thực tế, lợi ích kinh tế được đặt lên hàng đầu.

- Người Trung Quốc có tính cộng đồng cao. Hoa kiều ở các nước thường sống tụ tập theo từng vùng, thành những khu phố riêng, họ đoàn kết, cùng giúp đỡ nhau làm ăn và có ý thức giữ gìn bản sắc văn hoá dân tộc: ăn mặc, thói quen sinh hoạt, ngôn ngữ v. v.

- Văn hoá ẩm thực của Người Trung Quốc nổi tiếng thế giới. Trong chế biến thức ăn, họ thường sử dụng các vị thuốc bắc, thảo mộc, giới quý tộc ngày xưa thích những món ăn cầu kỳ, chế biến phức tạp, công phu. Bữa ăn thường có nhiều món, các món ăn lần lượt được đưa ra bàn ăn dần dần trong quá trình ăn, chứ không được bày ra tất cả cùng một lúc như ở người Việt. Song hiện nay, xu hướng chung của người Trung Quốc là ăn uống đơn giản, tiết kiệm.

2.3. Người Ấn Độ

Ấn Độ là một đất nước rộng lớn, dân số đông thứ nhì thế giới (sau Trung Quốc). Ấn Độ có nền văn hoá lâu đời và nền văn hoá này có ảnh hưởng lớn đến nước ta, đặc biệt là các tỉnh phía Nam.

Phong tục, tập quán Ấn Độ gắn liền với sự phân chia đẳng cấp và lễ nghi tôn giáo. Mỗi cử chỉ, hành vi của con người trong giao tiếp được quy định một

cách chặt chẽ, tỉ mỉ. Ở Ấn Độ, hai người khác đẳng cấp không bao giờ ngồi chung một bàn, làm chung một việc. Những người thuộc đẳng cấp cao nhất, Bàlamôn, rất ít khi đụng chạm với người thuộc đẳng cấp thấp hơn. Họ cũng ngại sử dụng đồ da vì cho rằng đó là da động vật bị giết.

Người Ấn Độ thường chào nhau bằng cách chắp hai tay ở trước ngực hay ngang trán để thể hiện sự kính trọng đối với bề trên. Còn thông thường, những người quen biết ngang hàng nhau chào nhau bằng cách mỉm cười và lắc đầu. Việc bắt tay chỉ phổ biến ở giới thượng lưu, tuy nhiên người ta rất ít khi chào phụ nữ bằng cách bắt tay.

Người Ấn Độ rất mến khách. Họ thường đón tiếp khách và chiêu đãi khách một cách nồng nhiệt. Khi ăn, thói quen của người Ấn là dùng tay phải để bốc, bốc thức ăn phải thật gọn, tránh làm rơi vãi, còn tay trái cầm cốc uống nước, khi uống nước thì đổ thẳng nước từ cốc vào miệng chứ không ngậm lấy cốc rồi nghiêng cốc uống như người Việt. Món ăn của người Ấn Độ thường cay và có nhiều gia vị khác. Khi tiễn khách, chủ bao giờ cũng nhường khách đi trước và tránh quay lưng lại với khách.

2.4. Người Singapore

Singapore là một đất nước nhỏ bé, diện tích chỉ lớn hơn đảo Phú Quốc của nước ta một chút. Tuy nhiên, nền kinh tế Singapore là một trong những nền kinh tế phát triển nhất thế giới. Khi tiếp xúc với người Singapore, bạn cần lưu ý một số đặc điểm sau:

- Khi gặp gỡ và khi tạm biệt, người Singapore thường bắt tay theo kiểu phương Tây;

- Người Singapore ưa dùng danh thiếp và danh thiếp được trao bằng cả hai tay một cách trịnh trọng;

- Người Singapore ưa tác phong công nghiệp: đi nhanh, nói khẽ, đúng giờ;

- Trong quan hệ, người Singapore hiếm khi tặng quà. Nói chung, việc tặng quà không thành thói quen, tập quán của người Singapore;

- Người Singapore ưa sự sạch sẽ, chú ý đến việc bảo vệ môi trường. Họ ít hút thuốc, hành vi vứt rác, vứt tàn thuốc ra đường bị xử phạt rất nặng, kẻo cáo su không được phép bán trên thị trường;

- Phụ nữ được tôn trọng, được đối xử ngang với nam giới trên thương trường;

- Chủ đề ưa thích của người Singapore là sự sạch sẽ, trong lành, sự phồn thịnh của đất nước Singapore; chủ đề nên tránh đề cập là diện tích nhỏ, hẹp của đất nước Singapore.

Câu hỏi và bài tập

1. Nêu và phân tích những nét đặc trưng trong văn hoá giao tiếp của người Việt Nam. Bạn có nhận xét gì về những nét này? Theo bạn, còn có nét đặc trưng nào chưa được nói tới?

2. Nêu những nét đặc trưng trong văn hoá giao tiếp của người Anh, người Pháp, người Đức, người Mỹ và người Nhật.

3. Bạn có nhận xét gì khi so sánh những nét đặc trưng trong văn hoá giao tiếp của người phương Tây (lấy Anh, Mỹ, Pháp, Đức làm đại diện) và người phương Đông (lấy Nhật, Việt Nam làm đại diện)?

4. Bạn đã bao giờ ra nước ngoài hay tiếp xúc với một người nước ngoài nào chưa? Nếu có, bạn hãy cho một vài nhận xét về phong cách giao tiếp của họ!

5. Hiện nay trong xã hội, đặc biệt ở lớp trẻ, có xu hướng bắt chước lối sống, phong cách giao tiếp của người phương Tây, chẳng hạn trong ăn mặc, trang điểm, quan hệ, ứng xử v.v.... Ý kiến của bạn về vấn đề này thế nào?

6. Những câu thơ, ca dao, dân ca dưới đây phản ánh nét đặc trưng nào trong văn hoá giao tiếp của người Việt?

- Em thấy anh cũng muốn kết đôi
Sợ vắng mây bạc trên trời mau tan.

(Hòn đá đóng rong - Ca dao)

- Bây giờ tỏ mặt đôi ta
Biết đâu rồi nữa chẳng là chiêm bao.

(Truyện Kiều- Nguyễn Du)

- Ăn phải nhai, nói phải nghĩ.
- Lời chào cao hơn mâm cỗ

(Thành ngữ)

- Lời nói chẳng mất tiền mua
Lựa lời mà nói cho vừa lòng nhau

(Ca dao)

- Chim khôn kêu tiếng rảnh rang
Người khôn nói tiếng dịu dàng dễ nghe.

(Ca dao)

- Một điều nhịn, chín điều lành.

(Thành ngữ)

- Chàng Vương quen mặt ra chào,
Hai Kiều e lệ nép vào dưới hoa.

(Truyện Kiều- Nguyễn Du)

Phụ lục 1

GIAO TIẾP TRONG TRẢ LỜI PHÒNG VẤN TUYỂN CHỌN

Hiện nay, các công ty, xí nghiệp, cơ quan, tổ chức, khi muốn tuyển nhân viên, thường sử dụng hình thức phỏng vấn tuyển chọn. Đây thực chất cũng là một loại hình giao tiếp. Để có thể vững vàng và tự tin hơn trong cuộc phỏng vấn, bạn cần tìm hiểu trước về loại hình giao tiếp này.

I. CÁC HÌNH THỨC PHỎNG VẤN

Có nhiều hình thức phỏng vấn. Thông thường, người tiến hành phỏng vấn căn cứ vào yêu cầu của việc tuyển chọn nhân viên để quyết định hình thức phỏng vấn.

1. Phỏng vấn theo bảng câu hỏi có sẵn và phỏng vấn tự do

- *Phỏng vấn theo bảng câu hỏi có sẵn*

Ở hình thức phỏng vấn này, người ta chuẩn bị sẵn một số câu hỏi và thường cả “đáp án” nữa. Người phỏng vấn chỉ việc lần lượt đưa ra những câu hỏi đó cho ứng viên và căn cứ vào “đáp án” để đánh giá. Hình thức phỏng vấn này đảm bảo được tính khách quan trong trường hợp có nhiều người phỏng vấn, nhiều bàn phỏng vấn.

- *Phỏng vấn tự do*

Ở hình thức phỏng vấn tự do, không có sẵn bảng câu hỏi, đặt ra câu hỏi gì và theo trình tự nào là do người phỏng vấn. Thông thường, câu hỏi sau được đưa ra dựa trên câu trả lời trước đó của ứng viên. Hình thức phỏng vấn này phát huy được tính linh hoạt, sáng tạo, uyển chuyển của người phỏng vấn.

Trên thực tế, người ta có thể kết hợp hai hình thức phỏng vấn này, tức là một số câu hỏi được quy định trước và một số khác do người phỏng vấn tự đưa ra.

2. Phỏng vấn nhóm

Ở hình thức phỏng vấn nhóm, một nhóm người hay một hội đồng cùng tiến hành phỏng vấn một ứng viên, do đó nó đảm bảo được tính khách quan trong đánh giá ứng viên. Tuy nhiên, nhiều ứng viên, đặc biệt những ứng viên lần đầu tham dự và những ứng viên có hệ thần kinh yếu, thường dễ mất bình tĩnh và thiếu tự tin trước hình thức phỏng vấn này.

3. Phỏng vấn thiện chí

Trong phỏng vấn thiện chí, người ta tạo mọi điều kiện để ứng viên có thể trả lời một cách tốt nhất, nghĩa là làm cho ứng viên bộc lộ tối đa khả năng của mình. Chẳng hạn, người ta cố gắng tạo bầu không khí bình đẳng, thoải mái; quan tâm khích lệ; bắt đầu bằng một câu hỏi dễ trả lời...

4. Phỏng vấn căng thẳng

Ở trường hợp này, người phỏng vấn cố tình tạo sự căng thẳng, tức là tạo một sức ép tâm lí lên ứng viên nhằm kiểm tra xem ứng viên có đủ bản lĩnh để giải quyết vấn đề trong tình huống phải chịu sức ép hay không. Trong quá trình phỏng vấn, sự căng thẳng có thể được gia tăng. Loại phỏng vấn này thường được sử dụng ở những nghề thường phải chịu áp lực tâm lí, sự căng thẳng, xung đột. Chẳng hạn như công an, thẩm phán, quân đội...

5. Phỏng vấn tình huống

Trong loại hình phỏng vấn này, người ta đưa ra những tình huống, thường là giống với những tình huống thực tế mà ứng viên phải giải quyết nếu trúng tuyển, nhằm kiểm tra năng lực giải quyết tình huống của ứng viên.

Trên đây là những loại hình phỏng vấn phổ biến. Tùy theo mục đích, yêu cầu của việc tuyển chọn, người ta có thể kết hợp nhiều hình thức phỏng vấn trong một cuộc phỏng vấn tuyển chọn.

II. TRẢ LỜI PHỎNG VẤN TUYỂN CHỌN

Để có thể trúng tuyển và vào làm việc tốt, ngoài những đòi hỏi về trình độ chuyên môn, ngoại ngữ, bạn còn phải có nhiều phẩm chất khác, chẳng hạn như tính chủ động, sáng tạo, linh hoạt, lòng nhiệt tình, yêu công việc, kỹ năng giao tiếp v.v. Trong phỏng vấn tuyển chọn, người phỏng vấn rất chú ý đến những phẩm chất này. Vì vậy, bạn phải thể hiện được chúng khi trả lời phỏng vấn, nếu bạn thực sự muốn trúng tuyển.

1. Chuẩn bị trả lời phỏng vấn

Trả lời phỏng vấn là một công việc quan trọng bởi nó quyết định công ăn việc làm của bạn. Hơn nữa, nó lại là công việc không đơn giản. Vì vậy, bạn cần có sự chuẩn bị tốt nhất cho cuộc trả lời phỏng vấn.

1.1. Chuẩn bị hồ sơ

Hồ sơ của bạn cần phải đầy đủ giấy tờ cần thiết theo yêu cầu. Các giấy tờ phải sạch sẽ, không nhàu nát, không dơ bẩn, chữ viết cần nắn nót, không nguệch ngoạc, cầu thả.

1.2. Chuẩn bị về ăn mặc

Tại cuộc phỏng vấn tuyển chọn, bạn không được ăn mặc cầu thả mà phải ăn mặc một cách chỉnh tề, sạch sẽ, lịch sự, vì như thế sẽ thể hiện được sự đúng mực và thái độ nghiêm túc của bạn. Bạn không nên ăn mặc quá trung diện, phô trương, quá tân thời, trừ khi đó là cuộc thi tuyển người đẹp hay người mẫu cho những cuộc biểu diễn thời trang. Bạn cũng nên trang điểm nếu là nữ, song đừng quá cầu kỳ, lòe lẹt để tạo cảm giác bạn là con người ăn chơi, thiếu nghiêm túc.

1.3. Chuẩn bị về thời gian

Bạn nên có mặt tại nơi phỏng vấn 5 – 10 phút trước khi cuộc phỏng vấn bắt đầu. Không nên đến quá sớm vì sự chờ đợi dễ gây ra cho bạn những căng thẳng, hồi hộp, lo lắng không cần thiết, và khi bạn bước vào phòng phỏng vấn thì đã mệt mỏi vì chờ đợi. Bạn cũng đừng đến trễ, sẽ vội vàng, dễ sơ suất.

1.4. Chuẩn bị sẵn phương án trả lời cho một số câu hỏi

Các câu hỏi tại mỗi cuộc phỏng vấn tuyển chọn thường được giữ bí mật và bạn không biết trước được. Tuy nhiên, cũng có những câu hỏi rất phổ biến ở các cuộc phỏng vấn tuyển chọn. Bạn nên chuẩn bị sẵn phương án trả lời cho những câu hỏi này. Sau đây là một số gợi ý cho bạn.

- Hãy cho chúng tôi biết đôi điều về bản thân bạn!

Với yêu cầu này, bạn nên trả lời một cách ngắn gọn, khái quát những nét chính đủ để phác họa chân dung của bạn, đừng sa đà vào tiểu tiết vì thời gian dành cho mỗi ứng viên là không nhiều. Chẳng hạn: “Em là Chu Thuý Quỳnh, 21 tuổi. Em sinh ra ở Hà Nội, trong một gia đình công chức. Bố em làm công tác văn phòng, có lẽ vì vậy mà em yêu nghề văn phòng. Sau khi tốt nghiệp phổ thông, em thi vào Trường ESTIH, ngành Tin học văn phòng. Hai tháng trước,

em tốt nghiệp trường này với loại ưu và hiện nay, như anh thấy đấy, em đang tìm việc. Trong công việc, em thích sự nghiêm túc, chu đáo, linh hoạt. Còn ngoài đời, em thích nấu ăn, âm nhạc, sách báo, thích gặp gỡ bạn bè”.

Nếu người phỏng vấn quay sang hỏi những điểm yếu của bạn, bạn nên nêu một vài điểm yếu của bản thân, nhưng phải trả lời sao đó để họ thấy rằng bạn ý thức được những điểm yếu đó và đang nỗ lực khắc phục.

- Tại sao bạn muốn làm việc cho công ty chúng tôi?

Trả lời câu hỏi này, bạn nên nhấn mạnh hai điểm:

- + Thứ nhất, công việc phù hợp với ngành nghề mà bạn được đào tạo;
- + Thứ hai, công việc phù hợp với năng lực, sở thích của bạn.

- Bạn đã biết những gì về công ty chúng tôi?

Sự hiểu biết của bạn về công ty mà bạn đang muốn xin vào làm việc biểu hiện sự quan tâm và thái độ nghiêm túc của bạn. Cho nên với câu hỏi này, bạn đừng trả lời: “Thú thực, em chưa biết gì về công ty này”. Bạn cần tìm hiểu trước về công ty, tổ chức mà bạn muốn xin vào làm việc. Trong trường hợp “khẩn cấp”, bạn nên nhớ rằng tên gọi của công ty, tổ chức cũng chứa đựng những thông tin nhất định về công ty hay tổ chức đó.

- Bạn có thể làm được những công việc gì trong công ty chúng tôi?

Khi trả lời câu hỏi này, trước hết bạn cần xuất phát từ chuyên ngành đào tạo của mình. Ví dụ, bạn tốt nghiệp ngành Tin học văn phòng thì có thể đảm nhận các công việc văn phòng như: soạn thảo văn bản, in ấn tài liệu, tiếp khách, trực điện thoại v.v. Ngoài ra, bạn có thể nêu một số công việc khác mà bạn cũng đã được đào tạo, mặc dầu không chuyên sâu, hoặc những việc mà bạn đã từng đảm nhận. Tuy nhiên, bạn đừng tham lam chứng tỏ mình là một con người “vạn năng”, người ta dễ cho rằng bạn huênh hoang, khoác lác.

- Nếu được vào làm việc ở công ty chúng tôi, bạn có dự định gì cho tương lai?

Một con người không suy nghĩ, không có kế hoạch cho tương lai thì đó là con người thiếu nghiêm túc và con người như vậy không thể phát triển được vì không có động lực. Vì vậy, trả lời câu hỏi này, bạn không được dùng từ “không”. Bạn nên nói về dự định trước mắt và dự định lâu dài. Chẳng hạn: “Trước hết, em phải cố gắng làm việc tốt, hoàn thành nhiệm vụ được giao. Sau đó, em mong muốn được học thêm, nâng cao trình độ để phục vụ công ty tốt hơn”...

Nói tóm lại, bạn cần cố gắng trả lời mọi câu hỏi mà người phỏng vấn đặt ra cho bạn một cách tốt nhất, tránh kiểu trả lời cụt ngủn bằng một hai từ như: “Đúng”, “Không đúng”...

2. Ứng xử trong khi trả lời phỏng vấn

Trong khi trả lời phỏng vấn bạn cần chú ý không chỉ ngôn ngữ mà cả những biểu hiện phi ngôn ngữ của mình.

- Khi bước vào phòng phỏng vấn, để thể hiện sự tự tin, bạn cần đi nhanh nhưng không hấp tấp, vội vàng; mắt nhìn người phỏng vấn và mỉm cười với họ.

- Ngồi thẳng người, tay để lên bàn hoặc tay vịn của ghế, mắt nhìn vào mắt người phỏng vấn, ánh mắt nhẹ nhàng, tự nhiên; không nhìn chằm chằm hoặc nhìn xuống sàn hay nhìn lên trần nhà. Bạn cần biết rằng, ánh mắt, nét mặt của người phỏng vấn có thể là sự gợi ý cho câu trả lời của bạn.

- Nói rõ ràng, âm lượng phải đủ để người phỏng vấn có thể nghe thấy.

- Bạn phải biết chú ý lắng nghe người phỏng vấn, nếu nghe không rõ câu hỏi, bạn đừng ngại đề nghị họ nhắc lại câu hỏi. Sự thẳng thắn của bạn sẽ được đánh giá cao.

Khi kết thúc cuộc phỏng vấn, bạn nhớ nói lời cảm ơn và chào trước khi đứng lên đi ra khỏi phòng.

Phụ lục 2

TRẮC NGHIỆM NHU CẦU GIAO TIẾP

1. Yêu cầu và nội dung của trắc nghiệm

Nhu cầu giao tiếp là nhu cầu xã hội quan trọng của con người, là động lực thúc đẩy con người trong hoạt động giao tiếp, tức là hoạt động thiết lập, vận hành các mối quan hệ người – người, là điều kiện của sự tồn tại và phát triển của con người như là một thành viên của xã hội.

Nhu cầu giao tiếp của bạn ở mức độ nào? Để trả lời câu hỏi này xin bạn hãy đọc kỹ từng nhận định dưới đây, nếu nhận định nào đúng với bản thân thì đánh dấu (+), không đúng thì đánh dấu (-) ở cột tương ứng.

TT	Nhận định	Đúng	Không đúng
1	Tôi hài lòng khi được tham gia vào các ngày hội, ngày lễ.		
2	Tôi có thể kìm chế không nêu ý kiến của mình, nếu nó mâu thuẫn với ý kiến của bạn.		
3	Tôi thích nói cho người khác rõ sự cảm tình của tôi đối với họ.		
4	Trong giao tiếp, tôi chú ý nhiều đến việc gây ảnh hưởng hơn là tình bạn.		
5	Khi biết được thành tích của bạn, không hiểu vì sao tôi kém vui.		
6	Trong quan hệ với bạn, tôi có quyền hành hơn là trách nhiệm.		
7	Làm được điều tốt, tôi cảm thấy phấn khởi.		
8	Những lo lắng sẽ biến mất khi tôi tâm sự được với các bạn của mình.		
9	Tôi chán ngán về tình bạn.		
10	Khi làm việc gì quan trọng tôi muốn có sự chứng kiến của mọi người.		
11	Trong khi tranh luận, nếu bị đưa vào tình thế bí, tôi không phục thiện và cãi bướng.		
12	Trong tình huống khó khăn tôi chỉ nghĩ về mình.		

13	Làm bạn phật ý, tôi đau khổ đến nỗi có thể ốm.		
14	Tôi thích giúp đỡ người khác ngay cả khi điều đó gây cho tôi những khó khăn lớn.		
15	Vì tôn trọng người khác, tôi có thể đồng ý với ý kiến của họ.		
16	Tôi thích những câu chuyện phiêu lưu, mạo hiểm hơn là chuyện về tình cảm con người.		
17	Những cảnh bi đát, căng bức trên màn ảnh làm tôi kinh tởm.		
18	Khi ở một mình, tôi thường lo lắng, căng thẳng hơn khi tôi ở giữa mọi người.		
19	Tôi cho rằng, niềm vui cơ bản trong đời sống là niềm vui giao tiếp.		
20	Những con vật vô gia cư (chó, mèo) làm tôi thương hại.		
21	Tôi thích có ít bạn nhưng toàn là bạn thân.		
22	Tôi thích sống giữa mọi người.		
23	Tôi thường bị xúc động khá lâu sau khi cãi cọ với người thân.		
24	Tôi chắc rằng, tôi có nhiều bạn thân hơn các bạn của tôi.		
25	Tôi thích thành tích thuộc về mình nhiều hơn thuộc về bạn.		
26	Tôi tin ý kiến nhận xét của mình về một người nào đó có chất lượng hơn ý kiến người khác.		
27	Sự giàu có và địa vị có ý nghĩa hơn so với niềm vui được giao tiếp với những người mà mình yêu thích.		
28	Tôi thông cảm với những ai không có bạn thân.		
29	Tôi luôn nghĩ là những người khác thường vô ơn đối với tôi.		
30	Tôi thích những câu chuyện về tình bạn, tình yêu không vụ lợi.		
31	Vì bạn, tôi có thể hy sinh những hứng thú riêng của mình.		
32	Nếu tôi là một nhà văn thì tôi sẽ viết về sức mạnh của tình yêu.		

2. Xử lý số liệu

Xử lý bằng cách cho điểm như sau:

- Cho các câu sau đây mỗi câu 1 điểm nếu trả lời “đúng” (+): 1, 2, 7, 8, 10, 11, 13, 14, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 26, 28, 30, 31, 32.

- Cho các câu sau đây, mỗi câu 1 điểm nếu trả lời “không đúng” (-): 3, 4, 5, 6, 9, 12, 15, 16, 25, 27, 29.

- Tính tổng điểm.

- Thang điểm của từng mức độ nhu cầu giao tiếp:

	Thấp	Trung bình thấp	Trung bình	Trung bình cao	Cao
Nam	2 - 20	21 - 22	23 - 24	25 - 27	28 - 32
Nữ	3 - 22	23 - 25	26 - 27	28 - 29	30 - 32

Phụ lục 3

TRẮC NGHIỆM TÍNH CỞI MỞ CỦA CÁ NHÂN TRONG GIAO TIẾP

1. Yêu cầu và nội dung trắc nghiệm

Bạn là người cởi mở hay khép kín? Để trả lời câu hỏi này, mời bạn đọc kỹ những câu hỏi dưới đây theo thứ tự từ trên xuống, rồi đánh dấu (+) vào ô bên cạnh phù hợp với ý kiến của bạn (mỗi câu hỏi chỉ chọn một ý kiến). Mức độ tin cậy của kết quả trắc nghiệm phụ thuộc vào mức độ trung thực của bạn.

TT	Câu hỏi	Trung bình		
		Đúng	Đôi khi	Không đúng
1.	Khi có những cuộc hẹn thông thường hay để giải quyết công việc thì sự chờ đợi cuộc gặp gỡ đó thường làm cho bạn bị đảo lộn nề nếp sinh hoạt bình thường?			
2.	Bạn thường trì hoãn việc đi khám bệnh cho đến khi không thể chịu đựng được nữa?			
3.	Được giao nhiệm vụ báo cáo hay phát biểu trong cuộc họp thì điều này làm cho bạn lo lắng, bối rối?			
4.	Người ta cử bạn đi công tác đến một thành phố hoàn toàn xa lạ. Bạn sẽ cố gắng tìm mọi cách để tránh đợt đi đó?			
5.	Bạn thường thích chia sẻ nỗi buồn hay niềm vui của mình với ai đó?			

6.	Bạn có cảm thấy khó chịu khi có người lạ trên đường phố xin bạn chỉ đường, hỏi giờ hoặc đề nghị trả lời một vấn đề gì đó?			
7.	Bạn tin rằng, luôn có vấn đề xung đột giữa cha và con và con người ở các chế độ khác nhau rất khó có thể hiểu biết nhau được?			
8.	Bạn e ngại khi phải nhắc người quen trả bạn 10.000 đồng mà bạn đã cho vay cách đây mấy tháng?			
9.	Trong nhà ăn tập thể hay ở cửa hàng ăn uống, người ta đem đến bàn ăn cho bạn đĩa thức ăn bị ôi. Bạn chỉ đẩy chiếc đĩa đó ra xa mà không nói năng gì cả?			
10.	Khi chỉ có một mình bạn ngồi đối diện với một người lạ, bạn không nói gì với họ và cảm thấy rất nặng nề nếu người đó không bắt đầu nói chuyện trước với bạn?			
11.	Bạn định mua vé xem phim (hay kịch hoặc một món hàng gì đó...) nhưng bạn nhìn thấy mọi người xếp hàng dài trước cửa bán vé. Bạn thường từ bỏ ý định của mình vì không muốn đứng cuối hàng và khổ sở vì phải chờ đợi?			
12.	Bạn thường ngại tham gia vào một ban hoà giải những bất đồng giữa mọi người?			
13.	Bạn có tiêu chuẩn riêng khi đánh giá các tác phẩm văn học nghệ thuật, kể cả các ý kiến nào đó, nhưng rốt cuộc bạn không thừa nhận chúng. Đã thường xảy ra như vậy?			
14.	Khi nghe được ở đâu đó (ngoài hành lang chẳng hạn) những câu chuyện thể hiện cách nhìn nhận sự vật một cách sai lầm mà bạn đã biết rõ ràng. Tuy nhiên, bạn vẫn im lặng mà không tham gia vào cuộc tranh luận đó?			

15.	Bạn thường bực mình về những yêu cầu giúp đỡ của ai đó về sinh hoạt hay học tập?			
16.	Bạn thích trình bày ý kiến, quan điểm, sự đánh giá của mình bằng hình thức viết hơn là nói?			

2. Xử lý kết quả

Xử lý bằng cách chấm điểm: Mỗi câu trả lời “đúng” được 2 điểm, trả lời “đôi khi” được 1 điểm và trả lời “không” được 0 điểm. Bạn hãy tính tổng điểm của mình, sau đó đối chiếu tổng điểm với các mức độ dưới đây để có một số thông tin về bản thân.

Mức độ I (từ 30 – 32 điểm)

Bạn là người không thích giao tiếp. Điều đó thật là bất hạnh vì bạn phải tự mình chịu đựng tất cả. Người khác không dễ gì gần bạn. Bạn gặp khó khăn trong công việc đòi hỏi sự hợp tác, giúp sức của người khác. Bạn hãy xem lại mình và hãy cố gắng cởi mở hơn với những người xung quanh.

Mức độ II (từ 25 – 29 điểm)

Bạn là người kín đáo, thích cô đơn và vì vậy ở bạn có ít bạn bè. Khi có việc cần phải tiếp xúc với người mới, bạn thường lo sợ, mất bình tĩnh. Bạn biết được nhược điểm này của mình và thường không bằng lòng về bản thân. Bỗng nhiên, có lúc nào đó, bạn thích tiếp xúc nhiều nhưng thường là chỉ để bớt phiền muộn mà thôi.

Mức độ III (từ 19 – 24 điểm)

Bạn là người cởi mở và trong hoàn cảnh không quen biết bạn vẫn cảm thấy yên tâm. Bạn không cảm thấy bị đe dọa bởi những vấn đề mới. Bạn kết bạn có cân nhắc và không thích tham gia vào những cuộc tranh luận không cần thiết. Tuy nhiên, trong những câu chuyện của bạn thường dư thừa những câu châm biếm về bất kỳ lĩnh vực nào. Đây là một thiếu sót mà bạn cần lưu ý sửa chữa.

Mức độ IV (từ 14 – 18 điểm)

Mức độ giao tiếp, tính cởi mở ở bạn là vừa phải. Bạn là người ham hiểu biết, tự nguyện lắng nghe người khác, thân mật trong giao tiếp và sẵn sàng rút lui quan điểm của mình mà không cáu gắt. Bạn không làm người khác khó chịu trong những cuộc tiếp xúc đầu tiên, cũng không thích những nhóm người ồn ào và rời bỏ những người nhiều lời hay gây ra những kích động đối với bạn.

Mức độ V (từ 9 – 13 điểm)

Bạn là người rất cởi mở, hiếu kỳ và tò mò. Bạn thích trò chuyện, thích thể hiện những vấn đề khác nhau và thường gây ra kích thích đối với những người xung quanh, thích làm quen với những người mới gặp, thích trở thành trung tâm chú ý của mọi người, không từ chối yêu cầu của bất kỳ ai, mặc dù không phải bao giờ bạn cũng thực hiện được các yêu cầu đó. Bạn thường nổi nóng nhưng lại nguội ngay. Bạn có nhược điểm sau: tính tình dễ “bốc” nhưng cũng dễ “xẹp”, thiếu kiên nhẫn. Tuy nhiên, khi muốn, bạn có thể không lùi bước.

Mức độ VI (từ 4 – 8 điểm)

Có lẽ bạn là con người thẳng ruột ngựa, tính cởi mở như là bản tính của bạn. Bạn thường có mặt ở mọi công việc, thích tham gia vào các cuộc tranh luận, mặc dù những vấn đề nghiêm túc có thể làm bạn đau đầu, thậm chí buồn chán.

Bạn thường tự nguyện giữ lời hứa về bất cứ việc gì, ngay cả vấn đề có ý đùa cợt. Bạn thường tìm cách giữ lấy công việc, bởi vì bạn không yên tâm khi người khác thực hiện nó, nhưng chính bạn lại thường không thể thực hiện nó đến cùng. Vì vậy, lãnh đạo và tập thể thường thận trọng khi giao việc cho bạn. Bạn cần suy nghĩ nghiêm túc về thực tế này.

Mức độ VII (từ 0 – 3 điểm)

Tính ưa tiếp xúc của bạn mang tính bệnh lý. Bạn là người nói nhiều, lắm lời, gây cản trở cho cả những công việc không liên quan gì đến bạn. Bạn thường vợ lấy mọi việc để phán đoán, thậm chí cả những vấn đề mà bạn chẳng có tí hiểu biết nào. Vô tình hay hữu ý, bạn thường là nguyên nhân gây ra các cuộc xung đột cho những người xung quanh. Bạn hay phát khùng, giận dữ một cách vô cớ. Bạn không có được công việc một cách nghiêm túc. Mọi người cảm thấy khó chịu về bạn ở gia đình, nơi làm việc hay bất cứ nơi đâu. Vâng, đúng thế đó, vì vậy bạn cần phải tự rèn luyện mình, mà trước hết là tính điềm tĩnh, tôn trọng, biết lắng nghe người xung quanh.

Phụ lục 4

HƯỚNG DẪN GIẢI BÀI TẬP TÌNH HUỐNG

Dưới đây là một số gợi ý giúp bạn giải các bài tập tình huống. Nếu trả lời của bạn không giống với những gợi ý này thì cũng không nên lo lắng, vì đây chỉ là những gợi ý mang tính hướng dẫn.

Bài tập tình huống chương 1

1. Các hiện tượng b, d, e, f và g là giao tiếp;
2. Chức năng động viên khích lệ của giao tiếp;
3. Giao tiếp trực tiếp: a, c, d, e; giao tiếp chính thức: a, e; giao tiếp giữa các cá nhân: b, d; giao tiếp giữa các nhân và nhóm: a; giao tiếp nhóm: c; giao tiếp giữa các nhóm: e.
4. Ông thầy tướng đã tác động đến H, giúp H lấy lại cân bằng cảm xúc, sức mạnh của H được khơi dậy và được thể hiện.

Bài tập tình huống chương 2

1. B đã vô tình tạo ra tâm thế không thuận lợi ở cả mẹ và người yêu của mình trước cuộc gặp gỡ đầu tiên giữa họ. Tâm thế này làm cho A thêm căng thẳng, còn mẹ B thì càng để ý xét nét A.
2. Xử sự của ông sếp như vậy đã cắt luồng thông tin phản hồi từ phía công nhân, nhân viên tới ông ta, và nếu điều đó không sớm được sửa chữa thì giữa ông sếp và nhân viên của ông ta chỉ là sự không hiểu biết lẫn nhau.
3. Âm thị và có thể là cả sự a dua, bất chước.
4. Hải đã không tuân thủ trật tự truyền thông và cũng là trật tự thứ bậc trong văn phòng.
5. Điều ông T cần phải làm có thể là:
 - Thiết lập đường dây “nóng” giữa ông với công nhân, kỹ sư trong xí nghiệp;
 - Yêu cầu các trưởng phòng phải nghiêm chỉnh thực hiện chế độ báo cáo;

-Về lâu dài, ông T có thể phải kiện toàn lại đội ngũ cán bộ quản lý trong xí nghiệp.

6. P cần gặp ngay những công nhân biết chuyện và đang bàn tán, giải thích cho họ thấy tác hại của việc lan truyền thông tin đó, yêu cầu họ chấm dứt việc bàn tán và có thể phải đưa ra những biện pháp răn đe đủ mạnh để yêu cầu của P được tuân thủ.

Bài tập tình huống chương 3

1. Bạn có thể xử sự như sau:

- Vui vẻ nhận và cảm ơn bên đối tác;

- Nếu thấy món quà là “trên mức tình cảm” thì tìm cách gửi lại càng sớm càng tốt, kèm theo lời giải thích với thái độ ôn tồn, vui vẻ.

2. Ý kiến thứ nhất tốt hơn, vì:

- Theo thông lệ xã giao, người ta chỉ gửi thiệp hoặc điện chúc mừng trong trường hợp này;

- Gửi quà trong trường hợp này gây sự hiểu nhầm hoặc làm người nhận khó xử;

- Nếu muốn tặng quà thì không thiếu gì dịp khác thích hợp hơn.

3. Trang phục, trang điểm và trang sức của H không phù hợp với tình huống: H xuống cơ sở để làm việc chứ không phải là đi dự đại tiệc hay dạ hội.

4. H mắc hai sai lầm:

- Chọn hội trường quá rộng;

- Khoảng cách giữa hai dãy bàn đối diện như vậy là quá xa (thuộc vùng công cộng), không phù hợp với một cuộc gặp gỡ mang tính chất thân mật.

5. P có thể bố trí bàn, ghế như sau:

- Bàn chữ nhật, rộng trên 1.2m;

- Kê hai dãy ghế đối diện nhau, mỗi phái đoàn ngồi một dãy, hai trưởng đoàn ngồi ở giữa, đối diện nhau.

6. D ngồi đối diện như vậy là tạo thành vị trí cạnh tranh; khách hàng cầm tờ đơn và chăm chú đọc - đó là dấu hiệu của sự chấp thuận nên D nhanh chóng chuyển sang vị trí “hợp tác” nhằm tăng tác động thuyết phục.

7. Hình 15: Tôi rất thành thực!

Hình 16: Tôi là ông chủ ở đây!

Hình 17: Chuẩn bị đánh nhau.

Hình 18: Người đàn ông bị cho ra rìa – không hài lòng; người đàn ông ngồi giữa đang rất quan tâm đến người phụ nữ nhưng vẫn canh chừng kẻ đã bị cho ra rìa.

Hình 19: Họ đang làm “duyên” với nhau.

Hình 20: Không khí nặng nề, không hài lòng.

8. Có thể Thu Hiền sẽ nghĩ như sau:

- a. Mình chẳng là gì đối với cô ta.
- b. Người trên điện thoại quan trọng hơn mình.
- c. Văn bản mà cô ta đang đánh quan trọng hơn mình.
- d. Cô ta đang bực bội hoặc không trung thực.
- e. Có cái gì đó làm cô ta không ưa mình, thù địch với mình.
- f. Cô ta trông thế thôi nhưng hoá ra thân thiện và nhiệt tình.

Bài tập tình huống chương 4

7a. Phong cách đọc đoán;

7b. Phong cách dân chủ.

Bài tập tình huống chương 5

7. Hình 23: nhân viên đưa tờ trình, tờ trình được đặt ở khoảng giữa bàn;
Hình 24: lãnh đạo cầm lấy tờ trình, đưa về phía mình và chăm chú đọc – dấu hiệu của sự chấp thuận;

Hình 25: nhân viên chuyển sang vị trí “hợp tác” và bắt đầu giải thích, thuyết phục.

Bài tập tình huống chương 6

1. Tất nhiên, nhìn thấy bạn cũ từ hồi học phổ thông mà người đó cứ điềm điềm như không quen biết thì không dễ chịu chút nào. Tuy nhiên, T cũng không nên băn khoăn nhiều về điều đó. Cũng có thể thời gian đã làm cho L không còn nhận ra T, trong trường hợp này T nên chủ động tiến lại chào hỏi và chắc chắn không khó khăn lắm để L nhận lại bạn cũ; cũng có thể là đúng lúc L quá bận nên không muốn mất thời gian vào chuyện chào hỏi, trong trường hợp này T chỉ cần nhìn L, mỉm cười, gật đầu là đủ.

2. Cũng có thể là người đó quá vội nên không muốn mất thời gian chào hỏi hoặc vì một lý do tế nhị khác, cho nên H cũng nên tảng lờ như không nhìn thấy người đó.

3. Trong tình huống này cũng có thể là A không muốn B phải tốn thời gian vào câu chuyện vô bổ nên đã không giới thiệu B và C với nhau. B có thể bước lùi ra phía sau một bước để A và C trò chuyện.

4. Đứng dậy hoặc bước ra phía trước một bước, vui vẻ tự giới thiệu mình.

Bài tập tình huống chương 7

1. Thương lượng kiểu cứng. Đề xuất đó thực chất là một nguyên tắc đảm bảo được lợi ích của cả hai anh em, vì vậy chúng chấp thuận.

2. Thương lượng kiểu cứng, nó gây tổn hại cho mối quan hệ người bán – khách hàng.

3. Anh Nam: thương lượng kiểu nguyên tắc, đại diện CXTT: thương lượng kiểu cứng nhưng trong lần gặp sau thì phải chấp nhận nguyên tắc mà anh Nam đưa ra, tức chuyển sang kiểu nguyên tắc. Anh Nam thắng bởi anh đã chọn kiểu thương lượng đúng và anh cũng rất biết thương lượng.

Bài tập tình huống chương 8

2. Thái độ của M tốt, nhiệt tình. Song M đã có những thiếu sót cơ bản như sau:

- Để lộ thông tin một cách không cần thiết;
- Cách hẹn giờ chưa tốt, chưa chuyên nghiệp;
- Cách giải thích lý do với ông P không tốt, nếu không nói là dở.

3. Ảnh hưởng rất quan trọng vì Thuý Loan là người trực tiếp phục vụ khách hàng, thực hiện dịch vụ chăm sóc khách hàng.

4.a. Trừ khi có lý do chính đáng để từ chối trả lời, Mai Linh nên trả lời và nên nỗ lực để thoả mãn khách hàng.

b. Khách hàng phải được ưu tiên, vì vậy phải có một lý do thật chính đáng để không trả lời. Trong trường hợp này, Mai Linh nên: xin lỗi; ghi lại tên và số điện thoại của khách; hẹn gọi lại cho khách; giữ đúng hẹn.

c. Khi chuyển máy cho Tuyết Mai, Mai Linh nên: nói với khách là cô sẽ chuyển máy và chuyển cho ai, cho Tuyết Mai biết tên khách hàng và nội dung câu hỏi trước khi chuyển máy.

d. Nói cho khách hàng biết là Tuyết Mai có thể trả lời họ; đảm bảo chắc chắn rằng Tuyết Mai sẽ trả lời; ghi lại số điện thoại và các chi tiết khác của khách hàng; chịu trách nhiệm đảm bảo Tuyết Mai sẽ gọi như đã hứa.

Bài tập tình huống chương 9

1. Thư đặt hàng: thư rõ ràng, đầy đủ, song nên viết theo lối diễn giải;
2. Thư từ chối: Nhược điểm chính là viết theo lối diễn giải và nhấn mạnh lời từ chối.
3. Thư khiếu nại: lời lẽ không thật ôn tồn.

Bài tập tình huống chương 10

1. Mở cửa về phía mình, mỉm cười nhường lối cho sếp đi qua trước;
2. Quan tâm thăm hỏi, động viên;
3. Nếu sếp nóng quá hoặc không tiện giải thích thì đợi lúc sếp thoải mái hoặc tiện lợi để giải thích cho sếp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. *Tâm lý học ứng xử*, Lê Thị Bình, Nxb. Giáo Dục, 2000.
2. *Nghệ thuật giao tiếp*, Dale Carnegie, Nxb. Thanh Niên, 2001.
3. *Nghệ thuật giao tiếp và thương lượng trong quản trị và kinh doanh*, Thái Trí Dũng, Nxb. Thống kê, 1997.
4. *Nghệ thuật giao tiếp thường ngày*, Sabine Denuel, Nxb. Tp. Hồ Chí Minh, 1998.
5. *Tâm lý học xã hội với quản lý*, Vũ Dũng, Nxb. Chính trị quốc gia, 1995.
6. *Nghiệp vụ thư ký văn phòng và tổ chức*, Học viện Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2002.
7. *Những trắc nghiệm tâm lý (tập 1)*, Ngô Công Hoàn (Chủ biên), Nxb. Đại học Sư phạm, 2004.
8. *Nghiệp vụ thư ký văn phòng*, Dương Văn Khảm, Nguyễn Hữu Thời, Trần Hoàng, Nxb. Chính trị Quốc gia, 2000.
9. *Nhập môn khoa học giao tiếp*, Nguyễn Văn Lê, 1999.
10. *Hiểu nhau qua ánh mắt và cử chỉ – ngôn ngữ thân thể*, Allan Pease, Nxb. Tp. Hồ Chí Minh, 2002.
11. *Cẩm nang hướng dẫn du lịch*, Nguyễn Bích San, Nxb. Văn hoá Thông tin, Hà Nội, 2000.
12. *Nghệ thuật đàm phán kinh doanh*, Đinh Văn Tiến, Nxb. Chính trị Quốc gia, 1998.
13. *Nghệ tổng giám đốc*, Lưu Tường Vũ, Trương Đồng Toàn, Lý Thắng Quân, Thạch Tân, Nxb. Chính trị Quốc gia, 2001.

MỤC LỤC

<i>Lời giới thiệu</i>	3
<i>Lời nói đầu</i>	5
<i>Bài mở đầu</i>	7
Chương 1. KHÁI QUÁT CHUNG VỀ GIAO TIẾP	
I. Khái niệm giao tiếp	13
II. Chức năng của giao tiếp	15
III. Phân loại giao tiếp	17
Chương 2. CẤU TRÚC CỦA GIAO TIẾP	
I. Truyền thông trong giao tiếp	23
II. Nhận thức trong giao tiếp	31
III. Ảnh hưởng tác động qua lại trong giao tiếp	39
Chương 3. CÁC PHƯƠNG TIỆN GIAO TIẾP	
I. Ngôn ngữ	45
II. Các phương tiện giao tiếp phi ngôn ngữ	49
Chương 4. PHONG CÁCH GIAO TIẾP	
I. Khái niệm phong cách giao tiếp	73
II. Các loại phong cách giao tiếp	76
Chương 5. CÁC KỸ NĂNG GIAO TIẾP CƠ BẢN	
I. Kỹ năng lắng nghe	80
II. Kỹ năng đặt câu hỏi	85
III. Kỹ năng thuyết phục	89
IV. Kỹ năng thuyết trình	93
V. Kỹ năng đọc và tóm tắt văn bản	99
VI. Kỹ năng viết (kỹ năng tạo lập một văn bản)	105
Chương 6. GIAO TIẾP TRỰC TIẾP	
I. Chào hỏi, bắt tay, giới thiệu, trao danh thiếp	115
II. Khen, phê bình, từ chối	121
III. Trò chuyện, kể chuyện	122
IV. Tiếp khách, yến tiệc	124

Chương 7. THƯƠNG LƯỢNG	
I. Khái niệm về thương lượng	130
II. Đặc điểm và vấn đề đánh giá thương lượng	132
III. Các kiểu thương lượng	135
IV. Quá trình thương lượng	138
Chương 8. GIAO TIẾP QUA ĐIỆN THOẠI	
I. Tầm quan trọng của điện thoại	151
II. Sử dụng điện thoại	152
Chương 9. GIAO TIẾP QUA THƯ TÍN	
I. Khái niệm, phân loại và kết cấu của thư tín	158
II. Nguyên tắc và cách viết thư tín	160
III. Viết một số loại thư cụ thể	163
Chương 10. GIAO TIẾP VĂN PHÒNG	
I. Các loại hình giao tiếp văn phòng	173
II. Nguyên tắc giao tiếp văn phòng	179
Chương 11. VĂN HOÁ GIAO TIẾP CỦA NGƯỜI VIỆT NAM VÀ NGƯỜI NƯỚC NGOÀI	
I. Văn hoá giao tiếp của người Việt Nam	181
II. Văn hoá giao tiếp của người nước ngoài	185
PHỤ LỤC	193
<i>Tài liệu tham khảo</i>	210