

ĐỐI CHIẾU TÍNH LỊCH SỰ TRONG THƯ TỪ CHỐI BẰNG TIẾNG ANH CỦA NGƯỜI BẢN NGỮ VÀ NGƯỜI VIỆT

PHẠM THI HƯƠNG GIANG*

Abstract: Among types of correspondence, refusal letter is a difficult type to write due to its high face-threatening nature, so writing refusal letters politely to maintain relationships is an essential skill. The article analyzes politeness elements in 100 English refusal letters written by native people and Vietnamese people to investigate how politeness strategies (based on the politeness theory of Brown and Levinson, 1987) are used in the moves and steps of the refusal letter. Research results show that politeness factors are used in highest quantities in Move 2 “Refusal”, and that there are not remarkable differences between the English refusal letters written by native speakers and by Vietnamese people.

Keywords: *politeness, positive politeness, negative politeness, refusal letter, business letter.*

1. Đặt vấn đề

Trong kinh doanh, thư tín thương mại có vai trò rất quan trọng trong việc truyền đạt thông tin giữa các doanh nghiệp/ tổ chức. Trong nhiều loại thư tín được thực hiện trong quá trình giao dịch (thư chào hàng, thư yêu cầu, thư phản nản, thư từ chối, thư mời...), thư từ chối là một loại thư khó viết do nó có tính đe dọa thể diện rất cao, dễ gây đứt gãy quan hệ. *Từ chối* được định nghĩa là việc “không chịu nhận cái được dành cho hoặc được yêu cầu” [3, tr.1072]. Theo tác giả Nguyễn Phương Chi [1, tr.49], hiệu quả của việc “từ chối” là *không để xảy ra một hành động nào đó trong tương lai, hay nói cách khác là sẽ không xảy ra điều mà lời yêu cầu, đề nghị, mời... đã đề xuất*. Trong nhiều nền văn hóa, cách nói “không” như thế nào thậm chí còn quan trọng hơn bản thân thông tin. Việc từ chối, vốn đã mang sẵn bản chất gây khó chịu, thất vọng cho người nhận vì đi ngược lại nhu cầu thể diện của cả người viết và người nhận, cần được diễn đạt một cách lịch sự, ít xúc phạm nhất có thể, tránh gây ảnh hưởng tiêu cực đến hình ảnh của doanh nghiệp. Để nhấn mạnh vai trò của lịch sự khi đưa ra lời từ chối, Baugh khẳng định: “nguyên tắc đầu tiên của việc viết thư từ chối là lịch sự trước và từ chối sau” [7].

Bài viết này tiến hành phân tích các yếu tố lịch sự (YTLS) có trong 50 bức thư từ chối bằng tiếng Anh do người Anh/Mỹ viết (thư AM) và 50 bức thư từ chối do người Việt Nam viết (thư AV) được thu thập trong quá trình giao dịch tại các công ty, doanh nghiệp tại Việt Nam. Các chiến lược lịch sự (CLLS) trong mô hình của Brown & Levinson [9], bao gồm các chiến lược lịch sự dương tính và âm tính, được sử dụng để phân tích các YTLS được sử dụng trong thư từ chối. Lịch sự dương tính hướng tới việc tạo lập cảm giác đoàn kết giữa người nói và người nghe, nhấn mạnh việc đối xử với đối tác giao tiếp như là một thành viên cùng nhóm, một người bạn, cố gắng giảm thiểu khoảng cách với người đó bằng việc thể hiện sự thân thiện. Yule nêu khái niệm sau về lịch sự dương tính: “Một hành động giữ gìn thể diện có liên quan đến lịch sự dương tính có xu hướng tỏ ra thân tình; nó nhấn mạnh rằng cả hai người đều mong muốn cùng một điều, và rằng họ có cùng một mục đích” [15, tr.62]. Có 15 CLLS dương tính, trong đó các chiến lược được sử dụng nhiều nhất trong thư từ chối bao gồm: *Để ý đến người nghe, Khen ngợi, Tăng cường sự hứng thú cho người nghe, Tìm kiếm sự đồng tình, Tránh bất đồng, Hứa hẹn, Tỏ ra lạc quan, Nêu lý do, Trao tặng cho người nhận*. Trái với lịch sự dương tính, lịch sự âm tính theo thuyết lịch sự của Brown & Levinson [9] có chức năng ngược lại, làm gia tăng khoảng cách xã hội giữa những người đối thoại. Chiến lược lịch sự âm tính thể hiện rằng người nói tôn trọng thể diện âm tính của người nghe, và không muốn can thiệp vào quyền tự do hành động của người nghe. Có 10 CLLS âm tính, trong đó các CLLS âm tính được sử dụng nhiều trong thư từ chối bao gồm: *Sử dụng các phương tiện rào đón, Bày tỏ sự tôn trọng, Xin lỗi, Tránh nhắc tới người viết và người nhận, Nói rõ người viết chịu ơn người nhận*. Chúng tôi sử dụng mô hình và tên gọi ba phần của thư

* Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.

từ chối theo đề xuất của Baresova [6] trong nghiên cứu này:

(1) Chuẩn bị cho việc từ chối (Preparation for the rejection) → (2) Từ chối (actual rejection) → (3) Bù đắp (some remedy)

Bài viết xem xét số lượng các CLLS được sử dụng trong từng phần và từng bước của thư từ chối để từ đó tìm ra những điểm tương đồng và khác biệt trong việc thể hiện tính lịch sự trong các phần của thư từ chối do người bản ngữ và người Việt Nam viết.

2. Tính lịch sự thể hiện trong thư từ chối do người bản ngữ và người Việt viết

Theo Bảng 1 dưới đây, cấu trúc của thư từ chối bao gồm ba phần lớn (kí hiệu là P) và các bước nhỏ (kí hiệu là B); các phần được đánh số là P1 - P3, các bước được đánh số là B2 - B12. Ngôn ngữ thể hiện các CLLS âm tính và dương tính được sử dụng đa dạng tại các bước và các phần của thư từ chối. Bước 1 *Chào hỏi* và bước 13 *Kết thư* của thư tín thương mại hầu hết đều tuân theo quy tắc chung, không thể hiện các CLLS lịch sự theo lý thuyết của Brown & Levinson [9], do đó không được đưa vào nghiên cứu.

Bảng 1. Bảng tổng hợp các YTLS trong các bước của thư từ chối

Các phần	Các bước	Thư AM				Thư AV			
		Số thư có bước này		Số YTLS tại bước này		Số thư có bước này		Số YTLS tại bước này	
		SL	TB	SL	TB	SL	TB	SL	TB
P1: Chuẩn bị cho việc từ chối	B2. Xây dựng thiện cảm	30	0,6	27	0,54	27	0,54	47	0,94
	B3. Điểm tích cực của người nhận	13	0,26	34	0,68	18	0,36	42	0,84
	B4. Nêu tình huống	36	0,72	117	2,34	30	0,60	87	1,74
	Tổng số	79	1,58	178	3,56	75	1,50	176	3,52
P2: Từ chối	B5. Nêu lí do từ chối	47	0,94	211	4,22	27	0,54	120	2,40
	B6. Đưa ra từ chối	41	0,76	120	2,40	34	0,70	111	2,22
	B7. Đưa bằng chứng	10	0,2	36	0,72	22	0,44	60	1,20
	B8. Xin lỗi, xin thông cảm	19	0,38	33	0,66	19	0,38	35	0,70
	Tổng số	117	2,28	400	8,0	102	2,06	326	6,52
P3: Bù đắp	B9. Phương án thay thế	24	0,48	89	1,78	28	0,56	94	1,88
	B10. Thêm thông tin/yêu cầu	28	0,56	125	2,50	17	0,34	60	1,20
	B11. Nêu phương thức liên hệ	5	0,10	22	0,44	7	0,14	19	0,38
	B12. Xây dựng thiện cảm	32	0,64	105	2,10	40	0,80	116	2,32
	Tổng số	89	1,78	341	6,82	92	1,84	289	5,78
Tổng cộng		285	5,64	919	18,38	269	5,40	791	15,82

Bảng 1 cho thấy, trong ba phần của thư từ chối thì phần P2 “Từ chối” chứa nhiều các YTLS nhất (400 yếu tố trong thư AM, 326 trong thư AV), tiếp theo là phần P3 “Bù đắp” (341 trong thư AM, 289 trong thư AV), sau đó là phần P1 “Chuẩn bị” (178 trong thư AM, 176 trong thư AV). Tuy không chứa nhiều các YTLS bằng hai phần sau, nhưng phần P1 “Chuẩn bị cho việc từ chối” có vai trò rất quan trọng trong thư từ chối, do đây là phần dẫn dắt người nhận đến thông tin xấu. Trong phần P1, bước *Nêu tình huống* là bước đáng chú ý nhất với 117 YTLS trong thư AM, 87 trong thư AV. Phần P2 “Từ chối”, là phần mang nội dung chính, được thực hiện với tần suất lớn nhất, và chứa nhiều YTLS nhất. Trong phần P2, bước *Nêu lí do từ chối* (thư AM: 211, thư AV: 120) và *Đưa ra từ chối* (thư AM: 120, thư AV: 111) là hai bước quan trọng nhất. Tại phần P3 “Bù đắp, tạo thiện cảm”, người viết cố gắng bù đắp sự tổn thương gây ra cho người nhận, và tạo hình ảnh tích cực trong mắt người nhận. Bước *Xây dựng thiện cảm cuối thư* là bước nổi bật nhất trong phần P3.

2.1. Đối chiếu lịch sự trong phần “Chuẩn bị cho việc từ chối”

Trong phần mở đầu thư từ chối, đa số người viết bản ngữ và người Việt đều bắt đầu bằng các CLLS xây dựng thiện cảm đầu thư, nêu điểm tích cực của người nhận hoặc nêu tình huống nhằm tạo không khí dễ chịu cho người nhận thư.

Trong sách dạy viết thư của mình, Bovee [8, tr.202] gọi phần “Chuẩn bị cho việc từ chối” là *buffer* (tám đệm) và cho rằng: “tiết lộ thông tin xấu với sự từ tế và lịch sự là một việc đáng làm” [5, tr.202]. Trong

một cuốn sách dạy cách viết thư khác, Wolf & Kuiper [14, tr.190] giải thích: “nếu thông tin xấu được đưa ngay đầu thư của bạn, người nghe hoặc người đọc của bạn có thể không nhận ra phần còn lại của những gì bạn nói và có thể không tha thứ cho bạn vì sự thiếu thông cảm của bạn. Người nhận có thể sẽ phản ứng tiêu cực với sự thất vọng và với bạn”. Một lời giải thích giúp cho người nhận tiếp nhận thông tin xấu một cách từ từ, và do đó có thể giảm bớt cú sốc do tin xấu đưa lại. Việc không có *bước đệm cho cú sốc* có thể khiến bức thư mang vẻ khắc nghiệt không cần thiết, và sự khắc nghiệt này có thể phá hủy thiện cảm.

Để viết phần P1 “Chuẩn bị cho việc từ chối”, người viết kết hợp nhiều CLLS với nhau, cả dương tính lẫn âm tính, để vừa tạo bầu không khí dễ chịu vừa tỏ sự tôn trọng với người nhận. Theo Bovee [8, tr.202], một *buffer/ sự chuẩn bị* tốt cần có lời cảm ơn người nhận đã quan tâm đến doanh nghiệp của mình, đồng thời nêu rõ rằng người viết đã xem xét kỹ yêu cầu của người nhận, khen ngợi họ, hoặc cho họ thấy người viết hiểu được nhu cầu của họ. Đây chính xác là những gì phần mở đầu của các bức thư từ chối trong khối ngữ liệu của chúng tôi đã thể hiện. Các CLLS hay sử dụng ở phần P1 bao gồm các chiến lược âm tính *Nói rõ người viết chịu ơn người nhận*, *Bày tỏ sự tôn trọng* và các chiến lược dương tính *Tìm kiếm sự đồng tình*, *Để ý đến người nhận*, *Khen ngợi*, *Tránh bất đồng*. Sau đây là một số CLLS được sử dụng trong phần mở đầu của thư từ chối.

a. CLLS *Nói rõ người viết chịu ơn người nhận*

Nhiều bức thư từ chối trong khối ngữ liệu bắt đầu với CLLS *Nói rõ người viết chịu ơn người nhận*. Đây là chiến lược được sử dụng khá nhiều, đạt mức trung bình hơn 1,0 trên mỗi thư từ chối. Ví dụ:

(1) *Warmest greetings from Mường Thanh Hospitality and **thank you** for choosing Muong Thanh Hotel for your up-coming vacation.* / Lời chào nồng nhiệt nhất từ Khách sạn Mường Thanh và **cảm ơn** ông đã chọn khách sạn Mường Thanh cho kỳ nghỉ sắp tới.

b. CLLS *Tìm kiếm sự đồng tình* và *Để ý đến người nhận*

Ngoài chiến lược *cảm ơn* người nhận đã quan tâm gửi yêu cầu, trong câu mở đầu, người viết còn hay xác nhận việc đã nhận được yêu cầu của họ (chiến lược *Tìm kiếm sự đồng tình*) và đã suy nghĩ, cân nhắc về yêu cầu đó (chiến lược *Để ý đến nhu cầu của người nhận*), ví dụ:

(2) *We **received your request** to change the dates of your reservation.* / Chúng tôi **đã nhận được yêu cầu** của ông về việc thay đổi ngày đặt chỗ.

(3) *I **have carefully read** your letter about the problem of the product that our company sent to you yesterday.* / Tôi **đã đọc kỹ thư** của ông về vấn đề của sản phẩm mà công ty chúng tôi gửi cho ông ngày hôm qua.

Do người viết đề cập việc người nhận đã gửi yêu cầu cho mình (chiến lược *Tìm kiếm sự đồng tình*) ngay từ câu mở đầu, nên người nhận sẽ hiểu ngay vấn đề đang được bàn tới là vấn đề gì. Nhiều người viết còn thể hiện sự *để ý đến người nhận* bằng cách nhấn mạnh rằng người viết đã đọc kỹ yêu cầu của người nhận và hiểu những mong muốn của họ. Các chiến lược *Tìm kiếm sự đồng tình* và *Để ý đến người nhận* thường được sử dụng kết hợp với nhau, xuất hiện trong khoảng 40-60% số thư từ chối. Điều này thể hiện rằng cả hai nhóm người viết đều quan tâm đáng kể đến việc nêu tình huống với các chi tiết cụ thể, và đều thể hiện sự trân trọng việc người nhận đã gửi thư yêu cầu.

c. CLLS *Khen ngợi*

Một CLLS khác cũng giúp tạo được thiện cảm ở phần mở đầu của thư từ chối là CLLS *Khen ngợi*, hành động khen ngợi người nhận ở một khía cạnh nào đó:

(4) *I was **very impressed** by your company's outlook and goals.* / Tôi **rất ấn tượng** về triển vọng và mục tiêu của quý công ty.

(5) *I'm sure that your first-hand experience and in-depth knowledge would be **wonderful** to our HCM office.* / Tôi chắc chắn rằng những **kinh nghiệm trực tiếp** và **kiến thức chuyên sâu** của bạn sẽ rất **tuyệt vời** cho văn phòng HCM của chúng tôi.

Hành động *khen ngợi* này sẽ ngay lập tức thỏa mãn nhu cầu thể diện dương tính của người nhận

(muốn được tán dương, công nhận điểm tích cực). Tuy nhiên, việc *khen ngợi* cần được sử dụng một cách thận trọng trong thư từ chối, bởi vì ngay sau đó người viết đã phải đưa ra lời từ chối với người nhận. Trong cả hai ví dụ (4) và (5), người viết không từ chối người nhận vì bản thân người nhận không tốt mà vì các lí do khách quan khác. Chẳng hạn, ở ví dụ (4), người viết từ chối không gia nhập công ti của người nhận vì đã quyết định tham gia một công ti khác phù hợp hơn với định hướng nghề nghiệp và kĩ năng của mình. Còn ở ví dụ (5), người nhận bị từ chối việc điều chuyển sang văn phòng Hồ Chí Minh vì văn phòng đó đã có đủ người rồi.

d. CLLS *Bày tỏ sự tôn trọng*

Khá giống với việc khen ngợi ở chiến lược *Khen ngợi* (lịch sự dương tính), khi được làm với khoảng cách lớn hơn và sự tôn trọng rõ nét hơn, người viết sử dụng chiến lược *Bày tỏ sự tôn trọng* (lịch sự âm tính), ví dụ:

(6) *I am **absolutely honored** to receive an invitation to become a member of your **prestigious** Association.*/ Tôi **vô cùng vinh dự** khi nhận được lời mời trở thành thành viên cho Hiệp hội **uy tín** của ông.

Vẫn là sự khen ngợi, muốn làm hài lòng nhu cầu được công nhận của người nhận như trong chiến lược *Khen ngợi*, nhưng ở đây khoảng cách giữa người viết và người nhận đã được đẩy ra xa hơn do người viết tự hạ mình (*absolutely honored*/ vô cùng vinh dự, *my pleasure*/ rất hân hạnh) đồng thời nâng tầm của người nhận (*your prestigious Association*/ Hiệp hội uy tín của ông). Tuy nhiên, cũng giống như chiến lược *Khen ngợi*, chiến lược *Bày tỏ sự tôn trọng* cũng cần được sử dụng một cách thận trọng để tránh mâu thuẫn với việc từ chối sắp diễn ra.

e. CLLS *Tránh bất đồng*

Đôi khi, việc *khen ngợi* hay *bày tỏ sự tôn trọng* là bước mở đầu tích cực để việc chuyển sang thông tin xấu được thuận lợi hơn (CLLS *Tránh bất đồng*). Tuy tần suất xuất hiện không nhiều, chiến lược *Tránh bất đồng* thực sự tạo dấu ấn bởi nó có khả năng làm mềm hóa lời từ chối, khiến lời từ chối dễ chấp nhận hơn. Trong thư từ chối, chiến lược *Tránh bất đồng* thường bắt đầu bằng việc khen ngợi người nhận ở một khía cạnh nào đó (thể hiện bởi chiến lược *Khen ngợi* hay *Bày tỏ sự tôn trọng*), tiếp theo là một liên từ tương phản (*However/ but* - tuy nhiên/ nhưng), rồi sau đó là thông tin xấu, ví dụ:

(7) *We should very much like to **take advantage of** this offer **but unfortunately** do not have the funds available at present.*/ Chúng tôi **rất muốn tận dụng ưu đãi này nhưng tiếc là** hiện tại **không** có đủ tài chính.

Nhìn chung, hầu hết các thư AM và AV đều thực hiện phần “Chuẩn bị cho việc từ chối” theo cách này hay cách khác, với mức trung bình lên tới 1,5 trong mỗi thư; chỉ có rất ít thư bắt đầu ngay với thông tin xấu. Tổng số lần thực hiện phần P1 ở thư AM và AV khá tương đồng nhau, và số lần thực hiện từng bước tại P1 cũng không chênh lệch nhiều giữa hai khối liệu. Cả hai nhóm thư đều sử dụng nhiều CLLS dương tính và âm tính kết hợp với nhau nhằm thể hiện sự quan tâm đến người nhận, công nhận điểm tích cực ở người nhận như *Để ý đến người nhận*, *Khen ngợi*, *Tìm kiếm sự đồng tình*, *Cảm ơn*, *Bày tỏ sự tôn trọng*, *Tránh bất đồng*. Về tổng thể, thư AM và thư AV sử dụng các YTLS tương đương nhau tại phần P1 (178 so với 176 yếu tố).

2.2. Đối chiếu lịch sự trong phần “Từ chối”

Từ chối có tính chất đe dọa thể diện rất cao, do đó để thực hiện hành động này, người viết thường phải thực hiện một chuỗi hành động bao gồm rào đón, thể hiện sự miễn cưỡng, bù đắp, xin lỗi và giải thích (Levinson, [9]). Thư từ chối thường kết hợp nhiều CLLS khác nhau nhằm khiến lời từ chối được rào đón kĩ càng nhất, lực ngôn ngữ được giảm nhẹ nhất, tránh việc xúc phạm người nhận thư. Tác giả Trần Chi Mai [2] cũng khẳng định: do đặc tính đe dọa thể diện rất tự nhiên nên hành động từ chối thường được người nói điều chỉnh bằng những mối quan hệ và cách thức khác nhau ở các cộng đồng có nền văn hóa khác nhau. Lời từ chối thường rất tế nhị, đôi khi khó có thể nhận diện ra được. Để tránh đe dọa thể diện, duy trì cuộc hội thoại, chủ thể phát ngôn từ chối thường lựa chọn hình thức mềm dẻo, linh hoạt trong sử dụng ngôn ngữ để nói lời từ chối.

Trong thư từ chối, phần đưa ra lời từ chối và giải thích (nêu lí do) cho việc từ chối là phần trung tâm

của toàn bộ văn bản. Bước *Nêu lí do* và bước *Đưa ra từ chối* luôn đi kèm với nhau, thường xuyên thay đổi vị trí cho nhau trong thư từ chối, tức là bước *Nêu lí do* có thể đứng trước hoặc đứng sau bước *Đưa ra từ chối*. Việc phân tích hai bước này cùng nhau cũng giúp tìm hiểu việc ưa thích tính trực tiếp hay gián tiếp trong thể hiện lời từ chối của người bản ngữ và người Việt.

2.2.1. Tính trực tiếp và gián tiếp trong lời từ chối

Trong luận án của mình về đối chiếu thư từ chối bằng tiếng Anh do người bản ngữ và người Nhật viết, Baresova nêu rõ: lời từ chối có thể được chia thành lời từ chối được diễn đạt trực tiếp hay gián tiếp; lời giải thích cũng có thể chia thành lời giải thích trực tiếp hay gián tiếp [6, tr.88]. Lời từ chối hay giải thích trực tiếp *nêu thẳng vấn đề và diễn đạt ý rõ ràng*, trong khi đó, lời từ chối và giải thích gián tiếp *không diễn đạt vấn đề một cách thẳng thắn mà chỉ hàm ý rằng người viết từ chối thực hiện yêu cầu đã được đưa ra*.

Sau đây là một số ví dụ về việc từ chối và giải thích lời từ chối cho một yêu cầu xin việc và một lời mời làm việc từ nguồn ngữ liệu của bài viết.

Bảng 2. Minh họa về lời từ chối và giải thích trực tiếp và gián tiếp

	Từ chối yêu cầu xin việc	Từ chối lời mời làm việc
Từ chối trực tiếp	<i>I regret to advise you that your application has been unsuccessful on this occasion./</i> Tôi rất tiếc phải thông báo rằng yêu cầu xin việc của bạn đã không thành công trong dịp này.	<i>I feel sorry that I have to refuse this great opportunity to work with you./</i> Tôi rất lấy làm tiếc khi phải từ chối cơ hội tuyệt vời cộng tác cùng quý công ty.
Từ chối gián tiếp	<i>Unfortunately, the position has already been filled. /</i> Thật không may, vị trí này đã tìm được người rồi.	<i>I have decided to accept a similar position with another company./</i> Tôi đã quyết định chấp nhận vị trí tương tự ở một công ty khác.
Giải thích trực tiếp	<i>(Your) Qualifications do not meet the entry requirements./</i> Bằng cấp của bạn chưa đáp ứng được các yêu cầu đầu vào của chúng tôi.	<i>Recently, I am quite busy with my job at the company./</i> Gần đây, tôi khá bận rộn với công việc tại công ty (nên không thể cộng tác với ông được).
Giải thích gián tiếp	<i>I have to tell you that there are several strong candidates for this position./</i> Tôi phải nói rằng đã có vài ứng cử viên rất mạnh cho vị trí này.	<i>I believe this position (with another company) will better fit my research interests and my future goals./</i> Tôi tin rằng vị trí này (ở một công ty khác) sẽ phù hợp với sở thích nghiên cứu và mục tiêu tương lai của tôi hơn.

Bảng 3 dưới đây thể hiện tính trực tiếp và gián tiếp được sử dụng trong lời từ chối của thư từ chối.

Bảng 3. Tính trực tiếp và gián tiếp trong cách từ chối trong thư từ chối

Cách thức từ chối	Thư từ chối AM		Thư từ chối AV	
1. Từ chối ngay câu đầu thư	6 (12%)	Tính trực tiếp cao: 31 (62%)	3 (6%)	Tính trực tiếp cao: 24 (48%)
2. Chỉ từ chối (Không kèm giải thích)	1 (2%)		2 (4%)	
3. Từ chối trực tiếp + giải thích trực tiếp	24 (48%)		19 (38%)	
4. Từ chối trực tiếp + giải thích gián tiếp	4 (8%)	Tính trực tiếp trung bình: 8 (16%)	3 (6%)	Tính trực tiếp trung bình: 6 (12%)
5. Từ chối gián tiếp + giải thích trực tiếp	4 (8%)		3 (6%)	
6. Từ chối gián tiếp + giải thích gián tiếp	2 (4%)	Tính gián tiếp cao: 11 (22%)	4 (8%)	Tính gián tiếp cao: 20 (40%)
7. Chỉ giải thích (không có từ chối)	9 (18%)		16 (32%)	
Tổng cộng	50		50	

Tại Bảng 3, các cách thức càng ở đầu danh sách càng thể hiện tính trực tiếp rõ hơn (cách 1, 2, 3), và vì vậy tính lịch sự kém hơn so với các cách thức gián tiếp ở cuối danh sách (cách 6, 7); cách 4, 5 thể hiện tính trực tiếp trung bình. Theo đó, việc từ chối ngay câu đầu tiên (cách 1) khi người nhận chưa được chuẩn bị gì cho thông tin xấu được coi là thể hiện tính trực tiếp rõ nét nhất, dễ gây sốc nhất, cần tránh sử dụng trong thư từ chối. Việc chỉ đưa ra lời từ chối mà không nêu lên lí do (cách 2), và việc đưa ra một cách trực tiếp ở cả lời từ chối và lời giải thích (cách 3) cũng đều thể hiện tính trực tiếp cao trong việc từ chối. Ngược

lại, việc người nhận chỉ nêu lí do mà tránh không nói trực tiếp ý từ chối (cách 7), hay cách diễn đạt lời từ chối và lời giải thích theo cách gián tiếp (cách 6) được coi là những cách từ chối nhẹ nhàng, lịch sự hơn cả.

Bảng kết quả 3 cho thấy đối với cả hai nhóm người viết, cách từ chối được ưa dùng nhất là cách từ chối và giải thích đều trực tiếp (Anh/Mỹ 24 lần, chiếm 48%; Việt 19 lần, chiếm 38%), có lẽ bởi vì người viết muốn diễn đạt rõ ràng, dứt khoát thông tin từ chối để tránh gây hiểu nhầm, hay tạo hi vọng vô ích ở người nhận. Tuy vậy, cách từ chối phổ biến thứ 2 ở cả người bản ngữ và người Việt lại là cách nói hàm ý - chỉ đưa ra lí do từ chối mà không có bất cứ lời từ chối nào (AM 18%, AV 32%), nhằm tránh gây tổn thương cho người nhận.

Như vậy, kết quả cho thấy người bản ngữ ưa chuộng tính trực tiếp khi đưa ra từ chối (62%), trong khi đó người Việt dù vẫn ưa thích thể hiện lời từ chối trực tiếp hơn (48%), một số lượng gần tương đương lại lựa chọn cách nói gián tiếp (40%). Có thể kết luận rằng, sự ưa chuộng tính trực tiếp trong lời từ chối của người bản ngữ cao hơn người Việt, còn sự ưa chuộng tính gián tiếp trong lời từ chối của người Việt lại cao hơn người bản ngữ.

2.2.2. Lịch sử tại các bước trong phần “Từ chối”

Kết quả phân tích cho thấy, phần P2 “Từ chối” sử dụng hầu hết là các CLLS âm tính. Kết quả này cũng trùng với nhận định của một số nhà nghiên cứu về thư tín cho rằng lịch sự âm tính xuất hiện chủ đạo tại phần cốt lõi/ giữa của thư, còn lịch sự dương tính chỉ sử dụng nhiều ở phần đầu và cuối thư (Abarca [4], Pilegaard [13]). Sau đây là một số CLLS thường được sử dụng trong phần P2 “Từ chối”.

a. CLLS Nêu lí do

CLLS *Nêu lí do* là chiến lược diễn hình tại 2 bước *Nêu lí do từ chối* và *Đưa bằng chứng*. Theo một số nhà nghiên cứu, ví dụ Jansen & Janssen [10], AlAfnan [5], chiến lược *Nêu lí do* là chiến lược thuộc loại *không thể thiếu được* (indispensable strategies), trong khi các chiến lược còn lại thuộc loại *gia tăng quan hệ xã hội* (social accelerators), tức là chỉ nhằm xây dựng hoặc duy trì quan hệ tốt đẹp với người nhận. Trong thư từ chối, chiến lược này đặc biệt quan trọng vì nó giúp người viết thuyết phục người nhận rằng quyết định này là “hợp lí, công bằng và logic” [8, tr.203]. Đây là CLLS quan trọng nhất trong toàn bộ các CLLS dương tính. Trong ví dụ sau đây về CLLS *Nêu lí do*, người viết sử dụng kết hợp nhiều phương tiện rào đón khác nhau:

(8) *I have attached a copy of our refund policy for your review. This **would** also have been printed out on the back of your receipt. **As you can see in point 4**, we are **not able to** offer refunds on software that has been opened **if** you do not have the original receipt./* Tôi đã đính kèm một bản sao về chính sách hoàn trả của chúng tôi để ông xem xét. Chính sách này cũng **đã** được in ra ở mặt sau của biên lai của ông. **Như có thể thấy ở điểm 4**, chúng tôi **không thể** hoàn tiền cho phần mềm đã được mở **nếu** ông không có biên nhận gốc.

CLLS *Nêu lí do* xuất hiện tới 97 lần, đạt mức trung bình 1,94 trong thư AM, nhiều hơn tới 1,49 lần so với trong thư AV (65 lần, trung bình 1,3). Điều đó cho thấy rằng, trong mỗi lần xuất hiện, người viết có thể nêu ra hơn 1 lí do cho việc từ chối. Người bản ngữ rất quan tâm tới việc nêu lí do từ chối, và trên thực tế, họ cũng diễn đạt lí do từ chối kĩ lưỡng hơn, rào đón nhiều hơn người Việt Nam, vì vậy, lượng YTLS sử dụng tại chiến lược này của họ nhiều hơn đáng kể so với trong thư từ chối của người Việt.

b. CLLS Tránh nhắc tới người viết và người nhận

Trong ví dụ (9) sau đây, cấu trúc vô nhân xưng *it is very difficult* (rất khó để giảm giá) được sử dụng để tránh viết cụm *we cannot discount* (chúng tôi không thể giảm giá).

(9) *As this is just the second time you are requesting a cooperation with us, **it is very difficult** to discount substantially on the 100-kg sacks./* Vì đây mới là lần thứ hai ông yêu cầu hợp tác với chúng tôi, nên **rất khó** để giảm giá đáng kể cho loại bao tải 100 kg.

Trong một số thư khác, người viết chọn cách diễn đạt câu bị động để tránh hoàn toàn việc sử dụng các đại từ nhân xưng. Rõ ràng, việc tránh không trực tiếp nhắc tới người viết và người nhận trong các câu từ

chối hay nêu lí do như vậy giúp cho người viết không bị lộ diện là người trực tiếp đưa ra lời từ chối, đồng thời tránh cho người nhận không phải nhận thông tin xấu một cách trực diện.

c. CLLS Xin lỗi - Các cấu trúc ngôn ngữ thể hiện lời từ chối

Trong khối ngữ liệu của chúng tôi không có một lá thư từ chối nào mà ở đó lời từ chối được đưa ra đơn độc, trực diện và không kèm bất kì phương tiện giảm nhẹ nào. Tất cả các lời từ chối, dù được đưa ra ở vị trí dễ thấy nhất, có nguy cơ gây mất thể diện nhất (ngay câu đầu tiên) đều được rào đón kĩ lưỡng với nhiều các phương tiện rào đón khác nhau. Hầu hết các lời từ chối trong thư đều đi kèm với lời xin lỗi dưới hình thức này hay hình thức khác: *I am sorry/ I apologize* (Tôi xin lỗi), *I regret that* (Tôi rất lấy làm tiếc), *Unfortunately* (Đáng tiếc là), *I am afraid* (Tôi e rằng). Theo Brown & Levinson [9, tr.187], bằng cách xin lỗi khi phải thực hiện một hành động đe dọa thể diện, người viết có thể “biểu lộ sự ngập ngừng về việc làm tổn thương thể diện âm tính của người nhận, và qua đó, đền bù cho sự vi phạm đó.” Về bản chất, xin lỗi là hành động đe dọa thể diện của người viết nhưng lại giữ thể diện cho người nhận.

Bảng 4. Các cấu trúc câu từ chối

Các cấu trúc câu từ chối		Ví dụ	Thư AM	Thư AV
Từ chối trực tiếp	1. <i>We regret/ regretful/ regretfully</i>	(10) <i>We regret to inform you that we are unable to issue a visa to you at this time.</i> / Chúng tôi rất tiếc phải thông báo là chúng tôi không thể cấp visa cho ông tại thời điểm này.	13 (26%)	8 (16%)
	2. <i>I have to/ must say/ inform you that</i>	(11) <i>Sadly I have to say that our company cannot meet that requirement.</i> / Thật đáng buồn khi tôi phải nói rằng công ty chúng tôi không thể đáp ứng yêu cầu đó.	1 (2%)	2 (4%)
	3. <i>I'm sorry that/ I apologize</i>	(12) <i>We are sorry to say we could not find your daughter's skates.</i> / Chúng tôi rất tiếc phải nói rằng chúng tôi không thể tìm thấy giày trượt của con gái ông.	5 (10%)	6 (12%)
	4. <i>Unfortunately</i>	(13) <i>Unfortunately, I cannot come to your meeting on June 16th.</i> / Thật không may , tôi không thể đến cuộc họp của quý công ty vào ngày 16 tháng 6.	8 (16%)	5 (10%)
	5. <i>Because... , we cannot/ are not able to...</i>	(14) <i>Because of our limited human force, we are not able to supply the amount the time you need.</i> / Do nhân lực hạn chế, chúng tôi không thể giao số hàng vào thời gian ông cần.	8 (16%)	6 (12%)
Từ chối gián tiếp		(15) <i>... we do not have a requirement to extend to work with further agents at this time.</i> / Chúng tôi không có nhu cầu mở rộng hợp tác với các đại lí khác tại thời điểm này.	6 (12%)	7 (14%)
Tổng cộng			41 (82%)	34 (68%)

Các cấu trúc 1, 2, 3, 4 trong Bảng 4 đều là các cách bày tỏ xin lỗi khác nhau (CLLS *Xin lỗi*). Trong khi cấu trúc với *I am sorry/ I apologize* (Tôi xin lỗi) thể hiện rõ ý xin lỗi, các cấu trúc với *I regret* (Tôi rất tiếc), *I have to* (Tôi phải), *Unfortunately* (Thật đáng tiếc là) bày tỏ sự miễn cưỡng, nuối tiếc khi phải thông báo tin xấu tới người nhận. Các cấu trúc *regret*, *have to*, *sorry* và *unfortunately* thực chất là một dạng phương tiện rào đón, báo hiệu trước cho người nhận về tin xấu, đóng vai trò như “bước đệm cho cú sốc” (Lesikar [11, tr.169]), sau đó bao giờ cũng là mệnh đề chính mang thông tin xấu, thường được diễn đạt với các cấu trúc *cannot*, *could not*, *not be able* (không thể) dùng để diễn đạt sự không có khả năng thực hiện yêu cầu do người nhận đưa ra.

d. CLLS Sử dụng các phương tiện rào đón

Hỗ trợ đắc lực cho việc xin lỗi và từ chối là chiến lược *Sử dụng các phương tiện rào đón*. Chiếm tới gần một nửa tổng các YTLS trong thư từ chối, 47,55% trong thư AM và 46,65% trong thư AV, CLLS *Sử dụng các phương tiện rào đón* không chỉ chiếm vị trí số 1 trong tất cả các CLLS âm tính mà còn là số 1 trong toàn bộ hệ thống CLLS được sử dụng trong thư từ chối. Điều đó rất dễ hiểu bởi vì hành động từ chối có tính chất đe dọa thể diện rất lớn và dễ gây mất lòng, do đó người viết cần đến sự hỗ trợ của nhiều phương

tiện rào đón nhằm che chắn và giảm bớt lực ngôn trung do hành động này gây ra.

(16) *Unfortunately, we do not have any stock of this microwave at the moment, therefore, we cannot send the manual to you this time.* / **Thật không may, hiện tại** chúng tôi không còn trong kho loại lò vi sóng này, do đó, chúng tôi không thể gửi hướng dẫn cho bạn **vào lúc này**.

Trong ví dụ (16), trạng từ *unfortunately* (thật không may) được sử dụng để chuẩn bị cho người đọc tiếp nhận một thông tin xấu. Ngoài ra, trạng từ *this time, at the moment* (lúc này, tại thời điểm này) có khả năng xoa dịu sự tổn thương của người nhận vì trạng từ này cho thấy lời từ chối chỉ có hiệu lực vào lần này, và như vậy, người nhận có thể có cơ hội vào lần sau.

e. CLLS Nói hàm ý

Một số thư từ chối khi thực hiện hành động từ chối không diễn đạt lời từ chối, dù dưới dạng trực tiếp hay gián tiếp, mà chỉ nêu lí do không thể thực hiện hay chấp nhận yêu cầu của người nhận, và qua đó hàm ý từ chối.

(16) *Thanks so much for thinking of me, but I'm not in the market for any new advertising networks at this time.* / Cảm ơn rất nhiều vì đã nghĩ đến tôi, nhưng tôi không xem xét bất kỳ mạng quảng cáo mới nào vào lúc này.

Nhìn chung, trong phần P2 “Từ chối”, hai bước quan trọng nhất tại phần P2 trong cả 2 nhóm thư là *Nêu lí do từ chối/ Nêu bằng chứng* và *Đưa ra từ chối*; trong đó, hầu hết các thư đều có lời giải thích cho việc từ chối. Cả hai nhóm quốc tịch đều sử dụng kết hợp nhiều các phương tiện rào đón với nhau khi giải thích lí do và khi từ chối nhằm che chắn, dẫn dắt thông tin xấu, tránh việc diễn đạt quá trực tiếp, và thể hiện sự miễn cưỡng của bản thân khi phải từ chối. Tuy vậy, cũng có một số điểm khác biệt trong phần P2 giữa hai nhóm thư. Người bản ngữ ưa chuộng tính trực tiếp trong việc đưa ra lời từ chối hơn người Việt, trong khi người Việt có tỉ lệ đưa lời từ chối gián tiếp lớn hơn người bản ngữ.

2.3. Đối chiếu lịch sự trong phần “Bù đắp”

Mặc dù chỉ là những phần phụ trợ đi sau hành động chính *từ chối*, nhưng phần “Bù đắp” có vai trò rất lớn trong việc thể hiện tính lịch sự và duy trì quan hệ với người nhận, bởi vì chúng bù đắp cho những tổn thương do lời từ chối đưa ra, do đó cũng là phần không nên thiếu khi viết thư từ chối. Thực tế phân tích cho thấy *không có thư nào* trong khối ngữ liệu kết thúc ngay sau lời từ chối. Hay nói cách khác, người viết thư từ chối, bằng cách này hay cách khác, luôn thể hiện thiện chí của mình hoặc ít nhất xoa dịu tổn thương đã gây ra. Như vậy, “tắm đệm cho cú sốc” (từ của Lesikar [11, tr.169]) không chỉ cần thiết trước khi lời từ chối được đưa ra (chuẩn bị tinh thần cho tin xấu), mà sau lời từ chối cũng rất quan trọng (bù đắp cho tổn thương). Việc “bù đắp” được thực hiện chủ yếu ở hai bước: *Gợi ý phương án thay thế, bù đắp* và *Xây dựng thiện cảm cuối thư*.

Bước *Gợi ý phương án thay thế, bù đắp* là bước nên có khi viết thư từ chối. Mặc dù không thể đáp ứng được yêu cầu của người nhận, người viết vẫn có thể gợi ý một vài phương án để giúp đỡ người nhận và chỉ ra phương án đó cũng khả thi hoặc phù hợp với hoàn cảnh của người nhận, có thể giúp ích cho người nhận trong tương lai. Trong bước này, CLLS *hứa hẹn* thì thoảng được sử dụng.

a. CLLS hứa hẹn

Trong một số thư từ chối xin việc, nhà tuyển dụng có thể gợi ý rằng hồ sơ của người nhận sẽ được lưu lại trong một thời hạn nhất định, và sẽ được xem xét cùng các hồ sơ khác khi công ti người viết tuyển dụng cho một vị trí khác phù hợp, ví dụ:

(17) *We will retain your resume in our files to review for future openings. In the events of an appropriate available position, we will not hesitate to contact you.* / Chúng tôi **sẽ giữ lại** sơ yếu lí lịch của bạn trong hồ sơ để xem xét cho các lần tuyển dụng sau. Nếu có vị trí thích hợp, chúng tôi sẽ không ngần

ngại liên hệ với bạn.

Tại bước *Xây dựng thiện cảm cuối thư*, người viết thường trao tặng lời chúc tốt đẹp tới người nhận, hi vọng người nhận sẽ vẫn duy trì quan hệ tốt đẹp với mình, trông đợi sự hợp tác lần sau, hay cảm ơn người nhận một lần nữa đã viết thư cho mình. Tại bước này, người viết thường sử dụng các chiến lược *Trao tặng*, *Tỏ ra lạc quan*, *Nói rõ người viết chịu ơn người nhận*.

b. *CLLS Nói rõ người viết chịu ơn người nhận, Trao tặng, Tỏ ra lạc quan*

Việc thực hiện bước *Xây dựng thiện cảm cuối thư* nhằm giúp tâm trạng của người nhận trở nên cân bằng hơn, giảm bớt sự khó chịu do tin xấu mang lại, tạo nên cái kết nhẹ nhàng hơn với niềm hi vọng và thiện chí. Tại bước này, người viết thường không chỉ sử dụng một CLLS nhất định mà thường kết hợp các CLLS với nhau để xây dựng thiện cảm. Trong ví dụ sau, người viết kết hợp chiến lược *Trao tặng*, *Tỏ ra lạc quan*, và *Nói rõ người viết chịu ơn người nhận*.

(18) *I once again thank you for your kind consideration to my candidacy and I wish your company all the best for its future endeavours. Hope to be associated with your company in future.* Tôi một lần nữa cảm ơn ông đã quan tâm đến đơn xin việc của tôi và tôi chúc quý công ty những điều tốt đẹp nhất cho những nỗ lực trong tương lai. Hy vọng sẽ được hợp tác với quý công ty trong tương lai.

CLLS *Trao tặng cho người nhận* thường xuất hiện dưới dạng một lời chúc tốt đẹp dành cho người nhận, được diễn đạt với động từ *wish* (chúc), chẳng hạn chúc họ sẽ gặp thuận lợi trong tương lai, chúc họ sớm giải quyết được vấn đề. Chiến lược *Tỏ ra lạc quan* cũng hay được sử dụng để thể hiện hi vọng cho những lần hợp tác trong tương lai giữa người viết và người nhận. Ngoài ra, chiến lược *Nói rõ người viết chịu ơn người nhận* cũng được thực hiện khá thường xuyên.

Nhìn chung, tất cả các thư AM và AV đều thực hiện phần “Bù đắp” theo cách này hay cách khác, không có thư nào kết thúc ngay sau khi từ chối. Tại phần P3, người bản ngữ và người Việt Nam quan tâm nhất đến bước *Gợi ý phương án thay thế* và *Xây dựng thiện cảm cuối thư*. Cả người viết thư bản ngữ và Việt Nam đều sử dụng đan xen các YTLS dương tính và âm tính để vừa cân bằng lại tinh thần cho người nhận, vừa thể hiện sự tôn trọng đối với người nhận. Tuy vậy, có một số điểm khác biệt nhất định tại phần P3 trong thư từ chối của người viết bản ngữ và người viết Việt Nam. Về mặt cấu trúc thư, sự khác biệt thể hiện rõ nhất là ở chỗ người bản ngữ rất chú trọng đến phần *Thêm thông tin/ yêu cầu* với số lần thực hiện và số YTLS gần gấp đôi mức sử dụng của người Việt. Trong khi đó, người Việt luôn thể hiện sự quan tâm hơn đến bản thân người nhận, nên thực hiện bước *Xây dựng thiện cảm cuối thư* với tần suất lớn hơn và số YTLS nhiều hơn. Về mặt sử dụng các YTLS thì về tổng thể, người bản ngữ sử dụng số YTLS tại phần P3 nhiều hơn 1,18 lần so với người Việt.

3. Thảo luận và kết luận

Bài viết đã miêu tả và đổi chiều tính lịch sự trong 100 bức thư từ chối bằng tiếng Anh của người bản ngữ và người Việt ở hai khía cạnh: *kết cấu thư từ chối* (gồm các phần và bước) và việc *sử dụng các CLLS* xuất hiện tại các phần và bước này.

Về mặt *kết cấu thư*, cả người bản ngữ và người Việt đều thực hiện chặt chẽ cấu trúc 3 phần được khuyên dùng trong thư từ chối gồm phần 1 - chuẩn bị tinh thần cho người nghe và dẫn dắt họ tới thông tin xấu, tránh cho họ nhận thông tin xấu một cách đột ngột; phần 2 - đưa ra từ chối kèm với giải thích cụ thể lý do không thể thực hiện yêu cầu, và phần 3 - gợi ý phương án đền bù, nêu thiện chí hợp tác lần sau và gửi lời chúc tới người nhận.

Về mặt *sử dụng các CLLS*, có một số điểm khác biệt trong việc thể hiện lịch sự trong thư từ chối giữa hai nhóm quốc tịch, nổi bật nhất là việc ưu chuộng tính trực tiếp rõ ràng trong việc đưa lời từ chối của người bản ngữ, trong khi người Việt Nam, bên cạnh việc nói từ chối trực tiếp, cũng thể hiện sự yêu thích khá lớn

đối với cách nói hàm ý và gián tiếp khi từ chối. Điểm khác biệt thứ hai là, người bản ngữ coi trọng tính rõ ràng, xác đáng của thông tin nên thực hiện việc nêu tình huống và nêu lý do từ chối rất cẩn thận, trong khi đó, người Việt Nam quan tâm nhiều hơn đến việc xoa dịu thể diện bị tổn thương của người nhận nên thực hiện nhiều các chiến lược xây dựng thiện cảm. Tuy vậy, có rất nhiều sự tương đồng trong việc viết thư từ chối giữa hai nhóm quốc tịch, ví dụ, một số chiến lược lịch sự được thực hiện với số YTLS tương đương nhau, cách sử dụng các cấu trúc từ chối tương đồng nhau, và nhìn tổng thể, sự khác biệt ở các bước và các chiến lược lịch sự là không lớn. Vì vậy, có thể nhận xét rằng, người Việt Nam đã viết thư từ chối một cách khá hiệu quả nhằm tránh xung đột và đổ vỡ quan hệ.

Bài viết có thể là nguồn tham khảo hữu ích cho các doanh nghiệp, nhân viên, giáo viên và sinh viên, những người quan tâm tới việc viết thư tín thương mại tiếng Anh để họ hiểu hơn về kết cấu của thư từ chối và cách viết loại thư này một cách lịch sự. Chúng tôi hi vọng rằng những kết quả nghiên cứu của đề tài sẽ góp phần nâng cao nhận thức về tính lịch sự trong thư tín, và phát triển khả năng viết thư tín thương mại bằng tiếng Anh của người Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Nguyễn Phương Chi, *Một số đặc điểm ngôn ngữ - văn hóa ứng xử của hành vi từ chối trong tiếng Việt*, Luận án tiến sĩ Ngữ văn, Viện Ngôn ngữ học, 2005.
2. Trần Chi Mai, *Phương thức biểu hiện hành vi từ chối lời cầu khiến trong tiếng Anh (liên hệ với tiếng Việt)*, Luận án tiến sĩ Ngôn ngữ học, Đại học Khóc học Xã hội & Nhân văn, 2005.
3. Hoàng Phê (chủ biên cùng tập thể tác giả), *Từ điển tiếng Việt*, Trung tâm Từ điển ngôn ngữ Hà Nội - Việt Nam, 2004.

Tiếng Anh

4. Abarca, E.B & Moreno, R.G., *Letters of rejection: The unwelcome news*, the ESPecialist, vol. 27, no. 1 (21-42), 2006.
5. AlAfnan, M.A., *Interethnic Workplace E-mail communication: An investigation into politeness strategies*, International Conference on e-Education, e-Business and Information Management, Malaysia (ICEEIM 2014), 2014.
6. Baresova, I., *Politeness strategies in Cross-cultural perspective - Study of American and Japanese employment rejection letters*, Doctoral thesis, Univerzita Palackeho Olomouc, 2008.
7. Baugh, S.L et al, *How to write first-class business correspondence: the handbook for business writing*, NTC Publishing Group, 1995.
8. Bovee, C.L. et al., *Business communication essentials*, Prentice Hall, 2001.
9. Brown, P. and Levinson, S.C., *Politeness - some universals in language use*, Cambridge University Press, 1987.
10. Jansen, F. & Janssen, D., *Effects of positive politeness strategies in business letters*, Journal of Pragmatics, 42 (9), 2531-2548, 2010.
11. Lesikar, R.V., *Basic business communication*, Richard D. Irwin. Inc, 1991.
12. Levinson, S.C., *Pragmatics*, Cambridge University Press, Cambridge, 1983.
13. Pilegaard, M., *Politeness in written business discourse: A text linguistic perspective on requests*, Journal of Pragmatics, 28 (2), 223-244, 1997.
14. Wolf, M.P & Kuiper, S., *Effective communication in business*, South Western Publishing Company, 1984.
15. Yule, G., *Pragmatics*, Oxford University Press, 1997.