Đề bài

Trong truyện ngụ ngôn

Treo biển

em có suy nghĩ gì về lời góp ý của những người qua đường? Em rút ra bài học gì từ câu chuyện này?

Bài làm

Tiếng cười trong câu chuyện *Treo biển* bất chợt vỡ òa khi người đọc đọc đến chi tiết: người chủ cửa hàng cất nốt chữ "Cá". Vậy thực chất những lời góp ý về nội dung tấm biển là gì?

Trước hết, ta cần thấy rằng, nội dung tấm biển nhà hàng đã treo ban đầu "Ở đây có bán cá tươi" bao gồm bốn yếu tố cơ bản: "ở đây" – chỉ địa điểm bán hàng; "có bán" – chỉ hoạt động kinh doanh của nhà hàng; "cá" – chỉ mặt hàng đang kinh doanh; "tươi" – chỉ chất lượng, chủng loại mặt hàng, phân biệt với chủng loại khác (cá khô chẳng hạn). Như vậy, tuy nội dung tấm biển hơi dài nhưng khá đầy đủ và hoàn toàn có thể sử dụng được!

Nhưng rồi cũng lần lượt có bốn người góp ý về tấm biển.

Người thứ nhất bình phẩm chữ "tươi": *Nhà này xưa nay quen bán cá ươn?* Ý kiến này không thỏa đáng bởi như trên đã phân tích, chữ *tươi* ở đây ngoài ý nghĩa chỉ phẩm chất (tươi) còn có ý nghĩa chỉ chủng loại (không phải cá khô). Hơn thế, chữ "tươi" còn nhằm khẳng định chất lượng của mặt hàng (không phải ươn) nên làm tăng sức hấp dẫn của mặt hàng là cá. Bởi thế, chữ *tươi* là cần thiết.

Người thứ hai bình phẩm hai chữ "ở đây": *Chẳng lẽ ra hàng hoa mua cá.* Ý kiến này thoạt nghe có vẻ có lí. Tuy nhiên, trong "nghệ thuật quảng cáo", hai chữ "ở đây" không thừa. Chúng có ý nghĩa tác động, tạo sự chú ý cho khách hàng. Chẳng hạn: *A! Đây rồi! Đồ dùng học tập mình cần!*

Người thứ ba thì bàn về hai chữ "có bán". Có ý kiến cho rằng ý kiến này đúng một nửa (để chữ *bán,* bỏ chữ *có*). Chữ *bán* đúng là rất cần thiết, nó chỉ tính chất kinh doanh (*bán* chứ không *mua*). Không có chữ *bán,* e rằng khách hàng không biết nơi này bán cá (mời khách hãy đến mua) hay là mua cá (mang cá đến để bán). Tuy nhiên, cũng như hai chữ "ở đây", chữ *có* cũng không thừa. Nó có ý nghĩa khẳng định, nhấn mạnh hoạt động của nhà hàng. Nếu bỏ chữ *có,* tấm biển vẫn đủ ý nhưng sức tác động trong quảng cáo sẽ nhẹ đi rất nhiều. Ta hãy thử đọc lên và so sánh *ở đây bán cá* và *ở đây có bán cá.*

Người cuối cùng bàn về chữ "cá". Ý kiến này vô lí nhất. Ai bán bất cứ mặt hàng gì, bằng cách này hay cách khác, cũng đều phải quảng cáo cho mặt hàng của mình. Không quảng cáo, ai biết nhà hàng có bán không mà đến mùa, dù cá vẫn cứ bày ra đấy. Rất có thể đây cũng là cách chơi khăm của người láng giềng. Thấy anh hàng xóm ai bảo cũng nghe, không cần suy xét phải trái, anh ta bèn đưa ra lời góp ý phi lí nhất trong số các lời góp ý của mọi người. Thế mà anh chủ cửa hàng vẫn cứ nghe theo.

Như vậy, cả bốn yếu tố trong tấm biển, ở mức độ này hay mức độ khác đều cần thiết, thậm chí có những yếu tố không thể lược bỏ đi được (*bán, cá, tươi*). Tiếng cười bật ra vì nhà hàng treo biển mà không hiểu ý nghĩa công việc mình đã làm, chỉ nghe người ta nói mà không cần suy xét, răm rắp làm

theo, rốt cuộc là lãng phí tiền của, công sức mà không được việc gì, lại còn bị mọi người cười chê.

Treo biển thuộc loại truyện cười nhằm phê phán những cái xấu, cái đáng cười ngay trong quần chúng nhân dân. Truyện cho ta bài học bổ ích: khi làm việc gì cũng phải suy nghĩ trước sau. Cũng có thể lắng nghe góp ý của người khác nhưng phải cẩn trọng suy xét đúng sai, phải có chủ kiến khi làm việc kẻo phí công vô ích mà lại mang tiếng *"Đẽo cày giữa đường",* bị thiên hạ cười chê mà vẫn không mang lại kết quả việc làm như mong muốn.