

亚里士多德三诉诸策略在公共演讲中的应用 ——以雷军演讲为例

颜 颖

苏州大学外国语学院, 江苏 苏州

收稿日期: 2024年11月7日; 录用日期: 2024年12月11日; 发布日期: 2024年12月24日

摘 要

亚里士多德的三诉诸策略, 即逻辑诉求(logos)、情感诉求(pathos)和人格诉求(ethos), 作为修辞艺术的核心部分, 是修辞学领域经久不衰的研究对象。本研究选取了雷军在不同场合、面对不同听众的演讲内容, 对文本中运用的修辞策略进行分析和解读, 探讨雷军是如何通过三诉诸策略实现演讲的说服目的, 获得良好的演说效果的。

关键词

亚里士多德, 三诉诸策略, 公共演讲分析, 雷军

The Application of Aristotle's Three Rhetorical Appeals in Public Speaking —Taking Lei Jun's Speeches as an Example

Ying Yan

School of Foreign Languages, Soochow University, Suzhou Jiangsu

Received: Nov. 7th, 2024; accepted: Dec. 11th, 2024; published: Dec. 24th, 2024

Abstract

Aristotle's three rhetorical appeals, *i.e.*, logical appeals (logos), emotional appeals (pathos) and personality appeals (ethos), as a core part of the art of rhetoric, is an enduring research topic in the field of rhetoric. This study selects Lei Jun's speeches on different occasions and in front of different audiences, analyzes and interprets the rhetorical strategies used in the texts, and explores how Lei Jun achieves the persuasive purpose of his speeches and obtains good oratorical effects through

Aristotle's three rhetorical appeals.

Keywords

Aristotle, Three Rhetorical Appeals, Public Speech Analysis, Lei Jun

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

说起公共演讲，人们往往会想起政治家，随着互联网时代媒介技术的发展，越来越多的普通人也有机会走到台前，发表演说。在商业界中，企业家们更是频繁发表公共演讲，有意识地塑造个人和企业形象，传播企业文化，进而推销企业产品，促进企业发展。修辞一词源于希腊文，本意是演讲的技巧。公共演讲一直以来都是修辞学的研究对象，西方国家对于公共演说的修辞研究历史悠久，每个政治事件、每个伟大历史人物几乎都伴随着重要的演讲，因此西方对于公共演讲的研究成果显著，大量关于如何发表公共演讲的畅销书问世，以演讲为中心的修辞研究、修辞批评繁荣发展。国内公共演说的理论和实践研究发展时间较短，主要集中在西方公共演讲指导书的翻译和沿用西方主流修辞批评范式对国内外政治家和领导人的演说进行分析。总体上说，国内外对公共演说的修辞研究主要集中在政治家的演讲上，对于企业家的演说分析较少。本文以雷军演讲文本为例，对演讲中应用的修辞策略进行分析，旨在为其他企业家的公共演讲提供积极有效的借鉴和参考，同时也可成为公共演讲修辞研究的一个补充和拓展。

2. 修辞学三诉诸理论

成功的演讲离不开修辞，古典修辞理论认为修辞往往能够决定演讲的效果和影响力。西方古典修辞理论创始人亚里士多德将修辞定义为：“一种能在任何一个问题上找出可能的说服方式的功能”[1]。亚里士多德认为在众多说服方式中，可以分为非艺术性手段(如法律条文、证人证词、合同、宣誓、刑讯等)和艺术性手段[2]。前者并非由说话人提供，而是一开始就存在，只要加以利用即可，后者指的是修辞发明，需要演说者通过修辞原理构建。由言辞实现的说服方式有三种，人格诉求、情感诉求、逻辑诉求。人格诉求指通过正在进行的修辞行为(如主题、语言表达、模态等)或既往的经验而实现正面形象的建构，以提高受众对修辞者人格人品的可信度[3]。情感诉求指通过修辞策略或手段来激发受众的情感，使受众处于易于接收说服的情感状态，进而实现其修辞目的[3]。逻辑诉求是指通过例证、逻辑推理等修辞手段来说服受众[3]。

3. 人格诉求

人格诉求是演讲中非常重要的因素，只有听众信任演讲者，才可能信任演讲者所讲的内容，进而被情感诉求打动以及被逻辑诉求征服。亚里士多德认为有三种品质可以引发人们对演说者品性的信心，即明智，美德和善意。美国著名演讲学者 Stephen E. Lucas 曾经提出，演讲者可以通过展示自己的才华、诚意和善意等以达到人品诉诸的目的[4]。

雷军总体上呈现了一个平易近人的企业领导人形象。在每场演讲中，雷军都以平缓的语速，和蔼的语气，一个个真实而又接地气的故事完成整场演讲，使得演讲变成了亲切的对话。再加上雷军在各个社交平台和线下活动中和网友友好互动，和观众亲切交流，为车主开车门等等，整体上为雷军塑造了一个

性格好、接地气、平易近人的形象。

雷军是一个非常谦虚的人，在演讲中他总是把自己的成功归功于团队和机遇，提及帮助过他的一些朋友，讲述小米员工团结一致，奋力拼搏的故事。这种谦逊的态度使观众感到亲切和真诚，更加信任雷军本人和小米集团。

雷军在演讲时经常讲述他求学及创业过程中的一个个故事，通过这一个个故事，我们看出雷军是一个非常自律努力的人。雷军在演讲中提到，他在武汉大学上学时，为了能在两年内修完大学四年所有学分，他上两倍的课，写两倍的作业，过两倍的考试，自学非常难的专业课。为了成为一名优秀的程序员，把程序写好，在三十多年前，电脑非常有限，全年级同学上机实践，只有一台小型机，每人每周只有几个小时的时间，为了有效利用上机时间，雷军就提前在纸上把代码写好，到了机房就可以直接输入，为了提高打字速度，就用打印纸把键盘拓下来，贴在课桌上，一边上课，一边敲桌子，练习打字。

雷军对懂感恩、有情怀的企业家形象的塑造也时常体现在他的演讲中。雷军在武汉大学 130 周年校庆的演讲中，讲述了他在武汉大学读书的时候，家里的负担很重，他非常努力地学习并拿到了很多奖学金。他在演讲中说到：

例 1：我曾经拿过武大当时最高的奖学金：2000 元，这笔巨款来自于一家企业的捐助。我当时特别感动，我现在都清楚地记得，在领奖台上，我就内心暗暗发誓：等我有了能力，我要十倍、百倍、万倍还回来。

在毕业六年后，在雷军二十七岁时，就开始了给武汉大学的第一次捐赠，在计算机学院设立了雷军奖学金。从那开始到今天，连续捐赠了几十年，在 2017 年，雷军给武大捐了一栋楼，在武大 130 周年校庆之时，他决定捐款 13 亿。他在演讲中讲到：

例 2：今天，我决定捐款 13 亿，内心特别激动。人生奋斗一辈子，到底为了什么？不同人有不同的答案。对我而言，能够回母校捐款，就是最值得做的几件事情之一。

4. 情感诉求

情感诉求指通过演说触动听众的情感，使听众处于某种心境，说服可以产生于听众。人们在不同的心境下，在愉悦、友好时与在痛苦、敌意时所做出的判断是完全不同的。所以听众处于合适的情绪对于演说十分重要。

在 2022 年 8 月的小米年度演讲时，三年来，世界发生了巨大变化，并很大地影响到了人们的工作和生活，面对连续不断的巨大变化，很多人感到焦虑和迷茫。在这样的大背景下，雷军给我们分享了他在创业过程中经历的多次人生低谷，他是怎么度过这些焦虑迷茫的时间的，又是怎么克服这些困境的。雷军讲到在 1992 年，微软进入了中国市场，金山为了生存下去，开始开发一套新的办公软件，抽调了几乎所有的程序员，投入了大量的精力和财力，三年之后，盘古 office 终于完工上市。令人没想到的是，盘古销量惨不忍睹，连预期的十分之一都不到。到第二年年初，情况没有任何好转，更麻烦的是 WPS 也卖不动了，公司收入锐减，连发工资都有点困难。那一年，雷军 26 岁，第一次面临这样的情况，雷军感到束手无策，经常失眠，经常一宿一宿的睡不着，觉得特别难熬。他讲到：

例 3：同事们也都很绝望，不少人离开了，办公室开始有点空空荡荡的。那个时候我经常彻夜睡不着。我还记得，好多个晚上，我独自坐在沙发上，静静的看着窗外，眼睁睁地看着对面楼里的灯一盏一盏熄灭，再看着天色一点一点亮起来。这种痛苦，只有经历过的人，才真的明白。

当下每个人或多或少都经历过失败，有过痛苦迷茫的阶段，雷军对自己个人经历的真诚分享极大地引起了大家的情感共鸣，拉近了听众与雷军之间的距离，使听众更容易接受雷军的观点。伯克曾说过，

因为彼此有共同点，所以更容易达成同一[5]。

而雷军一次次从困境中走出来的励志故事又深深感动听众，使听众大受震撼和鼓舞，更加信服雷军本人和小米集团。他鼓励大家：

例 4：你所经历的所有挫折、失败，甚至那些看似毫无意义消磨时间的事情，都将成为你最宝贵的财富。人生很长，无论如何，让我们保持信念：永远相信美好的事情即将发生。

雷军演讲中的情感诉求还体现在他通过讲述多个企业与米粉之间的故事来建立与米粉、消费者之间的情感连接。在 2010 年小米刚创业时，小米团队决定首先开始做操作系统，第一版系统做好以后，需要找用户来测试，征集了两个星期，来了一百人，小米团队认为这一百人对他们来说是最重要的人，为了感谢这一百人，他们决定把他们的名字写在手机的启动画面上，雷军说到：

例 5：这是一个十分重大的决定，大部分手机的开机启动画面都是公司的 logo，但是，我们认为用户比公司 logo 重要。

这一百个用户以及在场的听众一定因此感受到了一个厂商极大的尊重，一定会被小米集团的诚意所打动。

在 2021 年的小米年度演讲中，雷军讲述了之前在云南徒步时的一个故事。他在香格里拉的国家森林公园里徒步，偶遇了一个年轻人，叫姚聪，是华能集团的一个风电工程师。姚聪说他特别特别喜欢小米，他买得起任何品牌的手机，也用过其他品牌的手机，但最后还是坚定地选择小米，因为他认为小米是一个不一样的企业，小米的理念不是赚很多钱，小米选择了一条更难但是更有意义的路。雷军说到：

例 6：他这番话在我心里引起了轩然大波，我知道世界各地有千千万万像姚聪这样的米粉十年来一直默默地支持我们，相信我们。正是这些信任，才让我们克服了重重的困难，走到了今天的世界 500 强，走到了今天的全球第二。

雷军通过讲述姚聪的故事，再次展现了小米与米粉之间伟大的情义，通过一个生活中的真人真事唤起听众的情感，并与演讲者产生共鸣。雷军借此特别感谢数以亿计的米粉一直以来的支持与信任，加深了众多米粉与小米企业之间的情感连接。

在小米上市前夕，雷军公布了一项董事会的举措——将超过利润的部分全部返还给用户。雷军担心一旦上市，资本就会迫使小米做出超额利润，为了坚持做感动人心，价格厚道的好产品，雷军决定在上市前解决这件事情，雷军说：“优秀的公司赚取利润，伟大的公司赢得人心。”听众在听到这些话时，一定会被雷军以及小米集团所打动，消费者会更加相信这是一个伟大的公司，更愿意购买这些性价比极高的产品。

5. 逻辑诉求

逻辑诉求被亚里士多德视为三大说服方式之首，即“以适合所论问题的具有说服力的论据来对事情的真相加以证明或似乎有所证明”[1]。亚里士多德认为其实现方式有两种：例证法和修辞推论。

5.1. 例证法

例证法，即归纳推理，亚里士多德在《修辞学》一书中将其定义为修辞式归纳。演讲者需要通过一些案例甚至一个案例使听众得出结论。亚里士多德在《修辞学》一书中将例证分为两类：过去真实发生过的事实与演讲者发明的事实，并认为以前者为例价值更高。

雷军在 2022 年的年度演讲中讲到他人生中经历的多次低谷，第一件事是产品失败，公司研发的新办公软件上市后销量惨不忍睹，公司陷入生死存亡的紧急关头，雷军为了弄清楚软件卖不出去的原因，决

定到一线去站店卖货。而正是这次站店的经历让雷军收获巨大，让他明白了一个道理——做产品，一定要做用户需要的产品，不要做那些看起来高大上的产品。有了这个理解之后，雷军开始推出了金山词霸，金山毒霸等一系列爆品，公司得以生存下去。雷军坦言：

例 7：这件事，给了我巨大的启发，我特别庆幸，如果没有 1996 的这次危机的话，我仅仅作为一个工程师的话，完全没有机会补上这重要的一课。回头看，毫不夸张地说，这次站店的经历，对我的整个职业生涯，是一个巨大的宝贵的财富。

第二件事情是卖掉卓越网，2005 年，卓越网正式上线，在雷军的努力下，两三年时间，卓越网就变成了当时中国最大的 B2C 电商，业务进展非常顺利，但后来由于融资困难，雷军不得不将卓越网卖给了亚马逊。卓越网创办于互联网泡沫破灭之后，倒下于电商崛起之前，这件事情使雷军非常痛苦和煎熬，但这件事给了雷军很大的启发，创业需要运气，需要对大势有精准的判断。于是雷军重新扫描了产业里面所有的机会，抓住了移动互联网的巨大机会。

如果没有这些挫折，没有这些失败，没有这些挫折和失败带来的积累，就不会有今天的雷军。雷军通过列举自己的个人经历，得出结论，也是当场演讲的主题——你经历的所有的挫折和失败，甚至那些看似毫无意义消磨时间的事情，都将成为你最重要的、最宝贵的财富。

5.2. 修辞推论

修辞推论是一种演绎法，往往是具有省略性和或然性的修辞三段论。省略性是指修辞三段论的命题数往往少于常规三段论，在修辞推论中，三个命题(两个前提和一个结论)中的任何一个、甚至两个都有可能被省略，如果命题是受方已知的事实或大家共有的常识或明显的结论或表达方不愿明说的情况等[6]。或然性则指通常情况，而非必然。

使用修辞推论也是雷军演讲实现逻辑诉求的常用方法，雷军在演讲中提到他在上大学时，认识了一位武大学长王全国，技术水平很高，在当时校办的一家网络公司上班。后来他们决定一起写一款加密软件。这是雷军做的第一款商业软件，叫 BITLOK，这款软件当时销量很好，很受程序员和开发者的欢迎，持续升级了几代，卖了六七年时间，赚了不少钱。第一次干就大获成功，雷军坦言当时非常激动，但内心明白成功来自和王全国的合作，王全国当时已经留校当老师，成熟度，经验和资源都远超自己。雷军总结道：

例 8：一个人能力再强，也是有限的，找互补的朋友一起干，更容易成功。

“一个人能力再强，也是有限的，找互补的朋友一起干，更容易成功。”这句话是大前提，其中小前提是“雷军当时作为一名能力很强的程序员，也是在与朋友的合作下才获得了成功。”因此被省略掉的结论听众很容易能够得出：要想获得成功，即使你能力很强，与其他人合作才能更容易获得成功。

6. 结语

修辞学的逻辑诉求，人格诉求，情感诉求是演说中的重要说服方式，正确运用三诉诸可以使得演说获得较好的效果，实现劝说目的。演说者不仅要使辩论具有逻辑性和证明性，还得显露出自己良好的品行与人格，并使听众处于适宜的情绪中。雷军演讲内容彰显了自己平易近人，谦虚努力，有情怀有担当的企业家形象，以及小米集团团结努力，负责任的企业形象，有效诉诸人格；雷军演讲时真挚诚恳，情感充沛，使得听众深受感染，诉诸听众情感；雷军演讲富有逻辑，运用例证法和修辞推论等证明方式，具有可信度，以理服人，有效诉诸逻辑。由此可见，亚里士多德三诉诸策略在现代演讲中仍然具有生命力和很强的实用性、发挥着重要作用。演说者应根据不同的听众，不同的演说情景，灵活运用人格诉求、

情感诉求、逻辑诉求修辞策略，实现说服目的。

参考文献

- [1] Aristotle (1954) *Rhetoric*. Random House.
- [2] 蓝纯. 修辞学: 理论与实践[M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 2010: 40.
- [3] Aristotle (2007) *On Rhetoric: A Theory of Civic Discourse*. Oxford University Press, 38-39.
- [4] Lucas, S. (2010) *The Art of Public Speaking*. 10th Edition, Foreign Language Teaching and Research Press.
- [5] Burke, K. (1969) *A Rhetoric of Motives*. University of California Press.
- [6] 袁影. 亚里士多德“逻辑诉求”体系论证与解析[J]. 外国语言文学, 2023, 40(6): 49-58+130.