

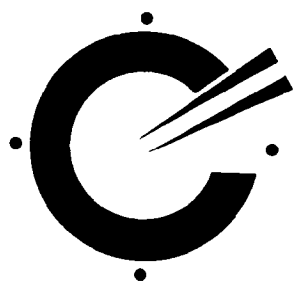
舆论战

经典案例评析

YULUNZHANYIBAILI
JINGDIANANLIPINGXI

盛沛林 王林 刘亚 主编

解放军出版社



舆论战 100 例

——经典案例评析

主编 盛沛林 王 林 刘 亚

解放军出版社

图书在版编目(CIP)数据

舆论战 100 例/盛沛林等主编. —北京:解放军出版社, 2004
ISBN 7 - 5065 - 4828 - 3

I. 舆… II. 盛… III. 舆论-作用-战争-案例-世界
IV. E869

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 140199 号

解放军出版社出版

(北京地安门西大街 40 号 邮政编码:100035)

海军政治部印刷厂印刷 解放军出版社发行部发行

2005 年 1 月第 1 版 2005 年 1 月第 1 次印刷

开本:850×1168 毫米 1/32 印张:8.5

字数:190 千字 印数:5000 册

定价:20.00 元

撰稿人:(按姓氏笔画为序)

王 亮	王 军	王逸涛	刘 泉
汪 涵	何芳芳	李 雪	李 薇
金 苗	杨华娟	孟 锦	张 勇
张昌俊	张艳红	曹 雨	崔艳华
程 欣	廖小菲		

前 言

新颁布的《中国人民解放军政治工作条例》明确提出：“发挥政治工作的作战功能”，开展“舆论战、心理战、法律战”。把“三战”放在重要战略地位，是着眼世界新军事变革中战争形态的深刻变化，对未来指导作战提出的一个创造性的战略思维，赋予了我军“打得赢、不变质”的使命任务和政治工作新的时代内涵，同时也是对信息化战争特点和规律的深刻揭示。

舆论战是根据国家战略意图和军事斗争任务，以舆论为武器，综合运用各种传媒和信息资源，激励我方战斗精神，削弱敌方战斗意志，为争取政治主动和军事胜利营造有利舆论环境的斗争行动。舆论战是配合国家政治、外交、军事斗争的重要形式，是信息化条件下一体化联合作战的组成部分，是发挥政治工作作战功能的基本途径。舆论战“古已有之，于今为烈”，在农耕时期、机械化战争时期和信息化战争时期，都发挥了不可替代的重要作用。

为了帮助部队官兵加深对舆论战基本理论和基本知识的了解和掌握，加深对古今中外战争中“舆论战”战法的了解和掌握，我们精选了古今中外舆论战战例 100 则，组织编写了这本《舆论战 100 例——经典案例评析》，奉献给广大读者，希望能起到丰富知识、开阔视野、启迪思维、指导实践的作用。

本书由盛沛林、王林、刘亚提出总体编写思路和框架结构，经过反复研究讨论，然后分工编写，最后由盛沛林、王林、刘亚统修定稿。

这本书是集体智慧的结晶。在本书编写过程中，我们吸纳、借鉴了军内外专家学者的许多理论成果，得到了南京政治学院各级

领导的关心和支持。王日中院长、文忠民政委、韩为工和刘定昌副院长、科研部蔡惠福部长都给予了精心指导,军事新闻传播系顾黎主任、李敏政委和苗润耿副主任给予了热情支持和帮助,解放军出版社政治理论编辑部刘善兴副编审、林雨编辑也花费了大量心血和汗水,在此谨一并表示衷心的感谢。

由于舆论战的研究尚处于起步阶段,加上编著者水平有限,书中难免有错讹之处,恳请读者不吝赐教,以便我们进一步修改完善。

编著者

二〇〇四年十二月

目 录

前 言	(1)
-----------	-------

农耕战争时期

1. 舆论斩首显示神威	(1)
2. 管仲作歌振奋军心	(4)
3. 烛之武妙言退秦师	(6)
4. 吊民伐罪赢得人心	(9)
5. 三寸之舌强于百万之师	(11)
6. 四面楚歌挫敌锋芒	(13)
7. 假传捷报挫敌士气	(15)
8. 月夜吹笳破胡虏	(17)
9. 流言似刀攻心伐谋	(19)
10. 煽情喻理瓦解敌军	(21)
11. 一纸檄文横扫千军	(23)
12. 怀柔软化暗藏玄机	(25)
13. 代天父“传言”征服人心	(27)
14. 冲冠一怒为红颜	(29)
15. 巧借天神舆论造势	(32)
16. 兵不厌诈 出奇制胜	(35)
17. 宣传“圣战”号令天下	(38)
18. 谎言亦可攻心	(41)

机械化战争时期

19. 巧借报纸设置骗局	(44)
--------------------	--------

20. 示假隐真建奇功 (47)
21. 战地记者“唤醒英国人的良心” (49)
22. 报阀煽动的战争 (51)
23. “精神旋风”横扫千军 (53)
24. 哀兵必胜 稳操胜券 (55)
25. “红男爵”舆论造势威震长空 (57)
26. 新闻压制藏玄机 (59)
27. 借风扬帆 舆论造势 (61)
28. 巧设疑兵奏奇效 (63)
29. “克尔之家”:德国信心破坏部 (65)
30. 《克里斯蒂娜》:德军的克星 (68)
31. 增强舆论战的“马太效应” (71)
32. 舆论:合纵连横的“破城槌” (74)
33. “露西塔娜”轮船模型的启示 (77)
34. “哈哈爵士”的精神旋风 (79)
35. 偷袭珍珠港:三千“水兵”游东京的舆论障眼 (82)
36. 一次可能扭转“太平洋战争”历史的电话采访 (85)
37. 侵华日军的急先锋——朝日新闻社的“新闻运动” (87)
38. 神秘的 GSI 工作小组 (90)
39. 贼喊捉贼的舆论诈术 (93)
40. “不战而屈人之兵”的新闻电影 (96)
41. 离间敌军同盟的电波轰炸 (99)
42. 声势浩大的“V”字运动 (102)
43. “第一播音员”的无形魅力 (105)
44. BBC 的隐语广播 (108)
45. 兵临城下的红场阅兵 (111)
46. 兵不血刃的“纸弹” (115)
47. 媒体用间 借刀杀人 (118)

48. 卡斯特罗借《纽约时报》新闻突围	(120)
49. 匈牙利事件中的广播电台对播	(123)
50. 扭转“古巴导弹危机”的扳手	(126)
51. “传单战”和“广播战”:无处不在的舆论攻势	(130)
52. 点燃第三次印巴战争的导火线	(133)
53. “广播星球大战”威力无穷	(136)
54. 记者招待会引燃“草原烈火”	(139)
55. 艾滋病病毒源自美国?	(142)
56. 特别的摇滚音乐会	(145)
57. 马岛之战:音乐怀柔的典范	(148)
58. 假新闻掩护英军登陆	(151)
59. 索马里“维和”:美军战区跨文化媒体公关的新尝试	(153)
60. 出兵海地:新闻“杀手”+军事“大棒”	(156)

信息化战争时期

61. 海湾战争:伊拉克多方争取舆论	(159)
62. 海湾战争:新闻舆论离间人心	(162)
63. 海湾战争:利用媒体弄假成真	(164)
64. 海湾战争:蛊惑人心的“三色宣传”	(167)
65. 海湾战争:总统频繁出镜 充当媒体战主角	(170)
66. 海湾战争:利用媒体施行诈术	(173)
67. 海湾战争:掩耳盗铃反遭舆论谴责	(176)
68. 海湾战争:虐待行为激起众怒	(179)
69. 科索沃战争:雄浑音符构筑舆论防线	(181)
70. 科索沃战争:谢伊一度成为“电视明星”	(184)
71. 科索沃战争:新闻管制新手段	(186)
72. 科索沃战争:“网”上的人民战争	(189)
73. 科索沃战争:南联盟的媒体防御战	(191)
74. 科索沃战争:遏制敌方媒体声音	(193)

75. 车臣战争:面对绘声绘色的谎言…………… (195)
76. 车臣战争:以牙还牙反“围攻”…………… (198)
77. 车臣战争:媒介是柄“双刃剑”…………… (200)
78. 阿富汗战争:语言专家变成“舆论杀手”…………… (203)
79. 阿富汗战争:布什利用大众传媒先声夺人…………… (205)
80. 阿富汗战争:媒体轰炸赢得国际舆论…………… (208)
81. 阿富汗战争:开足宣传机器安抚民心…………… (210)
82. 阿富汗战争:新闻与公关的互动…………… (212)
83. 阿富汗战争:统一口径排除噪音…………… (214)
84. 阿富汗战争:即时直达耳膜之音…………… (217)
85. 阿富汗战争:旧瓶装新酒…………… (219)
86. 阿富汗战争:拉丹借助“半岛”电视台反击…………… (221)
87. 阿富汗战争:美国与塔利班激烈的“口水战”…………… (224)
88. 伊拉克战争:文明浩劫激发反战舆论…………… (227)
89. 伊拉克战争:宗教激情唤起舆论认同…………… (229)
90. 伊拉克战争:录像画面使美军胆战心惊…………… (231)
91. 伊拉克战争:“新闻中心”宽严有别…………… (233)
92. 伊拉克战争:“小鹰”对记者礼遇有加…………… (236)
93. 伊拉克战争:无声的议程设置…………… (239)
94. 伊拉克战争:真真假假的老萨生死消息…………… (242)
95. 伊拉克战争:“拯救女兵林奇”的神话…………… (244)
96. 伊拉克战争:“炭疽夫人”击中美军软肋…………… (246)
97. 伊拉克战争:事实胜于雄辩…………… (248)
98. 伊拉克战争:套向记者的“紧箍咒”…………… (250)
99. 伊拉克战争:重新“洗牌”煽动人心…………… (252)
100. 伊拉克战争:美倒萨舆论“四步曲”…………… (254)

1. 舆论斩首显示神威

春秋战国时期，燕国派兵一举攻占了齐国聊城。有人向燕王进言说燕军主将怀有二心，应速将其召回。燕将怕惹上杀身之祸，只想守住聊城，不敢回国。齐将田单趁机想攻下聊城，但一年多没有攻克，齐军却伤亡过半。

田单为攻城之事烦恼，于是请来齐国著名谋士鲁仲连。鲁仲连听说此事后，心生一计，亲笔写了一封信，绑在箭上，射入聊城城中。燕军主将看到有箭从城外射入，箭头上还绑着一封信，忙命人将信取来。

信上写道：“我听说智者不放弃良机而放弃眼前的小利；勇士不怕战死疆场而怕英名磨灭；忠臣不考虑自己而想着为国尽忠。如今你因一朝之愤而不顾燕王的君臣之义，这是不忠；杀身以亡聊城而威名不显于齐国，这是不勇；功败名灭，后世不加称道，这是不智。凡是不忠、不勇、不智者，那么世上的国君便不把他当成臣子，游说之士也会将他作为反例而耻笑，天下的智者也会对他不齿。今日我愿意详细叙述这些情况，希望你们能好好思考。想当年，楚国攻打齐国的南阳，魏国攻打齐国的平陆，但是齐国却并不惊慌，认为失掉南阳不如得到济北（即聊城）的利害大，于是齐国果断地放弃了南阳，断弃了右壤，一举安定了济北，由此可见，齐国对聊城的重视。

后来，楚魏两国都从齐国撤兵，因为他们明白攻打齐国是根本不可能的事情。如今，燕国攻齐，表面上看已有所得，但若齐国以全力应战，只怕你们是达不到目的的。况且燕国大乱，君臣不和，上下猜忌，根本无力攻打齐国。燕将栗腹曾率十万大军攻打赵国，

结果却被赵军围困,以致燕国土地被割,主帅被困,惹得天下人耻笑。如今,你们若不想重蹈覆辙,想人马保全,就应该速速撤军回国,燕王必然高兴,你们也可以和妻子儿女团圆,声名也可以重新显扬。若不然,也可以投降齐国,可以列地封侯,尽享荣华富贵。所以我为你们考虑,不归燕国就归齐国,二者可择其一。如今你们困守孤城,齐国兵马日益增多,燕国的救兵迟迟不到,你们究竟想将自己置于何地呢?事不宜迟,请你们速作决断。”

燕军主将读罢此信,感到句句都戳到自己的痛处,大哭了三天三夜,心中仍然犹豫不决。他思量再三,觉得进退两难,早晚一死,于是自杀而亡。驻守聊城的燕军见主将自杀,顿时乱作一团。田单趁乱杀出,一举攻陷了聊城。

【评析】

战争中,军队的将领是整个队伍的核心和首脑,中国古代兵书上对将领有着这样的要求“智、信、仁、勇、严”。将领能否正确决策、有效指挥决定着战争的胜负,而将领本人士气的高低也影响着军队的整体士气。因此,中国古代兵法中有:“擒贼先擒王,打蛇打七寸”,这也正是战争的“斩首”策略。

本战例中,鲁仲连一封书信轻取聊城,原因在于他在分析当时驻守聊城的燕国大将心理后,深知从舆论上“斩首”是不战而胜的良策。在信中,鲁仲连循循善诱帮燕将分析了利害关系,字字句句刺到燕将的痛处,使其情绪沮丧,心理上陷入了进退两难的境地,最终拔剑自刎。将领的自杀使燕军陷入群龙无首的僵局,引起了燕军的混乱,必然不堪一击,不战自败。

这正是运用了舆论斩首的策略。这一舆论策略指向明确,即针对敌军的首脑展开舆论攻击。舆论攻势重点应放在敌方的将帅政要和决策层、要害部门人员上,借用书信、语言的口头传播等方式制造舆论,离间关系,煽动不良情绪,甚至在舆论界丑化其形象,进而引发将士和民众的反感情绪,激发敌内部的混乱,从心理上瓦

解敌军,动摇甚至摧毁敌方首脑的抵抗意志,削弱其对军队的控制能力和指挥能力。舆论斩首策略有助于加速敌方消极心理的产生和蔓延,加速其情绪的崩溃。

(张艳红)

2. 管仲作歌振奋军心

公元前 663 年,在燕国的请求下,齐桓公派兵征伐山戎诸国,管仲随同前往。大队人马进入孤竹国境内,当地地势险要,草木茂盛,队伍无法辨识道路,只好一边凿山开路一边行进。由于征战疲累、军心动摇,加之山路艰难,军队士气低靡。齐桓公忧心忡忡,一筹莫展。

管仲见状,想起一件往事。公元前 685 年,齐桓公在鲍叔牙的策划下,在今天的山东临淄西南一带打败了鲁庄公的军队,逼迫鲁国杀死在此避难的齐国公子纠,交出他的老师管仲。鲁国君臣认为管仲是天下奇才,若让他回齐国必被重用,于是准备杀掉管仲。齐国的使者用计哄骗鲁庄公,使其同意把管仲交给使者带回齐国。管仲坐在囚车里,心想,鲁国虽然放过自己,可一旦反悔,必派兵来追,怎么办?只有早早离开鲁国才是上策。于是,管仲心生一计,编了一首激昂的《黄鹄之歌》,一字一句教推囚车的奴役们唱,他们边走边唱,情绪激昂,越走越有劲,不到一天竟走了两天的路。当鲁庄公的追兵赶到齐鲁交界处时,管仲已经到了齐国的境内。

想到这件事,看看眼前大军的困境,管仲灵机一动,何不作歌来激励官兵士气呢?于是,他编了两支歌,一支叫《上山歌》,一支叫《下山歌》,教官兵唱起来。

《上山歌》的歌词是:“山嵬嵬兮路盘盘,木濯濯兮顽石栏。云薄薄兮日生寒,我驱车兮上。风伯为驭兮俞儿操杆,如飞鸟兮生羽翰,跋彼山巅兮不为难。”

《下山歌》的歌词是:“上山难兮下山易,轮如环兮蹄如坠。声鳞鳞兮人吐气,历几盘兮顷刻而平地……”

军士们唱起这两首歌,顿时精神百倍,你唱我和,士气高涨,大大加快了行军速度,终于克服了行军途中的重重艰险。

【评析】

人是战争的主体,是最活跃、最主动的因素。战争始终以人为本,具体来说,既包括人的智慧和能力,又包括人的主观精神。战争中物质因素决定了最终胜利的可能性,而精神因素是这种可能性能否成为现实的主导因素。科学地调动人的主观能动性,使其得到充分发挥,必将大大提高军队的战斗力。军事家克劳塞维茨在他的名著《战争论》中谈到:“军人的勇气和士气在过去各个时期都曾使军队的物质力量成倍地增强,今后仍会这样。”可见,高昂的士气是一支部队的战斗力和活力所在。

舆论作为一种意识的集合体,是影响一支部队思想和行为的巨大精神力量。战争中,舆论可以激励官兵斗志,增强部队的战斗精神和活力。舆论的载体有多种,嘹亮的军歌、激昂的口号标语等是常用的激励士气、鼓舞斗志、振奋军心的舆论载体。歌谣、口号标语等等可以调动官兵心中的积极情感,随之广泛传播,由其产生的高昂情绪迅速在整个队伍中蔓延,在舆论的影响下,官兵的战斗精神得到增强,部队将成为一支忠诚不渝、不畏艰险、士气高昂的队伍。

由此可见,战争舆论不仅是对敌作战的武器,而且是激发战斗精神的工具。

(张艳红)

3. 烛之武妙言退秦师

公元前 630 年 9 月，秦国和晋国联合攻打郑国。秦晋两国的大军在晋文公和秦穆公的率领下很快包围了郑国的都城。

面临两国的围攻，郑文公深知郑国从兵力上很难敌过秦晋大军。他忧心忡忡，派人找来了能言善辩的老臣烛之武。在国难当头之时，烛之武摒弃个人恩怨，同意亲赴秦军大营说服秦穆公退兵。

晚上，烛之武趁着夜色腰系绳索从郑国城墙上滑下，穿过大军的包围，直奔秦军营寨。在营寨外，老臣烛之武放声痛哭，哭声引起秦穆公的注意，他派手下人把烛之武捉到帐中。

秦穆公问烛之武：“你是谁？为什么半夜在营寨外哭泣？”烛之武回答说：“老臣烛之武，因为看到郑国就要灭亡了，所以在此处大哭。”秦穆公闻听心中暗喜，又问道：“你为何在我军营门外哭泣？”烛之武答道：“老臣哭郑国，也是在哭秦国啊！郑国灭亡是在所难免，可惜的是，秦国的灭亡就在眼前！”秦穆公大怒，呵斥道：“你这贼臣，怎敢口出狂言？”烛之武镇定自若，说道：“秦晋两国合力攻郑，就算把郑国灭亡了，对秦国来说也是有损无益的。因为秦国在晋国的西面，与郑国相隔甚远，无法越过晋国去夺取郑国的土地，也无法把郑国作为自己的边鄙。而晋国却不然。晋国和郑国相连，如果这次秦晋大军打胜了，郑国的领土必然归于晋国，这样一来，您就等于帮助晋国扩大疆域。秦晋两国本来势均力敌，如若晋国得到郑国的土地，国势就会大大强于秦国，你们的力量也就等于削弱了。如果不灭亡郑国，将郑国作为秦国的东道国，贵国的使臣经过可以作为歇脚之处，可以在郑国得到补给，对贵国岂不是莫大

的好处？再说，晋国向来言而无信，您曾经帮助过晋惠公，当时他答应给您焦、瑕之地作为酬谢，但他一旦渡河回国，就背弃约定，立即筑城来增强守备。这件事您一定没有忘记吧？晋国的胃口哪有满足的时候呢？他们这些年天天扩军备战，不停兼并土地。今日向东将郑国作为自己的疆界，来日必定会向西扩张攻取秦国的。大王难道忘记了假途伐虢的教训了吗？”

听了烛之武一番话，秦穆公恍然大悟，如梦初醒，当即与郑国结盟。除留下杞子、逢孙、杨孙等三员大将率兵两千帮郑国守城外，主力人马悄悄撤回国了。秦军一撤退，晋国十分生气，深感孤掌难鸣，也只好撤兵回国。就这样，一场迫在眉睫的战争在烛之武的妙语中顷刻化解了。

【评析】

利用矛盾，争取同盟军，打击主要敌人，不四面树敌，借助舆论的力量，远交近攻，化对立为联盟，扩大联合阵线，获得战争舆论的最广泛支持，这种谋略是克敌制胜的重要手段。

烛之武是一位能言善辩的大臣，在兵临城下、国难当头之时，他深明大义，担负起捍卫国家主权的使命，只身赴秦营，面对强敌，毫无畏惧、不卑不亢，以机智善辩的外交才能化解了郑国的危机。他列举事实，运用理性和逻辑的力量、缜密的思维和论辩，步步深入，成功地离间了秦晋两国关系。一开始，他从关心秦国前途命运的角度出发，分析灭亡郑国对秦国有害无益，只是秦国帮晋国扩大疆土、增强国力而已，只会加速秦国的灭亡。然后他诚恳地保证，如果秦师撤退、保存郑国将会对秦国大有好处，郑国将与秦国交好，“行李之往来，共其乏困”。这是郑国请求秦国退兵所施予秦国的小小恩惠，既可使对方感兴趣，以权衡利弊，又不失本国尊严。一番利诱之后，烛之武从秦晋的历史关系入手，揭示出晋国过河拆桥、忘恩负义的本质，公开挑拨秦晋两国关系；并引导秦穆公认识到晋的贪婪会给秦国带来的危险。烛之武的巧妙之处在于抓住了