

ZENYANG

怎样打赢

DATING

YULINZHAN

舆论战

古今中外舆论战战法研究



张晓天 吴寒月 著

国防大学出版社

怎样打赢舆论战

——古今中外舆论战战法研究

张晓天 吴寒月 著

国防大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

怎样打赢舆论战：古今中外舆论战战法研究/张晓天，吴寒月著．
-北京：国防大学出版社，2006.1

ISBN 7 - 5626 - 1475 - X

I . 怎… II . ①张…②吴… III . 舆论 - 作用 - 战争 - 研究 - 世界
IV . E869

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 002253 号

国防大学出版社出版发行

(北京海淀区红山口甲 3 号)

邮编：100091 电话：(010) 66772856

北京燕华印刷厂印刷 新华书店经销

2006 年 2 月第 1 版 2006 年 2 月第 1 次印刷

开本：880 × 1230 毫米 A5 印张：12

字数：244 千字 印数：3000 册

定价：22.00 元

ISBN 7 - 5626 - 1475 - X/E·835

如有印装质量问题，本社负责调换

前 言

战争是人类社会各种冲突的最高形式。为实现自己的战争目的，在战争状态下，任何国家、任何政治集团都会聚结、引导、利用、调控、制造舆论力量为战争服务。根据国家政治、外交、军事、经济斗争的需要，有效地利用传媒传播社会信息，有目的地生成和调控舆论，积极影响国际与国内舆论走向，影响公众信念、意见、情绪和态度的作战样式，就是舆论战。从广义上讲，只要是围绕国家安全战略，以综合国力为基础，通过系统运用传播学、舆论学、谋略学、动员学等学科原理，利用各种传媒，进行有针对性的信息渗透，从而影响公众信念、意见、情绪和态度，有效控制舆论态势的舆论调控行动，都可以称之为舆论战。从狭义上讲，舆论战一般是指战时新闻舆论战，即交战各方综合运用报纸、电影、广播、电视、网络等大众传媒，配合军事行动，有计划、有针对性地对受众生成与调控舆论信息，积极影响国际与国内舆论走向，影响公众信念、意见、情绪和态度的作战行动。

兵马未动，舆论先行。舆论战在时间上表现出同军事行动进程相比的较大的提前性。在战争发起前，为赢得国际国内的广泛支持，交战双方都会积极运用各种传媒方式与传播

手段，为确保战争的顺利进行造势。战中，交战双方为了巩固己方阵营，瓦解敌方同盟，都会整合各种舆论信息，与军事打击紧密配合，共同作战。战后，舆论战在时间上又表现出同军事行动进程相比的较大滞后性，获胜者会通过各种安抚性策略与舆论宣传，确定自己的全胜目的。从公元前3200年到公元2005年，在长达5205年的时间里，全世界共发生各类战争14640余次，没有一场战争离开过舆论作战的辅佐，没有一场战争不受舆论作战的影响。美国著名学者约翰·柯林斯说：“赢得战争的总是人，但至关重要的不是战场上的兵力多寡，而是人心的向背”。法国著名学者杜皮克说：“在战争中，不仅是两支物质力量相冲突，更重要的是两支精神力量相冲突。强者征服弱者。”日本著名学者吉佐和子说：“战争的悲剧不是由于辎重被击毁，而是由于精神被击垮”。在鼓吹法西斯中大获成功的混世魔王希特勒宣称：“有一种广义的战略，它使用的是舆论武器。如果我们可以用比军事手段更好和更廉价的办法来达到瓦解敌人的目的，那我何必一定要用军事手段呢？我们的战略是要从敌人内部去毁灭敌人，控制他们，通过他们自己去征服他们。”“在战争尚未打响之前，设法使敌人先在舆论上失败，这是我最感兴趣的问题。”“假如没有宣传，我简直都不知道这仗该如何打。”在1936年召开的德国纳粹党纽伦堡会议上，希特勒指使人们将他与纳粹宣传部长戈培尔共同拟定的巨型标语挂在大厅上：“宣传帮助我们夺取政权，宣传帮助我们巩固政权，宣传还将帮助我们取得整个世界”。

本书是研究古今中外舆论战战法的专著。我们认为，舆

论战有十大基本战法。一是深入动员，先入为主。舆论从来没有允许过无缘无故的战争，大凡发动战争，战争的发动者一定要向人们说明战争发动的理由，争取舆论的支持。自古以来，失去舆论的战争从来没有胜利过。二是反复造势，威慑对手。舆论就是造势，就是要达到“不战而屈人之兵”，通过造势，在精神上刺激敌人和威慑敌人。三是实行管制，先声夺人。舆论管制是非常重要的舆论作战，管制得当，效果好，舆论才能为自己服务，战争才能多一份胜算。四是加强渗透，影响公众。公众对于战争的态度影响着战争的进程和结果，潜移默化的舆论战能够左右和引导公众认识，左右和引导战争的发展方向。五是轮番轰炸，分化敌人。瓦解敌军才能速胜，有计划地组织舆论轰炸，对于分化瓦解敌人有着十分重要的意义。六是立体出击，出奇制胜。舆论需要凭借一定的载体，随着历史的发展，舆论载体也发生了质的变化，打赢舆论战，首先得掌握舆论装备，掌握舆论装备的配备使用。七是舆论欺骗，蛊惑人心。谋略是战争胜负的关键，舆论欺骗能够迷惑敌人，影响敌人的决策指挥。八是快速反击，澄清事实。在舆论攻击面前，是听之任之，还是主动作为，这关系到全局利益。快速反击，能够揭开庐山真面目，使舆论向着对自己有利的方向发展。九是全力压制，阻断信息。掐住敌人的喉舌，让他有话说不出，是制胜的关键，因此，舆论压制，是军事指挥员关注的重点，在现代战争中，美国对不同声音的舆论压制空前绝后。十是舆论沟通，争取同盟。削弱敌人的力量，壮大自己的阵营，是舆论作战的重要战法，也是最常使用的战法，对战争的胜负而

言，它有着举足轻重的作用。当然，除了这十个方面的基本战法外，还有若干具体战法。

他山之石，可以攻玉。我们认为，学习研究古今中外舆论战法，对于推进军事变革、打赢未来高技术条件下的局部战争具有十分重要的意义。因此，在整理该书过程中，我们坚持理论与实际相结合，着重梳理和介绍舆论战战法的作用及运用，思路清楚，脉络分明，有较强的思想性和可操作性，对于军队院校、指挥机关、基层部队的舆论战研究和学习会起到一定的启发和帮助作用。

由于成长经历和时间仓促等原因，我们在整理该书过程中难免出现不当之处，敬请批评指正。

作 者

二〇〇五年十月一日写于上海

目 录

第一章 深入动员，舆论先行	1
第一节 舆论动员的作用	1
第二节 舆论动员的运用	11
第二章 反复造势，威慑对手	40
第一节 舆论威慑的作用	41
第二节 舆论威慑的运用	44
第三章 实行管制，先声夺人	80
第一节 舆论管制的作用	80
第二节 舆论管制的运用	92
第四章 加强渗透，影响公众	125
第一节 舆论渗透的作用	126
第二节 舆论渗透的运用	129
第五章 轮番轰炸，分化敌人	148

第一节	舆论轰炸的作用	148
第二节	舆论轰炸的运用	159
第六章	立体出击，出奇制胜	186
第一节	舆论载体的作用	186
第二节	舆论载体的运用	211
第七章	舆论欺骗，蛊惑人心	222
第一节	舆论欺骗的作用	222
第二节	舆论欺骗的运用	225
第八章	快速反攻，澄清事实	260
第一节	舆论反攻的作用	260
第二节	舆论反攻的运用	268
第九章	全力压制，阻断信息	300
第一节	舆论压制的作用	300
第二节	舆论压制的运用	308
第十章	舆论沟通，争取同盟	335
第一节	舆论沟通的作用	335
第二节	舆论沟通的运用	346
主要参考书目和资料		371

第一章

深入动员，舆论先行

从刀光剑影、鼓角争鸣的冷兵器时代，到飞机轰鸣、导弹呼啸的热兵器时代，人们的舆论，从来就没有允许过师出无名的军事行动。战争的发动者在战争开始之前，必须向世人阐明自己的理由。

为战争进行舆论动员，是战争发动者必须思考的话题。

第一节 舆论动员的作用

在欧洲革命斗争的暴风雨风起云涌、

波澜壮阔的关键时刻，恩格斯曾经兴奋地说：“在这种时候从事办报的工作是一种乐趣。你会亲眼看到每一个字的作用，看到文章怎样真正像榴弹一样地打击敌人，看到打出去的炮弹怎样爆炸。”列宁也豪情满怀地说：“这个鼓风机（指革命报刊）能够使阶级斗争的和人民义愤的每一点星星之火，燃烧成熊熊烈焰。”在战争中，舆论动员是政治影响力、精神杀伤力和军事威慑力的“倍增器”，是具有特殊威力的战争武器。

舆论动员的作用主要体现在赢得军心民心和激励部队士气等两个方面。

一、赢得军心民心

战争是政治通过暴力手段的继续。战争要取得胜利，除了要制定正确的战略战术，武器装备精良，补给充盈以外，更重要的是做好舆论动员。通过舆论动员，激发广大军民的参战热情和战斗意志，造成万众一心、同仇敌忾、共赴国难、奋勇杀敌的舆论环境。

春秋战国时期，宋王堰对国内百姓凶残暴虐，横征暴敛，敲骨吸髓，残害忠良，无恶不作。宋国百姓对他恨之人骨。

公元前 268 年，齐王派使者约楚、魏两国共同出兵伐宋。楚魏两国早已深受宋国之害，为报仇雪恨，派出人马助战。三国兵马聚齐后，大将共同商讨伐宋的计谋。魏国大将芒卯说：“宋王暴虐，百姓心中怨恨，他在宋国早已丧失人心。而我们三国都有失地之耻，如果我们发布檄文，公布宋王的罪恶，宋国百姓一定会背叛宋王，与我们齐心伐宋。”

齐楚大将都表示赞成。于是，他们立即在宋国各地张贴告示，公布了宋王的十大罪状：“一、逐兄篡位，得国不正；二、灭滕兼地，恃强凌弱；三、好攻乐战，侵犯大国；四、革囊射天，得罪上帝；五、日夜酣饮，不恤国政；六、夺人妻女，淫荡无耻；七、射杀谏臣，忠良结舌；八、僧拟王号，妄自尊大；九、独媚强秦，结怨邻国；十、慢神虐民，全无君道。”

檄文在宋国大小城镇广泛张贴，宋王的罪行在百姓中广为流传，百姓更加痛恨宋王的昏庸无道。三国军队伐宋的行动获得了宋国上下的支持。于是，三国军队轻易攻下了宋国都城唯阳。宋王堰被大军俘虏斩首，宋国的土地也被瓜分。

纳粹头目希特勒的舆论动员，为他赢得了极高的民众支持率。

二战爆发前，波兰是当时的英法欧洲诸盟国中军事力量最为强大的一个，虽然只是欧洲东部的小国，但其战略位置异常重要，西临德国，东边与苏联接壤，南面紧挨着捷克斯洛伐克，北面濒临波罗的海。德国如果侵占波兰，不仅能在军事上获得大量的经济资源和大量战争储备物资，而且能够改善自己所处的战略地位，同时可以消除进攻英法两国的后顾之忧，建立起德国东进苏联的基地。因而，波兰便成为希特勒吞并奥地利和捷克斯洛伐克后妄图称霸世界的战争总计划中的首取目标。

为了赢得国内人民的支持，同时混淆世界舆论，给自己的侵略战争穿上“正义”的外衣，希特勒精心安排了一出贼喊捉贼的闹剧，有效地主导了国内外舆论，煽动起德国人民

的战争复仇欲望，实现了预想的目标。

1939年8月31日中午，希特勒书面下达了于次日拂晓侵略波兰的命令，这时的德军已是待发的在弦之箭了。晚上9点，在靠近波兰边境的德国城市格列维茨，德国党卫队二级突击队大队长约克斯带领穿着波兰陆军制服的党卫队员闯入格列维茨电台，在事先麻醉昏迷的一个集中营死囚脸上抹满血污，放在了电台门口，充当被射击受伤的电台工作人员。他们给13名死囚犯注射了毒药针，穿上波兰军队的军服，放到电台附近用枪射击，造成他们是在进攻时被打死的假相。他们预先安排了一名能说波兰话的德国人通过紧急备用的发射台，用波兰语对德国进行了三四分钟充满煽动性和辱骂性的广播，配合上手枪的响声，公然宣布波兰已向德国人开战。事件之后，报社和其他有关人士“及时”赶到现场，现身说法大肆宣传，“对外国报界和德国宣传来说，都需要足以证明是波兰人进行这次进攻的真凭实据”已经找到。

其实，在此事件之前，德国的报纸、电台就接连发出过“当心波兰”、“华沙扬言要轰炸但泽”、“极端疯狂的波兰人发动了令人难以置信的挑衅”等一系列消息。8月26日，《柏林时报》报道的标题是《波兰完全陷于骚乱之中，日耳曼人家庭在逃亡，波兰军队推进到德国国境的边缘!》；《十二点钟报》的报道标题则是《波兰的玩火行动太过分了，3架德国客机受到波兰人的射击，走廊地带许多日耳曼人农舍成了一片火海》。处在惊恐混乱之中的德国人民，在8月31日晚上9点，听到了希特勒通过电台对波兰的“和平建议”。

当各地广播电台报道这一诚恳、公道、切实可行的建议是如何被波兰“粗暴地拒绝了”的消息时，民众立刻信以为真。

9月1日清晨5点40分，希特勒的声音出现在德国电台中，“元首”宣布德国战争机器已经开动。160万德军越过边界，分南、北、西三路同时杀向华沙，二战就这样爆发了。

世纪之交，爆发于巴尔干半岛的科索沃战争成为世人瞩目的又一焦点。这是一场完全意义上的高技术条件下的局部战争，在硝烟弥漫、炮火纷飞的崇山峻岭间充满了侵略与反侵略的种种较量，其中交战双方围绕战局进展所进行的舆论大战也十分令人关注。围绕舆论主动权所进行的充满激烈对抗和火药味的舆论战，留给人们不少启迪和警戒。

早在战争开始前，美、英等北约国家的媒体就铺天盖地大肆宣传所谓科索沃难民的种种惨状，攻击南联盟“侵犯阿族人权”、“搞种族清洗”，把南联盟总统米洛舍维奇描写成希特勒式的“364”恶魔，煽动人们对阿族的同情和对南斯拉夫塞尔维亚族的仇恨，其中心目的，就是要以此为借口发动战争，一举推翻米洛舍维奇政府。

美国在宣传上的先声夺人使其效果更加具有煽动性。克林顿在空袭的第3天，通过卫星向塞尔维亚人传送录像讲话，告诉他们：米洛舍维奇破坏了他们的前途，迫使“你们的儿子打一场你们不希望看到、他本来可以阻止的无谓的战争，”呼吁塞尔维亚人支持北约的军事行动。西方运用“媒体的谎言”大肆炒作所谓南“种族清洗”，用夸张、渲染的手法大量报道科索沃平民“惨遭杀害”的场面，致使西方民

意主流对北约空袭抱有“理解”和“支持”态度。

在整个战争的策划过程中，西方传媒极力渲染科索沃民族矛盾，将南联盟领导人米洛舍维奇描绘成一个杀人狂魔，极力宣称北约的军事行动纯粹是人道主义援助，是维权行为，通过蛊惑视听，博取民众对战争的支持。同时，以美国为首的北约在对南宣传中充分运用了它惯用的攻击伎俩。北约在设法为野蛮侵略行径辩护的同时，对塞族及米洛舍维奇本人进行了疯狂攻击。指责塞族对阿族从“野蛮镇压”升级到“种族灭绝”，是“暴行”，是对“人类犯罪”。说米洛舍维奇是“魔鬼”、是“军阀”、是“贝尔格莱德的屠夫”、是“自希特勒以来欧洲出现的最邪恶的独裁者”、是“塞族暴君”等。美国这种贼喊捉贼的宣传进攻，目的是为了瞒天过海地转移人们的视线，贬低和丑化塞族及米洛舍维奇在世人心目中的形象，诱导公众对塞族和米洛舍维奇的仇恨。

不仅如此，北约还有另一套策略。北约秘书长索拉纳在发表北约将对南实施军事打击的声明后，还特意声称不立即实施打击，这与美、英在“沙漠之狐”中的“不宣而战”形成明显对照，目的就是为实施侵略营造舆论，让人们接受并承认其侵略行为的“合理性”。

伊拉克战争前夕，美国在组织舆论动员时也曾用心良苦。

美国攻打伊拉克的决心一定，几乎所有媒体的话题都集中到了“伊拉克是恐怖中心”、“美国为了抵制恐怖袭击必须先发制人”上。经过2002年几乎一整年的舆论运作，越来越多的人接受了反恐必须攻伊的观点，终使布什政府在未获

得联合国授权的情况下，仍然获得 72% 的对伊出兵的国内支持率。在靠近美军军方新闻办公室的一侧墙壁上，挂了几十张大大小小的士兵图片，内容都是美军士兵在军舰、飞机上战斗或进行军事训练的场面，画面显然经过精心挑选，表现出普通士兵身上爆发出来的力量和激情。在新闻中心入口附近的一面墙壁上，还贴着一幅鲜艳的图画，画面上有各种各样的“心形”图案，配上“上帝保佑美国”、“给我们在家中和海外的英雄们”、“我们的心永远跟你在一起”等文字。旁边还有说明介绍说，这是美国一些四肢瘫痪的年轻“画家”在情人节这一天给美军全体将士送上的一份礼物。美军中央司令部司令弗兰克斯将军举行新闻发布会的场面，更是耐人寻味：出场时，两名士兵打头阵，在麦克风的右侧站立，弗兰克斯跟在他们后面，手里拿着一个蓝色的文件夹走上新闻发布台，随后又有 3 名军人跟在他的后面，站在麦克风的左侧。弗兰克斯站在中间，另 4 名来自“联军”不同国家的士兵呈“众星捧月”状把他围在当中。弗兰克斯身后的总背景和周围的 5 个屏幕，则都显示的是世界地图。

美军新闻官们当然清楚，在美军新闻办公室登记采访的世界 200 多家媒体的 550 多名记者，足可以搭起一个世界传媒的大舞台。如何充分利用好这个“大舞台”，使其更好地为自己服务，必须做好“环境再构成”这项作业。于是，当各国的电视摄像机镜头对准美军新闻办公室时，美军高昂的士气和无往不胜的战斗精神，就随着几十张士兵图片和这些士兵“身上爆发出来的力量和激情”，传向了世界每一个角落。当摄像机镜头对准墙壁上那些“心形”图案时，这样的

信息瞬间像电流一样又传向了地球的每一个角落，触动了无数根神经：美国人民是支持美军出兵伊拉克的，是支持伊拉克战争的，就连四肢瘫痪的年轻人也会特意在“情人节”这一特殊的日子，把他们特殊的“爱”献给特别的“美军士兵”，那全国人民还有什么说的呢？而当摄像机镜头对准新闻发布会上的弗兰克斯将军时，又会让遥远的电视受众产生这样的感觉：美军攻打伊拉克并不是孤立的行动，不同国家的“联军”都和他们站在一起，他们是为了全世界人民的“自由与解放”而英勇作战。

二、激励部队士气

克劳塞维茨在他的军事经典名著《战争论》中，把精神因素作为夺取战争胜利的五种战略要素之首。他认为：“物质的原因和结果不过是刀柄，精神的原因和结果才是贵重的金属，才是真正的锋利的刀刃”。他还说：“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。”拿破仑更是一语中的：“世界上只有两种力量，利剑和精神。从长远说，精神总能征服利剑。”“战场上的胜利有四分之三取决于精神因素，只有四分之一取决于其他条件。”美军的《作战纲要》也强调，“要把作战思想贯彻于作战行动，必须充分发挥人的机智、勇敢和积极主动精神。”“在未来空前激烈、空前艰苦的作战中，人的因素比其他任何因素更重要”。“部队的凝聚力、士气、勇敢精神是制胜的决定因素”。美国军事理论家詹姆斯说：“有军事传统的西方国家，懂得领导有方、训练有素、士气高昂和装备精良的重要性，而前三项都是人的因素”。