

TÍN HIỆU GIAO TIẾP TỪ ĐÔI MẮT TRONG NỀN VĂN HÓA MỸ (EYE SIGNALS IN AMERICAN CULTURE)

NGUYỄN THỊ QUỲNH CHI
Khoa Ngoại ngữ, Trường Đại học Hải Phòng

Nhận bài ngày 02/8/2026. Sửa chữa xong 12/9/2026. Duyệt đăng 25/9/2026.

Abstract

Subtle nonverbal signals can help reveal emotions that may remain concealed during conventional social interactions. The ability to interpret such signals is important in both business negotiations and interpersonal relationships. In American culture, as in many cultures worldwide, the eyes are considered a central means of nonverbal communication and are often described as the “windows to the soul,” reflecting qualities such as honesty and confidence. This article examines the communicative significance of conscious and unconscious eye responses. Understanding eye signals can help individuals recognize inconsistencies between spoken words and underlying emotions, communicate more effectively in social relationships, and gain useful insights during business negotiations.

Keywords: Conscious reflexes, eye signals, nonverbal communication, unconscious reflexes.

1. Đặt vấn đề

Trong nghệ thuật giao tiếp, lời nói đôi khi chỉ là phần nổi của tảng băng chìm. Trên thực tế, có vô số tín hiệu tinh tế luôn âm thầm tồn tại để giúp chúng ta hiểu được những cảm xúc chân thật nhất của đối phương đằng sau lớp vỏ bọc của những lời xã giao. Việc làm chủ được các tín hiệu này không chỉ là một lợi thế, mà còn là kỹ năng thiết yếu để đạt được thành công vang dội trong cả đàm phán kinh doanh lẫn việc vun đắp các mối quan hệ cá nhân bền vững. Trong văn hóa giao tiếp của người Mỹ và nhiều quốc gia phương Tây, đôi mắt không chỉ là cơ quan thị giác mà còn là “cửa sổ tâm hồn”, nơi phát đi những tín hiệu phi ngôn ngữ mạnh mẽ nhất. Việc hiểu và vận dụng các tín hiệu từ mắt là chìa khóa để xây dựng sự tin tưởng, thể hiện quyền lực hoặc thiết lập sự kết nối thân mật. Người Mỹ coi trọng việc nhìn thẳng vào mắt khi trò chuyện. Một người né tránh ánh nhìn thường bị đánh giá là thiếu tự tin, không trung thực hoặc đang che giấu thông tin. Ngược lại, việc duy trì ánh nhìn trong phần lớn thời gian hội thoại giúp tạo dựng thiện cảm và sự tin cậy lẫn nhau (Morris, D., 1971, tr. 38).

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Tín hiệu từ đôi mắt

Trong suốt lịch sử, chúng ta luôn bị cuốn hút bởi đôi mắt và ảnh hưởng của nó đối với hành vi con người. Tất cả chúng ta đều từng dùng những câu như “Cô ấy nhìn anh ta bằng ánh mắt sắc lạnh”, “Cô ấy có đôi mắt ngây thơ”, “Anh ta có ánh mắt gian xảo”, “Cô ấy có đôi mắt đầy cuốn hút”, “Ánh mắt anh ấy ánh lên điều gì đó”, hoặc “Anh ấy nhìn tôi bằng ánh mắt quỷ dữ”. Khi sử dụng những cụm từ này, vô tình chúng ta đang đề cập đến kích thích đồng tử của một người cũng như cách họ hướng ánh nhìn. Trong cuốn *The Tell-Tale Eye*, Hess cho rằng đôi mắt

Hình 1: Đôi mắt có thể tiết lộ manh mối về suy nghĩ của một người.



Email: chintq@dhhp.edu.vn

có thể là tín hiệu giao tiếp tiết lộ nhiều điều và chính xác nhất của con người, bởi chúng là điểm tập trung trên cơ thể và đồng tử hoạt động một cách độc lập.

Trong những điều kiện ánh sáng nhất định, đồng tử sẽ giãn ra hoặc co lại khi thái độ và tâm trạng của một người thay đổi từ tích cực sang tiêu cực và ngược lại. Khi ai đó trở nên phấn khích, đồng tử của họ có thể giãn lớn gấp bốn lần kích thước bình thường. Ngược lại, tâm trạng tức giận hoặc tiêu cực sẽ khiến đồng tử co lại thành cái thường được gọi là “đôi mắt nhỏ như hạt cườm” hay “mắt rắn”. Đôi mắt được sử dụng rất nhiều trong quá trình tán tỉnh; phụ nữ dùng cách trang điểm mắt để làm nổi bật ánh nhìn của mình. Nếu một người phụ nữ yêu một người đàn ông, đồng tử trong mắt của cô ấy giãn nở, và anh ta sẽ giải mã tín hiệu này một cách chính xác mà không hề hay biết. Vì lý do này, các cuộc gặp gỡ lãng mạn thường được sắp xếp ở những nơi có ánh sáng mờ ảo để khiến đồng tử mở to hơn.

Hình 2: Đôi mắt ‘ty hì’ gian xảo

Hình 3: Đôi mắt mơ màng



Những cặp tình nhân trẻ khi nhìn sâu vào mắt nhau thường vô thức tìm kiếm sự giãn nở của đồng tử; và trở nên phấn khích với hiện tượng này khi nhìn vào mắt đối phương. Nghiên cứu đã chỉ ra rằng khi nam giới xem các bộ phim khiêu dâm, đồng tử của họ có thể giãn ra gấp gần ba lần kích thước bình thường. Khi những bộ phim tương tự được chiếu cho phụ nữ, sự giãn nở đồng tử của họ thậm chí còn lớn hơn so với nam giới, điều này làm dấy lên nghi ngờ về nhận định rằng phụ nữ ít bị kích thích bởi phim ảnh đối trụy hơn nam giới.

Trẻ sơ sinh và trẻ nhỏ có đồng tử lớn hơn người lớn và đồng tử của chúng liên tục giãn ra khi có người lớn ở bên cạnh, nhằm mục đích trông hấp dẫn nhất có thể để nhận được sự chú ý liên tục.

Nhiều nghiên cứu được thực hiện với những người chơi bài chuyên nghiệp cho thấy họ thắng ít ván hơn khi đối thủ của họ đeo kính râm. Ví dụ, nếu một đối thủ được chia bốn con Át trong một ván bài poker, sự giãn nở đồng tử nhanh chóng của anh ta sẽ bị chuyên gia phát hiện một cách vô thức, người này sau đó sẽ có cảm giác rằng mình không nên đặt cược vào ván tiếp theo. Việc đối thủ đeo kính râm đã triệt tiêu các tín hiệu từ đồng tử và kết quả là các chuyên gia thắng ít ván hơn bình thường (Allan, P., 1984, tr.87).

Việc quan sát đồng tử đã được các thương nhân đá quý Trung Hoa cổ đại sử dụng, họ quan sát sự giãn nở đồng tử của người mua khi thương lượng giá cả. Nhiều thế kỷ trước, những kỹ nữ đã nhỏ thuốc chiết xuất từ cây belladonna vào mắt để làm giãn đồng tử và khiến bản thân trông quyến rũ hơn. Cố tỷ phú Aristotle Onassis cũng nổi tiếng với việc đeo kính râm khi đàm phán các thương vụ kinh doanh để đôi mắt không tiết lộ suy nghĩ của mình. Có một câu châm ngôn cũ như sau: “Hãy nhìn vào mắt một người khi bạn nói chuyện với họ.” “Khi bạn đang giao tiếp hoặc đàm phán với người khác, hãy tập thói quen “nhìn vào đồng tử” của họ và để đồng tử cho bạn biết cảm xúc thật của họ.

2.2. Hành vi của ánh mắt

Chỉ khi bạn nhìn “thẳng vào mắt” người khác thì một nền tảng thực sự cho sự giao tiếp mới được thiết lập. Trong khi một số người có thể khiến chúng ta cảm thấy khá thoải mái khi trò chuyện, thì những người khác có thể khiến chúng ta cảm thấy bất an và một số người có vẻ không đáng tin cậy. Điều này chủ yếu liên quan đến khoảng thời gian họ nhìn chúng ta hoặc giữ ánh nhìn khi họ nói. Khi một người đang không trung thực hoặc che giấu thông tin, mắt họ sẽ chạm mắt chúng ta ít hơn một phần ba thời gian. Khi ánh mắt của một người chạm mắt bạn hơn hai phần ba thời gian, điều đó có thể mang một trong hai ý nghĩa: thứ nhất, anh ấy hoặc cô ấy thấy bạn rất thú vị hoặc hấp dẫn, trong trường hợp đó ánh nhìn sẽ đi kèm với đồng tử giãn nở; thứ hai, anh ấy hoặc cô ấy đang thù địch với bạn và có thể đang đưa ra một lời thách thức không lời, trong trường hợp đó đồng tử sẽ co lại.

Argyle báo cáo rằng ông nhận thấy khi người A thích người B, anh ta sẽ nhìn người đó rất nhiều. Điều này khiến B nghĩ rằng A thích mình, vì vậy B cũng sẽ thích lại A. Nói cách khác, để xây dựng một mối quan hệ tốt đẹp với người khác, ánh mắt của bạn nên chạm mắt đối phương khoảng 60 đến 70 phần trăm thời gian. Điều này cũng sẽ khiến họ bắt đầu có thiện cảm với bạn. Do đó, không có gì ngạc nhiên khi một người lo lắng, nhút nhát, chỉ nhìn vào mắt bạn ít hơn một phần ba thời gian, hiếm khi được tin tưởng. Trong đàm phán, nên tránh đeo kính màu tối mọi lúc vì chúng khiến người khác cảm thấy rằng bạn đang nhìn chằm chằm vào họ (Collett, P., 1977, tr. 25).

Giống như hầu hết các ngôn ngữ cơ thể và cử chỉ, khoảng thời gian một người nhìn chằm chằm vào người khác mang tính đặc thù về văn hóa. Người Nam Âu có tần suất nhìn cao, điều này có thể gây khó chịu cho người khác, trong khi người Nhật thường nhìn vào cổ thay vì nhìn vào mặt khi trò chuyện. Hãy luôn chắc chắn xem xét các hoàn cảnh văn hóa trước khi vội vàng đưa ra kết luận.

Không chỉ thời lượng của ánh nhìn là quan trọng; mà vị trí trên khuôn mặt và cơ thể của đối phương nơi bạn hướng ánh nhìn cũng quan trọng không kém, vì điều này cũng ảnh hưởng đến kết quả của một cuộc nói chuyện. Những tín hiệu này được truyền đi và nhận lại theo cách phi ngôn ngữ và được người nhận giải mã một cách chính xác.

2.3. Các kiểu hành vi của ánh mắt

2.3.1. Ánh nhìn trong kinh doanh

Trung bình, người ta cần khoảng ba mươi ngày luyện tập có ý thức trước khi các kỹ thuật về mắt sau đây có thể được sử dụng hiệu quả để cải thiện kỹ năng giao tiếp của bạn.

Khi thực hiện các cuộc thảo luận ở cấp độ công việc, hãy tưởng tượng có một hình tam giác trên trán của người đối diện. Bằng cách hướng ánh nhìn của bạn vào khu vực này, bạn tạo ra một bầu không khí nghiêm túc và đối phương cảm nhận được rằng bạn đang tập trung vào công việc. Miễn là ánh nhìn của bạn không rơi xuống thấp hơn mức mắt của người kia, bạn có thể duy trì quyền kiểm soát cuộc tương tác (Allan, P., 1984, tr. 88).

Hình 4: Ánh nhìn trong kinh doanh



2.3.2. Ánh nhìn xã giao

Khi ánh nhìn hạ xuống dưới mức mắt của đối phương, một bầu không khí xã giao sẽ hình thành. Các thí nghiệm về ánh nhìn cho thấy trong các cuộc gặp gỡ xã giao, mắt của người nhìn cũng tập trung vào một vùng hình tam giác trên khuôn mặt đối phương, trong trường hợp này là vùng giữa đôi mắt và miệng.

Hình 5: Ánh nhìn xã giao



2.3.3. Ánh nhìn thân mật

Ánh nhìn này đi ngang qua đôi mắt và xuống dưới cằm đến các bộ phận khác trên cơ thể đối phương. Trong các cuộc tiếp xúc gần, đó là vùng hình tam giác giữa đôi mắt và ngực; còn đối với ánh nhìn từ xa, nó kéo dài từ mắt xuống đến vùng háng. Cả nam giới và nữ giới đều sử dụng ánh nhìn này để thể hiện sự quan tâm đến nhau, và những ai có hứng thú sẽ đáp lại bằng ánh nhìn tương tự.

Hình 6: Ánh nhìn thân mật



2.3.4. Ánh nhìn liếc ngang

Kiểu nhìn liếc ngang được sử dụng để truyền tải hoặc là sự quan tâm, hoặc là sự thù địch. Khi nó được kết hợp với đôi lông mày hơi nhướn lên hoặc một nụ cười, nó truyền tải sự quan tâm và thường được sử dụng như một tín hiệu tán tỉnh. Nếu nó được kết hợp với đôi lông mày hạ thấp, nhíu lại hoặc khóe miệng trễ xuống, nó báo hiệu một thái độ nghi ngờ, thù địch hoặc chỉ trích.

Nhìn chung, vị trí trên cơ thể người đối diện mà bạn hướng ánh nhìn vào có thể gây ra ảnh hưởng mạnh mẽ đến kết quả của bất kỳ cuộc gặp gỡ trực tiếp nào. Nếu bạn là một nhà quản lý đang định khiến trách nhiệm nhân viên lười

biểu, bạn sẽ sử dụng ánh nhìn nào? Nếu bạn sử dụng ánh nhìn xã giao, người nhân viên đó sẽ ít chú ý đến lời nói của bạn hơn, bất kể giọng điệu của bạn có lớn hay mang tính đe dọa đến mức nào. Ánh nhìn xã giao sẽ làm giảm đi sự sắc bén trong lời nói của bạn, còn ánh nhìn thân mật sẽ khiến nhân viên thấy bối rối. Trong trường hợp này, ánh nhìn trong kinh doanh là lựa chọn phù hợp nhất để sử dụng, vì nó có tác động mạnh mẽ lên người nhận và cho họ biết rằng bạn đang nghiêm túc (Allan, P., 1984, tr.90). Kiểu nhìn mà đàn ông mô tả là ánh nhìn “mời gọi” mà phụ nữ sử dụng có liên quan đến cái nhìn liếc ngang và ánh nhìn thân mật. Nếu một người nam hoặc nữ muốn thực hiện chiến thuật “theo tình tình chạy”, anh ta hoặc cô ta chỉ cần tránh sử dụng ánh nhìn thân mật và thay vào đó hãy sử dụng ánh nhìn xã giao. Việc sử dụng ánh nhìn trong kinh doanh trong lúc tán tỉnh sẽ khiến một người bị gán mác là lạnh lùng hoặc không thân thiện. Điểm mấu chốt là khi bạn sử dụng ánh nhìn thân mật với một đối tác tiềm năng, bạn đã để lộ ý định của mình. Phụ nữ là chuyên gia trong việc gửi và nhận loại ánh nhìn này, nhưng đáng tiếc là hầu hết đàn ông thì không. Đàn ông thường biểu lộ rất rõ ràng khi họ sử dụng ánh nhìn thân mật và họ thường không nhận ra mình đang nhận được một ánh nhìn thân mật, điều này gây ra sự thất vọng lớn cho người phụ nữ đã phát đi tín hiệu đó.

2.3.5. Cử chỉ chặn ánh mắt

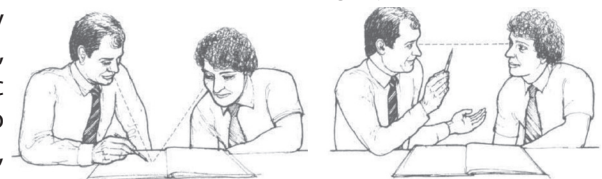
Một trong những kiểu người gây khó chịu nhất mà chúng ta phải đối phó là những người sử dụng cử chỉ chặn ánh mắt khi họ nói chuyện. Cử chỉ này xảy ra một cách vô thức và là một nỗ lực của đối phương nhằm gạt bạn ra khỏi tầm mắt của họ vì họ cảm thấy buồn chán, không hứng thú với bạn hoặc cảm thấy họ ưu việt hơn bạn. So với tốc độ chớp mắt bình thường từ sáu đến tám lần mỗi phút trong khi trò chuyện, mí mắt sẽ nhắm lại và giữ nguyên trạng thái đóng trong một giây hoặc lâu hơn khi người đó tạm thời xóa hình ảnh của bạn khỏi tâm trí họ. Kiểu chặn ánh mắt triệt để nhất là nhắm nghiền mắt và ngủ thiếp đi, nhưng điều này hiếm khi xảy ra trong các cuộc gặp gỡ trực tiếp.

Nếu một người cảm thấy ưu việt hơn bạn, cử chỉ chặn ánh mắt sẽ kết hợp với việc ngửa đầu ra sau để nhìn bạn một cách dè dặt, thường được gọi là “nhìn xuống bằng nửa con mắt”. Khi bạn thấy cử chỉ chặn ánh mắt trong một cuộc hội thoại, đó là tín hiệu cho thấy cách tiếp cận bạn đang sử dụng có thể đang gây ra phản ứng tiêu cực và cần có một hướng đi mới nếu muốn việc giao tiếp diễn ra hiệu quả.

2.4. Kiểm soát ánh nhìn của một người

Làm thế nào để kiểm soát ánh nhìn của ai đó khi bạn đang trình bày trực quan cho họ bằng sách, biểu đồ, đồ thị, v.v. Nghiên cứu cho thấy trong số thông tin được truyền đến não người, 87% đến qua mắt, 9% qua tai và 4% qua các giác quan khác. Ví dụ, nếu đối phương đang nhìn vào công cụ hỗ trợ trực quan trong khi bạn đang nói, họ sẽ chỉ tiếp nhận được ít nhất là 9% thông điệp của bạn nếu thông điệp đó không liên quan trực

Hình 7: Kiểu nhìn phớt lờ tất cả mọi người



tiếp đến những gì họ đang thấy. Nếu thông điệp có liên quan đến công cụ trực quan, họ sẽ chỉ hấp thụ được từ 25 đến 30% thông điệp nếu họ vẫn đang nhìn vào công cụ đó. Để duy trì sự kiểm soát tối đa đối với ánh nhìn của họ, hãy sử dụng một chiếc bút hoặc vật chỉ thị để trở vào công cụ trực quan, đồng thời diễn đạt bằng lời những gì họ thấy (hình 8). Tiếp theo, nhắc chiếc bút khỏi công cụ trực quan và giữ nó ở giữa mắt họ và mắt bạn (hình 9). Điều này có tác dụng như một thói quen nhắc nhở họ nhìn vào mắt bạn, và giờ đây họ vừa thấy vừa nghe thấy những gì bạn đang nói, từ đó đạt được sự hấp thụ tối đa thông điệp của bạn. Hãy đảm bảo rằng lòng bàn tay kia của bạn được để lộ ra khi bạn đang nói.

Xem tiếp trang 539