

TS. NGUYỄN THỊ BÍCH THU

CHUYÊN ĐỀ

KỸ NĂNG GIAO TIẾP

__ĐÀ NẴNG 3/2010__

MỤC LỤC

CHƯƠNG I. KHÁI QUÁT VỀ GIAO TIẾP.....	3
1.1. Khái niệm về giao tiếp.....	3
1.2. Tầm quan trọng của giao tiếp	3
1.3. Các yếu tố cấu thành của hoạt động giao tiếp	3
1.4. Nguyên nhân của giao tiếp thất bại	4
CHƯƠNG II. CÁC PHƯƠNG TIỆN GIAO TIẾP.....	5
2.1. Giao tiếp ngôn ngữ:	5
2.2. Giao tiếp phi ngôn ngữ:	8
CHƯƠNG III. CÁC KỸ NĂNG GIAO TIẾP CƠ BẢN.....	10
3.1. Kỹ năng định hướng	10
3.2. Kỹ năng định vị:	13
3.3. Kỹ năng nghe:.....	14
3.4. Kỹ năng điều khiển quá trình giao tiếp:	15
CHƯƠNG IV. VẬN DỤNG KỸ NĂNG GIAO TIẾP TRONG BỐI CẢNH KHÁC NHAU	16
4.1. Giao tiếp trong lần gặp đầu tiên.....	16
4.2. Giao tiếp qua điện thoại.....	19
4.3. Giao tiếp nhằm hỗ trợ, điều chỉnh người khác	20



CHƯƠNG I

KHÁI QUÁT VỀ GIAO TIẾP

1.1. Khái niệm về giao tiếp

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

1.2. Tầm quan trọng của giao tiếp

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

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

Người Việt Nam rất coi trọng giao tiếp.

- Sự giao tiếp tạo ra quan hệ : ***Dao năng liếc thì sắc, người năng chào thì quen.***
- Sự giao tiếp củng cố tình thân : ***áo năng may năng mới, người năng tới năng thân.***
- Năng lực giao tiếp được người Việt Nam xem là tiêu chuẩn hàng đầu để đánh giá con người : ***Vàng thì thử lửa, thử than - Chuông kêu thử tiếng, người ngoan thử lời.***

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

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

sự chi phối của động cơ, mục đích và điều kiện giao tiếp của cả hai bên có thể mô tả như sau:

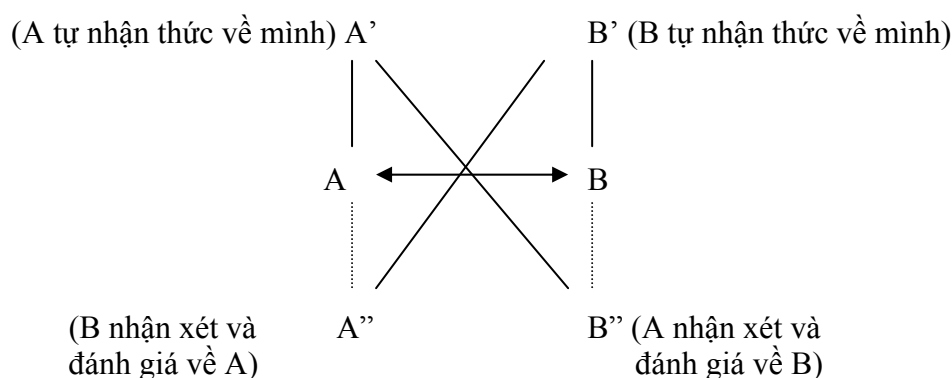
Cấu trúc kép trong giao tiếp

Động cơ của S1 ---> Hoạt động giao tiếp <--- Động cơ của S2

Mục đích của S1 ---> Hành động giao tiếp <--- Mục đích của S2

Điều kiện của S1 ---> Thao tác giao tiếp <--- Điều kiện của S2

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



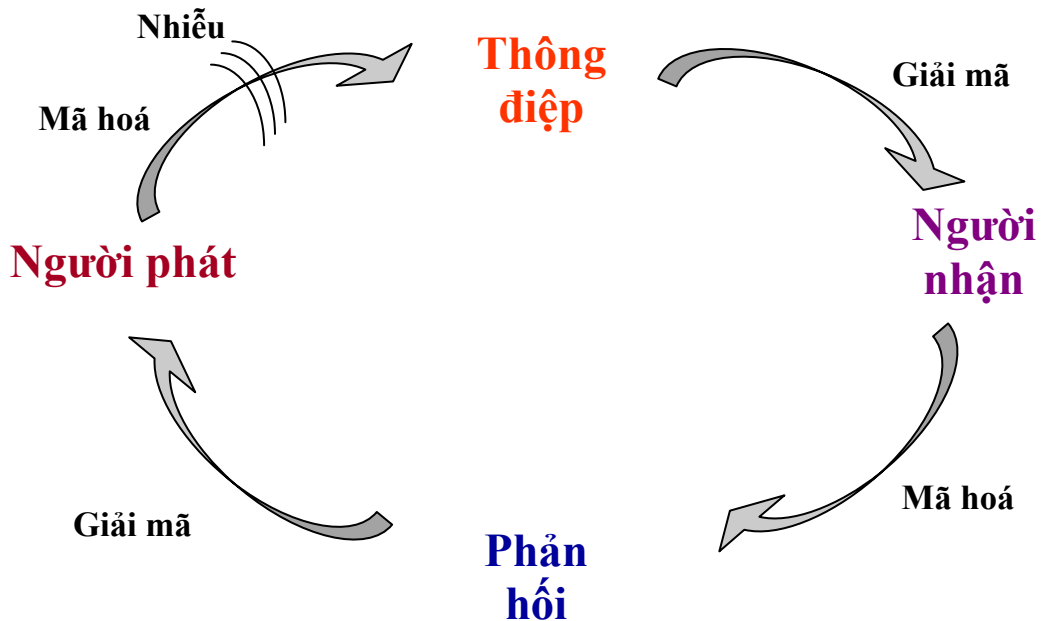
Khi A và B giao tiếp với nhau, A nói chuyện với tư cách A' hướng đến B'', B nói chuyện với tư cách B' hướng đến A''; trong khi đó, A và B đều không biết có sự khác nhau giữa A', B', A'', B'' với hiện thực khách quan của A và B; A và B không hề biết về A'', B'' hay nói cách khác là không hay biết về sự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

1.4. Nguyên nhân của giao tiếp thất bại

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

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

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



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



CHƯƠNG II

CÁC PHƯƠNG TIỆN GIAO TIẾP

2.1. Giao tiếp ngôn ngữ:

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

chỉ “cái bàn” và ngược lại. Hình thức tồn tại chủ quan của ngôn ngữ là sắc thái riêng trong sử dụng ngôn ngữ của mỗi cá nhân, mỗi nhóm, mỗi địa phương...

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

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

SỨC MẠNH CỦA GIỌNG NÓI

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

Với nhiều cách biểu hiện khác nhau trong tiết tấu, ngữ điệu, âm lượng và tình cảm, giọng nói và ngữ điệu của một người có thể thể hiện hai trạng thái đối lập. Nó có thể truyền tải đến người nghe sự quan tâm, chăm sóc và sự cảm thông, sự chân thành, tự tin, sự sống động, nhiệt tình. Ngược lại, nó cũng có thể truyền tải sự thờ ơ, hờ hững, buồn tẻ, coi thường, sự chiều cố, thương hại, sự vô cảm, nỗi sợ hãi, sự thờ ơ, mệt mỏi, uể oải.

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

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

Sau đó bạn thử nói một vài lần với người bạn ngồi bên cạnh, hoặc qua điện thoại với một người bạn. Sau đó, bạn hỏi người nghe xem âm thanh từ giọng nói của bạn phát ra tạo cho họ cảm giác như thế nào? - Nếu bạn nói với giọng đều đều, giọng nói của bạn trở nên tẻ nhạt và thiếu đi sức sống.

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

Khi tập luyện bằng cách nói qua điện thoại hãy đặt trước mặt bạn một chiếc gương – đó là công cụ phản ánh trung thực hình ảnh và giọng nói của bạn. Thứ nhất, nó được xem như một vật dè dặt để nhắc nhở bạn hãy luôn mỉm cười khi trả lời điện thoại. Mặc dù nụ cười của họ người nghe không thể nhìn thấy được, nhưng người nghe có thể cảm nhận được nó. Khi bạn cười, những cơ trên cằm sẽ giãn ra và khiến bạn rơi vào một trạng thái thư giãn. Chính điều này sau đó sẽ được truyền tải qua giọng nói của bạn, khiến nó trở nên thanh thoát, thân thiện và cởi mở. Đồng thời mục đích thứ hai, hành động mỉm cười sẽ khiến các cơ trên mặt và cằm hoạt động, khiến nó luôn vận động và biến đổi, là một cách tập thể dục để gương mặt của bạn trở nên nhẹ nhõm và tươi tỉnh hơn. Có thể nói “những gì bạn nhìn thấy trong gương chính là những gì mà người nghe sẽ cảm nhận được”.

Tiết tấu của giọng nói

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

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

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

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

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

“Xin cảm ơn quý khách đã gọi điện. Chúng tôi xin vui lòng PHỤC VỤ quý khách”.

“Xin cảm ơn QUÝ KHÁCH đã gọi điện. Chúng tôi xin vui lòng phục vụ quý khách”.

Nếu như bạn biết phát huy những thế mạnh trong giọng nói, người nghe sẽ cảm nhận được tình cảm, sự quan tâm và giá trị mà họ có đối với bạn. Vậy thì bạn hãy học cách thể hiện một giọng nói truyền cảm, vui vẻ và dễ thương; hãy học cách sử dụng tính hiệu quả thể hiện bằng tiết tấu và ngữ điệu; hãy học cách nhấn mạnh cảm xúc.

2.2. Giao tiếp phi ngôn ngữ:

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

Thông tin phi ngôn ngữ bị ảnh hưởng rất mạnh của văn hoá.

Các dạng thông tin phi ngôn ngữ:

2.2.1. Nét mặt:

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

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

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

2.2.2. Cử chỉ:

Thông thường muốn nhấn mạnh hay tăng cường sự chú ý, người ta sử dụng rộng rãi các điệu bộ. ý nghĩa của điệu bộ thường rõ rệt ít có thể giải thích

nước đôi. Hewer đưa ra giả thuyết rằng điệu bộ đã đi trước ngôn ngữ để dùng làm phương tiện thông tin giữa những người nguyên thủy và ngày nay chúng ta còn giữ lại những phần của ngôn ngữ điệu bộ để đệm thêm cho lời nói của mình. Giữa cử chỉ và văn hoá có mối quan hệ mạnh mẽ

2.2.3. Tư thế (đáng điệu)

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

2.2.4. Khoảng cách:

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

- ❖ Vùng mật thiết (0-0,5m) vùng này chỉ dành cho những người cực kỳ thân thiết như cha, mẹ, vợ, chồng, con, người yêu, bạn bè rất thân.
- ❖ Vùng cá nhân (0,5m-1,2/1,5m) dùng cho người phải rất quen đến mức thấy thoải mái.
- ❖ Vùng xã hội (1,2/1,5m-3,5m) dùng cho người chưa quen biết nhiều, người lạ mới gặp lần đầu.
- ❖ Vùng công cộng (3,5m+) gặp chung với nhiều người. Các cá nhân đứng ở vùng này không còn là những người phải gặp riêng nữa.

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

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

Schefflen đưa ra lời khuyên về cách chọn dịp để trò chuyện xen ngang tại các buổi đón tiếp và tiệc chiêu đãi. Nếu hai người đang nói chuyện mà nhìn thẳng vào mặt nhau thì họ sẽ không hoan nghênh sự ngắt lời; nếu họ nhìn nhau theo một góc 90^0 thì có thể họ đang mong bị ngắt quãng; và nếu góc này còn lớn hơn thì họ đang cầu xin cứu giúp họ.

Sommer và Cook thì chứng minh rằng, những người chuẩn bị cạnh tranh, đàm phán hoặc cãi lý với nhau sẽ ngồi đối diện nhau ở hai bên bàn, còn những người đang hy vọng hợp tác với nhau thì ngồi cạnh nhau là thích hợp hơn; Vị trí được ưa thích hơn trong khi đàm luận là để hai bên ngồi thành góc 90^0 với nhau.

2.2.5. Thời gian và đồ vật đi kèm

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

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



CHƯƠNG III

CÁC KỸ NĂNG GIAO TIẾP CƠ BẢN

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

3.1. Kỹ năng định hướng

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

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

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

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

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

Qui gán mang tính chủ quan nên không tránh khỏi những sai sót. Tuy nhiên có thể giảm bớt sai sót khi qui gán nếu nắm chắc các nguyên tắc qui gán.

Nguyên tắc qui gán:

1). Tâm lý ngây thơ: là hiện tượng tâm lý ai trong chúng ta cũng vướng, đó là hiện tượng chúng ta luôn muốn kiểm soát những thay đổi và biến động ở môi trường xung quanh với mong muốn sẽ kiểm soát được các sự kiện và môi trường xung quanh.

2). Suy diễn tương ứng: con người thường suy diễn tương ứng với những gì họ thấy. Ví dụ thấy một người đi xe ra khỏi quán nhậu bị ngã xe người ta sẽ cho rằng do nhậu xỉn nên ngã.

Để suy diễn được chính xác chúng ta cần :

- *Phải có nhiều thông tin về đối tượng và nếu có chuỗi hành vi với những điểm không thống nhất thì sẽ dễ suy diễn hơn. Như vậy để suy diễn chính xác chúng ta càng có nhiều thông tin về đối tượng càng tốt, có thể chủ động để tìm hiểu thông tin và phát hiện ra những điểm không thống nhất trong thông tin của đối tượng.*

- *Hành vi được xã hội mong đợi thì khó suy diễn hơn hành vi không được xã hội mong đợi. Như vậy cần tìm hiểu chuẩn mực, nề nếp trong môi trường mà người đó sống.*
- *Hành vi được tự do lựa chọn dễ suy diễn hơn hành vi không được tự do lựa chọn. Như vậy cần phải nắm được mức độ tự do của họ khi ra quyết định. Cần tìm hiểu xem họ có áp lực nào không, có bị ai dọa dẫm, bắt ép không.*

3). Suy diễn đồng biên: là suy diễn thường cho nguyên nhân và kết quả đi kèm với nhau, nhân nào-quả ấy. Khi suy diễn nguyên nhân của kết quả và của hành động chúng ta thường suy diễn ở ba khâu: do chủ thể, do đối tượng, do hoàn cảnh.

Khi suy diễn về nguyên nhân của kết quả thường người ta qui gán như sau:

- Nếu là kết quả của bản thân: kết quả đó mà tốt thì cho rằng do bản thân; nếu kết quả đó xấu mà có nhiều người cũng bị xấu thì cho rằng do đối tượng, nếu chỉ có kết quả của mình bị xấu thì thường đổ cho hoàn cảnh.

- Nếu kết quả của người khác: kết quả đó mà tốt và những người khác cũng có kết quả tốt tương tự thì cho rằng do đối tượng; nếu chỉ mình đối tượng có kết quả tốt thì cho rằng do hoàn cảnh (may mắn,...); nếu kết quả mà xấu thì thường cho ngay là do chủ thể.

Khi suy diễn về nguyên nhân của hành động: nếu là hành động của bản thân thì cho rằng do đối tượng, do hoàn cảnh; nếu là hành động của người khác thì cho rằng do chủ thể.

Để hiểu đúng người khác, làm họ thấy được cảm thông và chia sẻ thì chúng ta cần đứng sang phía của họ để nhìn nhận vấn đề theo cách nhìn của họ.

Trong giao tiếp để hiểu người khác chúng ta luôn phải dùng đến khả năng tri giác xã hội. Tuy nhiên, để hiểu, nhận định và đánh giá sự giao tiếp của một người nào đó đối với ta là lịch sự hay không, có đúng phép tắc xã giao không là việc không khó, nhưng để hiểu, nhận định và đánh giá bản chất bên trong của người đó như có chân thành hay không thì không phải là dễ. Như vậy vấn đề là phải tìm cách nâng cao khả năng nhận biết con người để có thể ứng xử thích hợp nhất trong mỗi hoàn cảnh cụ thể.

3.2. Kỹ năng định vị:

Kỹ năng định vị là khả năng xác định đúng vị trí giao tiếp để từ đó tạo điều kiện cho đối tượng chủ động trong cuộc giao tiếp (xác định đúng ai đóng vai gì)

Ví dụ: $A = B$ (Hai người có thông tin ngang nhau)

$A > B$ (A có nhiều thông tin hơn B)

$A < B$ (A có ít thông tin hơn B)

Nếu $A = B$: giọng điệu thân thiện, cởi mở, thoải mái.

Nếu $A > B$: Giọng A kẻ cả, bề trên, hay nói trống không, hay mệnh lệnh;
Còn B thì khép nép, pha chút e ngại, bị động.

Nếu $A < B$: ngược lại.

Khi định vị trong giao tiếp cần để ý đến quan hệ xã hội khác nhau. Những tư cách giao tiếp khác nhau thì tính chất và cách thức giao tiếp phải phù hợp. Các mối quan hệ xã hội thường gặp:

- Theo mức độ quen biết giữa các chủ thể:

+ Hai người lạ đối với nhau

+ Hai người quen nhau

+ Hai người thân thiết đối với nhau

- Theo giới tính:

+ Hai người nam hoặc hai người nữ với nhau

+ Giữa một người nam và một người nữ.

- Theo tuổi tác:

+ Những người cùng tuổi, cùng một thế hệ

+ Người trẻ và người già

+ Người lớn và trẻ em

- Theo nghề nghiệp:

+ Những người đồng nghiệp

+ những người khác nhau về nghề nghiệp.

- Theo cấp bậc:

+ Cấp trên và cấp dưới

+ Những người ngang cấp

- Theo sự thành công trong cuộc sống:

+ Những người hạnh phúc, may mắn và những người bất hạnh rủi ro

+ Những người hạnh phúc may mắn với nhau.

+ Những người bất hạnh, rủi ro với nhau

3.3. Kỹ năng nghe:

Chúng ta có hai cái tai mà chỉ có một cái lưỡi để chúng ta nghe nhiều hơn và nói ít thôi.

Nếu bạn lắng nghe người khác một cách chăm chú thì lòng tự tin sẽ gây cảm hứng nơi người phát biểu.

Nhớ rằng những gì bạn được nghe đều đáng tin cho đến khi được chứng minh ngược lại.

Chúng ta thường phạm sai lầm là chỉ nghe những gì mình cần nghe, do đó bỏ qua các thông tin khác và dễ dẫn đến hiểu lầm.

Một sự gián đoạn liên miên có thể làm mất hứng thú của người nói vì họ cảm thấy khó khăn không trình bày được quan điểm của mình.

Trong giao tiếp việc huấn luyện kỹ năng nghe là vô cùng cần thiết. Xét theo mức độ sử dụng và thời gian được huấn luyện ta có bảng sau:

Các kỹ năng	Số năm huấn luyện	Cường độ sử dụng trong cuộc sống trưởng thành
Viết	14	ít
Đọc	8	Thỉnh thoảng
Nói	1	Khá nhiều
Nghe	0	Rất nhiều

Khả năng suy nghĩ nhanh hơn nói, người ta có thể nói 125 từ trong một phút, nhưng bạn có thể xử lý thông tin vào khoảng 600 từ/phút, do đó đầu óc chúng ta thường rảnh rỗi khi nghe và dễ sao nhãng sang việc khác.

Những âm thanh nhiễu bên ngoài làm chúng ta cũng khó khăn hơn khi nghe.

Cảm xúc cũng làm cho ta nghe bị sai lạc.

Để luyện kỹ năng nghe:

Luyện ngôn ngữ điệu bộ: điệu bộ nghe tích tốt sẽ giúp ta nghe dễ dàng hơn và truyền thông điệp không lời cho người nói. Phải xác định kiểu lắng nghe, có ba kiểu lắng nghe như sau:

Các kiểu lắng nghe	Thực hành cách lắng nghe
@ Đồng cảm: Truyền thông tin cho người phát biểu và nhận thông tin từ họ	Cố hình dung chính bạn đang ở vào vị trí của người khác, bạn nên đồng cảm và cố gắng hiểu những gì người khác nghĩ, để họ cảm thấy dễ chịu hơn, có thể liên quan đến những kinh nghiệm về

là cách ủng hộ và giúp đỡ	sự cảm xúc. Bạn nên chú ý sâu sắc hơn về vấn đề mà người ta đang nói, hãy nói thật ít, nên dùng sự gật đầu và lời nói để khích lệ.
@ Phân tích: Tìm cách cụ thể hoá thông tin và cố gắng gỡ rối một sự kiện ra khỏi xúc cảm	Dùng những câu hỏi phân tích để khám phá những ý kiến sau những lời phát biểu, đặc biệt nếu bạn cần hiểu một chuỗi sự kiện hay những suy nghĩ. Bạn nên hỏi cẩn thận, sao cho bạn có thể nhận được những dòng tư tưởng từ những câu trả lời của một người để giúp bạn hình thành những câu trả lời kế tiếp.
@ Tổng hợp: Sự hướng dẫn sáng tạo để thay đổi mục tiêu	Nếu bạn cần đạt được kết quả mong muốn, bạn nên hỏi sao cho người khác có thể trả lời được với ý kiến của mình. Lắng nghe và hỏi để gây sự chú ý nơi người khác và gợi ý những ý nào có thể được bày tỏ và cách nào người ta có thể áp dụng được một cách uyển chuyển. Xen kẽ bạn nên kết hợp cách khác để giải quyết vấn đề kế tiếp.

Khắc phục những tật xấu khi nghe như: Giả vờ lắng nghe; Không chịu khó lắng nghe người khác nói; Hay phản ánh tức thì; Nghe qua loa tất cả mọi sự kiện; Tư thế lắng nghe xấu (mắt, ngò, nhìn...); Có xu hướng buông trôi khi mới mệt; Bình luận về vẻ bề ngoài của người nói; Không chịu khó lắng nghe.

Cách lắng nghe hiệu quả:

- Luôn suy nghĩ trước người nói, cố gắng đoán xem sự việc sẽ tới đâu.
- Cân nhắc, đánh giá đưa ra quan điểm.
- Điềm lại các ý chính.
- Cố gắng hiểu ẩn ý mà người nói muốn diễn đạt.
- Quan sát người nói.
- Dành thời gian lắng nghe.
- Không chú trọng lỗi của người nói.
- Không vội kết luận
- Phản ứng tích cực và giúp đỡ, khuyến khích người nói

3.4. Kỹ năng điều khiển quá trình giao tiếp:

Kỹ năng điều khiển quá trình giao tiếp biểu hiện ở khả năng lôi cuốn, thu hút đối tượng giao tiếp, biết duy trì hứng thú, sự tập trung chú ý của đối tượng (có duyên trong giao tiếp).

CHƯƠNG IV

VẬN DỤNG KỸ NĂNG GIAO TIẾP TRONG BỐI CẢNH KHÁC NHAU

4.1. Giao tiếp trong lần gặp đầu tiên

Giao tiếp trong lần gặp gỡ đầu tiên cần để lại ấn tượng tốt đẹp cho người tiếp xúc. Theo nguyên tắc hình thành ấn tượng ban đầu thì sau lần tiếp xúc ban đầu ta sẽ có một ấn tượng nhất định về đối tượng của mình. Ấn tượng ban đầu này hình thành trong đầu óc ta ngay cả khi không chịu sự chi phối của lý trí. Ấn tượng ban đầu rất quan trọng. Ấn tượng về một người nào đó là hình ảnh tổng thể trên cơ sở ta nhìn nhận họ một cách toàn diện, cảm nhận mọi biểu hiện như: diện mạo, lời nói, cử chỉ, tác phong, ánh mắt, nụ cười...

Cơ sở hình thành ấn tượng ban đầu:

1). Theo các đặc điểm trung tâm:

Có những đặc tính nhân cách nào đó có ý nghĩa nhất, quyết định ấn tượng của ta về người khác. Trong đời sống hàng ngày, khi nhận định lần đầu về người khác, ta có thói quen chỉ căn cứ vào một vài nét tính cách nổi bật của người đó mà thôi.

Thí nghiệm của Asch Solomon:

Đưa cho hai nhóm sinh viên xem hai bảng đặc điểm tính cách:

A	B
Thông minh	Thông minh
Khéo léo	Khéo léo
Cần cù	Cần cù
Nồng nhiệt	Lạnh lùng
Kiên quyết	Kiên quyết
Thực tế	Thực tế
Thận trọng	Thận trọng

Khi đề nghị họ nhận xét về A và B thì những nhận xét rất khác nhau. Các sinh viên nhận xét đối với A thiên về nhận xét thiện cảm, ví dụ như có nhận xét rằng A là Người tin tưởng vào những điều đúng đắn, muốn mọi người hiểu quan điểm của mình chân thành khi tranh luận và mong ý kiến đó được thừa nhận. Còn với B thì thiên về nhận xét không thiện cảm, ví dụ có nhận xét B là một kẻ đua đòi, thấy mình thành công, thông minh đã tưởng là khác người, một kẻ tính toán, lãnh cảm.

Khi được hỏi những người này có hào hiệp không thì 90% cho rằng A hào hiệp, chỉ có 10% cho rằng B hào hiệp. Đối với câu hỏi họ có hài hước không cũng có 75% cho rằng A hài hước, chỉ có 10% cho rằng B hài hước.

Có thể thấy ở thí nghiệm trên chính cặp đặc điểm “nồng nhiệt-lạnh lùng” là yếu tố chính tạo nên sự khác biệt trong sự hình thành ấn tượng ban đầu. Có một lời khuyên là “*Một gương mặt tươi cười sẽ gây được ấn tượng tốt hơn là một gương mặt lạnh lùng*”

2). Lý thuyết sơ đồ nhân cách ngầm ẩn:

Khi nhìn nhận người khác, mỗi người chúng ta đều mang sẵn trong đầu một sơ đồ liên hệ giữa các tính cách của người đó. Mỗi liên hệ này khi gặp người lạ thì sẽ được hoạt hoá.

Sơ đồ nhân cách ngầm ẩn ở mỗi người một khác và thường xuyên được chỉnh sửa theo kinh nghiệm sống của cá nhân. Những người va chạm, tiếp xúc nhiều trong cuộc sống có kinh nghiệm sống phong phú thì thường sơ đồ nhân cách ngầm ẩn của họ khá chính xác, do đó, ấn tượng ban đầu của họ về người khác thường khá đúng.

3). Các hiệu ứng chi phối ấn tượng về người khác:

Mô hình chỉnh lý thông tin Anderson:

Mỗi đặc tính tích cực được tính điểm tùy theo mức độ quan trọng của nó. Các đặc tính tiêu cực cũng được tính điểm như thế.

$$Đtb = (\Sigma \text{điểm đặc tính tốt} - \Sigma \text{điểm đặc tính xấu}) / \Sigma \text{tính cách}$$

Trên căn cứ điểm số có được ấn tượng chung về đối tượng sẽ hình thành. Nếu điểm trung bình là dương thì chúng ta sẽ cho người đó là tốt, nếu điểm trung bình âm thì là xấu. Tuy nhiên khi tri giác, đặc tính được coi là tốt hay xấu lại tùy thuộc hệ thống chuẩn mực mà người đó dùng để phán xét về người khác, và điểm số là cao hay thấp là tùy thuộc cá nhân quyết định.

Ví dụ: ăn cắp là xấu, nhưng ăn cắp thông tin tình báo để phục vụ cho quốc gia thì là hành động anh hùng. Hoặc khoe khoang về bản thân ở Việt nam có thể bị xem là kiêu căng, nhưng ở Mỹ được xem là tự tin.

Tâm thế của chủ thể:

Tâm thế là sự định hướng sẵn của chủ thể về đối tượng, sự vật, sự kiện. Tâm thế sẵn có với ai đó thường có tác dụng chi phối nhiều tới ấn tượng của chúng ta về người đó.

Ví dụ: Đưa cho hai nhóm sinh viên xem ảnh của cùng một người, với nhóm thứ nhất thì giới thiệu đó là nhà bác học dẫn đến mô tả của nhóm về người

này thiên về những đặc điểm tốt, với nhóm thứ hai thì giới thiệu đây là tên tướng cướp dẫn đến mô tả của nhóm thiên về chiều hướng xấu. Đặc biệt là cùng một cặp mắt nhưng nhóm đầu thì nhìn thấy thông minh, nhóm kia thì thấy xảo quyệt.

Hiệu ứng ban đầu: Những thông tin đầu tiên đến với ta thường có ý nghĩa đặc biệt đóng vai trò quan trọng hơn so với những thông tin tiếp sau.

Để hiểu rõ về hiệu ứng ban đầu chúng ta xem xét thí nghiệm của Asch: Ông đưa cho hai nhóm sinh viên xem hai bản liệt kê đặc điểm như sau:

A	B
Thông minh	Ghen tị
Chăm chỉ	Ương ngạnh
Bốc đồng	Hay phê phán
Hay phê phán	Bốc đồng
Ương ngạnh	Chăm chỉ
Ghen tị	Thông minh

Những nhận xét về A cho rằng đó là một người có năng lực và biện hộ cho tính ương ngạnh là vì người đó biết mình đã nói gì và tin những điều đó là đúng. Những nhận xét về B thiên về ác cảm vì bị các đặc tính tiêu cực giới thiệu trước che lấp đi.

Như vậy, những thông tin tốt đẹp ban đầu đã gây ấn tượng tốt. Những thông tin đến sau chỉ mang tính chất bổ sung chứ không hoàn toàn có giá trị tạo ấn tượng độc lập như thông tin ban đầu.

Hiệu ứng bối cảnh: Bối cảnh xảy ra cũng ảnh hưởng đến cảm nhận của chúng ta về hành vi của người khác.

- Một đặc tính tiêu cực đi kèm với 1 vai xã hội "tích cực" thì ấn tượng tiêu cực với đối tượng tăng lên.

- Ấn tượng tích cực càng mạnh khi một vai xã hội "tiêu cực" đi với một đặc tính tích cực.

Có thể thấy tạo thiện cảm trong giao tiếp, nhất là lúc sơ giao, là điều không phải ai cũng dễ dàng làm được. Nhỏ thôi, có khi đó là quần áo bạn mặc, khi đó là nụ cười, nhưng bạn có thể nhận được bao điều tốt đẹp, hoặc có thể mất cả một hợp đồng làm ăn!

Bạn có luôn chuẩn bị chu đáo trước khi gặp ai đó? Bạn có để ý đến trang phục, trang sức hay nước hoa của mình? "Trang phục là thông điệp không lời, cách bạn mặc cũng là cách để bạn chuyển tải thông tin". Đến một buổi xin việc trong vị trí tuyển dụng là nhân viên văn phòng, bạn lại mặc quần jeans đánh

bạc, áo pull; hay đến gặp đối tác là một chuyên gia thời trang trong một quán cà phê trẻ trung, bạn lại "kín cổng cao tường" trong bộ sơ mi tuềnh toàng và cổ điển..., thì có thể bạn đã mất điểm từ cái nhìn đầu tiên của những người mà bạn sắp giao tiếp. Hay trang sức quá công kênh, hoặc không hợp tuổi? Nước hoa thì quá nặng mùi, mà bạn không biết chắc người gặp mình có bị chứng dị ứng với những loại mùi hương hay không!...

Một "nghệ thuật" rất quan trọng để đem đến thiện cảm trong giao tiếp chính là ngôn ngữ của bạn. Một giọng nói nhẹ nhàng, thanh tao; lên giọng, xuống giọng đúng lúc sẽ luôn dễ dàng đi vào lòng người hơn đó là những nói oang oang một cách không ý thức.

Lắng nghe cũng là một nghệ thuật, từ ánh mắt đến tư thế của bạn. Bạn hãy tập cho mình một cách lắng nghe đúng mực, đôi mắt không quá "dán sát" vào người đang nói, hoặc lại không có sự tập trung; những cái gật đầu nhẹ nhàng khi đang nghe người khác nói cũng sẽ giúp mọi người đánh giá cao bạn. Quan trọng, bạn cũng nên ghi nhớ: Nói thật ít và lắng nghe thật nhiều...

4.2. Giao tiếp qua điện thoại

Giao tiếp điện thoại đúng cách đã trở nên quan trọng hơn bao giờ hết. Ngày nay phần lớn giao tiếp diễn ra trên điện thoại. Khi giao tiếp điện thoại bạn hãy nghe theo những lời khuyên sau đây:

Đầu tiên, bạn hãy chào hỏi. Khi trả lời điện thoại, nhớ hãy tự giới thiệu mình (nếu có thể thì cả công ty nữa). Nếu bạn trả lời điện thoại của người khác, hãy nhắc đến tên của người đó khi bạn chào hỏi để người ta biết rằng mình không gọi nhầm.

Chẳng hạn, khi Sơn trả lời dùm cho Minh, Sơn sẽ nói rằng "Đây là điện thoại của Minh, Sơn xin nghe..." và sau đó ghi lại tin nhắn hay tiếp điện thoại thì tùy vào hoàn cảnh cụ thể.

Khi bạn là người gọi điện, hãy chắc rằng bạn giao tiếp đúng mực ngay từ đầu. Nhớ hãy lịch sự đối với những người gác công (thư kí, tiếp tân...) bởi vì họ chính là người quyết định nói máy cho bạn hay không. Tuy họ ngồi ở ngoài văn phòng nhưng lại có tiếng nói và quyền lực.

Một lời chào như "Xin chào, tôi là Sơn, tôi đang gọi lại cho Minh, anh ấy có ở đó không ạ?" tỏ ra khá hữu hiệu về lâu về dài.

Khi bạn đã gặp đúng đối tượng, hãy nhắc lại cho họ biết lần gọi hay lần hẹn gặp trước kia, đây là trường hợp người ta mong bạn gọi. Người ta rất bận

rộn và sẽ "ngắn gọn" nếu bạn không nhắc lại bạn đã gặp họ khi nào, ở đâu. Nếu bạn không được hoan nghênh, hãy hỏi liệu họ có thể dành chút ít thời gian cho bạn không, trừ phi bạn chỉ thông báo ngắn gọn. Gọi mà không báo trước chẳng khác gì "xông vô" và bạn không nên nói quá lâu trừ phi được mời nói. Nếu người ta không rảnh, hãy nói ngắn gọn mục đích cuộc gọi và hẹn họ vào lúc khác.

Ví dụ, nếu bạn gọi lại cho anh trưởng phòng mà mình đến thực tập một câu nói như "Em chào anh! Em là Sơn sinh viên trường Đại học Đông Á đang thực tập ở phòng mình, hôm qua anh có dặn em gọi điện lại.", người nghe sẽ rất thiện cảm.

Sắm một cuốn sổ điện thoại, cả một cây bút chì và giấy ticke nữa để gần máy điện thoại và tốc kí khi nói chuyện. Làm như thế sẽ giúp bạn nghe chủ động hơn và cung cấp thông tin chính xác hơn sau đó. Hãy nói "Vâng", "Tôi hiểu", "Tốt quá!" để tỏ rằng bạn quan tâm đến những lời họ nói. Xác nhận lại thông tin cuối mỗi cuộc gọi để chắc rằng cả hai đều nhất trí với những giải pháp đạt được.

Kết thúc cuộc gọi bằng cách cảm ơn người ta đã bỏ thời gian tiếp chuyện với bạn và tỏ ý mong được nói chuyện với họ lần sau (nếu thực như thế). Nếu không, hãy nói cảm ơn và gác máy. Một lời tạm biệt tử tế sẽ để lại ấn tượng tốt đẹp cho người nghe về bạn.

4.3. Giao tiếp nhằm hỗ trợ, điều chỉnh người khác

Giao tiếp hỗ trợ thường được dùng với mục đích làm người khác thay đổi, sửa chữa hoặc nhận thức vấn đề.

Bất cứ khi nào cần phải giúp người khác thay đổi thái độ hoặc hành vi thì khi đó cần phải sử dụng giao tiếp hỗ trợ vì lúc này chúng ta phải đối mặt với trách nhiệm đưa ra các phản hồi tiêu cực hoặc phải giúp họ nhận thấy các vấn đề mà họ không muốn nhận ra. Giao tiếp hỗ trợ nên dùng khi phải phê phán và góp ý cho người khác, nhưng phải làm theo cách mang lại những kết quả công việc tốt đẹp hơn, cảm giác tích cực và mối quan hệ bền vững. Giao tiếp hỗ trợ cũng được dùng hiệu quả trong những khi người khác cần lời khuyên hoặc cần ai đó lắng nghe về vấn đề của họ, hoặc muốn được ghi nhận về các khiêu nại.

Giao tiếp hỗ trợ tùy theo nội dung cần triển khai được chia làm hai loại: *giao tiếp huấn luyện và giao tiếp tư vấn.*

Giao tiếp huấn luyện sẽ được thực hiện khi đối tượng thiếu khả năng, thông tin không đầy đủ hoặc thông hiểu chưa đầy đủ, hoặc kém năng lực. Trong

trường hợp này phải đưa ra những lời khuyên, các thông tin hoặc thiết lập các tiêu chuẩn cho họ. Đối tượng phải nhận được những lời khuyên về cách thức thực hiện để cho công việc tốt hơn, được huấn luyện để đạt được hiệu suất cao hơn. Độ chính xác của thông tin đưa ra rất quan trọng. Đối tượng phải hiểu được một cách rõ ràng vấn đề là gì và phải vượt qua nó như thế nào.

Giao tiếp tư vấn là giao tiếp được dùng khi các vấn đề bắt nguồn từ các thái độ, các mâu thuẫn về tính cách, sự phòng thủ, hoặc những yếu tố khác gắn với tình cảm. Năng lực và kỹ năng của đối tượng lúc này không phải là một vấn đề, do đó mục đích quan trọng là giúp cho họ nhận ra rằng tồn tại một vấn đề cần phải điều chỉnh.

Nếu nội dung và các nguyên tắc của giao tiếp hỗ trợ không được tuân thủ có thể xảy ra các phản ứng khác nhau ở đối tượng. Thứ nhất, đối tượng có thể cảm thấy họ bị đe dọa hoặc bị trừng phạt. Khi đó sự tự bảo vệ trở nên quan trọng hơn cả vấn đề giao tiếp, và các cá nhân sẽ tập trung hơn vào sự phòng thủ, tự vệ hơn là lắng nghe. Phê bình hành vi của một ai đó thường được xem như là một đe dọa hay tấn công. Các phản ứng thường thấy trong tình huống này là sự giận dữ, quá khích, tính tranh đua hoặc sự lảng tránh. Thứ hai, đối tượng có thể trở nên mất tự tin. Nó xảy ra khi một trong những bên giao tiếp cảm thấy trở nên thấp kém, kém hiệu quả, không có ý nghĩa. Người tham gia giao tiếp cảm thấy rằng giá trị riêng của họ đang bị nghi ngờ, do đó họ phải tập trung hơn vào việc củng cố lại giá trị của mình hơn là lắng nghe. Phản ứng hay thấy nhất là sự tự phô trương, hoặc mất cả động cơ khuyến khích, rút lui, hoặc mất tôn trọng đối với người đang giao tiếp.

Để tránh được hai vấn đề này khi giao tiếp hỗ trợ, cần tuân thủ tám nguyên tắc:

1). Giao tiếp hỗ trợ phải định hướng vào vấn đề, không phải định hướng vào con người

Giao tiếp định hướng vấn đề tập trung vào vấn đề và các giải pháp hơn là các đặc điểm cá nhân. Giao tiếp định hướng vấn đề nên được gắn kết với các tiêu chuẩn đã được công nhận hoặc các kỳ vọng hơn là các ý kiến cá nhân.

2). Giao tiếp hỗ trợ phải dựa trên sự phù hợp

Nghĩa là phải làm cho giao tiếp (về ngôn từ và phi ngôn từ) phải phù hợp hoàn toàn với những gì mà cá nhân đang suy nghĩ hoặc đang cảm thấy.

Khi nhà quản trị tư vấn hoặc cấp dưới, những phát biểu sáng suốt, trung thực luôn tốt hơn những phát biểu giả tạo, không trung thực. Tuy nhiên phát biểu vẫn cần tập trung và vấn đề chứ không phải là con người.

3). Giao tiếp hỗ trợ phải mang tính mô tả, không mang tính đánh giá

Giao tiếp mô tả bao gồm có 3 bước chính. Bước một, mô tả một cách khách quan nhất có thể sự kiện hay hành vi đã diễn ra mà cần phải được thay đổi. Sự mô tả này khách quan ở chỗ nó dựa trên các yếu tố của hành vi có thể được người khác công nhận. Bước hai, mô tả những phản ứng đối với hành vi và các kết quả của nó. Thay vì đổ cho người khác là nguyên nhân của vấn đề, phải nên tập trung vào các phản ứng hoặc các kết quả của hành vi. Bước ba, đề nghị một phương án dễ chấp nhận hơn. Điều này sẽ giúp cho những người khác giữ thể diện và cảm thấy có giá trị bằng cách tách riêng cá nhân ra khỏi hành vi. Sự tự kính trọng của cá nhân được gìn giữ và tôn trọng, chỉ có hành vi là mới cần được thay đổi.

4). Giao tiếp hỗ trợ công nhận giá trị của con người hơn là phủ nhận:

Ngay cả khi mang tính mô tả, giao tiếp vẫn có thể mang tính phủ nhận. Giao tiếp phủ nhận sẽ gợi nên những cảm giác tiêu cực về giá trị bản thân, nhân cách hoặc những đặc điểm khác đối với người khác.

Giao tiếp công nhận, giúp người ta cảm thấy được công nhận, được thông hiểu, được chấp nhận và có giá trị. Nó có 4 đặc điểm: Bình đẳng, mềm dẻo, song phương, dựa trên sự nhất trí giữa hai bên.

Giao tiếp bình đẳng là người giao tiếp đối xử với đối tượng giao tiếp như những người xứng đáng, có năng lực và sáng suốt và nhấn mạnh vào việc cùng giải quyết vấn đề hơn là khẳng định vị trí cao hơn.

Mềm dẻo trong giao tiếp là sự sẵn lòng trong việc chấp nhận rằng cũng có thể có những thông tin phụ thêm hoặc những phương án khác và những người khác cũng có thể có được những đóng góp tích cực cho việc giải quyết vấn đề cũng như là cho mối quan hệ. Điều này có nghĩa là giao tiếp với sự nhún nhường khôn ngoan, chứ không phải là sự hạ thấp bản thân hay điểm yếu và sự cởi mở.

Song phương là kết quả của giao tiếp bình đẳng và mềm dẻo. Cá nhân cảm thấy có giá trị khi họ được hỏi ý kiến, được thể hiện ý kiến riêng của mình và được khuyến khích tham gia một cách chủ động vào giao tiếp hỗ trợ.

5). Giao tiếp hỗ trợ mang tính đặc trưng chứ không mang tính tổng quát:

Nói chung, phát biểu càng cụ thể, thì nó càng hữu ích. Các phát biểu cụ thể hữu ích trong giao tiếp hỗ trợ vì nó tập trung vào các sự kiện và chỉ ra sự phân cấp trong các vị trí.

6).Giao tiếp hỗ trợ mang tính liên kết, chứ không phá vỡ liên kết

Phát biểu mang tính liên kết nghĩa là nó phải được kết nối một cách trôi chảy với những gì được trình bày trước đó. Các giao tiếp thường mất tính liên kết trong 3 trường hợp sau:

- Khi những bên giao tiếp không có cơ hội như nhau để trình bày.
- Thời gian nghỉ quá dài.
- Việc kiểm soát chủ đề có thể bị ngắt quãng.

7). Giao tiếp hỗ trợ là mang tính riêng:

Chúng ta phải nhận lấy trách nhiệm về một phát biểu của mình, công nhận nguồn gốc của ý kiến đó là của chính mình chứ không phải của người khác.

8). Giao tiếp hiệu quả đòi hỏi lắng nghe, không chỉ là chuyển giao thông điệp một chiều.

Bảy thuộc tính trên đều tập trung vào việc truyền đi thông điệp, khi thông điệp được bắt nguồn từ cấp trên. Song một khía cạnh khác của giao tiếp hỗ trợ là việc lắng nghe và trả lời một cách có hiệu quả trong việc tiếp nhận thông điệp.

