

**TÍNH TẬP THỂ VÀ TÍNH CÁ NHÂN  
TRONG GIAO TIẾP LIÊN VĂN HÓA:  
(TRƯỜNG NGỮ TIẾNG VIỆT VÀ TIẾNG ANH)**  
COLLECTIVISM AND INDIVIDUALISM IN INTERCULTURAL COMMUNICATION  
(Examples taken from Vietnamese and English)

**ÀO TH PH NG  
(ThS; i h c Ngo i ng , HQG Hà N i)**

**Abstract:** This article discusses collectivism and individualism denoted in language and communication, gives some Vietnamese and English examples to compare and prove. Some barriers in intercultural communication such as assumption of similarities, nonverbal misinterpretations and tendency to evaluate are also discussed to enhance understanding and respect for cultural diversity, contributing to the success of communication, especially intercultural communication.

**Key words:** collectivism; individualism; barrier; intercultural communication.

## 1. M u

Giao ti p liên v n hóa là m t xu h ng t t y u trong b i c nh toàn c u hóa hi n nay khi nhu c u giao l u, trao i, h c h i kinh nghi m gi a các qu c gia trên th gi i ang đi n ra m t cách m nh m . Giao ti p liên v n hóa chính là s giao ti p gi a các n n v n hóa, gi a các c ng ng v n hóa khác nhau v i nh ng ph ng th c s ng và th gi i quan khác nhau. Ho t ng này không ch òi h i các bên giao ti p có n ng l c ngôn ng mà c n có nh ng hi u bi t v các n n v n hóa khác ngoài v n hóa b n a c a h .

Giao ti p liên v n hóa là m t ch r ng, bao g m nhi u khía c nh, nh ng vì khôn kh bài vi t và hi u bi t có h n, chúng tôi ch xin c p n tính t p th và tính cá nhân xét trên bình đi n ngôn ng và v n hóa.

## 2. Tính t p th và tính cá nhân ph n ánh trong v n hóa

2.1. Tính t p th (tính c ng ng) c xem là m t trong nh ng giá tr c n b n và quan tr ng nh t c a v n hóa Vi t Nam. Giá tr này có c i r sâu xa t trong ph ng th c sinh t n, yêu c u c k t ch ng thiên tai, yêu c u oàn k t ch ng gi c ngo i xâm và t trong ph ng th c t ch c xã h i truy n th ng c n b n đ a trên các c ng ng gia ình, làng xã. Giá tr c ng ng hình thành và phát tri n cùng v i s phát tri n c a v n hóa, l ch s , c c ng c và th m sâu vào tình c m tâm h n m i con ng i Vi t Nam. Nó còn c ph n ánh m t cách m c trong kho tàng ca dao t c ng , ví d nh : "*M t cây làm ch ng lên non/ Ba cây ch m l i lên hòn núi cao*".

Tình th n oàn k t t o nên s c m nh t p th , s c m nh c ng ng giúp ng i Vi t ánh u i gi c ngo i xâm, ng u v i thiên tai: "*C bè h n cây n a*", "*B a ch ng b c c n m*", "*Khi ỏi cùng chung m t đ , khi ch t cùng chung m t lòng*", "*Dân ta nh m t ch ng/ ng tình, ng s c, ng lòng, ng mình*".

Tính c ng ng trong v n hóa Vi t Nam c ng c th hi n rõ nét trong tình yêu th ng c ng ng, ng lo i, t ng thân t ng ái: "*B u i th ng l y bí cùng/Tuy r ng khác gi ng nh ng chung m t giàn*"; "*Nhi u i u ph l y giá g ng/Ng i trong m t n c ph i th ng nhau cùng*"; "*Th ng ng i nh th th ng thân*".

H n n a, theo H u t (2000), v n hóa c a ng i Vi t mang "*c tr ng màu s c nhân v n ch ngh a*" thiên v duy tình. Trong i s ng và giao ti p h ng ngày ng i Vi t m m đ o trong ng x luôn h ng n s hài hòa, vui v , b o m s oàn k t nh t trí gi a nh ng các thành viên trong cùng m t c ng ng. Tình c m c k t c ng ng c ng c úc k t sâu s c trong các câu ca dao t c ng và tr thành phong cách ng x : "*th ng nhau chín b làm m i*"; "*Gà cùng m t m , ch hoài á nhau*"; "*M t i u nh n là chín i u lành*".

C ng theo H u t, i s ng v n hóa Vi t mang "*c tr ng m t n n v n hóa có tính b n a cao*". Ý th c c ng ng làng xã g n k t ch t ch v i i s ng c a m i cá nhân, m i gia ình, dòng h . Chính vì v y giá tr c ng ng (community value) c t cao h n giá tr cá nhân (individuality value). M i cá nhân c n hi sinh quy n l i riêng t vì l i ích c ng ng, vì m c ích hài hòa nhóm (group harmony). M t khác, đ lu n xã h i có vai trò quan tr ng trong vi c c ng c ý th c c ng ng dân t c. Hành vi c a các cá nhân trong c ng ng c i u ch nh thông qua đ lu n. Nh ng ng i có l i s ng ích k , tham lam, i ng c l i l i ích c ng ng th ng b dân làng c i chê, lên án, xa lánh.

Tuy nhiên, s ng nh t này c ng bi u hi n nh ng m t trái khi ý th c v con ng i cá nhân th ng b th tiêu, hay trong các m i quan h xã h i ng i Vi t có xu h ng gi i quy t xung t theo h ng hòa c làng. Tính c ng ng còn đ n n thói hay đ a đ m, l i vào t p th : "*N c n i thì thuy n n i*" hay tình tr ng "*Cha chung không ai khóc*", cùng

v i nó là t t ng c u an, c n có vi c gì th ng óng c a b o nhau, và thói cào b ng k không mu n ai h n mình: “*X u u h n t t l i*”; “*Khôn c không b ng ng c àn*”; “*Ch t m t ng còn h n s ng m t ng i*”.

**2.2.** Khác v i v n hóa Vi t Nam, v n hóa c a các n c nói ti ng Anh c bi t là M xem giá tr cá nhân là giá tr c b n, óng vai trò quan tr ng trong vi c nh hình tính cách, quan i m, lòng tin, quy t c giao ti p. Ng i dân các n c nói ti ng Anh c khuy n khích và th m nhu n ngay t nh v giá tr c a b n thân, tinh th n t ch u trách nhi m v i cu c i c a mình. R t nhi u gia ình ng i M ã cho con ng riêng ngay t khi m i sinh t b nh vi n tr v nhà. Khi tr em l n d n, b t kì m t d u hi u v s t thân nào u c khuy n khích nh t n, t m c qu n áo, t ch n theo s thích. C ng c n ph i làm rõ thêm tính cá nhân (individualism)

ây không ph i mang tính tiêu c c, không ph i là tính v k (egoism) hay s ích k (selfishness) mà là s t nh n th c c giá tr c a b n thân, cao tính c l p (independence), t do l a ch n, quy t nh và tôn tr ng s riêng t cá nhân (privacy).

Ngu n g c c a giá tr cá nhân có m t l ch s lâu dài trong n v n hóa c a các n c nói ti ng Anh. Giá tr này c c p n trong h c thuy t c a nhà tri t h c ng i Anh John Locke th k m i b y “*M i cá nhân là duy nh t, c bi t và khác bi t hoàn toàn v i các cá nhân khác, là m t n v c b n c a t nhiên*”. Benjamin Franklin c ng kh ng nh “*Chúa giúp nh ng ng i bi t t giúp mình*”. V n hóa M là m t quá trình l ch s u tranh sinh t n, ng u v i môi tr ng khai phá h t s c kh c nghi t, trong ó con ng i chinh ph c, làm ch thiên nhiên, t a ra quy t nh và t d a vào b n thân mình, không th trông ch b t kì m t s giúp nào t chính quy n hay m t l c l ng siêu nhiên nào khác. Cá nhân c khuy n khích b c l b n thân theo nh ng cách riêng và không ai có th can thi p. Ai phát hi n, sáng t o ra nh ng cái m i,

c i ti n s c xã h i công nh n và tôn tr ng. V i h con ng i lí t ng là ng i bi t tôn tr ng giá tr b n thân, t d a vào b n thân và c l p trong m i quy t nh.

Trong tám nhóm giá tr c a con ng i và v n hóa M mà Gary Althen (2011) a ra thì nhóm giá tr cá nhân (individualism), s t do (freedom), tính c nh tranh (competitiveness) và s riêng t (privacy) c x p u tiên, trong ó giá tr cá nhân có t m quan tr ng r t l n và c chú ý nhi u h n các giá tr khác. Nh ng câu nói, c m t nh : “*You’ll have to decide that for yourself*” (b n ph i t quy t nh i), “*Look out for number one*” (lo cho mình tr c) “*Free to make up your own mind*” (t a ra quy t nh c a mình), “*It’s none of your business*” (không liên quan gì t i b n), “*Pull yourself up by your own boot straps*” (v n lên, ng d y b ng chính n l c c a b n thân), “*You make your bed, now lie in it*” (t làm, t ch u) ph n ánh r t rõ nh ng giá tr ó.

Nh v y trong l ch s hình thành và phát tri n, m i qu c gia do nh ng i u ki n t nhiên và xã h i khác nhau hình thành nên nh ng n v n hóa v i nh ng giá tr khác nhau. Nh ng giá tr này nh h ng sâu s c n các quan h giao ti p, cách hành x và ngôn ng c a ng i dân trong xã h i ó.

### **3. Tính t p th và tính cá nhân ph n ánh trong ngôn ng và giao ti p**

#### **3.1. Giao ti p ng c nh cao và giao ti p ng c nh th p**

Edward T.Hall (trong cu n *Beyond culture*, 1976) ã phân lo i giao ti p thành giao ti p ng c nh cao (high context) và giao ti p ng c nh th p (low context). Theo ông trong giao ti p ng c nh cao, giao ti p ph thu c nhi u vào ng c nh, thông i p c truy n t và x lí m t cách gián ti p, ng i tham tho i ph n nhi u s d ng ng c nh có th hi u chính xác n i dung thông báo. Ng c l i, trong giao ti p ng c nh th p, giao ti p ít ph thu c vào ng c nh mà thông i p c truy n t và x lí m t cách tr c ti p,

t c là nó c th hi n m t cách t ng minh, rõ ràng. Theo thang phân lo i c a E. Hall, các qu c gia ph ng ông thu c nhóm v n hóa giao ti p ng c nh cao, còn nhóm các qu c gia ph ng Tây thu c nhóm v n hóa giao ti p ng c nh th p.

C ng ng dân c các n c ph ng ông nh Nh t B n, Hàn Qu c, Trung Qu c, Vi t Nam mang tính t p th cao, t ng ng v i nhau v quan i m, cách trao i thông tin nên trong h u h t các giao d ch h ng ngày h “*nói ít, hi u nhi u*”. Nh ng ng i tham tho i d a nhi u vào c ch , i u b , không gian, th i gian, th m chí c s im l ng hi u thông i p giao ti p. Thông tin truy n t i còn có th c còn c th hi n qua thân th , a v c a ng i tham gia giao ti p nh tu i tác, gi i tính, giáo d c, hoàn c nh gia ình, ch c danh.

Ng c l i, ng i dân các n c ph ng Tây nh Anh, M , Úc giao ti p trong ng c nh th p. V n hóa c a các qu c gia này cao giá tr cá nhân. Các cá th trong cùng m t c ng ng không có nhi u tr i nghi m t ng ng, v y nên khi giao ti p ng i ta c n nh ng thông tin c b n và c th . H u h t các thông i p giao ti p d c truy n t rõ ràng qua ngôn t , và cá nhân tham tho i c n truy n t thông tin m t cách tr c tí p và công khai h n.

Gudykunst và Ting-Toomey (1988) ã nghiên c u và nh n m nh tính a chi u c a v n hóa, y u t nh h ng tr c tí p n giao ti p. Các nhà nghiên c u này ã x p giao ti p ng c nh cao c s d ng n n v n hóa có tính c ng ng cao và giao ti p ng c nh th p di n ra n n v n hóa cao giá tr cá nhân.

Nh v y có th hi u r ng ây chính là i m khác bi t trong phong cách giao ti p. L i giao ti p trong v n m t s n c châu Á nh Nh t B n, Hàn Qu c, Trung Qu c, Vi t Nam th ng gián ti p, mang tính ng ý vì ng i giao ti p mang nhi u nét t ng ng v hoàn c nh. Tuy nhiên trong giao ti p ng i ph ng Tây th ng di n t m i thông tin

tr c tí p và rõ ràng vì các cá nhân giao ti p không hi u bi t nhi u v nhau và ngôn ng là kênh chính h hi u c thông i p giao ti p.

### 3.2. Tính tr c tí p và tính gián tí p

Tính cá nhân và tính t p th c ph n ánh rõ r t nh t trong tính tr c tí p (*directness*) và gián tí p (*indirectness*) c a ngôn ng và giao ti p.

kh ng nh v trí, b n s c cá nhân c a mình, ng i dân thu c nh ng n n v n hóa cao tính cá nhân a chu ng l i nói tr c tí p, th ng th n bày t quan i m cá nhân. N u m t ng i không thích nh ng gì ng i khác ang làm anh ta có th bày t tr c tí p quan i m c a mình, và i tho i tr c tí p c xem là cách t t nh t gi i quy t b t ng. Nh ng câu nói nh “*Go straight to the point*” hay “*Don’t go around the bush*” ( i th ng vào v n i), “*Tell the truth*”, “*I want to hear the truth*” (tôi mu n nghe s th t) “*Let’s lay our cards on the table*” (l t ng a ván bài i) v i ý ngh a nói ra quan i m, nh ng gì mình bi t c s d ng th ng xuyên trong giao ti p. Ng i giao ti p th ng truy n t thông tin “*the point*” m t cách tr c tí p. Ví d khi d ch i quan i m cá nhân v m t cái áo “*B n th y cái áo này t m c p không?*” ng i giao ti p có th nói th ng “*I don’t think that coat goes well with the rest of your outfit*” (t không ngh là nó phù h p v i các c a c u). Ngoài ra, kênh giao ti p ch y u c a ng i dân là qua l i nói, và kh n ng “*Speak up*”, “*Say what’s on your mind*” (nói nh ng gì mình ngh ) r t quan tr ng trong giao ti p.

Ng c l i, các n n v n hóa cao tính c ng ng, l i nói gián tí p r t c khuy n khích. Ng i Vi t Nam a s t nh , ý t và tr ng s hòa thu n; l i giao ti p t nh , ý t khi n ng i Vi t Nam có thói quen giao ti p “*vòng vo tam qu c*”, không bao gi m u tr c tí p, nói th ng vào v n nh ng i ph ng Tây. Ví d , c ng là h i quan i m v cái áo bên trên ng i Vi t th ng nói tránh i

“*Có l cái áo khác s h p h n*” và ng i h i t hi u thông i p. Nói th ng quan i m cá nhân có th c xem là b t l ch s ho c thô l . Truy n th ng c a ng i Vi t Nam khi b t u câu chuy n là “*v n xá c u i n*”, h i th m nhà c a, ru ng v n a y t o không khí giao ti p, sau ó m i b t u nói vào vi c chính. L i giao ti p a t nh ý t là s n ph m c a c a l i s ng tr ng tình và l i t duy coi tr ng các m i quan h , coi tr ng tính c ng ng. “*L i nói không m t ti n mua/ L a l i mà nói cho v a lòng nhau*”,

M t c tr ng khác là ng i Vi t dành nhi u th i gian cân nh c và l a ch n t ng tr c khi nói, cách ng i giao ti p truy n t thông tin c ng quan tr ng nh thông tin c n truy n t. Không th ph nh n r ng giao ti p tí ng Anh, nh m i ngôn ng khác, c ng s d ng chỉ n l c giao ti p khá nhi u, tùy theo i t ng và hoàn c nh giao ti p nh ng thông tin giao ti p th ng c truy n t m t cách tr c ti p, khác v i l i giao ti p “*ng ý*” trong tí ng Vi t. Thêm n a, ng i dân các n c nói tí ng Anh hay dùng “*smalltalks*” giao ti p v i ng i m i g p l n u tiên, các ch c a thích th ng là v th i t i t, n, các ch ng trình gi i trí - các ch không mang tính riêng t cá nhân. Trái l i, ng i Vi t khi giao ti p th ng b t u b ng nh ng câu h i mang tính riêng t cá nhân nh tình tr ng gia ình, công vi c, l ng tháng, a v xã h i, tu i tác nh m n m c thông tin c a ng i cùng giao ti p giao ti p cho phù h p. S im l ng (*silence*) c ng là m t chỉ n thu t giao ti p gián ti p c s d ng nhi u trong giao ti p c a ng i Vi t. ôi khi vì ng i ngừng, không mu n nói là ng ý v i l i m i hay ngh , ng i Vi t th ng im l ng ho c c i m m và ng i giao ti p hi u ng m v i nhau ây ôi khi là tín hi u vui vì “*im l ng là ng ý*”, chỉ n thu t này r t khác so v i nh ng gì mà ng i dân các n c nói tí ng Anh hay dùng trong ó s im l ng làm cho ng i tham gia giao ti p lo l ng.

### 3.3. Tính trang tr ng và tính thân m t

Tính trang tr ng (formality) và tính thân m t (informality) c a ngôn ng giao ti p c ng ph n nào ph n ánh tính t p th và cá nhân. nh ng n n v n hóa mà giá tr c ng ng c cao, ngôn ng giao ti p c s d ng d a vào hoàn c nh, tính tôn ti, tr t t trong quá trình giao ti p. Ng i giao ti p d a vào nh ng thông tin v tu i tác, ch c danh hay a v xã h i x ng hô cho phù h p. Vi c c x theo ó c ng “*ph i có trên có d i*” th hi n tôn tr ng, l phép v i i tác trong giao ti p. S h mình, và khiêm t n c cho là phép l ch s c n thi t. Ng c l i, trong n n v n hóa mà giá tr cá nhân c cao, tính bình ng (egalitarianism) c th hi n rõ h n. Theo quan sát, ng i tham gia giao ti p dù có a v xã h i và tu i tác khác nhau v n có th dùng tên mình gi i thi u, và giao ti p m t cách tho i mái. Câu nói “*call me by my first name*” (c g i tên tôi) khá ph bi n trong giao ti p c a các n c nói tí ng Anh.

Nh v y tính t p th và tính cá nhân ph n ánh m t cách rõ ràng qua s khác bi t trong quan h giao ti p c th là cách s d ng ngôn t , cách ng x hay chỉ n thu t giao ti p. Các n n v n hóa có tính c ng ng cao ví d nh Vi t Nam, ng i giao ti p a l i nói gián ti p, nói ít hi u nhi u, d a vào ng c nh oán ý ng i nói, ng c l i n n v n hóa cao vai trò c a cá nhân, nh ng ng i tham tho i th ng truy n t thông tin m t cách tr c ti p, th hi n s bình ng cao.

### 4. M t s c n tr trong giao ti p liên v n hóa

Khi con ng i giao ti p v i nhau, h b c l m t cách rõ r t nh ng nh h ng c a n n v n hóa n i h sinh ra và l n lên. Trong giao ti p, cá nhân, c ng ng t các n n v n hóa khác nhau mang theo nh ng i m d bi t v n hóa, và nh ng d bi t y có th gây tr ng i cho quá trình giao ti p, truy n t i thông i p.

Barna (1997) xác nh sáu rào c n trong giao ti p liên v n hóa: *gi nh nh ng i m t ng ng* (assumption of similarities), *nh ng rào c n v ngôn ng* (language

barriers), *s hi u sai các y u t phi ngôn ng* (nonverbal misinterpretations), *nh ki n và khuôn m u* (preconceptions and stereotypes), *khuy nh h ng ánh giá* (tendency to evaluate), *s lo l ng* (high anxiety). Chúng tôi xin bàn sâu h n v ba rào c n trong s ó là: gi nh nh ng nét t ng ng, *s hi u sai các y u t phi ngôn ng* và *khuy nh h ng ánh giá*.

*Th nh t: gi nh nh ng i m t ng ng.* Trong th c t, khi ng i tham gia giao ti p không hi u bi t rõ m t n n v n hóa khác, l t nhiên là ng i ta gi nh r ng không có s khác bi t t n t i gi a anh ta và ng i cùng giao ti p, và đ n n vi c là anh ta s c x gi ng nh là ang giao ti p v i ng i n t cùng n n v n hóa v i mình. Gi nh này có th đ n n s hi u l m trong giao ti p. M i n n v n hóa là c nh t và khác nhau m t m c nào ó. Ví d, các n n v n hóa khác nhau có cách bi u hi n c m xúc khác nhau trong giao ti p; n u ng i giao ti p gi nh r ng c i m này gi ng nh cách h th ng làm trong v n hóa c a mình thì ng i cùng giao ti p s th y không phù h p ho c khó ch u. Vì v y, khi giao ti p trong môi tr ng a v n hóa h n ch hi u l m và nâng cao hi u qu giao ti p ng i tham gia nên tìm hi u tr c c i m v n hóa giao ti p c a ng i cùng tham tho i, trong tr ng h p ch a hi u rõ thì nên h i tr c ti p c x cho phù h p h n là a ra các gi nh.

*Th hai: s hi u sai các y u t phi ngôn ng.* Y u t phi ngôn ng hay c ch, i u b là ph ng ti n quan tr ng truy n t thông i p giao ti p. Tuy nhiên, cùng m t c ch, i u b nh ng c s đ ng các n n v n hóa khác nhau có th mang ý ngh a khác nhau. Ví d, theo quan sát, M khi mu n g i ai ó t i n v phía mình, ng i ta dùng tay v i lòng bàn tay h ng lên trên và c ng ngón tay tr, c ch này không c xem là thô l, trong khi Vi t Nam hành ng này ch dùng g i con v t, n u dùng g i m t ng i, ng i c g i s c m th y b xúc

ph m. H n n a, cách con ng i s đ ng ngôn ng c ch, i u b ch u nh h ng sâu s c c a n n v n hóa n i h sinh ra và l n lên. Vì v y trong quá trình giao ti p liên v n hóa, hi u l m r t đ x y ra n u ng i tham gia giao ti p không hi u bi t v v n hóa c a ng i cùng giao ti p v i mình. tránh nh ng nh ng hi u l m, ng i tham tho i nên c n tr ng khi s đ ng ngôn ng c ch và c n hi u rõ ý ngh a c a lo i hình ngôn ng này trong t ng n n v n hóa.

*Th ba: khuy nh h ng ánh giá* hay nói cách khác là đ a vào “*chu n*” c a v n hóa mình phán xét m t cách tiêu c c v các khía c nh c a n n v n hóa khác ho c cho r ng nh ng giá tr c a v n hóa mình là t t h n giá tr c a các n n v n hóa khác. Ni m tin này có th đ n n vi c ng i giao ti p không hài lòng v i cách c x, thái, hay cách gi i quy t v n c a ng i t n n v n hóa khác cùng tham gia giao ti p v i mình. h ng t i àm phán thành công và v a lòng c hai bên ng i tham gia giao ti p c n bi t cách gi i quy t rào c n này và công nh n r ng “*m i th trong m t n n v n hóa là phù h p v i v n hóa ó, và u mang ý ngh a khi ta hi u v v n hóa ó* (Jandt, 2012).

#### 4. K t lu n

Trên ây là m t s rào c n trong giao ti p a v n hóa có th gây hi u nh m làm gi m hi u qu giao ti p, ho c làm ng ng tr quá trình giao ti p. Nh ng rào c n này òi h i ng i tham gia giao ti p ph i linh ho t, khéo léo, tránh phán xét v v n hóa và tìm hi u k càng v nh ng nét đ bi t v v n hóa c a nh ng ng i cùng tham gia giao ti p.

Nh v y có th nói có m t s khác bi t khá l n gi a các giá tr v n hóa tiêu bi u là tính t p th và tính cá nhân trong v n hóa c a Vi t Nam và các n c nói ti ng Anh. Nh ng giá tr này c ph n ánh rõ ràng trong v n hóa, ngôn ng và các quan h giao ti p. Ng i Vi t Nam cao giá tr c ng ng, a giao ti p trong ng c nh cao trong ó các thông i p giao ti p c truy n t i m t cách

gián tiếp, ngh thu t ngôn t c áp d ng linh ho t khéo léo. Ng c l i ng i dân các n c nói ti ng Anh trn tr ng giá tr cá nhân, a giao tí p trong ng c nh th p mang tính tr c tí p và s bình ng trong giao tí p. Nh ng i m d bi t này c xem là rào c n trong quá trình giao tí p. Vì v y m b o giao tí p liên v n hóa dí n ra suôn s và hi u qu ng i tham gia giao tí p c n ý th c c nh ng rào c n trong giao tí p, không a nhi u gi nh trong giao tí p, hay cao giá tr v n hóa c a qu c gia mình h n giá tr c a các qu c gia khác, tìm hi u k càng nh ng tín hi u ngôn ng ngoài l i nói nh c ch i u b . ng th i, c n bi t dung hòa nh ng i m d bi t v v n hóa, l ng nghe và tôn tr ng s khác bi t v n hóa tr thành ng i giao tí p thành công.

### TÀI LI U THAM KH O

#### Ti ng Vi t

1. H u t (2000), *V n hoá và ngôn ng giao tí p c a ng i Vi t*. Nxb VH TT, Hà N i.

#### Ti ng Anh

1. Althen, Gary (2011), *American ways: A guide for foreigners in the United States*. 3rd ed. Yarmouth, ME: Intercultural Press.

2. Barna, LaRay M. (1997), *Stumbling Blocks in Intercultural Communication*. In Samovar, Larry A. and Porter, Richard E.: *Intercultural Communication – A Reader* (8<sup>th</sup> Ed.). Wadsworth, CA, USA.

3. Byram, M. (1997), *Teaching and assessing intercultural communicative Competence*. Clevedon: Multilingual Matters.

4. Gudy, W. B., & Ting-Toomey, S. (1988), *Culture and interpersonal communication*. Beverly Hills, CA: Sage.

5. Hall, E. T. (1976), *Beyond culture*. New York: Anchor.

6. Jandt, F. E. (2012), *An introduction to intercultural communication: Identities in a global community* (7th ed.), Thousand Oaks, CA: Sage.

7. Ting-Toomey, S. (1999), *Communicating across cultures*. New York: The Guilford Press.

8. UNESCO. (1982), *World conference on cultural policies*. Mexico City

9. Van Ek, J. A. (1986), *Objectives for foreign language learning*, Volume I: *Scope*. Strasbourg: Council of Europe.