

THỰC TRẠNG NHẬN THỨC VỀ HÀNH VI GIAO TIẾP CÓ VĂN HÓA TRÊN GIẢNG ĐƯỜNG CỦA SINH VIÊN NGÀNH QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH, K17 TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP TP. HỒ CHÍ MINH

● **LÊ THỊ THƯƠNG - DƯƠNG THỊ HƯỜNG**

TÓM TẮT:

Nhận thức đúng đắn và lựa chọn hợp lý hành vi giao tiếp có văn hóa trên giảng đường giúp sinh viên tạo ấn tượng tốt đẹp trước bạn bè và thầy cô, khẳng định giá trị cá nhân và thích nghi tốt nghề nghiệp trong bối cảnh có nhiều biến động hiện nay. Bài viết thực hiện qua khảo sát bằng phiếu hỏi, kết hợp với các phương pháp hỗ trợ khác. Bài viết tập trung đánh giá khái quát thực trạng nhận thức về hành vi giao tiếp có văn hóa trên giảng đường của sinh viên ngành Quản trị dịch vụ Du lịch và Lữ hành Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh thông qua: ngôn ngữ giao tiếp; cử chỉ, điệu bộ; trang phục và cách ứng xử trên giảng đường. Từ đó đề xuất một số biện pháp cải thiện và nâng cao hành vi giao tiếp có văn hóa cho sinh viên, đáp ứng mong đợi của bản thân sinh viên và cả xã hội.

Từ khóa: sinh viên, văn hóa, giao tiếp; hành vi giao tiếp có văn hóa.

1. Đặt vấn đề

Giao tiếp là con đường cơ bản và quan trọng bậc nhất giúp cho cá nhân cũng như xã hội tồn tại và phát triển. Trong học tập ở trường đại học cũng như trong cuộc sống và hoạt động nghề nghiệp, sự cởi mở, nét mặt vui tươi, thân thiện, lời nói tế nhị, nhẹ nhàng, đúng lúc đúng chỗ... sẽ tạo ấn tượng tốt đẹp cho đối phương, thuận lợi cho thiết lập mối quan hệ bền vững. Tuy nhiên, nếu chúng ta gắt gỏng, thô lỗ trong lời nói, thiếu tinh tế qua hành vi, cách ứng xử thiếu tôn trọng đối phương thì những rủi ro, những khó khăn xuất hiện sẽ cản trở tiến trình giao tiếp, chúng ta khó đạt được mục tiêu đặt ra.

Ngành Quản trị Lữ hành với đặc thù thường xuyên phải tiếp xúc với khách hàng rất đa dạng, có trình độ văn hóa khác nhau, độ tuổi, nghề nghiệp khác nhau, lứa tuổi khác nhau, tôn giáo và những vùng miền sinh sống khác nhau, do vậy hành vi giao tiếp có văn hóa vừa là chuẩn đầu ra của nghề nghiệp, vừa là tiêu chí về kỹ năng mềm mà các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành hiện nay rất coi trọng khi tuyển dụng.

Để có được hành vi giao tiếp có văn hóa trên giảng đường đại học cũng như trong hoạt động nghề nghiệp, sinh viên cần phải có một quá trình học hỏi và rèn luyện không ngừng, đồng thời phải

biết cách kế thừa, biết cách sáng tạo những giá trị văn hóa giao tiếp mà ông cha đã đúc kết hàng ngàn năm. Vì lẽ đó bài viết tập trung vào mục đích đánh giá khái quát thực trạng nhận thức về hành vi giao tiếp có văn hóa trên giảng đường của sinh viên ngành Quản trị Dịch vụ và Lễ hành Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh nhằm giúp các em đánh giá đúng hiện trạng hành vi giao tiếp có văn hóa của mình, từ đó có cơ sở để cải thiện bản thân và góp phần đào tạo nguồn nhân lực có văn hóa cho doanh nghiệp.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Lý luận khái quát về hành vi giao tiếp có văn hóa

2.1.1. Một số khái niệm cơ bản

2.1.1.1. Khái niệm văn hóa

“Văn hóa” là khái niệm mang nội hàm rộng, từ xa xưa đến nay có rất nhiều nhà khoa học và những người yêu văn hóa quan tâm cũng như nghiên cứu về nó.

Theo Từ điển tiếng Việt của Hoàng Phê (2022): Văn hóa tổng thể nói chung những giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo ra trong quá trình lịch sử” [tr 1.100].

Năm 2002, UNESCO đã đưa ra định nghĩa về văn hóa như sau: Văn hóa nên được đề cập đến như là một tập hợp của những đặc trưng về tâm hồn, vật chất, tri thức và xúc cảm của một xã hội hay một nhóm người trong xã hội và nó chứa đựng, ngoài văn học và nghệ thuật, cả cách sống, phương thức chung sống, hệ thống giá trị, truyền thống và đức tin [tr 300].

Về sau tác giả Trần Ngọc Thêm cho rằng: Văn hóa là một hệ thống hữu cơ các giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo và tích lũy qua quá trình hoạt động thực tiễn, trong sự tương tác giữa con người với môi trường tự nhiên và xã hội của mình [tr 25].

Tóm lại: Dù mỗi tác giả nhìn nhận văn hóa ở những khía cạnh khác nhau, tựu trung lại văn hóa đều liên quan đến mọi mặt đời sống vật chất và tinh thần của con người.

2.1.1.2. Khái niệm giao tiếp

Chu Văn Đức (Chủ biên) (2005) định nghĩa: Giao tiếp là hoạt động xác lập, vận hành các mối quan hệ giữa con người với con người nhằm thỏa mãn những nhu cầu nhất định [tr 13].

Những năm gần đây, giao tiếp và kỹ năng giao tiếp được xem là kỹ năng mềm quan trọng, có ứng dụng sâu rộng ở tất cả lĩnh vực nghề nghiệp, do đó ngày càng được định nghĩa cụ thể hơn, giúp chúng ta nhận diện, thông hiểu dễ dàng hơn như: Dưới góc nhìn cá nhân, Nguyễn Văn Hiến (chủ biên), Lê Thu Hòa (2020), đưa ra khái niệm về giao tiếp được hiểu rất đơn giản: “Giao tiếp là hành động truyền và nhận thông tin” [tr 11].

2.1.1.3. Khái niệm hành vi và hành vi giao tiếp có văn hóa

Từ điển Tiếng Việt của Hoàng Phê (2022) định nghĩa: Hành vi con người là toàn bộ những phản ứng, cách cư xử, biểu hiện ra bên ngoài của một con người trong một hoàn cảnh cụ thể nhất định [tr 423].

Thực tiễn cho thấy, một cá nhân có kỹ năng giao tiếp tốt là người đó trước hết thấu hiểu đối tượng giao tiếp trong bối cảnh cụ thể đó, biết lựa chọn nội dung giao tiếp, cách thức, phương tiện giao tiếp phù hợp, chuẩn mực. Hành vi giao tiếp có văn hóa có thể quan sát trực tiếp trong hoạt động, trong cuộc sống qua: Ngôn ngữ giản dị, tinh tế, trong sáng, lô gic, giàu tình cảm; Động tác, cử chỉ, điệu bộ, ánh mắt, nét mặt, tư thế tác phong... lịch thiệp, chuẩn mực theo qui định của xã hội. Từ đó có thể định nghĩa hành vi giao tiếp có văn hóa theo quan niệm của Phan Thanh Long (2011): Hành vi giao tiếp có văn hóa là những biểu hiện cụ thể bên ngoài được điều khiển bởi cấu trúc tâm lý bên trong của chủ thể, chứa đựng những giá trị và chuẩn mực văn hóa, được thực hiện theo qui tắc ứng xử của xã hội thông qua lời nói và cử chỉ trong mối quan hệ hàng ngày [27].

2.1.2. Cấu trúc của hành vi giao tiếp có văn hóa

Cũng theo Phan Thanh Long (2011), cấu trúc hành vi giao tiếp có văn hóa gồm các thành phần sau:

-Yếu tố nhận thức: Cá nhân phải hiểu biết ý nghĩa các chuẩn mực và nắm được các qui tắc thực hiện các hành vi giao tiếp đã được xã hội thừa nhận; hiểu rõ và có ý thức về các chuẩn mực xã hội cần tuân thủ trong quá trình giao tiếp với người khác.

-Yếu tố tình cảm: Cá nhân mong muốn và tin tưởng thực hiện các chuẩn mực giao tiếp phù hợp với yêu cầu xã hội, rung động trước những hành vi giao tiếp có văn hóa, trước cách cư xử đẹp...

-Yếu tố ý chí, thói quen: Biết lựa chọn và sử dụng đúng đắn, linh hoạt, sáng tạo các phương tiện giao tiếp theo từng đối tượng, bối cảnh, mục tiêu giao tiếp khác nhau.

2.2. Khách thể và phương pháp nghiên cứu

2.2.1. Khách thể nghiên cứu:

Tiến hành khảo sát 200 sinh viên năm 2, khóa 17(K17), ngành Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành, khoa Thương mại - Du lịch Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh.

2.2.2. Phương pháp nghiên cứu

Chúng tôi sử dụng nhiều phương pháp nghiên cứu như: Phương pháp điều tra bằng bảng hỏi kết hợp phỏng vấn sâu, thống kê toán học để xử lý số liệu. Thang đo likert gồm 4 mức độ: rất thường xuyên = 3 điểm; thường xuyên = 2 điểm; thỉnh thoảng = 1 điểm; không bao giờ = 0 điểm. Thang đánh giá được lượng hóa như sau: không bao giờ = 0 lần/tuần, thỉnh thoảng = 1- 5 lần/tuần, thường xuyên = từ 6-10 lần/tuần trở lên, rất thường xuyên = trên 10 lần/tuần.

*Ngoài ra, dựa trên 6 mức độ nhận thức của tác giả Bloom(1956): Nhớ/Biết (Remembering); Hiểu (Understanding);Áp dụng (Applying); Phân tích (Analyzing); Đánh giá (Evaluating; Sáng tạo (Creating). Chúng tôi ứng dụng để khảo sát thực trạng mức độ nhận thức về hành vi giao tiếp có văn hóa trên giảng đường của sinh viên khóa 17 như sau:

+ Nhớ/Biết (dưới 45 điểm): Sinh viên nhớ và nhận diện được những hành vi giao tiếp có văn hóa trên giảng đường một cách máy móc, cứng nhắc, đôi khi chưa hiểu được bản chất của hành vi đó.

+ Hiểu (46 - 60 điểm): Sinh viên không đơn thuần là nhắc lại được các hành vi giao tiếp có văn hóa mà còn giải thích được 1 số các dấu hiệu bản chất của hành vi đó, nhưng chưa có khả năng vận dụng để giải quyết những tình huống, những hiện tượng cụ thể.

+ Áp dụng (61 - 70 điểm): Sinh viên nắm vững thuộc tính bản chất, nắm vững bản chất khái niệm, biết vận dụng vào những tình huống cụ thể khi giao tiếp với nhiều đối tượng khác nhau, chưa đạt mức độ sáng tạo cao.

+ Phân tích (71 - 80 điểm): Sinh viên phân biệt và so sánh các hành vi giao tiếp có văn hóa, trên cơ sở đó đưa ra những suy luận để đánh giá các mức độ hành vi giao tiếp có văn hóa.

+ Đánh giá (81-90): Sinh viên đưa ra được những ý kiến, nhận xét hợp lý, có cơ sở khoa học về đối tượng giao tiếp. Có khả năng phê và tự phê tốt, biết cách bảo vệ quan điểm, lập trường của mình cũng như của bạn bè, thầy cô trước tập thể.

+ Sáng tạo (91-100 điểm): Là mức độ nhận thức cao nhất. Do nắm vững, hiểu sâu, rộng được các thuộc tính bản chất trừu tượng bên trong của khái niệm, có chính kiến và kỹ năng tốt, rõ ràng nên sinh viên có thể giải quyết các tình huống phức tạp một cách linh hoạt, uyển chuyển theo tình huống, bối cảnh, đối tượng giao tiếp khác nhau. Đặc biệt cho thấy rõ có sự khác biệt trong tốc độ tư duy, trong chất lượng các quyết định ứng xử khi giao tiếp với mọi người xung quanh.

2.3. Kết quả nghiên cứu

2.3.1. Nhận thức về tầm quan trọng của hành vi giao tiếp có văn hóa trên giảng đường ở sinh viên ngành Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành, K17 Trường Đại học Công nghiệp TP Hồ Chí Minh

Bảng 1. Đánh giá của sinh viên ngành Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành, K17, Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh về tầm quan trọng của hành vi giao tiếp có văn hóa trên giảng đường

Mức độ	Số lượng	Tỉ lệ %	Ghi chú
Rất quan trọng	127	63,5	
Quan trọng	73	36,5	
Ít quan trọng	0	0	
Không quan trọng	0	0	

Nhìn kết quả Bảng 1 cho thấy 100% sinh viên K17, ngành Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành Trường ĐHCN TP. Hồ Chí Minh đều nhận thấy tầm quan trọng của hành vi giao tiếp có văn hóa trên giảng đường đại học. Các em còn cho rằng có được hành vi giao tiếp có văn hóa rất thuận lợi cho học tập cũng như giao tiếp, giúp các em thể hiện giá trị cá nhân và thuận lợi đạt mục tiêu cá nhân.

2.3.2. Nhận thức của sinh viên ngành Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành, K17, Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh về biểu hiện của hành vi giao tiếp có văn hóa trên giảng đường

Hành vi giao tiếp có văn hóa trên giảng đường của sinh viên ngành Quản trị dịch vụ Du lịch &Lữ

Bảng 2. Thực trạng nhận thức về biểu hiện của hành vi giao tiếp có văn hóa trên giảng đường của sinh viên ngành Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành, K17, Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh

TT	Biểu hiện	Mức độ								TB	Thứ bậc
		Rất thường xuyên		Thường xuyên		Thỉnh thoảng		Không bao giờ			
		SL	%	SL	%	SL	%	SL	%		
1	Ngôn ngữ nói	144	72	56	28	0	0	0	0	2,72	2
2	Cử chỉ, điệu bộ	0	0	70	35	84	42	46	23	1,12	4
3	Trang phục	0	0	132	66	68	34	0	0	1,66	3
4	Cách ứng xử	156	78	44	22	0	0	0	0	2,78	1

hành K17 được hiểu hiện qua ngôn ngữ; cử chỉ và điệu bộ; trang phục và cách ứng xử. Kết quả khảo sát được thể hiện ở Bảng 2.

Bảng 2 cho thấy, khi đánh giá về hành vi giao tiếp có văn hóa, sinh viên ngành Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành, K17, Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh đặc biệt quan tâm tới cách ứng xử trong giao tiếp (ĐTB = 2,78), đứng thứ 2 là ngôn ngữ trong giao tiếp với (ĐTB = 2,72) quan tâm trang phục ở mức trung bình (ĐTB=1,66) và ít quan tâm đến cử chỉ, điệu bộ trong giao tiếp (ĐTB=1,12).

Khi phỏng vấn trực tiếp và sâu hơn vài nhóm sinh viên, các em đều cho rằng nhìn vào cách ứng xử khi giao tiếp ta thấy rõ nhất hành vi giao tiếp của cá nhân mình có văn hóa hay không. Đồng thời là biểu hiện bạn có tôn trọng bản thân và tôn trọng người khác không? Đây là tiêu chí mọi người quan tâm nhất khi đánh giá. Tiếp theo là ngôn ngữ giao tiếp qua lời ăn, tiếng nói khéo léo, qua đó thể hiện nội tâm, tính cách, nét đẹp của tâm hồn mỗi người, nên cũng luôn được coi trọng và có ý thức trau dồi. Còn trang phục trong thời đại ngày nay ít bị đánh giá vì chuẩn về trang phục trong giao tiếp đã mở rộng hơn xưa. Cử chỉ, điệu bộ trong giao tiếp là loại phương tiện khá phức tạp và bị chi phối nhiều yếu tố khác nên sinh viên cho rằng cần rèn luyện nhiều hơn, trong thời gian dài, do đó ít chú ý hơn khi giao tiếp.

2.3.3. Tự đánh giá của sinh viên ngành Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành, K17, Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh về hành vi giao tiếp có văn hóa trên giảng đường

Do giới hạn của bài báo và mục đích nghiên cứu

của tác giả chỉ tập trung đánh giá thực trạng nhận thức hành vi giao tiếp có văn hóa trên giảng đường, do vậy đã khảo sát tự đánh giá của sinh viên ngành Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành, K17, Trường Đại học Công nghiệp TP Hồ Chí Minh về hành vi giao tiếp có văn hóa trên giảng đường theo thang nhận thức Bloom kết quả thể hiện ở Bảng 3.

Bảng 3. Tự đánh giá hành vi giao tiếp có văn hóa trên giảng đường của sinh viên ngành Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành, K17, Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh

STT	Mức độ nhận thức	Kết quả		Ghi chú
		SL	%	
1	Nhớ/Biết	0	0	
2	Hiểu/Giải thích	30	15	
3	Áp dụng	100	50	
4	Phân tích	50	25	
5	Đánh giá	14	7	
6	Sáng tạo	6	3	
	TỔNG			

Từ kết quả Bảng 3 ta thấy: Sinh viên tự đánh giá hành vi giao tiếp có văn hóa trên giảng đường ở mức biết áp dụng khá cao 50%; mức phân tích 25%; mức hiểu và giải thích 15%. Mức đánh giá 7% và thấp nhất sáng tạo 6%; mức biết không có sinh viên nào. Theo chúng tôi số liệu hợp lý với thực tế giảng viên phỏng vấn và quan sát trong quá trình dạy học trên giảng đường Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh.

3. Kết luận và biện pháp đề xuất

3.1. Kết luận

- Hành vi giao tiếp có văn hóa trên giảng đường được sinh viên ngành Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành, K17, Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh nhận thức quan trọng và tự đánh giá khá cao. Các em thường xuyên sử dụng và coi trọng ngôn ngữ nói, cách ứng xử, trang phục sao cho đúng chuẩn qui định và văn minh.

- Cử chỉ, điệu bộ trong ứng xử được các em ý thức khá tốt nhưng khi thể hiện và thực hiện trong giao tiếp lại là vấn đề khá phức tạp, bị chi phối bởi nhiều yếu tố khách quan và chủ quan, do vậy các em đánh giá mình còn thực hiện chưa thường xuyên và còn e dè, thiếu tự tin.

- Tự đánh giá về hành vi giao tiếp có văn hóa trên giảng đường theo 6 thang đo Bloom, đa số các em đã biết áp dụng, vận dụng trong học tập, giao tiếp với thầy cô, bạn bè..., một số sinh viên biết so sánh và phân biệt các hành vi giao tiếp có văn hóa, cũng như biết cách bảo vệ quan điểm của mình trước tập thể, nhóm. Bên cạnh đó, số ít sinh viên linh hoạt, mềm dẻo và sáng tạo trong quá trình lựa chọn hành vi giao tiếp có văn hóa để nâng cao giá trị cá nhân, tạo nên sự khác biệt của mình trong nhóm, tổ chức.

3.2. Một số biện pháp đề xuất nhằm cải thiện và nâng cao chất lượng hành vi giao tiếp có văn hóa cho sinh viên ngành Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành, K17, Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh

❖ Tăng cường tuyên truyền, giáo dục về tầm quan trọng của hành vi giao tiếp có văn hóa trên giảng đường cũng như mọi nơi, mọi chỗ cho sinh viên, giúp các em nhìn rõ hơn, sâu hơn về sức mạnh của hành vi giao tiếp có văn hóa với giá trị bản thân và cộng đồng.

❖ Phối hợp chặt chẽ, hiệu quả giữa giảng viên; tổ chức Đoàn Thanh niên Khoa, Trường; phòng Công tác Sinh viên; Lãnh đạo các Khoa, Ban Giám hiệu Nhà trường để xây dựng những nội qui, qui trình rèn luyện hành vi giao tiếp có văn hóa trên giảng đường thật khả thi, phù hợp với mong đợi của sinh viên cũng như xã hội, giúp các em thực hiện và phát triển hành vi giao tiếp có văn hóa thuận lợi. Đó cũng là gốc rễ của việc hình thành thói quen giao tiếp văn hóa, văn minh ở nơi công cộng và trong tổ chức mà xã hội luôn hướng tới.

❖ Giảng viên cần đầu tư và chọn lọc đa dạng tình huống ứng xử có văn hóa trong khi giảng dạy môn kỹ năng giao tiếp cũng như các môn khác trên giảng đường, tạo cơ hội cho các em thấm sâu lý thuyết vừa có cơ hội trải nghiệm, thể nghiệm.

❖ Mỗi sinh viên ngành Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành, K17, Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh cần nhận diện chính xác về hiện trạng hành vi giao tiếp có văn hóa của mình. Từ đó chỉ rõ, đúng điểm mạnh, điểm hạn chế để tích cực tự học, tự trau dồi, tự hoàn thiện hành vi giao tiếp có văn hóa của mình bằng nhiều cách khác nhau. Đạt được mục tiêu mình mong đợi trong quá trình hội nhập quốc tế có nhiều phức tạp hiện nay ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Chu Văn Đức (Chủ biên) (2005), *Giáo trình kỹ năng giao tiếp*, NXB Hà Nội.
2. Bloom (1956). *Phân loại tư duy cho các mục tiêu giáo dục: Phân loại các mục tiêu giáo dục: Quyển I, nhận thức về lĩnh vực*. New York: Longman.
3. Hoàng Thị Chiến (2012), *Thực trạng hành vi giao tiếp có văn hóa của sinh viên Trường Cao đẳng Sư phạm Cà Mau*, Luận văn Thạc sỹ Tâm lý học, mã 603180, Đại học Sư phạm TP. Hồ Chí Minh.
4. Nguyễn Văn Hiến (chủ biên), Lê Thu Hòa (2020), *Giáo trình kỹ năng giao tiếp (dành cho cán bộ y tế)*, NXB Y học Hà Nội.
5. Phan Thanh Long (2011), *Giáo dục hành vi giao tiếp có văn hóa cho học sinh, sinh viên - Yêu cầu quan trọng trong giáo dục văn hóa học đường*, *Tạp chí Giáo dục*, số 262 (kỳ 2 - 5/2011), tr 26-28.

6. Vũ Thị Oanh (2019), Thực trạng nhận thức về hành vi giao tiếp có văn hóa trong học đường của sinh viên Trường Cao đẳng Sư phạm Nam Định, *Tạp chí Giáo dục*, Số 464 (Kì 2 - 10/2019), tr 25-2
7. Hoàng Phê (2022), *Từ điển tiếng Việt*, Tái bản, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, tr 1.100, tr 423
8. Tuyên bố chung của UNESCO về tính đa dạng văn hóa, 2002.
9. Trần Ngọc Thêm (2001), *Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam*, Tái bản lần 3, NXB Tổng hợp TP. Hồ Chí Minh, tr 25.

Ngày nhận bài: 9/10/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 4/11/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 19/11/2022

Thông tin tác giả:

1. ThS. LÊ THỊ THƯƠNG

2. ThS. DƯƠNG THỊ HƯỜNG

Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh

**THE CURRENT AWARENESS OF POLITE COMMUNICATIONS
IN THE LECTURE HALL OF STUDENTS MAJORING IN TOURISM
AND HOSPITALITY MANAGEMENT AT THE INDUSTRIAL
UNIVERSITY OF HO CHI MINH CITY**

● Master. **LE THI THUONG**¹

● Master. **DUONG THI HUONG**¹

¹Industrial University of Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

Having a proper awareness and being polite help students make the right impression with their peers and lecturers, affirm their personal values and adapt well to their career when changes happen. This study is conducted by using questionnaires and other supporting methods. This study assesses the general awareness of polite communications in the lecture hall of students majoring in Tourism and Hospitality Management at the Industrial University of Ho Chi Minh City via these following factors: communication language, gestures, dress and conduct in the classroom. Based on the study's findings, some measures are proposed to promote the polite communications of students, meeting the expectations of the students themselves and the society.

Keywords: student, culture, communication, polite communication.