

LỄ THƯỜNG TRONG LẬP LUẬN VÀ VĂN HÓA ỨNG XỬ CỦA CỘNG ĐỒNG

PGS.TS ĐỖ VIỆT HÙNG

Abstract: Study the relationship between language and culture are trying to attract the attention of many scientists, including those linguists. The characteristics of a cultural community expressed through many spheres of language through the system like vocabulary, identification method, the idioms, proverbs... However, there is at least the studies mentioned in the relationship between arguments and the habit of behavior are formed in social life. This article is one of the few articles mentioned this problem to point out a few features the cultural behavior of a Vietnamese parts are formed and can become popular.

Key words: *language, culture, cultural behavior, topos, arguments.*

1. Các vấn đề về mối quan hệ giữa ngôn ngữ với văn hóa - nhận thức cộng đồng về thế giới đã được đề cập đến nhiều trong các nghiên cứu ngôn ngữ học. Tuy nhiên, còn ít công trình chỉ ra các đặc điểm của ngôn ngữ trong hoạt động hành chức và các vấn đề văn hóa - nhận thức của cộng đồng. Trong phạm vi bài viết này, chúng tôi muốn chỉ ra sự liên quan chặt chẽ giữa các lập luận đời thường với vấn đề văn hóa - nhận thức của người Việt qua một số lập luận được thu thập từ đời sống giao tiếp hằng ngày.

2. Khái quát về lập luận đời thường

Trong giao tiếp, ta thường xuyên phải thuyết phục người khác để người giao tiếp tin vào hoặc làm theo những điều mà chúng ta mong muốn. Để người nhận bị thuyết phục, người phát

phải biết xây dựng lập luận hợp lí¹. Có thể nói lập luận là một hoạt động thường xuyên trong sử dụng ngôn ngữ.

2.1. Khái niệm lập luận

Lập luận là đưa ra những lí lẽ (được gọi là luận cứ trong lập luận) nhằm dẫn dắt người nghe đến một kết luận nào đó mà người nói muốn đạt tới [1].

Công thức của lập luận như sau:

$$p, q, \dots \rightarrow r$$

Trong đó, $p, q, \dots$ là (các) lí lẽ (luận cứ), r là kết luận.

Luận cứ trong lập luận có thể là thông tin miêu tả hay một định luật, một nguyên lí xử thế nào đó. Thí dụ:

(1) *Cái áo này rẻ quá, mua đi.*
(Luận cứ là một thông tin miêu tả)

(2) *Những số có tận cùng là 5 hoặc 0 đều chia hết cho 5, số 1340 tận*

cùng bằng 0. Số 1340 chia hết cho 5.
(Luận cứ là một quy tắc toán học)

(3) Học sinh phải giữ trật tự trong giờ học. Đang giờ học chúng ta không nên nói chuyện riêng.

(Luận cứ là một nguyên lý ứng xử).

Trong ba lập luận trên có hai lập luận (1) và (3) là những lập luận đời thường, lập luận (2) là lập luận logic. Lập luận đời thường và lập luận logic có những khác biệt nhất định. Kết luận trong lập luận logic là kết luận có thể xác định được tính đúng/ sai dựa vào tính đúng/ sai của các luận cứ và phương pháp lập luận, trong khi đó, ở lập luận đời thường có thể có các lập luận chứa các kết luận trái ngược nhau mà không xác định được tính đúng/ sai của nó. Người ta nói, lập luận đời thường có tính tranh biện, tức trước một lập luận, có thể có những phản luận cứ để dẫn đến kết luận ngược lại. Quay lại thí dụ (1) trên đây, có thể đưa ra những phản luận cứ: chất liệu vải không tốt, may không đẹp, đã lỗi thời, hết mốt, mặc không hợp, v.v... để dẫn đến kết luận ngược lại: "Không mua". Tính chất tương tự không có ở các lập luận logic².

2.1. Lễ thường của lập luận (topos)

Lập luận hợp lí là lập luận có quan hệ giữa luận cứ và kết luận được xây dựng trên những cơ sở nhất định.

Thí dụ (4):

(p) Trời mưa rồi. (r) Vào nhà đi.

Lập luận trong thí dụ trên được chấp nhận vì quan hệ giữa luận cứ và kết luận dựa vào cơ sở: "Ở ngoài trời mưa sẽ không có lợi cho sức khỏe".

Cơ sở để xây dựng quan hệ lập luận giữa luận cứ và kết luận là các lễ thường (topos). Lễ thường là những chân lí thông thường có tính chất kinh nghiệm, có tính chất xem như là được mọi người thừa nhận, có tính khái quát và nhờ chúng mà ta xây dựng được lập luận. Với quan niệm như vậy, về bản chất, lễ thường là một loại tiên giả định bách khoa, tức hiểu biết của những người tham gia giao tiếp về thế giới bên ngoài được sử dụng làm nền cho các phát ngôn khi phát ra được coi là bình thường và những người giao tiếp có thể hiểu được nhau.

Các lễ thường có thể được dân tộc này, địa phương này chấp nhận nhưng lại xa lạ và không được chấp nhận ở dân tộc, địa phương khác, thậm chí trong một dân tộc, một địa phương được chấp nhận ở thời gian này nhưng lại không được chấp nhận ở thời gian khác. Nói cách khác, lễ thường có tính chất dân tộc, địa phương và tính lịch sử [6b].

Thí dụ (5):

(p) Mới sáng mừng Một Tết, (r) không nên chạy vào nhà người khác.

Quan hệ giữa luận cứ (p) và kết luận (r) trong lập luận trên là dựa vào lễ thường trong tín ngưỡng sinh hoạt của người Việt: Tục kén vía người xông nhà vào ngày đầu năm.

Thí dụ (6):

(p) Xe này xịn đấy. (r) Mua đi.

Quan hệ lập luận giữa luận cứ (p) và kết luận (r) dựa trên lễ thường: đi mua hàng nên chọn hàng "xịn" mà mua. Lễ thường này mới xuất hiện khi nền kinh tế nước ta chuyển biến

sang nền kinh tế thị trường, khi đời sống người dân được cải thiện (vấn đề giá cả trở nên thứ yếu mà quan trọng là chất lượng hàng hóa).

Vận dụng những lẽ thường khác nhau, người lập luận có thể dùng một luận cứ để tạo ra những kết luận khác nhau và ngược lại dùng nhiều luận cứ khác nhau để tạo ra một kết luận. Chẳng hạn, luận cứ (p): *Cái này rẻ quá* có thể dẫn đến kết luận (r): *Mua đi* là dựa vào lẽ thường: mua hàng nên chọn hàng rẻ mà mua; nhưng cũng có thể dẫn đến kết luận: (-r): *Đừng mua* là dựa vào lẽ thường: Tiền nào của ấy (đồ rẻ thường có chất lượng không cao).

Kho tàng tục ngữ của mỗi dân tộc là nơi chứa đựng những kinh nghiệm lâu đời của nhân dân về những ứng xử trong tự nhiên và xã hội, nên ở đó con người có thể tìm thấy nhiều lẽ thường để xây dựng những lập luận trong giao tiếp của cộng đồng. Chẳng hạn, với quan niệm: *Cháy nhà hàng xóm bình chân như vại* có thể có rất nhiều lập luận nhằm “can ngăn” việc lên tiếng hoặc bênh vực cho người khác: *Vào nhà đi, việc của nhà người ta, đứng đấy làm gì*. Hoặc *Không phải việc của mình thì đừng có dây vào mà hại đến thân*, v.v...

Nguyễn Đức Dân dựa vào kho tàng tục ngữ đã chỉ ra các tật xấu của người Việt: “Trước hết đó là tính cá nhân, vị kỉ, chỉ biết vợ vén cho mình, cho gia đình, họ hàng, với lối sống khôn lỏi, ranh vặt: *khôn sống mống chết, khôn ăn người đại người ăn*. Và tạo ra những vây cánh họ tộc: *trong họ ngoài làng, một người làm quan cả họ được nhờ*.”

Người Việt trọng miếng ăn: *đánh mỗ không bằng gõ thớt*, muốn ăn trước người, còn khó khăn, nguy hiểm đùn cho người khác: *ăn cỗ đi trước, lội nước đi sau*.

Của chùa, của người thì bỏ tất mặc sức xài xả láng, còn của mình thì lạt buộc. Điều gì cá nhân không hưởng lợi thì không làm: *ôm rơm rặm bụng*.

Việc chung sẽ có người khác lo, tội gì ăn cơm nhà, vác tù và hàng tổng, chỉ tổ lảm thóc, nhọc xay. Ấy vậy nên cha chung không ai khóc” [6a].

Bài viết này không đề cập đến các lẽ thường đã được nói đến trong kho tàng tục ngữ của dân tộc mà đề cập đến những lẽ thường như những thói quen đang hình thành trong xã hội hiện nay.

3. Một số đặc điểm văn hóa ứng xử của một bộ phận người Việt thông qua các lẽ thường trong lập luận

3.1. TẤT CẢ CHO VIỆC HỌC TẬP CỦA CON CÁI

Xét thí dụ sau:

(T) SP1: *Mẹ, tối nay cho con sang sinh nhật bạn Thủy nhé.*

SP2: *Con học xong bài chưa?*

SP1: *Còn một bài toán nữa thôi.*

SP2: *Thế thì làm xong mới được đi.*

Qua đoạn hội thoại trên có thể thấy, lẽ thường của lập luận là: (Các bậc cha mẹ rất nghiêm túc yêu cầu con cái phải thực hiện nghĩa vụ học tập của mình trước khi chuyển sang những việc khác) “chưa học bài xong chưa đi chơi”. Đối với trẻ em - HỌC LÀ TRÊN HẾT. Muốn làm gì cũng

phải học bài, làm bài xong mới được chuyển sang những việc khác như đi chơi, đi sinh nhật, v.v... Không chỉ coi trọng việc học tập của con cái, người lớn còn đặt ra yêu cầu con cái phải học thật giỏi, và sẵn sàng hi sinh của cải vật chất một cách không tính toán cho việc học của con, miễn là con học giỏi. Thí dụ:

(8) SP1: (Bố hoặc mẹ nói với con) *Con cứ học giỏi đi, thích gì bố mẹ cũng cho.* Hoặc: *Học giỏi thì cuối tuần bố mẹ cho đi chơi.*

Coi trọng việc học tập của con, nhiều bậc phụ huynh đã không quản khó khăn, tiền bạc để lo cho con cái vào những chỗ học tốt, chuẩn bị kiến thức cho trẻ đi học từ rất sớm.

Quan điểm: “Thấy nhà khác cho con vào trường điểm thì mình cũng cố mà chạy, thấy con người ta luyện thi vào lớp 1 thì cũng hốt hoảng cho con mình đi luyện thi. Ai cũng sợ con mình thua con thiên hạ, ai cũng nghĩ cho con vào trường điểm ngay từ lớp 1, thậm chí là mẫu giáo thì con mình sẽ thành thiên tài” [4] đã trở thành lẽ thường cho nhiều lập luận trong đời sống của nhiều phụ huynh thành phố mỗi khi đến mùa tuyển sinh. Thí dụ:

(9) SP1: *Ông nộp hồ sơ cho con vào trường nào rồi?*

SP2: *Vào trường X.*

SP1: *Trường đấy có tốt thật không?*

SP2: *Quá tốt ấy chứ.*

SP1: *Thế có khó lắm không? Ông giúp tôi với! Hết bao nhiêu, cũng OK.*

3.2. CÔNG VIỆC CƠ QUAN KHÔNG QUAN TRỌNG NHẤT

Ngược lại với những yêu cầu đối với con cái, rất nhiều người lớn lại thiếu tính nghiêm túc trong việc thực hiện trách nhiệm của mình đối với công việc.

Qua các đoạn hội thoại, với những lẽ thường được dựa vào để xây dựng lập luận có thể thấy một số đặc điểm trong cách ứng xử của một bộ phận người Việt đối với công việc, coi công việc không phải là quan trọng nhất, và như vậy có thể thấy trách nhiệm đối với công việc được phân công thường không cao. Các biểu hiện cụ thể của thái độ đối với công việc như sau:

3.2.1. ĐÉN CƠ QUAN MUỘN LÀ CHUYỆN BÌNH THƯỜNG

Thí dụ:

(10) SP1: *Lan ơi, đi thôi, 8 giờ họp rồi.*

SP2: *Cứ từ từ, mới có 8 giờ 5. Ai đến mà họp 8 giờ.*

Giờ giấc “cao su”, không nghiêm túc cả từ tập thể đến cá nhân đã tạo ra một thói quen sinh hoạt, trong đó có họp hành không đúng giờ là nguyên nhân hình thành một lẽ thường: *không cần đến đúng giờ.*

Việc đến muộn đối với mỗi cá nhân được coi là bình thường khả năng có nguyên nhân từ việc lãnh đạo các cơ quan yêu cầu không sát sao việc đến làm, đi họp đúng giờ của cán bộ. Các lãnh đạo phòng, ban của cơ quan khi được hỏi về cán bộ do mình quản lý cũng trả lời hồn nhiên: “chưa đến”. Thí dụ:

(11) SP1: *Thưa chị, chị cho hỏi anh A đâu ạ?*

SP2 (lãnh đạo phòng): *Anh A chưa đến. Cứ ra ngoài, ngồi chờ.*

Với những lập luận đời thường như vậy, dễ nhận thấy việc chấp hành nội quy, giờ giấc làm việc không nghiêm túc là khá phổ biến trong một bộ phận người Việt. Chuyện đi muộn được coi là một hiện tượng bình thường.

3.2.2. TRONG GIỜ LÀM VIỆC MUỐN LÀM GÌ CŨNG ĐƯỢC

Thí dụ:

(12) SP1: *Lúc này anh đi đâu mà không thấy anh trong phòng?*

SP2: *À, tớ ra ngoài cắt cái tóc.*

Hoặc: SP2: *Sang quán làm li cà phê cho đỡ mệt.*

Qua lập luận trong hội thoại, có thể thấy tính nghiêm túc thực hiện công việc trong giờ làm việc của người Việt không cao. Trong giờ làm việc, người Việt có thể “tranh thủ” ra ngoài làm nhiều việc khác của cá nhân. Nhiều lập luận, dạng như: *Phải về sớm để đón con; Phải tranh thủ đi chợ vì Osin về quê; v.v...* đã cho thấy tính tùy tiện trong thực hiện giờ giấc làm việc của cơ quan.

3.2.3. BỎ GIỜ LÀM VIỆC LÀ CHUYỆN BÌNH THƯỜNG

Quan niệm “trong giờ làm việc muốn làm gì cũng được” có thể dẫn đến quan niệm “bỏ hẳn giờ làm việc cũng được coi là bình thường”. Thí dụ:

(13) SP1: *Trưa đi làm cốc bia nhé.*

SP2: *Thôi, chiều tôi phải làm việc, uống bia trưa, chiều chẳng làm được gì cả.*

SP1: *Có quán bia mới mở ngon lắm. Không thử thì phí. Đang khuyến mại nữa.*

SP2: *Thế thì đi. Say thì về ngủ.*

Công việc buổi chiều tưởng được coi là quan trọng nhưng không đủ sức thuyết phục bằng các luận cứ: *bia ngon, có khuyến mại*. Lập luận trên được xây dựng trên cơ sở lẽ thường: “Đi làm không bằng đi uống bia ngon, rẻ” (không đủ sức đi làm thì về đi ngủ).

Với các lẽ thường trong các lập luận liên quan đến công việc như phân tích trên đây hoàn toàn có thể khẳng định, đối với nhiều người công việc không phải là quan trọng nhất. Bởi lẽ, đi làm muộn, làm không đúng công việc, bỏ giờ làm việc,... là những quan niệm khá phổ biến trong xã hội, và được sử dụng làm lẽ thường trong lập luận.

3.3. VÌ LỢI NHUẬN TRƯỚC MẮT TRONG KINH DOANH

Lợi nhuận là yếu tố quan trọng trong kinh doanh các hoạt động dịch vụ. Tuy nhiên, lợi nhuận của cá nhân hay doanh nghiệp phải được đặt trong mối tương quan chung của nền kinh tế và tuân thủ các quy định của Nhà nước. Qua các lẽ thường có thể thấy trong lập luận, ta có thể thấy ngay tính “cá nhân” trong hoạt động kinh doanh, bất chấp những ảnh hưởng tiêu cực mà hoạt động của mình gây ra. Bàn về các hoạt động dịch vụ như tắc xi, khách sạn, nhà hàng có lập luận: (Có một thực tế đang tồn tại trong suy nghĩ của một bộ phận lái xe, nhân viên khách sạn) *Không phải khách quen, tội gì không... “chém”*. [7].

Như vậy, rõ ràng, yếu tố khách quen như những khách hàng đem lợi nhuận thường xuyên đến cho những người kinh doanh và khách lạ, chỉ thu tiền một lần, những người lái xe tắc xi, nhân viên phục vụ đã tận thu nhiều nhất có thể, bất chấp các quy định về giá cả, chất lượng phục vụ.

Cũng như vậy, ở một số điểm vui chơi, dịch vụ, thường có hiện tượng thu vé đối với người nước ngoài cao hơn người Việt. Thí dụ:

(14) SP1: *Bán cho tôi 1 vé vào cửa.*

SP2: *Vâng, 60.000 đồng.*

SP1: *Sao lại 60.000 đồng, ở Bảng giá vé có 30.000 đồng thôi mà.*

SP2: *Vì ông là người nước ngoài.*

Lập luận *Vì ông là người nước ngoài nên ông phải nộp nhiều tiền hơn* về bản chất cũng dựa trên lễ thường đã nêu trên mà thôi. Cũng trong bài viết đã dẫn, Trịnh Hòa Bình đã dẫn lời “Ông Dương Huy Hoàng - Giám đốc Công ty Du lịch Sapa phân tích: “Trong một số tình huống, tiền bạc không phải là vấn đề quan trọng, điều cơ bản là khách nước ngoài cảm thấy họ bị phân biệt đối xử với người bản xứ. Hãy hình dung nếu họ cùng đi với bạn đến điểm tham quan, bạn sẽ giải thích tại sao khi họ phải mua một chiếc vé vào cửa gấp 2, thậm chí là gấp 3 lần vé của bạn? Du khách sẵn sàng mua giá cao nếu đó là quy định, nhưng bị đối xử như vậy là thiếu công bằng. Điều này nằm ở tư duy của những người làm dịch vụ và thay đổi nó không dễ. Và thực tế là đã có tới hơn 80% khách nước ngoài không quay trở lại Việt Nam. Đơn giản là bởi, họ không

muốn mình bị biến thành một hình nhân để bị “chém”. [7].

Bán hàng cho người nước ngoài có thể lấy đắt hơn người Việt là nguyên nhân dẫn đến tình trạng nhiều nhà hàng dịch vụ buôn bán thích phục vụ khách nước ngoài hơn.

“Tại một số cửa hàng, cứ thấy bóng dáng khách Việt, nhân viên bảo vệ sẵn sàng chạy ra can ngăn với nhiều lí do như hết đồ, cửa hàng đang tạm nghỉ. Hoặc nhân viên phục vụ cũng thờ ơ, khó chịu ra mặt với khách. Họ thanh minh rằng mình làm vậy là do thói xấu của người tiêu dùng Việt.

Đặc biệt, ở những khu phố cổ Hà Nội thường có rất nhiều khách du lịch nước ngoài. Vậy nên, người Việt mua hàng ở đây thường không lạ với những câu đuối khéo: “Ở đây bán buôn chứ không bán lẻ”; “size này hết hàng rồi”. Kèm theo đó là những ánh mắt khinh khinh. Nhưng ngược lại, nếu là khách Tây thì thái độ khác hẳn. Nhìn thấy bóng khách từ xa, chủ cửa hàng đã vồn vã mời chào.

Cũng chính từ đó nảy sinh một chuyện tưởng chừng khá nực cười. Nhiều khách hàng Việt, vì muốn được phục vụ chu đáo hơn, không ngần ngại “xỏ” một tràng ngoại ngữ vay mượn chỉ để chứng tỏ mình cũng là... khách Tây”. [5].

Với lễ thường: *để có nhiều lợi nhuận phải “chém” khách lạ, nhất là khách Tây* trong các lập luận đã dẫn ở trên có thể thấy rõ một bộ phận người dân tham gia các hoạt động

dịch vụ đã tìm mọi cách để thu tiền, bất chấp những ảnh hưởng tiêu cực của nó đối với hoạt động kinh doanh lâu dài của mình.

3.4. DÙNG HÀNG “XỊN” LÀ “SÀNH ĐIỀU”

3.4.1. HÀNG “XÁCH-TAY” LÀ HÀNG “XỊN”

Buôn bán muốn sinh lời nhanh phải bán cho người nước ngoài. Tiêu dùng phải sành điệu dẫn đến việc một bộ phận không nhỏ người Việt có tư tưởng “sính ngoại”, mua hàng gì cũng chọn hàng có xuất xứ ngoại nhập. Chỉ có những mặt hàng không được sản xuất ở Việt Nam mới được gọi là “hàng xịn”. Còn hàng sản xuất tại Việt Nam, dù chất lượng có tốt mấy - như “hàng Việt Nam chất lượng cao” - cũng không bao giờ được người Việt gán cho tên gọi “hàng xịn”. Hàng loạt các lập luận đời thường đã dựa trên lẽ thường: *hàng ngoại có chất lượng cao hơn hàng nội, dùng hàng ngoại mới sành điệu, mới được đánh giá cao*. Chính vì sự coi trọng hàng ngoại ở phần lớn cộng đồng nên các cơ quan có trách nhiệm ở Việt Nam đã có những khuyến nghị như: *Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam* để làm cho nền kinh tế Việt Nam có thể phát triển phục vụ được nhu cầu của người dân.

Tuy nhiên, nhiều đồ có xuất xứ ngoại được bán ở Việt Nam, sau một thời gian, vì những lí do khác nhau (chẳng hạn bị làm giả, làm nhái) đã không còn đảm bảo chất lượng nên dù đã là hàng ngoại thì nếu được mua trực tiếp từ nước ngoài mới được coi là chuẩn, là “xịn”. Thí dụ:

(15) *Biểu bác chai rượu, em xách tay về đây.*

Và, để quảng cáo cho chất lượng “xịn” của hàng hóa, nhiều cửa hàng quần áo, mỹ phẩm... đều có thêm cụm từ “hàng xách tay”.

4.3.2. HÀNG TRUNG QUỐC CHẤT LƯỢNG THẤP

Có thể thấy *ưu chuộng hàng ngoại* không phải là lẽ thường phổ quát trong mọi lập luận mà ứng với mỗi mặt hàng có thể có những quan niệm khác nhau.

Trong số các hàng ngoại thì các mặt hàng do Trung Quốc sản xuất lại ít được cộng đồng người Việt đón nhận như những mặt hàng “xịn” mà chỉ là hàng bình dân, hàng “chất lượng thấp”, nên nếu so sánh hàng Trung Quốc với hàng Việt Nam cùng loại thì người Việt lại *ưu chuộng hàng Việt Nam hơn*. Lẽ thường này là cơ sở lập luận của những phát ngôn như: *Hàng Trung Quốc đấy, mua làm gì*. Quan niệm về chất lượng hàng Trung Quốc thường dùng làm lẽ thường cho lập luận liên quan đến các mặt hàng hoa quả, quần áo, giày dép... Đối với các mặt hàng này người Việt Nam thường ưu tiên chọn hàng Việt Nam, nhất là hàng Việt Nam xuất khẩu đối với quần áo, giày dép.

4. Kết luận

4.1. Lập luận là một hành động thường xuyên trong giao tiếp hằng ngày. Cơ sở để xây dựng quan hệ lập luận giữa luận cứ và kết luận là các lẽ thường. Lẽ thường là những chân lí thông thường có tính chất kinh nghiệm, có tính chất xem như là được mọi người thừa nhận, có tính khái quát, nhờ chúng mà ta xây dựng được lập luận.

4.2. Phân tích lễ thường của lập luận trong giao tiếp hàng ngày, có thể nhận ra được một số thói quen ứng xử của một bộ phận cộng đồng người Việt tại thời điểm hiện nay. Cụ thể, có thể rút ra một số lễ thường sau:

+ Đối với cha mẹ, việc học tập của con cái là trên hết;

+ Công việc không quan trọng;

+ Vì lợi nhuận trước mắt trong kinh doanh;

+ Dùng hàng “xịn” mới “sành điệu”.

Trong số những quan niệm, thói quen ứng xử được rút ra từ việc phân tích các lễ thường, có những thói quen phản ánh nét đẹp trong văn hóa ứng xử cần duy trì, phát triển, chẳng hạn như *coi việc học tập của con cái là quan trọng* (nhưng cũng cần biết điều tiết ở mức độ phù hợp, không nên “chạy đua” quá đà), và có những thói quen cần điều chỉnh, ngăn chặn sự lây lan của nó trong cộng đồng, như ba thói quen còn lại ở trên.

4.3. Như vậy, có thể thấy mối quan hệ chặt chẽ giữa ngôn ngữ với các đặc điểm văn hóa ứng xử của cộng đồng. Qua phân tích ngôn ngữ trong hoạt động giao tiếp thường ngày, nhất là phân tích lễ thường trong lập luận có thể phát hiện ra các quan niệm, thói quen ứng xử của cộng đồng và xác định được đâu là những thói quen tốt cần được tiếp tục duy trì và phát huy, đâu là những thói quen “xấu”

đang hình thành cần điều chỉnh, ngăn chặn sự “lan tỏa” của nó để giữ gìn một xã hội với nhiều nét đẹp văn hóa ứng xử.

CHÚ THÍCH

¹ Cần lưu ý là để người khác bị thuyết phục phải có lập luận hợp lí nhưng không phải cứ có lập luận tốt là người nghe bị thuyết phục. Sự thuyết phục người khác còn phụ thuộc vào nhiều nhân tố khác trong giao tiếp như: giọng điệu, trạng thái tâm lí v.v...

² Trong bài viết này, thuật ngữ lập luận được dùng để chỉ lập luận đời thường đối lập với lập luận logic.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đỗ Hữu Châu, *Đại cương Ngôn ngữ học*, Tập II, *Ngữ dụng học*, Nxb GD, 2001.
2. Đỗ Việt Hùng, *Ngữ dụng học*, Nxb GD, 2011.
3. Fisher Alec, *The Logic of Real Arguments*, Cambridge, 2004.
4. Lê Chân Nhân, *Luyện thi vào lớp một, chạy vào trường mầm non*, <http://dantri.com.vn>.
5. Nhị Anh, *Già vờ là 'Tây' để được chiều như khách VIP*, <http://vietnamnet.vn>.
6. Nguyễn Đức Dân,
 - a. *Ngữ dụng học*, Nxb GD, 1998.
 - b. *Tính xấu người Việt. Làm trai cứu nước hai mà nói*, <http://tuoitre.vn>, 2014.
7. Trịnh Hòa Bình, *Ứng xử với khách nước ngoài: Những thói xấu phải dẹp bỏ*, <http://www.anninhthudo.vn>.