

面子原则下消费投诉调解话语语用策略研究

——基于《你好，12315》语料分析

陈思静

西北师范大学 外国语学院 兰州 710064

【摘要】：消费投诉调解作为一种机构性人际交往场景，涉及调解员、消费者和经营者三方互动，因此调解过程不仅是自身权益的博弈过程，更是面子协商过程。本研究以面子理论为基础，以纪录片《你好，12315》中的十四段真实调解语料为研究对象，分析消费投诉调解话语中的面子策略。研究发现消费者的面子需求主要为积极面子受损后的面子修复，经营者的面子需求兼具积极和消极面子，调解员承担着双重面子工作，在维护执法权威的同时调和消费者与经营者双方的面子冲突。调解过程中三方参与者采用多样化的面子策略，并且面子策略的成功运用与调解效果呈正相关。

【关键词】：面子理论；消费投诉调解；面子策略；机构话语

DOI:10.12417/2982-3846.25.06.004

引言

面子，是中国人际交往中一种典型的社会心理现象（陈虎强，1999）。美国社会学家 Goffman 研究发现在交际互动中，社会个体都需要在形式上维护和保全自身的面子（Goffman, 1967）。面子与个体所扮演的各种社会角色有着密不可分的关系，是个体在社会化的过程中形成的自我形象，也是在人际交往过程中需要不断进行维护的公共形象。调解活动在语言学领域被认为是一种典型的机构性谈话，消费投诉调解是一种机构性人际交往场景，涉及市场监管人员（调解员）、消费者（投诉方）和经营者（被投诉方）三方互动。在这类话语实践中，参与者不仅要进行自身权益的博弈，更要应对复杂的面子工作。消费者的积极面子希望自身的遭遇被认可，诉求得到解决，商家的消极面子希望经营自主权不受干涉，调解员的积极面子希望执法权威和公正立场被认可。在调解的过程中，面子往往起着至关重要的作用，决定着调解的走向与成败。对此，本文从面子理论的视角切入，以《你好，12315》纪实类节目当中的真实语料为分析材料，研究消费投诉调解过程中的不同阶段参与者所采用的面子策略、不同角色的参与者的面子需求的差异及其对话语选择的影响、在权益诉求与面子需求发生冲突时，参与者对此进行协调与平衡的话语策略以及面子策略的成功与失败对调解结果的影响。

1 文献综述

1.1 面子理论的起源与发展

针对人际交往的相关问题，最早的研究可以追溯到美国社会学家 Goffman (1955) 的面子界定，面子是在社会交往中实现的。Goffman (1967:5) 认为，面子是交际中的“个人形象”，即交际者通过自己的行为表现所获取的一种正面评价或正向

值。也就是说，面子是一个人由社会认可的属性所勾勒出的自我形象，即面子是个人所认可的一种社会属性，以及个人在公众眼中的形象，包括自己得到社会认可的积极属性。他还提出了面子工作（face work）的概念，认为面子工作便是为了维护面子而采取的一系列社会行为。Goffman 提出的面子的概念界定和相关特征为面子的人际语用问题和礼貌研究奠定了重要基础。

后来，Brown & Levinson (1978, 1987) 借鉴 Goffman 对面子的界定，在其基础上提出具有影响力的面子分析框架。Brown & Levinson (1978, 1987) 认为礼貌是一种对他人的面子维护，即对他人的面子关照，交际中涉及礼貌的问题大多是针对个人面子的策略。Brown & Levinson 提出的面子原则以人际交往的合作性与面子的普遍性为核心，认为礼貌是典型社会人为满足面子需要所采取的各种理性行为。Brown & Levinson 将面子分为积极面子和消极面子 (Brown & Levinson, 1978,58)，积极面子指希望得到他人的肯定、认同、喜爱、赞许等，如果类似愿望得到了满足，就维护了积极面子。消极面子指行为、行动等不受他人的驱使或干预，有行事的自由或行为的决定权，如果类似愿望得到了满足，就维护了消极面子。如果在交际中不注意以上方面的面子问题，就会威胁到他人的积极面子或消极面子。

Brown 和 Levinson 的面子理论假设每个人在交际中都会因为自我面子受到威胁而采用交际策略，在绝大多数人际交往中，许多言语行为会不可避免地损害说话人或听话人的面子，这类言语行为被称为“威胁面子的言语行为”（FTA）。威胁面子的言语行为是面子理论的核心分析对象。其本质是言语行为与发话人或受话人的面子需求之间的冲突，有些言语行为既可能威胁他们的正面面子，也可能威胁他们的负面面子；既可

能威胁发话人的面子，也可能威胁听话人的面子（李捷、何自然、霍永寿，2011:94）。对此 Brown 和 Levinson 提出了五种人们可以避免或者缓和威胁面子言语行为的策略，也就是面子补救策略，（1）直接性策略：直接提出要求而不考虑面子问题。当发生紧急事件或一方权力远强于另一方时，可以不采取任何挽救面子的措施（2）积极礼貌策略：核心是通过维护听话人的正面面子，降低言语行为对其面子的损害程度。具体可通过强调说话人与听话人之间的团结关系、拉近双方心理距离来实现，通常用于说话人希望与听话人增加亲近感的交际场景。（3）消极礼貌策略：指说话人不干涉、不阻碍听话人的自主行为，充分体现对听话人的尊重，进而保全其负面面子。采用这一策略，能够帮助说话人在交际中塑造礼貌、谦恭的良好形象。（4）间接性策略：说话人借助间接、模糊的语言表达自身意愿，不直接直白表述，而是引导听话人自行领悟话语中的深层含义。当说话人认为直接提出要求会感到不适，或是双方为默契深厚的亲密朋友时，多会采用这种策略。（5）放弃实施威胁面子的行为：说话人在交际过程中自觉规范自身言行，主动规避所有可能损害听话人面子的言语与行为，从源头减少面子冲突的发生。在消费投诉调解中主要涉及消费者的积极面子，消费者作为“受害者”希望自己的遭遇得到认可，权益主张得到支持。商家的消极面子，商家作为被调查对象希望经营自主权不受过度干涉，声誉不受损害以及调解员的积极面子，调解员作为执法者希望权威被认可、调解努力被接受。

1.2 调解的语用研究

调解是指一种由第三方中立者参与的协商过程，旨在通过第三方调解员（有时为多名）的介入，通过合理有效的讨论来协助冲突各方解决纠纷。与其他替代性纠纷解决（ADR）方式，如谈判或仲裁类似，调解可避免法律程序的高昂费用和漫长等待。调解是一种特定的论证形式，指辩论或讨论（O'Keefe, 1977）。争议调解是一种“双赢”程序：冲突的解决必须实现双方利益的均衡。调解需满足各方利益诉求。调解方式多种多样（包括转化型、指导型、促进型等），不同调解员的操作流程各不相同。更重要的是，纠纷调解涉及的问题可能出现在不同场景中：家庭纠纷、劳资纠纷、社区纠纷等。此外，讨论的具体形式和内容也取决于具体情境。因此，对调解过程中论证方式的研究，将揭示其与实际操作场景直接相关的独特性。中国的调解实践深植于中国文化土壤。中国文化中的诸多核心理念，包括三才思想、情面与人情、关系构成的三位一体理念，以及折中、包容、宽恕与君子之道的精神，均对中国调解的内涵与运行方式产生着深刻影响（贾，2004:293）。

2 研究设计

2.1 研究问题

本研究的主要问题涉及消费投诉调解过程中的不同阶段参与者所采用的面子策略、不同角色的参与者（调解员、消费者、经营者）的面子需求的差异及其对话语选择的影响、当权益诉求与面子需求发生冲突时，参与者对此进行协调与平衡的话语策略以及面子策略的成功与失败对调解结果的影响。

2.2 语料来源及收集

本研究语料源自全国首部市场监督纪实节目《你好，12315》，该节目以三座城市的市场监督管理所为切入点，真实记录基层市监局执法人员们维护市场秩序、打击违法行为的日常。目的在于直击老百姓“急难愁盼”的焦点问题，展现执法人员在执法与帮扶中的热忱与智慧，同时普及消费者权益、食品安全等常识。该节目共八集，自2025年3月14日开播以来播放量高达2.1亿，深受广大人民群众的喜悦与关注。该节目通过现场全程拍摄的方式真实记录市场监管部门的工作人员参与各类消费纠纷、民事矛盾的调解过程，包括消费者及相关部门对商家不良行为的检举，市场监管部门核查以及调解解决问题的具体过程，话语真实自然，具有典型性。本研究主要选取包含完整的调解互动过程、当事人存在明确的面子需求、警察有针对性的语用回应与策略实施的语料。采用讯飞听见软件进行转录，并且通过人工对照对转录的语料进行修改，选取了33个视频片段，最终筛选出14例有效调解案例，涵盖产品质量、食品安全、合同纠纷、无证经营等多种投诉类型。

2.3 调解过程分析

本研究中的消费投诉调解过程，特指市场监管人员作为调解员介入纠纷后，从了解原因、互动、引导到共识达成或未达成的完整话语互动过程。涉及市场监管人员（调解员）、消费者（投诉者）和经营者（被投诉方）三方互动。调解场景包括食品安全、产品质量、合同纠纷、无证经营、退费问题等多种投诉类型。调解依据以《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国民法典》等相关法律法规为核心，同时兼顾民间情理与社会公序良俗。从语用学的视角来看，在这类话语实践中，参与者不仅面临着权益需求的博弈，而且还需要兼顾复杂的面子工作，调解员需要在维护执法权威的同时通过合理有效的讨论达到安抚消费者的情绪、说服经营者配合工作的最终目的。其核心特征体现为利益制衡、兼顾面子。本研究聚焦面子原则，从参与者的面子需求类型、调解过程中所使用的面子策略的类型以及功能以及面子策略与调解效果之间的关系三个方面展开分析。

3 调解中的面子需求与语用策略

3.1 参与者的面子需求类型分析

消费投诉调解是一种特殊的话语实践，涉及市场监管人员（调解员）、消费者（投诉方）和经营者（被投诉方）三方互动。面子理论（Brown & Levinson, 1987）将面子分为积极面子，希望得到他人的肯定、认同、喜爱、赞许等和消极面子，行为、行动等不受他人的驱使或干预，有行事的自由或行为的决定权。在消费投诉调解这一特定场景中，参与者三方有着不同类型的面子需求。

3.1.1 消费者的面子需求

消费者的面子需求主要为积极面子受损后的面子修复需求。在投诉场景中，消费者作为受害者，其遭遇本身就构成了一种面子威胁，购买问题产品意味着判断力受到质疑，使用问题产品意味着自身安全受到威胁。例如案例一上海杨浦区手机维修纠纷调解当中（H为消费者）。

H：女儿给我买的，我很珍惜的，对吧？而且你看这个东西用的时候，我都是手插在（手机壳防护带子）里面的，在我们朋友当中我这是佼佼者。

在这段话语中，H反复强调“女儿买的”“很珍惜”“朋友中的佼佼者”，就是在进行积极面子的修复工作。他需要通过强调产品的贵重、自己的珍惜程度以及社交圈中的形象，来证明自己的投诉不是小题大做，自己的维修诉求是合理的。这种面子补偿性话语在消费者的叙述过程中频繁出现，反映出消费者在主张权益时，同时也面临着自我形象的维护需求。

消费者的消极面子需求则体现为其希望投诉过程不受阻碍、诉求得到尊重。当消费者感觉自己被经营者敷衍时，消费者消极面子受损，因此往往会引发其情绪激动。

H：我说你是领导啊他说那你来做好吧，我说你怎么说这个话呢，我就是这个话，好吧？我们不说理由的，就是什么坏换什么，要么你做领导，要么我做领导。

经营者回应“那你来做”“我们不说理由的”等话语，直接威胁了消费者的消极面子，消费者的合理诉求被轻率对待，获得应有维修服务的行为受到阻碍。这种面子威胁言语行为导致了消费者H的强烈情绪反应，使得冲突升级。

3.1.2 经营者的面子需求

经营者的面子需求具有双重性。一方面，作为被监督检查对象，经营者有强烈的消极面子需求，希望其经营自主权不受干涉，商业声誉不受损害。例如案例二长沙开福区电动车非法改装纠纷调解中（S为经营者）。

S：我们店子才开几个月，你也晓得。你又不是一台两台，这么多车子，有一个店里不是吗？非得要转到我那个店里左搞右搞左搞右搞。

S：不是针对我一个人搞还是怎么样呢，别人还要吃饭不，上有老下有小我家我天天不做事。

经营者通过诉诸该现象的普遍性“这么多车子都是这样”和诉诸自己的生活困境“别人还要吃饭”，试图维护自己的消极面子，希望自己的经营行为不被视为严重的违法、执法人员不要进行干涉。当消极面子受到强烈威胁时，经营者可能出现情绪化的防御反应，如案例中的“哭天喊地”。

另一方面，经营者也存在积极面子需求，即希望其作为守法经营者、负责任经营者的形象被认可。例如案例九蛋糕店食品安全投诉调解中（S为经营者）。

S：我家三个仔他们每天都吃，如果有任何问题我崽崽肯定不会吃。因为我自己也是妈妈。

在这段话语中，经营者通过“我也是妈妈”的身份认同，建立与消费者的情感联系，同时通过“我家三个仔每天都吃”来证明自身产品的安全性。这是积极面子工作，即经营者希望被认可为负责任、可信赖的商家形象。

3.1.3 调解员的双重面子工作

调解员需要进行的面子工作比较复杂。一方面，作为执法者，调解员需要维护自身职业权威的积极面子，即执法行为得到认可，调解努力被接受。案例七保健品虚假宣传诈骗投诉调解中（G为调解员）。

G：现在需要现场办公，我跟你讲现场办公，如果你这样子回避的话是没有办法的。

这里调解员通过宣告“现场办公”的程序要求，确立自己的执法权威。当商家试图推迟提供相关资料时，调解员坚持“现在就需要”，维护了作为执法者的权威面子。

另一方面，调解员又承担着面子调和者的角色，需要在消费者与经营者双方面子之间寻求平衡，既保护了消费者的合法权益，也不让商家感到被过度冒犯。案例二长沙开福区电动车非法改装纠纷调解中（G为调解员）。

G：你原先在那个小区那地方对不对？你店你电动车起火，被人投诉了多少次？你卖这样的电动车被别人出了车祸，家破人亡，你有没有良心，有没有受谴责？你卖出去的电动车起火了，烧了别人家，你自己烧别人家，烧完了，你心里有没有愧疚？你跟我讲只想到你自己赚钱，想过别人没有？

（稍后）

G: 你也是蒙受了一些损失, 我也知道你那里困难, 好吧, 所以并不是不知道, 你讲得很对, 这是个普遍的问题。为什么厂家那边的问题导致你出现这个问题? 为什么要你提供这些证据? 就是为了保护你。你把这些证据提供过来, 你能够从轻能够减轻, 我给你想办法好不好?

这段对话展示了调解员从严厉批评到温情理解的转变。前半段通过强烈质问威胁经营者的积极面子例如“你有没有良心”“有没有愧疚”等, 目的是让商家认识到问题的严重性。后半段则转为理解商家的困难, 甚至主动提出“给你想办法”, 从而修复被威胁的经营者的面子, 同时也在维护自己作为“帮助者”的积极面子。这种先严厉执法让经营者认识到自身错误再通过共情关怀让经营者更容易接受执法结果的话语策略, 体现了调解员的面子工作需要执法刚性与人情关怀之间平衡。

3.1.4 面子需求的冲突与平衡

消费投诉调解中的面子困境在于三方参与者的面子需求往往相互冲突。消费者主张自身权益的行为威胁着经营者的面子, 经营者维护自身形象的行为又可能让消费者感到不被尊重, 调解员需要在执法的刚性要求与消费者和经营者双方的情感和面子需求之间找到平衡点。

3.2 面子策略的类型与功能

在消费投诉调解的不同阶段, 参与者采用多样化的面子策略。借鉴 Brown & Levinson 的礼貌策略框架, 结合观察行为面子过程与表达态度面子过程的区分, 本研究分析出以下核心面子策略类型。

3.2.1 积极面子策略

积极面子策略旨在满足对方被认可、被欣赏、被接纳的需求。在调解话语中, 主要表现为以下几种形式。

肯定与认同

调解员通过肯定消费者的遭遇的合理性、认同经营者的经营努力, 来满足对方的积极面子需求。例如案例二中调解员后期的劝导(G为调解员)。

G: 你也是蒙受了一些损失, 我也知道你那里困难, 好吧, 所以并不是不知道。

这里调解员明确承认经营者的损失和困难, 这是一种对经营者困难处境的认同, 有助于修复经营者前期被批评质问所威胁的积极面子。

理解与共情

调解员通过表达对对方处境的理解, 建立情感联系。例如案例九中调解员对消费者投诉的回应(G为调解员)。

G: 因为你这个问题, 很难证明是它的食物的问题, 因为那天有多个小朋友都购买了, 都食用了, 只有你自己家里小孩有问题, 其他小孩都没问题。

虽然这段话的实质是拒绝消费者的诉求, 但调解员通过“很难证明”的委婉表达和对客观情况的分析, 传递出对消费者处境的理解, 避免了直接否定带来的面子威胁。

寻求共识

调解员通过强调共同立场、共同目标, 将对方纳入“我们”的范畴。例如案例十一学校门口无证摊贩整治纠纷调解中(G为调解员)。

G: 把它收掉, 把这个东西收掉, 你也不要哭, 我们不是说是来压哪一个, 但是我们希望把这个事情处理好就行。

G: 相互理解, 不要卖了。

“我们不是来压哪一个”“相互理解”都是在建构共同立场, 将执法行为定义为共同解决问题, 而非对经营者的压制。

提供帮助

调解员通过主动提供帮助, 满足对方的积极面子需求, 即被关心、被支持。例如案例二中的“我给你想办法”, 以及案例十四食品小作坊卫生违规纠纷调解中的“后期有什么困难需要我们提供帮助的, 我们也会进行帮助”, 都应用了这种策略。

3.2.2 消极面子策略

消极面子策略旨在减少对对方行动自由的干涉, 降低话语的强制性。在调解话语中, 主要有以下几种表现。

间接性表达

使用疑问句、条件句等间接形式表达要求, 减少直接命令带来的面子威胁。例如案例七保健品虚假宣传诈骗纠纷调解中(G为调解员)。

G: 你配合我们调查没问题, 你要阻挠也没问题, 但是结果不一样。

这里调解员用“没问题”这样的肯定形式, 加上“但是”的条件限定, 既表达了要求, 又给对方留出了选择空间, 虽然实质上是强制性的, 但在话语形式上保留了尊重, 留给了经营者考虑和选择的空间。

尊重自主权

明确承认对方的自主权, 将要求转化为“配合”或“选择”。例如案例十四中(G为调解员)。

G: 配合好了, 我们减轻处理, 拒绝配合, 我们从重处理。

这里虽然实质上是强制性的，但通过“配合”一词将执法要求转化为对方可以选择的行为，在话语层面尊重了对方的选择自主权。

减少强加感

通过解释原因、说明程序，降低要求的强加性。例如案例七中（G为调解员）。

G：现在需要现场办公，我跟你讲现场办公，如果你这样子回避的话是没有办法的。

通过说明“现场办公”的程序要求和“没有办法”的后果，将要求转化为制度要求，减少了要求的强加感。

给予补救机会

在指出问题后给予对方补救的机会，减少一次性否定的面子威胁。例如案例十四中（G为调解员）。

G：配合好了，我们减轻处理，拒绝配合，我们从重处理。

这种表述，既指出了问题的严重性，又给予了积极的出路，在威胁面子的同时也提供了面子修复的可能。

3.2.3 威胁面子行为及其缓和手段

威胁面子行为是调解话语中不可避免的组成部分，即在指出问题、批评错误、要求配合的过程中，都可能威胁对方的面子。调解员往往采用多种缓和手段来降低面子威胁的强度。

公开批评/指出问题

这是最直接的面子威胁行为。例如案例八食品店违规使用添加剂纠纷调解中调解员对商家的连续追问（G为调解员）。

G：这些你从哪儿拿来的？你洗都不洗，这些也是。你不说实话，你不老实。那么多人对着你你都不老实。刚才你说就这些，怎么还有这么多，这里。还有没有啊？你看看你洗都不洗，这是拿给人吃的东西。你自己闻闻，消毒过了吗？

G：袋子会有药味？你自己闻闻还没有味？

G：老板，做生意要讲诚信，要讲良心，这个是给人吃的东西啊。你看看这些你这个把它的生产日期刮掉，你看看这些色素。

这一连串的追问和批评，对商家的积极面子“不老实”“不讲诚信”和消极面子（要求配合调查）都构成了强烈威胁。调解员在这里几乎不采用缓和手段，是因为食品安全问题的严重性。也就是当公共利益或消费者安全受到严重威胁时，面子工作需要让位于执法刚性。

缓和手段

在调解的过程中，调解员会采用多种手段缓和面子威胁，先肯定后批评，先肯定对方的配合或努力，再指出问题。如案

例二长沙开福区电动车非法改装纠纷中调解员先承认商家的困难，再要求配合调查。使用模糊限制语（Lakoff, 1973），如“可能”“大概”“有点”等词语降低威胁面子话语的力度、降低断定的绝对性。使用制度化话语，如“按程序”“按规定”“根据相关法律”将要求转化为制度要求。大量使用解释性话语，说明批评的原因和目的，减少被理解为故意为难的可能。

3.2.4 面子修复策略

当面子已经受到威胁或损害后，参与者会采用面子修复策略，修复受损的面子。

道歉与解释

承认错误并解释原因，修复被损害的积极面子。例如案例六未成年人学费退费投诉调解中经营者最终接受整改（S为经营者）。

S：明白，我这边该整改整改。

虽然经营者没有明确道歉，但接受整改的表示本身就是一种间接的认错和面子修复。

补偿性话语

通过提供补偿来修复面子。案例二中调解员主动提出“我给你想办法”，是在修复因前期批评质问而受到威胁的经营者的面子。

重新定义情境

将批评重新定义为“帮助”或“保护”，改变面子威胁的性质。例如案例二中（G为调解者）。

G：为什么要你提供这些证据？就是为了保护你。为什么你电动车不是你生产的，不是你改装的，是厂家那边过来就存在的问题，对不对？你要负责把这个东西要准备齐，你才能够让自己自证清白了。你把这个线索提供给我们，我们也可以到厂家去核查了，对不对？这是为你好。

这里调解员将“提供证据”这一配合调查的要求，重新定义为“保护你”“为你好”，将威胁面子行为转化为支持面子行为“不是在为难你，而是在帮助你”。这种重新定义是面子修复的有效策略。

3.3 面子策略与调解效果的关系

面子策略的运用与调解效果之间有着密切关联。分析成功调解与失败调解的案例，有助于识别出面子策略的有效性条件。

3.3.1 成功调解中的面子策略

以案例六为例，这是一起未成年人学费退费投诉调解，最

终达成退费加协议整改的成功调解。以下是对其中面子策略运用的分析。

调解员运用了面子平衡策略，调解员在指出合同问题“霸王条款”时，采用了程序性话语“根据合同行政监督管理办法”“根据消费者权益保护法”，将批评转化为法律要求，降低了个人针对性的面子威胁。

经营者面子的保全策略的运用，经营者最初强调公司规定，试图维护积极面子“遵守公司规定的好员工”的身份。调解员没有直接否定这一身份，而是通过提供法律依据，为商家提供了“按法律要求整改”的体面退路。商家最终接受整改，同时保全了“守法经营者”的面子。

满足消费者的面子需求，消费者最终获得退费，权益主张得到支持，积极面子得到满足。成功调解的重点在于调解员既维护了消费者的合法权益（消费者积极面子满足），又为商家提供了面子保全的解决点，不是被“打败”，而是“依法整改”。面子策略的成功运用，使得商家能够在不失面子的前提下接受调解结果。

3.3.2 失败调解中的面子问题

以案例十三餐厅青椒回锅肉无青椒投诉调解为例，这是一起因菜品问题引发的投诉，最终调解结果为终止调解。以下是对其中的面子问题的分析（S为经营者、G为调解员）。

S：这个人他有点搞事情你知道吧，第一我的菜我是没问题的，如果您说是咸了或者是淡了我们可以退款，你说一句说我这个菜我不喜欢吃，我必须退款，那我觉得他有点无理取闹。

G：他反映的不是说他里面没有青椒。

S：红椒是青椒吗？大姐我就问你，红椒是青椒吗？

这里经营者采用“搞事情”“无理取闹”的标签，直接否定了消费者的投诉合理性，对消费者的积极面子构成强烈威胁。消费者被贴上“无理取闹”的标签后，面子受损可能导致问题升级，不再只是退款问题，而是面子问题。调解员试图通过事实核查“他反映的不是说里面没有青椒”来缓和，但经营

者继续坚持“红椒是青椒吗”的质问，面子冲突进一步升级。当调解员询问“他也是第一次来你们店吗”，经营者回应：

S：没有，我做了十几年餐饮了，这样的顾客我真的头一趟见我，就是无理取闹。

经营者坚持消费者是“无理取闹”，拒绝给予消费者任何面子的空间。在这种情况下，调解已不可能成功，消费者只有“认输”才能接受结果，而这恰恰是面子无法接受的。失败调解的特点在于，经营者的积极面子需求（我是守法经营的好商家）与消费者的积极面子需求（我的投诉是正当的）形成直接冲突，且双方都不愿意让步。调解员虽然尝试缓和，但未能任何一方提供面子的保全的解决点。

4 小结

消费投诉调解是一种高度面子敏感的话语实践。消费者的面子需求主要表现为积极面子受损后的修复，经营者的面子需求兼具消极面子（经营行为不受干涉）和积极面子（被认可为守法经营），调解员则承担着双重面子工作，即维护执法权威的同时调和消费者与经营者双方的面子冲突。调解过程中三方参与者采用多样化的面子策略，例如积极面子策略，肯定认同、理解共情、寻求共识、提供帮助等，满足对方被认可的需求。消极面子策略比如间接表达、尊重自主权、减少强加感、给予补救机会等降低对对方自由的干涉。威胁面子行为及其缓和手段平衡批评与尊重对方面子。面子修复策略则是在冲突后恢复受损的面子。面子策略的成功运用与调解效果呈正相关。成功调解往往为双方提供了面子保全的解决点，也就是消费者权益得到支持，经营者能够在不失面子的前提下接受整改结果。失败调解则往往是由于面子冲突升级且无法化解。然而，面子策略也存在边界，在严重违法或情绪失控的情况下，面子工作需要让位于执法刚性或强制执行。面子策略的核心在于在权益博弈的过程中，始终意识到这同时也是面子协商的过程。权益的平衡需要通过面子的保全来实现，面子的保全也需要以权益的合理满足为基础。这一发现对消费投诉调解实践具有重要启示，调解员的素养不仅包括法律知识和调解技巧，还应包括面子分析与应对能力，即能够在执法的刚性要求与情感的人性关怀之间找到恰当的平衡点。

参考文献：

- [1] Brown,P.&S.Levinson. 1987. Politeness: Some Universals in Language Usage [M]. Cambridge:CUP.
- [2] Chen, Huqiang [陈虎强]. 1999. On the Concept of Face: An Analysis of a Typical Socio-Psychological Phenomenon among Chinese People [J]. Journal of Social Science of Hunan Normal University (1): 111 - 115. [论面子观念——一种中国人典型社会心理现象的分析,《湖南师范大学社会科学学报》[1]].
- [3] Deng, Yiheng [邓一恒]. 2015. Power and Neutrality in ChineseConflict Mediation:A Discourse Analysis of Mediation Strategies [M].

Tianjin:Nankai University Press. [《南开话语研究》系列丛书中国社区调解中的权力与中立调解策略的话语分析 英文,天津:南开大学出版社]

[4] Goffman, E. 1955. On face-work: An analysis of ritual elements in social interaction [J]. *Psychiatry*18(3): 213-231.

[5] Goffman, E. 1967. *Interaction ritual: Essays on face-to-face behavior* [M]. Garden City:New York Press.

[6] He Ziran et al. [何自然等]. 2011. *12 Lectures on Pragmatics* [M]. Shanghai: The East China Normal University Press. [《语用学十二讲》,上海:华东师范大学出版社].

[7] Jia, W. S. 2004. Chinese mediation and its cultural foundation [A]. In G. M. Chen & R. Ma (Eds.), *Chinese Conflict Management and Resolution* [C] (pp.289-295). Ablex Publishing.

[8] Lakeoff, G. 1973. Hedges:A study in meaning criteria and the logic of fuzzy concepts [J]. *Journal of Philosophical Logic* (4): 195.

[9] Mathilde Janier., & Chris Reed. 2017.Towards a Theory of Close Analysis for Dispute Mediation Discourse [J]. *Argumentation*, 31, 45-82.

[10] O' Keefe, D.J. 1977. Two concepts of arguments [J]. *The Journal of the American Forensic Association* XIII(3): 121 - 128.

[11] Ran, Yongping&Dingfang Shu [冉永平、束定芳]. 2021. *Ten Lectures on Pragmatics* [M]. Shanghai: The Shanghai Foreign Language Education Press. [《语用学十讲》,上海:上海外语教育出版社].