

大国崛起

大国崛起

舆论传播策略

柯楚一著



大国崛起 必历竞争
竞争之道 争心为上
争取人心 首选舆论



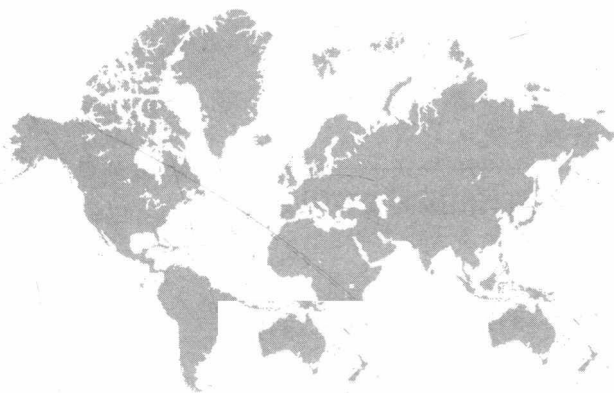
中国出版集团

世界图书出版公司

大国崛起

舆论传播策略

柯楚一著



中国出版集团

世界图书出版公司

西安 北京 上海 广州

图书在版编目(CIP)数据

大国崛起:舆论传播策略/柯楚著. —西安:世界图书出版西安有限公司,2016.5

ISBN 978 - 7 - 5192 - 0923 - 0

I. ①大… II. ①柯… III. ①舆论—传播学—研究—中国 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 080898 号

大国崛起:舆论传播策略

著 者	柯 楚
责任编辑	赵亚强 雷 丹
校 对	刘 青 王 冰 邓碧琳 郭 茹
封面设计	诗风文化

出版发行	世界图书出版西安有限公司
地 址	西安市北大街 85 号
邮 编	710003
电 话	029 - 87233647(市场营销部) 029 - 87235105(总编室)
传 真	029 - 87279675
经 销	全国各地新华书店
印 刷	陕西金德佳印务有限公司
成品尺寸	240mm × 170mm 1/16
印 张	20
字 数	300 千

版 次	2016 年 5 月第 1 版 2016 年 5 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 5192 - 0923 - 0
定 价	45.00 元

☆如有印装错误,请寄回本公司更换☆

前 言

历史上,人类的争斗或竞争,经历了争领地、争人口、争财富、争资源、争人才等形式或阶段。为达到这些目的,通常都会造成各方激烈、持久的暴力冲突,即使是获胜一方也会付出沉重的代价并长久不得安宁。第二次世界大战之后数十年,美国悄悄实施了争夺人才战略,获益颇丰;之后,又悄悄开始争夺话语权,得益更大,并因此而搞垮了苏联及其东欧盟友。

从竞争方略上讲,古今中外、究往察来,笔者认为,最高明的竞争就是争取人心。争取人心,可以不动声色、和风细雨地于不知不觉之中达到“不战而屈人之兵”的效果。而舆论传播,则是争取人心的首选利器。

从竞争方术上讲,舆论传播必须讲究策略。高明的舆论传播策略,可以“四两拨千斤”地实现自己的竞争意图。比如,中国共产党运用“打土豪、分田地”六字传播,一举赢得了天下民心。反之,不讲究策略的传播,不仅效果差,而且有副作用。

改革开放后,世情、国情、民情发生了巨变,国际国内舆论传播形势亦随之变化。从国际上讲,中国刚刚摆脱贫困,“中国威胁论”

即甚嚣尘上,在国际舆论场中,我国常常被打压,在舆论交锋中,我们常常处于被动。从国内讲,以前,政府在群众中的威信极高;后来,政府公信力有所减弱。这其中,传播策略不适应形势发展,是重要原因之一。

大国崛起,必历竞争;竞争之道,争心为上;争取人心,首选舆论。要实现中华民族伟大复兴的中国梦,必须要有与之相适应的舆论环境。如何营造舆论环境?如何引导舆论?如何讲好中国故事?本书乃抛砖引玉之作,试图探讨大国崛起过程中的舆论传播策略,不当之处,敬请斧正。

柯 楚

2016年4月

目 录

第一章 舆论 最锋利的工具 / 001

第一节 大国竞争的方略 / 002

一、从钱学森的高明建议看竞争方略 / 002

二、历史上人类竞争的演变 / 007

三、大国竞争成败得失的启示 / 011

四、中华民族复兴的关键 / 013

第二节 兴周倾商的舆论传播策略 / 018

一、传播神话,培植威信 / 018

二、修德图治,扩大影响 / 019

三、和平演变,瓦解商朝 / 024

四、舆论文伐,丑化强敌 / 026

五、宣传发动,摧枯拉朽 / 028

六、九分舆论,一分军事 / 032

第三节 舆论传播格局的深刻变化 / 034

一、媒体网络化进程已经完成 / 034

二、网络媒体化进程不断深化 / 039

三、媒体大众化进程正在发展 / 041

第二章 信仰 最基础的传播 / 045

第一节 中国人的信仰脉络 / 046

一、有敬畏,有崇拜 / 046

二、有敬畏,有礼制 / 047

三、有敬畏,有信仰 / 049

四、无敬畏,有信仰 / 050

第二节 信仰决定着国运盛衰 / 051

一、统一信仰撑起大汉雄风 / 051

二、统一信仰造就大唐盛世 / 054

三、信仰缺失致使国家倍受欺凌 / 057

第三节 中国建立信仰的艰苦探索 / 059

一、信仰的比较与筛选 / 059

二、精英们的信仰抉择 / 067

三、为了信仰而抗争 / 070

四、建立信仰的步骤 / 074

五、得失分析与思考 / 079

第三章 宣传 最上乘的传播 / 089

第一节 宣传事业的始祖——舜帝 / 090

一、远古年轮中的宣传传播 / 090

二、有关舜帝开展宣传传播的记载 / 091

三、舜帝的宣传传播成就简析 / 092

四、舜帝确立了“宣传传播”的基本方针 / 094

第二节 剖析宣传之难 / 097

一、宣传的起源 / 097

二、从宣传的概念看宣传之难 / 098

三、从宣传的属性分析宣传之难易 / 099

四、从宣传的手法看宣传之难 / 102

五、从西方社会的认知看宣传之难 / 104

第三节 宣传的六个效应 / 110

一、宣传的矛盾效应 / 110

二、宣传的同一效应 / 111

三、宣传的责任效应 / 113

四、宣传的迎合效应 / 113

五、宣传的精英效应 / 114

六、宣传的鼠粪效应 / 115

第四节 解析西方的宣传策略 / 117

一、国家统筹 / 117

二、智囊策划 / 118

三、只做不说 / 119

四、服务主体 / 120

五、制造对立 / 121

六、多方策应 / 122

第五节 中西方宣传的区别 / 124

一、西方强国高明的宣传方略 / 124

二、西方强国高超的宣传方法 / 125

三、中国特色的宣传 / 126

第六节 宣传的注重事项 / 128

一、任何宣传,宜暗不宜明 / 128

二、政务宣传,宜实不宜虚 / 130

三、典型宣传,宜少不宜多 / 131

第四章 新闻 最便利的传播 / 135

第一节 新闻的特征及属性 / 136

一、新闻的定义和特征 / 136

二、事实是新闻的本源 / 138

三、新闻与事实的关系 / 139

四、新闻与信息的关系 / 141

五、新闻与历史的关系 / 142

六、新闻与宣传的关系 / 142

第二节 新闻传播的九个效应 / 147

一、首声效应 / 147

二、合声效应 / 148

三、汇聚效应 / 151

四、放大效应 / 152

五、扩展效应 / 153

六、共振效应 / 154

七、策动效应 / 155

八、洼地效应 / 156

九、溃坝效应 / 159

第三节 提高新闻传播效益 / 162

一、新闻报道的信息来源 / 162

二、追求正面事件社会效益最大化 / 164

三、严防正面事件产生负面效应 / 171

四、力争负面事件产生正面效果 / 179

第四节 试将新闻做利器 / 189

一、武王伐纣中的舆论战 / 189

二、陈胜、吴广善用舆论战 / 190

三、近代战争中的舆论战 / 192

四、美国等西方大国的舆论战 / 196

第五章 故事 最生动的传播 / 203

第一节 口耳相传讲故事 / 204

一、口耳相传的民间故事 / 204

二、中国四大民间故事 / 209

三、中国故事的内涵 / 214

第二节 借助媒体讲故事 / 221

一、毛泽东讲故事 / 221

二、习近平讲故事 / 226

三、大众传媒讲故事 / 235

第三节 通过文学讲故事 / 239

一、中国文学的独特魅力及传播困局 / 239

二、普及汉语是中国文学传播的基础 / 241

三、树立一个光彩夺目的文学大奖项 / 243

第四节 运用电影讲故事 / 246

一、运用电影故事展示国家形象 / 246

二、运用电影故事展示制度形象 / 249

三、运用电影故事展示政党形象 / 251

四、运用电影故事展示民族形象 / 254

五、运用电影故事展示国人形象 / 255

第六章 典型 最形象的传播 / 257

第一节 先进典型的历史渊源 / 258

一、关于先进典型的起源 / 258

二、我国古代先进典型的塑造和传播 / 260

三、西方的先进典型传播 / 265

四、中国与西方先进典型的比较 / 269

第二节 先进典型的社会效益 / 274

一、先进典型的传播树立了中共良好的形象 / 274

二、先进典型的传播激发了强大的战斗力 / 276

三、先进典型的传播催生了社会新风 / 279

第三节 先进典型的选树 / 282

一、传统先进典型的五个特征 / 282

二、如何选树先进典型 / 285

三、剖析两个最具影响的先进典型 / 290

第四节 先进典型的宣传 / 297

一、科学把握现实先进典型宣传 / 297

二、注重宣传虚拟先进典型 / 300

三、适当树立反面典型 / 305

后 记 / 309

第一章

舆论

最锋利的工具

大国之间竞争的胜败，主要取决于竞争方略和策略。历史上，人类的竞争经历了争领地、争人口、争财富、争资源、争人才等形式或阶段。随着形势的发展，夺取别国的土地，会招致激烈地反抗；夺取别国的人口，会增加自己国家的负担；而争取别国的人心，才是『不战而屈人之兵』的决胜之道。舆论，是争取人心的首选利器。

第一节

大国竞争的方略

当今大国之间的竞争,与中国古老的围棋对弈十分相似,而与象棋对决不同。围棋对弈,甲方战胜乙方,并不是将对方杀得片甲不留,而关键在于“紧”对手之“气”、“夺”对手之“神”。双方阵营对弈,一方阵营的一个棋手败下阵来,另一个棋手会继续上场,与对方较量。所以,双方博弈,关键是夺取对方的“气”和“神”,特别是完全夺取对方阵营中人的“气”和“神”。当今时代,依靠武力和财力完全降服别国,既不可能也没必要,只要“占领”其国民的大脑就足够了,就是最大的胜利,甚至是完全的胜利。所以,“占领”人的大脑,是竞争制胜的根本方略。

一、从钱学森的高明建议看竞争方略

日常生活之中,我们常见“围棋”高手博弈。双方对弈之初,都十分重视“布眼”,对弈之中,都会适时调整布局。往往旁观者看到执棋人随手丢下的一些闲棋冷子感到不解,但随着棋局的深入,这些当时的闲棋冷子,却常常发挥出意想不到,甚至是决定胜负的作用。

国之大事,有时与围棋博弈十分相似。一个国家昌盛还是衰败,一项事业兴盛还是失败,在很大程度上取决于战略的顶层设计和初始的谋篇布局,随着形势的发展,还需适时调整和修正顶层发展战略和阶段发展方向。这一点在新中国成立之初表现得相当明显,尤其是在新中国航天事

业的发展上,更是体现得淋漓尽致。

1949年10月1日,中华人民共和国成立后,退守台湾的蒋介石即令国民党空军开始空袭大陆沿海重要城市。美国趁朝鲜战争爆发之机,进入我国台湾,开始派遣美军飞机入侵我东部沿海地区。

1952年,美国派驻台湾的情报机构,与国民党空军情报署共同策划、组编、训练了“蝙蝠中队”“黑猫中队”和“虎瞰大队”等3个空中专业间谍部队,对中国大陆进行空中侦察活动。

1953年,美国总统艾森豪威尔上台后,与台湾签订了《共同防御条约》,封锁遏制中国大陆,并为国民党空军全部换装了最新喷气式战斗机。由美国中央情报局驻台机构人员、军事顾问控制和策动国民党空军,频繁地袭扰大陆地区,向大陆纵深地区进行战略侦察,使海峡两岸长期处于紧张的军事对峙和战争状态。其中,空中交战成为战争的主要方式,大陆进入了最复杂、最曲折、最艰难的不间断的防空作战时期。虽然每次空中作战规模都不大,绝大多数是对付单批或单架敌机,但是,由于敌机入侵活动时间长、范围广、形式多、形影大,所以,每次空中作战都牵动全国,每次作战结果都影响着国际舆论,倍受国际社会关注。从这个意义上讲,美蒋与大陆的空中较量,既是尖锐的军事对抗,更是严肃的政治斗争。同时,也是世界防空史上持续时间最长、斗争形式最复杂的特殊战争。

当时,大陆空军的飞机、雷达及其他装备等,远远不如美蒋。大陆的军机没有雷达,只能依靠地面雷达引导到大概范围,然后由飞行员依靠肉眼寻找敌机;而对方的飞机都配备了先进的通信设备和雷达,能够快速发现大陆起飞的军机,从而轻而易举地躲避攻击。另外,美蒋的军机速度快、飞得高,大陆军机常常追不上、够不着,后者必须依靠坚强的意志和勇于牺牲的精神与之抗争。

此外,美蒋的军机常常是“暗夜、低空”活动,令雷达等防空装备非常落后的大陆有力无处使。

所谓暗夜,就是在农历的每个月月上旬或下旬的夜间出动。进出大陆

的具体时间,则依月亮的起落而定。上旬,采用月落后飞入大陆,天亮前飞离大陆返航;下旬,则在天黑后飞入大陆,月出前飞离大陆返航。

所谓低空,就是在地面以上 500 米高度飞行进入大陆。之后,根据航线上的实际地形,随机变换高度,平原地区飞行高度为 300 米至 400 米,受到威胁时则在 200 米左右高度飞行。敌机先进的雷达导航设备,能够确保其低空飞行的安全。当时,大陆空军只有少量装有机载雷达的米格-17 歼击机,但这种雷达是单脉冲发送、回波技术,不具有俯视侦测目标的性能,只适用于 3000 米以上高度侦测,低于 3000 米高度,就受到地面物体回波的干扰,机载雷达显示器上无法辨别目标是固定的或移动的,这给大陆防空预警和空中作战造成了很大的困难。

一次,美蒋空军“蝙蝠中队”的一架 B-17 飞机,晚上从福建飞入大陆后,低空飞越大陆 9 个省,到达石家庄地区,在长达 9 个多小时的时间内,未遭受任何打击,这惊动了国家领导人。“蝙蝠中队”另一架 P-2V 型空中侦察机,曾窜扰大陆 27 次,如入无人之境。

早在新中国成立之前,中共中央政治局就提出建立一支空军的要求。1951 年,新中国政务院和中共中央军委做出了《关于航空工业建设的决定》,并计划投入相当于“60 亿斤小米”的经费,研发、制造自己的飞机。1952 年,又颁发了《中央军委对航空工业建设的决议案》。1953 年至 1955 年 3 年间,国家为研发、制造飞机的航空工业系统配备了 300 多名优秀干部。同时,中央领导几次提出“要把航空工业职工的工资提高一些”,甚至提出“航空工业工人工资可比其他部门高 25%”,等等。可见,大陆上上下下对发展飞机生产的高度重视。

正在这一关键时刻,1955 年 10 月 1 日,一个了不起的人,突破重重阻挠、历尽种种磨难,回到了自己的祖国。这个人就是钱学森。现在我们可以说,钱学森当年一回国,就及时、迅速地为新中国布下了一颗关键而神奇的“棋子”。

钱学森回到中国大陆之后,立即投入了报效祖国的事业之中。通过

认真调查研究,在准确掌握了新中国的综合国力、经济基础、科研力量、技术水平、工业现状等情况的基础上,于1956年初,迅速向中共中央、国务院提出《建立我国国防航空工业的意见书》。这个意见书,对于当时的防空作战和国防安全,发挥了立竿见影的奇效,对于中国大陆后来的航天事业,发挥了基础性、关键性作用。

钱学森认为,苏联、美国都先发展飞机工业,在制造飞机的基础上,再发展火箭和导弹。我们不能走他们的“老路子”。钱学森建议,中国大陆“应当走先发展导弹,再发展飞机的路子”。

钱学森对于先发展飞机还是先发展导弹,做了具体分析,大致包括以下几点:

第一,在可行性上,制造飞机的技术要比制造火箭导弹复杂得多。中国人虽然不缺乏研究、设计飞机的智慧,能够很快完成飞机的研发,但我们缺少制造飞机的材料。而材料科学,很大程度上是一门经验学科,必须要经过长期的科学试验、特别是经验积累,才能生产出制造飞机所必需的材料;这个过程太过漫长,难以满足迫在眉睫的防空需求。而发展导弹,则非常便利,导弹是一次性使用的,对制造材料要求不高,生产起来相对容易。

第二,在经济效益上,新中国一穷二白,财力薄弱,难以满足研究、设计、制造飞机的基本需求。即使劳财费力生产出自己的飞机,在相当长的时期内,其性能也无法与美蒋飞机相比,空中作战难以取胜。而在防空作战中,一枚价值低于2000美元的导弹,就能够轻而易举地击落一架价值2000万美元以上的飞机。

第三,在飞行速度上,飞机远远不及导弹,飞机只能做到3马赫至5马赫,而导弹可以达到20马赫。

第四,在作战效能上,虽然飞机载弹量大,但有了核弹、氢弹以后,重量很小的核弹、氢弹就能产生巨大的威力。所以,在这方面,飞机的优势就基本不存在了。

第五,在第二次世界大战期间,飞机的平均使用次数,如果不被击落大约是10次。而随着防空技术的发展,目前飞机平均使用寿命至多5次。所以,花费很大代价发展飞机并不划算。

第六,在机动性能上,飞机的起落需要有机场等配套设施而导弹则不需要。

第七,在生产设备上,我国在生产飞机必需的风洞建设上,与国际水平的差距很大。

钱学森的分析对比结果是,当前,无论从哪一方面来看,发展导弹都比发展飞机优越。飞机的强击任务,可用中程导弹来替代;飞机的侦察任务,可用飞航式导弹通过电视摄影替代;飞机在运输方面,也有可能用跳跃式飞行的火箭飞机替代。

钱学森最后结论和建议是:“在军用上,飞机的效能已接近了它的末期”,“飞机最后必然让位于速度更快的导弹”,“我认为,不能再走别的老路,由飞机到导弹,而应该直接研究导弹”!

钱学森的观点引起了党内最高决策层、业内专家的高度重视和广泛认可,特别是受到了周恩来总理的大力支持。钱学森的建议,迅速变成了国家决策。1956年,国务院、中央军委根据钱学森的建议,成立了航空工业委员会,并任命钱学森为委员,专司导弹、航空科学研究。

1960年11月5日,中国第一枚导弹发射成功。从此,中国大陆迅速摆脱了防空作战中的被动局面。之后,中国人民解放军连续用导弹击落、击伤美蒋进犯大陆的飞机近300架。其中,包括之前提到的“蝙蝠中队”那架进犯大陆27次P-2V型空中侦察机。美蒋飞机再也不敢进犯大陆。

随后,在毛泽东、周恩来等国家领导人的大力支持下,经过钱学森等科技工作者不遗余力的工作,1964年10月16日15时,在罗布泊核武器试验场,中国第一颗原子弹爆炸成功;1967年6月17日8时20分,在罗布泊上空,中国第一颗氢弹爆炸试验成功。1970年4月24日21时35