



## 第十二讲 论辩中的策略操控

Dr. 徐慈华

浙江大学  
语言与认知研究中心

CSLC

合理性+有效性

---

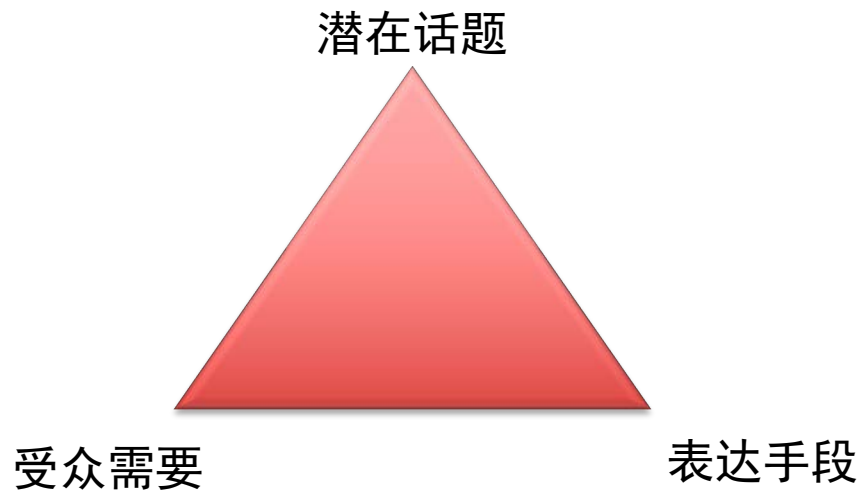


策略操控

**一、选择的要素**

**二、考虑的维度**

# 一、选择的要素



## “潜在话题”

指的是在不同阶段对话题或视角的选取；

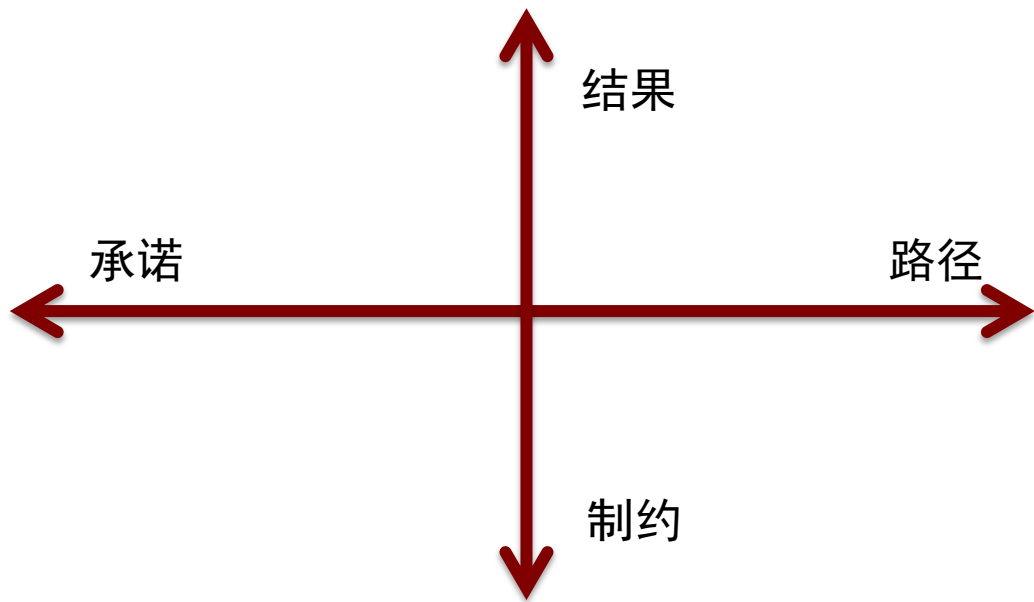
## “受众需求”

指的是迎合受众普遍持有的观点、偏好或价值取向；

## “表达手段”

指的是对句式、词汇、辞格等语言形式的选择。

## 二、考虑的维度



(1) **结果**。揭示该阶段论步对讨论结果的影响，如形成了怎样的意见分歧和立场、确定了怎样的出发点、搭建了怎样的论证结构或明确了怎样的结论等等；

(2) **路径**。分析论辩者在该阶段论辩话步上的若干可能选择以及不同走向，以此呈现该话步实现上述结果的具体路径；

(3) **制约**。通过对论辩所属交际活动类型及其特征的剖析揭示机构语境对实施该论步的制约或为实施该论步提供的可能；

(4) **承诺**。剖析论辩双方在该话步发生时业已达成的承诺，以此揭示影响该话步的即时情景

利群 *Liqun* 让心灵去旅行  
|| 平和从容 轻松满足 ||





## 案例分析：工商总局 VS 淘宝



iipd

## 一份假货报告引发的风波



1月23日



国家工商总局发2014下半年网络交易商品  
定向监测结果，淘宝网样本数量分布  
最多,但其**正品率最低,仅为37.25%**。



1月27日

一位80后淘宝网运营小二通过淘宝官方  
微博发公开信，直接就这份报告所存在  
的程序性问题**点名\刘红亮司长**，  
认为这份报告不仅抽样太少、逻辑混乱  
，还存在程序违规问题。



1月27日晚间



国家工商总局新闻发言人表示：加强网络  
市场监管是工商总局的法定职责。工商  
总局网络商品交易监管司一直秉承依法  
行政的原则开展网络市场监管执法工作。



iipd

1月28日上午



国家工商总局网络商品交易监管司发7千

多字的《**关于对阿里巴巴集团进行行政指导工作情况的白皮书**》

，郑重回击阿里系。



1月28日下午

淘宝网称决定向国家工商总局正式

**投诉**刘红亮司长在监管过程中程序

失当、情绪执法行为。马云表示，

已成立由300人组成的**“打假特战营”**。



1月29日上午

一位自称工商小编的网友发微博

回信马云，称工商没针对淘宝

，淘宝发难错对象。认为打击

假冒伪劣，需要工商部门的监管，也需要

淘宝这样的大平台配合，更需要全社会共

同努力。



1月29日

iipd



1月29日

天猫商家发长微博，致工商总局网络监管司公开信，称工商总局在没有告知、没有检验报告、突然宣布三家天猫店“突然死亡”。“、请让我们死得明白。否则，我们将提起行政诉讼。”



1月30日

国家工商总局局长张茅在工商总局会见阿里巴巴董事局主席马云。晚间，就1月28日工商总局网监司发布的“白皮书”，国家工商总局发言人正式表态，表示该文并非白皮书，实质是行政指导座谈会会议记录，

**不具有法律效力。**

回信马云，称工商没针对淘宝，淘宝发难错对象。认为打击假冒伪劣，需要工商部门的监管，也需要淘宝这样的大平台配合，更需要全社会共同努力。

iipd

## 刘红亮司长： 您违规了，别吹黑哨！



1月27日

一位80后淘宝网运营小二通过淘宝官方微博发公开信，直接就这份报告所存在的程序性问题点名刘红亮司长，人为这份报告不仅抽样太少、逻辑混乱，还存在程序违规问题。

尊敬的工商总局网络监管司刘红亮司长，  
发这封信前，我深思很久。常言说：民不与官斗，商不与工商讲理。我相信我的同事过去几年，包括现在一定在寻求跟您再次沟通的可能，我想他们也实在没办法了。冒着给公司闯大祸，被公司开除的风险，我为自己多年打假的努力，也为那些我天天服务的，起早贪黑诚信经营的创业者的名誉，对您斗胆击鼓。

此刻，您领导的工商总局网络监管司，通过不断抽检，系列报告，成功证明了在中国，网络购物是多么的不安全不可靠，数百万网络商家是多么的狡诈，五亿的消费者是多么的盲目和愚蠢，中国制造是多么的天下乌鸦一般黑。

此刻，海内外媒体都在争相报道，中国官方（贵司）日前公布的2014年下半年网购商品的抽查结果：全国网购的正品率不足六成，更点名指出注册用户超过5亿人的淘宝网最多假货，售假率高达近63%。



我们接受神一样的存在，但我们看不懂的是，屡次抽检和报告中，不同的标准和神一样的逻辑。

您看，贵司此次共抽检了92批次商品。某电商只抽查了1件，得出了正品率为0的结论。另一家电商只抽查了3件，得出正品率100%的结论。而在淘宝网上一共抽检了51件商品，得出了淘宝仅37%的正品率，也就是63%的售假率。可是，淘宝日均在线商品总量超过10亿件。何况，淘宝是拥有数百万商家经营的大平台，居然是和自营的B2C商家放在同一纬度比较，如果不是疏忽，那么必定是故意。

学语文的，数学往往最好。中国足球都雄起了，可见避免黑哨对市场有多么重要。

以此类推，您就认为，非授权渠道就等于非正品。这个新的“罪名”很具创造性（这让人想起几十年前的投机倒把罪）。但是尊敬的刘红亮司长，请允许我们斗胆直言一个常识：非授权渠道不等于非正品！因为，不是所有的品牌都拥有从出厂到销售最后一环的完整授权体系。

再说句忠言逆耳利于行的话，尊敬的刘红亮司长，做为管理如此大市场的大司长，您的市场抽检程序竟然违规了！



根据国家工商行政管理总局令第61号《流通领域商品质量抽查检验办法》第17条的规定，抽样检验应当保证被抽样人的复检申诉权利。但是，两次抽检中，许多卖家并没有收到抽检结果通知，也没有告知当事人有申请复检的权利，就直接向社会公开，显然程序失当。

诸如此类的违规行为，还有很多。您如果要听，我会给您一一陈述。为了给您写这封信，我咨询过众多的行业大腕，博览法律法规。写信之前，我是打假小二，写信之后，我真成了专家。这真算是意外的收货。

习惯成自然，自然了就容易健忘。尊敬的刘司长，贵司在一个月前刚刚发布过一个全国网络商品抽检结果。2014年12月11日，网监司发布对2014年双十一网购进行的抽检，在207批次的样品中，大部分为合格真品，发现的假冒商品占总样品的3.6%；而本次监测的结果是，非正品率高达41.3%。同一个部门发布，短短几个星期，差别却多达十倍以上，这一定不是小数点的问题了。

更让您生气的是，在双十一这次抽检中的三个商家，一家根本没有销售您说的商品，您搞错了；一家是品牌商直接发货，您也搞错了；还有一家我们通过核查，没有售假，正在请您重新判定，我相信您肯定也是搞错了。年关难过。上述三个商家已经于12月19日，将申诉函件及证据材料，盖章寄往北京，至今未收到您的反馈。他们多希望您高抬贵手，枪口抬高一寸。。。 （他们从公布之日到现在店铺一直被关，请海涵我不写这几个商家的名字了吧）

“我本将心向明月，奈何明月照沟渠”，面对“不打不相识”的后果，我知道，我的这次表达将会是多么的“不识抬举”。我所在的公司是一家不小的民营企业，今天竟然也感觉除此之外，无路可走。更何况那些莫名其妙就被关门的小商家。那些一夜之间失业的合法经营者，既然因我们莫名其妙躺枪，那么您真正要打击的对象不站出来，相信再也没有人吃得消站出来，告诉您您错得有多离谱，您干的事有多荒唐，您对国家工商总局数十万依法执法的同事，整体信誉伤害有多深。

尊敬的刘司长，网上有句话，“伐开心，买包包”。您是“伐开心，打淘宝”，“开心了，也打打淘宝”。这么神圣的行政执法授权给您，您使用公权力这么情绪化，真的好吗？一棍子打死淘宝容易，但一定不要因为淘宝，一棍子打掉了“大众创业，万众创新”，一棍子打掉中国消费新趋势，一棍子打掉广大商家对公平执法的信心。

您放心，淘宝总有一天会消失的；您也请相信，市场总会如浩荡江水人心所向滚滚向前。

伸头一刀，缩头也是一刀，尊敬的刘红亮司长，请允许我斗胆再进几句言：

我们都清楚，假货源头在线下，线上是线下的一面镜子。这几年我的同事一次一次来到网监司，告诉您网上的假货是怎么回事，在我们自己竭尽全力的同时，愿意提供全部的假货线索，告诉您假货在哪里，窝点在哪里，请您大刀阔斧来淘宝打假。毕竟，淘宝不是监管执法部门，您才是，有了您，我们才能与假货斗争到底。

我也恳请您进驻淘宝，这样打假会准确，打淘宝更方便。请允许我的自作多情，一往情深，望眼欲穿，盼星星盼月亮！

一个月前，我们已公布了配合国务院双打办、公安、质监、知识产权、版署、食药监、海关等各部委线上线下综合治理的多项成果，并披露基于互联网和大数据打假的模式。仅2014年前九个月，淘宝就已经处理下架了9000多万件涉嫌假冒伪劣的商品，其中超过90%是淘宝主动发现处置。我和我的同事，必将竭力配合贵司进行打击。

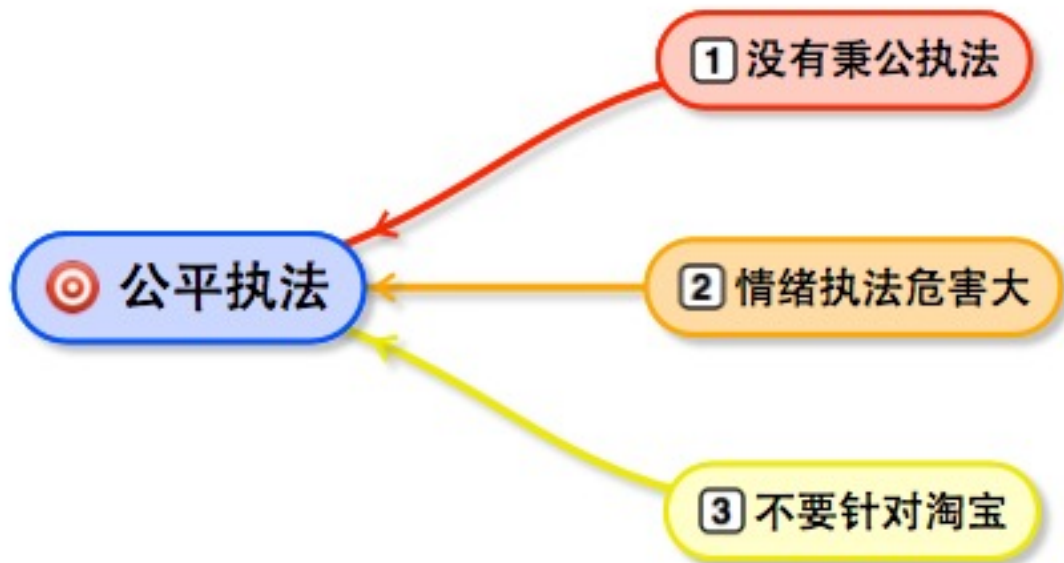
尊敬的刘红亮司长，我说的这些话，听起来肯定不礼貌，不顺耳，不舒服，甚至有些难听，但我和我的同事，以及那么多真正代表网购诚信经营的商家，渴望公正、公开、透明的执法的心声，您应该听出来了。

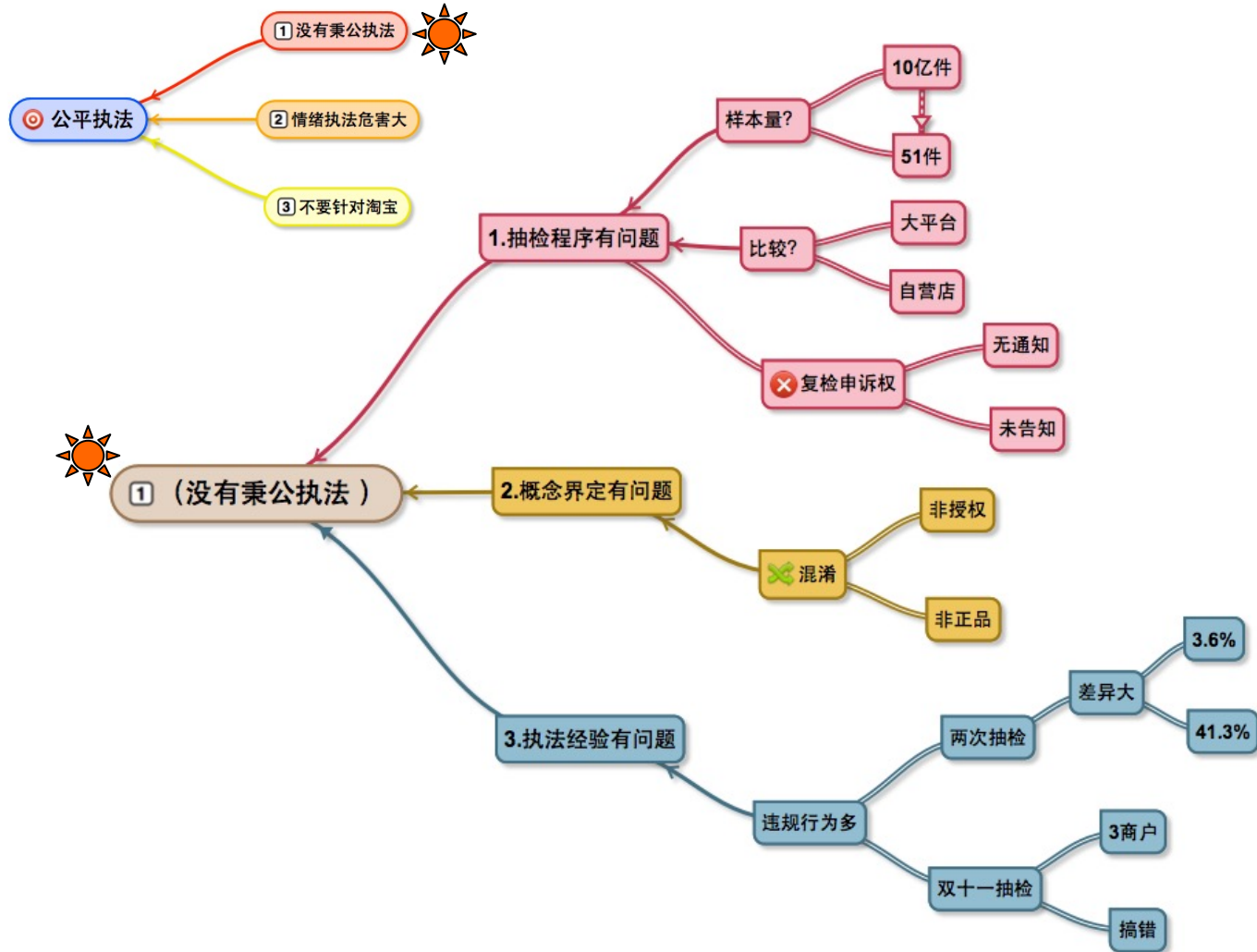
真的没办法了！

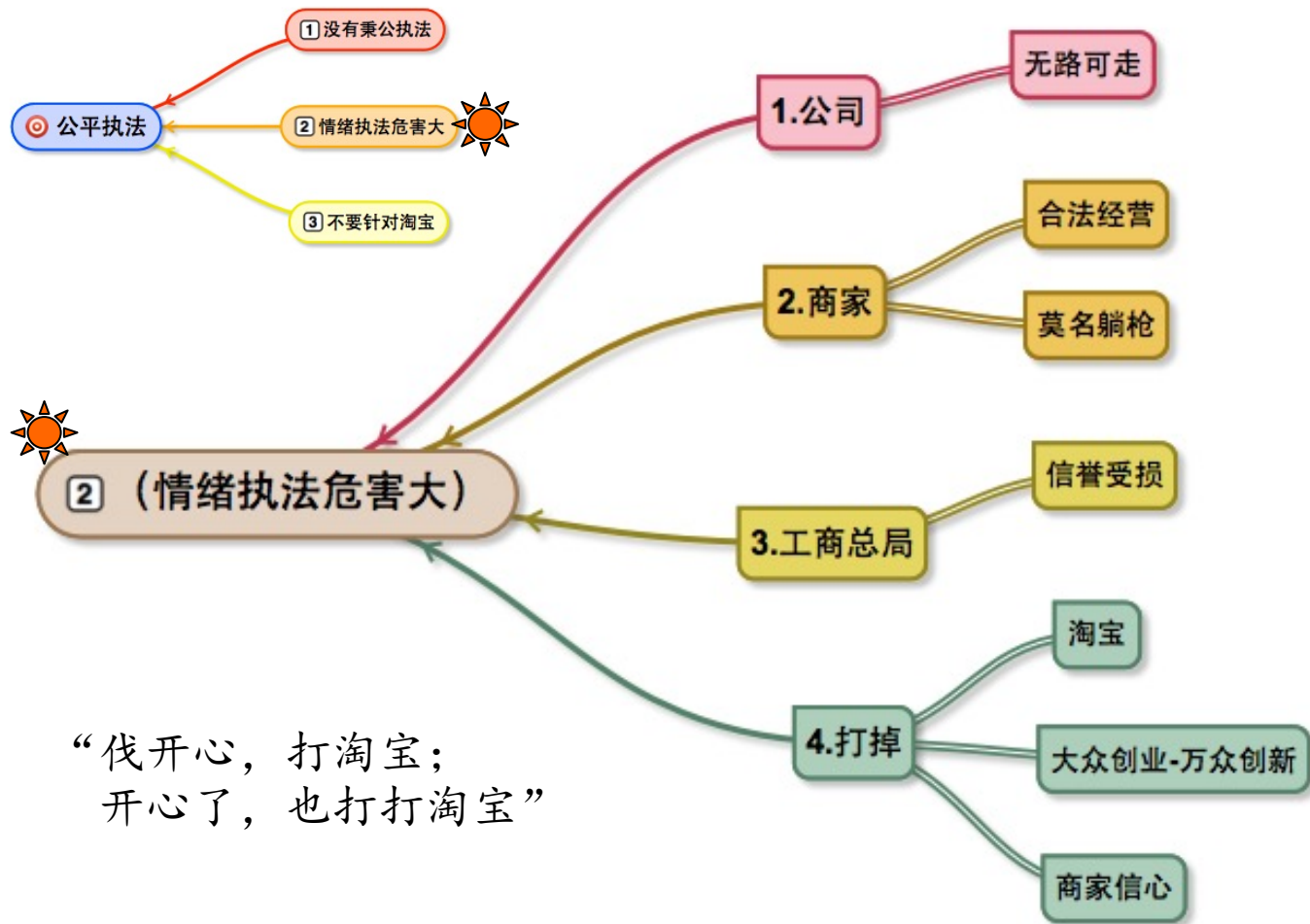
一个80后淘宝网运营小二  
2015年1月27日

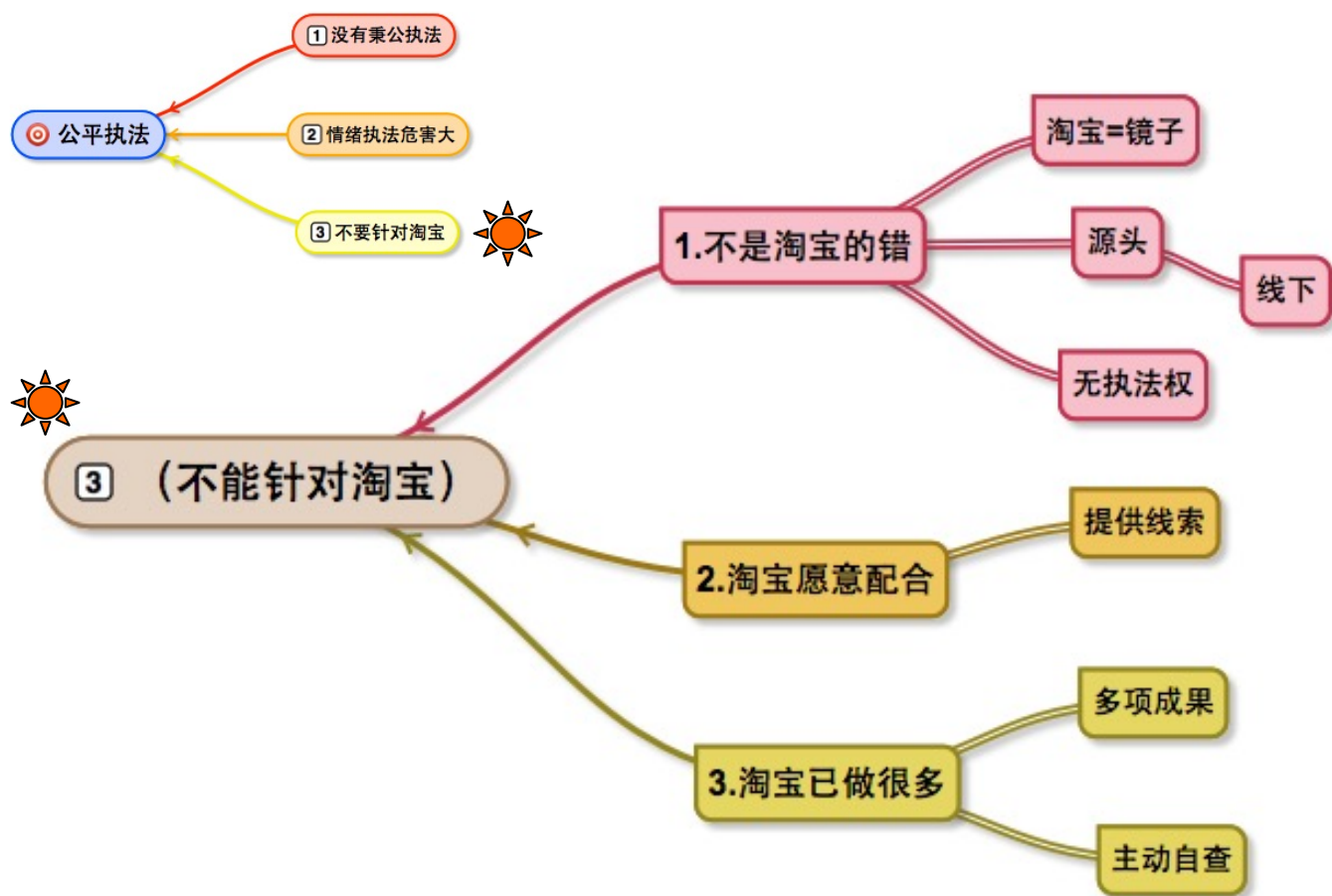


# 论证结构









# 语用策略

