

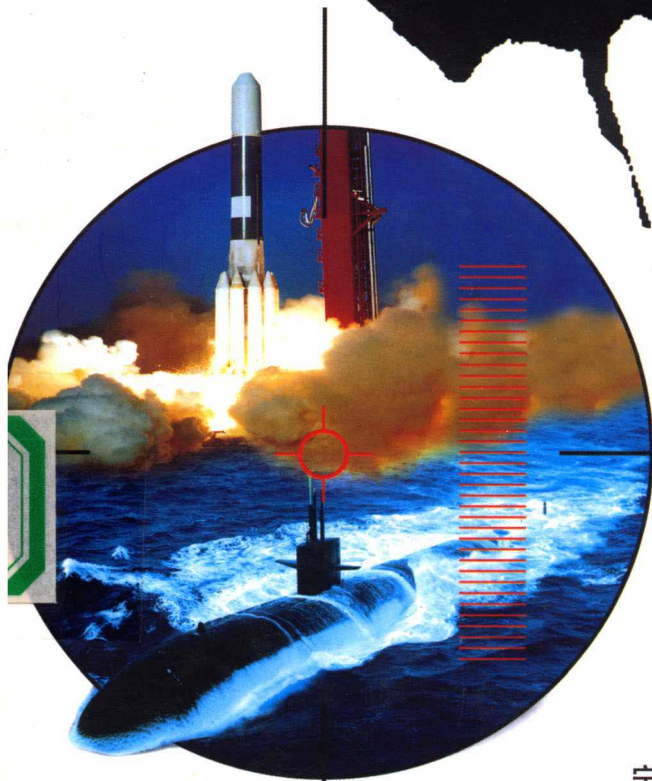
第六届“中国人民解放军图书奖”



新理念·新样式战争丛书

WAR

战略威慑



宁凌 张怀璧 于飞 编著



军事谊文出版社

新理念·新样式战争丛书

战略威慑

宁 凌
张 怀 璧
于 飞 著

军事谊文出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

. 战略威慑/宁凌等编著. —2 版. —北京: 军事
谊文出版社, 2010. 1

(新理念·新样式战争丛书)

ISBN 978 - 7 - 80150 - 735 - 8

I. ①战… II. ①宁… III. ①威慑战略—研究 IV.

①E81

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 218527 号

书 名	战略威慑
编 著 者	宁 凌 张怀璧 于 飞
出版发行	军事谊文出版社
社 址	北京安定门外黄寺大街乙一号
邮 编	100120
电 话	66746413 66747236
经 销	新华书店
印 刷	北京市后沙峪印刷厂
开 本	880 × 1230 1/32
版 次	2010 年 1 月第 2 版
印 次	2010 年 1 月第 1 次印刷
印 张	9.875
字 数	211 千字
书 号	ISBN 978 - 7 - 80150 - 735 - 8
定 价	28.00 元

版权所有 翻印必究 (如有印刷、装订错误, 请寄本社调换)

军事谊文出版社

参加编写者

刘新

李永丰

张军剑

陈肖龙

刘薇

魏峰

陈林恩

薛传来

李韶辉



再版说明

以“和平与发展”为主题的当今世界并不太平，局部战争、地区冲突不断发生。因此，“军事发烧友”如雨后春笋，有关军事斗争的图书大有市场。我社2006年出版的《精确作战》《城市游击》《战略威慑》《太空对抗》《定点清除》《一体化作战》《联合特战》《震慑作战》《垂直打击》9种“新理念战争丛书”，很受部队官兵欢迎，并在2007年底第六届“中国人民解放军图书奖”评选中获奖。

作为军队出版社，理应以服务部队读者、服务军事爱好者为己任。为此，我们决定在保持该套丛书结构的基础上，对内容做一些补充和调整后再版。再版后丛书名更改为“新理念·新样式战争丛书”，图书名不变。相信此书更为读者青睐。

随着高科技在军事斗争中的运用，武器装备日新月异，更为先进的战争理念应运而生，现代战争的样式也随之呈现多样化，伴随出现的新情况新问题亟待我们深入研究。期望此套丛书的修订再版，能给读者有益启示，为进一步繁荣军事理论研究作出贡献。

再 版 再 印

军事译文出版社

2010年1月

前 言

威慑的概念古往今来呈现于人们大部分的日常活动中,只是有层次上的不同,即国家行为、团体行为或个人行为。在国家的层面包括政治、外交、经济、军事等领域。威慑的价值在于以各种的手段进行威胁造成对方心理的恐惧或知难而退,从而无需实际行动即可达到预期的目的。

就威慑理论的基本概念,联合国政府专家小组在其《安全概念》的研究报告中指出:“威慑的目标是,通过使用武力的威胁,阻止敌方利用军事手段来实现其目标,或者敌方如果这样做即加以惩罚,从而阻止可能的敌方不致发起战争。事实上,它就是设法让敌方相信,侵略行为的风险与代价超过从这类行为所能获得的任何好处。如果战争没有避免,威慑就失败了。”

上述的威慑安全概念是属于防御性或对抗性的措施和安排,目的是阻挡和防止侵略行为的发生,而不是主动性“不战而屈人之兵”的威慑概念。

“威慑”一词,在中文的内涵和实用性比较广阔,包含

了主动性和进攻性以及被动性和防御性两个方面。威慑含有间接和含蓄的意味,有别于直接明显的“威胁”、“强迫”、“强制”等含义。

在军事领域,威慑理论由来已久,自人类的战争开始就有了运用威慑的手段,透过发展军备或者展开外交上合纵连横的安排,共同阻止侵略战争或者进行主动的攻城略地的兼并战争。就主动的进攻而言,上兵伐谋,如能以兵临城下之势以战逼降,从而“不战”或小战,威慑就成功了。

发挥威慑作用的若干基本要素可以如此分析。首先,威慑必须具备强大的军事力量使得对方意识到没有胜利的把握或者损失惨重以致得不偿失,因而两害取其轻。尤其主动进攻性的威慑更需要加倍甚至数倍的战备能力,才能发挥震慑的气势使对方屈服。其次,进行威慑必须要有使用武力的决心,尤其要使得对方相信己方使用武力的决心因而有所顾虑和担心。第三,对方的决策者必须是理性的,能够意识到使用武力的严重后果而作出理性的判断和选择,否则威慑将失去作用。正如老子所说:“民不畏死,奈何以死惧之?”第四,威慑的效果必须是强大的军事力量结合灵活机智的外交手段,从而发挥最大的威慑作用,以“不战”而达到政治目的。一旦战争爆发,威慑策略就失败了。第五,威慑策略的有效发挥需要依靠决策者的智慧、能力和魄力,善于审时度势、创造条件、抓住时机,运用政治、外交、经济、军事等综合因素

平衡互补,使威慑力量达到最大的限度。

除了军事领域外,从更广义的角度分析,威慑的定义还可以包含“某特定的一方对他方产生的影响力或威胁,从而使他方放弃对抗的行为或措施”。如此广阔的定义就包括了政治、经济、军事、社会、法律等各个方面。

威慑理论充满了辩证的哲学观,是掌握“战争与和平”艺术的最高阶段。

战争与和平乃一物之两面,能战才能言和,有必战能战的决心,才有和平统一的前景。

战略威慑是世界战争史中最为突出的方面,更是政治斗争最高的阶段。虽然,有其极限和局限,但是,战略威慑概念的价值在于能以政治外交或经济等方面不对称的优势平衡军事方面不对称的劣势,或反其道而行,从而达到不战而屈人之兵。

本书引用资料数据来源不一,有的是从因特网上得来,有的引自公开出版发行的书籍,有的借用报刊登载的文章,书中没有注明资料出处,在此对所有原作者一并表示感谢。

我们编写此书的最大心愿,就是希望通过事例和数据向读者介绍战略威慑的一些基本情况,给读者带来一些有用的启示。由于有关战略威慑的直接研究资料很少,引用资料数据没有经过严格考证,加之编写人员水平有限,疏漏或谬误之处在所难免,恳请读者给予谅解。

战 略 威 慑

目 录

CONTENTS

再版说明 /1

前 言 /1

第一篇 理论篇

第一章 显形造势 / 3

第二章 舆论冲击 / 10

第三章 震慑威慑 / 18

第四章 恐怖威慑 / 23

第五章 诡诈欺骗 / 27

第六章 有限威慑 / 31

第七章 先制威慑 / 40

第二篇 发展篇

第八章 核威慑将长期存在 / 51

第一节 核威慑的基础是心理恐惧感 / 52

第二节 核威慑战略的本质 / 55

第三节 核威慑的发展趋势 / 61

第九章 太空威慑举足轻重 / 70

第一节 太空威慑是如何形成的 / 71

第二节 比核威慑有过之而无不及的太空威慑 / 73

第三节 太空威慑的发展趋势 / 77

第十章 信息威慑茁壮成长 / 83

第一节 信息产业的发展催生了信息战 / 83

第二节 信息战在现代战场上崭露头角 / 91

第三节 信息威慑，高技术下的不战而
屈人之兵 / 101

第十一章 常规威慑独树一帜 / 105

第一节 常规威慑的形成 / 106

第二节 常规威慑的应用 / 110

第三节 常规威慑的发展趋势 / 112

第十二章 心理威慑兵不血刃 / 117

第一节 威慑心理战的概念 / 117

第二节 心理威慑样式层出不穷 / 121

第三节 海湾战争中的心理威慑应用 / 129

第三篇 战例篇

第十三章 中国古代战略威慑 / 135

第一节 不战而屈人之兵的战略威慑鼻祖

——孙子 / 135

第二节 第一位战略威慑的纯熟运用者

——齐桓公 / 143

第三节 百骥慢跑数千匈奴骑兵的飞将军

——李广 / 149

第四节 历史上最大胆的心理威慑运用

——空城计 / 154

第十四章 外国古代战略威慑 / 166

第一节 伯罗奔尼撒战争中的“伯里克利战略” / 166

第二节 罗马—迦太基战争中费边的回避战略 / 171

第三节 拜占庭时代贝利撒留的心理威慑 / 177

第十五章 希特勒靠威慑兵不血刃取四国 / 199

第一节 恐吓威胁，吞并奥地利 / 199

第二节 耀武扬威，侵占苏台德 / 203

第三节 舰船外交，霸占默默尔 / 206

第四节 心理威慑，强取奥斯陆 / 209

第十六章 广岛、长崎的蘑菇云加快了日本投降 / 213

第一节 日本人垂死挣扎，妄图寻求更多的政治资本 / 213

- 第二节 “曼哈顿”绝密计划，为人类带来了
永久的隐患 / 215
- 第三节 秘密训练，为原子弹投放作准备 / 219
- 第四节 广岛、长崎的“蘑菇云” / 225
- 第十七章 威慑终止了古巴导弹危机 / 234**
- 第一节 猪湾事件，使古巴铤而走险 / 234
- 第二节 寻求威慑力量，赫鲁晓夫铤而走险 / 237
- 第三节 剑拔弩张，斗智、斗勇、斗威慑 / 245
- 第四节 威慑，阻止了战争 / 258
- 第十八章 科索沃的恐怖威慑使美军实现了零伤亡 / 266**
- 第一节 战争原因 / 266
- 第二节 魏斯计划，触动了米洛舍维奇的神经 / 268
- 第三节 恐怖威慑，零伤亡进驻科索沃 / 273
- 第四节 米洛舍维奇的屈服，因为多方面的
威慑形式 / 280
- 第十九章 美军的全方位威慑——轻松占领伊拉克 / 284**
- 第一节 “斩首”行动虽未成功，却对伊当局构成
强大威慑 / 284
- 第二节 信息媒介，新的威慑样式 / 293
- 后 记 / 298

第一章

显形造势

第一篇

理论篇

战者
子

定了“战略影响办公室”，专司向海外传播对美国有利的消息；布什等政府领导人亲自上阵，多次发表反恐讲话，频频使用“电话外交”，利用电视、报纸、广播、网络和传单广泛开展宣传战，大肆攻击和丑化对手，争取国际舆论“一边倒”，瓦解敌方抵抗意志；不断调动兵力显形造势，通过新战术试探震慑对手；发出“48小时最后通牒”，由总统代表政府正式宣战，使战争尽可能显得“义正词严”。战争中，善于灵活运用显形造势这一战略威慑，不断扰乱心迹，使战略威慑成为近几场高技术战争中的核心要素。

显形造势：威慑者为了达到威慑目的，将自己的威慑力量通过适当的方式，明确地显示出来，使对方产生恐惧。

第一章

显形造势

“造势”是孙子兵法中的一个重要思想。孙子强调：“善战者，求之于势”；“先为不可胜，以待敌之可胜”，就是孙子“造势”思想的集中体现。

在阿富汗战争和伊拉克战争开战之前，五角大楼专门成立了“战略影响办公室”，专司向海外传播对美国有利的消息；布什等政府领导人亲自上阵，多次发表反恐讲话，频频展开“电话外交”；利用电视、报纸、广播、网络和传单广泛开展宣传战，大肆攻击和丑化对手，争取国际舆论“一边倒”，瓦解敌方抵抗意志；不断调动兵力显形造势，通过新武器试验震慑对手；发出“48小时最后通牒”，由总统代表政府正式宣战，使战争尽可能显得“义正词严”。战争中，美军广泛运用显形造势这一战略威慑，不断扰敌心志，使战略威慑成为近几场高技术战争中的核心要素。

显形造势，是威慑者为了达到威慑目的，将自己的威慑力量通过适当的方式，明确地显示出来，使对方产生恐惧、

疑虑、动摇，从而放弃或采取某些违心的行动，按威慑者的意图行事。我国兵书《兵经百篇》中说道：“耀能震敌，恒法也。唯无有者故称，未然者故托，不足者故盈，或设伪以疑之。张我威，夺彼气，出奇以胜，是以虚声而致实用也。”这就是显形造势，显示力量，震慑敌人。

威慑，总是以公开的、以唯恐对方不知的力量或实力为基础。威慑者总要在一定的场合，以一定的方式，公开其威慑力量，显示出强大的威力。没有这种公开性，不让对方深知和深信这种力量的作用，也就不可能慑服对方。如果强大的威慑力量就像一个秘密计划，藏而不露，无人知晓，怎么谈得上产生威慑作用呢？

显形造势，公开披露威慑力量的方法很多，比如：

——以政治、经济、军事等结盟形式，显示其力量的强大；

——在战争准备上，先声夺人，严阵以待，以强大的声势威慑敌人；

——有针对性地进行军事展览，武器巡逻，海上游弋，军事演习，军事戒严，显示其力量和决心；

——突然公布重大科研成果，显示新型武器装备的巨大威力；

——小试锋芒打一仗，以抑制中战、遏制大战或其他形式的武装冲突……

有时候还需要对公开的威慑力量涂上一层神秘的色彩，使对方可信不可得，可望不可至。这就要求威慑的决策者在实施威慑时，根据不同的对象和环境，采用不同的公开方式。