

# KỸ NĂNG ĐẶT CÂU HỎI

Đặt các câu hỏi vốn là hoạt động thường ngày của chúng ta, tuy nhiên chúng ta cũng cần thiết tìm hiểu xem loại câu hỏi nào phù hợp với mục đích nào để vận dụng cho linh hoạt.

## I. CÁC HÌNH THỨC CÂU HỎI NHẪM THU THẬP THÔNG TIN:

Thông thường trong các cuộc giao tiếp, có những thông tin đối tượng sẽ tự động cho chúng ta biết nhưng cũng có những thông tin chúng ta phải tìm cách khai thác. Để có được những thông tin đôi khi vô cùng quý giá ấy, chúng ta phải có cách đặt các câu hỏi để thu thập thông tin. Dựa vào cấu trúc câu hỏi, chúng ta có hai loại chính, đó là câu hỏi có cấu trúc chặt chẽ và câu hỏi có cấu trúc lỏng lẻo. Câu hỏi có cấu trúc chặt chẽ là dạng câu hỏi trong đó ý muốn hỏi được nêu rõ ràng trong câu hỏi, người trả lời không khó khăn để xác định được ngay vấn đề người hỏi đang quan tâm. Câu hỏi có cấu trúc lỏng lẻo là câu hỏi trong đó ý muốn hỏi không được nêu rõ ràng trong câu hỏi, người trả lời tự xác định phạm vi câu trả lời.

Ngoài việc đặt câu hỏi đúng cách ra, chúng ta còn phải có cách để đối tượng vui vẻ trả lời. Muốn đối tượng vui vẻ trả lời chúng ta phải làm cho họ thấy rằng họ đã làm được một việc có ích đồng thời phải dẫn dắt họ thoải mái bước vào câu chuyện. Chúng ta có thái độ lắng nghe chân tình, cầu thị đầy biết ơn về việc được cung cấp thông tin sẽ khiến cho đối tượng giao tiếp cảm thấy vui vẻ vì đã giúp ích cho chúng ta. Để dẫn dắt đối tượng thoải mái bước vào câu chuyện, chúng ta cần bắt đầu bằng những câu hỏi mà đối tượng sẽ không ngần ngại trả lời để tạo ra sự tự tin, sự hưng phấn, sự cuốn hút vào chủ đề của cuộc nói chuyện. Khi đã có đầy đủ những yếu tố trên rồi thì chúng ta cần linh hoạt vận dụng các hình thức câu hỏi sau đây để thu thập tin tức:

### 1. Câu hỏi hẹp:

Đây là loại câu hỏi có cấu trúc chặt chẽ, thu hẹp vấn đề để khai thác những thông tin chính xác, ngắn gọn. Người trả lời không cần động não, suy nghĩ nhiều mà chỉ cần trả lời thẳng vào câu hỏi bằng những thông tin rõ ràng. Ví dụ: “Nhân viên đó tên là gì?”; “Chức vụ của anh trong công ty?”. Nhược điểm của loại câu hỏi này là chỉ thu thập được thông tin trên diện hẹp.

### 2. Câu hỏi trực tiếp:

Đây là loại câu hỏi có cấu trúc chặt chẽ, nhằm thẳng vào vấn đề để khai thác những thông tin cần tìm hiểu. Loại câu hỏi này giúp chúng ta thu thập thông tin một cách nhanh chóng do nó tạo ra sự bất ngờ cho người được hỏi

khiến họ có ít thời gian để tránh né vấn đề. Nhược điểm của loại câu hỏi này là thiếu sự tế nhị, có thể làm cho đối tượng mất tự nhiên khi đụng chạm đến những thông tin nhạy cảm. Ví dụ: “Sếp của anh không đồng ý ký hợp đồng này phải không?”; “Vì kết hội nghị khách hàng của bên A nên công ty anh không thể tham dự hội nghị khách hàng của chúng tôi phải không?”.

### 3. Câu hỏi gián tiếp:

Đây là loại câu hỏi dùng để khai thác những vấn đề tế nhị, người ta hỏi về vấn đề khác để suy ra vấn đề mà họ cần tìm hiểu. Như trên đã nói, có những thông tin nhạy cảm mà nếu chúng ta dùng loại câu hỏi trực tiếp sẽ dễ làm cho người được hỏi mất tự nhiên, tạo ra cảm giác thiếu sự tế nhị nên người ta dùng vấn đề khác để đặt câu hỏi nhằm tìm cách suy ra thông tin cần tìm hiểu. Ví dụ, khi muốn hỏi một nhân viên mới có thích ứng với công việc hay không, thay vì hỏi “Anh có thích nghi với công việc không?” thì chúng ta có thể hỏi “Công việc có hấp dẫn anh không?”; trong cuộc phỏng vấn, để lịch sự thì thay vì hỏi “Mức lương anh đề nghị là bao nhiêu?” người ta có thể hỏi “Mức lương tại công ty cũ của anh là bao nhiêu?”.

### 4. Câu hỏi chặn đầu:

Đây là loại câu hỏi dạng qui chụp, giăng bẫy, có tác dụng tương tự câu hỏi gián tiếp. Khi người hỏi muốn tìm hiểu về một vấn đề nào đó, người ta có thể đi chặn đầu, hỏi về một vấn đề phụ bên cạnh vấn đề đó để từ câu trả lời suy ra thông tin cần tìm hiểu. Ví dụ, để tìm hiểu xem đại lý của công ty có mua hàng của đối thủ hay không, nhân viên công ty có thể đề nghị đại lý cho mượn mẫu hàng đó để xem qua. Thông qua việc đại lý chấp nhận hay từ chối giúp đỡ, có thể kiểm tra việc đại lý đã mua hàng của đối thủ hay chưa.

### 5. Câu hỏi gợi mở:

Đây là loại câu hỏi có cấu trúc thấp, người hỏi chỉ giới thiệu đôi nét về đề tài muốn hỏi, người trả lời sẽ tùy ý duyệt định nội dung trả lời. Loại câu hỏi này mang đến cho người trả lời sự dễ dàng trong việc hồi đáp và nó thường được áp dụng ở đầu cuộc giao tiếp để tạo ra mối quan hệ hài hòa, dẫn dắt câu chuyện một cách tự nhiên. Loại câu hỏi này nhằm mục đích thu thập thêm những thông tin nên người hỏi thường không định trước hình dạng câu trả lời. Ví dụ, trưởng phòng kinh doanh hỏi một nhân viên trong phòng kinh doanh : “Cậu thấy kết quả làm việc của cậu tháng này ra sao?” thì lúc này người nhân viên có thể thoải mái nói lên những nhận định của mình còn người trưởng phòng có thể qua các câu trả lời mà thu thập thêm những thông tin bên lề của những con số thể hiện kết quả làm việc của người nhân viên đó.

#### 6. Câu hỏi chuyển tiếp:

Đây là loại câu hỏi nhằm mục đích chuyển hướng câu chuyện, chuyển hướng vấn đề đang trao đổi. Việc vận dụng câu hỏi chuyển tiếp một cách nhuần nhuyễn sẽ giúp cho chúng ta giữ cho cuộc tiếp xúc luôn luôn trôi chảy, hứng thú và tạo tiền đề để cho người nói dễ dàng trình bày những thông tin mới. Ví dụ như trong một cuộc họp lấy ý kiến để bổ nhiệm một trong hai ứng viên A và B, người chủ tọa sau khi đã nghe xong các ý kiến về nhân viên A ở từng khía cạnh có thể đặt liền câu hỏi “Thế còn anh B thì sao?” để ghi nhận thông tin cụ thể ở từng khía cạnh của cả hai ứng viên nhằm so sánh được rõ ràng hơn; trong mỗi câu hỏi như vậy, người chủ tọa đã chuyển hướng từ nhân viên A sang nhân viên B.

#### 7. Câu hỏi làm rõ sự nghi vấn:

Đây là dạng câu hỏi mà người hỏi nắm lấy những thông tin cuối cùng vừa phát ra từ người trả lời để khơi mào cho những câu trả lời tiếp theo nhằm thu thập thêm thông tin về những điểm người hỏi chưa nắm rõ. Ví dụ, khi gặp một nhân viên ở công ty đối tác và cũng khá thân quen với bạn, bạn hỏi xã giao rằng “Sao, công việc tốt chứ hả?”; trường hợp bạn nhận được câu trả lời là “Công việc tốt, nhưng cũng có tí vấn đề” thì bạn có thể hỏi thêm “Có vấn đề à? Có gì nghiêm trọng không?” để tìm hiểu thêm thông tin, giải toả những thắc mắc của bạn.

#### 8. Câu hỏi tóm tắt ý:

Đây là dạng câu hỏi trong đó tóm tắt lại nội dung thông tin người nghe nhận được từ những câu trả lời của đối tượng để đối tượng xác nhận lại một lần nữa thông tin đã cung cấp. Ví dụ, sau khi bàn bạc nhiều lần về thời hạn của một hợp đồng, người ta có thể hỏi lại đối tác: “Như vậy là anh đề nghị thời hạn hợp đồng là ba tháng phải không?”, câu hỏi này có vẻ thừa khi mà thông tin đã được cung cấp trước đó nhưng trong trường hợp có quá nhiều ý kiến bàn cãi về vấn đề này thì nó không thừa, nó đóng vai trò chốt lại vấn đề với sự khẳng định chắc chắn của người trả lời để tiến đến giải pháp thỏa mãn cả hai bên. Trong trường hợp có sự nhiễu thông tin thì khi người nghe đưa ra câu hỏi tóm tắt ý, người trả lời sẽ hiệu chỉnh lại thông tin hoặc cung cấp thêm thông tin để người nghe có thể hiểu đúng.

## II. CÁC HÌNH THỨC CÂU HỎI NHĂM MỤC ĐÍCH KHÁC:

Các câu hỏi để thu thập thông tin đóng vai trò chính trong các cuộc giao tiếp nhưng trong các cuộc tiếp xúc các câu hỏi không chỉ đơn thuần dùng để

thu thập thông tin mà còn có những mục đích khác như xã giao, đề nghị một vấn đề hay tế nhị làm chậm nhịp phát biểu của đối tượng. Cụ thể như sau:

#### 1. Câu hỏi tiếp xúc:

Để tạo ra một bầu không khí thoải mái, vui vẻ nhằm tạo tiền đề cho việc giao tiếp thành công, chúng ta có thể sử dụng các câu hỏi mang tính chất xã giao, xoay quanh những vấn đề phụ hoặc thậm chí không liên quan gì đến vấn đề chính. Ví dụ, “Sức khỏe anh độ rày ra sao?” hoặc “Tôi nghe nói anh mới đi du lịch về, thế chuyến đi có tuyệt không?”... Những câu hỏi này thường được đặt ra khi mới gặp gỡ ở đầu cuộc nói chuyện, trao đổi.

#### 2. Câu hỏi đề xuất ý kiến:

Đây là loại câu hỏi trong đó nêu lên một ý kiến, một đề nghị mà người nêu câu hỏi không biết chắc rằng ý kiến đó có nhận được sự ủng hộ, đồng tình hay không. Loại câu hỏi này thường dùng để thăm dò ý kiến của đối tượng nhằm tránh một sự thất thố khi đối tượng không hoàn toàn đồng ý với ý kiến nêu ra và dễ bề tiếp tục nêu ra ý kiến khác nhằm tìm kiếm một giải pháp. Vì vậy, loại câu hỏi này hay được dùng để đột phá thế găng trong đàm phán. Ví dụ, cấp trên (là một người khá khó tính) phân công chúng ta chuẩn bị một địa điểm để chiêu đãi khách nhưng không nói rõ chúng ta có được quyền quyết định hay không, chúng ta đã lựa ra vài nơi nhưng muốn biết ý kiến của cấp trên như thế nào, chúng ta có thể hỏi: “Thưa anh, em đã tìm vài nơi để tổ chức chiêu đãi nhưng chưa biết anh vừa ý với nơi nào. Anh xem thử ta có nên tổ chức ở nhà hàng A không ạ?”. Trong câu hỏi này, người hỏi đã cho thấy sự đề nghị của họ, nhưng muốn thăm dò ý kiến của người trả lời và tránh sự hiểu lầm về việc vượt quyền.

#### 3. Câu hỏi hạn chế tốc độ phát biểu của đối phương:

Trong một số tình huống giao tiếp, người nói có thể nói thao thao bất tuyệt và người nghe muốn đối phương trình bày chậm lại nhưng không nên tỏ ra bất lịch sự. Khi đó, người nghe có thể sử dụng những câu hỏi hẹp, không đơn thuần thu thập thông tin mà làm ra vẻ muốn tìm hiểu tương đối kỹ một số khía cạnh nào đó trong chủ đề đang được trình bày, tìm cách xen vào một cách thích hợp nhằm làm cho người nói chậm lại thông qua việc họ phải giải thích kỹ hơn.

#### 4. Câu hỏi kết thúc vấn đề trao đổi:

Khi chúng ta muốn kết thúc một vấn đề đang trao đổi mà không muốn tạo ra cảm giác đột ngột cho đối tượng, tránh bị cho là thiếu lịch sự thì chúng ta có thể đề ra các câu hỏi mang tính chất chuẩn bị để chấm dứt vấn đề đang trao đổi. Ví dụ như “Tôi nghĩ rằng đến đây thì chúng ta đã trao đổi khá đầy đủ về

vấn đề này rồi, phải không ạ?”. Nếu đối tượng khéo cư xử và tinh ý thì họ sẽ dựa vào câu hỏi của chúng ta để đồng tình ngay việc kết thúc vấn đề tại đó, ví dụ như ” Đúng vậy, tôi cũng nghĩ như vậy là tương đối đủ rồi, chúng ta kết thúc ở đây thôi”.

Việc mở đầu bài diễn thuyết một cách tự nhiên sẽ tạo điều kiện để nội dung của nó đi vào lòng người. Để làm được điều này, diễn giả không phải dựa vào nội dung sẽ nói gì mà là dựa vào cách nói như thế nào để cử tọa chấp nhận mình. Việc chấp nhận một cá nhân sẽ tạo tiền đề cho việc chấp nhận quan điểm của cá nhân đó, tạo niềm tin để tiếp nạp thông tin từ cá nhân đó. Ngược lại, nếu cá nhân đó không được chấp nhận thì anh ta/chị ta đã không có cơ hội trình bày quan điểm của mình thì làm sao có cơ hội để thuyết phục người nghe.