

ĐẠI HỌC ĐẠI NAM
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



TÀI LIỆU BÀI GIẢNG

KỸ NĂNG GIAO TIẾP VÀ THUYẾT TRÌNH

Biên soạn và Giảng dạy
Tiến sỹ: Phạm Văn Hồng
Thạc sỹ: Phạm Thị Hải Yến

Hà Nội, 2010

MỤC LỤC

PHẦN 1: KỸ NĂNG GIAO TIẾP

Chương 1. Tổng quan về Giao tiếp

1.1. Khái niệm và vai trò của giao tiếp.....	4
1.1.1. Khái niệm	4
1.1.2. Vai trò của giao tiếp.....	5
1. 2. Mô hình giao tiếp.....	7
1. 3. Phân loại giao tiếp	9
1. 3.1. Căn cứ vào phương thức giao tiếp	9
1. 3. 2. Căn cứ vào qui cách giao tiếp.....	10
1. 3. 3. Căn cứ vào thành phần tham gia giao tiếp	11
1. 3. 4. Căn cứ vào phương tiện giao tiếp.....	11
1. 4. Các nguyên nhân giao tiếp không hiệu quả	12
1. 4.1. Nguyên nhân chủ quan	12
1. 4.2. Nguyên nhân khách quan	13
1. 5. Nguyên tắc giao tiếp.....	14
1.5.1. Nguyên tắc tôn trọng đối tượng giao tiếp.....	14
1.5.2. Nguyên tắc nhạy bén, đồng cảm trong giao tiếp	14
1.5.3. Nguyên tắc thiện chí trong giao tiếp	15
1. 5.4. Nguyên tắc hướng tới giải pháp tối ưu	15
1. 5.5. Tôn trọng các giá trị văn hóa	16
1.6. Phong cách giao tiếp.....	16
1.6.1. Phong cách dân chủ.....	17
1.6. 2. Phong cách độc đoán.....	18
1.6. 3. Phong cách tự do	18
1.7. Một số nghi thức giao tiếp	19
1. 7. 1. Chào hỏi	19
1.7. 2. Bắt tay	19
1.7. 3. Giới thiệu	20
1.7. 4. Trao danh thiếp	21
1.7.5. Ngồi	22

Chương 2. Kỹ năng lắng nghe và hồi đáp

2.1. Kỹ năng lắng nghe	25
2.1.1. Khái niệm và vai trò của lắng nghe	25
2.1.2. Nguyên nhân lắng nghe không hiệu quả	27
2.1.3. Các mức độ lắng nghe	29
2.1.4. Chu trình lắng nghe.....	30
2.1.5. Kỹ năng lắng nghe có hiệu quả	32
2.1.6. Kỹ năng nghe điện thoại.....	33
2. 2. Kỹ năng phản hồi	38
2.2.1. Khái niệm phản hồi.....	38
2. 2. 2. Phương pháp phản hồi	38

PHẦN 2. KỸ NĂNG THUYẾT TRÌNH

Chương 3. Kỹ năng thuyết trình

3.1. Khái niệm thuyết trình.....	40
----------------------------------	----

3.2. Chuẩn bị bài thuyết trình	40
3.2.1. Xác định tình huống của buổi thuyết trình.....	40
3.3. Cấu trúc bài thuyết trình	45
3.3.1. Cấu trúc cơ bản.....	45
3.3.2. Xây dựng nội dung trong từng phần	47
3.4. Ngôn từ và phi ngôn từ trong thuyết trình	51
3.4.1. Ngôn từ trong thuyết trình	51
3.4.2. Phi ngôn từ trong thuyết trình.....	52
3.5. Kỹ năng xử lý câu hỏi trong thuyết trình	59
3.5.1. Một số nguyên tắc khi xử lý câu hỏi của khán giả	60
3.5.2. Một số dạng câu hỏi và cách xử lý.....	60
3.6. Công cụ trực quan trong thuyết trình.....	61
3.6.1. Khái niệm và vai trò của công cụ trực quan	61
3.6.2. Kỹ năng sử dụng công cụ trực quan	62
3.7. Tâm lí đám đông và điều khiển tâm lí đám đông	64
3.7.1. Tâm lí đám đông	64
3.7.2. Điều khiển tâm lí đám đông	64

PHẦN 1. KỸ NĂNG GIAO TIẾP

Chương 1. Tổng quan về giao tiếp

1.1. Khái niệm và vai trò của giao tiếp

1.1.1. Khái niệm

Hiện nay có rất nhiều khái niệm và quan niệm về giao tiếp. Tùy theo từng lĩnh vực hoạt động, nghiên cứu khác nhau (kinh doanh, tâm lí, y học, giáo dục, xã hội học...) các tác giả đưa ra những khái niệm khác nhau về giao tiếp. Với tâm lí học, giao tiếp là một hiện tượng tâm lí phức tạp với nhiều mặt, nhiều cấp độ khác nhau. Trong kinh doanh, giao tiếp là hoạt động với nhiều loại người khác nhau, đảm bảo hai bên cùng có lợi. Giao tiếp trong kinh doanh vừa là một khoa học, vừa là một nghệ thuật. Nhà kinh doanh cần phải biết các nguyên tắc giao tiếp, các quy luật tâm lí và vận dụng các nguyên tắc đó một cách linh hoạt. Ngoài ra, trong quá trình sống và hoạt động, giữa con người với con người luôn tồn tại nhiều mối quan hệ. Đó có thể là quan hệ dòng họ, huyết thống, quan hệ hành chính – công việc; quan hệ tâm lý... Trong các mối quan hệ đó chỉ có một số ít là có sẵn từ khi con người cất tiếng khóc 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 con người sống và hoạt động trong cộng đồng xã hội thông qua các hình thức tiếp xúc, gặp gỡ, liên lạc với người khác. Mặc dù tùy theo các lĩnh vực nghiên cứu khác nhau các nhà khoa học đưa ra các quan niệm khác nhau về giao tiếp, nhưng tựu chung lại, *giao tiếp được hiểu là quá trình truyền tải và tiếp nhận thông tin giữa người này với người kia, giữa một cá nhân với một nhóm người và trong chính bản thân một con người để từ đó các bên tham gia có thể có chung quan điểm, nhận thức về vấn đề được đề cập tới.* Quá trình giao tiếp được tiến hành bằng nhiều phương tiện và công cụ khác nhau như: ngôn ngữ nói, ngôn ngữ viết, phi ngôn ngữ (cử chỉ, hành động, điệu bộ, trang phục...)

Theo từ điển Wikipedia - bách khoa toàn thư mở thì:

“Giao tiếp là một quá trình hoạt động trao đổi thông tin giữa người nói và người nghe nhằm đạt được một mục đích nào đó.” Thông thường, giao tiếp trải qua ba

trạng thái: 1. Trao đổi thông tin, tiếp xúc tâm lý; 2. Hiểu biết lẫn nhau; 3. Tác động và ảnh hưởng lẫn nhau. (http://vi.wikipedia.org/wiki/Giao_t%C3%A0i)

Theo từ điển tiếng Anh Longman Oxford thì:

“Communication is the process by which people exchange information or express their thoughts and feelings” - *Giao tiếp là một quá trình trao đổi thông tin hoặc biểu đạt cảm xúc, suy nghĩ giữa con người với nhau.*

“Giao tiếp là sự tiếp xúc giữa người với người trong xã hội, ở đó diễn ra sự trao đổi thông tin (nhận thức, tư tưởng, tình cảm) và sự bày tỏ mối quan hệ, thái độ ứng xử của con người đối với nhau và đối với những nội dung thông tin nhằm đạt được những mục đích nhất định.” (Giáo trình Kỹ năng giao tiếp và đàm phán - Trường Đại học kinh doanh và công nghệ).

Trong Tâm lý học giao tiếp được hiểu là hình thức đặc trưng cho mối quan hệ giữa con người với con người mà qua đó nảy sinh sự tiếp xúc tâm lý và được biểu hiện ở quá trình thông tin, hiểu biết, rung cảm, ảnh hưởng và tác động qua lại lẫn nhau.

Trong xã hội học, giao tiếp là một quá trình xác lập mối quan hệ về sự tiếp xúc giữa con người với nhau nhằm thỏa mãn những nhu cầu nhất định.

Vậy, *giao tiếp là một quá trình trao đổi thông tin hai chiều giữa các chủ thể tham gia trong đó sử dụng các phương tiện ngôn từ và phi ngôn từ nhằm thỏa mãn những nhu cầu nhất định.*

Trong giao tiếp sử dụng ngôn ngữ nói và ngôn ngữ viết, ngoài ra việc sử dụng các yếu tố phi ngôn ngữ đóng vai trò đặc biệt quan trọng. Phi ngôn ngữ không những làm tăng thêm giá trị chất lượng của ngôn ngữ mà còn chứa đựng những thông tin rất lớn. Thậm chí các yếu tố phi ngôn ngữ còn có khả năng tải những thông tin mà ngôn ngữ nói và ngôn ngữ viết không thể biểu đạt hết.

1.1.2. Vai trò của giao tiếp

Giao tiếp có vai trò đặc biệt quan trọng đối với đời sống mỗi cá nhân và trong đời sống xã hội.

1.1.2.1. 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 lý, 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 của riêng mình. Những trường hợp trẻ em bị thất lạc vào rừng, sống với động vật đã cho thấy rằng, mặc dù những đứa trẻ này vẫn có hình hài của con người nhưng tâm lý và hành vi của các em không phải của con người.

- Nhờ giao tiếp mà các phẩm chất của con người, đặc biệt là 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; 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 được làm, cái gì không được, từ đó thể hiện thái độ và hành động cho phù hợp. Những tính cách 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.

- Giao tiếp thoả mãn nhiều nhu cầu của con người

Những nhu cầu của con người 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 sách báo, 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 lý học phát triển, nhu cầu giao tiếp là nhu cầu xuất hiện sớm nhất trong cuộc đời của mỗi con người. Ngay khi mới được sinh ra, đứa trẻ đã có nhu cầu được yêu thương, 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 lý, nhân cách con người khi đến tuổi trưởng thành

1.1.2.2. Vai trò của giao tiếp đối với đời sống xã hội

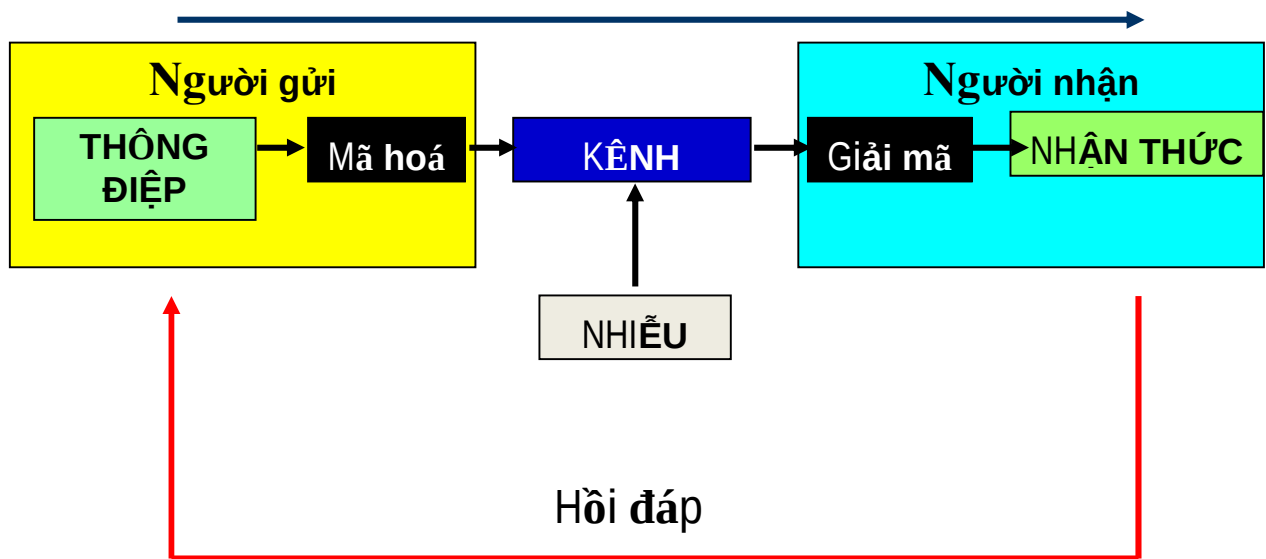
Đối với xã hội, giao tiếp là điều kiện của sự tồn tại và phát triển. Xã hội là một tập hợp người cùng chung sống và có những mối quan hệ qua lại với nhau. Nếu mỗi cá nhân trong xã hội sống đơn lẻ, không có mối quan hệ qua lại, mỗi cá nhân chỉ biết mình mà không có sự quan tâm hoặc mối liên hệ với các cá nhân khác thì sẽ không phải là xã hội mà chỉ là một tập hợp rời rạc các 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 với người tiêu dùng: người sản xuất nắm được nhu cầu của người tiêu dùng, sản xuất ra những loại hàng hoá đáp ứng nhu cầu đó, nghĩa là được người tiêu dùng chấp nhận và điều này thúc đẩy sản xuất phát triển.

Trong công tác xã hội, giao tiếp là công cụ đắc lực, là yếu tố cơ bản để thiết lập mối quan hệ hợp tác giữa nhân viên xã hội với đối tượng (cá nhân, nhóm, gia đình) cần giúp đỡ.

Hoạt động kinh doanh thực chất là hoạt động giao tiếp. Trong hoạt động của mình nhà quản lý giao tiếp với nhân viên để truyền đạt nhiệm vụ, động viên, khuyến khích nhân viên thực hiện tốt các nhiệm vụ đó. Nhà quản lý cũng cần thiết lập các mối quan hệ với các cơ quan, các tổ chức chính quyền nhằm tạo điều kiện cho hoạt động sản xuất kinh doanh mang lại hiệu quả. Nhà kinh doanh cũng cần giao tiếp với khách hàng, bạn hàng, đối tác dưới nhiều hình thức khác nhau. Vì vậy, một trong những phẩm chất cần thiết đối với nhà kinh doanh là kỹ năng giao tiếp.

1. 2. Mô hình giao tiếp

Sơ đồ mô hình giao tiếp:



Trên một khía cạnh nào đó, giao tiếp có thể hiểu là quá trình phát và nhận thông tin giữa những đối tượng giao tiếp với nhau. Giao tiếp là một quá trình trao đổi thông tin hai chiều, có nghĩa là không có sự phân cực giữa người phát tin và người nhận tin, mà cả hai đều là chủ thể tích cực, luôn đổi vai cho nhau.

Người gửi là người khởi đầu hoạt động giao tiếp và sau đó là người nhận thông tin phản hồi.

Người nhận tin là người hiểu nội dung thông tin của người truyền sau khi đã giải mã thông tin. Người nhận tin có trách nhiệm phản hồi những thông tin đã được nhận để người gửi tin biết và điều chỉnh. Để thông tin được truyền và nhận một cách chuẩn xác, cả hai bên cần có những hiểu biết nhất định với nhau để quá trình truyền tin đạt hiệu quả.

Nội dung thông điệp có thể là các quan điểm, sở thích, nhu cầu, tâm trạng, tình cảm. Quá trình trao đổi thông tin có đạt được hiệu quả hay không phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố khác nhau.

Mã hóa là quá trình chuyển từ suy nghĩ sang lời nói, chữ viết hay các kí hiệu và phương tiện phi ngôn từ khác nhau.

Sau đó được chuyển qua kênh truyền tải thông tin. Việc lựa chọn kênh truyền tải thông tin hết sức quan trọng, nó quyết định tới việc thông tin có được truyền tải chính xác hay không?

Kênh thông tin bao gồm:

Kênh thông tin thông qua chữ viết: văn bản, thư từ, báo cáo, thông tư, nghị quyết...

Kênh thông tin thông qua lời nói: truyền đạt qua micro, điện thoại, loa đài.

Kênh thông tin thông qua điệu bộ phi ngôn ngữ: như vẻ mặt, âm thanh, ánh mắt...

Khi lựa chọn kênh truyền tải thông tin phải lựa chọn kênh phù hợp như tiện lợi, phù hợp với môi trường, phù hợp với đối tượng giao tiếp...

Ngoài ra trong quá trình truyền tải thông tin có thể bị ảnh hưởng bởi yếu tố nhiễu, là những tác động từ môi trường hoặc chính bản thân người nhận, phát thông tin. Yếu tố này có thể tạo thuận lợi hoặc gây cản trở đến quá trình giao tiếp. Trong quá trình giao tiếp, chúng ta cần khắc phục tối đa các yếu tố gây cản trở.

1. 3. Phân loại giao tiếp

1. 3.1. Căn cứ vào phương thức giao tiếp

1.3.1.1. Giao tiếp trực 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...

Ưu điểm của giao tiếp trực tiếp là bên cạnh việc sử dụng ngôn ngữ còn có thể sử dụng các phương tiện phi ngôn ngữ (ánh mắt, nét mặt, trang điểm, ăn mặc...) do đó lượng thông tin thường phong phú đa dạng hơn. Chủ thể giao tiếp nhanh chóng biết được ý kiến của người đối thoại và có thể điều chỉnh quá trình giao tiếp một cách kịp thời để đạt được mục đích.

Tuy nhiên, giao tiếp trực tiếp là bị hạn chế về mặt không gian, dễ bị chi phối bởi một số yếu tố ngoại cảnh.

1.3.1.2. Giao tiếp gián tiếp

Giao tiếp gián tiếp là chủ thể giao tiếp tiếp xúc với nhau qua các phương tiện truyền tin như: điện thoại, vô tuyến truyền hình, thư từ hoặc qua vật trung gian khác như hoa, quà kỷ niệm, hoặc qua người thứ ba.

Giao tiếp gián tiếp có ưu thế giúp con người có thể giao tiếp với nhau trong một khoảng không gian rộng lớn hoặc trong một khoảng thời gian dài. Người ta có thể trò chuyện với nhau ở hai nửa địa cầu nhờ có điện thoại, mạng Internet... Thế hệ ông cha có thể dặn dò con cháu nhiều đời sau qua di chúc, báu vật gia truyền...

Giao tiếp gián tiếp ít bị hạn chế về không gian nhưng lại có hạn chế là trong khi giao tiếp không thấy được vẻ mặt của người đối thoại, không biết họ đang làm gì, đang trong hoàn cảnh nào, không thể sử dụng được nhiều phương tiện phi ngôn ngữ khác.

1. 3. 2. Căn cứ vào qui cách giao tiếp

1.3.2.1. Giao tiếp chính thức

Giao tiếp chính thức là giao tiếp mang tính 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 tính chính xác của thông tin cao. Trong kinh doanh, loại giao tiếp này thường sử dụng trong các buổi sinh hoạt trao đổi kinh nghiệm kinh doanh, khởi nghiệp, trao đổi về sản phẩm trên thị trường, định hướng chiến lược...

Giao tiếp chính thức đòi hỏi chủ thể của cuộc giao tiếp phải chuẩn bị công phu nội dung cần trao đổi và phải có kỹ năng nói lưu loát, trôi chảy. Muốn vậy, cần phải có vốn từ ngữ phong phú và sự hiểu biết sâu rộng về vấn đề cần trao đổi.

1.3.2.2. Giao tiếp không chính thức

Giao tiếp không chính thức là giao tiếp mang tính 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 nhau, lãnh đạo trò chuyện riêng với nhân viên, hai người cùng đi trên một chuyến xe nói chuyện với nhau...

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

Trong kinh doanh, cần biết sử dụng kết hợp cả hai loại giao tiếp chính thức và không chính thức để tạo không khí thân mật, cởi mở, gần gũi, hiểu biết lẫn nhau.

1. 3. 3. Căn cứ vào thành phần tham gia giao tiếp

1.3.3.1. Giao tiếp giữa hai cá nhân với nhau

Giao tiếp giữa hai cá nhân với nhau là giao tiếp chỉ có 2 người tham gia. Ví dụ : vợ chồng trò chuyện với nhau, người bán hàng trao đổi với khách hàng, chăm sóc một khách hàng....

1.3.3.2. Giao tiếp giữa các cá nhân trong nhóm

Giao tiếp giữa các cá nhân trong nhóm là giao tiếp giữa nhiều người với nhau. Ví dụ thảo luận nhóm học viên trong lớp, nhóm kinh doanh chia sẻ kinh nghiệm, họp phòng sản xuất...

1.3.3.3. Giao tiếp giữa nhóm này với nhóm khác

Giao tiếp giữa nhóm này với nhóm khác là cuộc tiếp xúc giữa các nhóm xã hội với nhau như cuộc thi đấu giao hữu cầu lông giữa hai cơ quan, đơn vị, giao lưu văn nghệ, thi tìm hiểu kiến thức giữa hai đội...

1. 3. 4. Căn cứ vào phương tiện giao tiếp

1.3.4.1. Giao tiếp ngôn ngữ

Giao tiếp ngôn ngữ là hình thức giao tiếp đặc trưng của con người, chủ yếu là ngôn ngữ nói và ngôn ngữ viết.

- Ngôn ngữ nói: gồm có ngôn ngữ đối thoại và ngôn ngữ độc thoại. Ngôn ngữ đối thoại: diễn ra ở một người với một người khác hoặc một người với một số người khác. Ngôn ngữ độc thoại là hình thức một người nói cho số đông nghe mà không có chiều ngược lại, vì vậy người nói phải chuẩn bị kỹ.

- Ngôn ngữ viết: Là ngôn ngữ hướng vào người khác, được biểu đạt bằng chữ viết và thu nhận bằng thị giác.

1.3.4.2. Giao tiếp phi ngôn ngữ

Giao tiếp phi ngôn ngữ là hình thức giao tiếp thông qua sự vận động của cơ thể, qua cử chỉ nét mặt, điệu bộ, tư thế, khoảng cách...

Các loại giao tiếp trên luôn đan xen nhau, hỗ trợ nhau trong quá trình giao tiếp. Có những trường hợp giao tiếp vừa là loại hình giao tiếp này, vừa là loại giao tiếp khác. Chẳng hạn, giao tiếp giữa thầy giáo với học sinh trên lớp vừa là giao tiếp chính thức, vừa là giao tiếp ngôn ngữ và phi ngôn ngữ, vừa là giao tiếp trực tiếp và là giao tiếp giữa các cá nhân trong nhóm.

1. 4. Các nguyên nhân giao tiếp không hiệu quả

1. 4.1. Nguyên nhân chủ quan

Về mặt tâm lý, một trong những yếu tố chủ quan ảnh hưởng tới quá trình giao tiếp là thiếu tự tin. Khi thiếu tự tin sẽ không thể chủ động tham gia vào quá trình giao tiếp, biến quá trình giao tiếp trở nên gượng ép và khó khăn. Đó là rào cản lớn cho thành công. Thiếu tự tin có thể bắt nguồn từ một vài thất bại trong quá khứ, do chưa nhận thức rõ về những điểm mạnh của chính bản thân mình, do chưa có nhiều kinh nghiệm... Mỗi người cần tự nhận ra nguyên nhân thiếu tự tin của mình và khắc phục rào cản đó.

Thứ hai là về mặt nhận thức, trình độ nhận thức của mỗi đối tượng khác nhau có khả năng ảnh hưởng rất lớn đến quá trình giao tiếp. Với mỗi hoàn cảnh khác nhau, trình độ khác nhau và quan điểm sống khác nhau sẽ mang đến những nhận thức khác nhau về cùng một vấn đề. Điều đó có thể dẫn đến những xung đột trong quá trình giao tiếp.

Về cảm xúc, trong giao tiếp một số trạng thái tình cảm như: tức giận, yêu thương, do dự, căm giận, sợ hãi, bối rối ảnh hưởng đến quá trình trao đổi thông tin. Hơn nữa, những cảm xúc mạnh thường gây ra tình trạng méo mó, sai lệch thông tin và dẫn đến những hiểu lầm đáng tiếc.

Về mặt sinh lý, khi trạng thái sinh lý không bình thường có thể tác động tiêu cực đến quá trình giao tiếp: no, đói, nóng lạnh... đều có thể ảnh hưởng. Để giao tiếp thành công, cần khắc phục những rào cản như vậy. Hơn nữa, quá trình thu nhận thông tin được thực hiện qua năm giác quan khác nhau và mỗi giác quan có tầm

quan trọng khác nhau trong việc tiếp nhận thông tin. Theo nghiên cứu của Allan và Barbara Pease thì các giác quan của chúng ta thu nhận thông tin theo tỉ lệ như sau:

Thị giác: 66%

Thính giác: 22%

Khứu giác: 7%

Cảm giác: 3%

Vị giác: 2%.

1. 4.2. Nguyên nhân khách quan

Yếu tố môi trường bao gồm: địa điểm, thời gian truyền đạt thông tin cũng như các phương tiện và cách thức truyền đạt có thể ảnh hưởng lớn tới quá trình giao tiếp. Vì vậy, nếu tiếp xúc nơi đông người cần sử dụng micro. Cần khắc phục tối đa ảnh hưởng của tiếng ồn bằng cách sử dụng các cử chỉ phi ngôn từ, động tác, sơ đồ...

Ngoài ra những yếu tố như sai sót trong in ấn, trục trặc kĩ thuật, điệu bộ, tác phong, cách ăn mặc, trang điểm... cũng có thể gây ảnh hưởng tới người tiếp nhận thông tin.

Truyền tin không hiệu quả: Như chúng ta đã biết, hoạt động giao tiếp được tiến hành thông qua phương tiện ngôn từ và phi ngôn từ. Hai phương tiện này có tác dụng bổ sung, hỗ trợ cho nhau. Song cũng có thể dẫn đến những hiểu lầm, không chính xác nếu hoạt động của hai phương tiện đó không phù hợp với nhau. Đồng thời những yếu tố như việc phát âm: giọng nói không chuẩn, diễn đạt lộn xộn, tối nghĩa, bố cục thiếu logic, dùng từ không chuẩn xác cũng sẽ hạn chế hiệu quả của quá trình giao tiếp.

Một vài yếu tố khác như thiếu quan tâm, hứng thú, lòng tin của cả hai phía cũng sẽ gây ảnh hưởng tới quá trình giao tiếp. Nếu hai bên thiếu tin tưởng lẫn nhau thì quá trình giao tiếp sẽ gặp những khó khăn, không thể trao đổi hết hoặc trao đổi chính xác thông tin. Người nhận thông tin cũng sẽ dè dặt, cảnh giác với những thông tin nhận được và hiệu quả giao tiếp sẽ không như mong đợi.

1. 5. Nguyên tắc giao tiếp

1.5.1. Nguyên tắc tôn trọng đối tượng giao tiếp

Mỗi người đều là một nhân cách độc lập. Trong quá trình giao tiếp, các cá nhân đều là chủ thể, bình đẳng với mọi người trong các quan hệ xã hội. Mặt khác mỗi người có đặc điểm tâm lí riêng biệt (nhận thức, tình cảm, thái độ....) cần được tôn trọng đó là chưa nói độ tuổi, giới tính, địa vị xã hội người này có thể khác với người kia. Tôn trọng người khác chính là tôn trọng mình. Tôn trọng tuổi tác, địa vị xã hội, giới tính, nhân cách... người đối thoại sẽ tạo ra ở họ niềm tin, sẽ cởi mở hơn trong giao tiếp. Xúc phạm đến nhân cách là đụng chạm đến lòng tự trọng của con người, khi đó khó có thể gây được thiện cảm với họ, khó thành công trong giao tiếp ứng xử.

Nguyên tắc tôn trọng nhân cách đối tượng giao tiếp đòi hỏi khi giao tiếp cần:

- Để cho mỗi cá nhân có thể bộc lộ những nhu cầu, thái độ, tình cảm, tính cách riêng của họ. Không nên áp đặt, bắt mọi người phải theo khuôn mẫu cứng nhắc một cách duy ý chí.
- Giữ thể diện cho người cùng giao tiếp: biết lắng nghe đối tượng giao tiếp trình bày, gợi những nhu cầu chính đáng của đối tượng giao tiếp. Tôn trọng sự diễn đạt bằng ngôn ngữ, cử chỉ, điệu bộ của họ. Khi phản ứng hoặc trả lời, hoặc hành động đáp lại phải theo hướng mà cả hai bên đều quan tâm.
- Sử dụng ngôn ngữ, cử chỉ, điệu bộ phải đảm bảo tính văn hoá: Không dùng những từ ngữ xúc phạm đến danh dự, tổn thương đến phẩm giá của đối tượng nhất là ở nơi công cộng, đông người.
- Thái độ lịch sự, khiêm tốn khi giao tiếp: Không cười cợt, ngắt lời khi đối tượng đang trình bày. Hành động đập bàn, đập ghế, cau mày, nhăn trán, nghiêng răng đều là biểu hiện thiếu sự tôn trọng đối tượng giao tiếp.

1.5.2. Nguyên tắc nhạy bén, đồng cảm trong giao tiếp

Nguyên tắc nhạy bén, đồng cảm trong giao: cần biết đặt bản thân mình vào vị trí của đối tượng để biết được tâm tư, tình cảm, thái độ của họ, trên cơ sở đó lựa chọn cách ứng xử phù hợp. Không nên bắt người khác phải suy nghĩ và hành động như mình. Chủ thể giao tiếp phải biết vui với niềm vui của đối tượng giao

tiếp đồng thời biết chia sẻ nỗi buồn của đối tượng để động viên, khuyến khích họ. Phải hiểu bản chất vấn đề giao tiếp thông qua ngôn ngữ, cử chỉ, điệu bộ, thái độ. Biết khen chê đúng lúc, đúng mức và chân thành. Sự nhạy bén, đồng cảm sẽ giúp chủ thể chiếm được niềm tin trong giao tiếp.

1.5.3. Nguyên tắc thiện chí trong giao tiếp

Bản chất con người luôn hướng tới cái thiện. Trong giao tiếp, cái thiện biểu hiện ở việc luôn giành những điều kiện thuận lợi, những tình cảm tốt đẹp cho người khác, khuyến khích họ làm điều tốt, làm điều thiện, đem lại niềm vui cho họ.

Nguyên tắc thiện chí trong giao tiếp đòi hỏi khi giao tiếp phải biết đặt lợi ích của đối tượng giao tiếp lên trên lợi ích bản thân, không tính toán thiệt hơn, suy bì tỉ nạnh với thành công hay chế giễu sự thất bại của người khác, tin tưởng ở đối tượng giao tiếp, chân thành, cởi mở, nhẹ nhàng, biết quan tâm đến người khác. Công bằng trong nhận xét, trong đánh giá. Có sự khuyến khích động viên, trong hành vi ứng xử luôn hướng tới cái thiện và hành thiện.

1. 5.4. Nguyên tắc hướng tới giải pháp tối ưu

Khi giao tiếp với công dân, với tổ chức, khách hàng cần đưa ra nhiều giải pháp để đối tượng giao tiếp có thể chọn lựa và quyết định. Trong thực tế, để có thể tạo ra một sự hài hòa về mặt lợi ích của các bên giao tiếp không phải là dễ dàng và đơn giản. Điều này, ta dễ hiểu bởi mong muốn của các bên giao tiếp thì nhiều nhưng đáp ứng và thỏa mãn những yêu cầu đó lại chỉ có hạn. Vì vậy, việc một trong các bên hoặc nhiều bên khi tiến hành giao tiếp có thể không đạt lợi ích của mình như mong muốn là chuyện thường tình. Vấn đề ở chỗ là chúng ta phải xử lý công việc như thế nào để không chỉ thỏa mãn một phần hoặc toàn bộ yêu cầu của mọi đối tượng giao tiếp mà còn phải làm cho đối tượng giao tiếp hiểu và chấp nhận thực tế ngay cả khi mục đích của họ không đạt.

Để làm được điều đó, trong quá trình giao tiếp trong kinh doanh có thể đưa ra một số giải pháp để đối tượng giao tiếp có thể chọn lựa và quyết định.

Để đưa ra các giải pháp thì mọi bên tham gia vào quá trình giao tiếp cần xác định mục đích (lợi ích) cần đạt được, nhưng đồng thời cũng xác định mục đích đó có

thể đạt được ở những mức độ nào (cao, trung bình hay thấp). Việc xác định những mức độ có thể đạt được sẽ giúp cho các đối tượng tham giao giao tiếp chuẩn bị sẵn sàng tư tưởng nhượng bộ trong điều kiện và giới hạn cho phép để có thể thương lượng với bên kia khi các điều kiện, tiêu chuẩn lý tưởng không đạt được. Đảm bảo nguyên tắc này, khi giao tiếp các bên sẽ dễ dàng tìm thấy những mục tiêu chung, những lợi ích chung và trên cơ sở đó có thể cùng nhau tìm ra những giải pháp có thể làm hài lòng tất cả các bên.

1.5.5. Tôn trọng các giá trị văn hóa

Giá trị văn hóa là một phạm trù rộng lớn; ở góc độ nguyên tắc giao tiếp phải tôn trọng giá trị văn hóa, chúng ta có thể là: ứng xử giao tiếp phải mang tính dân tộc và phản ánh truyền thống tốt đẹp của người Việt Nam cũng như tôn trọng giá trị các vùng miền khác nhau và văn hóa của các quốc gia khác (tác phong, thái độ cởi mở, tế nhị và chu đáo hiếu khách, lịch sự và nghiêm túc) đối với mọi đối tượng giao tiếp. Bởi vì, giao tiếp là một sự tương tác xã hội luôn luôn chứa đựng yếu tố con người, luôn có các yếu tố tình cảm. Cần thấy rằng một thái độ niềm nở, vui vẻ, hòa nhã, một sự hiếu khách, một sự lịch sự và nghiêm túc vẫn là những chuẩn mực giao tiếp.

Những nguyên tắc trong giao tiếp trên nhằm mục đích nâng cao hiệu quả hoạt động giao tiếp. Vấn đề cơ bản nhất là chúng ta phải biết vận dụng các nguyên tắc đó vào trong những trường hợp cụ thể một cách linh hoạt và chính xác thì mới hy vọng đưa lại sự thành công. Điều này lại phụ thuộc rất nhiều vào những năng lực và phẩm chất của mỗi người khi giao tiếp.

1.6. Phong cách giao tiếp

Trong cuộc sống, ở mỗi con người hay mỗi nhóm người dần 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.

Phong cách giao tiếp của mỗi con người, nhóm người luôn có nét riêng. 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, các nhà tâm lý học phân biệt ba loại phong cách giao tiếp: Phong cách dân chủ, phong cách độc đoán và phong cách tự do.

1.6.1. Phong cách dân chủ

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

- Bình đẳng, gần gũi, thoải mái

Người có phong cách giao tiếp 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, cử chỉ, điệu bộ... Chẳng hạn, một nhân viên kinh doanh có phong cách giao tiếp dân chủ thì khi gặp gỡ khách hàng họ niềm nở, vui vẻ, quan tâm hỏi han sức khỏe, gia đình...

- Tôn trọng đối tượng giao tiếp, chú ý đến đặc điểm nhân cách cá nhân của họ.

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

- 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 và luôn quan tâm đến ý kiến xác đáng, đáp ứng kịp thời hoặc giải thích rõ ràng.

Phong cách giao tiếp dân chủ làm cho đối tượng giao tiếp cảm thấy thoải mái, tự tin, phát huy được tính độc lập, chủ động, sáng tạo trong công việc. Người có phong cách này thường được nhiều người yêu mến, tin tưởng và kính trọng. Tuy nhiên, nếu không có nguyên tắc, dễ bị xóa nhòa danh giới, dẫn đến tình trạng xuề xòa, cá mè một lứa. 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 thể bỏ qua.

1.6. 2. Phong cách độc đoán

Ngược với phong cách dân chủ là phong cách độc đoán. Người giao tiếp theo phong cách độc đoán thường đề cao nguyên tắc, luôn đòi hỏi ranh giới phải được tôn trọng (Tôi là người cung cấp dịch vụ - anh/chị là người sử dụng dịch vụ của tôi. Anh là học viên còn tôi là giảng viên, 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 chủ quan 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 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 này thường phát huy được tác dụng.

1.6. 3. Phong cách 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 nhân viên kinh doanh dễ dàng quên lịch họp đi họp, lịch gặp gỡ khách hàng, thường xuyên đến muộn, không một lời nhắc nhở hoặc trong cuộc họp, ai thích về sớm thì về, không cần biết lý do.

- 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 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 nghiêm túc trong trường hợp nào đó.

Như vậy, ba loại phong cách giao tiếp trên đều có những mặt yếu và mặt mạnh, không có loại phong cách 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 tối ưu nhất.

1.7. Một số nghi thức giao tiếp

1.7.1. Chào hỏi

Trong giao tiếp, việc xưng hô, chào hỏi thể hiện tính lịch sự hay không lịch sự, tính đúng mực hay không đúng mực, có văn hóa hay thiếu văn hóa. Trong trường hợp cụ thể nào còn quyết định sự thành công hay thất bại trong giao tiếp. Khi giao tiếp lần đầu, đối tượng giao tiếp chưa hiểu về nhau thì chào hỏi được coi như bước đầu để giao tiếp, giữ đúng nguyên tắc “nhập gia tùy tục”. Chào hỏi vừa thể hiện mối quan hệ tốt đẹp giữa chúng ta với người khác, vừa thể hiện thái độ quan tâm và sẵn sàng trong giao tiếp. Trong chào hỏi cần chú ý:

Nam chào nữ trước

Người ít tuổi chào người nhiều tuổi hơn

Khách chào chủ nhà trước

Nhân viên chào thủ trưởng

1.7.2. 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 hỏi trước sau đó mới bắt tay, hàn huyên thân mật. Nhưng nếu là mối quan hệ từ lâu đã thăm thiết thì vừa chào hỏi, vừa bắt tay, hỏi thăm. Mặc dù chỉ là cử chỉ hỗ trợ cho lời nói nhưng bắt tay cũng có nguyên tắc nhất định, chúng ta cần tuân theo:

Những người đưa tay ra trước thường là chủ nhân, phụ nữ, người lớn tuổi, người có địa vị cao, cấp trên....

Thời gian bắt tay không nên quá lâu nhưng cũng không nên quá ngắn

Không bắt tay quá chặt nhưng cũng đừng hời hợt

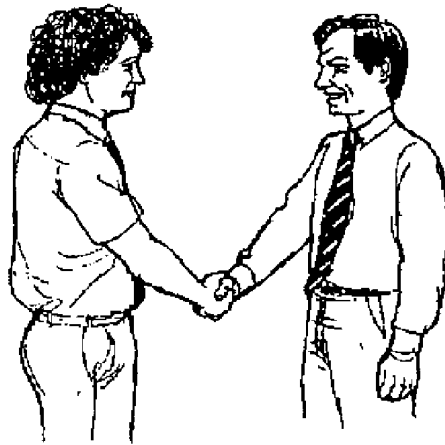
Nếu mang găng tay thì nam giới nên bỏ găng tay trước khi bắt tay

Khi bắt tay nên nhìn thẳng vào người đối thoại và chào hỏi

Khi có đồng thời nhiều người, không nên đưa tay 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 nghi thức nhất định còn là một sự chúc mừng, cảm ơn, biểu thị sự kích lệ lẫn nhau. Khi một người nào đó có thành tích, tiến bộ, được tặng phần thưởng, huy chương, chương...sau lời chúc mừng, có thể bắt tay cảm tạ, chia vui.



Hình 26: Kiểu bắt tay chuẩn

Một số kiểu bắt tay:

- Bắt tay kiểu phục tùng: Người chủ động để lòng bàn tay hướng lên trên, tượng trưng cho việc nhường thế thượng phong. Kiểu này có hiệu quả trong trường hợp nhường đối phương quyền kiểm soát hoặc cho người khác thấy họ đang được chủ động.
- Bắt tay quyền lực: Người muốn thể hiện quyền lực của mình sẽ chủ động để lòng bàn tay hướng xuống khi bắt tay hoặc lắc tay thật mạnh.
- Bắt tay bình đẳng: Khi bắt tay, nhìn thẳng vào người đối diện, kèm theo một nụ cười rạng rỡ, có thể nắm hai tay.

Nên tránh một số kiểu bắt tay:

- Kiểu cá tươi (bàn tay lạnh ngắt)
- Kiểu gọng kìm: xiết chặt tay đối tượng.
- Kiểu nắm đầu ngón tay: bắt tay hời hợt, chỉ nắm đầu ngón tay.
- Kiểu chìa cánh tay cứng đờ: bắt tay lạnh nhạt, chìa bàn tay, không xiết tay.
- Kiểu bắt tay xoay cổ tay: vừa xiết tay vừa lật ngửa hoặc úp bìa tay đối phương.
- Kiểu bắt tay lắc lên, lắc xuống: vừa xiết tay vừa lắc tay nhiều lần.

1.7.3. Giới thiệu

Một xu hướng phổ biến trong giao tiếp là các đối tượng luôn luôn được mở rộng và làm quen. Với một đối tượng mới do người thứ ba giới thiệu, đôi khi chúng ta

cũng phải tự giới thiệu. Khi giới thiệu một ai đó trước hết phải biết 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 quan tâm đến mình không? Giới thiệu về mình: Họ tên, nghề nghiệp, sở thích chung chung... Bày tỏ quan điểm rất vui được làm quen và gợi ý để họ tự giới thiệu, sau đó tìm chủ đề chung để cùng trao đổi. Khi giới thiệu cần chú ý những điểm sau:

Giới thiệu người ít tuổi với người cao tuổi, người địa vị thấp với người địa vị cao, người nam với người nữ, một cô gái với một người đàn bà.

Giới thiệu nhân viên dưới quyền cho khách. Giữa hai người có cùng địa vị, cùng tuổi tác, thì giới thiệu người đến sau với người đến trước

Trong những dịp gặp gỡ long trọng, nên giới thiệu một cách lịch sự bằng những câu hỏi xã giao như: “Cho phép tôi được hân hạnh giới thiệu cô XY, Trưởng phòng kinh doanh.”

Tiếp đó có thể nói vài lời về người giới thiệu .

Khi giới thiệu, đứng thật nghiêm chỉnh và đưa tay phải về phía người cần được giới thiệu rồi nói với người kia. Ví dụ: “Thưa anh, đây là X, bạn gái của em” và đưa tay chỉ người kia, bạn nói: “Còn đây là Z, anh rể tương lai của em”.

Khi được giới thiệu, hai bên sẽ cúi chào và bắt tay nhau. Người trên hoặc phụ nữ đưa tay ra thì người kia mới bắt tay. Đồng thời hai người có thể nói thêm: “Rất hân hạnh được biết anh/chị”.

Như vậy, chào hỏi, giới thiệu là một hình thức không thể thiếu trong giao tiếp hàng ngày, nó ảnh hưởng không nhỏ tới sự thành công hay thất bại của một cuộc gặp gỡ. Rèn luyện kĩ năng này nhằm giúp cho đối tượng giao tiếp tự tin hơn.

1.7. 4. Trao danh thiếp

Danh thiếp có thể dùng trong giao tiếp công vụ hay giao tiếp xã giao hoặc kết hợp cả hai. Trong giao tiếp, danh thiếp đóng vai trò quan trọng trong việc thiết lập mối quan hệ. Danh thiếp là cầu nối và là phương tiện giao tiếp hữu hiệu cho mọi cá nhân, tổ chức trong xã hội.

Danh thiếp vừa thể hiện phong cách giao tiếp lịch sự, vừa có giá trị chứng nhận tư cách chủ nhân. Mặt khác, danh thiếp còn giúp con người đỡ vất vả vì khỏi phải nhớ tên, chức vụ, địa chỉ, cơ quan công tác, số điện thoại ...của nhau. Khi có nhu cầu trao đổi công việc hoặc trao đổi thư tín, điện thoại...là lúc cần đến những thông tin được in trên danh thiếp.

Thông thường, danh thiếp được trao trực tiếp dù đó là quan hệ chính thức hay không chính thức. Danh thiếp được sử dụng trong nhiều trường hợp. Đối với người nước ngoài, việc sử dụng danh thiếp đã thành thông lệ. Đối với người Việt Nam, ngoài việc dùng danh thiếp để giới thiệu làm quen, có thể sử dụng danh thiếp khi cảm ơn, khi chúc mừng, khi muốn bày tỏ sự hài lòng, khi chia buồn, khi chào tạm biệt để đi xa, khi đến nhà hoặc cơ quan mà không gặp được người cần gặp.

1.7.5. Ngồi

1.7.5.1. Ngồi bàn

Bố trí chỗ ngồi thích hợp theo thứ bậc là một trong những công việc không đơn giản và rất tế nhị nhất trong công tác lễ tân. Thông thường sắp xếp chỗ ngồi cho những người tham gia hội nghị, hội thảo, họp bàn, hội đàm...phải tuân theo những nguyên tắc sau đây:

Nguyên tắc ngôi thứ

Nguyên tắc “đoàn khách tự định đoạt”

Nguyên tắc “nhường chỗ”:

Nguyên tắc tuổi tác và thâm niên

Nguyên tắc ưu tiên phụ nữ

Nguyên tắc bên phải trước bên trái sau

1.7.5.2. Ngồi ô tô

Dịch vụ đưa đón khách bằng xe ô tô nhất thiết cũng phải tuân thủ những quy tắc lễ tân nhất định.

Theo thông lệ thì chỗ tốt nhất, tức là chỗ thuận tiện nhất cho việc lên xuống và được coi là an toàn nhất, phải được dành cho khách. Việt Nam áp dụng luật giao thông lái xe bên phải, thì chỗ đó là chỗ ngồi phía sau bên phải.

- Chủ nhường cho khách lên xe, xuống xe trước.
- Mời khách lên xe: Nếu xe đỗ bên phải lề đường (theo chiều xe chạy) thì người lái xe, trợ lý hay phiên dịch hoặc chủ nhà phải trực tiếp mở cửa xe mời khách lên xe, sau đó đóng cửa xe lại. Chủ nhà đi vòng sang bên trái xe từ phía sau, mở cửa lên xe và ngồi xuống bên trái khách, tuyệt đối không lên trước hoặc sau cùng khách vào chung một cửa; nếu xe đỗ bên trái đường thì người lái xe hoặc chủ đích thân mở cửa xe mời khách vào xe, rồi lên xe tiếp theo sau khách.
- Mời khách xuống xe: Người lái xe, phiên dịch xuống xe trước mở cửa mời khách xuống xe, sau đó chủ xuống sau theo khách

BÀI TẬP THỰC HÀNH

Bài 1: Bài tập xây dựng mô hình giao tiếp

Bài 2: Đóng vai phong cách giao tiếp

Bài 3: Bài tập thực hành một số nghi thức giao tiếp

Bài 4: Tìm và phân tích các câu ca dao, tục ngữ, thành ngữ, châm ngôn về giao tiếp ứng xử.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Anh/chị hãy trình bày khái niệm và các yếu tố trong mô hình giao tiếp?
2. Phân tích vai trò của giao tiếp trong cuộc sống và kinh doanh? Cho ví dụ minh họa?
3. Anh/chị hãy trình bày hạn chế của một phong cách giao tiếp và đề xuất các biện pháp khắc phục khi anh/chị là khách thể giao tiếp. Nêu ví dụ cụ thể?
4. Anh/chị tự đánh giá mình có phong cách giao tiếp như thế nào? Phân tích những ưu, nhược điểm và biện pháp khắc phục?
5. Anh/chị hãy phân tích những nguyên nhân khiến cho giao tiếp không hiệu quả? Liên hệ với bản thân cách khắc phục những hạn chế đó?
6. Anh/chị hãy đánh giá khả năng giao tiếp của mình (điểm mạnh, hạn chế). Anh/chị thấy mình cần phải làm gì để nâng cao khả năng giao tiếp?
7. Trình bày các nguyên tắc giao tiếp và liên hệ với bản thân?

8. Anh/chị hãy thực hành một số nghi thức trong giao tiếp: chào hỏi, bắt tay, trao danh thiếp, ngồi họp...?
9. Anh/chị hãy sưu tầm các bài viết về giao tiếp?
10. Đọc cuốn “Đắc nhân tâm” và tóm tắt một câu truyện mà anh/chị tâm đắc?
Anh/chị rút ra bài học gì từ câu truyện đó

Chương 2. Kỹ năng lắng nghe và hồi đáp

2.1. Kỹ năng lắng nghe

2.1.1. Khái niệm và vai trò của lắng nghe

Phân biệt nghe và lắng nghe

Khái niệm nghe: Nghe là hình thức thu nhận thông tin thông qua thính giác.

Lắng nghe là một kỹ năng quan trọng trong giao tiếp. Theo Paul P. Rankin (1930) thì 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.

Kỹ năng lắng nghe: là khả năng tập trung cao độ để nghe và hiểu người đối thoại. Người có kỹ năng lắng nghe không chỉ nghe bằng tai mà còn nghe bằng các giác quan khác và bằng cả trái tim.

Nghe	Lắng nghe
Chỉ sử dụng tai	Sử dụng tai nghe, trí óc và kỹ năng
Tiến trình vật lý, không nhận thức được	Giải thích, phân tích, phân loại âm thanh, tiếng ồn, thông tin để chọn lọc, loại bỏ, giữ lại
Nghe âm thanh vang đến tai	Nghe và cố gắng hiểu thông tin của người nói
Tiếp nhận âm thanh theo phản xạ vật lý	Phải chú ý lắng nghe, giải thích và hiểu vấn đề
Tiến trình thụ động	Tiến trình chủ động, cần thời gian và nỗ lực

Vai trò của lắng nghe

Lắng nghe là cơ sở cho các kỹ năng giao tiếp khác như nói, đọc, viết.

Chúng ta thấy rằng nếu không nghe không nói được, không nghe không đọc được, không nghe không viết được. Như vậy, để giao tiếp tốt ta không thể không lắng nghe.

Lắng nghe giải quyết công việc tốt hơn: Muốn thành công trong bất cứ ngành nghề nào cũng phải biết lắng nghe, đặc biệt là: lãnh đạo, tư vấn viên, nhà kinh doanh, luật sư, giáo viên, người bán hàng. Lắng nghe giúp ta học hỏi kinh nghiệm, thấu hiểu tâm tư tình cảm, tích cách, sở thích, thói quen của đồng nghiệp. Từ đó tạo sự gắn kết và tăng hiệu quả công việc.

Lắng nghe giúp xây dựng và phát triển quan hệ: Lắng nghe thể hiện sự tôn trọng người nói, làm cho họ hài lòng. Hiểu được tính cách, quan điểm của người nói, chúng ta sẽ điều chỉnh được cách ứng xử cho phù hợp. Hơn nữa, những người xung quanh thấy thái độ lắng nghe tích cực cũng sẽ có cảm tình với chúng ta hơn.

Trong giao tiếp, ai cũng thích được người khác lắng nghe, đặc biệt là phụ nữ. Phụ nữ thường sống tình cảm và thích giải bày. Nếu bạn biết lắng nghe, ứng hộ và khích lệ đúng cách, họ sẽ “dốc hết bầu tâm sự”. Qua những tâm sự, bạn sẽ khám phá ra con đường đi đến trái tim họ. Khi nghe, bạn chỉ cần đặt câu hỏi để gợi mở, dẫn dắt câu chuyện. “Bạn cảm thấy như thế nào?”, “Bạn nghĩ gì về vấn đề này?”... là những câu hỏi sẽ giúp họ dễ dàng tâm sự và bày tỏ quan điểm. Cứ người “tung” kẻ “hứng”, người “gieo” kẻ “gặt” cuộc nói chuyện sẽ trở nên say sưa. Như vậy, lắng nghe giúp chúng ta hiểu nhau để thân thiết, gắn bó và tin tưởng hơn.

Lắng nghe giúp giải quyết xung đột. “Cả giận mất khôn”. Khi không tức giận ai cũng tỉnh táo để nhìn nhận sự việc và sáng suốt đưa ra giải pháp. Vì vậy, vấn đề của chúng ta khi giải quyết xung đột là lắng nghe. Đó là cách hiệu quả nhất để đưa xung đột trở về trạng thái bình thường.

Như vậy, trong giao tiếp, việc lắng nghe không chỉ làm thỏa mãn nhu cầu của người nói, mà còn giúp chủ thể khích lệ được người nói, thu thập, khai thác được nhiều thông tin hơn. Ngoài ra, chú ý lắng nghe còn giúp chủ thể hạn chế

được những sai lầm trong giao tiếp, tạo không khí biết lắng nghe nhau trong giao tiếp, nhờ vậy mà giải quyết được nhiều vấn đề.

2.1.2. Nguyên nhân lắng nghe không hiệu quả

Lắng nghe có nhiều lợi ích 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 ít. Điều này cho thấy việc lắng nghe có hiệu quả không hoàn toàn đơn giản như một số người nghĩ: muốn lắng nghe thì chỉ cần im lặng. Cũng theo thống kê của các nhà xã hội học, trung bình một ngày ta dành 53% thời gian để lắng nghe nhưng hiệu suất chúng ta thu được chỉ có 25% - 30%.

Một trong các nguyên nhân cơ bản của việc lắng nghe không hiệu quả là do có nhiều yếu tố cản trở sau đây:

2.1.2.1. Tốc độ của 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 này vào việc 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, 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.

2.1.2.2.. Sự phức tạp của vấn đề

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

2.1.2.3. Thiếu kỹ năng do không được luyện tập

Lắng nghe là một kỹ năng. Để biết lắng nghe, cần phải được tập luyện. Tuy nhiên trong thực tế, ít người được dạy và rèn luyện cách lắng nghe. Phần lớn đều dành thời gian cho việc học đọc, học nói, học viết còn học nghe thì rất ít. Đây là một nghịch lý vì trong giao tiếp, thời gian dành cho việc lắng nghe nhiều hơn thời gian dành cho việc đọc, viết và nói.

2.1.2.4.. 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 không như vậy. Trong cuộc sống, hiện tượng “cả hai cùng nói”, “tranh nhau nói”... không phải là ít. Khi nghe người khác nói, người nghe thường bị kích thích, nghĩa là người nghe cũng có những ý kiến đáp lại và muốn nói ngay ra ý kiến đó. nếu không biết kiềm chế, không biết kiên nhẫn nghe thì việc lắng nghe không thể có hiệu quả.

2.1.2.5. Thiếu quan sát bằng mắt

Trong giao tiếp, 80% các thông tin được truyền đi qua các phương tiện phi ngôn ngữ. Vì vậy, muốn lắng nghe có hiệu quả, không chỉ phải sử dụng 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 những thông tin không bằng lời. Trên cơ sở phân tích, đánh giá một cách tổng hợp các thông tin thu thập được mới có thể hiểu chính xác ý nghĩa điều người đối thoại đã nói.

2.1.2.6. 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 mà cả đặc điểm tâm lý của người nghe, đặc biệt là những thành kiến, định kiến của họ. Khi người nghe có thành kiến, định kiến về người đối thoại hoặc về vấn đề mà người đối thoại trình bày, thì những thành kiến, định kiến đó thường ảnh hưởng xấu đến thái độ nghe của họ. Chẳng hạn, trước một người hay “ba hoa chích choè” thì chúng ta thường không để ý đến lời nói của họ, ngay cả khi họ thật sự nghiêm túc.

2.1.2.7.. Những thói quen xấu khi lắng nghe

Trong khi nghe người khác, người nghe thường mắc 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.

Nghe “phòng thủ” : Bố mẹ, thầy cô hoặc cấp trên gọi ta đến để nói chuyện. Ta sẽ nghĩ ngay đến lỗi của mình và chuẩn bị sẵn sàng nghe mắng. Tại sao chúng ta lại có thói quen suy nghĩ như vậy ? Bởi vì rất ít khi người khác gọi ta đến để khen mà chỉ trách mắng. Theo thống kê trung bình một ngày chúng ta khen nhau 15

lần nhưng chê trách nhau 450 lần. Vậy chính những cảm giác tiêu cực đó đã khiến chúng ta nghe phòng thủ tức là nghe để bảo vệ mình, nghe để tìm lý do biện minh cho việc mình làm và điều đó làm cho chúng ta nghe không hiệu quả nữa.

Vỡ đoán ngộ nhận: Nghe người khác nói ta thường “suy bụng ta ra bụng người” Mỗi người có cách nghĩ và cách nói khác nhau nhưng ta lại nghĩ người khác cũng giống mình.

Không muốn nghe: “Điếc hơn người điếc là người không muốn nghe”. Với người điếc nếu họ muốn nghe ta có thể viết, hoặc dùng máy trợ thính, dùng cử chỉ điệu bộ để ra hiệu,. Còn một người bình thường được trang bị đầy đủ kỹ năng nhưng họ không muốn nghe thì cố gắng đến mấy cũng vô ích. Nếu mong muốn chỉ biểu hiện bằng sự im lặng bên ngoài thì chưa đủ mà sâu lắng nhất là sự tĩnh lặng ở bên trong. Không đánh giá, không phán xét chỉ nghe thôi khi đó chúng ta sẽ thu nhận được rất nhiều thông tin.

Ngoài ra, các yếu tố ngoại cảnh khác như: tiếng ồn, khoảng cách, thời tiết, không ghi chép lại thông tin... cũng ảnh hưởng đến quá trình lắng nghe. Khắc phục hoặc loại bỏ được các rào cản trên sẽ giúp cho việc lắng nghe hiệu quả hơn.

2.1.3. Các mức độ lắng nghe

Khi nghe người khác, tùy theo tình huống mà thể hiện một trong các cấp 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 đăm chiêu nhìn ra ngoài cửa sổ trong khi giám đốc đang phát biểu.
- 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 dấu việc mình chẳng nghe gì cả.
- Nghe có chọn lọc: Tức là chỉ nghe những gì 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 người nghe đã đi sâu vào nội tâm của người nói; 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 giây phút im lặng.

2.1.4. Chu trình lắng nghe

Mong muốn thấu hiểu người giao tiếp với mình mới giao tiếp tốt được. Như vậy , đầu tiên trong chu trình chính là thái độ. Nếu không muốn nghe thầy cô giảng, không muốn gặp đối tác, không muốn nói chuyện, có lắng nghe hiệu quả không? Không ai có thể bắt buộc được người khác lắng nghe - trừ khi người đó tự mong muốn. Thái độ đầu tiên là thể hiện sự tôn trọng và lòng biết ơn đối với người nói: coi người nói là “thượng đế”. Trong kinh doanh, người ta gọi khách hàng là “thượng đế” vì khách hàng mua hàng, đem lại lợi nhuận và trả lương cho người bán. Trong giao tiếp người nói chính là thượng đế vì: “Nói là gieo, nghe là gặt”, “Lắng nghe là kim cương”. Qua người nói bạn sẽ gặt hái được thông tin, kiến thức, tình cảm, cơ hội... Có nghĩa là nhờ người nói bạn sẽ giàu đẹp hơn về vật chất và tinh thần.

Khi xác định rõ vai trò của người nói chúng ta sẽ thực sự mong muốn lắng nghe và hiểu đúng những điều người nói muốn chia sẻ. Cao hơn nữa là thấu hiểu và đồng cảm với nhu cầu, nguyện vọng của họ. Không thành tâm, không có thiện chí, không muốn lắng nghe thì tất cả các kỹ năng và tiểu xảo đều không mang lại kết quả. 80% hiệu quả lắng nghe phụ thuộc vào thái độ. Phải có thái độ tốt rồi mới đến kỹ năng. Kỹ năng mà không có thái độ chỉ là những hành vi vô cảm, chỉ là cỗ máy.

Chu trình lắng nghe bao gồm 6 bước như sau:

(1) Chuẩn bị:

- Xác định mục đích, sự cần thiết của việc lắng nghe và nội dung nghe; nhu cầu, mong muốn của người nói đối với người nghe.

- “Chọn mẫu” để lắng nghe

- Thu thập trước thông tin nếu cần thiết

- Tạo môi trường, bầu không khí để lắng nghe hiệu quả

- Chuẩn bị tâm thế lắng nghe (tâm trạng, tư thế)

- Chuẩn bị thái độ lắng nghe

(2) Tập trung lắng nghe:

- Thể hiện sự chú ý:

+ Tư thế: Ngồi chăm chú, vươn về phía người đối thoại.

+ Tiếp xúc bằng mắt: Nhìn thẳng vào người nói, duy trì ánh mắt thường xuyên và ngắn.

+ Các động tác, cử chỉ đáp ứng: Dướn lông mày, nhú mắt, gật đầu...

- Tìm ra ý chính: Nghe một cách đầy đủ cả nội dung và tình cảm (cả ý và tứ).

- Ghi lại các ý chính.

(3) Tham dự:

- Tạo cơ hội cho người nói được trình bày

- Không ngắt lời người nói khi chưa cần

- Không vội vàng tranh cãi hay phán quyết

- Hãy để cho người nói tự bộc lộ hết cảm xúc và suy nghĩ hay một quyết định nào đó

- Khuyến khích bằng lời và không bằng lời

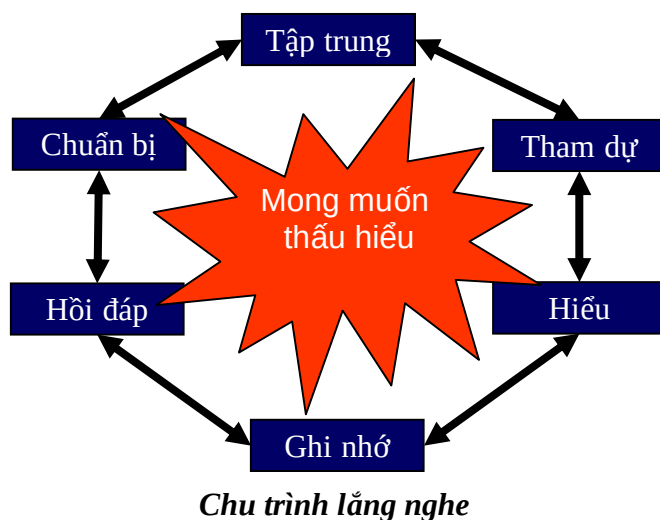
- Sử dụng những cử chỉ tích cực và hỗ trợ: gật đầu, vẻ mặt tập trung, giọng điệu

- Nói những câu bổ trợ:

+ Tiếng đệm: Dạ, vâng...

+ Tiếng đế: Thế à! Tôi biết; Tôi hiểu;

(4) Hiểu – Cố gắng nghe để hiểu:



- Sử dụng câu hỏi: câu hỏi đóng, mở: Vậy à? Thật không? Thế à?...
- Đặt câu hỏi: Như thế nào? Cái gì? Tại sao?...
- Yêu cầu người nói cung cấp thêm thông tin
- Hãy cho người nói biết mình chưa biết gì về điều anh/chị ta đang nói

(5) Ghi nhớ:

- Để người nói bộc bạch hết ý nghĩ và biểu lộ hết cảm xúc trong lòng
- Để đồng cảm với những điều không nói được bằng lời
- Ghi chép khi cần thiết

(6) Hồi lại sau khi nghe:

- Diễn giải: Nói lại những ý chính đã nghe được
- Làm rõ: Nói lại sự hiểu biết của bạn để kiểm tra xem có đúng ý người nói hay không
- Tóm tắt lại: Nói ra những ý chính để tiếp tục thảo luận hoặc kết thúc thảo luận
- Thông cảm: Phản chiếu tâm trạng của người nói. Phản hồi lại những tình cảm đằng sau nội dung của thông điệp

Chu trình 6 bước này liên tục lặp đi lặp lại trong quá trình giao tiếp đảm bảo lắng nghe một cách hiệu quả nhất.

2.1.5. Kỹ năng lắng nghe có hiệu quả

Để lắng nghe có hiệu quả, cần phải nghe chăm chú và đặc biệt là phải thấu cảm. Muốn vậy, cần chú ý rèn luyện các kỹ năng sau:

- Kỹ năng tạo không khí bình đẳng, cởi mở giữa người nói với người nghe

Để tạo không khí bình đẳng, cởi mở, cần chú ý đến khoảng cách giữa người nói với người nghe và vị trí, tư thế, động tác, cử chỉ của mình. Khoảng cách không nên quá xa. Tư thế nên ngang tầm, đối diện nhau. Không khoanh tay hoặc đút tay trong túi quần.

- Kỹ năng bộc lộ sự quan tâm qua tư thế, điệu bộ, cử chỉ, ánh mắt

“Chúng ta không chỉ nghe bằng tai mà còn phải nghe bằng cả cơ thể”

Mắt: Tập trung vào người nói một cách nhẹ nhàng, thỉnh thoảng chuyển cái nhìn từ mặt người nói sang bộ phận khác của cơ thể, ví dụ nhìn vào tay, quần áo...

Không nên: nhìn trừng trừng vào người nói, hoặc không nhìn vào người nói, quay chỗ khác, nhắm mắt.

Nét mặt: Biểu hiện theo chủ đề câu chuyện, theo tâm trạng người nói... ví dụ, khi người nói thông báo chuyện buồn thì nét mặt bạn phải tỏ ra cảm thông, chia sẻ.

Nụ cười: Tự nhiên, chân thành, cởi mở và phải tùy thuộc vào hoàn cảnh.

Cử chỉ, điệu bộ: Tay không nên khoanh tay trước ngực khi nói chuyện, không nên làm việc riêng. Nếu vấn đề quan trọng, bạn nên có một cái bút và quyển sổ để ghi lại những gì người nói. Những cái lắc đầu, gật đầu đúng chỗ sẽ làm người nói nhận thấy bạn tập trung vào câu chuyện của họ.

Tư thế: Có vai trò quan trọng trong giao tiếp. Có 3 tư thế chủ yếu: đi, đứng, ngồi. Hạn chế vừa đi vừa nghe. Trong trường hợp vừa đi vừa nghe thì phải có biểu hiện là bạn vẫn nghe họ nói. Nên hơi nghiêng người về phía người nói để thể hiện sự quan tâm.

- Kỹ năng gợi mở

Muốn nghe được nhiều, cần biết cách khuyến khích người đối thoại trút bầu tâm sự bằng cách: dùng lời nói, ánh mắt nét mặt, nụ cười, cử chỉ... bày tỏ sự am hiểu vấn đề, hiểu và thông cảm với người đối thoại. Chú ý lắng nghe và phản hồi một cách thích hợp bằng cả lời nói và cử chỉ, điệu bộ; thỉnh thoảng đặt câu hỏi: “rồi sau đó ra sao?”, “Lúc đó chị đang làm gì?”. Cũng có thể giữ sự im lặng đầy vẻ quan tâm để người đối thoại lấp đầy khoảng trống bằng những lời giải thích, bổ sung...

2.1.6. Kỹ năng nghe điện thoại

2.1.6.1. Đặc điểm của giao tiếp qua điện thoại

Giao tiếp điện thoại thuận tiện, nhanh nhạy và rất phổ biến hiện nay. Giao tiếp điện thoại giúp giao tế được mở rộng dễ dàng và hiệu quả hơn. Tuy nhiên, qua điện thoại hai người đối thoại với nhau nhưng không thấy ánh mắt, nét mặt, cử chỉ điệu bộ của nhau vì vậy rất khó đoán biết được phản ứng của đối tác đồng thời cũng dễ bị các công việc khác hoặc yếu tố khác làm mất tập trung.

Qua điện thoại, cuộc đối thoại có thể bị gián đoạn bất cứ lúc nào do trục trặc của máy, do sóng, do đối tác muốn cắt đứt câu chuyện nên đột ngột cúp (gác) máy.

2. 1.6.2. Qui tắc chung khi giao tiếp qua điện thoại

Giao tiếp điện thoại có những ưu điểm và nhược điểm nhất định, vì vậy khi giao tiếp qua điện thoại, cần lưu tâm đến một số vấn đề sau:

Không nên gọi điện thoại vào những thời điểm không hợp lí như lúc quá khuya, sáng sớm, giờ nghỉ trưa hoặc giờ ăn cơm. Nếu gọi đi những quốc gia có múi giờ khác cần đặc biệt lưu tâm đến vấn đề này.

Cần kiểm tra số điện thoại trước khi gọi, tránh trường hợp gây nhầm lẫn. Cũng nên chuẩn bị chu đáo nội dung trao đổi trước khi gọi điện thoại. Đi thẳng vào nội dung chính bằng những từ ngữ ngắn gọn, chính xác.

Khi giao tiếp qua điện thoại, chúng ta nên xưng tên, cơ quan, đơn vị nơi công tác; trao đổi ngắn gọn, tập trung vào nội dung công việc; không ngắt điện thoại đột ngột.

Chỉ sử dụng điện thoại vào những công việc đơn giản, ngắn gọn. Với những công việc quan trọng, phức tạp nên gặp trực tiếp.

Trong cơ quan, tại các cuộc họp, hội nghị hội thảo, các cuộc đàm phán chúng ta nên để điện thoại ở chế độ rung hoặc tắt máy.

Để truyền đạt thông tin hiệu quả, giọng nói có sinh lực, có điểm dừng, điểm nhấn rõ ràng, mạch lạc. Tốc độ của giọng nói nên phù hợp với người nghe và nội dung câu chuyện. Các chuyên gia khuyên chúng ta không nên phát âm quá 120 từ một phút qua điện thoại trong khi nói chuyện trực tiếp chúng ta có thể nói với tốc độ 180 từ trong một phút.

Theo nghiên cứu và thống kê của các nhà xã hội học thì khi giao tiếp qua điện thoại, giọng nói gây ảnh hưởng đến đối tác là 86%, ngôn từ là 14%. Để có một giọng nói truyền cảm không chỉ phụ thuộc vào chất giọng bẩm sinh mà do sự điều tiết của cả cơ thể. Những cử chỉ, điệu bộ, ánh mắt, sắc mặt, tư thế ngồi hoặc đứng đều có ảnh hưởng đến giọng nói. Ví dụ: mặt nhăn nhó giọng không thể tươi vui, hoặc trong người đang bực tức giọng nói không thể nhẹ nhàng. Khi làm việc riêng thì giọng nói và nội dung câu chuyện sẽ bị ngắt quãng, không liên mạch và trôi chảy. Khi nói điện thoại không được ngồi ngả ngốn, tay chống cằm hoặc chống lên bàn.

Cầm điện thoại bằng tay không thuận. Tay thuận ghi chép những thông tin cần thiết hoặc tra cứu tài liệu.

2.1.6.3. Thực hiện cuộc gọi

Chuẩn bị trước khi gọi:

Để cuộc gọi đi vào trọng tâm và đạt kết quả cao, hãy chuẩn bị toàn bộ thông tin liên quan đến cuộc nói chuyện. Chúng ta có thể tham khảo mẫu dưới đây:

Tên (đối tác):.....

Cơ quan:.....

Điện thoại:.....

Email:.....

Nội dung công việc:.....

Kết quả:.....

Chọn đúng thời điểm: Chọn một khoảng thời gian mà chắc chắn bạn không quấy rầy đối tác. Nên tránh gọi vào giờ ăn cơm, giờ nghỉ trưa, ngay đầu buổi sáng hoặc đầu buổi chiều. Nếu công việc bắt buộc nên gọi vào những thời điểm như vậy thì chúng ta xin lỗi trước. "Xin lỗi làm phiền anh/chị vào giờ này" và nói lên tính khẩn, tính quan trọng của công việc. Nếu chúng ta gọi ra ngoài, hãy tính múi giờ để tránh gọi vào thời gian gây khó chịu cho đối tác và bất lợi cho công việc.

Hít thật sâu trước nhắc máy: hãy hít thở thật sâu, mỉm cười và tưởng tượng như chúng ta chuẩn bị đón chào một người thân, một người rất yêu quý chúng ta. Khi đó chúng ta sẽ có một câu chào vui vẻ, thân thiện và nhiệt tình dành tặng cho đối tác.

Nếu trực tiếp gặp người cần liên lạc, chúng ta hãy chủ động chào hỏi và giới thiệu. Ví dụ "Chào anh/chị, tôi là Ngọc, sinh viên khoa Quản trị Kinh doanh - trường Đại học Đại Nam". Sau khi giới thiệu chúng ta nên dừng lại khoảng 1 - 2 giây để đối tác đón nhận thông tin của chúng ta và nhớ lại rồi chào lại. Nếu đối tác chưa lên tiếng thì chúng ta hãy giới thiệu ngắn gọn mục đích của cuộc gặp.

Trong trường hợp nên qua trung gian là thư ký hoặc trợ lý bạn mới gặp được đối tác, hãy giới thiệu tên, chức vụ, cơ quan công tác và đề nghị gặp. Ví dụ: "Chào

anh/chị, tôi là Bích, Nhân viên kinh doanh của Công ty Trách nhiệm hữu hạn Hải Đăng. Anh/chị vui lòng cho tôi gặp anh Tùng, trưởng phòng kinh doanh”.

Không nói những thông tin thừa và bí mật. Dù là người gọi hay người nhận thì bạn không nên nói thêm những thông tin quá thừa thãi. Bạn nên nói “Anh/chị gặp anh Tùng ạ, anh/chị vui lòng chờ trong giây lát hoặc chờ tôi chuyển máy, cảm ơn anh/chị”. “Anh Tùng đang đi công tác. Tôi là Diệp - nhân viên Phòng kinh doanh, tôi có thể giúp gì cho anh/chị”. Không nên đưa ra thông quá tin cụ thể về nơi người được gặp.

Khi chuyển máy cho người khác nên bịt ống nghe tránh cuộc nói chuyện của cơ quan lọt vào trong máy.

Kết thúc cuộc gọi:

Trước khi kết thúc cuộc nói chuyện hãy tóm tắt lại nội dung chính mà hai bên đã thống nhất. Ví dụ: “Vâng, như vậy thì đúng 8h sáng mai tôi sẽ qua văn phòng gặp anh để trao đổi về việc....”. Sau đó nói lời cảm ơn và chào tạm biệt. Những ấn tượng cuối cùng tốt đẹp về chúng ta và cuộc nói chuyện sẽ được lưu giữ trong tâm trí của đối tác. Ví dụ: “Cảm ơn anh Tùng, chào anh”. Nếu vì một nguyên nhân khách quan không thể tiếp tục cuộc nói chuyện được thì nên xin lỗi.

Về nguyên tắc thì người chủ động gọi trước sẽ là người cúp máy trước. Cuối cùng, hãy cúp máy nhẹ nhàng không nên để “cạch” một tiếng chát chúa vào tai đối tác.

Sau khi cúp máy, hãy ghi chép lại kết quả của cuộc nói chuyện rồi phác thảo kế hoạch hành động tiếp theo. Ví dụ sắp xếp và giải quyết những công việc trùng với lịch vừa hẹn với đối tác.

Một vài tình huống khi gọi điện

Nhầm số: Không nên vội vàng cúp máy mà không nói một lời nào. Nên xin lỗi trước khi cúp máy “Xin lỗi tôi nhầm số, cảm ơn anh/chị”.

Đối tác bận: Xin lỗi và hẹn giờ gọi lại. “Rất xin lỗi đã làm phiền anh/chị. Tôi có thể gọi lại cho anh/chị vào lúc nào ạ? “Vâng, cảm ơn anh/chị. 10h tôi sẽ gọi lại”.

Khi đối tác đi vắng ta chỉ gặp thư ký, trợ lý, đồng nghiệp của đối tác hãy để lại tên, đơn vị công tác, số điện thoại và lời nhắn hoặc hẹn giờ gọi lại. "Xin vui lòng chuyển lời giúp là có Hùng ở Công ty Hải Đăng gọi điện đến" hoặc: "Xin lỗi, tôi đang hân hạnh được tiếp chuyện với ai đây ạ?"

Đối tác để hộp thư thoại, chúng ta nên: chào, giới thiệu bản thân, công ty, nói mục đích cuộc gọi, mong muốn của chúng ta, đề xuất thời gian để họ/ bạn gọi lại, hoặc đề xuất lịch hẹn gặp trực tiếp.

2.1.6.4. Nhận cuộc gọi

Về cơ bản là giống như khi chúng ta gọi đi nhưng trong trường hợp này, chúng ta là người bị động. Để tạo ấn tượng ban đầu tốt đẹp với đối tác, hãy tưởng tượng và đón chào như có khách quý đến thăm.

Xưng danh tổ chức khi đối tác gọi đến số máy chung của cơ quan, xưng danh cá nhân khi đối tác gọi vào máy cá nhân. "Công ty TNHH Hải Đăng xin nghe ạ" hoặc "Lễ tân khách sạn Dân chủ kính chào quý khách" hoặc "Dạ, Túng nghe". Không nên hỏi: "Ai gọi đấy?", "Tên là gì đấy?"

Một số tình huống thường gặp:

Nhầm số, bạn không nên có thái độ lạnh lùng hay gắt gỏng. Và điều gì sẽ xảy ra nếu người gọi nhầm máy đấy "chơi thân" với một người đang là đối tác của cơ quan bạn. Một thái độ xã giao, lịch sự phản ánh yếu tố văn hoá công sở mà bạn đang đứng trong đó.

Gặp cấp trên nhưng cấp trên đi vắng. "Xin lỗi anh/chị. Anh Túng không có ở văn phòng. Tôi là Diệp - nhân viên phòng kinh doanh, tôi có thể giúp gì cho anh/chị".

Trong giờ làm việc một người bạn gọi điện hẹn đi chơi nên trả lời ngắn gọn. Nếu chưa quyết định ngay thì bạn nên nói "để xem ngày mai mình có bận gì không, mình gọi lại sau nhé" và kết thúc cuộc nói chuyện tại đây.

Một người bạn hoặc một đối tác gọi đến tán chuyện phiếm. nên xin lỗi và chấm dứt câu chuyện. Ví dụ: "Xin lỗi cậu/anh mình/tôi có việc nên đi ngay. Khi khác nói chuyện nhé. Chúc vui vẻ". Nếu quan hệ thân thiết thì nên nói cho bạn biết thời gian không nên gọi điện.

Không nên để điện thoại đổ chuông mà không có người trả lời hoặc trả lời chậm. Người gọi đến sẽ có cảm giác bạn không thiết tha với công việc họ sắp trao đổi hoặc công ty, dịch vụ làm ăn không quy củ, nề nếp, chuyên nghiệp.

2. 2. Kỹ năng hồi đáp

2.2.1. Khái niệm hồi đáp

Khi nghe người đối thoại trình bày một vấn đề nào đó, chủ thể có thể diễn đạt lại nội dung đó theo cách hiểu của mình. Chẳng hạn như: "theo tôi hiểu thì....." hoặc "ý anh là....có phải không?". Việc hồi đáp lại thông tin vừa nghe của chủ thể giao tiếp làm cho người đối thoại biết người nghe đã hiểu họ như thế nào, có cần giải thích, bổ sung, đính chính gì không, đồng thời người đối thoại cũng thấy được là họ đã được chú ý lắng nghe.

Hồi đáp là một phần quan trọng trong quá trình giao tiếp, đó là cách thức người nghe thể hiện rằng họ đã hiểu cả nội dung, cả cảm xúc của thông điệp mà người đối thoại truyền đi và hiểu ở mức độ nào.

2. 2. 2. Phương pháp hồi đáp

Có một số phương pháp hồi đáp:

- Diễn giải: là trình bày lại những ý chính đã nghe được bằng một vài từ ngắn gọn theo cách hiểu của mình để đối tác có cơ hội kiểm tra xem những thông điệp có được hiểu đúng không, có cần đính chính, bổ sung hoặc giải thích cho rõ hơn không.
- Làm rõ: là biến những lý lẽ mơ hồ trở nên có trọng tâm hơn, kiểm tra tính hiệu lực và chính xác của nhận thức hoặc để có thêm thông tin. Phương pháp này đặc biệt cần trong trường hợp đối tác diễn đạt dài dòng, khó hiểu hoặc bất đồng ngôn ngữ.
- Tóm tắt lại: là thu gom những ý chính trước khi tiếp tục cuộc thảo luận hoặc kết thúc vấn đề
- Thông cảm: phản ánh không chỉ giúp đối tác kiểm tra, khẳng định những thông điệp đã trao đổi mà còn khẳng định sự đồng ý hay chấp nhận những tình cảm

hàm chứa đằng sau nội dung thông điệp. Để đồng cảm được, phải chú ý đến các yếu tố xúc động và ý nghĩa cốt lõi không thể hiện bằng lời.

- Quy tắc bánh Sandwich:

Có khen, có chê: khen trước, chê sau.

Góp ý, nhận xét phải chính xác, mô tả cụ thể, có ví dụ, dẫn chứng thay vì những nhận xét chung chung về hành vi.

Góp ý phải tế nhị, đúng lúc, đúng chỗ.

Tập trung vào sự kiện, hành động, cách thức hơn là về tính cách;

Góp ý những điều có thể thay đổi được thay vì những xét đoán về giá trị.

Làm cho người nghe thấy họ sẽ được lợi như thế nào nếu làm theo;

Thăm dò tâm lý người nhận phản hồi

Thái độ: chân tình, cởi mở, tôn trọng

BÀI TẬP THỰC HÀNH

Bài tập 1: Truyền tin

Bài tập 2: Đóng vai lắng nghe hiệu quả và nghe không hiệu quả

Bài tập 3: Thực hành kỹ năng phản hồi, áp dụng quy tắc “Sandwich”

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Tại sao cần rèn luyện kỹ năng lắng nghe? Anh/chị hãy phân tích một tình huống để thấy rõ tác hại của việc chưa lắng nghe. Anh/ chị rút được bài học gì từ tình huống đó?
2. Anh/chị hãy nêu 3 ví dụ minh họa yếu tố ảnh hưởng đến việc lắng nghe? Anh/chị cần làm gì để có thể lắng nghe hiệu quả trong giờ học?
3. Anh/chị hãy nêu chu trình lắng nghe? Anh/chị áp dụng chu trình lắng nghe vào cuộc sống như thế nào?
4. Trong giao tiếp, có những phương thức phản hồi nào? Hãy minh họa bằng các ví dụ cụ thể?

PHẦN 2. KỸ NĂNG THUYẾT TRÌNH

Chương 3. Kỹ năng thuyết trình

3.1. Khái niệm thuyết trình

Một người có hiểu biết sâu rộng và có khả năng diễn đạt tốt bằng lời nói thì có thể giáo dục, thuyết phục và động viên người khác hoạt động theo mong muốn của họ. Khả năng thuyết trình tốt sẽ mang lại cho nhà điều hành, kinh doanh hay nhà khoa học thành công. Bởi lẽ tạo ra một sản phẩm hay công trình khoa học thì việc trình bày chúng tại các hội nghị, hội thảo là rất cần thiết.

Kỹ năng thuyết trình là một vũ khí quan trọng và lợi hại, một thế mạnh cạnh tranh của con người trong bất cứ điều kiện và hoàn cảnh nào.

Đối với sinh viên, thuyết trình là một hoạt động không thể thiếu bởi sinh viên thường xuyên được yêu cầu tra cứu tài liệu và trình bày trước lớp. Có được những bài thuyết trình thành công trước lớp hay trước đám đông sẽ góp phần giúp sinh viên thành công trong học tập ở trường. Kỹ năng này cũng rất cần thiết cho sinh viên khi trình bày các công trình nghiên cứu, khóa luận, báo cáo khoa học... trong và ngoài trường. Sau khi tốt nghiệp, kỹ năng thuyết trình sẽ giúp sinh viên tự tin, thành công hơn ở nơi làm việc.

Thuyết trình hay còn gọi là diễn thuyết, là trình bày trước người khác về một vấn đề, chủ đề nào đó một cách có hệ thống. Ví dụ: Sinh viên trình bày đề án tốt nghiệp trước hội đồng, nhân viên kinh doanh thuyết trình về sản phẩm, giám đốc trình bày về chiến lược kinh doanh trước toàn thể công ty.

Bài thuyết trình của diễn giả luôn diễn ra trong một tình huống cụ thể, cho một đối tượng cụ thể và nhằm một mục đích cụ thể. Để có một bài thuyết trình thành công cần có sự chuẩn bị kỹ càng cũng như nỗ lực trong cả buổi thuyết trình.

3.2. Chuẩn bị bài thuyết trình

3.2.1. Xác định tình huống của buổi thuyết trình

Một bài thuyết trình thành công không chỉ là sự nỗ lực khi đứng trên bục thuyết trình mà cả quá trình chuẩn bị lâu dài. Càng có sự chuẩn bị kỹ càng thì khả năng thành công càng cao. Người ta có câu: “Không chuẩn bị là chuẩn bị cho sự thất

bại". Trong thuyết trình câu này càng có ý nghĩa. Khi thuyết trình chúng ta phải ứng phó với rất nhiều tình huống khác nhau: từ nội dung đến hình thức, từ ngôn ngữ đến phong cách và cách ứng xử trong tình huống đó chứng tỏ bản lĩnh của người thuyết trình.

Đứng trước nhiều người và nói chuyện với họ, không chỉ những người nghiệp dư mà ngay cả những diễn giả chuyên nghiệp cũng có lúc lúng túng, e ngại, căng thẳng. Để có thể đường hoàng, tự tin, cần có sự chuẩn bị chu đáo cho buổi thuyết trình của mình.

3.2.1.1. Đánh giá đúng bản thân

Khi được mời nói chuyện /trình bày một vấn đề nào đó, cần cân nhắc hai vấn đề sau:

- Bản thân có am hiểu vấn đề, có đủ thông tin để trình bày hay không?
- Con người, cương vị của mình có được người nghe chấp nhận hay không? Ở đây, cần phải lưu ý rằng, tầm quan trọng của vấn đề phải ngang tầm với người trình bày/diễn thuyết, nếu không, người nghe sẽ thiếu tin tưởng.

Để thành công, cũng cần xác định được những ưu điểm của mình và phát huy tối đa chúng. Ví dụ, giọng nói truyền cảm và rõ ràng, hãy xem đó là một lợi thế: kể một vài câu truyện ngụ ngôn hài hước, ngắn gọn phù hợp với buổi thuyết trình. Câu truyện sẽ giúp thư giãn và tạo sự hứng khởi đối với người nghe.

Nếu một trong hai vấn đề trên không được đáp ứng thì không nên nhận lời mời diễn thuyết/trình bày.

3.2.1.2. Tìm hiểu người nghe

Bài trình bày phải được xây dựng xung quanh vấn đề mà người nghe quan tâm, lấy người nghe làm trung tâm. Cùng một vấn đề nhưng nói cho những đối tượng khác nhau thì cách xây dựng bài trình bày cũng khác nhau.

Càng hiểu về thính giả thì chúng ta càng tự tin thuyết trình và đáp ứng đúng nhu cầu thính giả. Những thông tin cần thu thập để phân tích: Thông tin cá nhân : giới tính, độ tuổi, quan điểm, trình độ, mối quan tâm, giá trị riêng của từng người hoặc nhóm người... Tốt nhất là, ta chuẩn bị trước những bảng danh sách phân loại thính giả để dễ dàng tiếp cận hơn.

Chúng ta cũng cần xác định rõ, ai là người trực tiếp nghe ta, ai là người không nghe trực tiếp nhưng sẽ gián tiếp được nghe và ai là người ra quyết định cuối cùng.

Dự đoán các tình huống có thể xảy ra. Ví dụ, khi nghe ta phát biểu đưa ra những vấn đề nhạy cảm thì thính giả sẽ phản ứng ra sao? Và những phản ứng đó sẽ ảnh hưởng như thế nào đến bài thuyết trình? Xác định trước những tình huống có thể xảy ra giúp ta xử lý được các tình huống phát sinh. Giả sử, ta dự đoán được những ý kiến phản đối của thính giả đối với chủ đề hoặc một quan điểm trong chủ đề ta sẽ nói, thì khi đưa ra vấn đề tranh luận thì không nên biểu hiện thái độ cho mình là đúng và cũng không nên dùng những lời nói hài hước vì rất dễ “xúc phạm” đến thính giả. Ví dụ như động chạm đến những người khuyết tật, li hôn, người nhiễm HIV, những người vừa gặp thất bại trong kinh doanh...

Một trong những bí quyết thành công của người thuyết trình đó là luôn luôn ở thế chủ động, biết biến điều bất lợi thành cái có lợi. Đó là khả năng ứng phó và xoay chuyển tình thế trên hội trường. Có những lúc chúng ta cần phải cố tình tạo ra những mâu thuẫn hoặc thắc mắc trong bài nói mà dự đoán rằng chắc chắn thính giả sẽ phản ứng. Ví dụ, có thể đưa ra cho thính giả một thông tin mới mà không vội đưa ra câu trả lời để kích thích tính hiếu kỳ của thính giả, sau đó dành thời gian khi sắp kết thúc để họ đề ra các thắc mắc, chất vấn và rồi giải đáp cho họ. Như vậy, ta đã giúp thính giả thỏa mãn và hứng thú với buổi thuyết trình.

Số lượng thính giả ảnh hưởng rất lớn đến phương pháp, cách thức tổ chức buổi thuyết trình. Nếu số lượng người ít, thì điều kiện giao tiếp với thính giả sẽ nhiều hơn và ta có thể kết hợp vừa thuyết trình vừa trả lời với thính giả, hoặc có thể thảo luận về những vấn đề liên quan. Còn nếu trường hợp số lượng đông thì khi thuyết trình mang tính giao lưu nhiều hơn, vì vậy bài nói phải trọng tâm, điểm chính phải rõ ràng, dễ hiểu, thông điệp muốn truyền tải phải thông suốt. Có như vậy chúng ta mới kéo số đông hứng thú nghe bài thuyết trình của ta từ đầu buổi đến cuối buổi.

3.2.1.3. Xác định mục đích, mục tiêu của bài thuyết trình

Trước khi chuẩn bị nội dung bài trình bày, cần xác định rõ mục đích của nó. Mục đích là cung cấp thông tin cho người nghe hay để thuyết phục, để góp vui. Trên cơ sở mục đích mà đề ra mục tiêu. Mục tiêu của bài trình bày phải cụ thể để có thể đánh giá được mức độ thành công của bài trình bày. Chẳng hạn, sau buổi giới thiệu sản phẩm thì mục tiêu sẽ là người nghe biết thông tin về sản phẩm kinh doanh, có nhu cầu sử dụng sản phẩm...

Một bài thuyết trình thành công khi người thuyết trình phải hình dung ra kết quả sẽ đạt được sau bài thuyết trình là gì? Đây là những thông điệp chính mình muốn truyền tải trong chủ đề đặt ra? Từ đó xây dựng cho mình các mục tiêu sẽ phải đạt được trong bài thuyết trình.

Thông thường khi thuyết trình, điều hiển nhiên là ta phải biết mục đích mình nói là để làm gì, mục tiêu mình nói để được cái gì. Tuy nhiên, đôi khi chúng ta coi nhẹ những điều quá hiển nhiên đó, thành ra sau bài nói thính giả không hiểu rõ ràng chúng ta muốn gì, họ được yêu cầu làm gì, tại sao lại như thế v.v. Những điều càng cơ bản, ta lại càng phải xác định rõ ràng, kỹ càng và không được phép chủ quan.

- Chủ đề thuyết trình

Khi chọn chủ đề, ta nên chọn chủ đề thính giả muốn nghe; chủ đề mới mang tính thời sự; hoặc chủ đề ta biết sâu. Khi ta đã được chỉ định để trình bày một chủ đề nhất định: giới thiệu sản phẩm, trình bày chiến lược kinh doanh... thì cần giúp khán giả hứng thú với chủ đề ta chuẩn bị trình bày trước.

- Mục đích tổng quát

Khi đã có chủ đề rồi, ta cần phải xác định rất rõ ràng ta muốn gì:

Mục đích cung cấp thông tin cho thính giả?

Mục đích thuyết phục thính giả thực hiện điều gì?

Hay chỉ đơn thuần là giải trí?

Khi xác định rõ mục đích, ta sẽ biết mình phải làm gì, tập trung nói vào đâu, phương pháp nào là phù hợp.

- Mục tiêu cụ thể

Dựa trên mục đích, các thông tin phân tích và nhu cầu của mình, diễn giả thiết lập mục tiêu cụ thể cho bài thuyết trình. Mục tiêu phải đảm bảo những yêu cầu theo công thức SMART:

Specific: Cụ thể, rõ ràng

Measurable: Có thể lượng hoá hoặc kiểm tra được

Achievable: Có thể đạt được

Reasonable: Hướng đến kết quả

Time: Thời gian thực hiện

3.1.2.4. Thu thập tài liệu

Sự thành công của bài thuyết trình phụ thuộc vào công việc nghiên cứu kỹ lưỡng và sáng tạo trước đó. Hoạt động thu thập tài liệu đòi hỏi đầu tư nhiều thời gian và công sức. Bài thuyết trình sẽ có sức thuyết phục hơn nếu người thuyết trình có nhiều thông tin về chủ đề trình bày.

Bước đầu tiên là tìm kiếm nguồn tài liệu: hãy chọn một tài liệu tiêu biểu về chủ đề thuyết trình và sử dụng chính những thông tin trong các tài liệu đó. Cũng cần xác định tính chính xác của nguồn tài liệu tham khảo. Tính thời sự và cập nhật trong các thông tin thu thập là yêu cầu cần thiết. Bài thuyết trình sẽ trở nên sáng tạo, mới mẻ và có sức cuốn hút nếu như khán giả được tiếp nhận những thông tin mới. Mạng Internet sẽ giúp có những thông tin mang tính thời sự như vậy, ngoài ra, có thể tham khảo quan điểm của bạn bè và những người cùng chuyên môn.

Một phương pháp đơn giản cho việc thu thập thông tin mà ta có thể thực hiện mọi lúc mọi nơi đó là sử dụng giấy và bút. Chúng ta có thể ghi lại các thông tin khi đọc tài liệu, phỏng vấn hoặc giao tiếp. Những thông tin và ý tưởng đó sẽ được sắp xếp lại một cách có trật tự trong bài thuyết trình hoặc loại bớt nếu không cần sử dụng chúng.

3.1.2.5. Luyện tập thuyết trình

Luyện tập là khâu thiết yếu trong quá trình chuẩn bị để có được buổi thuyết trình thành công. Trong quá trình luyện tập, có thể ghi chú, ước tính thời gian và là cơ hội tốt nhất để ta nắm vững tài liệu, điều chỉnh thời gian, chỉnh sửa nội dung và

bổ sung những chỗ chưa chính xác trong bài thuyết trình cũng như điều chỉnh ngôn từ và phi ngôn từ khi đứng trước thính giả.

Hãy bắt đầu bằng cách đọc toàn bộ văn bản của bài thuyết trình. Khi cảm thấy hài lòng, chúng ta có thể tập trước gương. Lần đầu tiên, chúng ta có thể cảm thấy căng thẳng và không thoải mái. Tuy nhiên để tự tin và hiệu quả hơn, ta nên tập luyện trước một vài người, một nhóm nhỏ, rồi đến tập luyện với những điều kiện y hệt khi ta thuyết trình thật. Chúng ta có thể đề nghị đồng nghiệp phê phán, đưa ra những câu hỏi chất vấn hoặc yêu cầu họ chỉ ra những chỗ cần sửa chữa. Quá trình đó sẽ khiến ta thu thập thêm rất nhiều ý kiến, ý tưởng mới được người khác đóng góp, những ý tưởng do quá trình tập luyện ta nảy sinh thêm. Khi luyện tập nên cố diễn đạt một cách thoải mái và tự nhiên nhất. Giọng nên nói với âm lượng to để tiếng nói có thể truyền đi xa. Học tập khống chế âm lượng để khi ta thuyết trình điều khiển âm lượng cho phù hợp. Chú ý nhấn dừng ở những từ chốt, từ khóa hay nội dung mang tính thông điệp trong bài nói. Ở câu đó, giọng sẽ phải nhấn ra sao? Sắc mặt biểu cảm như thế nào? Mắt sẽ quan sát ai khi nói? Dùng cử chỉ tay hay động tác cơ thể để nhấn mạnh lời nói?

Quá trình tập luyện sẽ giúp ta biến những động tác, cử chỉ, phong thái thành thói quen. Khi tất cả các động tác thành phản xạ tự nhiên thì ta chỉ cần tập trung vào nội dung chúng ta cũng có một bài thuyết trình sinh động.

3.3. Cấu trúc bài thuyết trình

3.3.1. Cấu trúc cơ bản

Bài trình bày cần được chuẩn bị một cách chu đáo. Có thể soạn thảo sẵn ra giấy hoặc ít nhất là 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. Nếu là lần đầu tiên trình bày thì cần phải tập dượt trước. Sự chuẩn bị tốt sẽ làm chúng ta tự tin hơn trong quá trình trình bày.

Một bài trình bày thường gồm ba phần: Mở bài, thân bài (nội dung) và kết luận. Chuẩn bị bài trình bày cũng có nghĩa là chuẩn bị ba phần này.

- Chuẩn bị phần mở bài:

Phần mở đầu của bài trình bày có nhiệm vụ giới thiệu chủ đề và thu hút sự chú ý của người nghe. Cần lưu ý rằng, theo qui luật, ở những giây phút đầu tiên, bao giờ người nghe cũng hướng sự chú ý vào người trình bày để biết được người trình bày là ai và sẽ trình bày cái gì. Sau đó, sự chú ý sẽ giảm xuống. Vì vậy, cần biết tận dụng sự tập trung chú ý cao ở những giây phút đầu tiên để dẫn dắt, dẫn nhập) người nghe vào bài trình bày.

- Chuẩn bị phần thân bài (nội dung)

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

- Các ý phải được sắp xếp theo một trình tự hợp lý, đảm bảo tính lô gic của bài trình bày, 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 trình bày sẽ rời rạc, loanh quanh, lủng củng, có khi sau một hồi dài diễn thuyết, lại quay lại ý xuất phát. Nghe những bài như vậy, người nghe rất dễ bực mình. Ngoài ra, 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 trình bày và để người nghe không cảm thấy đột ngột.

- Để bài trình bày có sức thuyết phục, 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.

- Tùy theo tính chất của buổi nói chuyện, có thể chuẩn bị thêm những câu chuyện vui, khôi hài để làm cho không khí của buổi trình bày/diễn thuyết đỡ căng thẳng và duy trì sự chú ý của người nghe. Tuy nhiên, sự khôi hài cũng phải có giới hạn. Một buổi trình bày/diễn thuyết 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 mà thôi.

- Chuẩn bị phần kết

Theo qui luật của sự chú ý thì ở những giây phút cuối cùng của bài trình bày/diễn thuyết, người nghe lại một lần nữa dồn mọi sự chú ý vào người trình bày, kể cả

những người này giờ không nghe gì cả. Cần biết lợi dụng sự chú ý này để chốt lại trong người nghe những điểm then chốt của bài trình bày và tùy theo tính chất, mục đích của buổi trình bày mà đưa ra lời chúc mừng, kêu gọi hay đề ra nhiệm vụ cho tương lai. Và cuối cùng, đừng bao giờ quên lời cảm ơn người nghe đã chú ý lắng nghe.

3.3.2. Xây dựng nội dung trong từng phần

3.3.2.1. Các cách mở đầu bài thuyết trình

Theo nghiên cứu của các nhà xã hội học thì chúng ta chỉ có 20 giây để gây ấn tượng ban đầu cho thính giả bằng các hành vi phi ngôn từ và chúng ta chỉ có 4 phút đầu tiên để gây ấn tượng với thính giả bằng những nội dung chúng ta nói. Thính giả có tiếp tục nghe hay không phụ thuộc rất nhiều vào những giây phút đầu tiên và cách ta thu hút sự chú ý của họ.

Tùy theo tình huống cụ thể mà bạn có thể chọn một trong các cách sau đây để mở đầu bài trình bày:

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

Kính thưa các quý vị! Xin hoan nghênh quý vị đã có mặt ở đây vào buổi hôm nay! Tên tôi là... ở công ty....

Hôm nay, tôi xin trình bày về sử dụng hiệu quả dịch vụ tư vấn trong hoạt động kinh doanh. Tôi sẽ bắt đầu với một số bình luận về lĩnh vực tư vấn kinh doanh tại Việt Nam, sau đó tôi sẽ đi vào thực trạng của mỗi loại hình tư vấn. Cuối cùng, chúng ta sẽ xem xét triển vọng sắp tới về tư vấn trên Việt Nam cũng như với doanh nghiệp chúng ta đang xây dựng.

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 trình bày. Nó thích hợp với những buổi nói chuyện mang tính công việc nghiêm túc và quan tâm đến nội dung của bài trình bày.

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

Hoan nghênh các bạn đã đến... Xin cảm ơn vì đã tạo cho tôi có cơ hội nói chuyện với các bạn ngày hôm nay. Thưa các bạn, trong vòng 2 tháng trở lại đây, có sự sụt giảm mạnh về doanh số trong nhóm hàng X, Y... Nguyên nhân có sự sụt giảm này là do đâu? Chất lượng dịch vụ? Thị trường đi xuống? ... Hôm nay chúng ta sẽ giành thời gian nhìn nhận vấn đề này và đề ra các giải pháp khắc phục. Ưu điểm của cách dẫn nhập này là 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 trình bày.

+ Dẫn nhập theo lối kể chuyện: Người nói chuyện từ từ dẫn dắt người nghe đến với chủ đề của bài trình bày bằng cách nhắc lại một sự kiện trong quá khứ có liên quan đến chủ đề.

Cách dẫn nhập này tuy có hơi rườm rà tí chút nhưng hấp dẫn, lôi cuốn sự chú ý của người nghe; 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:

“Kính thưa quý vị, trước khi bắt đầu, xin phép cho tôi được nói đôi điều về bản thân:

Thưa quý v

mục tiêu, bạn hầu như chắc chắn đạt được nó”. Xác định được mục tiêu vô cùng quan trọng, đặc biệt là trong kinh doanh. Hôm nay, tôi đến đây để chia sẻ với quý

vị về xác định mục tiêu chiến lược trong kinh doanh và các bước để thực hiện mục tiêu.

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

- + Mở đầu quá dài sẽ 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.

Nhìn chung, sau khi có được sự chú ý của thính giả, điều chúng ta cần làm tiếp theo đó là cho họ biết mục đích của bài thuyết trình là gì, họ sẽ nhận được gì từ đó. Mục tiêu thuyết trình không rõ ràng thì rất khó có thể thành công.

Diễn giả cũng cần phải giới thiệu khái quát những nội dung chính và lịch trình làm việc. Điều này giúp cho người nghe có định hướng để nắm bắt được từng nội dung của bài thuyết trình.

Thành công của buổi thuyết trình phụ thuộc rất lớn vào phần mở đầu, không có cơ hội lần thứ hai để gây ấn tượng ban đầu.

3.3.2.2. Phần thân bài

Phần thân bài thuyết trình với mục tiêu: Làm thế nào để làm rõ cho thông điệp chính?

Vì vậy, cần xây dựng với những lập luận chặt chẽ, phù hợp: Lập luận phải gắn với kết luận, không chỉ cho phạm vi tranh luận chung. Trong phần thân bài, nội dung cần nhất quán với các lập luận khác cùng lập trường. Không nên “ông nói gà, bà nói vịt”.

Những thông tin trong nội dung cần được giải thích đầy đủ: Khi nêu lập luận cần giải thích rõ. Không nên đưa ra một lập luận mà không giải thích lập luận đó là gì và hỗ trợ kết luận của bạn thế nào. Để có bố cục bài thuyết trình chặt chẽ, ngắn gọn và cuốn hút người nghe, có một vài gợi ý sau đây:

Lựa chọn nội dung quan trọng:

Một lỗi thường gặp của các người thuyết trình là đưa quá nhiều nội dung vào bài thuyết trình của mình. Điều này xảy ra do hai nguyên nhân cơ bản:

Thứ nhất là không xác định được đâu là thông tin bắt buộc thính giả phải biết, đâu là cần biết và nên biết.

Thứ hai là sợ thính giả không hiểu những gì mình nói. Nếu ta đưa quá nhiều nội dung vào bài thuyết trình có thể gây phản ứng ngược lại là làm thính giả rối trí không nhớ được gì.

Vậy trong phần thân bài cần thiết xác định được đâu là thông tin quan trọng bắt buộc ta phải truyền đạt, đâu là thông tin cần truyền đạt và cuối cùng đâu là thông tin nên truyền đạt. Theo thứ tự này, căn cứ vào thời gian cho phép ta sắp xếp theo thứ tự từ thông tin bắt buộc đến cần và cuối cùng là thông tin nên biết. Thách thức lớn nhất đối với người thuyết trình đó là “giới hạn các điểm chính”.

Chia thành các phần dễ tiếp thu:

Một bài thuyết trình thông thường được chia làm 2 – 6 phần. Các phần này được sắp xếp với nhau theo một trật tự lôgic nhất định. Có thể trình bày hết nội dung này đến nội dung khác, hoặc căn cứ vào sự quan trọng của từng nội dung. Nếu muốn người nghe quan tâm đến nội dung nào đó thì trình bày nội dung đó trước tiên và tiếp theo là các nội dung hỗ trợ. Cấu trúc phần nội dung đang được sử dụng phổ biến hiện nay là các nội dung này gối lên nội dung kia.

Lựa chọn thời gian cho từng nội dung:

Hãy xác định rõ điểm bắt đầu và điểm kết thúc của các nội dung trong một bài thuyết trình. Sau khi phân chia thành các phần cơ bản thì điều cần thiết là phải lựa chọn thời gian cho từng nội dung. Thông thường phần đầu nên ngắn gọn để gây cho thính giả cảm giác bài thuyết trình ngắn gọn và tăng mức độ tập trung.

3.3.2.3. Phần kết thúc bài thuyết trình

Phần kết thúc cô đọng, ấn tượng cũng quan trọng không kém so với phần mở đầu. Điều quan trọng là cần thông báo cho người nghe biết rằng bài thuyết trình đang đi vào phần kết thúc. Người nghe sẽ tập trung để nắm bắt lại những điều đã bỏ sót trong bài thuyết trình. Vì vậy trong thuyết trình luôn phải có kết luận. Trong khoảng thời gian tập trung vào phần thân bài, người nghe có thể mất tập

trung nên có thể không tiếp thu được toàn bộ thông tin mà ta thuyết trình. Kết luận giúp người nghe tóm tắt lại những ý chính ta đã trình bày và hơn nữa kết luận chính là thông điệp cuối cùng ta gửi đến thính giả. Với thông điệp cốt lõi này, thính giả có thể liên tưởng đến toàn bộ phần nội dung của bài thuyết trình.

Thông báo trước khi kết thúc: Việc thông báo này có thể thể hiện bằng những cụm từ như: Về cuối cùng, Tóm lại...; Để kết thúc, tôi tóm tắt lại...; Trước khi chia tay, tôi xin tóm tắt lại những gì đã trình bày... Việc thông báo này còn giúp thính giả chuẩn bị tinh thần để tiếp thu những thông tin cốt lõi nhất.

Tóm tắt điểm chính: Theo các nghiên cứu về thính giả thì khoảng thời gian bắt đầu thuyết trình và khoảng thời gian sắp kết thúc là hai khoảng thời gian mà độ tập trung chú ý của người nghe cao nhất. Vì vậy ta tóm tắt lại những điểm chính sẽ giúp thính giả nhớ khái quát và lâu hơn về nội dung ta đã thuyết trình. Việc tóm tắt có thể là nêu lại những đề mục kèm những ý cần nhấn mạnh.

Thách thức và kêu gọi: Mục đích cuối cùng của thuyết trình là thuyết phục người khác làm theo mình. Vì vậy phần kết luận chính là phần kêu gọi, thúc đẩy người nghe đến hành động. Đây cũng là phần quan trọng nhất của buổi thuyết trình, một lần nữa ta nhấn mạnh lại thông điệp muốn truyền đạt tới thính giả và các cam kết để thực hiện thông điệp đó.

3.4. Ngôn từ và phi ngôn từ trong thuyết trình

3.4.1. Ngôn từ trong thuyết trình

Giao tiếp ngôn từ là hình thức giao tiếp đặc trưng của con người, chủ yếu là ngôn ngữ nói và ngôn ngữ viết.

- Ngôn từ nói: gồm có ngôn từ đối thoại và ngôn từ độc thoại. Ngôn từ đối thoại: diễn ra ở một người với một người khác hoặc một người với một số người khác. Ngôn từ độc thoại là hình thức một người nói cho số đông nghe mà không có chiều ngược lại, vì vậy người nói phải chuẩn bị kỹ.

- Ngôn từ viết: Là ngôn từ hướng vào người khác, được biểu đạt bằng chữ viết và thu nhận bằng thị giác.

Vai trò của ngôn từ trong thuyết trình:

- Giúp người khác hiểu được chính xác thông tin muốn truyền đạt
- Giúp truyền đạt thông tin và giải quyết công việc một cách nhanh chóng, hiệu quả
- Tạo mối quan hệ tốt đẹp trong giao tiếp
- Giúp khẳng định và nâng cao uy tín của bản thân
- Là công cụ quan trọng tạo ảnh hưởng đối với người khác

Các nguyên tắc sử dụng ngôn từ trong thuyết trình:

Một ý được diễn đạt tốt thường đảm bảo nguyên tắc 5C (Clear, Complete, Concise, Correct, Courteous)

Rõ ràng: Thông điệp phải rõ ràng để người nhận chỉ có thể hiểu theo 1 nghĩa duy nhất

Hoàn chỉnh: Thông điệp phải chứa đầy đủ thông tin cần thiết.

Ngắn gọn, súc tích: Mặc dù thông điệp yêu cầu phải chứa đựng đầy đủ các thông tin cần thiết, tuy nhiên phải đảm bảo ngắn gọn, súc tích không nên rườm rà, chứa những nội dung thừa.

Chính xác: Thông tin đưa ra phải chính xác, có căn cứ

Lịch sự. Thông điệp phải đảm bảo có nội dung đáp ứng các yêu cầu trên nhưng về hình thức cũng phải tốt, lịch sự tùy theo từng đối tượng nhận thông tin

3.4.2. Phi ngôn từ trong thuyết trình

3.4.2.1. Khái niệm và tầm quan trọng của phi ngôn từ

Phi ngôn từ là các yếu tố đi kèm theo ngôn từ trong khi nói giọng nói (bao gồm các yếu tố như: ngữ điệu, chất giọng, độ cao...) và hình ảnh (bao gồm những gì thính giả nhìn thấy: nét mặt, dáng vẻ, trang phục, di chuyển...) khi ta thuyết trình. Sử dụng phi ngôn từ rất quan trọng vì giúp nắm bắt được chính xác hơn thái độ của người nói và giúp tăng thêm giá trị diễn đạt của ngôn từ, đem lại hiệu quả cao cho lời nói.

Kết quả nghiên cứu của Allan Pease và Albert Melrabian (Mỹ) trong giao tiếp để tiếp thu được 100% thông tin nào đó thì 7% nhờ vào nội dung thông tin, 38% nhờ vào giọng nói của người truyền thông tin, còn lại 55% là nhờ cử chỉ, điệu bộ của người truyền tin.

3.4.2.2. Đặc điểm phi ngôn từ

- Luôn tồn tại: Khi ta đứng trước đám đông, dù ta nói hay không nói thì phi ngôn từ vẫn luôn thể hiện và được người khác ghi nhận. Ví dụ: nét mặt, dáng đứng, trang phục, di chuyển...
- Có giá trị thông tin cao: Hai người khác biệt về văn hóa, ngôn ngữ gặp nhau họ vẫn có thể hiểu nhau qua hành vi, cử chỉ. Trẻ con chưa biết nói, chưa biết đọc, chưa biết viết vẫn có thể cảm nhận được những gì người khác nói thông qua phi ngôn từ. Phi ngôn từ giúp thay thế, bổ trợ hoặc nhấn mạnh thông tin muốn truyền tải. Ví dụ: Khi thể hiện cảm xúc, không nhất thiết phải nói ra. Chỉ cần qua biểu hiện của nét mặt là người khác có thể hiểu được cảm xúc của mình.
- Mang tính quan hệ: Qua hành vi cử chỉ khi thuyết trình thể hiện sự gần gũi, thân thiện giữa người nói và người nghe.
- Khó hiểu: Cùng một cử chỉ nhưng được hiểu theo nhiều ý nghĩa khác nhau. Điều này gây nên sự lầm lẫn trong giao tiếp và thuyết trình.
- Chịu ảnh hưởng của văn hoá: Phi ngôn từ chịu ảnh hưởng nhiều của văn hóa. Một số hành vi, cử chỉ phù hợp với địa phương này nhưng lại không phù hợp địa phương khác. Ví dụ: Hành động giơ ngón tay cái lên cao, với Châu Âu, với Bắc Mỹ được coi là nhất, là khen ngợi, đồng ý nhưng với Úc thì bị coi là chửi tục.

3.4.2.3. Chức năng của phi ngôn từ

Phi ngôn từ có một chức năng đặc biệt quan trọng đó là chức năng điều tiết. Cả cơ thể ta là một thể thống nhất, dáng đứng trạc thì giọng nói cũng cứng trạc, dáng lỏng lẻo thì giọng cũng lỏng lẻo. Tay vung mạnh mẽ thì giọng nói cũng mạnh mẽ và ngược lại.

3.4.2.4. Kỹ năng giao tiếp phi ngôn từ

Tất cả các hành vi cử chỉ được thể hiện trên cơ thể con người khi giao tiếp đều được gọi là phi ngôn từ, tuy nhiên trong thuyết trình ta có thể tạm chia như sau:

- Giọng nói

Giọng điệu và âm lượng có tác động đặc biệt đến bài thuyết trình. Diễn giả cần nắm vững và kiểm soát cơ chế hoạt động của cơ quan phát âm để điều chỉnh giọng nói, vì đây chính là vấn đề quan trọng, quyết định sự thành công của bài

thuyết trình. Để phát âm rõ ràng, cần cung cấp đủ không khí cho phổi. Hãy hít thở từ từ và sâu để tăng lượng oxy vào trong cơ thể và tăng lượng máu lên não. Giọng nói thể hiện nhiều đặc điểm của người thuyết trình. Qua giọng nói ta có thể nhận biết được giới tính, tuổi tác, quê quán. Giọng nói cũng thể hiện trình độ học vấn của người thuyết trình. Tâm trạng quan hệ với thính giả cũng được thể hiện rất rõ qua giọng nói.

+ Âm lượng:

Giọng nói cần phải rõ ràng, đủ nghe. Giọng nói dù to hay nhỏ đều phải có sinh lực, có khí lực mới có sức thuyết phục. Thêm vào đó là độ cao thấp, trầm bổng trong khi nói.

+ Phát âm:

Âm vực phải chuẩn, tròn vành rõ chữ, không méo tiếng hay nuốt chữ, không nhầm lẫn giữa các âm.

+ Độ cao:

Giọng nói phải có lúc cao, lúc thấp, lúc đẩy, lúc kéo. Tùy thuộc vào nội dung của bài thuyết trình.

+ Tốc độ:

Trong khi nói, tốc độ nói hoàn toàn phụ thuộc vào người nghe. Với đối tượng cao tuổi cần nói chậm, nhẹ nhàng nhưng thuyết trình trước hội trường toàn thanh niên cần hào hùng mới thuyết phục vì vậy khi thuyết trình phải luôn quan sát và đo được phản ứng của người nghe với cách trình bày của ta để điều chỉnh cho phù hợp. Khi nói nhanh ngoài việc thể hiện tư duy người nói còn biểu hiện sự thiếu tự tin (tốc độ nói từ 125 đến 150 từ/phút).

Tóm lại, tốc độ nói bị điều chỉnh bởi tâm lí của người nói hay chính là sự trao đổi chia sẻ và biểu hiện, phản ứng của người nghe. Quan trọng nhất của người thuyết trình là phải phù hợp với nội dung, hoàn cảnh và đối tượng.

+ Điểm dừng:

Văn nói khác văn viết, với văn viết, chúng ta có thể đọc đoạn trên, đoạn dưới, xem dấu chấm câu để hiểu người viết định nói gì. Nhưng với văn nói, cùng một câu nhưng cách nói khác nhau dẫn đến cách hiểu khác nhau.

- Dáng điệu và cử chỉ

Dáng vẻ bên ngoài có ảnh hưởng đến suy nghĩ của khán giả trong suốt buổi thuyết trình. Hai mươi giây đầu tiên khi gặp mặt, diễn giả gây ấn tượng với người nghe bằng hình ảnh xuất hiện. Đứng từ xa thì chỉ nhìn thấy dáng, do đó dáng điệu, cử chỉ là cái thu hút đầu tiên và là yếu tố đầu tiên để thính giả đánh giá về ta. Dáng điệu chừng chạc đàng hoàng thì gây sự kính trọng tự nhiên, còn ngược lại sẽ gây ác cảm.

Thông thường bản năng con người khi sợ hãi sẽ tìm chỗ dựa. Ta cũng vậy, động tác thường xuyên hay gặp nhất của người thuyết trình là tựa vào bàn.

Dáng đứng là một loại ngôn ngữ của cơ thể, nó mang tính minh họa và điều tiết. Tư thế tốt nhất để bắt đầu bài thuyết trình là đứng thẳng, hai chân hơi mở rộng sang hai bên và trọng lượng cơ thể dồn đều xuống cả hai chân. Từ tư thế đó, có thể tạo ra những kiểu ấn tượng khác nhau như dướn người về phía trước, ngả người về sau... Khi ta nói hào hùng, thuyết phục người khác thì dáng phải vững chãi, năng động. Điều quan trọng nhất của dáng đứng trong thuyết trình đó là qua đó thể hiện được sự năng động và nhiệt tình của người thuyết trình.

Bí quyết của dáng điệu uyển chuyển, năng động là đứng trụ trên chân trước và dồn 80% trọng lượng cơ thể được dồn vào chân trụ, và phải đổi chân liên tục. Dáng có uyển chuyển là do hông và chân ta linh hoạt. Nguyên tắc cơ bản nhất của thuyết trình là: nếu ta không quan tâm tới thính giả, họ sẽ không quan tâm tới ta. Nếu đứng yên một chỗ, ta không thể quan sát bao quát hội trường được. Khi ta đứng trụ trên một chân thì mắt nó mới có thể “dắt cả người”, ta nhìn theo hướng nào, chân mới xoay theo hướng đó thì ta sẽ dễ dàng quan sát hơn. Luôn nhớ rằng: “Nhất dáng, nhì da, thứ ba nét mặt”, “vạn sự khởi đầu nan”. Ấn tượng ban đầu của người thuyết trình đó là dáng.

Trang phục

Khi ta đứng xa thính giả thì cái đầu tiên họ thấy là dáng đứng. Khi lại gần thính giả sẽ thấy trang phục ta mặc. Thính giả sẽ có ngay ấn tượng ban đầu về ta thông qua dáng đứng và trang phục.

Thông qua trang phục chúng ta biết được địa vị xã hội, khả năng kinh tế, và chuẩn mực đạo đức cũng như thẩm mỹ cá nhân của từng người. Nếu trang phục không phù hợp thì sẽ tạo sự khó chịu và mất tự tin cho chính người nói.

Tốt nhất khi thuyết trình ta nên chọn lễ phục. Với nam thì lễ phục là Comple; với nữ là Áo dài, Vest hoặc Váy ngắn. Nam giới khi mặc Comple phải có Caravat, nữ giới khi mặc Áo dài phải có đồ Trang sức. Nếu thiếu những thứ đó thì bộ trang phục của chúng ta dù đẹp hay đắt tiền đến đâu vẫn chưa được gọi là lễ phục.

Một nguyên tắc nữa vô cùng quan trọng mà chúng ta không thể bỏ qua, đó là: kiểm tra trang phục. Hãy chuẩn bị để ta ra mắt thính giả với một ấn tượng tốt nhất.

- Phương pháp biểu cảm nét mặt

Người thuyết trình nên giữ cho mình khuôn mặt thoải mái, thân thiện và tươi cười. Nhưng quan trọng nhất của khuôn mặt là biểu cảm. Máy đo được trên khuôn mặt của chúng ta thể hiện 250.000 cảm xúc. Trong cùng một bài nói ta không chỉ thể hiện một chất giọng hay một nét mặt, với nội dung diễn đạt khác nhau sự biểu cảm của khuôn mặt. Khuôn mặt ta phải thay đổi được theo nội dung bài nói. Thường trong các buổi thuyết trình, hội nghị, hội thảo, hay các buổi họp, khuôn mặt sẽ khá nghiêm túc, tuy nhiên sẽ chẳng vấn đề gì nếu ta thêm một chút hài hước, thoải mái. Mặt căng thẳng giọng nói sẽ căng thẳng, mặt thoải mái tự nhiên giọng nói sẽ vui tươi thoải mái

- Mắt

Mắt biểu rất nhiều cảm xúc, suy nghĩ khác nhau. Trong thuyết trình thì mắt lại càng vô cùng quan trọng. Theo thống kê, mắt ta thu nhận đến 75% lượng thông tin hàng ngày.

Quan sát hội trường sẽ giúp diễn giả điều tiết bài nói. Vì người nghe giống như cái gương của người nói. Nếu ta nói căng thẳng, người nghe sẽ cảm thấy căng thẳng theo ta, và ngược lại. Ánh mắt của người thuyết trình có ảnh hưởng lớn tới tâm trạng, thái độ thính giả, khích lệ người khác bằng ánh mắt, trấn áp người khác cũng bằng ánh mắt, tạo niềm tin cho thính giả cũng bằng ánh mắt.

Người thuyết trình khi đứng trước thính giả gặp rất nhiều khó khăn trong việc quan sát thính giả như ánh đèn chiếu lên sân khấu, hội trường, mặc dù đôi lúc không quan sát thấy nhưng ta vẫn phải nhìn. Ta không nhìn rõ thính giả nhưng mọi hành vi, thái độ, biểu hiện của ta đều được thính giả để ý.

Liên tục quan sát hội trường giúp diễn giả điều chỉnh được bài nói của mình, khi thuyết trình nhìn biểu hiện của thính giả ta có thể biết được sự chú tâm của thính giả cũng như đo lường được mức độ thành công của bài nói để kịp thời điều chỉnh.

Trong hội trường một cách quan sát hiệu quả đó là chia hội trường thành các nhóm nhỏ đó là phương pháp giúp người nói quan tâm được tới từng thính giả trong hội trường và thính giả cũng có cảm giác đang được quan tâm. Mỗi một ý ta dừng trên một nhóm người hoặc một cá nhân nào đó.

Thông thường với những hội trường rất lớn, không thể nhìn hết mọi người được, ta phải chia hội trường thành những khu vực nhỏ hơn. Trong mỗi khu vực nhỏ, ta nhìn một người. Sau khi nói hết một ý ta chuyển sang nhóm tiếp theo. Khi quét lại mỗi nhóm, ta nhìn sang người bên cạnh, như vậy là sẽ nhìn hết được cả hội trường. Để nhìn hết các góc không bỏ sót, ta nhìn theo hình chữ M và chữ W.

Đặc biệt chú ý là, tuy phải quan tâm khắp mọi người trong hội trường nhưng mắt không được đảo nhanh. Cũng giống như giọng nói, dáng điệu, mắt cũng phải có điểm dừng. Với mỗi ý ta phải dừng mắt một lần giống như tâm sự vậy.

- Sử dụng tay trong thuyết trình

Khi thuyết trình, ta thường hay thấy “tay chân thừa thãi”, nhiều người không biết giấu tay vào đâu. Đó là do ta chưa biết cách vung tay thế nào cho hợp lý. Thực tế nếu ta biết cách vung tay, bàn tay sẽ là “vũ khí” lợi hại trong thuyết trình vì nó giúp hỗ trợ lời nói. Hơn nữa khi bàn tay vung, trọng tâm cơ thể sẽ hướng về phía trước, dáng của ta sẽ có xu thế hướng về phía thính giả bày tỏ sự thân thiện.

Nguyên tắc trong cả khi thuyết trình và giao tiếp là phải luôn để tay trong khoảng từ trên thắt lưng tới dưới cằm. Nếu ta vung tay cao quá, tay sẽ che mất mặt, làm cho âm ta phát ra không rõ. Nếu tay vung thấp quá, những người ngồi xa sẽ không nhìn thấy tay ta. Để tay trong khoảng từ thắt lưng tới dưới cằm ta sẽ vung

thoải mái nhất, thuận lợi nhất trong giao tiếp và trông cũng tự nhiên nhất. Khi tay vung, luôn nhớ rằng vung “trong ra, dưới lên” - có nghĩa là đưa tay hướng từ trong ra ngoài, và hướng từ dưới lên. Ta cũng nên chú ý luôn ngửa tay, và các ngón tay khép lại. Lòng bàn tay ngửa bày tỏ sự mong đợi, thu thập ý kiến, ngước lại thì hàm ý dè nén, dồn ép thính giả. Các ngón tay khép bày tỏ sự nghiêm túc, ngón tay mở mang lại cảm giác thiếu sinh lực, thiếu nhiệt tình, cảm giác ta đang vơ vét, cào cấu cái gì đó từ bên ngoài vào. Trong quá trình thuyết trình, ta cũng nên chú ý liên tục đổi tay tạo sự khác biệt.

Một số điều nên tránh:

- Khoanh tay: tạo sự xa cách, phòng thủ. Tâm lý học phân tích rằng con người luôn có xu hướng tự bảo vệ mình với các tác động xấu bên ngoài. Trẻ con thường xuyên núp sau váy mẹ mỗi khi sợ hãi. Lớn lên, hành động “núp” đó của nó biến đổi thành động tác khoanh tay: tự tạo rào cản một cách vô hình cho mình. Một người khoanh tay nghĩa là họ chưa cởi mở, đang dò xét.
- Cho tay vào túi quần: Mang lại cảm giác kênh kiệu, thiếu hoà nhập (đàn ông hay mắc phải).
- Trỏ tay: Không ai thích bị trỏ tay vào mặt vì vậy khi thuyết trình chúng ta cũng không nên chỉ tay vào thính giả.
- Cầm bút hay que chỉ: Tránh vì khi cầm bút trên tay, bàn tay của ta sẽ không thể vung linh hoạt tự nhiên được. Hơn nữa, cầm đồ vật trên tay ta cũng sẽ rất dễ vung nó theo đà tay vung.
- Tay là bộ phận linh hoạt nhất, thể hiện nhiều thông điệp vô hình nhất, do đó các động tác về tay phải được tập rất kỹ. Trong nền văn hoá Á đông chúng ta, khi nói ít vung tay. Nếu vung tay nhiều thường bị coi là không khiếm tốn, không lễ phép. Tuy nhiên ngày nay khi hội nhập quốc tế, chúng ta cũng phải thay đổi cho phù hợp.
- Sử dụng phi ngôn từ tay còn giúp diễn giả diễn tả cảm xúc nội tâm một cách dễ dàng, giúp điều tiết giọng nói được sắc nét rõ ràng, gây ý. Với những đoạn văn cần nhấn câu, dừng ý ta vung tay dứt khoát.
- Kỹ năng di chuyển trên hội trường

Trong thuyết trình, kị nhất là đơn điệu, nhàm chán. Hãy liên tục di chuyển tạo những góc nhìn, góc nghe mới cho thính giả. Nếu ta đứng im một chỗ (nhất là đằng sau cái bục), cơ thể tất sẽ cứng nhắc, giọng nói đều đều.

Cách di chuyển: Đơn giản nhất là ta nên di chuyển theo hình tam giác: đảo sang hai cánh của hội trường, quan tâm tới góc phải góc trái, lúi lại nói với cả hội trường, hút cả hội trường về phía mình, tiến lên tạo khoảng cách gần gũi với thính giả. Khi di chuyển, tốc độ bước của ta cũng giống như giọng nói, Bước chân mạnh mẽ giọng nói nhanh và mạnh mẽ và ngược lại bước chân nhẹ nhàng giọng nói cũng nhẹ nhàng khoan thai.

- Khoảng cách

Khi thuyết trình, tùy thuộc vào đám đông mà ta chọn cho mình khoảng cách phù hợp. Đám đông càng lớn, ta càng phải đứng cách xa để có thể bao quát hết cả hội trường. Một nguyên tắc chung nhất là ta phải đứng ở trung tâm của hội trường, nơi mà tất cả mọi người đều có thể nhìn thấy bạn, đồng thời là nơi gần gũi nhất với thính giả mà ta có thể. Hãy luôn cố gắng rút ngắn khoảng cách giữa ta và thính giả. Trong những trường hợp với những hội trường rất dài, nếu có thể, trong quá trình thuyết trình nên di chuyển sâu vào trong hội trường, quan tâm tới những người ở đằng sau. Càng đứng gần thính giả, ta càng có khả năng ảnh hưởng tới họ nhiều hơn. Tuy nhiên khoảng cách gần nhất mà ta có thể tạo nên trong trường hợp thính giả đang ngồi và ta đang đứng là khoảng từ 1,2 cho tới 1,5 mét. Khoảng cách này cho phép tầm mắt của ta và người đối diện ngang nhau; họ sẽ không phải ngước lên nhìn bạn. Nếu ta thấp, có thể di chuyển lại gần hơn và ngược lại.

3.5. Kỹ năng xử lý câu hỏi trong thuyết trình

Đã có rất nhiều buổi thuyết trình gặp thất bại do diễn giả xử lý các câu hỏi của cử tọa không thỏa đáng. Do đó, trong quá trình chuẩn bị bài thuyết trình, nên học cách xử lý các câu hỏi mẫu khó và rèn luyện sự tự tin với các khán giả đối nghịch.

Trước hết, cần nhận biết và có cách ứng xử phù hợp với những kiểu người đặt câu hỏi khác nhau. Người hay phô trương thường cố chứng tỏ hiểu biết nhiều

hơn diễn giả, còn những người dễ dao động thường vòng vo và rất ít khi đặt câu hỏi trực tiếp. Mỗi kiểu người cần có cách ứng xử khác nhau. Chẳng hạn, gợi ý cho những người dễ dao động trở lại vấn đề bằng cách nói: “Đó là một ý hay, nó đặt ra câu hỏi về...”; và nên chọn cách ứng xử lịch sự đối với những người thích phô trương, vì họ có thể gây phiền toái nếu bị kích động.

Cũng cần lưu ý không nên để hai hay nhiều người cùng đứng dậy đưa ra câu hỏi một lúc, sẽ rất khó khăn để kiểm soát tình hình lúc đó. Cần hết sức tránh bị cuốn vào cuộc tranh luận đông dài về một khía cạnh nhỏ nào đó trong bài thuyết trình. Nhưng nếu như còn thời gian và khán giả đều quan tâm thì nên trở lại vấn đề đó. Hãy luôn tự tin với phần trình bày và trả lời của mình. Dưới đây là một số gợi ý với câu hỏi của khán giả.

3.5.1. Một số nguyên tắc khi xử lý câu hỏi của khán giả

Câu hỏi của khán giả và cách trả lời câu hỏi

- Luôn nhắc lại mỗi câu hỏi để toàn bộ các khán giả biết vấn đề bạn được hỏi.
- Trước khi trả lời, hãy dành thời gian để nhìn lại câu hỏi. Nếu bạn không chắc chắn, hãy nêu lại câu hỏi và yêu cầu làm câu hỏi rõ hơn.
- Hãy đợi người hỏi hoàn thành câu hỏi trước khi bạn bắt đầu trả lời.
- Hoãn câu hỏi nhằm vào giải quyết các vấn đề cụ thể (hoặc kiến thức bí ẩn) đến cuối bài thuyết trình, hoặc để thảo luận riêng.
- Tránh kéo dài thảo luận với một thính giả, tránh các câu hỏi rộng, đặc biệt là tranh luận.
- Nếu không thể trả lời một câu hỏi, hãy:
 - + Đề nghị câu được nghiên cứu câu trả lời, và sẽ liên lạc lại với người đặt câu hỏi sau
 - + Đề xuất các nguồn tài liệu để người hỏi có thể tự giải đáp câu hỏi
 - + Đề nghị thính giả gợi ý.

3.5.2. Một số dạng câu hỏi và cách xử lý

- Câu hỏi tốt: Những câu hỏi này giúp bạn chuyển thông điệp của bạn đến khán giả tốt hơn. Hãy cảm ơn người đã đặt câu hỏi và bình tĩnh trả lời câu hỏi.

- Câu hỏi khó: Đây là những câu hỏi mà bạn không thể hoặc không muốn trả lời. Hãy nói là bạn không biết, hoặc sẽ tìm hiểu thêm, hoặc đề nghị khán giả gợi ý.
- Câu hỏi không cần thiết: trả lời lại một cách ngắn gọn và chuyển sang câu hỏi tiếp
- Câu hỏi không liên quan: Hãy khéo léo để chuyển sang câu hỏi tiếp.

3.6. Công cụ trực quan trong thuyết trình

3.6.1. Khái niệm và vai trò của công cụ trực quan

Trong thuyết trình, các công cụ trực quan đóng vai trò quan trọng, đôi khi nó giữ vai trò trung tâm trong các buổi thuyết trình, do nó có khả năng minh họa rõ ràng những khái niệm phức tạp hơn so với việc trình bày bằng lời.

3.6.1.1. Khái niệm công cụ trực quan

Có nhiều loại công cụ trực quan phù hợp với các kiểu thuyết trình khác nhau, trong một số trường hợp, việc sử dụng các thiết bị này có thể tạo ra khoảng cách giữa diễn giả và khán giả. Do đó, chỉ nên sử dụng công cụ trực quan khi cần thiết.

Để sử dụng các công cụ trực quan cần chuẩn bị thật chu đáo. Nếu chỉ sử dụng bảng viết thì chuẩn bị tương đối đơn giản, còn đối với các thiết bị đa phương tiện phức tạp đòi hỏi nhiều thời gian lắp đặt và chuẩn bị hơn.

Nếu không có thời gian hoặc lắp đặt không thành thạo thì hãy nhờ nhân viên hoặc đồng nghiệp trợ giúp, cần hết sức tránh công cụ trực quan đưa diễn giả vào tình trạng khó khăn.

Vì vậy, trước khi thuyết trình cần nắm rõ các thao tác sử dụng các công cụ trực quan và cũng nên chuẩn bị sẵn sàng đề phòng với các tình huống xấu có thể xảy ra bằng cách in tài liệu phân phát trước và chuẩn bị tinh thần thuyết trình không có tài liệu hỗ trợ.

Hiện nay có một số loại công cụ trực quan phổ biến sau đây:

Máy chiếu đa năng (LCD)

Đèn chiếu (Overhead Projector)

Trang chiếu (Transparency)

Máy vi tính

Máy quay phim, Tivi, VCD, màn hình

Hệ thống âm thanh

Dây dẫn, phích chuyển...

Bảng kẹp giấy (Flipchart)

Bảng trắng, bảng mềm

Bút viết, giấy A0, A4, thẻ màu...

Bàn, ghế.

3.6.1.2. Vai trò của công cụ trực quan

Ngày nay đa số các bài thuyết trình đều ít nhiều sử dụng công cụ trực quan với các mức độ khác nhau. Công cụ trực quan có vai trò như sau:

Thu hút sự chú ý, tập trung của khán giả

Nhấn mạnh thông điệp nhưng không phải lặp lại nguyên văn.

Khơi dậy sự thu hút của khán giả đối với bài thuyết trình.

Mô tả các yếu tố mà khán giả khó hình dung.

Tuy nhiên, công cụ trực quan không sử dụng nhằm các mục đích sau đây:

Tạo ấn tượng với khán giả về các bảng biểu chi tiết

Tránh sự tương tác giữa người thuyết trình với khán giả

Minh họa cho nhiều nội dung với một dụng cụ trực quan

Nêu lên những nội dung đơn giản có thể truyền đạt bằng lời dễ dàng.

3.6.2. Kỹ năng sử dụng công cụ trực quan

3.6.2.1. Trang chiếu

Trang chiếu có chức năng làm rõ các nội dung trong bài thuyết trình, tăng sức mạnh thuyết phục của thông tin cũng như tạo ấn tượng đối với người nghe. Khi làm trang chiếu cần tuân theo một số quy tắc sau đây:

Trang chiếu phải có tiêu đề

Một trang chiếu không quá một chủ đề

Số nội dung không quá 6

Một nội dung không quá 2 dòng

Ngôn từ nhất quán

Dùng gam màu và hình ảnh thích hợp

Thiết kế trang chiếu cân đối

Viết chữ cỡ tối thiểu là 28

3.6.2.2. Kỹ năng sử dụng công cụ trực quan

Máy chiếu LCD

Nối vào máy tính trước khi khởi động máy tính

Kiểm tra dây dẫn và độ nét, hình ảnh trước

Nên đứng phía trước hoặc bên cạnh máy chiếu

Bấm chuột hoặc phím bất kỳ để chuyển trang

Dùng điều khiển từ xa giúp di chuyển linh động

Tắt nguồn sau khi quạt tắt.

Máy đèn chiếu OHP

Kiểm tra độ nét của hình ảnh trên màn hình trước khi trình bày

Sắp xếp trang chiếu theo đúng thứ tự

Đặt trang chiếu ngay ngắn trên máy

Khi đặt trang chiếu lên máy, nhớ đặt đúng chiều để ta có thể đọc được nó khi nhìn xuống phía người tham dự

Che bớt phần không cần thiết trên trang chiếu

Tắt đèn chiếu khi thay đổi phim, đừng để máy trong thời gian chờ đợi

Đề ngụy đèn chiếu trước khi dịch chuyển máy.

Lưu ý khi dùng LCD và OHP

Hãy thử thao tác với máy đèn chiếu trước khi sử dụng

Hãy nói với nhóm thính giả, chứ không phải nói với màn hình, bảng giấy và trang chiếu. Đứng quay mặt về phía thính giả. Nên nhớ luôn duy trì sự trao đổi bằng mắt với thính giả.

Dùng bút chỉ trên trang chiếu khi cần chỉ ra những điểm chi tiết

Tắt đèn chiếu khi nói về một vấn đề nào đó không liên quan đến những gì được chiếu trên màn hình

Bảng kẹp giấy

Nên chuẩn bị trước các phần

Viết chữ to

Viết nhanh

Dùng bút viết màu đen, nét to

Điều không nên làm:

Viết từng từ một

Đứng chắn trước bảng kẹp giấy.

3.7. Tâm lí đám đông và điều khiển tâm lí đám đông

3.7.1. Tâm lí đám đông

Tâm lí của những khán giả thường có ảnh hưởng rất lớn đến nhau và ảnh hưởng đến diễn giả. Vì vậy, diễn giả cần xét đoán được tâm trạng của khán giả để có cách ứng xử phù hợp. Tránh những phản ứng tâm lí tiêu cực, làm ảnh hưởng đến buổi thuyết trình.

3.7.2. Điều khiển tâm lí đám đông

3.7.2.1. Thuyết trình tự tin

Chuẩn bị tâm lí tự tin quan trọng như chuẩn bị cho bài thuyết trình. Do đó, diễn giả cần xây dựng hình ảnh tích cực về bản thân, hãy xác định và phát huy tối đa những điểm mạnh. Hãy nhớ rằng, khán giả đều mong chờ buổi thuyết trình thú vị không kém gì diễn giả.

Suy nghĩ tích cực về buổi thuyết trình thành công như: “Bài trình bày sẽ rất thú vị vì có nhiều ý tưởng mới và chắc chắn khán giả sẽ rất hài lòng” hoặc: “Những lần luyện tập đều rất suôn sẻ. Mình rất háo hức được nhìn thấy phản ứng của khán giả”

Tất nhiên, hầu hết mọi người đều cảm thấy căng thẳng khi thuyết trình trước đông người. Nên không cần sợ hãi điều đó. Nên học cách để kiểm soát cảm xúc của bản thân nhằm đạt hiệu quả cao nhất khi thuyết trình. Tự thư giãn bản thân trước khi đứng lên bục thuyết trình bằng cách hít thở: nhắm mắt lại, đặt một tay lên ngực và một tay ở vị trí cơ hoành. Hít vào bạn cảm giác nâng cơ hoành lên và sau đó từ từ thở ra. Hãy làm động tác này vài lần.

Hãy khởi đầu một cách tự tin và kiểm soát được tốc độ trình bày và ngôn ngữ cơ thể trong suốt phần trình bày.

Kết thúc mạnh mẽ, ấn tượng và đừng quên gửi lời cảm ơn khán giả.

3.7.2.2. Thu hút khán giả

Bài thuyết trình được coi là thành công khi khán giả bị cuốn hút vào nội dung phần trình bày. Tuy nhiên, nếu nhận thấy có một số khán giả tỏ ra mất tập trung hay uể oải, hãy tìm cách kích lệ họ, chẳng hạn đặt câu hỏi và đề nghị mọi người giơ tay trả lời. Với những người thiếu thân thiện, có thể mở đầu bài thuyết trình bằng một câu truyện và cố gắng phát đi những tín hiệu tích cực qua ngôn ngữ cơ thể.

3.7.2.3. Tìm kiếm những dấu hiệu tích cực và tiêu cực từ khán giả

Hãy quan tâm đến tất cả các dấu hiệu của khán giả. Họ có thể thể hiện sự đồng tình hay phản đối thông qua ngôn ngữ cơ thể khác nhau. Họ thì thầm với người bên cạnh, nhìn lên trần nhà hay khoanh tay trước ngực khi diễn giả trình bày. Họ cũng có thể mỉm cười, gật đầu hoặc dướn người về phía trước. Khi đó diễn giả cần có những điều chỉnh hợp lý để thu hút khán giả về phía mình.

3.7.2.4. Ứng phó với sự đối nghịch

Bài thuyết trình có thể khiến khán giả có những cảm xúc tích cực mạnh mẽ hoặc chống đối quyết liệt với diễn giả. Trong tình huống như vậy cần cố gắng giữ sự bình tĩnh để ứng phó hữu hiệu với những đối nghịch công khai và xử lý tốt những quan điểm đồng tình nhưng trầm lặng.

Có một số người muốn gây sự chú ý bằng cách chế nhạo bài thuyết trình để chứng tỏ mình thông minh hơn và do tâm lý đám đông, một số người khác vô tình hưởng ứng vì mục đích gây ấn tượng chứ không hề có ý xấu với diễn giả. Khi đó, cần lịch sự và kiên quyết đúng mức. Mục tiêu của diễn giả là lôi kéo cử tọa ủng hộ mình. Tránh việc tranh cãi với người bác bỏ những nội dung diễn giả vừa trình bày.

Nếu những khán giả bất đồng với nhau, diễn giả cần là người đóng vai trò hòa giải họ. Hãy cố gắng giảm bớt sự căng thẳng, đảm bảo ai cũng có cơ hội được phát biểu nhưng lập lại trật tự càng sớm càng tốt. Hãy cố gắng chứng tỏ cho mọi người thấy khả năng kiểm soát tình hình.

Một số người bị bắt buộc đến nghe phần trình bày của bạn. Khi đó, hãy chấp nhận nó và xua tan ác cảm của những người chống đối bằng thái độ thân thiện, cởi mở và chân thành.

Kinh nghiệm ứng phó với khán giả sẽ tăng lên khi diễn giả được luyện tập thường xuyên. Thuyết trình bằng cả trái tim, chắc chắn, bạn sẽ gặt hái được thành công.

IV. BÀI TẬP THỰC HÀNH

Bài tập 1: Chọn một chủ đề thuyết trình trong 5 phút

Bài tập 2: Xây dựng bản tóm tắt cho bài thuyết trình

Bài tập 3: Xây dựng phần mở đầu cho bài thuyết trình theo 2 cách dẫn nhập khác nhau

Bài tập 4: Thực hành thuyết trình trong 5 phút

CÂU HỎI ÔN TẬP

Câu 1. Hãy sưu tầm 3 bài viết/đoạn video về thuyết trình?

Câu 2. Hãy sưu tầm 3 đoạn video về sử dụng phi ngôn từ trong thuyết trình?

Câu 3. Xây dựng 3 chủ đề thuyết trình?

Câu 4. Anh/chị đánh giá như thế nào về khả năng sử dụng phi ngôn từ của mình? Anh/chị sẽ làm gì để nâng cao khả năng thuyết trình?

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Allan và Barbara Pease. Cuốn sách hoàn hảo về ngôn ngữ cơ thể. NXB tổng hợp TPHCM. 2008. Bản dịch Lê Huy Lâm
2. Hoàng Anh. Giao tiếp sư phạm. NXB Đại học Sư phạm Hà Nội. Hà Nội, 2005.
3. Bộ môn Phát triển kỹ năng: Kỹ năng giao tiếp. Bài giảng tóm tắt (lưu hành nội bộ). Bộ môn Phát triển kỹ năng, Trung tâm đào tạo Ngoại ngữ - Trường Đại học Thủy lợi, Hà nội, 2007.
4. Dale Carnegine: Đắc nhân tâm. NXB Đồng Tháp. 2003.
5. Dale Carnegine. Nghệ thuật nói trước công chúng. NXB Trẻ. 2007. Bản dịch Nguyễn Hiến Lê.
6. Trịnh Xuân Dũng: Kỹ năng giao tiếp. NXB ĐHQG Đại học Quốc gia Hà Nội. Hà Nội, 2000.
7. Thái Trí Dũng: Kỹ năng giao tiếp và thương lượng trong kinh doanh. NXB Thống kê. Hà Nội, 2004.
8. Nguyễn Ngọc Hiến: Kỹ năng giao tiếp hiệu quả trong hành chính, Học viện Hành chính quốc gia, 2006.
9. Tim Hindle. Kỹ năng thuyết trình. NXB Tổng hợp TPHCM. 2007.
10. Nguyễn Nguyệt Minh: Kỹ năng thuyết trình. NXB Giáo dục, 2005.
11. Susan M. Reinhart. Giving academic presentation. The University of Michigan Press. 2004
12. Tâm Việt. Kỹ năng giao tiếp và thuyết trình.
13. Vũ Hồng Vân. Giao tiếp trong kinh doanh và cuộc sống. NXB Thống kê. Hà Nội. 2006