

Các yếu tố tham gia vào quá trình giao tiếp

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

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

2.1 Chủ thể giao tiếp

Là con người cụ thể tham gia vào quá trình giao tiếp: một người hay nhiều người - đó là ai - với những đặc điểm sinh lý, tâm lý và xã hội ra sao? Tri thức và trình độ hiểu biết...như thế nào? Tất cả các đặc điểm của chủ thể giao tiếp đều ảnh hưởng đến hiệu quả giao tiếp.

Giao tiếp người - người thì cả hai đều là chủ thể giao tiếp và đều là đối tượng giao tiếp, vai trò này được chuyển đổi linh hoạt thường xuyên trong quá trình giao tiếp. Họ không chỉ là người nói và người nghe vì

mọi giác quan đều tham gia vào quá trình này, từ dáng điệu, cử chỉ, ánh mắt, vẻ mặt, thậm chí cả mùi nước hoa...

2.2. Mục đích giao tiếp

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

2.3. Nội dung giao tiếp

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

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

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

2.3.1. Nội dung tâm lý trong giao tiếp

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

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

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

- Thành phần thái độ cảm xúc: Từ thời điểm bắt đầu, qua diễn biến rồi đến kết thúc của một quá trình giao tiếp đều biểu hiện một trạng thái xúc cảm nhất định của chủ thể và đối tượng giao tiếp. Trong giao tiếp, ngoài

sự định hướng về hình thể, nội dung giao tiếp, con người bao giờ cũng thể hiện thái độ của mình trước khi bắt đầu tiếp xúc: Thiện chí, hữu nghị hay lãnh đạm, thiếu quan tâm... Những thái độ cảm xúc này mang tính định hướng cho quá trình giao tiếp, chúng thay đổi cùng với nội dung và hoàn cảnh giao tiếp, có thể từ thiện chí đến không thiện chí, từ thờ ơ đến quan tâm...

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

2.3.2. Nội dung công việc.

Nội dung công việc trong giao tiếp chỉ tính chất mối quan hệ xã hội. Nội dung công việc trong giao tiếp chỉ tính chất mối quan hệ xã hội. Nội dung công việc mang tính chất tạm thời, vụ việc xảy ra trong quan hệ con người với con người. Bất kỳ một tiếp xúc nào giữa chủ thể và đối tượng giao tiếp đều tìm thấy một nội dung nhất định. Ngay trong nội dung công việc cũng phải có nội dung tâm lý biểu hiện. Công việc là sự

biểu hiện bên ngoài, công việc thực hiện tốt hay không tốt được các nội dung tâm lý hướng dẫn, kích thích như là động lực thúc đẩy hoặc kìm hãm trực tiếp. Giao tiếp trong công việc bao giờ cũng mang tính chất hoàn cảnh, tình huống, xảy ra trong thời gian ngắn, nhưng chính thái độ và hành vi ứng xử của chủ thể và đối tượng giao tiếp ở những tình huống này chứa đựng một bản chất thực vốn có của mọi người.

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

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

thể.2.4. Phương tiện giao tiếp

Được thể hiện thông qua các hệ thống tín hiệu giao tiếp ngôn ngữ (gồm tiếng nói và chữ viết) và giao tiếp phi ngôn ngữ (nét mặt, giọng nói, cử chỉ, tư thế...)

2.5. Hoàn cảnh giao tiếp

Là bối cảnh trong đó diễn ra quá trình giao tiếp, bao gồm cả khía cạnh vật chất và khía cạnh xã hội.

Khía cạnh vật chất thí dụ như địa điểm, kích thước không gian gặp gỡ, số người hiện diện, khí hậu, ánh sáng, tiếng ồn, màu sắc đồ vật xung quanh... Đây là những khía cạnh nằm bên ngoài các đối tượng đang giao tiếp.

Khía cạnh xã hội ví dụ như mục đích giao tiếp, quan hệ giao tiếp.

2.6. Kênh giao tiếp

Là đường liên lạc giữa chủ thể và đối tượng giao tiếp. Vì vậy phải tổ chức kênh sao cho quá trình giao tiếp đạt được hiệu quả nhất. Thí dụ: Kênh giao tiếp là thị giác thì cần phải cấu trúc bài viết ra sao và làm thế nào để đối tượng giao tiếp nhìn thấy rõ các chữ viết...

2.7. Quan hệ giao tiếp

Thể hiện mối tương quan giữa các chủ thể giao tiếp. Chẳng hạn như mức độ thân sơ, vai vế, uy tín, địa vị xã hội, tuổi tác... giữa họ.