Giải mã sức hút cá nhân

The Charisma Effect

Cách tạo ấn tượng mạnh mẽ và bền vững

Andrew Leigh

Bản dịch tiếng Việt

Lê Huy Lâm

NHÀ XUẤT BẢN TỔNG HỢP
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

NTV
Công ty TNHH
Nhân Trí Việt



Giải mã sức hút cá nhân



Prentice Hall LIFE

Nếu cuộc sống do chính bạn tạo ra thì việc tạo ra một cuộc sống tốt đẹp hơn sẽ bắt đầu từ đây.

Kiến thức chúng ta có được hôm nay có thể thay đổi cuộc sống của chúng ta trong tương lai. Nó có thể thay đổi mục tiêu hay trí tuệ của chúng ta, mở ra những cơ hội mới hoặc đơn thuần thôi thúc chúng ta tạo nên sự khác biệt. Đó là lý do vì sao chúng tôi cho ra đời một loạt sách mới – những công cụ giúp bạn tận dụng nhiều hơn nữa cuộc sống của chính mình.

Dù bạn muốn tự tin hơn hay bớt căng thẳng, muốn có một kỹ năng mới hay một quan điểm khác, chúng tôi cũng biên soạn loạt sách *Prentice Hall Life* nhằm giúp bạn tạo ra sự thay đổi theo chiều hướng tốt hơn. Cùng với các tác giả, chúng tôi tin rằng loạt sách này sẽ mang đến cho bạn những ý tưởng sáng giá nhất cũng như những phương pháp hiệu quả nhất để làm chủ cuộc đời, kiểm soát công việc và tài sản của bạn.

Hy vọng rằng bạn sẽ tìm thấy những ý tưởng cần thiết cho cuộc sống theo cách của riêng mình. Hãy cố lên và tự giúp chính mình.

Đó là những điều bạn có thể thực hiện được.

***

Giải mã sức hút cá nhân

The Charisma Effect

Cách tạo ấn tượng mạnh mẽ và bền vững

Andrew Leigh

Bản dịch tiếng Việt

Lê Huy Lâm

NHÀ XUẤT BẢN TỔNG HỢP
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

NTV
Công ty TNHH
Nhân Trí Việt



PEARSON EDUCATION LIMITED

THE CHARISMA EFFECT

© Pearson Education Limited 2008

This translation of THE CHARISMA EFFECT, First Edition is published by arrangement between Pearson Education Limited, UK and Nhan Tri Viet Co., Ltd, Vietnam.

GIẢI MÃ SỨC HÚT CÁ NHÂN

Công ty TNHH Nhân Trí Việt giữ bản quyền bản dịch tiếng Việt, 2009.

Được xuất bản độc quyền tại Việt Nam, phát hành trên toàn thế giới, theo hợp đồng chuyển nhượng bản quyền giữa Pearson Education Limited và Công ty TNHH Nhân Trí Việt.

Không phần nào trong tác phẩm này được phép sao chép, lưu giữ, đưa vào hệ thống truy cập, hoặc truyền tải bằng bất kỳ hình thức hay phương tiện nào, điện tử, ghi âm, sao chụp, thu hình, phát tán qua mạng, hoặc dưới bất cứ hình thức nào khác khi chưa có sự cho phép bằng văn bản của chủ bản quyền.

Mục lục

Về tác giả 6
Lời cám ơn 7
Lời cám ơn của Nhà xuất bản 8
Giới thiệu: Giải mã sức hút cá nhân 9

Phần 1 Mục đích – Khám phá và xác định rõ mục đích thật sự của bạn **27**
1. Mục đích 29

Phần 2 Hãy là chính bạn – Bảy hành vi tạo nên sức hút cá nhân **59**
2. Lưu loát 61
3. Tự tin 85
4. Nhạy bén 101
5. Chân thật 121
6. Can đảm 139
7. Nhiệt tình 165
8. Phong thái 183

Phần 3 Sự hòa hợp – Hãy tạo ra sức hấp dẫn đặc biệt ấy **203**
9. Sự hòa hợp: Yêu cầu về A-I-R 205
10. Sự hòa hợp: Chú ý 213
11. Sự hòa hợp: Phối hợp 233
12. Sự hòa hợp: Quan hệ tốt 249

Phần 4 Tổng hợp **269**
13. Sử dụng phương pháp A-B-C trong đời thường 271

Về tác giả

Andrew Leigh là giám đốc sáng lập Tổ chức Maynard Leigh – dịch vụ phát triển và tư vấn có nhiệm vụ khai mở tiềm năng của con người.

Ông từng là cây bút phụ trách mục thương mại cho tờ *The Observer* và sau đó đảm nhận chức vụ phó giám đốc ở khu vực công trong nhiều năm. Là tác giả của hàng chục quyển sách về quản lý, năng lực lãnh đạo và thuyết trình, ông còn là thành viên của Viện Đặc quyền về nhân sự và phát triển.

Lời cám ơn

Quyển *Giải mã sức hút cá nhân* đã nhận được sự đóng góp của nhiều cá nhân – những người có nhã ý đọc bản thảo, nhận xét và hỗ trợ theo cách của mình. Tác giả xin gởi lời cám ơn đến:

Henry Stewart của công ty TNHH Happy – người đã giúp khởi động toàn bộ ý tưởng

Những thành viên sau đây của Tổ chức Maynard Leigh: Michael Maynard, đồng giám đốc của tôi và là người đã có những nhận định hoàn chỉnh và sâu sắc; Bridget Brice, giám đốc khóa học về tác động cá nhân; Adrian Jones, Ann Walsh, Barbara Thorn, Bill Britten, Caroline Kennedy, Deena Gornick, John Spencer, Josie Maskell, Rosanna Mason, Steve Bolton và Siobhan Stamp

Những cá nhân bên ngoài Tổ chức Maynard Leigh: Roger Taylor của T-Mobile, Ian Cutler của Skandia, Susan Coulson của Barclaycard, Simon Adams và Aiden Leigh

Tác giả cũng xin gửi lời cám ơn đến: Darion và Aiden Leigh – những người đã giúp đỡ về mặt kỹ thuật cho website charisma-effect.com, Samantha Jackson của Nhà xuất bản Pearson Education – người đã ấp ủ cuốn sách từ giai đoạn khởi đầu cho đến khi xuất bản và luôn hỗ trợ đều đặn.

Cuối cùng, tác giả đặc biệt cảm ơn Gillian Leigh – người đã đưa ra nhiều cải tiến và đề nghị hữu ích dù rất bận rộn.

Xin dành tặng Gilly quyển sách này.

Lời cám ơn của Nhà xuất bản

Chúng tôi chân thành cám ơn những cá nhân và tổ chức sau đã cho phép in lại những tài liệu có bản quyền:

Hình không có đánh số ở trang 17 © Tổ chức Maynard Leigh 2007, đã cho phép in lại; bảng không có đánh số ở trang 176 Copyright © 2005 Mitch Ditkoff, Dave Pollard, Tim Moore và Carolyn Allen, đã cho phép in lại; khung tiêu đề "Những từ gây tác động mạnh mẽ" ở trang 197, được cải biên với sự cho phép của Shelle Rose Charvet (1997) *Words That Change Minds: Mastering the Language of Influence*, ấn bản lần hai, Kendall/Hunt xuất bản. www.WordsThatChangeMinds.com.

Trong một vài trường hợp, chúng tôi không thể tìm ra người sở hữu tài liệu có bản quyền và chúng tôi rất cảm kích nếu nhận được sự giúp đỡ từ các bạn.

Giới thiệu: **Giải mã sức hút cá nhân**

"Phút giây anh bước đi trong quán, tôi có thể thấy anh là con người độc đáo. Một tay tiêu tiền như nước". Đây là lời ca nổi tiếng do nữ danh ca Shirley Bassey thể hiện. Nó cho thấy người khác đánh giá chúng ta chỉ trong nháy mắt. Điều này trực tiếp xuất phát từ việc chúng ta có hay thiếu sức hút cá nhân.

Dạng sức hút cá nhân tuyệt đối xuất hiện ở những nhân vật có sức hấp dẫn đặc biệt như Ghandi, cựu tổng thống Bill Clinton, Nelson Mandela, Madonna, Oprah Winfrey, Mohammed Ali, Churchill, Mẹ Teresa và tổng giám mục Desmond Tutu.

Chúng ta cũng hoàn toàn không thể bỏ qua dạng sức hút cá nhân có ảnh hưởng tiêu cực. Hitler, Idi Amin và Mugabe, tất cả đều vận dụng sức hút ấy với kết quả vô cùng đáng sợ. Như vậy, sức hút cá nhân và "điều tốt lành" không phải lúc nào cũng đi đôi với nhau.

sức hút cá nhân và "điều tốt lành" không phải lúc nào cũng đi đôi với nhau

Thuật ngữ "sức hút cá nhân" quen thuộc đến mức chúng ta ít khi dành thời gian nghĩ xem tại sao phần đông chúng ta có quan niệm về nó như vậy. Nếu không hiểu cơ cấu sức hút cá nhân hay cảm nhận vô thức của chúng ta về nó thì tiềm năng sử dụng sức hút này theo hướng tích cực sẽ bị hạn chế.

Người ta thường cho rằng sức hút cá nhân chỉ có ở một số ít người – những người xuất chúng. Quan điểm này dường như

ngụ ý rằng sức hút cá nhân có những đặc tính bí ẩn, gần như là ma lực, và bạn có thể có hoặc không có sức hút ấy ngay từ lúc mới sinh. Tuy nhiên, như bạn sẽ thấy, sức hút cá nhân không phải hoàn toàn do bẩm sinh mà tùy vào việc tạo dựng mối quan hệ giữa bạn và người khác.

Chúng ta thường nghĩ rằng một nhân vật lịch sử, một nhân vật tiếng tăm lừng lẫy, một nhà lãnh đạo có uy quyền hay một người có danh vọng mới sở hữu sức hút cá nhân mạnh mẽ. Nhưng địa vị và danh tiếng tạo ra sức hút cá nhân hay chính sức hút cá nhân tạo ra chúng, điều này không phải lúc nào cũng được xác định rõ ràng.

Về nhiều mặt, chúng ta cảm thấy thoải mái khi quan niệm sức hút cá nhân nằm ngoài tầm tay của mình và chỉ dành cho những con người kiệt xuất – những người sinh ra để cho chúng ta ngưỡng mộ, thèm muốn hay sợ hãi. Tuy nhiên, việc những nhân vật này có sức hút cá nhân phi thường phải chăng cũng đồng nghĩa với việc số người còn lại như chúng ta không thể tạo được tác động quan trọng và đáng nhớ đối với người khác? Sự thật hoàn toàn không phải như vậy.

Vì cứ yên tâm với suy nghĩ sức hút cá nhân vượt quá khả năng của mình, chúng ta đã hoàn toàn không nỗ lực nghiêm túc để khẳng định tiềm năng gây ảnh hưởng mạnh mẽ và lâu dài của bản thân. Trở nên thật sự mạnh mẽ và có khả năng tác động hay ảnh hưởng quan trọng đến người khác dường như là điều chúng ta không thể thực hiện được hoặc khiến chúng ta cảm thấy sợ hãi, hoặc thậm chí cả hai.

Một khía cạnh khác chi phối quan niệm của chúng ta về sức hút cá nhân là sức hút này thường liên quan đến số đông.

Giới thiệu: **Giải mã sức hút cá nhân**

"Phút giây anh bước đi trong quán, tôi có thể thấy anh là con người độc đáo. Một tay tiêu tiền như nước". Đây là lời ca nổi tiếng do nữ danh ca Shirley Bassey thể hiện. Nó cho thấy người khác đánh giá chúng ta chỉ trong nháy mắt. Điều này trực tiếp xuất phát từ việc chúng ta có hay thiếu sức hút cá nhân.

Dạng sức hút cá nhân tuyệt đối xuất hiện ở những nhân vật có sức hấp dẫn đặc biệt như Ghandi, cựu tổng thống Bill Clinton, Nelson Mandela, Madonna, Oprah Winfrey, Mohammed Ali, Churchill, Mẹ Teresa và tổng giám mục Desmond Tutu.

Chúng ta cũng hoàn toàn không thể bỏ qua dạng sức hút cá nhân có ảnh hưởng tiêu cực. Hitler, Idi Amin và Mugabe, tất cả đều vận dụng sức hút ấy với kết quả vô cùng đáng sợ. Như vậy, sức hút cá nhân và "điều tốt lành" không phải lúc nào cũng đi đôi với nhau.

sức hút cá nhân và "điều tốt lành" không phải lúc nào cũng đi đôi với nhau

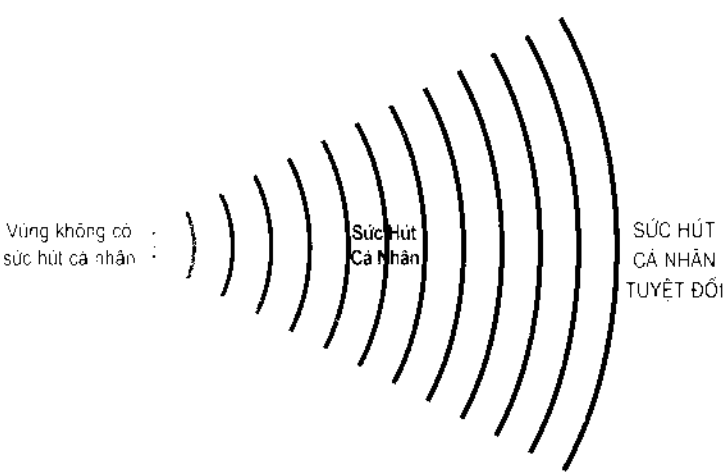
Thuật ngữ "sức hút cá nhân" quen thuộc đến mức chúng ta ít khi dành thời gian nghĩ xem tại sao phần đông chúng ta có quan niệm về nó như vậy. Nếu không hiểu cơ cấu sức hút cá nhân hay cảm nhận vô thức của chúng ta về nó thì tiềm năng sử dụng sức hút này theo hướng tích cực sẽ bị hạn chế.

Người ta thường cho rằng sức hút cá nhân chỉ có ở một số ít người – những người xuất chúng. Quan điểm này dường như

Những nghệ sĩ danh tiếng, các lãnh tụ tôn giáo và tâm linh vĩ đại, các chính khách tên tuổi, những thiên tài quân sự đều là những bằng chứng về sức hút cá nhân siêu việt tác động đến phần lớn nhân loại.

Tuy nhiên, dù có ảnh hưởng đặc biệt đến đâu thì những nhân vật có sức hút cá nhân phi thường vẫn là con người. Dù sâu sắc và thậm chí khó lý giải, những tác động của họ không phải là ma lực, có tính siêu nhiên hay thậm chí vượt ngoài khả năng của chúng ta. Ở mức độ nào đó, mỗi chúng ta vẫn có thể tạo ra một sức thu hút có phạm vi ảnh hưởng hẹp hơn gọi là sức hút cá nhân.

Tác động này hoàn toàn có thể học được. Đó là việc tận dụng khả năng vốn có của bạn để gây ấn tượng mạnh mẽ dù hiện tại điều này chỉ là tiềm năng hoặc chưa được khai thác triệt để. Tác động cá nhân (personal impact) của bạn chính là sức hút cá nhân (Charisma Effect), và hai từ này được sử dụng như nhau trong quyển sách.



Tôi hoàn toàn không đơn độc khi khẳng định bạn có thể phát huy tác động của mình. Những người khác cũng kể lại sự thành công trong việc phát triển khả năng này, dù họ có thể có khác biệt đôi chút khi nhấn mạnh đến cách thực hiện. Chẳng hạn có người đã giải thích rằng khả năng đó có được khi người ta sử dụng nghị lực và trở nên toàn tâm toàn ý. Hiển nhiên đây là những yếu tố quan trọng, nhưng thật ra phương pháp giúp chúng ta có được sức hút cá nhân còn phức tạp hơn và chắn chắn đòi hỏi phải có thời gian để phát triển.

Trên sàn diễn và ngoài sàn diễn

Khi màn được kéo lên để bắt đầu một vở kịch, chúng ta lập tức có nhận xét về các nhân vật khác nhau nhằm cố gắng hiểu những gì đang diễn ra trên sân khấu. Nhưng cuộc đời thực phức tạp hơn vì không có tấm màn nào được kéo lên. Thay vào đó, chúng ta có thể nhận thấy mình đang diễn mà không phải lúc nào cũng xác định được thời điểm mình đang ở trên (hoặc ở ngoài) sàn diễn.

Có một câu chuyện về nữ minh tinh Marilyn Monroe được rất nhiều người biết. Một lần, Monroe đi mua sắm với người bạn, người này tỏ vẻ ngạc nhiên khi thấy dường như không ai nhận ra cô. Monroe giải thích do lúc ấy mình ở ngoài sàn diễn, và để chứng minh, cô "bật" phẩm chất sao của mình. Thế là chỉ trong vòng vài phút, mọi người đã kéo đến xin chữ ký của cô.

Khi xin việc làm, bạn có thể tin rằng mình đang ở ngoài sàn diễn vì cuộc phỏng vấn chưa bắt đầu. Tuy nhiên, sự thật là bạn đã ở trên sàn diễn ngay cả trước lúc nhấn chuông hay đi qua cửa, sự thật là màn đã được kéo lên khi bạn nói chuyện

với nhân viên tiếp tân, khi bạn ngồi đợi, khi bạn bắt tay hay có lẽ trong lúc bạn ngồi đọc trước khi cuộc phỏng vấn bắt đầu.

Chủ tịch công ty Royal Mail của Anh, Alan Leighton, kể lại cuộc thí nghiệm ở một công ty nơi ông đã theo dõi mức độ tiến bộ của khoảng 50 người trong thời gian 10 năm. Ở độ tuổi còn khá trẻ, những người này đã từ những vị trí kém quan trọng lên đến vị trí chỉ đứng sau cấp điều hành. Ông Leighton cho biết: "Điều gần giống nhất mà chúng tôi tìm thấy cho mẫu số chung của các trường hợp trên là ấn tượng ban đầu – một cảm nhận theo bản năng – của người quản lý cấp cao khi người ta tuyển dụng họ. Và điều này (ấn tượng ban đầu) đã trở thành một phần trong các tiêu chí tuyển dụng của chúng tôi".

dù thích hay không thì bạn vẫn đang ở trên sàn diễn

Tương tự, trong một văn phòng mà mọi người (kể cả bạn) dường như đang miệt mài làm việc trong im lặng, bạn có thể nghĩ là chẳng ai chú ý đến ai, và mình đang ở ngoài sàn diễn. Kỳ thực là người ta đang nhận biết về bạn và hành vi của bạn. Dù thích hay không thì bạn vẫn đang ở trên sàn diễn.

Như vậy, tác động của bạn đối với người khác là điều quan trọng. Mặt khác, cái nhìn của người khác về bạn có thể tạo ra bước ngoặt cho cuộc đời bạn, ảnh hưởng đến các mối quan hệ của bạn dù ở nơi làm việc hay ở nhà, tại cuộc họp ủy ban địa phương, cuộc họp giữa giáo viên và phụ huynh hay khi bạn đến khiếu nại ở một cửa hàng v.v...

Tác động của bạn chính là việc cá nhân bạn được người khác công nhận ở mức độ nào, điều này gần như phụ thuộc hoàn toàn vào việc bạn đã gây ấn tượng cho người khác ở mức nào khi làm chủ sức hút cá nhân.

Phần đông mọi người đều muốn tạo ra một ấn tượng ban đầu tích cực để người khác yêu thích và nhớ mãi. Hơn thế nữa, đa số chúng ta sẽ rất vui sướng khi có thể giao tiếp một cách tự tin cũng như để lại ấn tượng tốt đẹp và lâu dài. Điều này hoàn toàn có thể trở thành sự thật.

Bạn có thể muốn gây ấn tượng đối với người khác, muốn làm điều này một cách tự nhiên chứ không khoác vẻ giả tạo hay ma mãnh. Tôi sẽ chia sẻ với bạn một số phương pháp từ kinh nghiệm giảng dạy và huấn luyện của chúng tôi – những kinh nghiệm đã giúp nhiều người đạt được kết quả này. Rất đơn giản, chúng ta sẽ bắt đầu tìm hiểu sức hút cá nhân độc đáo của bạn.

Sức hút này là bí quyết giúp bạn thành công trong giao tiếp với người khác, được họ đồng thuận, tin tưởng, gắn bó hay ngưỡng mộ. Những ai bộc lộ sức hút này mạnh mẽ sẽ có khuynh hướng hòa hợp và thoải mái khi giao tiếp với người khác, họ cũng có khả năng gây ảnh hưởng đến mọi người. Chúng ta gọi họ là những người có nét hấp dẫn và sức lôi cuốn, cả về ngoại hình lẫn cảm xúc, trí tuệ và có lẽ ở mặt tâm linh nữa.

Sức hút cá nhân...

... là khả năng sử dụng mọi mặt của bản thân bạn để gây tác động mạnh mẽ và khó quên đối với người khác, ảnh hưởng đến cảm xúc, thể chất và tinh thần (bao gồm tâm tư, thái độ và hành vi) của họ.

Theo cách dùng truyền thống, sức hút cá nhân tuyệt đối thường được định nghĩa là khả năng phi thường trong việc tác động đến người khác và khơi dậy sự tôn sùng nơi họ.

Trong sách này, tôi sẽ giới thiệu với bạn những yếu tố góp phần tạo nên sức hút cá nhân của bạn chứ không phải dạng cao nhất của sức hút cá nhân tuyệt đối. Đương nhiên không phải ai cũng đồng ý với những yếu tố này vì ngay cả ở thời điểm hiện nay, đây vẫn là lĩnh vực chưa được nghiên cứu đến nơi đến chốn. Tôi chỉ có thể nói rằng nhiều người đã thấy những yếu tố này là hữu ích qua các hội thảo về tác động cá nhân và các buổi học (một thầy một trò) do chúng tôi phụ trách trong nhiều năm ở nhiều công ty lớn.

Thông thường, người ta nghĩ rằng các nhà lãnh đạo chính trị và người đứng đầu công ty lớn phải là những nhân vật có sức hấp dẫn đặc biệt. Trong một cuộc họp thường niên của công ty Marks & Spencer, với sự tham dự của Stuart Rose – người mới lên nắm quyền điều hành, một nhà đầu tư đã hỏi chủ tọa một cách thô bạo: "Sao ông không có sức hút cá nhân như Stuart Rose?".

Những nghiên cứu gần đây cho thấy có một điểm khác biệt quan trọng giữa việc sở hữu, sử dụng sức hút cá nhân tuyệt đối để lòe và dụ dỗ người khác với việc chỉ đơn thuần sử dụng sức hút cá nhân tương đối nhằm mang lại hiệu quả. Một nhà nghiên cứu có uy tín trong lĩnh vực này giải thích: "Về lâu dài, những nhà lãnh đạo có ít sức hút cá nhân thường thành công hơn những người có nhiều sức hút ấy"[1]. Nghiên cứu quan trọng của Collins về các nhà lãnh đạo thành công đã cho thấy một điều lạ lùng: những người lãnh đạo tài giỏi của các công ty thường "khiêm tốn, trầm lặng, kín đáo đến mức nhút nhát – một sự pha trộn đầy nghịch lý giữa tính cách nhún nhường và lòng quyết tâm trong lĩnh vực chuyên môn. Những người như thế giống Lincoln và Socrates hơn là Patton hay Caesar".

(1) Collins, J. (2001) *Good to Great*, Random House

Bà Anita Roddick (nay đã qua đời), người sáng lập chuỗi cửa hàng The Body Shop[1], đã từng khẳng định: "Bạn không nhất thiết phải có sức hút cá nhân, bạn chỉ cần có niềm tin vững chắc là những gì mình đang làm sẽ trở thành hiện thực". Nói khác đi một chút, theo nghĩa thực dụng, dạng cao nhất của sức hút cá nhân tuyệt đối là điều khó đạt được, do đó sách này chỉ tập trung vào dạng dễ thực hiện hơn là sức hút cá nhân.

Bạn có thể thích nâng cao sức hút cá nhân của mình nhưng một số người chung quanh có thể không muốn bạn thay đổi. Tình trạng này cũng gần giống như việc giảm cân: giảm cân hoàn toàn rất có lợi nhưng biết đâu người khác lại thích bạn tròn trịa và thoải mái. Vì vậy, khi phải thay đổi, bạn hãy chuẩn bị đối phó với sự phản kháng, nếu không xuất phát từ bản thân bạn thì cũng có thể từ những người chung quanh.

Phần đầu của sách này sẽ tìm hiểu các mục tiêu của bạn và tác động của chúng đối với cách bạn ứng xử với người khác cùng ấn tượng bạn tạo ra cho họ. Phần thứ hai của sách, thông qua các hành vi tự nhiên, sẽ chỉ ra phương pháp giúp bạn có thể bộc lộ con người thật của mình khi tác động đến cách cảm nhận của người khác về bạn. Phần thứ ba sẽ phân tích chỗ khó khăn trong sự hòa hợp thông qua mối quan hệ giữa bạn với người khác. Phần cuối của sách sẽ tổng hợp tất cả các yếu tố và qua đó cho thấy bạn có thể sử dụng những phần được chọn lựa trong phương pháp này để điều chỉnh, nâng cao sức hút cá nhân của mình nhằm gây ấn tượng mạnh mẽ và lâu dài.

Bất cứ khi nào tác động đến người khác, bạn hãy sử dụng dạng sức hút cá nhân của riêng mình. Dạng sức hút này sẽ

[1] The Body Shop là thương hiệu mỹ phẩm chăm sóc da và tóc (ND).

mang lại hiệu quả mỗi khi bạn thành công trong việc ảnh hưởng đến một nhóm/đội, đến sếp, đồng nghiệp hay bất kỳ người nào bạn gặp. Mục đích của sách là giúp bạn phát triển hơn nữa khả năng vốn có này. Thông qua sách, bạn sẽ có một loạt bài tập thực hành giúp nhận biết bản thân mình tốt hơn và có điều kiện ứng dụng vào thực tế những khía cạnh khác nhau của việc sử dụng sức hút cá nhân.

mục đích của sách là giúp bạn phát triển hơn nữa khả năng vốn có này

Bạn có thể muốn đọc quyển sách này từ đầu đến cuối và đó là điều hay. Bạn cũng có thể thích đọc thẳng vào một lĩnh vực mà bạn biết mình cần phát triển. Ngoài việc sẵn sàng thử nghiệm những cách ứng xử mới, điều quan trọng nhất là bạn thật sự có thể phát triển được sức hút cá nhân của mình thông qua một số hình thức trợ giúp sẵn có.

Yếu tố con người

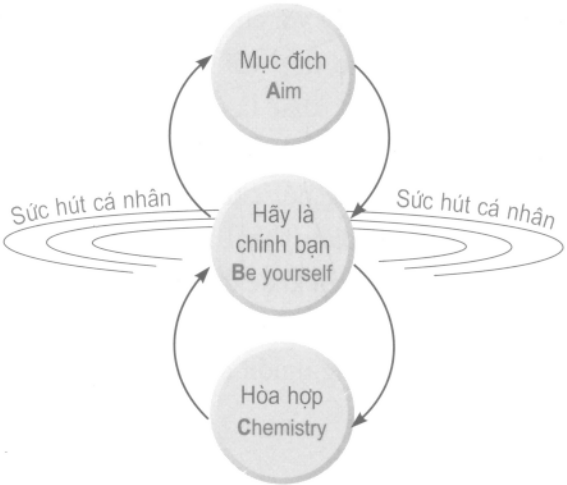
Trong chừng mực nào đó, ngay cả người sống ẩn dật cực đoan nhất, người đam mê kỹ thuật, dân nghiện vi tính đến mức lập dị, người quá mê say với chuyên môn hay người quản lý miệt mài cũng phải giao tiếp với những người khác. Giao tiếp giữa chúng ta và người khác là điều tự nhiên trong cuộc sống hàng ngày, dù nó diễn ra trong cuộc họp hay lúc chúng ta gặp sếp ở hành lang, lúc nói chuyện với khách hàng, dự phỏng vấn xin việc, gọi điện thoại hoặc khi là thành viên trong một đội ngũ. Việc người khác đánh giá chúng ta như thế nào là điều rất quan trọng vì ý kiến và phản ứng của họ sẽ tác động đến phản ứng và mong muốn của chúng ta.

Nếu tạo được ấn tượng tốt nơi người khác, bạn sẽ được họ lắng nghe, hỏi ý kiến, đáp ứng các yêu cầu v.v... Khi có sức tác động mạnh mẽ đến mọi người, bạn không chỉ tồn tại trong cuộc sống mà còn tồn tại một cách tích cực. Quy trình này bao gồm ba yếu tố then chốt sau:



Vì yếu tố này có khi tác động đến yếu tố kia và ngược lại nên những tương tác như thế có thể trở nên phức tạp. Ví dụ, bạn có thể ghé thăm người hàng xóm với ý định nào đó nhưng rồi phải thay đổi theo phản ứng của người này; hoặc khi đưa ra một ý tưởng gây phản ứng mạnh trong gia đình, bạn cũng phải điều chỉnh lại ý kiến ban đầu theo cách nào đó.

Gần như trong bất cứ tình huống giao tiếp nào, khi bạn muốn tạo ấn tượng mạnh mẽ và lâu dài, phương pháp A-B-C sẽ mang lại chuỗi dấu hiệu dễ nhớ. Việc kết hợp ba yếu tố trên cuối cùng sẽ tạo nên sức mạnh cho sức hút cá nhân của bạn. Có thể tóm tắt toàn bộ quy trình này theo cách trực quan như sau:



Hãy xem sức hút cá nhân như những gợn sóng trên mặt hồ. Có những gợn sóng rất mạnh, lan xa nhưng cũng có những gợn sóng yếu, chỉ tác động trong phạm vi nhỏ hẹp.

Từ những gợn sóng do sức hút cá nhân của chúng ta tạo ra, người khác sẽ có những đánh giá về chúng ta. Thường thì những đánh giá này diễn ra rất nhanh, do đó không biết bạn có thấy lạ hay không trước việc vô số tạp chí tên tuổi liên tục tư vấn cho chúng ta về những điều cơ bản như ngoại hình, phong cách và màu trang phục. Thế nhưng đây chỉ là những mặt dễ nhận thấy của sức hút cá nhân. Thật ra nó còn có những khía cạnh tinh tế hơn mà chúng ta sẽ cùng khám phá.

Lần gần đây nhất khi bạn có phong độ đỉnh cao và tạo được ấn tượng mạnh mẽ là khi nào? Thử hoàn chỉnh bài tập về tác động dưới đây xem có khám phá được điều gì thú vị về tác động hiện nay của bạn đối với người khác hay không.

Bài tập về tác động

1. Trình bày ngắn gọn thời điểm bạn cảm thấy đã tạo được ấn tượng thật sự tốt đẹp đối với người hoặc nhóm người nào đó.

2. Việc này diễn ra ở đâu?

3. Kể một số yếu tố khiến sự việc diễn ra thuận lợi như vậy (ví dụ: cười thật nhiều, có tập dượt trước, nhớ tên mọi người).

4. Lúc đó bạn cảm thấy thế nào (ví dụ: tự tin, thoải mái, muốn tìm hiểu, sẵn sàng, quả quyết)?

Những thông tin vừa ghi cho thấy điều gì về tác động của bạn?

Nếu thấy khó xác định thời điểm tạo được ấn tượng thật sự tốt đẹp, hãy nghĩ đến lúc bạn tìm được một việc làm, có một mối tình, gặp người khác vào kỳ nghỉ, hoàn thành một dự án v.v... Có lẽ bạn cũng sẽ nhớ ra có một lúc nào đó bạn đã cảm thấy:

"Người ta thật sự không lắng nghe tôi".

"Tôi không thể diễn đạt quan điểm của mình một cách hiệu quả".

"Tôi không cảm thấy tự tin trong tình huống đó".

"Người ta không bao giờ thấy được con người thật của tôi".

"Chúng tôi đã bất đồng quan điểm".

"Tôi không nói chuyện phiếm".

"Tôi cảm thấy không thoải mái khi nói chuyện với cấp trên/người lớn tuổi/những nhân vật quan trọng".

"Tôi thật sự muốn gây ấn tượng mạnh hơn".

Bạn có thể thất vọng về bản thân mình khi thấy người khác gây ảnh hưởng, diễn đạt ý tưởng, ý kiến hay nhu cầu của họ một cách dễ dàng. Tuy nhiên, việc đạt được sức hút cá nhân không có gì là bí ẩn. Cảm giác thất vọng nói trên xuất phát từ chỗ nhiều người không biết có những phương pháp và nguyên tắc có thể học và áp dụng.

Điều đáng tiếc là những người có sức hút cá nhân mạnh mẽ lại thường gần như không thể giải thích mình đã đạt được

sức hút ấy bằng cách nào. Đối với họ, đây có thể là điều tự nhiên, vì vậy việc giúp những người bình thường muốn được như họ không phải là chuyện dễ dàng. Trong quyển sách này, chúng ta sẽ cùng tham gia vào quá trình tìm hiểu nguyên lý A-B-C của sức hút cá nhân, tìm hiểu những cách thức giúp bạn có thể tạo tác động tích cực trong nhiều tình huống không trang trọng hoặc trong nhóm nhỏ như cuộc họp tay đôi, buổi thảo luận về công việc, buổi đối thoại với người khác, làm việc theo nhóm/tổ, cuộc trao đổi qua điện thoại v.v...

> điều đáng tiếc là những người có sức hút cá nhân mạnh mẽ lại thường gần như không thể giải thích mình đã đạt được sức hút ấy bằng cách nào

Hầu hết chúng ta thường gặp những tình huống không trang trọng hơn là một buổi thuyết trình phải đứng phát biểu hay một buổi đọc diễn văn trước hội nghị. Trong khi chỉ có một số ít người được tuyển chọn mới có quyền bước lên bục dành cho diễn giả thì tất cả chúng ta đều thường xuyên giao tiếp trong những tình huống không trang trọng – những tình huống đòi hỏi chúng ta phải tạo được tác động phù hợp.

Trong cách gây tác động tích cực, những quy tắc cứng nhắc hiếm khi mang lại hiệu quả. Chúng ta hãy thử nghĩ đến dáng vẻ không mấy sắc sảo của Bill Gates – chủ tịch Microsoft, tính tùy tiện cố ý của Richard Branson, phong cách của một anh chàng táo tợn mà thị trưởng Luân Đôn Ken Livingston đã thể hiện. Khó có thể nói những nhân vật này đã tuân thủ đúng cái gọi là quy tắc ăn mặc chỉnh tề. Vậy mà không ai có thể phủ nhận họ có sức hút cá nhân rất mạnh mẽ.

Sống với con người thật của bạn là đủ

Bạn là một nhân cách duy nhất, không giống với bất kỳ ai. Nếu cố gắng hành động như Madonna, vờ làm Mandela hay thậm chí bắt chước sếp để gây ấn tượng, có thể bạn sẽ thất bại thảm hại. Đó là lý do vì sao phương pháp A-B-C lại đặc biệt chú trọng đến tính chân thật. Khi áp dụng phương pháp này vào thực tế, bạn chỉ cần điều chỉnh cho phù hợp với những yêu cầu cụ thể trong các tình huống khác nhau.

Nghiên cứu cho thấy sức hút cá nhân một nửa là do bẩm sinh, một nửa do rèn luyện. Dĩ nhiên chúng tôi đã sử dụng nhiều ý tưởng trong sách này cho các hội thảo về tác động cá nhân (do chúng tôi tổ chức và thường kéo dài), và đã có bằng chứng cho thấy gần như mọi người đều có thể khơi dậy tiềm năng sử dụng sức hút cá nhân vốn có của mình. Những công ty như Aviva, Bertelsmann, SES Astra, ngân hàng Ireland, BMW, Fidelity, DHL, Electronic Arts và Ernst & Young có lúc cũng đã sử dụng các hội thảo này.

Bạn có thể chủ động chọn cách phát triển sức hút cá nhân của mình. Khi phát triển sức hút này, yêu cầu quan trọng nhất lại cực kỳ đơn giản, đó là bạn sẵn sàng:

- thử nghiệm

Thử nghiệm không có nghĩa là bạn trở thành một con người hoàn toàn khác hay thay đổi tính cách cơ bản của mình. Bạn vẫn là bạn, dù có thể bạn sẽ cảm thấy một ý thức tự tin mới đang hình thành trong bản thân mình sau khi thử những cách ứng xử mới.

Phát triển sức hút cá nhân nghĩa là sẵn sàng thử nghiệm những ý tưởng mới, khám phá những hành vi mới, tìm cách

nâng cao nhận thức của bản thân về tác động thật sự của mình. Jacqueline Gold – lãnh đạo của chuỗi cửa hàng Anne Summers, một người rất có khả năng thuyết phục – đã phát biểu ngắn gọn nhưng rất rõ ràng: "Hãy tự thách thức bản thân rồi những điều kỳ diệu sẽ đến".

Có thể nói khi đọc xong sách này, bạn chỉ mới bắt đầu áp dụng một số ý tưởng và gợi ý trong sách mà thôi, cũng như một người tham dự hội thảo về tác động cá nhân đã phát biểu như sau khi được hỏi cảm tưởng sau một vài tuần: "À, tốt lắm, nhưng tôi chưa có cơ hội thực hành".

Muốn phát triển sức hút cá nhân, bạn cần liên tục rèn luyện, tìm cách thực hành và thử nghiệm hàng ngày. Bạn có thể làm điều này ở bất cứ nơi nào bạn tiếp xúc với người khác, qua điện thoại, trong cửa hàng, khi đi ăn với bạn bè, khi đi du lịch, hội họp, lúc ở quanh máy bán nước giải khát hay bất kỳ nơi đâu. Khi đã hiểu rõ cách tạo tác động, bạn sẽ thấy có vô số cơ hội để thực hành. Muốn kiểm tra xem mình đã sẵn sàng để thử nghiệm hay chưa, bạn hãy xem bài tập với gương soi bên dưới. Nếu bạn đang di chuyển và đọc sách này trên xe lửa hay máy bay thì hãy cất sách đi cho đến khi có thể hoàn thành bài tập này một mình!

Bài tập với gương soi

Bạn cần:

- một đồng hồ đeo tay có kim giây hoặc máy đếm hiện số
- một gương soi khá lớn để có thể cầm trước mặt
- một nơi yên tĩnh để có thể tập trung trong chốc lát

Dưới đây là những bước thực hiện:

1. Dành trọn năm phút để săm soi mình trong gương. Đừng gian dối, cứ nhìn vào gương và chỉ cần như vậy thôi. Bạn thấy gì?
2. Trong lúc nhìn vào gương, bạn phải hết sức nhạy bén. Bạn phát hiện được gì ngoài những đặc điểm quen thuộc của mình? Bạn thấy gì trong đôi mắt đang nhìn chăm chú của mình? Bạn có biểu hiện gì? Người bạn đang nhìn dường như có tính cách thế nào?
3. Một người khác sẽ đặc biệt nhận thấy điều gì về con người này?

Bạn thực hiện được bài tập trên liên tục trong năm phút hay bỏ cuộc sớm hơn? Nếu bạn ngừng trước thời gian thì tại sao bài tập với gương soi lại đòi hỏi phải thực hiện lâu và khó đến vậy? Trong trường hợp này, bạn hãy nghỉ giải lao và thử làm lại (cũng liên tục trong năm phút), mặt khác hãy đặc biệt chú ý đến phản ứng của bạn trong thời gian thực hiện bài tập.

Nếu thành công trong năm phút trọn vẹn, bạn thấy gì? Dĩ nhiên là bạn sẽ thấy chính mình nhưng ngoài ra còn gì nữa? Người trong gương đang nhìn bạn là ai? Bạn nhận thấy gì ở người này? Điểm gì là nổi bật? Người này vui hay buồn?

Nhân đây cũng xin nói thêm là bạn có thể xem bài tập với gương trong bộ phim *Angel-A* của Jean-Luc Besson (2005). Trong phim, bài tập này đã được thể hiện sinh động cùng khả năng của nó là giúp nâng cao nhận thức bản thân.

Tại sao phải làm bài tập này?

Tại sao chúng ta phải làm bài tập dường như quá chú ý đến bản thân mình như vậy? Dù sao thì có lẽ ngày nào bạn cũng soi gương, thậm chí còn dành nhiều thời gian làm cho

mình có dáng vẻ chải chuốt hoặc hấp dẫn hơn. Bài tập với gương nhằm giúp bạn biết rõ hơn về con người mình, nâng cao mức độ nhận biết bản thân, làm tăng khả năng "thấy" và hiểu các dấu hiệu cũng như thông tin.

Vậy người đang nhìn bạn từ trong gương thuộc loại người nào? Đó là một người nghiêm túc, một người luôn mỉm cười hay nhăn nhó, một người có vẻ vui, buồn, giận hay lo âu? Chỉ qua cái nhìn, bạn biết gì về người này?

Bài tập về sức hút cá nhân

Bạn có thể có kiến giải riêng về những yếu tố khiến một người gây được ấn tượng mạnh hoặc không.

1. Chọn một người nào đó khiến bạn có ấn tượng về khả năng tạo sức hút cá nhân, nghĩa là tạo được ảnh hưởng mạnh mẽ, đáng chú ý. Cần nhớ là phải chọn người mà bạn biết chứ không phải một người nổi tiếng xa vời nào đó như nhân vật xuất hiện trên truyền hình, tài năng thể thao hay ngôi sao điện ảnh.
2. Bằng cảm nhận của mình, bạn hãy kể ra tất cả những phẩm chất tạo nên sức hút cá nhân của người này.

Tên của người này: _____

Những phẩm chất nào góp phần tạo nên sức hút cá nhân của người này? Tại sao người này dường như gây được ấn tượng tích cực và lâu dài?

Ví dụ, người này thẳng thắn, ưa sự thử thách, có sức hấp dẫn v.v... Hãy kể ra thật cụ thể.

- _____
- _____
- _____

3. Trong số những phẩm chất kể trên, có bao nhiêu phẩm chất liên quan đến hành vi thật sự của người này và bao nhiêu phẩm chất có thể được lý giải bằng những yếu tố khó diễn tả chính xác như sự hòa hợp cá nhân?

A

Mục đích (Aim)
Bạn đang gặp người nào đó vì một lý do. Hãy xác định rõ mục đích của bạn – Bạn muốn đạt được điều gì?

B

Hãy là chính bạn (Be yourself)
Hãy mang theo cả con người bạn đến cuộc gặp, lưu ý đến phẩm cách của bạn.

C

Hòa hợp (Chemistry)
Nghe, đáp ứng và tìm sự hợp tác. Bạn sẽ có nhiều khả năng đạt được mục đích nếu có sự hòa hợp.

ABC về sức hút cá nhân

"Không bao giờ là quá muộn để trở thành người mà bạn từng mơ ước".

Nhà văn George Eliot

Phần 1

Mục đích

Khám phá và xác định rõ mục đích thật sự của bạn

Phần đầu tiên này trong phương pháp A-B-C của chúng tôi nhằm phát triển sức hút cá nhân, tìm hiểu các cách thức giúp củng cố nhận thức bản thân, cho thấy ý nghĩa của việc làm người chọn lựa thay vì làm người thụ động, đưa ra những phương thức kiểm tra thực tế đối với tác động cá nhân và đề nghị những phương cách làm rõ mục đích nhắm đến sức hút cá nhân của bạn.

Chương 1

Mục đích

Củng cố sức hút cá nhân được bắt đầu bằng việc nâng cao mức độ nhận thức bản thân, nghĩa là bạn cần biết:

- bạn là ai và đại diện cho điều gì
- tác động của bạn đối với người khác
- tác động của người khác đối với bạn
- chuyện gì đang diễn ra quanh bạn

Việc nâng cao nhận thức bản thân nghe có vẻ khó khăn nhưng bài tập với gương soi (xem trang 23) chính là một sự khởi đầu theo hướng ấy, giúp bạn biết rõ hơn về bản thân mình và những điều người khác nhìn thấy ở bạn.

Bạn là người có nhận thức về bản thân khi:

- có thể tự đánh giá bản thân một cách điềm tĩnh và khách quan, có thể nhìn thấu suốt và phân tích toàn bộ con người mình với tất cả những thói hư tật xấu
- chấp nhận ý kiến đánh giá của người khác về mình mà không tự ái hay lo sợ cái tôi bị tổn thương

Phát triển nhận thức về bản thân, đặc biệt là những gì bạn đang cố gắng đạt được bằng sức hút cá nhân, đóng một vai trò rất lớn trong việc gây ảnh hưởng tích cực đến người khác. Đây là lý do giải thích vì sao việc này lại có tầm quan trọng. Chẳng hạn, nếu nhận thức rõ về bản thân, bạn sẽ biết mình muốn nói gì hoặc thật ra không cần nói. Bạn cũng sẽ thấy thoải mái khi yêu cầu người khác nhận xét về năng lực của mình và có thể chấp nhận những lời chê bai. Bạn sẽ có khuynh hướng đón

bạn sẽ biết mình muốn nói gì hoặc thật ra không cần nói

nhận những thông tin kiểu này như những nhận xét về công việc bạn làm chứ không phải về con người bạn.

Bài tập về nhân vật

Trong mỗi chúng ta đều có những nhân vật khác nhau được chúng ta cho hiện ra bên ngoài tùy theo tình huống. Bạn nhận biết những nhân vật này đến mức độ nào? Trong con người bạn có thể có con bạc, kẻ dọa nạt, người hùng hành động, anh chàng hay pha trò, kẻ hay trêu chọc người khác, nhà tư tưởng, nhà tổ chức, người có sức mê hoặc kẻ khác...

1. Trong con người bạn có những nhân vật nào?

2. Những nhân vật này có khuynh hướng hiện ra bên ngoài khi nào và có cần tác nhân kích thích để xuất hiện không?

3. Khi những nhân vật này hiện ra bên ngoài, chuyện gì sẽ xảy ra và bạn có khuynh hướng xử sự như thế nào?

4. Theo bạn, những nhân vật này ảnh hưởng thế nào đến tác động của bạn hoặc cách bạn gây ấn tượng với người khác?

Việc nâng cao nhận thức bản thân sẽ ảnh hưởng đến tác động của bạn đối với người khác vì bạn bắt đầu biết vận dụng ưu điểm và hạn chế khuyết điểm của mình. Bạn sẽ thấy được hành vi của mình tác động đến người khác như thế nào và cách họ phản ứng ra sao. Điều quan trọng nhất là bạn có thể phát biểu thẳng thắn và chính xác những cảm xúc của mình.

Qua sách này, bạn sẽ thấy còn nhiều cách nữa giúp nâng cao nhận thức bản thân.

Bạn thuộc loại nào?

Khi bắt đầu việc nâng cao nhận thức bản thân, nếu vẫn cảm thấy khó chịu thì có thể bạn có khuynh hướng rơi vào một trong ba loại dưới đây:

- than thân trách phận
- trách cứ người khác
- bàng quan

Cả ba loại người trên về cơ bản đều là những người thụ động. Khi mọi chuyện xảy đến với họ, họ luôn ở thế bị động thay vì đưa ra lựa chọn và tỏ ra chủ động.

Loại người thụ động hay than thân trách phận

Loại người này có khuynh hướng xót xa cho bản thân mình và hay thốt lên những câu như:

- "Tôi không có cá tính mạnh mẽ".
- "Giá như tôi xinh hơn/dễ nhìn hơn/cao hơn/thấp hơn/khéo hơn".
- "Tôi chẳng bao giờ có được giọng nói hùng hồn cả".
- "Tôi là trưởng phòng, vậy mà không ai nghe tôi cả".

"Tôi không biết cách nói chuyện với người khác".
"Tôi không biết cách tán gẫu".
"Phải mất nhiều thời gian người ta mới hiểu tôi".
"Sao người ta không thấy là tôi dễ thương?"
"Tôi không có khả năng làm việc theo nhóm/tổ".
"Người ta không thích tôi".

Loại người thụ động hay than thân trách phận hiếm khi thừa nhận mình không có khả năng nâng cao sức hút cá nhân hay củng cố tác động của bản thân. Thay vào đó, nếu có cơ hội thực hành, họ ít khi nắm bắt. Ví dụ, họ ngần ngại khi phải nghe những ý kiến phê bình hoặc thậm chí từ chối việc này, ngược lại họ chỉ nghe người khác khen mình không tiếc lời. Những người này thấy rằng ý kiến phê bình thẳng thắn đối với cá nhân sẽ gây nên tình trạng mất ổn định, hoàn toàn thiếu công bằng hoặc thậm chí cả hai. Họ cũng có thói quen diễn giải lời phê bình hay nhận xét của người khác theo hướng tiêu cực chứ không phải tích cực.

Loại người thụ động hay trách cứ người khác

Loại người này luôn tìm được điều gì đó hoặc người nào đó và cho rằng đấy mới chính là nguyên nhân khiến mình có ít sức hút cá nhân. Họ hay thốt lên những câu như:

"Không ai quan tâm đến ý kiến của tôi".
"Công ty không trân trọng tôi".
"Tại tôi thấp cổ bé họng nên nói cũng không ai nghe".
"Tôi luôn bất đồng ý kiến với cha mẹ và anh chị em mình".
"Trường của tôi thật khủng khiếp".
"Không ai thèm chỉ bảo cho tôi".
"Tôi không bao giờ có đủ thời gian để trình bày rõ ràng".

- "Đó là do giọng của tôi".
- "Tôi chỉ không đủ thâm niên".

Khi phải nâng cao sức hút cá nhân của mình, loại người này thường không thấy được những khả năng hoặc cách thức mới để thay đổi cách gây ấn tượng với người khác.

Dưới đây là những dấu hiệu cảnh báo rằng bạn cần chú ý đến sức thu hút của mình:

- "Tôi cảm thấy người ta không thật sự lắng nghe tôi trong các cuộc họp".
- "Tôi được giao công việc hoặc dự án quá nhẹ nhàng so với năng lực của mình".
- "Tôi ghét, sợ hoặc thấy không thoải mái khi phải thuyết trình hay nói chuyện".
- "Tôi thấy khó chịu khi nhìn thẳng vào mắt người khác trong lúc nói chuyện".
- "Người ta thường yêu cầu tôi lặp lại điều vừa nói".
- "Người ta cựa quậy, ngắt lời hoặc nhìn lơ đãng khi tôi phát biểu".
- "Tôi khó thuyết phục được người khác".
- "Trong các tình huống không trang trọng và cần những câu xã giao, tôi cảm thấy líu lưỡi và vụng về".
- "Người ta thường bảo tôi rằng tôi đã nêu vấn đề không đúng lúc hoặc đúng chỗ".
- "Mỗi khi góp ý hay đề nghị với tôi điều gì, người ta thường nói: "Vâng, nhưng mà..."".
- "Tôi thường cảm thấy mình phải đối phó với người khác".
- "Tôi thấy khó thuyết phục được người khác hợp tác với mình".

- "Tôi thật sự không quan tâm đến tiếng tăm địa vị. Có năng lực thực sự hay không mới là vấn đề".
- "Tôi khó nhớ tên người khác, thậm chí ngay sau khi vừa được giới thiệu".
- "Tôi không phải là người hòa đồng, tôi thích đơn độc".
- "Khi hội họp, tôi thích ngồi ở nơi ít bị chú ý".
- "Khi bước vào phòng, tôi hay do dự, đi chậm và cúi đầu".
- "Nét mặt thường không diễn tả đúng cảm xúc của tôi".
- "Tôi cảm thấy mình có tác động nhưng không phải lúc nào đó cũng là loại tác động đúng như tôi mong muốn".
- "Tôi khó đưa ra quyết định, tôi hay nghi ngờ bản thân mình".

Nếu có từ một dấu hiệu nêu trên trở lên, bạn hãy đọc tiếp!

Loại người thụ động có thái độ bàng quan

Kẻ bàng quan là loại người thụ động cuối cùng có liên quan đến sức hút cá nhân. Tất cả chúng ta thỉnh thoảng cũng trở thành loại người này khi có hoàn cảnh thích hợp. Ví dụ, chúng ta làm kẻ bàng quan khi nhất quyết không dính vào tranh chấp, khi luôn giữ thế cảnh giác và khi không bao giờ chịu "bỏ chiếc mặt nạ" đi.

Giữ thái độ khách quan và điềm tĩnh là điều tốt. Tuy nhiên, người bàng quan sẽ trở thành kẻ thụ động bởi cảnh giác quá mức và quá thường xuyên. Họ hay thốt lên những câu như:

- "Tôi sẽ không can dự vào".
- "Tôi sẽ bình tĩnh xem tình thế ra sao đã".

- "Cứ để thiên hạ xôn xao".
- "Tôi không phí hơi đâu".
- "Quan sát và chờ đợi là phương châm của tôi".
- "Tôi thích trung lập".

Người có thái độ bàng quan thâm căn cố đế ít khi chủ động và thường dùng im lặng làm vũ khí. Dù vô tình hay cố ý, họ cũng đã tạo ra một "lỗ đen giao tiếp" và mong người khác rơi vào. Trong giao tiếp, họ cũng giữ thế phòng thủ trước mọi sáng kiến nhằm vào họ, điều này khiến chúng ta khó biết được suy nghĩ của họ cũng như khó thiết lập quan hệ với họ.

Những người nhút nhát thật sự có thể cảm thấy dễ chịu với thái độ bàng quan ngay cả khi biết rằng thái độ này sẽ hạn chế đến mức thấp nhất sức thu hút của mình. Chẳng hạn khi được mời tham dự một buổi nói chuyện, họ không thích phát biểu và phó mặc mọi việc cho người khác.

họ cũng đã tạo ra một "lỗ đen giao tiếp" và mong người khác rơi vào

Trong công việc, nhiều người dù không phải nhút nhát lắm nhưng cũng đóng vai kẻ bàng quan vì quan niệm sai lầm rằng thái độ này sẽ mang lại cho mình uy quyền và tránh được rủi ro. Do vậy, chẳng hạn trong cuộc họp, họ ngồi khoanh tay với tư thế phòng thủ như thách thức người khác làm cho họ phát biểu. Họ nghĩ rằng ngồi im và lạnh lùng như thế sẽ tạo ra một phong thái nghiêm túc được người khác kính nể.

Thái độ bàng quan có thể hữu ích nhưng nếu bạn biến nó thành một lối ứng xử gần như thường xuyên thì không có lợi. Vì như thế bạn sẽ trở nên tiêu cực, không gây được ảnh hưởng và do đó trở thành người thụ động.

Bạn có khuynh hướng bàng quan không? Nếu có, bạn có lẽ sẽ là một người khó hiểu. Người khác có thể phải rất khó khăn khi muốn biết quan điểm của bạn về một vấn đề hay thậm chí muốn biết bạn có quan điểm nào hay không. Có lẽ từ trong vô thức, bạn thích vẻ bí ẩn khi vào vai kẻ bàng quan và lấy làm thú vị khi có uy lực của một người khó hiểu.

Bài tập về người thụ động

Trong cuộc họp tiếp theo ở sở làm hoặc ở nơi khác, bạn hãy thực hiện những việc sau:

1. Hết sức chú ý khi quan sát những việc người khác làm và lắng nghe những gì họ nói.
2. Bạn có nhận ra dấu hiệu nào cho thấy họ đang đóng vai kẻ than thân trách phận, kẻ trách cứ người khác hay kẻ bàng quan không?
3. Lời nói hoặc việc làm nào của họ đã cho thấy họ đang là kẻ thụ động?
4. Người khác đã phản ứng thế nào? Những người thụ động đã làm gì và tỏ thái độ ra sao?
5. Lối ứng xử thụ động này đã gợi lên trong bạn những cảm xúc gì? Chẳng hạn bạn có thấy tiếc cho họ, bực mình, tức giận hoặc thất vọng không?

Từ kẻ thụ động đến người chọn lựa

Làm kẻ thụ động chẳng đem lại cho bạn hứng thú gì và còn ảnh hưởng nghiêm trọng đến sức thu hút của bạn. Nếu cho rằng mình rơi vào bất kỳ khuynh hướng thụ động nào trong ba loại nêu trên thì đã đến lúc bạn nên bắt đầu chuyển từ vị trí kẻ thụ động sang vị trí người chọn lựa.

Đôi khi tất cả chúng ta đều là những người thụ động và nguyên nhân sâu xa có thể bắt nguồn từ trong quá khứ: gia đình, trường học hay những trải nghiệm khác đã khiến chúng ta, theo cách nào đó, cảm thấy thiếu tự tin, vô dụng hoặc không được người khác lắng nghe. Dĩ nhiên bạn không thể chỉ làm một động tác đơn giản như lắc người thật mạnh là loại bỏ ngay được những cảm xúc đó. Những nguyên nhân có gốc rễ sâu xa và kết quả là lối ứng xử thụ động đôi khi khó có thể thay đổi được. Tuy nhiên, chúng ta luôn có biện pháp đầu tiên để khắc phục, và trong trường hợp này thì biện pháp đó đồng nghĩa với việc bắt đầu hành động như một người chọn lựa, một người tìm kiếm và nắm bắt cơ hội để thể nghiệm sức hút cá nhân của mình. Chẳng hạn, nếu không tạo được tác động như mong muốn, thay vì trách cứ người khác hay cảm thấy khó chịu, bạn hãy can đảm chấp nhận thất bại cay đắng để rút kinh nghiệm lần sau.

hãy can đảm chấp nhận thất bại cay đắng để rút kinh nghiệm lần sau

Người chọn lựa tích cực là người tìm kiếm cơ hội để thử nghiệm sức hút cá nhân của mình, ví dụ nắm bắt cơ hội để thuyết trình (dù họ thấy khó chịu ngay cả khi chỉ nghĩ đến việc này), hoặc dồn dập nêu ý kiến như thường lệ thay vì chờ người khác hỏi ý kiến. Một cách nữa giúp bạn trở thành người chọn lựa là tạo ra những tình huống hoàn toàn mới để thực hành sức hút cá nhân của mình, có thể là nghĩ ra một dự án mới hay một công việc mà bạn có thể tỏa sáng và nâng cao được vị thế của mình, hoặc tạo điều kiện cho người khác biết đến bạn trong một tình huống mới mà không chờ đến lúc được giới thiệu v.v...

Bạn có thể tìm hiểu thêm về các mẫu người thụ động và người chọn lựa ở địa chỉ www.charisma-effect.com, dưới mục "Resources" (Tài nguyên).

Ấn tượng ban đầu

Trong cuộc sống hàng ngày, nhiều người trong chúng ta chọn cách mang mặt nạ để người khác không thấy được con người thật của mình. Có khi đó là mặt nạ của kẻ thụ động, nhưng cũng có thể nó tồn tại dưới dạng một tính cách không thật – tính cách cho phép chúng ta đối mặt với một cuộc sống đầy khó khăn. Ví dụ, một người mang mặt nạ sẽ luôn nhấn mạnh "mọi việc phải đâu vào đấy" trong khi thực tế lại khác hẳn. Cũng vậy, khi được người khác hỏi thăm sức khỏe, một số người trả lời máy móc là "khỏe" trong khi sự thật hoàn toàn ngược lại.

Chiếc mặt nạ che giấu cảm xúc thật của chúng ta, che giấu nỗi sợ những điều người khác có thể nhìn thấy như thiếu năng lực hay mục đích giao tiếp không rõ ràng. Trong cuộc hành trình nhằm nâng cao sức hút cá nhân, bạn cần tìm hiểu đặc điểm của chiếc mặt nạ mình đang đeo cùng những gì ẩn giấu đằng sau nó. Hãy thử làm bài tập về chiếc mặt nạ dưới đây:

Bài tập về phía sau chiếc mặt nạ

1. Hãy nghĩ xem bạn *muốn* được người khác nhìn nhận như thế nào.
2. Điền vào cột bên trái phía dưới năm đến tám từ miêu tả, ví dụ: vui vẻ, quyết đoán, đúng giờ, cẩn trọng, tận tâm, lập dị, chân thật, có tổ chức, khôn khéo, chín chắn, táo tợn, sôi nổi. Cân nhắc thật kỹ những từ bạn chọn.

3. Tiếp theo hãy nghĩ xem bạn sợ gây ấn tượng nào cho người khác. Ví dụ, họ có thể đánh giá bạn là người tàn nhẫn, tham vọng, lập dị, cầu thả, thô lỗ, vụng về, trẻ nải, non nớt hay không?
4. Xem lại những từ vừa liệt kê. Chúng cho thấy gì về những mong muốn và nỗi sợ của bạn? Theo bạn, chúng chính xác đến đâu? Bạn mong muốn phẩm chất nào nhất, ít mong muốn phẩm chất nào nhất? Bạn thấy có điều gì bất ngờ không?

   Tôi muốn được nhìn nhận là Tôi sợ bị xem là

5. Theo bạn, những từ liệt kê trên thật sự chính xác đến mức nào?

Trong cuộc sống, do những người khác cũng có cảm nhận về bạn nên họ có thể cho bạn một cách kiểm tra thực tế quan trọng. Ví dụ, bạn có thể thấy mình tạo được ấn tượng điềm tĩnh và chín chắn trong khi những người gặp bạn có thể cho bạn là hờ hững, hoặc bạn có thể tin là mình lập dị và hời hợt nhưng họ lại có thể có cảm nhận khác.

Muốn có dữ liệu đáng tin cậy hơn về tác động của bạn đối với người khác, hãy nghĩ đến việc sử dụng bảng kiểm tra thực tế nhanh hoặc bảng phân tích tác động cá nhân được trình bày bên dưới. Cả hai cách này đều yêu cầu bạn phải tiếp cận người khác để tìm hiểu cảm nhận của họ về bạn. Việc này có thể làm bạn lúng túng, nhưng bạn không cần phải hỏi những

người mình thiếu tin tưởng hoặc không thích. Bạn cứ chọn những người thân quen trước rồi hãy nghĩ đến người ngoài. Nên nhớ là bạn không việc gì phải xấu hổ khi muốn thay đổi cách gây ấn tượng với người khác.

nên nhớ là bạn không việc gì phải xấu hổ khi muốn thay đổi cách gây ấn tượng với người khác

Sau khi nhận lại phiếu thăm dò đã hoàn chỉnh, hãy cộng các điểm đã được đánh dấu kiểm (tick) trong mỗi hàng để có tổng điểm. Tổng điểm cao nhất là 70 (7×10). Chia tổng điểm của bạn cho 70 rồi nhân với 100 để có chỉ số tác động cá nhân (PI). Ví dụ:

- tổng điểm của bạn là 45
- tổng điểm cao nhất là 70
- chỉ số PI của bạn = 45/70 × 100 = 64%

Tổng điểm trên 75% cho thấy bạn có tác động cá nhân mạnh mẽ và có lẽ bạn nên tập trung phát huy những ưu điểm riêng của mình. Tổng điểm dưới 75% cho thấy bạn nên chú ý đến những mặt đặc biệt trong cả ưu lẫn khuyết điểm của mình.

Bây giờ hãy xem lại phần trả lời cho hai câu hỏi mở (open-ended questions) ở cuối bảng kiểm tra. Bạn có nhận ra dạng thức hay nét chung nào trong các phần trả lời khác nhau không?

Bảng kiểm tra thực tế nhanh

Tôi đang tìm hiểu về tác động cá nhân của mình đối với người khác (nghĩa là hình ảnh của tôi trong mắt bạn). Xin hãy thành thật và đánh giá tôi theo thang điểm 10 bằng cách đánh dấu kiểm (tick) vào ô thích hợp cho mỗi phẩm chất.

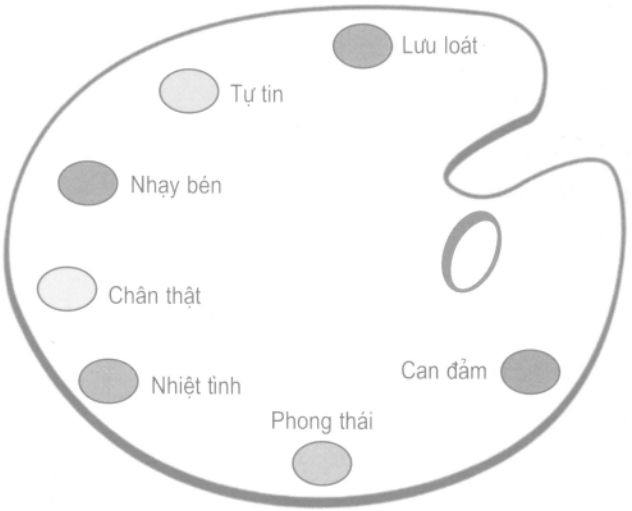
	Thấp									Cao
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
LƯU LOÁT – nói năng rõ ràng, lưu loát										
TỰ TIN – sẵn sàng chấp nhận những quan điểm khác, không sợ thử thách, không tự ái, ứng xử linh hoạt										
NHẠY BÉN – cực kỳ nhạy bén với tình huống hiện tại, điềm đạm, giao tiếp bằng mắt tốt, thể hiện được vai trò quan trọng và bản chất của mình										
CHÂN THẬT – trung thực với bản thân, không che giấu, đáng tin cậy										
CAN ĐẢM – sẵn sàng thay đổi, đón nhận thử thách, chất vấn, suy nghĩ táo bạo và chấp nhận rủi ro										
NHIỆT TÌNH – chia sẻ các giá trị cá nhân, năng nổ, tận tụy, hăng hái, thu hút được người khác										
PHONG THÁI – dáng vẻ thanh lịch, luôn giữ được nét hấp dẫn, độc đáo										

Trong cách gây ấn tượng của tôi đối với bạn, theo bạn, những điểm nào là tích cực?

Theo bạn, hình ảnh của tôi trong mắt bạn còn những điểm nào hạn chế?

(Hãy thành thật, tôi hứa sẵn sàng tiếp thu ý kiến của bạn!)

Có thể thấy rằng không phải chỉ có một cách duy nhất mang lại hiệu quả trong việc tạo ra sức hút cá nhân mạnh mẽ (như luôn mỉm cười, có dáng vẻ quý phái, duy trì giao tiếp bằng mắt hay tài hùng biện). Trên thực tế, sức hút cá nhân toát lên từ sự kết hợp độc đáo nhiều hành vi hay phẩm chất, điều này cũng giống như các màu sắc khác nhau trên bảng màu của họa sĩ.



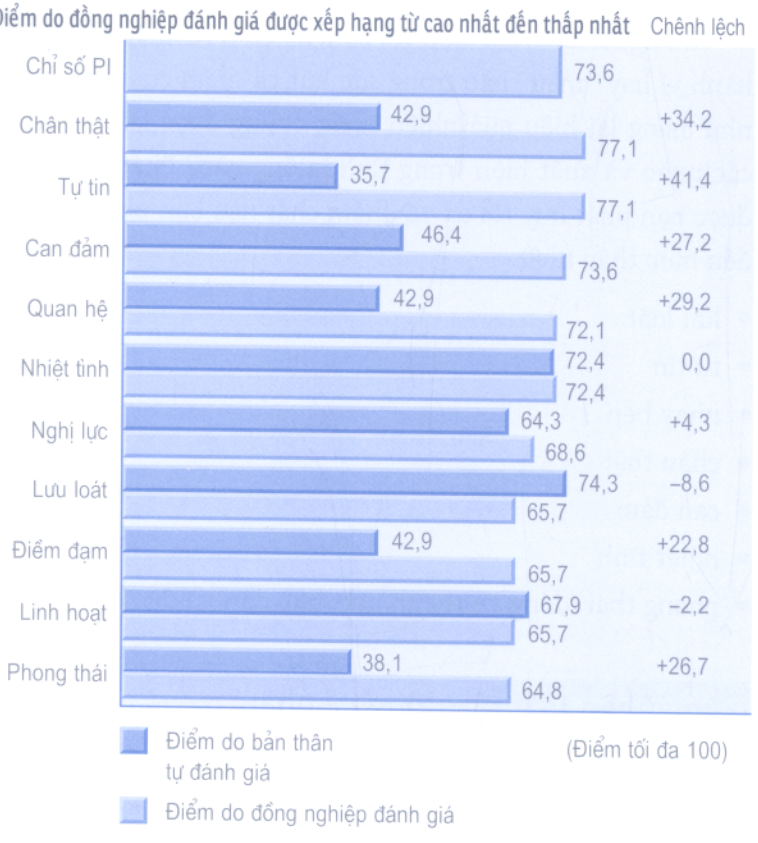
Sức hút cá nhân của bạn giống như bảng màu của họa sĩ

Khi người khác đối diện với bạn, họ có cảm nhận gì? Những hành vi hay "màu" nào trong sức hút cá nhân của bạn dường như mang lại hiệu quả nhiều nhất, chúng được kết hợp theo cách nào và xuất hiện trong tình huống nào? Phẩm chất nào được bạn phát huy tối đa và phẩm chất nào bạn phải hạn chế đến mức thấp nhất:

- lưu loát
- tự tin
- nhạy bén
- chân thật
- can đảm
- nhiệt tình
- phong thái (dáng vẻ thanh lịch, hấp dẫn và độc đáo)

Bảng phân tích tác động cá nhân

Để có cách đánh giá sâu hơn về tác động của mình, bạn hãy nghĩ đến việc sử dụng một hệ thống trực tuyến toàn diện hơn. Hệ thống này cho phép bạn thu thập thông tin khuyết danh, chi tiết hơn từ đồng nghiệp để đối chiếu với phần tự đánh giá của mình. Chẳng hạn, hệ thống trực tuyến Maynard Leigh sẽ cho điểm về chỉ số tác động cá nhân với tổng điểm tối đa là 100. Dù gần như không ai đạt được kết quả tối đa này nhưng người có sức hút cá nhân mạnh mẽ thường ghi ít nhất 70 – 75% tổng điểm tối đa. Dưới đây là bảng phân tích mẫu về tác động cá nhân của Frank Sinatra.



Bảng phân tích tổng thể cho Frank Sinatra (không phải ca sĩ!)
Nguồn: © Tổ chức Maynard Leigh 2007, đã cho phép in lại.

Nếu bạn muốn thử miễn phí bảng phân tích đầy thử thách này, hãy xem thêm thông tin ở cuối sách.

Trong trường hợp không đạt được một bảng phân tích sức hút cá nhân tuyệt vời thì bạn cũng không cần phải tự hành hạ mình vì có rất ít người được như vậy. Bảng phân tích này chỉ là một cách để trả lời các câu hỏi quan trọng như:

- Trong mắt người khác tôi là người thế nào?
- Đánh giá của tôi về cách gây ấn tượng của bản thân mình có giống với cảm nhận của người khác không?

- Sức hút cá nhân của tôi phải hướng đến mục đích gì? Đâu là phẩm chất cần bộc lộ cho người khác thấy nhiều nhất?
- Đâu là những ưu điểm trong sức hút cá nhân của tôi? Đâu là những điểm cần củng cố hơn nữa?

Xác định rõ mục đích của bạn

Dylan Moran – người trẻ tuổi nhất đoạt giải Perrier Comedy Award của Anh năm 1996 và xuất hiện trong nhiều bộ phim, kể cả *Run Fat Boy Run* – có mục đích mang tiếng cười đến cho bạn. Năm 2006, anh đã đi lưu diễn ở nhiều nơi: từ Anh sang New York rồi trở về Milan. Chuyến đi này được tờ *Times* miêu tả là đạt đến "đẳng cấp bậc thầy về sức hút cá nhân trong nghệ thuật hài". Các nghệ sĩ hài có sức hút cá nhân lớn như Dylan biết rất rõ mình muốn đạt được tác động gì. Mang tiếng cười đến với khán giả là mục đích chính của họ, là tâm điểm tập trung toàn bộ sức lực, sức sáng tạo và sự chú ý của họ. Ví dụ, họ có thể dành nhiều thời gian tìm hiểu những loại khán giả khác nhau mà mình sẽ gặp để điều chỉnh cách biểu diễn cho phù hợp.

> mọi tình huống giao tiếp của bạn đều bao gồm một mục đích và một loại khán giả

Cũng như với Dylan, mọi tình huống giao tiếp của bạn, dù ở nơi làm việc hay ở bên ngoài, đều bao gồm một mục đích và một loại khán giả. Người có sức hút cá nhân mạnh mẽ thường dành ưu tiên cho những yếu tố quan trọng nhất: xác định mục đích hoặc khán giả. Dĩ nhiên cả hai yếu tố này đều quan trọng nhưng bạn có thể không cần phải tuân theo thứ tự chính xác. Vì đang dùng phương pháp A-B-C để tạo tác động cá nhân nên chúng ta hãy bắt đầu với **mục đích**.

Nếu nghĩ đến bất kỳ người nào có sức hút cá nhân thật sự mãnh liệt, bạn sẽ thấy, giống như Dylan Moran, họ đều xác định rõ mình muốn đạt được loại tác động nào. Với nhà chính trị, đó là thuyết phục người khác về tầm nhìn của mình hoặc đưa ra những lựa chọn về việc chi tiêu tiền thuế. Với một số người nào đó trong giới truyền thông, mục đích của họ chỉ là mang đến các chương trình giải trí và tạo nên tranh luận. Với những nhà quản lý công ty, mục đích có thể là thúc đẩy, nâng cao ý thức hoặc kích thích các hoạt động.

Rõ ràng phải là đặc điểm nhất quán

Nếu các mục đích giao tiếp của bạn đều mập mờ thì điều này đã phần nào giải thích tại sao bạn thường xuyên không đạt được tác động như mong muốn. Ví dụ, không xác định rõ mục đích trong một cuộc họp riêng với sếp có thể dẫn đến tình trạng nói năng lộn xộn và gây hiểu nhầm. Cũng vậy, nếu bạn đứng thuyết trình mà không biết mình muốn đạt được kết quả gì thì tác động của bạn có khả năng bị giảm rất nhiều.

Bây giờ, bạn hãy thử xem toàn bộ vấn đề mục đích giống như việc kể một câu chuyện phiêu lưu mạo hiểm, trong đó:

- Mục đích: nhân vật chính muốn đạt được điều gì?
- Trở ngại: những trở ngại nào có thể ngăn cản nhân vật chính đạt được mục đích?
- Giải pháp: nhân vật chính vượt qua những trở ngại này bằng cách nào?

Mục đích ⟶ Trở ngại ⟶ Giải pháp

Nhân viên bán hàng nắm vững quy trình này khi họ tìm cách nhận biết những điểm khách hàng không vừa ý và đưa ra

những biện pháp khắc phục. Người thuyết trình giỏi cũng tuân theo quy trình này khi cố gắng xác định những nội dung muốn trình bày và cách làm cho người nghe không ù lì hoặc có thái độ phản kháng.

Người có sức hút cá nhân mạnh mẽ rất khéo chọn mục đích giao tiếp dù không phải lúc nào họ cũng nhìn nhận như thế. Và dù chủ động hay không, họ đều đặt ra những mục tiêu cụ thể cũng như hình dung ra phản ứng của người khác. Họ chọn những thông tin và cách ứng xử có khả năng mang lại hiệu quả theo cách riêng.

Phần quan trọng của mọi mục đích chính là yêu cầu cơ bản: phải tạo được một quan hệ nào đó với đối tượng. Đây là phần khó trong sự hòa hợp cá nhân mà chúng ta sẽ bàn đến sau.

> tiêu đề của bạn càng rõ thì việc xử lý trở ngại và tìm ra giải pháp càng trở nên dễ dàng

Chọn tiêu đề

Dùng một tiêu đề để miêu tả mục đích giao tiếp có thể giúp xác định rõ hơn nữa ý định của bạn. Hãy thể hiện điều bạn mong muốn sẽ xảy ra vào lúc kết thúc một cuộc gặp bằng một câu ngắn gọn. Ví dụ, mục đích cơ bản của bạn có thể là:

- thuyết phục người khác tín nhiệm tôi
- khiến họ trả lại tiền cho tôi
- khiến họ cam kết thực hiện một hành động nào đó
- chấp nhận ý tưởng của tôi
- có được hai người mới làm đầu mối liên lạc
- truyền nhiệt tình cho người khác

làm cho họ lắng nghe tôi với sự kính nể
nâng cao hình ảnh của bản thân tôi

Mỗi mục đích trên đều nêu một kết quả nhất định trong một câu đơn. Và mục đích tôi viết cuốn sách này sẽ được thể hiện dưới dạng tiêu đề là:

Giúp bạn thấy rằng phát triển sức hút cá nhân là việc hoàn toàn có thể thực hiện được.

Tiêu đề của bạn càng rõ thì việc xử lý trở ngại và tìm ra giải pháp càng trở nên dễ dàng. Nếu tập trung vào kết quả chính xác mà bạn mong muốn đạt được từ bất kỳ cuộc gặp nào thì bạn sẽ xác định được mục đích của mình một cách rõ ràng. Chẳng hạn, kết quả cuối cùng cho một cuộc gặp sắp đến có thể là:

một nụ cười và cái bắt tay thật ấm áp khi bước ra cửa
một cam kết khởi đầu dự án vào thứ ba tới
những tình nguyện viên mới xuất hiện
đồng ý gặp lại vào tháng sau

Cần chú ý là kết quả phải cụ thể chứ không được chung chung. Điều này giúp bạn tránh được suy nghĩ cho rằng sức hút cá nhân là một cái gì gây ra cho người khác chứ không phải đạt được một kết quả mong muốn.

Hãy thử làm bài tập xác định mục đích dưới đây. Dĩ nhiên là bạn sẽ không tiến hành phân tích theo cách này cho mọi tình huống giao tiếp, nhưng khi thật sự muốn khơi dậy sức hút cá nhân của mình thì kiểu tư duy này có khả năng giúp bạn dễ đạt kết quả hơn.

Bài tập xác định mục đích

1. Điền vào khung trống bên dưới theo yêu cầu sau:

   - Ghi ra một tình huống cụ thể ở sở làm mà qua đó bạn muốn có một tác động lớn hơn, có thể là một cuộc họp tổ, buổi nói chuyện với sếp, cuộc gặp khách hàng, cuộc nói chuyện qua điện thoại v.v...
   - Kết quả cụ thể bạn muốn đạt được là gì? Cố gắng xem xét từ quan điểm của người kia: kết quả này có đem lại cho họ điều gì không?
   - Miêu tả xem "thắng lợi" sẽ như thế nào và mang lại cảm giác ra sao?

   Điền vào bảng dưới đây (càng chi tiết càng tốt):

Tình huống để tạo tác động	Kết quả cụ thể tôi muốn đạt được	"Thắng lợi" sẽ như thế nào và mang lại cảm giác ra sao?
Ví dụ: Cuộc họp tổ thường kỳ của chúng tôi	*Ví dụ:* Muốn người khác lắng nghe và xem xét ý tưởng của tôi một cách nghiêm túc.	*Ví dụ:* Khi tôi nêu ý kiến trong các cuộc họp tổ, các thành viên khác thảo luận về ý kiến ấy và tôi cảm thấy mình được tôn trọng.
Bây giờ hãy viết những thông tin về chính bạn vào đây.		

2. Mục đích của bạn có rõ ràng không? Có thể làm rõ hơn nữa được không?

Khi chọn mục đích giao tiếp, thử áp dụng các tiêu chí CAN DO (CÓ THỂ LÀM ĐƯỢC). Ví dụ, mục đích giao tiếp của bạn (dưới dạng tiêu đề) có đáp ứng được năm tiêu chí đơn giản dưới đây không:

Rõ ràng (***Clear***):	Phải ngắn gọn để viết thành một tiêu đề đơn giản.
Có thể đạt được (***Achievable***):	Một việc mà bạn cảm thấy nằm trong khả năng của mình.
Cần thiết (***Needed***):	Một việc mà bạn thật sự muốn đạt được.
Có thể chia nhỏ (***Divisible***):	Có thể phân thành các mục tiêu nhỏ hơn nếu cần.
Kết quả (***Outcome***):	Giải thích thắng lợi sẽ như thế nào và mang lại cảm giác ra sao.

Hãy dùng các tiêu chí CAN DO mỗi khi bạn muốn đạt được tác động cá nhân thật sự mạnh mẽ.

Các mục tiêu phụ, nhỏ hơn có thể trực tiếp hay gián tiếp chi phối hành vi của bạn và do vậy cũng chi phối cả tác động của bạn ở phút cuối cùng. Chẳng hạn bạn phải bước vào một căn phòng có đầy người đang đứng tán gẫu. Mục đích tổng thể của bạn (ở dạng tiêu đề) có thể là:

Tôi muốn có ít nhất năm đối tác mới.

Dù mục đích của bạn hoàn toàn thiết thực và cụ thể thì bạn vẫn phải đối diện với căn phòng rất đông người, hơn nữa họ lại đang tán gẫu chứ không chút bận tâm đến sự hiện diện của bạn. Nếu cũng là người hay căng thẳng hoặc nhút nhát, bạn có thể thấy dễ xử lý hơn khi theo những mục tiêu phụ dưới đây chẳng hạn:

Bước vào: bước vào phòng và xem như đây là buổi tiệc do tôi tổ chức còn họ là khách mời của tôi. *Mỉm cười*: đi đến gặp năm người hoặc năm nhóm và tự giới thiệu. *Hỏi*: "Quý vị thấy có thoải mái (hoặc bổ ích) không?". *Mời*: khách dự tiệc cho tôi biết về bản thân và công việc của họ. *Thu thập*: yêu cầu năm người trao đổi danh thiếp với tôi.

Các mục tiêu phụ như trên có thể đặc biệt hữu ích khi bạn chuẩn bị một bài phát biểu, một buổi thuyết trình, chuẩn bị những lý lẽ khi bán hàng hoặc trong các cuộc gặp khác trang trọng hơn.

Bài tập về mục tiêu phụ

1. Chọn một mục đích bạn cảm thấy cần phải đạt được với tác động cá nhân của mình.
2. Viết nó dưới dạng một câu tiêu đề.
3. Kiểm tra lại để bảo đảm câu tiêu đề đáp ứng được các tiêu chí CAN DO là rõ ràng, có thể đạt được, cần thiết, có thể chia nhỏ thành các mục tiêu phụ với kết quả rõ ràng. Nếu chưa được thì hãy điều chỉnh lại.
4. Kể ra một số mục tiêu phụ cụ thể, phải bảo đảm mỗi mục tiêu đều có một kết quả rõ ràng để sau này bạn có thể đánh giá.

Trở ngại

Phần lớn các mục tiêu khi thực hiện đều gặp phải một loại trở ngại nào đó. Ví dụ, bạn có thể muốn gây ấn tượng với sếp về ý tưởng thực hiện một dự án mới nhưng sếp của bạn lại không phải là người dễ gây ấn tượng, hoặc bạn muốn thuyết phục cả tổ của mình làm việc gì đó nhưng các thành viên lại có khuynh hướng không hào hứng lắm với những ý tưởng mới.

Mặt khác, bạn cũng không thể xử lý tất cả những trở ngại có khả năng xảy ra và có thể ngăn bạn vươn đến mục tiêu, vì nếu như thế thì có lẽ bạn sẽ không làm được gì cả. Thay vì vậy, bạn hãy xác định ba hay bốn khó khăn chủ yếu có thể cản trở bạn thật sự. Như trong bài tập trước, có thể bạn cần phải miêu tả một tình huống thắng lợi đối với cả đôi bên, tình huống ấy sẽ như thế nào và mang lại cảm giác ra sao cho cả bạn lẫn đối tượng bạn đang giao tiếp. Khi đó, bạn chỉ cần xác định những trở ngại nào có thể ngăn cản tình huống này xảy ra.

Giải pháp

Làm sao để biết giải pháp của bạn có hiệu quả và khắc phục được trở ngại? Người ta sẽ đứng dậy vỗ tay? Hay họ sẽ bắt đầu xem xét ý tưởng của bạn một cách nghiêm túc? Dấu hiệu nào cho thấy bạn đã vượt qua được những trở ngại trong giao tiếp?

Nếu thấy khó tìm ra giải pháp thì đây chính là dấu hiệu nhắc bạn nên điều chỉnh lại mục đích của mình. Ví dụ, thay vì cố gắng gây bất ngờ cho sếp – người không dễ tạo ấn tượng – về ý tưởng làm một dự án mới, bạn có thể điều chỉnh lại mục đích của mình như sau: "Làm bà ấy chú ý đến những khả năng thăng tiến của bản thân nếu bà nhận thực hiện dự án này". Hoặc nếu các thành viên trong gia đình bạn có khuynh hướng tranh nhau nói mà không có ý định làm một việc cần thiết nào đó thì mục đích đầu tiên của bạn có thể là: "Làm cho mọi người nhận ra rằng có một vấn đề cần giải quyết".

nếu thấy khó tìm ra giải pháp thì đây chính là dấu hiệu nhắc bạn nên điều chỉnh lại mục đích của mình

Giản lược mục đích của bạn

Thử giản lược mục đích của bạn thành một động từ miêu tả tác động mà bạn muốn đạt được, ví dụ:

> Mục đích của tôi là: thông tin, tán thành, báo động, khám phá, thúc đẩy, gây sốc, tuyển mộ, động viên, cảnh báo, thuyết phục, tạo dựng, kích động.

Mục đích của chúng ta thể hiện qua cơ thể, và chúng ta thường không cần phải cố gắng để ý đến điều này. Tập trung vào mục đích có thể giúp bạn gây tác động mạnh mẽ hơn một cách tự nhiên. Bởi khi bạn có mục đích giao tiếp, cơ thể sẽ lên tiếng thay bạn.

Vì cách gây ấn tượng của bạn thể hiện qua cơ thể chứ không phải chỉ qua lời nói nên cử chỉ, điệu bộ của bạn phải phù hợp với mọi ý định đã chọn. Nếu bạn nói "Đây là một cơ hội tuyệt vời cho tổ chúng ta, hãy tận dụng nó" bằng một giọng đều đều tẻ nhạt với đôi mắt nhìn xuống nền nhà thì câu nói trên sẽ chẳng gây được ấn tượng gì cho các thành viên khác. Hoặc nếu bạn tuyên bố cảm thấy hối tiếc về một tình huống nghiêm trọng nào đó mà nét mặt vẫn tươi cười rạng rỡ thì lời tuyên bố của bạn cũng sẽ chẳng mang lại hiệu quả.

Khi sức hút cá nhân có mục đích hoàn toàn tương hợp với cảm xúc thì gần như chắc chắn rằng mục đích này sẽ làm cho bạn tăng thêm sức ảnh hưởng. Bởi như chúng ta sẽ thấy ở Chương 5, chân thật là một trong những yếu tố quan trọng tạo nên sức hút cá nhân mạnh mẽ.

Hình dung ra mục đích

Việc xác định mục đích quan trọng đến mức bạn vẫn còn một cách khác rất hiệu quả có thể làm cho mục đích ấy trở

nên sinh động. Trong phương pháp này, bạn hãy tưởng tượng một câu chuyện có ba phần (phần mở đầu, phần giữa và phần cuối) về kết quả chính xác mà bạn muốn đạt được và xem nó như một cuộn phim chiếu trong đầu mình.

Giả sử bạn nhận được email mời tham gia một dự án mới, hấp dẫn và bạn muốn được trưởng phòng chấp thuận cho bạn tham gia. Lúc này, cuộn phim về mục đích có thể diễn ra trong đầu bạn như sau:

Phần mở đầu

- Tôi cười thật tươi khi bước vào phòng làm việc của trưởng phòng.
- Tôi ngồi vào chiếc ghế thường lệ.

Phần giữa

- Bà chăm chú lắng nghe.
- Tôi nói với bà về những ích lợi mà dự án mang lại cho cả bà và công ty. Bà liên tục đáp: "Đồng ý".
- Khi thấy bà mỉm cười hay gật đầu, tôi hỏi bà về thời gian có thể bắt đầu dự án.
- Bà đồng ý ngay về thời gian này.
- Tôi mỉm cười cám ơn.

Phần cuối

- Tôi đứng dậy từ biệt, miệng vẫn tươi cười.
- Khi đến cửa, tôi quay lại chào.
- Tôi thấy bà mỉm cười với tôi.

Kịch bản này hoàn toàn có khả năng xảy ra hay không, điều đó không quan trọng. Chẳng hạn, bạn vẫn có thể tưởng tượng ra nó dù biết rằng trên thực tế, trưởng phòng của bạn hiếm khi mỉm cười, nói gì đến chuyện chăm chú lắng nghe.

Hơn nữa, bạn cũng không cần phải có óc trực quan đặc biệt mới tạo ra được các cảnh như vậy trong đầu. Bạn chỉ cần là người mơ mộng! Hãy để tâm trí bạn nhẹ nhàng viết nên câu chuyện theo từng chi tiết một cho đến khi nó đạt đến một dạng thức nào đó và miêu tả được những sự việc bạn muốn xảy ra.

Bạn cũng cần biết rằng khi đã có một kịch bản tưởng tượng trong đầu, nếu càng thử nghiệm nó thì bạn càng có khả năng điều chỉnh nó cho phù hợp với mục đích của mình. Mặt khác, việc thường xuyên hình dung ra mục đích như một cuộn phim có thể giúp bạn xác định rõ những gì muốn đạt được, đồng thời điều này còn có thể tác động trực tiếp đến cách ứng xử, đến ngôn ngữ cơ thể và do đó có thể ảnh hưởng đến sức hút cá nhân của bạn. Bạn đừng vội phủ nhận giá trị của cuộn phim trong đầu cho đến khi đã thử áp dụng nó trong giao tiếp, bởi nó thật sự có thể mang lại hiệu quả cho bạn!

nếu càng thử nghiệm nó thì bạn càng có khả năng điều chỉnh nó cho phù hợp với mục đích của mình

Tóm lại, bạn hãy liên tục chiếu cuộn phim tưởng tượng này trong đầu và hình dung ra kết quả mình muốn. Đây có thể là phim trắng đen, phim màu, phim câm hay phim tư liệu sống động. Thậm chí bạn có thể "xem nó" ngay trước khi vào gặp trưởng phòng.

Đa mục đích

Cho đến thời điểm này, chúng ta chỉ mới sử dụng một mục đích chính ở dạng tiêu đề để phân tích chi tiết, nhưng trong cuộc sống có thể bạn phải xử lý cùng lúc nhiều tiêu đề hoàn toàn khác nhau. Ví dụ, bạn có thể không chỉ muốn gây tác

động mạnh hơn đối với sếp mà còn muốn nâng cao hình ảnh của mình trong mắt các thành viên cùng tổ, tạo dựng quan hệ lâu dài với một khách hàng và có được sự đồng thuận của đồng nghiệp để thực hiện một công việc nào đó. Dù tất cả các mục đích này có thể hài hòa với nhau nhưng bạn cũng sẽ khó mà tập trung tâm lực để tạo sức hút cá nhân của mình. Bởi khi cố gắng đạt được nhiều mục đích cùng lúc, có thể bạn sẽ không phát huy được hết tác động của mình ở tất cả các mục đích. Cuối cùng, vì bạn có thể rối trí trước nhiều mục đích ở dạng tiêu đề nên hãy cố gắng xác lập ưu tiên cho chúng như sau:

1. Liệt kê từng tiêu đề chính của bạn.
2. Xếp hạng mỗi tiêu đề theo thứ tự từ quan trọng nhất đến ít quan trọng nhất.
3. Chọn mục đích quan trọng nhất để nhắm đến trước tiên, sau đó chọn mục đích có mức độ quan trọng kế tiếp v.v...

Các mục đích cần đạt được với tác động cá nhân của bạn	Xếp hạng (1= quan trọng nhất)
Gây tác động mạnh hơn đối với sếp	1
Nâng cao hình ảnh của bản thân trong mắt các thành viên	2
Tạo dựng quan hệ với khách hàng	3
Có được sự đồng thuận của đồng nghiệp khi thực hiện dự án mới	4

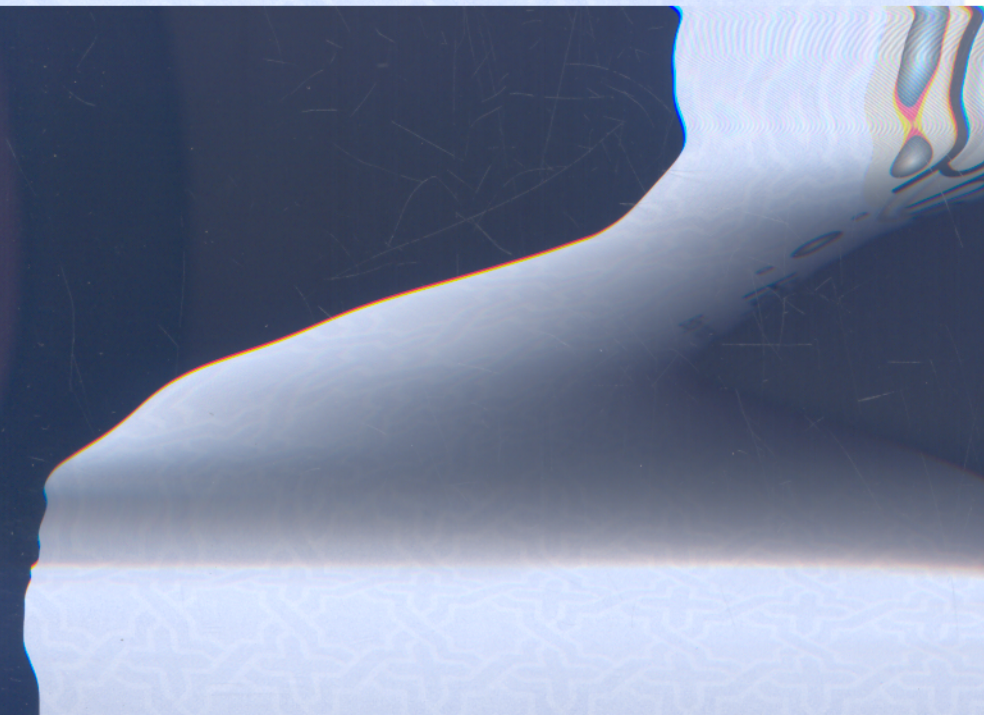
"Trước đây tôi luôn muốn trở thành một người khác, nhưng giờ đây tôi nhận ra rằng lẽ ra mình phải có một phong cách riêng".

Diễn viên Lily Tomalin

Phần 2

Hãy là chính bạn

Bảy hành vi tạo nên sức hút cá nhân



Phần 2

Hãy là chính bạn

Bảy hành vi tạo nên sức hút cá nhân

Đây là phần tiếp theo trong phương pháp A-B-C của chúng tôi nhằm giúp bạn phát triển sức hút cá nhân. Phần này bàn đến bảy hành vi quan trọng và tất cả đều có ảnh hưởng trực tiếp đến cách gây ấn tượng của bạn:

- lưu loát
- tự tin
- nhạy bén
- chân thật
- can đảm
- nhiệt tình
- phong thái

Trong phần này, chúng tôi cũng đưa ra những cách điều chỉnh và phát triển bảy hành vi trên nhằm giúp bạn giao tiếp hiệu quả hơn và tạo được ấn tượng mong muốn.

Chương 2

Lưu loát

"Con muốn có được tài ăn nói lưu loát, trôi chảy ấy". Đó là mong muốn của nhân vật Cordelia (trong vở kịch *Vua Lear* của Shakespeare) khi cô nhận ra những lời phát biểu của mình không có sức thuyết phục. Người có sức hút cá nhân mạnh mẽ thường nói năng rõ ràng. Và dù bạn gọi đó là tài ăn nói trôi chảy hay khả năng hùng biện thì sự thành công của một cá nhân trong (và thường là bên ngoài) nhiều tổ chức đòi hỏi cá nhân đó phải có khả năng nhất định về ngôn từ.

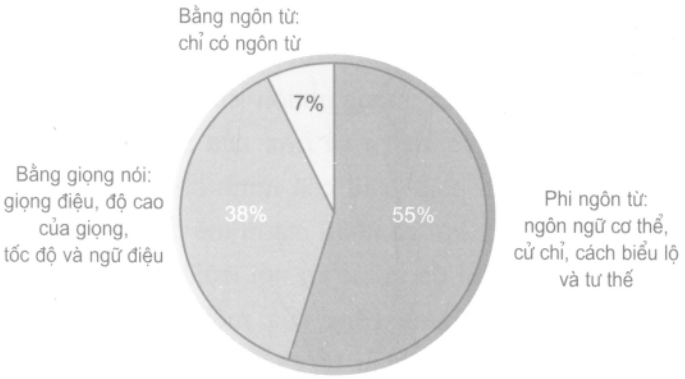
hiện nay, nói năng lưu loát khi làm việc gần như đã trở thành điều bắt buộc

Ở đây, chúng ta không chỉ bàn đến khả năng diễn thuyết trước công chúng dù điều này quan trọng. Hiện nay, nói năng lưu loát khi làm việc gần như đã trở thành điều bắt buộc. Do đó, để nâng cao sức hút cá nhân, có lẽ bạn cần phải phát triển khả năng diễn đạt của mình để có thể diễn đạt một cách dễ dàng bằng ngôn từ các ý tưởng, giá trị, vấn đề, cảm xúc và thông tin trong giao tiếp nói chung.

Trong khi lĩnh vực nghiên cứu này còn đang gây tranh cãi thì đã có bằng chứng cho thấy ngôn từ chỉ đóng vai trò thứ yếu trong cách gây ấn tượng của chúng ta đối với người khác. Chính các khía cạnh phi ngôn từ mới có thể giữ vai trò quan trọng hơn nhiều.

Vì giao tiếp là quy trình hai mặt nên thông điệp bạn truyền đi cũng cần được người khác tiếp nhận. Khả năng diễn đạt của bạn chỉ được xem là hoàn toàn rõ ràng khi người kia tiếp thu được thông điệp của bạn.

- Nếu người kia không nghe được thông điệp thì điều đó có nghĩa là bạn đã không nói.



Cách giao tiếp

Khả năng nói lưu loát chắc chắn có thể nâng cao sức thu hút của bạn, như trường hợp bài phát biểu của David Cameron tại hội nghị của Đảng ông vào năm 2007. Nhiều người đã rất có ấn tượng trước khả năng diễn thuyết của ông. Ông đã nói trên một giờ mà không cần bài viết sẵn và gần như không nhìn vào ghi chú. Thật sự Cameron không cần đến ghi chú vì ông chủ yếu tập trung vào thính giả chứ không phải từ ngữ.

Nhân vật Hamlet trong vở kịch cùng tên của Shakespeare đã bảo phường kép hát rằng: "Động tác phải ăn nhịp với lời nói, lời nói phải khớp với động tác". Qua đó có thể thấy lưu loát đồng nghĩa với việc lời nói và động tác của bạn phải tương hợp với nhau. Về vấn đề này, chúng ta sẽ tìm hiểu cụ thể hơn trong Chương 5. Bên cạnh đó, để có khả năng diễn đạt lưu loát, bạn cũng cần phải:

- nói dễ dàng
- giải thích những ý tưởng phức tạp một cách đơn giản
- diễn đạt thuyết phục

- làm cho thông điệp trở nên sinh động
- nói rõ ràng và dễ nghe
- biết im lặng đúng cách và tạo được hiệu quả

Nói dễ dàng

Qua cách bạn sử dụng ngôn ngữ, người khác sẽ nhận biết ngay trình độ học vấn, năng lực và khả năng tạo ấn tượng của bạn. Nhiều nghiên cứu đã cho thấy có mối liên hệ mật thiết giữa thành công và vốn từ vựng phong phú. Tuy nhiên, trên thực tế, nhiều người trong chúng ta chỉ sử dụng một phần rất nhỏ trong kho từ vựng mênh mông của mình.

tuy nhiên, trên thực tế, nhiều người trong chúng ta chỉ sử dụng một phần rất nhỏ trong kho từ vựng mênh mông của mình

Sở hữu một vốn từ lớn là điều thuận lợi nếu bạn có khả năng sử dụng được chúng khi cần. Bởi việc chỉ biết nhiều từ thật sự không mang lại hiệu quả bằng khả năng kết hợp từ để tạo ra thông điệp thu hút toàn bộ sự chú ý của người khác.

Nói dễ dàng còn đòi hỏi bạn không được lặp lại hay ngập ngừng trong lúc phát biểu. Bạn cảm thấy thế nào với những từ hay được lặp lại liên tục như "ưm", "a" và "ơ"? Nếu bạn cũng thường lặp lại những từ như thế trong cả bài phát biểu của mình thì hãy luyện tập để loại bỏ chúng. Việc lặp từ như trên chính là một cách câu giờ và vấn đề là chúng ta thậm chí thường không nhận ra mình đã lệ thuộc vào những cách này đến mức nào. Đây cũng là một lý do nữa khiến bạn phải kiểm tra lại mức độ lệ thuộc của mình với sự trợ giúp của những người mà bạn tin cậy.

Để có một vốn từ phong phú và có thể sử dụng khi cần, Shakespeare đã tạo ra gần 2.000 từ. Dylan Thomas và James Joyce cũng làm như vậy khi thấy việc này phù hợp với mình! Ngoài ra, còn một cách nữa cũng giúp bạn sở hữu nhiều từ mới nhưng ít đòi hỏi sự sáng tạo hơn cách trên đôi chút, đó là nâng cao vốn từ của bạn một cách đều đặn.

Trước hết bạn cần kiểm tra vốn từ vựng của mình để đánh giá mức độ phong phú của nó. Bạn có thể thực hiện việc này qua một trang web kiểm tra từ vựng như www.javacamp.org.

- Mỗi ngày hãy học một từ mới để trong ba tháng bạn sẽ có và sử dụng được gần 100 từ mới. Với cách này, thậm chí mỗi ngày bạn còn có thể biết được một từ mới kèm theo định nghĩa và các câu mẫu. Hãy truy cập trang web http://dictionary.reference.com.
- Kết hợp: xem cách kết hợp từ tại www.visualthesaurus.com.

Hoàn chỉnh câu: bạn sẽ rất hứng thú với việc hoàn chỉnh từ và kiểm tra từ vựng tại www.majortests.com.

Đọc: tạo điều kiện tiếp xúc với những từ mới và tìm ra nghĩa của chúng bằng cách đọc những sách hay, có sử dụng những từ bạn chưa biết.

- Đăng ký học thêm: hãy đăng ký học những môn như nghệ thuật, âm nhạc, kịch, văn chương, ngôn ngữ, triết học, khoa học và tâm lý để tiếp cận những cách nhìn và cách diễn đạt mới.
- Nghe: tận dụng mọi cơ hội để nghe những người biết cách diễn đạt nói chuyện. Tuy nhiên, bạn cần tránh bắt chước chính trị gia, vận động viên và những nhân vật nổi tiếng khác vì đa số họ thường lặp đi lặp lại những từ sáo mòn.

- Nói chuyện: tìm cách tham gia các cuộc đàm thoại đòi hỏi sự sâu sắc và kích thích trí tuệ.

Giải thích những ý tưởng phức tạp một cách đơn giản

Colin Powell, một vị tướng của Mỹ, đã nhận xét: "Các nhà lãnh đạo vĩ đại gần như luôn luôn là những "nhà giản lược" vĩ đại. Họ có thể trực tiếp đưa ra một giải pháp rất dễ hiểu mà không cần viện đến lý lẽ, tranh luận và đặt ra nghi vấn". Trên thực tế, do người bình thường chỉ chú ý được khoảng 15 giây nên chúng ta cần biết cách truyền đạt thông điệp nhanh chóng. Điều này càng trở nên cần thiết khi hầu như mọi người đều có thể làm cho một vấn đề trở nên phức tạp, kể cả cách pha trà ngon (hướng dẫn chính thức của Anh về việc này dài đến sáu trang!).

> hầu như mọi người đều có thể làm cho một vấn đề trở nên phức tạp, kể cả cách pha trà ngon

Người có sức hút cá nhân mạnh mẽ luôn nhận thức được tầm quan trọng của việc đơn giản hóa các vấn đề phức tạp và họ đã giản lược thông điệp của mình đến mức tối đa để dễ dàng tạo được tác động. Chẳng hạn, những người thật sự hiểu được công nghệ sinh học không nhiều, nhưng điều đó vẫn không ngăn được những nhà khoa học xuất sắc nhất như tiến sĩ Michio Kaku (nhà vật lý học lý thuyết hàng đầu, nhà tương lai học đồng thời là người dẫn chương trình truyền hình) nói về đề tài này để phần đông chúng ta có thể hiểu được một cách tổng quát.

Có một số người đã phạm sai lầm nghiêm trọng là phản đối sự đơn giản. Họ thường là những nhà chuyên môn rất tận tụy, là những người ưa thích và thậm chí ủng hộ sự rối rắm. Về sai lầm này, có thể kể đến trường hợp công ty dịch vụ tài chính ING Direct. Đây là công ty cố ý tuyển dụng nhân viên không có nghiệp vụ ngân hàng để thách thức tình trạng tuyển dụng hiện tại. Công ty cho rằng nghiệp vụ vững vàng sẽ dẫn đến sự thiển cận và tạo ra những chuyên viên chủ chốt hiếm khi có cùng quan điểm với khách hàng.

Đơn giản hóa ý tưởng phức tạp nghĩa là không sử dụng thuật ngữ (jargon). Tuy là lối nói tắt tiện dụng xuất hiện trong giới chuyên môn nhưng thuật ngữ có thể làm giảm tác động cá nhân, ngay cả khi được sử dụng giữa những người trong giới này.

Tránh dùng thuật ngữ nếu bạn muốn giản lược thông điệp của mình.

Giải thích "đại ý" cũng là một cách giản lược khác. Với cách này, bạn có thể giản lược những điểm phức tạp liên quan đến chuyên môn để chỉ ra những ý nghĩa ẩn sau một vấn đề. Trước các quan chức của Paramount, đạo diễn Cecil B. De Mille có lần đã tóm tắt bộ phim dự định sẽ là "bom tấn" về Samson và Delilah như sau: "Đây là cuộc gặp gỡ giữa một chàng trai phi thường và một cô gái phi thường!".

Và trong một thời gian, việc đơn giản hóa các ý tưởng đến mức tối đa đã trở nên phổ biến ở Hollywood. Do đó nếu ai muốn đóng góp ý tưởng cho một bộ phim thì phải có khả năng diễn đạt ý tưởng đó chỉ bằng một vài từ hoặc vài câu. Chẳng hạn:

- Hai cô gái gặp nhau và họ lái xe lao xuống vách đá.
- Người sao Hỏa chinh phục thế giới nhưng bị một loài virus tiêu diệt.
- Một chú cá nhỏ dễ thương lạc mất bố mẹ và sau đó đã tìm được họ.

Bây giờ, bạn hãy thử làm bài tập giản lược bên dưới:

Bài tập giản lược

Bài tập này chủ yếu tạo cho bạn hứng thú, đồng thời còn giúp bạn thực hành tìm đại ý. Vì vậy, bạn hãy thử xem mình có thể diễn đạt được bao nhiêu trong số những phim dưới đây chỉ bằng một câu ngắn gọn:

Phim	Diễn đạt đại ý
The Matrix (Ma trận)	
Lord of the Rings (Chúa tể những chiếc nhẫn) (bạn có thể chọn bất kỳ tập nào)	
The Godfather (Bố già)	
Pulp Fiction (Tiểu thuyết giật gân)	
Jaws (Hàm cá mập)	
The Terminator (Kẻ hủy diệt)	
Alien (Người lạ)	
Fight Club (Câu lạc bộ chiến đấu)	
Wuthering Heights (Đồi gió hú)	
Pretty Woman (Người đàn bà đẹp)	

Bạn cũng có thể tập giản lược bằng cách khác: chọn sáu phim bạn biết rõ và tóm tắt chúng chỉ trong một dòng.

Diễn đạt thuyết phục

Khi nhà khoa học đầu ngành của chính phủ (với tư cách là một chuyên viên tư vấn độc lập) ngồi đối diện với thủ tướng Anh và nói rằng đất nước này cần mở rộng việc sử dụng năng lượng nguyên tử, thì lời nói của ông có sức thuyết phục hơn người đứng đầu công ty TNHH British Nuclear Fuels có cùng quan điểm. Tuy nhiên, vị trí hay nghề nghiệp của bạn chỉ quyết định một phần tính thuyết phục. Nghiên cứu về nhà lãnh đạo thành công trong các công ty hoạt động có hiệu quả cho thấy nhiều người trong số này không có sức hút cá nhân mạnh mẽ cho lắm nhưng vẫn có khả năng nói thuyết phục.

Ngoài mục đích rõ ràng (xem Chương 1) và các yếu tố phi ngôn từ (xem các chương về sự hòa hợp ở Phần 3), các yếu tố khác đóng vai trò quan trọng trong việc giúp bạn diễn đạt thuyết phục là niềm tin vững chắc (sức mạnh và nhiệt tình ẩn sau cách truyền đạt của bạn) cùng nội dung thông điệp.

Niềm tin vững chắc

Khi người ta có nhiệt tình hay sự hăng hái đối với việc gì thì nhiệt tình ấy sẽ lan nhanh và giúp họ thuyết phục được người khác. Do vậy, hãy khơi dậy trong bạn niềm tin vững chắc bắt đầu từ những gì gây hưng phấn hoặc khiến bạn quan tâm đến thông điệp của mình.

Nếu chính bạn cũng không tin vào những điều mình muốn nói thì tại sao người khác phải tin? Vậy bạn hãy thử chia nhỏ thông điệp của mình xem có thể khám phá được khía cạnh nào khơi dậy trong bạn sự quan tâm hoặc niềm hào hứng hay không. Chẳng hạn bạn phải nói chuyện với khách hàng về sản

phẩm mới của công ty nhưng lại cảm thấy không hào hứng lắm. Thay vì chờ đợi một tình huống tốt đẹp, bạn hãy tìm một khía cạnh nào đó (dù nhỏ nhặt đến đâu) về sản phẩm này mà bạn thấy thú vị hoặc tạo được sức thuyết phục rồi tập trung vào đó.

- Muốn thuyết phục người khác, trước hết phải thuyết phục chính bạn.

Nội dung

Tuy ngôn từ chỉ đóng vai trò thứ yếu trong việc diễn đạt thuyết phục nhưng nội dung thông điệp (được chuyển tải qua ngôn từ) cũng có thể ảnh hưởng đến thái độ tin tưởng của người khác (dù khả năng này còn tiềm ẩn). Cụ thể, điều này được thể hiện qua ba câu hỏi sau:

- Bạn có đưa ra đủ dữ kiện cho trường hợp của mình không?
- Những điều bạn nói có hợp lý và dễ thực hiện không?
- Nội dung có ngắn gọn để người nghe tiếp thu không?

Trong một cuộc phỏng vấn xin việc, để tránh nghe có vẻ khoác lác, bạn có thể đưa ra chứng cớ đáng tin cậy về kinh nghiệm trước đây của mình không? Bạn có những ví dụ cụ thể, số liệu thống kê, thư giới thiệu hay giấy xác nhận cho trường hợp của bạn không? Khi thảo luận với sếp về vấn đề nào đó, bạn có luôn dùng sự kiện xác thực làm nền tảng cho những điều mình nói không hay chỉ đơn thuần khẳng định chúng? Tóm lại, khi hội họp hoặc thảo luận, bạn hãy dùng sự kiện và chứng cớ cụ thể làm cơ sở cho ý kiến của mình. Củng cố nội dung theo cách này có thể đòi hỏi nhiều thời gian chuẩn bị hơn, nhưng nếu

bạn hãy dùng sự kiện và chứng cớ cụ thể làm cơ sở cho ý kiến của mình

chuẩn bị không đúng cách thì bạn sẽ thất bại trong giao tiếp, đặc biệt ở các buổi thuyết trình trang trọng.

Thông điệp có nội dung hợp lý và dễ hiểu sẽ giúp bạn gây được tác động mạnh đối với người khác. Phần đông mọi người chỉ có thể chú ý trong một thời gian ngắn và thường chỉ nhớ được hai hay ba điểm trong cuộc đối thoại. Vì vậy, thứ tự trình bày thông tin cũng là điều quan trọng.

- Quy tắc cơ bản để tạo sức thuyết phục trong giao tiếp bằng lời là trình bày thông tin quan trọng nhất trước tiên.

Làm cho thông điệp trở nên sinh động

Để tạo những thông điệp sinh động nhằm gây tác động mạnh cho người nghe, những người có khả năng nói lưu loát thường sử dụng lối nói sáng tạo. Khi nói về những khác biệt có thể xuất hiện trong hội đồng quản trị, người đứng đầu Citibank là Chuck Prince đã diễn đạt như sau: "We are still dancing" (Chúng ta vẫn còn chưa thống nhất, dancing: nhảy múa). Từ đó, có thể thấy một hình ảnh trực quan dễ nhớ có thể là nhân tố quan trọng để hình thành sức hút cá nhân.

Về nội dung này, cũng có thể kể đến trường hợp của giáo sư Hans Rosling. Ông đã từng thuyết trình tại hội nghị TED với sự theo dõi của hơn 500.000 người qua mạng Internet. Trong buổi thuyết trình đó, sau khi tuyên bố điều dường như không thể thực hiện được lại có thể trở thành hiện thực (nghĩa là một thế giới tốt đẹp hơn), ông đã kết thúc bài nói của mình (giờ đây đã trở nên nổi tiếng) bằng cách nuốt một lưỡi kiếm lớn.[1]

(1) Truy cập trang web www.gapminder.org.

Ẩn dụ và so sánh

Ẩn dụ và so sánh khắc họa những hình ảnh dễ nhớ trong đầu người khác qua việc dùng sự vật, hiện tượng này để nói đến sự vật, hiện tượng khác. Chúng góp phần làm rõ những khái niệm, diễn tả những ý tưởng phức tạp và mang lại cách hiểu thống nhất, đồng thời cho phép chúng ta diễn đạt cô đọng. Dưới đây là các ví dụ về ẩn dụ:

"This family has rock solid values" (Gia đình này có những giá trị bền vững, rock solid: cứng như đá).

"There are a few rotten apples in that team" (Trong tổ ấy có tình trạng con sâu làm rầu nồi canh, rotten apple: quả táo thối).

"We've got to bust the speed limit on this one" (Chúng ta phải phá vỡ giới hạn tốc độ của vật này, bust: làm vỡ).

Bạn có thể cho rằng ẩn dụ chỉ được sử dụng trong văn chương, nghệ thuật. Tuy nhiên tất cả chúng ta đều sử dụng nó khi nói chuyện hàng ngày và thường là ngẫu nhiên. Nhờ diễn đạt nhanh chóng và hiệu quả những thông tin cụ thể lẫn trừu tượng nên ẩn dụ đã đi vào ngôn ngữ Anh. Khi cố gắng giải nguy cho công ty Chrysler, tổng giám đốc Lee Iacocca đã rất thận trọng. Ông không xin chính phủ Mỹ "gói giải nguy" (rescue package) mà lại nói về một "tấm lưới an toàn" (safety net) nhằm giúp công ty khỏi phải sa thải nhiều nhân viên.

Trong biện pháp so sánh, người ta dùng từ "as" hay "like" (như) để so sánh sự vật, hiện tượng này với sự vật, hiện tượng kia. Ví dụ:

"He's as hard as nails" (Hắn là người lạnh lùng, cứng rắn, hard as nails: cứng như đinh).

- "She's as tough as old boots" (Bà ấy là người cứng rắn, tough as old boots: dai như giầy ủng cũ).
- "Turns up here on Tuesdays like clockwork" (Có mặt ở đây đều đặn vào các ngày thứ ba, like clockwork: như bộ máy đồng hồ).

Nếu bạn muốn truyền đạt cho đồng nghiệp một ý tưởng hoặc thông điệp nào đó, hãy thử chọn một vật hay hành động hoàn toàn không liên quan đến nó. Ví dụ, bạn muốn thuyết phục các thành viên trong tổ về một hoạt động mới và bản thân bạn cũng thích môn lái bè trên sông (whitewater rafting), vậy bạn có thể tạo được các mối liên hệ nào giữa chúng? Dù mong manh đến đâu thì những mối liên hệ như thế cũng tạo ra một số từ ngữ dễ nhớ và có sức thuyết phục.

Nói rõ ràng và dễ nghe

Chúng ta quen nghe giọng nói của mình đến mức có khuynh hướng ít chú ý đến cảm nhận của người khác về nó. Nguyên nhân là do nhiều cuộc giao tiếp của chúng ta mang tính ngẫu nhiên, ở mức độ thông thường và phần lớn không gặp vấn đề. Bạn bè dường như dễ dàng hiểu được chúng ta cũng như chấp nhận con người và giọng nói của chúng ta. Tuy nhiên, muốn đạt được sức hút cá nhân, chúng ta cần chú ý xem mình nói gì và nói như thế nào, nghĩa là phải chú ý đến những yếu tố sau:

- Cách nói: bạn phát âm các từ và câu đã rõ ràng chưa.
- Độ cao của giọng: bạn lên giọng hay xuống giọng ở mức nào.
- Âm lượng: người khác có nghe được bạn nói hay không.

- Giọng điệu: giọng nói của bạn biểu lộ tâm trạng nào (thân thiện, giận dữ...).
- Tốc độ: bạn nói nhanh ở mức nào.

Cách nói

Một nguyên nhân khiến người ta nói năng thiếu rõ ràng là do không kiểm tra kỹ xem thông điệp của mình có tác động đến người nghe hay không. Đây chính là chỗ giao tiếp bằng mắt thật sự có thể hỗ trợ cho cách nói.

Hãy dũng cảm đón nhận thông tin phản hồi từ phía người nghe để biết mình nói có rõ ràng hay không. Bạn cũng có thể tự ghi âm rồi nghe lại để đánh giá xem mình nói rõ ràng, súc tích và dễ hiểu đến mức nào. Ngoài ra, trong lúc đàm thoại, bạn có thể hỏi người kia xem mình nói có rõ không. Dù cách này có thể làm bạn khó chịu đôi chút nhưng bạn sẽ có được thông tin mình cần. Bạn cũng có thể thử những cách sau:

giao tiếp bằng mắt thật sự có thể hỗ trợ cho cách nói

- Hãy nói và quan sát mình trong gương. Bạn có ấn tượng ban đầu như thế nào về giọng nói của mình?
- Thực hành phát âm các từ bạn nói. Để tập nói cho rõ hơn, nhà hùng biện người Hy Lạp là Demosthenes đã ngậm viên sỏi trong miệng và nói cho đến khi người khác có thể hiểu ông. Tuy nhiên, bạn có thể có nguy cơ nuốt viên sỏi nếu áp dụng cách này. Thay vì vậy, hãy thử đặt một cây bút chì nằm ngang trong miệng để bắt mình phải phát âm các từ rõ hơn. (Hãy thận trọng đừng để bị ngạt thở!)
- Thực hành nói chậm lại. Nói chậm một hai giây thật sự có thể nâng cao tác động cá nhân. Tạm ngưng một lúc trong

khi nói chuyện cũng là một biện pháp hữu ích vì nhờ đó người nghe có thể hiểu kịp lời bạn (xem thêm trang 81).

Tóm lại, nói rõ ràng là điều rất quan trọng trong giao tiếp. Dù chắc chắn mình có thể tự xử lý vấn đề này, bạn cũng nên dành thời gian luyện tập dưới sự hướng dẫn của một chuyên gia về giọng.

Bài tập về giọng nói

1. Hãy cười thật tươi khi đọc đoạn dưới đây:
   "This team is doing really well, we have surpassed all our targets and are on track for a record-breaking month. Well done!"
2. Bây giờ đọc đoạn trên đồng thời nhăn mặt và giữ chặt hàm.
3. Ghi nhận xem nét mặt đã làm thay đổi giọng nói như thế nào khi bạn truyền đạt thông điệp trên.

Độ cao của giọng

Những người ít có sức hút cá nhân thường không nhận ra mình nói chuyện bằng một giọng rất đơn điệu. Đây thường là kết quả của nhiều nguyên nhân khá phổ biến như: nội dung tẻ nhạt, quá lệ thuộc vào bài soạn sẵn và thiếu linh hoạt trong việc thay đổi độ cao của giọng (nghĩa là giọng không có nhạc điệu).

Ngoài ra, việc đọc lớn bài thuyết trình chắc chắn cũng khiến người khác cảm thấy buồn tẻ và biến giọng nói của bạn thành một chuỗi âm thanh đều đều mất hết sức thu hút. Ngay cả những diễn viên tài năng cũng thấy khó nói hết lời thoại bằng một giọng hấp dẫn.

Muốn thay đổi độ cao của giọng, cơ thể bạn cũng phải chuyển động! Cách này thật sự mang lại hiệu quả! Dưới đây là một số phương pháp khác cũng có thể giúp bạn trong việc này:

- Thở sâu hơn và thư giãn.
- "Tựa vào" những từ và cụm từ quan trọng, làm cho chúng trở nên sinh động.
- Nói thật diễn cảm.
- Nhấn mạnh phần kết thúc của các câu phát biểu và câu hỏi.

Xin nhắc lại đây là một lĩnh vực phát triển mang tính cá nhân và rất tinh tế, và một chuyên gia về giọng có thể nhanh chóng giúp bạn nói linh hoạt và hấp dẫn hơn.

Âm lượng

Theo nhận xét của tờ *Guardian* vào tháng mười năm 2007, nhà doanh nghiệp Karen Darby, một nhân vật tiếng tăm đã bán được website về so sánh giá cả SimplySwitch của mình với giá 22 triệu bảng Anh, nói chuyện "như đang cam đoan rằng bà từng đến những chỗ ngồi giá rẻ, dù chỉ có hai chúng tôi đang ngồi trong căn phòng nhỏ". Ngược lại, Dorothy Parker, nhà văn và diễn giả khôi hài nổi tiếng người Mỹ, lại cố ý nói nhỏ đến mức cử tọa phải chồm người hướng về phía bà mới nghe được. Đổi lại, họ được thưởng thức những câu nói dí dỏm, sâu sắc và mang dấu ấn đặc biệt của nữ văn sĩ. Khi chọn cách nói nhỏ như thế, bà biết chính xác hiệu quả của việc mình đang làm. Và bà chỉ diễn đạt vừa đủ để thu hút sự chú ý của người nghe.

> nói quá lớn hoặc quá nhỏ đều có thể làm cho bạn mất hết sức thu hút

Nói quá lớn hoặc quá nhỏ đều có thể làm cho bạn mất hết sức thu hút. Do đó, bạn cần kiểm tra xem giọng nói hiện thời của mình có âm lượng quá cao hay quá thấp. Người ta có thường yêu cầu bạn nói lớn hơn hay lặp lại không? Nếu có thì đây là dấu hiệu cho thấy bạn nói khá nhỏ, dù bạn có thể thấy giọng như thế là hoàn toàn bình thường.

Tăng cường luyện tập giọng nói của bạn

1. Đứng thẳng người. Tư thế này cho phép phổi giãn ra đến mức tối đa và cơ hoành không bị hạn chế.
2. Hít một hơi thật sâu cho không khí vào đầy buồng phổi.
3. Nói như thể luồng hơi xuất phát từ bụng bạn.
4. Nói đều đặn, không cho toàn bộ luồng hơi tập trung vào một cụm từ để tránh dẫn đến hậu quả là bạn sẽ la lớn. Khi đã hít thật sâu và cảm thấy dễ chịu, bạn sẽ có nhiều hơi để nói trôi chảy hết một câu.

Kỹ thuật này đòi hỏi phải có thời gian để hoàn thiện, vì vậy bạn nên luyện tập nhiều.

Nếu sợ mình có giọng khàn hoặc the thé, bạn hãy chú ý những dấu hiệu như người khác né tránh bạn (dù chỉ trong giây lát) hoặc nhăn mặt khi bạn nói. Ngoài ra, còn có một cách nữa là hãy dũng cảm yêu cầu một số đồng nghiệp tin cậy cho bạn nhận xét trực tiếp.

Thực hành về âm lượng

1. Nói nhỏ mỗi câu sau:
   - I didn't say that!
   - Leave me alone.
   - Give it to me.
   - Get out of here.
   - I want it now.

2. Tiếp theo hãy xem độ lớn của mỗi từ trong câu như hướng dẫn, tăng âm lượng theo độ lớn của từ:
   - I didn't say **that!**
   - Leave me **alone.**
   - **Give** it to me.
   - Get **out** of here.
   - **I want** it now.

   Ghi lại sự thay đổi về nghĩa của những câu trên theo âm lượng.

Giọng điệu

Giọng điệu cho biết bạn đang thân thiện, giận dữ, phấn chấn hay kiên nhẫn... và có thể đóng vai trò quan trọng trong việc tạo nên tác động của bạn.

Khi đứng trước công chúng, dù cựu thủ tướng Anh John Major cố làm ra vẻ thoải mái đến đâu thì giọng nói của ông lúc nào nghe cũng xa lạ và như bị tắc nghẽn. Thật khó mà tạo được vẻ phấn chấn, tự tin hay thuyết phục nếu giọng nói của bạn tiết lộ cho người nghe biết rằng bạn đang căng thẳng.

Để tạo giọng điệu ấm áp, mượt mà, người nói cần sử dụng cơ hoành, dây thanh âm và lượng âm tạo tiếng vang trong cổ

họng, miệng và đầu. Tôi biết điều này nghe có vẻ khá phức tạp, vì vậy bạn nên có chuyên gia hướng dẫn khi luyện giọng.

Để luyện giọng theo cách đơn giản, hãy thử làm bài tập dưới đây. Nếu thấy không có tác dụng, bạn nên tìm trợ giúp bên ngoài (đến gặp một chuyên gia hay người nào đó có khả năng chuyên môn về lĩnh vực này để nhờ hướng dẫn). Một chuyên gia giỏi về giọng có thể hướng dẫn bạn cách thay đổi giọng điệu để làm cho lời nói trở nên giàu nhạc điệu và hấp dẫn hơn.

Bài tập về giọng điệu

1. Nói âm ừ nhẹ nhàng và liên tục.
2. Nhẹ nhàng đặt tay quanh cổ (xem tay bạn như chiếc cà vạt).
3. Cảm nhận tất cả các cơ trong cổ và dưới hàm thư giãn.
4. Nói "ưm... hưm" theo giọng tự nhiên của bạn. Khi đó, bạn phải cảm thấy độ rung ở mặt và dưới bàn tay đặt trên cổ, đồng thời cảm nhận phần "hưm" trong chuỗi "ưm... hưm" thoát ra thật dễ dàng.
5. Đến đây, bạn đã nói được tiếng âm ừ dễ dàng. Bây giờ nói tiếng âm ừ ấy theo giọng của bạn. Duy trì cảm nhận về nó trước mặt bạn. Đừng gắng sức. Để giọng nói của bạn phát ra từ tiếng đó. Nếu không nói được tiếng âm ừ này thì bạn đang có vấn đề về hơi thở.
6. Nếu để phần thân trên (gồm vai, cổ, các cơ bụng dưới) được thư giãn thì giọng của bạn sẽ nghe nhẹ nhàng và hay hơn.

Tốc độ

Dân buôn xe hơi cũ, chính trị gia và luật sư là những người nói nhanh như súng vãi đạn. Trong khi đó, những người nói chậm lại kéo dài từ ngữ một cách không cần thiết khiến bạn phải chú ý đến từng lời của họ. Cả hai loại người này đều cố gắng dùng tốc độ để kiểm soát người nghe và hy vọng nâng cao tác động của mình.

Văn nói thông thường diễn ra dưới dạng những tràng âm thanh xuất hiện rất nhanh, do vậy việc nói chậm hơn thường mang lại hiệu quả cao trong việc hình thành sức hút cá nhân. Dưới đây là một số cách giúp bạn nói chậm lại:

thêm các quãng ngừng để người nghe có thời gian suy nghĩ
thay đổi tốc độ khi nói (lúc nhanh lúc chậm)
dùng ít năng lượng hơn khi nói, như vậy từ sẽ tuôn ra trôi chảy và ít bị khựng hơn

Nếu bạn nghĩ mình nói quá chậm thì trước hết hãy kiểm tra lại điều này với sự giúp đỡ của đồng nghiệp vì đây có thể là một ưu điểm thật sự.

Dưới đây là một số cách giúp bạn nói nhanh hơn:

dùng nhiều năng lượng hơn khi nói để từ tuôn ra nhanh hơn
khởi động trước khi nói bằng các bài tập ngôn từ (diễn viên và thuyết trình viên chuyên nghiệp gần như luôn làm việc này trong phần chuẩn bị)
đọc lớn một danh mục nào đó và tự kiểm tra với đồng hồ bấm giờ. Thực hành cho đến khi bạn đọc danh mục này với tốc độ ngày càng nhanh hơn

Im lặng đúng cách

Những người có sức hút cá nhân mạnh mẽ đều nhận biết họ có thể sử dụng im lặng theo lối tích cực bằng cách tạo khoảng thời gian trống để suy ngẫm và để người khác "điền vào các chỗ trống". Nhà văn khôi hài người Mỹ Josh Billings cũng đã từng đề cập đến điều này khi nói: "Im lặng là một trong những lý lẽ khó phản bác nhất".

im lặng có thể tạo ra một cảm giác cởi mở và thoải mái

Im lặng có thể tạo ra một cảm giác cởi mở và thoải mái cho bạn lẫn người khác. Nó còn có thể làm cho ấn tượng bạn tạo ra thêm phần trang trọng. Khi im lặng, nói cách khác là khi không vội lấp đầy những khoảng im lặng của người khác, bạn đã cho họ thời gian suy nghĩ và thể hiện thái độ tôn trọng họ.

Bên cạnh loại im lặng tích cực như trên, còn có một loại im lặng hoàn toàn khác có thể làm bạn mất hết sức hút cá nhân. Cụ thể, nó tạo ra nơi bạn vẻ thô bạo, thái độ lãnh đạm hay đơn thuần là không thân thiện. Bạn có thể nghĩ đến những lúc đã dùng im lặng làm vũ khí (chẳng hạn sau khi tranh cãi với bạn hay người thân) không? Một khi đã có ý thức về việc mình làm thì vấn đề sẽ dễ xử lý hơn. Vì vậy, cùng với thời gian, khi ý thức của bạn được nâng cao, khuynh hướng này sẽ giảm đi. Dưới đây là những việc bạn nên làm:

- Có ý thức về sự im lặng của bạn.
- Nâng cao ý thức của bản thân về thái độ phản ứng đối với im lặng.
- Tập cho quen với im lặng.
- Im lặng theo cách tích cực chứ không tiêu cực.

BÀI TẬP VẬN DỤNG

1. Gọi điện nói cho một người bạn biết bạn muốn thực hiện một thí nghiệm.
2. Giải thích là cả hai bạn đều sẽ nhìn vào đồng hồ của mình và giữ im lặng trong suốt 15 giây. Hãy thử xem. Các bạn đều biết nội dung cuộc thí nghiệm nhưng sẽ không khỏi ngạc nhiên khi thấy việc giữ im lặng là rất khó.
3. Tiếp theo, thử đối diện nhau và giữ im lặng suốt một phút. Bạn cảm thấy thế nào về thí nghiệm này? Khi nào bạn bắt đầu có cảm giác khó chịu, những dấu hiệu của nó là gì? Bạn có thể nhìn người kia trong suốt thời gian im lặng không hay phải tránh cái nhìn của người này sau một giây nào đó? Bạn có mỉm cười, cười thành tiếng hay gây ra tiếng động do căng thẳng trong suốt thời gian làm thí nghiệm không?
4. Thử cho phép bản thân im lặng với một mục đích cụ thể, ví dụ để gây ấn tượng trong khi nói chuyện hoặc để tiếp thu ý kiến nhận xét của người khác.

Khi im lặng đúng cách, bạn sẽ có khuynh hướng tỏ ra tinh tế và tập trung hơn. Im lặng tích cực đồng nghĩa với việc tâm trí bạn không vận hành như chiếc mô-tơ quay liên tục mà đang tĩnh tại và thanh thản. Những người chung quanh cũng dễ dàng cảm nhận được thái độ điềm đạm này và tỏ thái độ đáp lại.

Không những thế, im lặng còn có tác dụng khiến người khác im lặng. Ví dụ, nếu ai đó cứ nói huyên thuyên khiến bạn có ít hoặc không có cơ hội phát biểu thì bạn có thể im lặng để chấm dứt tình trạng này một cách tự nhiên và nhẹ nhàng. Bạn chỉ cần không biểu lộ thái độ đáp lại theo cách tích cực

như gật đầu, bày tỏ cảm xúc qua nét mặt và những hình thức khích lệ khác bằng lời nói. Vấp phải một thái độ lạnh lùng như vậy, người bình thường sẽ có khuynh hướng ngừng nói và tự im lặng chỉ trong khoảng hai phút.

Những nhà quản lý có thể ngồi một cách thoải mái và im lặng theo cách tích cực để tạo được tác động cá nhân cũng như tạo điều kiện cho người khác phát biểu. Họ có thể "moi" thông tin không thể biết bằng cách khác, chẳng hạn trực tiếp gặp một nhân viên kém năng lực hay bị cáo buộc có hạnh kiểm xấu.

Khi im lặng đúng cách, bạn sẽ tận dụng được những lợi ích của quãng ngừng. Ngừng đúng lúc, đúng chỗ, bạn sẽ có thời gian để thở, để xem xét nội dung sẽ nói tiếp, để tiếp nhận và hiểu rõ những ý kiến phản hồi từ phía người nghe.

Những nhà lãnh đạo có tài diễn đạt thường chăm chú lắng nghe khoảnh khắc im lặng của cử tọa và nhận biết được thái độ đồng thuận nhiệt thành, sự phản kháng gay gắt hoặc những mối nghi ngại âm thầm. Đó là nhờ khả năng tập trung, sự nhạy bén và thái độ biết lắng nghe thật sự (xem Chương 4). Khi có những phẩm chất này, thông thường nhà lãnh đạo có thể đạt được sức hút cá nhân mạnh mẽ và không cần phải nói gì.

"Có ai đó làm tôi chán ngán. Tôi nghĩ người ấy là tôi".

Dylan Thomas – nhà thơ, nhà văn và nhà soạn kịch

Chương 3

Tự tin

"Nếu bạn không cho mình là tuyệt vời thì tại sao người khác phải nghĩ như thế?". Đó là câu hỏi của Mae West – một nữ diễn viên có tính khôi hài. Tính tự tin của cô không phải tự nhiên mà có, nó là kết quả của sự quan tâm rèn luyện.

Anthony Howard là một trong những bình luận viên chính trị xuất sắc và nổi tiếng nhất của Anh. Ông thường xuất hiện trên truyền hình. Khuôn mặt ông có những nét kỳ lạ mà một số người cho là khó coi. Tuy nhiên, với cung cách tự tin, Howard dễ dàng khiến người ta không chú ý đến diện mạo của mình. Khi nói chuyện, ông đã nhanh chóng tạo được sức thu hút.

tự tin đóng vai trò thiết yếu trong việc hình thành sức hút cá nhân

Tự tin đóng vai trò thiết yếu trong việc hình thành sức hút cá nhân và là "điều kiện cần có trước tiên để làm những việc lớn". Đó là lập luận của Samuel Johnson – một trong những nhân vật xuất chúng của nước Anh, đồng thời cũng là một trong những người có diện mạo hết sức xấu xí.

Tự tin tạo ra sức mạnh – một sức mạnh có tác động và ảnh hưởng đến suy nghĩ, cảm xúc và hành vi của người khác. Nếu biểu lộ tính tự tin, bạn sẽ có nhiều khả năng hơn trong việc tạo được tác động như mong muốn.

Nói chung, tự tin có nghĩa là bạn cảm thấy tin tưởng chính bản thân mình trong những tình huống nhất định chứ không nhất thiết là trong mọi tình huống. Phẩm chất này đặc biệt quan trọng trong giao tiếp giữa các cá nhân. Đây là giao tiếp

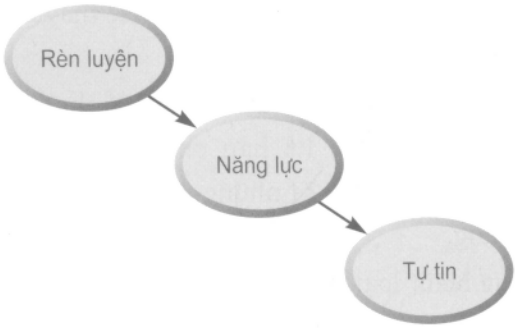
có ảnh hưởng trực tiếp đến tính hiệu quả và tác động của hành vi ngôn từ và phi ngôn từ mà bạn thực hiện.

Ngay như Winston Churchill, không phải lúc nào ông cũng hoàn toàn tự tin. Có lần ông than phiền với Clementine – vợ ông – rằng là tuy là thủ tướng đương chức, ông vẫn cảm thấy bất lực và không tạo được tác động mạnh đối với những nhân vật quan trọng cũng như những diễn viên đặc biệt trên sân khấu thế giới. Mặc dù vậy, ở Churchill, quyền lực của một thủ tướng lớn đến mức sức thu hút của ông cùng với kỳ vọng của người nghe đã góp phần che giấu những lúc ông thiếu tự tin.

Đôi khi giữa tính tự tin bên trong con người bạn và vẻ tự tin bạn bộc lộ ra bên ngoài có sự khác biệt. Ví dụ, ngay cả những diễn viên sân khấu xuất sắc nhất cũng phải thú nhận có lúc họ thấy lưỡng lự và thiếu tự tin khi nhận những vai quan trọng. Tuy nhiên, khi họ đã xuất hiện trên sân khấu, bạn sẽ không bao giờ biết họ cảm thấy thiếu tự tin đến vậy.

Mặc dù có điểm khác biệt như trên nhưng thông thường, giữa sự tin tưởng bên trong và cách biểu lộ ra bên ngoài (mà người ta vẫn gọi là tự tin) có mối liên hệ mật thiết, đúng như lời của một bình luận viên: "Nếu nghĩ rằng mình tự tin, bạn sẽ là người tự tin; ngược lại, nếu nghĩ rằng mình thiếu tự tin thì ngay cả khi thật sự có phẩm chất này, bạn vẫn là người không tin vào bản thân mình".

Có thể thấy tính tự tin bền vững có được nhờ rèn luyện. Rèn luyện hình thành nên năng lực – một khả năng mới giúp bạn tin tưởng ở bản thân mình nhiều hơn (tự tin):



Hành vi tự tin thể hiện qua tư thế, qua những mặt khác khó nhìn thấy hơn trong cách xử sự của bạn như các biểu hiện tinh tế của cơ thể (ngôn ngữ cơ thể). Ví dụ, người khác có thể cảm nhận bạn:

- thư thái chứ không cứng nhắc
- linh hoạt (nói bằng nhiều giọng điệu và có động tác uyển chuyển)
- có khả năng kiểm soát (các động tác của bạn vững chãi, không vụng về)
- có mục đích rõ ràng

Bạn có thể rèn luyện tất cả những phẩm chất trên, chẳng hạn xác định rõ ràng hơn ý định của mình hoặc có ý thức hơn về ngôn ngữ cơ thể (xem thêm Chương 8 về phong thái).

Bây giờ, bạn hãy thử áp dụng những cách dưới đây để chủ động tạo cho mình một hình ảnh tự tin trong mắt người khác:

- Ý định: thể hiện ý định rõ ràng, mạnh mẽ về tác động bạn muốn đạt được và nhận thức thật đầy đủ về nó.
- Thư thái: tạo ra dáng vẻ cởi mở cho thấy bạn sẵn sàng đón nhận bất cứ điều gì.

- Giọng nói: có giọng nói dễ nghe và biết thay đổi giọng điệu để thể hiện sự tự tin.
- Câu hỏi mở: sử dụng loại câu hỏi này để thu hút người khác và để tránh câu trả lời hạn chế (chỉ trả lời "có" hoặc "không"), tiếp đó đưa ra những nhận xét thích hợp và câu hỏi bổ sung.
- Câu phát biểu: loại câu này trực tiếp hướng về người kia (không phải theo cách buộc tội mà thể hiện sự quan tâm riêng và chân thành), ví dụ: "Bạn có đồng ý không?", "Bạn thấy thế nào về việc ấy?".
- Không sử dụng ngôn ngữ tiêu cực: tuyệt đối tránh những câu phát biểu diễn tả mối nghi ngại, bởi chúng khiến bạn nói chuyện giống một người thụ động (xem Chương 1) hoặc dường như đang tự dằn vặt mình quá đáng.
- Chủ động: hãy là người mở đầu trong quá trình đối thoại, đưa ra vấn đề hay quan điểm để người khác đóng góp ý kiến.
- Hãy nhìn thẳng người đối diện trong một khoảng thời gian để thể hiện rằng bạn là người tự tin và đang quan tâm đến họ.

Những biện pháp trên đây tuy đơn giản nhưng nếu bạn thực hành thì chúng không chỉ giúp bạn thể hiện vẻ tự tin mà còn khiến bạn trở thành người tự tin thật sự.

Hãy hành xử như thể

Khi gặp rất nhiều tình huống như bước vào một căn phòng toàn người lạ, có buổi nói chuyện hay phải tranh luận trong một cuộc họp tổ, chỉ bằng cách giả định mình tự tin, bạn thật sự có thể trút bớt những nỗi lo sợ và những nghi ngại đang rối

bời trong tâm trí. Nếu bạn xử sự với người khác như đem lại cho họ niềm vui vì được gặp bạn, có nhiều khả năng họ sẽ có cảm giác như thế. Nếu bạn có những việc làm như khiến người khác muốn nghe những điều bạn nói thì họ sẽ có khuynh hướng làm như vậy. Và nếu bạn hành xử như thể khiến người khác kính trọng bạn thì họ sẵn sàng đối xử với bạn theo cách ấy. Cuối cùng, những ứng xử và hành động nói trên sẽ không còn là giả định nữa.

nếu bạn có những việc làm như khiến người khác muốn nghe những điều bạn nói

Nguyên tắc "hành xử như thể" đòi hỏi bạn phải quan tâm rất nhiều đến người kia hay những thành viên trong nhóm. Và thay vì phí công sức đối phó với mối nghi ngại về khả năng của mình, bạn chỉ cần đừng bận tâm đến nó.

Như vậy, bằng cách tập trung vào những gì đang diễn ra bên ngoài bản thân, bạn sẽ có khuynh hướng tin tưởng chính mình và người khác nhiều hơn. Nói cách khác, càng tập trung vào bên ngoài, bạn sẽ càng bớt nghi ngờ bản thân. Thông qua thực hành đều đặn, việc này sẽ trở nên tự nhiên và phát triển thành một khuôn mẫu hành vi vô thức.

Trong trường hợp ngược lại, nếu bạn xử sự như một người thụ động thì chắc chắn người khác cũng sẽ cảm nhận về bạn như vậy. Và nếu bạn nghĩ rằng người khác không quan tâm đến mình thì điều này sẽ xảy ra. Với sức hút cá nhân, bạn luôn luôn phải chọn lựa: "Mình sẽ trở thành người thế nào?".

- **Người khác sẽ nghĩ về bạn theo cách bạn nghĩ về bản thân mình:** Các thái độ của bạn sẽ ảnh hưởng đến người khác. Ví dụ, nếu bạn nghĩ các thành viên trong tổ không quan tâm đến bạn thì cuối cùng điều này sẽ trở thành sự

thật. Nếu bạn nghĩ mình không có ý kiến, người khác cũng sẽ nhận thấy bạn không có gì để phát biểu. Nếu bạn nghĩ mình là người hấp dẫn, thông minh và giàu có thì cuối cùng người khác chắc chắn sẽ nhận định về bạn như thế.

- **Người khác sẽ có khuynh hướng phản chiếu tâm trạng hiện thời của bạn:** Nếu bạn hăng hái, người khác cũng sẽ có khuynh hướng hăng hái; nếu bạn thấy không vui khi ở trong phòng với người khác thì họ cũng sẽ thấy như thế đối với bạn; nếu bạn quan tâm đến người khác thì họ cũng sẽ có khuynh hướng quan tâm đến bạn.
- **Bạn muốn người khác xử sự thế nào thì họ sẽ xử sự như thế:** Nếu bạn nghĩ sếp ghét bạn thì có khả năng sự việc cuối cùng sẽ diễn ra đúng như thế; nếu bạn không muốn người khác chú ý khi bạn đến, họ sẽ hiểu và làm theo ý bạn.

Quy trình tự thực hiện (self-fulfilling) này diễn ra như thế nào? Có phải người khác đọc được ý muốn của bạn? Ở một mức độ nào đó điều này đúng, nhưng đó không phải là do sử dụng thần giao cách cảm. Thay vào đó, người khác đọc được những thông điệp rõ ràng lẫn tiềm ẩn được thể hiện qua dáng dấp, nét mặt, cử chỉ và những dấu hiệu khác thuộc ngôn ngữ cơ thể của bạn. Bởi khi "hành xử như thể", bạn đang truyền đi những thông điệp tạo tác động tích cực.

Kịch bản và câu khẳng định

Các "bài thể dục tinh thần" nêu trên còn có tác động đến cách bạn tiếp cận những thử thách trong giao tiếp, từ việc phát biểu trước hội nghị đến việc bước vào một căn phòng toàn người lạ, từ việc gặp sếp đến việc nêu vấn đề trong cuộc họp tổ. Bạn có thể hình dung ra toàn bộ những hành động của

mình để thích ứng với tình huống. Dưới đây là ba kịch bản khác nhau:

1. **Bạn là chủ buổi tiệc**: Bạn giả định những người bạn gặp trong một sự kiện là khách mời tại buổi tiệc do mình tổ chức, và chú ý đặc biệt đến mỗi người trước khi chuyển sang người tiếp theo. Đây là cách tuyệt vời giúp bạn tự tin vì đương nhiên bạn có quyền hiện diện ở buổi tiệc của mình!
2. **Tìm hiểu do hiếu kỳ**: Bạn tự đặt cho mình một mục tiêu để tập trung, chẳng hạn tìm hiểu lý do người ta tham dự một cuộc họp, tìm hiểu quan điểm của họ về một vấn đề hoặc tại sao mắt họ có màu xanh. Bạn có thể nghĩ ra bất kỳ chuyện gì, miễn là tự đặt cho mình một mục tiêu hiếu kỳ để tập trung. Việc này biểu lộ ý nghĩ của bạn và xác lập giao tiếp.
3. **Người truyền thông điệp**: Bạn xem mọi cuộc gặp đều tạo cho mình cơ hội có một không hai để truyền đi thông điệp quan trọng. Và bạn hãy nói chuyện với người khác như thể họ rất muốn nghe thông điệp của bạn.

Trong các tình huống, những câu khẳng định sẽ giúp bạn luôn cảm thấy yên tâm, nói cách khác đó là một cách để củng cố lòng tự tin. Mỗi câu khẳng định miêu tả hiện trạng *như thể* giống với mong muốn của bạn. Ví dụ:

- "Tôi là người thật sự hấp dẫn".
- "Người ta rất muốn nghe tôi nói".
- "Buổi thuyết trình này là một thành công kỳ diệu".
- "Tôi nói lưu loát và suy nghĩ nhanh".
- "Ý kiến của tôi thật sự quan trọng".

Tóm lại, hãy nghĩ ra bất kỳ câu khẳng định nào bạn thích, miễn là bạn có thể tin và nhớ được lâu. Sau đó, trong ngày hay trên đường đi đến cuộc gặp, hãy lặp lại đều đặn câu khẳng định này trong đầu như một câu chú (mantra). Cuối cùng, bạn sẽ xử sự như thể điều khẳng định này là có thật và thái độ này lại tác động đến cách xử sự của bạn đối với người khác.

Thông minh về cảm xúc

Thông minh về cảm xúc (emotional intelligence hay EI) là khả năng nhận biết những gì xảy đến với cảm xúc của người khác, đồng thời cũng biết cảm xúc của mình bị ảnh hưởng như thế nào. Ví dụ, nếu kém thông minh về cảm xúc, bạn sẽ không nhận biết rằng mình đang làm người khác cảm thấy bị xem thường, thiếu năng lực, bị đe dọa, giận dữ, thất vọng hay tội lỗi.

Dù người ta vẫn chưa thống nhất về việc có thể phát triển trí thông minh bình thường đến mức nào nhưng bạn hoàn toàn có thể phát triển dạng thông minh cảm xúc. Khả năng hiểu được động lực giao tế (hay những diễn biến trong mọi thời điểm của quá trình giao tiếp (xem Chương 12)) là đặc điểm của thông minh cảm xúc và khiến nó khác với những kỹ năng của người bình thường.

Phát triển dạng thông minh cảm xúc còn đồng nghĩa với việc bạn có ý thức về giao tế và điều này có thể tạo nên sức hút cá nhân. Do đó, tạo cho mình một tính cách có sức hấp dẫn là điều nằm trong khả năng của tất cả chúng ta. Khi đó, bạn hấp dẫn người khác vì họ cảm nhận được bạn rất quan tâm đến họ (nói theo cách của ngành công nghiệp giải trí thì khán giả là thượng đế chứ không phải bạn).

Thông minh cảm xúc giống như một loại ra-đa đặc biệt có khả năng nhận biết các tình huống cũng như diễn giải các hành vi, ý định, các trạng thái cảm xúc và mong muốn của người khác trong giao tiếp. Vấn đề là ở chỗ đôi lúc chúng ta gặp những "điểm mù" trên màn hình ra-đa khiến chúng ta hiểu sai hoặc hoàn toàn không hiểu một tình huống nào đó. Ví dụ, nếu bạn thấy thoải mái khi bước đến chỗ người khác, đồng thời phát biểu thẳng rằng công ty của bạn thật tuyệt vời bất chấp họ có muốn nghe hay không thì bạn đã hiểu sai tín hiệu ra-đa. Hoặc nếu bạn phát biểu một câu khiến người khác phật ý nhưng lại không nhận ra thì một lần nữa ra-đa của bạn đã phát tín hiệu sai.

thông minh cảm xúc giống như một loại ra-đa đặc biệt

Các phương pháp giúp bạn phát triển dạng thông minh cảm xúc

Các chương khác cũng có đề cập đến các khía cạnh giúp phát triển dạng thông minh này như mục đích (Chương 1), chân thật (Chương 5), nhạy bén (Chương 4) và quan hệ tốt (Chương 12). Ở đây chúng ta sẽ tập trung vào việc nhận thức tình huống – khả năng "đọc" được màn hình ra-đa đang chuyển tải các tình huống.

Dưới đây là các công cụ giúp bạn nhận biết tình huống:

- Không gian: bức tranh không gian trong tình huống này là gì?
- Hành vi: bạn quan sát được gì trong tình huống này?
- Hoạt động giác quan cao cấp: điều gì đang xảy ra trong tình huống này?

Từ ngữ và ký hiệu: những dấu hiệu của tư duy và ý nghĩa trong tình huống này là gì?

Không gian

Con người luôn tồn tại trong một không gian và thông qua việc họ tồn tại trong không gian đó như thế nào, bạn có thể biết được nhiều điều. Ví dụ, khi tham dự cuộc họp sắp tới, lúc bước vào phòng, bạn hãy nhìn quanh xem mọi người có ngồi giãn ra hay không, họ thu mình lại hay hướng về phía trước; ngoài ra bạn còn có thể nhìn thấy những tín hiệu nào khác nữa trong bức tranh không gian trước mặt.

Tiếp theo, bạn thử quan sát xem cách bố trí không gian như thế tạo nên vẻ hiệu quả, êm dịu, sắc sảo, căng thẳng hay chỉ là một phần của nghi thức? Những người tham dự có vẻ thoải mái hay khó chịu? Bức tranh không gian có gợi lên không khí chào đón hay không? Ai ngồi ở vị trí nào và tại sao (ví dụ người có chức vụ cao nhất luôn ngồi ở đầu bàn). Đâu là vị trí thích hợp nhất dành cho bạn trong không gian này và tại sao?

Lần sau khi bước vào phòng làm việc của một người, bạn hãy quan sát kỹ hơn các cách bố trí không gian. Nó có nhằm tôn vinh quyền lực của chủ nhân không? Nó tạo hay không tạo điều kiện cho giao tiếp, tăng cường hay hạn chế sự thân tình? Bạn còn nhận biết được điều gì nữa thông qua cách bố trí không gian?

Hành vi

Khi áp dụng dạng thông minh cảm xúc, bạn hãy quan sát kỹ hành vi của người khác và chủ động tìm thông tin phi ngôn từ về tình huống gồm tư thế, chuyển động, cử chỉ, nét mặt, độ cao của giọng và giọng điệu. Những hành vi này có thể bộc lộ tất cả các loại thông điệp và một khi đã nhận biết, bạn phải cố gắng giải mã. Ví dụ, những người ngồi trong phòng thể hiện sự tôn trọng hoặc quyền uy qua những dấu hiệu nào? Ai chạm vào người ai? Ai bước vào phòng đầu tiên hoặc ai bước vào cuối cùng?

Để tập nhận biết hành vi, bạn hãy thử xem TV hay phim nhưng tắt âm thanh đi để quan sát cách mọi người đi đứng và giao tiếp khi không có ngôn từ. Những người chơi bài poker có kinh nghiệm thường dựa vào lối quan sát này để "đọc" ý đồ của đối phương.

Hoạt động giác quan cao cấp – điều gì đang xảy ra?

Phương pháp này vượt khỏi giới hạn của những hành vi rõ ràng và yêu cầu bạn phải nhạy bén với những yếu tố khó nắm bắt – những yếu tố có thể cho bạn biết ý nghĩ và cảm xúc của người khác. Ví dụ, hãy quan sát cách người khác thở: họ thở nông hay sâu, nhanh hay đều?

> tìm những dấu hiệu nằm ngoài ý muốn của người khác như vẻ xanh xao của làn da

Bên cạnh đó, bạn có thể tìm những dấu hiệu nằm ngoài ý muốn của người khác như vẻ xanh xao của làn da. Dấu hiệu này cho bạn biết gì về những diễn biến bên trong con người họ? Chẳng hạn, nếu

sắc mặt của một người đỏ ửng thì đó là dấu hiệu của sự bất đồng ý kiến, của thái độ giận dữ hay cảm giác bối rối?

Cuối cùng, hãy đánh giá mức năng lượng của mọi người: mức năng lượng này cao hay thấp, tăng hay giảm? Ngoài ra, mức năng lượng đang thay đổi còn có thể bộc lộ qua nhiều dấu hiệu như tư thế, giao tiếp bằng mắt, chuyển động tay/chân...

Từ ngữ và ký hiệu

Công cụ sau cùng này liên quan đến việc bạn phải chú ý kỹ từ ngữ và ký hiệu xuất hiện trên ra-đa giao tế của bạn. Vì mỗi người chúng ta có thể hiểu từ ngữ và ký hiệu theo những cách khác nhau nên việc chúng ta giao tiếp được với nhau quả là điều kỳ diệu.

Để cụ thể hóa vấn đề này, bạn hãy chọn một người mình ngưỡng mộ và miêu tả người ấy với một người bạn. Trên thực tế, dù có dùng bao nhiêu từ đi nữa, bạn cũng không thể diễn đạt trọn vẹn cảm nhận của mình để người bạn biết về người này theo cách giống bạn. Hình ảnh con người này trong đầu người bạn sẽ chỉ là một bản sao mờ nhạt so với những gì bạn biết.

Ngay cả đối với những từ riêng lẻ, mỗi người chúng ta cũng có thể có những cách hiểu khác nhau. Chẳng hạn, khi thật sự đang đề cập đến tình trạng nghèo khổ và tác động của biến đổi khí hậu đối với các nước đang phát triển, nếu bạn nói mình rất bức xúc trước sự bất công (injustice) thì tôi có thể nghĩ bạn là nhân viên của Tổ chức Ân xá quốc tế.

Ngoài ra, hãy tập quan sát người khác để thấy họ biểu lộ vị thế của mình ra sao qua ngôn ngữ, tiếng lóng, các phép tu từ, qua việc dùng hoặc tránh lối nói thô tục hay sử dụng từ chuyên môn như thuật ngữ (jargon).

"Nếu bạn nghĩ mình có thể làm được việc gì, bạn sẽ có thể làm được việc đó. Nếu bạn nghĩ mình không thể thì điều này cũng sẽ trở thành sự thật".

Mary Kay Ash – nữ doanh nhân thành đạt, người sáng lập một trong 100 công ty thành công nhất theo tạp chí Fortune và là tác giả có sách bán chạy nhất

Chương 4

Nhạy bén

Trong bộ phim có ảnh hưởng sâu rộng là *All That Jazz*, nhân vật chính, vào mỗi buổi sáng, đã bắt đầu một ngày mới bằng cách nhìn chăm chú hình ảnh của mình trong gương rồi nói: "Đến giờ trình diễn rồi!". Anh hiểu rất rõ mình phải thường xuyên "ở trên sàn diễn" kể từ lúc rời căn nhà yên tĩnh của mình. Dù có thể không cần tự nhắc mình hàng ngày như vậy, bạn cũng cần phát triển dần phương cách của riêng mình để trở nên tỉnh táo vào những lúc đòi hỏi phải nhạy bén đến mức tối đa.

bạn cũng cần phát triển dần phương cách của riêng mình để trở nên tỉnh táo

Trước đây, thế giới đã từng biết đến một phụ nữ phi thường là Helen Keller. Cô bị mù, điếc và nói không rõ ràng khiến người khác rất khó hiểu. Điều lạ lùng là các giác quan còn lại của cô chỉ ở mức trung bình. Dù bị những khuyết tật như vậy, Helen vẫn viết những cuốn sách bán chạy nhất, xuất hiện trong các chương trình tạp kỹ, thành công vang dội ở Hollywood, đoạt giải Oscar, đi diễn thuyết khắp thế giới và gặp nhiều nhân vật tầm cỡ. Cô đã gây ấn tượng mạnh đối với vô số người, và nhiều người do không kìm nén được xúc động đã bật khóc nức nở khi cô có mặt.

Helen Keller có một sức thu hút mạnh đến mức trong nhiều năm cô trở thành một trong những người nổi tiếng nhất thế giới. Sức hút của cô chắc chắn xuất phát từ việc cô xác định rõ mục đích giao tiếp (được miêu tả ở Chương 1). Điều kỳ lạ là Helen thường viết hoặc nói về khả năng "thấy" hay

"nghe" của mình. Dĩ nhiên cô không nghe tiếng động thật sự mà cảm nhận chúng bằng những cách khác, thông qua các rung động tinh tế, dòng không khí, mùi thơm và kết cấu. Lúc nào cô cũng biết tường tận những việc đang diễn ra chung quanh mình. Bằng việc sử dụng các giác quan còn lại, cô đã học cách trở nên hết sức nhạy bén với tình huống.

Sự nhạy bén mang trong mình một sức mạnh có thể tạo nên biến đổi, chính sức mạnh này đã giải thích vì sao sức hút cá nhân ở dạng tuyệt đối lại làm chúng ta ngưỡng mộ và thậm chí cảm thấy vượt quá tầm tay. Vậy mà nó cũng quen thuộc đến mức khó tin. Nhạy bén là yếu tố rất gần gũi với con người và cho phép con người tồn tại. Nhạy bén hiện diện khi bạn lướt qua một căn phòng đông người, khi mắt bạn bắt gặp ánh mắt người khác để rồi sau đó một tia sáng lóe lên. Nhờ nhạy bén, bạn gặp được người khác, họ biết bạn và bạn biết họ (nghĩa là cả hai bên đều thay đổi theo cách nào đó).

Và sự nhạy bén không phải chỉ có ở con người. Cách đây vài năm, tôi ngồi trên bãi cỏ bên ngoài một dãy hàng rào hình tròn và quan sát một huấn luyện viên đang thì thầm với một chú ngựa non rất đẹp mã. Cô đã học cách trở nên cực kỳ nhạy bén khiến chú ngựa cảm nhận được và đáp lại. Nó bắt đầu làm theo ý muốn của cô, không phải vì sợ hãi mà vì chú tâm, hiếu kỳ và cảm nhận được sự bình đẳng.

Sự nhạy bén khi đã đạt đến đỉnh điểm sẽ trở thành một yếu tố quan trọng tạo nên sức hút cá nhân, nhưng sức hút này cũng không cần phải đạt đến dạng tuyệt đối để thuần hóa ngựa hay để biểu diễn ở khu West End của Luân Đôn. Ví dụ, một chuyên viên tuyển dụng đầy kinh nghiệm của ngành công nghệ thông tin (IT) đang có mặt giữa một nhóm người lạ,

nói chuyện thoải mái, mỉm cười thân thiện với từng người và giao tiếp bằng mắt rất hiệu quả. Trong trường hợp có người tỏ ý khước từ, chuyên viên này chuyển sang người tiếp theo mà không hề phật lòng và nhanh chóng trở thành tâm điểm thu hút sự chú ý của cả nhóm. Khi tiến hành công việc theo cách riêng của mình, đa số người (nếu không nói là tất cả) đều sẽ nhớ đến anh với cảm giác thú vị.

Chuyên viên tuyển dụng ngành IT đã vận dụng sức hút cá nhân của mình dù không đạt đến mức độ cao như tác động của Helen Keller hay những nhân vật lừng lẫy khác trong nghệ thuật này. Vốn là người nhạy bén, anh hoàn toàn thoải mái, biết mình là ai và điều gì là quan trọng đối với mình.

Sự nhạy bén đã mang đến thành công cho nhiều người trên diễn đàn hội nghị hay trong những tình huống bình thường và ít trang trọng hơn. Do đó, trong quá trình vươn đến một sức hút cá nhân mạnh mẽ, bạn hãy tìm hiểu xem mình có mối liên hệ như thế nào với sự nhạy bén để qua đó nâng cao hơn nữa nhận thức bản thân.

Trong những khóa học thuyết trình thường kỳ của chúng tôi (ngẫu nhiên có tên là Thuyết trình với sự nhạy bén – Performing with Presence), học viên sẽ làm thí nghiệm để biết được cảm giác hoàn toàn nhạy bén. Chúng tôi không cố gắng tạo ra một Helen Keller – nhân vật rất nổi tiếng vào thời điểm này – bằng cách yêu cầu học viên nhắm mắt và bịt tai cùng lúc. Thay vì vậy, chúng tôi mời họ tạm ngưng, thư giãn tại chỗ ngồi, nhìn xung quanh và thưởng thức những gì có thể phát hiện được bằng cách tập trung các giác quan. Nhiều người không giấu được vẻ ngạc nhiên trước những điều họ phát hiện.

Sử dụng bài tập dưới đây làm phần hướng dẫn, bạn hãy thử thực hành xem:

Bài tập về nhạy bén

1. Ngồi thẳng người trên ghế, tỉnh táo, thư giãn và nhìn về phía trước.
2. Chú ý đến hơi thở của bạn, đến việc cơ thể đưa không khí ra vào.
3. Thở chậm lại một chút bằng cách ngừng năm giây khi hít vào rồi thở ra như đẩy không khí xuống hai chân. Làm như vậy ít nhất năm lần.
4. Giữ đầu hoặc mắt không chuyển động, bắt đầu để ý đến những gì nằm trong tầm nhìn ngoại vi (tức các viền ngoài của thị giác).
5. Hãy chăm chú lắng nghe âm thanh xung quanh để nhận biết âm thanh đó đang ở gần hay xa, to hay nhỏ, cao hay thấp, đều hay rời rạc.
6. Hít nhẹ không khí ba hay bốn lần. Không khí có vị thế nào, bạn có nhận ra mùi gì đặc biệt không? Nếu bạn có xức nước hoa hay thoa mặt bằng nước thơm sau khi cạo râu, hãy cố gắng nhận biết.
7. Tiếp theo, hãy chú ý đến cơ thể. Cố gắng nhận biết cảm giác do vớ hay giầy dép mang lại. Bạn có cảm nhận được trọng lượng cơ thể mình đang đè xuống ghế không?
8. Hãy cảm nhận trọn vẹn khoảnh khắc này – khoảnh khắc mà nhịp sống dường như chậm lại và những áp lực trước mắt lùi dần – để có một nhận thức mới.
9. Cuối cùng, bắt đầu giảm dần độ nhạy bén và thư giãn ở trạng thái quen thuộc bình thường.

Ở cấp độ đơn giản nhất, khi đã hoàn toàn nhạy bén, bạn trở nên ý thức rất rõ về môi trường chung quanh, nhận biết rất tinh tế bầu không khí, những căng thẳng tiềm ẩn, những kỳ vọng, thậm chí đôi khi còn biết được ý nghĩ của người khác. Vậy vì sao bạn không còn nhạy bén như trước đó? Lúc này liệu có nên ngừng lại để đặt câu hỏi ấy không? Điều gì khiến bạn không phải lúc nào cũng nhạy bén và tại sao rất hiếm khi bạn được như vậy?

Con người đánh mất sự nhạy bén do quá chìm đắm vào thế giới này, chen chúc nơi phố thị và không còn giữ được mối liên hệ với thiên nhiên cũng như với bản thân mình. Họ mất đi sự nhạy bén do phải chịu nỗi đau tinh thần nào đó hoặc một nỗi đau khác. Và điều đáng nói nhất là con người đã đánh mất sự nhạy bén do để nguồn sinh lực vốn có của mình vơi cạn dần vì những yếu tố như hoàn cảnh buồn chán, thái độ không thân thiện của sếp, công việc tẻ nhạt, mâu thuẫn giữa lợi ích bản thân và lợi ích tập thể...

con người đánh mất sự nhạy bén do quá chìm đắm vào thế giới này

Để ngày càng trở nên nhạy bén, bạn có thể thực hiện các cách sau: tái lập mối liên hệ với môi trường bên ngoài, vận dụng luật giao thông về nhạy bén (presence highway code), sử dụng hai loại năng lượng, tạo sự phấn chấn và nâng cao nhận thức bản thân.

Tái lập mối liên hệ với môi trường bên ngoài

Việc tái lập này diễn ra khi bạn thực hiện bất kỳ hoạt động nào đem lại sự tập trung (tức giúp bạn loại bỏ những căng thẳng, phiền muộn và bực dọc của cuộc sống thường

ngày). Bạn có thể nghe hòa nhạc, đi dạo một mình trên bờ biển lúc hoàng hôn, thưởng ngoạn cảnh thiên nhiên, thiền định, hát đồng ca, nhìn đám củi cháy hàng giờ hay dành hết tâm trí chăm sóc một trẻ nhỏ.

Khi tái lập mối liên hệ với môi trường bên ngoài, bạn đã đánh thức sự nhạy bén, tiếp xúc được với nguồn năng lượng quan trọng có nguồn gốc từ bên trong cũng như từ bên ngoài. Mọi người đều có khả năng làm việc này và không có một biện pháp nào được xem là duy nhất mang lại hiệu quả cho tất cả chúng ta. Đây là một quá trình chứ không phải đích đến cuối cùng, và bạn có quyền quyết định thực hiện quá trình ấy hay không.

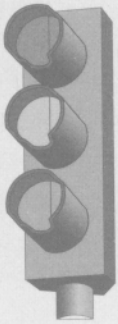
Bạn sẽ xử sự hoàn toàn nhạy bén khi cảm thấy thoải mái với bản thân mình, khi sự linh hoạt và tỉnh táo trong bạn đã đạt đến đỉnh điểm. Bạn sẽ nhận biết hành vi, cảm xúc, trạng thái và nỗi khắc khoải của người khác một cách tinh tế. Bạn khao khát tìm hiểu những ý tưởng mới mà không xét đoán một cách hồ đồ, do nhận biết được cảm xúc của người khác. Thính giác, khứu giác, xúc giác của bạn sẽ trở nên nhạy bén hơn và quan trọng hơn hết là bạn sẽ có cảm giác sung mãn.

Luật giao thông về nhạy bén

Mark Twain, nhà văn khôi hài người Mỹ, có lần đã bắt đầu bài diễn thuyết bằng cách im lặng nhìn cử tọa thật lâu. Ông điềm nhiên quan sát thính phòng như muốn nhìn vào mắt từng người. Sau gần 10 phút im lặng khác thường, toàn thể cử tọa bỗng vỗ tay vang dội.

Sự thật Mark Twain đang sử dụng luật giao thông về diễn thuyết ở dạng tuyệt đối: ngừng lại, thở, nhìn, nghe và cảm nhận. Ông đã hoàn toàn thiết lập được mối liên hệ với thính giả, giao tiếp đạt đến chiều sâu và xử sự hoàn toàn nhạy bén.

Luật giao thông về nhạy bén



Ngừng lại: hãy ngừng lại, đừng vội nói ngay. Quãng ngừng mang lại những giây phút quý giá giúp bạn "ngộ" ra tư duy lẫn cảm xúc. Nếu bạn có cảm giác bồn chồn, quãng ngừng sẽ giúp cơ thể bạn có thời gian điều chỉnh và trấn tĩnh.

Thở: nhẹ nhàng hít sâu một vài hơi nhưng không làm cho ngực phồng lên hoặc nâng vai lên. Khi đã hít đầy hơi, hãy giữ hơi và đếm từ từ đến năm. Làm như vậy vài lần sẽ giúp tim đập chậm lại, giảm bớt sự phóng thích adrenalin vào máu – tình trạng gây cảm giác bồn chồn hay hồi hộp.

Nhìn: đối với một nhóm nhỏ, hãy nhìn thật nhanh vào mắt từng người trước khi bắt đầu nói. Tác động của im lặng và mối liên hệ về thị giác có thể tạo nên điều kỳ diệu và biểu lộ sự nhạy bén một cách rõ ràng. Trong một nhóm lớn, hãy tìm một khuôn mặt quen thuộc hay thân thiện. Chọn một vài người trong số thính giả và tiếp tục nhìn vào mắt họ.

Khi nhìn, bạn hãy tự hỏi: "Mình quan sát gì ngay lúc này?". Lắng nghe câu trả lời trong đầu khi vẫn tiếp tục nhìn và không nói. Chẳng hạn, bạn có thể thấy người khác

cười, cau mày, trông có vẻ lơ đễnh, táy máy với điện thoại hoặc sắp xếp giấy tờ. Điều này cho thấy gì về tình trạng chuẩn bị của thính giả?

Nghe: nghe để nhận biết những âm thanh, chúng cho thấy một thông tin hữu ích về người mà bạn sắp giao tiếp. Họ đang xì xào hay giữ yên lặng (dấu hiệu cho biết họ sẵn sàng chờ bạn bắt đầu)?

Cảm nhận: hãy sử dụng tất cả các giác quan của bạn (kể cả trực giác) để nhận biết những gì đang diễn ra chung quanh. Hãy để tất cả các giác quan tự do phát hiện những dấu hiệu tinh tế – những dấu hiệu cho thấy cách giao tiếp nào là hiệu quả nhất ở thời điểm này.

Sử dụng hai loại năng lượng

Nếu quan sát một người thật sự nhạy bén, bạn sẽ thấy rằng ngay cả khi ngồi yên họ cũng có vẻ tràn đầy sinh lực. Họ dựa vào hai nguồn năng lượng riêng biệt. Nguồn thứ nhất là thể lực, là sự tỉnh táo của toàn bộ cơ thể nhằm đối phó với bất kỳ hoàn cảnh nào sắp xảy ra, nó lấy năng lượng từ thế giới bên ngoài. Nguồn năng lượng còn lại có nguồn gốc từ bên trong. Bạn có thể sử dụng nó thông qua việc mang toàn bộ con người mình (các giá trị của bạn cùng sự tự ý thức về bản thân mình) vào tình huống. Dù nghe có vẻ thần bí hoặc siêu hình nhưng thật ra đây là cách giúp người khác thấy được con người thật của bạn.

Dưới đây là một số biện pháp hữu ích giúp bạn khai thác nguồn năng lượng bên trong:

- Tự cho phép mình cảm thấy có nhược điểm và để nhược điểm tự bộc lộ. Thay vì đối phó với căng thẳng hay lo âu, bạn hãy tự nhủ rằng việc để mọi người nhìn thấy con người thật của mình hoàn toàn không có gì nguy hiểm.
- Nghĩ đến việc ở trong lâu đài, hạ cầu kéo xuống và bước ra với cử chỉ chào đón cùng vẻ vui mừng.
- Chủ động thở chậm lại (xem luật giao thông về nhạy bén ở trên).
- Thay vì chỉ nhìn người khác thoáng qua, hãy tập trung năng lượng tích cực vào việc giao tiếp bằng mắt, vào nét mặt và ngôn ngữ cơ thể. Khi thiết lập các mối liên hệ, bạn nên tránh làm những điều thô bạo hay ngớ ngẩn mà chỉ cần hành động dứt khoát hơn.
- Tự nhắc mình nhớ các giá trị của bản thân cùng mối liên hệ giữa chúng với các thời điểm cụ thể. Nếu bạn không xác định được chắc chắn các giá trị của bản thân, hãy thử làm bài tập dưới đây.

Bài tập về giá trị

Xác định rõ các giá trị của mình có thể giúp bạn nâng cao nhận thức bản thân, phát triển dần khả năng bộc lộ năng lượng nội tâm và làm cho bạn trở nên nhạy bén hơn.

1. Liệt kê những gì bạn để cao hay xem là quan trọng nhất trong đời mình. Bạn thật sự yêu thích điều gì? Dành thời gian suy nghĩ câu hỏi này.

2. Nghĩ về cách bạn biểu lộ giá trị qua hành động.
3. Cho biết những cách thể hiện các giá trị này trong cuộc sống thường ngày của bạn.

4. Chọn một giá trị cá nhân bạn cảm thấy tâm đắc nhất. Những người bạn quen thân có biết điều này ở bạn không?

Cho một người bạn thân hay người trong gia đình xem kết quả. Họ có nhận ra bạn thông qua việc xem những điều bạn đã nghĩ ra không? Các giá trị này tác động đến bạn như thế nào khi làm việc?

Ví dụ

1. Tôi coi trọng điều gì nhất; tôi thiết tha với điều gì nhất?

   Môi trường, công lý, hôn nhân của tôi, sự sáng tạo, sức khỏe của tôi.

2. Tôi thể hiện các giá trị này như thế nào trong cuộc sống thường ngày?

   Đi làm bằng xe đạp, tích cực tham gia các nhóm bảo vệ môi trường ở địa phương, gia nhập Tổ chức Ân xá quốc tế, duy trì sự quân bình trong công việc cũng như trong đời sống, luôn thử nghiệm những ý tưởng mới, tập luyện hàng tuần, ăn chay.

Với thông điệp tích cực và rõ ràng, những người tràn đầy sinh lực có khả năng tạo ra sự nhạy bén và sức thuyết phục mạnh mẽ. Bằng cách này hay cách khác, họ đều có khả năng biến mọi việc thành hiện thực và dường như có thể vượt qua mọi trở ngại.

Tạo ra sự phấn chấn

Có đôi lúc bạn chứng kiến cảnh tượng thiếu sinh khí trên sân bóng bầu dục, trong các trận đấu quần vợt và những tình huống thi đấu khác. Những mái đầu rủ xuống, những thân thể rã rời, không khí thất vọng bao trùm, tất cả không phải lúc nào cũng do kiệt sức mà đôi khi chỉ vì không còn ý chí để tiếp tục.

Người phấn chấn có khả năng hấp dẫn mọi người vì sự hiện diện của họ mang lại sinh khí. Để có tâm trạng phấn chấn, bạn phải là người linh hoạt, tích cực và sôi nổi. Những biểu hiện như tươi cười, lạc quan, mắt sáng, linh hoạt cùng dáng điệu cơ thể đều góp phần thể hiện sự phấn chấn.

Sự phấn chấn có được một phần là do cách bạn sử dụng năng lượng. Ví dụ, dù cảm thấy uể oải hay thậm chí xuống tinh thần, các diễn viên cũng tìm cách sử dụng nguồn năng lượng dự trữ để tạo tâm trạng phấn chấn trước khi lên sàn diễn. Có thể bạn cũng cần làm như vậy bằng cách hết sức chú ý xem mình có đang tận dụng năng lượng của bản thân hay không.

> sự phấn chấn có được một phần là do cách bạn sử dụng năng lượng

Nâng cao nhận thức bản thân

Đây là đề tài xuyên suốt cuộc hành trình nhằm phát triển sức hút cá nhân. Để chủ động nâng cao nhận thức bản thân, bạn cần tìm hiểu cái tôi vẫn được che giấu, lắng nghe và tin vào trực giác của mình cũng như tạo mối quan hệ với những người gây cảm hứng cho bạn.

Nhận thức bản thân bao gồm cả việc tìm hiểu xem bằng cách nào hành vi của bạn thật sự có thể làm giảm sức hút cá nhân.

Tìm hiểu những khía cạnh ẩn giấu trong con người bạn

Đằng sau chiếc mặt nạ, con người thật của bạn là thế nào? Nếu ít khi chiêm nghiệm, bạn có thể khó thấy được những phần ẩn giấu và không mấy dễ chịu trong con người mình. Đương nhiên, bạn có thể có lý do chính đáng khi che giấu một phần bản thân. Nhưng nếu những phần ẩn giấu này làm giảm sức hút của bạn hoặc có thể được sử dụng để nâng cao sức hút ấy thì chúng cũng rất đáng để chúng ta tìm hiểu.

Dĩ nhiên chỉ có bạn mới biết được phần ẩn giấu trong con người mình là gì. Tuy nhiên, chắc chắn rằng cái phần ấy gần như bao gồm một vài trong số những yếu tố được liệt kê trong bài tập về cái tôi ẩn giấu bên dưới.

Cuối cùng, điều gì sẽ xảy ra khi bạn cố gắng xác lập sự hiện diện của mình? Ví dụ, bạn có thấy mình đang cố bắt chước một ngôi sao điện ảnh với những điệu bộ kiểu cách hay những hành vi ra vẻ quan trọng không?

Bài tập về cái tôi ẩn giấu

1. Tìm một nơi yên tĩnh, không bị người khác quấy rầy. Chuẩn bị sẵn giấy bút.
2. Sử dụng bảng liệt kê các để mục dưới đây để kích thích tư duy và để xem bạn có thể nhớ được một (hoặc nhiều) ví dụ về bản thân và cuộc sống của mình hay không.
   - Những nỗi sợ vô lý hoặc vớ vẩn

Những điều bạn không thích hoặc ghét cay ghét đắng
Những điều bạn thích hoặc đam mê
Những nhu cầu không được đáp ứng
Những tài năng còn ẩn giấu hoặc chưa dùng đến
Những tâm tư tình cảm ít khi bộc lộ
Hành vi đáng tự hào trong quá khứ nhưng bạn hiếm khi hoặc chưa bao giờ nói đến
Hành vi đáng xấu hổ và bạn ít khi nghĩ đến
Những câu chuyện hoặc sự việc làm sáng tỏ vấn đề
Những khát khao và mong ước ít khi được giãi bày

3. Bảng liệt kê cho thấy điều gì về bản thân bạn? Có yếu tố nào trong đó có thể ảnh hưởng trực tiếp đến cách bạn cư xử với người khác (theo hướng tích cực hoặc tiêu cực) hay không?

Lắng nghe và tin vào trực giác của mình

Nhạn biển Bắc cực là loài chim sống ở bảy độ nam của Bắc cực và thật khó tin là mỗi năm một lần, chúng bay 23.000 dặm về nơi sinh sống ban đầu. Với bản năng hồi cư như thế, chúng không cần một hệ thống đạo hàng vệ tinh (SatNav) cầu kỳ nào cả. Bản năng mách bảo chúng phải bay đến đâu và bằng cách nào. Con người chúng ta cũng có sẵn khả năng định hướng trong cuộc đời và khả năng tập trung vào những gì đang diễn ra chung quanh. Tuy nhiên, hãy xem khả năng này như một hệ thống ra-đa chứ không phải một số liệu để có thể tính toán.

Một ngôi làng nhỏ ở Trung Âu có lần đã mời một vị giáo sĩ có tiếng là thông thái đến thăm. Trong nhiều tuần, cư dân Do Thái trong làng đã bàn cãi về những vấn đề cần nêu với vị giáo sĩ, những xung đột cần giải quyết cũng như những lời

khuyên cần tham khảo. Cuối cùng, vị giáo sĩ đến và mọi người tụ họp lại để chào đón ông. Lúc đó, ông đứng im lặng, trở nên hoàn toàn nhạy bén, nhận biết tình hình chung quanh cũng như bầu không khí. Thay vì phát biểu, ông bắt đầu nhảy múa. Ông cứ nhảy múa và mọi người cũng nhanh chóng làm theo. Khi tất cả đều dừng lại, trong bầu không khí im lặng đầy tiếng thở hổn hển, vị giáo sĩ điềm nhiên hỏi: "Còn câu hỏi nào không?".

Theo giáo sư tiến sĩ tâm lý Cappon, người viết và nghiên cứu về đề tài này, trực giác là "viên ngọc trong vương miện của trí thông minh". Ông cho rằng so với lý luận có ý thức, trực giác là "bí quyết thành công trong phần lớn các nỗ lực của con người".

Tuy quan trọng như vậy nhưng trực giác cũng như vai trò của nó trong việc tạo nên sự nhạy bén lại không được đề cập đến nhiều trong các sách hay bài viết về giao tiếp. Điều này cho thấy người ta xem trực giác là dữ liệu mềm (soft data) và không đáng tin cậy. Tuy nhiên, bản thân trực giác không có vấn đề gì phi lý, ngay cả khi nó sai lầm. Một số người còn tin rằng 90% quyết định của chúng ta đều dựa vào trực giác.

Một quan điểm về trực giác được công nhận là ở tầng sâu nào đó trong vô thức, bạn đã biết câu trả lời còn bản năng chỉ làm công việc cho phép bạn "truy cập" nó. Ví dụ, bạn biết người nào đó đang nói dối có thể không phải do trực tiếp nghe họ nói, chính những thay đổi sinh lý tinh tế, không kiểm soát được đã để lộ điều muốn che giấu. Thậm chí bạn có thể không biết mình đang ghi nhận những dấu hiệu trên nhưng thật ra bạn đang làm thế trong vô thức. Một khi tin cậy bản năng, bạn sẽ có được kiến thức này.

Một bằng chứng nữa về trực giác là trường hợp của Jack Roseman. Trong lúc thương lượng để mua công ty Atkins Computer Group ở Anh, Jack Roseman – người sáng lập hai công ty máy tính hoạt động rất hiệu quả đồng thời là chủ tịch của một công ty thứ ba – đã phát biểu: "Tôi không thể nói chính xác đó là cái gì. Chỉ trong vài giây nó mách bảo cho tôi biết hy vọng duy nhất để chúng tôi giành được công ty này là chinh phục trái tim và khối óc của những nhà quản lý đang ngồi quanh chiếc bàn kia".

Do đó, khi chủ nhân hỏi Roseman có muốn xem sổ sách không, ông đã dựa vào trực giác để trả lời rằng ông muốn mọi người làm quen với nhau trước. Nếu không có quan hệ tốt thì "dù bạn có biếu không công ty này, tôi cũng không nhận". Đây cũng chính là điều mọi người đang mong muốn, và Roseman đã thắng dù đưa ra giá thấp hơn đối thủ.

Để có sự nhạy bén, bạn có thể áp dụng trực giác theo nhiều cách. Ngay cả khi không có nhiều dữ kiện rõ ràng, bạn vẫn có thể sử dụng:

tiền nhận thức (foresight): tiên liệu một sự việc

hậu nhận thức (hindsight): hiểu nguyên nhân khiến sự việc xảy ra

linh cảm (hunch): giải pháp ban đầu và có thể là giải pháp thỏa đáng để giải quyết một vấn đề

nhận biết (knowing): chắc chắn mình biết những cách hiệu quả nhất để tìm ra một giải pháp hay vận dụng một khám phá, biết thời điểm thích hợp nhất để can thiệp vào sự việc hoặc ý nghĩa của một việc nào đó

Bạn cũng có thể làm cho trực giác bén nhạy nhờ thực hành và thử nghiệm (xem các bài tập trang 118-119).

Bài tập về trực giác

1. Dành những khoảng thời gian riêng để tìm hiểu trực giác của bạn (có thể là những lúc bạn ở một mình hoặc lý tưởng hơn là khi bạn ở vào tình huống cần tạo tác động cá nhân).
2. Dùng những việc có thật chứ không mang tính lý thuyết để tìm hiểu trực giác. Bởi trực giác chỉ hoạt động hiệu quả nhất trong những tình huống thật chứ không phải trong các tình huống giả tạo.
3. Tự cho phép mình xem xét cảm giác hiện thời và cố gắng nhận biết xem nó tác động đến mình như thế nào. Ví dụ: "Hiện giờ tôi thấy mệt và nhận thấy mình càng lúc càng trở nên mất kiên nhẫn".
4. Nhìn nhận hoặc thừa nhận những cảm giác này, ngay cả khi khó chịu. Ví dụ: "Tôi thừa nhận ngay lúc này tôi đang giận và việc tôi mất kiên nhẫn là điều dễ hiểu".
5. Xem trực giác như một người bạn điềm tĩnh, đáng kính và thường chờ bạn hỏi ý kiến. Tìm kiếm một phản ứng từ sự gợi ý của trực giác. Ví dụ: "Tôi thừa nhận ngay lúc này tôi đang giận. Vậy tôi nên làm gì đây?"
6. Kiểm tra độ chính xác của trực giác và phản ứng của bạn.

Bài tập bổ sung về trực giác

1. **Nhật ký:** Viết nhật ký về trực giác để ghi lại những ấn tượng (được hình thành từ giấc mơ hoặc không), cảm giác hay ý nghĩ tức thời. Xem xét những ấn tượng này để biết chúng mang lại những hiểu biết gì về trực giác của bạn (ví dụ: trực giác dường như bén nhạy nhất khi nào hoặc trong môi trường nào).
2. **Sở thích:** Dùng những môn vốn là thú tiêu khiển hoặc sở thích để tìm hiểu trực giác của bản thân. Nhạc sĩ có trực giác về âm nhạc, nhà khoa học có trực giác về khoa học, cha mẹ có trực

giác về con cái và nhà chuyên môn có trực giác về lĩnh vực riêng của họ.

3. **Lời giải đáp:** Chọn một vấn đề mà bạn muốn có lời giải đáp. Đi dạo ở những nơi có cây xanh và trong lúc thưởng ngoạn cảnh vật, hãy nhặt lên một hòn đá, chiếc lá hay bất kỳ vật gì đang nằm ở đó. Nhìn kỹ vật ấy và hỏi trực giác của bạn: "Vật này mang lại cho tôi những hiểu biết gì về vấn đề của tôi?".

Bạn cần lưu ý:

- Nên hoài nghi nếu trực giác dường như ra lệnh cho bạn làm việc chứ không phải gợi ý những khả năng.
- Nên kết hợp trực giác với logic.
- Nếu có một cảm nhận do trực giác mang lại, hãy trân trọng nó như một lời khuyên từ người bạn đáng tin cậy.

Chuẩn bị cho cơ thể

Một phần của công việc chuẩn bị để truyền thông tin đến người khác là cần phải đánh thức toàn bộ cơ thể, đặc biệt trong trường hợp bạn phải đứng thuyết trình một cách trang trọng.

căng thẳng trước một buổi thuyết trình trực tiếp là điều hoàn toàn bình thường

Căng thẳng trước một buổi thuyết trình trực tiếp là điều hoàn toàn bình thường; đó là một dạng năng lượng tập trung đang chờ được sử dụng đúng cách. Ví dụ, trước một buổi diễn quan trọng, các diễn viên thường dành một giờ hoặc hơn để chuẩn bị cho cơ thể. Họ tốn nhiều công phu để thư giãn, thả lỏng và chuẩn bị giao tiếp với khán giả. Mỗi khi muốn tạo sức hút cá nhân mạnh mẽ, bạn cũng có thể áp dụng hình thức chuẩn bị này. Hãy sử dụng bài tập cho cơ thể để bắt đầu kiểm soát tác động bạn muốn tạo ra.

Đặc biệt, trong trường hợp bạn sắp thuyết trình một cách trang trọng thì việc chuẩn bị cho cơ thể cần phải kỹ lưỡng và có thể gồm những nội dung sau:

Bài tập thư giãn cơ thể: làm cho từng bộ phận riêng biệt của cơ thể rung động nhẹ để loại bỏ căng thẳng; nhắm mắt lại và tập trung vào chúng, lần lượt kiểm tra xem còn căng thẳng không; hít sâu và thở ra chậm đồng thời điều khiển bộ phận đó buông lỏng và thư giãn.

Bài tập về giọng giúp cổ họng và dây thanh âm giãn ra: khẽ nói ậm ừ, tạo những âm đơn giản như "a...a..." và "o...o..."; nói thật lớn một cụm từ khó phát âm như "Red leather, Yellow leather, Red leather, Yellow leather" để giúp các cơ nói (speech muscles) giãn ra.

Tránh ở gần những người hút thuốc, tránh la hét hay nói chuyện dông dài.

Tóm lại, những bài tập khởi động sẽ đánh thức tâm trí, cơ thể, hơi thở và giọng nói, tạo điều kiện cho bạn sẵn sàng thực hiện mục đích của mình.

"Chỉ cần có cảm xúc nhạy bén trong cảnh quay, có cảm xúc nhạy bén thật sự là đủ để truyền đạt những thông tin cần thiết".

Lasse Hallström – đạo diễn người Thụy Điển

Chương 5

Chân thật

Nhạc trưởng, nhà soạn nhạc và nghệ sĩ dương cầm huyền thoại Leonard Bernstein có lần được một nhà nhiếp ảnh yêu cầu chụp ảnh ở sân bay trong tư thế đang ngồi trên xe gắn máy. Bernstein phản đối, ông nói rằng như vậy sẽ không thật vì ông không đi xe gắn máy. Nhưng nhà nhiếp ảnh lại khẳng định nếu cố gắng, chắc chắn ông có thể làm được.

Và rồi trước sự ngạc nhiên của các đồng nghiệp, Bernstein đã nhảy lên xe, phóng qua sân bay như tên bắn, giảm tốc độ trong giây lát để trình diễn một vài pha ngoạn mục, sau đó trở lại trước ống kính. Lúc này, ông tuyên bố với nhà nhiếp ảnh: "Bây giờ anh có thể chụp được rồi đấy".

Chúng ta đang sống trong một thế giới dường như ngày càng lao nhanh theo hướng ngược với chân thật. Toàn cầu hóa, lối sống phụ thuộc vào công nghệ, các phát ngôn viên, quảng cáo, hàng hóa và dịch vụ ảo, cộng đồng mạng, thậm chí người tình điện tử, tất cả đều ra sức làm xói mòn các giá trị thật hoặc bền vững, kể cả các quan hệ của con người.

sự chân thật được xây dựng trên những khuôn mẫu cứng nhắc sẽ trở thành giả tạo

Sự chân thật được xây dựng trên những khuôn mẫu cứng nhắc sẽ trở thành giả tạo. Khi một người sống chân thật, họ chỉ đơn thuần tạo ấn tượng họ là chính mình chứ không phải ai khác (cách tạo ấn tượng của họ không tuân theo quy tắc nào). Thật đơn giản, những gì bạn nhìn thấy chính là con người thật của bạn. Mọi người sinh ra đều chân thật. Bạn

không thấy trẻ con luôn cố gắng bắt chước người khác chứ không muốn là chính mình đó sao. Tuy nhiên, từ tuổi ấu thơ đi qua thời niên thiếu cho đến giai đoạn trưởng thành, chúng ta đã đánh mất tính hồn nhiên để rồi cuối cùng phải tự hỏi: "Thật sự mình là ai?".

Sự phân cách này trở thành bản tính thứ hai. Là người lớn, chúng ta có thể ngần ngại hoặc không thể gỡ bỏ chiếc mặt nạ để người khác biết con người thật của mình, và chính điều này đã ảnh hưởng trực tiếp đến ấn tượng mà chúng ta tạo ra. Ngài Reith, chủ tịch đầu tiên của hãng BBC, là một nhân vật khó hiểu, có tính khí rất thất thường. Tại lễ cưới của con gái ông, một vị khách nói với người chồng của cô gái (vốn là bác sĩ tâm thần) rằng: "Tôi rất muốn gặp ngài Reith". Người chồng này đáp: "Tôi cũng thế".

Nhà văn Marianne Williamson từng phát biểu một câu rất ấn tượng: "Nỗi sợ lớn nhất của chúng ta là sức mạnh vô hạn của chính bản thân mình. Chúng ta sợ chính ánh hào quang của chúng ta chứ không phải bóng tối. Chúng ta tự hỏi mình là ai mà xuất chúng, tuyệt vời, tài năng và phi thường đến thế? Trên thực tế, bạn là ai mà lại không dám sống với con người thật của mình?"[1].

Tính chân thật là nền tảng của sức hút cá nhân mạnh mẽ và nó đặc biệt quan trọng khi bạn là người quản lý hay lãnh đạo. Tuy nhiên, bạn không thể tuyên bố mình có tính chân thật, điều này phải do người khác nhận định.

Trước tiên, người khác cần thấy bạn sống thật với chính mình, bạn biết mình là ai và bạn dùng tính cách ấy để diễn

[1] Tưởng bị nhầm là câu nói của Nelson Mandela.

đạt điều mình muốn. Theo một số người, cựu giám đốc nhân lực của công ty Marks & Spencer là Jean Tomlin có lần đã giải thích: "Tôi muốn là chính mình, nhưng tôi có những biểu hiện khác nhau tùy theo hoàn cảnh. Những gì bạn thấy chỉ là một phần của con người tôi. Nó không phải là sự dối trá hay giả tạo mà chỉ là sự thích nghi với tình huống".

Tính chân thật tạo nên tác động thông qua những người đồng cảm với bạn ở mức độ cá nhân cũng như mức độ con người. Nói khác đi một chút, họ cảm thấy gắn bó theo cách nào đó với con người bạn và những giá trị mà bạn đại diện. Để thấy bạn là người chân thật, người ta phải nghe giọng nói đặc trưng và cảm nhận được những phẩm chất độc đáo của bạn.

Hành xử chân thật ở mức độ cá nhân là khả năng bạn bộc lộ con người thật của mình mà vẫn hoàn toàn ý thức được tác động mình tạo ra chung quanh. Đây là một sự chú ý có tính hai mặt. Thứ nhất, bạn cần nhận thức về bản thân và thứ hai, bạn cần nhạy bén với tác động mà mình tạo ra cho người nghe. Điều này góp phần tạo nên sự hòa hợp mà chúng ta sẽ bàn đến sau. Nó dẫn đến một ấn tượng ban đầu mạnh mẽ, một ấn tượng dài lâu và một quan hệ bền vững.

Tính chân thật không chỉ đơn thuần mang lại những lợi ích như cải thiện giao tiếp, xây dựng đội ngũ hay tạo nên thương hiệu. Bằng cách gỡ bỏ mặt nạ, nhân viên và quả thực là toàn thể công ty có thể thấy được hình ảnh thật sự của mình, biết mục đích và giá trị của mình. Khi không được chọn làm giám khảo cho chương trình truyền hình thường kỳ *Dragon's Den* – chương trình nhằm phát hiện những nhà doanh nghiệp có triển vọng, Karen Darby – một nhân vật đầy

sức hấp dẫn – đã nhận xét: "Tôi không thể sống khác với tính cách của tôi, tôi phải là con người thật của mình".

Khi gặp một người xử sự không chân thật hay sống không thật với bản thân mình, bạn dễ nhận thấy có điều gì đó bất ổn. Đôi khi chúng ta nói: "Hắn đang đóng kịch" hoặc "Cô ấy không đáng tin cậy lắm". Thử làm bài tập dưới đây để kích thích suy nghĩ của bạn về những yếu tố tạo nên tính chân thật.

Bài tập về tính chân thật

1. Nghĩ đến ba hoặc bốn người bạn rất ngưỡng mộ và đã gặp, đã nghe nói đến hoặc đã đọc những bài viết có liên quan. Những người này có thể còn sống hay đã qua đời, cùng thời với bạn hay ở một giai đoạn nào đó trong lịch sử.
2. Rút xuống chỉ còn một người.
3. Viết tên người này vào chỗ trống dưới đây rồi liệt kê những phẩm chất của họ khiến bạn ngưỡng mộ nhất.

   Tôi thật sự ngưỡng mộ .....

   Những phẩm chất của người này khiến tôi ngưỡng mộ nhất là (càng cụ thể càng tốt)

   .....

   .....

   .....

   .....

   .....

4. Tại sao người này có vẻ chân thật?
5. Theo bạn, người này biểu lộ tính chân thật bằng cách nào?
6. Còn bạn, bạn biểu lộ tính chân thật bằng cách nào?

Hành xử chân thật

Nếu thật sự ngưỡng mộ ai, bạn thường muốn được như họ. Điều này hoàn toàn dễ hiểu. Nhưng như vậy không có nghĩa là bạn bắt chước họ một cách mù quáng. Bạn không thể là họ bởi bạn và họ có những tính cách riêng. Sẽ là không chân thật nếu bạn suy nghĩ hoặc xử sự như một người khác.

Do bị ám ảnh bởi danh tiếng, chúng ta sống thiếu chân thật và tin rằng mình phải khát khao có danh vọng, tiền tài trong một sớm một chiều mà không cần sống thật với chính mình. Trong suốt thập niên 80, ở công ty GE khổng lồ, "mọi người đều muốn được như Jack Welch" (theo lời giải thích của Kevin Sharer, trợ lý của ông trong một thời gian dài và sau này cũng là một viên chức điều hành cao cấp). Từ kinh nghiệm của bản thân, Sharer biết rằng "bạn phải là con người thật của mình, đừng cố bắt chước người khác".

do bị ám ảnh bởi danh tiếng, chúng ta sống thiếu chân thật

Trong các khóa học về tác động cá nhân, chúng tôi nghe được những câu phát biểu như:

- "Tôi cảm thấy ở sở làm mình là một người, còn ở nhà mình là một người khác... và tôi không còn biết chắc mình là người nào nữa".
- "Tôi đã chán việc phải đoán cho ra những điều mờ ám. Tôi tự hỏi nếu cứ sống chân thật thì tất cả chúng ta sẽ đạt được những gì?"
- "Tôi rất linh hoạt, nhưng không chắc có nên bắt chước cách lãnh đạo của sếp hay không".

- "Tôi thật sự muốn là chính mình, nhưng khi ấy tôi lại không thành công".

Như vậy, con người mang mặt nạ khi đi làm để rồi sau đó tự hỏi tại sao mình không tạo được tác động như mong muốn. Những người tham dự hội thảo thường tỏ vẻ thú vị khi biết điều mình cần lại xuất phát từ bên trong chứ không phải bên ngoài. Có phần hơi ngỡ ngàng, họ hỏi: "Ông muốn nói là tôi chỉ cần sống thật với bản thân mình?". Khi được quả quyết đó chính là điều cần thiết đối với họ, bạn có thể nhận thấy họ có cảm giác rất nhẹ nhõm.

Những người cố gắng dùng tính cách chân thật để tạo sức hút cá nhân đôi khi cảm thấy mình có quyền bộc lộ cảm xúc một cách thái quá, có quyền giận dữ, bực dọc hay bất mãn, bất kể phản ứng của người khác. Thật ra, để được tiếng là chân thật, bạn cần phải hành xử thận trọng.

Tôi có xử sự chân thật không?

Một nhà báo nói với một chính trị gia nổi tiếng người Anh: "Tôi không tin một lời nào của ông. Mọi thứ liên quan đến ông đều ngụy tạo. Ngay cả tóc của ông cũng không thật vì trông như tóc giả!". Vậy làm sao bạn biết được khi nào mình xử sự thiếu chân thật? Thật ra có những dấu hiệu bên trong lẫn bên ngoài cảnh báo điều này.

Dấu hiệu bên trong là bạn cảm thấy không hiểu vì sao mình thờ ơ với những điều đang nói, với những gì thật sự có ý nghĩa với bạn. Bạn biết mình đang "đóng kịch" và không để lộ con người thật của mình. Bạn cố che giấu ý nghĩ cũng như cảm xúc của mình và chỉ trích gay gắt những điều mình đang nói.

Dấu hiệu bên ngoài là bạn bắt đầu hành động không theo lẽ phải mà rất tự do, tùy tiện. Chịu áp lực từ người khác, bạn làm những việc mà khi nghĩ đến, bạn biết mình sai hoặc cần phải xét lại bản thân.

"Trong phần chất vấn thủ tướng, khi Cameron chỉ trích ông là "ngụy tạo" (phoney) thì từ này gây tác hại như bom napalm", đó là lời của một bình luận viên về tác động của những từ như thế (do lãnh tụ phe đối lập thuộc Đảng Bảo thủ phát biểu) đối với thủ tướng Anh Gordon Brown. Dù rõ ràng Cameron không nói hết sự thật do thủ tướng là người có địa vị, "ngụy tạo" vẫn là một trong những lời buộc tội làm tổn hại uy tín của người khác nhiều nhất.

Bạn không thể thức dậy vào một sáng nào đó rồi tuyên bố: "Hôm nay tôi sẽ chân thật". Bởi xử sự chân thật không phải là một mục tiêu mà là một quá trình. Bạn thường phải thích ứng và nhận ra mình có thể sai lầm. Ngoài ra, chân thật còn liên quan đến:

Mong muốn và khả năng sống với con người thật, không ngụy tạo hay sắp đặt trước. Triết gia Jean Paul Sartre từng phát biểu: "Nếu bạn muốn xử sự chân thật chỉ vì muốn có phẩm chất này thì bạn sẽ không còn chân thật nữa". Điều này có nghĩa là chúng ta cần chân thật vì, theo cách nào đó, nó thật sự quan trọng đối với chúng ta.

Cách bạn kết giao với người khác và trở nên xứng đáng với sự tin cẩn của họ.

Những dấu hiệu cảnh báo bạn xử sự không chân thật

- Bạn chỉ kết giao với người có những thứ đáp ứng yêu cầu của bạn và có thể có lợi cho bạn trong tương lai.
- Bạn rất thích sưu tầm danh thiếp và số điện thoại cần thiết cho công việc chuyên môn của mình nhưng lại có ít mối liên hệ bạn bè hay các mối quan hệ thật sự chân tình.
- Bạn thao túng người khác để đạt những gì mình muốn mà không bận tâm đến hậu quả xảy ra cho họ hay cho chính bạn.
- Bạn để người khác thao túng mình.
- Bạn tìm mọi cách để có được sự đồng thuận của người khác, bất kể có thích họ hay không.
- Bạn không sống thật với chính mình.
- Bạn thấy mình cô đơn, không được kính trọng và không có sự gắn bó trong các mối quan hệ.
- Ở nơi làm việc, bạn cảm thấy lạc lõng, buồn chán, bị đánh giá thấp, không được yêu thích.
- Bạn ít tiến bộ trong việc phát triển bản thân hoặc thậm chí không quan tâm đến việc này.
- Những lúc rảnh rỗi, bạn không còn cảm giác thích thú hoặc thấy không thoải mái với những người có lúc bạn xem là bạn bè.
- Bạn không hoàn toàn tự trọng và không thật sự tin vào các giá trị của mình hoặc không thể hiện các giá trị đó qua hành động.
- Thậm chí lời khen của bạn cũng làm người khác khó chịu. Thoạt đầu lời khen ấy nghe có vẻ chân thật, nhưng rồi ý định thật sự của bạn cũng lộ rõ.

> cách dễ nhất giúp bạn chân thật hơn là... hãy sống với con người thật của bạn nhiều hơn!

Chúng ta thường miêu tả ngắn gọn về một con người chân thật và tác động của người ấy đối với chúng ta bằng câu sau: "Những gì bạn nhìn thấy chính là con người thật của bạn". Mặc dù gần như vô lý nhưng cách dễ nhất giúp bạn chân thật hơn là... hãy sống với con người thật của bạn nhiều hơn!

Nghệ sĩ hài George Burns có lần đã nói về tính lương thiện: "Nếu làm giả được nó thì người ta đã làm rồi". Ông cũng có thể nói như thế về tính chân thật. Tuy nhiên, giả vờ chân thật sẽ khiến bạn cực nhọc hơn nhiều so với việc chỉ sống với con người thật của mình.

Một nghiên cứu với hơn 1.000 nhà lãnh đạo trong giới kinh doanh (được chọn theo tiêu chí chân thật và kinh doanh có hiệu quả) đã cho thấy họ liên tục tự kiểm tra thông qua những kinh nghiệm thực tế. Họ muốn khám phá xem vai trò lãnh đạo của mình có mục đích gì và nhận thấy cách hành xử chân thật mang lại cho họ hiệu quả cao hơn[1]. Ngay cả khi bạn không phải là lãnh đạo trong một tổ chức thì kết quả nghiên cứu này cũng có tác dụng khích lệ. Thay vì chờ đợi tính chân thật đột ngột xuất hiện sau thời gian được huấn luyện chuyên sâu hoặc có sẵn gen "chân thật" từ lúc mới sinh, kết quả trên đã chỉ ra rằng tính chân thật xuất phát từ quá trình kiểm tra thực tế (quá trình này diễn ra liên tục, có thể kiểm soát được) và việc dùng thực tế để xác định con người thật cùng những mong muốn của mình cũng như điều gì là quan trọng đối với bản thân mình.

(1) George, Bill, Sims, Peter Mclean, Andrew N. và Meyer, Diana (2007). "Discovering your authentic leadership", *Harvard Business Review*, Bài R0702H, ngày 1 tháng hai năm 2007.

Kiểm tra về phong cách

Phong cách riêng của bạn tác động đến cách người khác cảm nhận tính chân thật ở bạn. Ví dụ, có thể bạn thấy mình có phong cách sành điệu, lôi cuốn và tự chủ nhưng người khác có thấy bạn thật sự như vậy không?

Hãy tưởng tượng bạn đang nhờ công ty riêng của mình – công ty giao tế công cộng (PR) – thay mặt bạn hoạt động hoặc ký hợp đồng với một công ty quảng cáo có tính chuyên nghiệp cao để quảng bá hình ảnh của bạn trước thế giới. Lúc này, một trong những vấn đề mà các chuyên gia đều muốn cùng bạn tìm hiểu là:

- Phong cách riêng của bạn là gì?

Phong cách của bạn bao gồm mọi lời nói, việc làm cùng ngoại hình, cách ăn nói, suy nghĩ, đi đứng và xử sự. Có thể nói bạn là một công ty có tên là Tôi PLC (PLC là từ viết tắt của Public Limited Company tức công ty hữu hạn công cộng). Nhãn hiệu của Tôi PLC sẽ là gì? Giống như John Lewis, Zara, Apple hay Nokia, Tôi PLC cũng có phong cách hay nhãn hiệu riêng. Càng có ý thức về nhãn hiệu này, bạn sẽ càng thành công trong việc biểu lộ tính chân thật và nâng cao sức hút cá nhân.

Bạn sẽ miêu tả phong cách riêng của những nhân vật dưới đây như thế nào?

- Camilla
- Ông Putin của Nga
- Oprah Winfrey
- José Mourinho
- Gordon Ramsay

- Denzel Washington
- Andrew Marr

Họ có phong cách đặc trưng không? Nếu có thì do đâu mà có? Điều này có khuynh hướng khiến họ trở nên chân thật như thế nào trong mắt bạn?

Bài tập về phong cách (1)

Dưới đây là một số cách để xem lại và suy nghĩ về phong cách riêng của bạn. Hoàn chỉnh các phần miêu tả dưới đây và cố gắng giải thích vì sao bạn chọn những câu trả lời khác nhau:

1. Nếu là xe hơi, tôi sẽ là (vd: một chiếc Mercedes) .....
   vì (vd: tôi thiên về chất lượng và kiểu dáng) .....

2. Nếu là thức ăn, tôi sẽ là (vd: một quả bưởi) .....
   vì (vd: tôi có mùi hơi hắc nhưng tốt cho bạn) .....

3. Nếu là cửa hàng, tôi sẽ giống như (vd: Marks & Spencer) .....
   vì (vd: tôi cung cấp hàng hóa xứng với đồng tiền bạn bỏ ra) .....

- Xem các câu trả lời của bạn. Chúng cho thấy điều gì về phong cách riêng của bạn?
- Bạn bè hoặc đồng nghiệp có đồng ý với những phần miêu tả của bạn không?
- Bạn nghĩ mình gắn bó với nhãn hiệu này đến mức nào?
- Dùng những thông tin trên để tiếp tục hoàn chỉnh bài tập về phong cách dưới đây.

Bài tập về phong cách (2)

Trong cuộc họp với công ty riêng của bạn (công ty PR) hoặc với các đại lý quảng cáo, các chuyên gia này muốn quảng bá tính chân thật của bạn với thế giới. Trước hết, họ quyết định phải có một hình ảnh rõ ràng hơn về "nhãn hiệu riêng" hay phong cách riêng của bạn. Vậy bạn sẽ miêu tả "nhãn hiệu" của mình với những chuyên gia này như thế nào? Dưới đây là một ví dụ:

"Nhãn hiệu" của tôi giống xe Toyota hơn xe BMW. Tôi cung ứng chất lượng mà không phô trương ầm ĩ và không buộc bạn phải theo phong cách của tôi. Tôi thích được xem như một nhãn hiệu đáp ứng nhu cầu của khách hàng, nghĩa là tôi cung cấp dịch vụ và bạn có thể tin tưởng ở tôi. Tôi cũng khá giống một số cửa hàng có uy tín khác ở chỗ không tìm cách chống chế khi bị phát hiện sai sót trong quá trình làm việc mà sẽ nhận khuyết điểm và cố gắng khắc phục. Tôi cũng giống ngân hàng First Direct đôi chút: bạn có thể liên lạc với tôi dễ dàng và khi tiếp xúc, bạn sẽ thấy tôi thật sự thân thiện và kiên nhẫn.

Tiếp theo, các chuyên gia tư vấn quyết định thiết kế một lô-gô để mọi người biết bạn là ai và đại diện cho điều gì. Lô-gô này sẽ như thế nào? Ngoài việc miêu tả, bạn hãy vẽ nó. Nếu không biết vẽ cũng thử cố gắng xem.

Bây giờ, hãy xem lại phần trên cùng kết quả của bài tập về phong cách (1). Bạn có nhận định gì về phong cách của bạn cũng như cách bạn gây ấn tượng đối với người khác?

Xử sự chân thật – các giá trị của bạn

Nếu có sự khác biệt lớn giữa cách bạn tự đánh giá bản thân mình và cách người khác cảm nhận về bạn thì khả năng biểu lộ tính chân thật của bạn có thể đã giảm sút và bạn cần phải điều chỉnh. Vì vậy, chúng ta hãy chú ý kỹ hơn đến khía cạnh này. Dưới đây là những cách giúp bạn xử sự chân thật:

- **Chân thật trong lời nói:** Tính nhất quán trong giao tiếp với người khác có khả năng nâng cao tác động của bạn vì họ tin lời bạn nói. Ví dụ, khi hứa làm việc gì, khen tặng ai một câu, đe dọa, nhờ giúp đỡ, bạn có thật sự muốn như vậy không? Lời nói không nhất quán với nội dung muốn nói sẽ khiến bạn mất đi sức thu hút:
    - "Hắn nổ dữ lắm".
    - "Bà ấy chỉ quát tháo vậy thôi chứ không có ý gì xấu đâu".
    - "Hắn sẽ hứa cho bạn cả trái đất này nếu...".
    - "Với cô ấy chỉ toàn là lời hứa".
    - "Bạn có thật sự muốn như vậy không?"
    - "Cám ơn, nhưng tôi không chắc về điều đó".
    - "Tôi tin chắc chuyện ấy sẽ không bao giờ tái diễn".

Bạn càng giỏi sử dụng từ ngữ và khéo léo trong cách nói chuyện thì càng phải chú ý đến sự tương ứng giữa từ ngữ và điều bạn muốn nói. Ví dụ, khi giận dữ, vui vẻ, thất vọng, bận rộn, chán nản hay bối rối, bạn có giấu cảm xúc bằng những từ ngữ nhạt nhẽo, sáo mòn và những cách khác để đánh trống lảng không?

Cho thấy bạn có nguyên tắc rõ ràng và hành xử theo nguyên tắc: Những giá trị của bạn là gì? Bạn có biết mình đại diện cho những gì và có sẵn lòng chia sẻ với người khác không? Điều quan trọng không kém là người khác có thấy bạn hành xử theo các nguyên tắc của bạn không?

Trong thực tế, nhiều vị giám đốc cứ say sưa nói về cách chăm sóc khách hàng, còn các nhân viên thì thất vọng khi chứng kiến họ tạo ra những hệ thống hay quy trình cho thấy điều hoàn toàn ngược lại. Hãy dùng những cụm từ như:

"Điều thực sự quan trọng đối với tôi là...".

"Đây là lập trường của tôi về vấn đề này...".

"Tôi thấy thật sự cần phải...".

"Tôi không thể tán thành việc đó vì...".

"Điều ấy đi ngược lại niềm tin của tôi, đó là...".

"Điều này sai vì...".

"Đây là việc phải làm và tôi muốn làm việc này".

Cho thấy bạn là người đáng tin cậy: Những dấu hiệu rõ ràng nhất khiến người khác mất lòng tin ở bạn là đi họp trễ giờ, không nhớ làm những việc người khác yêu cầu, nhận lời rồi sau đó không thực hiện.

Khi một đồng sự thân thiết đồng ý gửi cho tôi cuốn sách hoặc thông tin tôi cần, anh luôn ghi thật kỹ việc này vào bảng liệt kê những việc phải làm của mình (được anh đặt trong một bìa kẹp hồ sơ khi mang theo). Khi việc này được ghi vào bảng liệt kê đó thì tôi biết chắc anh sẽ thực hiện. Tôi rất ít khi thất vọng trong 20 năm làm việc với anh.

Tính cách đáng tin cậy giống như lớp vàng mạ lên tác động cá nhân của bạn. Đương nhiên một người vẫn có thể tạo được tác động mạnh mẽ dù họ không có tính cách này.

Ở họ, tác động đó vẫn xuất hiện trong mọi tình huống chứ không bị ảnh hưởng bởi hành vi tiêu cực (hành vi không đáng tin).

- **Có trách nhiệm phát triển trọn vẹn tiềm năng của bản thân.**
- **Có sự tương ứng giữa thực tại nội tâm với dáng vẻ bên ngoài của bạn.**

Bài tập về giá trị (1)

Vòng 1

Viết một bản tuyên bố sứ mệnh ngắn gọn giải thích cho bạn biết những điều sau đây:

1. Lý do bạn hiện hữu trên hành tinh này, theo suy nghĩ của bạn.
2. Những điều thật sự quan trọng đối với bạn – các giá trị của bạn.
3. Những việc bạn muốn làm để cuộc sống có ý nghĩa.

Vòng 2

1. Xem lại nội dung trên cho đến khi bạn hài lòng vì đã diễn đạt được trọn vẹn ý nghĩa của cuộc đời bạn.
2. Đánh máy nội dung này và in ra giấy.
3. Đưa cho một người bạn thân xem và yêu cầu họ cho biết phản ứng.

Vòng 3

1. Dựa theo nhận xét hoặc phản ứng bạn nhận được, hãy chỉnh sửa lại nội dung trên cho đến khi cảm thấy ưng ý.
2. In ra với cỡ chữ lớn (16pt hoặc lớn hơn).
3. Dán lên tường hoặc nơi bạn sẽ thấy hàng ngày.
4. Đọc nội dung này mỗi ngày và tự hỏi: "Mình có sống đúng với sứ mệnh mong muốn trong cuộc đời mình không?".

Bài tập về giá trị (2)

1. Trong bảy ngày tiếp theo, hãy ghi nhận những tình huống trong đó người khác cố bắt bạn làm những việc trái ngược với các giá trị của bạn.
2. Ghi lại các tình huống này cùng cảm xúc của bạn.
3. Bạn khẳng định mình có quyền xử sự chân thật như thế nào?

Cuối cùng, bạn cần đề ra những phương châm riêng để thực hành cách ứng xử chân thật. Ví dụ, bạn có thể đặt ra cho mình những nguyên tắc sau:

- Giữ được sự tỉnh táo và nhạy bén.
- Chú ý những lời nói tầm phào của mình.
- Cho phép mình có phản ứng trước những hành động thiếu chân thật.
- Luôn tìm kiếm phản hồi chân thật.
- Lập một bảng liệt kê riêng về các giá trị của bạn.
- Bày tỏ ý kiến.
- Nói về những điều bạn cho là quan trọng thay vì tán gẫu.
- Có chủ định.
- Duy trì những việc bạn yêu thích.

"Sống với con người thật của bạn trong một thế giới đang ngày đêm ra sức biến bạn trở thành một con người khác có nghĩa là dấn thân vào một cuộc đấu tranh gian khổ nhất, chưa từng có và không bao giờ kết thúc".

e e cummings – nhà thơ Mỹ

Chương 6

Can đảm

Có tiếng lao xao trong phòng. Các đại biểu đang chờ đợi. Họ sắp được nghe một chuyên gia thuyết trình về nghệ thuật lãnh đạo truyền cảm. Cuối cùng diễn giả đã xuất hiện. Ông bước vào phòng từ phía sau và cất tiếng hát trước sự ngạc nhiên của cử tọa. Khi ông tiến đến bục diễn thuyết với những bước dài và miệng vẫn hát lớn, cử tọa đã hưởng ứng ngay những ca từ mang thông điệp tích cực và sôi nổi. Vào lúc bắt đầu phát biểu, ông đã hoàn toàn thu hút được sự chú ý của các đại biểu và tạo được một sức hút cá nhân đầy ấn tượng.

Bạn có phải là người mạo hiểm không? Bạn có dám thử những cách mới lạ để tạo sức hút cho mình không? Hay bạn không thích sự mạo hiểm nhưng vẫn muốn tác động đến người khác nhiều hơn? Nếu vậy, có lẽ đã đến lúc bạn cần tự nhận thức về những hành động mạo hiểm.

Khi sử dụng những cách thú vị hoặc táo bạo để truyền đi thông điệp của mình, chắc chắn bạn có thể tạo được một sức thu hút mạnh mẽ hơn nhưng với điều kiện là không được khinh suất. Ví dụ, khi gặp khách hàng mới, bạn có thể thử bày tỏ quan điểm của mình bằng cách đọc một bài thơ, cho họ xem phim hoạt hình hay thậm chí làm trò ảo thuật. Nhưng nếu bạn bày tỏ quan điểm bằng cách cắm phập một con dao bếp dài khoảng 15cm vào bàn hội nghị thì dĩ nhiên, đó gần như chắc chắn là hành vi khinh suất và chẳng giúp bạn nâng cao bao nhiêu tác động tích cực của mình.

> can đảm không nhất thiết là phải làm những trò mạo hiểm, ly kỳ

Do đó, can đảm không nhất thiết là phải làm những trò mạo hiểm, ly kỳ. Đó có thể chỉ là một việc đơn giản như dám sử dụng ngôn ngữ cơ thể một cách chủ động hơn để gây ấn tượng với người khác. Nếu bạn biết cách biểu lộ cảm xúc của mình một cách tự nhiên bằng hai bàn tay, khuôn mặt và cơ thể thì can đảm có thể không phải là vấn đề, nhưng với nhiều người thì việc chủ động bộc lộ tình cảm bằng ngôn ngữ cơ thể lại đòi hỏi phải có lòng can đảm.

Để trở thành người can đảm trong giao tiếp với những cá nhân khác, bạn cần thực hành thường xuyên và tiếp nhận nhiều ý kiến phản hồi từ họ. Nếu cần, bạn hãy nhờ người khác góp ý.

Sự mạo hiểm thông minh

Sự mạo hiểm giúp bạn truyền thông điệp đến người khác. Và bạn chỉ nên mạo hiểm khi đã cân nhắc những trường hợp sau:

- Mọi chuyện tuy không diễn ra suôn sẻ nhưng thuận lợi vẫn nhiều hơn bất lợi.
- Khả năng xảy ra tình huống xấu nhất là rất thấp (xem khung thuận lợi – bất lợi bên dưới).

Bạn cũng cần nhớ rằng khi đã xem xét kỹ lưỡng mọi việc, nếu còn thấy điều gì có vẻ rủi ro hay đòi hỏi bạn phải rất can đảm thì đó chỉ là nỗi sợ mơ hồ. Do vậy, ở một khía cạnh khác, việc tìm hiểu nỗi sợ của chính mình sẽ góp phần giúp bạn can đảm hơn. Hãy thử làm bài tập về nỗi sợ dưới đây.

Bài tập về nỗi sợ

- Tìm một nơi yên tĩnh, an toàn, không bị quấy rầy trong ít nhất nửa giờ.
- Nằm trên nền nhà, gác hai chân lên ghế, dùng một miếng đệm mỏng để kê đầu.
- Thở chậm và lâu, giữ cho hơi thở sâu và đều.
- Bắt đầu nói to các nỗi sợ của mình: "Tôi sợ...".
- Trước tiên nói to các vật dụng hay con vật như nhện, xe hơi, máy vi tính.
- Tiếp theo, chuyển sang các sự kiện như thuyết trình, bước vào một căn phòng có rất nhiều người lạ, gặp riêng sếp.
- Sau đó, nhắc đến những người bạn thấy sợ như: cha mẹ, sếp, người cộng sự, anh/chị/em ruột, đồng nghiệp.
- Cuối cùng, hãy nói to tên của những người hay sự kiện trong quá khứ khiến bạn sợ hãi. Những sự kiện này còn không? Hiện giờ bạn sợ gì nhất: lũ lụt, khủng bố hay bệnh tật? Bạn sợ điều gì trong tương lai?
- Nhớ là phải nói to các nỗi sợ chứ không phải nói thầm trong đầu.

Khi làm bài tập này, bạn có thể cảm thấy sợ hãi, bất an hoặc thấy các cơ bắp đang căng ra. Như bị thôi thúc từ bên trong, bạn rất muốn đứng dậy làm một việc hoàn toàn khác. Trong trường hợp này, bạn hãy kiên trì làm tiếp bài tập vì bằng cách gọi tên các nỗi sợ, bạn sẽ không bị chúng ám ảnh nữa.

Thuận lợi – bất lợi: biết cách mạo hiểm

1. Bạn mời khách hàng đặt mua một sản phẩm mà bạn đã cố công quảng cáo.
   - Tình huống xấu nhất – bất lợi: khách hàng từ chối, quyết định chấm dứt quan hệ.

- Tình huống tốt nhất – thuận lợi: bạn ký được hợp đồng, thiết lập được quan hệ có lợi và lâu dài.

2. Trong một buổi làm việc chỉ có bạn và một đồng nghiệp, bạn yêu cầu người này hãy làm việc hiệu quả hơn.
   - Tình huống xấu nhất – bất lợi: người đồng nghiệp nổi giận, nghỉ việc và tuyên bố bạn là người hống hách hoặc có sự phân biệt đối xử.
   - Tình huống tốt nhất – thuận lợi: người đồng nghiệp cám ơn bạn đã chân thành góp ý, đồng ý sẽ cố gắng làm việc chăm chỉ hơn và sau đó khen ngợi bạn trước người khác.

3. Bạn bước vào một căn phòng và bắt chuyện với người đầu tiên bạn cảm thấy sẵn lòng giao tiếp với bạn.
   - Tình huống xấu nhất – bất lợi: người này khước từ một cách thô bạo, bỏ đi chỗ khác khiến bạn thấy ngượng ngùng.
   - Tình huống tốt nhất – thuận lợi: người này tỏ ra rất nhiệt tình, trở thành một người bạn hoặc đầu mối giao dịch lâu dài của bạn, kết quả là bạn ký được một hợp đồng quan trọng.

Trong mỗi trường hợp, tình huống xấu nhất có khả năng xảy ra ở mức độ nào? Nếu khả năng này rất thấp thì bạn có thể mạo hiểm, vì tình huống tốt nhất hay một thay đổi nào đó theo hướng có lợi vẫn có thể xuất hiện.

Biết cách tính toán như trên là biểu hiện của sự mạo hiểm thông minh.

Bạn cần có một tâm lý vững vàng để đối phó với những bất lợi có thể xảy ra do mạo hiểm. Sự vững vàng này thường chỉ có được thông qua thử nghiệm và bằng con đường tìm hiểu lĩnh vực mạo hiểm.

Điều lạ lùng là mặc dù cảm thấy thoải mái khi tham gia những môn thể thao mạo hiểm như leo lên/tụt xuống bằng dây thừng hoặc lái bè trên sông, một số người lại cố né tránh những mạo hiểm cần thiết trong giao tế – những mạo hiểm giúp họ truyền đạt thông điệp một cách hiệu quả.

Ở mỗi người, đặc điểm hướng nội hay hướng ngoại có thể ảnh hưởng đến sự mạo hiểm. Ví dụ, người hướng ngoại có thể thấy thích mạo hiểm, xem đó chỉ là một phần của việc giao tế và là một biểu hiện của sự tự tin. Trong khi đó, người hướng nội có thể không thích mạo hiểm. Tuy khó có thể chuyển từ dạng người hướng nội sang hướng ngoại hay ngược lại, bạn cũng cần biết mình e ngại hay ưa thích mạo hiểm.

người hướng ngoại có thể thấy thích mạo hiểm

Để tạo sức hút cá nhân thì sự mạo hiểm phải đồng nghĩa với việc bạn:

- thể hiện mình là người can đảm khi dám thách thức hoặc đặt câu hỏi cho người khác
- có quan điểm và bày tỏ quan điểm ấy
- bảo vệ niềm tin trong tình huống vấp phải sự phản đối
- chấp nhận những quan điểm khác một cách cởi mở
- tận dụng cách diễn đạt bằng cơ thể

Chúng ta hãy xem xét kỹ hơn những biểu hiện này.

Thách thức hoặc đặt câu hỏi cho người khác

Vị tổng giám đốc mới của một công ty bảo hiểm đã tổ chức một cuộc họp thân mật để giới thiệu mình với tất cả nhân viên. Sau những lời mở đầu trang trọng, ông mạnh dạn kể một câu chuyện riêng liên quan đến việc giao dịch với một hãng du lịch. Ông chia sẻ với mọi người về dịch vụ chăm sóc khách hàng tuyệt vời của hãng này và cảm thấy vô cùng biết ơn họ vì nhờ đó ông đã thoát khỏi một tình huống khó khăn. Nhìn quanh căn phòng đông nghịt người, ông hỏi gần đây có ai được hưởng dịch vụ chăm sóc khách hàng chu đáo như vậy hay chưa.

Chẳng mấy chốc, những người chưa bao giờ được phát biểu với một vị tổng giám đốc trước đám đông bắt đầu chia sẻ những câu chuyện của họ về đề tài này. Đúng vào thời điểm thích hợp, vị tổng giám đốc mỉm cười và giải thích về điều ông tin tưởng là những người giao dịch với công ty mới của ông cũng sẽ nói với bạn bè của họ giống như vậy về dịch vụ chăm sóc khách hàng tuyệt vời của công ty.

Một bầu không khí im lặng và nặng nề bao trùm khắp căn phòng. Cuối cùng, một người đánh bạo phát biểu: "Nhưng chúng ta luôn được đánh giá cao theo các tiêu chuẩn hàng năm về chăm sóc khách hàng trong lĩnh vực công nghiệp". Vị tổng giám đốc gật đầu: "Tôi hoàn toàn đồng ý, như vậy rõ ràng là chúng ta đang có một cơ sở vững chắc để tạo dựng một điều tuyệt vời. Đây chính là ước muốn của tôi, là quyết tâm của tôi và tôi mong rằng đó cũng là quyết tâm của mọi người".

Sau cuộc họp, các nhân viên thường nói mãi về vị tổng giám đốc mới, về cách ông tạo ấn tượng và khuyến khích họ phát biểu cùng tầm nhìn hướng đến tương lai của ông. Không ai nói đến sức hút cá nhân, nhưng sức hút ấy đã được ông thể hiện rất mạnh mẽ qua việc thách thức và đặt câu hỏi.

Bạn có thấy thoải mái khi thách thức người khác và buộc họ phải đối mặt với những điều bạn không tán thành? Người có sức hút cá nhân mạnh mẽ thường dám chất vấn hiện trạng, xử lý mâu thuẫn và đặt ra những câu hỏi khó chịu ngay cả khi có thể bị người khác xa lánh.

Thách thức có thể làm tăng sức hút cá nhân nhưng cần thực hiện theo hướng tích cực chứ không phải tiêu cực. Nếu bạn luôn phàn nàn về hoàn cảnh, lúc nào cũng đặt những câu hỏi không thể trả lời, gần như chẳng bao giờ đồng ý với ai về bất cứ điều gì hay thường tỏ ra mình là người khó tính, người khác sẽ nhận thấy những hành động thách thức của bạn chỉ là những việc làm vô ích.

Ngược lại, thách thức theo hướng tích cực sẽ khơi dậy sự hứng thú vì nó gợi mở cách tư duy mới, đưa ra những giải pháp để xem xét sự việc và thu hút sự quan tâm của người khác. Tuy nhiên, bạn cũng không nhất thiết phải có cảm giác thoải mái khi thách thức theo hướng này vì người giao tiếp với bạn chỉ cần thấy bạn đang thách thức với tinh thần cầu thị (chứ không phải hằn học) là đủ.

Người có sức hút cá nhân mạnh mẽ luôn biết đặt câu hỏi để tạo nên bầu không khí sôi nổi chứ không u ám nặng nề. Họ đạt được kết quả này một phần là do biết kết hợp sự thách thức với thái độ thân thiện, một phần là do biết tôn trọng người khác.

Một số ví dụ về thách thức theo hướng tích cực và tiêu cực

Thách thức theo hướng tiêu cực:	"Tôi chẳng hiểu gì về chiến thuật của ông cả. Ông đã nặn ra được một thứ như thế bằng cách quái quỷ nào vậy?"
Thách thức theo hướng tích cực:	"Ông có thể nói rõ hơn chiến thuật của mình không? Tôi muốn tìm hiểu xem ông đã làm thế nào mà nghĩ ra được".
Thách thức theo hướng tiêu cực:	"Ông biết đấy, dịch vụ chăm sóc khách hàng của chúng tôi rất tồi".
Thách thức theo hướng tích cực:	"Chúng tôi cần phải cải thiện nhiều hơn nữa dịch vụ chăm sóc khách hàng hiện thời của mình, ông có nhận thấy như vậy không?"
Thách thức theo hướng tiêu cực:	"Tại sao ông cứ lề mề và không nộp báo cáo đúng hạn vậy?"
Thách thức theo hướng tích cực:	"Ông có biết vì sao mình gửi báo cáo trễ không?"

Bài tập về thách thức

Đổi những thách thức sau từ tiêu cực sang tích cực:

"Ông đã sai hoàn toàn rồi. Chúng ta đâu có làm theo cách đó".

"Lại tranh luận nữa rồi. Tổ này lại tiếp tục lãng phí thời gian vào những cuộc tranh luận vô bổ".

"Ông sẽ chẳng tìm được nhà cung cấp nào tốt hơn chúng tôi đâu".

"Chương trình nghị sự này quả thật vớ vẩn, chúng ta hãy tập trung vào những vấn đề thật sự quan trọng đi".

"Chà, chị có thể thấy hứng thú chứ tôi thì không".

Bây giờ hãy đưa ra ba thách thức tích cực dành cho những người khác trong cuộc đời bạn. Nhớ chọn những thách thức có thật.

Có quan điểm và bày tỏ quan điểm ấy

Nếu không biết mình đang đi đâu thì bạn sẽ thấy con đường nào cũng giống nhau. Tương tự, khi không có quan điểm, bạn sẽ trở nên kém hấp dẫn đối với người khác và do đó sức hút cá nhân của bạn sẽ giảm sút. Người tạo được tác động cá nhân mạnh mẽ thường nói thầm trong đầu điều gì đó, họ sử dụng các cách diễn đạt như:

- "Quan điểm của tôi là..."
- "Cách nhìn vấn đề của tôi là..."
- "Tôi không thể đồng ý với điều đó vì..."
- "Đối với tôi, điều quan trọng trong chuyện này là..."
- "Điều tôi muốn là..."
- "Tôi mong muốn rằng..."
- "Theo quan điểm của tôi..."

Đôi lúc, bạn có thấy khó đưa ra ý kiến về một vấn đề hay một tình huống không? Và vì không dễ có quan điểm rõ ràng về đề tài đang thảo luận nên bạn đành ngồi im trong các cuộc họp. Tình trạng này có thể do một vài nguyên nhân sau đây.

Thứ nhất, vấn đề hoặc tình huống dường như nằm ngoài tầm hiểu biết hay kinh nghiệm của bạn. Thứ hai, có thể bạn thật sự có một quan điểm nhưng chưa thể diễn đạt được vào lúc đó. Việc này khiến bạn thất vọng khi về sau bạn nhận ra đó là những điều lẽ ra bạn có thể nói nhưng lại không nói. Lý do thứ ba liên quan đến nền tảng văn hóa của bạn: người ta thường không mong đợi bạn phát biểu ý kiến, đặc biệt là khi không mời bạn cho biết ý kiến.

> nếu không biết mình đang đi đâu thì bạn sẽ thấy con đường nào cũng giống nhau

Dù do nguyên nhân nào đi nữa thì bạn cũng có thể bắt đầu hình thành quan điểm riêng của mình về một vấn đề bằng cách chuẩn bị, đặt câu hỏi, thu thập thêm thông tin và liên hệ với những gì đã biết.

Chuẩn bị thường giúp bạn nảy sinh nhiều ý kiến mà bạn khó có thể nghĩ ra khi ở giữa tình huống cấp bách. Vì vậy, bạn hãy cố gắng tham dự các tình huống giao tiếp (từ cuộc họp đông người đến phiên họp chỉ có bạn và một người khác hoặc một tình huống giao tiếp quan trọng khác) trong tư thế sẵn sàng phát biểu ý kiến. Thông thường, bạn sẽ có nhiều cách để chuẩn bị ý kiến như soạn sẵn một chương trình nghị sự, tham khảo chính bản thân đề tài, đọc nhiều, nói chuyện với người khác trước v.v...

Đặt câu hỏi thường sẽ gợi mở đề tài, từ đó tạo điều kiện cho bạn nghĩ ra ý kiến và sử dụng thông tin bổ sung. Cần lưu ý

là hãy đặt các câu hỏi mở để khích lệ người nghe phát biểu nhiều ý kiến chứ không chỉ dừng lại ở câu trả lời đơn giản "có" hoặc "không".

Liên hệ với những gì đã biết có thể là một phương pháp kích thích sự sáng tạo nhằm giúp bạn hình thành ý kiến. Ví dụ, bạn có thể liên hệ vấn đề đang thảo luận với:

các giá trị của chính bản thân mình

kinh nghiệm trong quá khứ hoặc một điều gì đó bạn nhớ lại được từ kinh nghiệm quá khứ

một phương hướng hành động hoặc nguyên tắc chỉ đạo sẵn có

những ý kiến thẳng thắn của người khác và tác động của chúng đối với cảm xúc của bạn

một nội dung hoàn toàn không liên quan để tạo ra một kiến thức mới

Bày tỏ quan điểm

Để tạo sức hút cá nhân, bạn không chỉ có ý kiến mà cần phải có can đảm bày tỏ ý kiến ấy. Đôi lúc, điều này có nghĩa là bạn phải phát biểu ý kiến dù không được yêu cầu. Tuy nhiên, vào những dịp khác, có lẽ bạn nên đợi đến thời điểm thích hợp – khi người nghe sẵn sàng đón nhận ý kiến của bạn – thì hãy bày tỏ quan điểm.

Khi người khác thấy bạn thường xuyên có ý kiến, họ sẽ tập trung lắng nghe. Điều này giải thích vì sao trong các cuộc họp, người ta hay nhìn một số nhân vật nào đó với vẻ mong đợi. Bằng kinh nghiệm của mình, họ biết những nhân vật này luôn

có quan điểm về vấn đề đang bàn luận và mong chờ được nghe những quan điểm ấy.

Về thời điểm bày tỏ quan điểm, người ta thấy rằng im lặng và không vội phát biểu ý kiến có thể tạo ra một vẻ bí ẩn có lợi. Tuy nhiên, nếu bạn bắt người khác phải chờ đợi quá lâu mới phát biểu quan điểm thì điều này sẽ hạn chế sức lôi cuốn của bạn. Do đó, trong cuộc hội nghị, bạn hãy suy nghĩ về ý kiến sẽ phát biểu, đợi khi mọi người ngừng nói thì mạnh dạn phát biểu.

Trong trường hợp mọi người dường như quá mải mê nói thì cách tốt nhất là bạn nên im lặng. Tuy nhiên, khi làm như vậy, có thể bạn đang nhường lời cho những người ầm ĩ nhất và chẳng bao giờ có cơ hội phát biểu ý kiến của mình.

Trong cuộc hội thoại, khi gặp tình huống mọi người cứ thay phiên nhau phát biểu liên tục thì bạn hãy thử áp dụng kỹ thuật giọng từ tốn ở hậu cảnh (quiet voice in the background technique). Theo cách này, bạn hãy đợi đến lúc người nào đó sắp phát biểu xong thì nói rõ ràng và từ tốn: "Tôi xin phép được phát biểu". Nếu mọi người vẫn không chú ý, hãy lặp lại đề nghị của bạn dù phải ngắt lời người khác. Lúc này, bạn cứ tiếp tục nhắc lại câu nói trên với giọng to hơn, cho đến khi người khác phải ngừng nói và lắng nghe bạn. Bạn cần phải can đảm đôi chút mới sử dụng được kỹ thuật này, nhưng có một điều chắc chắn là khi sử dụng nó bạn sẽ được người nghe chú ý.

Mặc dù vậy, khi bày tỏ quan điểm, bạn hãy cảnh giác để tránh rơi vào những tình huống bị xem là cấm kỵ trong giao tiếp. Đó là những lúc bạn thấy mình trở nên giáo điều, quyết đoán và áp đặt quan điểm của mình bất kể người khác có

muốn nghe hay không. Những nhà quản lý, nhà lãnh đạo do bất cẩn cũng có thể dễ dàng phạm phải một sai lầm khác. Do liên tục được yêu cầu phát biểu ý kiến nên bạn nghĩ mình phải luôn trình bày ngay những vấn đề mình đánh giá là đúng hay sai hoặc những việc cần phải làm. Việc bày tỏ ý kiến tức thời như vậy có thể khiến bạn mất hết sức thu hút, trừ phi bạn có ý khen ngợi (ví dụ, nhận xét về một công việc được hoàn thành xuất sắc hay chúc mừng ai đạt được một thành tựu).

> hãy cảnh giác để tránh rơi vào những tình huống bị xem là cấm kỵ trong giao tiếp

Ngoài ra, khi người khác bắt đầu kể với bạn về vấn đề của họ thì đó là lúc họ cũng có thể mắc sai lầm. Những nhân viên bán hàng thiếu hiểu biết thường phạm sai lầm là nói nhiều và tin rằng khách hàng thật sự đang nhờ họ tư vấn. Kỳ thực người khách chỉ muốn chia sẻ một vấn đề do không tìm được giải pháp ngay lúc đó.

Tóm lại, để tạo sức thu hút và khắc phục những vấn đề trên, bạn hãy phát triển khả năng lắng nghe với sự tập trung cao độ bằng cách đặt ra những câu hỏi có tác dụng làm sáng tỏ vấn đề như:

- "Người khác có cảm thấy giống bạn không?"
- "Việc này khiến bạn cảm thấy thế nào?"
- "Chuyện này có phải mới xảy ra gần đây không?"
- "Sự việc thật đáng sợ, sếp bạn nghĩ thế nào?"
- "Bạn có bao giờ lâm vào tình huống như vậy chưa?"
- "Bạn có nghĩ rằng tình huống này lặp lại lần nữa không?"
- "Bạn có mong việc đó xảy ra không?"
- "Bạn có thể giải thích thêm được không?"

Bảo vệ niềm tin của bạn

Jacqueline Gold, tổng giám đốc của Anne Summers (hệ thống các cửa hàng kinh doanh rất hiệu quả, chuyên bán lẻ trang phục lót khêu gợi dành cho phụ nữ và dụng cụ tình dục), đã phát biểu:

"Lòng can đảm của tôi bị thử thách thật sự khi tôi đứng về phía thiểu số trong nhiều trường hợp".

Sức thu hút của Gold chính là sự kết hợp giữa thái độ chừng chạc với lòng can đảm dám bày tỏ lập trường và phát biểu những điều mình cho là quan trọng. Bà hoàn toàn không phải là người có sức hút cá nhân ở dạng tuyệt đối, nhưng tác động của bà lại rất mạnh mẽ và khó quên.

"Bạn không thích các nguyên tắc của tôi ư? Tôi có nhiều nguyên tắc khác nữa", đó là câu bông đùa của Groucho Marx. Nhưng trong thực tế, điều này dường như xảy ra đối với nhiều người. Thật vậy, khi bị chỉ trích, phản bác hay chống đối, họ chỉ biết gục ngã. Không dám đối đầu với xung đột, họ đành ngậm bồ hòn làm ngọt hoặc tệ hơn nữa là chối bỏ những điều mình đã từng đề xuất trước đây.

Do đó, sức hút cá nhân mạnh mẽ một phần bắt nguồn từ thái độ sẵn sàng bảo vệ quan điểm của mình và dám đối đầu với xung đột (dám làm người mạo hiểm). Thái độ như thế không nhất thiết phải dẫn đến một cuộc tranh cãi quyết liệt (trừ phi bạn muốn điều này). Thay vì tranh cãi, bạn chỉ khẳng định quyền được bảo vệ quan điểm hoặc bảo vệ những giá trị nào đó của bản thân và yêu cầu người khác phải tôn trọng chúng.

Để bảo vệ niềm tin của mình, bạn có thể vận dụng một biện pháp hiệu quả nữa là tỏ ra tôn trọng chứ không chỉ trích ý kiến đối lập. Trong trường hợp này, bạn hãy phát biểu những câu như:

- "Tôi hiểu quan điểm của chị, nhưng tôi có cách nhìn khác".
- "Tôi biết ông không tán thành, nhưng tôi cũng muốn ý kiến của mình được tôn trọng".
- "Rõ ràng là anh rất bức xúc về vấn đề này, tôi cũng chẳng khác gì anh".
- "Đó là một cách lý giải. Tôi lại có cách lý giải khác".
- "Điều thật sự quan trọng đối với tôi là...".

Bảo vệ quan điểm có thể là một việc rất mạo hiểm, đặc biệt trong trường hợp lúc đầu dường như không có ai đứng về phía bạn. Tuy nhiên, sự cô lập này có thể không phản ánh đúng sự thật. Một khi mọi người thấy bạn đang bảo vệ quan điểm của mình, họ có thể ủng hộ bạn.

Chấp nhận các quan điểm khác

Bạn có thể bắt gặp nét hấp dẫn nào đó ở một người có quan điểm rõ ràng nhưng lại không áp đặt, không bắt người khác phải chấp nhận ngay quan điểm ấy. Tương tự người đó, bạn cũng sẽ có sức thu hút mạnh mẽ hơn nếu bạn thể hiện mình là người có can đảm lắng nghe những quan điểm khác với tinh thần cởi mở.

Ngoài ra, để chấp nhận quan điểm của người khác, bạn hãy thử sử dụng kỹ thuật chấp nhận và tạo dựng (accept and build) như đã trình bày ở Chương 2 (lưu loát). Theo đó, khi một người đưa ra quan điểm khác với bạn, thay vì chỉ trích, bạn

hãy cố gắng giúp quan điểm ấy đứng vững. Thậm chí bạn còn có thể gắn kết nó với quan điểm của riêng mình, nhờ đó các ý kiến của bạn sẽ tăng thêm sức thuyết phục.

Dùng cơ thể để diễn đạt

Tác động cá nhân được tạo nên từ toàn bộ thông điệp bạn gửi đến người khác. Như đã thấy, trong giao tiếp, ngôn từ thường đóng vai trò thứ yếu so với khả năng truyền thông tin của các yếu tố phi ngôn từ, bao gồm cả ngôn ngữ cơ thể.

Do đó, dù tác động cá nhân bắt nguồn từ những điều bạn nói, từ những cảm xúc sâu kín và từ thái độ của bạn đối với người khác cũng như đối với bản thân mình, thì chính các dấu hiệu phi ngôn từ mới thật sự có vai trò quan trọng.

Hầu hết chúng ta không nhận ra ý nghĩa của các tín hiệu từ cơ thể hay thậm chí không xem đó là biểu hiện của lòng can đảm. Thế nhưng việc dùng cơ thể để diễn đạt lại đòi hỏi chúng ta phải can đảm. Khi bạn thấy người nào đó tạo được tác động mạnh mẽ thì điều đó có nghĩa là họ ít khi tỏ ra ngần ngại trong việc sử dụng những điệu bộ dứt khoát và đôi lúc cường điệu. Để truyền đạt thông điệp, họ sử dụng cơ thể mình theo những cách tích cực: có thể là giữ nguyên tư thế bất động, cười vang, biểu lộ sự tập trung lắng nghe hay dùng tay để nhấn mạnh điều muốn nói.

hầu hết chúng ta không nhận ra ý nghĩa của các tín hiệu từ cơ thể

Khi trưởng thành, chúng ta có khuynh hướng không chú ý đến ngôn ngữ cơ thể và vì vậy, ý thức này có thể cần phải được khôi phục lại. Trong thời gian đầu của chương trình đào

tạo, các diễn viên thường học cách sử dụng cơ thể để cho thấy họ hoàn toàn nhạy bén và yêu cầu khán giả phải chú ý. Ví dụ, họ tập bước đi như những con người đã mất hết tất cả, rồi như thể mình có cả thế giới. Trong các hội thảo về tác động cá nhân do chúng tôi tổ chức, những người tham dự rất thích đi bộ vòng quanh để trải nghiệm những cảm nhận khác nhau khi ở vào những địa vị khác nhau.

Bài tập về địa vị

1. Tìm một căn phòng trống, rộng rãi để có thể đi bộ vòng quanh.
2. Rút các quân bài từ 1 đến 10 trong một bộ bài.
3. Xóc các quân bài này và chọn một quân bất kỳ.
4. Số trên quân bài cho thấy địa vị của bạn từ thấp (ứng với số 1) đến rất cao (ứng với số 10).
5. Dùng số này và bắt đầu đi quanh phòng như thể đây là địa vị hiện thời của bạn trong cuộc đời.
6. Rút một số thứ hai và lại đi quanh phòng để thử xem bạn có cảm nhận thế nào về địa vị đó trong cuộc đời. Hãy bước vào một căn phòng với "cung cách" ấy.
7. Cuối cùng, rút tiếp một quân bài nữa và thử nghiệm với địa vị lần thứ ba này.

- Bạn nhận biết được điều gì qua bài tập này?
- Cơ thể bạn phản xạ thế nào khi bạn ở vào những địa vị khác nhau?
- Bạn cảm thấy thế nào trong mỗi trường hợp?
- Qua bài tập này, bạn rút ra được điều gì về cách bước vào một căn phòng lần sau?

Điệu bộ đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành sức hút cá nhân. Bất kỳ ai cũng dễ dàng nhận ra điều này khi quan sát một người như cựu tổng thống Clinton. Cử động của tay, các chuyển động cơ thể hướng đến và rời khỏi người khác, cách gật đầu, mỉm cười, các chuyển động mắt, cách xoay người, bước đi, tất cả đều cho thấy tính cách và sức hấp dẫn rõ rệt ở ông.

Lần sau, khi tham dự một cuộc họp, bạn hãy chọn một người và dành chút thời gian quan sát ngôn ngữ cơ thể của họ. Qua ngôn ngữ cơ thể, bạn biết gì về người này? Nó làm tăng hay giảm tác động của họ? Và như đã đề cập, bạn cũng có thể thử xem TV nhưng tắt âm thanh đi khi phân tích điệu bộ của những người trên màn hình.

- Vai đưa về phía trước hay sau?
- Mắt tinh tường và tập trung hay mơ màng và lơ đãng?
- Tay cử động thế nào?
- Đầu thẳng hay nghiêng?
- Hai tay để yên, cựa quậy hay chắp lại?
- Mặt vô cảm hay phấn chấn?
- Tươi cười, cau có hay không biểu lộ cảm xúc?

Ngôn ngữ cơ thể

Có thể bạn rất thông thạo trong việc đoán biết ngôn ngữ cơ thể của người khác, nhưng bạn biết gì về ngôn ngữ cơ thể của chính mình? Bạn có bước vào phòng với dáng lom khom như áy náy về khổ người của mình không? Điều này cũng đúng ngay cả trong trường hợp bạn có vóc người tương đối thấp. Và cho dù có chiều cao khiêm tốn, bạn có bước vào phòng với tư thế ngẩng cao đầu và thẳng người không?

Ở con người bạn, điệu bộ có phù hợp với lời nói không? Ví dụ, bạn có hay cười khi nói về những điều nghiêm túc (hoặc ngược lại) không? Bạn có cười thật tươi với một người dù bắt tay họ không chặt không? Hai điệu bộ này đối lập nhau, do đó sẽ mang đến những thông điệp gây hiểu nhầm.

Tương tự như vậy, lần sau, khi có mặt ở nơi nào đó cùng với ai và cười với họ, bạn hãy chú ý đến hai tay của mình. Bạn có thả lỏng hai tay hay không? Bạn nắm chặt tay lại hay khoanh tay trước ngực? Một lần nữa, các điệu bộ này có thể tạo nên những thông điệp đối lập.

Cảm xúc bên trong và niềm tin vào ý định là những yếu tố có ảnh hưởng lớn đến điệu bộ của cơ thể trong việc hỗ trợ bạn diễn đạt. Nếu bạn có cảm xúc tích cực, có niềm tin mãnh liệt vào những gì mình phát biểu thì hiển nhiên đôi tay bạn sẽ tự nói lên rất nhiều điều. Ngược lại, nếu bạn có cảm xúc tiêu cực hay nản lòng thì cử chỉ của bạn có thể sẽ nhanh chóng bộc lộ tất cả, ngay cả khi bạn ngồi im.

Ở chương này, chúng tôi chỉ tập trung vào điệu bộ (tức các chuyển động của cơ thể) chứ không phải diện mạo – nội dung của Chương 8.

Dưới đây, chúng tôi sẽ trình bày một số chuyển động có ý thức của cơ thể. Những chuyển động này có thể đòi hỏi bạn phải can đảm nhưng sẽ giúp bạn tăng thêm sức thu hút.

Các điệu bộ diễn đạt: Các điệu bộ này mang ý nghĩa tương tự các từ hay cụm từ. Ví dụ, điệu bộ thể hiện sự đồng ý, đưa ngón cái lên, chỉ tay, V (victory) hàm ý chiến thắng, vẫy cả bàn tay để thể hiện sự chào đón và ôm hôn. Những điệu bộ này cũng có thể mang nghĩa khác hẳn tùy theo văn hóa của từng địa phương.

Bạn có thể nghĩ đến một điệu bộ diễn đạt mình thường sử dụng không? Làm thế nào để lần sau, khi giao tiếp với người khác, bạn có thể kết hợp nó với một điệu bộ mới mà vẫn giữ được vẻ tự nhiên, chân thật?

Các điệu bộ hỗ trợ: Các điệu bộ này minh họa cho lời nói của bạn. Ví dụ: khoa tay theo đường tròn, nắm tay lại khi nói về một vật gì lớn, hai tay đưa ra trước một cách dứt khoát để biểu thị hành động.

Những điệu bộ này được bộc lộ tự nhiên hay phải nhờ đến sự nỗ lực rất lớn của bạn? Trong lần giao tiếp sau, thử vận dụng một số điệu bộ hỗ trợ để khám phá cảm nhận của bạn về những điệu bộ này và tác động của chúng đối với người nghe.

Các điệu bộ cảm xúc: Các điệu bộ cảm xúc là các chuyển động của mặt, tay và cơ thể để biểu hiện hạnh phúc, ngạc nhiên, sợ hãi, giận dữ, buồn rầu, thích thú, suy tư (chẳng hạn, cảm xúc cuối cùng này được thể hiện qua cử chỉ vuốt cằm đồng thời cau mày).

Bạn có dễ dàng thể hiện cảm xúc qua điệu bộ không? Hoặc người khác có cảm thấy khó đoán biết cảm xúc của bạn không? Nếu không trả lời được câu hỏi này thì bạn cần tìm hiểu thêm với sự hỗ trợ của những người mình tin cậy. Chủ động biểu lộ một cảm xúc nào đó có thể là một thách thức đối với bạn, nhưng đó lại là một bước góp phần giúp bạn gỡ bỏ chiếc mặt nạ nhằm tạo điều kiện để người khác cảm nhận tác động của bạn dễ dàng hơn.

Các điệu bộ quan hệ: Đây là các điệu bộ tác động đến người khác. Ví dụ: gật đầu để khuyến khích họ nói tiếp, mở miệng

để cho biết bạn muốn phát biểu, vẫy tay để ra hiệu cho người kia tiếp tục nói.

Đây là một cách khác trong việc dùng cơ thể để diễn đạt ý tưởng, đồng thời cũng là một cách quan trọng nhằm giúp bạn nhận được ý kiến phản hồi từ người khác. Xác định xem bạn có đang bộc lộ những điệu bộ này hay không là việc khó khăn bởi thông thường, chúng xuất hiện hoàn toàn vô thức. Ví dụ, bạn có thể nghĩ mình vô tư hay thậm chí vồn vã trong giao tiếp, nhưng người khác có thể cho bạn là người lạnh lùng, hay phản bác hoặc thô lỗ chỉ vì bạn không thể hiện rõ những điệu bộ quan trọng này.

- **Các điệu bộ nhu cầu cá nhân**: Các điệu bộ này bao gồm việc gãi mũi, vuốt tóc lòa xòa trước mắt, viết nguệch ngoạc, xé giấy nát vụn, lấy mảnh xơ vải khỏi quần áo của người khác... Chúng có thể cho thấy bạn đang quan tâm đến người khác hay cho biết tâm trạng hiện thời của bạn. Mặt khác, đây cũng thường là những dấu hiệu bộc lộ hoàn toàn cảm xúc của bạn và không dễ kiểm soát. Ví dụ, nếu thường viết nguệch ngoạc, bạn có thể nghĩ rằng cách này sẽ giúp bạn tập trung vào người đang phát biểu. Kỳ thực, họ có thể cảm nhận bạn đang biểu lộ sự nhàm chán hoặc thờ ơ.

> xác định xem bạn có đang bộc lộ những điệu bộ này hay không là việc khó khăn

Trong những lần giao tiếp sau, bạn hãy dành chút thời gian để nhận biết các điệu bộ nhu cầu cá nhân của người khác. Hơn thế nữa, hãy cố gắng nắm bắt các điệu bộ nhu cầu cá nhân của chính bạn.

Các điệu bộ này còn có một đặc điểm nữa là không phụ thuộc vào ý thức. Vì vậy, thay vì cố gắng kiểm soát chúng một cách máy móc, bạn nên thực hành bằng cách chú ý và

tập trung nhiều hơn vào người khác. Thông thường, các điệu bộ này sau đó sẽ tự kiểm soát chính chúng.

Như vậy, việc sử dụng cơ thể để diễn đạt ý kiến có thể được thực hiện dưới nhiều hình thức khác nhau như trên. Các hình thức này mang đến cho bạn nhiều khả năng làm tăng sức thu hút của bản thân. Bởi ngoài việc truyền đi thông điệp mà không cần dùng đến ngôn từ, các điệu bộ trên còn làm cho thông điệp tăng thêm hiệu quả nhờ nhấn mạnh hay không nhấn mạnh đến nó. Tuy nhiên, vì không phải tất cả các điệu bộ đã nêu đều tự bộc lộ nên nếu muốn chúng xuất hiện, bạn phải thật sự có ý định sử dụng chúng.

Trực diện

Trong các bộ phận của cơ thể thì chỉ riêng nét mặt cũng diễn tả được nhiều cảm xúc cơ bản như hạnh phúc, ngạc nhiên, sợ hãi, giận dữ, buồn rầu, căm ghét, khinh bỉ, quan tâm, bối rối và cương quyết. Người có sức hút cá nhân mãnh liệt có khuynh hướng mạnh dạn và thường thích bộc lộ cảm xúc qua nét mặt.

Bài tập về gương mặt

Hãy đứng hoặc ngồi trước gương và chỉ dùng nét mặt để diễn tả sự ngạc nhiên. Đặc điểm nào trên gương mặt biểu lộ cảm xúc này? Có lẽ bạn sẽ chú ý những đặc điểm như lông mày nhướng lên hay cong lại, mắt mở to, miệng há hốc...

Bây giờ, bạn hãy thử thực hiện những công việc sau:

1. **Tăng mức độ** ngạc nhiên cho điệu bộ của bạn (làm ra vẻ càng ngạc nhiên càng tốt).

2. **Giảm mức độ** ngạc nhiên cho điệu bộ của bạn (trong khi vẫn biểu lộ vẻ ngạc nhiên, nét nào trên khuôn mặt bạn đã có sự thay đổi nhưng lại khó nhận biết nhất?).
3. **Che giấu** vẻ ngạc nhiên của bạn (bạn vẫn cảm thấy ngạc nhiên trong lòng nhưng giấu cảm xúc này đi). Khi thực hiện bước này, hãy tưởng tượng tình huống: người nào đó vừa mới báo cho bạn một tin hấp dẫn hoặc lý kỳ nhưng vì nhiều lý do bạn không thể để lộ sự hài lòng.
4. **Ngụy trang** cảm xúc ngạc nhiên của bạn (thay vì biểu lộ vẻ ngạc nhiên, bạn hãy biểu lộ một cảm xúc khác hẳn qua nét mặt).

Tầm quan trọng của những bước vừa nêu trong bài tập trên không phải nằm ở chỗ giúp bạn học làm diễn viên mà chính ở chỗ giúp bạn nhận thức được có nhiều cách khác nhau để biểu lộ cảm xúc qua nét mặt. Nếu biểu lộ không đúng cách, bạn có thể bị xem là thiếu nhạy cảm.

Bằng cách tập quan sát người khác thường xuyên, bạn có thể bắt đầu nâng cao nhận thức của mình về điệu bộ và ngôn ngữ cơ thể. Hãy cố gắng giải mã thông điệp của họ mà không cần chú ý đến những lời họ nói.

Con người đã giao tiếp bằng ngôn ngữ cơ thể trong hơn một triệu năm nhưng việc đi sâu nghiên cứu ngôn ngữ cơ thể chỉ mới được thực hiện trong 30 năm gần đây. Bạn sẽ gặp nhiều thử thách khi thử dùng điệu bộ và cố gắng thay đổi ngôn ngữ cơ thể để tạo hiệu quả tích cực hơn trong giao tiếp, và sự thách thức này chỉ chấm dứt khi các điệu bộ và ngôn ngữ cơ thể trở thành phản xạ tự nhiên của bạn.

Tuy vậy, điều cần lưu ý là bạn sẽ diễn đạt bằng cơ thể tự nhiên hơn khi lời nói của bạn xuất phát từ trái tim, nghĩa là khi bạn có niềm tin vững chắc. Một khi bạn đã hoàn toàn tập

trung, không phải vào chính bản thân mình mà vào người nghe, thì ngôn ngữ cơ thể của bạn sẽ có khả năng tự kiểm soát bằng nhiều cách.



Bài tập về ngôn ngữ cơ thể (thực hiện ở nơi kín đáo)

1. Hãy đứng ở một nơi có đủ không gian để cơ thể chuyển động thoải mái, không cảm thấy bị tù túng hoặc vướng víu.
2. Giữ nét mặt không biểu lộ cảm xúc và dùng toàn bộ cơ thể để diễn đạt từng trạng thái dưới đây:
   giận dữ, hổ thẹn, tùy tiện, lấn át, thiếu kiên nhẫn, khiêm tốn, hạch sách, ngạc nhiên, ngờ vực, phân vân, thờ ơ.
3. Bây giờ hãy để cảm xúc bộc lộ thích hợp qua nét mặt và dùng toàn bộ cơ thể để diễn đạt từng trạng thái dưới đây:
   nhẫn nhục, hoài nghi, nhút nhát, hổ thẹn, khiêm tốn, buồn rầu, xa cách, tự mãn.
4. Điểm khác biệt giữa hai lần thực hiện này (một lần không biểu lộ cảm xúc qua nét mặt và một lần có biểu lộ) là gì? Bạn có cảm thấy khó khăn khi thể hiện trạng thái cảm xúc mà không dùng nét mặt không? Điệu bộ của bạn có khuynh hướng phù hợp với nét mặt hay ngược lại?
5. Bạn rút ra được điều gì từ bài tập này? Bài tập gợi ý cho bạn ra sao về việc sử dụng điệu bộ để hỗ trợ cho việc truyền đạt thông điệp và nâng cao tác động cá nhân?

"Nếu không cảm thấy sợ, bạn đừng nên bộc lộ. Điều này giúp bạn sẵn sàng thích ứng, năng động và không chùn bước".

Ellen MacArthur – người phụ nữ lái thuyền một mình vòng quanh thế giới với tốc độ nhanh nhất

Chương 7

Nhiệt tình

"Những nhà lãnh đạo giỏi nhất mà tôi biết đều là những người nhiệt tình trong công việc", đó là nhận xét của Alan Leighton, chủ tịch hãng Royal Mail, sau khi phỏng vấn một số nhân vật hàng đầu trong giới doanh nhân Anh. Nếu cảm thấy không hài lòng với từ "nhiệt tình" (passion) thì bạn thấy thế nào về những từ như "gắn bó" (commitment) hay "hăng hái" (enthusiasm)?

Giáo sư người Anh Richard Wiseman đã tiến hành nghiên cứu những người tham dự FameLab, một cuộc thi cấp quốc gia để tìm "những gương mặt khoa học" mới. Kết quả cho thấy những ứng viên có khả năng biểu lộ cảm xúc của mình hiệu quả nhất là những người thành công nhất trong cuộc thi, bởi họ biết dùng tính cách của mình để gây ấn tượng với ban giám khảo.

Dù được biết là có khả năng tác động đến bản thân người phát biểu cũng như người khác, nhiệt tình không có gì là bí ẩn hay quá cao siêu. Thông thường, đó chỉ là trường hợp thiết lập lại mối liên hệ với một phần bản thân đã bị bỏ quên từ lâu và không còn nguyên vẹn như trước. Còn vào những thời điểm khác, nhiệt tình là biểu lộ của sự gắn bó.

nhiệt tình không có gì là bí ẩn hay quá cao siêu

Nhiệt tình không chỉ là thái độ có ích khi nói về mối quan tâm chính trong cuộc đời bạn, nó còn mang lại hiệu quả trong giao tiếp khi đề cập đến những vấn đề thông thường hàng ngày. Ví dụ, khi nói với khách hàng về dịch vụ của công ty

mình, bạn sẽ trình bày có sức thuyết phục hơn nếu biểu lộ rằng mình thật lòng gắn bó với dịch vụ ấy và muốn chia sẻ cảm xúc đó.

Bạn sẽ tạo được tác động mạnh hơn khi cảm thấy vấn đề thật sự quan trọng và biểu lộ điều này với lòng hăng hái vốn có của mình. Hơn nữa, vì nhiệt tình có khả năng tác động đến cảm xúc, suy nghĩ và thậm chí hành vi của người khác nên bạn cần tìm hiểu nhận thức của chính mình đối với toàn bộ vấn đề này.

Và trong trường hợp không hiểu rõ lắm nhiệt tình của mình, những tác nhân kích thích mình hay phóng thích chất adrenalin, bạn hãy thử làm những bài tập dưới đây. Chúng sẽ giúp bạn hiểu rõ hơn về cuộc đời bạn và những sự kiện then chốt tạo nên con người bạn hiện giờ.

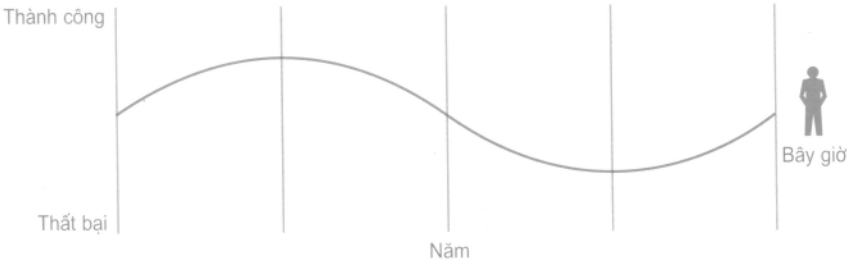
Bài tập về tăng cường nhiệt tình của bạn (1)

Nhìn lại quá khứ

1. Dùng hình dưới đây để vẽ đường đời của bạn. Hãy vẽ một hình lớn cho riêng mình, ít nhất là khổ A3 nếu có thể.
2. **Đối với gia đình và cuộc sống nói chung** (kể cả những mối quan tâm và sở thích), hãy ghi ra trên sơ đồ những thăng trầm, những sự kiện vui buồn, những sự kiện khiến bạn tự hào, phấn chấn v.v...

   Chỉ ra những điểm chuyển tiếp khi hoàn cảnh khiến bạn thay đổi hẳn, tạo nên con người bạn như hiện nay.
3. Sự kiện nào để lại cho bạn ấn tượng sâu đậm nhất và tại sao?

4. **Đối với sự nghiệp của bạn**, hãy lập một biểu đồ thứ hai và ghi ra những thăng trầm, những thời điểm bạn cảm thấy phấn chấn nhất và chán chường hoặc sa sút nhất.

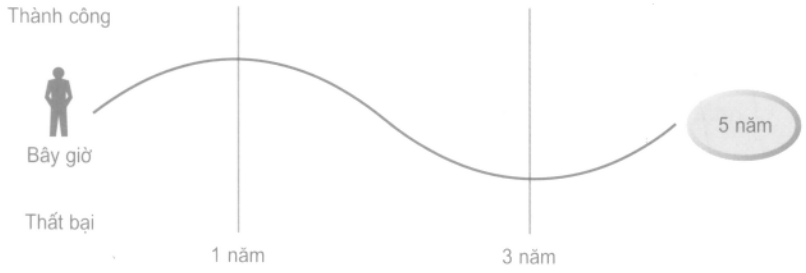


Đường thời gian 1: Tôi đã đi qua những thăng trầm nào để đến hiện tại?

Bài tập về tăng cường nhiệt tình của bạn (2)

Hướng đến tương lai

1. Dùng một tờ giấy cùng khổ A3 như trên để *nhìn về tương lai chỉ sau một năm*. Kể ra những việc bạn muốn thay đổi nhất trong từng lĩnh vực đã ghi trên biểu đồ đầu tiên.
2. *Bây giờ thử nhìn về tương lai sau ba năm*. Bạn sẽ đạt những mục tiêu này bằng cách nào? Bạn cần theo những bước nào để đạt được chúng? Bắt đầu nghĩ đến những mục tiêu của bạn, đừng bận tâm nếu chúng có vẻ viển vông hay thậm chí bất khả thi.
3. *Cuối cùng, nhìn về tương lai sau đúng năm năm*. Lúc đó cuộc sống của bạn sẽ thế nào, sẽ có những thay đổi gì? Bạn có thể làm gì để điều đó trở thành hiện thực?
4. Dùng đường thời gian này để ghi các ý nghĩ và cảm xúc của bạn về những vấn đề khác nhau đã nêu.
5. Sự việc nào có tính chất quyết định nhưng chưa được đề cập? Sự việc nào dường như luôn có mặt trong mọi tình huống? Những giá trị nào dường như có ý nghĩa nhất trong đường thời gian của bạn?



Đường thời gian 2: Tôi muốn đến thời điểm nào trong tương lai?

Bài tập về tăng cường nhiệt tình của bạn (3)

Dùng thông tin có được trong bài tập 1 và 2 để hoàn thành hai câu dưới đây:

Những giá trị làm nền tảng, làm kim chỉ nam cho cuộc đời tôi là

Điều quan trọng nhất ở tôi mà bạn cần biết là

Hai câu này tuy đơn giản nhưng có thể tạo ra một điểm tham chiếu khi bạn giao tiếp với người khác và muốn tạo tác động mạnh.

Bạn không nhất thiết phải nói ra những điều này (dù đôi lúc bạn có thể muốn như vậy). Chúng sẽ tạo ra một chuẩn mực về tinh thần làm cơ sở cho giao tiếp của bạn cũng như cho những điều quan trọng đối với bạn.

Ba bài tập trên sẽ giúp bạn có những suy nghĩ sâu sắc hơn về cuộc đời mình, về nhiệt tình của mình và những yếu tố tạo nên nó.

Dưới đây là các khuynh hướng xuất hiện ở những người bày tỏ thái độ nhiệt tình trong giao tiếp:

- Kiên trì truyền đạt thông điệp của mình. Về cách thực hiện việc này, đa số mọi người đều không biết được ngay mà phải có sự kiên trì theo đuổi.
- Chấp nhận khả năng có thể không đạt đúng hiệu quả giao tiếp ngay lập tức. Hãy bắt đầu bằng câu phát biểu có thể miêu tả gần đúng nhất nhiệt tình của bạn và xuất phát từ đó.
- Nhận ra mình là người nhiệt tình trong trường hợp sau: chỉ có cảm giác hài lòng khi lòng hăng hái của mình có thể mang lại sự phấn chấn cho người khác, nghĩa là bạn ý thức được điều mình mong muốn và không chấp nhận những gì kém hơn.

Khi bạn bộc lộ thái độ nhiệt tình trong giao tiếp, người khác sẽ cảm thấy bạn là người có mục đích, hăng hái, tự tin, có thể làm việc theo ngẫu hứng, sẵn sàng thách thức, năng nổ, phấn chấn, vui nhộn và hài hước. Những phẩm chất này có khả năng lan truyền, tạo ra một lực hấp dẫn người khác và hình thành nên sức thu hút ở bạn.

Mục đích và nhiệt tình

Như đã đề cập ở Chương 1, có được mục đích rõ ràng là bước quan trọng đầu tiên trong chuyến hành trình nhằm đạt đến một tác động cá nhân mạnh mẽ. Nhưng chỉ có mục đích rõ ràng thôi vẫn chưa đủ. Như một động cơ xe hơi cần được nạp đầy xăng trước khi bước vào cuộc đua, mục đích của bạn cũng cần được nạp đầy năng lượng – nhiệt tình của bạn.

nhiệt tình làm cho mục đích trở nên sáng rõ

Nhiệt tình làm cho mục đích trở nên sáng rõ. Và mục đích sẽ tạo nên sức mạnh, đây chính là một trong những nét bền vững và độc đáo nhất ở những người tạo tác động hiệu quả. Những người này sở dĩ gây được ấn tượng rất mạnh cho người khác là vì họ yêu thích công việc của mình và thích nói cho người khác hiểu những điều thật sự quan trọng đối với họ.

Câu hỏi tự đặt ra cho bản thân

- Trong giao tiếp, tôi đã có mục đích rõ ràng chưa?
- Tôi có tâm đắc với mục đích này không?
- Tôi có thích nói cho người khác hiểu mục đích này không?
- Tôi có thể biểu lộ nhiệt tình thật sự đối với mục đích này không?

Hăng hái và nhiệt tình

Nhiều người có thể rất nhiệt tình đối với mục đích của họ nhưng lại không biểu lộ trọn vẹn họ có cảm xúc đến mức nào đối với mục đích ấy. Đây là lúc đòi hỏi phải có sự hăng hái. Bạn cứ bộc lộ cho mọi người thấy thái độ phấn chấn của bạn đối với mục đích; bằng cách này, bạn sẽ tác động đến cả lý trí lẫn tình cảm của họ.

Nếu bạn thật lòng hăng hái thì điều này gần như luôn tạo ra một tác động lan truyền: bạn càng cởi mở thì càng dễ tác động mạnh đến người khác. Dĩ nhiên là bạn có thể đi quá giới hạn theo kiểu bày tỏ cho mọi người thấy bạn "phấn chấn biết bao" và khiến một số người cảm thấy khó chịu. Tuy vậy, nếu cân nhắc kỹ thì sự hăng hái quá mức và nguy cơ vấp phải sự

phản ứng tiêu cực từ phía người nghe vẫn tốt hơn sự thận trọng quá mức và kiềm chế nhiệt tình.

Nhiều người (nhất là người Anh – những người vốn có tiếng thâm trầm) không cổ vũ thái độ hăng hái, do đó họ tìm mọi cách để tránh bộc lộ. Điều này thường chỉ xảy ra khi người nào đó quá phấn khích đến mức dường như mất hết ý thức về thực tại.

Câu hỏi tự đặt ra cho bản thân

- Tôi có cảm thấy phấn chấn với những điều muốn biểu lộ không?
- Điều gì khiến tôi cảm thấy phấn chấn với vấn đề này?
- Tại sao người khác cũng phải thấy phấn chấn với vấn đề đó?

Tự tin và nhiệt tình

Bạn có bao giờ thắc mắc về bí quyết của những người tự tin chưa? Họ có được phẩm chất ấy bằng cách nào? Có phải do cách nuôi dạy, địa vị cao, giàu sang, giáo dục, thành công trong sự nghiệp hay còn yếu tố nào khác nữa? Như đã đề cập ở Chương 3, phẩm chất tự tin không phải tự nhiên mà có. Thông qua quá trình rèn luyện và nhờ có được năng lực mà cuối cùng phẩm chất tự tin mới được hình thành.

Tuy nhiên, khi bạn bộc lộ tất cả nhiệt tình hay sự gắn bó của mình thì thái độ tự tin có thể bắt đầu tự hình thành. Khi chia sẻ nhiệt tình của mình, trên thực tế bạn cũng đang thực hành nói về những điều thật sự quan trọng đối với bạn. Chính điều này có thể hình thành thái độ tự tin.

Mặt khác, một khi đã hoàn toàn hiểu rõ ý nghĩa của thông điệp mà mình truyền đi, bạn sẽ không dễ kìm nén cảm xúc của bản thân. Đó là lý do khiến bạn khó có khả năng cảm thấy căng thẳng và nhờ đó mà trở thành người tự tin.

Câu hỏi tự đặt ra cho bản thân

- Tôi tự tin đến mức nào về những điều muốn diễn đạt?
- Tại sao vấn đề tôi muốn trình bày lại quan trọng đối với tôi?
- Tại sao vấn đề đó cũng quan trọng đối với người khác?
- Nếu tôi hoàn toàn tự tin, thái độ đó sẽ có tác động như thế nào đến những điều tôi nói?

Ngẫu hứng và nhiệt tình

Khi hành xử thẳng thắn và có tính ngẫu hứng, bạn có thể tạo ra một bầu không khí bình đẳng và chân thật. Nếu người khác nhận thấy lời nói của bạn xuất phát từ tình cảm chứ không phải chỉ từ lý trí thì do tác dụng lan truyền, họ thường có khuynh hướng làm theo cách đó.

bạn có thấy thoải mái khi phải suy nghĩ nhanh?

Bạn có thấy thoải mái khi phải suy nghĩ nhanh và chấp nhận sự việc theo cách chúng diễn ra không? Bạn có thấy căng thẳng và thích bám vào phần chuẩn bị sẵn trên giấy hoặc trong đầu không?

Thiếu sự rèn luyện là một nguyên nhân phổ biến dẫn đến nỗi sợ phải suy nghĩ nhanh. Nếu ai đó yêu cầu bạn nói trong vòng 15 phút trước 500 người về thuyết tương đối của Einstein

mà không chuẩn bị trước, bạn sẽ thấy đây là chuyện khó khăn (trừ phi bạn tốt nghiệp về môn vật lý cao cấp). Tuy nhiên, trong trường hợp này, việc phải suy nghĩ nhanh hiếm khi trở thành thách thức do nguyên nhân thiếu kiến thức.

Cũng có thể bạn sợ phải suy nghĩ nhanh vì tin rằng việc này đòi hỏi phải có phản ứng chớp nhoáng, đòi hỏi một bộ óc nhạy bén có khả năng sinh ra tri thức tức thời? Điều này có thể đúng nếu bạn muốn trở thành một nghệ sĩ hài đứng biểu diễn và ứng khẩu ngay tại chỗ hay một người giỏi đối đáp. Tuy nhiên, nhìn chung thì việc suy nghĩ nhanh chỉ yêu cầu bạn phải theo dõi thường xuyên những gì bạn quan tâm, nhờ đó bạn có thể sử dụng thoải mái nội lực của mình.

Dù không thể chuẩn bị trước cho những tình huống phải hành xử có tính ngẫu hứng, bạn vẫn có thể tạo điều kiện thuận lợi cho nó diễn biến theo hướng tốt đẹp bằng cách dự trù, lắng nghe, đặt câu hỏi, tư duy bao quát và dùng kế hoãn binh.

- **Dự trù:** Có nhiều tình huống bạn có thể đoán được mình cần hành xử theo kiểu ngẫu hứng chứ không có kế hoạch vạch sẵn. Ví dụ, người ta có thể yêu cầu bạn phát biểu ngay một vấn đề nào đó mà bạn chưa chuẩn bị trước. Nhà văn hài hước Mark Twain từng nói ông luôn mất vài tuần mới soạn xong một bài phát biểu hay và có tính ngẫu hứng (nghĩa là theo cách nào đó, ông luôn chuẩn bị sẵn sàng cho những thách thức như thế).
- **Lắng nghe:** Người khác thường sẽ bộc lộ cho bạn thấy những manh mối cùng thông tin quan trọng về suy nghĩ và cảm xúc của họ. Nếu quan sát và chăm chú lắng nghe thì

thông thường, bạn hoàn toàn có thể nắm bắt được những tín hiệu này để sẵn sàng đối phó trong trường hợp cần thiết.

Tư duy bao quát: Cho dù đang thảo luận vấn đề gì, bạn cũng nên cố gắng nhìn bằng nhãn quan mới và mở rộng tư duy của mình.Ví dụ, khi tìm kiếm giải pháp, hãy thử đặt ra cho mình những câu hỏi sau: "Thực chất của vấn đề này là gì?", "Còn điểm nào thiếu sót ở đây?", "Vấn đề này nhắc mình nhớ đến điều gì?", "Vấn đề này có liên hệ với kinh nghiệm riêng của mình ra sao?", "Thông qua vấn đề này, mình có thể biết được điều gì về tình huống đang đối mặt?".

Dùng kế hoãn binh: Cách này giúp bạn có thêm thời gian để suy nghĩ trước khi trả lời theo kiểu ngẫu hứng.

Chờ người nói ngừng hẳn mới đưa ra câu trả lời.

Đặt câu hỏi cho họ.

Yêu cầu họ cho mình thời gian suy nghĩ.

Tạo ra những âm như "hưưmm" để cho thấy bạn chú ý đến vấn đề đang đặt ra mặc dù vẫn đang suy nghĩ.

Dùng các cụm từ có tác dụng kéo dài thời gian như: "Đó là một ý hay", "Điểm này có nhiều ẩn ý", "Chúng ta cần bàn thêm về vấn đề này".

Nhắc lại một điểm người nói đã đề cập: "Vậy ý ông muốn nói là...".

Không trả lời ngay mà kể một câu chuyện nhắc bạn nhớ đến việc này, đồng thời tiếp tục suy nghĩ về cách trả lời hợp lý nhất.

Câu hỏi tự đặt ra cho bản thân

- Tôi có sẵn lòng diễn đạt thông điệp của mình theo cách ngẫu hứng không?
- Những yếu tố nào có thể khiến tôi ngại hành xử theo kiểu ngẫu hứng?
- Tôi có thể chuẩn bị theo cách nào là tốt nhất để đối phó hiệu quả nhất với một số tình huống có khả năng đòi hỏi phải hành xử theo kiểu ngẫu hứng?

Thách thức và nhiệt tình

Khi bạn gặp những người có thái độ nhiệt tình hoặc gắn bó, họ thường hay chất vấn phương pháp làm việc, có quan điểm rõ ràng về một số tình huống nào đó, thúc đẩy các hoạt động và trong nhiều trường hợp, biểu lộ một quyết tâm khiến người khác cảm thấy khó chịu là thay đổi để làm lại từ đầu.

Với nhiệt tình như thế, những người này có vẻ can đảm. Tuy nhiên, trên thực tế, họ chỉ gắn bó với mục đích của mình. Khi theo đuổi mục đích, họ sẵn sàng đối đầu, nêu lên những vấn đề gây khó chịu cho người khác hoặc chất vấn thực trạng hiện tại. Nhưng từ bên trong, những người này có thể có cảm giác lo lắng hoặc không tin tưởng vào bản thân mình.

Cách bạn thách thức cũng quan trọng như chính bản thân sự thách thức. Nếu khi thách thức, bạn làm người khác tổn thương, cảm thấy bị xúc phạm hay bị công kích theo cách nào đó thì điều này có thể làm bạn mất hết sức thu hút. Vì vậy, bạn hãy thử thách thức người khác với mục đích như đang tìm kiếm thông tin bằng cách đặt ra những câu hỏi sau:

- "Đó có phải là cảm nhận của mọi người ngay lúc này không?"
- "Theo bạn, chúng ta có thể làm gì để thay đổi tình huống này?"
- "Tôi không nghĩ như vậy là đúng, quan điểm của anh thế nào?"
- "Chúng ta sẽ đi đến đâu từ điểm xuất phát này?"
- "Tôi thấy điều này sai. Có ai cùng ý kiến với tôi không?"
- "Lần sau chúng ta có thể thực hiện việc này theo cách khác không?"

Cần lưu ý là càng bộc lộ thái độ nhiệt tình một cách thoải mái, bạn càng phải bảo đảm rằng thách thức của mình xuất phát từ ý định tích cực chứ không phải vì lòng tự ái, vì thiếu tự tin hay muốn làm người khác phải mất mặt.

Câu hỏi tự đặt ra cho bản thân

- Tại sao tôi cần thách thức?
- Lần gần đây nhất tôi thách thức với tất cả nhiệt tình là khi nào?
- Tôi không muốn đưa ra kiểu thách thức nào và tại sao?
- Tôi ít muốn thách thức và bất đồng ý kiến với người nào nhất?
- Tôi thách thức từ quan điểm tìm thông tin hay có khuynh hướng làm người khác cảm thấy bị công kích?

Sinh lực và nhiệt tình

Giao tiếp một cách nhiệt tình và hăng hái đòi hỏi bạn phải có sinh lực. Sinh lực được thể hiện qua cách nói và ứng xử của bạn. Bạn không thể truyền nhiệt tình cho thông điệp của

mình với giọng nói đều đều nhàm chán, với tư thế ngồi ủ rũ trên ghế và không nhìn vào mắt người khác hay gục đầu xuống ngực như đang ngái ngủ.

Sinh lực giúp bạn truyền nhiệt tình đến người khác và được bộc lộ dưới nhiều dạng, kể cả cách sử dụng cơ thể để diễn đạt (cách đi đứng, giọng nói, nụ cười hay trong một vài trường hợp là nghệ thuật nói trước công chúng).

Khi bạn bộc lộ mình là người tràn trề sinh lực thì chính sinh lực ấy sẽ làm bạn nổi bật và trở nên nhạy bén. Nếu thấy đây là vấn đề cần quan tâm, bạn nên bắt đầu chú ý nhiều hơn đến việc mình bộc lộ sinh lực đến mức nào vào những thời điểm khác nhau. Đồng thời bạn cũng cần chú ý rằng khi bạn trở nên kém sinh lực thì khả năng biểu lộ sự gắn bó của bạn cũng có khuynh hướng giảm theo.

> sinh lực giúp bạn truyền nhiệt tình đến người khác và được bộc lộ dưới nhiều dạng

Nếu không có sinh lực thì ngay cả thông điệp hùng hồn nhất hay diễn giả có sức thuyết phục nhất cũng chẳng lôi cuốn được thính giả.

Câu hỏi tự đặt ra cho bản thân

- Lần gần đây nhất khi sinh lực thật sự giúp tôi biểu lộ sự gắn bó hay nhiệt tình đối với một thông điệp là vào thời điểm nào?
- Tôi có thường truyền sinh lực cho cách diễn đạt các thông điệp quan trọng không?
- Sinh lực này chủ yếu được thể hiện như thế nào (qua điệu bộ, giọng nói, ngoại hình)?

Vui nhộn, hài hước và nhiệt tình

Bộc lộ thái độ nhiệt tình trong giao tiếp không có nghĩa là lúc nào bạn cũng phải xuất hiện với bộ mặt nghiêm nghị. Pha trò và hài hước khi nói về nhiệt tình của mình cũng là một cách hiệu quả không kém. Ví dụ, bạn có thể dùng óc khôi hài vốn có để diễn đạt thông điệp hùng hồn của mình hoặc để tránh quan trọng hóa vấn đề và biểu lộ niềm vui khi truyền đạt thông điệp quan trọng.

Chỉ có trí tưởng tượng và lòng quyết tâm dấn thân vào mạo hiểm mới có thể hạn chế các cách thức mang lại sự vui nhộn và hài hước cho thông điệp. Do đó, bạn có thể truyền thông điệp của mình qua tiếng hát, lời thơ, qua việc đội một chiếc mũ ngộ nghĩnh, ăn mặc thật diện, mời người nghe cùng tham gia, kể một câu chuyện chế giễu bản thân, dùng những từ, những ẩn dụ hay câu chuyện, tranh biếm họa, đoạn phim thú vị; nghĩa là bạn thật sự có thể sử dụng bất kỳ cách gì giúp bạn và người nghe thấy được khía cạnh hài hước của sự việc cũng như hiểu được thông điệp của bạn.

Nhiệt tình là tương lai

Chúng ta đã thấy một yếu tố vô cùng quan trọng giúp nâng cao sức hút cá nhân là khả năng nhận biết và tận dụng nhiệt tình. Chắc chắn thế giới cũng đang dần xoay chuyển theo hướng ấy và ngày càng nhận thức rõ hơn về tầm quan trọng của nhiệt tình, ngày càng hiểu rằng nhiệt tình không chỉ quan trọng đối với các cá nhân cần tạo tác động mà còn đối với cả các đoàn thể, tổ chức.

Như lời của Gary Hamel – một bình luận viên có uy tín rộng rãi trong lĩnh vực kinh doanh, tương lai của các công ty trong thế kỷ 21 là tạo ra một môi trường "trân trọng sáng kiến, khả năng sáng tạo và nhiệt tình của con người". Hãy thể hiện nhiệt tình của mình, đó chính là điều các đồng nghiệp của bạn thật sự cần, và nếu biết cách khai thác, chắc chắn bạn sẽ tạo được ấn tượng mạnh mẽ.

"Một người có nhiệt tình tốt hơn bốn mươi người chỉ có quan tâm".

Tiểu thuyết gia E. M. Forster

Chương 8

Phong thái

Nếu là ngôi sao nhạc pop hay một triệu phú lập dị, có lẽ bạn không cần bận tâm nhiều đến diện mạo hay dáng vẻ – phong thái của bạn. Nhưng nếu bạn không phải là những nhân vật này, phong thái có thể ảnh hưởng nghiêm trọng đến tác động của bạn.

Phong thái (demeanour) là một từ thích hợp, dù có phần kiểu cách, để chỉ dáng vẻ của bạn. Phong thái bao gồm cách đi đứng, ăn mặc, diện mạo và hình ảnh. Mỗi khía cạnh đều có ảnh hưởng đến cảm nhận của người khác đối với bạn, đều đòi hỏi bạn phải quan tâm để góp phần thể hiện tốt nhất con người mình.

> phong thái là một từ thích hợp, dù có phần kiểu cách, để chỉ dáng vẻ của bạn

Ví dụ, trong một vụ kiện tụng kéo dài tám năm về việc vi phạm bằng sáng chế, các quan tòa than phiền rằng một nhân chứng lão luyện gần như đã mất hết vẻ tin cậy "do mắt láo liên và phong thái không nổi bật". Trong buổi công bố ngân sách cuối cùng vào năm 2007, Gordon Brown, lúc đó là bộ trưởng Bộ Tài chính, vốn biết mình có tiếng là khắc khổ và độc đoán, đã tạo ra một phong thái vui vẻ bằng những câu nói đùa và dáng vẻ ung dung.

Có thể kể thêm một ví dụ về phong thái qua trường hợp của một quản đốc nhà kho làm việc cho một công ty điện tử lớn của Anh. Đó là một quản đốc thành đạt và là người rất biết cách ăn mặc. Chỉnh tề với bộ com-lê bóng láng, tóc chải bóng mượt và đôi giày mũi nhọn, anh cảm thấy tự tin với diện mạo của mình. Nhưng cảm giác này đã không còn khi anh nhận

một trọng trách mới tại hãng BBC. Ở đây, anh phải giao tiếp với những viên chức điều hành cao cấp. Thế là bộ cánh cũ giờ trở nên quá lạ lẫm với văn hóa của công ty anh vừa gia nhập. Và chính phong thái không thích hợp đã làm giảm khả năng tạo tác động của anh.

Chúng ta thường nghĩ rằng trong giao tiếp, một người có thể chỉ cần gọn gàng, sạch sẽ và vui tươi là đủ. Có lẽ bạn cũng tin rằng thực chất quan trọng hơn ngoại hình? Tuy nhiên, khi đánh giá bạn, lúc đầu mọi người gần như không biết căn cứ vào đâu nên phong thái nói chung có vai trò rất quan trọng.

Bạn nghĩ mình có ngoại hình thế nào? Người khác có cho rằng bạn ăn mặc thích hợp, sang trọng, bảnh bao, đúng mốt, theo cách thông thường không? Hay họ nghĩ bạn không có gì nổi bật, thậm chí xoàng xĩnh trong cách ăn mặc? Không chỉ vào những dịp đặc biệt – khi bạn phải bỏ nhiều công sức để tạo vẻ lịch lãm – mà ngay cả những lúc bình thường, bạn muốn tạo ra hình ảnh như thế nào? Vào ngày trọng đại hoặc để chuẩn bị cho ngày đó, khi thay trang phục, bạn muốn tạo ấn tượng nào? Bạn muốn người khác nhìn thấy con người nào của mình? Thử làm bài tập về diện mạo dưới đây.

Bài tập về diện mạo

Tìm một gương soi toàn thân như gương đặt trong các phòng thử đồ của cửa hàng tổng hợp (có lẽ bạn cũng nên lắp một tấm gương như thế ở nhà để góp phần cải thiện phong thái của mình).

Hãy mặc trang phục bình thường bạn vẫn mặc khi làm việc, sau đó quan sát thật lâu và thật kỹ hình ảnh trong gương. Bài tập này khác với bài tập về gương soi trước đây ở Chương 1. Ở bài tập này,

bạn quan sát chính mình để xem mình có biết chăm sóc bản thân hay không, để tìm nét độc đáo và để nhận biết diện mạo của mình.

Sự chăm sóc: Con người trong gương có biết tự chăm sóc mình không? Những dấu hiệu nào cho biết điều này (ví dụ, giầy trông rất mới hay mặt da đã nhan nhúm, bẩn thỉu hay lịch sự; tóc tai bù xù hay gọn gàng)? Bạn khuyên con người này nên làm gì để thay đổi diện mạo của mình?

Nét độc đáo: Điểm gì tạo cho bạn nét độc đáo? Về vẻ ngoài, màu sắc hoặc kiểu dáng, bạn có nét gì nổi bật không hay mọi thứ đều xoàng xĩnh? Bạn cần thay đổi những điểm nào để tạo nét độc đáo (ví dụ, thêm hoặc bớt màu sắc, mặc trang phục cao cấp hơn, tạo dáng vẻ hợp phong cách thời trang hơn)?

Nhận biết: Diện mạo của bạn có phù hợp với công việc không? Nó có hoàn toàn tương xứng với thông điệp mà bạn muốn gửi đến người khác để thể hiện sức hút cá nhân cùng tác động bạn muốn tạo ra hay không?

Hình ảnh của bạn có phù hợp với nghề nghiệp không? Liên quan đến vấn đề này, có thể lấy ví dụ về trường hợp một nữ giám đốc điều hành trẻ và năng nổ trong ngành công nghiệp âm nhạc. Cô từng theo học khóa học về tác động cá nhân do chúng tôi tổ chức. Sau khi tốt nghiệp trường nghệ thuật, mặc dù giữ một vị trí quan trọng trong công ty của mình nhưng cô lại chẳng có thay đổi nào trọng cách ăn mặc. Cô vẫn mặc những chiếc áo cánh ôm sát người. Dù rất đẹp vào thời sinh viên nhưng hiện tại, chúng khiến cô trông có vẻ khêu gợi.

Dùng video và gương, đồng thời kết hợp với một số nhận xét của người ngoài, đó có thể là những bước khởi đầu hữu ích giúp bạn cải thiện và nâng cao phong thái của mình. Tương tự trường hợp bạn đặt ra mục đích bao quát trong giao tiếp (đã đề cập ở Chương 1), hãy nghĩ đến những vấn đề sau:

Tôi muốn thể hiện hình ảnh nào?
Tôi sợ bộc lộ hình ảnh nào?
Chúng khác biệt nhau đến mức nào?
Làm thế nào tôi loại bỏ được khoảng cách này mà vẫn giữ được con người thật của mình?

Trường hợp của Peter D chính là bằng chứng của việc vận dụng những nội dung trên để cải thiện phong thái. Lúc đầu, anh là một chuyên viên tư vấn quản lý hoạt động với tư cách cá nhân. Nhờ có sẵn sức hút cá nhân mạnh mẽ, anh bắt đầu có cơ hội gặp gỡ các viên chức điều hành cao cấp của công ty. Tuy nhiên, anh lại mặc những bộ com-lê rẻ tiền mua tại các cửa hàng thuộc cùng một mạng lưới ở khu phố chính. Trong khi đó, những nhân vật anh hy vọng sẽ tư vấn lại thường ăn mặc sang trọng với những bộ trang phục đắt tiền, do vậy địa vị của họ lại càng nổi bật.

Cuối cùng, một đồng nghiệp vốn là chuyên viên tư vấn có kinh nghiệm đã góp ý với anh: "Nếu đối tượng anh giao tiếp là những nhân vật cấp cao trong trang phục mới tinh, nổi bật thì anh tất bị xem thường với bộ cánh rẻ tiền". Thế là ngay lập tức, Peter đi đặt may hai bộ com-lê dành cho doanh nhân thuộc loại sang trọng nhất. Từ đó, anh phất lên như diều gặp gió, giao tiếp một cách tự tin trong thế bình đẳng với nhóm khách hàng thân quen và có uy tín, đồng thời số lượng khách hàng giao thiệp với anh cũng ngày một tăng.

Bài tập về ý thức

1. Lần sau, trong cuộc họp tổ hoặc họp bàn công việc, bạn hãy lập kế hoạch để quan sát cách ăn mặc và diện mạo của người khác. Điều này nâng cao hay làm giảm tác động của họ?
2. Tiếp xúc với ba người bạn (hoặc đồng nghiệp) tin cậy và nhờ họ nhận xét thẳng thắn về cách chăm sóc ngoại hình của bạn.
3. Yêu cầu họ đánh giá chung về cách ăn mặc của bạn. Họ cho cách ăn mặc của bạn là hợp thời trang, sang trọng, cẩu thả, tùy tiện hay chừng mực...?
4. Tiếp theo, yêu cầu họ đánh giá chung về cách chăm sóc ngoại hình của bạn (như sạch sẽ, gọn gàng, tinh tế...).
5. Sau đó yêu cầu họ cho biết bạn có thói quen hay điệu bộ nào xấu có thể cản trở bạn gây ấn tượng mạnh với mọi người.
6. Cuối cùng, yêu cầu họ đánh giá về ngoại hình của bạn (như thừa cân, gầy, lưng khòm, lưng thẳng, dáng điệu dễ nhìn...).
7. Tìm một máy quay video để quay cảnh bạn bước vào phòng và đứng. Bạn muốn truyền đạt thông điệp nào, trang phục của bạn có phù hợp không, diện mạo của bạn có nét gì nổi bật?
8. Dùng tất cả những thông tin này để điều chỉnh cách chăm sóc ngoại hình của bạn.

Từ "phong thái" có thể nghe giống thuật ngữ và khó nắm bắt chính xác, nhưng nó lại được hình thành từ những ấn tượng ban đầu. Dựa vào phong thái, người khác có thể đưa ra những giả định về:

- tình trạng kinh tế của bạn (giàu, nghèo, thành đạt, trung bình)
- trình độ học vấn (tốt nghiệp đại học, học vấn cơ bản, bỏ học)
- mức độ tin cậy (chân thật, có thể tin được, đáng tin cậy)

- địa vị xã hội (thuộc tầng lớp trên, có tham vọng, khéo giao thiệp, lập dị, sống cô độc, thành đạt hay thất bại)
- mức độ từng trải (điềm đạm, tự tin, lo âu, ung dung)
- thái độ (hung hăng, thân thiện, dễ tính, khó hiểu)

Sở dĩ phong thái đóng vai trò rất quan trọng trong giao tiếp là vì những phán đoán như trên có thể phát sinh tức thời. Bằng chứng là một nghiên cứu về tuyển dụng đã cho thấy việc chăm sóc ngoại hình đúng cách thật sự tác động đến quyết định tuyển dụng hơn cả yếu tố bằng cấp chuyên môn.

Chúng ta hãy xem xét toàn bộ vấn đề phong thái một cách thiết thực hơn. Bạn sẵn sàng đầu tư những gì cho diện mạo và dáng vẻ của bạn? Nếu gọi phong thái là nhãn hiệu cá nhân (giống như bạn là bánh xà phòng hay chiếc xe hơi) thì có thể chúng ta đang rơi vào tình trạng sử dụng sáo ngữ. Tuy nhiên, đây là thước đo hữu ích giúp bạn đánh giá xem mình đã sẵn sàng đầu tư vào chính bản thân và cách ứng xử của mình đến mức nào.

bạn sẵn sàng đầu tư những gì cho diện mạo và dáng vẻ của bạn?

- Nhãn hiệu (hình ảnh) của bạn tạo được ấn tượng đến mức nào?
- Bạn cần những yếu tố nào để làm mới hoặc phát triển nó?
- Nhãn hiệu của bạn có phản ánh con người thật của bạn không?
- Bạn không đầu tư cho nó có được không?

Khi diện mạo không thật tương xứng với hình ảnh (nhãn hiệu) mà bạn mong muốn thì đã đến lúc bạn cần đầu tư để thay đổi. Tuy nhiên, điều này không đồng nghĩa với việc bạn thay đổi hoàn toàn tính cách của mình. Nâng cao tác động cá

nhân chỉ có nghĩa là bạn dành thời gian và công sức để phát triển những mặt khác nhau của phong thái nói chung (có thể bao gồm trang phục, tư thế, cách chăm sóc ngoại hình, cách bắt tay, dáng vẻ, hình ảnh của bạn...).

Trang phục

Đây là khía cạnh cho thấy rõ nhất bạn có thể tạo ra những thay đổi nhanh chóng. Chẳng hạn, nếu là nam giới, bạn có dùng mãi những màu quen thuộc, tẻ nhạt như đen, xám, xanh da trời và thỉnh thoảng là màu không rõ rệt như màu ka-ki? Nếu là nữ, bạn có sợ mặc những trang phục có thể bị xem là lòe loẹt thay vì phù hợp không?

Những phụ nữ năng nổ nói riêng thường sẽ cứng cỏi tuyên bố: "Tôi không quan tâm đến thời trang". Họ muốn ám chỉ rằng phụ nữ có địa vị cao phải vượt lên trên những thứ đó, rằng thời trang chỉ dành cho thư ký và những người tầm thường. Nhưng nếu tìm hiểu kỹ hơn, chúng ta sẽ thấy rằng những phụ nữ như thế thường bộc lộ khao khát được ăn mặc hợp thời trang.

Để thời trang chi phối cuộc sống là mất quân bình, nhưng không quan tâm đến hiệu quả của cách ăn mặc cũng không phải là điều hay. Thật vậy, khuynh hướng này có thể là một biểu hiện của thái độ kiêu ngạo hoặc cho thấy bạn đang xa rời thực tại.

Dưới đây là bảy sai lầm thường thấy trong cách chọn trang phục:

Sai lầm thứ nhất: Trang phục rẻ tiền và mua sắm dễ dãi

Nếu bạn quyết định nâng cao tác động của mình thì việc mua sắm trang phục cao cấp là một hình thức đầu tư chứ không phải một sự hoang phí, đặc biệt khi bạn làm việc trong môi trường kinh doanh. Nếu mua trang phục rẻ tiền, cuối cùng bạn vẫn phải "trả giá đắt", không chỉ vì trang phục ấy làm tổn hại hình ảnh của bạn mà đơn thuần là vì bạn phải tốn kém chi phí sửa chữa mỗi lần hư hao.

Sai lầm thứ hai: Không quan tâm đến thời trang

Một số kiểu dáng thời trang nào đó làm bạn trông già đi, thế là bạn đánh liều không quan tâm đến chúng nữa và tuyên bố: "Tôi không chú ý đến thời trang". Thật ra, câu nói này không hợp lý vì người chú ý không phải là bạn mà là những người tiếp xúc với bạn.

Thời trang quả là vấn đề rắc rối, một kiểu dáng thường chỉ được ưa chuộng trong một thời gian ngắn, tuy nhiên nó không tùy tiện đến mức như bạn nghĩ. Ngày nay, tất cả các mốt thời trang đều thay đổi rất nhanh. Do đó, một trong những giải pháp hay nhất (và cũng thật nghịch lý) là đầu tư vào một kiểu dáng cổ điển (classic) – một kiểu dáng không bao giờ lỗi thời. Tuy có đắt hơn nhưng về lâu dài, kiểu dáng cổ điển lại tương xứng với đồng tiền bạn bỏ ra.

Sai lầm thứ ba: Trang phục không vừa vặn

Ngay cả trang phục cao cấp nhất nếu không vừa vặn thì cũng có thể gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến hình ảnh của bạn. Ăn mặc sao cho vừa vặn thật sự là việc quan trọng; vì

vậy, nếu cần, bạn nên trả thêm tiền công may hoặc sửa chữa để có được những bộ trang phục vừa ý.

Nếu bạn muốn có dáng vẻ chỉnh tề và nổi bật thì trang phục của bạn nên tránh những lỗi thông thường như quá chật, không thoải mái hoặc có chiều dài không phù hợp. Đây đều là những lỗi không thể chấp nhận được.

Sai lầm thứ tư: Thiếu sự phối hợp

Bạn cần bảo đảm là trang phục của mình phải có sự hài hòa, nếu không cách ăn mặc của bạn sẽ không tạo được hiệu quả. Sự phối hợp màu sắc có thể tạo nên hay phá hỏng diện mạo của một người, do vậy đây là vấn đề bạn nên cân nhắc.

Nếu không hoàn toàn tin vào khả năng của mình trong việc chọn mua trang phục thích hợp, bạn hãy nghĩ đến việc trang bị cho mình những kiến thức cơ bản về nguyên tắc phối màu. Việc phối màu có một vài nguyên tắc cơ bản như: bảo đảm màu trong trang phục chính phải làm nổi bật trang phục đi kèm, khi nào thì màu sáng đi với màu tối, khi nào các màu sắc không phù hợp với nhau, hay màu nào hợp với nước da của bạn nhất. Tất cả những nguyên tắc này đều có thể góp phần giúp bạn nâng cao hiệu quả trong việc phối hợp màu cho trang phục.

Sai lầm thứ năm: Trang phục đi kèm

Trang phục đi kèm là những chi tiết nhỏ tạo nên phong cách của bạn. Nếu bạn không biết cách chọn lựa thì cà vạt, mũ, túi xách, thắt lưng, găng tay, giày, vớ, thậm chí dù, vô tình có thể làm tổn hại hình ảnh của bạn.

Điều bạn cần nhớ là trang phục đi kèm phải làm nổi bật chứ không được phá hỏng hình ảnh của bạn. Ví dụ, đồ trang sức có thể gây bất lợi cho một nhân viên nam muốn thăng tiến trong công ty. Một cầu thủ bóng đá nổi tiếng có thể đeo chiếc bông tai lấp lánh, nhưng đối với bạn thì nó có tạo được tác động không? Với phụ nữ, dây thắt lưng sặc sỡ, đồ trang sức lòe loẹt và phấn son có thể là đẹp ở bên ngoài công sở nhưng trong môi trường công việc, chúng lại khiến tác động của họ bị giảm sút nghiêm trọng.

Sai lầm thứ sáu: Những lỗi nhỏ trong trang phục và tác hại nghiêm trọng của chúng

Giống như trang phục đi kèm không thích hợp, những lỗi nhỏ trong trang phục sẽ hủy hoại hình ảnh của bạn vì khiến người giao tiếp với bạn cảm thấy khó chịu. Tuy vậy, nếu chú ý, bạn có thể dễ dàng tránh được những lỗi này. Dưới đây là một số lỗi cần tránh:

sờn: cổ áo, cổ tay áo bị sờn hay trang phục có các dấu hiệu bị mòn
quần áo không được là kỹ: không tạo được ấn tượng
vết bẩn: trên cà vạt, váy dài hay bộ com-lê
cúc áo bị mất, bị lỏng hoặc không cài
tay áo veste hoặc quần quá dài hay quá ngắn
giầy: bị mốc, không đánh bóng hay cần phải sửa
thắt lưng bị sờn

Sai lầm thứ bảy: Không tạo vẻ độc đáo

Vào thời kỳ đầu trong lịch sử của chàng khổng lồ máy tính IBM, gần như tất cả mọi người (thật ra vào thời ấy chỉ có đàn ông) đều mặc đồng phục theo quy định của công ty: com-lê xanh, sơ mi trắng với cà vạt rất hợp màu. Và mặc dù thời của máy tính theo kiểu IBM đã qua, nhân viên trong nhiều công ty (chỉ trừ những công ty mới thành lập và các hãng công nghệ cao) vẫn còn bị áp lực phải tuân thủ các quy định chung và tránh nổi bật so với mọi người. Tuy nhiên, sẽ là sai lầm nếu bạn nghĩ mình phải ăn mặc thật xoàng xĩnh và không thể hiện cá tính.

sẽ là sai lầm nếu bạn nghĩ mình phải ăn mặc thật xoàng xĩnh và không thể hiện cá tính

Làm cho bản thân chìm khuất đi chắc chắn không phải là cách nâng cao tác động cá nhân. Bạn hoàn toàn có thể chọn cho mình trang phục độc đáo và hợp thời trang ngay cả khi bị hạn chế bởi những quy định xung quanh. Hãy tìm kiếm những cách ăn mặc mới lạ để trang phục thể hiện được con người bạn chứ không phải chỉ ăn mặc theo ý người khác. Ngoài yếu tố trang phục, phong thái còn bao gồm cách bạn đi đứng, chăm sóc bản thân, thần sắc nói chung (tươi cười hay nhăn nhó), dáng đi, bộ dạng và phong cách giao tế.

Nhờ trợ giúp

Không phải ai cũng có khiếu về trang phục và kiểu dáng. Nhưng tệ hơn nữa là bạn không có năng khiếu và cũng không ý thức được điều này! Như tất cả những lĩnh vực về nhận thức bản thân, bí quyết độc đáo thật ra lại rất đơn giản: chỉ cần nhờ người khác nhận xét thành thật.

Có nhiều chuyên gia xung quanh bạn có thể cho bạn những nhận xét về trang phục và kiểu dáng, từ chuyên gia về màu sắc đến những người đi mua sắm trong các cửa hàng tổng hợp quy mô, từ những nhà tư vấn về thời trang và kiểu dáng đến giáo viên hướng dẫn riêng (tức những người chuyên về lĩnh vực tác động cá nhân, kể cả chỉnh sửa diện mạo). Bạn sẽ tìm được những nguồn thông tin hữu ích ở trang web sức hút cá nhân (www.charisma-effect.com).

Những cách ứng xử sai lầm trong giao tế

Một ngôi sao điện ảnh và sân khấu nổi tiếng, rất duyên dáng, có lần đã mời một nữ diễn viên trẻ còn ít tiếng tăm đến dùng cơm tối. Tuy nhiên, vị khách này không chỉ vắng mặt mà còn không xin lỗi hay giải thích lý do. Vài ngày sau, họ tình cờ gặp nhau tại Bảo tàng Nghệ thuật Hiện đại New York. Lúc này, cô gái trẻ mở đầu: "Em nhớ chị có mời em đến nhà dùng cơm tối thứ năm trước". Ngôi sao điện ảnh đáp: "Vậy ư? Em có đến không?"

Ngày nay, cách ứng xử có thể không còn là một trong những yếu tố hàng đầu dẫn đến thành công nhưng vẫn là một yếu tố quan trọng có ảnh hưởng đến phong thái của bạn. Đừng đợi đến những dịp đặc biệt mới có cách ứng xử đẹp nhất. Bạn không thể ứng xử với những người mình ngưỡng mộ, muốn gây ấn tượng theo một cách và ứng xử với những người mình xem thường theo cách khác. Muốn có phong thái tuyệt vời, bạn phải ứng xử như nhau đối với mọi người.

Vì cách xử sự chỉ là những quy tắc được hình thành trên cơ sở quy ước nên bạn có thể điều chỉnh nó trong những hoàn cảnh thích hợp. Ví dụ, ở Anh, đàn ông thường phải bỏ mũ

xuống khi ở trong nhà. Tuy nhiên, nếu muốn tạo dấu ấn riêng về thời trang bằng cách đội một chiếc mũ thật mốt, bạn có thể bỏ qua điều này và dùng mũ để tạo tác động cá nhân đặc biệt.

Dưới đây là bảy cách ứng xử sai lầm nghiêm trọng mà mọi người thường phạm phải trong giao tế:

1. Không cám ơn khi người khác đối xử tử tế với bạn.
2. Ngồi sai tư thế trong cuộc họp (như ngồi đu đưa trên ghế).
3. Suồng sã không phải phép với người khác.
4. Thiếu tôn trọng người khác.
5. Chạm vào đồ vật hay người khác khi không có sự đồng ý của chính người sở hữu món đồ hoặc người đó.
6. Liên tục ngắt lời hay nói to để át giọng người khác.
7. Miệt thị ai đó trước mặt một người quan trọng đối với họ.

Tóm lại, điểm mấu chốt trong cách xử sự là cần phải ứng xử phù hợp, biết tôn trọng người nghe.

Cách chăm sóc bản thân

Ở phần này, chúng ta sẽ bàn đến những chuyện riêng tư, tức những chuyện chỉ có bạn bè thân nhất hoặc người mà bạn hoàn toàn tin cậy mới dám bàn đến.

Brian được công ty cho đi tham quan các cửa hàng để học những kiến thức cơ bản về bán và phân phối hàng hóa. Nhiệm vụ của anh là ghé thăm những cửa hàng dược phẩm bán lẻ quy mô nhỏ và nhận đơn đặt hàng bổ sung. Ở một cửa hàng, sau khi nói chuyện với anh một lúc lâu, người chủ đã mời anh ra phòng sau – nơi hàng dự trữ được chất cao đến trần nhà.

Trong không gian riêng tư và thân tình này, chủ cửa hàng khẽ nói: "Brian, có ai nói cho cậu biết là hơi thở của cậu hôi lắm không?". Mắt Brian tròn xoe vì hãi hùng bởi anh chưa từng nghe ai nói với mình điều này. Người chủ tiếp tục: "Đó là sự thật. Tôi khuyên anh nên tìm cách khắc phục, nếu không anh sẽ gặp nhiều trở ngại trên bước đường thăng tiến sự nghiệp". Brian cám ơn về lời góp ý này và lập tức đến nha sĩ của anh để khám, hóa ra anh bị nhiễm trùng nướu.

Khi Gordon Brown còn là bộ trưởng Bộ Tài chính, qua báo chí, hình ảnh ông cắn móng tay – một hình ảnh thật tệ hại – đã được truyền đi khắp thế giới. Dĩ nhiên việc này không ngăn cản ông trở thành thủ tướng, nhưng nó làm giảm sút hình ảnh của một con người lẽ ra rất tự tin khi đảm trách nguồn tài chính của quốc gia.

Để kiểm tra hình ảnh của bạn, hãy làm bài tập về những lỗi nghiêm trọng có thể xảy ra trong cách chăm sóc bản thân ở bên dưới.

Bài tập về những lỗi nghiêm trọng trong cách chăm sóc bản thân

Hãy trung thực khi nhận xét bản thân và chỉ đánh dấu kiểm nếu chắc chắn.

		✓
HƠI THỞ	Hơi thở của bạn không có mùi?	
	Có ai nói cho bạn biết nếu hơi thở của bạn có mùi hôi không?	
TÓC	Tóc có được gội sạch, không bị nhờn, và có kiểu dáng hiện đại không?	

	Bạn không có những nắm tóc nhằm cố che mảng hói trên đầu?	
RĂNG	Có mọc theo đúng trật tự và trông sáng bóng không?	
LÔNG MẶT	Bạn có chăm chút lông mặt cẩn thận, kể cả lỗ tai và lỗ mũi, không?	
KẸO CAO SU	Bạn không nhai!	
SẠCH SẼ	Móng tay, mặt, bàn tay, tất cả những vùng lộ ra ngoài có sạch sẽ không?	
MÓNG	Bạn có chăm sóc móng kỹ không, có cắn hay nhai nó không?	
GẦU	Bạn không có (thời nay không ai chấp nhận điều này)?	
DA	Tươi sáng, hồng hào, không vàng vọt, không bị bong ra từng mảng hay tái nhợt?	

Khi có một tác nhân nào đó ảnh hưởng xấu đến sức thu hút, chúng ta rất khó nhận biết do quá quen với cơ thể mình. Đây quả là lĩnh vực riêng tư, vì vậy nên nhờ người tin cậy thẳng thắn cho bạn biết bạn có bị ảnh hưởng bởi những lỗi nghiêm trọng kể trên hay không.

đây quả là lĩnh vực riêng tư

Michael Maynard, một đồng nghiệp của tôi, người đã từng giúp rất nhiều người phát triển năng lực còn tiềm ẩn và nâng cao sức hút cá nhân, đã lập luận như sau về mấu chốt của việc chăm sóc bản thân: "Đó là chuyện quan tâm. Bạn có dáng vẻ của người biết quan tâm đến bản thân và được chăm sóc không?".

Tư thế

Là một hiệu trưởng đồng thời là phó giám đốc phụ trách giáo dục có kinh nghiệm, Avril liên tiếp nộp đơn xin làm giám

đốc phụ trách vấn đề này cho các hội đồng địa phương lớn ở Anh. Cô thường vượt qua được vòng sơ tuyển để vào vòng phỏng vấn, nhưng chưa bao giờ giành được công việc có chức vị cao như mong muốn.

Giáo viên hướng dẫn riêng của cô cho biết cô có thói quen gục đầu ủ rũ khi bước vào phòng phỏng vấn (giống như đang tạ lỗi vì phải có mặt ở đó). Bị ảnh hưởng một phần bởi tư thế xấu này, thái độ của cô như muốn nói: "Không biết lần này người ta có nhận tôi không". Sự kết hợp giữa hai yếu tố trên đã ảnh hưởng trực tiếp đến phong thái và làm giảm sức thu hút của cô.

Sau đó, trong buổi học riêng với giáo viên hướng dẫn, Avril đã học cách đi thẳng người, đầu ngẩng cao. Cô bắt đầu bước vào phòng, đồng thời tưởng tượng mình *đã* là giám đốc phụ trách giáo dục và đang có mặt chỉ để trả lời một số câu hỏi dựa trên chuyên môn cũng như kinh nghiệm của mình. Hiểu được vấn đề, Avril áp dụng kiến thức đã học vào buổi phỏng vấn dành cho phó giám đốc trong lần sau và được đề cử một cách xứng đáng.

Khi nữ hoàng Victoria còn nhỏ, người ta tập cho cô giữ cằm hướng lên bằng cách để một cành cây ôrô có gai dưới cổ áo. Tư thế của Elvis, Nijinsky, David Bowie, John Wayne và Prince đều góp phần tạo cho họ có một sức lôi cuốn đặc biệt. Ngày nay, dù chúng ta có khuynh hướng ít chú ý đến tầm quan trọng của tư thế thì nó vẫn có thể tác động trực tiếp đến phong thái.

Bạn có thể thu được những bài học bổ ích qua nhận xét của người ngoài, trong một buổi học riêng với giáo viên hướng dẫn hoặc trong một hội thảo về tư thế và những vấn đề khác.

Chẳng hạn, khi tự quan sát mình bước qua cửa để gặp một nhóm người lạ, bạn có thể phát hiện được nhiều điều hay.

Nếu bạn khom lưng hàng giờ trước máy vi tính thì gần như chắc chắn tư thế của bạn sẽ bị ảnh hưởng. Chúng ta thấy nhiều người có dáng đi xấu, chúi đầu về phía trước do ngồi quá lâu trước màn hình. Đa số mọi người nghĩ rằng đứng thẳng là phải giữ cho lưng thẳng, ưỡn ngực và đầu hướng xuống ngực. Điều này không đúng. Xương sống có hai đường cong tự nhiên mà bạn cần duy trì: đường cong từ phần cuối của đầu đến vai và đường cong từ phần lưng trên đến phần cuối của xương sống. Bạn nên học kỹ thuật Alexander với một giáo viên giỏi. Phương pháp này đã được chứng minh, nó giúp bạn tránh được tư thế khom lưng cùng sự căng cơ không cần thiết, lấy lại tư thế tự nhiên và có được cảm giác thoải mái khi di chuyển hoặc làm việc.

Nếu bạn cảm thấy đau, nhất là đau lưng, khi cố gắng tạo tư thế đúng hoặc bị những chấn thương ở lưng, cổ hay khung chậu, đừng cố tự chữa trị vì có thể gây thêm tổn thương. Cách tốt nhất là hãy đến bác sĩ hay gặp giáo viên dạy kỹ thuật Alexander trước khi cố tìm cách chỉnh tư thế cho thẳng.

Bài tập về tư thế

- Khi đứng thẳng người, nhớ là trọng lượng của bạn phải được phân bố đều trên hai bàn chân, ở cả phía trước lẫn hai bên. Với tư thế này, có thể bạn sẽ cảm thấy như đang nghiêng về phía trước hơi nhiều và trông ngớ ngẩn. Tuy nhiên, đây chỉ là cảm giác.
- Đưa hai vai về phía trước, nâng vai hướng thẳng lên, hướng thẳng ra sau rồi hạ xuống. Bạn có cảm thấy dễ chịu không? Nếu thấy

hai vai hơi cứng hoặc căng, có thể bạn đang bị căng cơ (tình trạng không cần thiết).

Nếu đầu gục về phía trước thì tư thế đứng thẳng người của bạn đã bị sai. Nên giữ đầu sao cho bạn có thể nhìn thẳng về phía trước mà không phải ngước mắt lên. Nếu cổ bị căng ở tư thế này, bạn cần tập lại.

Giữ cho hai tai thẳng với hai vai.

Giang hai cánh tay ra hai bên và ngang vai.

Giữ tư thế này và đếm chậm đến 10.

Từ từ hạ hai tay xuống, đếm đến 10 trong khi hạ xuống.

Lặp lại các động tác trên mười lần và luôn kiểm tra xem bạn có đứng thẳng người hay không. Nếu không lặp lại được đến mười lần thì hãy thực hiện theo sức mình (ít nhất cho đến khi bạn có cảm giác hơi mỏi ở cơ vai).

Hãy là một con chim cánh cụt (penguin). Trong khi chờ một trang web hiện ra, miếng bánh mì được nướng xong hay lò vi ba reo chuông báo, hãy đặt khuỷu tay lên hai bên thắt lưng và để hai bàn tay chạm vào hai bên vai. Giữ đôi tay thẳng với hai tai, nâng hai khuỷu tay lên, đếm một, hai rồi lại hạ xuống thắt lưng và tiếp tục đếm một, hai. Lặp lại càng nhiều lần càng tốt. Bạn sẽ ngạc nhiên vì tập được rất nhiều động tác trong 30 giây.

"Sống không phải chỉ là tồn tại mà còn là phát triển – với một chút đam mê, một chút trắc ẩn, một chút hài hước và một ít phong cách!"

Nhà văn Maya Angelou

Phần 3

Sự hòa hợp

Hãy tạo ra sức hấp dẫn đặc biệt ấy

Nhằm nâng cao sức hút cá nhân, phần ba của phương pháp A-B-C sẽ giới thiệu ba yếu tố quan trọng, đó là A-I-R:

- **A**ttention (Chú ý)
- **I**nterdependence (Phối hợp)
- **R**apport (Quan hệ tốt)

Mỗi yếu tố đều góp phần hình thành sự hòa hợp, đó là tạo dựng mối quan hệ giữa bạn và người nghe.

Chương 9

Sự hòa hợp: Yêu cầu về A-I-R

Một chuyên viên tư vấn tuyển dụng cảm thấy rất khó xử khi khách hàng lưỡng lự trước hai ứng viên có trình độ vừa được phỏng vấn. Mặc dù mỗi ứng viên đều đáp ứng các tiêu chuẩn đưa ra nhưng khách hàng giải thích rằng: "Tôi cảm thấy không yên tâm khi giao việc cho một trong hai người này. Cả hai đều có tính cách của một tấm bê tông".

Càng bối rối hơn nữa, chuyên viên tư vấn thắc mắc: "Nhưng tính cách đâu có được nêu trong các tiêu chuẩn tuyển dụng, chúng ta chỉ cần ứng viên có năng lực thật sự và thích hợp với văn hóa của công ty".

Khách hàng gật đầu: "Tôi hiểu, nhưng ít ra họ cũng phải có khả năng thuyết phục trong công việc này, nếu không họ sẽ ngồi còng lưng ở phòng thí nghiệm trong 10 năm tới. Tôi không tin hai ứng viên vừa rồi có thể giao thiệp tốt với người khác". Chuyên viên tư vấn miễn cưỡng đồng ý và tiếp tục tuyển người, lần này có nêu rõ yêu cầu về khả năng tạo dựng quan hệ với người khác.

Có thể thấy vị khách hàng đã nêu một nhận xét rất quan trọng. Nó nhắc chúng ta rằng muốn tạo sức hút cá nhân, chúng ta không phải chỉ cần có mục đích, hành vi mà còn phải biết cách giao tế. Một ấn tượng có trở nên tích cực và bền vững hay không tùy thuộc vào quan hệ mà bạn thiết lập với người khác. Thật vậy, nhiếp ảnh gia của tạp chí *Life* là Alfred Eisenstaedt đã từng nhận xét: "Ăn ảnh không quan trọng bằng ăn ý với người khác".

Chúng ta rất dễ bắt gặp sự hòa hợp và sức hút cá nhân trong thế giới giải trí. Đối với lĩnh vực này, các nhà phê bình lúc nào cũng nhắc đến một nhóm gồm những nhân vật có tác động mạnh mẽ đến công chúng. Tom Cruise và Katie Holmes, Brad Pitt và Angelina Jolie, Thành Long và Chris Tucker chỉ là một vài trường hợp trong số những câu chuyện gần đây về sự hòa hợp và sức hút cá nhân.

chúng ta rất dễ bắt gặp sự hòa hợp và sức hút cá nhân trong thế giới giải trí

Ngược lại, trong giới kinh doanh liên tục diễn ra tình trạng không hòa hợp. Thu hút sự chú ý của dư luận nhiều nhất là trường hợp xung đột giữa Carly Fiorina – một viên chức điều hành cao cấp và đầy sức thu hút của công ty Hewlett-Packard – với hội đồng quản trị của mình, kết quả bà phải đột ngột từ chức vào năm 2005.

Chính sự hòa hợp đã giải thích vì sao một số người có sức thu hút mạnh mẽ trong khi một số người khác thì không. Điều đáng tiếc là bạn khó nhìn thấy sự hòa hợp diễn ra vì không thể quan sát được một số dấu hiệu của nó như sự hưng phấn của hệ thần kinh giao cảm, tình trạng tăng huyết áp, cảm giác yếu ở đầu gối và sự hưng phấn tâm lý kết hợp với cảm giác vui thích.

Mặc dù vậy, có một điều chắc chắn là chúng ta vẫn nhận biết được tình trạng thiếu hòa hợp. Chẳng hạn khi người ta nói: "Chúng ta không hợp nhau" thì điều đó có nghĩa là mối quan hệ giữa họ không có gì đặc biệt. Bạn cũng có thể nhớ lại lần gần đây nhất khi bạn cảm thấy gắn bó ngay với người nào, nghĩa là bạn cảm nhận được mình và họ có cùng quan điểm, có sự tương đồng hay hòa hợp đến không ngờ – những yếu tố

khiến một người mới quen trở thành đồng nghiệp hay bè bạn. Hoặc bạn hãy nhớ lại lúc mình chỉ đơn thuần có sự phối hợp ăn ý với người nào đó. Tất cả những trường hợp trên đều là biểu hiện của sự hòa hợp.

Tương tự, bạn cũng có thể nhớ lại những cuộc gặp gỡ ban đầu đã để lại trong bạn ấn tượng rất xấu. Đó là lúc sự thiếu ăn ý khiến bạn phải trải qua những giây phút khó chịu như không có sự chung sức khi làm việc, điều phối dự án lỏng lẻo, không tạo ra viễn cảnh tươi sáng cho công việc cùng những cuộc họp và những buổi giao tiếp vô ích tại sở làm.

Nếu tất cả chúng ta đều có thể dễ dàng phối hợp ăn ý với nhau thì quả là tuyệt vời. Tuy nhiên, những cuộc gặp và giao tiếp giữa con người vẫn có thể diễn ra mà không cần có sự hòa hợp rõ rệt nào, chỉ cần người trong cuộc cảm thấy tương đối thoải mái là đủ. Người ta vẫn có thể trao đổi thông tin với nhau và tiếp tục làm việc. Sự thiếu vắng một điều gì đó đặc biệt giữa hai bên gần như không thành vấn đề. Ví dụ, ở siêu thị, bạn chỉ có thể trao đổi vài câu với một nhân viên thu ngân không quen biết. Ngoài những câu nói lịch sự xã giao, bạn và người kia đều không mong đợi có nhiều điểm hợp nhau.

Cũng vậy, tại công ty, bạn có thể ghé qua phòng làm việc của một người bạn chỉ mới biết qua. Nhắn xong một thông tin nào đó, trao đổi vài câu ngắn gọn, bạn rời khỏi phòng mà hoàn toàn không bộc lộ biểu hiện nào cho thấy sự hòa hợp (nghĩa là không thiết lập được một mối quan hệ thật sự có ý nghĩa với người kia).

Ở nơi làm việc, sự hòa hợp là điều quan trọng vì nhờ đó mà giao tiếp giữa các thành viên trong tổ trở nên hiệu quả và

tốt đẹp hơn, các cuộc họp cũng có chất lượng hơn nhờ không khí cởi mở và thật sự sôi nổi. Điểm tích cực hơn nữa là khi hòa hợp, các thành viên sẽ có nhiều khả năng chia sẻ cho nhau những thông tin trọng yếu hoặc trợ giúp nhau.

Trong đời thường, đa số chúng ta thường hướng về những người mà chúng ta có quan hệ tốt – những người có sự hòa hợp với chúng ta. Ngược lại, chúng ta thường né tránh những người không hòa hợp với mình.

Bài tập về biểu hiện của sự hòa hợp

1. Hãy nghĩ đến một tình huống cụ thể khi bạn có quan hệ thật sự tốt đẹp với một người nào đó. Có thể đó là lúc mới quen một người bạn, tận hưởng niềm vui cùng làm việc với một đồng nghiệp, có buổi nói chuyện qua điện thoại rất thú vị với người nào đó trong lần đầu tiên, cùng có mặt với một khách hàng thân quen...
2. Hồi tưởng và cố gắng làm sống lại thời điểm đó.
3. Nhớ lại cảm xúc của bạn vào lúc đó cùng những sự kiện đã xảy ra và những lời trao đổi giữa các bạn.
4. Kể ra những yếu tố cho thấy giữa hai bạn có sự hòa hợp. Ví dụ:

   Cả hai chúng tôi luôn tươi cười; chúng tôi rất vui; quả thật là sáng tạo; có nhiều tiếng cười; chúng tôi gần như đồng ý về mọi vấn đề; chúng tôi không thể ngừng trò chuyện với nhau; chúng tôi nói đùa mỗi khi có bất đồng; cả hai rất tôn trọng nhau; không khí thật sôi động...

5. Trong số những yếu tố trên, những yếu tố nào bạn có thể thấy được (hành vi) và những yếu tố nào bạn không thể thấy được (như cảm xúc hay tâm trạng)?
6. Bây giờ hãy tìm một tình huống mà bạn và người nào đó không có sự hòa hợp. Tình huống giao tiếp của các bạn đã thiếu những yếu tố nào? Cảm xúc và tâm trạng của bạn ra sao?

Do chỉ cảm nhận được chứ không quan sát trực tiếp sự hòa hợp cá nhân nên chúng ta rất khó đặt chỉ tiêu cho nó, biến nó thành tiêu chí của công ty hay cụ thể hóa nó bằng những con số. Vì vậy, trong khi yêu cầu nhân viên phải đạt đến năng lực nào đó, trên thực tế, các công ty không thể bắt họ phải hòa hợp với nhau đạt mức 70%!

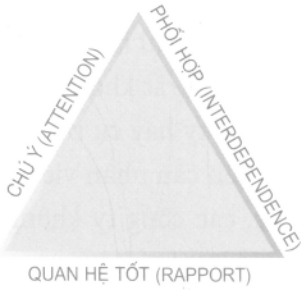
Thật vậy, chúng ta chỉ có thể nhận biết sự hòa hợp thông qua những mối quan hệ tốt đẹp giữa con người. Do đó, nếu biết cách tạo dựng những mối quan hệ tích cực, bạn sẽ sở hữu được một trong những bí quyết quan trọng giúp nâng cao sức hút cá nhân.

Vì sự hòa hợp dường như có liên quan nhiều đến cảm xúc nên người ta dễ xếp nó vào lĩnh vực đắc nhân tâm. Thật vậy, theo một nhận định nổi tiếng đã góp phần vào việc giải thích vấn đề hòa hợp thì cốt lõi của vấn đề là phải có sức khỏe tốt. Nhưng thời đại đã thay đổi và hiện nay chúng ta biết rằng có một số biện pháp rất hữu ích có thể tạo điều kiện cho sự hòa hợp cá nhân hình thành.

có một số biện pháp rất hữu ích có thể tạo điều kiện cho sự hòa hợp cá nhân hình thành

Bạn cần A-I-R

Muốn nhóm lửa hay giữ cho lửa cháy, bạn cần ba yếu tố quan trọng: sức nóng, nhiên liệu và không khí. Nếu thiếu bất kỳ yếu tố nào, lửa sẽ tắt. Sự hòa hợp trong sức hút cá nhân cũng giống như vậy. Nó là sự kết hợp của ba yếu tố cơ bản:



Hãy sử dụng phương pháp **A-I-R** – một phương pháp rất dễ nhớ. Nó sẽ giúp bạn thử nghiệm sự hòa hợp cá nhân.

Trong chương tiếp theo, chúng ta sẽ tìm hiểu những nội dung của phương pháp này.

"Bảy năm là khoảng thời gian không đủ cho một số người làm quen với nhau, nhưng đối với một số người khác thì bảy ngày lại quá nhiều".

Nhà văn Jane Austen, trích từ tiểu thuyết *Sense and Sensibility*

Chương 10

Sự hòa hợp: Chú ý

Gặp Bill Clinton, một đồng nghiệp người Anh nhận xét rằng vị cựu tổng thống "luôn mang đến cho tôi cảm giác ông đã bay từ Đại Tây Dương đến đây chỉ để nói chuyện với tôi".

Sự chú ý hoàn toàn đến người nào đó là một trong những công cụ tinh tế và hiệu quả nhất của bạn. Đó là chất xúc tác quan trọng để thúc đẩy sự hòa hợp cá nhân, nó có khả năng làm chuyển biến cảm xúc và hành vi của người khác.

Khi hoàn toàn chú ý đến ai, bạn sẽ không có thời gian để cảm thấy bất ổn hay ngượng ngùng vì đã hoàn toàn tập trung vào người đó. Bạn còn nhớ thách thức khi bước vào căn phòng toàn người lạ (đã đề cập ở phần trước) không? Nhờ tập trung vào những việc làm của người khác, cách họ đứng và nói chuyện, phân tích những sự việc đang diễn ra cũng như quyết định nên nói với ai trước, bạn sẽ không còn chỗ cho những ý nghĩ tiêu cực, cảm giác lo âu hay lúng túng.

khi hoàn toàn chú ý đến ai, bạn sẽ không có thời gian để cảm thấy bất ổn hay ngượng ngùng

Khi chú ý hoàn toàn đến người khác, bạn sẽ không bị xao lãng vì ngoại cảnh. Người đang giao tiếp với bạn thu hút hoàn toàn sự chú ý của bạn nên bạn không dễ mất tập trung. Bạn sẽ không có cơ hội cố nhìn sang chỗ khác để xem còn chuyện gì đang diễn ra, cũng không thể lắng nghe cuộc đối thoại ở gần đó. Sự tập trung hoàn toàn của bạn giống như tia la-de chiếu vào đối tượng.

Tuy nhiên, việc chú ý hoàn toàn đến người khác không có nghĩa là bạn nhìn chằm chằm vào mặt người đó. Trong trường hợp này, bạn cần duy trì giao tiếp bằng mắt, thể hiện vẻ quan tâm thật sự, gọi và nhớ tên người này, chăm chú lắng nghe, mỉm cười, khuyến khích họ nói về những mối quan tâm của họ, làm họ cảm thấy mình quan trọng và được quý trọng. Những điều này phải được bộc lộ chân thật chứ không được giả tạo. Khi bạn thực hành, chúng sẽ không còn vẻ gượng ép và dần dần trở thành bình thường trong cách cư xử của bạn.

Giao tiếp bằng mắt

Casanova là nhà văn, triết gia, doanh nhân tháo vát, nhà ngoại giao, người có tài kể chuyện, thích phiêu lưu mạo hiểm và đồng thời cũng là một người tình. Không những thế, ông còn là một nhà truyền thông tuyệt vời và có một sức thu hút mạnh mẽ. Khi gặp con gái muộn hơn thường lệ, ông than vãn: "Làm sao con nhận ra cha được nếu không nhìn cha? Hỡi thiên thần của ta, ước gì con biết rằng không nhìn vào người mình đang nói chuyện là một điều khiếm nhã đến dường nào. Ai đã dạy con cách cư xử tệ như vậy?".

Ngày nay, các nhà tâm lý nói đến việc xã hội hóa trẻ em qua việc cho chúng giao tiếp với bạn đồng trang lứa. Họ cho rằng đa số trẻ em sẽ học cách sử dụng sức hút cá nhân một cách tự nhiên, chẳng hạn, chúng sẽ nhìn thẳng vào một người khi nói chuyện với người đó, tuy nhiên thực tế lại không phải như vậy. Nhiều thanh niên không bao giờ được học hoàn chỉnh các kỹ năng này. Điều đáng buồn là máy vi tính, iPod, truyền hình và các website xã hội không thay thế được cho việc giao tiếp trực tiếp với người khác trong thực tế.

Peter Wilby, một cây bút của tờ *Guardian*[1], nhận xét rằng chúng ta đã "đánh mất nghệ thuật xã hội hóa giới trẻ đúng cách". Thật vậy, quy trình xã hội hóa đã bộc lộ sự thiếu hiệu quả đối với nhiều người đến tuổi trưởng thành. Những người này đã lớn lên trong sự thiếu hiểu biết và có lẽ mang tâm trạng bất mãn vì lúc nào cũng không tạo được tác động như mong muốn.

Ben Jones thuộc Phòng thí nghiệm nghiên cứu khuôn mặt tại Đại học Aberdeen giải thích: "Con người bị thu hút bởi những người có sức hấp dẫn đối với họ. Đây là một tác động cơ bản mà tất cả chúng ta, ít nhất trong một chừng mực nào đó, đều biết, đó là khi bạn cười với người khác và duy trì được giao tiếp bằng mắt, bạn sẽ trở nên hấp dẫn hơn".

Tiến sĩ Jones và các đồng nghiệp cũng cho biết sức hấp dẫn tùy thuộc vào những tín hiệu bộc lộ sự quan tâm đối với người đang giao tiếp, trong đó dường như tín hiệu quan trọng nhất là người khác có nhìn thẳng vào bạn hay không.

Khi bạn thật sự chú ý, việc giao tiếp bằng mắt theo lối thông thường không phải là nhìn chằm chằm vào người khác mà là thường xuyên đón nhận ánh mắt của người khác và nhìn vào đó chỉ trong một vài giây. Tuy nhiên, điều này có giúp nâng cao sức hút cá nhân hay không còn phụ thuộc vào hai yếu tố khác biệt.

Yếu tố thứ nhất, theo kết quả nghiên cứu của tiến sĩ Jones, là nhìn thẳng chỉ hấp dẫn khi người nhìn thẳng trông có vẻ thích bạn. Yếu tố thứ hai là cần phải biết trong một số nền

(1) Trên tờ *Guardian*, số ra ngày 1 tháng năm năm 2007, Peter Wilby có viết: "Nước Anh đã đánh mất nghệ thuật xã hội hóa giới trẻ".

văn hóa, nhìn thẳng và lâu có thể là một thái độ bất kính và không thể chấp nhận được. Vì vậy, bạn cần xem xét cả hai yếu tố này khi sử dụng giao tiếp bằng mắt. Yếu tố thứ nhất đòi hỏi bạn phải chủ động thể hiện tình cảm yêu mến đối với một người nếu có ý định dùng giao tiếp bằng mắt để tạo tác động thật sự. Yếu tố thứ hai chỉ ra rằng giao tiếp bằng mắt có thể thật sự khiến bạn mất hết sức thu hút nếu thiếu hiểu biết về những quy ước trong các nền văn hóa khác.

Giao tiếp bằng mắt tạo tác động vô hình, vì vậy, bạn khó có thể đánh giá thấp hiệu quả của nó. Nếu đã làm bài tập với gương soi trong phần Giới thiệu, bạn sẽ nhớ đôi mắt đang nhìn lại bạn khiến bạn bối rối đến dường nào, dù đó là đôi mắt của chính bạn!

giao tiếp bằng mắt tạo tác động vô hình

Bài tập về giao tiếp bằng mắt

Hãy nghĩ đến một người đã gặp, người này có vẻ không muốn nhìn thẳng vào mắt bạn mà lại nhìn sang chỗ khác.

Bạn có cảm giác thế nào? Hãy ghi lại cảm giác này bằng những từ đơn hoặc chỉ một cụm từ ngắn.

- Lúc đó bạn có thấy hợp với người này không?
- Bạn và người này gặp nhau trong bao lâu?
- Bạn vui hay buồn khi chia tay người này?

Khi sử dụng giao tiếp bằng mắt một cách hiệu quả, điều quan trọng là bạn cần chú ý đến hướng nhìn và thời gian nhìn. Do đó, bạn cũng có thể nhìn miệng, mũi, cằm và mắt của một người mà vẫn thể hiện giao tiếp bằng mắt với người đó. Tương tự, bạn cũng có thể nhìn chỗ khác trong khoảnh khắc để suy nghĩ rồi trở lại nhìn vào mắt họ mà giao tiếp vẫn không bị gián đoạn, vẫn thể hiện được sự quan tâm của bạn.

Giao tiếp bằng mắt là yếu tố vô cùng quan trọng góp phần tạo nên sự hòa hợp cá nhân vì nó truyền đi những thông điệp ngầm như: "Tôi thật sự thích bạn", "Tôi thấy bạn rất hấp dẫn", "Này, bạn nghĩ sao?", "Đến lượt bạn nói", hay thậm chí tùy vào vẻ mặt của bạn, giao tiếp bằng mắt có thể ngầm biểu lộ thái độ không hài lòng của bạn trước những điều người kia vừa nói. Có lẽ vì vậy mà người ta gọi đôi mắt là cửa sổ của tâm hồn.

Giao tiếp bằng mắt diễn ra tự nhiên khi bạn thật sự chú ý, điều quan trọng là ý định và cách nhìn của bạn như thế nào. Tuy nhiên, việc nhìn chằm chằm vào mắt người khác cũng làm cho giao tiếp kém hiệu quả chẳng khác gì việc không sử dụng giao tiếp bằng mắt.

Nếu bạn thật sự chú ý chứ không phải vừa nói chuyện vừa làm việc khác (như ghi chép, gõ phím laptop, táy máy với điện thoại di động hay xao lãng theo một cách khác) thì đôi mắt tinh tường của bạn sẽ tự bộc lộ tất cả, sẽ trở nên sống động với hướng nhìn, độ tập trung và sự rộng mở.

Có lẽ bạn đã biết giá trị của việc thường xuyên giao tiếp bằng mắt, nhưng liệu bạn có thật sự thực hành hoặc có khuynh hướng vận dụng nó vào những dịp đặc biệt hay thường nhìn đi chỗ khác, lẩn tránh giao tiếp bằng mắt thông

thường? Lần sau khi nói chuyện với ai, hãy thử nhìn vào ánh mắt họ lâu hơn một chút, và dĩ nhiên đừng nhìn chằm chằm.

Thể hiện sự quan tâm

Sự hòa hợp có liên quan nhiều đến những phần rất đơn giản trong bộ não chúng ta và các quy luật hấp dẫn giới tính (hoạt động ở cấp độ tiềm thức nói riêng). Tuy nhiên, như đã thấy, sự hòa hợp chắc chắn không chỉ giới hạn ở phạm vi tình dục.

Muốn thể hiện sự quan tâm, bạn cần phải quan tâm thật sự! Điều này đôi lúc có thể gây khó khăn, nhưng đó là lý do giải thích vì sao nhiều nhân vật thành đạt có sức hút cá nhân mãnh liệt lại tạo được tác động mạnh mẽ. Những người như thế biết quan tâm thật sự đến người khác, dù chỉ trong thời gian ngắn.

Chúng ta rất dễ nhận biết những dấu hiệu thể hiện sự quan tâm. Bạn có thể gật đầu, khẽ nghiêng người về phía trước, tạo những tiếng như "à há", "ưm... ưm", "a... a" để động viên người kia. Tuy nhiên, nếu những dấu hiệu này được bộc lộ một cách gượng ép thì điều đó chỉ chứng tỏ bạn đang giả dối. Thay vì vậy, hãy thử để những cử chỉ này biểu lộ tự nhiên, xuất phát từ mối quan tâm chân thành của bạn.

Trong những trường hợp nào đó, việc ghi chép cũng có khả năng thể hiện sự quan tâm của bạn với điều kiện nó không khiến bạn mất chú ý đến người đang giao tiếp trong hơn một vài phút.

Dùng và nhớ tên

Ben Pridmore, người Anh, vừa giành được chức vô địch thế giới về trí nhớ năm 2004. Ông có thể nhớ thứ tự của một bộ bài 52 lá được xáo ngẫu nhiên trong 26,28 giây. Khi được hỏi: "Này, ông Pridmore, ông nói ông là người hay quên à?", ông vui vẻ đáp: "Đúng vậy, tôi quên mọi thứ. Tôi đi vào một căn phòng và tự hỏi tại sao mình có mặt ở đó? Lần nào cũng vậy".

Tony Buzan, nhà văn và chuyên gia về não, người tổ chức các giải vô địch thế giới về trí nhớ, giải thích: "Lý do thứ nhất khiến người ta quên là ngay từ đầu họ không chú ý". Điều này đặc biệt đúng với tên người. Người ta nói âm thanh êm dịu nhất trên đời chính là tên mình được nhắc đến khi nói chuyện. Ngoài việc thể hiện sự chú ý của bạn, việc nhắc đến tên người nào đó còn cho thấy bạn coi trọng họ. Nếu không nhắc đến tên người đang giao tiếp, bạn thật sự đã thể hiện thái độ xem thường họ.

nếu không nhắc đến tên người đang giao tiếp, bạn thật sự đã thể hiện thái độ xem thường họ

Người ta thường than phiền về việc hay quên tên người khác, dù vẫn biết cái tên rất quan trọng. Tuy nhiên, việc quên tên không phải là do trí nhớ giảm sút mà do họ không biết những kỹ thuật đơn giản để nhớ tên.

Trừ trường hợp bị bệnh thật sự, bạn có thể nâng cao khả năng nhớ tên bằng một số cách sau đây. Những cách này rất dễ thực hiện và đã được kiểm chứng.

- **Mong muốn**: Bạn phải thật lòng muốn nhớ tên người kia.
- **Ngừng lại và lắng nghe**: Khi gặp ai, chúng ta thường mở đầu một cuộc đối thoại khác ngay lập tức.

Nhắc đến tên người kia: Làm điều này hai ba lần trong khi nói chuyện. Mỗi lần nhắc đến tên một người nào đó trong giao tiếp, bạn sẽ dễ nhớ tên của họ hơn. Thử nói:

- "Hân hạnh được gặp anh, Daniel. Tôi mới đến đây lần đầu, còn anh?"
- "Daniel, với kinh nghiệm như vậy, tôi nghĩ là anh phải đi đây đi đó nhiều, phải không?"
- "Thật hân hạnh được nói chuyện với anh, Daniel. Có lẽ chúng ta sẽ có cơ hội chuyện trò với nhau lần khác".

Tuy nhiên, đừng lạm dụng việc lặp lại tên người khác. Nếu bạn chỉ nói chuyện trong năm phút mà lặp lại tên ai đó hơn ba lần thì lời nói của bạn sẽ có vẻ gượng gạo, thiếu tự nhiên.

Xác thực: trừ trường hợp người kia tự giới thiệu, bạn hãy kiểm tra để biết họ muốn được xưng hô thế nào.

Ví dụ, trong một hội nghị hoặc seminar, khi nhìn vào bảng tên, bạn sẽ biết tên của người kia để xưng hô lúc nói chuyện. Tuy nhiên, tên có thể bị đánh máy sai hoặc họ có thể thích được gọi tên theo kiểu trang trọng hay thân mật hơn. Vì vậy, bạn hãy hỏi để xưng hô cho phù hợp.

Nếu ai đó giới thiệu với bạn một người mà họ không biết rõ lắm, hãy hỏi xem người này muốn được xưng hô thế nào. Ví dụ, bạn có thể hỏi: "Jeff giới thiệu chị là Debbie, chị có thích được gọi bằng tên này không?". Qua đó, bạn sẽ nhớ tên của họ và chắc chắn gọi họ bằng tên họ yêu thích.

Nếu người kia có tên khác thường hoặc có thể viết theo nhiều cách, hãy hỏi họ cách viết.

Hình ảnh: Theo các chuyên gia về não, đa số chúng ta không biết cách nhớ tên. Chúng ta nghĩ đến tên theo hình

thức bảng liệt kê hay âm, trong khi phương pháp đúng phải là nhớ theo hình ảnh.

Một vị tổng thống Mỹ đã liên tục làm nhiều nhân viên kinh ngạc vì nhớ được tất cả tên của họ. Phương pháp của ông là tưởng tượng ra tên của một người được in đậm trên trán họ.

Thử tưởng tượng tên một ai đó theo những cách thú vị, càng nhiều càng tốt. Ví dụ, tên người đó bò trên trán họ với màu sắc bạn thích bằng cách dùng một cây bút phớt hoặc cái tên đó đang bập bùng trong ánh lửa đỏ phủ đầy bầu trời xanh quang đãng. Bạn cũng có thể liên tưởng tên này với một bức tranh (càng kỳ quái càng tốt), chẳng hạn:

Samantha – một con báo đen trông gợi tình

Jack – trèo lên một thân cây đậu đỏ rực

Thomas – phần trước của một động cơ xe tăng

Joshua – phá sập tường thành Jericho

Grace – một con linh dương đang uyển chuyển bước đi

Ruby – bị kẹt trong một khối hồng ngọc khổng lồ và đang cố gắng thoát ra

Bức tranh càng lạ lùng và càng không có thật thì sau này bạn sẽ càng dễ nhớ lại tên hơn.

Viết: Viết ra giấy tên người đang nói chuyện với bạn. Nếu việc này không thích hợp thì cứ tưởng tượng bạn đang làm như thế. Hãy tạo cảm giác đang hí hoáy viết, đồng thời nói thầm tên người kia trong đầu.

Sau đó, viết tên này ra giấy ba lần, đồng thời mường tượng khuôn mặt của người đó.

- **"Hồ sơ" về khuôn mặt:** Khi gặp người nào đó lần đầu, bạn hãy tìm một nét nổi bật trên khuôn mặt họ, ví dụ: mũi, trán rộng hay miệng rộng. Đừng chú ý đến tóc hay kính đeo mắt vì những thứ này có thể thay đổi theo thời gian.

  Tự nói tên người này cùng với đặc điểm của khuôn mặt họ. Ví dụ, John với chiếc mũi dài, Peter với cái miệng nhỏ, Mike với lúm ở cằm, Melanie với đôi mắt xanh.

Chăm chú lắng nghe

Một ngày vào năm 2001, đạo diễn Roman Polanski gọi điện cho Robert Evans, nhà sản xuất và mới đây trở thành một tác giả. Ông than phiền mình vừa bị tai nạn xe hơi và chiếc Mercedes mới tinh đã bị hư hoàn toàn. Evans hỏi: "Chuyện gì vậy?". Polanski giải thích: "Tôi vừa lái xe trên đường Champs-Elysées vừa nghe cuốn sách mới xuất bản của anh. Tôi phá lên cười và thế là lao xe vào một thân cây!".

Như Polanski đã nhận thức về cái giá phải trả, nếu bạn đang thật sự chăm chú lắng nghe thì tốt nhất là đừng làm việc gì khác lúc đó. Ở sở làm, khi ai đó đang nói chuyện với bạn, bạn sẽ khó mà tạo được tác động mạnh mẽ nếu cứ tiếp tục gõ bàn phím, kiểm tra tin nhắn trên điện thoại di động, viết vào sổ ghi chép một cách không tập trung và táy máy với món đồ chơi trên bàn làm việc.

nếu bạn đang thật sự chăm chú lắng nghe thì tốt nhất là đừng làm việc gì khác lúc đó

Khi đang cố gắng dành cho người nào đó một sự chú ý hoàn toàn, bạn có nhận ra một giọng nói rất khó chịu đang vang lên trong đầu không? Tôi muốn nói đến cái giọng đang thì thầm những ý nghĩ vẩn vơ, tiêu cực hay bình phẩm những

việc đang diễn ra. Nếu câu trả lời của bạn là "không" thì điều này cho thấy trong đầu bạn đang tồn tại cái giọng thì thầm nói trên.

Vậy làm thế nào để chấm dứt giọng nói thì thầm đó, để bạn có thể tập trung chú ý? Tôi sẽ giới thiệu với bạn một cách rất đơn giản. Khi chúng ta nói thì thầm trong đầu, lưỡi sẽ có khuynh hướng chuyển động (dù rất tinh tế đến mức không thể nhận biết). Vậy bạn hãy thử đặt đầu lưỡi lên vòm miệng để cắt ngang giọng nói đó.

Ngoài ra, bạn cũng có thể dập tắt những ý nghĩ vu vơ bằng cách tập trung chú ý đến người khác, quan tâm đến cách diễn đạt, cách sử dụng ngôn ngữ, cách nói chuyện, óc khôi hài, ý kiến... của họ.

Lắng nghe là hoạt động chiếm nhiều thời gian nhất trong số các hoạt động giao tiếp của chúng ta. Tuy nhiên, đa số chúng ta lại không biết cách nghe. Dưới đây là công cụ quan trọng duy nhất mà bạn có thể sử dụng để lắng nghe một cách tập trung:

Hãy xác định một mục đích cụ thể trong đầu.

Khi bạn chăm chú lắng nghe với một mục đích rõ ràng, cuộc nói chuyện bình thường sẽ chuyển thành cuộc đối thoại có ý nghĩa. Bạn sẽ nhanh chóng tìm ra manh mối, dấu hiệu và thông tin có thể giúp bạn giải đáp câu hỏi đã đặt ra.

Chẳng hạn, bạn có thể quyết định lắng nghe để tìm thông tin cụ thể, để giải quyết một vấn đề, để hiểu hay khích lệ người khác. Bạn cũng có thể có những mục đích phụ như nghe để nhận biết những từ ngữ trọng tâm, những từ miêu tả hoặc gợi cảm xúc, giọng điệu, tốc độ nói, dạng thức nói, ẩn dụ và

cách dùng hình ảnh. Tất cả những điểm này có thể biểu lộ suy nghĩ hoặc cảm xúc của người nói và gợi cho bạn cách trả lời thích hợp.

Con người có hai lỗ tai nhưng chỉ có một cái miệng, điều đó nhắc ta nhớ rằng phải dành thời gian lắng nghe nhiều gấp đôi thời gian nói. Việc chủ động lắng nghe bao gồm hành động bên trong và hành động bên ngoài. Hành động bên trong là những việc làm nhằm duy trì sự nhanh nhẹn và nhạy bén, ví dụ xác định một mục đích cụ thể trong đầu khi lắng nghe. Hành động bên ngoài là việc bạn chuyển đến người kia những thông điệp bằng ngôn từ và phi ngôn từ để họ biết bạn đang chú ý lắng nghe họ.

Trong khi chăm chú lắng nghe để tạo sự hòa hợp cá nhân, bạn cần phải đáp lại bằng những câu tích cực chứ không phải tiêu cực. Ví dụ, hãy tránh những câu bộc lộ thái độ:

- ra lệnh: "Làm như thế này", "Đừng làm như thế"
- răn đe: "Đừng làm thế vì..."
- giáo huấn: "Bạn phải..."
- khuyên răn: "Tôi đề nghị bạn..."

Hãy là người nghe tích cực

- **Đối diện với người nói:** Bạn có thể biểu lộ sự chăm chú thông qua ngôn ngữ cơ thể như tư thế ngồi thẳng hoặc hơi nghiêng người về phía trước.
- **Duy trì giao tiếp bằng mắt một cách thoải mái:** Tránh để mất tập trung khi nhìn những người khác hoặc các hoạt động khác đang diễn ra.

- **Hạn chế đến mức thấp nhất những yếu tố bên ngoài và bên trong gây xao lãng:** Tắt laptop và điện thoại di động, đồng thời yêu cầu người nói và những người nghe khác cũng làm như vậy.
- **Khi người khác nói, hãy đáp lại bằng những tín hiệu thể hiện bạn đang lắng nghe:** Hãy thì thầm những tiếng như "à há", "ưm... ưm" và gật đầu, nhướng lông mày lên, thừa nhận ý kiến của người nói bằng những nhận xét như "đúng vậy" hay "thật thú vị", đồng thời còn trực tiếp nhắc họ bằng những câu như "Lúc đó bạn làm gì?".
- **Chỉ tập trung vào nội dung người nói đang phát biểu:** Cố gắng không nghĩ đến những điều bạn muốn nói tiếp theo.
- **Tìm những biểu hiện phi ngôn từ:** Chú ý đến điệu bộ của người nói cùng nội dung họ trình bày.
- **Giữ thái độ khách quan:** Tránh đưa ra giả định về những điều người kia đang suy nghĩ hoặc sẽ nói tiếp.
- **Tránh đưa ra những lời khuyên không cần thiết:** Hãy giả định người kia có những vấn đề cần nói, chỉ đưa ra lời khuyên khi họ có yêu cầu cụ thể là đề nghị bạn giúp đỡ.
- **Lắng nghe để tìm những từ/cụm từ then chốt:** Đây là những từ ngữ bộc lộ cảm tưởng hay cảm xúc.
- **Hòa đồng:** Hãy đặt câu hỏi nhằm làm rõ vấn đề nhưng không tạo ấn tượng đang chất vấn.
- **Nhắc lại:** Thử tham gia trò chơi trí tuệ sau: không bao giờ đưa ra quan điểm của mình trong lúc nói chuyện. Chỉ nên trình bày quan điểm khi đã tóm tắt được những hiểu biết của mình về nội dung người kia vừa phát biểu và nói to những hiểu biết ấy. Dùng những cách diễn đạt thể hiện

sự nhắc lại như "ông có nói là", "ông có đề cập là", "trước đây ông có đề nghị", "ông có miêu tả là".

- **Không ngắt lời:** Việc này có thể khó khăn, nhưng qua thực hành, bạn sẽ làm tốt hơn. Ngay khi người kia đã ngừng nói, bạn cũng đừng nói xen vào. Hãy đợi xem họ đã thật sự nói xong chưa.

Bài tập về lắng nghe tích cực

1. Ở phòng làm việc, khi gặp bạn, một người nào đó nói: "Tôi vừa mới nói chuyện với vị lãnh đạo tài ba của chúng ta và anh hãy đoán xem có việc gì. Ông ấy muốn chúng ta đẩy nhanh tiến độ giải quyết những yêu cầu của các phòng ban khác".

2. Một đồng nghiệp thân cận thú nhận chị không thể nói chuyện với một thành viên trong tổ: "Dù tôi cố gắng đến đâu thì anh ta dường như chẳng bao giờ lắng nghe hay tôn trọng tôi. Tôi đã thử làm mặt giận, nhưng anh ta chỉ cười xòa và chuyển sang đề tài khác".

3. Trong cuộc họp với một khách hàng mới, bạn nghe được câu nói sau: "Riêng cá nhân tôi, tôi không thích ra ngoài để bỏ thầu, nhưng đó là một phần trong chính sách thu mua của chúng ta và dự án này sẽ thu hút nhiều sự chú ý. Vì vậy, tôi nghĩ rằng ra ngoài để bỏ thầu là việc không thể tránh được".

Trong mỗi tình huống trên:

- Diễn tả lại nhận xét của người nói sao cho ngắn gọn hơn.
- Trình bày hiểu biết của bạn về dụng ý của người nói.
- Bạn có thể đặt câu hỏi nào để làm rõ những chỗ có thể bị hiểu sai?

Mỉm cười

Ngạn ngữ Ấn Độ có câu: "Nếu bạn cười với người khác, họ sẽ cười lại với bạn". Người ta đáp lại nụ cười vì cười vốn có đặc điểm hay lan truyền và rất tự nhiên. Người có sức hút cá nhân mạnh mẽ thường hay cười vì nhận thấy đó là cách hiệu quả để biểu lộ sự chú ý của họ.

Nếu bạn là người hay cười, hãy tiếp tục phát huy lợi thế này. Bạn đã biết nụ cười tạo nên sức hút cá nhân. Nhưng đối với một số người thì cười không phải là việc dễ dàng và đòi hỏi phải có sự luyện tập. Thay vì cười vô cớ, hãy quan sát và lắng nghe để nhận biết điều gì đã khiến mình cười, ví dụ: một nụ cười của người khác, một điểm tinh tế trong cuộc đối thoại của họ, một tính từ gợi cảm xúc ("chúng ta đã có một kỷ niệm tuyệt vời"), một từ ngữ sinh động ("doanh thu đã tăng chóng mặt") v.v...

Tuy nhiên, nếu phải cười gượng thì tốt hơn là bạn đừng cười. Bởi khi bạn cười giả vờ, một số cơ trên khuôn mặt sẽ không chuyển động, còn những cơ khác quanh mắt thì chỉ chuyển động khi bạn có cảm xúc thật sự. Những phản ứng này mặc dù dễ thấy nhưng bạn lại hầu như không kiểm soát được. Trong khi đó, với tư cách là người quan sát, chúng ta có thể nhận biết chúng vì đây là các phản ứng mang tính bản năng được hình thành từ lúc mới sinh.

tuy nhiên, nếu phải cười gượng thì tốt hơn là bạn đừng cười

Nghiên cứu cho thấy khi bạn cười, một số hóa chất trong não sẽ được phóng thích, điều này dẫn đến những thay đổi về cảm xúc – những thay đổi mang lại sự thoải mái và cảm giác

dễ chịu. Vì vậy, càng cười nhiều, bạn sẽ càng thấy dễ chịu hơn. Kết quả, người khác sẽ nhanh chóng bị ảnh hưởng bởi trạng thái này của bạn và sẽ cười lại với bạn.

Khuyến khích người khác nói về điều họ quan tâm

Khi biểu lộ sự tập trung chú ý, hãy thể hiện rõ bạn muốn biết có điều gì đặc biệt đang làm cho người hoặc nhóm người giao tiếp với bạn quan tâm. Bạn không cần tìm cớ để hỏi vì khi cố gắng làm quen với nhau và tạo dựng mối quan hệ, người ta thường trao đổi những thông tin cá nhân mỗi lúc một nhiều hơn.

- "Hiện giờ bạn có làm việc gì thú vị không?"
- "Gần đây, bạn có gặp thách thức nào mới trong công việc không?"

Tuy nhiên, vì hỏi về những điều người khác quan tâm có thể làm họ phiền lòng nên bạn hãy thận trọng. Bạn có thể bắt đầu câu chuyện bằng cách nói về một số công việc hiện tại hay những mối quan tâm của mình trong việc giao tiếp và xem người kia có đáp lại không.

Hãy cư xử với người khác như một nhân vật quan trọng

Con người thích cảm giác được quý trọng, vì vậy, bạn hãy biểu lộ điều này bằng cách dành cho họ sự chú ý hoàn toàn. Ví dụ, bạn có thể xem trọng lời nói của họ và suy nghĩ về những lời nói đó. Thay vì tỏ ý bất đồng ngay với quan điểm

của người khác về một vấn đề, bạn hãy bộc lộ cho họ thấy họ có quyền nêu ý kiến như thế dù ý kiến đó khác với suy nghĩ của bạn. Hoặc bạn hãy hỏi người khác về quan điểm của họ, về những vấn đề họ gặp cũng như những mối băn khoăn, nghi ngại.

Trong môi trường công việc, nhiều vị có chức quyền muốn thu hút ngay sự chú ý của người khác vì vai trò hơn là vì con người thật của mình. Do đó, dù không bỏ qua vai trò của họ, bạn cũng hãy bộc lộ sự chú ý của mình bằng cách quan tâm đến họ như một con người thật sự chứ không phải địa vị hay chức quyền của họ.

"Chúng tôi có nhiều điểm giống nhau. Tôi yêu anh ấy và anh ấy cũng yêu anh ấy".

Nữ diễn viên Shelley Winters, trích trong *Bittersweet*

Chương 11

Sự hòa hợp: Phối hợp

Là hai nhân vật nổi tiếng nhất trong thế giới khiêu vũ, Margot Fontaine và Rudolf Nureyev đã cùng xuất hiện trong bộ đôi. Mỗi người đều là ngôi sao và đã quen với ánh hào quang danh vọng, thế nhưng họ đều cố gắng để làm cho nhau trở nên nổi bật và thể hiện được tài năng. Người này nâng đỡ người kia để cùng thành công và nhờ vậy đã tạo được tác động mạnh mẽ – sức tác động mà cá nhân mỗi người không thể nào đạt được.

Câu chuyện lãng mạn về bộ đôi Fontaine – Nureyev trên sân khấu thể hiện sự rộng mở của con tim. Cả hai đều hết lòng vì nhau cho đến khi đã đạt đến sự phối hợp nhịp nhàng trong biểu diễn. Điều này khiến cho ngay cả những điệu bộ và động tác của từng người cũng đều hài hòa với nhau một cách dễ dàng. Có thể nói họ đã có được sự phối hợp tuyệt đối.

ngay cả những điệu bộ và động tác của từng người cũng đều hài hòa với nhau một cách dễ dàng

Phối hợp là yếu tố thứ hai trong ba yếu tố tạo nên sự hòa hợp – một phần của sức hút cá nhân. Đó là:

- Một trải nghiệm có tính hai mặt và thường xuyên thay đổi, diễn ra tùy thuộc vào cả hai bên.

Nếu đã từng cộng tác thành công với một người hoặc một nhóm người trong hoạt động nào đó, hẳn bạn đã có trải nghiệm về sự phối hợp. Điều này hoàn toàn trái ngược với thực trạng ở nhiều công ty, trong đó nhân viên thường làm việc ở những bộ phận tách biệt nhau.

Chẳng hạn, trong một hệ thống khách sạn lớn mà chúng tôi có dịp làm việc, tất cả các bộ phận khác nhau đều hoạt động riêng lẻ, mỗi nhóm đều có khu vực riêng. Bằng chứng là không ai nhận biết chất lượng phục vụ ở khách sạn phụ thuộc vào cách phục vụ ăn uống và quản lý. Do đó, không có gì ngạc nhiên khi chất lượng phục vụ ở đây rất kém và giữa các bộ phận có trách nhiệm hầu như thiếu sự phối hợp với nhau.

Nếu biết mình phải được người khác nâng đỡ để cả hai cùng thành công thì chắc bạn sẽ tiếp cận tình huống theo cách khác, không giống với trường hợp cho rằng mình có thể tự đảm đương. Ví dụ, nếu hành xử theo cách nương tựa vào người kia, bạn sẽ có khuynh hướng nghĩ đến những điều có lợi cho cả người kia lẫn bạn.

Nghiên cứu gần đây đã đưa ra những yếu tố tạo nên một người cộng tác tốt – những yếu tố giúp bạn phối hợp tốt với người khác (được trình bày trong bảng bên dưới).

Người cộng tác lý tưởng

	Xếp hạng tổng quát
Những đặc điểm không thể thiếu	
Có nhiệt tình về công việc đang thực hiện cùng người khác	1
Cởi mở và ham hiểu biết	2
Nói ra suy nghĩ của mình dù suy nghĩ đó không được nhiều người tán thành	3
Những đặc điểm rất quan trọng	
Biết ngừng phối hợp đúng lúc	4
Sẵn sàng tham gia đối thoại gay go	5
Biết lắng nghe	6
Khéo đưa ra/tiếp thu những lời chỉ trích	7
Sẵn sàng đề xuất những ý tưởng không được nhiều người tán thành	8

Làm chủ bản thân và không tốn nhiều công sức để kiểm soát chính mình	9
Có tiếng là gắn bó lâu dài	10

Nguồn: Copyright © 2005 Mitch Ditkoff, Dave Pollard, Tim Moore và Carolyn Allen, *The Ideal Collaborative Team* (có thể truy cập tại địa chỉ http://blogs.salon.com/0002007/stories), đã cho phép in lại.

Sự hợp tác đòi hỏi hai bên phải tác động trực tiếp đến nhau, ví dụ: biểu lộ nhiệt tình, cởi mở, ham học hỏi và sẵn sàng nói ra suy nghĩ của mình.

Giống như việc lèo lái con thuyền qua một dòng sông nước chảy xiết, phối hợp có nghĩa là bạn phải biết cảnh giác với những dòng xoáy ngầm, bờ cát, đá ngầm và thủy triều – những nguy cơ có thể làm cho mối quan hệ "chao đảo" và lệch hướng. Để làm được điều này, hãy khảo sát những câu hỏi như:

Làm thế nào để tôi biết chắc mình đang làm người này hài lòng?

Người này hiện đang cần gì?

Điều gì có thể là quan trọng nhưng người kia *không* nói ra?

Tôi nhận thấy mình và người kia bức xúc điều gì?

Làm thế nào để tôi biết chắc mình đang làm người này hài lòng?

Hòa hợp có nghĩa là tạo ra được điều khiến bạn và đối tượng, theo cách nào đó, cảm thấy hài lòng khi chia tay. Điều này cũng tương tự cảm giác tâm đầu ý hợp khi trò chuyện vui vẻ ở quán rượu hoặc trong một bối cảnh thân mật khác. Khi ra về, cả hai bạn đều cảm thấy thú vị theo cách nào đó.

Việc chủ động tìm những điều làm người này hài lòng không đơn thuần là đáp ứng những đòi hỏi quá đáng của họ mà đúng hơn là cố gắng nhận biết họ mong muốn điều gì từ mối quan hệ.

Người này hiện đang cần gì?

Câu hỏi này sẽ cụ thể hóa một bước nữa việc làm người kia hài lòng. Bây giờ bạn hãy sử dụng triệt để sự nhạy bén và nhanh nhẹn của mình để phát hiện xem người kia hiện đang mong muốn điều gì, chẳng hạn: ngừng tranh luận, hít thở không khí trong lành, bật TV, nói chuyện thẳng thắn, tin tưởng bạn, lắng nghe lời khuyên của bạn.

Thông thường, cách tốt nhất để biết câu trả lời là bạn hãy thử nghiệm những giả định của mình, theo đó hãy hỏi người kia xem bạn đã đáp ứng đúng nhu cầu của họ hay chưa.

hỏi người kia xem bạn đã đáp ứng đúng nhu cầu của họ hay chưa

Điều gì có thể là quan trọng nhưng người kia *không* nói ra?

Việc phát hiện được điều này có thể là một trong những hành động mạnh mẽ nhất mà bạn có thể thực hiện để đẩy mạnh sự phối hợp với người kia và nâng mối quan hệ từ chỗ hời hợt ban đầu lên một mức độ hoàn toàn khác. Ví dụ, bạn có thể nhận thấy tuy cuộc đối thoại diễn ra trong không khí thân mật nhưng thật sự thì tình trạng bất mãn, thiếu kiên nhẫn hay thiếu tin cậy vẫn đang tồn tại ngấm ngầm.

Con người thường nói một đàng nhưng hiểu một nẻo. Vì vậy, để có được sự phối hợp và để trở nên hòa hợp hơn, có thể bạn cần phải đi xa hơn việc phỏng đoán nhằm làm cho quan hệ bền vững hơn trên cơ sở giao tiếp có hiệu quả và tin tưởng lẫn nhau.

Tôi nhận thấy mình và người kia bức xúc điều gì?

Cảm xúc (của bạn lẫn của người kia) đóng một vai trò quan trọng trong sức hút cá nhân và ảnh hưởng đến mức độ phối hợp do bạn tạo ra.

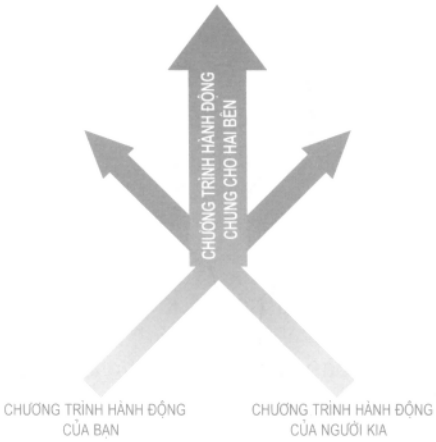
Một số người rất giỏi phát hiện cảm xúc của người khác dù không nhận biết cảm xúc hiện thời của chính mình. Tương tự như vậy, trong lúc giao tiếp, một số người khác có thể biết rõ những diễn biến trong lòng mình nhưng lại không thể phát hiện ra cảm xúc của người khác.

Để khắc phục tình trạng trên, bạn có thể làm theo hướng dẫn sau:

- Nếu nhận biết được cảm xúc của người khác thì bước kế tiếp là hãy kiểm tra xem cảm xúc *của bạn* thế nào và có giống cảm xúc của người kia không.
- Trong trường hợp nhận biết được cảm xúc của chính mình, hãy kiểm tra xem theo suy nghĩ của bạn, cảm xúc *của người kia* thế nào và có giống cảm xúc của bạn không.

Mối liên kết

Bạn cũng có thể nâng cao mức độ phối hợp thông qua một hình thức đối thoại có sự liên kết, trong đó cả hai bên đều cố gắng đạt đến một chương trình hành động chung.



Tìm kiếm một cuộc đối thoại có sự liên kết

Trong cuộc đối thoại này, lúc đầu các thành viên có thể không tìm thấy tiếng nói chung. Tuy nhiên, bằng cách chủ động tìm kiếm những mối liên kết và cơ hội hợp tác, bạn và người kia sẽ trở nên gần gũi hơn và dần dần có được sự phối hợp. Ở thời điểm nào đó trong cuộc đối thoại, bạn xác định được điểm chung, qua đó có một chương trình hành động cho cả hai bên, chương trình này sẽ tạo điều kiện cho sự hòa hợp tự nhiên phát triển. Trong trường hợp thuận lợi nhất, kết quả do sự hợp tác mang lại sẽ lớn hơn kết quả của từng người cộng lại.

Dưới đây là năm nguyên tắc để phát triển sự phối hợp. Các nguyên tắc này rất dễ áp dụng.

- Nguyên tắc 1: Chấp nhận và tạo dựng
- Nguyên tắc 2: Đề cao người kia
- Nguyên tắc 3: Có mối quan hệ qua lại
- Nguyên tắc 4: Tránh bắt lỗi người kia
- Nguyên tắc 5: Nêu rõ quan điểm của mình

Nguyên tắc 1: Chấp nhận và tạo dựng

Ví dụ rõ nhất về việc thực hành nguyên tắc này là khi chúng ta hội ý. Trong trường hợp các cuộc hội ý được tổ chức tốt, việc bình phẩm hay phản biện ý kiến của người khác sẽ được tiến hành sau. Lúc đầu, mọi người chỉ nêu ý kiến và các thành viên được khuyến khích góp ý cho nhau.

> chấp nhận và tạo dựng là đón nhận ý kiến của người khác và góp ý với tinh thần xây dựng

Vấn đề mấu chốt của nguyên tắc này là đón nhận ý kiến của người khác và góp ý với tinh thần xây dựng. Điều này có nghĩa là bạn tiếp tục đề cao ý kiến hoặc những phát biểu của họ. Tuy nhiên, bạn cũng không nhất thiết phải đồng ý với họ, chẳng hạn bạn có thể chọn cách lái ý kiến này theo hướng khác.

Bạn còn nhớ trò chơi Kết quả (Consequences) không? Trong trò chơi này, người nào đó sẽ vẽ một hình, gấp lại và chuyển cho người khác để thêm vào chi tiết; hoặc một người sẽ viết dòng mở đầu một câu chuyện rồi người tiếp theo thêm thắt chi tiết. Chấp nhận và tạo dựng cũng theo nguyên tắc này. Trong khi đối thoại, bạn hãy lắng nghe và tìm cơ hội đóng góp tích cực cho ý kiến của người kia.

Để thực hành nguyên tắc này, bạn có thể áp dụng một cách rất hiệu quả là thường xuyên sử dụng cụm từ: "Vâng, và...".

Thực hành nguyên tắc chấp nhận và tạo dựng

1. "Chúng ta hãy đóng cửa văn phòng và cùng dạo chơi trên sông chiều nay nhé?"
   - "Vâng, và mỗi người cũng có thể mang theo một món ăn để góp vào bữa ăn chung".
   - "Vâng, và bạn nào đó có thể mang theo máy nghe nhạc MP3 có loa để chúng ta cùng thưởng thức nhạc".
   - "Vâng, và chúng ta có thể hỏi trước xem mỗi người thích nghe loại nhạc nào".
2. "Tôi nghĩ đã đến lúc chúng ta nên có một tập quảng cáo mới".
   - "Đây cũng có thể là lúc phải thiết kế lại website của chúng ta".
   - "Trong khi làm việc đó, sao chúng ta lại không...".
3. "Phòng làm việc lại bừa bộn nữa rồi, đã đến lúc chúng ta phải làm vệ sinh tập thể".
   - "Chúng ta có thể thử thuê ai đó dọn dẹp!"
   - "Tôi có thể tổ chức thu gom rác vào ngày đó".
   - "Riêng tôi thì thích tình trạng bừa bộn hiện tại, nhưng tôi sẽ sẵn sàng mang máy nghe nhạc đến để giúp các bạn phấn chấn trong khi làm vệ sinh!"

Nguyên tắc 2: Đề cao người kia

Bằng cách chủ động và cố gắng đề cao người kia, bạn đã góp phần vào sự thành công của họ và tạo ra sự hợp tác giữa hai bên. Dưới đây là một số ví dụ về việc đề cao người đang giao tiếp:

- Trong một cuộc họp tổ, khi có người nào đó nêu câu hỏi thì thay vì chỉ trả lời đơn thuần, bạn hãy nắm bắt cơ hội này để đề cao họ bằng cách nói: "Thật là một câu hỏi hay. Bạn luôn luôn đi vào cốt lõi của vấn đề" hoặc "Tôi cho rằng câu hỏi đó đã gợi nhiều ý tưởng để chúng ta suy ngẫm".
- Khi giới thiệu khách hàng với một đồng nghiệp, bạn hãy tìm một điểm nào đó để đề cao đồng nghiệp: "Đây là Mary. Chị ấy phụ trách bộ phận chăm sóc khách hàng và rất nhiệt tình trong công việc, chị luôn làm vừa lòng khách hàng".
- Trong cuộc tranh luận ở tổ về một biện pháp cần đề xuất, bạn tìm ra một cách để cho thấy tuy có vẻ bất đồng ý kiến nhưng thật ra hai bên đang đặt ra cùng một vấn đề và đều có quan điểm tích cực.

Khi thiếu sự hợp tác thì không chỉ sự hòa hợp không phát huy được tác dụng mà việc này còn có thể dẫn đến xung đột. Thử hoàn chỉnh bài tập về những tình huống không mong muốn dưới đây:

Bài tập về những tình huống không mong muốn

1. Bạn cùng thuyết trình với một đồng nghiệp tại một hội nghị. Người này đánh rơi ghi chú và hoàn toàn quên hết nội dung đang thuyết trình.
   - *Sự việc này có thể gây rắc rối như thế nào cho bạn?*

Sự việc này có thể gây rắc rối như thế nào cho người kia?

Cả hai bạn phải phối hợp như thế nào để hỗ trợ cho nhau và cùng khắc phục sự cố?

2. Trong cuộc họp quan trọng với các đồng nghiệp cấp cao, bạn đưa ra ý kiến về một dự án, ý kiến này mâu thuẫn với ý kiến vừa được một người khác trình bày.

Sự việc này có thể gây rắc rối như thế nào cho bạn?

Sự việc này có thể gây rắc rối như thế nào cho người kia?

Cả hai bạn phải phối hợp như thế nào để hỗ trợ cho nhau và cùng khắc phục sự cố?

Việc đề cao người kia cũng giống như có một mối tình công khai và bền vững trong môi trường làm việc, một mối tình không bao giờ xen vào đời tư.

Đề cao người kia

1. Một đồng nghiệp hoặc cộng sự không đạt được mục tiêu đã thỏa thuận.
   - Thay vì nói: "Anh không đạt được mục tiêu, đó là điều hoàn toàn không thể chấp nhận được ở công ty này".
   - Hãy nói: "Dù không đạt được mục tiêu nhưng chắc anh đã học hỏi được nhiều điều trong quá trình làm việc. Vậy anh đã học được những gì để không gặp thất bại như thế này lần nữa?".
2. Một khách hàng không hiểu đúng về sản phẩm của bạn.
   - Thay vì nói: "Không, ông đã hiểu sai rồi. Nó không có chức năng đó".
   - Hãy nói: "Ý này hay đấy, tôi chưa từng nghe bao giờ. Cho phép tôi giải thích ngắn gọn lần nữa về cách vận hành của nó và nguyên nhân khiến nó không hoạt động theo ý muốn của ông".
3. Một đồng nghiệp đã thật sự nổi giận vì không được đề bạt.
   - Thay vì nói: "Tôi không bao giờ nghĩ anh sẽ được đề bạt. Anh chưa đủ thâm niên".
   - Hãy nói: "Chà! Ít nhất thì anh cũng đã bày tỏ quan điểm rồi đấy. Bây giờ người ta biết chắc rằng anh rất quan tâm đến việc làm những điều chưa từng có ở đây".

Trong một quan hệ phối hợp, bạn chú trọng đến người kia. Bạn gắn bó với thành công của họ và ngược lại.

Nguyên tắc 3: Có mối quan hệ qua lại

Khi người ta làm việc ăn ý với nhau thì giữa họ đã thật sự tồn tại quan hệ cho và nhận. Nếu không có nó thì quan hệ giữa con người với nhau sẽ không mang nhiều ý nghĩa. Tuy nhiên, không phải lúc nào bạn cũng có thể biết người khác có muốn thiết lập quan hệ với mình hay không, vì vậy, hãy giả định là họ muốn và sử dụng những nguyên tắc cơ bản trong quan hệ qua lại được trình bày ở biểu đồ dưới đây.

QUAN HỆ QUA LẠI

- Muốn người khác chú ý
  Hãy chú ý đến người khác
- Muốn người khác quan tâm
  Hãy quan tâm đến người khác
- Muốn người khác hiểu mình
  Hãy cố gắng hiểu người khác

Đây là những điểm dễ nhớ khi giao tiếp với người khác. Ví dụ, bạn có thể không hiểu vì sao người khác lại không quan tâm đến mình hay ít khi muốn dành thời gian trò chuyện với mình. Điều này có thể là do trước hết bạn đã không quan tâm đúng mức đến họ.

Như chúng ta đã thấy, việc dành cho người nào sự chú ý hoàn toàn sẽ tạo cho bạn một sức thu hút. Đa số mọi người đều thích nói về chính mình và nếu dường như thật sự quan tâm đến điều này thì bạn có thể tạo cho mình một sức hút vô cùng mãnh liệt.

Nguyên tắc 4: Tránh bắt lỗi người kia

Nguyên tắc này cũng giống như việc đề cao người khác. Thay vì phản bác, bắt bẻ hay vạch ra lỗi của họ, bạn hãy đưa ra một quan điểm mới, một ý kiến hoặc một cách giải thích khác.

bạn hãy đưa ra một quan điểm mới, một ý kiến hoặc một cách giải thích khác

Giả sử trong lúc thuyết trình, người nào đó chiếu một slide và dường như họ cộng sai ở cột tính tỉ lệ phần trăm. Thay vì vạch ra lỗi khiến họ bẽ mặt, bạn hãy tìm một cách khác, chẳng hạn có thể nói: "Cột này cộng lại lên đến hơn một trăm phần trăm, có lẽ là do lỗi làm tròn, phải không?".

Nguyên tắc 5: Nêu rõ quan điểm của mình

Bạn chia sẻ quan điểm của mình về những gì có thể xảy ra trong mối quan hệ và hãy mời người khác cùng giải thích tình huống với bạn. Ví dụ:

- "Ngoài tôi, còn ai thấy cần nghỉ giải lao không?"
- "Dường như chúng ta có cùng quan điểm, vậy chúng ta sẽ tiếp tục chứ?"
- "Bạn có vẻ thất vọng với câu trả lời của tôi, vậy chúng ta cùng bàn về vấn đề này nhé?"
- "Tôi thấy việc này quá rối rắm".

Tạo điều kiện để có sự phối hợp không phải lúc nào cũng là việc dễ dàng, nhất là đối với những người giàu khả năng sáng tạo vì họ muốn kiểm soát công việc của mình và thấy hợp tác là một cuộc đấu tranh gian khổ. Tuy nhiên, ngay cả với những nghệ sĩ có sức sáng tạo dồi dào nhất thì việc trao đổi với người khác cũng mang lại lợi ích là giúp họ thực hiện công việc của mình tốt hơn.

Trong các tổ chức, các nhà lãnh đạo thường tỏ ra ngần ngại khi bộc lộ sự hợp tác với người khác và điều này đã vô tình làm giảm sức thu hút của họ. Ví dụ, khi Gerald Robinson, chuyên gia trong lĩnh vực kinh doanh, cố gắng liên hệ với Tổ chức Tư vấn sức khỏe quốc gia để tổ chức một chương trình truyền hình thực tế, một trong những việc làm đầu tiên của ông là yêu cầu vị trưởng ban hành chính quản trị của tổ chức này – một người ưa lẩn tránh các cuộc tiếp xúc – cùng đi với ông lên các tầng của bệnh viện để gặp mặt và nói chuyện với đội ngũ y bác sĩ trực tiếp điều trị. Việc này dường như đã làm cho vị trưởng ban hành chính quản trị sáng mắt ra.

Phối hợp là một quy trình sáng tạo

Với nhiều người, việc hợp tác nghe có vẻ lạ lùng, thậm chí kỳ quái. Suy cho cùng, phần đông chúng ta thường cố gắng thể hiện mình như những con người độc lập, có khả năng đứng vững một mình. Hợp tác với người khác dường như kéo chúng ta theo chiều hướng ngược lại.

Tuy nhiên, thông qua hợp tác, chúng ta mới có thể tạo nên một điều gì đó lớn hơn bản thân mình. Nhờ cùng hợp tác với người khác, chúng ta tạo ra được một thành quả lớn hơn thành quả của từng cá nhân cộng lại. Từ đó, chúng ta tiến lại gần nhau hơn và phát triển được sự hòa hợp cần thiết cho sức hút cá nhân của mình.

"Khi chúng ta bắt đầu sống như anh em một nhà và thừa nhận giữa mình với người khác cần có sự hợp tác, chúng ta sẽ trở thành con người trọn vẹn".

Tổng giám mục Desmond Tutu – người đoạt giải Nobel

Chương 12

Sự hòa hợp: Quan hệ tốt

Oprah Winfrey, người dẫn chương trình talk show đồng thời là một doanh nhân tháo vát người Mỹ, đã thành công trong việc tạo dựng được mối quan hệ gần gũi với thính giả thông qua việc kể chuyện và tự giới thiệu về mình. Ở những câu chuyện đầu tiên, bà từng kể về việc đã sử dụng ma túy, bị cưỡng hiếp lúc nhỏ và, dù rất khốn khổ vì tăng cân quá nhanh, có lần bà đã ăn hết một phần bánh mì kẹp xúc xích cỡ lớn được tưới đẫm mật cây thích (maple syrup).

Adam Levine, ca sĩ và cây guitar chính của nhóm nhạc pop Maroon 5, cũng tạo được mối quan hệ tuyệt vời với các fan hâm mộ. Mẹ anh cho biết anh đã phải mất tám năm mới phát triển được mối quan hệ này và trong những lần biểu diễn đầu tiên, anh đã quay lưng lại khán giả.

Quan hệ tốt là yếu tố thứ ba trong ba yếu tố A-I-R nhằm thúc đẩy sự hòa hợp cá nhân. Đây là sợi dây liên kết tình cảm hay quan hệ thân thiết giữa bạn và người khác. Được xây dựng trên cơ sở yêu quý và tin tưởng lẫn nhau, quan hệ tốt mang lại cảm nhận rằng các bạn thấu hiểu và chia sẻ những mối quan tâm của nhau. Cả hai bên đều cảm thấy có mối liên hệ mật thiết. Có lẽ lợi ích lớn nhất của một mối quan hệ tốt là đem đến cho người tham gia giao tiếp một cảm nhận hài lòng và trọn vẹn.

đây là sợi dây liên kết tình cảm hay quan hệ thân thiết giữa bạn và người khác

Dù một số người nhầm lẫn hai khái niệm "suồng sã" và "quan hệ tốt" nhưng thật ra giữa chúng có sự khác biệt. Đôi khi, những người hoàn toàn xa lạ đến bắt chuyện với các nhân vật nổi tiếng ở ngoài đường và tin rằng mình có quen biết với những nhân vật này. Tuy nhiên, thay vì có được quan hệ thật sự với chính con người đó, họ chỉ quen thuộc với một hình ảnh trên TV.

Bạn không thể nhào nặn được một mối quan hệ tốt vì yếu tố này thường xuất hiện tự nhiên khi người ta phối hợp ăn ý với nhau. Tuy nhiên, có một điều chắc chắn là bạn có thể tạo điều kiện thích hợp để quan hệ này phát triển, chẳng hạn bằng cách tạo sự tin cậy, cho nhiều hơn nhận và biểu lộ thái độ tôn trọng. Điều này cũng giống như việc gia cố một chiếc cầu bắc qua sông. Chiếc cầu càng vững chắc thì chịu được trọng tải càng lớn.

Mỗi chúng ta thiết lập quan hệ với người khác theo cách riêng của mình. Mặt khác, xây dựng quan hệ là một nghệ thuật chứ không phải là khoa học. Điều cốt lõi là bạn phải giao tiếp bằng cả con người thật của mình. Dưới đây là những nguyên tắc hữu ích nhằm tạo điều kiện cho sự hình thành một quan hệ tốt giữa bạn và người khác:

mối liên hệ
nhạy cảm
đồng cảm
tôn trọng
điệu bộ cơ thể
ngôn ngữ
đặt câu hỏi

- ngỏ ý giúp đỡ hoặc cung cấp thông tin
- kể chuyện

Dưới đây chúng ta sẽ tìm hiểu ngắn gọn về từng nguyên tắc này.

Mối liên hệ

Để tạo được ngay mối liên hệ với những người bạn gặp, hãy dựa vào tính hiếu kỳ vốn có và nhận biết những mối quan tâm chung của cả hai bên. Đó có thể là những cảm xúc, ý tưởng, trải nghiệm, quan điểm, những đầu mối quen biết và những giá trị. Hãy khám phá có hệ thống những mối liên hệ bằng cách dựa vào tính hiếu kỳ và trực giác sẵn có của bạn.

Lần sau, khi gặp gỡ và nói chuyện với ba người tiếp theo, hãy cố gắng tìm ra ba điểm chung giữa bạn và họ. Lưu ý là hãy bỏ qua những yếu tố hiển nhiên như giới tính, có cùng một người lãnh đạo hoặc địa điểm hiện tại. Thay vào đó, bạn hãy cố tìm những mối liên hệ đáng chú ý như sở thích, niềm tin, trải nghiệm, thú tiêu khiển, những người đã tiếp xúc trong quá khứ cũng như những thành công và thất bại trước đây.

Việc xen vào một nhóm người lạ trong dịp nào đó để tạo những mối quan hệ mới có thể là một thách thức. Đối với tình huống này, vấn đề nằm ở chỗ bạn biết sử dụng khả năng quan sát tinh tế cùng một số kỹ thuật đơn giản được trình bày trong khung trang 254.

Tạo mối liên hệ với một nhóm người đang đối thoại

- Trước hết, hãy sẵn sàng giữ vị thế độc lập và đừng lo lắng. Bạn không nên vội vã tham gia vào bất kỳ nhóm nào.
- Chọn nhóm bạn muốn tham gia và quan sát mức độ sôi nổi qua những lời đối thoại của các thành viên trong nhóm.
- Nếu những người này quá say mê với câu chuyện của họ (thông qua việc giao tiếp bằng mắt hiệu quả và sử dụng tích cực ngôn ngữ cơ thể) thì đừng đứng trước mặt họ.
- Đứng từ xa và chờ họ chuyển sang đề tài khác rồi tham gia vào nhóm ở thời điểm thích hợp.
- Bắt đầu tham gia đối thoại bằng cách sử dụng ngôn ngữ cơ thể và ánh mắt của bạn, chỉ biểu lộ sự quan tâm. Bạn hãy xem việc này giống như việc bước vào rạp khi phim đang chiếu nửa chừng. Nhờ chăm chú lắng nghe, chẳng bao lâu bạn sẽ bắt kịp câu chuyện của họ. Có lẽ bạn nên nêu một vài câu hỏi để biểu lộ sự quan tâm.
- Đừng thay đổi giọng điệu, tốc độ hoặc cướp lời người khác.
- Chỉ bắt tay người khác khi đến lượt bạn phát biểu ý kiến và người khác muốn tìm hiểu về bạn. Nếu có điều gì cần nói, hãy trình bày vào thời điểm này.

Lưu ý là nhớ tích cực hưởng ứng khi người khác cố gắng thiết lập mối liên hệ với bạn.

Nhạy cảm

Nếu đã từng nói hoặc làm điều gì không phải và nhận thức được sai lầm ngớ ngẩn của mình, bạn sẽ biết rằng sự thiếu nhạy cảm gây tác hại tương tự một loại thuốc diệt cỏ cực mạnh trên thân cây mong manh. Nó hủy hoại hoàn toàn một mối quan hệ tốt đẹp.

sự thiếu nhạy cảm gây tác hại tương tự một loại thuốc diệt cỏ cực mạnh trên thân cây mong manh

Bạn biểu lộ sự nhạy cảm khi nhận biết chính xác tâm trạng của người khác qua những dấu hiệu ngôn từ và phi ngôn từ. Sự nhạy cảm ở các cá nhân sẽ tăng dần qua việc không ngừng nâng cao ý thức về:

- cách ứng xử và tạo tác động đối với người khác
- những suy nghĩ và cảm xúc của người khác vào lúc đó

Nếu nhạy cảm chỉ đơn thuần là một kỹ thuật thì rất thuận tiện. Tuy nhiên, nói đúng hơn thì đây là một quy trình, một cách ứng xử mà qua đó, bạn nhận biết được suy nghĩ và cảm xúc của người khác, chẳng hạn bạn có thể nhận biết được những khác biệt về văn hóa, giới tính, tuổi tác và chủng tộc.

Để trở thành người nhạy cảm hơn, bạn hãy thử làm những điều sau:

- Tránh lệ thuộc quá nhiều vào ấn tượng ban đầu. Chúng ta vốn có khuynh hướng phán xét người khác, đó là một phần thuộc bản năng sinh tồn. Tuy nhiên, thông thường, chúng ta có thể phạm sai lầm nếu quá vội vã khi đưa ra kết luận về một người. Vì vậy, hãy xem ấn tượng ban đầu là giả định cần phải tìm hiểu thêm.

- Sẵn sàng đón nhận những thông tin và quan điểm mới ngay cả khi chúng mâu thuẫn với những niềm tin vững chắc nhất của bạn.
- Cố gắng nhìn sự việc từ quan điểm của người khác. Hãy đặt mình vào cảnh ngộ của họ và xem quan điểm của mình thay đổi như thế nào.
- Để ý quan sát và chấp nhận những khác biệt về văn hóa, giới tính, chủng tộc, tuổi tác và khiếm khuyết cơ thể.

Ngoài ra, biết cách cứu vãn tình thế khi bạn thiếu nhạy cảm cũng là điều quan trọng.

Đồng cảm

Đồng cảm góp phần tạo nên sự hòa hợp thông qua việc cảm thông chia sẻ. Trước hết, bạn hiểu được cảm xúc của người khác, nghĩa là bạn đặt mình vào hoàn cảnh của họ, hiểu được hoàn cảnh ấy cùng những gì họ đang trải qua.

Ví dụ, khi nghe người nào đó nói về một tình huống làm họ thất vọng, bạn sẽ liên hệ với cảm xúc thất vọng của *bản thân* mình. Bởi câu chuyện của người kia thường gợi lên một ký ức hoặc một tình huống tương tự trong cuộc đời bạn. Khi nhớ lại tình huống trong quá khứ, bạn cảm nhận được những xúc cảm ban đầu mà chính mình đã trải qua vào thời điểm ấy. Việc này gợi lên trong bạn những cảm xúc, cho phép bạn liên hệ với cảm xúc của người kia. Và khi đó, có lẽ bạn cũng không cần nói một lời nào!

Tương tự, khi người khác nói về sự phấn chấn đối với một dự án nào đó, bạn cũng sẽ liên hệ với sự phấn chấn của bản thân mình. Vì đa số chúng ta đã có lúc phấn chấn và nhiệt

tình nên chúng ta đều biết những cảm xúc này. Tóm lại, đồng cảm có nghĩa là bạn để cho lòng mình trỗi dậy những cảm xúc trước những điều người kia đang bày tỏ.

Dưới đây là một số cách thiết thực giúp bạn biểu lộ sự đồng cảm:

Tránh xét đoán: Hãy thể hiện rõ là bạn không đánh giá hay bình phẩm người kia mà chỉ cố gắng hiểu họ.

Chăm chú lắng nghe và thể hiện sự quan tâm: Duy trì giao tiếp bằng mắt, giữ tư thế thể hiện sự chú ý và gần gũi; biểu lộ sự quan tâm bằng nét mặt và cử chỉ thích hợp.

Phản hồi: Chỉ cho người kia thấy những cảm xúc mà theo bạn, đang diễn ra trong lòng họ để bảo đảm bạn đã nhận biết chính xác cảm xúc của họ. Thử dùng những câu như "Anh có vẻ lo ngại về động cơ làm việc của tổ vào lúc này" hoặc "Qua giọng nói của anh, tôi dường như cảm thấy anh đang nghi ngại về khả năng giao hàng đúng hạn của chúng ta".

Tự bộc lộ: Biểu lộ sự cảm thông bằng cách nêu một vài thông tin về cá nhân bạn (nhưng tránh biến mình thành trọng tâm).

Tạo điều kiện cho người khác nói: Đừng nói ra những suy nghĩ và cảm xúc của bạn khi trong giao tiếp có những khoảng im lặng. Bởi đồng cảm thường chỉ là tạo điều kiện để người kia suy tưởng và chia sẻ.

Kiểm tra lại: Quan sát những dấu hiệu như người kia gật đầu hoặc nói "đúng vậy" hay "chính xác" để bảo đảm rằng bạn đã có cách ứng xử phù hợp.

Đồng cảm mang lại hiệu quả cao nhất khi nó xuất phát từ một thái độ hiếu kỳ hay khi bạn giả vờ không hay biết gì về

hoàn cảnh của người kia. Do đó, thay vì cố gắng đoán biết những suy nghĩ, cảm xúc hoặc những điều họ muốn nói, hãy bộc lộ cho họ thấy bạn chỉ đơn thuần lắng nghe bằng cách sử dụng ngôn ngữ cơ thể hay những cụm từ như "um-hum", "cứ nói", "nói cho tôi nghe nữa đi". Nên nhớ là đồng cảm và hấp tấp không đi đôi với nhau. Đồng cảm là phải biết lắng nghe và do đó, nó không chấp nhận thái độ vội vã, nôn nóng, đốt cháy giai đoạn.

đồng cảm và hấp tấp không đi đôi với nhau

Tôn trọng

Vị chủ tịch mới nhậm chức của công ty Boots đã đi thăm các chi nhánh để gặp gỡ các nhân viên đang trực tiếp sản xuất. Qua một nhân viên, ông biết có một vòi nước ở căng-tin đã bị hư nhiều năm nhưng vẫn chưa được sửa chữa. Qua một nhân viên khác, ông biết sản phẩm chăm sóc sức khỏe và sắc đẹp của công ty có giá thành quá cao. Khi trở về văn phòng, ông thể hiện sự quan tâm đối với những lời góp ý này bằng cách giải quyết vấn đề định giá, và nhân tiện cũng không quên cho người sửa vòi nước.

Chủ tịch một tổ chức phân phối lớn của Anh từng phát biểu: "Tôn trọng là cho chứ không phải nhận". Thật vậy, tạo dựng quan hệ với người nghe là biểu lộ sự tôn trọng người khác cũng như quan điểm của họ. Ngay cả khi bạn hoàn toàn bất đồng ý kiến với họ hoặc thấy những điều họ nói là ngốc nghếch hay vớ vẩn, thì tôn trọng có nghĩa là bạn tránh làm họ cảm thấy bị bẽ mặt hoặc bị xúc phạm theo cách nào đó.

Tôn trọng tạo nên sự hòa hợp giữa bạn và người khác. Và chỉ riêng ngôn ngữ cơ thể cũng có thể cho thấy bạn tôn trọng

hay thiếu tôn trọng họ. Bên cạnh đó, biểu lộ sự tôn trọng cũng đồng nghĩa với việc không lạm dụng mối quan hệ bằng cách đến trễ hoặc chuẩn bị sơ sài.

Mặt khác, bạn cũng có những cơ hội biểu lộ sự tôn trọng và tạo dựng quan hệ thông qua việc nhận biết những khác biệt quan trọng về văn hóa:

- Nhận biết và đối mặt với nỗi sợ của chính mình và của người khác khi ứng xử không phù hợp với thành viên của những nền văn hóa khác.
- Nhận biết những khác biệt giữa bạn và những nhóm có nền văn hóa khác nhau.
- Nhận biết rằng trong bất kỳ nhóm văn hóa nào cũng đều tồn tại nhiều điểm khác biệt.
- Đối với những từ hiếm khi chuyển tải chính xác một thông điệp qua các nền văn hóa thì cần có ý thức hơn về những điểm khác biệt trong ý nghĩa của chúng.

Điệu bộ cơ thể

Ngay cả khi bạn nghĩ rằng mình đang chuyển đến người nghe những thông điệp tích cực và rất phù hợp, cơ thể bạn có thể không phản ánh chính xác điều đó. Trong thực tế, bạn không bao giờ kiểm soát được hoàn toàn những gì cơ thể biểu lộ. Đây là lý do giải thích vì sao bạn càng hành xử đúng với con người thật của mình thì giao tiếp càng có hiệu quả.

Việc làm theo điệu bộ của người khác hoặc bộc lộ nét nào đó giống với điệu bộ của họ có thể tác động sâu sắc đến quan hệ giữa bạn và họ cũng như mang lại hiệu quả cao nhất khi nó diễn ra tự nhiên (như một trong những biểu hiện cho thấy

bạn đặc biệt quan tâm đến nội dung họ phát biểu). Tuy nhiên, khi bạn làm việc này một cách có ý thức hoặc cố gắng làm một cách chủ động thì nó sẽ mang lại cảm giác như một trò bịp. Lúc ấy, bạn sẽ mất tất cả những yếu tố khác như khả năng lắng nghe, đồng cảm và xây dựng một mối quan hệ tự nhiên.

Hãy thử sử dụng điệu bộ cơ thể để góp phần tạo dựng quan hệ nhưng phải hết sức thận trọng. Ví dụ, thay vì cố gắng bắt chước điệu bộ của người nào đó một cách trực tiếp, bạn hãy cố gắng bắt chước sự hùng hồn và nhịp thở của họ.

Việc làm theo điệu bộ của người khác cũng được những người thực hành lập trình ngữ học thần kinh đánh giá cao. Nếu quan tâm đến lĩnh vực này - một lĩnh vực tinh tế – nhằm tạo dựng những mối quan hệ tốt đẹp, có thể bạn sẽ thích tìm hiểu kỹ hơn những ứng dụng của nó.

Một phần trong điệu bộ cơ thể là khả năng quyến rũ. Đối với một số người, đây là yếu tố quan trọng giúp họ tạo sức hút cá nhân và họ đã ra sức tận dụng nó. Nguy hiểm của việc này là biến khả năng quyến rũ từ chỗ là một phần tự nhiên trong điệu bộ cơ thể trở thành một công cụ giả tạo, có thể chi phối người khác để tạo sự hòa hợp. Tuy nhiên, mọi người sẽ sớm nhận biết khi nào bạn bắt đầu cố ý "khêu gợi" để nâng cao tác động của mình và trong những tình huống làm việc bình thường, điều này có thể nhanh chóng khiến người khác tức giận cũng như phá hủy quá trình phát triển bình thường của sự hòa hợp.

Ngôn ngữ

Dù ngôn ngữ chỉ đóng vai trò thứ yếu trong giao tiếp (xem Chương 4) nhưng có một điều chắc chắn là những từ ngữ được chọn lọc kỹ có thể tác động đến cảm xúc của người khác và nhờ đó phát triển được những mối quan hệ tốt đẹp.

nịnh hót giống như sử dụng đồng tiền giả

Chẳng hạn, chúng ta biết rằng một câu khen tặng có thể mang lại hiệu quả nếu xuất phát từ trái tim và dựa trên những thông tin nhất định. Trái lại, nịnh hót giống như sử dụng đồng tiền giả: bạn có thể tiêu xài nó mà không bị trừng phạt, nhưng nếu bị phát hiện thì nó có thể gây ra cho bạn những tổn thất nghiêm trọng.

Những nhà quảng cáo biết rằng một số từ như "mới", "dễ", "miễn phí", "sức khỏe", "tiền" và "tình dục" có thể tác động đến suy nghĩ và cảm xúc của con người. Mỗi chúng ta cũng đều có những từ ngữ ưa thích của riêng mình hoặc những từ gợi cho ta cảm xúc. Vì vậy, bạn có thể bắt đầu khám phá những từ có sức thu hút đối với một người và vận dụng kiến thức này để góp phần tạo dựng mối quan hệ đưa bạn đến gần mọi người (xem "Những từ gây tác động mạnh mẽ" trang 262).

Việc tạo dựng quan hệ tốt cũng có thể bị phá hoại khi bạn sử dụng những hình thức ngôn ngữ nào đó hoặc cách ăn nói kiểu cách như: thường xuyên ngập ngừng, nhấn mạnh quá mức, chỉ trả lời bằng một từ, sử dụng ngôn ngữ than thân trách phận và trách cứ người khác (xem Chương 1), nói năng lịch sự quá mức, sử dụng tiếng lóng và văng tục. Một số nhân vật nổi tiếng (như Gordon Ramsey – đầu bếp thường xuất hiện

trên TV) hay đệm những tiếng chửi thề trong khi nói, tuy nhiên, điều này không có nghĩa là bạn sẽ nâng cao sức hút của mình bằng cách như thế; ngược lại có nhiều khả năng sức hút ấy sẽ bị suy giảm.

Những từ gây tác động mạnh mẽ

Tìm những từ gây tác động mạnh mẽ (được mọi người sử dụng) để khơi dậy cảm xúc và những phản ứng của cơ thể.

- **Người thích hành động** thích những từ như: tiến tới, cứ làm đi, còn đợi gì nữa, phát huy sáng kiến, bạn còn chần chừ gì nữa, nhanh chân lên.
- **Người thích suy tưởng** nói những điều như: chúng ta hãy suy nghĩ về việc này, điều này sẽ cho bạn lời giải thích, chúng ta cần phải hiểu thật sự, có thể, thời cơ đã chín muồi.
- **Người lấy mục tiêu làm động cơ** thích những từ như: đạt đến, giúp bạn có khả năng, lợi ích, ưu điểm, đây là những việc bạn cần làm, cần đạt được.
- **Người giải quyết hoặc lảng tránh vấn đề** thích những từ như: giải quyết, né tránh, khắc phục, ngăn ngừa, loại bỏ, nó chưa hoàn chỉnh, chúng ta hãy xem có điều gì không ổn, sẽ không có vấn đề gì đâu.
- **Người có động cơ từ bên trong** thích những từ như: tùy bạn, tôi đề nghị bạn nên suy nghĩ về, hãy thử rồi quyết định, chỉ có bạn mới quyết định được, bạn có thể cân nhắc, gọi.

- **Người có động cơ bên ngoài** dùng những từ như: người khác sẽ nhận biết, nó đã được chấp thuận bởi, được trọng vọng.
- **Người sợ thay đổi** thích những từ như: giống nhau, luôn luôn như thế, không thay đổi, như bạn đã biết, duy trì, giống hệt, giống hệt như trước.
- **Người có thiên hướng thay đổi** ưa thích những từ như: mới, khác hẳn, khác với mọi vật, độc nhất vô nhị, từng loại một, thay đổi hoàn toàn, không thể nhận ra, chuyển đổi, chuyển biến, mới tinh, chưa từng nghe, cái duy nhất.
- **Người có xu hướng hướng đến mọi người** thích những từ như: tên người, tôi, cảm xúc, ý nghĩ, trải nghiệm, điều này có vẻ hay, cho bạn, cho người khác, người ta, tổ chúng tôi, nhóm chúng tôi. Những người này cũng thích dùng các đại từ nhân xưng như: nó, người này, người kia, họ.
- **Người có xu hướng hướng đến mọi sự vật, hiện tượng** thích những từ như: vật dụng, hệ thống, đồ vật, quy trình, làm xong việc, tập trung vào công việc hiện tại, mục tiêu, kết quả. Họ cũng thích dùng các đại từ vô nhân xưng như: nó, cái này, cái kia, chúng.

Nguồn: Được cải biên với sự cho phép của chủ bản quyền, trích từ *Words that Change Minds: Mastering the Language of Influence*, ấn bản lần hai (1997) của Shelle Rose Charvet, Nhà xuất bản Kendall/Hunt (www.WordsThatChangeMinds.com).

Đặt câu hỏi

Để phát triển một mối quan hệ tốt, hãy đặt những câu hỏi thông minh nhằm giúp người khác có cơ hội tỏa sáng. Chẳng hạn, bạn có thể dùng những câu hỏi mở để khuyến khích họ

nói chuyện và chia sẻ những thông tin thú vị. Bởi loại câu hỏi này không tạo điều kiện cho người nghe trả lời chỉ bằng một từ như "vâng" hoặc "không". Ngược lại, nó tạo điều kiện cho họ phát biểu chi tiết. Dưới đây là ví dụ về một số câu hỏi mở:

"Nói cho tôi biết về sếp của bạn".

"Bạn thích nơi này ở điểm nào?"

"Theo bạn có điều gì không ổn?"

"Điều đó thật sự thú vị, bạn có thể giải thích thêm không?"

"Bạn cảm thấy thế nào về điều đó?"

Bạn càng chăm chú lắng nghe thì trong đầu sẽ xuất hiện càng nhiều câu hỏi thích hợp. Hơn nữa, nếu chuẩn bị tốt, bạn cũng có thể đoán trước những câu hỏi mà người nghe có khả năng đặt ra.

Những câu hỏi thông minh sẽ phát triển mối quan hệ tốt đẹp thông qua việc xác định bạn đã lắng nghe, cho thấy ở bạn trình độ tư duy và mức độ chia sẻ mối quan tâm. Bên cạnh đó, những câu hỏi thật sự hay cũng góp phần tạo dựng quan hệ tốt vì đó là những câu phát biểu kín đáo về cảm xúc hoặc ý kiến.

"Chiến thuật của bạn thành công chứ?"

Ở một cấp độ, câu hỏi này chỉ có mục đích tìm thông tin; ở cấp độ khác, nó có nghĩa:

"Tôi nghĩ chiến thuật của bạn đã thành công".

"Chúng ta nghỉ giải lao rồi họp tiếp nhé?"

Ở một cấp độ, đây chỉ là một lời mời; ở cấp độ khác, nó đưa ra đề nghị: "Tôi nghĩ chúng ta nên giải lao".

- "Khi muốn làm việc đó, bạn có lý do chính đáng không?"

  Ở một cấp độ, đây chỉ là câu hỏi; ở cấp độ khác, câu trên có nghĩa: "Trước khi theo hướng hành động này, tôi nghĩ bạn cần có một số lý do chính đáng".

Cần lưu ý là bạn phải đề phòng hội chứng khuyên răn thường xuyên (permanent advisory syndrome, viết tắt là PAS). Trong hội chứng này, bạn không chỉ đặt những câu hỏi hữu ích mà đã trở thành người hấp tấp, vượt quá phạm vi cho phép khi bắt đầu bảo ban ai phải làm gì một cách vô cớ. Một số người đã không thể kiềm chế được việc khuyên răn vô cớ bằng những câu như:

- "Nếu tôi là bạn, tôi sẽ làm điều này..."
- "Điều bạn cần làm là..."
- "Tôi sẽ mách bạn giải pháp, đó là..."
- "Việc cần làm trước tiên là..."

Người thường hay mắc hội chứng PAS chính là các chuyên viên tư vấn về quản lý. Ở những người này, tác động cá nhân đã bị suy giảm do họ cứ một mực đưa ra những giải pháp bất kể khách hàng có thực sự muốn hay không.

Ngỏ ý giúp đỡ hoặc cung cấp thông tin

Bằng cách tình nguyện cung cấp thông tin hoặc dịch vụ cho người nào đó, bạn thể hiện ý định muốn thiết lập mối liên hệ với họ và nhờ vậy phát triển được một mối quan hệ tốt. Việc này có thể rất đơn giản (chẳng hạn cho biết bạn sẽ gửi đến người kia bài viết hoặc bản báo cáo mà họ thấy hữu ích) hoặc cũng có thể là một lời hứa quan trọng hơn như sẵn lòng giúp họ giải quyết một vấn đề mà họ đang đối mặt.

Khi được chấp nhận, lời đề nghị giúp đỡ sẽ tạo ra ý thức về nghĩa vụ hoặc một quan hệ mới – quan hệ thân tình. Điều này có thể tác động đến việc xây dựng mối quan hệ tốt. Tuy nhiên, bản thân lời đề nghị có thể không quan trọng bằng thái độ chân thành khi đề nghị – một thái độ không hề có ý thao túng người kia.

Kể chuyện

Al Gore gần như không thể hiện rõ sức hút cá nhân khi ông ra tranh cử tổng thống Mỹ và đã thất bại. Lúc đó, ông đã để lại trong mọi người ấn tượng cứng nhắc và vụng về cũng như không tạo được nhiều tác động thật sự. Trong khi đó, với chiến dịch cảnh báo thế giới về biến đổi khí hậu, ông đã đoạt giải Nobel. Ở chiến dịch này, nhờ tài kể chuyện hấp dẫn, ông đã thể hiện rất rõ sức hút cá nhân của mình.

Các nhà lãnh đạo truyền cảm biết rõ hiệu quả của việc kể chuyện (những câu chuyện có thật và thường mang tính cá nhân) để tác động đến cảm xúc của người khác. Thông thường, những chuyện họ kể sẽ thể hiện bản tính dễ xúc động và lòng nhân hậu của họ, từ đó mở đường cho việc xây dựng một mối quan hệ tốt đẹp với người khác.

thông thường, những chuyện họ kể sẽ thể hiện bản tính dễ xúc động và lòng nhân hậu của họ

Những câu chuyện mang tính cá nhân sở dĩ mang lại hiệu quả là vì người nghe không chỉ cảm thấy thích thú mà còn thấy bạn trong một sắc thái mới (có lẽ do bạn cũng giống như họ, đã từng có những trải nghiệm quan trọng trong cuộc đời). Trong một số tình huống như dự phỏng vấn, đọc diễn văn trước hội nghị, viện đến lý lẽ trong bán hàng hay tham gia

đàm phán, có thể bạn nên chuẩn bị trước một câu chuyện để kể vào lúc thích hợp (nhớ là câu chuyện phải ngắn và đúng trọng tâm).

Một trong những bí quyết giúp kể chuyện hay không hẳn là nội dung (hoặc thậm chí một nội dung phù hợp) mà ở chỗ bạn rất thích có cơ hội kể câu chuyện đó và người nghe cũng cảm thấy gần gũi với bạn. Khi dùng từ "câu chuyện", tôi không có ý nói rằng bạn phải khoác lên những tình huống tồi tệ một vẻ thú vị. Kể chuyện là tường thuật sao cho hấp dẫn để người nghe cảm thấy mình cũng có liên quan đến thành công của bạn.

Tạo ra những câu chuyện cũng giúp chúng ta trở nên tự tin. Với một câu chuyện hấp dẫn, chúng ta sẽ vững tin rằng tầm nhìn, giá trị hoặc kế hoạch phát triển theo hướng nào đó của mình là hoàn toàn đúng đắn.

Bí quyết kể chuyện hay

Từ phim *Star Wars* lùi về *Casablanca* và bi kịch Hy Lạp, chúng ta thấy rằng những câu chuyện hấp dẫn đều được xây dựng dựa vào một số nguyên tắc cơ bản sau:

1. Một nhân vật nào đó được người nghe quan tâm: thính giả phải biết được mục đích, nỗ lực, tầm nhìn hay kinh nghiệm của nhân vật này.
2. Lý do hành động: những gì cần được thay đổi để hợp lẽ phải.
3. Trở ngại: những khó khăn thử thách cần phải vượt qua.
4. Bước ngoặt: tình huống kịch tính, sự việc thay đổi.
5. Giải quyết vấn đề: nhân vật thắng lợi hay thất bại thảm hại.

Cấu trúc như trên của một câu chuyện đã có từ thời Aristotle (cách đây hơn 2.300 năm) và dường như phản ánh một điều: từ trong tâm thức, con người thích tạo kết cấu cho hiện thực với ba phần: phần mở đầu, phần giữa và phần kết thúc.

"Tôi nghĩ giữa chúng tôi có sự hòa hợp tự nhiên như những người bạn. Chúng tôi cảm nhận được quan hệ tốt đẹp khi đang trò chuyện cũng như khi đang chơi nhạc. Không có khoảng cách nào, dù là nhỏ nhất, giữa hai mối quan hệ này, mà thật ra chúng chỉ là một mà thôi."

Benny Green – nghệ sĩ dương cầm nhạc jazz

Phần 4

Tổng hợp

Phần cuối này tổng hợp các khía cạnh khác nhau của phương pháp A-B-C, từ đó mang lại cho bạn những cách thiết thực trong việc áp dụng tư duy mới và cách hành xử mới nhằm nâng cao sức hút cá nhân của mình.

Quy trình bốn bước sẽ tạo ra một phương pháp có tính hệ thống. Phương pháp này cho phép bạn chuẩn bị, chọn lọc, thử nghiệm và duyệt lại nhằm tập trung vào việc thay đổi và điều chỉnh dần tác động của mình.

Nhằm giúp bạn vận dụng phương pháp này trong cuộc sống đời thường, chúng tôi sẽ trình bày bốn tình huống thường gặp qua đó cho thấy cách vận hành của phương pháp A-B-C trong việc nâng cao tác động của bạn.

Chương 13

Sử dụng phương pháp A-B-C trong đời thường

Phương pháp A-B-C là một phương pháp linh hoạt và dễ sử dụng trong việc tạo sức hút cá nhân. Ở phương pháp này, mọi thứ đều hài hòa với nhau và nếu nhớ được ba yếu tố cơ bản, bạn sẽ bắt đầu tiến bộ đều đặn cũng như ngày càng hiểu rõ hơn về những điều tạo nên một ấn tượng mạnh mẽ và bền vững.



Bạn không thể thực hành tất cả các yếu tố trên cùng lúc. Điều này giải thích vì sao việc tìm hiểu bảng phân tích của bạn (xem Chương 1) có thể rất hữu ích cho việc tập trung vào điểm khởi đầu.

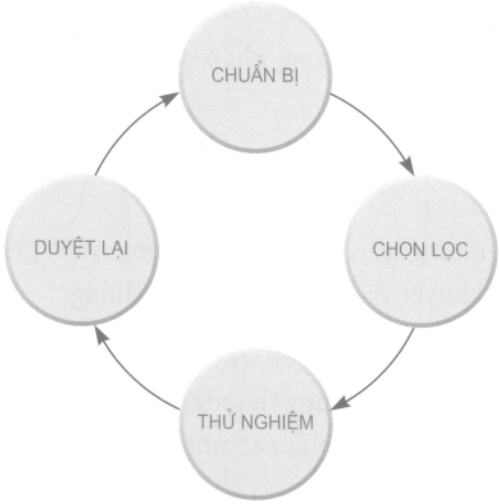
Dưới đây là hai phương pháp cơ bản mà bạn có thể xem xét để áp dụng:

1. Tập trung vào những ưu điểm đã biết và phát triển chúng hơn nữa.
2. Xử lý những yêu cầu cụ thể trong việc phát triển hay những khuyết điểm và thực hành chúng.

Bạn hoàn toàn có quyền quyết định nên sử dụng phương pháp nào. Tuy nhiên, thông thường, việc kết hợp cả hai phương pháp sẽ mang lại hiệu quả cao nhất.

Bạn có thể trở đi trở lại với những khía cạnh khác nhau của phương pháp A-B-C và sử dụng chúng theo cách thích hợp. Tuy nhiên, việc dùng quy trình bốn bước khi áp dụng phương pháp này cũng có thể mang lại hiệu quả.

- **Bước 1:** CHUẨN BỊ giao tiếp với người khác. Bạn hãy chủ động nhớ đến phương pháp A-B-C trong đầu, thường xuyên tự nhắc mình những từ: Mục đích, Hãy là chính bạn, Hòa hợp.
- **Bước 2:** CHỌN LỌC một trong các hành vi chủ yếu của phương pháp A-B-C hoặc các lĩnh vực phát triển mà bạn muốn rèn luyện, ví dụ: tự tin, nhiệt tình, tạo dựng quan hệ tốt đẹp, hòa hợp. Chọn một số hành động trong thực tế để thử áp dụng chúng vào tình huống đời thường.
- **Bước 3:** THỬ NGHIỆM một cách giao tiếp mới hoặc nhiều hơn, ví dụ: sử dụng thêm câu hỏi mở, lắng nghe chăm chú hơn, tránh ngôn ngữ theo kiểu thụ động hoặc những cách tương tự.
- **Bước 4:** DUYỆT LẠI kết quả thử nghiệm. Xem xét thêm những hành động mà bạn có thể cần thực hiện.



Việc sử dụng thành thạo phương pháp A-B-C trong giao tiếp thường ngày đòi hỏi phải có thời gian, do đó bạn cần tránh thái độ hấp tấp. Đối với những vấn đề khác nhau cần được rèn luyện, bạn hãy xử lý theo từng điểm nhỏ nhưng đều đặn chứ đừng để nhiều thời gian trống giữa các lần thử nghiệm. Trong giao tiếp thường ngày, hãy tiếp tục theo dõi những sự việc đang diễn ra, cách tư duy, cảm xúc hoặc ứng xử của người nghe, cũng như theo dõi xem bạn dường như đạt được hiệu quả nào (nghĩa là duyệt lại cơ cấu của mối quan hệ).

đối với những vấn đề khác nhau cần được rèn luyện, bạn hãy xử lý theo từng điểm nhỏ

Thoạt đầu, bạn có thể thấy choáng ngợp vì có quá nhiều việc phải nghĩ. Tuy nhiên, giống như tất cả những nỗ lực để phát triển bản thân, thông thường cách tốt nhất là tránh phương pháp "đao to búa lớn" (như tỏ ra đầy quyết tâm trước những kế hoạch quá sức), nghĩa là tránh đặt ra một mục tiêu quá viển vông và phải sớm từ bỏ. Thay vì vậy, hãy nhắm đến những bước nhỏ, không ngừng thử nghiệm và thường xuyên kiểm tra lại mức độ tiến bộ.

Cuối cùng, phương pháp A-B-C sẽ trở thành một phần của con người bạn (xét cho kỹ thì bạn chỉ tự nhắc mình những từ như Mục đích, Hãy là chính bạn, Hòa hợp rồi tập trung vào một hay hai khía cạnh của phương pháp này cùng lúc). Nhiều người có sức tác động mãnh liệt vẫn thường làm điều này một cách vô thức. Nói cách khác, nó đã thấm sâu vào con người họ đến mức diễn ra một cách tự động.

Lên kế hoạch

Bạn cũng nên lên kế hoạch phát triển cho riêng mình – một kế hoạch được triển khai tuần tự theo các bước của phương pháp A-B-C. Dưới đây là một ví dụ:

- Vào thứ hai, hãy đặc biệt chú ý đến Mục đích của bạn khi giao tiếp; tìm hiểu về những sự việc diễn ra trong các tình huống khác nhau, đồng thời tìm hiểu xem bạn có hành xử rõ ràng không và người khác có hiểu rõ thông điệp cũng như ý định của bạn không.
- Vào thứ ba, hãy đặc biệt chú ý đến một khía cạnh được chọn từ nhóm hành vi trong phần Hãy là chính bạn. Ví dụ, bạn có thể quyết định tập trung vào sự nhạy bén. Trong hành vi này, bạn có thể tìm hiểu cách sử dụng luật giao thông về nhạy bén ở Chương 4.
- Vào thứ tư, hãy chọn một khía cạnh thứ hai của hành vi đã được lựa chọn ở ngày thứ ba để thực hành. Như vậy, nếu hôm qua bạn chọn luật giao thông về nhạy bén thì có lẽ hôm nay hãy tìm hiểu về cách sử dụng trực giác. Hãy kiểm tra xem trực giác của bạn có nhạy bén hay không.
- Vào thứ năm và thứ sáu, hãy tập trung vào một yếu tố tạo nên Hòa hợp hoặc nhiều hơn: Chú ý, Phối hợp hay Quan hệ tốt.
- Vào cuối tuần, hãy tập trung vào cả ba yếu tố của phương pháp A-B-C và kiểm tra hiệu quả của nó trong tuần. Bạn rút ra được điều gì từ việc áp dụng phương pháp này và nó ảnh hưởng ra sao đến tác động cá nhân của bạn?

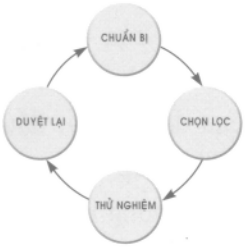
Bạn cũng có thể lên kế hoạch theo cách khác là áp dụng một chương trình tuần tự, qua đó trong tuần đầu bạn tập trung vào yếu tố Mục đích, tuần thứ hai tập trung vào Hãy là

chính bạn, tuần thứ ba tập trung vào Hòa hợp... Dù chọn kế hoạch nào, bạn cũng hãy duy trì qua vài tuần để thử nghiệm và đánh giá kết quả đạt được.

Dưới đây là một số thách thức tiêu biểu đối với những người muốn tạo tác động. Chúng cho thấy việc áp dụng phương pháp này vào thực tế.

Phương pháp A-B-C trong các buổi họp mặt giao tế

Trong nhiều tình huống giao tiếp, bạn chỉ đơn thuần đón nhận sự việc theo cách chúng diễn ra. Nhưng trong trường hợp bạn không muốn phó mặc mọi sự thì phương pháp Chuẩn bị – Chọn lọc – Thử nghiệm – Duyệt lại có thể giúp bạn phát triển tối đa sức hút cá nhân.



Chuẩn bị: Hãy nghĩ đến phương pháp A-B-C và cách áp dụng phương pháp này cho sự kiện sắp diễn ra. Xác định một Mục đích rõ ràng khi bạn tham dự tình huống giao tế này. Bạn muốn đạt được kết quả gì và làm sao biết mình đã đạt kết quả ấy? Bạn có thể nghĩ ra một dòng tiêu đề tóm tắt ý định của mình không? Ví dụ, mục đích của bạn ở dạng tiêu đề có thể là: "Xem toàn bộ sự kiện này như một bữa tiệc bất ngờ đối với tôi".

Từ mục đích trên, bạn có thể có hai mục đích phụ sau:

- "Chào đón ít nhất năm người năng nổ và nhiệt tình".
- "Tìm cơ hội để chủ động phát triển sự hòa hợp giữa tôi và một người khác".

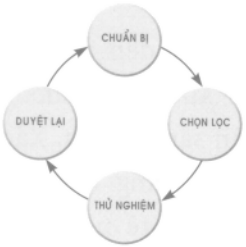
Điều gì có thể cản trở bạn thể hiện con người thật của mình trong dịp này?

Mục đích ⟶ Trở ngại ⟶ Giải pháp

Ví dụ, bạn vốn lo ngại về cách tạo ấn tượng tốt đẹp hay có khuynh hướng nói quá nhiều và ít lắng nghe, vậy những điều này có thể gây trở ngại cho bạn không? Lần này, bạn khắc phục như thế nào? Bạn có thể thử sử dụng những giải pháp nào vào dịp này?

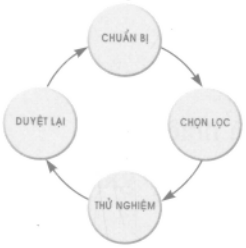
Ví dụ:

- "Tôi sẽ tập trung chú ý đến lời nói của người kia, chăm chú lắng nghe để nhận biết những điều không được nói ra".
- "Tôi sẽ chấp nhận bất cứ điều gì người kia nói và góp ý cho nội dung đó với tinh thần xây dựng" (xem Chương 11).



Chọn lọc: Hành vi (trong yếu tố thứ hai Hãy là chính bạn của phương pháp A-B-C) mà bạn chọn cho dịp này có thể là can đảm, qua đó bạn bắt đầu thực hiện điều mà khi tiếp xúc với người khác, bạn thường không làm.

Bạn quyết định làm một việc mạo hiểm là không nói gì nhiều để có thể lắng nghe chăm chú.



Thử nghiệm: Bạn có thể chủ động thử nghiệm các phương pháp tạo dựng quan hệ như sử dụng các dấu hiệu phi ngôn từ để khuyến khích người kia nói. Chẳng hạn, bạn có thể gật đầu, mỉm

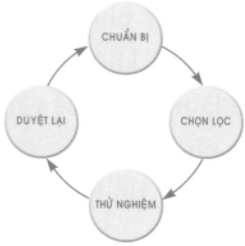
cười và tạo các âm "ưm-hừm" – những điều mà có lẽ bạn ít khi làm.



Duyệt lại: Sau đó hãy tranh thủ thời gian để phân tích những sự việc đã diễn ra. Bạn đạt được mục đích chính của mình đến đâu? Nếu bạn thành công, đâu là điểm khác biệt ở lần này? Nếu sự việc không diễn ra như mong đợi, bạn có thể nhận biết chính xác nguyên nhân không (ví dụ, mất hết can đảm trong lúc đang giao tiếp với người khác)? Bạn rút ra được những bài học nào cho lần họp mặt sau?

Phương pháp A-B-C trong thuyết trình

Vào những dịp này, phương pháp bốn bước Chuẩn bị – Chọn lọc – Thử nghiệm – Duyệt lại sẽ mang lại hiệu quả trong việc giúp bạn phát triển tối đa sức hút cá nhân.



Chuẩn bị: Tùy vào những ưu điểm riêng của bạn trong việc thuyết trình, hãy tập trung chú ý vào Mục đích chính của bài thuyết trình.

Như đã đề cập ở Chương 1, MỤC ĐÍCH gồm hai yếu tố. Trước hết, hãy xác định rõ mục đích tổng quát – thông điệp trọng tâm của bạn. Bạn muốn người nghe nhớ điều gì trong bài thuyết trình của bạn?

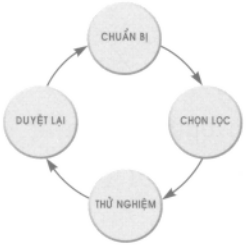
Hãy sử dụng điểm khởi đầu sau (đây cũng là điểm cơ bản) để xác định mục đích thuyết trình của bạn:

Mục đích ⟶ Trở ngại ⟶ Giải pháp

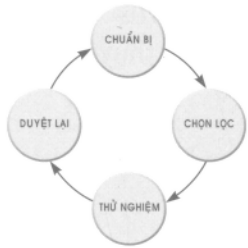
Tạo một dòng tiêu đề miêu tả mục đích của bạn để làm rõ phương pháp.

Thứ hai, sử dụng phương thức CAN DO (Chương 1) để giúp thể hiện rõ hơn suy nghĩ của bạn: **C**lear (rõ ràng), **A**chievable (có thể đạt được), **N**eeded (cần thiết), **D**ivisible (có thể chia nhỏ), **O**utcome (kết quả).

Điều gì có thể cản trở bạn đạt được mục đích thuyết trình và việc lên kế hoạch có thể khắc phục những trở ngại này như thế nào?

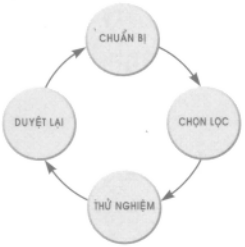


Chọn lọc: Trong số những yếu tố của phương pháp A-B-C, hai yếu tố Mục đích và nhạy bén (xem Chương 4) đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong những buổi thuyết trình trang trọng, đồng thời chúng cũng có tác động cực kỳ mạnh mẽ đến cách gây ấn tượng của bạn. Tuy nhiên, bạn cũng có thể cần tập trung vào một số hành vi khác trong phương pháp A-B-C. Ví dụ, chân thật có thể là một vấn đề cần phải chú ý thêm, và có lẽ bạn cũng sẽ cần phát triển sự gắn bó hay nhiệt tình, hoặc chú ý đến phẩm chất tự tin (xem lại những phần này trong các chương tương ứng).



Thử nghiệm: Sử dụng bài thuyết trình mới để thử nghiệm một số phương pháp mới cùng một chút mạo hiểm. Đây là cách duy nhất bạn có thể hy vọng phát triển và qua đó học cách hiệu quả nhất để nâng cao tác động

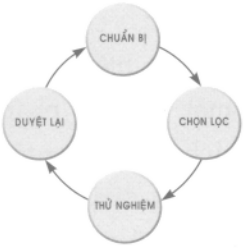
của mình trong những tình huống gay go như thế này. Ví dụ, nếu lĩnh vực chính thu hút sự chú ý của bạn là nhạy bén, hãy thử dùng luật giao thông về nhạy bén để xem nó có tác dụng đối với người nghe và bản thân mình không.



Duyệt lại: Sau khi thuyết trình, hãy dành thời gian xem lại những điểm nào mang lại hiệu quả và những điểm nào không. Bạn có hoàn tất những thử nghiệm đã chọn và chúng đã tạo nên khác biệt nào trong việc nâng cao tác động của bạn? Bạn học thêm được điều gì qua phần thực hành đặc biệt này?

Phương pháp A-B-C trong hội họp

Bạn có khuynh hướng tổ chức hội họp và sử dụng sức hút của mình không hay chỉ là người tham dự thụ động?



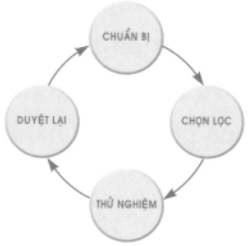
Chuẩn bị: Có nhiều cách giúp bạn nâng cao sức hút cá nhân trong cuộc họp. Hãy bắt đầu bằng cách tự nhắc mình về phương pháp A-B-C (một phương pháp quan trọng với các yếu tố Mục đích – Hãy là chính bạn – Hòa hợp) để tổ chức những suy nghĩ của mình trước cuộc họp.

Bạn có mục đích gì khi tham gia hội họp? Chẳng hạn, có phải bạn muốn người ta thật sự lắng nghe những đề nghị của bạn không? Bạn có mục đích phụ nào không?

Mục đích ⟶ Trở ngại ⟶ Giải pháp

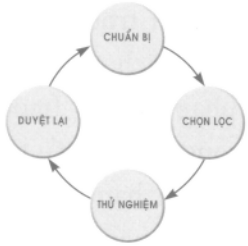
Điều gì có thể cản trở bạn thể hiện con người thật của mình? Những hành vi nào (trong yếu tố Hãy là chính bạn, từ Chương 2 đến Chương 8) dường như thích hợp nhất cho cuộc họp sắp tới?

Lúc đầu, bạn chỉ nên tập trung vào một trong bảy hành vi chứ đừng tập trung vào nhiều hành vi quá để tránh làm cho những nỗ lực của mình bị phân tán.

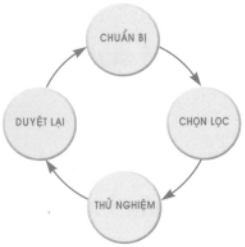


Chọn lọc: Trong một cuộc họp, có hai hành vi thường tạo tác động mạnh là tự tin và lưu loát. Hãy chọn một hành vi gần với yêu cầu hiện tại của bạn nhất.

Sau đó, dùng bảng phân tích sức hút cá nhân của bạn (xem Chương 1) để nhận biết phần nào trong phương pháp A-B-C cần được tập trung trong cuộc họp này.



Thử nghiệm: Hãy mạo hiểm bằng cách thử áp dụng một phương pháp được đề cập trong sách này mà trước đây bạn chưa bao giờ dùng đến. Với tự tin, thử dùng một "bộ não" mới (xem Chương 3) nhằm khuyến khích bạn tiếp cận sự kiện theo hướng tích cực. Nếu bạn chọn lưu loát (xem Chương 2), hãy dùng một trong nhiều cách khác nhau để giúp mình phát triển khía cạnh này, ví dụ bằng cách tập trung vào ý chính và không để bị rối rắm vì quá nhiều chi tiết.

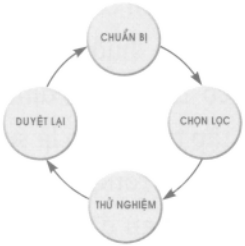


Duyệt lại: Những thử nghiệm này có tác động thế nào đối với những người tham gia cuộc họp? Phản ứng của họ ra sao? Hãy xem xét thêm những hành động mà bạn có thể cần thực hiện.

Phương pháp A-B-C trong các cuộc nói chuyện phiếm

Nói chuyện phiếm có làm bạn sợ hãi không? Bạn có cảm thấy cứng lưỡi và lúng túng khi phải giết thời gian bằng cách tán gẫu về những chuyệt vặt không?

Chắc chắn bạn không phải là người duy nhất trải qua những cảm giác nói trên. Phương pháp A-B-C sẽ tạo nền tảng vững chắc giúp bạn tiếp cận các tình huống này.



Chuẩn bị: Hãy tự nhắc mình về phương pháp A-B-C, tự nhủ rằng phương pháp này có thể giúp mình xử lý tình huống nói chuyện phiếm. Trước hết, bạn có Mục đích gì trong tình huống này? Đó có thể là từ chối tham gia nói chuyện phiếm và chỉ đưa ra những nhận định sâu sắc hoặc có tính thách thức để góp phần tạo cho mình sức hút cá nhân. Tuy nhiên, nói chuyện phiếm cũng là một chất bôi trơn tạo điều kiện cho việc giao lưu giữa con người diễn ra thuận lợi; người có sức hút cá nhân mạnh mẽ đã sử dụng những tình huống này (thường gây khó chịu) theo cách có lợi cho họ.

Mục đích tích cực có thể là:

> Tìm một điều gì đó thật sự thú vị về từng người tôi đã trò chuyện, dù họ nói chuyện có hấp dẫn hay không.

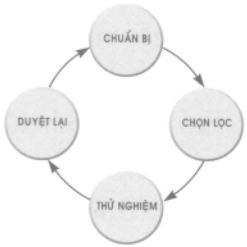
Điều này dựa trên ý kiến cho rằng: muốn người khác thấy bạn đáng quan tâm thì trước hết họ phải cảm nhận bạn đang quan tâm đến người khác.

Mục đích phụ có thể là:

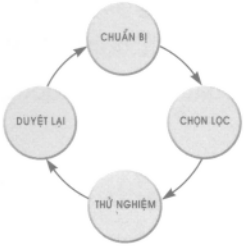
> Đừng phí thời gian suy nghĩ về bản thân mình, thay vào đó hãy luyện tập những phương pháp nhớ tên.

Mục đích ⟶ Trở ngại ⟶ Giải pháp

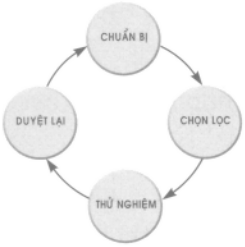
Điều gì có thể cản trở bạn đạt được Mục đích và bạn dự định khắc phục bằng cách nào? Ví dụ, nếu bạn cảm thấy chưa bao giờ biết phải nói điều gì thì có thể soạn trước một danh mục đề tài.



Chọn lọc: Muốn thể hiện con người mình trong những tình huống nói chuyện phiếm, bạn có thể quyết định hành vi chủ yếu cần tập trung vào là sự lưu loát (xem Chương 2). Trong trường hợp này, hãy bảo đảm là bạn đã chuẩn bị sẵn một số đề tài không gây tranh cãi để có thể sử dụng được ngay, như sách, khí hậu, gia đình, món ăn được dọn ra, phim ảnh, vật dụng mới, thú cưng...



Thử nghiệm: Có lẽ bạn sẽ thấy với việc tìm ra điểm thú vị ở mỗi người và tập nhớ tên họ, bạn sẽ bận rộn đến mức thậm chí không cần sử dụng những đề tài đã chuẩn bị sẵn để duy trì cuộc đối thoại. Khi đó, chắc chắn bạn sẽ không có thời gian để bận tâm đến diện mạo của mình, đến việc mình nói chuyện có thông minh không, có nói quá nhiều không hay phải làm gì với đôi tay.



Duyệt lại: Sự việc đã diễn ra như thế nào? Bạn có tìm được điểm nào thú vị ở mỗi người không hay thường bị xao lãng bởi những câu chuyện phiếm của người khác? Hiện giờ bạn nhớ được bao nhiêu tên? Phương pháp nhớ tên của bạn có hiệu quả không? Trong số những đề tài được chuẩn bị trước, đề tài nào xuất hiện trong khi nói chuyện hay bạn phải chủ động đề cập?

Tạo sự hòa hợp

Hòa hợp là phần rắc rối nhất trong việc phát triển sức hút cá nhân của bạn. Trong phương pháp A-B-C, khác với yếu tố Mục đích hoặc Hãy là chính bạn, bạn không thể nhào nặn ra sự hòa hợp: đây không phải là một hành vi trực tiếp để bạn có thể áp dụng. Thay vào đó, bạn cần đầu tư để tạo ra một quy trình hai mặt trong việc thiết lập quan hệ với người nghe.

hòa hợp là phần rắc rối nhất trong việc phát triển sức hút cá nhân của bạn

Lúc này, với sự hiểu biết đầy đủ hơn về những yếu tố tạo nên Hòa hợp, bạn có thể thực hiện một số hành động thiết thực khi sử dụng phương pháp A-B-C trong bất kỳ tình huống nào.

Khi giao tiếp với người khác, bạn thử nhớ lại ba yếu tố then chốt (A-I-R): Attention (chú ý), Interdependence (phối hợp) và Rapport (quan hệ tốt). Hãy dùng ba yếu tố này làm bảng kiểm tra trong đầu để đánh giá những sự việc đang diễn ra *vào khoảnh khắc ấy*, đồng thời đặt ra những câu hỏi sau:

"Tôi có đang chú ý hoàn toàn không – điều gì có thể cản trở sự chú ý của tôi?"

"Tôi có đang tạo điều kiện để có sự phối hợp không – tôi có gặp cản trở nào không?"

"Tôi có đang phát triển mối quan hệ tốt không – mối quan hệ này có đang được thiết lập không, nếu không thì tại sao?"

Việc chỉ đơn thuần nghĩ đến các yếu tố A-I-R khi giao tiếp giúp bạn nhận thức rõ hơn về những sự việc đang diễn ra. Nhờ đó, bạn cũng hiểu rõ hơn về những cách thức giúp tác động tích cực đến cơ cấu của mối quan hệ.

Một khi bạn có thể dễ dàng và thường xuyên nhớ các yếu tố cơ bản A-I-R khi tiếp xúc với người khác, bước tiếp theo là tập trung nhiều hơn vào một trong ba yếu tố này. Hãy chọn yếu tố nào có thể cho thấy sự kết hợp giữa trực giác, việc quan sát những sự việc đang diễn ra và hồi báo (thực chất đây là việc phán đoán để biết yếu tố nào là cần thiết nhất vào lúc ấy).

Vì mỗi yếu tố trên đều bao gồm những hành động thiết thực khác nhau mà bạn có thể thực hiện, nên bước tiếp theo

là bạn hãy chọn một hành động để thử nghiệm vào lúc ấy. Ví dụ, nếu quyết định tập trung vào sự phối hợp (xem Chương 11), bạn có thể chọn phương pháp chấp nhận và tạo dựng để thử nghiệm trong một lúc.

Kết luận

Đến đây, bạn đã được trang bị những công cụ quan trọng để thay đổi sức hút cá nhân của mình. Trong việc rèn luyện thể lực, hiếm khi bạn có thể tạo ra sự thay đổi lớn chỉ trong một vài lần đến phòng tập. Ngược lại, bạn thường đạt hiệu quả cao nhất bằng cách tiến dần từng bước để cuối cùng tạo ra một sự thay đổi đầy ý nghĩa. Việc phát triển tác động của bạn đối với người khác cũng tương tự. Tiến dần từng bước thường là cách hiệu quả nhất.

Quyển *Giải mã sức hút cá nhân* không phải là một cẩm nang hướng dẫn thực hành mà là một hệ thống phục vụ cho sự phát triển liên tục của các cá nhân. Do đó, bạn sẽ phát triển tác động của mình bằng cách học hỏi và thử nghiệm không ngừng.

Chúng ta đang sống trong một thời đại có đặc điểm nổi bật nhất là tốc độ thay đổi ngày càng tăng đến mức chóng mặt. Tất cả chúng ta đều là một phần của quá trình thay đổi ấy, và nếu không muốn bị bỏ lại phía sau thì mỗi chúng ta cũng phải hy vọng thay đổi không ngừng.

Bạn vốn có khả năng tạo ra một sức hút nào đó, chỉ có điều sức hút ấy chưa đạt đến mức như mong muốn. Vậy bạn hãy bắt đầu thử nghiệm một số ý tưởng được trình bày trong sách này. Một số ý tưởng sẽ mang lại hiệu quả và có lẽ sẽ làm

bạn ngạc nhiên vì mức độ hiệu quả của chúng. Một số ý tưởng khác dường như có thể khiến bạn gặp khó khăn (như yêu cầu đồng nghiệp cho nhận xét), nhưng cuối cùng tất cả những ý tưởng đó đều có thể có ích cho bạn trong những hoàn cảnh thích hợp.

sức hút cá nhân của bạn không phải là một cái gì bất biến

Sức hút cá nhân của bạn không phải là một cái gì bất biến bởi tiềm năng phát triển của nó là vô tận (tùy thuộc vào sự gắn bó của bạn với hành động tích cực). Mỗi năm một lần, một tay chơi golf nổi tiếng đều đến thăm bạn cũ là người lão luyện trong môn thể thao này và nói như mình là người mới tập chơi: "Dạy tôi chơi golf đi". Giống như tay chơi golf vô địch đó, những người có tài năng vượt trội cũng như tạo được ấn tượng mạnh mẽ và bền vững đều sẵn sàng không ngừng tìm kiếm những phương pháp mới để nâng cao hơn nữa tác động của mình.

Dù chưa có cách thức đúng đắn để tạo tác động tuyệt vời nhưng ở đây, bạn lại có nhiều cơ hội để sử dụng phương pháp A-B-C nhằm tìm hiểu lĩnh vực sức hút cá nhân. Dần dần, bạn sẽ khám phá được điều gì mang lại hiệu quả cho bạn và điều gì không. Cũng như bất kỳ một quá trình nào trong việc phát triển bản thân, việc tạo sức hút cá nhân đòi hỏi bạn phải có sự luyện tập.

Việc nâng cao sức hút cá nhân phải được ưu tiên trong chương trình hành động của bạn, không phải vì những nguyên nhân hạn hẹp mà vì nó có thể giúp bạn thành đạt trong sự nghiệp hoặc thành công trong bất cứ việc gì bạn cố gắng làm.

Dĩ nhiên, phương pháp A-B-C không phải là chiếc đũa thần hay phương thuốc trị mọi thứ bệnh. Trong một thời đại mà

việc giao tiếp hiệu quả đã trở thành kỹ năng không thể thiếu đối với hầu hết mọi người thì phương pháp A-B-C có thể hướng bạn đến những cơ hội tạo ấn tượng mạnh mẽ hơn, đúng như lời nhận xét của một người đã có nhã ý đọc bản thảo đầu tiên của sách này: "Tôi chỉ đơn thuần hiểu rõ hơn hành vi của người khác và đã bắt đầu quan sát kỹ hơn hành vi của mình".

Tóm lại, việc học cách giải mã màn hình ra-đa giao tiếp (tức cơ cấu của mối quan hệ) có thể là một trong những "thương vụ đầu tư" mang lại cho bạn lợi nhuận cao nhất.

Chúc bạn may mắn!

"Nếu bạn nghĩ mình quá nhỏ bé và không thể tạo được tác động, hãy xét trường hợp của một chú muỗi tí hon trong khi bạn đang muốn ngủ".

Anita Roddick – người sáng lập The Body Shop

Bảng phân tích sức hút cá nhân (tác động cá nhân) miễn phí và thông tin bổ sung về sức hút cá nhân

Hãy đọc toàn bộ quyển sách này đồng thời sử dụng bảng phân tích mẫu trực tuyến và miễn phí tại:

www.charisma-effect.com

Sau khi hoàn chỉnh bảng phân tích này, bạn sẽ nhận được một email trong đó có một mã số ID duy nhất. Bạn có thể sử dụng mã số này để được hưởng dịch vụ phân tích hoàn chỉnh với giá ưu đãi (bao gồm nhận xét của tối đa là năm đồng nghiệp được chọn lựa).

Để có thông tin về bảng phân tích hoàn chỉnh, xin vui lòng liên hệ Maynard Leigh theo số + 44(0)2070332370 hoặc theo địa chỉ:

info@charisma-effect.com

Tại trang web sức hút cá nhân, bạn sẽ tìm thấy tất cả các nguồn tài liệu bổ sung mình cần, bao gồm:

- tài liệu đọc thêm
- thông tin về các buổi hội thảo
- diễn đàn thảo luận (được tổ chức liên tục) để chia sẻ kinh nghiệm của bạn, để đặt câu hỏi và nhận được câu trả lời hữu ích
- nhiều mối liên kết với các tổ chức và trang web có liên quan
- băng đĩa video

Giải mã sức hút cá nhân

The Charisma Effect

Andrew Leigh

Bản dịch tiếng Việt

Lê Huy Lâm

Chịu trách nhiệm xuất bản

Nguyễn Thị Thanh Hương

Biên tập	Hương Trinh
Trình bày sách	Công ty NHÂN TRÍ VIỆT
Sửa bản in	Hương Thảo

NHÀ XUẤT BẢN TỔNG HỢP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

62 Nguyễn Thị Minh Khai – Quận 1

☎ 38225340 – 38296764 – 38222726 – 38296713 – 38223637

Fax: 84.8.38222726

E-mail: nxbtphcm@vnn.vn

Công ty TNHH **Nhân Trí Việt**

83[B] Trần Đình Xu, P. Nguyễn Cư Trinh, Q.1, TP. Hồ Chí Minh

ĐT: 38379344 Fax: 39200681

In 3.000 cuốn khổ 14×21,5 cm tại Công ty ITAXA – 126 Nguyễn Thị Minh Khai – Quận 3 – Thành phố Hồ Chí Minh. Số xuất bản 226-09/CXB/106-35/THTPHCM. In xong và nộp lưu chiểu tháng 04/2009.

PEARSON
Prentice Hall
LIFE

NTV Nhân Trí Việt
The biggest choice for books

Hãy tưởng tượng bạn có khả năng tạo được ấn tượng tích cực và bền vững khi xuất hiện ở bất kỳ nơi đâu...

Tất cả chúng ta đều biết những người có sức hút cá nhân. Họ biểu lộ lòng tự tin và sức hấp dẫn, dễ dàng thiết lập được quan hệ với những người chung quanh cũng như giành được sự tin cậy, ủng hộ và ngưỡng mộ của mọi người.

Bạn cũng muốn được như họ?

Quyển *Giải mã sức hút cá nhân* sẽ chỉ cho bạn bí quyết để trở thành người có sức thu hút. Sách sẽ giúp bạn học cách tạo ra nét riêng trong kỹ năng tác động, xác lập quan hệ tốt đẹp với những người bạn tiếp xúc và thể hiện phong thái chững chạc ở bất cứ nơi nào bạn đến, đồng thời giúp bạn khám phá cách vận dụng những tác động mạnh mẽ của sức hút cá nhân để có cuộc sống tốt hơn về mọi mặt.

Sắp phát hành

Nhà xuất bản Pearson Education chuyển nhượng bản quyền cho công ty TNHH Nhân Trí Việt.



Phát hành tại
Nhà sách MINH TÂM
286B An Dương Vương P4 Q5 TP. Hồ Chí Minh
☎ 38353608 – 38354845 Fax 38302417

Giá 94.000đ

12333608

DESIGNED BY RẾDẾ©