

PATRICK KING

Minh Trang dịch

# TÂM LÝ HỌC

## ứng dụng

Thuật đọc tâm trí  
để nuôi dưỡng mối quan hệ  
và rèn luyện trí tuệ xúc cảm

1980  
BOOKS®  
ĐIỂN NGUYỄN TỬ THỰC

  
NHÀ XUẤT BẢN  
LAO ĐỘNG

1980  
BOOKS®  
KHỞI NGUỒN TRI THỨC

TÂM LÝ  
HỌC

# TÂM LÝ HỌC

## ứng dụng

Nghệ thuật đọc tâm trí là nền tảng để mỗi cá nhân thấu hiểu lòng người cũng như thấu hiểu chính mình. Cuốn sách **Tâm lý học ứng dụng** cung cấp các chiến thuật đã được khoa học chứng minh để giúp mỗi chúng ta trở nên dễ mến một cách chân thành, xây dựng nên những mối quan hệ tốt đẹp và sâu sắc, đồng thời mở ra những cơ hội quý giá để hiện thực hóa các mục tiêu trong cuộc sống.

Đã đến lúc biến những lý thuyết về tâm trí con người thành trợ thủ hữu ích cho các thành công trong đời thực! Trí tuệ xúc cảm (EQ) cũng như vị thế của bạn trong cộng đồng sẽ nhanh chóng được cải thiện thông qua những giải pháp giàu tính ứng dụng trong cuốn sách của Patrick King.

Công ty TNHH Văn Hóa và Truyền Thông 1980 Books

Trụ sở chính:

20-H2, ngõ 6 Trần Kim Xuyến, Yên Hòa, Cầu Giấy, HN

Tel: (024)3 788 0225

Chi nhánh tại TP.HCM:

42/35 Đường Nguyễn Minh Hoàng, P. 12, Tân Bình, HCM

Tel: (028)3 933 3216

Đặt mua sách:

[www.1980books.com](http://www.1980books.com)

[www.facebook.com/1980BOOKS.COM.VN](http://www.facebook.com/1980BOOKS.COM.VN)

TÂM LÝ HỌC ỨNG DỤNG

ISBN: 978-604-343-700-3



9 786043 437003 8 936066 691314



Giá: 129.000đ

# TÂM LÝ HỌC

ứng dụng

**THE SCIENCE OF SOCIAL INTELLIGENCE:  
45 Methods to Captivate People,  
Make a Powerful Impression,  
and Subconsciously Trigger Social Status and Value**

Copyright c 2020 by PKCS Media, Inc.

All rights reserved

Vietnamese translation rights arranged with PKCS Media, Inc.  
through TLL Literary Agency

**TÂM LÝ HỌC ỨNG DỤNG**

Bản quyền tiếng Việt © 2021,

Công ty TNHH Văn hóa và Truyền thông 1980 Books.



Không phần nào trong cuốn sách này được sao chép hoặc chuyển sang bất cứ dạng thức hoặc phương tiện nào, dù là điện tử, in ấn, ghi âm hay bất cứ hệ thống phục hồi và lưu trữ thông tin nào nếu không có sự cho phép bằng văn bản của Công ty TNHH Văn hóa và Truyền thông 1980 Books.



Mọi ấn phẩm của 1980 Books đều được in trên chất liệu giấy cao cấp và an toàn.



Liên hệ về các vấn đề chung và bản dịch, bản thảo: [rights@1980books.com](mailto:rights@1980books.com)  
Liên hệ dịch vụ tư vấn và đại diện giao dịch bản quyền: [rights@1980books.com](mailto:rights@1980books.com)  
Liên hệ về phát hành, kinh doanh: [1980books@gmail.com](mailto:1980books@gmail.com)



PATRICK KING

Minh Trang dịch

# TÂM LÝ HỌC ứng dụng

Thuật đọc tâm trí  
để nuôi dưỡng mối quan hệ  
và rèn luyện trí tuệ xúc cảm

1988  
BOOKS®  
KHÔNG GIỚI THỨC

  
NHÀ XUẤT BẢN  
LAO ĐỘNG



## MỤC LỤC

<b>Chương 1: Loài động vật xã hội .....</b>	<b>7</b>
Tầm quan trọng của giao tiếp xã hội .....	13
Giả thuyết về bộ não mang tính xã hội .....	22
Tác động của sự cô đơn.....	25
Giới hạn về tính xã hội của chúng ta .....	30
<b>Chương 2: “Thiếu niên cool ngầu” .....</b>	<b>41</b>
Động lực và sự nổi tiếng.....	44
Độ nhạy cảm trong giao tiếp xã hội .....	49
Sự thống trị và uy tín .....	54
Nồng ấm và năng lực.....	61
<b>Chương 3: Nhận thức tâm lý .....</b>	<b>77</b>
Được và mất.....	79
Hiệu ứng Pygmalion.....	86
Sự trôi chảy.....	90
Có qua có lại .....	97
Xác nhận lại bản thân.....	102
Những người cùng nhóm.....	110

<b>Chương 4: Một lộ trình đơn giản.....</b>	<b>125</b>
Ai cũng muốn nói về bản thân mình.....	127
Mọi người thích cảm giác quen thuộc và những điểm tương đồng.....	134
Ai cũng mong muốn có đồng minh .....	143
Con người yêu thích sự tích cực .....	150
<b>Chương 5: Ý thức, đồng cảm và điều chỉnh.....</b>	<b>165</b>
Thuyết tâm trí .....	168
Phổ cảm xúc.....	179
Mau mở cửa ra! Cảnh sát quan điểm đến đây!.	188
<b>Chương 6: Thảm họa xã hội.....</b>	<b>203</b>
Đừng che giấu .....	205
Đừng quá tử tế.....	209
Đừng tránh ánh mắt của tôi.....	215
Đừng cố tỏ ra “ngẫu”.....	222



## Chương 1

# LOÀI ĐỘNG VẬT XÃ HỘI



Tất cả chúng ta đều có một thời điểm trong cuộc sống, khi những thay đổi lớn về nội tiết tố tạo nên những biến chuyển trong cách ta tồn tại, ở hầu như mọi khía cạnh. Tôi đang nói về tuổi thanh xuân của chúng ta, bước ngoặt quan trọng trước tuổi trưởng thành. Và vâng, tôi cũng đang nói về tất cả những nỗi u buồn và những cảm xúc mới được khám phá đang chảy rần rần trong các tương tác xã hội của chúng ta.

Nhiều năm về trước (lâu hơn khoảng thời gian tôi muốn thừa nhận), tôi từng là một thiếu niên vật vã với những xúc cảm. Thực sự, điều đó cũng khó tránh khỏi. Có một ngày, tâm tình mong manh của tôi bị tổn thương sâu sắc khi nói chuyện với một người thu ngân (tôi đã nghĩ cô này luôn cư xử thô lỗ với tôi suốt mấy tuần nay). Cuộc trò chuyện bình thường của chúng tôi diễn ra đại loại thế này, “Cho tôi một bánh mì vòng nhân cá hồi”, “Tất cả có thể thôi phải không?”, “Vâng, cảm ơn cô”, “OK, ba đô la.”

Chỉ trong khoảnh khắc đối thoại ngắn ngủi đó, bạn có cảm nhận thấy người thu ngân khinh thường tôi không?

Tất nhiên là không rồi. Tôi đã tự vẽ ra một câu chuyện trong tâm trí, khi tự cho rằng mọi người và mọi thứ xung quanh đều cố ý xúc phạm mình. Nhưng điều quan trọng là, chính tôi đã tin vào câu chuyện do tôi tự tưởng tượng ra này. Bởi thế, tôi bắt đầu cư xử với người thu ngân tội nghiệp như thể cô ấy là một thứ cặn bã trên Trái Đất, để trả thù cô ấy, và cuối cùng thì cô ấy đã thực sự trở nên bất lịch sự với tôi. Hãy nhớ, cô ấy là một người thu ngân, vì vậy về bản chất cô ấy được trả tiền để cư xử tử tế với mọi người, vậy mà cô ấy lại bắt đầu nói chuyện thô lỗ với tôi. Tôi hẳn từng là một thiếu niên phiền toái kinh khủng.

Tôi đã tự dựng lên một câu chuyện trong tâm trí, tự nhập vai, rồi biến tưởng tượng thành hiện thực theo những cách tồi tệ nhất. Cho đến tận sau này, tôi mới nhận ra rằng hiện tượng này là kết quả của hiệu ứng Pygmalion. Hiệu ứng này được diễn giải như sau: Bạn đối xử với người khác như thế nào, họ sẽ thực sự trở thành người như thế. Nếu bạn cư xử với ai đó như thể họ tốt bụng và hào hiệp, có thể bạn sẽ khích lệ được mặt tốt đẹp ấy của họ. Bạn trở nên rộng lượng và quan tâm tới họ, và họ sẽ đáp lại bạn bằng sự tử tế. Ngược lại,

nếu cư xử với ai đó như thể họ vô cùng tồi tệ, bạn sẽ làm họ vượt mất cơ hội tỏa sáng và khơi gợi mặt xấu xa nhất trong họ - và đó chính xác là những gì tôi đã làm với cô thu ngân tội nghiệp.

Đó là lần đầu tiên tôi nhận ra, những điều nhỏ bé có thể khiến bạn trở nên được yêu thích và lôi cuốn hơn hẳn như thế nào, hoặc ngược lại. Đó là một sự hiểu biết hoàn toàn mới mẻ về trí thông minh xã hội và những điều kiện cần để thành công trong quan hệ với con người. Không nhất thiết phải thành thực về các đề tài chuyện phiếm (small-talk) hay phải biết giao tiếp bằng mắt thật hiệu quả như những gì mấy tạp chí và các bài viết trên mạng vẫn rao giảng cho bạn. Ứng xử xã hội không chỉ đòi hỏi những cử chỉ nhã nhặn và một thái độ dễ chịu có chủ đích. Nói chung, cách chúng ta đối nhân xử thế liên quan tới cách não bộ vận hành - bao gồm tất cả những quy trình “nền” tạo nên cơ sở cho mô hình tư duy, khuynh hướng nhận thức và những cảm xúc của chúng ta. Dù muốn hay không, chúng ta đưa ra phần lớn các quyết định dựa trên những yếu tố nằm bên dưới những suy nghĩ có ý thức. Sẽ rất đáng sợ nếu bạn không thực sự biết chúng ta đưa ra quyết định dựa trên điều gì.



Như người ta thường nói, kiến thức là sức mạnh. Có được nhận thức đầy đủ hơn về cách thức tâm trí vận hành là một bước tiến dài của chúng ta trong quá trình tìm kiếm những cách thức để cải thiện bản thân và xây dựng chánh niệm. Đó chính là tác dụng của cuốn sách này. Mục tiêu của cuốn sách là đi sâu vào điều con người thực sự tìm kiếm khi họ phán xét và đánh giá lẫn nhau. Một số ý tưởng gần như là lẽ thường khá phổ biến, trong khi một số lại rất khác so với quan niệm tiêu chuẩn. Trong quá trình đọc, bạn sẽ tìm hiểu thêm về hiệu ứng Pygmalion, cùng với hàng chục nghiên cứu khác trong lĩnh vực khoa học sinh học, tâm lý xã hội, và thậm chí là kinh tế học hành vi. Bạn sắp sửa bước vào một hành trình đi sâu vào tâm trí bản thân và khám phá xem điều gì đem lại cho bạn cảm giác muốn gần gũi một người, cũng như cảm giác tòi tệ nhất với một người khác - hoàn toàn thờ ơ và không thèm đếm xỉa.

Những thông tin tiếp theo có thể khá đáng sợ - nhưng hy vọng rằng khi cuốn sách khép lại, bạn sẽ gặp nhiều cơ hội hữu ích hơn là thất bại trong giao tiếp. Chúng ta được nã bộ điều khiển, đời sống xã hội và các mối quan hệ của chúng ta

phụ thuộc vào việc giải mã nó! Ẩn dưới ngoại hình khác biệt, tất cả chúng ta đều có một “phần cứng” như nhau. “Phần mềm” của chúng ta có thể khác nhau, nhưng những động lực cốt lõi và động cơ của chúng ta gần như đều tuân theo tiêu chuẩn. Loài người, xét từ cả quan điểm sinh học và tiến hóa, là một loài động vật xã hội. Dù cho mỗi cá nhân nằm ở đâu trên thang điểm tính cách giữa

hướng nội và hướng ngoại, những tương tác xã hội đơn giản là một phần không thể thiếu trong cuộc sống của chúng ta. Đó là điều chúng ta muốn làm và cũng là thứ chúng ta cần làm.

Sở hữu trí thông minh xã hội và hiểu biết về các mối quan hệ xung quanh là chìa khóa để có được những điều chúng ta mong muốn trong cuộc sống. Khoa học và các nghiên cứu đã chỉ cho chúng ta cách để ứng phó với điều khó đoán nhất, theo lý thuyết: con người.

Hơn hai thiên niên kỷ trước, nhà triết học nổi tiếng Aristotle đã nói: “Xã hội là thứ có trước cá nhân. Bất cứ ai không thể sống chung với người khác, hoặc có khả năng tự cung tự cấp tới mức không cần sống chung, và do đó không tham gia vào xã hội, hẳn là một quái thú hoặc một vị thần.”

Khả năng giao tiếp hiệu quả hơn bất kỳ loài nào khác trên Trái Đất của con người là yếu tố chính đưa chúng ta lên tới đỉnh của chuỗi thức ăn. Và khi nền văn minh trở nên tiến bộ, các kỹ năng xã hội vẫn là một phần rất quan trọng tạo nên thành công của mỗi cá nhân. Nếu không am hiểu môn khoa học trí tuệ xã hội, bạn sẽ không chỉ bị tụt hậu, mà thậm chí sẽ không thể hạnh phúc và gặp nhiều khó khăn trong quá trình vươn tới mục tiêu.

## TẦM QUAN TRỌNG CỦA GIAO TIẾP XÃ HỘI

Tại sao chúng ta có thể hiểu rõ tầm quan trọng của việc phát triển cơ thể (xét về mặt vật lý), tăng cường khả năng tư duy và học hỏi kỹ năng mới - nhưng lại dành rất ít thời gian để suy nghĩ về việc hòa đồng với xã hội? Giao tiếp xã hội về cơ bản cũng mang tính “người” như bất kỳ nhu cầu cơ bản nào khác, nhưng chúng ta lại coi trí thông minh xã hội là điều hiển nhiên, mặc định là tự ta sẽ làm tốt điều này. Mặc dù đều hiểu rằng, thật tuyệt khi có nhiều người yêu quý, sở hữu những tình bạn bền vững và có một đời sống xã hội lành mạnh, nhưng rất ít người trong chúng ta thực sự hành động để đạt được những điều trên.

Một trong những nhu cầu học hỏi cơ bản của con người là mài giũa khả năng giao tiếp xã hội và những kỹ thuật cần có để đạt được điều đó. Thật đơn giản: hiểu được nghệ thuật gắn kết với người khác không phải là một lựa chọn, mà là điều kiện thiết yếu để định hình chúng ta là ai, và sự phát triển của chúng ta trong thế giới này. Trong chương đầu tiên, ta sẽ xem xét một số nghiên cứu lớn cho thấy tổ tiên của chúng ta đã phát triển kỹ năng quan trọng này như thế nào để mọi người có thể kết nối với nhau, đồng thời, từ đó đến nay, nhu cầu học hỏi đó đã tồn tại trong xã hội loài người ra sao. Lợi ích của việc thành thạo các kỹ năng xã hội là rất rõ ràng: những người có kết nối xã hội hiệu quả hơn sẽ khỏe mạnh và tráng kiện hơn, có sức khỏe tinh thần tốt hơn và chắc chắn được hưởng lợi từ các nguồn lực trong mạng lưới xã hội đó.

Một nghiên cứu năm 2011 của Schultz và các cộng sự trên tạp chí nổi tiếng *Nature* đã lý giải rằng, trong các tổ tiên nguyên thủy của chúng ta, những người giỏi giao tiếp xã hội hơn có được lợi thế tốt hơn về thể chất và khả năng sinh tồn, khi so sánh với các đồng loại kém hòa đồng của họ, đặc biệt là khi loài người học hỏi và phát triển các phương



thức kiếm ăn khác nhau. Trong nhiều năm, các nhà sinh học và nhân chủng học đã cố gắng hiểu chính xác sự phát triển theo thời gian của các hành vi cá nhân và xã hội. Trong nghiên cứu này, các nhà nghiên cứu cho rằng, khi loài người chuyển từ kiếm ăn một mình sang kiếm ăn trong các nhóm xã hội có khả năng thích nghi cao hơn, và khi chuyển từ kiếm ăn vào ban đêm sang ban ngày (thời điểm nguy hiểm hơn), họ đã phát triển kỹ năng giao tiếp tinh vi, sự đồng cảm, tinh thần hợp tác và các quy tắc xã hội. Nói cách khác, bản tính xã hội của loài người đã phát triển từ rất lâu trước đây, cùng với tất cả những đặc tính khác của chúng ta.

Ngày nay, chúng ta hoạt động chính xác theo cách này, bởi những hành vi như vậy từng rất có lợi cho tổ tiên của chúng ta. Những người kém hòa đồng lại không được hưởng lợi thế tương tự và hậu quả là đã chết hàng triệu năm trước. Trên thực tế, nhiều người tin rằng, não bộ chúng ta đã tiến hóa để xử lý dữ liệu bổ sung đi kèm với việc sống trong một nhóm mà ta phải hòa hợp để tồn tại. Ngôn ngữ, khả năng tưởng tượng, niềm đam mê với việc kể chuyện, cấu trúc xã hội và cấu trúc gia đình của chúng ta - tất cả những điều này đã giúp

tổ tiên ta tồn tại và tiếp tục giúp chúng ta tồn tại đến tận ngày nay.

Thật kinh ngạc khi tưởng tượng rằng loài người thực sự phải học cách giao tiếp xã hội, cũng tương tự như việc phải học cách đi thẳng hay cách sử dụng công cụ. Trong thực tế, bản thân việc hòa vào xã hội cũng là một công cụ. Nhân loại sớm tìm cách thông thạo kỹ năng này, song song với việc rèn luyện khả năng làm việc cùng nhóm và mở rộng phạm vi hoạt động của mỗi cá nhân. Một bài viết khác mới hơn cũng trên tạp chí *Nature* đã bổ sung, loài người sơ khai chủ yếu phát triển ngôn ngữ như một kỹ năng xã hội, để chia sẻ những ý tưởng tiên tiến với các thành viên khác trong nhóm.

Trong bài nghiên cứu vào năm 2015, Morgan và các đồng nghiệp lập luận rằng, việc con người sử dụng một số công cụ đặc biệt trong thời kỳ sơ khai là một kỹ năng được “truyền tải qua giao tiếp xã hội”, bởi vậy ngôn ngữ được phát triển để loài người có thể dạy cho nhau về các công cụ này. Họ đưa ra tình huống là trong thời đại đó, những công cụ phổ biến khó có thể được sử dụng hiệu quả tối đa nếu mọi người chỉ đơn thuần là bắt chước nhau hoặc áp dụng phương pháp thử và sai khi sử

dụng. Thay vào đó, trong các thí nghiệm ngày nay với sự tham gia của loài người hiện đại, họ đã chỉ ra rằng, phải có ngôn ngữ để hiểu rõ và sử dụng những công cụ.

Các tác giả của bài nghiên cứu tuyên bố rằng, loài người nguyên thủy lúc này đã tiến tới kỷ nguyên kỹ thuật tiếp theo, vì họ đã tìm ra cách tiếp cận nhau qua ngôn ngữ. Chúng ta có thể tưởng tượng mọi thứ sẽ diễn ra như thế nào. Một bộ lạc đang chia sẻ thật hào hứng với nhau về một kỹ thuật tuyệt vời - nhưng việc diễn đạt thông qua mô phỏng bằng tay thôi là chưa đủ. Ta có thể hình dung được nhu cầu cấp thiết phải tạo ra một công cụ giàu sắc thái hơn - chính là từ ngữ - và sử dụng nó sao cho thật hiệu quả. Để giải thích, để khen ngợi hoặc chỉ trích, để yêu cầu hoặc phủ nhận, để lập kế hoạch, thậm chí để nói dối hoặc lừa gạt - tất cả những điều này đều cần có ngôn ngữ. Gần như ngay lập tức, ngôn ngữ cho phép chúng ta đến gần nhau, tham gia vào thế giới của những người xung quanh theo một cách mà trước đây ta không thể làm được.

Đây là một ý tưởng đáng kinh ngạc: Ngôn ngữ, và thực sự là cả sự giao tiếp xã hội nói chung,

không hề hình thành một cách tự phát mà xuất hiện dựa trên nhu cầu.

Điều này cho thấy việc hòa đồng với xã hội không phải là một sự lựa chọn với giống loài chúng ta, mà đó là một phần trong con người chúng ta, được hình thành trong lịch sử và ADN của chúng ta. Có nhiều giả thuyết về quá trình chúng ta tinh chỉnh các kỹ năng xã hội, nhưng có lẽ luận điểm thuyết phục nhất là giao tiếp xã hội về cơ bản đã trở thành một phần của con người. Ta không thể coi là mình đã có một cuộc sống thành công trừ khi đạt được những thành tựu nhất định trong các mối quan hệ xã hội.

Về lợi ích của ngôn ngữ, nhà tâm lý học Susan Pinker không khám phá ra những giá trị mới về phương diện lịch sử hay tiến hóa, mà bà xác định những lợi ích về mặt sinh học ở ngay thời điểm hiện tại. Ý tưởng của bà là những tiếp xúc xã hội trực tiếp có ảnh hưởng sâu sắc tới hệ thống thần kinh và hạnh phúc tổng thể của chúng ta. Hiệu ứng hay được gọi là “hiệu ứng làng xã” sẽ xảy ra khi con người tiếp xúc trực tiếp với những con người khác. Lúc đó, mọi người sẽ sống hạnh phúc hơn, có tuổi thọ cao hơn và mạnh mẽ hơn. Tại sao



lại như vậy? Luận điểm ở đây là sự giao tiếp xã hội giúp sinh ra một ly cocktail chứa các chất dẫn truyền thần kinh cho não, nó giống như một liều thuốc giải độc hiệu quả, giúp chống lại căng thẳng và những tác dụng phụ của sự căng thẳng đối với cơ thể và tâm trí.

Điều này khá hiển nhiên với những người hướng ngoại và những người có các mối quan hệ xã hội rộng mở. Theo nghĩa đen, sống hòa đồng gần như là vấn đề sống còn với họ. Một gia đình hòa thuận, một người bạn đời lãng mạn, bạn bè và đồng minh, những người cùng cộng đồng mà bạn gắn bó, người cố vấn, bạn tâm giao, những người thầy giảng giải tinh thần... - tất cả những kết nối này tạo nên tác động vật lý tới cơ thể con người, giúp điều chỉnh mức độ căng thẳng, tăng cường hệ thống miễn dịch và giúp chúng ta kiên cường hơn trước những thử thách của cuộc sống. Điều này có thể lý giải tại sao dân số ở một vài quốc gia nhất định lại sống thọ đến vậy.

Chế độ ăn uống, môi trường hay lối sống chắc chắn giữ vai trò nào đó đối với tuổi thọ cao, và lối sống “làng xã” cùng với lợi ích của hiệu ứng này cũng có vai trò nhất định. Sau cùng, ngày nay hầu

hết mọi người đã đồng ý rằng loài người phát triển trong một mạng lưới nhỏ không quá một trăm người. Bên cạnh đó, ta có nhu cầu giao tiếp thân mật với một nhóm nhỏ kết nối chặt chẽ, đó là một phần cơ bản trong cuộc sống của chúng ta, cũng giống như tổ tiên chúng ta trước đây vậy.

Tuy nhiên, các hiệu ứng không chỉ đem lại những tác động về vật lý. Không phải vô lý mà các nhà tâm lý học hay các bác sĩ luôn hỏi một bệnh nhân hay khách hàng mới về mạng lưới những người hỗ trợ cho họ. Những chuyên gia này hiểu rằng, sự kết nối xã hội vững chắc tạo ra những tác động có thể đo lường được đối với bệnh nhân, giúp họ ứng phó với những khó khăn trong cuộc sống, cũng như giúp họ hồi phục nhanh chóng sau bất kỳ nghịch cảnh nào. Một nghiên cứu gần đây của Emily Rogalski và đồng nghiệp, tại Trung tâm Bệnh Thần kinh Nhận thức và Alzheimer (CNADC) thuộc Chicago, đã khám phá ra một điều: việc duy trì cuộc sống xã hội khỏe mạnh ở tuổi già có thể tác động lớn tới sức khỏe não bộ, ngăn ngừa chứng mất trí nhớ và cung cấp cho người cao tuổi khả năng nhận thức tương đương những người trẻ hơn họ hàng chục tuổi.

Điều này không có gì đáng ngạc nhiên đối với những người làm việc trong lĩnh vực chăm sóc con người, hoặc những ai có người thân lớn tuổi trong mạng lưới quan hệ: duy trì kết nối với xã hội giúp mọi người giữ được trí óc nhạy bén. Những người “siêu lão làng” (SuperAger) - ý chỉ những bậc cao niên ở độ tuổi 80 nhưng vẫn sở hữu tinh thần nhạy bén của độ tuổi trung niên - nhìn chung có nhiều bạn bè hơn và liên tục giao tiếp xã hội. Kết quả là họ củng cố được trí nhớ ngắn hạn và dài hạn của bản thân, họ cũng có ý thức phát triển hơn nữa năng lực tự chủ, có khả năng tự chấp nhận bản thân cao hơn và có những mục đích mãnh liệt hơn trong cuộc sống. Cũng có thể những lợi ích này có mối tương quan vật lý tới não bộ - có những giả thiết rằng một số vùng nhất định trong não sẽ dày lên (theo nghĩa đen) ở những người lớn tuổi quảng giao.

Tuy nhiên, kết luận này không đồng nghĩa với việc bạn phải giao tiếp xã hội không ngừng nghỉ như loài ong loài bướm, giao lưu với hết người này đến người khác ngay cả khi bạn không thích như thế. Kiểu giao tiếp xã hội lành mạnh và hữu ích mà Pinker muốn nhắc đến là một biểu hiện tinh tế hơn - và chúng ta cũng không nên quên rằng

chính những tương tác với người khác cũng là yếu tố hàng đầu gây nên căng thẳng. Chắc chắn, nhiều người sẽ nói rằng những vụ ly hôn, xích mích trong gia đình, nạn bắt nạt, các áp lực xã hội, những lời gièm pha hoặc cảm giác thiếu riêng tư đều khiến một người đánh mất nhiều năm tuổi thọ!

Giá trị của giao tiếp xã hội khá phức tạp - nó cũng giống như những yếu tố khác mà chúng ta coi là điều kiện cần để có được sức khỏe lành mạnh, như chế độ ăn uống và các yếu tố di truyền. Ngay cả khi những nghiên cứu trong sách tập trung vào đối tượng cao tuổi, cũng không có lý do gì để nghi ngờ rằng cơ chế tương tự cũng chính xác với người trẻ tuổi. Nếu bạn quan tâm tới việc sống lâu và trở nên giàu có, thì hòa hợp xã hội là yếu tố quan trọng cũng tương đương với việc bỏ thuốc lá, duy trì cân nặng hợp lý và ăn uống đúng cách.

## GIẢ THUYẾT VỀ BỘ NÃO MANG TÍNH XÃ HỘI

Để bàn sâu hơn và mở rộng thêm ý tưởng trong phần trước, giả thuyết về *bộ não mang tính xã hội* cho rằng, bộ não của con người tiến hóa và trở nên lớn hơn để có tính xã hội hóa cao hơn, chứ không

phải theo chiều hướng ngược lại. Thêm nữa, giả thuyết này lập luận, lý do duy nhất khiến não bộ phát triển là nhờ tăng cường giao tiếp về nhiều chủ đề đa dạng hơn.

Giáo sư người Anh về nhân chủng học và tâm lý học tiến hóa, Robin Dunbar, quan sát thấy quy mô nhóm xã hội của một loài là yếu tố dự đoán chính xác nhất về kích thước não của loài đó - cụ thể là kích thước lớp não ngoài cùng được gọi là tân vỏ não (neocortex). Khám phá này đã dẫn đến lý thuyết bộ não mang tính xã hội.

Các nhà khoa học tin rằng, loài đầu tiên có kích thước não bộ tương đương với loài người hiện đại - được biết đến với tên gọi *Homo heidelbergensis* - đã xuất hiện từ khoảng 600.000 đến 700.000 năm trước tại châu Phi. Những tổ tiên này của *Homo sapien* cũng được cho là những nhóm người đầu tiên chôn cất người chết, xây dựng các khu lán trại tập trung, và biết phân công lao động khi làm việc để sản bắt hiệu quả hơn. Đây không phải là điều ngẫu nhiên.

Lý do tồn tại của giả thuyết bộ não mang tính xã hội là: động vật linh trưởng sở hữu bộ não có kích thước lớn bất thường so với kích cỡ cơ thể

chúng (khi so sánh với tất cả các loài động vật có xương sống khác), đây chính là kết quả của nhu cầu phải quản lý những hệ thống xã hội phức tạp khác thường. Nói cách khác, để xã hội phát triển mạnh mẽ, bộ não cần phải tiến hóa để đáp ứng các nhu cầu nhận thức của việc hòa nhập xã hội.

Khi các hành vi xã hội phức tạp hạn chế quy mô của các nhóm sinh vật mang tính xã hội, ngày càng có nhiều bằng chứng cho thấy quá trình tiến hóa đã ưu ái những cá nhân có cấu trúc não bộ phù hợp nhất trong việc thực hiện và phát triển thêm những hành vi phức tạp đó. Thú vị là, nhân tố chính giúp phân biệt giữa não người với não của các loài linh trưởng khác là kích thước của phần tân vỏ não đã đề cập ở trên - phần não bao gồm nhiều vùng não liên quan đến nhận thức xã hội phức tạp.

Những chức năng nhận thức này bao gồm suy nghĩ có ý thức, ngôn ngữ, kỹ năng điều chỉnh hành vi và cảm xúc, cũng như sự đồng cảm và thuyết tâm trí ("theory of mind") - một yếu tố giúp con người có thể hiểu được cảm nhận và ý định của người khác.

Vậy, tất cả những điều trên có ý nghĩa gì?

Loài người, với tư cách là một giống loài, được thiên phú cho một “bộ não có tính xã hội”. Về cơ bản, loài người chúng ta được “lập trình” về mặt sinh học để có thể kết nối với nhau. Sống một cuộc đời cô lập có thể dẫn tới nguy cơ cô đơn và trầm cảm cao hơn, bởi cuộc chiến sinh tồn trong 600.000 tới 700.000 năm tiến hóa đã buộc chúng ta phải hòa nhập với xã hội. Chúng ta cần ở cạnh những đồng loại khác để có tinh thần khỏe mạnh, bất kể tính khí hay kiểu tính cách của ta là gì.

## TÁC ĐỘNG CỦA SỰ CÔ ĐƠN

Vậy, điều gì sẽ xảy ra trong trường hợp ngược lại, khi chúng ta gặp trở ngại trong việc kích thích bộ não có tính xã hội của mình? Địa vị xã hội và thành công không chỉ là những thứ phù phiếm hay câu chuyện về sự tự tin, mà là những yếu tố quan trọng tạo nên sức khỏe tổng thể của chúng ta. Trên thực tế, việc thiếu tương tác hay tiếp xúc xã hội có thể gây ra những hậu quả đáng kể tới sức khỏe của chúng ta - về tinh thần và thậm chí cả thể chất. Cô đơn có thể “giết” người, theo nghĩa đen. Đó không phải là chuyện bịa, có hẳn những nghiên cứu khoa học và các bằng chứng đầy đủ về sự thật đáng tiếc này.

Thang đo Mức độ Cô đơn UCLA, một bảng câu hỏi tiêu chuẩn của Mỹ về sự cô đơn, đã sử dụng 20 câu hỏi để xác định tần suất các cá nhân trải qua cảm giác được kết nối chặt chẽ với người khác. Kết quả chỉ ra rằng, có tới 30% dân số Mỹ cảm thấy bị cô lập và cô đơn về mặt xã hội trong mọi lúc.

Con số 30% thật đáng kinh ngạc, vì điều đó có nghĩa là hơn 95 triệu người dân Mỹ đang bị nỗi cô đơn tác động tới sức khỏe. Sự cô đơn có những khác biệt ở các độ tuổi khác nhau, nhưng đặc biệt bất lợi với người cao tuổi, vì nó có thể thúc đẩy quá trình suy giảm chức năng cơ thể và do đó dẫn đến qua đời sớm hơn.

Tất nhiên, bạn có thể nghĩ cô đơn là vấn đề xuất hiện nhiều hơn ở nhóm người cao tuổi so với những nhóm dân số khác, vì các thành viên trong vòng kết nối xã hội của người lớn tuổi có thể đã qua đời vì tuổi già. Nhưng thực chất, nỗi cô đơn cũng lan tỏa rộng rãi trong nhóm người trung niên và thanh niên.

Một cuộc khảo sát năm 2010 được AARP công bố cho thấy, có hơn 33% người từ 45 tuổi trở lên cho biết họ bị cô đơn kinh niên, có nghĩa là họ luôn cảm thấy cô đơn trong một thời gian dài. Điều này



thậm chí còn đáng báo động hơn nữa khi bạn nhìn vào cuộc khảo sát tương tự được thực hiện vào năm 2000, khi chỉ 20% người tham gia cho biết bản thân bị cô đơn mạn tính. Khi mỗi ngày có khoảng 10.000 người thuộc thế hệ bùng nổ trẻ sơ sinh (những người sinh vào khoảng thời gian từ năm 1946 đến năm 1964, sau Thế chiến 2) nghỉ hưu, số lượng người cô đơn có khả năng tăng cao đáng ngại vào năm 2020.

Các nhà nghiên cứu tại Đại học Chicago đã tiến hành một cuộc nghiên cứu trong khung thời gian năm năm, để đo lường mối tương quan giữa sự cô đơn và nguy cơ mắc chứng trầm cảm. Họ phát hiện ra rằng, những người tự nhận là cô đơn khi bắt đầu nghiên cứu có xu hướng nói mình bị trầm cảm vào giai đoạn cuối của chương trình nghiên cứu. Trên thực tế, nghiên cứu đã phát hiện ra một điều thực sự đáng kinh ngạc: những người nhận rằng mình cô đơn khi bắt đầu nghiên cứu và báo cáo mình cảm thấy trầm cảm vào cuối nghiên cứu thậm chí còn nhiều hơn những người tự nhận trầm cảm ngay từ đầu. Nói cách khác, cô đơn dễ trở thành tiền lệ cho chứng trầm cảm hơn cả bản thân chứng trầm cảm, và tình hình chỉ càng tồi tệ thêm.

Một điều khá ngạc nhiên khác là, ngược lại với khả năng kết nối toàn cầu đầy hứa hẹn của cuộc sống kỹ thuật số ngày nay, nghiên cứu đã cho thấy bệnh cô đơn trong xã hội chúng ta đang ngày càng lan rộng. Người ta đang tiến hành những nghiên cứu tập trung đặc biệt vào mối quan hệ giữa sự xã hội hóa trên nền tảng mạng và nỗi cô đơn. Lĩnh vực nghiên cứu này tiếp tục trở nên thú vị hơn khi mạng xã hội trở thành một phần quan trọng trong đời sống xã hội của chúng ta.

Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng, việc sử dụng nhiều phương tiện truyền thông xã hội sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến hạnh phúc và cảm giác thỏa mãn với xã hội. Tại thời điểm này, các mạng xã hội đã quá phát triển để có thể giảm bớt độ ảnh hưởng, vì vậy, xã hội sẽ phải tìm cách sử dụng các mạng xã hội này theo hướng tích cực hơn, để chúng ta có thể kiểm chế được sự cô đơn và chứng trầm cảm trước khi chúng trở thành đại dịch (nếu hiện tại vẫn chưa phải là đại dịch).

Cấu trúc và chức năng của não bộ dần thay đổi qua hàng nghìn năm, và phần lớn các phương pháp giao tiếp hiện đại của chúng ta đơn giản là

quá mới mẻ để có thể hòa hợp trọn vẹn với bộ não mang tính xã hội. Điện thoại mới chỉ xuất hiện hơn một thế kỷ trước, và việc gửi tin nhắn hay “chat” qua lại tức thời còn có tuổi đời non trẻ hơn nữa.

Phải chăng, giao tiếp chủ yếu qua máy tính và điện thoại thay vì gặp mặt trực tiếp không thể đáp ứng được nhu cầu gắn bó với xã hội của chúng ta sau một hành trình dài tiến hóa? Hay sự cô đơn và cảm giác bị cô lập ngày càng gia tăng không phải là kết quả trực tiếp của mạng xã hội và tin nhắn tức thời? Liệu đó có thể là kết quả của việc sử dụng công nghệ một cách không thích hợp? Hay là về mặt sinh lý, bộ não loài người không thể bắt kịp để thích nghi với quá trình tiến hóa này?

Những câu hỏi trên vẫn đang chờ được xem xét trong những nghiên cứu chuyên sâu hơn. Trong thời gian chờ đợi, điều quan trọng đối với tất cả chúng ta là phải lưu ý tới các mức độ khác nhau của công nghệ (cụ thể ở đây là việc sử dụng phương tiện truyền thông xã hội), rằng chúng ảnh hưởng đến sức khỏe nói chung và cảm xúc của chúng ta như thế nào. Nếu bạn đang đối mặt với cảm giác cô đơn kinh niên, hãy nghĩ xem liệu có phải bạn đang không tương tác trực tiếp với người

khác đủ nhiều để thỏa mãn nhu cầu sinh học và tiến hóa của mình.

Sức khỏe, xét trên mọi khía cạnh, có nghĩa là đạt được sự cân bằng. Không quá ít cũng không quá nhiều, tương tác xã hội lành mạnh là khi chúng ta đạt tới một mức độ nhất định. Hiện tượng siêu xã hội hóa (hypersocialization) trên các phương tiện truyền thông cũng gây ra nhiều vấn đề. Vậy, thế nào là một “liều thuốc” xã hội hóa lành mạnh và vừa đủ?

## GIỚI HẠN VỀ TÍNH XÃ HỘI CỦA CHÚNG TA

Mặc dù tương tác xã hội là động lực thúc đẩy sự phát triển của não bộ, chúng ta vẫn có những giới hạn về mức độ xã hội hóa. Ngay cả những người hướng ngoại nhất trên thế giới cũng chỉ có tài nguyên trí não và năng lượng hữu hạn để hòa vào xã hội, có nghĩa rằng, chúng ta đơn giản là không thể liên tục giao tiếp với tất cả mọi người.

Robin Dunbar, nhà khoa học từng đặt ra giả thuyết về bộ não xã hội, đã tham khảo các nghiên cứu nhân chủng học để đưa ra khái niệm mà sau cùng được gọi là con số Dunbar - giới hạn về số

lượng người mà một cá nhân có thể cùng họ duy trì những mối quan hệ xã hội ổn định. Trong trường hợp này, các mối quan hệ được xét là ổn định khi một cá nhân biết tất cả những người còn lại là ai và họ có quan hệ như thế nào với từng thành viên khác trong nhóm.

Dunbar đề xuất rằng, một người trung bình chỉ có thể thoải mái duy trì khoảng 150 mối quan hệ ổn định tại bất kỳ thời điểm nào. Dữ liệu này làm bạn phải suy nghĩ lại về số lượng người mà bạn kết nối trên mạng xã hội, phải không?

Con số 150 không được cho là chính xác với toàn thể nhân loại, mà là con số trung bình khi tổng số mối quan hệ ổn định khả thi sẽ nằm trong khoảng từ 100 đến 200. Thông thường, người ta cho rằng việc có hơn 200 mối quan hệ có thể khiến các mối quan hệ trở nên bất ổn, trừ khi áp dụng những quy tắc và các định mức để lập ra giới hạn. Con số này cũng không bao gồm những mối quan hệ xã hội trong quá khứ không còn tiếp tục nữa, hoặc những mối quan hệ quen biết ngắn hạn.

*Nhưng, làm thế nào mà Dunbar lại đưa ra kết luận là con số 150 người?*

Ông giả định rằng, kích thước trung bình hiện tại của tân vỏ não con người đã đạt tiêu chuẩn vào khoảng 250.000 năm trước, trong thế Canh tân (thế Pleistocene). Sau đó, Dunbar tiếp tục tìm kiếm các tài liệu nhân chủng học và dân tộc học, như một cách điều tra dân số trong các xã hội săn bắt hái lượm khác nhau, với hy vọng tìm ra được một ước lượng chính xác về quy mô nhóm điển hình trong các xã hội cổ đại. Ông đã tìm thấy nhiều ví dụ về các nhóm có quy mô khoảng 150 thành viên - từ các làng nông nghiệp thời kỳ Đồ đá mới và các đơn vị điển hình của quân đội chuyên nghiệp thời La Mã cổ đại trước công nguyên, đến các cộng đồng Hutterite<sup>1</sup> hiện đại bắt đầu xuất hiện từ thế kỷ 16 đến nay.

Dunbar lưu ý rằng, các xã hội cổ đại có thể được chia thành ba loại dựa trên quy mô nhóm: các nhóm nhỏ từ 30 tới 50 người, các nhóm cùng dòng dõi văn hóa từ 100 đến 200 người, và các bộ lạc có từ 500 đến 2.500 người.

Dù vậy, 150 vẫn là con số hữu ích nhất, vì một loạt các giá trị khác về năng lực xã hội của con

---

<sup>1</sup> Những người thuộc cộng đồng Hutterite sống tách biệt với thế giới bên ngoài, tự sản xuất mọi thứ và luôn hướng tới việc phục vụ cộng đồng nhỏ của mình, không thừa nhận tài sản cá nhân.

người hiện đại đã bắt nguồn từ đây. Thực ra, có một công thức để ước tính gần đúng tất cả các số khác, đó là “quy tắc ba”.

Khi nhân số Dunbar (150) với 3, chúng ta có ước tính gần đúng về tổng số người quen của chúng ta, và nhân số đó với 3 một lần nữa, ta có giới hạn tuyệt đối về tổng số các mối quan hệ xã hội của mình - tức số người mà chúng ta có thể nhớ tên trong một thời điểm.

Mặt khác, khi chia 150 cho 3, ta sẽ có 50 người bạn mà mình ít nhiều cảm thấy thân thiết, gần bó. Tiếp tục chia số này cho 3, ta sẽ có từ 15 tới 20 cái tên thật sự tâm giao - những người bạn mà chúng ta có thể tìm đến để được cảm thông và hỗ trợ. Cuối cùng, chia cho 3 một lần nữa, ta sẽ có nhóm những người bạn thân thiết nhất hoặc những thành viên trong gia đình - những người có ảnh hưởng mạnh mẽ hơn cả đến tính cách của chúng ta. Đây là một minh họa rất thực tế chỉ ra những người mà bạn nên tập trung dành thời gian cho họ, và lý do tại sao bạn nên tránh để bản thân quá dàn trải với nhiều mối quan hệ.

Mặc dù “cơ cấu” của tất cả các nhóm này có thể biến đổi linh hoạt, nhưng quy mô tổng thể

nhìn chung là cố định. Ai cũng có thể chuyển từ cấp độ này sang cấp độ khác - hoặc hoàn toàn rời khỏi “vòng tròn xã hội” của bạn - nhưng mỗi chỗ trống trong kim tự tháp các mối quan hệ này sẽ được thế chỗ bởi một người mới.

Chúng ta thường không nhận ra các mối quan hệ xã hội có hệ thống ra sao, nhưng những phân tích từ những con số của Dunbar có thể tiết lộ cách chúng liên quan đến cá nhân bạn. Hãy tưởng tượng, bạn có một nhóm bạn với tám thành viên và thường xuyên đi chơi với nhau. Cho dù bạn thích từng thành viên trong nhóm tới mức nào, thực tế chắc chắn là chỉ một vài thành viên trong nhóm là bạn thân và bạn tâm giao của bạn. Thật tuyệt vời khi là một phần của một nhóm lớn và đa dạng cá tính, nhưng sự thực không tránh khỏi là tất cả chúng ta đều chỉ có năng lượng và nhận thức xã hội hạn chế.

Chú ý đặt ra giới hạn xã hội đem lại cho bạn những lợi ích, một trong số đó liên quan tới lòng đố kị. Vì địa vị xã hội và sự thành công rất quan trọng đối với loài người, không có gì ngạc nhiên khi chúng ta lại cảm thấy ghen tị khi bạn bè



hay người yêu của mình không sử dụng thời gian và nguồn lực xã hội của họ theo đúng ý muốn của chúng ta.

Tuy nhiên, tâm vồ nảo của chúng ta sẽ sớm phát triển hơn nữa, vậy nên đừng đổ kị, mà hãy tìm đến cách hành xử lành mạnh hơn, đó là hiểu và chấp nhận rằng mỗi người có quyền phân bổ năng lượng và nhận thức hạn chế của họ theo cách mà họ thấy phù hợp. Chúng ta chỉ có thể kiểm soát các lựa chọn và quyết định của chính mình, còn kỳ vọng về hành động của người khác không thể giúp chúng ta hạnh phúc hay khỏe mạnh hơn.

Đồng thời, rất nhiều người gặp khó khăn trong việc dành thời gian của riêng mình theo cách họ thực sự muốn. Chuỗi những con số của Dunbar ủng hộ quan điểm đề cao chất lượng hơn số lượng khi xét tới các mối quan hệ. Sau cùng, tất cả chúng ta đều có giới hạn về số lượng mối quan hệ thân thiết mà ta có thể duy trì tại một thời điểm nhất định, vì thế, rất hợp lý khi lựa chọn bạn bè cẩn thận và dành thời gian cho các mối quan hệ theo cách chúng ta thực sự muốn. Hãy nhớ, ở một mức độ nhất định, chúng ta vẫn là những sinh vật xã hội.

Bất kể bạn cảm thấy thế nào về việc này thì

giao tiếp xã hội là một phần cơ bản của con người. Đó là động lực thúc đẩy sự tiến hóa và phát triển của bộ não - thứ cho phép chúng ta tạo ra nền văn minh hiện đại như ngày nay. Công nghệ hiện tại đã kết nối chúng ta với nhiều người hơn, vượt qua những khoảng cách địa lý xa hơn bao giờ hết. Tuy nhiên, cô đơn và trầm cảm lại ngày càng gia tăng. Vì thế, tùy vào mỗi cá nhân, chúng ta sẽ học cách hòa vào xã hội một cách lành mạnh để thích ứng với môi trường đang thay đổi nhanh chóng.

Nhưng kể cả khi công nghệ liên tục thay đổi, bộ não chúng ta vẫn không có mấy khác biệt suốt hàng trăm nghìn năm nay. Bởi thế, phương pháp tốt nhất để điều chỉnh các kỹ năng xã hội của bạn phù hợp với thời hiện đại hẳn vẫn là tìm hiểu các nguyên tắc cơ bản của trí thông minh xã hội - để biết hành vi nào có nguy cơ dẫn tới sự cô lập và trầm cảm, còn hành vi nào có thể gia tăng cảm giác hài lòng và thỏa mãn của bạn đối với xã hội.

Con người là một loài động vật xã hội. Đặc điểm này rõ rệt đến mức có những cơ sở khoa học khẳng định việc xã hội hóa là nền tảng của sự tiến hóa ở loài người và những hậu quả tiêu cực sẽ xuất hiện nếu một người không thể hòa vào xã hội. Bản

tính hướng về xã hội của chúng ta bắt nguồn từ thời tiền sử. Sự phát triển của các hệ thống xã hội phức tạp - sự giao tiếp và quá trình xã hội hóa - đã xác định đáng kể hành vi của chúng ta với tư cách là một loài ngày nay.

Sở hữu một mạng lưới xã hội rộng lớn và được đánh giá cao trong mạng lưới xã hội đó không chỉ là yếu tố giúp một người gạt hái được những lợi ích thiết thực, mà còn là nền tảng để họ trở nên hạnh phúc. Có đời sống xã hội tích cực giúp nhóm người có tuổi già ngăn ngừa suy thoái về tâm thần. Điều đó cũng giúp con người tránh được cảm giác cô đơn kéo dài - thứ vốn có thể tiến triển thành chứng trầm cảm nghiêm trọng.

Tuy nhiên, không tồn tại cái gọi là “lối sống quảng giao cực đại, hòa vào xã hội bao nhiêu tùy ý”. Chúng ta đều có giới hạn về số lượng người mà ta có thể tương tác một cách giàu ý nghĩa và chân thành. Robin Dunmar chốt con số này là 150 người, và đây vẫn là con số khác với số lượng các mối quan hệ thân thiết nhất của một người, một con số nhỏ hơn nhiều.

Thực tế trên khiến ta phải suy nghĩ về đời sống trên các mạng xã hội của ta. Điều này cũng khiến

chúng ta nghĩ lại hàng trăm đến hàng nghìn mối liên hệ mà ta giữ liên lạc trực tuyến. Bất chấp sự tiện lợi của trạng thái “siêu xã hội” trực tuyến ngày nay, chúng ta không trở nên hạnh phúc hơn. Thay vào đó, dữ liệu cho thấy rằng, nhìn chung chúng ta ngày càng bớt vui vẻ.

Khi tìm hiểu cuốn sách này sâu hơn, chúng ta sẽ làm sáng tỏ các khía cạnh khác nhau của đời sống xã hội dưới lăng kính khoa học và nhân chủng học. Mục tiêu của chúng ta là khám phá ra cách tối ưu hóa những điều ta biết và những điều ta có, để đạt được một địa vị xã hội hữu ích và chất lượng cao. Chúng ta sẽ bắt đầu trong chương kế tiếp bằng cách tìm hiểu ý tưởng về *sự nổi tiếng*.

## TỔNG KẾT CHƯƠNG

- Trí thông minh xã hội là việc hòa nhập, thu hút mọi người và khiến sự giao tiếp xã hội đem lại lợi ích cho bạn, thay vì cản trở bạn đạt được những mục tiêu của mình. May mắn thay, có những cách khá dễ đoán để đạt được điều này, đó là vì chúng ta có sẵn những dữ liệu và những kiểu mẫu hành vi trong suốt hàng thiên niên kỷ để nghiên cứu. Trong phần lớn nội dung cuốn sách này, hầu hết các chiến thuật có thể liên quan ít nhiều tới những cách thức thời nguyên thủy, những phương pháp đầy bản năng mà con người đã tận dụng để thống trị thế giới. Chúng ta vẫn giống như thời nguyên thủy đó - chỉ là giờ chúng ta có những lớp quần áo đẹp để hơn mà thôi.
- Có giả thuyết cho rằng, bộ não của chúng ta to lên và phát triển như một hệ quả của nhu cầu hòa vào xã hội - để săn bắt, sinh sản và phục vụ cho các chiến thuật sinh tồn nói chung. Giao tiếp là thứ khiến chúng ta khác biệt với hầu hết các loài động vật trên thế giới.

- Nội dung trọng tâm của chương: con người là loài động vật xã hội. Nếu phải rơi vào trạng thái cô lập, chúng ta sẽ phát điên. Nếu ta cảm thấy cô đơn một thời gian dài, điều đó sẽ giết chết chúng ta, theo đúng nghĩa đen. Nói chung, càng ở gần mọi người, chúng ta càng cảm thấy hạnh phúc hơn, và điều này đặc biệt dễ thấy ở người cao tuổi.
- Tuy nhiên, có giới hạn nào cho các tương tác xã hội của chúng ta không? Chúng ta nên tập trung nỗ lực thế nào để đạt được hiệu quả và hiệu suất cao nhất? Có giả thuyết cho rằng, giới hạn mạng lưới xã hội mà chúng ta có thể duy trì là khoảng 150 người - điều này cũng bắt nguồn từ các hành vi tiến hóa. Trước khi con người thuần hóa gia súc, hiểu về việc làm nông và trồng trọt, loài người chủ yếu là những bộ lạc du mục, và một cách tự nhiên, những bộ lạc này có quy mô khoảng 150 người. Rõ ràng rằng, quy mô này đã thay đổi ở thời hiện đại, và không lấy làm ngạc nhiên khi hiện nay, nhiều người trong chúng ta cảm thấy bối rối, lo lắng và thậm chí là trầm cảm, bởi “phần mềm” trong não bộ của chúng ta vẫn chưa được “cập nhật” trong suốt vài nghìn năm nay.

## Chương 2

### **“THIẾU NIÊN COOL NGẦU”**



Giờ đây, hãy cùng trở lại với hình ảnh thiếu niên mà tôi đã đề cập ở trên, đó là quãng thời gian chúng ta phát triển nhanh chóng về cả thể chất lẫn cảm xúc - và vì thế, là một cá thể đầy bối rối trước cuộc đời. Hãy thử nhớ lại thời cấp ba của mình.

Bạn có còn nhớ “vòng tròn xã hội” của bản thân khi còn là một thiếu niên, và cả những “kẻ thù” của bạn? Có một gã chuyên đi bắt nạt người khác, lúc nào cũng cau có và băng đảng của hắn. Có những cô gái năng động, xinh tươi đúng kiểu nữ hoạt náo viên và nhóm nữ “đối thủ” của họ. Có cả bộ đôi nam sinh và nữ sinh mà mọi người đều yêu mến. Có những hội trưởng thuộc các câu lạc bộ trong trường học, giỏi giang, đa tài đến độ đủ năng lực để tham gia các cuộc bầu cử. Tất nhiên, cũng đừng quên những kẻ “lạc loài” - những người gần như không có bạn bè, hoặc chỉ kết bạn được với những kẻ bị ruồng bỏ khác.

Điều tôi muốn nói ở đây là, tầm quan trọng của địa vị xã hội thể hiện rõ ràng nhất ở nhóm trẻ em và thanh thiếu niên. Đối với nhiều người, trải nghiệm đỉnh điểm của điều này xuất hiện ở thời cấp ba - thời điểm mà dường như những đứa



trẻ “cool ngầu” hoặc nổi tiếng có thể làm bất cứ điều gì chúng muốn, trong khi những đứa trẻ bình thường và kém nổi tiếng hơn lại có một cuộc sống hoàn toàn khác.

Chính trong giai đoạn đó, một phần do bản thân và một phần do xã hội, chúng ta được đặt vào trong một môi trường mà từ đó, thái độ và quan niệm của chúng ta phát triển, ảnh hưởng tới sức khỏe và địa vị xã hội của ta sau này. Đây cũng là môi trường mà các nhà khoa học và nhà nghiên cứu tìm hiểu để thu về những hiểu biết giá trị về khía cạnh xã hội của con người.

Tôi tin chắc rằng chúng ta có thể hồi tưởng lại rất nhiều kỷ niệm vui vẻ hay ngớ ngẩn hồi còn học cấp ba. Tất nhiên là có cả những ký ức kinh khủng nữa. Vấn đề nằm ở chỗ, suy ngẫm về chúng khi đã trưởng thành sẽ giúp ta hiểu được những giả định xã hội mang tính nền tảng mà ta có thể vẫn đang tuân theo ngày nay.

Ngẫm lại những giả định mà ta định ra vào thời niên thiếu, ta có thể đặt câu hỏi: Tại sao chúng ta ngày nay vẫn tuân theo những suy nghĩ như vậy? Chương này sẽ so sánh một số quan niệm từ thời niên thiếu với các phát hiện của những nhà

ngiên cứu khoa học. Khi kết thúc cuộc hành trình khám phá, chúng ta có thể tự thảo ra các biểu hiện, những quan niệm sai lầm và những điều kiện dẫn tới định nghĩa của ta về sự nổi tiếng.

Giả định thường thấy là những đứa trẻ nổi tiếng sở hữu kỹ năng xã hội tốt hơn và thường hài hước hơn, hoặc thú vị hơn so với những bạn học kém nổi tiếng của chúng. Nhưng đó có thực sự là tất cả điều kiện cần để đạt được địa vị xã hội cao không? Cảm giác được biết tới nhiều hơn, bất kể nó là gì, là một giá trị mà nhiều người mong muốn trong nhiều hoàn cảnh. Với xu hướng như vậy, có thực sự là tất cả chúng ta đều phải được nhiều người biết đến hay thậm chí là phải trở nên thật sự nổi tiếng không? Đó có phải là cách tốt nhất để đo lường thành công và thậm chí cả hạnh phúc của chúng ta không?

## **ĐỘNG LỰC VÀ SỰ NỔI TIẾNG**

Nếu được lựa chọn, nhiều khả năng là mọi người sẽ lựa chọn trở nên nổi tiếng và kèm theo đó là sự thừa nhận của xã hội, thay vì không có hai thứ này. Đơn giản là vì, thật tuyệt biết bao khi được những người xung quanh tôn trọng và yêu mến.

Để có được sự nổi tiếng theo cách truyền thống, chúng ta buộc phải nỗ lực để hòa vào xã hội và kết nối với mọi người, và nỗ lực đó đòi hỏi rất nhiều năng lượng. Mọi người đều chỉ có một nguồn năng lượng hạn chế. Do đó, một phần không thể thiếu để trở nên nổi tiếng là phải có động lực dành trọn nguồn năng lượng hạn chế của mình cho các hoạt động xã hội.

Tất nhiên, thực tế là không phải ai cũng muốn nổi tiếng như những người khác, do đó sẽ không dành hết năng lượng để giao lưu với mọi người. Tuy vậy, hóa ra là có một mối tương quan chặt chẽ giữa cảm giác thỏa mãn mà sự nổi tiếng đem lại cho một người và mức độ nổi tiếng thực sự của anh ta.

Tiến sĩ Dianna Martinez và các cộng sự của bà tại Đại học Columbia đã tìm ra bằng chứng về mối tương quan tỷ lệ thuận giữa [địa vị xã hội và sự hỗ trợ từ xã hội ở mức độ cao hơn trung bình] với [mật độ của thụ thể dopamine loại 2 (D2) và loại 3 (D3) trong thể vân]. Thể vân là một vùng của não bộ chịu trách nhiệm tạo nên cảm giác thỏa mãn và động lực của chúng ta, và dopamine đóng vai trò quan trọng trong việc sinh ra những cảm giác này.

Các nhà nghiên cứu xác định địa vị xã hội và hệ thống hỗ trợ xã hội của những tình nguyện viên bình thường và khỏe mạnh, sau đó sử dụng máy chụp phát xạ positron, một công nghệ cho phép ta nhìn thấy các thụ thể D2 trong não họ.

Những người tình nguyện có thụ thể D2 dày đặc hơn cũng là những người có địa vị xã hội cao nhất, gợi ý rằng những người nổi tiếng nhiều khả năng cảm thấy thỏa mãn với cuộc sống giàu kích thích của mình - đó là kết quả trực tiếp của việc có nhiều mục tiêu để dopamine phát huy tác dụng trong thể vân. Những người này thực sự có cấu trúc não khác với những người bạn kém nổi tiếng hơn của họ.

Tiến sĩ Martinez tổng hợp lại kết quả: “Chúng tôi đã chỉ ra rằng, mức độ thụ thể dopamine thấp có liên quan đến địa vị xã hội thấp, còn mức độ thụ thể dopamine cao có liên quan đến địa vị xã hội cao hơn. Kết luận tương tự cũng được biểu hiện trong báo cáo của các tình nguyện viên về sự hỗ trợ xã hội họ nhận được từ bạn bè, gia đình hoặc những người quan trọng khác với họ.”

Điều này mâu thuẫn với giả định trước đây của chúng ta, vốn cho rằng đặc điểm tính cách mới là nguyên nhân cơ bản dẫn tới sự nổi tiếng. Thay vào

đó, địa vị xã hội liên quan nhiều hơn tới cách bộ não của chúng ta hoạt động. Nói một cách đơn giản, cấu trúc não của mỗi chúng ta và lượng dopamine mà chúng ta sản xuất sẽ ảnh hưởng đến sự hình thành các đặc điểm tính cách nhất định - và những tính cách này có thể dẫn đến sự nổi tiếng.

Biên tập viên của tờ *Biological Psychiatry*, tiến sĩ John Krystal, nhận xét về kết quả của nghiên cứu: “Những dữ liệu này làm sáng tỏ động lực đạt được địa vị xã hội - một quá trình xã hội cơ bản. Rất có lý khi những người có mật độ thụ thể D2 cao hơn, tức là có động lực tham gia nhiều hơn vào các tình huống xã hội, sẽ là những người đạt nhiều thành tựu và có mức hỗ trợ xã hội cao hơn.” Những người nổi tiếng thích ở bên mọi người và tham gia nhiều hơn vào các tình huống xã hội, điều này tự nhiên biến họ trở thành người hướng ngoại và thu hút hơn.

Dĩ nhiên, có cho mình một lượng dopamine hợp lý sẽ là một chặng đường dài. Ngay lúc này, bạn có thể tự hỏi: Bạn có thể làm gì để tận dụng thông tin mới mẻ này? Có cách nào để tăng mật độ thụ thể dopamine trong não chúng ta một cách an toàn và tự nhiên không?

Vâng, thực ra là cũng có cách. Có những chất hóa học được gọi là chất đối kháng dopamine được sử dụng để điều trị các trạng thái tâm lý, thông qua việc hạ thấp nồng độ dopamine một cách nhân tạo, khiến mật độ thụ thể dopamine tăng lên để đưa não trở lại trạng thái cân bằng. Tuy nhiên, dopamine giảm đột ngột có thể rất tệ hại. Giải pháp sử dụng hóa chất này đi kèm với vô số tác dụng phụ không mong muốn và không thực tế với đa số mọi người.

Nhưng đừng vội nản lòng nhé! Có một số cách thực tế hơn để gia tăng các thụ thể dopamine của bạn - hay nói đúng hơn là không khiến chúng trở nên kém nhạy cảm - mà không gây ra tác dụng phụ nguy hiểm. Về cơ bản thì phương pháp này liên quan đến việc hạn chế các hoạt động làm tăng mức dopamine một cách giả tạo (như sử dụng Internet và xem ti vi quá mức, dùng nhiều cà phê, các chất ma túy, rượu, xem nội dung khiêu dâm hoặc tiêu thụ quá nhiều đường và thực phẩm chế biến sẵn).

Nói chung, đây là vấn đề về thói quen và lối sống. Nếu bạn nghiện thứ gì đó không lành mạnh, có thể là vì thứ đó đã “tiêm” cho bạn một liều dopamine. Nó khiến bạn dễ chịu ngay tức khắc,

nhưng lại để lại hậu quả lâu dài. Việc liên tục làm tăng mức dopamine một cách nhân tạo sẽ làm tê liệt các thụ thể não phát hiện dopamine của bạn. Bạn sẽ mất đi động lực và những hành động từng khiến bạn thỏa mãn cũng sẽ không còn đem lại cảm giác hài lòng như trước nữa khi độ nhạy của bạn với dopamine giảm dần.

Về bản chất, bạn phải để bản thân “đói” dopamine cho tới khi bạn dành thời gian với mọi người. Hãy lựa chọn có ý thức hơn để hạn chế những hành động đem lại các liều dopamine nhanh chóng và dễ dàng lặp đi lặp lại, để cảm giác về động lực và sự hài lòng trong những tình huống xã hội của bạn có tác động tích cực lâu dài, từ đó giúp bạn trở nên nổi tiếng và được yêu mến hơn.

## **ĐỘ NHẠY CẢM TRONG GIAO TIẾP XÃ HỘI**

Ngoài xu hướng sinh học là thích theo đuổi sự nổi tiếng do sở hữu mật độ thụ thể dopamine cao hơn, những người nổi tiếng còn có một sự khác biệt thú vị khác về mặt sinh học so với những người có địa vị xã hội thấp hơn. Đó là, bộ não của những người nổi tiếng nhạy cảm hơn với các yếu tố xã hội trong môi trường của họ.

Bạn có thể tự hỏi, làm thế nào mà những người có địa vị xã hội nhất định xung quanh bạn lại đạt được sự nổi tiếng và mức độ ảnh hưởng đó. Nếu chỉ nhìn bề ngoài, có lẽ đơn giản chỉ vì họ thân thiện và khiến người khác vui vẻ khi ở bên. Vâng, đó thực sự cũng là một phần lý do. Tuy nhiên, nghiên cứu của Học viện Khoa học Quốc gia đã khám phá sâu hơn về hai đặc điểm tích cực này. Các nhà khoa học đã tìm hiểu hình ảnh não bộ và nhận ra một mẫu số chung của những người tham gia nghiên cứu (những cá nhân có mức độ nổi tiếng cao trong nhóm của họ). Các phát hiện cho thấy có một điều gì đó đang diễn ra, và nó vượt quá nhận thức của chúng ta.

Noam Zerubavel và nhóm cộng sự của ông tại Đại học Columbia thực hiện một nghiên cứu. Họ tuyển 26 tình nguyện viên là sinh viên từ hai câu lạc bộ của trường để tham gia và mỗi tình nguyện viên sẽ đánh giá xem họ yêu thích từng thành viên khác trong câu lạc bộ như thế nào. Điểm số của từng người tham gia được tổng hợp lại và kết quả cuối cùng là tiêu chí để xếp hạng tất cả các sinh viên theo mức độ được yêu thích hoặc mức độ nổi tiếng.



Sau đó, các sinh viên nằm vào máy quét não và được cho xem các bức ảnh chụp bạn bè của mình, cùng với một “khuôn mặt ảo” - một khuôn mặt được tổng hợp từ tất cả các gương mặt khác. Các sinh viên được hướng dẫn nhấn một phím theo bản năng khi mỗi khuôn mặt xuất hiện, để đoán gương mặt họ đang nhìn là khuôn mặt của người thật hay khuôn mặt ảo. Tất nhiên, thực tế là các nhà nghiên cứu chỉ muốn xem hoạt động não bộ của họ thay đổi ra sao tùy theo mức độ nổi tiếng của gương mặt họ đang nhìn thấy.

Có hai vấn đề chính mà họ muốn nghiên cứu. Trước tiên, họ muốn xem liệu bộ não của những tình nguyện viên có phản ứng khác nhau tùy theo mức độ nổi tiếng của người có trong bức hình không. Sau đó, họ muốn phân tích xem liệu bộ não của những người nổi tiếng có phản ứng khác so với bộ não của những người bạn ít nổi tiếng hơn trong bài tập này không.

Kết quả rất thú vị trên cả hai phương diện.

Không phụ thuộc vào mức độ nổi tiếng của bản thân mình, khi những người tham gia được xem ảnh của những người bạn nổi tiếng hơn, não của họ sẽ thể hiện nhiều hoạt động thần kinh hơn

trong “hệ thống nhận thức xã hội” - yếu tố liên quan đến việc thấu hiểu cách người khác suy nghĩ và cảm nhận về đối phương. Điều này cho thấy rằng, khi càng quan tâm đến mức độ nổi tiếng của một người, ta càng có động lực để xem xét và phân tích xem họ đang nghĩ gì.

Ở những người tham gia có mức độ nổi tiếng cao hơn, hình ảnh chụp phản xạ thần kinh cho thấy họ thậm chí còn nhạy cảm hơn nữa với cấu trúc xã hội. Ở cấp độ tiềm thức, não bộ của họ nhạy cảm hơn với sự nổi tiếng của người khác. Tất cả những người tham gia đều thể hiện các mức hoạt động não bộ khác nhau, tùy vào mức độ nổi tiếng của những người mà họ thấy. Tuy nhiên, mức độ hoạt động não bộ này ở [những người nổi tiếng sẵn] khác biệt lớn hơn so với [những người không nổi tiếng]. Điều đó có nghĩa là họ đồng cảm hơn và có nhận thức rõ rệt hơn về các mối quan hệ trong các nhóm xã hội. Cũng có thể hiểu là những người nổi tiếng trở nên nổi tiếng là bởi, về cơ bản, họ *quan tâm* tới việc trở nên nổi tiếng.

Đây là một lời giải thích hợp lý về việc tại sao ngay từ lúc đầu, những người này lại trở nên nổi tiếng: họ có nhận thức sâu sắc hơn về mức độ nổi

tiếng của người khác, nhờ đó, họ sắp xếp, chọn lọc mối quan hệ với những người có địa vị xã hội cao. Phát hiện này cũng phù hợp với nghiên cứu tâm lý trước đây, cho rằng những đứa trẻ nổi tiếng có xu hướng ý thức rõ ràng hơn về việc ai nổi tiếng và ai thì không.

Thật khó để nói giảm nói tránh thực tế này, thông thường thì mọi người sẽ trao cho bạn nhiều “tài nguyên” hơn khi bạn có địa vị xã hội cao hơn. Chắc chắn điều này sẽ giải thích tại sao nổi tiếng lại là một điều đáng mơ ước, nhưng đồng thời, sở hữu địa vị xã hội cao cũng là một lời nguyền nếu người ta không thể kiềm chế cái tôi của mình khi nhận được những ưu ái to lớn.

Về cơ bản, đây là lời giải thích có cơ sở về cách các nhóm xã hội hình thành và lý do tại sao một người mới lại có thể gặp khó khăn khi hòa nhập vào một nhóm. Giao lưu với những người nổi tiếng khác là một phần của việc trở nên nổi tiếng, và các thành viên trong mạng lưới xã hội của bạn có thể đóng vai trò quan trọng đối với cách người khác nhìn nhận mức độ nổi tiếng của bạn. Xuyên suốt cuốn sách này, ta còn bàn tới một vấn đề nữa, đó là làm thế nào để được chấp thuận gia nhập một

mạng lưới xã hội. Tuy nhiên, chìa khóa để trở nên nổi tiếng vẫn là thấu hiểu địa vị xã hội và những yếu tố có thể thay đổi nó.

## SỰ THỐNG TRỊ VÀ UY TÍN

Trong cuộc sống hằng ngày của chúng ta, mối liên hệ giữa cấu trúc não bộ và hành vi xã hội của một người dường như không quá rõ ràng, nhìn vào số lượng nghiên cứu khoa học về đề tài này là hiểu. Bình thường, ta đâu có đo lượng dopamine của mình mỗi ngày.

Về cơ bản, có hai phương thức giúp chúng ta đạt được địa vị xã hội - sự thống trị và uy tín. Hai yếu tố này phân loại những cách tiếp cận khác nhau của chúng ta trong các tình huống xã hội. Việc xem xét cẩn thận hai yếu tố này, đồng thời áp dụng chúng có chừng mực, đúng thời điểm và hợp lý, có thể giúp bạn nâng hạng thứ bậc xã hội.

*Sự thống trị* có nghĩa là mạnh hơn, đáng e dè hơn hoặc quyền lực hơn những người khác. Mặt khác, *uy tín* có nghĩa là có kỹ năng, thành công và hiểu biết hơn người bình thường. Đây là những cách truyền thống để trở thành người nổi tiếng.

Trong quá trình trưởng thành, hầu hết chúng ta, nếu không muốn nói là tất cả, đã trở nên quen thuộc với sự thống trị. Ta tưởng như đây là phương pháp tốt nhất, hay thậm chí là duy nhất, để đạt được sự tôn trọng và ngưỡng mộ của những người xung quanh. Thường thì những kẻ bắt nạt ở trường học sẽ sử dụng các trò đe dọa, ép buộc và tỏ ra bầu không khí khiến người khác sợ hãi - chúng thường giống những con thú đầu đàn. Trong khi đó, những học sinh nỗ lực đạt điểm cao ở trường lại hiếm khi được xã hội đánh giá cao vì điều đó, ít nhất thì đó cũng là thực tế ở các nền văn hóa phương Tây. Tuy nhiên, những người đạt điểm cao sẽ có nhiều cơ hội hơn để học lên cao, đồng thời có được sự nghiệp xán lạn hơn. Do đó, sau này trong cuộc sống, họ có thể được công nhận và tôn trọng vì những kỹ năng, thành công và kiến thức của họ.

Joseph Henrich và Gil White đã nghiên cứu về sự thống trị và uy tín trong bối cảnh xã hội học và dân tộc học. Họ phát hiện ra hai con đường dẫn tới địa vị xã hội này phát triển hoàn toàn riêng biệt và phục vụ những mục đích khác nhau. Hai phương thức thể hiện ở các mức độ khác nhau, tùy vào từng tình huống, bối cảnh, hoặc tổng thể nền văn hóa.

Khuynh hướng tinh thần và thể chất của một người sẽ tự nhiên xác định chiến lược nào là hữu ích nhất (hoặc họ có thể kết hợp cả hai cách) để sử dụng trong một tình huống nhất định. Một người trưởng thành trong một xã hội không mấy cấp tiến hoặc trong một môi trường khắc nghiệt, chẳng hạn như nhà tù, có thể nghĩ rằng khả năng đe dọa người khác là cách hiệu quả nhất để leo lên những bậc thang cao hơn trong hệ thống phân cấp xã hội. Và tất nhiên, nếu một người có xu hướng thích thách thức và chiến đấu, hoặc có thể lực cường tráng bẩm sinh, thì bạn có thể phần nào đoán được con đường mà họ sẽ chọn. Đối với những người sống trong môi trường xã hội vắng bóng các hành xử có tính chất áp chế đối phương, thì việc sở hữu những kỹ năng trí óc cần thiết, để tiếp thu kiến thức và phát triển những ý tưởng có giá trị cho xã hội, sẽ giúp họ có xu hướng đạt được địa vị xã hội thông qua con đường xây dựng uy tín.

Như tôi đã đề cập ở trên, xác định cách tiến vào xã hội theo hướng thống trị hay xây đắp uy tín là một vấn đề hoàn toàn thiết thực. Chúng ta có thể điều chỉnh xu hướng xã hội của mình giữa

hai phân cực này. Chúng ta có thể chú ý lưu tâm đến điều đó. Ta cũng có thể cố gắng hành xử hiệu quả hơn bằng cách coi cả hai xu hướng này như một bản đồ chỉ đường. Bạn có thể cân nhắc những việc cần thực hiện để nâng cao vị thế xã hội của chính mình. Việc này đòi hỏi bạn phải đánh giá trung thực về các đặc điểm tính cách, điểm mạnh và điểm yếu của bản thân, để bạn có thể sử dụng hợp lý những gì bạn sở hữu và giảm thiểu sai sót.

Hãy nhớ rằng, không có quy trình từng bước cứng nhắc, cũng không có đúng hay sai tuyệt đối trong hai cách tiếp cận trên. Cả hai con đường đều ẩn chứa rất nhiều cạm bẫy nếu bạn không biết cân bằng, không tự đánh giá kỹ lưỡng và không biết hành động một cách tinh tế và khéo léo.

Ví dụ, bạn có thể giành được quyền lực nếu bạn đi theo con đường thống trị quyết liệt, giống như kẻ bắt nạt to khỏe ở trường tiểu học vậy, nhưng liệu làm thế có đáng không nếu phải hy sinh cảm tình từ người khác trong quá trình theo đuổi con đường này? Liệu những điều bạn đạt được có tương xứng với những oán giận bạn phải gánh chịu không? Đóng vai trò thống trị đòi hỏi bạn phải có khả năng chịu trách nhiệm ở mức nhất

định. Vòng tròn xã hội của bạn sẽ luôn trông đợi bạn phải đạt được kết quả.

Mọi người có xu hướng đặt kỳ vọng vào một người có phẩm chất lãnh đạo - người sẽ đảm bảo với mọi người rằng mọi thứ đều đang nằm trong tầm kiểm soát. Con người thường có phản ứng tích cực với những người tỏ ra tự tin và quả quyết. Khi đặc điểm này phát triển tới mức cực đoan, trở thành tự mãn hoặc chỉ biết bản thân mình, thì nhiều vấn đề sẽ xuất hiện. Hơn nữa, sự đồng cảm là yếu tố rất quan trọng và kết quả sau cùng cũng vậy. Đi theo con đường thống trị có nghĩa là cần phải đáp ứng rất nhiều kỳ vọng.

Mặt khác, để trở thành người thống trị, thể chất cũng đóng một vai trò quan trọng, vì những người có tầm vóc to lớn có thể dễ dàng đi theo con đường này hơn là những người không đặc biệt cao to hay mạnh mẽ. Nhưng khía cạnh này cũng cần suy ngẫm sâu một chút. Vóc dáng và vẻ cường tráng bề ngoài ảnh hưởng tới sự thống trị như thế nào? Ví dụ, một người béo phì cao 1,8 mét và nặng hơn 100 cân thì ít đáng sợ hơn nhiều so với một người cũng cao 1,8 mét và nặng hơn 100 cân nhưng lại



là một vận động viên thể hình. Vẻ bề ngoài đôi khi chỉ đơn thuần là vẻ bề ngoài! Bên cạnh đó, sức mạnh có thể bộc lộ dưới nhiều dạng khác nhau. Sức mạnh thể chất chưa chắc đã đi cùng với sức mạnh ý chí.

Thế còn con đường xây đắp uy tín thì sao? Mặc dù không dễ thấy, nhưng cũng có rất nhiều cạm bẫy trên con đường này.

Tính tự phụ thường kéo ta xuống mồ. Một cá nhân thông minh và hiểu biết có thể sẽ khó đạt được địa vị xã hội nhờ con đường uy tín, nếu anh ta liên tục khoe mẽ về sự thông minh và thành công của mình. Thường sẽ phải rất khéo léo để khiến mọi người biết đến năng lực trí tuệ của bạn mà không tạo ấn tượng xấu là một kẻ kiêu ngạo hay ưa phán xét. Việc có kỹ năng giỏi, thành công và hiểu biết sẽ không mang lại nhiều ý nghĩa về mặt xã hội, nếu bạn không có kỹ năng giao tiếp để bộc lộ tài năng của mình theo một cách mà những người bình thường có thể hiểu và đánh giá cao.

Chìa khóa ở đây là hiểu rõ rằng, mục tiêu vươn lên dẫn đầu của bạn vẫn cần đảm bảo các chuẩn mực đạo đức, không ngừng soi chiếu bản thân và để ý tới cảm nhận của người khác. Có những con

đường tắt để đạt được thành công nhanh chóng, nhưng chắc chắn là ta không nên lựa chọn những con đường đó. Nếu một người phải hạ thấp người khác xuống để bộc lộ sức mạnh thống trị, thì cuối cùng người ấy cũng chỉ lộ ra sự bất an và yếu kém mà thôi. Một huấn luyện viên thể hình mà thiếu kiến thức hoặc kỷ luật trong việc rèn luyện sức khỏe của chính mình thì sẽ không được những người khác tin tưởng, đặc biệt là đối với những người muốn trở nên khỏe mạnh và sở hữu vóc dáng cân đối. Một cách tự nhiên, mọi người thường coi trọng những ai thể hiện được sự thống trị và uy tín, và bạn cần nâng cao các phẩm chất của mình trên cả hai khía cạnh đó một cách chân thật.

Bất kể bạn lựa chọn cách nào để leo lên những nấc thang của hệ thống cấp bậc xã hội, việc bạn hành xử chân thành cũng như ý thức được cách người khác nhìn nhận bạn trong suốt quá trình này chắc chắn sẽ giúp bạn tăng khả năng thành công. Không ai trong chúng ta bẩm sinh đã có bộ não phù hợp để đạt được những thành công trong xã hội, cũng như không ai sinh ra đã có thể chơi bóng rổ một cách chuyên nghiệp. Điều đó không có nghĩa là chúng ta không thể cải thiện những đặc

điểm tự nhiên của mình và thực hiện một hoặc hai bước nhảy vọt để nâng cao những giá trị bản năng.

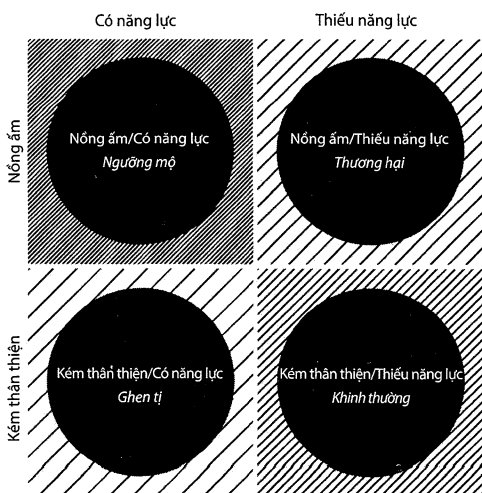
## NỒNG ẤM VÀ NĂNG LỰC

Trong phần trước, chúng ta đã bàn về hai cách tiếp cận để leo lên những bậc thang của hệ thống phân cấp xã hội. Tuy nhiên, chúng ta chưa xem xét điều gì thực sự là chất keo gắn kết mọi người với bạn. Những điểm thực sự khiến một người đáng mến là gì? Hãy nghĩ về những người bạn quen biết và yêu mến. Tại sao bạn lại thích họ? Bạn nghĩ tại sao người khác lại thích bạn?

Susan Fiske và Amy Cuddy đã thực hiện một nghiên cứu chuyên sâu về các câu hỏi này và xác định rằng chúng ta đánh giá mọi người dựa trên hai tiêu chí chính - sự nồng ấm và năng lực của họ. Ở đây, “đánh giá” chỉ có nghĩa là quyết định xem bạn có thích, tin tưởng và tôn trọng một người hay không, có muốn tương tác nhiều hơn với họ hay không. Theo Fiske và Cuddy, việc quý mến (vì cảm giác nồng ấm) và tôn trọng (công nhận năng lực) chiếm khoảng 80% các tiêu chí đánh giá của chúng ta dành cho người khác, sau đó sẽ giúp ta xác định xem liệu ta có nên làm việc với họ, hẹn hò

với họ, kết bạn với họ hay không... Nói cách khác, đó là một vấn đề rất lớn!

Hai đặc điểm này có thể lập ra một ma trận gồm bốn kiểu chân dung. Dù vô thức hay có ý thức, chúng ta đều đang truyền tải thông tin cho người khác tiếp nhận và ghi lại, giúp họ quyết định xem chúng ta có phải những người dễ mến hay không. Tương tự, chúng ta liên tục thu nhận thông tin như thế từ những người khác và xác định xem ta có thích họ và muốn gần gũi với họ hơn không. Nếu trở nên dễ mến là một mục tiêu của bạn, bạn nên chú ý đến cách thể hiện bản thân mình.



Một người nồng ấm và có năng lực sẽ giành được sự ngưỡng mộ của người khác - hãy nghĩ về một vị lãnh đạo đầy sức hút hoặc một người quyến rũ vô cùng mà mọi người đều yêu mến và muốn trở thành người như họ. Họ là mẫu người truyền cảm hứng và có thể dẫn dắt người khác, khiến mọi người mê mẩn, là những cá nhân khiến ta muốn noi theo họ.

Những người giàu năng lực nhưng lại kém thân thiện cũng được tôn trọng, nhưng lại không được yêu mến, họ có nguy cơ bị người khác ghen tị. Trong công việc thì điều đó cũng ổn thôi, nhưng bạn sẽ không muốn trở thành một kẻ biết tuốt đáng sợ, hoặc bị coi là một gã thông minh nhưng xấu bụng. Nhiều nhà quản lý bị ám ảnh bởi hiệu suất đã rơi vào trường hợp này, họ dành thời gian để củng cố năng lực nhưng lại quên chăm sóc khía cạnh ấm áp của bản thân.

Một người nhiệt tình nhưng năng lực có hạn có thể được yêu thích nhưng chưa chắc đã được tôn trọng. Đó là một người mà chúng ta thường thương hại, ví dụ như một bà lão vô cùng tốt bụng nhưng không có khả năng làm được mấy việc. Bạn có thể thực sự quan tâm đến họ, nhưng vẫn nghĩ

họ là một tên ngốc vụng về! Hãy nghĩ về hình mẫu anh hề trong lớp học, cậu bạn này thường phải dựa vào người khác khi thực hiện những công việc nặng nhọc, nhưng mọi người cũng chẳng bận tâm vì cậu ta rất dễ mến và khiến mọi người vui vẻ khi ở cạnh cậu ta.

Cuối cùng, những người vừa thiếu nhiệt tình vừa thiếu luôn cả năng lực sẽ khiến ta khinh thường, ta chẳng có cảm tình gì với những người như vậy. Họ không đáng yêu mà cũng không giỏi bất cứ thứ gì, và ta có thể đánh giá rằng thật không đáng dành thời gian cho những người như thế. Đây là miêu tả chúng ta dành riêng cho những kẻ phạm tội, những kẻ chống đối xã hội, những kẻ lười biếng và ích kỷ - nhóm người mà chúng ta vừa không ưa, vừa không hề tôn trọng.

Bộ khung này có thể rất hữu ích, đặc biệt là giúp ta suy nghĩ mình phải ứng xử ra sao trong các tình huống xã hội. Khi có năng lực, ta truyền cảm hứng để mọi người tôn trọng ta. Khi ấm áp, nhiệt tình, ta truyền cảm hứng để mọi người tin tưởng. Cả hai điều này đều quan trọng nếu ta muốn được người khác yêu mến và duy trì các mối quan hệ xã hội tốt đẹp. Nếu không có được hai yếu tố này, bạn

có thể bị coi là lạnh lùng, không đáng tin cậy, đần độn, hoặc là một kẻ khiến người ta chỉ lãng phí thời gian nếu phải giao du.

Hãy cùng bàn về yếu tố năng lực. Chính xác thì một người được coi là có năng lực khi nào? Bạn có thể có bằng cấp, cung cấp một dịch vụ có giá trị, giải quyết được một vấn đề hoặc lãnh đạo một đội nhóm. May mắn thay, nhiều người sẽ nhìn nhận việc có năng lực trong một lĩnh vực này đồng nghĩa với có năng lực trong nhiều lĩnh vực khác, đặc biệt nếu cá nhân đó có năng lực trong một lĩnh vực có thể khái quát hóa - tức một lĩnh vực đòi hỏi khả năng lãnh đạo tốt, kiến thức chuyên sâu, trí thông minh và sự siêng năng, cần cù. Một điều may mắn nữa là chúng ta có xu hướng rất “bao dung” khi nhìn nhận năng lực của ai đó và hiếm khi tước đi danh hiệu “có năng lực” mà ta đã trao cho một người, kể cả khi sau này người đó có những biểu hiện yếu kém. Ta sẽ gạt bỏ thất bại ấy sang một bên và cho rằng đó chỉ là một sự cố ngẫu nhiên.

Tuy nhiên, sự nhiệt tình nồng ấm thì khác. Theo quan điểm tiến hóa, việc đánh giá chính xác sự nhiệt tình của người khác là điều kiện cơ bản để sinh tồn. Ở đây, ta đánh giá sự nồng ấm theo cách

ngược lại với năng lực. Một hành động tử tế đơn lẻ sẽ được đánh giá cao nhưng hiếm khi được khái quát hóa, trong khi chỉ một hành động không tử tế thôi cũng sẽ không bao giờ được lãng quên và dễ bị lấy ra làm đại diện cho bản chất của cả một con người. Đây có thể là một giả định vô thức, rằng ta rất dễ giả vờ là người tốt, trong khi có thể bộc lộ bản chất của mình thông qua đúng một lần hành xử thô lỗ, ích kỷ hay thiếu tế nhị.

Sau khi biết tất cả những điều trên, làm sao có thể đảm bảo rằng ta đang thể hiện mình là một người có năng lực và cư xử nhiệt tình, nồng ấm trong tương tác với những người khác? May mắn là đây không phải việc quá khó. Hãy thường xuyên mỉm cười chân thành và giao tiếp bằng mắt. Hãy thể hiện sự thấu hiểu về cảm xúc chứ không chỉ về trí tuệ đối với mọi người và các thông tin xung quanh bạn. Hãy thể hiện sự đồng cảm và trở thành người biết lắng nghe, cũng như bộc lộ rằng bạn quý mến và tin tưởng người khác, khuyến khích họ cũng cảm thấy những điều tương tự với bạn. Hãy công bằng, trung thực và tử tế. Không phải điều cao siêu gì, nhưng đôi khi việc này đòi hỏi một chút nỗ lực có ý thức!



Trong môi trường công sở, bạn có thể cần tập trung nhiều hơn vào việc thể hiện năng lực (mặc dù vẫn cần bộc lộ sự nhiệt tình nữa). Hãy cố gắng làm nổi bật các kỹ năng của bạn mà không khoe mẽ, không nói quá chậm và nhớ phát âm chuẩn chỉnh để thể hiện sự thông minh, cũng như phát biểu rõ ràng và quyết đoán để bộc lộ sự tự tin. Những người được đánh giá là có năng lực thường có vẻ ngoài cân đối, khỏe mạnh, cùng với tinh thần mạnh mẽ mà không bị thái quá. Điều này đồng nghĩa với việc bạn sẽ không muốn tạo ấn tượng là một người ăn uống quá nhiều, rượu chè quá nhiều, hút thuốc, chửi thề, hoặc có vẻ dễ bị mất kiểm soát. Điều quan trọng ở đây là đừng làm gì quá đà. Đôi khi, tỏ ra hơi lu mờ và khiêm tốn sẽ khiến người khác thấy rằng bạn không hề có cái tôi quá lớn và có thể dễ hợp tác khi làm việc tập thể.

Thực tế đáng tiếc là con người có xu hướng đánh giá lẫn nhau, rằng một người chỉ có thể có một trong hai đặc điểm - có năng lực *hoặc* nồng ấm thân thiện. Họ thường giả định rằng, nếu không đủ năng lực thì bạn phải hành xử tử tế, và nếu có năng lực, bạn có thể không cần hành xử quá thân thiện với người khác. Điều này đồng nghĩa với sự

thật là trong một số bối cảnh, nếu một người được coi là có năng lực hoặc cư xử tử tế thì họ cũng bị coi là khuyết mất phẩm chất còn lại. Điều này lý giải định kiến thường có đối với phụ nữ và các bà mẹ tích cực lao động, những người bị cho là yếu kém về năng lực chỉ vì họ tốt bụng và chu đáo, hoặc một bác sĩ thô lỗ lại được cho là có năng lực hơn thực tế, chỉ vì anh ta quá cộc cằn và thiếu thân thiện với người khác.

[Sự nhiệt tình nồng ấm] và [có năng lực] không nhất thiết phải “đối lập” nhau - xét cho cùng, chúng ta ngưỡng mộ người khác là có lý do và tất cả những cá nhân được đông đảo công chúng yêu mến chắc chắn phải có cả hai phẩm chất này. Vấn đề là ta phải cân bằng một cách cẩn thận và khéo léo về cách mọi người đánh giá chúng ta dựa trên hai tiêu chí trên. Hãy tập trung thể hiện những phẩm chất giúp truyền đạt sự nhiệt tình, tử tế mà không khiến người khác nghĩ rằng bạn có “năng lực kém”. Đây là những phẩm chất mà ta thường gọi chung chung là “phẩm chất đạo đức”, chẳng hạn như việc hành xử công bằng, trung thực và trung thành - những đức tính mà mọi người nghĩ những người dễ mến đều sở hữu.

Về ngôn ngữ cơ thể thì sao? Bạn hãy đảm bảo mình luôn đứng thẳng lưng, giao tiếp bằng ánh mắt và nói năng rõ ràng, điềm tĩnh. Cố gắng đừng bắt chước theo một khuôn mẫu nào đó, ví dụ như cố trở thành một người siêu đáng sợ, một người cực kỳ tài giỏi hoặc một nhân vật thánh thiện tử tế đến đáng ngờ. Hãy nhẹ nhàng chia sẻ những thành tích của bạn một cách khiêm nhường và chân thành, rồi bạn sẽ nhận được sự tôn trọng của mọi người mà không bị họ xa lánh.

Tương tự như vậy, hãy hành xử ấm áp, cởi mở và thân thiện, nhưng thỉnh thoảng cũng đừng quên nói ra suy nghĩ của bạn, duy trì ranh giới của bản thân và quyết đoán một chút để mọi người vừa tin tưởng vừa tôn trọng bạn. Tùy vào bối cảnh mà xác định cách bạn tương tác với người khác - cách bạn cư xử ở nơi làm việc sẽ khác với cách bạn cư xử với người yêu, bạn bè hoặc con cái. Cuối cùng, giả như bạn bối rối, hãy ưu tiên duy trì những mối quan hệ chân thực và ấm áp với mọi người. Bạn luôn có thể gây ấn tượng với mọi người bằng kỹ năng của mình về sau này.

Việc được đánh giá cao và được những người xung quanh tôn trọng không phải chỉ là những

bận tâm của trẻ con. Điều này vượt ra ngoài khuôn mẫu đứa trẻ “cool ngầu” trong hình dung chung của thanh thiếu niên. Đây không chỉ đơn thuần là trò chơi cố trở nên “nổi tiếng”, rằng có một chỉ tiêu cần đạt được về số lượng bạn bè, người quen hoặc người theo dõi. Với sự trợ giúp của những nghiên cứu, chúng ta hiểu được một điều: có địa vị xã hội mang lại nhiều ý nghĩa hơn thế.

Sự nổi tiếng tác động tới thể chất, chính xác hơn là tác động tới nhận thức. Nghiên cứu về cấu trúc và các yếu tố hóa học của não bộ đã củng cố quan điểm rằng, có mối tương quan giữa xã hội hóa hiệu quả với số lượng các thụ thể dopamine trong não. Điều này có nghĩa là, càng có nhiều dopamine trong não, một người càng hòa nhập với xã hội tốt hơn.

Sự nổi tiếng cũng bao hàm trách nhiệm đối với cảm xúc của người khác. Trở nên nổi tiếng khác hoàn toàn với việc tự cho mình là trung tâm và coi mình quan trọng hơn tất cả mọi người. Khi được nhiều người biết đến và công nhận, một cá nhân phải rất biết cách kết nối với người khác, bao gồm cả việc nhạy cảm với hạnh phúc của mọi người.

Việc cố gắng đạt được một địa vị xã hội tốt hơn, cũng như bất kỳ nỗ lực nào khác, đều đòi hỏi ta phải có năng lượng. Nếu không có động lực, đơn giản là ta sẽ không có năng lượng để tiến lên. Chúng ta đã thảo luận về phương pháp “điều chỉnh lượng dopamine” bằng hóa chất. Đây là một phương pháp khả thi, nhưng đồng thời có nguy cơ trở thành một thảm họa. Phương pháp này cần sự trợ giúp của chuyên gia và thực sự chỉ nên áp dụng cho những người đã quá nghiện các hành động làm tăng nồng độ dopamine một cách nhân tạo.

Thay vì thế, chúng ta có những phương pháp khác dựa trên các nghiên cứu tâm lý học để tiến cao hơn trên hệ thống phân cấp xã hội. Ta có thể áp dụng tri thức từ những nghiên cứu này như kim chỉ nam trong thực tế.

Theo nghiên cứu, sự thống trị và uy tín là hai cách thức cơ bản để mọi người trở nên nổi tiếng trong mắt những người xung quanh. Những đặc điểm này sớm bộc lộ trong các tương tác xã hội vào những năm tháng mà ta định hình tính cách. Chúng biến đổi khi chúng ta bước vào tuổi trưởng thành và tiếp tục quyết định hình thức tương tác của chúng ta. Bí quyết thực sự ở đây là cân bằng

giữa hai yếu tố này. Bạn có thể cân bằng thành công, miễn là chú ý đến nó và một trong những mục tiêu của bạn vẫn là luôn hành xử chân thành đúng với bản chất của mình.

Nhưng điều gì thực sự khiến một cá nhân sở hữu trí thông minh xã hội cao trở nên thu hút? Đó là sự kết hợp hoàn hảo giữa khả năng hoàn thành mọi công việc và cư xử tử tế, chân thành. Bạn cần phải vừa ăm áp tốt bụng, vừa có năng lực để khơi gợi sự ngưỡng mộ từ người khác mà không khiến họ thương hại, khinh thường hay ghen tị.

Giờ đây, bạn hãy gác lại ý niệm “cool ngầu” đi, đó chỉ là tưởng tượng của những học sinh phổ thông thôi. Cách tốt nhất để trở nên “cool ngầu” là hãy trở nên nồng ấm và tử tế. Mọi việc đều xoay quanh những hành xử chân thành và đáng tin cậy.

## TỔNG KẾT CHƯƠNG

- Đầu tiên, trí thông minh xã hội xoay quanh việc làm thế nào để trở nên dễ mến và nổi tiếng hơn. Nếu suy nghĩ về câu hỏi này trên quan điểm tiến hóa, bạn có thể cho rằng nó có liên quan đến vị thế của một cá nhân trong bộ lạc. Và thành thật mà nói, bạn đã đoán đúng, thực tế cho thấy chúng ta vẫn rất gần gũi với tổ tiên nguyên thủy của mình. Một lưu ý thú vị là các học sinh cấp ba có thể đại diện cho các vị tổ tiên này, bởi giới trẻ quan tâm nhiều hơn hẳn tới địa vị xã hội, và cách chúng đánh giá điều đó cũng khá đơn giản.
- Một vài yếu tố tiêu biểu nhất xác định ai là người dễ mến và được yêu thích bao gồm động lực và sự nhạy cảm với việc trở nên nổi tiếng. Nói cách khác, những người muốn được đông đảo người khác biết tới, đồng thời

hiều được sự khác biệt giữa những người nổi tiếng và những người bình thường, sẽ đạt được mục đích của mình. Điều tương tự cũng đúng khi nói về việc mọi người muốn có một công việc tốt hơn, hoặc muốn học cách chơi piano chẳng hạn - nếu họ thực sự muốn làm điều đó và nhạy bén với những yếu tố xác định đâu là người chơi piano giỏi và đâu là người chơi piano kém, họ chắc chắn sẽ có cơ hội thành công cao hơn. Đạt được vị thế cao trong xã hội và được mọi người yêu mến cũng có thể diễn giải theo quy tắc tương tự.

- Chúng ta hãy cùng bàn đến vài thứ từ thời xa xưa. Các nghiên cứu đã chỉ ra rằng, bốn đặc điểm sau đây là những điều mà nhiều người mong muốn, thu hút họ và đưa họ tiến đến vị trí cao hơn trong hệ thống cấp bậc xã hội: sự thống trị, uy tín, sự nồng ấm và năng lực. Các nghiên cứu trình bày những tổ hợp đặc điểm rất hợp lý để một người được đánh giá là tuyệt vời, nổi tiếng, dễ mến và có địa vị xã hội cao. Hãy nghĩ về cách những đặc điểm này được



bộc lộ trong môi trường bộ lạc, hoặc khi chúng ta tạo nên hình mẫu về các nhà lãnh đạo. Khi nghĩ như vậy, có thể thấy rằng chúng ta là một loài khá đơn giản.



### Chương 3

## NHẬN THỨC TÂM LÝ



**N**gay khi bắt gặp ai đó, bạn có thể bắt đầu “đánh giá” họ trong tiềm thức. Họ trông có vẻ thân thiện hay xa lánh? Lo lắng hay điềm tĩnh? Năng động hay uể oải?... Bạn sẽ phản ứng như thế nào với những nhận định này? Bạn đang đưa ra những đánh giá dựa trên ấn tượng đầu tiên, có thể là trước cả khi họ cất tiếng nói.

Như người ta thường bảo, ấn tượng đầu tiên sẽ tồn tại rất lâu. Dù tốt hay xấu, những ấn tượng này thường được não bộ của chúng ta ghi nhớ - và thậm chí là ghi nhớ rất lâu sau khi sự kiện diễn ra. Trong tâm trí người khác, ta trở thành chính ấn tượng đầu tiên mà họ có về ta.

Nói cách khác, cách người khác nhìn nhận bạn (và ngược lại) trong lần gặp gỡ đầu tiên có thể đóng vai trò quan trọng trong thành công xã hội của bạn. Nhận thức của bạn về những người mà bạn tương tác sẽ ảnh hưởng đến suy nghĩ của bạn về họ, cách bạn tiếp cận họ, cảm nhận của bạn về họ và ấn tượng mà bạn dành cho họ. Tiếp đến, những điều này cũng ảnh hưởng tới cách họ phản ứng, cảm giác của họ về bạn và cách họ nhìn nhận bạn. Sức mạnh của ấn tượng đầu tiên đôi khi gây

số ở chỗ nó có thể tồn tại trong tiềm thức và theo những cách rất khó nhận ra.

Cũng có thể nói là, chúng ta rất kém che giấu suy nghĩ của mình. Suy nghĩ của chúng ta hầu như luôn bộc lộ trong từng hành vi. Suy nghĩ có thể không hiện rõ trên khuôn mặt ta, hoặc không lộ ra qua ngôn ngữ cơ thể, nhưng mọi thứ sẽ dần tích tụ lại và... hiển lộ. Do đó, chỉ riêng việc hiểu được vai trò của nhận thức trong các tương tác là ta đã sở hữu một kỹ năng đem lại những thành công về mặt xã hội.

Cần lưu ý rằng, nhận thức ở đây là một điều hoàn toàn khác với bản chất thực tế. Điều này củng cố cho quan điểm rằng, cuộc sống xoay quanh bề ngoài của vạn vật, thay vì nội dung bên trong - tức là, nhận thức, các chiêu trò quảng cáo, vẻ ngoài gọi cảm và ấn tượng đầu tiên là những yếu tố rất quan trọng. Hãy biến thông tin này trở thành lợi thế của chúng ta!

## ĐƯỢC VÀ MẤT

Bất cứ khi nào bạn đọc ngôn ngữ cơ thể và nét mặt của mọi người trước và trong lúc tương tác

với họ, rất có thể họ cũng đang làm thế với bạn. Đối phương càng có vẻ thích bạn, bạn càng có khả năng chấp nhận và yêu mến họ nhiều hơn. Người khác đối xử với bạn càng lạnh lùng, bạn càng nhiều khả năng sẽ không thích họ. Nghe có vẻ khá tự nhiên phải không?

Phản ứng này là trung tâm của *nguyên tắc được - mất*, cụ thể là khi cảm nhận của một người về một người khác ngày càng diễn biến tích cực, thì người kia cũng nhiều khả năng sẽ có cảm tình ngược lại.

Tác động mạnh nhất của nguyên tắc được - mất xuất hiện khi một người mới đầu có nhìn nhận tiêu cực về đối phương, nhưng sau đó, vì bất kỳ lý do nào đó mà lại chuyển sang có quan điểm tích cực hơn về anh ta. Nếu một ai đó nhận thức như vậy về bạn, thì điều này nhiều khả năng sẽ dẫn đến sự thay đổi tích cực tương tự ở bạn, khiến bạn có cảm tình với anh ta hơn.

Các nhà tâm lý học Elliot Aronson và Darwyn Linder đã tiến hành một thí nghiệm vào năm 1965 để kiểm chứng nguyên tắc này. Nghiên cứu tổ chức các cuộc gặp mặt được dàn dựng giữa những người tình nguyện và một “nội gián” - thuật ngữ ám chỉ một diễn viên thường tham gia vào các thí

nghiệm khoa học xã hội, người này giống như một công cụ để gây ảnh hưởng có chủ đích lên các đối tượng nghiên cứu, để tạo dựng bối cảnh hoặc gây ra một số phản ứng.

Trong trường hợp này, các “nội gián” đóng vai trò thao túng các đối tượng, nhằm kiểm tra xem ý kiến của chúng ta về người khác phụ thuộc như thế nào vào ý kiến của họ đối với chúng ta. Các nhà nghiên cứu đã yêu cầu các “nội gián” đưa ra nhận định về những tình nguyện viên trước và sau khi những “nội gián” này phỏng vấn họ, và các nhà nghiên cứu cố tình trò chuyện với “nội gián” trong tầm nghe của những người tình nguyện để họ có thể “hóng” được thông tin.

Sau đó, những tình nguyện viên được yêu cầu điền vào một biểu mẫu gồm một số câu hỏi về việc họ nhận định ra sao về những “nội gián” họ đã gặp và tình cờ nghe được cuộc hội thoại chia sẻ nhận định. Kết quả cho thấy các đối tượng nghiên cứu có xu hướng thích những “nội gián” hơn cả khi “nội gián” ban đầu đánh giá thấp họ nhưng sau đó lại thay đổi quan điểm và có cảm tình tốt hơn. Ngược lại, nếu người “nội gián” này lúc đầu đánh giá cao họ nhưng sau đó lại chuyển sang ý

kiến tề hơn, các đối tượng tham gia nghiên cứu sẽ thể hiện là họ không thích người “nội gián” này nhất. Trong trường hợp mà ý kiến của “nội gián” không thay đổi, người tham gia sẽ có quan điểm khá nhẹ nhàng.

Tiến sĩ Michael Palmer khẳng định rằng, nếu một người bộc lộ nhiều cảm xúc tích cực với bạn, thì khả năng lớn là bạn cũng sẽ có cảm nhận tương tự về anh ấy/ cô ấy, đơn giản và dễ hiểu vậy thôi. Tất nhiên, ta không thể bày tỏ toàn bộ những cảm xúc này, nên chúng ta chỉ thường khiến người khác có nhận thức tích cực hơn về mình bằng cách hành xử dễ chịu với đối phương, thể hiện trạng thái tích cực và gia tăng tình cảm bất cứ khi nào phù hợp. Và nếu có người nào mà mới đầu bạn không mấy thiện cảm với họ, thì khi bạn thay đổi sang thái độ tích cực hơn, điều đó thậm chí có thể tạo ra hiệu ứng rất mạnh mẽ.

Một phần quan trọng của nghiên cứu là những người tham gia biết được quan điểm của những “nội gián” một cách tinh tế, chứ không phải thông qua những lời khen hay sự bày tỏ thiện cảm trực tiếp, thẳng thắn. Bạn cũng có thể bày tỏ một cách tinh tế tương tự bằng cách kể những câu chuyện



nhỏ và đầy tích cực khi nói về bạn bè và người quen của mình. Nói cách khác, điều quan trọng là bạn phải đưa ra những ý kiến tích cực, vì sự tích cực ấy rồi sẽ quay trở lại với bạn. Nếu bạn luôn nói tốt về người khác sau lưng họ, thông tin đó có thể được truyền tới tai họ và tự động giúp họ có thiện cảm hơn với bạn.

Khi muốn bộc lộ trực tiếp hơn, bạn có thể sử dụng nguyên tắc được - mất khi khen ngợi người khác. Ví dụ, bạn có thể nói rằng, “Khi mới gặp anh, tôi đã nghĩ [điền vào các đặc điểm tính cách tiêu cực/ trung tính], nhưng giờ đây khi đã quen thân anh, tôi có thể thấy là anh thực sự [chèn vào các đặc điểm tính cách tích cực].” Khi khen một người theo cách này, bạn sẽ khiến họ cảm thấy rằng họ đã “chinh phục” được bạn, do đó khiến họ thích bạn hơn. Điều này nghe có vẻ quá hiển nhiên, nhưng khoa học vẫn khẳng định lại một lần nữa.

Tuy nhiên, đừng lạm dụng quá nhiều lời khen ngợi. Một nghiên cứu được thực hiện tại Đại học Minnesota vào năm 1965 đề cập tới một khía cạnh khác của nguyên tắc được - mất, đó là việc khen ngợi hoặc đưa ra nhận xét tích cực sẽ có tác động

lớn hơn tới người nhận lời khen nếu bạn chỉ thỉnh thoảng mới làm điều đó.

Nhóm các nhà tâm lý học đã chia những người tham gia - 80 nữ sinh viên đại học - thành từng cặp để thực hiện một nhiệm vụ, và sau đó, giống như thử nghiệm của Aronson và Linder, họ để các sinh viên “nghe lỏm” người cùng cặp nói về họ. Tuy nhiên, các nhà nghiên cứu đã hướng dẫn một nửa số người cùng cặp cần nói những gì để quan sát kết quả. Một số sinh viên đưa ra nhận xét tiêu cực hoặc tích cực cả trước và sau khi trò chuyện với người cùng cặp, trong khi một số sinh viên khác thì chuyển từ tích cực sang tiêu cực và ngược lại.

Kết quả chỉ ra rằng, những người đưa ra nhận xét ban đầu tiêu cực và sau đó trở nên tích cực là những người được yêu thích nhất, được thích nhiều hơn cả những người luôn đưa ra ý kiến tích cực. Như trong trường hợp của nghiên cứu đầu tiên, những người tham gia cảm thấy đặc biệt yêu mến những người mà họ đã giành được thiện cảm.

Có một điều có thể rút ra về những kết quả nghiên cứu này, đó là những ấn tượng tích cực chỉ có phép màu ở một mức độ nhất định nào đó. Một khi bạn đã chạm tới điểm giới hạn này, thật khó

để vượt qua ngưỡng. Dù vậy, hẳn rằng những lời khen sẽ có hiệu quả trong lần gặp mặt đầu tiên với một ai đó.

Vậy, còn điều gì khác ta có thể rút ra từ nghiên cứu? Nếu bạn muốn ai đó thích bạn, thì thỉnh thoảng khen ngợi người đó là một cách hay, nhưng hãy cẩn trọng để đừng lạm dụng lời khen. Chỉ cần để mọi người biết là bạn thích họ và coi họ như một người bạn (hay một đồng minh). Đừng giữ khoảng cách hay tỏ ra quá cẩn trọng trước họ, bởi họ cũng sẽ phản ứng tương tự với bạn. Tuy nhiên, nếu bạn quá nhiệt tình hoặc khen ngợi quá mức, đến độ tạo ra cảm giác thiếu chân thành hoặc đeo bám, rất có thể thành công xã hội mà bạn mong muốn đạt được sẽ trở nên xa vời.

Một lời khen sâu sắc, dù chỉ đôi lúc mới xuất hiện, vẫn sẽ đem lại cảm giác tốt đẹp hơn nhiều so với những lời khen ngợi nông cạn lặp đi lặp lại - đặc biệt nếu bạn đối chiếu cảm giác bây giờ với cảm nhận tiêu cực mà bạn từng có về đối phương trước đây, và hành động của họ lúc này tuyệt tới mức bạn không còn cách nào khác ngoài việc phải thay đổi quan điểm về họ. Hãy nhớ rằng, bạn không cần phải *thực sự* thích ai đó, nhưng ít nhất, hãy khiến họ có cảm giác là bạn thích họ.

## HIỆU ỨNG PYGMALION

Hành động như thể bạn thích ai đó rất hữu ích trong việc khiến bản thân bạn trở nên đáng yêu, và việc đưa ra một loạt kỳ vọng tích cực về đối phương cũng hữu ích tương tự như vậy.

Điều trên được gọi là hiệu ứng Pygmalion, đặt tên theo nhân vật trong thần thoại Hy Lạp, một người say mê bức tượng điêu khắc chính mình. Hiệu ứng này nói rằng, nếu bạn nuôi dưỡng một hình dung về hành vi và tính cách của một cá nhân, thì người đó sẽ trở thành chính xác như vậy.

Ấn ý ở đây là, bất kể bạn nhìn nhận ai đó ra sao, bạn sẽ đối xử với họ theo một cách làm khơi gợi ra hành vi mà bạn đã ấp ủ về họ. Nếu bạn nghĩ ai đó cực kỳ khó chịu, bạn sẽ tỏ ra khó chịu với họ và thường hành động theo những cách kích thích họ cũng hành xử “khó ở” trở lại. Nếu nghĩ không tốt về ai đó, bạn cũng sẽ cư xử theo một cách khiến họ phải hành xử tồi tệ.

Mặt khác, nếu nghĩ tốt về ai đó, bạn đối xử với họ theo những cách giúp khích lệ mặt tốt của họ, và bạn sẽ cho họ nhiều cơ hội hơn. Bạn sẽ giúp họ

thoải mái, khích lệ họ và bản thân họ cũng sẽ phát huy được mặt tốt của bản thân trong bối cảnh đó.

Hiệu ứng Pygmalion được phát hiện vào năm 1979, trong một nghiên cứu được Robert Feldman thực hiện trên sinh viên và giáo viên. Sinh viên được cho làm bài kiểm tra IQ và các giáo viên không được thông báo về kết quả. Tuy nhiên, các giáo viên được cho biết tên của 20% sinh viên có kết quả xuất sắc và có chỉ số IQ cực cao. Các sinh viên này được lựa chọn ngẫu nhiên.

Vào cuối năm học, các sinh viên được cho làm một bài kiểm tra IQ khác, và 20% sinh viên được lựa chọn ngẫu nhiên trước đây có mức tăng chỉ số IQ lớn nhất - đó là những người khi trước đã được giáo viên cho là các sinh viên thông minh nhất. Điều này có nghĩa là gì? Dù vô thức hay có ý thức, các giáo viên đã đối xử khác biệt với họ và ưu ái họ hơn, vì thầy cô đã có ấn tượng với trí thông minh của họ. Các sinh viên lại trở thành người đúng như hình mẫu mà giáo viên đã ấp ủ. Bởi vậy, chìa khóa để được yêu mến là có nhận thức tích cực về mọi người, để họ có thể trở thành con người tốt đẹp như chúng ta đã kỳ vọng.

Đừng bao giờ đánh giá thấp sức mạnh của những kỳ vọng, những suy nghĩ đó gần như là bê tông cốt thép xây dựng nên thực tại của chúng ta. Bạn tạo ra thế giới mà bạn đang sống thông qua niềm tin của chính mình. Nếu bạn được mách rằng một ai đó rất quyến rũ và hấp dẫn, bạn sẽ tìm hiểu sâu hơn về họ và có lẽ sẽ khám phá ra điều gì đó thú vị về họ. Ngược lại, nếu vẫn con người ấy, nhưng bạn lại nghe nói rằng anh ta vô cùng nhạt nhẽo, bạn thậm chí có lẽ sẽ không thèm để tâm đến nét cuốn hút của họ. Những giả định và kỳ vọng của chúng ta quyết định hành động của bản thân ta và tạo ra *những lời tiên tri tự ứng nghiệm*.

Lấy một ví dụ khác về con trẻ, hãy giả sử, một phụ huynh tin rằng con cô ấy thông minh, trong khi một phụ huynh khác cho rằng con mình không phải là đứa trẻ sáng dạ. Người phụ huynh đầu tiên sẽ giúp con mình làm bài tập về nhà, thuê một gia sư phụ đạo cho bé, và đảm bảo rằng họ đang phát huy hết tiềm năng trí lực của trẻ.

Người phụ huynh thứ hai lại phớt lờ bài tập về nhà của con mình và bảo con hãy phát huy theo những hướng khác ngoài việc học tập. Việc duy trì mức độ tập trung và ý thức coi trọng việc

học của hai đứa trẻ này sẽ trở nên rất khác biệt, và do đó, những đứa trẻ sẽ “hoàn tất” kỳ vọng của bố mẹ chúng. Chúng nhận được phản hồi tích cực hoặc tiêu cực, và chu kỳ phản ứng sẽ cứ thế tiếp tục phát triển.

Chúng ta luôn muốn tưởng tượng rằng, chúng ta đang đối xử bình đẳng với tất cả mọi người. Nếu ta nghĩ kỹ lại thì điều này gần như là không thể. Bạn có nhớ nội dung trước của sách không? Rằng ta thực sự không giỏi che giấu các đánh giá hay suy nghĩ của bản thân mình, và luôn làm lộ ra thông qua những hành vi của chúng ta? Hiệu ứng Pygmalion nhấn mạnh rằng nhận thức của chúng ta sẽ được phản ánh trong thế giới thực, dù là nhận thức tốt đẹp hay tồi tệ.

Như vậy thì, việc nắm được hiệu ứng Pygmalion có thể giúp bạn trở nên dễ mến không?

Hãy hình dung ra phiên bản tốt nhất của người đang trò chuyện với bạn, và bạn sẽ bắt đầu cư xử với họ theo một cách khiến họ yêu quý bạn hơn. Hãy khơi gợi phiên bản mà bạn mong đợi ở họ. Nếu kỳ vọng họ thu hút và tốt bụng, chúng ta sẽ khích lệ những đặc điểm đó trong họ. Trên hết, 100% tín hiệu mà bạn gửi đi tới mọi người đều

sẽ là những điều tích cực và thân thiện, và mọi người có xu hướng phản hồi tích cực với điều đó. Khi mọi người đối tốt với chúng ta, ta cũng có xu hướng đáp lại họ một cách tốt đẹp.

Theo một cách nào đó, điều này tạo ra nền tảng cho một trong những quy tắc trọng tâm nhất trong hành trình đạt được thành công mang tính xã hội: Đừng tự cho mình là trung tâm nữa và hãy quan tâm đến người khác! Lý thuyết thì dễ nhưng thực hành thì khó hơn một chút đấy.

## SỰ TRÔI CHẢY

Hãy tiếp tục thảo luận về nhận thức và những hiểu biết nông cạn nhưng lại tạo nên thực tại của chúng ta.

Nhiều người nghĩ rằng, sở hữu vẻ bề ngoài phức tạp và bí ẩn sẽ khiến người khác tò mò, và đó là một phương pháp khả thi để tạo dựng thành công trong xã hội. Điều đó có thể thực sự thú vị trong một số trường hợp. Tuy nhiên, chiến lược này nhiều khả năng sẽ bị phản tác dụng, đặc biệt là khi ta bàn đến các kết quả thực tế.

Có thể kết luận như trên vì sự tồn tại của yếu tố “trôi chảy” trong nhận thức và xử lý thông tin,



hay trạng thái mà bộ não của chúng ta có thể xử lý thông tin một cách dễ dàng. Khái niệm *sự trôi chảy trong nhận thức và xử lý* cơ bản là chúng ta thích những thứ đơn giản và dễ hiểu. Thuật ngữ “sự trôi chảy” thực ra bắt nguồn từ ngành tiếp thị và được áp dụng trong nhiều lĩnh vực, bao gồm cả các thành phần cốt lõi tạo nên bản sắc doanh nghiệp như tên thương hiệu và logo. Những điều dễ hiểu có xu hướng tồn tại trong não bộ của chúng ta lâu hơn và trong tiềm thức, ta cũng dễ yêu thích chúng hơn.

Điều này rất có ý nghĩa trong tiếp thị, lĩnh vực đầy ắp những khẩu hiệu đơn giản như “Cứ làm đi” (Just Do It). Khi áp dụng tính trôi chảy vào bối cảnh xã hội, có thể thấy rằng việc xuất hiện trong dáng vẻ quen thuộc và tương đồng với những người khác, để họ có thể “hiểu” chúng ta ngay lập tức, sẽ giúp ta được yêu thích hơn.

Một cách tự nhiên, những thông tin có vẻ đơn giản sẽ “dễ nuốt” hơn, và những thứ có vẻ phức tạp thì “khó tiêu hóa” hơn. Đối với các tương tác cá nhân, bất kỳ điều gì ảnh hưởng tới sự trôi chảy trong xử lý đều có thể tác động đến cách người khác nhìn nhận bạn. Kết quả là, có nhiều điều

tưởng như không hề quan trọng trong cách ta thể hiện bản thân, nhưng cuối cùng lại tạo ra các khác biệt thực sự trong thành công xã hội của chúng ta.

Một ví dụ thể hiện mức độ ảnh hưởng của sự trôi chảy trong xử lý là nghiên cứu được thực hiện năm 2008 tại Đại học Michigan. Hai nhà nghiên cứu, Hyunjin Song và Norbert Schwarz, đã nghiên cứu ảnh hưởng của kiểu chữ (typography) đối với trải nghiệm của chúng ta về sự trôi chảy và không trôi chảy.

Song và Schwarz cung cấp tài liệu hướng dẫn cho những người tham gia nghiên cứu, về mọi đề tài, từ chế độ tập thể dục đến công thức nấu ăn, và họ thay đổi phong chữ từ cơ bản và rõ ràng sang kiểu phức tạp và lạ mắt hơn. Họ nhận thấy rằng, với cùng một nội dung hướng dẫn, loại phong chữ sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới cảm nhận của người đọc về độ khó của nhiệm vụ. Phong chữ càng phức tạp và khó đọc, người tham gia càng cho rằng nhiệm vụ được nêu trong bản hướng dẫn phức tạp. Nói cách khác, mọi người đã đánh đồng mức độ khó khi đọc bản hướng dẫn với thách thức khi thực hiện chính hướng dẫn đó.

Do đó, ta có thể kết luận rằng, nếu như bản hướng dẫn dễ đọc, người xem cũng lập tức cho rằng đây là một nhiệm vụ dễ thực hiện.

Điều đó có nghĩa là gì? Khi không hiểu được một điều hay một ai đó dễ dàng và nhanh chóng, ta sẽ nghĩ điều đó/ người đó thật khó khăn và không mấy cảm tình với vật ấy/ người ấy nữa. Chúng ta sẽ nghĩ rằng, mình đã bỏ sót một thứ gì đó, ta cảm thấy bối rối và bắt đầu gán người đó hay sự vật, hiện tượng đó với những cảm giác tiêu cực. Mặt khác, những thứ “dễ tiêu hóa” và có thể hiểu ngay lập tức sẽ được yêu thích hơn. Đơn giản chỉ là vì chúng ta yêu thích những gì dễ dàng.

Khi bàn về thành công xã hội, mục tiêu của bạn là hãy tỏ ra đơn giản (tức là không phức tạp, không bí ẩn) để người khác có thể nhanh chóng hiểu bạn là ai mà không cần phải mất nhiều nỗ lực. Nhưng liệu bạn có thể áp dụng được ý tưởng về sự trôi chảy trong nhận thức, để bản thân bạn dễ dàng được mọi người thấu hiểu trong một thời gian ngắn hay không?

Bất cứ lúc nào giới thiệu bản thân với một người mới quen, bạn hãy nói một cách đơn giản và dễ hiểu. Hãy có ý thức nói đủ lớn và rõ ràng để

người khác không phải vất vả lắng nghe bạn. Hãy thành thật để tránh làm người khác phải tốn công sức phân tích động cơ của bạn, đánh giá xem liệu bạn có đáng tin cậy không. Và hơn hết, hãy thả lỏng thần và bộc trực - hãy để dành những suy nghĩ phức tạp và các quan điểm đa sắc thái của bạn cho những lần giao tiếp trong tương lai, và thay vào đó, hãy chỉ tập trung vào việc thể hiện mình là một người đơn giản với động lực hành động rõ ràng.

Nếu bạn cho là việc trở nên đơn giản không dễ cho lắm thì tôi có một mẹo hữu ích thế này. Hãy bắt đầu bằng việc tạo ra một câu chuyện kể về bản thân mình, như thể bạn là nhân vật trong một câu chuyện hay một bộ phim. Bạn có dựa vào triết lý cơ bản nào để dẫn dắt hành vi của bạn trong suốt cuộc đời không? Nếu không hiểu rõ những điều mà bản thân tin tưởng và lý do tại sao bạn lại có những niềm tin như thế, bạn sẽ khó có thể hành xử đơn giản và nhất quán.

Tất cả những nhân vật hư cấu tuyệt vời đều có những hành động khiến bạn nghĩ “Ồ, điều đó có lý”, tức là phù hợp với xuất thân và câu chuyện của họ. James Bond không bao giờ bối rối, vì vậy,

cuối cùng anh ấy sẽ luôn tìm ra cách thoát khỏi những tình huống nguy hiểm nhất - thường chỉ trong gang tấc. Harry Potter đại diện cho lòng can đảm và tình yêu thương, nên trong những khoảnh khắc then chốt của bộ truyện, cậu bé luôn hành động theo hai khuynh hướng đó.

Cả Harry Potter và James Bond, cũng như tất cả các nhân vật nổi bật khác trong thời đại chúng ta, vốn dĩ rất đơn giản và dễ hiểu. Họ được yêu quý vì họ gần gũi với chúng ta. Họ hành động theo những cách nhất định do ảnh hưởng của những điều họ đã trải qua trong quá khứ - cũng giống như chúng ta vậy. Mặc dù con người ngoài đời không sống theo các công thức điện ảnh, nhưng tất cả chúng ta đều được thúc đẩy bởi tập hợp các giá trị riêng biệt của mình.

Khi bạn có một câu chuyện riêng và bạn thường xuyên sử dụng nó, những tuyên bố và hành động của bạn sẽ trở nên rất hợp lý và hình thành nên một bức tranh dễ hiểu về bản thân bạn. Điều đó giúp mọi người dễ xử lý những thông tin của bạn một cách hiệu quả hơn, nhờ đó khiến bạn trở nên dễ mến hơn (so với một phiên bản phức tạp và không thống nhất).

Nguyên tắc được - mất và các bằng chứng đi kèm với nó giúp ta hiểu rằng, khi chúng ta thích người khác, nhiều khả năng họ cũng sẽ thích chúng ta hơn, rõ ràng và đơn giản. Hiệu ứng Pygmalion củng cố quan điểm này bằng cách khuyến khích mọi người thể hiện những hành vi tích cực.

Đối với ấn tượng ban đầu vốn cực kỳ quan trọng, đừng cố tỏ ra phức tạp, sâu sắc, xa cách hay bí ẩn. Khi cố gắng thu hút sự chú ý bằng cách đó, bạn chỉ khiến phần lớn những người đối diện bạn rơi vào bối rối và tạo khoảng cách với bạn. Thay vào đó, hãy quan sát và hành động phù hợp, thể hiện bản thân sao cho người khác có thể dễ dàng thấu hiểu bạn.

Nhận thức là điều cực kỳ quan trọng đối với thành công xã hội của chúng ta, đây không phải nói quá. Theo các lý thuyết, ấn tượng ban đầu không chỉ là dấu ấn tồn tại lâu dài mà còn hoàn toàn là những định kiến thụ động. Những điều này sẽ tạo dựng nền móng lâu dài cho mối quan hệ giữa những người mới gặp nhau. Chúng chắc chắn có liên quan phần nào đến việc hình thành tính cách của con người, tác động đến cách mọi người nhìn nhận và đối xử với bạn sau này. Nhìn rộng hơn,

những ấn tượng ban đầu hình thành nên thực tế bao quanh mỗi quan hệ giữa bạn với mọi người.

## CÓ QUA CÓ LẠI

Các lý thuyết chúng ta vừa thảo luận có chung một động lực cơ bản.

“Có qua có lại” - cho đi và nhận lại - là động lực thúc đẩy mỗi quan hệ giữa các cá nhân. Điều này có ảnh hưởng rất lớn trong các mối quan hệ, nhưng đồng thời, cũng có thể phổ biến tới mức ta không để ý khi nó xuất hiện.

Một trong những khuynh hướng hành vi rất “người” là hiện tượng “có qua có lại” khi nói đến cảm tình - một hiện tượng mà khi việc bạn thích ai đó trước có thể làm tăng đáng kể khả năng họ cũng thích ngược lại bạn. Có thể ứng dụng ngay điều này một cách đơn giản: Khi bạn gặp một người mới quen, hãy để họ biết rằng bạn thích họ và điều đó sẽ gia tăng khả năng bạn xây dựng được giao hảo tích cực với họ.

Hãy tưởng tượng trong giây lát rằng, bạn vừa gặp một người hoàn toàn xa lạ, trò chuyện đôi câu với họ rồi tạm biệt. Lúc này, có vẻ cả hai bạn đều

không có bất kỳ cảm xúc hay ấn tượng mạnh mẽ nào về đối phương. Giờ, giả sử rằng hôm sau, bạn trò chuyện với một người bạn cũng quen người lạ kia, và anh/ chị ta nói: “Ồ, người mà cậu gặp hôm qua thực sự có ấn tượng tốt với cậu đấy.” Chỉ một chút thông tin vậy thôi có thể làm bạn thay đổi hoàn toàn nhận thức về người đó. Thậm chí bạn có thể sẵn sàng coi họ là bạn.

Nhưng nếu mọi việc dễ dàng như vậy, sao mọi người không thể hiện rõ luôn là họ thích đối tượng mà họ muốn tạo dựng quan hệ? Trước khi trả lời câu hỏi đó, ta hãy cùng đi sâu vào một vài nghiên cứu về chủ đề này, để hiểu rõ hơn về thời điểm thích hợp sử dụng quy luật “có đi có lại”.

Hết nghiên cứu này tới nghiên cứu khác đã chỉ ra rằng, cảm tình từ cả hai phía là một công cụ xã hội mạnh mẽ. Vào những năm 1960, Elliot Aronson và Phillip Worchel đã tiến hành một nghiên cứu tại Đại học Texas, sử dụng “nội gián” để kiểm tra một cách tinh tế quy luật “có đi có lại” này. Các tình nguyện viên được chia thành từng cặp và chỉ đơn giản là trao đổi, nói chuyện với nhau. Sau đó, từng người họ viết riêng một đoạn ngắn gọn về suy



ngĩ của họ đối với thí nghiệm, cũng như đánh giá mức độ cảm tình của họ với người bắt cặp.

Tuy nhiên, các tình nguyện viên không hề hay có “nội gián” tham gia bắt cặp và trò chuyện với họ, đây là những diễn viên có đào tạo thực sự và chuyên làm việc cho các nhà nghiên cứu. Đối với một nửa các cuộc hội thoại (ngẫu nhiên), “nội gián” sẽ viết một tuyên bố rằng, “Tôi rất thích làm việc với [đối tác của tôi], [anh ấy/ cô ấy] có vẻ là một người rất sâu sắc và thú vị.”

Trong một nửa số cuộc hội thoại còn lại, họ sẽ viết, “Tôi không thích làm việc với [đối tác của tôi] trong thử nghiệm này, [anh ấy/ cô ấy] có vẻ là một người nông cạn và tẻ nhạt.” Sau khi các “nội gián” viết nhận xét, các nhà nghiên cứu để những người tham gia đọc xem đối tác đã viết về họ ra sao.

Không có gì phải nghi ngờ, kết quả vô cùng rõ ràng và liên tục lặp lại trong các nghiên cứu sau này. Nếu đọc được rằng đối tác thích mình, những người tham gia cũng cho biết họ rất thích đối tác của mình; trong khi nếu biết đối tác không thích họ, số tình nguyện viên có cảm tình với đối tác sẽ ít hơn hẳn.

Điều này có ý nghĩa ra sao với chúng ta? Hãy quay lại câu hỏi trước đó - nếu hiện tượng này có thể dễ dàng quan sát được, tại sao mọi người không sử dụng nó triệt để? Nếu mang thắc mắc này đi hỏi mọi người, ta có thể nhận được nhiều câu trả lời khác nhau. Tuy nhiên, về cơ bản, mọi thứ chỉ tóm gọn ở một số yếu tố, đó là bạn sẽ nhận được gì khi cố gắng bày tỏ cảm tình.

Kết luận lớn nhất rút ra được là, khi thừa nhận trước rằng bạn thích ai đó, bạn sẽ tạo ra một động lực để củng cố mối quan hệ, khiến mọi người đánh giá cao hơn về bạn hoặc đáp lại thiện chí của bạn nhiều hơn. Tuy nhiên, thừa nhận trước cũng có thể khiến ta dễ tổn thương nếu không được đáp lại, đó là lý do chính tại sao nguyên tắc “có đi có lại” không được sử dụng rộng rãi như ta nghĩ. Có thể điều này khá vô lý, nhưng mọi người không thích bị người khác khước từ cảm xúc trong phần lớn hoàn cảnh, cho dù tỷ lệ thành công cao hơn tỷ lệ thất bại. Ngay cả khi bạn nói rằng bạn thích ai đó, họ vẫn có thể không đáp lại bạn. Khá là kinh ngạc khi nghĩ đến con đường dài đằng đẵng và nhiều gian khổ mà một người phải trải qua, đơn giản chỉ để tránh nguy cơ bị từ chối trong bất kỳ khía cạnh

nào đó của cuộc sống - và nguyên tắc “có đi có lại” cũng không thể giúp ta phá lệ.

Một khả năng nữa lý giải cho việc mọi người không tận dụng nguyên tắc cảm tình “qua lại” là hành động như thế có nguy cơ bị coi là giả dối, chỉ nhằm tâng bốc nịnh bợ, và bởi vậy, hiển nhiên nó chỉ là một chiến thuật để che giấu cho một mục đích sâu xa nào đó. Trong ví dụ trước của tôi, nếu tương tác của bạn không chỉ ngắn gọn mà còn vụng về, nhàm chán hoặc dễ đi vào quên lãng, thì khi bạn nghe được rằng ai đó có ấn tượng tốt với bạn, khả năng lớn là bạn sẽ băn khoăn tự hỏi tại sao họ lại nói vậy. Bạn thậm chí có thể nghĩ người kia thật kỳ quặc hoặc chỉ tỏ vẻ tử tế, cả hai trường hợp này đều không thể dẫn tới cảm tình từ cả hai phía.

Nếu lời khen của bạn bằng cách nào đó không “khớp” với cảm nhận của đối phương về cuộc hội thoại, thì việc bày tỏ cảm tình sẽ ít có khả năng tạo ra ảnh hưởng như bạn mong đợi. Do đó, tinh tế và chân thành vẫn là hướng hiệu quả nhất để áp dụng nguyên tắc cảm tình “có qua có lại”. Đừng khen hoặc bày tỏ tình cảm với người khác chỉ nhằm mục đích khiến họ thích bạn. Hãy tìm ra điểm gì đó mà

bạn thực sự đánh giá cao ở họ và tập trung nói về nó. Chìa khóa ở đây là chân thành.

Nếu bạn thấy bị làm phiền, khó chịu, hay chán ngán bởi người khác thì việc cố tỏ ra là bạn thích họ trở nên rất khó khăn.. Đối với nhiều người, để có thể trở nên dễ mến trong mắt người khác, bản thân họ cũng phải có cái nhìn tích cực về đối phương trước đã.

Sẽ có rủi ro tiềm ẩn nếu bạn chỉ đơn thuần là tiếp cận và nói với người khác rằng bạn thích họ. Nếu bạn vừa chân thành, vừa không sợ bị đối phương từ chối, bạn có thể thấy nguyên tắc cảm tình “có qua có lại” là một giải pháp khả thi giúp bạn đạt được những đỉnh cao mới trong thành công về mặt xã hội.

Thực sự thì thử nghiệm một chút cũng không hại gì. Như chúng ta sẽ cùng tìm hiểu sau đây, một chu kỳ phản hồi tích cực sẽ tạo ra môi trường phát triển hữu ích cho những ai có liên quan.

## **XÁC NHẬN LẠI BẢN THÂN**

Lòng tự trọng và những quan điểm chung của chúng ta về chính bản thân mình có vai trò gì trong

việc khiến xã hội yêu mến chúng ta? Bill Swan, một nhà tâm lý học từ Đại học Texas tại Austin, đã công bố *lý thuyết xác nhận lại bản thân* vào năm 1981 như lời giải cho câu hỏi này.

Lý thuyết này nói rằng, con người luôn mong muốn xác nhận lại những quan điểm họ có về bản thân mình và một cách tự nhiên, họ có xu hướng thích những người giúp họ làm vậy, bất kể quan điểm đó là tích cực hay tiêu cực. Hơn nữa, mong muốn xác minh lại những điều ta tin tưởng về bản thân mạnh mẽ đến mức điều đó thực sự có thể vượt qua mong muốn được xã hội chấp nhận và khen ngợi. Ta muốn nghe người khác nói chúng ta có kỹ năng ra sao trong một lĩnh vực nhất định (ngay cả khi còn nhiều khuyết điểm thì ta vẫn muốn nghe người khác đánh giá), bởi điều đó xác nhận lại niềm tin của ta. Sự xác nhận làm ta thấy yên lòng, giúp ta gia tăng ý thức về bản thân và tạo cảm giác như chúng ta đã thành công trong việc bộc lộ bản thân mình.

Đối với những người có lòng tự trọng cao và tự đánh giá tích cực về mình thì lý thuyết này rất chính xác. Một người tin rằng họ đáng yêu, có năng lực và xứng đáng được hưởng những điều tốt đẹp

cũng sẽ mong muốn người khác nhìn nhận về họ theo quan điểm tích cực tương tự - không có gì kỳ lạ ở đây cả.

Tuy nhiên, lý thuyết này trở nên thú vị hơn nhiều khi một cá nhân có quan điểm tiêu cực về bản thân, họ tự ti hoặc có các triệu chứng trầm cảm. Những người như thế không tự cho mình là người dễ mến, đáng yêu, có năng lực hoặc xứng đáng với những điều tốt lành, vì vậy, trực giác có thể mách bảo bạn là họ sẽ tìm kiếm những phản hồi tích cực để cố cải thiện hình ảnh bản thân. Nhưng thực tế cho thấy, lý thuyết xác nhận lại bản thân đã đưa ra kết quả đối lập. Thay vì cảm thấy vui vẻ hơn khi được khen ngợi, những cá nhân này thích được người khác nhìn nhận là kém cỏi - cũng giống như cách họ tự đánh giá mình.

Ta chỉ muốn mọi người nhìn nhận chúng ta giống như cách ta nhìn nhận bản thân mình, bất kể quan điểm của chúng ta ra sao. Ngay cả khi chúng ta có quan điểm tiêu cực về bản thân, và mâu thuẫn với khát khao duy trì một hình ảnh tích cực, thì mong muốn xác nhận lại chính mình sẽ chế ngự mong muốn đó và trở thành tác nhân mạnh mẽ hơn, chi phối cảm nhận của chúng ta về những

điều người khác nói về mình. Chúng ta muốn có một sự nhất quán. Đường như, sẽ rất đáng sợ và khó chịu nếu ta phát hiện ra ai đó lại nhìn nhận chúng ta hoàn toàn khác với cách ta nhìn nhận bản thân mình.

Các nhà tâm lý học Paul White và Stephen Harkins đã phát hiện ra một cách ứng dụng gián tiếp của lý thuyết xác nhận lại bản thân, trong một nghiên cứu được họ thực hiện vào năm 1994. Kết quả của cuộc nghiên cứu cho thấy, những người da trắng quan tâm đến quan điểm của người da đen hơn là quan điểm do những người da trắng khác đưa ra, có lẽ những người da trắng này muốn khẳng định rằng họ không phân biệt chủng tộc.

Trong trường hợp này, và có lẽ cả trong nhiều trường hợp khác, quan điểm có giá trị lớn nhất trong tâm trí chúng ta là những quan điểm xác nhận lại bản thân chúng ta nhiều hơn cả. Nếu bạn được biết tới như một người thông minh, hài hước hay thú vị, thì việc khen ngợi người khác về những đặc tính tương tự như bạn sở hữu có thể khiến lời khen của bạn có tác động lớn hơn. Bạn có thể cảm thấy mình giỏi giang hơn nếu bạn khiến một diễn viên hài bật cười trong khi những người khác

không thể, và bạn thậm chí có thể yêu mến diễn viên hài đó nhiều hơn nữa.

Hãy tìm hiểu xem một người tự hào về điều gì và nói với họ là bạn đánh giá cao đặc điểm đó của họ. Tương tự như vậy, hãy đồng tình với những đánh giá họ tự đưa ra về bản thân mình, và đảm bảo là bạn sử dụng cách nói tương đồng với họ. Khi một người không đồng tình với ta về cách ta tự nhìn nhận bản thân, ta sẽ cảm thấy họ khó có cùng thế giới quan với mình, phải không?

Lúc này, bạn có thể tự hỏi làm sao mà lý thuyết xác nhận lại bản thân lại quan trọng đến thế. Vì lẽ nào mà ta lại đề cao việc xác nhận lại quan điểm mà ta có về bản thân mình đến vậy, đến mức điều đó còn quan trọng hơn cả việc người khác đánh giá chúng ta một cách tích cực?

Lý thuyết này chỉ ra rằng, lý do chúng ta thích xác nhận lại quan điểm của bản thân là vì ta muốn nắm quyền kiểm soát. Chúng ta đang sống trong một thế giới hỗn loạn, và việc thống nhất được cách chúng ta nhìn nhận bản thân với những phản hồi ta nhận được từ người khác sẽ phần nào tạo ra cảm giác ta đang kiểm soát được cuộc đời mình. Chúng ta có thể dự đoán cách người khác cư xử



với mình, nghĩ về mình và cách họ hành động khi có ta ở gần. Biết được nên đặt ra kỳ vọng ra sao, ngay cả khi đó là một kỳ vọng tiêu cực, có nghĩa là chúng ta không cảm thấy ngỗ ngược trong các tình huống xã hội, và nhờ đó, ta cảm thấy như mình đang kiểm soát được tình hình. Hơn nữa, khi người khác thừa nhận quan điểm của ta, ta sẽ cảm thấy mình rất thấu hiểu bản thân và hài lòng hơn.

Vì vậy, nếu như xác nhận lại bản thân là một lý thuyết đề cao khả năng kiểm soát, thì điều gì sẽ xảy ra khi ta không thể kiểm soát những phản hồi mà ta nhận được từ người khác?

Một nghiên cứu của Vicki Ritts và James Stein vào năm 1995 cho thấy rằng, mọi người sẽ ít cởi mở và gắn kết với bạn đời của mình nếu ta cho rằng bạn đời của mình nhìn nhận về ta khác với quan điểm của chính ta - dù là cách nhìn đó tích cực hơn hay kém tích cực hơn. Các nghiên cứu khác, bao gồm một cuộc nghiên cứu của Elizabeth Pinel và William Swann vào năm 1996, đã phát hiện ra rằng, các cá nhân có thể trở nên lo lắng nếu phải đối mặt với những phản hồi vô cùng mâu thuẫn với hình ảnh bản thân mà họ tự ấp ủ. Hiện tượng này được gọi là cảm giác lo âu sụp đổ, được đặc

trung bởi cảm giác có điều gì đó vô cùng sai đang diễn ra, tựa như thế giới sụp đổ dưới chân bạn. Bạn sẽ cảm thấy thế nào nếu phát hiện ra sau mười năm chung sống, việc bạn ở cùng phòng ngủ với người bạn đời thực ra là một điều mà người đó rất khó chấp nhận? Điều đó đi ngược với lý thuyết xác nhận lại bản thân!

Mong muốn xác nhận lại bản thân là một nhu cầu thực tế và quan trọng khi chúng ta đánh giá lẫn nhau trong các tình huống xã hội. Câu hỏi đặt ra là, bạn có thể áp dụng kiến thức này ra sao để gạt hái được nhiều thành công mang tính xã hội hơn?

Trước hết, hãy để ý cách mọi người đang cố gắng thể hiện bản thân họ và sau đó, giúp họ xác minh hình ảnh mà họ đang nuôi dưỡng. Ví dụ: Bạn có một người bạn thường mặc trang phục phá cách và cực kỳ rục rỡ, bạn có thể nói với người bạn đó rằng bạn thấy họ là một người độc đáo và rất tự tin khoe cá tính. Bạn đơn giản chỉ cần khiến họ biết rằng bạn đã nhìn thấy hình ảnh mà họ đang cố gắng tạo ra. Nói cách khác, hãy là một người bạn luôn động viên bạn mình.

Hãy tự lập ra một quy tắc, đó là đồng tình với mọi người về các đặc điểm của họ - điểm mạnh

cũng như điểm yếu. Ngay cả khi họ đã bộc lộ những nét tính cách rõ ràng, bạn vẫn có thể nói những câu như, “Tớ cá là cậu thích/ muốn...” tùy theo đặc điểm tính cách của họ, và bạn sẽ khiến họ có thiện cảm với bạn hơn. Nếu bạn muốn tán dương hình ảnh của một người nào đó, đừng chỉ khen họ một cách khách sáo, thiếu chân thành. Mọi người luôn cố gắng hoàn thiện một việc đặc biệt nào đó, vì vậy, hãy nhận ra nỗ lực của họ rồi thừa nhận thành quả.

Đối với mọi đặc điểm tiêu cực mà một người tự cho là họ có, điều quan trọng là bạn phải thừa nhận quan điểm của họ một cách có suy xét. Đôi khi, bạn sẽ gặp phải tình huống là cách một người nhận thức về bản thân họ rất khác so với thực tế. Trong trường hợp này, bạn hãy xác định mục tiêu tổng thể của bạn là gì - bạn muốn họ có cảm tình với bạn hơn hay bạn muốn chọc vỡ bong bóng ảo tưởng của họ. Câu trả lời sẽ định hướng hành vi của bạn.

Khi nhìn lại bản thân mình, hãy chú ý đến cách bạn phản ứng trước nhiều ý kiến phản hồi khác nhau khi điều đó liên quan đến quan điểm của bạn về chính mình. Nếu điều quan trọng với bạn là tăng cường hơn nữa nhận thức về cái tôi và nuôi

duỡng một hình ảnh chính xác về bản thân, thì bạn sẽ học được một vài điều khi nhận ra xu hướng tự nhiên của chúng ta là cảm thấy lo lắng và chối bỏ bất cứ phản hồi nào trái ngược với quan điểm hiện có của ta về bản thân.

Như chúng ta sẽ cùng tìm hiểu tiếp theo đây, việc con người có xu hướng gắn bó với những người tái khẳng định cách ta nhìn nhận bản thân sẽ đóng vai trò quan trọng trong quá trình ta lập ra các nhóm bạn. Còn hơn cả việc xác nhận lại chính mình, chúng ta thường tìm kiếm những điểm chung giữa ta và người khác. Điều này là động lực khiến chúng ta gắn kết với nhau và tạo thành các nhóm xã hội.

## NHỮNG NGƯỜI CÙNG NHÓM

Khía cạnh cuối cùng ta đề cập đến trong mục nhận thức và sự thành công mang tính xã hội là ý thức về danh tính (identity).

Đôi khi, bạn gặp một người xa lạ và ngay lập tức “kết” họ. Không hiểu tại sao, nhưng có vẻ như bạn và họ có rất nhiều điểm chung, và những ý tưởng mới mẻ mà họ nói dường như chính xác là

những gì bạn nghĩ. Từ những điều đơn giản như học cùng trường cấp ba, hay đến việc cả hai đều là fan hâm mộ của một đội bóng rổ, mọi thứ dường như đều khiến bạn thấy rất thoải mái khi ở bên họ.

Trong những trường hợp này, bạn chắc chắn sẽ cảm thấy những điểm tương đồng giữa hai bạn, bằng cách nào đó, đã khiến các bạn nằm trong một “hội kín” mà những người khác không có cơ hội bước chân vào. Sau cùng, hai bạn chia sẻ rất nhiều sở thích chung và bạn không thấy bất đồng quan điểm về bất cứ điều gì. Đó là một sự gắn kết được hình thành trong khoảnh khắc, nhưng chỉ từ một cuộc trò chuyện đơn giản vậy thôi, bạn đã ngay lập tức cảm mến người đó.

Cuộc nghiên cứu về người-cùng-nhóm với người-khác-nhóm tiết lộ nhiều điều thú vị về danh tính và tâm lý xã hội của chúng ta. Chúng ta có xu hướng ngay lập tức yêu quý những người mà ta cho là cùng một nhóm với ta. Nhưng tại sao? Làm thế nào mà ta lại cảm thấy gắn kết chặt chẽ và hào hứng đến vậy về một người mà ta thậm chí chưa biết rõ?

Trong một nghiên cứu nổi tiếng của Tajfel, Billig, Bundy và Flament vào năm 1971, các nhà

nguyên cứu đã tìm hiểu về những thay đổi trong quan điểm của bạn khi bạn tin rằng bạn đang ở trong một nhóm nhất định. Một nhóm học sinh cấp ba đã tới phòng thí nghiệm để tham gia nghiên cứu này, và các em ngắm một loạt tác phẩm nghệ thuật, dưới danh nghĩa là tìm hiểu “thị hiếu nghệ thuật”. Các bức tranh được trưng bày là của hai nghệ sĩ trừu tượng đương đại, Paul Klee và Wassily Kandinsky.

Các học sinh được chia thành hai nhóm, dựa theo cảm nhận của họ đối với từng bức tranh. Các em chỉ được thông báo là sẽ có hai nhóm và biết mình đã được chỉ định vào nhóm nào. Các em được giới thiệu với nhau và biết những người mình gặp thuộc về nhóm nào. Nghiên cứu thực sự bắt đầu khi các em được yêu cầu chấm điểm một loạt sinh viên trong và ngoài nhóm của mình.

Kết quả cho thấy rằng, mọi người thể hiện sự ưu ái rõ rệt với những người bạn “cùng nhóm” với mình và chấm điểm họ cao hơn so với những người mà các em cho là khác nhóm. Việc các em được ghép nhóm với nhau theo một tiêu chí ngẫu nhiên không hề quan trọng ở đây.

Điều này gợi mở một quan điểm sâu sắc về cách thức xã hội chúng ta hoạt động, đồng thời cho thấy một quy trình tâm lý xã hội rất quan trọng. Các nhóm chỉ tồn tại khi các cá nhân nhận thức được sự tồn tại của nhóm. Mặc dù thực tế là các học sinh được phân nhóm chỉ vài phút trước khi chấm điểm, các em vẫn có nhận thức là đã có một nhóm của mình được hình thành, và sẽ thiên vị những người cùng nhóm. Các em không hề xét tới việc những thành viên cùng nhóm thực ra chẳng có mối liên hệ nào với nhau và cũng chẳng có lý do nào để phải ủng hộ nhóm mình hơn nhóm kia. Một khi đã có ấn tượng rằng mình thuộc về cùng một nhóm, các em lập tức cảm thấy muốn thiên vị nhóm mình và ít ưu ái những người ngoài nhóm hơn.

Đây có thể là một lợi thế rất đáng kể khi áp dụng trong cuộc sống thực tế. Ngay cả khi mọi người không có một lý do bền vững để ủng hộ bạn, thì nếu bạn có thể làm họ tin là bạn ở cùng nhóm với họ và khác biệt với những người còn lại, bạn có thể khiến họ ưu ái bạn hơn.

Một số người cho rằng khuynh hướng này đã gắn chặt với tâm lý của chúng ta trong quá trình

tiến hóa. Hãy tưởng tượng tổ tiên về của bạn thời còn rong ruổi trên đồng cỏ châu Phi hàng trăm nghìn năm trước. Tâm lý “cùng nhóm” có nghĩa là một người sẽ ưu ái những cá nhân mà họ nghĩ là thành viên trong cùng một gia đình hoặc nhóm xã hội của họ, do đó sẽ hỗ trợ họ tìm kiếm thức ăn và duy trì sự sống. Nếu không có sự ưu tiên dành cho người cùng nhóm này, tổ tiên của chúng ta sẽ không thể truyền lại gen của họ cho thế hệ tiếp theo, vì họ sẽ không có nhiều động lực để giúp những người xung quanh tồn tại.

Hàng trăm nghìn năm sau, hầu hết chúng ta vẫn còn duy trì bản năng này. Chúng ta thích những người mà ta nghĩ là có điểm chung nào đó với mình, cũng như những người là một phần trong nhóm của ta. Hiểu rõ khuynh hướng này của con người, bạn có thể tận dụng nó để đem về lợi ích cho mình.

Ví dụ: Nếu bạn đang tuyển dụng nhân sự cho công ty, và một ứng viên tiềm năng lại học cùng trường đại học với bạn, bạn sẽ ngay lập tức có thiện cảm với ứng viên này hơn. Kể cả nếu bạn chưa gặp họ bao giờ, hoặc chưa hề đọc CV của họ, việc hai bạn học cùng một trường sẽ tạo ra một



chút lợi thế cho ứng viên này trong tâm trí bạn. Hai bạn thuộc cùng một nhóm. Hai bạn có điểm chung, cùng chia sẻ một số trải nghiệm, và bạn *hẳn* là sẽ thích người này hơn.

Nếu bạn biết ai đó có những điểm chung với bạn, cho dù đó là cùng yêu thích một thể loại âm nhạc nhất định hay cả hai từng cùng làm việc tại một tổ chức trong một thời gian, bạn có thể tận dụng điều đó làm lợi thế và hình thành mối thân tình với một người có thể lôi kéo những người khác ủng hộ bạn.

Cùng chia sẻ những điểm chung nho nhỏ có thể giúp ích cho bạn trên một chặng đường dài. Hãy cố gắng tạo ra các nhóm mà bạn chia sẻ những điểm tương đồng với các thành viên, có những câu chuyện cười chỉ người trong nhóm mới biết, đồng thời trân trọng những điểm chung và tạo ra một bầu không khí thoải mái khi ở bên nhau. Khi bạn gặp một người lạ, tất cả những gì bạn phải làm là nhắc tới một điểm chung khiến họ có thể thích bạn. Đó có thể là một đặc điểm hữu hình, một món đồ mà họ đang mặc trên người, hoặc một thông tin cá nhân về cuộc đời họ.

Tất cả chúng ta đều từng trải qua khoảnh khắc đầy phấn khích, khi ai đó đề cập đến một chi tiết nào đó và chúng ta có thể lập tức thốt lên: “Tôi cũng vậy!” Điều này liên quan tới khái niệm tâm lý học về sức hút của những điểm tương đồng. Khi thấy ai đó giống mình, hoặc khi tin là ta có điểm chung với ai đó, chúng ta lập tức muốn hiểu rõ hơn về họ và kết nối sâu sắc hơn với họ. Việc này xoay quanh cảm giác phấn khích nảy sinh khi ta biết ai đó cũng đã chứng kiến, cảm nhận hay trải nghiệm một điều giống như ta từng trải qua.

Khuynh hướng trên tạo ra một kết nối, cho dù cảm giác kết nối này vẫn rất mong manh hay có vẻ không ý nghĩa cho lắm. Tất cả chúng ta đều muốn kết nối với người khác, và ngay cả những liên kết nhất thời như thế này cũng sẽ thu hút người khác đến gần bạn hơn. Họ chắc chắn sẽ bớt “phòng vệ” khi ở bên bạn, cởi mở hơn với bạn cũng như những lời bạn nói - bởi họ nhận thấy hình ảnh của chính họ trong bạn.

Hai bên không nhất thiết phải giống nhau theo cách quá độc đáo hay sâu sắc. Nếu đang dự tiệc và thấy một ai đó cũng mặc áo sơ mi đỏ giống bạn, bạn chỉ cần nói rằng cả hai bạn đã cùng quyết định

“Hôm nay là ngày của sơ mi đỏ!”, ngay lập tức, một sợi dây vô hình kết nối hai bạn xuất hiện. Cả hai bạn sẽ cùng mỉm cười về điểm chung này, và điểm chung nho nhỏ đó sẽ trở thành bàn đạp cho những điểm chung khác. Ai cũng cảm thấy dễ chịu hơn khi ở cạnh những người mà họ thấy giống họ hay có điểm chung với họ.

Mặc dù vậy, bạn không được coi như vậy là đã xong chuyện, đó chỉ là xuất phát điểm thôi. Một khi đã xác định được những điểm tương đồng giữa bạn và một người, bạn sẽ cần phải xây dựng mối quan hệ trên nền tảng này. Hãy đặt những câu hỏi dẫn tới sự đồng thuận sâu sắc hơn. Không nhất thiết phải là chủ đề gì to tát hay những câu hỏi mang tính tranh luận, ví dụ như mục đích cuộc đời của họ là gì. Chỉ cần nói về những chủ đề nhẹ nhàng như sở thích, công việc hay những thứ họ quan tâm là đủ rồi.

Hai bạn càng có nhiều điểm chung, người đối diện sẽ càng trở nên thoải mái khi nói chuyện với bạn. Lý do là bởi, họ không thể không bị cuốn hút trước một người mà họ cảm giác như một thành viên cùng nhóm. Không quan trọng là nhóm này có được hình thành một cách chính thống hay

không. Người đối diện đã quyết định rằng, bạn không còn là một người hoàn toàn xa lạ đối với họ nữa, bởi họ đã gắn các đặc điểm của bạn với bản thân họ ở một mức độ nào đó. Tóm gọn lại, điều này liên quan đến nhu cầu của con người, đó là được thuộc về một nơi nào đó.

Một khi người kia đã hạ rào chắn phòng ngự với bạn xuống, bạn có thể sử dụng các kỹ thuật khác trong cuốn sách này để họ cảm mến bạn nhiều hơn. Bước đầu tiên là thiết lập những điểm tương đồng và sau đó xây dựng mối quan hệ trên nền tảng này. Có thể họ thích cùng một thể loại nhạc với bạn. Có thể họ từng học cùng trường với bạn. Rất dễ để nói sâu hơn về điểm tương đồng giữa bạn với người khác và tiếp tục những cuộc trò chuyện với họ xung quanh chủ đề này. Nhiệm vụ chính của bạn ở đây là cố gắng để đối phương không nghĩ bạn là người thuộc về một hành tinh khác, mà trái lại, cảm thấy bạn giống một thành viên trong “hội kín” của họ.

Điều quan trọng mà bạn cần lưu ý là một số nhóm văn hóa nhất định sẽ có khuynh hướng thiên về nguyên tắc này hơn. Thông thường, những người đến từ Mỹ hoặc Tây Âu có xu hướng

đề cao tính cá nhân và ít bị ảnh hưởng bởi điểm tương đồng giữa những người “cùng nhóm”. Trái lại, văn hóa Á Đông, đặc biệt là những nền văn hóa truyền thống lâu đời, lại có xu hướng đánh giá cao những yếu tố như cùng trường cũ, cùng tham gia các tổ chức xã hội, cùng đến một nhà thờ... Thậm chí cả quê quán cũng có thể là một điểm chung quan trọng để kết nối với người khác.

Bằng cách sử dụng động lực “cùng nhóm” như lợi thế của mình, bạn có thể nhắm tới những điều đã ăn sâu vào tâm trí của người khác và trở nên dễ mến hơn trong mắt họ mà không cần bỏ ra nhiều nỗ lực. Đôi khi đó là bước đầu tiên, một điểm xuất phát rất quan trọng trong quá trình xây dựng các mối quan hệ. Mặc dù một số nền văn hóa nhất định đòi hỏi nhiều yếu tố để con người tạo ra xuất phát điểm này, nhưng một khi đã được hình thành, điểm chung đó có thể trở thành nguồn lực mạnh mẽ giúp bạn được yêu mến.

Hãy trở thành một người được quý mến ngay khi bạn bắt đầu giao tiếp với mọi người. Tuy nhiên, các tương tác xã hội không phải là một chiến trường; đơn giản là bạn phải hành xử tích cực, đơn giản và chân thực. Không có mảnh khước

hay chiến thuật tiềm ẩn nào có thể khiến mọi người thích bạn. Tất cả những gì bạn cần là nhận ra mọi người đều tìm kiếm sự khẳng định từ người khác và muốn chia sẻ những điểm tương đồng.

Những lý thuyết trong chương này cho chúng ta biết rằng, để được người khác yêu mến, trước tiên chính bạn phải nỗ lực. Việc bạn đánh giá cao người khác sẽ thúc đẩy những tương tác tích cực. Đó là nền tảng tạo nên các nhóm, nơi các thành viên luôn hỗ trợ lẫn nhau.

## TỔNG KẾT CHƯƠNG

- Nhận thức cũng tương tự như các hiện tượng chúng ta đã thảo luận. Bạn không chắc chắn điều đó có đúng hay không, nhưng bạn sẽ yêu thích những gì bạn có thể thấy được. Điều này quả là một sự thật đáng buồn, bởi con người chúng ta thật nông cạn và không thích phải suy nghĩ quá nhiều. Nhưng mà, ít nhất trong cuốn sách này, bạn sẽ học được cách tận dụng các thông tin đó làm lợi thế cho bản thân. Các nguyên tắc sau đây là các ví dụ cho thấy những đánh giá và quan điểm tức thời của chúng ta có thể dẫn tới những biến chuyển lớn về tâm lý.
- Nhận thức đầu tiên dành cho chúng ta là sử dụng nguyên tắc được - mất. Nguyên tắc này cho rằng, khi quan điểm của ta về đối phương trở nên tốt đẹp hơn, đối phương cũng nhiều khả năng có cảm tình hơn với ta. Nói cách khác, sự nhất quán trong tình cảm có vẻ nhằm chán với chúng ta, và chúng ta thích một chút “rượt đuổi” ngay cả trong tình bạn đơn thuần.

- Thứ hai, hiệu ứng Pygmalion cho rằng, nếu bạn vẽ nên một hình ảnh về hành vi và tính cách của một người thì người đó sẽ trở thành chính xác như vậy. Nhận thức của chúng ta sẽ trở thành hiện thực, bởi chúng ta không thể không hành động tương ứng với định kiến và “nhào nặn” đối phương theo đúng hình ảnh trong nhận thức của ta.
- Thứ ba, chúng ta thường thích những điều dễ hiểu. Hiện tượng này được gọi là sự trôi chảy khi nhận thức và xử lý thông tin. Đó là lý do tại sao những khẩu hiệu hay nhất của các nhãn hàng lại rất đơn giản và gần như không có nghĩa gì sâu xa - chúng khiến ta thấy thoải mái và không bị khó hiểu.
- Thứ tư, tình cảm có đi có lại là một hiện tượng mà khi bạn thích ai đó trước, khả năng họ thích bạn trở lại sẽ cao hơn nhiều. Bạn có thể lập tức áp dụng nguyên tắc này một cách rất đơn giản, ví dụ như khi bạn mới gặp một ai đó xa lạ, hãy để họ biết rằng bạn thích họ và điều đó sẽ giúp gia tăng khả năng xây dựng mối quan hệ tích cực giữa bạn với họ. Nhưng, chúng ta có thực sự thích nhau không, hay tất cả chỉ là cảm giác?

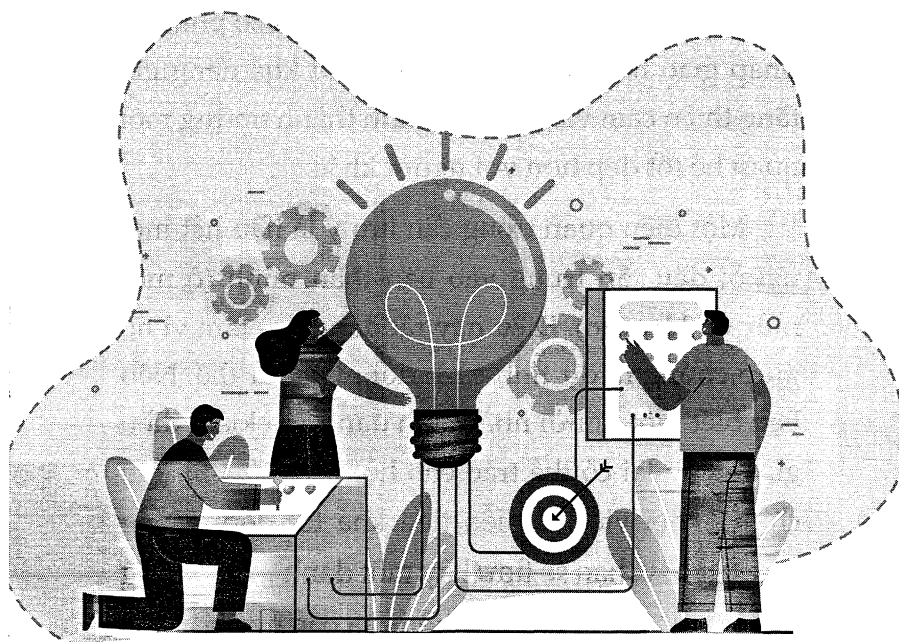


- Thứ năm, lý thuyết xác nhận lại bản thân cho rằng con người luôn mong muốn tái khẳng định cách chúng ta nhìn nhận bản thân mình. Một cách tự nhiên, ta có xu hướng yêu quý những người giúp chúng ta làm vậy, bất kể chúng ta có cái nhìn tích cực hay tiêu cực về chính mình. Hơn nữa, khao khát được xác nhận những niềm tin của chúng ta về bản thân mãnh liệt tới mức có thể lấn át cả mong muốn được xã hội thừa nhận và khen ngợi.
- Thứ sáu, chúng ta có xu hướng thích một người ngay lập tức nếu chúng ta cho rằng họ cùng nhóm với ta. Một số người cho rằng, khuynh hướng ưu tiên người cùng nhóm đã ăn sâu trong quá trình tiến hóa tâm lý của chúng ta. Hãy tưởng tượng tổ tiên của bạn từng rong ruổi trên các đồng cỏ của châu Phi hàng trăm nghìn năm về trước. Tốt hơn hết, anh ta nên tìm một nhóm tương đồng để hỗ trợ mình, thay vì gia nhập một nhóm toàn những kẻ đối địch xa lạ hay tự đương đầu với một con cá sấu đói bụng.



## Chương 4

# MỘT LỘ TRÌNH ĐƠN GIẢN



**T**rong các chương trước, chúng ta đã cùng thảo luận về những cách thức tư duy cụ thể khi tương tác xã hội để giúp quá trình giao lưu trở nên tích cực hơn. Các cách thức này có vẻ hơi gián tiếp, và thiên về nhận thức, tâm lý cũng như cách định rõ vị trí của bản thân để đạt được kết quả tốt nhất. Những lý thuyết này dựa trên xu hướng làm việc của não bộ, đó là nuôi dưỡng những gắn kết tích cực - trong khi chưa chắc đã có thứ gì như thế thực sự tồn tại.

Bây giờ, chúng ta sẽ đi sâu vào một số phương pháp giao tiếp xã hội trực tiếp, với khả năng gia tăng thiện cảm và giúp bạn hình thành những mối quan hệ tốt đẹp hơn với người khác.

Một điều quan trọng cần lưu ý là hầu hết mọi người đều tập trung vào bản thân mình (ở một mức độ khá cao). Điều này rất đáng lưu tâm vì nó giúp chúng ta dự tính cách đối nhân xử thế. Nếu bạn biết một người nhất định đang tìm kiếm điều gì, và bạn lại có thể trao cho họ điều đó, thì nhìn chung, mọi việc sẽ diễn tiến khá tốt đẹp. Trong chương này, bạn sẽ tìm thấy một danh mục những mối quan tâm và mong muốn của con người, dù là

có ý thức hay chỉ trong tiềm thức, để có thể hành xử một cách tương ứng và đạt được những thành công xã hội. Nói cách khác, đây là một lộ trình để bạn đi theo.

## AI CŨNG MUỐN NÓI VỀ BẢN THÂN MÌNH

Dale Carnegie, tác giả nổi tiếng của cuốn sách *How to Win Friends and Influence People* (Đắc nhân tâm), đã đưa ra nhiều lời khuyên về việc cải thiện bản thân, nâng cao kỹ năng bán hàng, kỹ năng nói chuyện và kỹ năng đối nhân xử thế trong suốt cuộc đời ông. Nhiều lời khuyên của ông đã trở nên phổ biến đến mức trở thành “lẽ thường”, mặc dù lý do chính khiến chúng trở nên phổ biến là nhờ cuốn sách của ông. Một trong những lời khuyên hay nhất của ông chỉ đơn giản là khơi gợi để người khác mở lời, hoặc thậm chí là động viên họ khoe khoang về bản thân, bởi làm thế sẽ khiến họ thích trò chuyện với bạn. Ông đã nói, “Trong hai tháng bày tỏ sự hứng thú với người khác, anh có thể kết được nhiều bạn hơn là số bạn mà anh có được trong vòng hai năm cố gắng trở nên thú vị trong mắt người khác.” Đây là một trong những lời khuyên về giao tiếp được chia sẻ nhiều nhất.

Nhưng có bằng chứng nào cho lời khuyên này không?

Hóa ra là có rất nhiều. Một nghiên cứu vào năm 2012 được các nhà khoa học thần kinh Diana Tamir và Jason Mitchell tại Đại học Harvard thực hiện, bao gồm năm thí nghiệm chụp hình não bộ, đã cho thấy một trong những hành động cơ bản và mạnh mẽ nhất của con người là nhu cầu chia sẻ thông tin cá nhân với người khác. Hình ảnh não bộ cho thấy rằng, việc chia sẻ thông tin về bản thân sẽ kích hoạt những cảm giác trong não bộ giống như khi ta ăn uống và quan hệ tình dục - hai hành vi sinh học cơ bản và thiết yếu. Vì vậy, về mặt sinh học, có vẻ chúng ta cũng nhất định phải chia sẻ và truyền đạt những suy nghĩ của mình.

Tamir và Mitchell mới đầu thiết kế những nghiên cứu này với mục đích quan sát và cố gắng định lượng giá trị của việc chia sẻ suy nghĩ và cảm xúc - một điều được con người đánh giá cao bất thường. Sau đó, họ tuyển dụng hàng chục tình nguyện viên - đa số là người Mỹ sống gần khuôn viên trường Havard - và đặt ra những câu hỏi về bản thân họ cũng như những chủ đề không liên quan đến họ.

Để xác định xem những người tham gia coi trọng việc chia sẻ thông tin về bản thân tới mức nào, các nhà nghiên cứu đưa ra một khoản tiền thưởng khiêm tốn cho bất kỳ ai trả lời những câu hỏi không liên quan tới mình. Một số câu hỏi bàn về các chủ đề thông thường như sở thích và gu cá nhân, trong khi những câu hỏi khác là về các đặc điểm tính cách, chẳng hạn như trí thông minh, tò mò hoặc hiếu chiến.

Các nhà nghiên cứu đã nhận ra rằng, nhiều người tham gia sẵn sàng bỏ qua khoản tiền thưởng, họ thích cảm giác hài lòng khi được chia sẻ về bản thân hơn là có được một chút tiền. Thực tế là một người tham gia trung bình sẵn sàng từ bỏ 17 đến 25% khoản tiền họ có khả năng kiếm được, để có thể chia sẻ thông tin về bản thân.

Hơn nữa, Tamir và Mitchell sử dụng một máy quét cộng hưởng từ chức năng (fMRI) để quan sát xem phần nào của não bị kích thích nhất khi đối tượng nói về bản thân họ. Nhìn chung, họ đã tìm thấy mối tương quan giữa việc chia sẻ về bản thân và hoạt động gia tăng ở các vùng não thuộc hệ viền giữa (mesolimbic dopamine system). Đây cũng là vùng não liên quan đến cảm giác được

tưởng thưởng và thỏa mãn khi chúng ta được ăn, kiếm được tiền hay khi quan hệ tình dục.

Điều này có nghĩa là trên góc độ thần kinh học, các đối tượng trong mỗi cuộc đối thoại (hoặc những người tham gia vào các tình huống xã hội) cảm thấy rất hài lòng khi được chia sẻ về bản thân họ. Trên thực tế, Dale Carnegie hoàn toàn đúng. Vậy, làm cách nào ta có thể áp dụng kiến thức này để đạt được các thành công xã hội?

Bước quan trọng nhất đối với hầu hết mọi người là hãy bắt đầu đặt ra giới hạn cho bản thân. Đúng, bạn sẽ cảm thấy rất tuyệt khi được nói về chính mình, như nghiên cứu đã chỉ ra, nhưng khi bạn làm như vậy, bạn đã tước đi không gian và thời gian của người khác để nói về bản thân họ. Bạn cần có ý thức tự hạ thấp nhu cầu và mong muốn của mình xuống. Sau cùng, mục tiêu của trí thông minh xã hội là khiến cho bản thân trở nên dễ mến hơn, chứ không phải là để tự mình vui trong những lần giao tiếp. Như ta có thể thấy trong chương trước, mọi thứ đều xoay quanh cảm tình có đi có lại.

Nói về bản thân ở một mức độ nào đó là điều hoàn toàn tự nhiên, cả về mặt sinh học lẫn khi



hòa vào cuộc đối thoại. Người ta ước tính rằng, khoảng 40% những gì chúng ta nói sẽ liên quan đến việc bày tỏ suy nghĩ và cảm xúc của chính mình, vì làm như vậy đem lại cảm giác rất thỏa mãn. Bởi vậy, bạn phải cẩn thận cân bằng giữa việc chia sẻ về bản thân với việc để người khác tự do phát biểu.

Có hai cách để thực hiện. Trước tiên, hãy hiểu rõ các cách chia sẻ về bản thân mà bạn thường thực hiện. Điều này sẽ đảm bảo bạn vẫn cảm thấy hài lòng khi chia sẻ về bản thân mà không rơi vào trạng thái khó chịu là chỉ biết đến mình.

Khi nói rất nhiều về bản thân, thường bạn sẽ bị coi là hợm hĩnh, thiếu khiêm tốn, cạnh tranh quá mức hay thậm chí là thiếu suy nghĩ. Mặc dù có thể tin rằng mình chỉ đang thể hiện sự tự hào, hoặc thực chất chỉ đang lấy mình ra chia sẻ để dẫn dắt cuộc hội thoại, bạn vẫn phải lưu ý đến cách người khác nhìn nhận về điều đó. Khi nói về bản thân dưới một góc độ cực kỳ tích cực, bạn có thể bị cho là một kẻ khoe khoang, và nếu bạn làm ngược lại - miêu tả bản thân một cách tiêu cực, bạn có thể bị coi là thiếu tự tin hoặc chỉ đơn giản là một kẻ thất bại.

Dưới đây là một số sai lầm phổ biến:

- Bạn không nhận thức được câu chuyện đang được kể là của ai - đó là câu chuyện của bạn hay của người khác?
- Bạn không để ý tới những điều có thể học hỏi, mà chỉ quan tâm đến những điều bạn có thể nêu ý kiến và thêm nếm thông tin.
- Bạn không đặt ra câu hỏi, bạn không khuyến khích người khác chia sẻ về bản thân họ.
- Mỗi câu nói hay câu hỏi của bạn đều lấy “tôi” và “của tôi” làm trung tâm.

Giải pháp thứ hai xuất phát từ thực tế là mọi người thường muốn được giải trí. Do đó, khi nói về bản thân, bạn sẽ thành công hơn về mặt xã hội nếu có thể kể những câu chuyện thú vị, thay vì liên tục thốt lên “Tôi nghĩ...” và “Tôi cảm thấy...” mà không quan tâm người khác tiếp nhận ra sao. Nếu mọi người không nói gì có nghĩa là họ muốn nghe điều gì đó thú vị hơn.

Hãy sử dụng mong muốn được chia sẻ về bản thân của mọi người như một cơ chế để đạt được thành công xã hội, bằng cách chú ý để mọi người

nói nhiều hơn. Hãy bày tỏ sự hiếu kỳ về người khác, đặt ra cho họ những câu hỏi để họ có cơ hội tự khoe về bản thân, nhìn chung là để họ trở thành trung tâm của cuộc đối thoại. Hãy tập trung vào điểm mạnh của họ và để họ tự khắc họa bản thân một cách tích cực, hãy cảm nhận sự khiêm tốn và vĩnh ở họ và tăng cường những lời khen ngợi vào khoảng khắc đó. Hãy trở thành một người biết lắng nghe, thể hiện sự hiếu kỳ và quan tâm chân thành, đồng thời khuyến khích đối phương tiếp tục chia sẻ về bản thân họ.

Lần cuối cùng bạn hỏi liên tù tì ai đó năm câu hỏi mà không xen vào một câu chuyện của chính bạn là khi nào? Mười câu hỏi thì sao? Đây chính xác là kiểu tương tác mang lại cảm giác dễ chịu cho mọi người, nhưng chúng ta thường không làm như thế bởi ta không thể cưỡng lại sự cảm dỗ trong lòng mình. Ta có thể dễ dàng thực hiện việc đặt câu hỏi mà không khiến cuộc hội thoại biến thành một cuộc phỏng vấn - chỉ cần tiếp tục bàn về một chủ đề và liên tục tìm hiểu sâu hơn.

Cuối cùng, tất cả những điều trên là kỹ năng cần thiết để trở thành một người biết chuyên chú lắng nghe một cách tích cực. Tất cả chúng ta đều có

khả năng trở thành một người lắng nghe tốt hơn, chỉ cần biết giữ tập trung và có ý thức.

## **MỌI NGƯỜI THÍCH CẢM GIÁC QUEN THUỘC VÀ NHỮNG ĐIỂM TƯƠNG ĐỒNG**

Trong chương trước, chúng ta đã đề cập đến lý thuyết về động lực cùng nhóm và khác nhóm. Lý thuyết này - đã được chứng minh bằng thực nghiệm - chỉ ra rằng mọi người có xu hướng hình thành nhóm với nhau dựa trên cảm giác thân thuộc và chia sẻ những điểm tương đồng. Quan điểm này củng cố một thực tế, đó là một trong những cách dễ nhất để kết nối với mọi người là tận dụng những điểm chung giữa ta với họ. Điều này có vẻ hiển nhiên ở ấn tượng ban đầu và khi ta mới xây dựng mối quan hệ, nhưng nó thực chất còn ảnh hưởng đến toàn bộ quá trình bồi đắp mối quan hệ về sau.

Chúng ta tự nhiên thích giao lưu với những người tương tự mình là vì điều đó tạo cho ta cảm giác thoải mái và thân thuộc, vậy nên chúng ta biết mình có thể trông chờ điều gì. Chúng ta cảm thấy an toàn. Không có gì ngạc nhiên khi vô số nghiên cứu trong nhiều năm đã chứng minh rằng chúng

ta bị thu hút bởi những người có đặc điểm tính cách tương tự bản thân ta.

Một nghiên cứu tiến hành năm 1985 của Lewak, Wakefield và Briggs cho thấy những người tham gia thử nghiệm bị thu hút bởi những người có trí thông minh tương tự họ. Điều này rất có lý, bởi một số người khó “tiêu hóa” được các chủ đề trí tuệ phức tạp có thể sẽ không hứng thú hoặc không thích nói về những chủ đề đó, trong khi những người có đam mê phát triển tri thức lại nhiều khả năng muốn thảo luận ý tưởng của họ với những người cũng tò mò và quan tâm đến đề tài đó.

Càng khác nhau (dù xét trên bất kỳ khía cạnh nào), ta càng khó tìm được nền tảng chung giúp cả hai bên đều hài lòng. Điều này không chỉ đúng với hai người đối lập về quan điểm và thái độ, mà còn chính xác với cả những người khác nhau về xu hướng tính cách. Nếu muốn có được thành công xã hội bền vững, bạn nên tập trung phần lớn thời gian để tương tác với những người có đặc điểm giống mình, bởi họ sẽ thích bạn và tôn trọng bạn hơn ngay từ đầu.

Bây giờ, chúng ta hãy xem xét biểu hiện của những đặc điểm tương đồng trong mối quan hệ lãng mạn.

Một nghiên cứu được thực hiện bởi Morell, Twillman và Sullaway vào năm 1989 đã chỉ ra rằng, chúng ta dễ bị hấp dẫn bởi những người có cùng kiểu tính cách với mình. Một người có tính cách loại A (tham vọng, thích cạnh tranh, có ý thức về thời gian...) có khả năng sẽ thích hẹn hò với một người cũng có tính cách loại A. Những người có tính cách loại B (thoải mái, ít căng thẳng, hay chiêm nghiệm...) sẽ thích những người loại B hơn trong mối quan hệ lãng mạn.

Và xu hướng này không chỉ đúng ở ấn tượng thu hút ban đầu, nó cũng đúng khi bạn quyết định tiến vào một mối quan hệ lâu dài. Một nghiên cứu của Caspi và Herbener vào năm 1990, và một nghiên cứu khác của Lazarus vào năm 2001, cho biết: trong các mối quan hệ lâu dài và các cuộc hôn nhân, những đặc điểm tính cách giống nhau là một yếu tố dự đoán chính xác về sự ổn định và hạnh phúc của một cặp vợ chồng.

Chắc chắn là chúng ta đều đã nghe tới quan điểm “trái dấu thì hút nhau”. Ta đặc biệt hay gặp phải hiện tượng này trong các mối quan hệ. Tuy nhiên, bằng chứng từ các nghiên cứu tâm lý học lại đưa ra kết luận hoàn toàn mâu thuẫn với quan

điểm đó. Nếu bạn đang muốn xây dựng một mối quan hệ thành công hơn, thì con đường đúng đắn là tìm kiếm một đối tác có những đặc điểm tương tự như bạn.

Đây là kết luận rất hợp lý. Một ai đó quá giàu tham vọng và coi trọng nghề nghiệp nhiều khả năng sẽ phán xét một người có tính cách thoải mái là một kẻ lười biếng, trong khi một người có tính cách thoải mái sẽ muốn người bạn đời của họ bớt căng thẳng hơn và dành thêm nhiều thời gian để tận hưởng cuộc sống. Không có ai là đúng hay sai ở đây cả, nhưng nếu hai bên càng phải thỏa hiệp nhiều để ở bên nhau thì mối quan hệ của họ càng có nguy cơ trở nên phức tạp.

Nói chung, bạn càng khác biệt với bạn đời, các bạn càng phải nỗ lực và giao tiếp nhiều hơn để có một mối quan hệ tốt đẹp. Nếu cả hai bạn đều luôn duy trì được sự cởi mở và kiên trì vượt qua những khác biệt, các bạn vẫn có thể xây dựng một mối quan hệ tuyệt vời như ý, khi những điểm khác biệt của hai bạn bổ khuyết cho nhau. Tuy nhiên, nếu bạn đang tìm kiếm một người yêu có tính cách trái ngược với mình để “cân bằng lẫn nhau” thì có lẽ bạn sẽ cần cân nhắc lại suy nghĩ đó.

Nhưng còn những mối quan hệ không lãng mạn thì sao? Liệu bạn bè có thể hòa thuận với nhau không nếu họ có đặc điểm tính cách và hệ giá trị trái ngược nhau?

Vào năm 2004, một nhóm năm nhà tâm lý học đã tiến hành một nghiên cứu về ảnh hưởng của sự tương đồng trong các mối quan hệ không phải quan hệ yêu đương, bao gồm tình bạn và tình thân. Các đối tượng nghiên cứu cơ bản sẽ dành thời gian giao lưu với những người có đặc điểm tính cách giống với họ (theo Nangle, Erdley, Zeff, Stanchfield và Gold). Ví dụ: nếu bạn là một cá nhân sống có mục tiêu và làm việc chăm chỉ, nhiều khả năng bạn sẽ bị thu hút bởi những người bạn tương tự như vậy.

Các nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, xu hướng này không chỉ xoay quanh sự hòa hợp trong tính cách mà vượt ra cả giới hạn đó. Donn Byrne và các cộng sự của ông đã thực hiện hai nghiên cứu, một vào năm 1968 và một vào năm 1971, chứng minh rằng chúng ta thường bị thu hút bởi những người tương tự mình, từ xu hướng tính cách cho tới những yếu tố như quan điểm chính trị, niềm tin tôn giáo, cũng như thái độ hay có cùng người quen.



Trên thực tế, các nhà nghiên cứu chỉ ra rằng, thái độ tương đồng và mức độ dễ mến có liên quan trực tiếp tới nhau theo mối quan hệ tỷ lệ thuận, có nghĩa là thái độ và niềm tin của bạn càng giống với ai đó thì bạn càng thích họ. Do đó, khả năng chúng ta thích một người có chung 8/10 ý kiến với mình sẽ nhiều gấp đôi khả năng chúng ta thích một người chỉ có chung 4/10 ý kiến.

Tất nhiên, hiện tượng này không chỉ áp dụng cho những niềm tin và thái độ tích cực. Nó vẫn chính xác khi bạn ghét một thứ giống như người khác. Cùng thù ghét một điều gì đó cũng có thể gắn kết mọi người lại với nhau, như câu nói “kẻ thù của kẻ thù chính là bạn”.

Sự cuồng tín trong thể thao là một ví dụ hoàn hảo cho triết lý này. Rất dễ thấy những người hâm mộ của các đội khác nhau tập hợp lại để “gây hấn” những nhà vô địch lâu năm trong một môn thể thao nhất định. Và mặc dù việc hình thành tình bạn do có chung “kẻ thù” trong thể thao là khá vô hại, nhưng thật không may, xu hướng đoàn kết lại với nhau vì cùng căm ghét gì đó có thể gây ra những điều tiêu cực nghiêm trọng hơn, như

những chuyện thường xảy ra trong các cuộc xung đột chính trị và tôn giáo.

Tuy nhiên, lý thuyết thu hút do tương đồng không chỉ dừng lại ở đây. Thực tế cho thấy việc có tên gần giống ai đó cũng làm tăng khả năng được yêu mến của bạn. Trong trường hợp này, bạn có thể thử đặt cho mình một biệt danh tương tự với những người xung quanh để được mọi người yêu mến hơn.

Cuối cùng, tất cả những nghiên cứu trên đều ngầm xác nhận rằng, câu nói “nồi nào úp vung nấy” chính xác hơn nhiều khẳng định “trái dấu thì hút nhau” khi bàn về các mối quan hệ của con người. Bạn sẽ thấy đây là một thực tế khi nhìn lại trải nghiệm xã hội đã qua và các mối quan hệ hiện tại của mình. Sẽ không có gì ngạc nhiên nếu một số người mà bạn thân nhất và chơi cùng lâu nhất cũng là những người có nhiều điểm chung nhất với bạn, trong khi những mối quan hệ không thành hoặc những người mà bạn mất liên lạc từ lâu là những cá nhân có ít điểm chung hơn, và do đó ít phù hợp với bạn hơn.

Vậy, bạn có thể vận dụng kiến thức này ra sao?

Câu trả lời hiển nhiên là khi tương tác với mọi người, hãy nhấn mạnh những điểm tương đồng giữa bạn và đối phương và hết sức tránh đề cập tới những điểm khác biệt. Một số mối quan hệ của bạn có thể rất sâu sắc và các bạn cùng có chung rất nhiều mối quan tâm, trong khi những mối quan hệ khác có thể chỉ dựa vào một hoặc hai đặc điểm/ sở thích tương đồng. Dù trong trường hợp nào, bạn cũng sẽ tối ưu được thành công xã hội khi tập trung vào những điểm tương tự giữa bạn và người khác.

Hãy suy nghĩ về những điểm mà đối phương cũng giống như bạn - những điểm tương đồng này xuất hiện trong mọi mối quan hệ, bạn chỉ cần biết cách tìm kiếm hoặc tạo ra chúng.

Giả sử bạn là một người Mỹ vốn không quan tâm đến bộ môn bóng đá, nhưng bạn chuẩn bị chuyển đến châu Âu hoặc Nam Mỹ, nơi bóng đá được đông đảo mọi người quan tâm. Bạn có thể vẫn cảm thấy môn bóng đá thật nhàm chán, nhưng hãy cứ tìm hiểu về nó và nuôi dưỡng dần sự quan tâm - điều đó có thể giúp bạn dễ dàng mở đầu câu chuyện hơn với phần lớn cư dân tại thành phố mà bạn sẽ chuyển tới. Trong mọi tình huống, bạn sẽ

thấy mình kết bạn thuận lợi hơn rất nhiều nếu có thể trò chuyện với mọi người về chủ đề mà họ yêu thích. Mục tiêu ở đây là tìm được điểm chung, kể cả khi việc này đòi hỏi một chút nỗ lực.

Một khi đã tìm được điểm tương đồng ban đầu, đơn giản là bạn sẽ có cơ hội được chấp nhận cao hơn, và đôi khi, đó là tất cả những gì ta hy vọng đạt được.

Hãy lưu ý, bản chất tò mò hiếu kỳ và quan tâm tới nhiều chủ đề sẽ giúp bạn kết nối với nhiều người hơn và đồng thời, các kiểu người bạn quen biết cũng đa dạng hơn. Nếu bạn dành toàn bộ thời gian rảnh để xem ti vi, bạn sẽ không có nhiều cơ hội để kết nối với người khác, trong khi một người có nhiều sở thích chủ động sẽ giàu kỹ năng giao lưu và nhiều cơ hội để kết bạn hơn. Bạn tự nhiên sẽ trở thành người thú vị hơn khi có nhiều mối quan tâm hơn.

Tìm được điểm tương đồng càng củng cố xu hướng thích coi mình là trung tâm của con người. Hãy để mọi người được chia sẻ về bản thân họ. Hãy để mọi người khoe khoang về những khao khát trong tim họ! Hãy trở thành một người biết lắng nghe và giàu trí tò mò, để khi lắng nghe, bạn

có thể thấu hiểu hơn những tính cách hay sở thích mà bạn tương đồng với đối phương, giúp bạn xích lại gần hơn với họ, đồng thời xác định những điều có nguy cơ tạo ra khoảng cách giữa các bạn. Hãy tập trung vào những mặt tích cực mà bạn có chung với người khác khi bạn để họ thổ lộ suy nghĩ và cảm xúc với bạn, và kết quả là bạn sẽ xây dựng được nhiều mối quan hệ bền vững.

## AI CŨNG MONG MUỐN CÓ ĐỒNG MINH

Bạn tìm kiếm điều gì ở bạn bè? Họ có phải là người đồng hành cùng bạn? Có phải người sẽ chia sẻ những sở thích với bạn và cùng tận hưởng những hoạt động giống bạn? Sẽ thật tuyệt nếu bạn bè của bạn có tất cả những điểm trên, nhưng một nghiên cứu được thực hiện bởi các nhà tâm lý học đã đi tới kết luận rằng, chúng ta lựa chọn bạn bè dựa trên quan niệm vô thức rằng họ sẽ *hỗ trợ* chúng ta lúc ta cần giúp đỡ. Điều này xoay quanh việc biến những khoảng thời gian khó khăn trở nên tốt đẹp hơn, và biến khoảng thời gian tốt đẹp trở nên tuyệt vời hơn nữa.

Nghiên cứu này, được thực hiện bởi hai nhà tâm lý học nhận thức Peter DeScioli và Robert

Kurzban, đã tìm hiểu nguồn gốc hình thành nên tình bạn của con người. Các nhà nghiên cứu đã đặt ra một số câu hỏi cho những người tham gia, để họ xếp hạng những người bạn thân nhất theo một vài cách khác nhau, ví dụ như dựa trên lợi ích họ nhận được từ tình bạn, số lượng bí mật hai người cùng chia sẻ, và tình bạn này đã kéo dài bao lâu.

Kết quả nhận được thể hiện rằng, mọi người nhìn nhận tình bạn “sâu sắc hơn” nếu họ nghĩ rằng người bạn đó có thể hỗ trợ mình trong những tình huống tiềm ẩn mâu thuẫn. Những mâu thuẫn tiềm ẩn này có thể bao gồm những tranh luận thông thường cho tới những cuộc ẩu đả bạo lực, hoặc có thể là những vấn đề kín đáo hơn, chẳng hạn như ủng hộ con đường tương lai của bạn. Vì vậy, bạn nhiều khả năng sẽ coi một người là bạn tốt nếu họ có thể làm điều gì đó cho bạn, và mang đến cho bạn một giá trị nào đó trên phương diện giải quyết mâu thuẫn, bảo vệ bạn, hoặc mở ra những cánh cửa sự nghiệp cho bạn.

Điều này cũng đúng trong trường hợp ngược lại. Nếu không nghĩ rằng ai đó có thể làm nhiều điều cho bạn hay khó lòng hỗ trợ bạn, bạn sẽ xếp hạng họ khá thấp, cho dù hai bạn có hợp nhau tới

đâu hay lúc bên nhau các bạn vui vẻ thế nào. Đó là bởi bạn không coi họ như một đồng minh khi cần sự giúp đỡ, khi gặp khó khăn hoặc ở trong những tình huống hiểm nguy. Cuối cùng thì vẫn là câu chuyện có đi có lại giữa hai người.

Chúng ta cùng xem lại một bối cảnh quen thuộc, đó là từ quan điểm tiến hóa, không khó để hiểu tại sao chúng ta lại có thành kiến như trên. Hàng nghìn năm trước, cuộc sống rất bất ổn so với bây giờ, và điều này được phản ánh qua cách các mối quan hệ được hình thành, cũng như cách mọi người “chấm điểm” giá trị của nhau.

Để tồn tại trong thời đại đó, con người phải nhận được đúng thông tin vào đúng thời điểm. Tất cả những điều này đều đến từ việc hợp tác, nghĩa là tất cả chúng ta đều cần phải giao lưu và làm việc cùng nhau theo cách này hay cách khác để vượt qua khó khăn. Nếu bạn biết ai đó có thể bảo vệ được bạn, cho bạn biết địa điểm tốt nhất để gieo trồng hoặc săn một con thú lớn, thì đối với bạn, họ sẽ quan trọng hơn nhiều so với một người chuyên dựa dẫm vào bạn nhưng không cho bạn điều gì.

Ở thời cổ đại, nếu một số người không có xu hướng kết đồng minh với nhau, thì khả năng cao

là họ sẽ không truyền lại được bộ gen di truyền của mình cho đời sau. Tại sao ư? Bởi họ sẽ có ít khả năng sống sót hơn, cho dù đó là lúc họ phải đối mặt với mùa đông hay khi phải đối đầu với những loài động vật săn mồi. Có thể lập luận rằng, chúng ta có xu hướng đánh giá cao một người dựa trên việc họ có thể mang lại lợi ích cho ta ra sao, dù là với danh nghĩa đồng minh hay bạn bè. Đây là lối tư duy đã gắn chặt vào ADN của chúng ta. Thật vô nghĩa nếu bạn trao cho ai đó tình bạn của mình mà không nhận lại được gì.

Nhưng khi bàn về việc tạo dựng thiện cảm và tình bạn trong thời hiện đại, kiến thức trên có thể áp dụng ra sao?

Mặc dù chúng ta không còn là người thượng cổ nữa, nhưng ta vẫn giữ nguyên tâm lý rằng chúng ta cần có người khác ở bên, để họ mang lại lợi ích cho cuộc sống của ta theo một cách nào đó. Xét cho cùng, mặc dù hoàn cảnh hiện tại của chúng ta có thể đã rất khác, nhưng tất cả chúng ta vẫn cần sự hỗ trợ của nhau để tiếp tục sống.

Chìa khóa để đạt được thành công về mặt xã hội chính là hiểu được bản chất của tình bạn giữa người với người. Bạn có thể dễ dàng ứng



dụng thông tin này bằng cách chứng minh cho những người xung quanh thấy rằng, bạn rất hữu ích và mang lại nhiều giá trị cho mỗi quan hệ. Thể hiện rõ điều này với người khác giúp họ yên tâm rằng bạn là người trợ giúp đáng tin cậy khi cần thiết. Làm như vậy sẽ khiến mọi người đến gần bạn hơn. Bình thường, mọi người sẽ không hình thành nên ý thức và cảm nhận được giá trị của bạn. Để đảm bảo rằng họ biết rõ, bạn cần truyền đạt lại giá trị của bản thân, cho dù là bằng lời nói hay bằng hành động.

Ví dụ: trong một buổi gặp mặt chuyên để mọi người mở rộng mạng lưới quan hệ, chẳng có gì sai khi nói với mọi người rằng bạn có quen biết với một công ty lớn hoặc một tổ chức chính phủ mà họ có thể hưởng lợi từ đó. Bạn không cần phải khoe rõ ra - thực ra, bạn không bao giờ nên làm như vậy. Bạn sẽ dễ bị coi là tự mãn hoặc kiêu ngạo, đấy là tôi nói giảm nói tránh rồi đấy. Bạn chỉ cần đưa ra các thông tin và để mọi người tự kết luận rằng bạn có thể hỗ trợ và đem lại ích lợi cho họ.

Lợi ích có thể là cung cấp cho họ một công việc, một dự án. Lợi ích thậm chí có thể là một thứ vô hình, chẳng hạn như địa vị xã hội. Dù điều đó

là gì, thì khi bạn nói rõ với mọi người rằng quen biết bạn sẽ đem về cho họ một số lợi ích, nhiều khả năng họ sẽ coi bạn là đồng minh.

Một khi họ tin như thế, bạn sẽ ngay lập tức trở nên dễ mến hơn, chỉ vì họ tin rằng bạn là một người hữu ích và bạn có thể cung cấp cho họ những thứ mà người khác không thể mang lại. Nghe có vẻ rất giống một kiểu giao dịch và có thể đúng là như vậy thật, nhưng không thể phủ nhận rằng, không ai lại muốn hoặc cần một người bạn liên tục mong muốn được hỗ trợ nhưng không đáp lại gì cả. Có lẽ tư duy theo cách này là ta đang đặt nguyên tắc “có qua có lại” và sự tương trợ lẫn nhau trong một khuôn khổ đầy thực tế và thực dụng. Hơn nữa, theo một nghĩa nào đó, mỗi quan hệ giao dịch là một phép ẩn dụ. Nó không nhất thiết phải là thứ gì đó có thể định lượng được. Bạn không cần phải đem về lợi ích tài chính, mà đôi khi, sự khuyến khích động viên, sự hài hước, niềm vui hoặc lời khuyên cũng rất có giá trị.

Về phương diện giao tiếp, hãy nhớ rằng có một ranh giới mong manh giữa việc nêu ra giá trị tiềm năng của bạn và thái độ khoe khoang. Không ai thích một người đánh giá quá cao giá trị của

họ hoặc hợm hĩnh ta đây. Điều quan trọng là cho mọi người biết rằng bạn sẵn sàng đứng về phía họ và giúp đỡ họ, mà không cố gắng phóng đại tầm quan trọng của mình.

Không phải lúc nào bạn cũng cần phải chia sẻ với mọi người rằng bạn quen biết ông này bà kia, hoặc bạn có từng này tiền. Mọi người mong muốn những thứ khác nhau, và điều quan trọng cần nhớ là, đâu phải một người quan tâm thẳng tiến trong sự nghiệp thì người khác cũng mong muốn điều tương tự. Có thể người này lại quan tâm hơn đến sự phát triển cá nhân và cần ai đó giúp họ duy trì khả năng tập trung.

Đôi khi bạn cần phải có chiến lược trong việc “chọn bạn mà chơi”. Nếu bạn biết rằng ai đó có thể cho bạn một điều mà không ai khác có thể mang lại, hoặc nếu bạn biết rằng bạn có thể tận hưởng mối quan hệ đôi bên cùng có lợi với ai đó, hãy tiếp cận những người này và xem mọi chuyện sẽ đi đến đâu. Ý tưởng chính là bạn càng tỏ ra hữu ích, bạn càng dễ mến; và khi càng dễ mến, bạn càng có thể phát triển các mối quan hệ đôi bên cùng có lợi.

Loài người chúng ta buộc phải tạo ra các mối liên kết chặt chẽ bởi chúng ta muốn được lắng

nghe và có một bờ vai để dựa vào những khi cần trợ giúp. Tình bạn, như các nghiên cứu khoa học đã chỉ ra, được vun vén qua việc sẻ chia những điểm tương đồng và trao đổi lợi ích. Không có mối quan hệ tốt đẹp nào kéo dài nếu không có hai yếu tố quan trọng này.

Mặt khác, các nghiên cứu đã phát hiện ra là, nhìn chung, con người ích kỷ và tự coi mình là trung tâm. Nếu nghĩ như vậy, con đường dẫn đến thành công xã hội có vẻ chỉ là chuyện của một người. Tuy nhiên, những nghiên cứu cũng cho chúng ta biết rằng, về bản chất, chúng ta đều như nhau cả.

## CON NGƯỜI YÊU THÍCH SỰ TÍCH CỰC

Điều này có thể khiến bạn ngạc nhiên.

Không còn nghi ngờ gì nữa, bạn đã nghe nói về sức mạnh của sự tích cực vô số lần trong suốt cuộc đời mình. Gần như mọi yếu tố xung quanh chúng ta, từ những diễn giả truyền động lực, các doanh nhân thành đạt và vận động viên đẳng cấp thế giới, đến các kiểu quảng cáo, thiệp chúc mừng, sách tự lực... - tất cả những thông điệp này dường

như đều đưa ra các biến thể của một lời khuyên đơn giản: *chỉ cần sống tích cực và mọi thứ bạn đang tìm kiếm sẽ đến với bạn một cách kỳ diệu.*

Nhưng câu trên chỉ là một lời nói sáo rỗng, hay đó là sự thật? Có bằng chứng khoa học nào chứng minh tính tích cực là một phương tiện hữu hiệu để ta thành công về mặt xã hội và được người khác đánh giá cao không? Liệu chúng ta có cần tới sức mạnh của sự tích cực để biến thế giới trở thành một nơi tốt đẹp hơn không? Sau cùng, bạn sẽ nghĩ rằng, mọi người việc gì phải đề cao sự tích cực nếu họ không cảm thấy điều đó góp phần tạo nên thành công của họ.

Hóa ra, có những bằng chứng khoa học chứng minh sức mạnh của sự tích cực, nhưng có thể không phải theo những lý do mà bạn mong đợi. Tất cả chúng ta trên hành tinh này đều được kết nối theo một cách khiến cảm xúc của chúng ta lan tỏa sang người khác một cách dễ dàng. Và điều này không chỉ giới hạn ở các tương tác mặt đối mặt, mà còn bao gồm cả việc gây ảnh hưởng và bị ảnh hưởng bởi những người mà chúng ta thậm chí không biết đến sự tồn tại của họ.

Lúc đầu, có thể điều này hơi khó tin. Có vẻ sẽ hợp lý hơn khi nói rằng chúng ta có tác động đến những người mà chúng ta tương tác gần gũi. Khẳng định ở đây lại “to tát” hơn nhiều, đó là trạng thái cá nhân của chúng ta tại bất kỳ thời điểm nào thực sự có ảnh hưởng đến mọi thứ xung quanh chúng ta. Hãy nhớ lại xem bạn đã cảm thấy thế nào khi xem những tin tức cực kỳ vui hoặc cực kỳ buồn trên ti vi, hoặc nghĩ về bộ phim gần nhất đã khiến bạn khóc. Bây giờ, hãy tưởng tượng tất cả mọi người đều đang xem cùng một thứ với bạn. Phương tiện thông tin đại chúng và Internet tác động đến một nhóm dân số rộng rãi. Hãy thử nghĩ về điều này và bạn sẽ nhận ra chúng ta có thể ảnh hưởng đến tâm lý của nhau ở mức độ cao hơn bạn tưởng.

Một nghiên cứu được thực hiện tại Đại học Harvard cho thấy hạnh phúc có thể tỏa ra từ chúng ta như một trường năng lượng - nó có khả năng tiếp cận và tác động đến những người xung quanh chúng ta. Từ năm 1983 đến 2003, nhóm các nhà nghiên cứu tại Đại học Harvard đã theo dõi 4.739 tình nguyện viên và đo lường xem niềm hạnh phúc tỏa ra từ họ có thể tác động thế nào đến gia đình, bạn bè, hàng xóm và những người thuộc

mạng lưới xã hội của họ. Kết quả được công bố của nghiên cứu bao gồm một số kết luận thực sự đáng kinh ngạc:

- Tỷ lệ ta trở nên hạnh phúc tăng 42% khi một người bạn sống cách ta nửa dặm trở nên hạnh phúc.
- Tỷ lệ ta trở nên hạnh phúc tăng “chỉ” 25% nếu người bạn hạnh phúc đó sống cách ta một dặm.
- Ai sống gần một người anh chị em hạnh phúc sẽ tăng tỷ lệ trở nên hạnh phúc lên 14%.
- Hàng xóm sát vách hạnh phúc sẽ làm tăng tỷ lệ trở nên hạnh phúc của một người thêm 35%.

Khi các nhà nghiên cứu vẽ biểu đồ các mạng lưới xã hội được nghiên cứu theo vị trí thực tế của những người tham gia, kết quả thể hiện rõ ràng là niềm hạnh phúc có thể lan truyền. Mỗi cá nhân trong mạng lưới được đại diện bằng một chấm được tô màu (màu sắc tùy thuộc vào mức độ hạnh phúc của người đó, với màu xanh lam là điểm cuối của phổ màu - thể hiện bất hạnh tối đa, còn màu vàng là điểm màu thể hiện hạnh phúc tối đa). Thay

vì phân bố ngẫu nhiên như chúng ta thường nghĩ, các chấm màu tương tự nhau có xu hướng tạo thành các cụm với nhau, cho thấy trạng thái cảm xúc của chúng ta không độc lập với môi trường xung quanh.

Một trong những tác giả của nghiên cứu, tiến sĩ Christakis, giải thích kết quả như sau: “Bạn sẽ nghĩ rằng trạng thái cảm xúc của bạn phụ thuộc vào các lựa chọn, hành động và kinh nghiệm của chính bạn, nhưng thực ra nó cũng phụ thuộc vào các lựa chọn, hành động và kinh nghiệm của những người khác, bao gồm cả những người mà bạn không liên quan trực tiếp.” James H. Fowler, đồng tác giả nghiên cứu, bổ sung, “Chúng ta cần coi hạnh phúc là một hiện tượng tập thể. Nếu trở về nhà với tâm trạng tồi tệ, tôi không những có thể ảnh hưởng tới hạnh phúc của vợ và con trai mình, mà còn ảnh hưởng tới cả bạn bè của họ nữa.”

Bạn có thể áp dụng kiến thức này ra sao để tận dụng khả năng lan tỏa tuyệt vời của sự tích cực? Câu trả lời cho câu hỏi đó có thể được chia thành hai phần chính.

Đầu tiên là nó giúp ta xác định xem đối với những người mà chúng ta dành phần lớn thời gian



để ở bên, họ tác động như thế nào đến trạng thái cảm xúc của chúng ta. Nếu bạn được bao quanh bởi những người hạnh phúc, các bằng chứng đã cho thấy là bản thân bạn cũng nhiều khả năng sẽ trở nên hạnh phúc hơn. Và nếu như ở gần một người bạn hạnh phúc có thể giúp ta hạnh phúc thêm 42%, hãy thử tưởng tượng đến niềm vui mà hai, năm, mười hoặc năm mươi người bạn hạnh phúc có thể mang tới cho bạn. Đồng thời, hãy nghĩ về tác động của việc có cùng số lượng bạn bè đó xung quanh, nhưng họ lại là những người thường gắt gỏng, khó chịu, ủ rũ hoặc gây nên ảnh hưởng tiêu cực kiểu khác đến tâm lý của bạn.

Bạn không thể kiểm soát hoàn toàn môi trường sống của mình. Sẽ không ai có thể né tránh hoàn toàn những làn sóng cảm xúc tệ hại. Nhưng bạn luôn có quyền tự do lựa chọn, để tìm đến những làn sóng cảm xúc tốt đẹp. Bạn có thể chọn bạn bè của mình một cách khôn ngoan. Đây chắc chắn là một trong những quyết định lành mạnh nhất mà chúng ta có thể làm để nuôi dưỡng hạnh phúc của chính mình, như người ta vẫn nói, hãy tránh xa những người không may mắn và không hạnh phúc.

Khi bàn tới sự lan tỏa của tính tích cực, điều thứ hai bạn có thể nghĩ đến là trở thành trung tâm của sự tích cực. Hãy hoạt động như điểm phát sóng Wi-Fi và chỉ phát ra những làn sóng cảm xúc tích cực! Thật vậy, đây là điều mà tất cả những lời khuyên sáo rỗng vẫn thường nhắc tới - hãy tích cực lên! Nhưng như tôi đã đề cập, lý do để bạn làm vậy không nhất thiết là vì những nguyên nhân vẫn hay được người ta nhắc đến. Trên thực tế, nếu bản thân cảm thấy hạnh phúc, bạn sẽ có thể gián tiếp lan truyền cảm xúc đó cho mọi người xung quanh mình. Nếu có thể làm cho người khác cảm thấy vui khi bạn có mặt bên họ thì đó cũng là một kỹ năng xã hội đầy giá trị, bởi đơn giản là mọi người sẽ muốn có bạn ở bên nhiều hơn, sẽ nhớ tới bạn khi bạn không có mặt và mong muốn bạn hiện diện.

Không chỉ vậy, bạn còn có thể cố gắng tác động trực tiếp đến niềm hạnh phúc của người khác bằng cách cư xử tốt với họ và khen ngợi họ, hoặc đơn giản là suy nghĩ những điều tích cực khi tương tác với họ. Đó là điều đơn giản nhất và giản dị nhất trong số những điều ta có thể làm để tạo dựng niềm hạnh phúc. Bạn càng lan tỏa hạnh phúc thì càng nhận về được nhiều hạnh phúc hơn.

Nếu không phải là người đặc biệt dí dỏm, nói chuyện thú vị hoặc hướng ngoại, thì bạn chỉ cần nuôi dưỡng thái độ tích cực - đó có thể là bước đầu tiên và vô cùng giá trị để đạt được địa vị xã hội.

Hãy để ý những điều tốt đẹp trong những tình huống xấu, và biến những thất bại thành những bài học. Hãy tập trung vào hiện tại và cố gắng không bị ám ảnh bởi quá khứ hay tương lai. Hãy cố gắng bỏ qua những suy nghĩ bi quan và khiến bạn nặng đầu. Hãy giữ vững tinh thần cho mọi người bằng cách tỏ ra là một người không thể lay chuyển - điều này làm bạn trở nên đáng tin cậy. Hãy bình tĩnh và phản ứng có chừng mực khi đối mặt với trở ngại và biết rằng bạn luôn có quyền lựa chọn các bước đi tiếp theo của mình. Hãy học cách bày tỏ lòng biết ơn - quan sát xung quanh và liệt kê năm điều mà bạn cảm thấy biết ơn, dù là nhỏ bé hay lớn lao - hãy biết rằng, bạn gần như không thể vừa cảm thấy biết ơn, vừa cảm thấy tức giận hoặc thất vọng cùng lúc được. Khi bạn biết rằng mọi sự có thể diễn ra rất tồi tệ, thì bạn cũng hiểu được những điều mình đang sở hữu quý giá đến mức nào.

Lý thuyết về *sự lan tỏa cảm xúc* là một nguyên nhân tâm lý học, giải thích tại sao một người có

thể chia sẻ cảm xúc với người khác thật dễ dàng, trong đó hạnh phúc và những cảm xúc tích cực chỉ là một phần.

Những ảnh hưởng này giữa các cá nhân được gọi là sự lan tỏa cảm xúc, là hiện tượng đã được các nhà tâm lý học công nhận trong hơn nửa thế kỷ, bắt đầu với Schachter vào năm 1959, sau đó cũng bao gồm cả những công trình nghiên cứu của Cacioppo và Petty vào năm 1987, sau đó là Levy và Nail vào năm 1993.

Một trong những nghiên cứu quan trọng nhất và được trích dẫn rộng rãi về hiện tượng này được thực hiện bởi Sigal G. Barsade tại Đại học Yale vào năm 2002. Nghiên cứu của Barsade có tiêu đề “Hiệu ứng lan tỏa: Sự lây lan cảm xúc và ảnh hưởng của nó tới hành vi nhóm”.

Những người tham gia nghiên cứu, sinh viên của trường kinh doanh, được chia nhỏ thành các nhóm để thực hiện một bài tập mô phỏng hoạt động quản lý. Mỗi sinh viên được yêu cầu đóng vai một trưởng phòng, có nhiệm vụ vận động nhân viên của họ giành thành tích cao để nhận về tiền thưởng. Đồng thời, tất cả các sinh viên cũng phải làm việc cùng nhau trong một ủy ban để quyết

định cách phân bổ tốt nhất một nguồn quỹ hạn chế, nhằm đem lại lợi ích tổng thể cho công ty.

Những người tham gia nghiên cứu không hề biết rằng đã có một diễn viên được đưa vào mỗi nhóm, người này được đào tạo để truyền tải một trong bốn trạng thái cảm xúc khác nhau: vui vẻ nhiệt tình, ấm áp nhẹ nhàng, căm kình thù địch, hoặc uể oải chán nản.

Vậy, bạn nghĩ trạng thái cảm xúc được diễn viên duy nhất trong mỗi nhóm thể hiện có thể tác động tới mức nào đến những sinh viên không hay biết gì?

Kết quả đã cho thấy tác động đáng kể của sự lây lan cảm xúc. Các diễn viên truyền tải sự nhiệt tình vui vẻ hoặc sự ấm áp nhẹ nhàng đã lan tỏa được những cảm xúc này tới các thành viên khác trong nhóm, sau đó giúp các thành viên thể hiện tinh thần hợp tác cao hơn và mâu thuẫn cũng ít xảy ra khi các cá nhân giao tiếp với nhau. Ngoài ra, các nhóm này thực sự đã đưa ra quyết định phân bổ quỹ tiền công bằng hơn các nhóm khác, họ cũng cho biết họ có cảm xúc tích cực hơn về kết quả cá nhân của mình so với những người thuộc nhóm có các diễn viên truyền tải cảm xúc tiêu cực.

Điều thú vị là, khi các sinh viên được hỏi điều gì đã khiến họ phân bổ tiền theo cách đó, cũng như tại sao nhóm của họ lại phối hợp với nhau như vậy, họ thường cho rằng nguyên nhân là do bản thân đã rất nhạy bén khi đàm phán. Họ thậm chí không ngờ rằng, hành vi và quyết định của họ, hoặc của nhóm họ, đã chịu tác động bởi trạng thái cảm xúc của một diễn viên.

Bạn có thể thấy rõ sự lan tỏa cảm xúc này có vai trò quan trọng như thế nào tới sự nổi tiếng của bạn. Nếu khả năng gây thiện cảm của bạn liên quan nhiều tới cảm nhận của mọi người với sự hiện diện của bạn, thì bạn đã có một phương pháp để trực tiếp trở nên dễ mến hơn.

Bằng cách chủ ý tỏ ra tích cực và thường xuyên thể hiện biểu cảm vui vẻ, bạn có thể lan truyền sự tích cực cho những người xung quanh và sử dụng ảnh hưởng xã hội của mình để tạo ra một môi trường hợp tác và thân thiện hơn. Đồng thời, trạng thái cảm xúc tiêu cực của bạn cũng ảnh hưởng mạnh mẽ theo chiều hướng ngược lại. Khi cảm thấy cáu kỉnh, uể oải hoặc buồn bã, bạn vẫn nên cố gắng tỏ ra vui vẻ trong các giao tiếp xã hội, nếu không bạn sẽ làm lây lan những cảm xúc tiêu

cực đó cho bạn bè hoặc đồng nghiệp. Sự khốn khổ cũng có thể sinh ra thêm nhiều khốn khổ hơn nữa.

Không có ví dụ nào mô tả tốt hơn về sức mạnh lan truyền của cảm xúc bằng việc ở cùng một đám đông. Nếu từng đến một sự kiện thể thao mà bạn cổ vũ cho đội “khách”, bạn hẳn đã có cơ hội trải nghiệm sức mạnh của hiện tượng lây lan cảm xúc trên quy mô lớn.

Khi bạn xem một trận đấu thể thao trên ti vi, một mình hoặc với một nhóm nhỏ, trạng thái cảm xúc của bạn chủ yếu được quyết định bởi thành tích của đội bạn ủng hộ. Nhưng khi bạn ở trong một sân vận động hoặc một nhà thi đấu và được bao quanh bởi hàng nghìn người hâm mộ tràn đầy năng lượng và đang cổ vũ cho đội “nhà”, có thể bạn sẽ thấy màn trình diễn của đội bạn không ảnh hưởng đến bạn quá nhiều.

Khi đội mà bạn ủng hộ không gặp thuận lợi trên sân bóng, nhưng đám đông cổ vũ vẫn đang hò reo với nguồn năng lượng tích cực, thì kết quả là bạn sẽ khó mà không hòa mình phần nào vào luồng năng lượng đó. Và khi đội của bạn dẫn bàn, nhưng lại làm cho những người xung quanh bạn cảm thấy tiêu cực, thì bạn có lẽ sẽ không tận hưởng

thành công của đội bạn nhiều như lúc bạn xem trận đấu ở nhà. Tất nhiên, trong những trường hợp cuồng tín quá mức, sự đối địch sâu sắc giữa những người hâm mộ khác chiến tuyến có thể làm suy giảm những tác động này, nhưng trong hầu hết mọi trường hợp thì kết luận trên thường đúng.

Không còn gì phải bàn cãi về sự thật là cảm xúc của chúng ta sẽ gây tác động đến người khác, và chúng ta cũng sẽ bị ảnh hưởng bởi cảm xúc của họ. Do đó, để đạt được thành công trong xã hội, việc đầu tiên là tạo ra ảnh hưởng tích cực đến người khác và loại bỏ hoặc giảm bớt những ảnh hưởng tiêu cực lên bản thân mình.



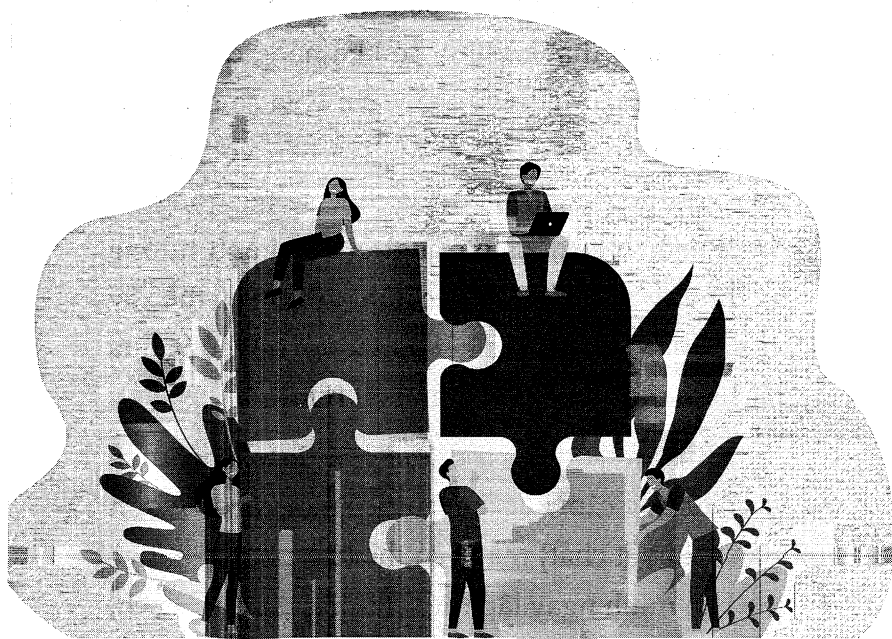
## TỔNG KẾT CHƯƠNG

- Đôi khi, con người rất dễ đoán, cực kỳ dễ đoán. Ngay cả khi không đọc nội dung của chương này, bạn cũng có thể đoán được rằng con người luôn tìm kiếm những yếu tố sau đây. Tất cả chúng ta đều chỉ là những con linh trưởng ít lông và ích kỷ. Ít nhất là khi bạn đã biết một vài sự thật.
- Mọi người thích nói về bản thân, thích bày tỏ suy nghĩ và cảm xúc của mình. Các nghiên cứu đã chỉ ra rằng, cảm giác được bày tỏ bản thân cũng tuyệt vời như cảm xúc khi quan hệ tình dục - xét trên khía cạnh tâm lý học, không phải ở phương diện thể chất.
- Mọi người muốn tìm kiếm những người giống họ - vì tất cả các giả định đi kèm với những đặc điểm tương đồng đó. *Nếu bạn làm X, nghĩa là bạn cũng làm Y và Z, phải không? Bạn giống y như người mà tôi yêu thích nhất trên thế giới, à, chính là tôi đây!*

- Con người muốn có đồng minh, muốn được hỗ trợ về tinh thần và muốn có những người bạn sẵn sàng ủng hộ và thậm chí bảo vệ họ. Không ai thích cảm giác bị vây quanh bởi những kẻ không đáng tin cậy, hoặc thậm chí là những kẻ mãi mãi chỉ biết nhận lấy mà không biết cho đi.
- Ai cũng thích sự tích cực. Đây có thể là một điều đáng ngạc nhiên: tâm trạng tích cực lan tỏa một cách ấn tượng, đó là kết quả của sự lây lan cảm xúc. Mọi người đơn giản là thích ở bên những người tích cực và vui vẻ, vì điều đó cũng làm họ cảm thấy phần khởi tương tự như vậy.

## Chương 5

# Ý THỨC, ĐỒNG CẢM VÀ ĐIỀU CHỈNH



Chúng ta kết nối với mọi người như thế nào? Chúng ta đã thảo luận về việc chia sẻ những điểm chung, luôn có mặt lúc mọi người cần và thể hiện một cách khiêm tốn những giá trị khiến mọi người bị thu hút - đây là cách để xây dựng kết nối. Tạo dựng tình bạn là một chuyện, nhưng duy trì và xây dựng tình bạn này bền chặt hơn nữa lại là chuyện khác. Vậy, điều gì tạo nên một kết nối sâu sắc và mạnh mẽ? Tính cách chúng ta cần phát triển ra sao để có thể làm được như vậy?

Một vài mối quan hệ bền chặt nhất của chúng ta được hình thành khi ta có khả năng đồng cảm - nghĩa là thấu hiểu và thậm chí chia sẻ cảm xúc với người khác. Việc có thể giao tiếp với bạn bè trên tinh thần thấu hiểu rất cuộc sẽ tác động tới họ ra sao? Ngoài ra, mọi người sẽ bị ảnh hưởng bởi những yếu tố nào khác nữa, để bạn có thể xây dựng những mối quan hệ sâu sắc với họ thông qua các hình thức giao tiếp thân mật hơn?

Khi bạn bè đang trải qua giai đoạn khó khăn và có những cảm xúc tiêu cực, có một vài điều đơn giản (phi vật chất) mà ta có thể hào phóng “tặng” cho bạn mình ngay lập tức. Thường thường, ta chỉ

cần đơn giản là góp một đôi tai lắng nghe và đưa ra một bờ vai đồng cảm để bạn tựa vào khóc - điều đó sẽ đem lại sự an ủi và giúp người bạn trút bỏ nỗi lòng. Điều này có nghĩa là bạn ý thức được chuyện gì đang xảy ra, hiểu được tình hình chung và làm những điều bạn được yêu cầu.

Chúng ta cũng cần hiểu rõ những hoàn cảnh khác nhau và phản ứng cho phù hợp với tình huống. Tất cả chúng ta đều muốn tin rằng ta đang hành xử nhất quán với mọi người mà ta gặp - nhưng sự thật không như vậy. Trở nên thông minh về mặt xã hội có nghĩa là hóa thân thành một chú tắc kè hoa.

Ý tưởng về sự đồng cảm và ý thức của con người hấp dẫn đến mức những nhà khoa học và tâm lý học không ngừng đào sâu hơn về chủ đề này. Chương sách bạn đang đọc tập trung vào việc “đứng vào vị thế của người khác” - điều này có ý nghĩa như thế nào và nó giúp chúng ta phát triển các tương tác xã hội giàu ý nghĩa ra sao.

Cách đầu tiên chính là dựa vào *thuyết tâm trí*, bạn có thể coi đây là nền tảng của sự đồng cảm và hình thành ý thức.

## THUYẾT TÂM TRÍ

Khi điểm lại tất cả các kỹ năng cần có để đọc hiểu được người khác, để điều chỉnh cách giao tiếp xã hội và để phát triển trí thông minh cảm xúc, bạn có thể nhận ra đây không phải là một nhiệm vụ dễ dàng như ban đầu bạn tưởng. Một mặt thì việc trở nên hòa đồng và những điều đi kèm với nó là những kỹ năng tự nhiên của con người; mặt khác, qua nhiều thế kỷ, con người đã đưa ra những lý thuyết và các khuôn khổ giúp họ hiểu rõ hơn về quá trình này.

Một lý thuyết trong số đó được gọi là “thuyết tâm trí”, và nó có thể cho ta thấy một số khía cạnh thú vị về quá trình chúng ta hình thành sự đồng cảm đối với người khác. Lý thuyết này bắt nguồn từ nhà triết học người Pháp Rene Descartes hồi thế kỷ 17, và tiếp tục được nghiên cứu trong thời hiện đại, nổi bật nhất là nghiên cứu bắt đầu từ năm 1978 của Premack và Woodruff.

Về bản chất, thuyết tâm trí có thể được sử dụng để giúp bản thân ý thức rõ hơn về thế giới nội tâm của người khác - tức những suy nghĩ và cảm xúc của họ. Nó bàn về cách ta gán ý nghĩa cho

các hành động và hành vi của người khác, và có thể hiểu được cách tất cả những điều đó kết nối với nhau thành một câu chuyện hoàn chỉnh. Chúng ta không thể nhìn nhận mọi thứ một cách tách biệt, và cũng không thể nhìn nhận chúng dựa trên quan điểm và mong muốn của duy nhất bản thân ta.

Hãy bắt đầu tại vạch xuất phát - “tâm trí” là thứ không thể quan sát trực tiếp, nhưng ta vẫn có thể nói về niềm tin, cảm xúc, những nỗi sợ hãi và mong muốn của mình... Tóm lại, “thuyết tâm trí” của chúng ta là những hình ảnh ta vẽ ra về tâm trí của *người khác*, họ đang nghĩ và cảm thấy gì, mặc dù ta không trực tiếp “nhìn” được vào tâm trí họ. Điều này là gốc rễ của rất nhiều phán xét hay lời khen ta dành cho người khác. Chúng ta phỏng đoán về những ý định và mong muốn của họ, vì vậy ta có thể dự đoán hành vi của họ và quyết định xem liệu ta có lợi ích gì khi tương tác với họ hay không. Đây là bước đầu tiên, và đó cũng là điều mà chúng ta đã bàn luận từ đầu cuốn sách tới giờ.

Bước thứ hai là một con đường ít người lựa chọn hơn: bất chấp ta suy nghĩ và phân tích nhiều đến thế nào, điều tốt nhất ta có thể đưa ra là một *giả thuyết* về những suy nghĩ ảnh hưởng tới hành

vi, từ đó dẫn đến những kiểu mẫu và giả định. Vì vậy, ta cần đạt được khả năng tách rời khỏi suy nghĩ của chính mình, sau đó ý thức được rằng chúng ta có thể đã nghĩ sai hoàn toàn và do đó, ta rút lại những phán xét của mình.

Nghiên cứu vào năm 1997 của Simon Baron-Cohen đã sử dụng một ví dụ ngắn gọn nhưng rất trực quan: một người đàn ông bước vào phòng, nhìn xung quanh và sau đó đơn giản là bước ra khỏi phòng. 100% chúng ta cần sử dụng thuyết tâm trí để lý giải cho hành vi này: ví dụ, anh ta có lẽ đã quên mất lý do tại sao vào phòng, hoặc có lẽ anh ta không thể tìm thấy thứ anh ta đang tìm kiếm. Nếu không có thuyết tâm trí, số lượng nguyên nhân có thể đưa ra là vô tận và hết sức lung tung.

Phát triển các giả thuyết tâm trí là một kỹ năng chủ yếu phụ thuộc vào việc [suy nghĩ về các suy nghĩ] - suy nghĩ đó có thể là của bạn hay của những người khác. Nó xoay quanh việc “gán” cảm xúc, suy nghĩ, kiến thức, mong muốn... cho những người khác và điều quan trọng là hiểu rằng những cảm xúc của đối phương sẽ khác với của bạn. Trẻ em chỉ bắt đầu phát triển khả năng này vào khoảng bốn tuổi, và chúng học hỏi bằng cách lắng



nghe những câu chuyện hoặc chơi những trò nhập vai. Đến khi trưởng thành, chúng ta đã có những giả thuyết phức tạp về lý do tại sao những người khác lại cư xử theo một cách nhất định, điều gì đã thúc đẩy họ, liệu họ có đang nói dối hay che giấu điều gì đó không, họ nói vậy là có ý gì và thậm chí, điều gì sẽ xảy ra nếu ta giống như họ.

Thêm một điều quan trọng, giả thuyết ta đưa ra về những điều đang diễn ra trong tâm trí của người khác sẽ bị ảnh hưởng mạnh mẽ bởi các kiểu mẫu tính cách, cũng như bị tác động bởi những giả định của riêng chúng ta sau những trải nghiệm nhất định. Bức tranh mà ta vẽ nên về người khác sẽ bị lược giản quá mức và chỉ dựa vào những mẫu thông tin vụn vặt mà ta có - ví dụ như dựa trên những lần giao tiếp bình thường hay những tương tác không lời.

Sau khi tích lũy nhiều kinh nghiệm thì qua thời gian, ta có thể dần dần thay thế định kiến của mình bằng những “kiến thức thực sự” về con người thật của họ. Nhưng trước khi điều đó xảy ra, ta chỉ sử dụng thuyết tâm trí để cố đưa ra những *phỏng đoán* chính xác nhất. Điều tốt nhất ta có thể làm là cố gắng vẽ nên toàn bộ bức tranh từ những mảnh

ghép thông tin không hoàn chỉnh. Không thể làm gì khác cả.

Thuyết tâm trí có thể trở nên đặc biệt hữu dụng (và thực sự thì đó là cách duy nhất) giúp ta làm việc hài hòa với người khác, điều hướng các động lực xã hội và giúp ta tưởng tượng ra thế giới qua lăng kính của người khác. Đó là nền tảng của sự đồng cảm - khi biết rõ bản thân mình, ta có thể ngoại suy và đưa ra giả thuyết về việc dưới góc nhìn của người khác, mọi thứ có thể diễn ra thế nào. Ví dụ, “Tôi vẫn nhớ khi tôi đi phỏng vấn tại công ty này, tôi đã vô cùng sợ hãi và hơi bối rối về những gì mọi người kỳ vọng ở tôi. Bây giờ, khi đã là người phỏng vấn, tôi cho rằng ứng viên này cũng cảm thấy tương tự, vì vậy, tôi sẽ cố gắng để họ có thể thoải mái khi phỏng vấn.”

Tuy nhiên, thuyết tâm trí cũng có thể bị phản tác dụng. Rắc rối là khi ta quên rằng mọi thứ ta nghĩ *chỉ là giả thuyết*, chỉ là một dự đoán giàu tiềm năng mà thôi. Ta có nguy cơ coi ý tưởng ta đang nghĩ là chính xác, như thể câu chuyện ta dựng lên về một người là trải nghiệm có thật của họ. Điều này rất có thể dẫn tới các xung đột và hiểu lầm.

Ví dụ, nhiều cặp vợ chồng nổ ra tranh cãi vì hành vi của một người bị hiểu sai lệch - do giả thuyết tâm trí không đúng - thế là người đưa ra giả thuyết bắt đầu phản ứng thay vì tìm kiếm thêm thông tin. Một ví dụ dễ hiểu là một người giả định rằng người bạn đời của họ cố tình phớt lờ câu hỏi của mình vì xấu tính. Người bị phớt lờ có thể vẽ nên hẳn một câu chuyện để lý giải cho hành vi thiếu tôn trọng này, động cơ của người bạn đời là gì và tại sao lại có động cơ như thế. Một cuộc tranh cãi có thể nổ ra chỉ vì người bị phớt lờ không hề tìm hiểu bản chất của sự việc - có thể là người bạn đời của họ đơn giản chỉ không nghe thấy họ nói gì, chứ không phải là phớt lờ họ.

Cũng giống như khi ta phát triển các kỹ năng về ngôn ngữ, ta cũng phát triển khả năng hình thành nên những giả thuyết tâm trí, bao gồm cả khả năng chiêm nghiệm lại tâm trí của chính mình. Để giao tiếp với xã hội giỏi hơn, điều quan trọng là phải nhận ra rằng, thuyết tâm trí chỉ đơn thuần là giả thuyết. Nếu muốn gắn kết thực sự với người khác, bạn phải hỏi, phải lắng nghe, thử nghiệm, sẵn sàng bỏ qua những định kiến tính cách và các giả định. Hãy chú ý khi người khác có một giả

thuyết tâm trí không chính xác về bản thân bạn. Bạn cũng không thể vừa sử dụng tốt thuyết về tâm trí, vừa là một người tự cao chỉ biết đến mình. Để thực sự tương tác tốt với người khác và tránh tạo ra các xích mích hoặc bất đồng, giả thuyết của bạn về người khác phải chính xác nhất có thể.

Chúng ta cần phản ứng thông minh với các dữ liệu mới, thay vì cố chấp bám vào những giả định vô ích và không chính xác về mọi người. Hãy hiểu những điều đang diễn ra trong suy nghĩ của người khác - ngay cả khi điều đó khác với suy nghĩ của bạn. Việc này sẽ mang lại cho bạn khả năng thấu hiểu phong phú hơn, thông minh hơn và giúp bạn đồng cảm hơn trong các tình huống xã hội. Phương pháp này biến bạn thành một người giao tiếp tốt hơn và trở thành một thành viên sâu sắc, thấu đáo hơn trong nhóm. Nếu thuyết tâm trí mà bạn sở hữu không mấy chất lượng (hoặc bạn không có thuyết tâm trí), thì cuối cùng, bạn sẽ bị cô lập hoặc rơi vào xung đột vì cho rằng mọi người đều có cùng suy nghĩ và cảm nhận như bạn.

Bạn có thể tự hỏi tất cả những điều này khác với nhận thức thông thường hoặc trí tuệ cảm xúc như thế nào. Mặc dù chắc chắn chúng có mối liên

hệ với nhau, thuyết tâm trí khác biệt ở chỗ nó yêu cầu chúng ta phải vận dụng cực kỳ tốt trí tưởng tượng của mình. Chúng ta có thể sử dụng kiến thức của bản thân về người khác, bao gồm tính cách, hoàn cảnh, các hình thức giao tiếp bằng lời và không bằng lời, câu chuyện quá khứ và các yếu tố khác nữa của họ, để dự đoán những gì đang diễn ra trong tâm trí họ. Thuyết tâm trí luôn luôn là một sự phỏng đoán. Những người có nhận thức cao và trực giác nhạy bén có thể lưu ý đến các chi tiết, còn những người thông minh về cảm xúc có thể rất giỏi trong việc hiểu cảm xúc của chính họ; nhưng thuyết tâm trí còn tiến xa hơn bằng cách giúp chúng ta tưởng tượng phần nào trải nghiệm của một con người khác, trong khi ta không hề biết về những trải nghiệm ấy.

Nghiên cứu của HM Wellman và Fuxi Fang vào năm 2011 đã gợi ý rằng, trẻ em phát triển thuyết tâm trí theo năm giai đoạn tuần tự, từ những nhiệm vụ dễ dàng cho đến khó khăn hơn. Mặc dù điều này áp dụng cho trẻ em, nhưng chắc chắn rằng loài người ở mọi lứa tuổi sẽ hành xử tốt hơn trong các tình huống xã hội nếu có năng lực này.

Về cốt lõi, thuyết tâm trí xoay quanh việc trở nên cởi mở hơn và thừa nhận rằng mọi người sở hữu những quan điểm riêng của họ mà bạn có thể không hiểu được. Nhưng đây không phải là vấn đề của họ, mà là thông tin để bạn có ý thức tăng cường tinh thần học hỏi và lắng nghe.

Dưới đây là các giai đoạn mài giũa thuyết tâm trí với các ví dụ thực tế dành cho người lớn.

- Hiểu rằng mọi người có thể có những mong muốn khác nhau về cùng một thứ, hoặc mong muốn của người này sẽ không giống với mong muốn của người kia. Ví dụ, một người mở lớp học vào ban đêm sẽ vận hành tốt hơn khi thừa nhận rằng mỗi học sinh của anh ta có những lý do rất khác nhau khi tham dự lớp học. Một nhóm sinh viên có thể tiếp tục đi theo con đường giáo dục truyền thống (và do đó tinh thần thoải mái hơn), trong khi một nhóm khác có lẽ sẽ coi lớp học ban đêm này là phương sách học tập cuối cùng (và do đó cực kỳ siêng năng), nhưng một nhóm khác lại có thể coi lớp học này là nhiệm vụ mà họ bị ép phải làm (và do đó thờ ơ hoặc thậm chí bực bội khi tham gia).

- Hiểu được rằng những người khác nhau sẽ có những niềm tin và quan điểm khác nhau trong các tình huống. Khi nghe tin ai đó qua đời, một người có thể kiềm chế không đưa ra lời an ủi mang tính tôn giáo (“họ đã tới được một nơi tốt hơn, và mọi sự đều có lý do của nó”) nếu người qua đời kia không theo đạo như họ.

- Hiểu được rằng mọi người có thể không cùng chia sẻ một nền tảng kiến thức như nhau. Ai đó có thể có niềm tin sai lầm rằng cá không đẻ trứng và thay vào đó, cá sinh ra con non giống như động vật có vú. Ý nghĩa của sự nhầm lẫn này là gì? Điều đó đơn giản là hai bạn không có cùng một trình độ kiến thức hoặc phạm vi hiểu biết như nhau, và bạn không nên đưa ra giả định rằng hai bạn có kiến thức y hệt nhau.

- Hiểu được rằng mọi người có thể chỉ đơn giản là nhầm lẫn hoặc có những suy nghĩ sai lầm. Đó là khi người khác hết lòng tin vào điều gì đó mà bạn biết là không đúng (chẳng hạn như niềm tin về những con cá con). Đôi khi, ngay cả với một lỗi cơ bản như vậy, bạn cũng khó lòng được chứng kiến tận mắt.

- Hiểu được rằng mọi người có thể có ẩn ý, hoặc họ có thể nói thế này nhưng lại cảm thấy thế khác. Nếu bạn nghi ngờ rằng ai đó đang khó chịu và phản ứng duy nhất của họ là trả lời bạn cộc lốc bằng hai chữ “Tôi ổn”, thì bạn có thể đoán lời nói và cảm xúc của họ đang không thống nhất. Điều này xảy ra rất thường xuyên. Hiếm khi mọi người thẳng thắn và trung thực với cảm xúc của họ, vì vậy, trường hợp này không chỉ bao hàm thuyết tâm trí mà còn liên quan đến khả năng đọc được ẩn ý và ý định thực sự bên trong tâm trí người khác.

Hãy nghĩ về những tương tác suýt nữa đã trở nên căng thẳng và lẫn ranh mỏng manh này có thể chỉ phụ thuộc vào cách dùng từ. Thuyết tâm trí cho phép mọi người suy đoán ý định của người khác, cũng như suy nghĩ về những gì đang diễn ra trong tâm trí người đối diện, bao gồm hy vọng, nỗi sợ hãi, niềm tin và những kỳ vọng. Bằng cách phát triển những suy luận có tính chính xác cao về những gì người khác đang nghĩ, chúng ta có thể phản hồi một cách phù hợp hơn. Điều này vượt xa việc giữ hòa khí, mà còn là đứng vào vị thế của người khác để suy xét.



Có một trường phái tư tưởng cho rằng, ta không thể biết người mà không biết mình trước. Logic này như sau, nếu không thể xác định chính xác cảm xúc hoặc suy nghĩ bên trong mình, thì bạn cũng không thể hy vọng hiểu được ai khác.

## PHỔ CẢM XÚC

Tất cả chúng ta đều có nhu cầu về cảm xúc, và các nhu cầu này được cho là điều thúc đẩy hành vi của chúng ta mạnh mẽ hơn bất cứ thứ gì khác. Trí thông minh xã hội đồng nghĩa với việc thu hẹp những khoảng cách và học cách đọc hiểu mọi người. Bạn có thể đọc hiểu được người khác không, nếu từ vựng về cảm xúc của bạn chỉ bao gồm: tức giận, buồn bã, cău kỉnh, vui mừng? Để hiểu rõ hơn về bản thân và những người xung quanh, bạn cần có kỹ năng *hiểu rõ* cảm xúc của chính mình.

Khi luyện tập điều này, bạn phải xác định được toàn bộ phổ cảm xúc để biết mình đang phải đối mặt với điều gì, đồng thời có thể đoán được cảm xúc ấy đến từ đâu và sau đó phản ứng theo cách tối ưu nhất. Bác sĩ chỉ làm việc hiệu quả nếu cô ấy có thể chẩn đoán bệnh. Sau khi chẩn đoán được, cô ấy sẽ kê đơn thuốc và đưa ra phương pháp điều

trị để chữa căn bệnh đó. Chúng ta không thể tìm ra cách điều chỉnh cảm xúc của mình nếu chúng ta mò đường trong đêm tối.

*Hiểu rõ các chi tiết của cảm xúc* là những gì chúng ta đang cố làm khi ngẫm ngợi về việc thể hiện và cảm nhận chính xác các cảm xúc của mình - và của những người khác. Đây là quá trình thấu hiểu bạn đang cảm thấy gì bằng cách đặt ra một cái tên cụ thể cho nó. Điều này có vẻ không có nhiều ý nghĩa, nhưng bạn có thể giải phóng một lượng cảm xúc nhất định chỉ bằng cách gọi được tên cảm xúc đó ra.

Chính vì không chắc chắn và không hiểu rõ cảm xúc của mình mà những căng thẳng nhất định sẽ phát sinh. Hãy giả sử bạn đến gặp bác sĩ vì bị ốm, và bác sĩ gặp khó khăn khi chẩn đoán. Điều này thật khó chịu vì bạn cảm thấy mất đi khả năng kiểm soát và thiếu thốn thông tin, ngược lại hẳn với cảm xúc khi bác sĩ lập tức chẩn đoán ra bệnh và sau đó lên một kế hoạch điều trị.

Những người có khả năng điều chỉnh cảm xúc tốt và dễ dàng hiểu được cảm xúc của bản thân được cho là những người có khả năng thể hiện cảm xúc của mình một cách chi tiết. Việc đó không

đơn giản là bạn có thể gọi tên một cách hùng hồn mọi cảm xúc mà bạn có, hay là mở rộng vốn từ vựng của bản thân. Điều này đòi hỏi bạn phải trải nghiệm thế giới, và do đó, hiểu chính mình hơn. Bằng cách làm như vậy, bạn có thể xác định chính xác những gì bạn đang cảm thấy và khi đã xác định được cảm xúc, bạn có thể hiểu nguyên nhân đã sinh ra nó.

Khái niệm mức độ chi tiết của cảm xúc được đưa ra vào những năm 1990 bởi Lisa Feldman Barrett, bà đã yêu cầu hàng trăm tình nguyện viên theo dõi và ghi lại những trải nghiệm cảm xúc của họ trong nhiều tuần hoặc nhiều tháng. Tất cả những người tham gia nghiên cứu đều sử dụng cùng một vốn từ vựng để xác định cảm xúc của họ, với những từ tiêu chuẩn như “buồn”, “tức giận” và “sợ hãi”. Tuy nhiên, nghiên cứu cho thấy một số người đã sử dụng các từ này để diễn tả những trải nghiệm rất khác nhau. Mỗi từ đại diện cho những ý tưởng và cảm xúc khác nhau. Những người khác trong nghiên cứu lại gộp những từ này lại dưới một ý nghĩa duy nhất, về cơ bản là cùng ám chỉ cảm giác đau khổ.

Theo Barrett, mức độ chi tiết càng cao thì bạn càng có thể thấu hiểu bản thân và trải nghiệm thế

giới của mình “chính xác hơn”. Điều này có nghĩa là bạn có thể xác định cảm giác của chính mình và tìm ra giải pháp tốt hơn trong các tình huống. Bằng cách sử dụng các từ đa dạng cho các cảm xúc khác nhau và cá nhân hóa vốn từ vựng của bạn, bạn sẽ cải thiện được sức khỏe cảm xúc. Chúng ta trở thành người mà chúng ta tự định danh, và điều này có thể giúp ích hoặc cũng có thể làm tổn thương chúng ta.

Trong nghiên cứu của Barrett, những người có khả năng học được các khái niệm cảm xúc đa dạng có thể thấu hiểu cảm xúc một cách chi tiết hơn. Họ cũng nâng cao hơn ý thức của mình và hiểu được mối quan hệ giữa suy nghĩ và hành động của bản thân. Hãy tưởng tượng bạn có được sức mạnh này khi nhìn vào những người khác. Nói cách khác, bằng cách biết chính xác cảm giác của mình, bạn sẽ biết rõ hơn nguyên nhân sinh ra cảm giác đó và nhu cầu cảm xúc cơ bản của bạn là gì. Do đó, bạn biết cách giải quyết mọi vấn đề cho cả bản thân cũng như người khác.

Ví dụ, bạn có thể đang cùng lúc cảm thấy buồn bã, chán nản, bồn chồn và khao khát một điều gì

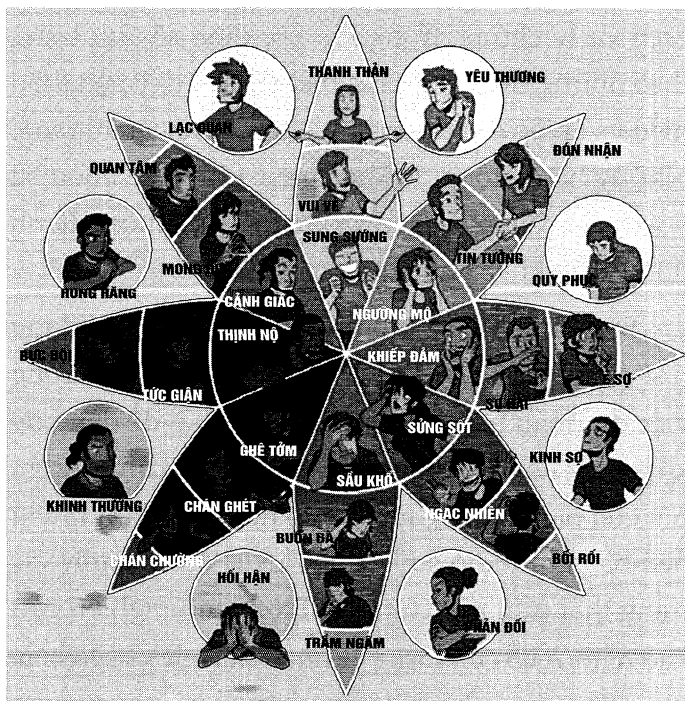
đó. Nếu không hiểu đúng về cảm xúc của mình, bạn có thể chỉ khái quát cảm giác này là cảm thấy buồn. *Buồn*. Tóm gọn lại như thế thật là không đầy đủ, phải không? Và việc gán nhãn cảm xúc của bạn là “buồn” không giúp bạn giải quyết vấn đề.

Tuy nhiên, tình hình sẽ thay đổi nếu bạn xác định được cảm xúc một cách chi tiết và có thể hiểu chính xác cảm xúc của bạn là cô đơn. Gộp chung các cảm xúc lại với nhau có nghĩa là bạn không biết cách xử lý chúng, trong khi xác định rõ tâm trạng theo những cảm xúc riêng biệt sẽ thúc đẩy bạn thấu hiểu và khiến con đường phía trước trở nên rõ ràng. Những hành động để khắc phục cảm giác buồn bã nói chung là một quá trình khác xa với những hành động giúp khắc phục cảm giác cô đơn.

Bạn càng hiểu rõ chính xác những gì bạn đang trải qua, bộ não của bạn càng linh hoạt hơn trong việc dự đoán hành động nên làm. Thật dễ dàng để khái quát hóa hoặc bỏ qua các cung bậc cảm xúc chi tiết của bạn, nhưng mọi sự sẽ hiệu quả hơn nhiều nếu bạn chịu khó suy nghĩ và xác định chính xác trạng thái cảm xúc của bạn. Trong một nghiên cứu vào năm 2005 của Lisa Feldman Barrett và Michele Rugade, sự cụ thể của cảm xúc có liên quan trực

tiếp đến mức độ vững vàng và niềm hạnh phúc của một cá nhân, xét theo khía cạnh tâm lý.

Một bước cần làm để gia tăng vốn từ vựng cảm xúc của bạn là nghiên cứu phổ cảm xúc. Hãy thử nhanh chóng gọi tên càng nhiều cảm xúc càng tốt. Bạn có thể nghĩ ra bao nhiêu từ để mô tả cảm xúc? Ở đây, phổ cảm xúc được thể hiện bằng bông hoa cảm xúc của Robert Plutchik (theo wired.com):



Mục đích của bông hoa này là cung cấp một phương pháp trực quan để xác định nhiều loại cảm xúc khác nhau và liên hệ tất cả chúng với nhau. Cảm xúc “bên ngoài”, chẳng hạn như “yêu thương”, là sự kết hợp của hai cảm xúc ở hai cánh hoa bên cạnh nó, trong trường hợp này là sự vui vẻ và sự tin tưởng. Tương tự như vậy, “kinh sợ” là sự kết hợp của ngạc nhiên và sợ hãi.

Bằng cách này, bạn có thể quan sát một loạt cảm xúc khác nhau và tự lập ra bản đồ trực quan, thể hiện những cảm xúc tương tự nhau và cảm xúc nào thì dẫn đến những cảm xúc nhất định. Trước khi nhìn thấy bông hoa trên, bạn có thể chỉ gọi tên được năm loại cảm xúc, nhưng bây giờ, bạn có thể thấy sự khác biệt tinh tế và các mức độ ở mỗi cảm xúc. Bạn cũng có thể hình dung ra những hoàn cảnh sẽ tạo ra từng loại cảm giác (phù hợp với những biểu cảm gương mặt tương ứng).

Hiểu được sự đa dạng về cảm xúc cũng là điều cơ bản để chúng ta trở nên hạnh phúc. Một nghiên cứu do Anthony Ong của Đại học Cornell chủ trì thực hiện đã tìm hiểu tác động của cảm xúc đối với sức khỏe. Nghiên cứu cho rằng, hạnh phúc thường

được coi là cảm xúc có mối liên hệ chặt chẽ nhất với một cơ thể khỏe mạnh. Các nhà nghiên cứu phát hiện ra việc cảm nhận được nhiều loại cảm xúc - điều mà họ gọi là *đa dạng cảm xúc* - thực sự có thể là yếu tố dẫn đến trạng thái sức khỏe tốt hơn. Điều này bao gồm cả cảm xúc tiêu cực. Đây là một lý lẽ mạnh mẽ khác để khuyến khích chúng ta hiểu các mức độ chi tiết của cảm xúc và làm quen với bông hoa xúc cảm của Plutchik.

Ong đã yêu cầu những người tham gia thử nghiệm ghi lại nhật ký cảm xúc của họ trong 30 ngày. Mỗi ngày, những người tham gia phải đánh giá các mức độ mà họ trải qua đối với 16 cảm xúc tích cực. Hạnh phúc, nhiệt tình, quyết tâm, tự hào, được truyền cảm hứng và cảm thấy mạnh mẽ là một vài cảm xúc tích cực. Họ cũng phải ghi lại mọi cảm xúc tiêu cực mà họ đã trải qua, chẳng hạn như buồn bã, tức giận, xấu hổ và tội lỗi. Mức độ đa dạng được đo lường bằng số lượng cảm xúc khác nhau mà mỗi người cảm nhận được, sự phân bố cảm xúc tổng thể và số lần mỗi cảm xúc xuất hiện.

Ong phát hiện ra rằng, những người trải qua nhiều loại cảm xúc, bao gồm cả những cảm xúc tiêu cực, sẽ có khả năng điều tiết cảm xúc, giữ



bình tĩnh và kiềm chế không sử dụng rượu như một giải pháp để điều hòa cảm xúc. Ông giải thích điều này bằng cách so sánh cảm xúc với một hệ sinh thái tự nhiên. Hệ sinh thái sẽ lành mạnh hơn khi mỗi loài khác nhau đảm bảo được vai trò, chức năng cụ thể của nó. Nếu bất kỳ loài nào thống trị quá mức, điều đó sẽ phá hủy sự cân bằng của toàn bộ hệ sinh thái.

Tương tự, sự đa dạng cảm xúc giúp chúng ta biết cách sắp xếp thứ tự ưu tiên và điều chỉnh hành vi của mình, để chúng ta có thể đối phó và thích nghi với mọi tình huống phát sinh. Khi trải qua nhiều cảm xúc cụ thể, điều đó giúp ta học được cách thích ứng tốt hơn là chỉ trải qua một số ít cảm xúc chung chung. Điều này là do những cảm xúc cụ thể cung cấp thông tin phong phú và hữu ích hơn, để giúp ta định hướng các quyết định của mình và đối mặt với thách thức.

Ví dụ: Nếu xác định rằng bạn đang cảm thấy nhiều loại cảm xúc như tức giận, xấu hổ và buồn bã, điều này sẽ hữu ích hơn thay vì chỉ nói rằng bạn đang cảm thấy “rất tệ”. Một từ chung chung không cung cấp cho bạn nhiều hiểu biết sâu sắc để giải quyết vấn đề.

Bằng cách xác định cụ thể cảm xúc tức giận, bạn có thể đặt câu hỏi là điều gì, hoặc ai đã khiến bạn tức giận, và bạn có thể làm gì để giải quyết vấn đề đó. Bằng cách xác định rõ cảm giác xấu hổ, bạn có thể nghĩ xem bản thân đã làm điều gì đáng tiếc và liệu có cách nào để loại bỏ cảm giác tội lỗi bạn đang cảm thấy hay không. Bằng cách xác định cụ thể cảm xúc buồn bã, bạn có thể hiểu rằng bản thân không hề muốn rơi vào trạng thái cảm xúc hiện tại và bạn muốn khắc phục vấn đề. Tất cả những động thái này đều xuất phát từ việc bạn có thể xác định cảm xúc thực sự của mình. Nếu bạn chỉ dừng lại ở việc nghĩ mình cảm thấy “rất tệ”, bạn có lẽ sẽ không làm gì cả. Hãy xác định đầy đủ các cảm xúc tiêu cực để “chuẩn bị” tốt hơn.

Tóm lại, hãy hòa vào các cung bậc cảm xúc và cảm nhận toàn bộ những khả năng có thể xảy ra. Không chỉ hạnh phúc của bạn, mà cả trí thông minh xã hội của bạn cũng phụ thuộc vào việc này.

## **MAU MỞ CỬA RA! CẢNH SÁT QUAN ĐIỂM ĐẾN ĐÂY!**

Mảnh ghép cuối cùng trong bức tranh về ý thức và điều chỉnh cảm xúc là trở thành thành viên

trong “Đội Cảnh sát Quan điểm”. Giống như nhiều lực lượng cảnh sát khác, bạn sẽ tác động mạnh mẽ lên những người xung quanh.

Bạn đã bao giờ có cảm giác là bạn rất muốn *nói cho rõ ràng* về một vấn đề gì đó - dù thậm chí là vấn đề ấy có thể không liên quan đến bạn, và chắc chắn không ảnh hưởng đến cuộc sống của bạn? Người đang nói kia cũng có thể sẽ không bận tâm quá nhiều. Nhưng ta vẫn muốn thể hiện ý kiến của mình và để cho những người khác “sáng mắt” ra trước sự khôn ngoan của ta - khác biệt hoàn toàn với *quan điểm sai trái* của họ. Bạn có quan điểm của mình, đó là một thứ không thể bị phản bác, và bạn đang thực hiện sứ mệnh giáo dục quần chúng.

Vấn đề còn trở nên đáng chán hơn nữa, vì việc này chẳng đem lại lợi ích gì cho bạn hoặc “đối thủ” của bạn, ngoại trừ việc bạn sẽ cảm thấy tự mãn vì “trên cơ” được người ta. Tuy nhiên, chúng ta vẫn cảm thấy phải mở miệng, cố gắng thuyết phục và khiến người khác ngả về phía mình - chúng ta không thể chịu đựng được ý tưởng rằng ai đó lại tin vào một điều mà chúng ta không tin, đặc biệt nếu điều đó khiến chúng ta có vẻ như một kẻ đã mắc sai lầm. Câu tôi vừa viết chính là nguyên tắc

hoạt động của một thành viên chính thức, mang thẻ và đeo huy hiệu của Đội Cảnh sát Quan điểm.

Một Cảnh sát Quan điểm sẽ dành thời gian nhiều hơn cần thiết để tranh cãi về những thứ không quan trọng, chỉ vì họ cảm thấy rằng những điều người khác tin hoặc nghĩ khác biệt với họ và cần được chỉnh đốn. Nếu chúng ta thành thật, cái tôi của chúng ta sẽ bị tổn thương khi ta nhận sai hoặc thua cuộc; vì vậy, chúng ta cảm thấy cần phải gọi lên cảm giác đó ở những người khác.

Nếu bạn từng ở gần “một gã biết tuốt” - kẻ luôn cho rằng mình giỏi hơn người khác hoặc một ai đó liên tục nói câu “Thực ra là...”, vậy thì bạn đã biết cá nhân nào là Cảnh sát Quan điểm trong cuộc đời bạn rồi đấy. Nếu không, bạn có thể chính là thành viên của Đội Cảnh sát Quan điểm trong góc nhìn của người khác. *Hãy nghĩ khác đi! Bạn đã sai rồi đấy!*

Dù bạn có nói chuyện với ai, chắc chắn sẽ có những lúc bạn có ý kiến khác với họ. Nếu hội thoại là về một chủ đề mà bạn từng bỏ công tìm hiểu, bạn sẽ dễ dàng trở nên mất bình tĩnh và cố thuyết phục người khác nghe theo bạn. Bạn nghĩ: *Làm sao mà mọi người có thể nghĩ khác mình được nhỉ? Kết*

*luận đã quá rõ ràng rồi mà!* Đây là một sai lầm dễ mắc phải, thường xuyên xảy ra và không nhất thiết đã khiến bạn trở thành thành viên của Đội Cảnh sát Quan điểm. Trên thực tế, vào lúc này, bạn rõ ràng có quyền lựa chọn để xử lý tình huống một cách bình tĩnh trên tinh thần đồng cảm, hoặc có thể chuyển sang một hướng đi khác.

Nhưng khi lòng nhiệt thành này xuất hiện trong cuộc sống thường nhật, về những chủ đề vụn vặt, thì nó lại trở thành một vấn đề. Ví dụ, phần lớn thời gian, kiểu tranh cãi này xảy ra ở những nơi như mục bình luận dưới các video YouTube hoặc ở các bài blog tin tức. Khi đọc kỹ, bạn sẽ thấy mọi người tranh cãi về những chi tiết cực kỳ li ti và bới lông tìm vết hết ngày này sang ngày khác. Về cơ bản, các cuộc tranh luận diễn ra giữa hai cá nhân đều không hề muốn nhượng bộ. Ai biết được họ đã dành bao nhiêu giờ trong ngày để soạn ra những câu phản bác với người để lại bình luận khó chịu trên YouTube chứ?

Họ đang cố gắng đóng vai cảnh sát và kiểm soát quan điểm của nhau, để thực hiện mục đích gì vậy? Ai biết? Nhưng chúng ta hiếm khi làm điều đó vì lợi ích của người khác, điều này giúp bạn

biết mọi thứ đều xoay quanh nhu cầu tâm lý hoặc mong muốn của chính bản thân chúng ta. Những khuynh hướng này diễn ra liên tục và trong nhiều trường hợp, nó chỉ liên quan đến những vấn đề rất tầm thường, không quan trọng.

Một Cảnh sát Quan điểm có thể rất giỏi áp đặt quan điểm của họ lên người khác (hoặc ít nhất là ép buộc đối phương phải nghe theo), nhưng thói quen này sẽ khiến bạn trở nên cực kỳ đáng ghét trong giao tiếp. Mọi người sẽ tránh bạn. Bạn sẽ khiến họ phát chán. Ngay khi nhìn thấy bạn, họ sẽ muốn quay người đi hướng khác, chọn không đụng vào bạn và phá hỏng cả một ngày đẹp trời của họ. Ai lại muốn dành thời gian với một người sẽ đánh giá và công kích họ, khiến họ phải e dè đề phòng kia chứ?

Phần lớn tư duy kiểu này xuất phát từ thói quen phán xét người khác dù không chủ ý, lối suy nghĩ phải phân rõ trắng đen và quan điểm “được ăn cả ngã về không”. Điều này đặc biệt nguy hiểm khi bàn về trí thông minh xã hội, bởi vì hành vi này chỉ dẫn tới kết quả ngược lại. Nó không chỉ gây bất lợi cho sức khỏe tinh thần và cảm giác hạnh phúc của chính bạn (theo nghiên cứu năm 2015

của Drouvelis và Powdthavee), nó còn khiến bạn dễ bị căng thẳng, lo lắng và thậm chí là trầm cảm (Cash và Whittingham, 2010). Mặc dù đã có nhiều nghiên cứu về cảm nhận của đối phương khi bạn đóng vai trò là Cảnh sát Quan điểm, nhưng thực sự cũng không cần các nhà khoa học phải tìm hiểu để xác nhận rằng ta sẽ cảm thấy chán chường và khó chịu như thế nào.

Đối với nhiều người, thói quen của Cảnh sát Quan điểm được sinh ra từ cảm giác bất an nghiêm trọng. Mọi sự kiện đều là cơ hội để bạn chứng tỏ kiến thức và kinh nghiệm của bạn vượt trội hơn người đối diện, bởi vì nếu không làm vậy, bạn sẽ bị coi là không đủ giỏi, là một kẻ kém cỏi, phải không? Thay vì nói “Chà, có lẽ cậu nói đúng. Cậu cũng có lý. Giờ mình nói sang chuyện tiếp theo nhé!”, bạn lại phải bảo vệ lập trường của mình và muốn thể hiện sự vượt trội về trí tuệ cũng như không chấp nhận nhún nhường.

Nhưng cái giá phải trả là gì? Và cuối cùng, việc này có thực sự quan trọng không? Bạn tin rằng hạ thấp người khác là điều rất có ích cho bạn ư? Hay mục tiêu thật sự của bạn là khiến mọi người xung quanh xa lánh bạn?

Do tâm lý liên tục lo lắng, bạn đã vô tình tự giao cho mình công việc “tuần tra” và bận rộn đánh giá tâm trí, những giả định và quan điểm của người khác. Thật khó chịu khi bản thân bạn phải đón nhận thái độ này, bởi vì bạn sẽ cảm thấy bị công kích và những suy nghĩ trong tâm trí bạn cũng chẳng vì thế mà thay đổi. Đây là một việc tốn công vô ích. Vậy tại sao bạn lại cho rằng khi bạn làm điều đó với người khác, thái độ này sẽ không được hoan nghênh? Nếu bạn cảm thấy cần phải liên tục nêu lên ý kiến và suy nghĩ của mình thì hành động đó phản ánh nhiều vấn đề về bạn hơn là về những người khác.

Trở thành một thành viên của Đội Cảnh sát Quan điểm là hành động phục vụ lợi ích của bạn chứ không phải vì lợi ích của ai khác, mặc dù bạn có thể tự thuyết phục bản thân rằng bạn đang tìm cách mang lại lợi ích cho họ bằng kiến thức của mình. Một lần nữa, chúng ta phải đối mặt với một bản năng khó chịu của chúng ta, đó là chỉ quanh quẩn sống trong thế giới của mình thay vì thỉnh thoảng bước ra thế giới bên ngoài.

Nhà tâm lý học Gregg Henriques đặt ra một loại danh sách kiểm tra để hạn chế khuynh hướng



phán xét đó, và thay vì làm vậy, chúng ta cần tư duy dựa trên sự đồng cảm và thấu hiểu. Tránh xa những khuynh hướng tự nhiên sẽ giúp bạn nhìn nhận mọi người một cách toàn diện hơn.

- Liệu bạn có đang đánh giá một người nào đó chỉ dựa trên một sự việc, một hành động hoặc một hành vi cá biệt? Hay bạn còn suy xét đến cả những điều đã xảy ra trong quá khứ, kinh nghiệm và góc độ nhìn nhận của họ?
- Liệu bạn có đang đánh giá ai đó chỉ dựa trên những giá trị cá nhân của riêng bạn, mà không nhận ra rằng những niềm tin cơ bản có thể khác xa một trời một vực giữa hai người?
- Liệu bạn có đang đánh giá hành động của một người đơn thuần là kết quả đến từ tính cách của họ, chứ không do hoàn cảnh cụ thể tác động?
- Liệu bạn có đang đánh giá giá trị của toàn bộ con người dựa trên một hành vi duy nhất mà bạn quan sát được?

- Một khi đưa ra phán đoán, bạn sẽ “ghì lòng tạc dạ”, hay bạn sẵn sàng thay đổi góc nhìn khi có thông tin mới?
- Những đánh giá của bạn được hình thành từ một nguồn cung cấp kiến thức chính xác, hay chỉ là những đánh giá sơ sài với thông tin chưa đầy đủ?

Ý thức được cách bạn đang đánh giá người khác sẽ giúp bạn hạnh phúc hơn, khỏe mạnh hơn và ít bị những người xung quanh làm phiền hơn. Để dập tắt mong muốn kiểm soát suy nghĩ của mọi người, hãy làm theo quy tắc đơn giản sau: đừng chia sẻ ý kiến của bạn trừ khi được yêu cầu. Trừ khi ai đó hỏi ý kiến của bạn một cách rõ ràng, đừng cố tranh luận hoặc thuyết phục mọi người. Bạn có thể tham gia, nhưng hãy đứng ở vị trí trung lập và đề cao tinh thần thấu hiểu. Không phải mọi cuộc trò chuyện đều phải biến thành một cuộc thảo luận tỏ rõ quan điểm, và không phải cuộc thảo luận nào cũng phải biến thành một cuộc tranh luận.

Điều này đặc biệt đúng khi nói đến vấn đề sở thích và quan điểm. Đây là những thứ hoàn toàn chủ quan. Những điều có vẻ tốt đẹp với bạn lại có thể xấu xa với người khác. Những môn thể thao mà

người khác yêu thích hoặc những chú chó mà họ yêu quý không phải là vấn đề mà bạn nên bàn cãi. Bạn sẽ không thuyết phục được bất kỳ ai thích sô cô la nhiều hơn mức độ yêu thích hiện giờ của họ, và cũng không thể “dụ” ai đó chuyển sang thưởng thức củ cải đường trong khi họ ghét món này. Vì vậy, sử dụng năng lượng của bạn để cố gắng thuyết phục người khác thực sự là chuyện lãng phí thời gian - và cũng là một việc làm cực kỳ khó chịu.

Điểm mấu chốt là, nếu điều gì đó không ảnh hưởng trực tiếp đến bạn, nếu điều đó là chuyện chỉ xảy ra một lần hoặc nếu bạn thậm chí chẳng nhớ gì về chủ đề này sau năm phút nữa, hãy chống lại tiếng thúc giục của Đội Cảnh sát Quan điểm. Nếu để ý, bạn sẽ thấy khoảng 99% các tình huống bạn nảy sinh mong muốn “làm cảnh sát” đều rơi vào các trường hợp trên.

Hãy khôn ngoan lựa chọn đâu là cuộc chiến bạn cần tham gia và đừng băn khoăn về quan điểm của người khác nữa. Bạn không thể thay đổi chúng, và việc cứ cố phải lên tiếng sẽ bộc lộ cảm giác bất an sâu sắc của bạn về chính những quan điểm của mình. Một người khác thích sô cô la không có nghĩa là món vani yêu thích của bạn không có giá trị. Từ bỏ huy hiệu Cảnh sát Quan

điểm sẽ giúp bạn vui vẻ và bớt căng thẳng hơn, đồng thời, bạn sẽ nhận thấy mối tương quan trực tiếp giữa điều này với chất lượng của các mối quan hệ bạn bè xung quanh mình.

Hiện tượng Cảnh sát Quan điểm thể hiện một góc nhìn phân định trắng đen rõ ràng về thế giới này. Nói một cách khác, bạn chỉ thấy một cách làm đúng, và bất cứ điều gì khác biệt với quan điểm đó đều sai. Và cách “đúng” đó là quan điểm của chính bạn. Quan điểm này cũng xuất phát từ sự bất an trong lòng, rằng bạn cần thể hiện để người khác biết bạn thực sự thông minh và không hề ngu ngốc.

Có những điều nên làm, những điều bắt buộc phải làm, những nhu cầu thiết yếu và những điều mang tính tuyệt đối. Nhưng đó không phải là cách duy nhất để vận hành thế giới và bạn chắc chắn không nắm được hết toàn bộ những câu trả lời chính xác. Vì vậy, những người khác có thể cảm thấy khá kỳ quặc hay vô lý khi bạn cố gắng áp đặt quan điểm của mình lên họ.

Thói quen trên đặc biệt độc hại, vì nó khiến bạn trở nên xa cách với những người xung quanh. Khi bạn bắt gặp những người không phù hợp với khuôn mẫu mà bạn đã định hình về cách thế giới

vận hành, bạn sẽ phán xét họ, đôi khi là phán xét ngay trước mặt họ. Bạn sẽ có xu hướng nghĩ mọi người đã sai và đầy thiếu sót, và cách họ phản ứng cũng sẽ dễ hiểu thôi: họ chán chường, khó chịu và cuối cùng là lảng tránh bạn.

## TỔNG KẾT CHƯƠNG

- Con người là loài linh trưởng ít lông và sống ích kỷ, chúng ta luôn suy nghĩ về những lợi ích dành cho mình. Và mặt khác, mọi người đều như vậy. Điều đó có nghĩa là ta có xu hướng tìm đến những người cũng quan tâm tới lợi ích của ta, những người có thể ưu tiên chúng ta và gác những nhu cầu và mong muốn của riêng họ sang một bên. Bởi vậy, những hành vi như biết lắng nghe, khẳng định người khác, điều chỉnh hành vi xã hội và biết đồng cảm sẽ phát huy tác dụng. Đối với phần lớn chúng ta, những hành vi này không tự nhiên xuất hiện - cũng hợp lý thôi, vì chúng không thực sự hỗ trợ cho sự sống còn của một cá nhân, phải không?

- Khi chúng ta nghĩ về người khác, điểm bắt đầu là sử dụng thuyết tâm trí. Điều này cho thấy một sự thật đơn giản: những người khác cũng có những giả thuyết, suy nghĩ, ý kiến và quan điểm của riêng họ, và chúng có thể hoàn toàn khác với chúng ta - khác đến mức dường như vô nghĩa, phi logic hoặc vô cùng khủng khiếp. Tuy nhiên, đây là một bước biến chuyển mà chúng ta phải chấp nhận nếu muốn kết nối sâu sắc với những người khác. Nếu không cố gắng hiểu người khác, bạn sẽ mãi mãi bị mắc kẹt trong căn phòng dội âm của chính mình.
- Sự tự ý thức và khả năng điều chỉnh đến từ việc hiểu được cảm xúc của chính bạn, và một phần quan trọng ở đây là hiểu được các mức độ chi tiết của cảm xúc. Chỉ đơn giản là hãy tìm hiểu cảm xúc của bạn một cách cụ thể và chính xác hơn. *Buồn* là một chuyện, nhưng trải nghiệm đủ các cung bậc *thất vọng*, *chán ghét*, *mệt mỏi* và *bi quan* lại là chuyện khác. “Buồn” không cung cấp cho bạn bất kỳ thông tin nào, trong khi những từ miêu tả phía sau lại cung cấp cho bạn một lộ trình khá rõ ràng để giải quyết sự việc. Khi chúng ta có thể luyện tập

hiệu quả việc xác định cảm xúc của bản thân, chúng ta cũng nên áp dụng điều đó với những người xung quanh.

- Cuối cùng, chúng ta phải đảm bảo rằng ta không gia nhập Đội Cảnh sát Quan điểm. Điều này đi ngược lại với khả năng ý thức và đồng cảm. Lực lượng phiền phức này xuất hiện để kiểm soát suy nghĩ và ý kiến của bạn, mà không quan tâm đến thực tế rằng đây là những vấn đề của riêng bạn, chứ không liên quan gì tới họ. Họ mới là những người gây tội vì đã phán xét bạn và vì chỉ biết suy nghĩ theo hướng định rõ trắng đen. Trở thành một phần của Đội Cảnh sát Quan điểm không chỉ khiến bạn căng thẳng và lo lắng hơn, mà còn khiến những người xung quanh mất hứng thú với bạn.





## Chương 6

# THẨM HỌA XÃ HỘI



**T**rong suốt các chương trước của cuốn sách này, chúng ta đã bàn về cách để trở nên thành công về mặt xã hội. Bây giờ, đã đến lúc tìm hiểu xem điều gì có thể khiến bạn trở thành một thảm họa xã hội, để bạn có thể tránh được những sai lầm có nguy cơ phá hoại mọi thứ bạn đã học được này giờ. Bất kể bạn có cố gắng đến đâu để trở nên thu hút, vẫn tồn tại một số thói quen và đặc điểm có thể khiến tính cách của bạn trở nên khó ưa và khiến mọi người xa lánh bạn - ngay cả khi bạn có tâm ý tốt đẹp. Chương này sẽ cho bạn biết những thói quen và đặc điểm đó là gì, làm thế nào để tránh chúng và đâu là cái giá phải trả nếu tiếp tục duy trì những thói xấu như vậy.

Nếu có một thông điệp trấn an mà bạn có thể rút ra sau khi đọc cuốn sách này, thì đó là: thành công về mặt xã hội không đòi hỏi bạn phải là người cực kỳ cởi mở, thú vị, hài hước hoặc lôi cuốn. Điều này có nghĩa rằng, bạn không cần phải trở thành “con cưng” của đám đông, cũng không cần phải hành động như một ứng cử viên chính trị đang cố gắng giành phiếu bầu trong mùa vận động tranh cử. Một người là trung tâm của sự chú ý không chắc đã là một người thông minh về mặt xã hội.

Trở thành một người ai ai cũng biết chưa chắc đã đồng nghĩa với việc bạn sẽ có một cuộc sống xã hội lành mạnh.

Trên thực tế, trí thông minh xã hội thể hiện ở những điều nhỏ nhặt và không mấy hoành tráng. Nó hiện diện trong những điều tử tế giản dị mà bạn có thể làm cho ai đó. Bạn có thể trở thành một người có kỹ năng giao tiếp xã hội trên mức trung bình bằng cách làm hai điều mà ai cũng làm được: cách một là tích cực và háo hức lắng nghe, để mọi người thích nói chuyện với bạn; và cách hai là loại bỏ mọi đặc điểm khó chịu mà bạn đang có, để mọi người thích ở gần bạn hơn. Nếu làm được hai điều này, bạn đã sẵn sàng bước tiếp rồi.

## ĐỪNG CHE GIẤU

Như tôi đã nhấn mạnh trước đây, mọi người thích sự chân thật, những điều rõ ràng và đơn giản. Sự chân thật giúp người khác hiểu được bạn một cách tích cực, bởi bạn cho phép họ làm như vậy. Mặt khác, nếu che giấu cảm xúc của mình hoặc không tỏ ra thẳng thắn, bạn sẽ khiến người khác phải đề phòng và dựng lên rào cản trong quá trình kết nối. Điều này sẽ làm giảm tỷ lệ hình

thành nên các mối quan hệ mới và do đó, làm suy giảm thành công xã hội của bạn. Sự chân thật còn đi kèm với nguy cơ dễ bị tổn thương như ta đã nói trước đó. Mọi người đánh giá cao những cá nhân có thể “lột trần” tâm hồn mình và chấp nhận những khuyết điểm của bản thân. Tương tự, mọi người muốn cảm thấy rằng họ đang nhìn thấy con người thật của bạn, họ muốn được nhìn một “gương mặt thật”, không sử dụng bất kỳ lớp vỏ nào. Trái ngược với trạng thái này, việc luôn cứng nhắc và cảnh giác sẽ không khiến bạn trở nên bí ẩn một cách quyến rũ, mà thay vào đó, mọi người sẽ nghi ngờ bạn và sẽ luôn đề phòng xem liệu bạn có động cơ thầm kín nào không.

Các nhà tâm lý học Allison Tackman và Sanjay Srivastava đã thực hiện một nghiên cứu, trong đó, họ đo lường phản ứng của những người tham gia đối với sự ức chế cảm xúc của người khác. Họ đã làm điều này bằng cách quay video mọi người khi cho những người tham gia xem hai cảnh phim - một cảnh gợi dục và một cảnh là một đoạn phim buồn. Người xem được hướng dẫn hai cách phản ứng, một là cứ phản ứng tự nhiên, hai là hãy kìm nén cảm xúc của họ.

Một nhóm thử nghiệm khác gồm các sinh viên đại học được yêu cầu quan sát những người đang xem phim. Tiếp theo, nhóm thứ hai này được hỏi xem họ sẽ hứng thú ra sao nếu có thể kết bạn với những người đang xem video, và họ nghĩ thế nào về tính cách của những tình nguyện viên đang xem phim.

Kết quả cho thấy, những người xem đã kiềm chế phản ứng cảm xúc của họ bị coi là không mấy dễ mến, ít hướng ngoại và ít dễ chịu hơn so với những người đã phản ứng tự nhiên. Các nhà nghiên cứu kết luận rằng điều này có khả năng liên quan tới nguyên tắc “có qua có lại”, theo đó: “Con người... không theo đuổi các mối quan hệ thân thiết một cách bừa bãi. Họ có lẽ sẽ tìm kiếm những người có khả năng đáp lại ‘các khoản đầu tư’ của họ. Vì vậy, khi người ta phát hiện một ai đó đang che giấu cảm xúc, họ có thể nghĩ rằng người này không quan tâm đến những điều gắn với việc bộc lộ cảm xúc, như là sự thân mật, sự hỗ trợ và sự phối hợp giữa các cá nhân.”

Thông tin trên có ý nghĩa gì đối với chúng ta? Bài học rút ra chính là, việc bạn thể hiện cảm xúc của mình một cách thành thật và chấp nhận nguy

cơ bị tổn thương sẽ khiến bạn trở nên dễ mến hơn. Ví dụ, trong các mối quan hệ lãng mạn, sự thu hút lẫn nhau và việc có cùng sở thích chỉ phát huy tác dụng lúc mới đầu. Khi mối quan hệ nảy nở và phát triển, khi hai bạn đủ thoải mái để cởi mở với nhau - để bớt “làm màu” và che giấu cảm xúc của mình - thì cảm giác thu hút ban đầu có thể biến thành tình yêu. Những tình bạn sâu sắc cũng giống như vậy. Thành thật và thể hiện cảm xúc thực sự của bạn cũng sẽ khiến người khác thoải mái bộc lộ cảm xúc, và mọi người đều cảm thấy tuyệt hơn khi được là chính mình.

Nếu bạn muốn có được lợi ích từ việc thể hiện cảm xúc của bản thân, nhưng không biết làm thế nào để bộc lộ suy nghĩ một cách tự nhiên, bạn có thể bắt đầu bằng cách tập trung phát triển một vài điều cơ bản và thường không được chú ý, nhưng lại đóng một vai trò quan trọng trong đời sống xã hội của chúng ta. Ba yếu tố thiết yếu tạo nên sự tương tác giữa con người với con người là các cử chỉ bằng tay, nét mặt và tông giọng. Chúng là những khía cạnh “định hình” những gì bạn đang cố gắng truyền tải. Trên thực tế, những cử chỉ này còn bộc lộ nhiều thông tin hơn những từ ngữ bạn

nói ra. Chúng là những yếu tố tinh tế, nhưng đồng thời cũng cung cấp không ít điều ý nghĩa.

Những yếu tố này cũng là điều mà bạn có thể cải thiện để thường xuyên thể hiện cảm giác của bạn một cách trung thực. Khi lập chiến lược sử dụng ba yếu tố trên, bạn hoàn toàn không phải thay đổi những lời mình nói. Bạn có thể trở thành một người giao tiếp biểu cảm hơn bằng cách thuần thục ngôn ngữ cơ thể và sử dụng giọng điệu một cách dễ chịu và phù hợp. Điều này nói lên rằng, để mọi người nhìn thấy bản chất chân thật bên trong bạn, bạn phải hành động để mọi người tin tưởng và thích bạn hơn.

## **ĐỪNG QUÁ TỬ TẾ**

Không thể không nhấn mạnh rằng, cách bạn đối xử với người khác đóng một vai trò quan trọng trong cách họ sẽ đối xử lại với bạn. Vâng, tất cả chúng ta đều biết điều đó. Mọi người thích được đối xử tôn trọng và tử tế. Tuy nhiên, một điều ít rõ ràng hơn một chút là việc quá tốt với mọi người cũng thực sự ảnh hưởng tới mức độ dễ mến của bạn.

Các nhà nghiên cứu tại Đại học Washington vào năm 2010 đã tiến hành một thử nghiệm để xem xét cảm nhận của mọi người về những người đối xử với họ quá tốt. Sinh viên đại học tham gia một trò chơi, trong đó họ được cho “điểm”. Họ có thể bỏ không dùng các điểm này hoặc dùng chúng để đổi lấy các phiếu ăn. Những người tham gia được chia thành các nhóm năm người và họ được thông báo rằng, việc mỗi cá nhân bỏ không lấy điểm sẽ làm tăng tỷ lệ thắng giải thưởng tiền mặt cho cả nhóm của họ.

Các tình nguyện viên không hề biết, thực tế có bốn trong năm thành viên của mỗi nhóm là các diễn viên, nhiều người trong số họ được hướng dẫn từ bỏ thật nhiều điểm và chỉ đổi lấy một ít phiếu ăn. Thực tế, các nhà nghiên cứu phát hiện ra rằng, những người tham gia thực sự không thích ở trong một nhóm với những người đồng đội quá tốt này, bởi sự quên mình của những người đồng đội đó khiến họ cảm thấy bản thân thật tồi tệ, hoặc họ sẽ nghi ngờ những người đồng đội tốt đẹp kia đang có động cơ thầm kín nào đó - có thể là họ mong được chia phần cao hơn khi nhóm nhận phần thưởng tiền mặt.



Áp dụng những gì chúng ta học được từ trò chơi này vào cuộc sống thực, bạn có thể nhận ra rằng, đừng trở thành một người *luôn* cố gắng làm việc tốt cho người khác. Đôi khi, từ chối giúp đỡ là điều hoàn toàn có thể chấp nhận được. Đây thực ra là một việc lành mạnh, miễn là bạn giải thích chính xác lý do tại sao bạn không thể cam kết - ngay cả khi lời giải thích đó là vì bạn muốn dành thời gian và năng lượng của mình để làm những việc khác.

Rõ ràng, điều này không có nghĩa là bạn nên thô lỗ hoặc hạ thấp người khác. Nói lời từ chối không biến bạn thành một người xấu. Đây là hành động đúng đắn với điều kiện bạn có thể giải thích một cách dễ nghe rằng, thời gian là quý giá đối với bạn và mọi sự sẽ tốt hơn khi bạn làm một việc khác.

Nếu hành xử quá tử tế, bạn sẽ trở nên vô cùng đáng nghi trong mắt người khác, và họ sẽ phản ứng bằng cách đề cao cảnh giác. Người ta vẫn nói, “miệng nam mô bụng một bồ dao găm.” Kết quả là, mọi người thà tránh bạn và có thể mắc nợ bạn, còn bạn sẽ bị bỏ rơi trong cô quạnh. Bạn có thể đã cho đi quá nhiều và khiến chính trạng thái cảm xúc của bản thân bị tổn hại.

Mục đích lớn nhất là tìm ra sự cân bằng lành mạnh giữa sự quyết đoán và sự ân cần. Hãy thường xuyên ưu tiên nhu cầu và mong muốn của bản thân hơn những nhu cầu của người khác thay vì làm ngược lại. Bằng cách đối xử tốt với bản thân, bạn giúp chính mình có thể đối đãi tốt hơn với mọi người một cách hợp lý. Khi quá tử tế, bạn tưởng rằng người khác sẽ nghĩ bạn là một người hào phóng và không vị kỷ, nhưng thực tế là, bạn lại thường khiến họ cảm thấy khó chịu, nghi ngờ hoặc lo lắng.

Tất nhiên, dù nói vậy, bạn cũng không nên từ bỏ hoàn toàn việc cư xử tử tế. Đó không phải là vấn đề tôi muốn nói. Bạn chỉ cần ghi nhớ rằng, sẽ khôn ngoan hơn khi bạn ý thức được cách người ta nhìn nhận các hành động tử tế của bạn. Hãy điều chỉnh để chủ động giảm bớt cảm giác khó chịu của mọi người khi bạn đối tốt với họ. Bạn chỉ có thể làm điều đó bằng cách cư xử tốt đẹp một cách vừa phải và hợp lý cho tất cả các bên.

Ví dụ, nếu bạn có một người bạn cần di chuyển từ đầu này tới đầu kia thành phố và bạn muốn làm một người bạn tử tế bằng cách lái xe chở họ đi,

tâm ý của bạn có thể khiến đối phương cảm thấy tội lỗi vì đã sống như một kẻ ăn bám. Hành động đó sẽ đặt ra nhiều nghi ngại hơn là cảm giác tích cực. Thay vì thế, bạn có thể nói rằng việc làm này không gây phiền cho bạn chút nào, vì dù sao thì bạn cũng định tới khu vực ấy để làm chút việc, và bạn có thể tiện đường chở người kia đi. Bạn nên nhớ rằng, mọi người luôn có một giả định là không có gì trong cuộc sống - dù hành động đó đến từ một người tử tế đến đâu - là miễn phí. Vì vậy, khi bạn hành xử tốt bụng, hãy đưa ra lời giải thích tại sao sự ân cần của bạn không hề miễn phí (tức là nó cũng giúp ích cho bạn theo một cách nào đó) ngay cả khi là nó “miễn phí” thật.

Với nhiều độc giả đang đọc cuốn sách này, có thể bạn sẽ cần phải suy nghĩ thêm về câu hỏi: liệu bạn có đang *quá* tốt bụng hay không. Đây là một bài tập thực hành lành mạnh để bạn thỉnh thoảng tự đánh giá, từ đó chăm sóc bản thân mình tốt hơn. Bây giờ, nếu bạn không ngừng cố gắng hết mình vì người khác và đôi khi cảm thấy tức giận, thất vọng hoặc khó chịu vì mọi người không đối tốt ngược lại với bạn, thì rất có thể có điều gì đó không ổn ở đây. Có thể là bạn có cảm nhận không thực sự

ồn về ranh giới giữa các cá nhân. Hoặc thậm chí tệ hơn, hành động của bạn thực ra không dựa trên lòng tốt chân thành - ngay cả khi bạn nghĩ vậy.

Có một hiện tượng đang trở nên rất phổ biến trong xã hội hiện đại, đó là mọi người sử dụng “sự tử tế” như một công cụ thao túng để khiến người khác thích họ, hoặc khiến người khác mắc nợ họ. Trong trường hợp này, nhiều kẻ thao túng thậm chí không nhận ra mình đang làm gì. Nếu kẻ thao túng đó chính là bạn, hãy ý thức rõ hơn về thói quen này. Việc thay đổi thói quen ấy có thể biến đổi hoàn toàn cuộc sống xã hội của bạn theo hướng tích cực hơn.

Chìa khóa thực sự ở đây là đặt bản thân thành ưu tiên số một và đảm bảo sức khỏe tinh thần của bạn, cũng như chăm sóc tất cả các nhu cầu của bạn trước khi hy sinh để đáp ứng nhu cầu của người khác. Điều này sẽ giúp bạn đảm bảo rằng, những sự hỗ trợ và ưu ái mà bạn dành cho người khác xuất phát từ mong muốn chân thành là có thể đem lại lợi ích cho họ, chứ không phải vì những động cơ thầm kín nào đó.

Một hình ảnh ví dụ sống động là thông tin hướng dẫn mà các tiếp viên hàng không vẫn nói

với hành khách trước khi cất cánh: trong trường hợp khẩn cấp, hành khách cần đeo mặt nạ dưỡng khí của mình trước khi giúp đỡ người khác. Bạn có thể trở thành một người thành công về mặt xã hội bằng cách hỗ trợ và giúp đỡ người khác, nhưng miễn là trước đó, bạn quan tâm đến bản thân mình.

## ĐỪNG TRÁNH ÁNH MẮT CỦA TÔI

Chắc chắn bạn đã nhiều lần nghe nói rằng giao tiếp bằng mắt là yếu tố quan trọng. Đôi mắt là cửa sổ tâm hồn, bạn có thể đánh giá được nhân cách đạo đức của ai đó bằng cách nhìn thẳng vào mắt họ, anh ta sẽ không nhìn thẳng vào mắt bạn mà nói dối được... - đại loại thế. Nếu bạn đang tìm kiếm lời khuyên trong vấn đề hẹn hò, phỏng vấn tuyển dụng, bán hàng hoặc đơn giản là kết bạn, việc duy trì giao tiếp bằng mắt sẽ thường xuyên là điểm mấu chốt được nhắc tới. Chúng ta tin rằng đôi mắt truyền tải cảm xúc và sự đồng cảm, và chúng ta thực sự có thể cảm nhận được cảm xúc này từ người khác khi hai bên “khóa mắt”.

Trong xã hội, chúng ta đề cao tác động của giao tiếp bằng mắt và ý nghĩa của cử chỉ này đối với lòng tin tưởng. Nếu gặp ai đó từ chối giao

tiếp bằng mắt, hoặc ngược lại, duy trì giao tiếp bằng mắt quá lâu, bạn sẽ cảm thấy khó chịu và có ấn tượng tiêu cực về người đó. Những người không giao tiếp bằng mắt được coi là không đáng tin cậy hoặc giả dối. Giả định lâu đời này đã bị bác bỏ nhiều lần, gần đây nhất là vào năm 2012 trong nghiên cứu của Wiseman và Watt. Theo đó, họ không tìm thấy mối tương quan giữa giao tiếp bằng mắt và sự lừa dối, mà thay vào đó, có nhiều sự liên quan giữa cử chỉ tay và sự lừa dối.

Vì vậy, mặc dù việc thiếu giao tiếp bằng mắt không thực sự nói lên điều gì về một ai đó, nhưng người đối diện vẫn có thể đưa ra những giả định tệ hại nếu bạn không nhìn vào mắt họ.

Mặt khác, chúng ta sẽ đưa ra nhiều giả định tích cực về những người tích cực giao tiếp bằng mắt. Làm như vậy chắc chắn có thể cải thiện nhận thức của mọi người về bạn. Nói chung, những người giao tiếp bằng mắt được coi là có vị thế cao hơn và giàu sức mạnh hơn; nồng ấm và duyên dáng hơn; hấp dẫn và dễ mến hơn; có trình độ, kỹ năng và giàu giá trị hơn; đáng tin cậy, trung thực và chân thành hơn; đồng thời cũng tự tin và ổn định hơn về mặt cảm xúc. Nói cách khác, giao

tiếp bằng mắt đem lại ấn tượng tốt về tất cả các đặc điểm liên quan đến thành công xã hội.

Tại sao chúng ta lại quan tâm nhiều đến việc giao tiếp bằng mắt (hoặc thiếu giao tiếp bằng mắt) đến thế? Có phải chỉ vì từ nhỏ, chúng ta đã được bảo rằng hãy nhìn thẳng vào mắt mọi người và bắt tay họ thật chặt? Tất nhiên, những điều tưởng chừng chỉ là những lời khuyên lỗi thời từ một thế hệ xưa cũ hóa ra lại được xác nhận bởi nhiều bằng chứng khoa học.

Năm 1978, trong nghiên cứu có tên “Những tác động của giao tiếp bằng mắt và địa vị xã hội đối với nhận thức về các ứng viên trong tình huống phỏng vấn tuyển dụng”, Tessler và Sushelsky nhận thấy rằng, chúng ta có xu hướng đưa ra các giả định tích cực hoặc tiêu cực dựa trên mức độ mà ai đó nhìn vào mắt chúng ta - càng nhìn nhiều thì càng được đánh giá tốt hơn. Năm 2001, trong nghiên cứu về việc đánh giá trí thông minh trong các tương tác xã hội, Murphy và Hall nhận thấy rằng, chúng ta thường coi những người thường xuyên giao tiếp bằng mắt là các cá nhân thông minh, tận tâm và chân thành hơn. Vào năm 2016, trong nghiên cứu “Ánh nhìn trực tiếp của diễn giả củng cố niềm tin

vào những tuyên bố mơ hồ”, Kreysa và Kressler nhận thấy rằng, giao tiếp bằng mắt nhiều hơn sẽ tăng cường cảm giác tin cậy và sự chân thành.

Bạn có thể đã biết kết quả của những nghiên cứu này rồi. Cho dù chúng đại diện cho những sự thật hay mới chỉ là các giả định, ta cũng cần đảm bảo là mình không đi ngược hướng của những nghiên cứu đó. Khi chúng ta ngày càng bị cuốn vào cuộc chiến tranh giành sự chú ý, giữa một bên là điện thoại thông minh và bên còn lại là những người thực sự trò chuyện với ta trong đời thực, khả năng giao tiếp bằng mắt đã trở thành một công cụ đặc biệt mạnh mẽ. Khi có thể giao tiếp bằng mắt để cho ai đó thấy rằng bạn dành trọn sự chú ý cho họ, bạn có thể giành lấy thiện cảm của họ và nâng cao cái nhìn của họ về bạn.

Không cần phải thuyết phục bạn thêm về vai trò của giao tiếp bằng mắt đối với việc gây dựng niềm tin nữa, nhưng có một câu hỏi lớn khi giao tiếp bằng mắt - chúng ta nên giao tiếp bằng mắt như thế nào? Chúng ta không thể chỉ nhìn chăm chăm vào mắt ai đó và cố gắng đọc thấu tâm hồn họ. Điều đó vô cùng khó chịu và khiến đối phương bồn chồn. Trên thực tế, giao tiếp bằng mắt đã được



chứng minh là hành động tiêu tốn một lượng đáng kể sức mạnh trí não và sức tập trung của chúng ta.

Một nghiên cứu tại Nhật Bản vào năm 2016 của Kajimura và Nomura đã chỉ ra rằng, giao tiếp bằng mắt sử dụng một phần đáng kể các nguồn lực nhận thức của chúng ta, và ta rất khó thực hiện các hành động khác, ngay cả việc nói chuyện, trong lúc tập trung giao tiếp bằng mắt. Nếu điều này đúng với bản thân ta, thì nó cũng đúng với người đối diện. Giao tiếp bằng mắt liên tục gây ra cảm giác không thoải mái và làm nảy sinh một kiểu căng thẳng đặc biệt. Đây có lẽ là lý do tại sao chúng ta cảm thấy cần phải “ngắt” giao tiếp bằng mắt khi cần lục lại trí nhớ để tìm kiếm điều gì đó, hoặc khi ta cần giải thích một điều phức tạp. Hãy để mọi người “nghỉ ngơi”.

Trên thực tế, vào năm 2006, trong một bài viết có tiêu đề “Giúp trẻ suy nghĩ: Né tránh ánh mắt và dạy dỗ” của Phelps và Doherty-Sneddon, các nhà nghiên cứu đã phát hiện ra rằng, những đứa trẻ được yêu cầu nhìn đi chỗ khác trong khi suy nghĩ và giải quyết vấn đề sẽ có hiệu suất làm việc tăng 20%.

Vậy, làm thế nào chúng ta có thể cải thiện giao tiếp bằng mắt để tạo cảm giác tin cậy? Câu trả lời

phải bắt nguồn từ bằng chứng khoa học, đó là mọi người thấy không thoải mái khi giao tiếp bằng mắt liên tục, nhưng họ cũng sẽ nghĩ bạn là một kẻ mờ ám nếu bạn không nhìn vào mắt họ đủ lâu. Đây là lần ranh mỏng manh giúp bạn tạo ra ấn tượng tốt nhất và được yêu mến?

Vào năm 2016, Binetti và Hanson đã tìm hiểu đâu là thời gian giao tiếp bằng mắt trung bình để tạo được thiện cảm. Họ nhận thấy rằng, thời gian hợp lý trung bình chỉ là ba giây (trước khi “ngắt” ánh nhìn và kết nối lại sau đó). Hầu hết mọi người thích nhìn vào mắt đối phương từ hai đến năm giây, và không ai thích ánh nhìn chỉ kéo dài dưới một giây hoặc lâu hơn chín giây. Lần ranh giới mỏng manh trong giao tiếp bằng mắt có vẻ là ba giây một lần. Nếu làm như vậy, bạn sẽ được coi là người đáng tin cậy. Giao tiếp bằng mắt lâu hơn chưa chắc đã tốt hơn. Thậm chí còn có tác dụng ngược lại.

Trong nghiên cứu “Giao tiếp bằng mắt, khoảng cách và sự gắn kết” vào năm 1975, Argyle và Dean đã quan sát thấy rằng, mọi người có xu hướng duy trì giao tiếp bằng mắt khoảng 40% đến 60% thời gian trò chuyện, và chúng ta nên cố gắng duy trì giao

tiếp bằng mắt trong 80% thời gian. Dựa trên nghiên cứu này, tôi đưa ra các hướng dẫn riêng của mình: khi ta nói, hãy giao tiếp bằng mắt 50% thời gian; và tăng lên thành 75% khi ta là người lắng nghe.

Khi bạn nói, bạn muốn người khác có thể chú ý đến bạn, nhưng bạn cũng muốn đảm bảo rằng mình không tạo ấn tượng như đang che giấu điều gì đó hoặc cảm thấy không thoải mái. Và khi lắng nghe, bạn muốn bất cứ ai đang nói cũng cảm thấy rằng bạn đang quan tâm, nhưng bạn không cần nhìn chăm chăm vào họ và khiến họ “sồn gai ốc”. Miễn là duy trì tỷ lệ từ 50% đến 75% khi nói chuyện và lắng nghe, bạn sẽ tận dụng được tối đa công cụ giao tiếp bằng mắt và tạo ra những tác động mạnh mẽ đáng ngạc nhiên.

Hãy hiểu được sự khác biệt giữa nhìn chăm chú (tốt) và nhìn chăm chăm (xấu), bởi người đối diện có thể cảm thấy kỳ quặc hoặc “gai người” nếu sự giao tiếp bằng mắt của bạn quá mãnh liệt hoặc không phù hợp trong những tình huống nhất định. Bạn nên kết hợp giao tiếp bằng mắt với các cử chỉ, biểu cảm và tông giọng thể hiện không khí ấm áp và hòa đồng - khá giống những gì ta đã thảo luận trước đây.

Ngoài ra, hãy học cách trở nên thư giãn. Việc duy trì tiếp xúc bằng mắt ban đầu có thể đòi hỏi bạn phải chống lại bản năng của mình, nhưng đó là một phần quan trọng của quá trình giao tiếp xã hội, vì vậy bạn nên học cách vượt qua thói quen né tránh ánh nhìn của ai đó nếu đây là cách hành xử thông thường của bạn.

### ĐỪNG CỐ TỎ RA “NGÀU”

Tất cả chúng ta đều quan tâm đến bản thân mình ở một mức độ nào đó, một số người quan tâm nhiều hơn những người khác. Trong giao tiếp xã hội, có ý thức về điều này có thể tạo ra nhiều khác biệt về mức độ dễ mến của chúng ta và khiến người khác có mong muốn phát triển mối quan hệ với ta hay không.

Cách thức đầu tiên để tối ưu hóa ý thức này là lắng nghe người đối diện kể những câu chuyện về bản thân họ và thể hiện sự quan tâm đến những lời họ nói, để đáp ứng mong muốn được giải bày của họ. Điều này khiến đối phương cảm thấy cuộc trò chuyện thật thú vị và cũng giúp họ nhận được sự khẳng định từ xã hội, qua đó giúp họ cảm thấy vui vẻ khi chia sẻ suy nghĩ với bạn. Đó chính xác cũng

là những gì bạn muốn! Hãy trao cho họ sự chú ý của bạn và khuyến khích họ mở lòng, để họ tự tin vào bản thân cũng như tin tưởng vào bạn. Về phía bạn, đây là cơ hội để tự đánh giá xem bạn và người đối diện có hợp nhau hay không.

Tất nhiên, đây cũng là những điều ta mong đợi từ một cuộc hội thoại. Chúng ta muốn được khoe khoang, trở thành tâm điểm của ánh đèn sân khấu và nói về bản thân mình. Thông thường, chúng ta thậm chí còn muốn tạo dựng hình ảnh đẹp đẽ về bản thân và đảm bảo rằng mọi người biết đến những khía cạnh tài năng hoặc các thành tích nhất định của ta. Nhưng có một ranh giới mỏng manh có thể biến sự thể hiện bản thân này chuyển sang một thứ gì đó tiêu cực.

Những người hay khoe khoang thường không nhận ra rằng, họ đang khiến người khác có ấn tượng là họ đang ra vẻ quá đà để bù đắp cho một thiếu sót nào đó, và có vẻ như họ rất dễ bị tổn thương. Điều này khiến việc gắn kết với họ trở nên khó khăn hơn (theo nghiên cứu của Polard, 2016). Bên cạnh đó, khoe mẽ sẽ tạo ra cảm giác rằng bạn đang cố gắng che đậy con người thật của mình. Đó là một sự thiếu tự tin mà nhiều người sẽ nhìn

thấu. Những người hay khoe khoang cũng có xu hướng nhạy cảm với những lời chỉ trích và trở nên đề phòng quá mức, điều này chỉ làm tăng thêm sự khó chịu ở những người xung quanh. Nhìn chung, những kẻ khoe khoang luôn có xu hướng giả tạo - điều mà mọi người sẽ lập tức “đánh hơi” được từ xa.

Những kết luận trên đã được chứng minh hết lần này đến lần khác. Vào năm 2016, Irene Scopetelli đã thực hiện nghiên cứu sau: cô yêu cầu 131 người lao động trên nền tảng Amazon Mechanical Turk hoàn thành một cuộc khảo sát ngắn, trong đó họ nhớ lại khoảng thời gian mà họ đã khoe khoang về điều gì đó, hoặc có người khác khoe khoang điều gì đó với họ.

Sau đó, người tham gia được yêu cầu mô tả cảm xúc của chính mình, và họ nghĩ cảm xúc của người đối diện khi ấy là gì. Những người từng khoe khoang về bản thân đã đánh giá quá cao độ vui vẻ và tự hào của người nghe, trong khi đánh giá thấp đáng kể mức độ họ khiến người còn lại khó chịu vì câu chuyện khoe khoang của mình. Điều còn đáng nói hơn nữa là, cả “người tiếp nhận” (những người phải nghe ai đó khoe khoang) lẫn những người nói

về bản thân đều gặp khó khăn trong việc tưởng tượng họ sẽ cảm thấy thế nào nếu vai trò của họ đảo ngược.

Nhà tâm lý học Susan Whitbourne tại Đại học Massachusetts, Amherst, đã lưu ý bốn dấu hiệu chính của một kẻ ưa khoe mẽ:

- Họ cố gắng làm bạn cảm thấy không tự tin về bản thân - để khiến bản thân họ thấy rằng họ đủ giỏi giang.
- Họ cần phô diễn thành tích của mình - để khiến bản thân họ thấy mình đủ tốt đẹp.
- Họ khiêm tốn quá mức - để nâng cao hình ảnh của họ trong mắt người khác, và để bản thân họ cảm thấy mình tốt đẹp theo một cách *kín đáo*.
- Họ phàn nàn rằng mọi thứ không đủ tốt - để nâng cao hình ảnh của họ trong mắt mọi người, và để bản thân họ cảm thấy mình tốt đẹp theo một cách *công khai*.

Theo nguyên tắc chung, bạn sẽ được người khác nhìn nhận tích cực hơn khi bạn nỗ lực lắng nghe nhiều hơn (thay vì nói nhiều hơn), và thể hiện sự quan tâm thực lòng đến lời nói của người

khác. Thịnh thoảng tự khen bản thân cũng không có hại gì - mọi người đều cần điều đó, bao gồm cả bạn. Nhưng nếu bạn liên tục ba hoa về bản thân, điều đó sẽ gây ra ảnh hưởng xấu, ngăn cản bạn đạt được thành công to lớn hơn trong xã hội. Cuối cùng, khoe mẽ chỉ cho thấy bạn là một người không tự tin và không thành thực. Hầu hết mọi người đều đã có quá nhiều mối quan tâm rồi.

Tự cho mình là trung tâm vũ trụ và khoe khoang một cách hiếu thắng sẽ gây cảm giác “quá tải” cho người nghe. Do đó, mọi người chắc chắn sẽ tránh mặt bạn và bạn sẽ không bao giờ đạt tới mục tiêu là được yêu mến hơn.

Ngoài việc nói quá nhiều và không để người khác nói câu chuyện của họ, còn có một số điều mà bạn nên cố gắng tránh không phát ngôn. Vào năm 2017, Janina Steinmetz đã nghiên cứu về chủ đề những kẻ khó ưa không biết “quản lý” ấn tượng mà họ tạo ra. Nghiên cứu cho thấy rằng, nhiều người trong chúng ta cố tình thực hiện một số hành động khiến ta trông giống một kẻ xấu tính, do lầm tưởng rằng hành vi đó khiến ta “ngầu” hơn. Tức là, những hành vi mà ta cho là tốt nhất có thể lại là điều biến ta trở thành một kẻ khốn trong mắt



người khác. Nhưng đừng lo lắng, chúng ta sẽ xem xét bốn hành vi điển hình của những kẻ khó ưa và cách để tránh các hành vi đó.

### *Những lời khen giả dối*

Những lời khen giả dối có vẻ như là những từ ngữ khen ngợi người khác, nhưng thực chất chỉ là vỏ bọc của sự lảng mạ. Một lời khen giả dối điển hình là: “Tôi ngưỡng mộ sự tự tin của bạn thật đấy, tôi sẽ không bao giờ có thể ra ngoài với bộ dạng như vậy đâu.”

Điều trên ngụ ý rằng, cách lựa chọn quần áo hoặc cách chải chuốt của người đối diện thật tồi tệ, và “sự tự tin” là lý do duy nhất khiến anh ta sẵn sàng khoác lên người vẻ ngoài ngu ngốc. Sự xúc phạm này, giống như nhiều lời khen giả dối, cũng là một nỗ lực để “nâng tầm” người phát ngôn, rằng họ sẽ không bao giờ ăn mặc như vậy vì phong cách của họ có gu hơn bạn nhiều. Có vẻ như mọi người nghĩ rằng việc đưa ra những lời khen giả dối là một cách để cải thiện địa vị xã hội của bản thân, vì họ nghĩ là khi đưa ra những tuyên bố như vậy, họ đang ẩn ý về sự vượt trội của họ. Nhưng không mấy ai nghe thấy những lời khen như thế mà lại cảm thấy ngưỡng mộ người nói.

Hầu hết mọi người đều hiểu được ý nghĩa thực sự của những lời khen giả dối, chúng chính là những lời lăng mạ. Và hầu hết mọi người sẽ không có thiện cảm với những kẻ xúc phạm người khác để thu được lợi ích cho bản thân mình. Mẹo cần nhớ ở đây là: Hãy luôn nghĩ xem liệu những gì bạn nói có nguy cơ bị hiểu là một lời xúc phạm hay không. Nếu bạn buột miệng nói ra điều gì đó không phải phép, hãy xin lỗi và diễn đạt lại theo cách tốt hơn. Việc thừa nhận mình đã mắc sai lầm thường là đủ để bạn xóa bỏ sự lỡ lời, đồng thời giúp bạn không trở thành một kẻ khốn trong mắt người khác.

### *Tỏ vẻ khiêm tốn*

Một người tỏ vẻ khiêm tốn thường lý giải một thành tích hoặc may mắn của mình bằng lời phàn nàn hoặc một lời nhận xét thiếu tự tin về bản thân. Tỏ vẻ khiêm tốn nói chung là một nỗ lực để tránh khoe khoang, nhưng vẫn thu hút mọi người chú ý tới bạn. Điều này nghe có vẻ tốt, vì khoe khoang có thể khiến bạn trông đầy tự mãn. Nhưng một người tỏ ra khiêm tốn thực chất cũng đang khoe khoang, dưới một lớp vỏ ngoài tiêu cực. Thậm chí hành động như thế còn làm tăng thêm một lớp vỏ

không thành thật, khiến mọi người càng không thích kẻ tỏ vẻ khiêm tốn.

Những điều trên cho thấy rằng, tốt hơn hết, khi bạn muốn nói về một thành công thì hãy cứ nói một cách trung thực. Đừng nói, “Tôi cứ nhầm lẫn vốn tiếng Tây Ban Nha với vốn tiếng Pháp của mình. Tại sao tôi lại ngốc như vậy chứ?” Thay vào đó, hãy thừa nhận rằng bạn giỏi ngôn ngữ và bỏ qua màn khiêm tốn giả tạo đi. Hãy nói, “Tôi đang học một loại ngôn ngữ thứ ba. Đó là việc khó khăn, nhưng tôi nghĩ công sức bỏ ra sẽ được đền đáp.” Đôi khi, không có gì là sai khi tự hào về bản thân cả. Miễn là không thường xuyên khoe khoang quá đà, bạn sẽ thấy rất nhiều người vui vẻ chúc mừng và chia vui với bạn. Mặt khác, khi mọi người cảm thấy bạn đang cố tình lừa dối họ, hoặc thậm chí cố thao túng họ bằng cách giả bộ khiêm tốn, các vấn đề sẽ phát sinh.

Vào năm 2018, Gino Sezer đã nêu rõ hai loại khiêm tốn giả tạo: một là dựa trên một lời phàn nàn (“Tôi thậm chí có trang điểm đâu mà tôi vẫn bị người ta tán tỉnh, thật khó chịu mà”), hai là dựa trên một lời tự chê (“Tôi không thể tin được bụng mình lại to như vậy...” - đây là lời chú thích cho một bức ảnh mặc đồ tắm của một người cực kỳ

thon gọn). Cả hai cách này chẳng có tác dụng gì tốt đẹp. Trích dẫn sau đây trong tiểu thuyết *Pride and Prejudice* (Kiêu hãnh và định kiến) của Jane Austen chứng tỏ rằng chiến thuật ra vẻ khiêm tốn đã có từ rất lâu đời: “Không gì lọc lừa hơn vỏ ngoài của sự khiêm tốn. Đó thường chỉ là một quan điểm cầu thả, và đôi khi là một kiểu khoe khoang gián tiếp.”

### ***Đạo đức giả***

Chỉ trích những người hành động khác bạn là cách dễ ghi điểm với những người cùng chí hướng với bạn. Hành động này thể hiện các giá trị mà bạn đề cao và sự đánh giá của bạn, bằng cách tạo ra sự tương phản giữa bạn và người khác. Tuy nhiên, khi bạn chỉ trích người khác vì một điều mà bạn ngụ ý là bạn không làm, trong khi bạn thực sự vẫn tham gia vào những hoạt động tương tự, vấn đề sẽ xuất hiện. Đây là một hành động đạo đức giả: bạn chỉ trích hành động của người khác để cố nâng cao vị thế xã hội, nhưng chính bạn cũng làm điều y hệt thế. Việc này có thể hiệu quả nếu bạn không bị phát hiện, nhưng nó sẽ trở thành vấn đề lớn nếu người khác biết bạn đã nói dối.

Ví dụ: Bạn tốt nhất không nên thuyết giảng về tầm quan trọng của việc tuân theo một chế độ ăn

uống lạnh mạnh trong khi bạn đang thưởng thức một cốc kem hoa quả. Thay vào đó, hãy bỏ món kem đi và lên tiếng thuyết giảng trong khi ăn một quả táo cho bữa ăn nhẹ. Bằng cách đó, bạn có thể truyền cảm hứng nhiều hơn cho người khác và tránh bị phán xét là một kẻ đạo đức giả. Nói tóm lại, một kẻ đạo đức giả không chỉ là một kẻ khốn, mà còn là một kẻ khốn lừa lọc chẳng có chút ý thức nào về bản thân mình.

### *Kiên nại*

Cảm giác thật tuyệt khi chỉ ra được là bạn giỏi hơn những người khác, nhưng trong hầu hết các trường hợp, mọi người vẫn sẽ chú ý ngay đến khả năng vượt trội của một người, ngay cả khi cá nhân tài năng đó không mở miệng nói một lời. Kiên nại là khi thay vì tỏ vẻ khiêm tốn, ta trực tiếp khẳng định về năng lực của bản thân, nhưng lại khẳng định theo một cách không mấy dễ chịu đối với số đông mọi người.

Khi bạn nói “Vốn từ của tôi phong phú hơn phần lớn các bạn”, người nghe sẽ cảm thấy bị coi thường vì không có lượng kiến thức tương tự, và họ sẽ đánh giá bạn như một kẻ tự cao.

Đối với những lỗi lầm trên đây, nói tóm lại, mọi người có thể nhìn thấu bạn dễ dàng hơn bạn

nghĩ. Nếu bạn cố gắng khiến mọi người hành xử theo một cách nào đó, họ sẽ nhận ra được bạn đang cố thao túng và định hướng họ.

Bằng cách này hay cách khác, những điều không nên làm mà chúng tôi đã đề cập có thể là một thói quen hoặc hành vi xấu chứ không phải là một nỗ lực thao túng người khác có chủ ý. Và, như chúng ta biết, các thói quen này rất khó mất đi. Đôi khi, bước đầu tiên để trở nên thành công trong bất cứ lĩnh vực gì chỉ đơn giản là giảm bớt hoặc loại bỏ những thói quen xấu mà bạn từng mắc phải khi còn thiếu thốn kiến thức và kinh nghiệm.

Khi còn nhỏ, bạn có thể đã gặp rắc rối mỗi khi quá xúc động, vì vậy, bây giờ bạn luôn nén chặt cảm xúc trong lòng và khá thờ ơ với mọi sự. Tương tự như vậy, bạn có thể đã học được trong thời thơ ấu của mình rằng, cách tốt nhất để đạt được những điều mình muốn ở độ tuổi dễ bị tổn thương là phải trở nên cực kỳ tử tế và sẵn sàng hỗ trợ mọi người. Một điều nữa, nhiều người đơn giản là rất khó giao tiếp bằng mắt đủ lâu để tạo ra hiệu ứng tích cực, đặc biệt là những người có xu hướng nhút nhát.

Cho dù những thói quen xấu của bạn có thể là gì, hãy chấp nhận rằng bạn đúng là có những thói

quen xấu và bạn sẽ nỗ lực không ngừng để cải thiện trong tương lai. Nếu bạn gặp khó khăn khi biểu lộ cảm xúc, hãy cố gắng chú ý tới những khoảnh khắc mà bạn đang tràn cảm xúc mạnh mẽ và hãy cho phép bản thân bộc lộ xúc cảm đó ra. Ngay cả khi không có ai xung quanh để ý tới bạn, hãy thả lỏng hơn với cảm xúc của mình để bạn có thể bắt đầu thể hiện cảm xúc nhiều hơn trong một tình huống xã hội thực tế. Nếu bạn luôn tỏ ra quá dỗi dẻ và luôn hỗ trợ người khác, thỉnh thoảng hãy tập nói “không” và có lẽ bạn sẽ nhận ra mọi người cũng không nhìn nhận bạn tệ hơn dù bạn ưu tiên bản thân mình trước. Ngược lại, họ thực chất sẽ tôn trọng bạn hơn. Và nếu việc giao tiếp bằng mắt với người lạ hoặc thậm chí với bạn bè là một khó khăn đối với bạn, thì bạn chỉ cần cố duy trì ánh nhìn của mọi người, mỗi lần cố nhìn lâu hơn một chút, cho đến khi bạn cảm thấy thoải mái với việc này.

Bạn có thể đạt được những bước tiến nhảy vọt về khía cạnh thành công xã hội bằng cách giảm bớt những thói quen và đặc điểm khó chịu mà bạn đang có. Đây thường là cách tốt nhất để bắt đầu.

## TỔNG KẾT CHƯƠNG

- Bạn đã bao giờ cảm giác rằng, có những điều tưởng như ai cũng biết thực ra lại không phổ biến đến thế? Khi đọc hết chương này, đó có thể là suy nghĩ đọng lại trong tâm trí bạn. Bạn có thể thấy là việc tránh những thói quen xấu trên đây nghe có vẻ đơn giản và dễ dàng - nhưng tại sao hầu hết mọi người lại không làm như vậy? Đây chính là những thói quen, đặc điểm tạo ra khác biệt giữa “thảm họa xã hội” và “trí thông minh xã hội”.
- Đừng che giấu cảm xúc của bạn. Điều đó khiến người khác nghĩ bạn có vẻ không trung thực và làm mọi người khó chịu.
- Đừng quá tử tế. Một lần nữa, điều đó khiến bạn có vẻ không trung thực và mọi người sẽ nghi ngờ rằng bạn đang gián tiếp nói dối họ một cách tinh vi.
- Đừng tránh né giao tiếp bằng mắt. Mọi người sẽ nghĩ rằng bạn đang che giấu điều gì đó hoặc có thể đang nói dối họ.



- Đừng cố tỏ ra là mình thật “ngầu”. Kể lể quá nhiều về bản thân gần như lúc nào cũng là một hành động tai hại, đặc biệt là thói giả vờ khiêm tốn. Ngoài ra, tính ngạo mạn, đạo đức giả và những lời khen giả tạo cũng là những sai lầm cơ bản trong giao tiếp xã hội.



# TÂM LÝ HỌC ỨNG DỤNG

Patrick King

Minh Trang dịch

## NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG

Địa chỉ: Số 175 Giảng Võ - Hà Nội

Điện thoại: 024 38515380; Fax: 024 38515381

Email: [info@nxbladong.com.vn](mailto:info@nxbladong.com.vn)

Website: [www.nxbladong.com.vn](http://www.nxbladong.com.vn)

### Chi nhánh phía Nam

Số 85 Cách mạng Tháng Tám, Quận 1, Tp Hồ Chí Minh

ĐT: 028 38390970; Fax: 028 39257205

Chịu trách nhiệm xuất bản

**Giám đốc - Tổng biên tập**

**MAI THỊ THANH HẰNG**

Biên tập	Phan Thị Ánh Tuyết
Vẽ bìa	Trà Mây
Trình bày	Minh Ngọc
Sửa bản in	Hạnh Dung

In 2000 bản, khổ 13x19 cm tại Công ty Cổ phần In và Thương mại Prima. Địa chỉ: Số 35, ngõ 93 Hoàng Quốc Việt, Cầu Giấy, Hà Nội. Số xác nhận ĐKXB: 69-2022/CXBIPH/11-02/LĐ. Quyết định xuất bản số 98/QĐ-NXBLĐ cấp ngày 24 tháng 01 năm 2022. Mã ISBN: 978-604-343-700-3. In xong và nộp lưu chiểu năm 2022.

### ĐỐI TÁC LIÊN KẾT:

#### **CÔNG TY TNHH VĂN HÓA VÀ TRUYỀN THÔNG 1980 BOOKS**

#### ***Trụ sở chính tại Hà Nội:***

20-H2, ngõ 6 Trần Kim Xuyến, Yên Hòa, Cầu Giấy, Hà Nội.

Tel: 0243.7880225 / Fax: 0243.7880225

#### ***Chi nhánh tại TP. Hồ Chí Minh:***

Số 42/35 đường Nguyễn Minh Hoàng, phường 12, Q.Tân Bình, Tp HCM

Tel: 0283.933.3216

Website/link đặt sách: [www.1980books.com](http://www.1980books.com)

Email: [rights.1980books@gmail.com](mailto:rights.1980books@gmail.com)