

MỘT SỐ BIỂU HIỆN TRONG GIAO TIẾP KHÔNG CHÍNH THỨC CỦA SINH VIÊN⁽¹⁾

NGUYỄN VĂN ĐỒNG*

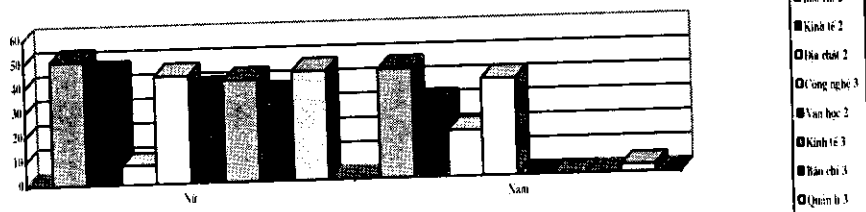
Trong bài báo này tác giả sẽ đề cập đến một số biểu hiện trong giao tiếp không chính thức của sinh viên bao gồm sự bùng nổ nhu cầu giao tiếp không chính thức ở sinh viên, động cơ và đối tượng giao tiếp, chủ đề giao tiếp yêu thích.

Sự bùng nổ và thoả mãn nhu cầu giao tiếp không chính thức ở sinh viên

Có thể chia sinh viên làm ba loại: sống xa gia đình, sống với họ hàng và sống cùng gia đình. Đối với sinh viên sống xa gia đình và sống với họ hàng, nhu cầu giao tiếp không chính thức xuất hiện trên cơ sở ba nhu cầu: nhu cầu bù đắp sự thiếu thốn tình cảm, nhu cầu được trợ giúp kịp thời về tinh thần khi gặp khó khăn và nhu cầu tiếp thu thông tin để thích nghi với môi trường mới. Đối với sinh viên sống cùng gia đình, vị

thế xã hội của họ thay đổi, mang lại nhiều tự do hơn, đòi hỏi ở họ sự độc lập hơn trong tư duy và giải quyết vấn đề, nhưng kinh nghiệm sống và kiến thức đã có lại chưa đáp ứng được yêu cầu này. Đồng thời, quan hệ với một số bạn học cũ không được duy trì do có quá ít hoạt động chung và những mối quan tâm chung. Vì vậy ở những sinh viên này cũng bùng nổ nhu cầu giao tiếp không chính thức để tìm kiếm thông tin và tạo dựng quan hệ mới.

Theo quan sát nhiều năm của tác giả và số liệu điều tra⁽²⁾, có thể nói nhu cầu giao tiếp ở sinh viên bùng nổ mạnh nhất là ở năm đầu tiên và năm cuối cùng ở trường đại học. Sự bùng nổ nhu cầu giao tiếp không chính thức này được thể hiện ở mức độ và hứng thú nói chuyện với người khác khi ở nhà và ngoài giờ học.

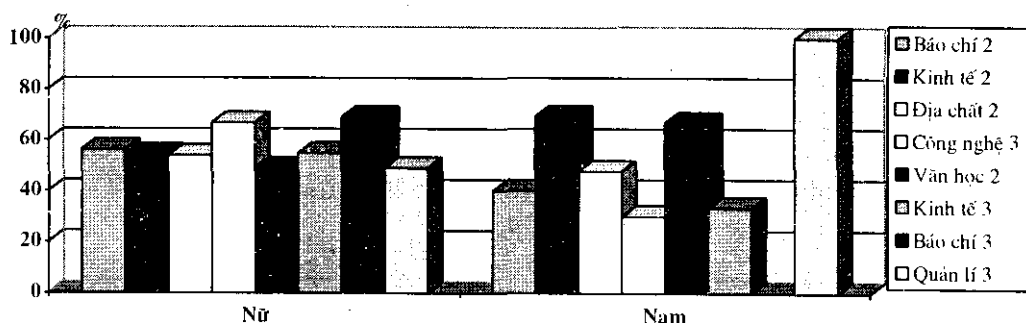


Hình 1: Hứng thú tâm sự của sinh viên theo khoa và giới tính

*CBGD, Khoa Tâm lý học, ĐHKHXH&NV.

Theo số liệu thống kê ⁽³⁾ của đề tài, có 36,9% sinh viên thấy hứng thú khi giao tiếp. Có sự khác biệt rõ nét giữa hai giới. Cụ thể là 40,6% nữ sinh viên có hứng thú giao tiếp, con số tương ứng ở nam sinh viên là 28,7%.

Sự hứng thú trong giao tiếp phụ thuộc chủ yếu vào đối tượng giao tiếp là người thân hay bạn cùng nơi ở. Điều này thể hiện ở độ lệch chuẩn rất nhỏ ($s = 2,8$) giữa hứng thú giao tiếp của sinh viên có nơi ở khác nhau (34,9% sinh viên ở kí túc xá thấy hứng thú trong giao tiếp, 38,3% sinh viên ở nhà trọ và 40,5% sinh viên ở cùng gia đình, họ hàng).



Hình 2: Mức độ tâm sự của sinh viên theo khoa và giới tính

Có 54,3% sinh viên phát biểu rằng mình giao tiếp thường xuyên (55,7% nữ sinh viên; 49,3% nam sinh viên) và 20,6% thấy rằng họ thỉnh thoảng mới giao tiếp. Độ lệch tiêu chuẩn (standard deviation) giữa các ngành học của mức độ giao tiếp đối với nữ sinh viên là $s = 7,4$; đối với nam sinh viên là $s = 24,9$.

Mức độ giao tiếp cũng phụ thuộc rất yếu vào đối tượng giao tiếp là người thân hay bạn cùng nơi ở. Cụ thể là ở kí túc xá có 51,8% sinh viên thường xuyên giao tiếp, ở nhà trọ có 53,2% và ở cùng gia đình có 58,5%. Độ lệch tiêu chuẩn giữa nơi ở của mức độ giao tiếp là $s = 3,5$.

Từ đây rút ra hai kết luận. Thứ nhất, mức độ và hứng thú giao tiếp của nữ sinh viên khá cao và khá đồng đều theo ngành học trong khi mức độ và hứng thú giao tiếp theo ngành học ở nam sinh viên thấp hơn và rất khác biệt. Điều nổi bật là mức độ và hứng thú giao tiếp phụ thuộc rõ nét vào giới tính: khá cao ở nữ sinh viên, thấp hơn ở nam sinh viên. Thứ hai, mức độ và hứng thú trong giao tiếp phụ thuộc chủ yếu vào đối tượng giao tiếp là người thân hay bạn cùng nơi ở.

Sinh viên thoả mãn nhu cầu giao tiếp của mình bằng cách tổ chức những cơ hội giao tiếp như sinh nhật, tham quan dã ngoại, giao lưu với sinh viên cùng khoa và khác khoa. Có thể đưa ra ví dụ ⁽⁴⁾ về tham dự sinh nhật. Khi được hỏi về việc có thường xuyên được mời dự sinh nhật không thì 65,5% trả lời là có. Phần lớn sinh viên coi ngày sinh nhật là ngày họp mặt bạn bè, hoặc là một dịp mở rộng và củng cố quan hệ. Trong phương án trả lời mở, các sinh viên đều nhấn mạnh đến tính giao lưu của buổi gặp gỡ. Gần 90% sinh viên mong muốn đi dự sinh nhật. Khi

được hỏi về mục đích tổ chức tham quan, dã ngoại, 89% sinh viên đã nhấn mạnh đến việc những dịp tham quan, dã ngoại và lễ hội đem lại cho họ không những hiểu biết mà còn là những cơ hội giao tiếp, thông qua đó sinh viên mở rộng quan hệ, kết bạn, củng cố tình bạn đã có và tìm hiểu thêm những nét đẹp về nhân cách của bạn thân. Khi được hỏi rằng điều gì lôi cuốn sinh viên trong các cuộc đi xa này thì 56-58% trả lời là giao lưu bạn bè và củng cố tình bạn làm họ thích thú.

Tâm sự là hình thức giao tiếp về những vấn đề rất riêng tư của sinh viên nhằm thoả mãn nhu cầu tình cảm và tìm kiếm giải pháp cho tình huống hiện tại. Để tìm hiểu mục đích giao tiếp này, tác giả đưa ra sáu phương án chọn và dành chỗ cho câu trả lời mở. Đó là tâm sự để giải toả tâm tư, chia sẻ, tìm sự đồng cảm, tìm sự an ủi, tìm một lời khuyên và tìm một chỗ dựa. Ngoài những mục đích đã nêu trong phương án chọn, thì câu trả lời mở cho thấy những mục đích tâm sự khác của sinh viên là nhằm tạo dựng quan hệ, khẳng định sự đúng đắn của nhận định của bản thân và nhờ người khác làm trung gian hoà giải.

Bảng 1: Mục đích tâm sự của sinh viên

Phân loại	Tổng số	Giải toả tâm sự (%)	Tìm đồng cảm (%)	Chia sẻ tâm sự (%)	Tìm an ủi (%)	Tìm lời khuyên (%)	Tìm chỗ dựa (%)
Nữ sinh viên	254	61.8	44.9	41.7	18.1	59.4	31.1
Nam sinh viên	65	53.8	33.8	35.4	20.0	50.8	23.1

Kết quả xử lý số liệu cho thấy: 62% nữ sinh viên và 54% nam sinh viên tâm sự để giải toả, 59% nữ và 51% nam tìm lời khuyên, 45% nữ và 34% nam tìm đồng cảm.

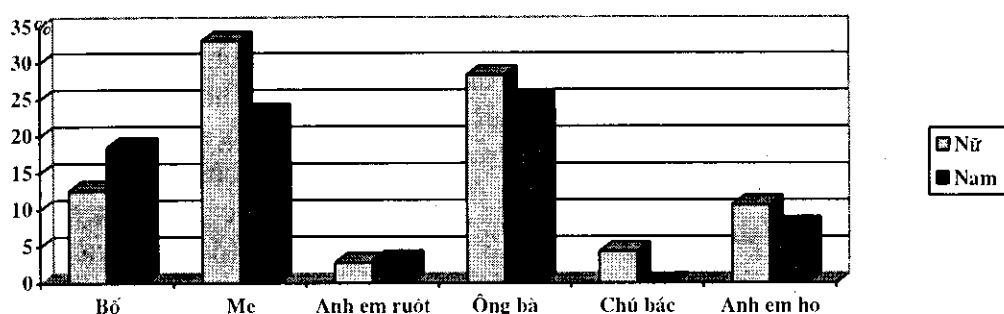
Một điều cần lưu ý là mức độ cởi mở trong những giao tiếp này rất thấp. Kết quả xử lý câu trả lời mở cho thấy: sinh viên thường tâm sự những chuyện vui cho bạn bè và gia đình. Sinh viên giấu gia đình những chuyện buồn, chuyện riêng tư thầm kín và chỉ tâm sự với bạn thân nhất. Nếu vấn đề quá tế nhị, sinh viên sẽ tìm cách tự giải quyết vấn đề một mình.

Đối tượng giao tiếp chính và thường xuyên của thanh niên sinh viên

Khi thanh niên sinh viên nhập học, thường xảy ra việc chuyển đổi đối tượng giao tiếp. Sinh viên ngoại tỉnh vẫn giữ quan hệ với người thân trong gia đình thông qua điện thoại, thư từ. Nhưng đối với bạn cùng trường phổ thông, cùng quê thì họ giảm giao tiếp. Sự giảm giao tiếp này thể hiện ở việc thu hẹp số lượng đối tượng giao tiếp, giảm số lần gặp gỡ cũng như giảm trao đổi thông tin với bạn thân. Ngay cả những thanh niên sinh viên được học gần nhà cũng giảm giao tiếp với hầu hết các bạn cùng trường phổ thông do không còn những hoạt động chung và không đủ thời gian cũng như hứng thú để duy trì quan hệ. Đồng thời, sinh viên mở rộng và tìm kiếm những quan hệ giao tiếp mới nhằm thoả mãn nhu cầu giao tiếp ngày một

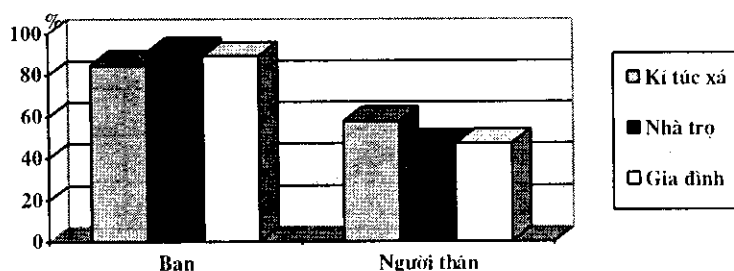
gia tăng. Đối tượng giao tiếp trong giai đoạn này của sinh viên chủ yếu là bạn cùng học, bạn cùng nơi ở trọ, bạn đồng hương, thầy cô giáo. Những quan hệ quen biết tình cờ chiếm một tỉ trọng không đáng kể, do phần lớn thời gian sinh viên dành cho việc học tập, thời gian dành cho sinh hoạt thường ngày cũng bị hạn chế.

Gặp gỡ với thầy cô là việc thường xuyên nhất và có tỉ trọng lớn nhất về thời gian do sinh viên phải học tập hàng ngày. Tuy nhiên, giao tiếp không chính thức với thầy cô có tỉ trọng và vai trò không đáng kể⁽⁵⁾. Chỉ có 34% sinh viên giao tiếp một tuần một lần với thầy cô vào giờ nghỉ, nội dung giao tiếp không động chạm đến việc riêng. Vì vậy, thầy cô ít tác động lên sự phát triển kĩ năng giao tiếp của sinh viên.



Hình 3: Đối tượng chia sẻ tâm sự vui buồn trong gia đình

Giao tiếp với người thân trong gia đình đối với sinh viên học xa nhà diễn ra không thường xuyên. Có lẽ nội dung giao tiếp chủ yếu là tâm sự và ít khi tâm sự này lại có tính thời sự. Việc chọn người thân để tâm sự không phụ thuộc vào thành phần gia đình. Giới tính của sinh viên cũng tác động rất yếu lên việc lựa chọn này. Sinh viên cả nam lẫn nữ thường ưu tiên chọn mẹ là đối tượng tâm sự (33% nữ sinh viên và 23% nam sinh viên). Ông bà là đối tượng thứ hai sau mẹ, có 28% nữ và 24% nam chọn ông bà. Chỉ có 12% nữ và 18% nam chọn bố để tâm sự.



Hình 4: So sánh tỉ trọng chia sẻ tâm sự giữa người thân và bạn.

Giao tiếp với bạn chiếm vai trò chủ đạo trong giao tiếp thường nhật của sinh viên. Sinh viên thích tâm sự với bạn hơn với người thân. 84% sinh viên ở kí túc xá, và 91% sinh viên ở trọ tâm sự với bạn. 57% ở kí túc xá và 46% ở trọ tâm sự với

người thân. Ngay cả những sinh viên ở cùng gia đình cũng thích chọn bạn để tâm sự hơn. Cụ thể là 88% tâm sự với bạn và 47% tâm sự với người thân. Theo câu trả lời mở do sinh viên tự điền, hiện tượng này có nguyên nhân là do bạn có cùng tuổi, cùng tâm sinh lý nên dễ đồng cảm và hiểu mình hơn bố mẹ, do tâm sự với bạn “an toàn” hơn, không sợ bị rầy la, không bị áp đặt giải pháp, được đảm bảo về việc giữ bí mật và luôn có thể tin cậy vào sự giúp đỡ của bạn. Tỷ trọng sinh viên ở nhà trọ thích tâm sự với bạn hơi cao hơn tỷ trọng tương ứng đối với sinh viên ở cùng gia đình và cùng kí túc xá. Điều này có lẽ do bạn cùng trọ tương hợp hơn về mặt tâm lý và cùng ở nên khi bức xúc có thể tâm sự ngay.

Như vậy, có thể thấy rằng *đối tượng giao tiếp chính, có tính chất tức thời và thường xuyên của sinh viên là bạn bè, trong đó có bạn cùng học, bạn cùng nơi ở trọ.*

Động cơ giao tiếp của sinh viên

Động cơ giao tiếp của sinh viên rất đa dạng. Trong phiếu điều tra, tác giả đưa ra bốn phương án chọn cho động cơ giao tiếp là:

- Thích nói chuyện với người khác.

- Thích nghe người khác nói.

- Thích bộc lộ bản thân.

- Thích tham khảo hoặc hỏi ý kiến người khác trong một số vấn đề.

Ngoài ra còn có hai phương án chọn đối với động cơ ít giao tiếp là:

- Không thích bộc lộ bản thân.

- Không thích người khác xen vào chuyện riêng của mình.

Dưới những phương án chọn, tác giả dành chỗ cho phương án trả lời mở để tìm ra những động cơ khác. Theo số liệu xử lý các câu trả lời mở, ngoài bốn động cơ do tác giả đưa ra còn có các động cơ khác (do sinh viên tự điền vào phiếu điều tra). Có thể phân loại động cơ giao tiếp do sinh viên tự nêu ra thành những nhóm sau:

- Nhằm giải trí.

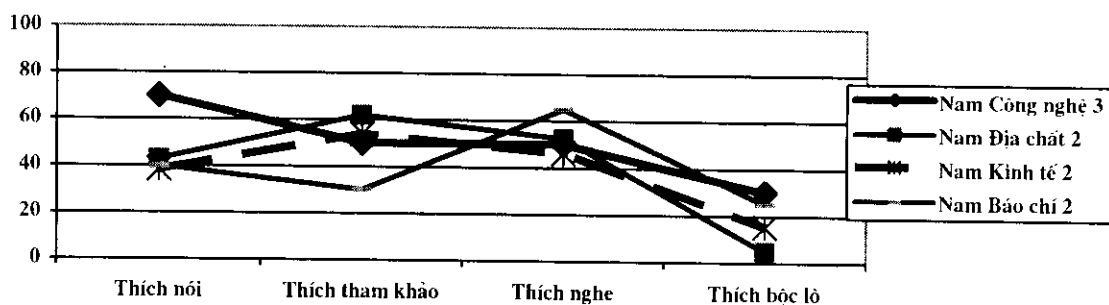
- Nhằm thoả mãn nhu cầu tình cảm.

- Nhằm thể hiện bản thân.

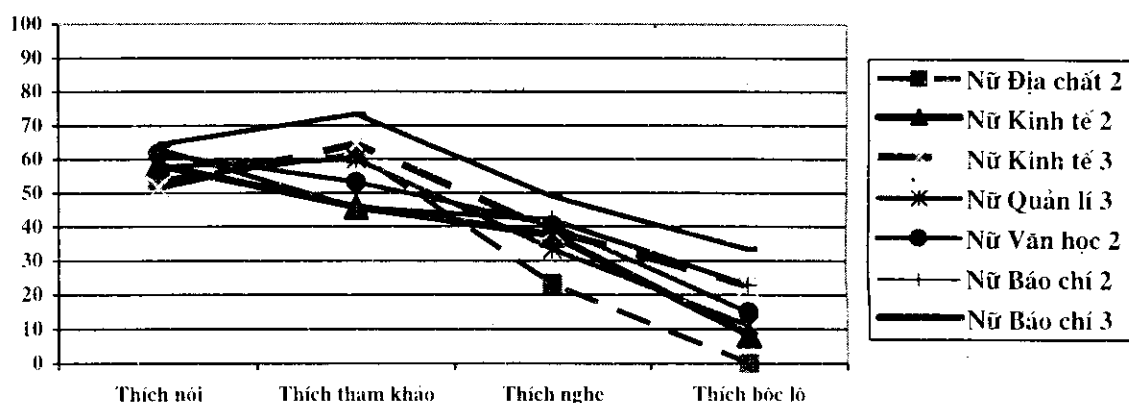
- Nhằm tham khảo ý kiến.

- Nhằm tạo dựng quan hệ.

- Nhằm hoàn thiện nhân cách.



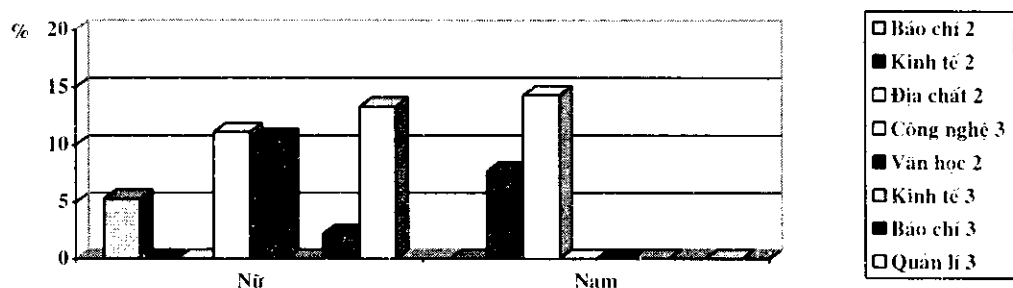
Hình 5: Phân bố tần số động cơ giao tiếp của nam sinh viên theo khoa



Hình 6: Phân bố tần số động cơ giao tiếp của nữ sinh viên theo khoa.

Kết quả điều tra cho thấy sự phân bố tần số các động cơ ở nữ sinh viên có qui luật chung. Tính qui luật này thể hiện không rõ ràng ở nam sinh viên.

Trong sinh viên cũng có một số rất ít không thích bộc lộ bản thân và không muốn người khác chia sẻ tâm sự vui buồn.



Hình 7: Tỷ trọng sinh viên không thích bộc lộ bản thân



Hình 8: Tỷ trọng sinh viên không thích bị can thiệp vào việc riêng

Bảng 2: Độ lệch tiêu chuẩn theo khoa (standard deviation) của các động cơ

Độ lệch tiêu chuẩn	Thích nói	Thích nghe	Thích bộc lộ	Thích tham khảo
Theo khoa đối với nữ	3.8	23.7	10.1	35.9
Theo khoa đối với nam	14.9	13.3	6.9	28.0
Theo nơi ở trọ	0.26	3.28	2.16	1.53

Độ lệch tiêu chuẩn (standard deviation) của các động cơ này khá lớn theo khoa (theo định hướng nhân cách) và theo giới tính, nhưng không rõ rệt theo nơi ở.

Những điều phân tích ở trên cho thấy: việc giao tiếp phụ thuộc chủ yếu là vào định hướng nhân cách và giới tính và phụ thuộc khá yếu vào đối tượng giao tiếp. Vì vậy có thể kết luận rằng *nhu cầu giao tiếp không chính thức bao gồm nói, nghe, bộc lộ bản thân, tham khảo ý kiến người khác là nhu cầu đặc trưng của lứa tuổi sinh viên và phụ thuộc vào định hướng nhân cách và giới tính là chủ yếu, đồng thời phụ thuộc yếu vào đối tượng giao tiếp là người thân hay bạn bè.*

Chủ đề giao tiếp không chính thức của sinh viên

Để tìm hiểu về các chủ đề giao tiếp được ưa thích, tác giả đưa ra phương án chọn có 12 chủ đề.

1. Tình bạn.

2. Tình yêu và mẫu người yêu lý tưởng.

3. Lý tưởng.

4. Thần tượng.

5. Tính cách và hoàn thiện tính cách.

6. Hôn nhân và gia đình.
7. Văn học và nghệ thuật.

8. Việc làm và nghề nghiệp.

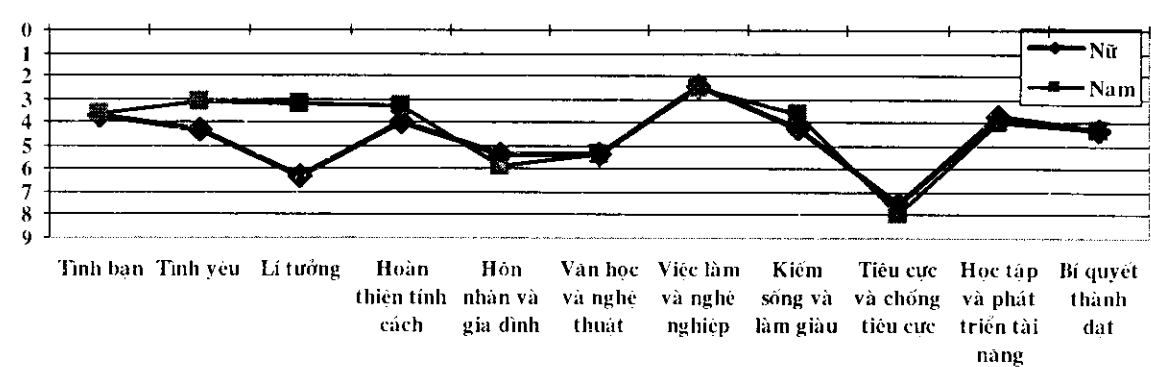
9. Kiếm sống và làm giàu.

10. Tiêu cực và chống tiêu cực.

11. Học tập và phát triển tài năng.

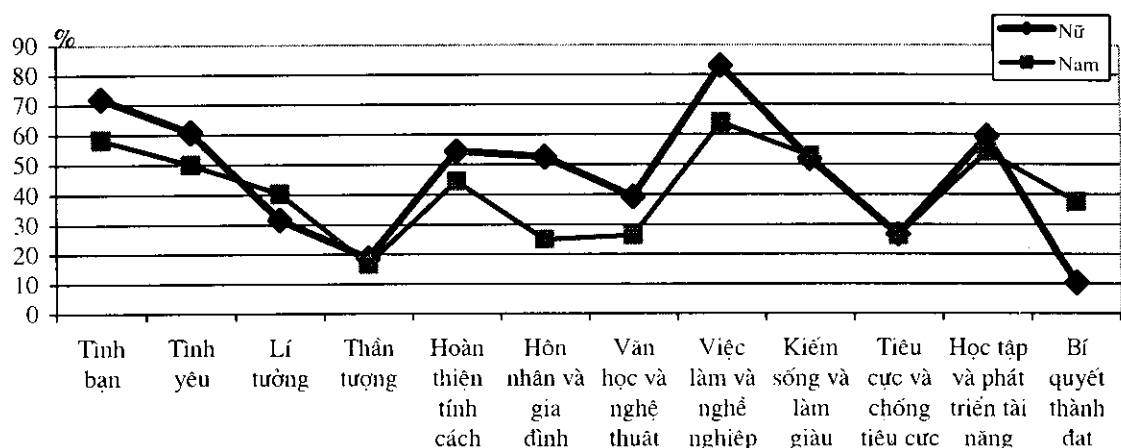
12. Bí quyết thành đạt.

Sinh viên được yêu cầu sắp xếp theo thứ tự chủ đề yêu thích nếu có thể. Thứ tự cao nhất là 1, thứ tự thấp nhất là 12. Tác giả dành chỗ cho câu trả lời mở để sinh viên nêu những chủ đề khác mà họ quan tâm.



Hình 9: Thứ tự trung bình của chủ đề yêu thích của sinh viên

Chủ đề yêu thích nhất của sinh viên là việc làm và nghề nghiệp (82,9% nữ; 63,9% nam) và được nhiều sinh viên xếp thứ tự 1. Tiếp đến là các chủ đề tình yêu, hoàn thiện tính cách, tình bạn, kiếm sống và làm giàu. Đối với các khoa khác nhau thì sự quan tâm đến một chủ đề cụ thể rất khác nhau. Ngoài 12 chủ đề nêu trên, số lượng sinh viên quan tâm đến chủ đề khác không đáng kể.



Hình 10: Phân bố tần số sinh viên quan tâm đến chủ đề.

Qua những số liệu thống kê nêu trên có thể thấy xã hội đã để lại dấu ấn của mình trong sự lựa chọn chủ đề yêu thích nhất của sinh viên. Ảnh hưởng của nền kinh tế thị trường đã làm cho sinh viên rất quan tâm đến việc làm và nghề nghiệp. Việc làm được đặt trong mối quan hệ chặt chẽ với thu nhập và nâng cao chất lượng cuộc sống bản thân. Chủ đề kiếm sống và làm giàu không còn là chủ đề tránh nói đến và số lượng sinh viên quan tâm là 51%, cao ngang hàng với chủ đề hoàn thiện tính cách, tình yêu, hôn nhân và gia đình.♣

Chú thích

1. Bài báo này là một phần của đề tài Một số vấn đề về lý luận giao tiếp không chính thức của sinh viên trong tâm lý học xã hội và tâm lý học phát triển. Đề tài cấp ĐHQG, đã nghiệm thu năm 2004. Chủ trì đề tài Nguyễn Văn Đồng.
2. Trích số liệu của đề tài Nghiên cứu một số hoạt động ngoài giảng đường của sinh viên Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn. Đề tài cấp Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, đã nghiệm thu năm 2001. Chủ trì đề tài Nguyễn Văn Đồng.
3. Trích số liệu của đề tài Một số vấn đề về lý luận giao tiếp không chính thức của sinh viên trong tâm lý học xã hội và tâm lý học phát triển. Đề tài cấp ĐHQG, đã nghiệm thu năm 2004. Chủ trì đề tài Nguyễn Văn Đồng.
4. Những số liệu đưa ra ở phần dưới được trích dẫn từ Nghiên cứu một số hoạt động ngoài giảng đường của sinh viên Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn. Đề tài cấp Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, đã nghiệm thu năm 2001. Chủ trì đề tài Nguyễn Văn Đồng.
5. Trích số liệu của các tài liệu tham khảo 2, 4, 5 dưới đây.

(Xem tiếp trang 39)

vào việc thiết kế của nhà sản xuất và tình huống cạnh tranh trên thị trường. ♣

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Philip Kotler. *Quản trị Marketing*. NXB Thống kê, 2000.
2. Lê Anh Cường (Biên soạn). *Tạo dựng và quản trị thương hiệu - danh tiếng và lợi nhuận*. NXB Lao động Xã hội, 2004.
3. Nguyễn Đình Xuân (Chủ biên). *Tâm lý học quản trị kinh doanh*. NXB Đại học Quốc gia, 1996.
4. Patricia Cafferata & Alice M. Tybout. *Cognitive and Affective Responses to Advertising*. Lexington Books, 1989.
5. Brian Mullen & Craig Johnson Hillsdale. *The psychology of consumer behavior*. New Jersey, 1990.

MỘT SỐ BIỂU HIỆN TRONG GIAO TIẾP...

(Tiếp theo trang 33)

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nghiên cứu một số hoạt động ngoài giảng đường của sinh viên Trường Đại

học Khoa học Xã hội và Nhân văn. Đề tài cấp Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, đã nghiệm thu năm 2001. Chủ trì đề tài Nguyễn Văn Đồng.

2. Một số yếu tố tâm lý tiền đề cho tính hiệu quả trong tổ chức và hỗ trợ sinh viên nghiên cứu khoa học thông qua câu lạc bộ nghiên cứu khoa học sinh viên. Đề tài cấp ĐHQG, đã nghiệm thu năm 2003. Chủ trì đề tài Nguyễn Văn Đồng.

3. Một số vấn đề về lý luận giao tiếp không chính thức của sinh viên trong tâm lý học xã hội và tâm lý học phát triển. Đề tài cấp ĐHQG, đã nghiệm thu năm 2004. Chủ trì đề tài Nguyễn Văn Đồng.

4. Một số đặc điểm giao tiếp giữa giảng viên và sinh viên Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn. Nguyễn Đắc Tuấn. Giảng viên hướng dẫn TS. Lê Thị Minh Loan. Báo cáo khoa học.

5. Giao tiếp của giảng viên với sinh viên trong hoạt động nghiên cứu khoa học của sinh viên tại Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn. Đặng Ngọc Bình, Phạm Hồng Hà. Giảng viên hướng dẫn TS. Hoàng Mộc Lan. Báo cáo khoa học.