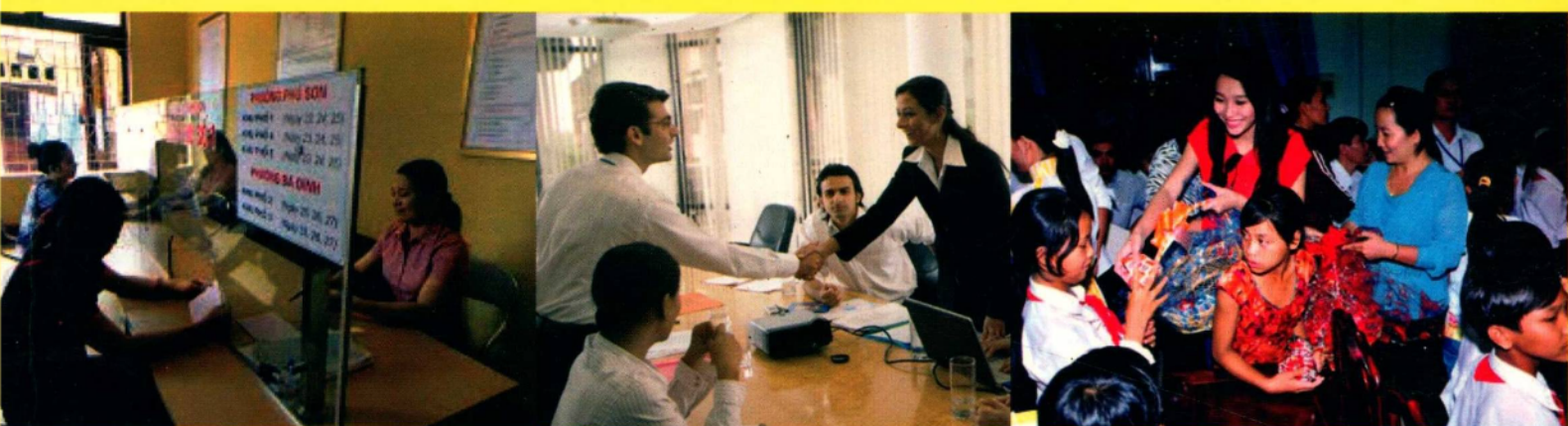


Mới
2013

VĂN HÓA ỨNG XỬ & NGHỆ THUẬT GIAO TIẾP NƠI CÔNG SỞ

**(TRONG CÁC CƠ QUAN HÀNH CHÍNH NHÀ NƯỚC,
DOANH NGHIỆP, TRƯỜNG HỌC, BỆNH VIỆN,
KHI THAM GIA GIAO THÔNG, ...)**



NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG

THÙY LINH - VIỆT TRINH

(Biên soạn và hệ thống hóa)

**VĂN HÓA ỨNG XỬ & NGHỆ THUẬT
GIAO TIẾP NƠI CÔNG SỞ
TRONG CÁC CƠ QUAN HÀNH CHÍNH NHÀ NƯỚC,
DOANH NGHIỆP, TRƯỜNG HỌC, BỆNH VIỆN,
KHI THAM GIA GIAO THÔNG**

NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG

LỜI NÓI ĐẦU

Trong những năm gần đây, vấn đề văn hóa nói chung và văn hóa công sở nói riêng, đã thu hút sự quan tâm đặc biệt của các cấp lãnh đạo. Văn hóa là vấn đề rất nhạy cảm, ngoài những tác động tích cực của hội nhập kinh tế quốc tế đối với sự phát triển kinh tế - xã hội, thời gian qua cũng đã có những tác động tiêu cực và làm cho các lĩnh vực văn hóa - xã hội của chúng ta, có nơi, có lúc bị dao động. Để bạn đọc có được cách ứng xử thành công trong cuộc sống, NXB LAO ĐỘNG xuất bản cuốn sách: **“VĂN HÓA ỨNG XỬ VÀ NGHỆ THUẬT GIAO TIẾP NƠI CÔNG SỞ - TRONG CÁC CƠ QUAN HÀNH CHÍNH NHÀ NƯỚC, DOANH NGHIỆP, TRƯỜNG HỌC, BỆNH VIỆN, KHI THAM GIA GIAO THÔNG”**.

Nội dung cuốn sách bao gồm những phần chính sau:

Phần thứ nhất. Giao tiếp - kỹ năng giao tiếp

Phần thứ hai. Văn hóa ứng xử nơi công sở

Mục I. Văn hóa ứng xử, giao tiếp nơi công sở

Mục II. Kỹ năng ứng xử với đồng nghiệp

Mục III. Kỹ năng ứng xử với cấp trên

Mục IV. Kỹ năng ứng xử với cấp dưới

Mục V. Kỹ năng ứng xử với khách hàng

Mục VI. Kỹ năng ứng xử khi tham gia giao thông

Mục VII. Ứng xử trong bệnh viện

Mục VIII. Những điều nên tránh nơi công sở

Mục IX. Những bài học về giao tiếp nơi công sở ở các nước - kỹ năng giao tiếp với người nước ngoài

Phần thứ ba. Văn hóa doanh nghiệp

Phần thứ tư. Quy tắc ứng xử trong các ngành

Hì vọng cuốn sách sẽ là tài liệu hữu ích dành cho bạn đọc.

NHÀ XUẤT BẢN

Phần thứ nhất.

GIAO TIẾP - KỸ NĂNG GIAO TIẾP

1. KHÁI NIỆM GIAO TIẾP

1. KHÁI NIỆM GIAO TIẾP

Giao tiếp là một phương thức tồn tại cơ bản của con người, do đó những nghiên cứu về giao tiếp rất đa dạng và phong phú, bao trùm một phạm vi tương đối rộng, từ lý luận đến những nghiên cứu thực nghiệm, xuất phát từ nhiều quan điểm, quan niệm khác nhau.

Dưới quan điểm của các nhà tâm lý học hoạt động thì giao tiếp là một quá trình thiết lập và thực thi mối quan hệ giữa người và người và trong quá trình đó thì con người sáng tạo lẫn nhau.

Như vậy, bất kỳ một hoạt động giao tiếp nào cũng là mối quan hệ tác động qua lại lẫn nhau giữa các chủ thể, trong giao tiếp mỗi người có động cơ của riêng mình, thông qua các công cụ phương tiện, con người nhận thức được về nhau, về thế giới xung quanh, tác động qua lại lẫn nhau để sáng tạo ra nhau. Giao tiếp có bản chất xã hội, suy cho cùng, động cơ mục đích công cụ, phương tiện giao tiếp đều do xã hội quy định.

Trong tâm lý học xã hội, giao tiếp là một dạng thức căn bản của hành vi con người, là “cơ chế để các liên hệ người tồn tại và phát triển.” (Cooley -1902), thông qua giao tiếp các cá nhân không chỉ chịu ảnh hưởng bởi các bối cảnh xã hội mà họ phản ứng lại, mà còn tác động lẫn nhau thường xuyên với những người khác được coi là người đối thoại.

Trong các lý luận về giao tiếp xã hội, tồn tại một quan niệm khá phổ biến coi như giao tiếp như một quá trình thông tin, quá trình này bao gồm việc thực hiện và duy trì sự liên hệ giữa các cá nhân. Theo Osgood C.E, nhà tâm lý học xã hội người Mỹ thì giao tiếp bao gồm các hành động riêng lẻ nữa mà thực chất là chuyển giao thông tin và tiếp nhận thông tin.

Ông cho rằng giao tiếp là một quá trình hai mặt: liên lạc và ảnh hưởng lẫn nhau. Theo Sibutanhi (Mỹ) nghiên cứu liên lạc như một hoạt động mà nó chỉ định sự phối hợp lẫn nhau, và sự thích ứng hành vi của các cá thể tham gia vào quá trình giao tiếp: “Liên lạc trước hết là phương pháp hoạt động làm đơn giản hóa sự thích ứng hành vi lẫn nhau của con người. Những cử chỉ âm điệu khác nhau trở thành liên lạc, khi con người sử dụng vào các tình thế để tác động qua lại”

Còn nhà xã hội học người Anh M.Argule mô tả quá trình ảnh hưởng mà né tránh được biểu hiện bằng những phương tiện giao tiếp (ngôn ngữ lời nói hay cử chỉ) từ nhiều người đến một người giống như một việc tiếp xúc thân thể của con người trong quá trình tác động qua lại về vật lý và dịch chuyển không gian”.

Như vậy, có thể hiểu giao tiếp là một quá trình tiếp xúc và trao đổi thông tin, thông qua đó người ta tương tác lẫn nhau, làm tăng cường hay giảm bớt khả năng; thích ứng hành vi lẫn nhau.

2. CÁC YẾU TỐ THAM GIA VÀO QUÁ TRÌNH GIAO TIẾP

Với sự nghiên cứu của nhiều ngành khoa học khác nhau như tâm lý học, xã hội học, kinh tế học, ngôn ngữ học, y học... đặc biệt với sự phát triển của tin học và điều khiển học, khái niệm giao tiếp không chỉ đơn thuần như một quá trình truyền đạt thông tin từ một điểm phát tới một điểm thu. Để quá trình giao tiếp phát huy được hiệu quả cao nhất thì phải tính đến các yếu tố tham gia trong giao tiếp.

Theo “Giáo trình tâm lý học xã hội” - PGS.TS Trần Thị Minh Đức chủ biên thì có bảy yếu tố tham gia vào quá trình giao tiếp. Chúng tôi đi qua và chỉ đi sâu vào nội dung giao tiếp.

1. Chủ thể giao tiếp

Là con người cụ thể tham gia vào quá trình giao tiếp: một người hay nhiều người - đó là ai - với những đặc điểm sinh lý, tâm lý và xã hội ra sao? Tri thức và trình độ hiểu biết... như thế nào?

Tất cả các đặc điểm của chủ thể giao tiếp đều ảnh hưởng đến hiệu quả giao tiếp.

Giao tiếp người - người thì cả hai đều là chủ thể giao tiếp và đều là đối tượng giao tiếp, vai trò này được chuyển đổi linh hoạt thường xuyên trong quá trình giao tiếp. Họ không chỉ là người nói và người nghe vì mọi giác quan đều tham gia vào quá trình này, từ dáng điệu, cử chỉ, ánh mắt, vẻ mặt, thậm chí cả mùi nước hoa...

2. Mục đích giao tiếp

Nhằm thỏa mãn nhu cầu nào - nhu cầu trao đổi thông tin, nhu cầu chia sẻ tình cảm, nhu cầu tiếp xúc giải trí, nhu cầu được khẳng định trước người khác...

3. Nội dung giao tiếp

Nội dung giao tiếp là những vấn đề mà chủ thể đề cập đến khi giao tiếp với người khác.

Đây là yếu tố quan trọng nhất trong quá trình giao tiếp thể hiện ở thông tin cần truyền đạt. Thông tin cần phải được cấu trúc như thế nào để nó phản ánh được đúng nội dung cần truyền đạt, cũng như đến được người thu với kết quả cao nhất. Đối với các chủ thể giao tiếp, thông tin có thể đã biết hoặc chưa biết, muốn biết hoặc không muốn biết. Nội dung thông tin có thể đem lại điều tốt lành hoặc gây thất thiệt hoặc chỉ đơn giản là một điều thông báo...

Trong nội dung giao tiếp người ta thường chia ra hai loại: nội dung tâm lý và nội dung công việc.

1. Nội dung tâm lý trong giao tiếp

Nội dung tâm lý trong giao tiếp bao gồm các thành phần cơ bản là nhận thức, thái độ xúc cảm và hành vi.

- Ở bất kỳ một cuộc giao tiếp nào giữa con người với con người đều để lại trong chủ thể và đối tượng giao tiếp một phẩm chất nhất định về nhận thức. Nội dung nhận thức trong giao tiếp rất phong phú, đa dạng và sinh động. Thông qua giao tiếp để người ta trao đổi vốn kinh nghiệm, tranh luận về quan điểm, thái độ. Sau mỗi lần giao tiếp mọi thành viên đều nhận thức thêm được những điều mới mẻ. Thông qua giao tiếp để người ta truyền đạt và lĩnh hội những tri thức về tự nhiên, xã hội. Cũng chính thông qua giao tiếp để người ta hiểu biết lẫn nhau.

Như vậy, nội dung nhận thức có thể xảy ra trong suốt cả quá trình giao tiếp hoặc chỉ xảy ra mạnh mẽ tại thời điểm gặp gỡ. Dù ở thời điểm nào thì kết thúc quá trình giao tiếp cũng đưa lại cho con người một nhận thức, một hiểu biết mới.

- Thành phần thái độ cảm xúc: Từ thời điểm bắt đầu, qua diễn biến rồi đến kết thúc của một quá trình giao tiếp đều biểu hiện một trạng thái xúc cảm nhất định của chủ thể và đối tượng giao tiếp. Trong giao tiếp, ngoài sự định hướng về hình thể, nội dung giao tiếp, con người bao giờ cũng thể hiện thái độ của mình trước khi bắt đầu tiếp xúc: Thiện chí, hữu nghị hay lãnh đạm, thiếu quan tâm... Những thái độ cảm xúc này mang tính định hướng cho quá trình giao tiếp, chúng thay đổi cùng với nội dung và hoàn cảnh giao tiếp, có thể từ thiện chí đến không thiện chí, từ thờ ơ đến quan tâm...

- Hành vi, một nội dung tâm lý quan trọng trong quá trình giao tiếp. Nó được biểu hiện qua hệ thống những vận động của đầu, chân tay, nét mặt, ánh mắt, miệng, ngôn ngữ... sự vận động của toàn bộ những bộ phận trên hợp thành hành vi giao tiếp. Tất cả những hành vi đó đều chứa đựng một nội dung tâm lý nhất định trong một hoàn cảnh cụ thể.

2. Nội dung công việc.

Nội dung công việc trong giao tiếp chỉ tính chất mối quan hệ xã hội. Nội dung công việc trong giao tiếp chỉ tính chất mối quan hệ xã hội. Nội dung công việc mang tính chất tạm thời, vụ việc xảy ra trong quan hệ con người với con người. Bất kỳ một tiếp xúc nào giữa chủ thể và đối tượng giao tiếp đều tìm thấy một nội dung nhất định. Ngay trong nội dung công việc cũng phải có nội dung tâm lý biểu hiện. Công việc là sự biểu hiện bên ngoài, công việc thực hiện tốt hay không tốt được các nội dung tâm lý hướng dẫn, kích thích như là động lực thúc đẩy hoặc kìm hãm trực tiếp. Giao tiếp trong công việc bao giờ cũng mang tính chất hoàn cảnh, tình huống, xảy ra trong thời gian ngắn, nhưng chính thái độ và hành vi ứng xử của chủ thể và đối tượng giao tiếp ở những tình huống này chứa đựng một bản chất thực vốn có của mọi người.

Như vậy, nội dung giao tiếp có thể luôn được thể hiện ở bất kỳ một quá trình giao tiếp nào, đó là một trong những đặc trưng của giao tiếp.

Nội dung giao tiếp chịu ảnh hưởng của lứa tuổi, nghề nghiệp, giới tính... của các chủ thể giao tiếp. Ngoài ra nó còn chịu ảnh hưởng của hoàn cảnh, điều kiện giao tiếp cũng như trạng thái tâm lý của chủ thể.

4. Phương tiện giao tiếp

Trong giao tiếp con người sử dụng “ngôn ngữ” và cả “phương tiện phi ngôn ngữ”

Ngôn ngữ là công cụ trong hoạt động giao tiếp

Một cách khái quát, người ta chia ngôn ngữ làm hai loại: ngôn ngữ bên ngoài và ngôn ngữ bên trong.

a. Ngôn ngữ bên ngoài.

Ngôn ngữ bên ngoài là thứ ngôn ngữ hướng vào người khác, được dùng để truyền đạt và tiếp thu tư tưởng, ý nghĩ. Ngôn ngữ bên ngoài gồm hai loại: Ngôn ngữ nói và ngôn ngữ viết.

* Ngôn ngữ nói: là ngôn ngữ được hướng vào người khác, được biểu hiện bằng âm thanh và được tiếp thu bằng cơ quan phân tích thính giác. Ngôn ngữ nói là hình thức cổ sơ nhất của lịch sử loài người. Trong sự phát sinh cá thể, ngôn ngữ nói cũng có trước. Ngôn ngữ nói lại gồm hai loại: đối thoại và độc thoại.

- Ngôn ngữ đối thoại: là ngôn ngữ diễn ra giữa hai hay một số người khác nhau. Ngôn ngữ độc thoại có những đặc điểm tâm lý riêng. Trong quá trình đối thoại có sự thay đổi vị trí và vai trò của mỗi bên. Chính sự thay đổi đó có tác dụng phụ trợ, làm cho hai bên dễ hiểu nhau hơn. Trong quá trình đối thoại, người nói và người nghe luôn được nghe và thường trong thấy nhau (nếu là đối thoại trực tiếp), nếu ngoài ngôn ngữ ra còn có các phương tiện phụ để hỗ trợ như cử chỉ, điệu bộ, nét mặt ... do vậy, người nói có thể trực tiếp thấy được phản ứng của người nghe, từ đó có thể điều chỉnh lời nói của mình.

- Ngôn ngữ độc thoại: là loại ngôn ngữ mà trong đó một người nói và những người khác nghe. Ví dụ: đọc diễn văn, đọc báo cáo ... đó là loại ngôn ngữ liên tục, một chiều, không có sự phụ trợ ngược trở lại.

- Ngôn ngữ độc thoại có một số yêu cầu nghiêm ngặt hơn so với ngôn ngữ đối thoại: người nói phải có sự chuẩn bị trước về nội dung, hình thức và cấu trúc những điều định nói, nhiều khi phải tìm hiểu trước đối tượng; ngôn ngữ phải trong sáng, dễ hiểu, chính xác. Ngôn ngữ độc thoại gây những căng thẳng nhất định cho cả người nói lẫn người nghe: người nói vừa phải chuẩn bị trước về nội dung, hình thức và cấu trúc những điều định nói, vừa phải theo dõi ngôn ngữ của chính mình và phản ứng của người nghe; còn người nghe thì phải tập trung chú ý trong một thời gian dài.

** Ngôn ngữ viết :*

Là thứ ngôn ngữ hướng vào người khác, được biểu hiện bằng các ký hiệu chữ viết và được tiếp thu bằng cơ quan phân tích thị giác. Ngôn ngữ viết cho phép con người tiếp xúc với nhau một cách gián tiếp trong những khoảng cách không gian và thời gian lớn. Ngôn ngữ viết có những yêu cầu nhất định đối với người viết lẫn người đọc: người viết phải viết tỉ mỉ, chính xác phải tuân thủ đầy đủ các quy tắc ngữ pháp, chính tả và logic. Người đọc phải phân tích, xử lý thông tin của bài viết.

Trong ngôn ngữ viết, cả người viết lẫn người đọc đều gặp những khó khăn nhất định: người viết không thể sử dụng phương tiện phụ để hỗ trợ như giọng nói, cử chỉ, điệu bộ, nét mặt..., không biết rõ phản ứng của người đọc đối với điều mình viết ra, vì không nghe, không nhìn thấy độc giả ..., còn người đọc thì không thể bày tỏ ý kiến của mình một cách trực tiếp được.

b. Ngôn ngữ bên trong:

Ngôn ngữ bên trong là ngôn ngữ cho mình, hướng vào chính mình giúp con người