

BING BU XUE REN
DE ZHAN ZHENG

兵不血刃 的心理战研究

马 忠 温金权 编著
周志哲 丁凤仪



军事科学出版社

DF159/33

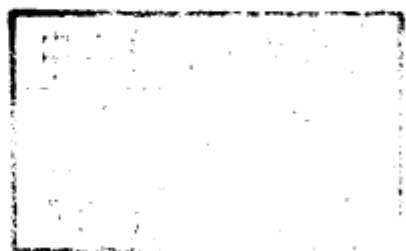
兵不血刃的战争

——心理战研究

马 忠 温金权

周志哲 丁风仪

编著



军事科学出版社

兵不血刃的战争

——心理战研究

马忠 温金权 编著
周志哲 丁风仪

☆

军事科学出版社出版
新华书店北京发行所发行
军事科学院印刷厂印刷

☆

850×1168毫米32开本 8.563印张 248千字

1989年8月第一版 1989年8月第一次印刷

ISBN7-80021-195-9/E·156

定价：4.80元

内 容 提 要

当今世界是和平和发展的时代，人类历史处在最伟大的转折中，世界正进入一个新的缓和时期。世界人民要求和平，反对战争；和平力量的增长将超过战争因素的增长，争取在较长的时间内不发生大规模战争的可能性是存在的，动真刀真枪的火药味可能减淡了。但是，随着和平、缓和时期的到来，另一种形式的战争会愈演愈烈。这就是世界各国都十分重视的心理战。

时至今日，人们对心理战这个名词并不生疏，但对它的含义，尚不明确，解释各异，众说纷云。本书在全面系统地考察中外心理战历史的基础上，对中外历史上的心理战，尤其是中国古代的心理战和毛泽东丰富的心理战思想，从理论和实践上进行了研究，提炼了精华；对心理战这一特殊作战形式的性质、目的、手段、分类及体系结构、心理效应模式等问题进行了阐述；对各种心理战手段的一般心理学原理、基本效应过程、应用的原则和方法，以及现代条件下心理战应用的特点及发展趋势作了较为深入的探讨。此外，对心理战防御、心理战效

果评估，也进行了探讨和论述。

本书运用心理学原理，从心理学角度对古今中外的心理战战例进行分析，富有趣味性，通俗易懂，可供部队指战员和社会各阶层读者阅读。

目 录

第一章 心理战的历史考察	(1)
第一节 中国古代心理战简述.....	(1)
第二节 外国心理战史管窥.....	(13)
第三节 第一次世界大战中心理战的发展.....	(20)
第四节 第二次世界大战中心理战的发展.....	(28)
第二章 我军的心理战	(40)
第一节 我军的心理战思想和理论.....	(40)
第二节 我军的心理战实践.....	(56)
第三章 心理战的性质、目的、手段和分类	(85)
第一节 心理战的性质.....	(85)
第二节 心理战的目的.....	(95)
第三节 心理战的手段及分类.....	(101)
第四章 心理战的一般心理学原理	(110)
第一节 战争状态下人的心理活动特点.....	(110)
第二节 一般心理学原理在心理战中的运用.....	(123)
第三节 心理战效应的一般模式.....	(133)
第五章 宣传心理战	(141)
第一节 宣传心理战效应的基本过程.....	(141)
第二节 宣传心理战的原则.....	(146)
第三节 宣传心理战的方法.....	(155)
第六章 武装心理战	(166)
第一节 武装心理战的原则.....	(166)
第二节 武装心理战的方法.....	(174)

第七章 谋略心理战	(189)
第一节 谋略心理战的意义.....	(189)
第二节 谋略心理战的原则.....	(191)
第三节 谋略心理战的方法.....	(194)
第八章 现代条件下的心理战	(208)
第一节 第二次世界大战后心理战的突破性进展.....	(209)
第二节 现代条件下心理战的特点及发展趋势.....	(215)
第三节 努力提高我军心理战的能力.....	(223)
第九章 心理战防御	(225)
第一节 心理战防御的意义.....	(225)
第二节 心理战防御的原则.....	(230)
第三节 心理战防御的方法.....	(235)
第十章 心理战效果的评估	(250)
第一节 心理战效果评估的意义.....	(250)
第二节 心理战效果评估的指标.....	(255)
第三节 心理战效果评估的方法.....	(256)

第一章 心理战的历史考察

历史地考察是我们认识任何一种社会现象的逻辑起点。就心理战而言，自然也不例外。

研究认为，心理战作为一种专门的斗争手段开始为人们所普遍重视，是在第一次世界大战的后期。自那以后，心理战这个概念开始在西方一些国家的政治家和军事家们的著述中得以使用。有关心理战的专门研究，以及进行心理战的组织机构、规模、手段和方法等，也都得到前所未有的发展。然而，如果溯根求源，我们却可以看到，历史上的一些杰出的军事家，在很早以前，就已经认识到并论证过精神因素和心理现象与军事的关系，也注意到在作战中运用心理因素的问题。正如讲到心理学的发展时人们常说的那样，心理学的历史是短暂的，但它却有一个悠久的过去。对于心理战来说，这个结论也同样适用。尽管古人没有创造和使用心理战这个概念，也没有形成完整系统的心理战理论，但不论是在中国还是在西方，心理战的历史都同战争这个事物一样古老而悠久。

第一节 中国古代心理战简述

中国是一个有着五千年历史的文明古国，军事心理学思想不仅源远流长，且博大精深，在丰富的古代军事理论遗产中占有很大比重。而攻心战（亦称夺心战）——这一具有中国特色的古代心理战思想，不论是在理论著述中，还是在实际作战中的运用，都有着辉煌的历史篇章。在世界心理战史上，也占有十分突出的位置。

从理论上讲，中国古代心理战思想具有哲理性抽象概括的特点。如《孙子兵法》中讲：“故上兵伐谋，其次伐交”，“屈人之兵而非战也，拔人之城而非攻也，破人之国而非久也，必以全争于天下，故兵不顿，而利可全”。《谋攻篇》“故三军可夺气，将军可夺心”。《军争篇》《司马法》中讲：“上谋不斗”。“凡战……击其疑；加其卒；致敌屈；袭击规；因其不避；阻其图；夺其虑；乘其惧”。《用众第五》《太公兵法》中讲：“善除患者，理于未生；善胜敌者，胜于无形；上战与无战”。《龙韬军势第26》《通典》中载：“战国齐孙臆谓齐王曰：‘凡伐国之道，攻心为上，务先服其心’。诸葛亮也说过：“用兵之道，攻心为上，攻城为下；心战为上，兵战为下”。（《诸葛亮集》第33页）如此等等，都是对心理战这一特殊作战形式的理性认识。

从战争实践上看，我国古代谋臣智将施计斗法，夺心战运用尽其妙，有许多具体生动的心理战战例。基于此，我们试从理论与实际的结合上，对中国古代心理战择其要点加以简述。

一、政治瓦解

战争是政治的继续，人心的向背决定着战争的胜负，这是马克思主义者看待战争的一个基本观点。古人当然无此深刻认识，但丰富的战争实践活动，却已使他们朴素地认识到民众在战争中的重要作用。如管子说：“凡兵之胜也，必待民之用也。”^①即是说要想取得战争的胜利，必须有待于民众的拥护。荀子也认为，用兵打仗的根本问题，在于使全体军民团结一致。他举例说，弓箭不相称，就是善于射箭的后羿，也不能用它射中细微的目标；六马不协调，就是善于驾车的造父，也不能赶着它走遥远的路程；人民不拥护，就是能干的汤王、武王，也不能必定打胜仗。^②孙子还把“令民与上

① 《管子》·重令第15

② 《荀子·议兵篇》

同意”^①作为研究探讨战争胜负五个条件中的首要一个，认为民众的意愿如能与国君一致，即可在战争中为国君出生入死而不怕危险。

既然民心对战争的胜负有重要影响，所以，团结民众、争取人心即是求胜的根本；而破坏敌人的内部团结，离间敌国君臣、君民之间的关系，从政治上瓦解敌人，即成为古代夺心战的一个重要内容。如公元前17世纪的商夏鸣条之战，商汤在战争中把军事攻势与政治攻势相结合，把夺力与夺心相结合，注重对夏桀进行政治瓦解，被认为是“开创了全面战略的新范例”。^②据史书记载，汤在战前发表了激昂慷慨的誓师词。他谴责夏桀破坏生产，残酷剥削压迫人民，以致人们宁愿跟桀同归于尽。汤说，夏桀有罪，上天要我消灭他，我害怕上帝发怒，所以不敢不讨伐夏桀。可见，汤的誓词具有明确的政治攻心目的，即通过揭露夏桀剥削压迫人民的罪行，宣扬自己的正义，以求从政治上瓦解敌人的斗志。同时誓词对汤团结自己的军心，提高士气，也起到了很好的作用。战争的结局是汤大获全胜。

公元前11世纪，在周朝灭商的战争中，不论文王翦商还是武王伐纣，期间也都非常重视从政治上瓦解敌人。如“请纣王去炮烙之刑”，作《誓》以揭露纣王的罪恶，宣扬自己“共行天罚”等等，这种政治攻心战不但把商的许多属国、重臣争取过来，而且还笼络了各国百姓的心，甚至使纣王之兵在牧野之战中阵前倒戈，赢得了决战的大胜。

再如公元588年，隋朝出兵攻打陈国，开战之初，隋文帝杨坚即书写诏书30万份，谴责陈叔宝“劫夺闾阎，资产俱竭，驱逼内外，劳役弗已；穷奢极侈，俾昼作夜；斩直言之客，灭无罪之家”等罪恶，并列举陈叔宝的十二大罪状“遍谕江外”。^③向陈国展开了一

① 《孙子·计篇》

② 《中国军事史》第2卷兵略上第11页。

③ 《资治通鉴译注》战争卷第465页。

场声势浩大的政治攻心战。隋大将贺若弼在作战中将此种政治攻势与军事打击相结合，每有所俘，皆不伤害，而是给予粮食，抚慰遣送，同时“付以敕书，令分道宣谕”。^①结果江南人心皆归于隋，敌军心民心不战而溃。

总之，在古代攻心战中，政治瓦解是夺敌军心、民心一种重要手段。其方式或是作誓，或是诏书，或是檄文。内容无不在于列数敌人的罪恶、大加声讨，以孤其势、散其心、泄其气，同时申明自己“替天行道”，以招揽人心。

二、怀柔夺心

“柔远人则四方归之，怀诸侯则天下畏之”。^②怀柔之策，是封建社会统治者采取政治收买手段，笼络人心以维护自己统治，或安抚小诸侯国和偏远割据势力，使其归顺的一种政治策略。从军事的角度讲，怀柔之计也是古人一种高明的夺心战术。在古代战争中，大凡聪明的统帅将领都非常重视以怀柔之计夺敌之心。主张对于战俘“无问顺逆，皆不辄杀，以招来者”^③。对于“非正战者”，即非主要人员，则采取“犒而遣回”的办法，“以彰吾大德，释彼战心”^④，瓦解敌人的斗志；对于投诚人员，则“丰其粮餉，厚其待遇”，使其“潜往以诱致其余”。^⑤实际上就是利用投诚人员在敌内部做策反工作。对于敌国统治下的人民，则主张不侵犯他们的利益，要求军队进入敌国之后“无暴神祇，无行田猎，无毁土功，无燔墙屋，无伐林木，无取六畜、禾黍、器械；见其老幼，奉归勿

① 《资治通鉴译注》，第472页。

② 《礼记·中庸》

③ 《武经总要》前集卷15行军约束

④ 《草庐经略》卷七招抚

⑤ 《兵镜类编》卷四十一名论下

伤；虽与壮者，不校勿敌；敌若伤之，医药归之”。①以“示民无残心”。②其实，上述这些所谓的善行义举，都包含着夺敌之心的明确目的。

历史的经验表明，武力并不能使弱者屈服，而“柔情”却往往能软化对手的意志。如三国时，吴将吕蒙乘蜀将关羽北攻樊城之机，白衣渡江，偷袭了公安、江陵这两个荆州重镇，全部俘获了关羽及其将士的家属。吕蒙没有杀他们，而是即刻对他们进行安抚和慰问，并下令士兵不许骚扰人民和勒索东西。有违者，立斩不赦。此外，吕蒙还经常接触人民，对老者问寒问暖，对有病者看病发药，对饥寒者发衣给粮。关羽在回军途中曾几次派人探听消息，吕蒙每次都用厚礼接待，并允许他们在城中走来走去，询问一切。结果，关羽派来的人回去后传播了吴军优待蜀军家属的消息，使蜀军将士斗志全无。关羽最后败走麦城，为吴军所擒杀。

再如西晋时，晋国尚书左仆射羊祜对吴国采取的“务修德信”之术，对后来的晋军灭吴起到了非常重要的作用。羊祜的具体措施，一是吴人有降而欲去者，皆听之；二是每次打猎都将先被吴人所伤而后为晋军所得的猎物，全部退还给对方；三是与吴军守将陆抗互通使者，礼尚往来。陆抗为感谢羊祜送还猎物，特地送给羊祜一壶“亲酿自饮”的好酒，羊祜不疑一饮而尽。羊祜得知陆抗有病后，差人送去亲自调制的熟药，陆抗服后果然次日病愈。羊祜的怀柔之计实质上就是一种夺心之术。其目的在于在握手言和、称兄道弟之中，使吴军忘记晋军是他们的主要敌人，从而在精神上丧失斗志。羊祜的怀柔之策收到了很好的效果。据史书记载，羊祜病死后，消息传到江南，就连吴军守边的将士“亦为之泣”。后来，当晋军大举进攻时，吴军士气涣散，不是一触即溃，就是望风而降，司马炎仅用了短短四个月的时间，就灭亡了吴国。

① 《司马法》仁本第一

② 《吴子·应变第五》

三、诡诈欺敌

诡诈欺敌是中国古代心理战的一个突出特点。《孙子兵法》中说：“兵者，诡道也。故能而示之不能，用而示之不用，近而示之远，远而示之近。利而诱之，乱而取之，实而备之，强而避之，怒而挠之，卑而骄之，佚而劳之，亲而离之”。^①在这里，孙子不仅指出了诡诈——这一军事谋略斗争的重要特性，而且具体论述了诡诈欺敌的方法。唐太宗李世民曾认为，“诸兵书，无出孙子，孙武十三篇，无出虚实；夫用兵识虚实之势，则无不胜焉”。^②这里所说的虚实，实际上指的就是谋略运用上的诡诈之术。

兵以诈立，多谋者胜。所谓诡诈，说到底就是对敌进行心理欺骗，造成敌人的错觉和不意，使其在理智上犯错误，从而导致产生有利于用诈者意图的心理状态和行为，达到不战而胜或小战大胜的目的。纵观我国古代谋臣智将用兵作战，或以实示虚，引敌上钩；或以虚示实，使敌不敢妄动；或以虚示虚，使敌视之为实；或以实示实，使敌视之为虚；或虚实结合，使敌心智迷离，从而导演出许许多多诡诈欺敌的心理战话剧。

如公元431年，宋将檀道济奉命率军征魏，后因粮草不济准备撤退。不料这时军中出现叛徒，将宋军缺粮的实情报告给魏军，宋军为此非常担忧，生怕魏军乘机穷追。面对军心不稳和极为不利的态势，檀道济命令士兵在夜幕降临之际，以斗量沙，并故意大声报数，弄得远近皆闻。尔后，又命令把军中所剩不多的一点军粮撒在路旁，故意让魏军发现。结果，用沙冒粮的诡诈之术收到了很好的心理欺骗效果。魏军听到宋军的报数声并发现路旁有宋军撒的粮食后，便错误地认为宋军并不缺粮，反而把投降的宋兵当作间谍斩首示众，并停止追击，使宋军得以安全撤退。

① 《孙子·计篇》

② 《唐太宗李卫公问对》

总之，诡诈欺敌是一种有效的心理战法。正如克劳塞维茨所说的那样，“如果诡诈完全得逞，它本身就是一种欺骗……使用诡诈的人要使被欺骗的人在理智上犯错误，这种错误在最后造成一种结果，使他看不到事物的真象”。①

四、攻心夺将

古代作战，人们特别重视将帅在战争中所起的作用，并已朴素地认识到，将帅的心理品质修养对于军队作战的胜负具有重要影响。如《兵家领要·戒骄篇》中说，敌之轻敌始于骄。“骄则自高其功，自神其智，自矜其勇；不忧其寇，不惜其下，忠言逆耳，良士疏斥；战则轻进，守则驰备”，结果被敌“玩于股掌之上”，遭致失败。明朝著名将领戚继光在其《练兵实记练将·刚愎害》中也说过，“为将者，一有自用之心，士情不问，人人解体；敌情不得，耳目聋瞶。亡身败家，可立而待矣”。

正是基于这种认识，所以在古代的作战中，攻心夺将历来是夺心战的一个重要法规。如孙子认为，将有五危：“必死，可杀也；必生，可虏也；忿速，可侮也；廉洁，可辱也；爱民，可烦也”。②吴子也认为：“其将愚而信人，可诈而诱；贪而忽名，可货而赂；轻变无谋，可劳而困；上富而骄，下贫而怨，可离而间；进退多疑，其众无依，可震而走。”③意思是说敌将如果孤陋寡闻、暗昧无知、轻信于人，可以用各种诡诈手段欺骗他、引诱他；如果敌将是个贪财好利之徒，可以用金银珠宝来收买他；如果敌将忽此忽彼、忽东忽西，没有一定的方针谋划，可以用疲劳的办法来操纵他，使其陷于困顿不堪的地步；如果敌上级富足而骄奢，下级贫穷而怨恨，即可用各种手段来进一步分化瓦解他，使之产生更大更深

① 克劳塞维茨：《战争论》第216页。

② 《孙子兵法·九地篇》

③ 《吴子兵法·战将察才，因形用权》

的隔阂；如果敌将犹豫不定、狐疑不决，且部下对其失去信心，即可用震撼的打击而使其溃败。这些都是强调针对敌将帅心理品质上的弱点，攻心夺将，进而将敌军打败。

如公元前207年，在匈奴的单于部落里，太子冒顿杀父自立。这时，兵力强盛的东胡部落首领派使者前来无理地索要千里马。冒顿以睦邻邦交为由，说服群臣，恭恭敬敬地把一匹珍贵的千里马送给了东胡。东胡首领以为冒顿软弱可欺，便得寸进尺，又向冒顿索要美女。冒顿不顾群臣的反对，又把心爱的美女送给了东胡。东胡首领越发骄横，又向冒顿提出了领土要求。冒顿这次没有答应，而是跃马挥刀，领兵袭击东胡。由于东胡轻视冒顿，毫无戒备，结果使冒顿的突然袭击获得成功，东胡很快就被灭亡了。再如公元前431年的齐魏马陵之战，孙臆就是针对庞涓骄横傲慢、轻视齐军的心理特点，采取“减灶”示弱的办法，骄纵其志，引敌上钩，在马陵道布设重围，全歼魏军。

总之，针对敌将帅心理品质上的缺陷和不足，或卑而骄之以纵其志；或怒而挠之以激其忿；或亲而离之以散其心；或利而诱之以迷其智；或洁而辱之以乱其谋等等，都是古人夺敌将心的好办法。

五、恐吓慑敌

恐惧是战争中常有的一种心理现象。这种消极的作战心理反应，是军人集体丧失正常活动能力的重要原因。因而，设法刺激敌人的恐惧心理，常常是打败敌人的最有效的方法。如我国古代兵书《兵经百篇·张字》中所说：“耀能震敌，恒法也。惟无有者故称，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”。意思是说用显示力量的办法来震撼敌人，这是战争中常用的方法。特别是在没有这种条件的时候，就要故意大张声势，用以长自己的威风，灭敌人的志气，出奇制胜。这种大张声势，显示力量的作法，实际上就是刺激敌人的恐惧心理，从精神上震撼敌人。同一书《先声篇》中也讲到这个问题。认为如果能以

“先声夺敌之魄”，则敌可“不烦兵而服”。意思是说如果能先用声势使敌丧失战斗意志，即可不需用兵打仗，就能使敌人屈服。

在恐吓慑敌的方法上，《先声篇》讲了以下三种：一是“乘战胜之威”，“折简致敌”。也就是说要把兵战和心战结合起来，在兵战获胜的前提下投书攻心，恐吓敌人，以求兵战的增值效应；二是“张我军实，震我先声”，以强大的军事实力（也可能是虚张声势）威慑敌人，使敌在感受到这一心理攻势后，“或恐惧投降，或未战自溃”；三是“遣散降人，报其负固，纵之得走，传布吾威”，使恐惧情绪在敌军中蔓延传播，进而使敌“震动胆丧，望风瓦解”。在《太公兵法》中，周武王曾向太公请教使敌将帅心理恐惧，士卒心理悲伤，行阵不坚固、后阵发生动摇的方法。太公回答说：“如此者，发我兵，去寇十里而伏其两旁，车骑百里而越其前后，多其旌旗，益其金鼓。战合，鼓噪而惧起，敌将必恐，其军惊骇。众寡不相救，贵贱不相待，敌人必败”。^①其核心，也是讲以声势来刺激敌人的恐惧心理。古人还认为，出敌不意的突然攻击，常常也能产生使敌心理恐惧的效果。如《兵经百篇·预字》中说：“凡事以未意而及者，则必心骇，心骇则仓猝不能谋，败征也”。《兵家领要·夹击篇》中也说：“以我之锐击彼无备，自应倾败矣。具一处倾败，无处不惊，即有一二力战，未有见势去而不溃走者”。

总之，“众恐，可败也”。^②战争是胜与败的较量，生与死的搏斗，险象环生，生死难卜，军人的心理客观上潜隐着恐惧因素。因而，摸准敌人的心理特点，以巧妙的办法去刺激敌人的恐惧心理，使其陷于“众恐”之中，常常能以小的代价换取大的胜利，有时甚至可不战而屈人之兵。如公元前205年，汉将韩信在灭魏、下代、破赵之后，向被自己俘虏的赵国谋士李左车虚心请教破燕之策。李

① 《虎韬·动静》第37

② 《孙臆兵法·将失》

左车认为，汉军虽破魏灭赵，威震天下，但众劳卒疲，其实难用。如果只凭军事进攻，可能旷日持久。因此，李左车建议韩信一面安抚赵国军民，摆出进攻燕国的姿态，一面派一能言善辩之士去燕国游说，用汉军的声威震慑敌人，劝其归降。李左车的建议实际上就是兵法中所讲的“先声后实”之策。韩信照计行事，燕国果然不战而降。再如公元前496年的吴越携李之战，越军用犯了罪的囚徒列为三行，在吴军阵前集体自杀，造成吴军惊愕，越军趁机突然发起攻击，击败吴军。

六、励气、夺气

气者，战之所恃也。夫舍生禀血、鼓作斗争，虽死不省者，气使之然。士气是决定战争胜负的一个重要心理条件。《吕氏春秋卷八仲秋纪决胜》中说：“夫民无常勇，亦无常怯。有气则实，实则勇；无气则虚，虚则怯”。尉繚子认为，“夫将之所以战者民也，民之所以战者气也。气实则斗，气夺则走”。①《淮南子兵略训》中也讲道：“故善战者不在少，善守者不在小。胜在得威，败在失气”。这些都可以说是看到了问题的实质。励气、夺气是我国古代心理战思想的一个重要内容。所谓励气，就是激励自己军队的士气；所谓夺气，就是瓦解敌军的士气。励气、夺气，是同一事物的两个不同侧面，二者都强调从精神上、心理上对士卒施加影响。

从我国古代兵书中看，励气之法主要有以下几种：一是强调“以义怒士”。如《纂辑武编卷前一士》中说：“夫惟义可以怒士，士以义怒，可以百战”。这里所说的义，既可能是民族大义，也可能是忠君的封建道义。但不论所指那种，这种“以义怒士”的观点，无疑是正确的。因为士气属思想政治范畴，“以义怒士”，即是指要以战争的性质、目的等政治内容，来激发官兵对敌人的仇恨心理和为“义”而战的坚定信念，这在古代口是非常的难能可

① 《尉繚子·战威第四》

贵。二是主张“以战励战，以赏励赏，以士励士”。^①就是讲用榜样鼓舞、物质奖励、晋升等手段，来调动官兵奋勇作战的激情。三是重视搞好官兵关系，从感情上激励士卒拼死奋战的心理。如孙子说：“视卒如婴儿，故可与之赴深溪；视卒如爱子，故可与之俱死”。^②战国时期名将吴起在任魏国西河守时，与士兵同吃同穿，坐不设席，行不乘骑。士兵有生毒疮的，吴起就用嘴替他吸脓，以至士兵的母亲听到后都感动得哭了。吴起“吮卒病疽”的故事，非常生动地体现了古代将领善从感情上激励士气的情形。四是培养官兵勇于牺牲的战斗精神和争取胜利的信心，“使之无所顾，有所恃”。^③五是有计划地陷卒于困难险恶环境之中，如弃粮草、塞井、夷灶等，激发和利用士卒面临绝境，不不一拼的应激心理情绪，并敌一向，拼死争斗，求得胜利。

夺气之法，主要有“吊民伐罪”，从政治上进行瓦解；威慑恐吓，从心理上进行震撼；散布伤感情调，从感情上进行瓦解。其目的都在于使敌“气失而师散，虽形全而不为之用”。^④如楚汉相争末期的垓下一战，韩信用“四面楚歌”攻心夺气，使陷于绝境的楚军丧失斗志，加速了项羽的灭亡。晋朝大将刘琨戍边守防，被胡兵围困在城中。刘琨于星月当空、旷野寂静之时，三次登城吹奏胡茄，深沉哀怨的思乡曲使胡兵归心顿生，士气大丧，凄然洒泪，撤兵而去，刘琨不战而解重围。这些都是攻心夺气的生动战例。

七、乘敌之机

战争是一种复杂多变的暴力活动。作战中军队常常会因时间、地形、环境、情况等条件的不同而产生不同的战场心理反应。所谓

① 《太白阴经卷二励士篇》

② 《孙子兵法·地形篇》

③ 《嘉祐集权书上心术》

④ 《尉缭子·战威第四》

乘敌之机，即是说要善于寻求和把握战场上有利的心理时机，对敌进行攻击。对此，古人早有明确的认识。如孙子即说：“避其锐气，击其惰归”。^①实质上就是要等到敌出现松懈疲惫这一心理时机的时候再打击它。吴子在论《敌必可击之道》中，专门讲了敌人的13种可乘之机。如“敌人远来新至，行列未定，可击；既食，未设备，可击；奔走，可击；勤劳，可击；未得地利，可击；失时不从，可击；涉长道，后行未息，可击；涉水半渡，可击；险道狭路，可击；旌旗乱动，可击；阵数移动，可击；将离士卒，可击；心怖，可击。”其中除直接的心理时机外，（如心怖、即是指敌人心理上的困惑、动摇和恐慌）其它可乘之机，也多半带有心理上的因素。如半渡击，即是利用敌在半渡情况下心理上的弱点进行攻击。据史书记载，公元前506年，吴楚战于柏举。楚师大败，吴军乘胜追击，当追到清水（今涧水）的时候，吴王正要下令进攻，他的弟弟夫概对他说：请暂时不要攻击。困兽犹斗，何况是人呢？现在敌人还未开始渡河，如果他们知道我们现在要向他们进攻，为了求生而拼死向我反击，那谁胜谁败还难以料定。如果我们等到敌人开始渡河的时候再攻击他，这时敌先渡河者知道自己已脱离险境，不免要松一口气，而还没有渡的羡慕已经渡过河的，仍在争先恐后地抢渡。此时敌军斗志必将全部丧失。我们到那时我们再开始攻击，必定大获全胜。吴王听从夫概的建议，待楚师半渡而击，果然大败楚师。

总之，乘敌心理之机，是古代心理战的一个重要方法。特别需要指出的是，有利的心理之机不仅在作战中可以寻找到，而且还可以由指挥员发挥能动性去创造。如公元前684年的齐鲁长勺之战，曹刿在“齐人三鼓”之后才建议鲁庄公下令发起冲锋，一鼓作气，战而胜之，其奥妙就在于曹刿利用敌人的三次击鼓，创造了敌精神上心理上松懈疲惫的可乘之机。

^① 《孙子兵法·军争篇》

第二节 外国心理战史管窥

一、理论上的差异

如同在我国一样，在外国古代战争史上，一些著名的军事统帅和将领也在很早以前，就已经认识到作战胜败与军队的心理、精神状态之间的关系，并在作战中运用威胁、恐吓、宣传等方法对敌施加影响，以打击敌军的士气、削弱其精神力量。有些人还曾提出过类似孙子、诸葛亮等中国古代军事家的“不战而屈人之兵”、“攻心为上”的理论。如公元前4世纪古印度孔雀王朝宰相考底利耶在其所著的《政事论》一书中，即主张优待被征服的敌国的王族和民众，以使敌国人心完全归降。他认为，夺取敌国国土，除使用武力外，还可采取怀柔、贿赂和离间等手段，施行各种欺骗和诡计，并认为这些手段胜过使用武力。

但是，当我们要对其作进一步的理论考察时，却不能不为找不到更多的理性论述而感到困惑。这种情况，恰与中国古代作战心理思想理性论述颇多的现象形成一个鲜明的对照。当然，资料的缺少不能不说是一个重要原因。但仔细研究，我们即可发现，造成这种现象的主要原因，是由于东西方军事理论在发展上存在着差异。

研究认为，在古代，有关战争的思维发展从一开始就出现两大分支：一支是欧洲和地中海沿岸国家。在那里，有关战争的实用方法的发展比较明显。另一支是中国，主要侧重于对战争进行理性思维。作为后者的标志，就是有一大批对战争进行哲理性抽象概括研究的兵书的出现。如《孙子兵法》、《吴子》、《司马法》、《尉缭子》、《三略》、《六韬》等等。在这些兵书中，中国古代的心理战思想，得到了理论上的概括和总结。而在西方，军事学却往往与历史学结合在一起，所以，尽管也有诸如象古希腊历史学家希罗多德（公元前484—前425）的《希腊波斯战争史》、修昔底德

(公元前460——前396)的《伯罗奔尼撒战争史》、雅典历史学家色诺芬(公元前430——前355)的《希腊史》和《希腊远征波斯记》，以及古罗马的统帅和军事家恺撒的《高卢战记》、《内战记》等一批有价值的军事、历史名著，但大都着眼于史实的记述。就心理战来说，虽不乏生动具体的事例，但在理论的概括上，却远不如中国古代的兵书那样丰富。

这种情况一直持续到近代资产阶级军事科学产生以后才得以改变。在此期间，虽然相隔有一个漫长的中世纪，但就西方军事理论的发展来说，却基本上是一个“一无所获的时代”。①美国战略学家柯林斯也曾说过，在19世纪以前的西方，“只有极少数的创新者在理论上有所著述，大多数人却把写作任务留给了事隔很久才动笔的历史学家”。②所以，我们对西方心理战的理性考察，也只有从那些“隔了很久才动笔的历史学家”的著述中，去做一些粗浅的探寻。

据所能见到的资料，18世纪，被称为是资产阶级军事科学第一个最有名的代表人物，是英国资产阶级军事家亨利·劳埃德(1729——1783)。在他著作中，精神因素曾被作为进行战争的一个重要因素来加以论述。劳埃德认为，对自由的追求，宗教的狂热、荣誉感以及发财狂等，都可以激发高度的士气和热情，统帅应利用这些动力来激发军队所需要的情。在德国，资产阶级军事科学的奠基人是海因里希·迪特里希·比洛(1757——1807)。他认为，军队最致命的地方是侧翼和后方。因而，进攻战的目标不应选择敌人的军队，而应选择敌人的后方和交通线。这种用威胁敌人侧翼和后方的办法来迫使敌人退却，比用正面攻击的方法要容易得多。比洛的这些观点虽然没有使用心理战这一术语，但他所提出的进攻战的原则，实际上却包含着通过对敌侧翼和后方的进攻，可以从心理上震撼敌人的思想。在俄国，杰出的军事统帅苏沃洛夫(1730

① 《马克思恩格斯军事文选》第1卷第363页。

② 《大战略》第5页。

——1800)认为,精神力量是长期起作用的武器。快速、猛攻和突然性等因素能产生巨大的精神效果。他说:“令敌吃惊则获胜”;

“敌人以为我们还在100俄里以外,或许更远,……他们没有想到我们会来,而我们突然扑向敌人,从天而降,敌人将晕头转向”。^①在法国,资产阶级革命战争的杰出的军事统帅拿破仑(1769——1821)也十分重视战争中的精神因素。在他的战争实践活动中,寻求和利用心理时机,在精神和心理上震撼敌人,常常是他出奇制胜的拿手好戏。他认为,在战争中,“精神对物质的比重是三比一”。

18世纪末至19世纪上半叶,是近代资产阶级军事科学在理论上收获最丰的时期。其突出的标志,是普鲁士军事理论家克劳塞维茨(1780——1831)的《战争论》,和瑞士军事理论家约米尼(1779——1869)的《战争艺术概论》这两部著作的出现。在这两部著作中,心理战的概念虽仍未被涉及使用,但他们却论述了作战心理学的许多问题,其中也包括心理战问题。而且,较之以前的资产阶级军事著作的论述来说,在认识上也更为深刻。克劳塞维茨认为,精神因素是战争中最重要的问题之一,它贯穿于整个战争领域。他写道:“任何战斗都是双方物质力量和精神力量以流血的方式和破坏的方式进行的较量,最后谁在这两方面剩下的力量最多,谁就是胜利者”。而在这两方面的较量中,“精神力量的损失是决定胜负的主要原因。……因此,使敌精神力量遭受损失也是摧毁敌人物质力量从而获得利益的一种手段,而获得这种利益是战斗的真正目的”。^②他还说,“物质的原因和结果不过是刀柄,精神的原因和结果才是锋利的刀刃”。在对敌施加精神影响的方法上,克劳塞维茨认为,军队在组织、装备、机动性方面的优势以及新的战术体系,都可以造成精神上的优势。而采用包围、侧后攻击、出敌不意地打

① 苏沃洛夫:《制胜的科学》

② 《战争论》第1卷,第344——345页。

击敌人，在追击中给敌以连续不断的打击等，都可以陷敌于混乱，产生精神上的破坏效果。

约米尼认为，士气对战争的命运有重大影响。军队一旦失利沮丧，失去勇气，就会很快溃败。因此，“军队统帅应尽力使自己的战士振奋，激起他们的激情，而当敌人有这种激情时，则应予以抑制”。^①约米尼对这种“抑制”没有作进一步的解释，但它的含义无疑是指要设法对敌施加精神上和心理上的影响，以瓦解敌人的士气。约米尼还认为，在攻击的时候，把最强大的炮兵火力集中到一个单独的点上，在精神和物质上都能发生摧毁的作用。此外，在作战中要善于从侧翼或后方攻击敌人，因为这种战术行动在精神上可以给敌造成震撼，使敌惊慌、恐惧以至溃散。

到20世纪初第一次世界大战爆发前，在西方国家，有关心理作战思想的发展情况大致就是如此。

二、行为的历史

如上所述，在古代西方，有关心理作战思想的理论概括是比较少的。但是，考察其行为的历史，实际上却一点也不逊色。事实上，不论是在希腊时代，还是在罗马时代或拜占庭时代以至以后的各个时代中，也不论是埃帕米农达、亚历山大、汉尼拔、西庇阿，还是费边、恺撒、贝利萨留和拿破仑、苏沃洛夫等，在西方，在各个历史时期由这些杰出的统帅和将领们所创造的威武雄壮的战争话剧中，无不闪烁有心理作战的光彩。下面，我们仅举数例予以说明。

据历史记载，在希腊时代，希腊人在反对波斯帝国入侵的战争中，就曾成功地进行过心理作战，这在希腊历史学家希罗多德的著作《历史》一书中，有着生动的记述。一次，希腊人为了瓦解在波斯皇帝统治下的伊奥尼亚人（由希腊迁到埃拉多斯的希腊人）的斗

^① 《战争艺术概论》第61页。

志，就在他们必经之路的一块大石头上刻写文告，对伊奥尼亚人进行宣传攻心战。文告的大意是：“伊奥尼亚人，你们帮助敌人对自己的民族作战，这是大错而特错的事情。你们应当到我们这边来，如果办不到，那你们就应该撤退你们的军队，并叫加里亚人也这样做。如果这两件事都不可能，你们不得不打的话，那么，当我们交锋的时候，你们可以故意打败。你们应该记位，你们是我们的后代子孙。况且我们同野蛮人进行作战，也是为你们而引起的”。希罗多德写道，希腊人这样做的目的，一是要用正义性去感召自己过去同一民族的人，希望他们能投诚到自己这边来，二是要在敌人的内部引起猜疑，使波斯皇帝对伊奥尼亚人产生怀疑和戒备心理，不让这些人参加会战，从而减轻自己面临的军事压力。可见，这个刻在石头上的文告，实质上是一种巧妙的宣传心理战，起到了劝降、离间和瓦解敌军的作用。

另一个生动的事例是在公元前480年萨拉米斯海战中，希腊人对波斯海军所进行的巧妙的心理欺骗。据希罗多德的叙述：面对波斯海军的强大压力，希腊人向波斯军的统帅克尔克斯写了一封信。信的大意是：“等候到夜幕降临的时候，希腊人是不会再坚持下去的，他们将乘着黑暗的掩护，各自飞奔逃命”。显然，希腊人的用意是要引诱敌人继续追赶自己，以便在有利的狭窄海峡使波斯军失去优势，然后再攻击它。为了实现这一目的，希腊人的统帅泰米斯托克还派了一名使者去见克尔克斯，向他报告说：“我们的指挥官一向对大王有好感，他宁愿大王成功，而不愿见到他本国人的胜利。他要我来告诉大王，希腊人现在已是惶恐到了极点，正准备匆匆逃走。他们之间已经产生了很大的意见分歧，不会作任何反抗”。结果，波斯海军受骗上当。当希腊海军的一些战舰开始撤退时，波斯海军的战舰紧随其后，驶进了狭窄的海峡。由于波斯海军的舰船比较大，许多战舰挤在一起，失去了行动的自由。这样，波斯海军的优势完全化为乌有，希腊人则乘机从它的翼侧发起攻击，将波斯海军彻底打垮。而亲征希腊的波斯皇帝薛西斯在陆上眼看着

自己的舰队被消灭，却一点办法也没有。波斯海军的覆灭不仅使陆上薛的进攻失去有力的臂膀，而且使波斯军的后方受到希腊的威胁，西斯深恐后路被切断，仓惶败逃回国。

在希腊时代，马其顿国王、杰出的军事统帅亚历山大，在其历时十年的东侵作战中，也曾非常成功地运用过心理战。亚历山大认为，战争总是在两个方面进行的；一是物质的，二是心理的。前者解决物质问题，后者解决精神问题。例如在古印度，当他与印度国王婆拉斯率领的军队在赫塔斯佩斯河相遇时，他把自己的军队隐蔽在玉米地里，只留一少部兵力在西岸分散展开，并命令传令兵吵吵嚷嚷地冲来突去，以假象迷惑敌人，使婆拉斯困惑不解亚历山大到底要干什么。在将婆拉斯紧紧地吸引在一个固定的阵地上之后，亚历山大却率一支精兵偷偷地在河的上游30公里处渡过赫塔斯佩斯河，向婆拉斯的侧后发起攻击。尽管这是一支兵力不大的部队，但这一招出乎婆拉斯的意料之外，印军受到强烈的精神震撼，很快就溃败了。

在罗马时代，在迦太基著名统帅汉尼拔和罗马杰出统帅西庇阿等著名将领的战争实践活动中，也产生过许多生动的心理战故事。如汉尼拔在交战之前散布消息说：“我们有一种秘密武器，任何人也不能抵御”。这一消息曾使罗马人军心涣散，惶惶不可终日。而实际上汉尼拔的所谓“秘密武器”，只不过是一群驱以冲锋陷阵的大象而已。汉尼拔在交战中还往往以出敌不意的机动，巧妙的设伏等，给敌以物质上和心理上的打击和震撼。罗马统帅西庇阿曾被汉尼拔打败过，但最后还是西庇阿战胜了汉尼拔。其中一个重要的原因，就是他认真研究并吸取了汉尼拔的治军作战经验，其中也包括从心理上对敌进行作战的经验。公元前205年，当西庇阿再次率军与汉尼拔作战时，他不直接寻找汉尼拔决战，而是进攻迦太基本土。在兵临迦太基城下时，他同样不直接攻城，而是采取封锁的办法，切断该城的粮秣供应。同时西庇阿还在迦太基扶植亲己政权，以穷追猛打的方式不断削弱敌人的兵力。所有这一切在西庇阿看来，都是，“促使迦太基人产生恐惧和绝望的最好办

法。”事实上也确实如此。西庇阿的这些战术在心理上和精神上给汉尼拔军队以极大的打击和震撼，使迦太基方面曾被迫向西庇阿提出罢战言和的要求。

在拜占庭时代，拜占庭帝国的将军们对心理战更是屡屡使用。正如美国人T·N·杜普伊说的那样：“拜占庭人是进行各种各样心理战的行家里手。他们总是千方百计地引起对方内部的混乱和纠纷，甚至大言不惭地使用欺骗性宣传来提升自己部队的士气”。^①如公元前541年，波斯国王乔斯罗斯率20万大军企图夺取耶路撒冷，拜占庭将军贝利撒留以仅有波斯军十分之一的兵力集结在卡尔希米希地区，威胁敌军的翼侧。乔斯罗斯在得知贝利撒留集中兵力的消息之后，派了一名使臣去见贝利撒留，假意商讨可能的和平条件，实际上是要探听贝利撒留的虚实。贝利撒留将计就计，他挑选了一批最精壮的士兵，摆在波斯使臣必须经过的路上，象是一支大军的前哨。同时他又命令士兵们在平原上散开，并不停地来回走动，显示出有很多兵力的样子。而他本人则显露出十分矜持和自信的态度，好象对波斯军队的进攻满不在乎。波斯的使臣将所见的情况报告给自己的国王乔斯罗斯，使他感到进攻太冒险了。尔后，贝利撒留又以部分骑兵假机动，更加增添了波斯国王的疑虑，匆忙撤军回国。贝利撒留的这种巧妙的欺敌活动，可说是一个典型的不战而屈人之兵的战例。

在这以后的时代中，拿破仑的战争最具有代表性。他纵横驰骋于欧洲战场20多年，指挥过将近60次战役，常常是以弱制强，以少胜多，其中对心理战的运用也非常高明。如在1805年的奥斯特利茨会战中，拿破仑针对俄皇亚历山大一世对军事一窍不通，虚荣心又极强的弱点，故意让自己的部队后撤，诱敌进入对自己会战有利的地形。为了加强这种示弱的姿态，他还向俄奥两国皇帝放出“和平鸽子”，主动提出休战，议和，从心理上进一步麻痹俄奥联军。果

① 《武器和战争的演变》第78页。

然，俄奥联军错误地认为拿破仑真的胆怯了，于是轻率地向法军发起进攻，结果10万大军被拿破仑彻底打垮。仅仅在24小时之内，奥国皇帝即向拿破仑提出了议和的要求。在这个被称之为“战略上的奇迹”的会战中，拿破仑的巧妙的欺敌心理战对于会战的胜利，无疑起到了重要的作用。

另外，在美国独立战争和南北战争中，也有许多生动的心理战战例。据美国作家拉·法拉戈在《斗智》一书中的叙述：在美国陆军部的档案里，至今仍保存着呼吁英国兵放下武器和弃械潜逃的传单，并和第二次世界大战期间简短扼要的著名的劝降传单陈列在一起。

总之，在西方古代和近代的战争史册上，心理作战有着辉煌的篇章。

第三节 第一次世界大战中心理战的发展

对于心理战的发展来说，第一次世界大战具有极为重要的划时代的意义，因为它不仅使心理战这一概念开始在西方一些国家中得以产生和使用，而且就心理战的理论研究以及实施心理战的手段、方法、规模等方面来说，也都达到了一个前所未有的新的高度。

然而，严格地说，心理战的这种划时代的发展，仅仅是在大战快要结束的时候才开始的。在大战开始阶段以至以后一个很长的时间内，心理战的发展一如既往，并没有什么惊人的变化。

一、未被透视的铁幕

英国著名的资产阶级军事理论家富勒将军在谈到第一次世界大战的战争指导时，曾精辟地分析过战前欧洲各国军事理论的发展。在分析中，他特别提到了这一时期内燃机和无线电报的发明对战争所产生的巨大影响。富勒认为，“内燃机彻底改变了军队组织，结

束了骡马运输的历史，促成了装甲战斗车辆的使用。同时它还在空中为空中补给，在地面为炮兵，为部队开辟了广阔的道路”。而无线电报的发明，在当时虽然还没有创造出心理战，但它却“已经使宣传具有了世界范围的威力，它可以把语言变成战争的武器，因为它具有光的速度和全球的半径，能使整个民族都发狂”。^①

但是，这些惊人的变化以及对战争可能产生的深远影响，在当时并没有被人们所认识，它还隐藏在铁幕之后。正如富勒将军所指出的那样，当时的“政治家和军事家中没有人能透视这块铁幕”，因而他们对未来战争的指导，也就成了一种“碰运气的游戏，一场盲目的赌博”。^②就心理战的运用来说，在大战刚开始的时候，人们对于宣传的军事意义并不了解。不论是协约国还是同盟国，都没有意识到传单、报纸、广播以及其他形式的宣传能够对战争产生什么样的影响。据有关资料，在大战爆发后不几天，1914年8月9日，法国即用飞机向因在普法战争中失败而割让给德国的洛林地区投下了第一份传单。但到1915年春，这种用飞机撒传单的做法即被禁止。在英国，曾以发明坦克这一武器而闻名于世的随军记者温斯登，在开战后两个月也发明了供宣传使用的传单——《公告》，并在西部战线用飞机从德国官兵的头顶上撒下去，但协约国的军事首脑对此却一点也不感兴趣，并在1915年2月断然下令温斯登中止散发《公告》的工作。在德国，开战后不到一个月，即8月30日，德国的一架飞机也在巴黎上空投下了“投降吧”的传单，但也很快就销声匿迹了。

总之，在大战开始的时候，在当时各主要资本主义国家的军事集团里，宣传对战争所能起到的作用受到普遍怀疑，战争宣传作为一种心理武器的重要性，并没有被认识。在有些国家，甚至不允许有在战争中使用宣传的想法，而打算这样搞的人则往往受到讥笑。

^① 富勒：《战争指导》第127、128页。

^② 同上，第128页。

第一次世界大战中一位英国宣传家C·史图尔特就曾这样写道：

“在战争最初的18个月，宣传曾被忽略，宣传的意义只为少数人知晓，而官方则认为它是一种不重要的次要的因素”。德国陆军总参谋部谍报部部长尼古拉中校在后来的回忆录中也写道：“1870年普法战争的时候，总参谋长毛奇将军完全忽视了宣传。而在1914年第一次世界大战的时候，付总参谋长鲁登道夫则承认宣传的重要性，并命令我研究宣传战。但德国参谋部内轻视宣传的空气很浓，结果进行不了有效的宣传”。^①

造成这种现象的原因是什么呢？第二次世界大战期间日本的宣传战专家池田德真认为，这主要是由于军方机械、呆板地恪守某些战争法规所致。因为根据1907年在海牙签订的陆战条约附件——陆战规则第22条规定，“交战者选择害敌手段的时候，不得享有无限的权利”。而散发煽动性传单即被交战者看成是一种“卑鄙怯懦”的害敌手段而加以抛弃。

池田德真的看法难以令人苟同。众所周知，战争是流血的政治，是一种残酷的暴力行为。交战者为了达到自己的目的，无不以一举战胜对方而后快。尤其是对象第一次世界大战这样的非正义战争来说，更不存在什么公理，也毫无人道和公德可言。资产阶级为了战胜自己的对手，获得更大更多的殖民地和财富，他们完全可以不顾一切地干出人间最残忍、最卑鄙的罪恶勾当，那里管什么手段是否合乎战争法规。事实上，在大战开始阶段，交战双方所以对宣传不够重视，根本原因不在于在战争中使用宣传这个武器是否为怯懦和卑鄙，而在于他们对宣传在战争中所能起到的作用的怀疑和不相信。应当看到，在当时各主要资本主义国家的武库里，最受欢迎和最为信赖的武器是进攻、格斗、会战和大规模的屠杀。对此，英国著名战略学家利德尔·哈特，在分析和比较德国传统的军事思想同希特勒发动第二次世界大战时采取的战略之间的关系时，就曾十

^① （日）池田德真：《宣传战史》第48页。

分确切地指出了这一点。他写道：“一个世纪以来，德国的军事理论一直把会战看成是最主要的东西，而且率领着一大批国家，沿着一条很狭窄的路线来发展他们的理论。他们把普鲁士的战争哲学家克劳塞维茨奉为自己的‘教主’，全盘接受了他那些很难以领会的格言。例如‘以流血的方式来解决危机，力图歼灭敌人的军队，这就是战争的第一胎产儿……，血液永远是胜利的代价，……我们不要听信，而且不想听信那些认为不必流血便可获胜的将军们’”。^①这种迷信和依赖暴力的思想在法国也同样存在。如第一次世界大战时法军的总司令霞飞就曾断言：“我们决心一往直前，进攻敌人，这是没有丝毫犹豫的。只有这样的进攻，才符合我们战士的性格”。^②在这种情况下，在迷信刺刀、火炮和机关枪的将军们的眼里，宣传就只能是一种“怯懦和卑鄙”的手段了。何况在此以前的战争经验里，宣传的作用并不十分突出。在他们看来，软绵绵的语言文字怎么能比得了真枪实弹所具有的威力？幼稚和偏见使迷信暴力手段的将军们完全无视宣传的重要作用。

二、打了胜仗的文字

如前所述，在第一次世界大战刚开始的时候，无论是协约国还是同盟国，战争的指导者都把取胜的赌注压在进攻和会战上，谁也没有想到使用宣传——这个已由于物质技术手段的发展而为自己开辟了前所未有的、广阔前景的重要的心理战武器。

但是，暴力的作用并非无所不能。尽管交战双方一味地穷兵黩武，企望通过进攻和会战为自己摘取胜利的花环，但实际上却谁也没有达到自己的目的。随着德国施利芬计划的被粉碎，法国人企图通过进攻和会战取胜的希望也完全破产。从1914年底到1918年3月，位于法国西部和西北部的战局一直处于胶着和稳定的状态，双

^① (英)利德尔·哈特：《战略论》第295页。

^② 富勒：《战争指导》第145页。

方的得失很少超过几公里，而凡尔登的“绞肉机”对于双方来说，谁也感觉不到轻松。尤其是对德国来说，由于协约国实行封锁政策，使其面临更为严峻的困难。在东线，德奥两国在1915年实施的两翼包围几乎很成功，但在1916年，俄国的军队却又收复了一些失地，战局最终也是形成了一个僵持的局面。

正是在这种僵持的局面下，资产阶级国家的军事政治领导集团很快意识到了战争宣传的重要性，意识到了利用宣传这个战争武器对敌国士兵和国民进行广泛的心理影响的作用。一位德国将领就曾这样写道：“我们为了破坏对方士兵手里的枪支耗费了很多贵重的军火。如果想出一种办法，使那些在枪支上扣板机的手指头都变成瘫痪，岂不是很方便？”^①这种办法，或者说是这种武器就是宣传。到现在，那些曾视宣传为怯懦和卑鄙的将军们开始了对宣传的青睐和追求，而且竞相大展其技，把宣传作为一种正式的战争武器加以运用。在这方面，英国人干的最为出色也最富有成效。

1918年2月，协约国军总司令部终于解除了禁止用飞机投撒传单和小册子的禁令，英国随即成立了对敌宣传本部“克尔之家”，开始了有计划的宣传心理战。英国的宣传目标首先指向敌人的前线部队，旨在摧毁对方的士气，然后使德国整个垮台。尤为值得指出的是，英国人的宣传在策略上非常讲究，他们总是针对不同的宣传对象，看准时机，灵活地使用各种宣传手法来打动对方将士的思想情感，逐渐地引导他们向反战方向转变。例如，在一份《告向西线前线进军的将士》的传单中，他们这样写道：“……将士们，你们是向西线进军还是向巴黎推进？将士们，你们知道在西线有什么吗？那里有你的坟墓……你们的皇帝是在你们的背后生存者中的一个。他把他的铁十字勋章授予兴登堡了。鲁登道夫也得到了同样的勋章——大十字架勋章。他们取得了胜利，因此是幸运的。可是，你却追求你的坟墓……将士们，再见吧，今天你是我们伙伴中的一个，

^① (美) 法拉戈：《斗智》第248——249页。

和男女及现在活着的一切东西存在一起。可是，你是木石及一切无生命之物的主人”。这种宣传把德国一般普通将士同德国皇帝及主要战争责任者区别开来，指出他们在前线的流血牺牲只不过是当权者的利益而卖命，从而很容易为德军下层士兵所接受。另外，英国的宣传还通过在德军士兵中散布各种流言蜚语和失败主义情绪、挑拨官兵关系等手段，攻击德国的政策，夸大德国的危机，好象德国的失败已经既成事实。英国的宣传使德军士气大受挫伤。而且，更为严重的是每一个从前线休假回到后方的士兵，也都不知不觉地成为英国人的宣传员，使得消极失败的情绪在德国国内得到蔓延。对此，德军总参谋部既愤慨又害怕。德军付总参谋长鲁登道夫在指责这种行为时即不无忧虑地说：“他们竟把个人和全军的荣誉和尊严都拖进泥沼，并且对国内人民的情绪产生了破坏性效果”。^①据有关资料，在战争后期，德军不得不向自己的士兵收购英国和法国的传单，并被迫在1918年7月向士兵和居民发出专门呼吁书，号召他们抵抗敌人的宣传。

除直接对德军进行宣传心理战外，英国人还非常注意对中立国开展宣传活动，以便最大限度地孤立敌人，为自己争取盟友。如英国的宣传为了渲染德军的残忍，以激起中立国对德国的仇恨，宣传说德军士兵曾砍断了比利时儿童的手指，把战俘钉在十字架上等等。这种宣传就曾极大地激发了英国人的仇恨心理，从而使他们疯狂地投入到战争中去。据说，在新英格兰举行的一次大会上，有人提出在抓到德国皇帝以后，要把他下油锅，结果“整个观众席都站了起来，歇斯底里地尖叫，表示赞同。”^②在这方面，最骇人听闻的是英国人在1918年春向全世界宣传说，在德国有一个尸体榨油工厂，贫困到极点的德国人竟然把人的尸体拿来榨油，然后用人油制造肥皂。尽管这个骇人听闻的故事是英国人精心编造的一个弥天大谎，但它却

^① 法拉戈：《斗智》第249页。

^② 富勒：《战争指导》第168页。

使全世界为之震惊、发抖和愤怒。这个谎言所以能够取得宣传效果，不仅在于它切中了德国面临困境这个要害，极为逼真地勾画了因战争消耗而陷入极其疲惫、绝望之中的德国经济的困状，易于为人们所接受和相信，而且由于德国方面不能让所有的人看所有的工厂而无法加以否认。总之，在大战的后期，英国的宣传是最积极的。据有关资料，英国的路透社每月向德国播送100多万字符符合英国利益的宣传材料，宣传机关每周准备400篇左右的文章并及时提供给外国报界。在战争的最后六个月，英国人用气球和飞机向德国前线和后方撒下的传单每月多达200——300万份，最多达到500多万份。

法国人的宣传与英国相比稍微显得逊色一些。1915年法军总司令部第二部设立了对敌进行精神影响的宣传勤务。专门指派航空大队或借助气球、炮弹或其它工具散发传单和鼓动材料。法国的宣传始终贯穿下述目的：追究德国领导人的战争责任；宣传共和主义和民主主义；强调以自由主义思想为指导。据资料统计，在宣传站工作的39个月时间内，法国向德国战壕、后方及其占领国所散发的传单、报纸和小册子，共达2900万份。

美国是在第一次世界大战后期才开始参加协约国方面对德作战的。参战之初，即在军队中设立了许多心理学部门。如武装部队设有心理部，负责官兵的心理测量；医务部设有心理分部，研究精神病症及治疗；总参谋部设有士气组，负责鼓舞己方部队的士气；情报部门设有精神处，也负责增强官兵的精神力量，以提高部队的战斗力。在前线，美国远征军司令部设有专门从事心理战的G——Z组，负责心理战工作。就宣传来说，美国人的宣传主要着眼于瓦解敌人的士气，从心理上对敌施加压力。如美军在法国登陆后，即将自己军队的数量在公开文告中发表，其目的就在于希望这些文告能够有效地使力量日益削弱的敌人，在日益增长的压力面前更加气馁。他们在宣传中鼓动德国士兵逃跑，并暗示逃跑的方法。在美军向德军空投的劝降传单中，甚至包括有一份通行证。他们在传单中不厌其烦地介绍美军的各种精美的食品，并保证来降者也能获得同

样的食品。这种颇有针对性的劝降宣传，对于因战争消耗和协约国方面的封锁而使得生活日益困苦的德国士兵来说，无疑有着巨大的诱惑力。

相比较来说，德国方面的宣传一直是软弱无力的。尽管有着健全的宣传组织，但面对协约国方面强大的宣传心理攻势，德国人却不能进行有效的还击。与对敌宣传相比，德国人似乎更加注重对本国内部的宣传，因为他们意识到了国内局势的不稳，企图借助宣传来团结人心、巩固自己的士气。尽管如此，德国军民的士气还是大受打击，失败和绝望的情绪在国内到处蔓延。

除宣传心理战外，坦克作为一种心理武器的作用在此也须一提。1916年9月15日，在松姆河会战期间，英军第一次使用了坦克。尽管由于机械故障和恶劣的地形条件，且投入战斗的坦克数很少，坦克所发挥的作用非常有限，但它却已经显示了心理性武器的作用。到了1918年8月8日的亚眠会战，这种作用便得到了进一步的加强。当英军的数百辆坦克在飞机的配合下引导着步兵向德军发起进攻的时候，德军的防线被迅速突破，大批德军不是投降就是逃跑。其惨败的原因，用富勒将军的话来说，“主要是由于坦克所带来的恐怖心理”。坦克本身的杀伤力并没有起多大作用，但没有坦克，就不能引起恐慌，就不能达到这种奇袭的目的。“诚然，坦克是一种物质性武器，但更应该说是一种心理性的武器”。^①

总之，在第一次世界大战后期，心理战得到了长足的发展，其中尤以宣传心理战最为突出和最具有代表性。宣传对于协约国争取大战的胜利起了重要的作用。1939年，美国人莫克——拉森写了一本有关美国在第一次世界大战中宣传的书，其书名为《打了胜仗的文字》。莫克的书笔者虽未见其中译本，但仅就书名而言，用“打了胜仗的文字”来形容和表述宣传在第一次世界大战中对同盟国取胜所起到的作用，应该说是恰当的。富勒将军在谈到促使中欧国家崩溃的

^① 富勒：《战争指导》第165页。

原因时就曾指出有两个主要原因：“一个是英国的封锁，另一个是英国政府的巧妙宣传；一个击中了敌人的要害，另一个破坏了敌人精神上的耐力”。^①当时德军的付总参谋长也意识到这一点，他在自己的回忆录中写道：“封锁和宣传被齐头并进地用来对德国的种族和精神作战。……封锁和宣传逐渐地破坏了他们精神上的决心，动摇了他们取得最终胜利的信心”。这种战败者的切身感受，也从一个侧面反映了宣传在第一次世界大战中所发挥的重要作用。

第四节 第二次世界大战中心理战的发展

第二次世界大战是人类历史上规模空前的一次战争。战争历时6年之久，战场遍及三大洲、四大洋，先后参战的国家有61个，参战军队达1亿1千余万人。由于新的武器装备的发展和使用，使得战争具有现代化的特点。就心理战的发展来说，这个古老而悠久的作战形式也开始真正成为现代战争中的最新装备。

一、前所未有的基础

第二次世界大战开始的时候，心理战已具有以往任何时代无法比拟的基础，这种基础集中表现在以下四个方面：

第一，第一次世界大战的经验和教训，彻底改变了人们对心理战，特别是对宣传心理战的不信任的态度。被动的、不自觉地运用心理战已为自觉地、有意识地运用心理战所代替。就战争指导者来说，尽管暴力手段的运用仍然是他们在相互角逐的斗争中所依赖的主要工具，但政治家和军事家们却已开始普遍相信，一篇动人的文字所具有超越武器的潜在威力。宣传战的命运较之于第一次世界大战初期来说，已经发生了根本性的变化，讥笑和嘲讽的现象已不复存

^① 富勒：《战争指导》第165页。

在，宣传作为一种有效的战争武器，在大战一开始甚至远在开战之前，即被自觉地加以使用。

第二，在两次世界大战的间歇时间，在西方各主要资本主义国家，相继出版和发行了一大批有关研究总结第一次世界大战中宣传战的经验，探索未来战争中宣传问题的书籍及文献。如英国史图尔特的《克留宫的秘密》；罗杰森的《即将爆发的大战中的宣传问题》；美国莫克——拉森的《打了胜仗的文字》；拉斯韦尔的《世界大战中的宣传技巧》；法国恩特茨《战时法国的野战报和战壕报》；德国施杰林——鲁贝尔特的《宣传是政治武器》；舍涅曼的《对美国民众影响的艺术》；阿达莫夫斯基的《宣传与民族实力》等等。这些书籍及文献的出版和发行，可以看成是第一次世界大战宣传战在理论上的收获。它对资产阶级国家的政治和军事部门从政治上心理上准备第二次世界大战，在战争中更加广泛地进行宣传心理战，无疑起到了强大的推动作用。

第三，新式武器装备的发展和使用，使大战具有现代化的特点。作战规模空前增大，武器的杀伤破坏力也大大增加，以暴力手段对敌施加心理影响所能产生的威慑震撼作用，远远超过了历史上的任何一个时代。

第四，新的宣传媒介的出现，即短波广播，为宣传心理战提供了更为先进的技术手段。它驰骋在地球上空，转瞬间就能够把全世界的新闻传达到四面八方，从而为宣传心理战开辟了更为广阔的前景。

上述情况预示了第二次世界大战中的心理战，敌对双方将是在一个更为广阔、更加高级的层次上展开的激烈的争夺。

二、希特勒的魔力

希特勒的名字是与独裁和恐怖、野蛮和侵略联系在一起的。他既是法西斯的元凶，也是挑起第二次世界大战的罪魁祸首。他的战争魔力，曾使欧州为之发抖，使世界为之震惊。1939年9月1

日，德军闪击波兰，波军一触即溃，28天即放下武器投降。随即德军又迅速攻占挪威、丹麦、荷兰、比利时和卢森堡。1940年5月12日，德军绕过法国苦心经营、视为固若金汤的马其诺防线，直扑英吉利海峡，切断英法联军的后路，迫使英法军从敦刻尔克仓皇撤退。接着德军主力挥师南下，6月14日攻陷巴黎。22日，号称欧洲第一陆军强国的法国屈膝在希特勒的铁蹄之下。只有9个多月的时间，大半个欧洲即为希特勒的战争魔力所征服。尔后，德军又挥师东向，于1941年6月22日入侵苏联。20多天时间，德军突入苏联纵深400—600公里；四个月时间，即兵临莫斯科城下。短短几个月时间苏联不仅丧失了西部的大片国土，而且军队遭受巨大伤亡，大量人员被俘。总之，这一时期可称是希特勒的全盛时期，他不仅蹂躏了整个西欧和中欧，而且也将东欧践踏在自己的铁蹄之下。

然而，希特勒何以有如此巨大的战争魔力？对此，人们常常讲到闪击战。其实，从战略的角度看，希特勒的战争魔力主要来自于他对心理武器的使用。即使就闪击战来说，其威力也主要依赖于对敌组织上的瘫痪和精神上、心理上的震撼。英国战略学家利德尔·哈特在分析希特勒的战略时，曾引述过希特勒某些观点。如希特勒曾宣称，“在战争尚未打响以前，设法使敌人先在精神上崩溃，这是我最感兴趣的问题”，“有一种广义的战略，它使用的是心理上的武器……如果我可以比军事手段更好和更廉价的办法来达到瓦解敌人的目的，那么我何必一定要用军事手段呢？……我们的战略就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”。^①基于此种认识，希特勒特别强调在战争中预先摧毁敌人的士气，并认为因此应当使用各种类型的武器，特别是进行宣传。

由此可见，希特勒的战争魔力，在某种意义上可以说是一种心理战的魔力。正如利德尔·哈特所评论的那样：希特勒的战争理论，

^① 《战略论》第295—396页。

实际上是一种使用心理武器的理论。在希特勒蓄意发动的战争中，他总是采取双管齐下的办法，“一手是涣散敌人的士气，一手是瓦解敌人的组织。进一步说，就是要使战争本身更多地具有心理上的作用，要用思想充作工具，用言论来代替武器，用宣传来代替炮弹”。^①对此，我们可以从以下的剖析中窥其一二。

首先是宣传。这是希特勒心理战武库的重要武器。希特勒认为，“在历史上推动最伟大的宗教运动和政治运动的力量，从远古时候起，一直是说话的神奇力量，而且也仅仅是说话的神奇力量”。“只有靠说话的力量才能打动广大的人民群众。所有伟大的运动都是人民运动，都是人类热情和感情的火山迸发，它们不是由残酷的穷困女神就是由投在群众中的语言火把触发的；它们不是词章学家和客厅英雄的柠檬水似的清谈”。^②“宣传工作，就是在孜孜不倦的为自己的主义去招致信徒”^③在1936年纳粹党召开的纽伦堡会议的大厅里，墙上甚至悬挂着这样的标语：“宣传帮助我们夺取了政权，宣传还将帮助我们取得整个世界”。纳粹的口气是何等的狂妄！不过照实际情况来看，希特勒确实是靠欺骗性宣传和在政治领域运用心理战战略而取得德国政权的。在他后来发动的侵略战争中，宣传虽没有能帮他吞掉整个世界，但却帮助他在战争初期，取得了一连串的巨大成功。

希特勒的宣传心理战一是对内，一是对外。在对内宣传方面，法西斯的主要目的是煽动德国人的民族复仇心理，鼓舞士气，以推动德国资产阶级战争机器更加快速地运转。为此，他们不惜采取各种卑鄙的欺骗手段进行肆无忌惮的蛊惑人心的宣传。甚至在宣传的背后，顶上一把血腥的刀剑，以随时惩治那些对纳粹宣传稍有不满或反抗的人。如1939年5月，有数百名德国血统的波兰籍青年在波

① 《战略论》第311页。

② 威廉·夏伊勒：《第三帝国的兴亡》第39页。

③ 希特勒：《我的奋斗》第296页。

兰被征召入伍时，他们成批地逃跑了。借此事件，德国的宣传机器即大肆谴责德意志少数民族在波兰遭受的所谓“种种迫害”，煽动本国人民对波兰的仇恨心理。他们利用国内存在的反对犹太人的极端民族主义思想，放纵民族感情中卑鄙的劣根性，攻击犹太人为“劣等民族”，必须从地球上加以消灭。就在向波兰发起进攻的前夕，法西斯还精心策划了一场所谓的“波兰人的挑衅事件”，由党卫队冒充波兰士兵，纵火焚烧了德国人社团所在地的建筑物，然后开动宣传机器，大肆渲染波兰人的所谓“暴行”，借以为自己的侵略行径披上“正义”的外衣，以赢得的国内人民的支持，等等。

在对外宣传方面，德国的宣传机器始终同武装侵略的战车紧紧绑在一起。1939年4月，德军建立了武装力量最高司令部宣传部，领导整个部队的宣传工作，负责制定每个战役的宣传计划。在作战部队建有专门的宣传分队，称为宣传连。其任务，包括鼓舞在部队和后方居民的战斗精神以及在敌国军民中进行宣传瓦解工作。如在入侵苏联时，德军在东线集结了大约17个宣传连，用苏联的30多种民族语言印发宣传材料，对苏联军队和居民进行宣传心理战。在利用无线电广播进行宣传心理战方面，德国人也干得十分卖劲。他们用英语通过长波和短波向英国和全世界进行广播，其中有以甜言蜜语式的糖衣炮弹来打动美国士兵心理的“罗丽莱”；有企图用浓厚的英国土腔来震撼英国民心的“好好爵士”。此外，德国还利用电影进行宣传心理战。如在开战一年后拍摄的《克鲁格伯伯》等。总之，德国人记取了第一次世界大战中吃协约国宣传战苦头的教训，因而在第二次世界大战中特别注意利用宣传这个心理战武器。这对他们发动战争并取得初期的成功确实起到了重要的作用。但总的说，德国人的宣传战术不算很高明，在开头军事形势有利时显得洋洋得意，到后来则随着军事上的一再失败而显得软弱无力。当然，最根本的原因是其战争的非正义性以及宣传内容的欺骗性和失信。

其次是闪击战。如前所述，坦克本身是一种物质性武器，但利用坦克攻击敌人，却具有物理性和心理性的双重功能。坦克作为一种

心理性武器，其作用在第一次世界大战中已经得到显示。而在此时，它完全可以在战略上发挥作用了。对此，英国的富勒将军可以说是先见之明。早在第一次世界大战快要结束的时候，他即指出，利用快速的坦克中队，“使之突然地出现在敌人的防御区内；直接攻击敌人的各级司令部，包围或者打散它们。”^①与此同时，集中使用一切可以动用的轰炸机，轰击敌人的补给地点和道路中心。这样，即可以瘫痪敌人的整个体系，包括敌人的心理在内。希特勒吸取了这种“瘫痪战术”思想，并在此基础上形成了法西斯闪击战的理论和作战原则，从而也找到了通过武力打击进行心理战的最好办法。在这方面，最典型的例子是1940年5月对法国的进攻。德军在闪击战中采用了典型的心理恐吓战术，他们乘车长驱直入，有时尽管力量很少，但也气势汹汹，横冲直撞。而法军面对这种非正统的运动战，完全陷于瘫痪，精神上，心理上的崩溃加速了法国的灭亡。从有关资料中看，法军在德军的闪击战面前表现出空前的恐惧心理。有些部队甚至把没有顶盖的装甲履带车也误认为是坦克而交械投降。更具有讽刺意味的是，德军在进攻中甚至往往不去抓法军俘虏，以免影响自己的进攻速度，而法国士兵呢？则因为感到空前的恐惧和相信他们在被俘虏后会立即获释而大批投降。总之，闪击战不仅是军事打击，而且是一种心理打击。这种心理打击的威力不仅在法国，在波兰、挪威、比利时等被德国入侵的国家，都曾得到过充分的发挥。

除宣传和闪击战外，希特勒的心理战武库中还有其他多种多样的手段。如进行战役伪装，实施心理欺骗；组织党卫队员化装成盟国士兵在敌国境内进行各种破坏活动，以扰乱人心；或派遣间谍，搜集情报，散布谣言，在敌国内部制造分裂和混乱，等等。但谎言和暴力不能从道义上为侵略战争提供必胜的依据，也不能医治帝国主义的根本缺陷。尽管希特勒企图凭借他的战争魔力把世界推入灾难的深渊，但终究还是落了个玩火者自焚的可耻下场，这归根到底是由他反动的非正义的战争本质所决定的。

^① 《战争指导》第228页。

三、盟国的心理战

在第二次世界大战期间，英美及由戴高乐将军所领导的自由法国等同盟国，对法西斯国家及其武装力量，进行了积极的、卓有成效的心理战。其中以英美的心理战，最有代表性。

在宣传方面，英美都各自设有全国性的心战机关。在战争年代，他们又建立了英美联合宣传委员会。英国处在大战的前线，因而从战争一开始，即展开了大规模的反德无线电广播宣传，并向德国本土投送宣传书籍。在组织上，英国外交部设立了专门的心理战处，由杰出的宣传战专家罗伯特·洛卡特任处长，负责对敌进行宣传攻心战。英国的宣传继承了第一次世界大战中对敌进行宣传的优良传统，不论是用无线电广播还是用文字材料进行宣传，都干得非常出色，被称为“谋略派”。其主要特点有：善于深入到敌方生活的环境中，针对敌国军民的心理特点进行宣传；以对大众的宣传为主、以对当权者的宣传为辅；既重视理智的宣传，更重视感情的宣传；多提问题，少发议论，把结论留给敌国军民去想；保持冷静的态度，并使敌国国民的战时异常心理趋于镇静，然后在貌似客观的宣传中给敌喝下裹有糖纸的药丸，瓦解他们的斗志；重视制定各个战争阶段的宣传方针，使宣传紧密配合政治外交斗争和军事斗争形势的需要等等。在手段上英国人也是多种多样：如在无线电广播宣传中，除公开的英国广播公司电台(BBC)外，还有一个称之为“第一号秘密转播站”的秘密电台。它以德国一家私人秘密电台的面孔出现，播音员自称是“上级”，利用英国情报部门提供的资料，向德军官兵进行宣传。内容包括揭露希特勒私生活中的丑闻；散布流言蜚语；暴露德军内部秘密等，以挑拨德军的官兵关系，煽动他们的不满情绪。据有关资料统计，战争期间，从英国基地向欧洲散发的印刷宣传品约有60亿份。

美军在1942年建立了联合心理战委员会，隶属于参谋长联席会议之下。在各军种总部也设立了相应的机构。在陆军情报部设有心

理战处，专门从事宣传战。美国的宣传同英国相比具有组织规模甚大、善于恫吓、欺骗等特点，在战术上则不如英国人高明。除公开的“美国之音”昼夜24小时不停地连续广播外，也非常重视利用“黑色”宣传进行攻心战，具体由战略情报局（OCC）实施。英美除各自专门的宣传外，还多次建立联合宣传部门，以使自己的行动与战役协调一致。如在北非作战时，美英联军建立了心理战总部，盟国远征军统帅部内也设有心理战处。1943年夏，同盟国还建立了名为伦敦政治战协同委员会的组织。据统计，仅1944年6月，联合空军即向敌部队散发了约500万份报纸，在德军占领区向居民散发了250万份期刊、600万张战略传单和3550万张战术传单。

在英美进行的宣传心理战中，最典型的例子是争取意大利舰队投降。1943年，德军为了争得地中海作战计划的支持者，同意大利海军进行秘密谈判。意大利海军弱点很多，在战争初期连连受挫，士气低落、毫无斗志，对德国人的合作要求持抵触态度。英军在得到这一情报后，即决心以心理战来阻挠德、意的合作。为此，英美海军心理战部门专门开会，制定了周密的宣传战计划。按照这个计划，英美心理战部门向意大利海军进行了长达1年零5个月的宣传，其内容主要是：德国人把意大利海军当作炮灰；意大利商船将被征用来撤退隆美尔的德国军队，同时把意大利军队抛弃，让他们听天由命……。结果，这场出色的宣传心理战，终于使意大利海军没有与德军合作干涉英美海军占领直布罗陀，并在后来完全按照盟军规定的具体方式投降。

对于戴高乐将军领导的自由法兰西来说，由于法国本土沦陷，因而不得不流亡在外，在非洲的殖民地刚果（一说是英国伦敦）建立自己的宣传基地。自由法国电台的宣传主要是揭露德军暴行，号召人民起来反抗敌人的统治。同时大力宣传国内游击队的活动情况，以鼓舞士气。在法国国内有各种地下组织，他们也通过散发各种印刷品进行反德宣传。

总之，盟国的反德宣传不论是在组织上还是在规模上，都甚大

而且富有计划。除此而外，盟国也非常重视和运用其他多种手段对敌人进行心理战，包括有：以军事行动对敌施加心理影响；借助武器装备的奇形怪样制造恐怖心理；在无线电广播中播送恐惧的嚎叫、妇女和儿童绝望的哭声以及送葬的乐声；施谋弄诈对敌进行心理欺骗；组织特种兵分队深入敌占区进行破坏活动袭扰敌人等等。在这方面有许多具体生动的事例。如1944年春，当美英联军正在准备规模庞大的诺曼底登陆作战时，为了迷惑敌人，他们精心地策划了一个冒名顶替的欺敌行动。英美联军情报部找了一个与英国登陆部队司令官蒙哥马利相貌特别相似的陆军中尉杰姆士，让他扮成“蒙哥马利”，搭乘首相的专机飞往直布罗陀和阿尔及尔，并放出风声说，蒙哥马利此行的使命是编组英美联军，可能向法国南部海岸登陆。杰姆士是一个有着25年历史的职业演员，有丰富的表演经验。他的逼真的扮演成功地欺骗了德国的间谍，并使德军统帅部上当，误以为西方盟军将在加莱地区登陆，匆忙将防守在诺曼底地区的2个坦克师和6个步兵师的兵力抽调到加莱地区，从而大大减轻了盟军在诺曼底登陆时的压力，有利于这次战役的成功。

四、苏联的心理战

苏联人不使用心理战这个概念，但在事实上却承认其存在。他们称对敌进行宣传战为意识形态方面的斗争。苏联认为：意识形态战线上的斗争对于战胜敌人起着重要的作用，因为战争的胜败取决于士兵和后方居民对待战争的态度。因此，在战争中，为了摧毁敌人的军事经济潜力及消灭其有生力量和技术装备，不仅需要大规模军事打击，而且还需要运用意识形态武器去动摇敌人的抵抗意志。正是基于这种认识，在整个卫国战争期间，苏联向法西斯德国及其仆从国的军队和居民进行了大规模的意识形态方面的斗争。

1941年6月25日，在德军入侵苏联后的第四天，苏联即成立了苏维埃军事政治宣传局，后改名为军事政治宣传委员会。1944年，苏联情报局又成立了协同宣传处。负责协调各主要机关部门（无线

广播委员会、塔斯社等)的对敌宣传活动,并与英美等盟国同类性质的部门保持密切联系。在军队中,苏军的对敌宣传主要由苏军总政治部和作战部队的政治机关负责。苏联的宣传主要围绕以下几个方面进行:(1)瓦解法西斯德国官兵的政治工作;(2)对德仆从国的军队和德军中的非德意志民族成份的宣传;(3)对战俘的政治工作;(4)对敌国居民的宣传。据有关资料统计,整个战争期间,全苏的无线电台每天向敌国军民广播14次,约5小时。在用印刷品进行的宣传方面,仅苏军总政治部发行的印刷宣传品就有3300多种,超过20亿份。在战争初期,苏军还专门为德军办了一份《真理报》,投到德军的阵地上。到1942年4月,共办了250期,散发了1500万份。

在苏联进行的对敌意识形态方面的斗争中,苏联的宣传特别强调和重视宣传在政治上的战略意义。苏联认为,马克思列宁主义是苏联对敌进行意识形态方面斗争的强大的精神武器。宣传的目的不仅仅在于从精神上心理上瓦解敌人的士气,破坏敌人的斗志,而且要能够唤起人民的觉醒,以便在粉碎法西斯匪徒的侵略战争之后,能够促使德国和欧洲发生深刻的社会政治改革。因此,苏联对敌宣传活动的根本方针是从战争的政治目的入手,解释苏联进行战争的正义性,揭露德国法西斯的意识形态和侵略战争的反动本质。

在方法上,苏联的对敌宣传主要有以下特点:(1)采用理智法。着重从战争的政治目的上论证德国侵略战争的非正义性,战争的无前途性和失败的不可避免性,感召德国官兵放下武器,向苏军投降。这种带有政治性质的传单和无线电广播,在苏联的对敌宣传中,占有很大的比重。(2)伤感主义情调法。主要从情感上对敌施加影响,瓦解敌国军民的士气。如在1941年圣诞节前夕,苏联向德国散发了这样的传单:传单的一面画着俄国土地上圣诞节的夜晚,另一面画着一棵松树,在松树下躺着一具被雪复盖着的德国士兵的尸体,传单的标题是《他是谁的丈夫?》据说捡到这份传单的德国妇女无不为之掩面痛哭。(3)重视对战俘的政治争取,并利

用战俘进行宣传攻心。苏联认为，战争结束以后，战俘将被遣送回家，为了不使他们重新成为复仇主义者的炮灰，因而必须转变他们的意识，做他们的思想转化工作。为此，苏联还专门为德国战俘出版了一份《自由德国报》。1941年10月，苏军在第58战俘营召开战俘会议，通过了由158名德国战俘签名的《告德国人民和军队书》。苏联将此在报刊和广播中广为宣传，并印成传单和小册子散发到德军的前线和后方，在世界舆论和德国人民中间产生了强烈的影响。（4）采用恫吓法，在敌国军民中散布恐惧和混乱。例如在一份《希特勒即将完蛋》的传单中就这样写到：“士兵们，你们想知到反希特勒同盟的力量吗？让数字来说明吧！站在美国、苏联和英国三个强国方面的有：居民17亿2500万人；士兵5000万人；飞机11万架；火炮9万门；坦克8万5千辆。希特勒是不能战胜这支强大的、具有毁灭性的力量的，希特勒必将灭亡”。（5）利用标语、口号、漫画等多种形式对敌进行宣传。如“成立士兵委员会！”“请回家吧！”“结束战争！”等等。苏联还特别强调，在选择用口号对敌进行宣传时，必须考虑到双方军事力量的实际对比、武器的数量和质量、战役战斗的实际发展以及敌人的心理特点等，以增强宣传的效果。

除用宣传进行意识形态方面的斗争外，苏军同样也十分重视以具体的军事行动对敌施加心理影响。如利用武器（火力）对敌施加心理影响；以战役战斗行动的突然性震撼敌人；运用恐吓战术；出其不意地使用新的作战方法；运用计谋欺骗敌人，造成敌人的错觉、大意和失误等等。如在1945年的柏林战役中，苏军在夜间发起进攻前用140部探照灯来迷盲敌人，总共1000多亿支光亮度的光柱突然地射向敌人，使敌人完全惊呆了，他们误以为是苏军使用的一种新型武器，一时不能进行有组织的抵抗。

以上所述，即是关于心理战的历史考察。它能使我们获得哪些有意义的结论呢？著者以为可以归纳为以下几点：

一、心理战的历史同战争的历史一样古老悠久。尽管心理战这

个概念的产生距今并不十分遥远，现代心理战与古代的心理战也有很大的区别，但作为一种有效的对敌斗争手段，不论是在理论上还是在实践上，都早已为古代的军事家们所认识和运用。诚如英国战略学家利德尔·哈特所说的那样，“在历史上所有取得决定性战果的战役和会战中，几乎所有的胜利者，都是早在冲突发生之前，先使他的敌人在心理上处于不利地位”。^①

二、现代心理战的产生和发展与心理科学的产生与发展有着紧密的联系。可以说，没有心理学的发展，现代心理战即不可能成熟。如果说军事心理学是心理学这棵大树上的一个分枝，那么心理战就是开放在这个分枝上的一朵奇葩。

三、心理战的产生和发展不仅仅是心理学哺育的结果。从军事的角度看问题，心理战的产生和发展是同战争的发展紧密结合在一起的。军事理论、军事学术的不断发展和作战方式不断变革，同样也给心理战的产生和发展以积极的影响。此外，物质生产的不断发展也对心理战的发展起到重要的推动作用，如果没有工业化文明社会物质生产的不断进步，现代心理战同样也不会被创造出来。

四、心理战是军事战、经济战的总体战争的中心问题。正如美国心理学家波林所说的那样，敌人的肉体可以被杀死，敌人的财产可以被摧毁、然而只有精神的被征服，才算是真正的失败。“例如我们有这个认识，则一切军事的战争，经济的战争，也都是心理的战争。因为投降的意愿是一种心理状态，而各种战争的方法，都用以改变心理，从抵抗的意志，变为服输的意愿”。^②

① (英) 利德尔·哈特：《战略论》第210页。

② 波林：《美国军人心理学》第293页。

第二章 我军的心理战

尽管心理战这一名称的发明权不在中国，然而令人感到自豪的不仅是中国古代很早就有许多有关心理战的理论和实践，而且到了现代，在中国人民进行的长期的革命战争中，古老而神奇的心理战运用得也十分广泛，从理论上到实践上都有了长足的发展。

第一节 我军的心理战思想和理论

中国古代兵法中有不少心理战的思想。毛泽东等老一辈无产阶级革命家不仅精通并继承了中国古代兵家的心理战思想，而且在领导中国人民进行的艰苦卓绝的斗争中，把古老的心理战法进行了发展创新。在其军事思想中，在指挥谋略和战争指导上，在战争宣传、瓦解敌军、俘虏工作等许多方面，都体现了心理战的思想。

一、指挥谋略

我军的心理战思想，首先体现在指挥谋略方面。毛泽东等老一辈无产阶级革命家把心理规律与战争规律融汇于一炉。通过掌握敌军指挥官的心理，与其在指挥谋略上展开斗争，又通过出色的指挥，对敌军指挥官的心理施加影响，在斗志与斗法方面与敌全面较量，战胜敌人。

毛泽东等老一辈无产阶级革命家指挥谋略中的心理战思想主要是：

（一）诱敌深入

我军的心理战思想首先体现在“诱敌深入”的战略方针上。诱敌深入，就是运用心理学中的心理诱导。根据敌军的心理需要，给

予一定的刺激，进行心理诱导。诱导敌人指挥官产生错误的动机，形成错误的决策，导致军事行动上的失误和挫折。

毛泽东认为劣势军队处在优势军队的进攻面前，因为力量相差悬殊，不能迅速地击破其进攻。为了保存实力，待机破敌，必须采取诱敌深入的战略方针。强大的优势的敌人在进攻时，总是仗着兵强马壮，人多势众，武器精良，容易产生骄傲轻敌的心理，耀武扬威，气势汹汹，力求取得急功近利，速战速决。“将欲取之，必先与之”。弱军主动退却，给敌人一点利益，就使敌人变得更加骄纵，利令智昏，见利忘弊，得意忘形，导致失误。诱敌深入，可以使退却的军队能够选择自己所欲的有利阵地，使进攻的军队不得不就我范围，造成有利于我不利于敌的条件。在诱敌深入过程中，可以通过制造各种假象迷惑敌人，设置圈套引诱敌人，牵着敌人的鼻子跟着我们绕圈子，实行“蘑菇战术”，疲惫敌人，消耗敌人，把敌军“肥的拖瘦”，“瘦的拖垮”，以及在“泡蘑菇”过程中发现敌人的薄弱环节，继续给敌人制造过失。“须知任何高明的敌军指挥官，在相当长的时间中，要不发生一点过失，是不可能的，因此我们乘敌之隙的可能性，总是存在的”^①。这样，敌军虽强，也大大减弱了。兵力疲劳，士气沮丧，许多弱点都暴露出来，呈现出“国军处处黑暗”。红军虽弱，但却养精蓄锐，以逸待劳，因而呈现出“红军处处明亮”。

实行诱敌深入，总要先根据敌人的心理需要，给他一点“甜头”，使他有利可图，才能诱其“上钩”。这就要在开始一定时期让给敌人一些土地，“打烂一些坛坛罐罐”，以满足敌人的利益。使其陶醉于一时的“胜利”，头脑变得不清醒，不能正常地进行思维和判断，总是错误地估计形势，造成决策失误，我则待机歼敌。井冈山斗争时期我军在一、二、三、四次反“围剿”作战中的胜利就充分体现了毛泽东诱敌深入的心理战思想。

^① 《毛泽东选集》合订本第193页。

抗日战争中，我军根据日本侵略者贪利的心理，在袭击战中，广泛采取“诱伏”的办法。“就是在主力埋伏以后，再以小部队故意示弱，以引诱敌人到伏击圈套内，然后袭击之”^①。刘伯承在分析日军的心理特点后指出：“日本强盗的军队是市利的东西，这也是它庞然自大的教育使然。它在未受我们致命的打击以前，惯于跟踪追我，正如日本强盗大本营所说：‘此时我利用其退避的心理，奋勇进击，它必退无止境，溃乱阵形，终可穷追而打击之’。”^②根据日军你退他追的这种心理倾向，我们便对其实施诱伏。以少量兵力向敌示弱，一打就退。以主力利用有利地形摆成一个包围的阵势，待敌人跟我少量兵力追来，即中我圈套。我予以反击，即可全歼敌人。

（二）扰敌打敌

扰敌是进行心理战的一个重主要手段。毛泽东在军事谋略上很重视扰敌。这个心理战思想充分体现他提出的“十六字诀”中。毛泽东根据敌强我弱的形势，认为从正面迎击敌人，以硬碰硬，对我是十分不利的。有如以卵击石，灯蛾扑火，自取灭亡。因此十分策略地提出了“敌进我退，敌驻我扰，敌疲我打，敌退我追”的十六字诀。笔者认为，这十六字诀中的“退”、“扰”、“打”、“追”，就其核心而言，是个“扰”字。就是说，在当时敌我力量众寡悬殊的情况下，扰敌重于打敌，先扰而后打。“扰”就是骚扰敌人，最终把敌人的心理搞乱。首先，“敌进我退”这个“退”就起到了“扰”的作用。因为敌人仗着兵强马壮，装备精良，杀气腾腾，气势汹汹来进攻，就是想要把根据地和红军一口吞掉。然而我们一退，使他扑个空，想打打不着，想吃吃不掉，想要得到的东西没有得到，就造成敌人“心理受挫”，大大降低其士气。“敌驻我扰”，这里当然更突出了扰，骚扰敌人，使敌人得不到安宁，得不到休

^① 《刘伯承军事文选》第151页。

^② 《刘伯承军事文选》第151—152页。

息，总是处于紧张戒备状态。“敌疲我打”，通过扰敌，疲惫敌人，不断刺激敌人，使敌人精神疲劳，心理紧张，产生心理错觉，对红军的情况摸不准，判断失误，防不胜防，丧失战斗力。然后，我军乘机打击敌人。“敌退我追”，也包含一个“扰”字。心理学研究表明，撤退时，军人的心理压力增大。心理受挫，士气比较低落，而且容易产生紧张恐惧心理。所以古今中外的许多军事指挥家都善利用敌方的撤退混乱之机打击敌人。毛泽东在十六字诀中强调敌退我追，就是利用敌军撤退时的心理弱点，追击敌人，加剧敌人的心理紧张恐惧和混乱，使敌溃不成军。从心理攻击来说，也是充分运用了“扰”。十六字诀就是把“心战”与“兵战”巧妙地结合起来，以心战助兵战，收到兵战的双倍效果。

（三）“三战”结合，相得益彰

这里的“三战”，是指运动战、阵地战、游击战三种作战形式。在什么情况下运用什么样的作战形式也有心理学的问题。人们穿衣戴帽必须适时得体。小孩子不能穿戴大人衣帽，夏天不能着用冬天服装。反之亦然。作战中采用什么样的作战形式，也是同样的道理，必须适应战争形势的实际，同时也存在与敌军指挥官心理进行斗争的问题。运动战、阵地战、游击战这三种作战形式，各有其长，各有其短。什么情况下运用何种作战形式，而且运用得妙，其中大有学问。“战势不过奇正，奇正之变，不可胜穷也”。^①毛泽东等老一辈无产阶级革命家的高明之处就在于能够根据敌我双方的形势变化，分析研究敌人的心态变化，紧紧抓住敌军的心理倾向，审时度势，灵活选择，巧妙有机结合地运用三种作战形式，相得益彰，达到了得心应手的程度。故常能每战必胜。如抗日战争中，日军强大，红军只有三万人，而且当时的同盟者国民党，还想假日本侵略者之手消灭共产党领导的人民军队。如果这时在作战形式上继续以正规战为主，以阵地战和运动战的形式与敌人正面拚杀，就

^① 《孙子·势篇》

正中日本侵略者下怀，必然得不偿失。而且恰恰中了蒋介石的“借刀杀人”的好计。于是，毛泽东适时提出运用游击战。他强调指出：“今日红军在决战问题上不起任何决定作用，而有一种自己的拿手戏，在这种拿手好戏中一定能起决定作用，这就是真正独立自主的山地游击战（不是运动战）”。^①这是非常高明之举。这时如果打阵地战或运动战，就会暴露我军的短处，帮助敌人发扬长处。这就好比小孩子穿了件大人衣服，撑不起来，走不动。不但起不到保护自己的作用，反而会被衣服绊倒。打游击战，我占“天时地利人和”之便，敌在明处，我在暗处，人数虽少，能量很大，有如“孙悟空大闹天宫”一般。搅得敌人鸡犬不宁，惶惶不可终日，发扬了我军之长处，避免了我之短处。这就造成我军心理上的优势，敌心理上的劣势。解放战争中，毛泽东针对当时敌我形势和敌人骄傲轻敌、急于求成的心理，在粉碎蒋军对陕北的重点进攻中，巧妙地把三种作战形式结合起来综合运用，取得了辉煌的胜利。运动战运用心理诱导牵着敌人在陕北大游行，把敌人拖得精疲力竭。游击战运用心理袭扰把敌人搞得精神紧张，晕头转向，继之以打，于青化砭羊马河将敌歼灭。阵地战则在以运动战创造了良好战机时，于蟠龙镇取得攻坚战的胜利。

（四）“以一当十”和“以十当一”

所谓“以一当十”和“以十当一”，就是指我们在“战略上藐视敌人，战术上重视敌人”。这一思想中既包含了辩证法，也包含了心理学问题。关于这个思想，毛泽东曾拿吃饭作比喻。他说：

“我们在战略上藐视吃饭，这顿饭我们能够吃下去。但是具体地吃，却是一口口地吃的，你不可能把一桌酒席一口吞下去。这叫各个解决，军事书上叫做各个击破”^②弱小的革命武装如果不在战略上藐视敌人，敢于以一当十，以少胜多，那就会被敌人吓倒，根本

^① 《毛泽东军事文选》内部本，第84页。

^② 《毛泽东选集》第5卷第500页。

失去了斗争的信心和勇气。因此，要克服畏敌心理，提高士气，增强斗志，首先要“治气”，有大无畏的精神，敢于藐视敌人，把“真老虎”、“铁老虎”视为“纸老虎”，从心理上、气势上压倒敌人，造成一种敢于斗争、敢于胜利的心理优势。但是在战术上，具体斗争策略上又重视敌人，“以十当一”，以多胜少，把敌人当“真老虎”打，把它肢解开，一点一点把它吃掉。如解放战争中，面对国民党八百万军队这个庞然大物的“老虎”，我军就是敢于藐视它，然后一口一口把它吃掉。

（五）夜战近战

夜战近战由于特定的条件本身就具有心理战的特点，能够产生十分显著的心理效应。一方面夜战利用夜暗的自然条件便于进行隐蔽和伪装，敌人的视觉分析器很难正常工作，容易产生错觉，难以发现和判断敌情，有利于达成军事行动的突然性，高度的出敌不意。另一方面夜战近战作为一种强烈的刺激，能对敌人的心理产生效应，起到扰乱的作用。同时，夜战近战能对敌人产生一种心理威慑作用，使敌人产生恐惧心理，变得神经过敏，高度紧张，甚至会丧失冷静地判断周围情况的能力。

夜战近战有利于发挥我军的长处，深受我军欢迎。夜战近战，都是短兵相接，只有勇者，意志坚强者，心理素质好的才能胜利。我军是正义之师，为人民的利益而战，具有自觉的勇敢精神，敢于近距离格斗，渴望摸到敌人鼻子底下打。由于有这种勇气和胆略，所以更能够发挥人的因素，发挥出短兵器的优点。对于夜战来说，我军不仅不害怕，而且渴望夜间行动。同时，由于我军注重夜战近战的运用，也就重视近战夜战的训练。夜战近战的心理准备和技能准备都达到了一定的程度，与敌相较处于优势。而敌人进行的是不义的战争，士气低落，厌战怕死，认为夜战近战危险性大，心理上恐惧胆怯，使其优势无法发挥出来。这样就有利于我军可以己之长，击敌之短。

毛泽东根据夜战近战的心理效应，十分重视对夜战近战的运

用。他说：“近战，夜战是我们的光荣传统，过去我们就是用这种办法消灭敌人的”。^①他还说：“过去土地革命战争时期，解放战争时期，白天是敌人的，晚上是我们的，抗美援朝也是这样。今后的战争我们还要在晚上和敌人打”。^②如在第三次反“围剿”作战中，敌人的十九个团四面逼近，整个根据地除高兴圩外，所有城镇都被敌人占领。然而红军却在夜间从敌军二十公里的空隙穿出去，到莲塘打了第一仗，然后到良村打第二仗，以三天行程到黄陂打第三仗，共歼敌两个多师。敌军后集中六个师围红军，红军又利用夜暗，采取佯动来迷惑敌人。由红十二军打着灯笼，火把向东吸引敌人。主力则于敌十九路军和十一、十四师之间一个十公里间隙的尖岭埡地区偷越过去，到兴国以西集结。

二、斗志与斗法结合

战争既是力量的竞赛，同时也是意志和智慧的竞赛。当物质条件一定时，主要靠人的因素、士气和指挥员的意志及指挥艺术。毛泽东等老一辈无产阶级革命家在其心理战的思想 and 实践中很重视敌我指挥员的意志和指挥艺术的竞赛，把这视为斗志与斗法。斗志与斗法实际上也是敌我双方心理品质上的对抗。斗志，是斗意志和士气。斗法，是斗智慧和指挥艺术。斗志与斗法都是针对敌方心理的，因此需要掌握敌方的心理状态，有针对性地进行心理攻击。

刘伯承对斗志与斗法有十分中肯的见解。1948年1月30日，他在写给二野一纵队的信中指出：“斗志与斗法是用兵的把柄，要善于贯彻运用之。如无斗志，则不但一切谈不上，而且有覆灭的危险。斗法是建立在斗志之上的。……”他认为斗志主要体现在精神方面，士气要高，在士气上压倒敌人，才能获得战争的胜利。

要在斗志与斗法中掌握主动权，只有在斗志与斗法中掌握了主

^① 转引自1965年9月7日《解放军报》

^② 毛泽东：《对部队军事训练的指示》

主动权，才能夺取战争的主动权。在谈到创造战争中的主动权时，毛泽东指出：“我之相对的战略劣势和战略被动地位，是能够脱出的，方法就是人工地造成我们许多的局部优势和局部主动，把他抛入劣势和被动。……从这点上看，战争是两军指挥员以军力财力等项物质基础作地盘，互争优势和主动的主观能力的竞赛。竞赛结果，有胜有败，除了客观物质条件的比较外，胜者必由于主观指挥的正确，败者必由于主观指挥的错误。”^①战争充满了危险性和不确实性，而且情况复杂多变，这些刺激因素首先要影响到战争的指挥员，不仅危及他个人的生命安全，更重要的是危及全军的安全及战争的胜利。这就首先要求战争指挥员具有良好的心理素质，心理承受能力要超过一般人，还要超过敌军的指挥员，才能在斗志、斗勇、斗智、斗法中胜敌人一筹，才能有主观指导的正确。当然，战争现象是极其复杂多变的，有时令人难以捉摸。“但战争不是神物，仍是世间的一种必然运动，因此，孙子的规律，‘知彼知己，百战不殆’，仍是科学的真理。错误由于对彼己的无知，战争的特殊性也使人们在许多的场合无法全知彼己，因此产生了战争情况和战争行动的不确实性，产生了错误和失败。然而不管怎样的战争情况和战争行动，知其大概，知其要点，是可能的。……由此可知，战争力量的优劣本身，固然是决定主动或被动的客观基础，但还不是主动或被动的现实事物，必待经过斗争，经过主观能力的竞赛，方才出现事实上的主动或被动。在斗争中，由于主观指导的正确或错误，可以化劣势为优势，化被动为主动，也可以化优势为劣势，化主动为被动”。^②

如何在与敌人的指挥官斗志斗法中掌握主动权呢？毛泽东运用了心理学的知识指出：“错觉和不意，可以丧失优势和主动。因而有计划地造成敌人的错觉，给以不意的攻击，是造成优势和夺取主

① 《毛泽东选集》合订本，第457—458页。

② 《毛泽东选集》合订本，第458—459页。

动的方**法**，而且是重要的方**法**。错觉是什么呢？‘八公山上，草木皆兵’，是错觉之一例。‘声东击西’，是造成敌人错觉之一法。在优越的民众条件具备，足以封锁消息时，采用各种欺骗敌人的方**法**，常能有效地陷敌于判断错误和行动错误的苦境，因而丧失其优势和主动。‘兵不厌诈’就是指的这件事情。什么是不意？就是无准备。优势而无准备，不是真正的优势，也没有主动。懂得这一点，劣势而有准备之军，常可对敌举行不意的攻势，把优势者打败”。①错觉和不意，包含有丰富的心理战思想。错觉使敌人不能正确思维和判断情况，导致决策和行动的**错误**。不意可以造成突然性，出敌不意。突然性和不意容易使人产生紧张与恐惧心理，心里没底，意识到有危险性，就产生紧张情绪，抑制心理活动，影响人的智能和各种能力的发挥，甚至张惶失措，无所事事。所以，毛泽东强调：“对敌进行广泛的袭击，同时即用以封锁消息，掩护我军，使敌无从知道我军将在什么地方什么时候去攻击他，造成他的错觉和不意的客观基础，是非常之重要的。……我们要把敌人的眼睛和耳朵尽可能地封住，使他们变成瞎子和聋子，要把他们的指挥员的心尽可能地弄得混乱些，使他们变成疯子，用以争取自己的胜利”。②毛泽东关于制造错觉和不意的思想，完全是心理战思想，都是着眼于心理攻击的。通过心理攻击，造成敌人出现可乘之隙，为我所用。在斗志与斗法方面，毛泽东十分强调乘敌之隙问题。他认为，乘敌之隙是可能的。不仅敌人自身会犯错误，而且要通过我们的努力，扰乱敌人的心理，诱使敌人犯错误。他指出：“我们方面，尚可有意识地制造敌之错误，即用自己聪明而有效的动作，在有组织的民众掩护下，造成敌人错觉，调动敌人就我范围，例如声东击西之类，…所有这些，都说明：我之战争胜利又可在敌之指挥上面找到某种根源，虽然我们不应把这点作为我之战略计划的重要基

① 《毛泽东选集》内部本第459页。

② 《毛泽东选集》合订本第460页。

础，相反，我之计划宁可放在敌人少犯错误的假定上，才是可靠的做法”。^①这就是说，在斗志与斗法方面要战胜敌人，首先要保证我指挥正确。同时要通过制造错觉和不意造成敌军指挥员的心理混乱和失常，诱导敌人犯错误，使我有有机可乘，有利可图。

三、瓦解敌军

瓦解敌军是我军心理战思想的重要内容。瓦解敌军的原则，是中国共产党和毛泽东、周恩来、刘少奇、朱德等老一辈无产阶级革命家，在建设我们新型的人民军队、进行革命战争的长期实践中形成的。追溯起来，它的历史比我军的历史还要长。早在大革命时期党在国民革命军中从事政治工作的领导人员，就把敌军列为政治工作对象之一，把“使军阀军队渐渐觉悟”^②定为政治工作任务之一。当时的黄埔军校和国民革命军，无论平时还是战时，都注意运用多种形式开展对敌军的政治宣传和兵运工作，并制定了优待俘虏、教育俘虏、释放俘虏的政策。我军创建初期，毛泽东就规定红军要做瓦解敌军的工作，制定了宽待俘虏的政策，指出：“对敌军的宣传，最有效的方法是释放俘虏和医治伤员”。^③随后，把“不虐待俘虏”确定为红军《三大纪律，八项注意》的内容之一。1929年在《古田会议决议》中，又批判了不重视瓦解敌军，不讲俘虏政策的错误倾向，强调“对白军士兵及下级官兵的宣传非常之重要。”

抗日战争时期，毛泽东明确地把瓦解敌军规定为我军政治工作三大原则之一，指出要取得革命战争的胜利，“除了战争中消灭敌军以外，瓦解敌军的工作也就成为重要的工作”。^④1944年春，谭政在《关于军队政治工作问题》的报告中，在谈到军队政治工作基

① 《毛泽东选集》合订本第473页。

② 周恩来：《国民革命军及军事政治工作》1926年7月

③ 《毛泽东选集》合订本第66页。

④ 《毛泽东选集》合订本第599页。

本原则时，把协和友军作为一项内容。解放战争中，我军始终把瓦解敌军工作和执行俘虏政策作为重要任务之一。

建国以后，无论是在抗美援朝战争中，还是边境保卫战中，都把瓦解敌军工作同政治斗争、军事斗争、外交斗争紧密结合起来，十分注意从心理上、精神上瓦解敌人。毛泽东曾作过“敌军工作必须加强”的重要指示。其他老一辈无产阶级革命家周恩来、刘少奇、朱德等也都一贯重视从政治上、心理上瓦解敌人。

抗日战争中，周恩来在《目前形势和新四军的任务》一文中，针对日本侵略者提出的“以政治为主，军事为辅”的方针，强调指出：“……

(3) 用一切方法动摇敌军军心，使他们部队里面反战情绪高涨，不愿意打仗，到最后五分钟不拼命。

(4) 瓦解伪军。敌人从本国抽调部队到中国来是非常困难的，主要的是利用伪军，以华制华，来弥补他兵力不足的缺陷。因此，我们应该把瓦解伪军的工作放在很重要的地位，不仅在军事上消灭他，而且在政治上瓦解他，使敌人不敢运用伪军。

……

(16) 加强宣传工作。对我们的胜利消息应该尽量地宣传，对敌人的欺骗宣传应该不放松地驳斥。敌人贴了一个布告，我也应该贴一个布告，揭穿敌人的欺骗。这项工作是非常重要的，们决不要迟疑。我们的政治部以后应该听敌人的广播，好来研究对策。”

朱德也十分重视从心理上瓦解敌军。1938年朱德在《论抗日游击战争》一文中，多处讲到瓦解敌军工作。他强调指出：“政治战争的第三个要点，是瓦解敌军。对于与我作战的日军及伪蒙伪满军队、保安队等等，估计到它们的士兵和一部分长官是不愿当日本强盗侵略中国的牺牲品的，他们或则思念家乡，或则不忘祖国。抗日游击队应当用种种方法，如散发传单到敌军之中，喊话（用他们所得的言论），连络伪军里亲戚朋友等等，揭破敌人欺骗的政治宣

传”。^①

（一）瓦解敌军工作是我军政治工作的主要内容之一

我军政治工作的总目的是团结自己，战胜敌人。为了实现这个目标，瓦解敌军被列为我军政治工作的一项主要内容。我党我军的领导人在谈到政治工作时，都多次讲到瓦解敌军工作，把它视为我军政治工作不可缺少的部分。在《目前形势和我们的任务》一文中，毛泽东明确指出：“在人民战争的基础上，在军队和人民团结一致、指挥员和战斗员团结一致以及瓦解敌军等项原则的基础上，人民解放军建立了自己的强有力的革命的政治工作，这是我们战胜敌人的重大因素”。^②朱德在谈到我军政治工作时也说：“我们的政治工作：……第四，是在于从政治上心理上瓦解敌伪，使之丧失战斗力；……。”^③所以，长期以来，我军都把瓦解敌军工作列为政治工作的一项重要内容，看作是我军政治工作不可分割的一部分。特别是在战时，瓦解敌军在我军政治工作中占有相当重要的地位。如罗瑞卿1938年在《抗日军队中的政治工作》中指出：“从政治上瓦解敌人的军队，这是政治工作的三大任务之一。能够在这个工作上取得良好的成绩，对于协助总的战争的胜利，将发生极其伟大的意义和作用，这是很显然的。一个顽强的敌人，要能够打破他与消灭他，这是需要耗费很大的军事力量的。然而，一旦当它在政治上失掉了灵魂，精神上解除了武装的时候，那就会成为容易打破与消灭的敌人了。这种从政治上对于敌军的工作，其目的就在于使敌人精神上失去支持，使敌人广大的下层官兵厌恶战争，反对战争。用一句现成的话来说——使敌人士气不振，失却战斗意志而自趋于崩毁和瓦解”。

① 《朱德选集》第42页。

② 《毛泽东选集》合订本第1144页。

③ 《朱德选集》第170页。

（二）瓦解敌军是我军政治工作三大原则之一

政治工作三大原则，是我军的无产阶级性质和建军宗旨的体现，瓦解敌军是其中的一项。我军的政治工作三大原则是“官兵一致”、“军民一致”、“瓦解敌军”。归纳起来实质是两个方面的：一方面是“官兵一致”和“军民一致”，是有关我军内部的工作，是为了提高我军战斗力；另一方面是“瓦解敌军”，是我军的外部工作，是为了削弱、动摇、瓦解敌军的士气和战斗力。两者相辅相成，都是为了一个目的，只是对象和工作方法上有所不同。瓦解敌军工作是其它政治工作所不能代替的。实践证明，如果忽视了瓦解敌军的工作，我军的政治工作就不能算是完全意义上的政治工作，就不能实现政治工作“团结自己，战胜敌人”的总目的。

（三）瓦解敌军是我军克敌制胜的重要手段

瓦解敌军工作是我军同敌军作斗争的一种特殊方式，是克敌制胜的重要手段之一。瓦解敌军工作，是我党、我军对外国军队和其他武装力量的思想政治工作，是政治攻心，是心理瓦解，争取人心，争取军心，分化瓦解敌人，战胜敌人。在长期的革命战争中，我军始终坚持运用这种特殊的斗争方式，采取多种方法从政治上、心理上对敌军进行争取和瓦解。在运用上，注意做到两个结合：

1. 军事打击与政治瓦解结合

军事打击和政治瓦解是我军对付敌人的两只拳头，缺一不可，相辅相成。一方面，瓦解敌军要以军事打击为后盾，为必备的首要条件。没有强有力的军事打击，政治瓦解就难以发生效力。反过来，没有政治瓦解的配合，也很难完全从军事上战胜敌人。因此，离开军事打击，迷信政治影响就是一切的思想是不对的；同样，只注重军事打击而忽视政治上心理上的瓦解亦是错误的。毛泽东总结得好：“我们的胜利，不但是依靠我军的作战，而且依靠敌军的瓦解”。^①我军作战的根本目的，是要摧毁敌人的战争机器，

^① 《毛泽东选集》合订本第599页。

“就是解除敌人的武装，也就是所谓‘剥夺敌人的抵抗力’，不是要完全消灭其肉体”^①。所以说，把军事打击和政治瓦解正确地结合起来，在军事打击下，开展强大的政治攻势，是加速战争胜利的重要保证。

我军在长期的战争中，一直坚持把军事打击和政治瓦解有机地结合起来，并根据不同时期敌人的不同特点，采取不同的政策、策略和做法，在大量消灭敌人的同时，从政治上心理上也瓦解了大量的敌人。如土地革命战争中，许多白军士兵在我军事打击和强有力的政治宣传影响下，士气全无，不愿打仗，有的逃跑，有的把枪朝天放，有的偷偷潜到我军阵地报告敌军情况，还有不少人跑来参加红军或开小差回家。解放战争中，我军把军事打击与政治瓦解紧密结合起来，发挥了巨大的威力。我军在充分发挥军事打击威力的同时，积极开展对敌军的心理瓦解。政治工作广泛运用阵前喊话、打宣传弹、插宣传牌、送“救命袋”和释放俘虏等方式，开展强大的心理攻势，特别注重瓦解敌军上层军官，大量争取和瓦解了敌军。在整个歼敌总数800多万人中，起义、投诚和放下武器的就有630余万人。在同外国军队作战中，我军同样注意运用这个原则，收到了很好的效果。抗日战争中，在我军歼灭的171万日、伪军中，起义、投诚和被俘的占70多万。抗美援朝战争中，仅在第二次战役，就出现了两起百人以上的集体投降，其中一起通过喊话，争取了一个黑人士兵连。

我军在对敌军实施心理瓦解时十分注意掌握有利时机，通常是：

敌人整编与调动时，是进行心理瓦解的最好时机。如抗日战争中，滨海于敌人整编临沂伪保安队时，展开宣传攻势。宣传“不离开本地，不上南洋当炮灰，不撤换官长”，瓦解逃出者60余人。

利用军事压力和威胁，或战斗胜利时以及利用敌人内部有矛

^① 《毛泽东选集》合订本第449页。

盾，受到派系的蚕食或逼迫时，敌军内部恐慌，最易瓦解。如抗日战争中，鲁南当我攻打附近据点时，由关系通知伪军士兵，结果有33名伪军闻讯逃跑。

当敌军生活困难时瓦解最易收效。如天寒地冻没有发棉衣，吃不饱饭，久未发饷，生病无人照顾等等时机，都可利用，进行心理瓦解容易收效。

2. 宣传攻心与宽待俘虏结合

把宣传攻心与宽待俘虏结合起来，对敌军进行瓦解，是我军心理战思想的又一突出特点。在对敌军的宣传瓦解中，文字宣传、口头宣传是重要的，但宽待俘虏也是重要的。所以我军既重视对敌军进行各种宣传工作，同时也很注意执行俘虏政策，宽待俘虏，并视其为最有效的宣传，是最有效的对敌瓦解方法。早在1928年，毛泽东就明确指出：“对敌军的宣传，最有效的方法是释放俘虏和医治伤兵。”瓦解敌军，需要口头、文字的宣传。但光靠这一点是不够的，还有宽待俘虏工作。俘虏工作不是抽象的工作，较之口头、文字宣传，它则更实际、更具体，更能体现我军的政策，使敌军能够看得见摸得着。事实总是胜于雄辩。特别是通过我释放的敌俘的亲身体验，最容易使敌军信服，并在敌军中产生影响。通过我军宽待俘虏的具体行动，能够有力地粉碎敌人的欺骗宣传，使敌官兵真正了解我军的诚意。这对动摇敌人的军心，瓦解敌军的斗志能起到重要的作用。如在井冈山斗争时期，我军就把宽待俘虏、释放俘虏、医治敌伤兵等作为瓦解敌军的最有效的方法。除了严格执行俘虏政策外，还广泛发动红军官兵对俘虏进行抚慰和宣传。对于愿意回家的，发给路费，放其回家。

在国内战争中是这样，在与异国进行的战争中更是这样。不仅散发宣传品进行宣传攻心，更注意宽待俘虏的工作。在与异国进行的战争中，由于民族界限所造成的民族成见，在不自觉的条件下，有时比阶级仇恨表现得还要深刻和尖锐。因此，要对敌军的心理进行有效的瓦解，必须首先消除敌军对我军的盲目对立情绪。这固然要

靠宣传，靠政策，但宣传和政策要真正发挥作用，首先得靠感情上的接近。没有感情上的某种程度的接近，融洽、谅解，就不会有政治上的接近，我军的瓦解工作就很难收效。宽待俘虏和做好俘虏工作，意义就在于此。我们宽待了敌军伤兵、俘虏，使我军的俘虏政策在他们身上得到了体现，然后通过他们再与敌军士兵沟通关系，这些俘虏便成了沟通两个民族间感情的桥梁。不管敌人的宣传和造谣如何中伤我们，但我军宽待俘虏、释放俘虏这个铁的事实是无法对敌军广大士兵的耳目进行掩盖的。这个事件的本身就具有疏通感情的作用和有力的宣传作用，具有很强的心理瓦解作用。如抗日战争中，我军针对平型关战斗中日军非死不肯缴枪的情况，于战后加强了俘虏工作，宽待日军俘虏，医治日军伤兵，释放日军俘虏，收到了良好的心理效果，促进了对日军的瓦解工作。我们宽待俘虏的举动，使日军感到十分恐惧。他们不得不承认“八路军瓦解皇军的手段，最厉害的是优待和释放俘虏”。因为日军士兵认为释放俘虏和放回伤兵是八路军的美德，因此印象颇好，表示感谢之意，因而在不久的时间，就能得到良好的回报。

宽待俘虏还是残害俘虏，会产生两种截然不同的心理效果。残害俘虏，会使敌人惧怕我们，更加仇恨我们，从而激怒敌人，增强其内聚力和战斗力。敌军会拼死与我作战，宁肯战死，决不缴械投降。而且容易被敌军加以利用，造谣诬蔑，降低我军的威信，损害我军的形象。这样就会增大我瓦解敌军的困难，造成有利于敌，不利于我的被动局面。古代有一些著名的将领就曾利用这种方法来激怒人民，鼓舞士气，进而破敌的，“田单妙计破敌”就是其中的一例。公元前284年，燕国出兵攻占了齐国的国都临淄。这时的齐国，在燕、秦、韩、赵、魏等国军队的联合进攻下，只剩下即墨和莒两座城池了。在这国家生死存亡的关键时刻，齐将田单挺身而出，担负起坚守即墨的重任。田单智勇双全，他分析了敌我形势，决计施妙计战胜敌人。他故意放出风声：我最怕燕人把俘虏的鼻子割掉，配置在他们攻击部队的先头，那样即墨军民就要畏敌怯战，

城池就难保了。燕军听了这话，就照着办了，不想此举正激怒了齐国人，决心与燕军拼死作战。接着，田单又扬言：我最怕燕人挖掘即墨城外的齐人祖坟，那么齐国人就会伤心死的。燕军闻言，立即派人去挖墓，还烧骨示众。齐国人从城头上看到这番情景，悲恸涕零，义愤填膺，纷纷要求与燕军决一死战，报仇雪恨。田单用这种办法巧妙地“激怒”了士兵，士气十分旺盛。于是就开始反攻，结果将士人人效命，大败了敌军，收复了几乎全部失地。宽待俘虏，不仅可以争取俘虏本人，更重要的是通过俘虏之口，将所见所闻，将我军宽待俘虏的政策和做法，在敌军中广为传播，会形成“雪崩”现象，对整个敌军营垒产生巨大的影响。随着我军宽待俘虏政策在敌军中影响的不断扩大，会有越来越多的人对敌军的欺骗宣传产生动摇、不信任、直至反感。这样，就会有越来越多的人对自己所进行的战争产生动摇、厌恶情绪。就会有越来越多的人由对我方的仇视、势不两立逐渐变为有好感、同情，对我方的宣传就容易接受，就会打破他们对我军的惧怕心理。不是害怕当俘虏，而是认为当了俘虏也没什么，甚至还更安全些。缴枪就可以活命，为了活命就得缴枪。这样，就会在敌军营垒中产生离心力，就会影响敌军的士气，影响敌军的战斗力，造成有利于我军对敌军进行心理瓦解的形势。

第二节 我军的心理战实践

在长期的革命战争中，我军积累了进行心理战的丰富的实践经验，其主要的方法是：

一、袭击

毛泽东对军事科学最突出的贡献就是把游击战提高到了战略位置，在战争理论的武库中为游击战争得了一席之地。袭击，是游击战的基本战术，也是我军进行心理战的一个主要方法。毛泽东在

《游击战争》一书中用了大量的篇幅论述了“游击战争的基本战术——袭击”^①。袭击，是毛泽东心理战思想的精华，也是一种典型的心理战法。

游击队的特点是兵力小，装备差，“军实缺乏，灵动性大，隐蔽容易，突击力小和顽强性强”^②。所以游击队的作战“主要是给敌人以精神上的打击，无论敌人多大，都可以突然袭击，达到消耗敌人的目的。即使是在动的静的敌人周围突然出现，打一次麻雀阵，挖毁突出的堡垒，甚至于放几声爆竹，烧一把野火，散一次传单，也要足够估计，可能引起敌人‘草木皆兵’之感，增加其疲劳厌战心理”。^③游击队不是靠别的，就是靠游和击，游来击去或游去击来，以突然袭击、扰乱、破坏对敌人从精神上，心理上及力量上进行消耗。它可以化整为零，也可以化零为整，神出鬼没，时隐时现，这里放一枪，那里撒一把传单；一会出没于敌人正面，一会出没于敌人背后，一会出没于敌人心脏。搅得敌人神经紧张，心理恐慌，提心吊胆，防不胜防。这正体现出了心理战的特点。因此，游击队所起的作用在一定的程度上就相当于外军的心战部队。

在讲到游击战的战术时，毛泽东指出：“游击战争的基本作战形式不是别的，乃是袭击。……注重突然袭击或名奇袭的这种形式，这是因为游击战争是战略上以少胜多以弱胜强的，非如此不能达到目的。”^④毛泽东所说的突然袭击、奇袭都是着眼于对敌人进行心理上的攻击，攻其不备，出其不意，特别是精神上的准备，给敌施加超过其心理承受能力的影响，从而制服敌人，战而胜之。

朱德对袭击所产生的心理效应也极其重视。他在《论抗日游击战争》一文中写道：“游击队的每一次动作，都是突然的奇袭。即

① 《毛泽东军事文选》内部本第91—105页。

② 《刘伯承军事文选》第120页。

③ 《刘伯承军事文选》第134页。

④ 《毛泽东军事文选》内部本第91页。

使袭击造成敌人的物质损失有限，甚至是一次失利的袭击，然而就其动摇敌人的军心与挫折其胜利意志而言，却有很大的影响。在敌人没有防备、相信自己安全的时候，他们却突然出现；在敌人有了准备、小心谨慎、辛苦提防的时候，他们又偏偏不来。在这种出没无常的活动与威胁之中，无论敌人有多少都会震恐”。

朱德接着写道：“战争开始的时候，日本强盗并不知道游击队在中国的厉害，还有轻视之心，连吃好多亏之后，这才不敢小觑，而且逐渐地害怕起来。

例如，在山西昔阳附近，一个日本士兵曾经向一个老百姓哭着，在自己周围划了一个圈子，表示他已经被我游击队包围。在日本军官严密的检查之下，日军下元部中，一个名叫千叶的士兵在家信内这样写着：

‘三月十七日，辎重队受二千以上的正规军配合游击队的袭击，几乎全灭，我们的工兵赶做了三百五十个送骨箱，兵站也赶做了一二百。……关于凯旋，现在是连梦也不敢做了。听说五月三日在石家庄开第一次慰灵祭，我或者在那时回家也说不定’。

我们的游击队很多，经常流动，虚虚实实，到处都是队伍。敌人随时有被我们袭击的可能，但是对我们却战不得战，防不胜防。即使敌人知道这一带有游击队活动，也不知道它的力量。以为只是一个小的游击队时，却会突然发现一个大的运动部队；有时以为是一个大的运动部队，却偏偏只是一个小游击队。真是‘风声鹤唳、草木皆兵’使敌人徒然劳苦，费力防备，昼夜提心吊胆，惊慌万状。”①

刘伯承则提出，游击战“要游要击，并使游与击相互配合。‘游’所以掩护自己的弱点，寻找敌人的弱点；‘击’所以发扬自己的特点，撇开敌人的特长，应使‘游’与‘击’巧为配合”②。

① 《朱德选集》第65—66页。

② 《刘伯承军事文选》第127页。

如何具体运用袭击这种心理战法，毛泽东列举了十二条：

“第一、袭击的基本原则，就是要秘密而周详的计划，迅速而突然的动作。

第二、游击战争袭击的目的，总的方面，在于消灭小敌，削弱大敌，扰乱敌之侧翼与后方，配合游击部队之政治工作，破坏敌之政权，唤起民众起来抗敌。……至于袭击的具体目的，则在各个消灭敌之小部队，扰乱敌之大部队，消灭敌之民团，破坏敌之后方机关，破坏敌之交通道路等等。”这里的扰乱，破坏都是着眼于心理震慑的。

在谈到袭击的条件时，毛泽东则更具体生动地强调了要想方设法攻击敌人心理。针对敌人的心理特点，故意创造条件，导致敌人犯错误。他指出：“袭击要选择有利于袭击的条件。无此条件或条件不足时须注意造成之。这在许多时候是不可能的，只须根据敌人部队的素质、指挥者的个性及其战术的运用等，而采取如下的办法：①骄纵敌人。例如故意以战斗力不强之游击小队与敌周旋，使敌以为不要紧，而在敌人不防备时突然袭击之。②麻痹与迷惑敌人。例如声东击西，忽南忽北，使敌捉摸不定，因而袭击其一点。又如派遣游击小队或小组用大游击队署名的标语或布告活动于甲地，而大游击队则实行袭击乙地或丙地，③疲劳与恐吓敌人。例如动员民众坚壁清野，使进攻之敌饥疲不堪。又如将游击队分为数起，或派遣许多游击小组，不时进袭驻止之敌，使之一夕数惊，发生疲劳情绪，然后选择适当之时机袭击之。若敌人虽多，但素质不良，指挥者懦弱，则散播谣言，虚张声势，以增加其动摇，然后，举行袭击。④派遣间谍打进敌人驻地，取得当地人民及敌人内部士兵同情于我者，以作我之内应，便利袭击之成功。⑤使用游击小组及人民自卫队四出活动，使他处敌人固守一地，箝制可能应援之敌，使我在另一地之袭击易于成功。以上这些，都是以自己的动作变化敌人的情况，便于游击队的成功，虽不是一定有效的，然而往往是有效的。”这里列举的几种具体方法，是毛泽东的典型心理战法，实

实际上也是心理战中常用的方法，毛泽东在这里结合我军的游击战实际，把它用活了。这些方法的显著特点，就是应用了一般的心理规律，疲劳、恐吓、扰乱、离间敌人，造成敌人生理、心理失常，诱使敌人犯错误，为我所用。毛泽东的心理战方法不光用在游击战中，而且还扩大到正规部队的运动战中。如陕北“三战”，就运用了骄敌、疲敌、迷惑敌人等心理战法。1947年3月蒋介石调集了34个旅约23万人，以其嫡系胡宗南部20个旅为主力，进犯延安。敌人仗着兵力是我十倍，武器装备优于我军，气焰十分嚣张，扬言“三天占领延安”。根据敌人的骄纵、急于求成的心理状态，毛泽东就采取骄敌的办法，一方面示弱，另一方面给敌人一些便宜，先诱使敌人利令智昏，心理失去平衡，然后牵着敌人的“牛鼻子”跟着我们转，使敌人犯错误，一错再错，为我歼敌创造良好的条件。毛泽东当时命令我军主动撤出延安，而且佯装节节撤退，迷惑敌人，拖着敌人在陕北搞“大游行”，借以疲惫敌人。彭德怀、习仲勋根据毛泽东的指示，带着西北野战军的所有部队的番号，佯装向安塞一带撤退，把敌主力引到安塞。而我军主力6个旅则集结在青化砭设伏待机歼敌。敌以5个旅5万余人的兵力向安塞追击，只派出整编第27师之第31旅计3000人去青化砭搜索警戒。结果，进入了我军的伏击圈。这样，我出敌不意，以6倍于敌的兵力，迅速将敌歼灭。

关于袭击的时间选择问题，毛泽东也运用了心理战的知识，进行了仔细的分析。他指出：“袭击的时间问题，不外下列四种：

（1）在夜间。这一般是对驻止之敌，因在其他时间袭击不利而采取的。一则利用夜暗最能隐蔽接近敌人。二则夜暗冲锋，可以减少自己的损伤，并可扩大自己的声势，增加敌人的恐慌。三则邻近敌人夜间增援不易。因此游击队须经常注意夜间动作的练习。（2）在拂晓。这一般也是对驻止之敌而实行的。即是利用夜暗行军接近敌人而于拂晓时实行攻击，这在游击队离敌较远或在夜间攻击动作尚不熟习时，是袭击的最好时机。但冲锋开始，须在敌人起床以前为宜。（3）在黄昏。这一般是对驻止之敌而论，在其他时间敌人均

比较注意，同时接近敌人的道路又较隐蔽，白天行军不成问题或通过地区可以伪装时采用此种时间袭击之。在此种时间，万一袭击不成功亦可利用夜暗安全撤退。（4）在白天。敌人运动多在白天，故袭击行动之敌大都选在白天。游击部队欲最有效果地袭击敌人，必须不丧失敌人正在行动中的机会，此种机会必须普遍采用。此种袭击多为伏击。如欲白天袭击驻止之敌，则须在下述情况下方可采用：1. 敌人素质甚差，不机警，无工事，疏忽已极；2. 敌人根本不知道游击队要来袭击；3. 孤立无援之敌；4. 大雨大雾最易隐蔽袭击动作时。在这些情况下，白天袭击驻止之敌，也是可能成功的。”

毛泽东十分强调袭击行动的保密，力求达成突然性，以奇制胜，出其不意。除了要求袭击计划严守秘密外，还可采取一些假行动来迷惑敌人。如“在出发时，先向假方向走一段路，然后折转向袭击目的地前进，这在敌人耳目众多之处可采用之”。这样做，可迷惑敌人，欺骗敌人，造成敌人判断失误。

为了使袭击达成突然性，以对敌人心理造成不良影响，对袭击部队的行进路线也要求隐蔽，要选择极隐蔽的小路甚至走没有路的地方。

在运用袭击战术对敌人进行心理攻击时，毛泽东特别提出要“扰乱或箝制敌人”。他说：“扰乱是游击战争袭击战术的附属部分，但也是必要的部分，目的在于增加敌人不安，减杀敌人威势，以造成我们消灭敌人或逼退敌人的条件”。这实质上完全是一种心理作战方法。毛泽东提出：“（1）在夜间袭击不成功时，则改变其任务为扰乱。高喊口号，大声唱歌，四面打炮，都是方法。退击之前可散发标语传单于空地上。（2）在配合正规军作战，为了分散敌人兵力使其胶着一地不能增援其他方向时，亦可采用扰乱方法。此时可将游击队分为若干起，轮番于黄昏、夜半、拂晓等时间，潜至敌人驻地附近，突然地射击与呐喊，使其惊疑不定，无法增援或迟滞其增援时间。（3）还有一种办法，就是虚张声势。其法是在敌

人驻地附近多插旗帜，多举烟火，即古人所谓设疑兵的办法。目的或在欺骗敌人便于我方在他处之行动或在恐吓敌人，增加其惊惶心理。此时我游击队只虚于周旋，决不要进入严重的战斗，避免不必要的损失”。毛泽东在这里列举的几种扰乱敌人的具体方法，完全是着眼于对敌人进行心理攻击。

对于有关心理战的一些具体方法，毛泽东还较详细地列举了一些。如伏击敌人，除了待伏外，还可诱伏。就是“以主力埋伏好，而以一小部故意示弱，诱敌至埋伏圈内，然后袭击之”。这就是依据敌人的心理需要，以示弱引诱敌人上当。

毛泽东在袭击战术中，把扰乱也作为重要的一条。他说：“扰乱。有时目的不在消灭敌人，或伏击不能解决战斗，均可执行扰乱任务。其方法是用小部队，分散数处，以火力杀伤敌人，扰乱其行军纵列。或于高山峭壁处，推巨石、倒古木以杀害其人马。”由此可以看出，毛泽东主张运用扰乱，其目的并不真正在于消灭多少敌人，而主要在于扰乱敌人，把敌人的思想搞乱，计划打乱，心理搞乱，瓦解其士气。

朱德也很赞同运用袭扰进行心理战。他曾说：“要不断地扰乱、破坏、疲劳和消灭敌人，使敌人不愿和我们作战而又不得和我们作战。…在敌人后方，如被敌人正式围攻，敌人寻求我们作战时，我们也不妨避开，偏偏不和他们作战。所谓‘避实击虚’、‘避强攻弱’、‘声东击西’、‘围魏救赵’、‘能进能退’、‘速战速决’等类的话，都有争取主动的意义。做到这样，不打就罢，打则常胜，就是偶然吃点亏，多少也赚回一点，不会折大本。”^①这里边包含有丰富的心理攻击的内容。

二、诡诈

兵不厌诈，所以诡诈是古今中外的著名将领历来运用较多的心

^① 《朱德选集》第59页。

理战法之一。孙武曰：“兵者，诡道也。”^①在十一家注中，曹操说：“兵无常形，以诡诈为道。”李筌说：“军不厌诈。”梅尧臣说：“非谲不可以行权，非权不可以制敌。”晁王说：“诡者，所以求胜敌，御众必以信也。”张预说：“用兵虽本于仁义，然其取胜必在诡诈。”这些兵家都主张使用诡诈的原则布阵用兵。就是在“治”、“勇”、“强”的基础上，运用“乱”、“怯”“弱”的法和术，做到善于动敌，形之敌必从之，予之敌必取之，以利动之，以本待之。所以主张布势险恶，足以杀敌，战斗过程短促干脆，使敌人来不及抵抗，就落入圈套。通过诡诈，对敌军的心理进行攻击，制造错觉和不意，导致敌人犯错误。

毛泽东等同志在继承和仔细研究古代兵家关于诡诈的基础上，结合我军作战的实践，对诡诈心理战的运用有了进一步的创造和发展。

诡诈，这种心理战的形式，其中主要的一法就是采取“示形”，制造敌人思维上的“错悟”，达到欺敌、诱敌，使战争形势的发展有利于我，不利于敌。孙子曰：“能而示之不能，用而示之不用，近而示之远，远而示之近。利而诱之，乱而取之，实而备之，强而避之，怒而损之，卑而骄之，佚而劳之，亲而离之”。^②毛泽东不仅熟悉孙子这些论述，而且力求在战争实践中运用它。毛泽东早在其著名的《中国革命战争的战略问题》一文中就说过：“须知任何高明的敌军指挥员，在相当长时间中要不发生一点过失，是不可能的，因此我们乘敌之隙的可能性总是存在的。而且我们可以人工地造成敌人的过失，例如孙子所谓‘示形’之类（示形于东而击于西，即所谓声东击西）”。战争年代，我军运用了多种“示形”的方法，从而产生了相应的惑敌效应。毛泽东在指挥我军运用“示形”进行心理战的办法很多，其中主要的是：

① 《孙子·计篇》

② 《孙子·计篇》

（一）以弱示弱

一般是在敌强我弱的情况下，以走为上，诈败佯走，对敌造成一种“无法匹敌”，“不堪一击”“兵败如山倒”的假象，即所谓“虚则走”。①当然这种“走”不是消极的逃跑，不是狼狈的走，而是有计划地退却；不是消极避战，而是等待战机，创造战机，以“走”来寻找有利的战机。在这种情况下，敌人往往恃强凌弱，趾高气扬，不可一世，轻狂自大，急于求战，心理上大意轻敌。我军“示弱”诈走，就更加骄纵了敌人，强化了其情绪上的“兴奋灶”，让“便宜”和“胜利”冲昏其头脑，使其心理活动失控，造成敌人思维上的紊乱和注意上的“盲点”。促其轻信或盲动，从而创造出有利于我军的战机。例如1947年春，国民党纠集24个整编师采取“加强纵深，密集靠拢、稳扎稳打、逐步推进”的战法，向我山东解放区实行重点进攻。而我军正面只有华东野战军。在这种敌强我弱的形势下，陈毅率主力“大踏步”后撤。号称“王牌军”的敌七十四师自恃装备优良，根本不把别人放在眼里。为邀头功一反稳扎稳打的战法，不顾一切“追击”我军，冒然突击孟良崮一带。我军抓住这个有利战机，一举全歼该师。创造了以弱胜强的典型战例。

（二）以强示弱

是指在我强敌弱，尤其是在稳操胜券的情况下，不急于打击敌人，造成一种我军“并非强”“大局并非一定”的假象，即所谓“能而示之不能”的情势。以此迷惑敌人，蒙蔽敌人，麻痹敌人，制造心理上的错觉，诱其上钩。这种以强示弱较之以强慑敌更能产生良好的心理效应。当然，这种“缓战”与“兵贵神速”的原则并不矛盾。它是在全歼敌人的条件尚未成熟时，争取时间创造有利战机的心理战法。1948年11月初，辽沈战役胜利后，敌华北“剿总”傅作义集团面临我东北、华北两大野战军的联合打击的威胁，撤守决心难定。一方面采取暂守平津，保持海口，扩充实力，以观时

① 《淮南子·兵略训》

局变化的方针；另一方面，在具体部署上将部队布置在铁路沿线，以便必要时西逃。为把傅作义部滞留在华北地区就地歼灭，我中央军委决定：撤围归绥，缓攻太原；同时对西线之敌“围而不打”，对东线之敌“隔而不围”；另外指示淮海前线对杜聿明集团“两星期内不作最后歼灭之部署”。从而稳住了敌人，待对傅作义集团“一概包围了之后”，才开始行动。古人云“将欲夺之，必固与之”。困境中的穷寇往往处在一种举棋难定、犹豫不决的矛盾心理状态之中：一方面抱着侥幸取胜或形势可以好转的幻想，不甘失败，负隅顽抗；另一方面又惧怕我军的强大，担心被吃掉，担心“危巢之中无完卵”，准备狗急跳墙，夺路而逃。我军的“示弱”。正好减轻敌人的恐惧心理，推迟其下定逃跑的决心；同时又强化了敌人等待观望的侥幸心理，使敌人心理矛盾加剧，思维错乱，从而达到麻痹敌人，稳住敌人，滞留敌人，一网打尽。

（三）以强示强

指在战略反攻阶段，在我主要力量实施主要意图的同时，可以集中大量次要兵力，给敌以重重打击，造成一种“大兵压境”、“长驱直入”的假象。这种“示强”，不同于一般的战略进攻，只是造成一种进攻的态势。敌人面对我两股强大的兵力，不知虚实，难分主次，有一种惟恐顾此失彼的“两全”心理。我次要兵力的“示强”通过心理威慑使敌人对其不敢不防。从而达到分散敌人注意力，牵制敌人兵力，减少我主要力量实施主要意图的压力的目的。毛泽东在抗日战争时曾指出：“在兵力充裕的条件下，使用次要力量于外线……控制敌之增援部队，是必要的”。解放战争转入战略反攻后，刘邓大军挺进大别山，针对敌人的“总力战”和首先夺取大别山这一战略要地的企图，军委指示华东野战军主力与陈谢集团破击陇海及平汉路，以其主力沿平汉路南下，攻克一切可以攻克的城镇、车站，歼灭一切孤立分散之敌，造成直逼武汉之势，迫使敌人不得不从大别山抽调援兵。这样就支援了晋冀鲁豫野战军击破敌人对其大别山的围攻。

（四）以弱示强

不仅在我实力雄厚时可以逞强，在我力量十分薄弱的情况下，也可以采取“示强”战法。只要选准敌人的“敏感区——要处、恋处、疼处、弱处作为佯攻目标，虚张声势，造成一种“决一死战”的假象，同样能产生威慑敌人的心理效应。我军四度赤水南渡乌江后，主力直趋息峰，扎佐，威逼蒋介石所在的贵阳，吓得蒋介石急令滇军昼夜兼程赶来“保驾”，我军正好趁机直插云南，又威逼兵力已被抽空的昆明。滇军头领龙云急忙搜罗各地民团驰援昆明，但我军“虚晃一枪”向西北挺进，顺利地实现了在长江上游金沙江渡江的意图，从而完全摆脱了几十万敌军的围追堵截。

（五）以形隐形

即示假隐真。这里讲的“隐形”指的不是一般的军事伪装，使敌人知觉上产生“错觉”，而是通过“示形”的方法，造成敌人思维判断上的错悟”。多数情况下是以部分伪装全体。以“形”隐形是我军惑敌最常用的方法，它在我军战史上所产生的影响也是多方面的。仅举以下几例：

避实击虚：第三次反“围剿”中，蒋介石统率十倍于我的大军压境，我军在向富田开进时又被敌人发觉。在东、南、北三面受敌的形势下，我以红三十五军和红十二军一个师伪装主力向赣江方向佯动，牵敌主力西进。我主力则从敌人空隙中向东转移，在敌虚弱的莲塘、良村、黄陂三战三胜。

攻其不备：莱芜战役中，蒋介石纠集三十万兵力组成南北两个集团企图夹击我军于临沂地区。我华东野战军在毛泽东同志和中央军委的指示下，留二纵和三纵伪装主力。在临沂附近摆开一个决战“架势”，并在兖州以西运河口架桥，示主力将要西进，使北线敌人解除警戒，“放心”南犯，而我主力秘密北上，突然兵临莱芜、颜庄等地，打得敌人措手不及。

诱敌就范：青化砭一战中，我以一个营佯作掩护主力后撤，向延安西北安塞且战且走，后又将6个旅的电台全部配置给该营以伪装

主力。以此向敌人情报机构“示形”。敌人根据错觉，果然向安塞扑来，结果敌保障主力侧翼的第三十一旅正进入我西北野战军设置的伏击圈，不到两个小时就结束了战斗。

以逸待劳：青化砭之战后，敌人放弃我诈佯“主力”部队，调头东进。我军将主力转移到敌人重点把守的蟠龙西北休整，以三五八旅冒充主力牵制敌人。该旅采取了拉长行军纵队，白天行军，专走大路和山岗等办法向敌侦察机“示形”。敌人又误认为这确是我军主力，便穷追不舍。结果，我一个旅牵着敌人主力在延川、清涧等地兜起圈子，、“武装游行”四百余里，拖得敌人疲惫不堪。这时，我主力已休整几十天，再突然出现与敌人挑战，使敌人陷于心有余而力不足的困境。

调虎占山：青化砭、羊马河两战之后，我军决定攻打敌人补给基地蟠龙。为了把驻扎在蟠龙外围的胡宗南十几万大军调离，我军先从各旅各抽一个连，将敌向蟠龙以北吸引。同时，以新四旅两个营和当地群众在黄河渡口集中大批船只，摆出我主力欲东渡黄河的架势，并采取“白天送过河，夜间接回来”的办法，“示形”于敌。蒋介石信以为真，急令胡宗南率大军疾进，封锁黄河。当敌主力被调走后，我军集中了四个旅向蟠龙守敌发起了猛烈进攻，占领了蟠龙，缴获了大量军用物资。

暗渡陈仓：我大军渡江后，蒋介石将其政府搬到重庆，以四川为中心，设置了重重防线，并准备在固守不成时逃往国外。“欲消灭胡军及川康诸敌，非从南面进军断其退路不可”。我军一面以位于川陕的第一野战军一个兵团积极佯动，造成进攻的声势，又以第四野战军在华南公开作战；另一方面派第二野战军主力隐蔽突然从湘黔边区出贵州，断敌退入云南的后路，又以第四野战军一个兵团直赴云南，封闭国境线。在敌人盲目乐观中，我军已远距离迂回于敌后，陷敌于包围之中。

（六）以形显形

一般说来，为了保存自己，应该尽量避免暴露自己，让敌人欲

打不着。但有时也需要有意识地向敌人“显示”一下自己的真实情况，即“以形显形”，诱敌来战，相机歼灭敌人。羊马河一战中，我军以一个旅牵敌主力“游行”几十天后，敌人兵力疲劳，给养困难，晋南又告急，敌主力便南下，只留一个一三五旅进驻瓦窑堡，我军欲歼该旅。为了将敌人调出来以便我在有利的阵地上将其歼灭，我军主力狠狠揍了一下敌二十九军先头部队，以故意向敌人“出示”一下主力。南下敌人发现我主力后，一面集中兵力北上，同时令一三五旅南下对我形成南北夹击。这时，我军便以两个旅阻击敌北上的九个旅，以四个旅伏击南下的敌一三五旅，从而全歼了该旅。

以上从“强”“弱”和“隐”“显”两个角度结合战例分析了我军“示形”的作战方法及其产生的惑敌效应。

朱德也很重视诡诈心理战。他曾说：“抗日游击队在军事上不厌秘密诡诈，在政治上却力求公开明确，不只彻底粉碎敌人的武断宣传，揭破敌人的恶毒欺骗；而且要根本动摇、瓦解和铲除一切汉奸伪组织，消灭敌人的特务班、侦探队和宣抚班，打击敌人以华制华的阴谋。”^①

刘伯承对诡诈有许多精辟的论述。他在谈到游击队的行动时曾指出：“政治主张要公开明确，军事行动要秘密要诡诈。如果游击队的政治主张不公开，不明确，则不能组成为广大民众的武装斗争，就不能达成民族解放的政治任务。如果军事行动不秘密，不诡诈，则不能作趋利避害的机动，就达不到消耗敌人发展自己的目的。

诡诈，容易给敌人造成心理上的异常反应，突破常规的心理防线，给敌人造成错觉，导致其犯错误。刘伯承把“秘密”和“诡诈”联系在一起，并谋求把军事上的“伪装法”发展成为军事学上的专门的一科。1938年10月15日，他写了《我们需要的伪装法》一文。他认为秘密也是诡诈的一个方面，而且渗透到诡诈的各个方面。

如何利用诡诈对敌人进行心理攻击？刘伯承常常针对敌人性格

^① 《朱德选集》第66页。

上的弱点来运用诡诈。本来许多兵法书上都规定“诱饵勿食”，但在抗日战争中，刘伯承摸透了日本侵华军贪利的特点，常常把它诱进伏击区加以歼灭。他又善于利用日本侵华军“夜郎自大”，行军时摆着“皇军”的臭架子趾高气扬地唱歌前进的特点，利用它是异国军队在中国国土上行动的弱点，和它刻板地按条令行动的那个“牛劲”，部署对它的伏击，使敌人炮兵尚未放列、骑兵尚未上马、火网还来不及组成的时候，就稀里糊涂地被歼灭了。我军在利用诡诈心理战时十分注意发动群众，取得群众的密切配合和协助。如刘伯承在指挥神头岭战斗中，就巧妙地利用神头村的群众的配合对敌实施诡诈。日本《东亚日报》社派到日军第一〇八师团的随军记者本多酒沼写的神头岭战斗通讯，作了如下的描述：

“辎尾部队在这个村落小休息十五分钟。不知道为什么居民大大欢迎我军，饮马的水，不用士兵动手，他们就自动挑来。有很多表现说明当地居民对皇军的威武表示敬意。对新政府（按：指汉奸政府）表示支持和援助的厚意。”

但结果碰到的却是“八路军的典型战术”，“支那军一流的游击战术”。本多酒沼继续写道：“他们一面大大欢迎我们，一面观察我们的兵力，想查看清楚后续部队的兵种和兵力。如果判断我军战斗员少的话，态度就会突然改变”。

这次战斗，由于在当地群众的密切配合下，实施了诡诈的心理战，对敌人“先礼后兵”，麻痹敌人，松懈敌人斗志，然后实施突然攻击。结果战果十分辉煌，共歼敌一千五百余人，缴获骡马六百多匹。

刘伯承在《我们需要的伪装法》一文中还介绍了我游击队运用心理战的方法巧袭敌人的两个生动的例子：

其一是“南官游击队曾装扮两夫妇打官司的模样和声调，夺获了伪警察局的枪来武装自己”。

其二是“任县游击队先在苇草丛中埋伏好了，然后用队员穿着红绿衣服装扮女人去做庄稼。日本鬼子一见就追，于是被诱引到苇草中，缴得了枪，俘获了人”。

解放战争中，我军也经常以伪装、诡诈对敌实施心理攻击，收到的效果很好，连敌人也不得不予承认。

1948年1月7日，参加“围剿”大别山的敌嫡系主力第一师师长王元直在日记中写道：

“共军好用计赚城，而我地方行政人员每为其所骗。

淮阳县有共军十余人，冒充八十五师参谋乘洋马入城，县长设宴欢迎，并请其沐浴。该共军告以八十五师不久即可到达。县长准备欢迎。及至到达，乃共军也。县城遂失陷，而县长亦被俘。

某县因匪情紧张，用电话向上级请兵，上级答以准派兵增援。第二次再向上级催请，不料此电话为共军所接，答以部队早已出发，一小时内即可到达。县长遂不戒备，并出城欢迎。及共军到，县长尚不能判别，陪其赴县城，城遂陷，被俘”。

在我军的诡诈心理战中，声东击西也是一种重要的战法。刘伯承指出：“积极的声东击西，利诱威胁敌人；消极的隐蔽自己的真实行动，使敌人误解我们的行动，使它在布置兵力时对付我们的刀尖不能向着我们，而是把松懈的弱点向着我们，给我们好去袭击它，这就创造了敌人的弱点。如敌人正在行军并未准备打仗，此时又无堡垒罩着，使我们得着这个机会来伏击，这就是寻找了敌人的弱点。”^①

三、宣传

宣传，是心理战的主要武器，作为心理作战的中心组成部分，受到世界各国的广泛重视。在毛泽东的心理战思想中，对敌宣传也占有很重要的地位。他曾说，宣传工作是我军第一个重大任务，忽视了这个工作，就是放弃了我军主要任务。

早在我军初创时期，毛泽东就强调对敌军宣传的重要性。他指出：“对白军士兵及下级官长的宣传非常之重要，以后要注意下列

^① 《刘伯承军事文选》第122页。

的方法：

1. 宣传文字要简短，使他们顷刻间能看完；要精警，他们一看起一个印象。

2. 除有计划的在敌人经过道路两旁多写切合某现实部队的标语之外，还要将传单存储于沿路党部及群众机关手中，候敌军经过时，巧妙地传达给他们。

3. 从俘虏官兵中及邮件检查中，调查敌方官兵的姓名及所属部队番号，邮寄宣传品去，或写信给他们。”^①

1931年3月，毛泽东兼任中央军委总政治部主任，亲自主持制定了对白军的宣传口号，针对“左”倾机会主义在敌军工作上“要兵不要官”和“俘虏不分田”等错误，提出了“欢迎白军士兵下级官长打土豪、分田地”和“欢迎白军士兵下级官长来当红军”等口号。

在谈到宣传方法时，毛泽东指出：“靠口说，靠传单布告，靠报纸书册，靠戏剧电影，靠学校，靠民兵团体，靠干部人员。”^②

周恩来也十分重视对敌军的宣传工作，他说：“对敌军的工作，也应当进行：

（一）经常地对敌军宣传煽动，抓住敌军中每一个可能利用的机会，使敌军瓦解和涣散，因而减弱敌人的战斗力量。

（二）在火线上，即在战斗中，也要进行对敌军的喊话或散发传单，使敌军动摇。

（三）应当极力禁止虐待俘虏，经过优待、教育、解释后，立即把他们放回去。”^③

刘伯承早在1928年就主张用宣传的方法对敌军的心理进行动摇和瓦解。他提出，为了对敌军进行瓦解，“必须有军事煽动员特别组织，并出版关于日常便于士兵群众阅读的刊物、传单和小册子

① 《毛泽东军事文选》内部本第23页。

② 《毛泽东选集》合订本第449页。

③ 《周恩来选集》上卷98—99页。

等。煽动之法，须视其部队来源与成分，……如是外省军队，思家之心必切，则说明以月饷二十元回家是有路费有出路的。煽动军队之目的，须注意破坏敌士兵与官兵的关系，而夺取其信仰，所以提出来的要求，须不使反动军官能以小利引诱士兵和缓，要以各种方法，利用各种问题煽动士兵，如厕所标语，图画，只要能鼓动群众破坏官兵的威信，便都适用。唯宣传的口号传单等则应非常正确，宣传从士兵痛苦说起，然后说到工农兵联合，实行土地革命，建立苏维埃，以至于暴动的组织与其他技术问题。宣传的方法，通常是用口头谈话式的，然而有时文字的宣传亦非常有号召的力量，所以传单小册子等有时也是需要的。尤其是在少数军队单独住在一地之时，能以一种传单给予全部士兵，可以增加其动摇与恐慌的程度。”^①

结合军事打击开展对敌宣传活动，是我军的优良传统，在历次革命战争时期都发挥了重大作用。在第二次国内革命战争中，工农红军通过各种形式开展对敌宣传，争取了大量的敌军。抗日战争中，我对敌政治宣传曾引起日军内部的不安。日军文件反映“因为华军的反战宣传，总觉得士兵的思想似乎起了动摇，实在难于指挥”。“在中国军的宣传品中，有些话实在令人心悦诚服。”解放战争时期，对国民党军的宣传和组织瓦解，争取了148万国民党军投诚起义，有力地配合了解放战争的胜利。抗美援朝的三年中，我向敌军官兵散发了6000多万份传单，在前沿阵地建立了37个大型广播站，有效地瓦解了敌军的士气。美国陆军部宣传处承认，中国的宣传，“促成了我们很多的误解和不必要的死亡，涣散了士兵的情绪。”

我军的对敌宣传，在毛泽东心理战思想的指导下，具有以下几方面的特点：

（一）宣传形式多样

1. 口头宣传。口头宣传的方式较多，可以面对面进行宣传或

^① 《刘伯承军事文选》第36—37页。

交谈。这样不仅靠语言，而且可以借助手势、面部表情的变化等增强宣传的效果，感染力比较强。我军在过去革命战争年代采用面对面的宣传较多。1928年夏的一个月夜，毛泽东亲自和前来侦察被我哨兵抓获的一个白军俘虏兵进行面谈，向他宣传我军的政策。毛泽东听说这个俘虏是没有田地的贫苦农民，便给他讲了红军是工人农民的队伍，天下穷人是一家的道理，并告诉他要释放他回家，分田给他种。当这个俘虏谈到是受了排长的骗，说完成任务后请他吃饭，他才来冒险侦察红军情况时，毛泽东笑了笑说，你为了想吃喝一顿，就卖掉一条命，明天我请你的客，回去还分田给你耕，好吗？第二天，毛泽东陪他一起吃了饭，然后释放了他。周恩来曾多次面对面向敌军、友军宣传我党的政治主张和政策。1936年12月的西安事变中，周恩来充分发挥了他的大智大勇和才华，面对面对国民党要员和张学良、杨虎城宣传我党的主张和政策，还深入东北军、西北军部队做中下级军官的工作，收到了好的宣传效果。

口头宣传，除过面对面宣传以外，还用广播进行宣传。广播分为有线和无线，还有战场喊话宣传，这些方式我军都采用了。如抗美援朝中，我军在第一线各军的防御地区，建立了播音宣传站。每一个站都有固定的播音员，有5部扩音器和5部留声机。我们利用火线广播，宣传板门店的和谈情况，宣传我们和平解决朝鲜问题的诚意，揭露谈判桌上美方代表的无赖行为和讹诈手段，宣传我方对一切俘虏采取宽大政策，驳斥敌人的造谣诬蔑。

2. 文字宣传。文字宣传主要是用传单进行宣传。传单宣传是一种视觉宣传，比较直观、醒目、生动，便于传看和保存。特别是一些图片，色彩鲜艳，形象美观，有助于克服语言的障碍，借助视觉形象，激起宣传对象的情绪。我军运用传单宣传比较普遍，如解放战争中，我们针对敌人多数士兵对操课紧、伙食坏、官兵不平等、挨打受骂受压迫等现实不满，普遍存在厌战、思乡情绪的特点写出一些传单，更加激发他们对蒋帮的不满情绪，为我进行政治瓦解创造条件。例如在一首《太平年》的传单中这样写道：

进了兵营入火坑，
持枪、托枪练得凶，
投、刺不准吃耳光，
擦枪不净挨脚蹬。
半夜三更站大岗呵，
又饥又寒泪莹莹。
太平年、年太平，
日本投降民安定，
弟兄为何来拼命？
兵比长官低三辈，
枪林弹雨脑袋顶。
一枪打死战场上呵，
狼叼狗拖荒野扔。

又如当我军听说四川、湖南遭了灾荒，不少蒋军士兵家中十分困难。而通货膨胀严重，一个上等兵的月饷买不了几包香烟。伙食也很差。我军就通过传单宣传引导他们投奔我军来。在一首《掉转枪口去当解放军》的传单中写道：

家乡遭荒旱，
我儿哪知情？
十亩干荒地，
收得稻谷一石零两升。
军粮派了十万石，
我家最少要出八斗整。
湖南本是产米地，
如今人民苦凄凄，
树皮草根都吃尽，
人吃狗来狗吃人。
辛辛苦苦来卖命，
一月最多三万整。

吸包香烟两千五，
水煮白菜少油荤。
顾不上娃儿哇哇叫，
养不活老婆苦伶仃。
当兵为的哪一个，
难道该为蒋贼一个人？
他吃不完来用不尽，
哪管穷人饿断筋。
钢牙一咬决心下，
调转枪口去当解放军。

在抗美援朝中，我们根据美军喜欢看颜色鲜艳的画片，不愿多看文字的特点，我军就尽力把每张传单搞得文字简短，图画鲜明，印刷精美。因此，有不少美国士兵时常把我们的宣传品收藏起来或寄回家去当纪念品。合众社对我们的传单曾报道说：“它的形式与内容说明中共选拔了最优秀的宣传家参加了宣传团”。

3. 实物宣传。实物宣传不仅直观性强，人情味浓，而且有使用或纪念的价值和意义，更能吸引对方，易为对方接受，有利于疏通感情，缓和敌对情绪。如抗日战争中，我军经常向日军送慰问袋、日用品，既起到了心理和感情的沟通作用，同时，对受困的日本士兵来说，还有物质的意义，效果很好。不少敌军下级军官和士兵，收到我慰问袋后，都写信来致谢。抗美援朝战争中，也经常向美伪军送礼品。特别是在圣诞节等节日期间，送礼品尤多，都很受敌军欢迎，产生了良好的心理效果。

（二）宣传区别对象

宣传要击中敌人的要害，必须区分宣传的对象，了解敌军各国的历史传统，了解敌人具体情况和敌军官兵每一阶段的思想变化，使宣传具有针对性，才易于为敌军所接受。如朝鲜战场上，我军主要的作战对象是美军和李承晚伪军。其他各国派到朝鲜战场上的军队，除英联邦有一个师，加拿大和土耳其各有一个旅之外，为数都

很少。所以，我们政治攻势的矛头，主要是指向美军和李伪军。但美军和伪军情况不完全相同。因此，我军在对敌宣传中采取了分别对待的方针。对美军，主要宣传我军抗美援朝的正义性，宣传我方和平解决问题的主张和宽俘政策，分析美国垄断资本的战争政策对美国人民的损害。目的是激起他们的思乡厌战情绪，削弱他们的斗志。对在美军中的约占十分之一的黑人，还要宣传反对种族歧视，提高他们要求人权和民主的斗争积极性。对伪军，我们则宣传抗美援朝的正义性，宣传朝鲜政府对起义和投诚的伪军的宽待政策，揭露美帝国主义的侵略阴谋和李承晚的卖国罪行，激发他们的爱国热情，号召一切爱国的朝鲜人民，不分南北，一致起来反对美国侵略军。我们还着重宣传了南朝鲜人民和李伪军所受的各种苦难。许多李伪军感叹地说：“我们的苦难谁都不知道，只有广播机（指我们对敌宣传的扩音器）给提出来了。”由此可见，宣传区分对象产生了良好的心理效应。

（三）宣传内容真切

宣传的内容真实可信，而且是对方最关切的事，是我军对敌宣传的一个重要特点。如在抗日战争中，我冀南对敌宣传就曾经抓住敌军内部殴打、虐待新兵、蔑视士兵人权的具体事实加以揭露，提出彻底废止殴打制度的要求，就很容易引起敌军士兵的注意，也容易接受。因为这种宣传有事实根据，不少情况出自俘虏之口，人和事十分具体，就是这个部队发生的事，所以对方很感兴趣。如太行区对三十六师团的宣传，就把该师团井关师团长每星期坐飞机到太原嫖女人一类的丑事，写成宣传品进行宣传，使该部队士兵很感兴趣，因而都把这些宣传品拣来放在衣袋里，无聊的时候就掏出来看。

要使对敌宣传收到显著效果，宣传的内容必须真实，力求具体。宣传中要用真人真事，有名有姓，有时间，有地点。讲事要有出处，讲消息必引来源。要善于用敌人的材料揭露敌人的谎言，用敌人的言论证明我们所举事实的真实性。

（四）宣传注意民族风俗

为了使宣传收到好的心理效果，我军的对敌宣传很注意尊重和符合宣传对象的民族风俗。如对日军和美军的宣传采取的形式就不完全一样。抗日战争中，我们制作的日本民族形式的和形象化的宣传品，很受日军欢迎。如山东八路军，在抱犊崮摘了许多樱花寄给敌兵，使他们很受感动。太行山没有樱花，就用纸剪的樱花散发在敌人的碉堡内外，也很受欢迎。端午节送鲤帜，夏天送扇子等，都很受欢迎。

根据日军的民族风俗，我军还重点利用节日、新年对日军开展工作。如1943年新年，我滨海区充分展开了新年日军工作。如对一个地方的日军，我们送去猴子后打了一枪，敌人很恐慌，打了10余梭子机枪，次早看见猴子，拍手大笑说：“八路军送松门猴子拜新年的，八路军我的朋友大大的有。”我们向另一据点的日军送去猴子后，敌兵看着即大笑，又看见松门说：“这底下地雷的有，通通的不要”，将松门用脚踢倒，但将标语、宣传品牌拾回去，放在桌子上，大家看着大笑“好好的”，猴子在桌上放了好几天。第二天又送去慰问袋，伪军问他里面有什么东西，敌人说：“这是八路军朋友交我的，八路军里我的朋友大大的有”，并将纸烟分给伪军抽，将贺年片，宣传品留下一部，其余交队长。

抗美援朝中，我军也采取各种方式向敌军展开心理攻势，最突出的就是根据敌军的民族习惯，向敌人展开大规模的节日政治攻势。如1951年圣诞节，我们在美军隆重纪念这个节日的时候，向他们送去了圣诞袋，圣诞树、精制的圣诞贺片、纪念牌和糕点等礼品。1952年，我们利用“八·一五”朝鲜解放纪念日和中秋节，向李伪军展开了政治攻势。这两个节日里，只是向李伪军散发的宣传品，就有137.31万份多。

为了增强节日的宣传效果，我军还和敌人进行火线联欢。如1952年的圣诞节和1953年的新年和春节，敌军在我严重的军事打击下，成天躲在地堡里。为了展开政治攻势，我军在一些阵地上和敌

人达成临时停火，举行火线联欢。敌军广大官兵对此甚为欢迎。因为他们可以钻出地堡，在阵地上自由地透透气，听听我们放送的音樂，欣赏我们送给他们的礼品和宣传品，不必再担心他们的生命不安全了。

实践证明，尊重敌军的民族风俗，使宣传收到了好的心理效果。他们亲身感觉到，中国军队是热爱和平的，都纷纷向我表示“今后不再和中国人作战了”。

（五）宣传富有感情

宣传必须富有感情，具有感染力，才能打动被宣传者。特别是在异民族间的战争中，宣传富有感情才能使相互间在感情上求得接近。我军的对敌宣传很注意感情，富有人情味，所以宣传的效果就较好。如在抗日战争中，我军开始在宣传中称呼日军为“日本士兵诸君”，结果不为他们所喜欢。日本反战同盟称呼他们为“战友”、“同胞”，却使他们感到非常亲切。后来，我军进行了改进，溶进了感情。有一张宣传品这样写道：“日本士兵也好，八路军也好，不都是弟兄么？还是停止了这可恶的战争，轻松地唱起樱花曲吧！”宣传效果就很好。据俘虏反映，日军士兵读了这种宣传品，很感亲切，即怀着“战争实在是可恶”的心理，产生了厌恶战争的心理。

抗美援朝战争中，我军在宣传中，尽量避免用伤害敌军官兵的人格和民族自尊心的语句。有人在向李伪军作口头宣传中，直称他们为“伪军”和“傀儡军”，引起他们的反感，以后我们就改换了称呼。我们还利用火线广播，对敌人表示关切，向敌人提出各种各样的问题，拉家常，问寒暖，联络感情，诱导他们和我们对话谈心，减少对立情绪，使其对我军产生好感。有些伪军，就是受了我们火线广播的影响投诚过来的。

四、宽待俘虏

宽待俘虏，是对敌军进行心理瓦解的重要内容。我国古代许多将领都很重视宽待俘虏。不少著名的兵家在他们的军事著作中都有

精辟的论述。孙子曰：“卒善而养之，是谓胜敌而益强”，就是讲优待俘虏问题。《司马法》中写道：“不穷不能而衷怜伤病，是以明其仁也。…又能舍服，是以明其勇也。”是讲优待伤病俘和赦免俘虏的事。

毛泽东历来十分重视俘虏工作，把宽待俘虏看作是对敌人施加心理影响，从政治上瓦解敌军的一个重要法宝。从我军创建之初始，他就强调俘虏工作。1928年，毛泽东在《井冈山的斗争》中指出：“对敌军的宣传，最有效的方法是释放俘虏和医治伤兵。”1928年1月，工农革命军攻克了遂川县城，2月又攻克了宁冈县的新城，俘获了大量的敌军官兵。应当如何对待这些俘虏，既是一个需要紧迫解决的现实问题，又是一个原则问题。于是，毛泽东同志为部队制订了宽待俘虏的四项政策：1. 不打、不骂、不杀、不虐待；2. 不准搜腰包；3. 受伤给治疗；4. 愿去愿留自愿。这四项政策的提出，标志着我军俘虏政策的萌芽。

在毛泽东、朱德等同志的倡导下，我军的俘虏政策在1929年12月于古田召开的中国共产党红军第四军第九次代表大会上得到了正式的确认。大会通过的决议案中写道：“优待俘虏兵的方法：第一是不搜查他们身上的钱和一切物件，过去红军士兵搜检俘虏兵财物的行为，要坚决地废掉。第二是要以极大的热情欢迎俘虏兵，使他们感觉到精神上的欢乐，反对给俘虏兵以任何语言上的或行动上的侮辱。第三是给俘虏兵以和老兵一样的物质上的平等待遇。第四是不愿留的，在经过宣传之后，发给路费，放他们回去，使他们在白军中散布红军的影响。”另外还规定：“对于敌方伤兵的医治和发中钱，要完全和红军的伤兵一样。并且要利用一切可能的条件，把上好了药发给了钱的伤兵，送还敌军，对待敌军受伤官长亦然。”

宽待俘虏，是我军对敌军工作的重要政策，是瓦解敌军工作的主要内容和有效方法，也是毛泽东心理战思想的组成部分。几十年来，在同国内外敌人进行的战争中，我军坚定不移地贯彻执行毛泽东的宽俘政策，成功地对各种俘虏进行了教育和改造，对赢得革命

战争的胜利，起到了很重要的作用。

我军通过俘虏工作对敌军进行心理瓦解内容十分丰富，主要是：

（一）给俘虏以人道主义的待遇

“宽大仁爱”，是中华民族固有的美德。在对待俘虏问题上，我党我军也一贯采取一定限度的宽大仁爱的态度。保护俘虏并给以优待，充分体现了我党我军的革命人道主义精神，同时可以在敌军中产生良好的心理效应，有助于从政治上对敌军进行瓦解。

无论是在国内战争中，还是同异国进行的战争中；无论是容易瓦解的敌人，还是顽固的敌人，只要停止抵抗，放下武器，我军都一概给予人道主义的待遇。特别是在战斗相当残酷，我军民遭受敌大量杀害的情况下，我们仍毫不动摇地坚持执行宽待俘虏的政策，对俘虏一律不予杀害。如在抗日战争中，尽管日本侵略者对我实行残酷的“三光”政策，疯狂地屠杀我军民，给我造成巨大损失，但我们给予日军俘虏仍以人道主义的待遇。正如毛泽东在和英国记者贝特朗谈话时指出的那样：“我们的这种政策是坚持的，例如日军现已公开声言要对八路军施放毒气。即使他们这样做，我们宽待俘虏的政策仍然不变，我们仍然把被俘的日本士兵和某些被迫作战的下级干部给以宽大待遇，不加侮辱，不施责骂，向他们说明两国人民的利益的一致，释放他们回去。”

我军的革命人道主义还体现在对俘虏的“再捉再放”的政策上。我军宽待俘虏的政策，不仅对第一次做我俘虏的敌军适用，对多次做我俘虏的敌军也适用。对一些释放后又来打我们的敌军，我军坚持实行“再捉再放”的原则，不予杀害，着重争取其心，不予杀害，充分体现了我军仁至义尽的人道主义精神。

在物质生活方面，我们给予俘虏优于我军的良好待遇。特别是在战争年代，我军物质生活条件相当恶劣，环境相当艰苦的情况下，仍然想尽一切办法给予俘虏以优于我军的生活待遇。如抗日战争中，我军规定给日军俘虏的伙食费比我军高一倍。我军吃高粱、

黑豆，还要想办法给俘虏吃白面、大米、鸡蛋和猪肉，甚至连给俘虏洗澡问题都考虑到了。我军还注意尊重俘虏的人格、宗教信仰和民族风俗。如抗日战争中给日军俘虏送松门、送猴子拜年；抗美援朝中在圣诞节时给美、英等国俘虏开“圣诞晚会”，允许祈祷，使俘虏深受感动。一些俘虏激动地说：“你们的政策正象母亲的心一样，你们的待遇既人道又仁慈”。

毛泽东的心理战思想把医治敌军伤兵也看作是对敌军进行心理战的一个重要方面。他指出：“医治敌方伤兵，亦是对敌宣传的极有效方法”。^①所以，我军的革命人道主义也表现在对待伤俘的宽待方面。对待战场上俘获的伤俘，我军一律不补枪，而是千方百计进行救治。轻伤给予包扎治疗，重伤送医院抢救治疗。当救治条件不允许时，有时还把伤俘送还敌方。如抗美援朝中，我军送还了不少重伤俘。送出前进行周密的准备，给其带一些食物及必要的防寒被服，以防敌方不能及时接走而挨冻受饿。伤俘送出后，我即及时广播通知对方到指定地点去接，并保证绝不射击伤俘。

我军还注意送还敌尸。送还敌尸体时，连同死者的随身物品如数交还。如在抗美援朝中，根据美军对尸体特别重视的情况，我军很注意送还敌尸。有的单位把美国兵的尸体用美国军毯或白布裹好，送至敌人阵地前沿。有的把敌人尸体掩埋在阵地上，插上墓碑。

我军忠实地执行毛泽东宽待俘虏的政策，对俘虏实行革命的人道主义，在敌军中影响很大，产生了良好的心理效应，特别是通过俘虏更进一步扩大了我军宽俘政策的影响，使不少人都认识到中华民族是一个“伟大的文明的民族”，感到“中国人宽大、公正、爱好和平”。有些人将敌人的暴行与我宽俘政策比较，称我们有“以德报怨的基督教基本精神”。

^① 《毛泽东军事文选》内部本24页。

（二）利用俘虏瓦解敌军

毛泽东心理战思想在俘虏工作上的一个体现就是利用俘虏对敌军做工作，做宣传，进行心理瓦解。心理学的研究表明，人们一般容易相信“自己人”的话。利用俘虏对敌军进行喊话、宣传、做工作，会产生“自己人”的心理效应，敌人容易相信，较少有戒心，宣传的效果往往超过我军的直接宣传。我军的宽俘政策的直接受益者是俘虏，他们亲身感受到我军的宽俘政策，内心感受深刻，通过对敌军进行宣传瓦解十分有效。如抗日战争中，我军俘虏日本士兵后，经过耐心工作，然后利用他们帮助我们瓦解敌军，开展心理攻势，效果极显著。刘少奇在《华北对敌斗争的经验》一文中就讲到：“日本俘虏帮助我们教练、教刺枪、教劈剑等，获得很大的成绩，特别对我们做敌军工作，争取俘虏工作帮助更大。日本俘虏开始转变是很困难的，必须使他们明白新四军、八路军是正义的军队，中国抗战也是为解放他们自己，他们才转变。但在转变后，大多是完全可靠的，能努力工作，吃苦耐劳，亦不逃跑。要已转变的老俘虏去争取新俘虏，也是不困难的”。^①如我们在抗战期间，建立的“反战同盟”工作很有成效。就是因为反战同盟成员系日军士兵，熟悉本民族的情况。利用他们进行宣传，能用真正适合日本国情和体贴日本士兵心理的宣传品取代政治化、原则化、中国化的特点。有的反战同盟人员根据日本的风俗习惯制作宣传品，使日军很受感动，有力地揭穿了敌人的欺骗宣传，减轻了日军对我的敌对情绪，把反侵略的种子播种到法西斯的军队之中，促进了日军内部反战运动的发展。

解放战争中，我军也很注意利用俘虏对敌军进行瓦解。如我军在石家庄战役中，就多次利用俘虏瓦解敌军。一次有一个班晚上摸到敌人一个营的门口，先抓到敌人一个侦察员。立即向这个俘虏做政治工作，讲我们的政策，利用这个侦察员争取了一个排长，缴了

^① 《刘少奇选集》上卷第243—244页

排人的枪。然后又利用这个排长，进去缴了一个营人的枪。

(三) 组织外国俘虏进行国际宣传

在同异国进行的战争中，不仅可以利用俘虏对敌军进行心理瓦解，而且还可以组织他们向本国人民及国际社会进行宣传。

组织外国俘虏进行国际宣传，不仅能在敌军中产生不可估量的影响，成为瓦解敌军的有力武器，而且有利于扩大我国在国际上的影响，有力地配合我外交斗争。俘虏是战争的受害者，又是我们宽待政策的直接受惠者。他们的亲身经历即是揭露战争本质与宣传我们政策的生动的真实的材料。由于俘虏来自敌军营垒，对敌军国内人民与前线敌军的思想比我们熟悉得多。他们的文章是基于他们现有的政治水平写出来的，恰好适用于对他们国内一般人民的政治水平的提高。文字方面，感情方面，都具有民族风格，很适应其本国人民的口味。他们又来自各个不同的国家，出身于各个不同的阶层，干过不同的职业，在国内有着不同的社会关系，由于历史上、感情上的联系，他们的呼声和言论，自然容易得到国内及前线一部分人的支持、传播和共鸣，从而扩大我军的宽俘政策的影响和政治影响，有利于提高我军和我国在国际上的声望。如抗美援朝战争中，我们利用组织美、英等国的俘虏写家信、作文章、录音广播；散发照片、小册子、画刊；放映电影和邀请国际和平民主人士，少数记者参观俘虏营等，扩大了我宽俘政策的影响，有力地驳斥了敌人对我政策的诬蔑宣传，配合了我们的外交斗争。特别是俘虏写的家信，作为我宽俘政策的真凭实据，通过其亲属在社会上得到广泛的传播，使人们相信我们的宣传胜过了本国官方的宣传，从另一面有力地支持了我国在外交上的斗争。如1953年当我对敌俘陆续遣返后，美国政府企图抹煞由于战俘遣返所产生的我军宽待俘虏的巨大影响，在联合国政治委员会上提出所谓“梅奥报告”，诬蔑我在朝鲜杀害了很多美国战俘。美国陆军部也发表了所谓“朝鲜战争罪行组”的长篇报告。但是美国和世界公众对这些诬蔑反应十分冷淡，几乎不为人所注意。相反地，我们揭发美国在朝鲜进行细菌战以及

其它暴行的事实却为大多数公众所接受。抗美援朝中，我们用宽俘政策教育改造了几千名外国战俘。战俘遣返时，向我们写了上千封表示感谢与表示决心的信。停战后，有二十余名美英俘拒绝遣返。美国曾以我被俘人员不愿遣返，宣传人民反对共产主义，但是这些美、英士兵不愿遣返，使美国记者慨叹这是对“自由世界”与美国生活方式的直接打击。从而扩大了我军的影响，提高了我国的威望。

对越自卫还击作战中，我军坚决执行宽俘政策，给予俘虏以优越的待遇，且主动释放俘虏，不仅在越军中扩大了我们宽俘政策的影响，而且在国际社会中赢得了赞誉。我军先后接待了英国、法国、西德、日本、意大利、澳大利亚、新西兰、黎巴嫩等国的记者和国际红十字会代表多批。他们通过参观、走访俘虏、耳闻目睹了我军宽待俘虏的事实，写了不少报道，拍摄了大量的照片、电视影片，真实生动地向世界宣传了我宽俘政策。如有的记者参观后说：

“这那里是俘虏营，简直是个花园、学校”。这就粉碎了越南当局诬蔑我虐杀俘虏的谎言，挫败了他们企图利用俘虏问题破坏中越谈判的阴谋。对揭露敌人欺骗宣传，扩大我党我军的政治影响，配合外交斗争起了重要的作用。

第三章 心理战的性质、 目的、手段和分类

第一节 心理战的性质

讨论心理战的性质，这是一个较为复杂的问题。因为一方面，古人对此并无明确认识，另一方面，则是由于每个国家的文化历史传统、国民素质以及军事技术和兵法规范等各有特点，因而在对心理战性质的理解和认识上，乃至在实施心理战的原则、手段和方法上，也都各有不同。尤其是在东西方两种不同社会制度的国家之间，这种区别表现得更为明显。

由此，我们首先需要确定我们讨论这一问题的基点。

我们认为，心理战作为一种特殊的作战形式，其本身的发展和运用，是同一个国家的社会政治制度、文化历史传统、意识形态信仰、以及军事学术思想等因素的影响分不开的，总要受到这个国家基本的战争观、和它所进行的战争的性质的制约。因此，不同国家在对心理战性质的理解和认识上，在实施心理战的原则和方法上，存在这样那样的区别是必然的。正如任何一个国家的军事理论，都有其自身的特色一样，任何一个国家的心理战理论，也都必然带有它自身的政治、经济、文化、军事等方面的印记。

但同样我们也认为，心理战作为一种特殊的作战形式，又有其自身的质的规定性，有其普遍性的特点和任何国家、任何阶级、任何军队如果要运用它，都必须遵循的一般规律。这种心理战自身的质的规定性和普遍性及其一般规律，即是我们讨论问题的基点。

一、心理战的定义

关于心理战的定义，目前人们并无完全一致的看法。称得上是解释各异、众说纷纭。其中既有资本主义世界各国的不同理解，也有社会主义性质国家的不同看法；既有官方的各种正式解释，也有民间研究者的各种不同观点。为有助于我们的讨论，现择其主要者列举于后：

美军心理战条令认为：“心理战作为一种旨在树立良好的印象、争取人心并瓦解敌人的工具，已成为20世纪战争中的一种重要武器”。在美国《简明不列颠百科全书》中，有关心理战概念的解释是：“心理战是在必要的军事、经济和政治手段支持下，利用宣传来反对敌人。这种宣传一般是为了瓦解敌人，使其丧失斗志”。与上述两种解释相比，1982年版美国陆军FM—100—5号野战条令《作战纲要》中有关心理战的定义，似乎更能代表美国人的观点。该条令写道：“心理战是为了达到长远的和当前的目的而采取的政治、军事、经济和意识形态行动的重要组成部分。旨在改变心理战对象的态度和举止的宣传活动和和其他心理战方法，是指挥官向敌方军队和民众做工作的重要手段。若与其他行动有效地结合起来，心理战就可以相对地提高部队的战斗力。”

西德联邦国防军的心理学家认为：心理战是军队战斗活动的一个组成部分，其使命是在战争条件下破坏敌国武装力量人员的士气和居民的民心，并对其同盟国以及中立国的人民施加思想上的影响。在其《现代军事科学手册》中，他们解释道：“心理战就是用心理作战的一种战争，一面增强自己的一面削弱敌人在世界舆论上的声誉，一面维持并增进自己的战斗力，而减低敌人的抵抗意志。它的武器，包括一切宣传”。

英国人是进行心理战的行家里手，特别是在宣传方面表现得尤为出色。因而在其对心理战的解释中，似乎也更偏爱于宣传。据《朗曼当代英语词典》解释：“心理战是通过无线电广播散布恐怖、

不安和不同政治利益所采取的削弱敌人斗志和忠诚的行动”。

日军称心理战为思想战。据日本战略学家原田稔在《国家战略纲要》中的解释：所谓思想战“就是给敌对国家的国民‘洗脑’，并使他们成为我方的同情者和支持者。思想战是对政治、行政、司法、教育、文化、宣传机构等所有领域进行渗透，积极传播意识形态，通过不断的努力，来改变对方的思想和信仰”。

台湾军队认为，“心理作战乃是有计划地利用宣传与其他措施，以达到影响敌人、中立集团或友好之外国集团的意见、情绪、态度以及行为，因而协助达成其本国的目的与目标”。

苏联不使用心理战这个概念，而且视其为帝国主义国家和军队进行侵略和颠覆的卑鄙伎俩。其权威性文献《苏联军事百科全书》中，有关心理战词条的解释，即充满着这种否定和贬斥的色彩。该词条写道：心理战“是帝国主义国家对社会主义国家和其他国家所实行的旨在扰乱这些国家居民和武装力量的精神政治状态和心理状态，干涉别国内政、在各个国家和人民之间煽起不信任和敌对情绪的一整套措施”。“心理战是一种普遍的资产阶级宣传。它是资产阶级对居民的意识、激情、情感、嗜好施加影响，以便使居民接受其反动的意识形态和他们的生活方式体系”。当然，表面上的贬斥和谴责并不妨碍在实际上使用心理战。事实上，苏联不仅拥有大规模的、完备的心理战组织和机构，而且拥有相当丰富的心理战经验，只不过是对它冠以别的名称罢了。苏联承认宣传在战争中的重要作用，称其为意识形态方面的斗争。苏联认为，意识形态战线上的斗争对战胜敌人起着重要作用。战时，在对敌进行的意识形态斗争中，敌军队、政府和居民及其同盟者和中立国的军队、政府和居民，还有世界舆论，都是对外进行宣传的对象。其基本目的是摧毁敌部队和居民的精神及战斗士气，并加速敌在政治上和军事上的失败。此外，苏军还十分重视以武力战对敌施加心理上的影响。他们认为，在以宣传和作战行动对敌人的心理施加影响的过程中，重要的是在敌部队和居民的意识中引起为不可避免的军事失败所担忧

的情绪，在敌人的队伍中散布恐惧和混乱。

在我国，近年来随着军事心理学研究的广泛开展，有关心理战定义的解释也多见于论文和著述之中。其中较有代表性的是《中国大百科全书·军事卷》中的解释。该书对心理战词条的释义是：“心理战，是通过宣传和其他活动从精神上瓦解敌方国民及其军队的一种手段”。

上述所列观点，尽管挂一漏万，但它还是在一定程度上，从不同的侧面，反映了在不同国家，人们对心理战定义所作的不同解释。我们认为，心理战是区别于武力战的一种特殊的作战形式。其特殊之处即在于它同武力战相比，有着特殊的斗争目标和特殊的斗争目的、以及特殊的作战手段和一整套特殊的作战原则和作战方法。因此，要准确地揭示心理战的内涵、认清其性质，就必须从研究其特殊之处入手。据此，著者对心理战的定义为：心理战是一种针对人的理智和情感的作战。它以特殊的信息媒介为武器，依据心理学原理，通过宣传和其他各种手段，对目标人或集体的心理实施攻击，使其心理产生错觉和混乱，进而导致其意志、士气崩溃，意识观念发生变化，最终改变其态度和行为。同时，反击敌方实施的心理战，巩固己方军民的心理防线，也是心理战的重要任务之一。

对此定义的进一步讨论，我们可从以下两个方面来进行：

1. 心理战是针对人的理智和情感的作战。这是心理战同武力战根本区别，也是心理战的主要性质之一。可以说，无论任何时代，无论任何国家，也无论采取何种手段和方法，心理战的这一特殊性质‘都是普遍的和始终如一的。以宣传来说，什么是心理战中的宣传？波兰心理学家列·沃伊塔西克在其《政治宣传心理学》一书中曾一针见血地指出：“在心理战中预先采取的宣传活动，旨在使人的情感发生变化，使他们产生憎恨、恐惧和十二分惊骇的情感，使人们的心理紊乱”美国作家法拉戈也写道：“这是一种有组织有计划的传播思想、主义和信仰的活动，目的是争取同情者、追随者或者盟国和使人民相信本国的事业是正义的和正确的，而敌人则是错

误和不正义的，特别是使别人采取有利于自己和有害于对方的行动”。①“楚歌一首三百字，八千子弟归江东”。很显然，在心理战中，宣传的目的始终在于改变敌人的心理状态，在于从理智和情感上说服敌人，瓦解敌人的斗志。

除宣传外，在以其他各种手段进行的心理战活动中，同样也体现着针对人的理智和情感这一心理战的重要性质。比如，在以作战行动实施的心理战中，暴力手段的运用，无疑会在物质实力上给敌人以破坏和杀伤。但就战争指导者的内部意图来说，其目的却并不在（或不仅仅在于）杀伤，而是在于通过这种在物质性领域内的活动，去谋求心理上的威慑、恐吓、震撼或迷惑等效果。在这里，暴力手段的运用，只是为了传达心理攻击的信息。中国有句古话，叫“杀一儆百”。从心理战的角度来看，所谓“杀一”，即是指暴力的毁灭作用，所谓“儆百”，即是指这种暴力手段所追求的心理恐吓效应。显然，对心理战来说，问题不在于是否使用暴力，而在于战争指导者使用暴力时的内部意图和心理倾向。

总之，针对人的理智、情感而不是针对人的肉体，着眼于精神上心理上的征服而不是物质上的毁灭，是心理战的根本性质。它不仅规定了心理战具有自己独特的斗争武器以及实施的原则和方法，也从根本上规定了心理战所具有的独特地位。就是从进行这种作战的人来说，也同传统的武力战大有区别。我们知道，在传统的武力战中，叱咤风云的是能征惯战的将军，而在心理战中，虽说将军们仍有用武之地，但更多的是那些具有丰富知识和经验的心理学家、政治家、宣传家和外交家。

2. 心理战是以特制的信息媒介为武器进行的战争。众所周知，在传统的武力战中，战争的话剧总是同各个时代物质生产发展所提供的道具——武器，紧密相关的。不论是冷兵器时代的刀、枪、剑、戟，还是现代化的坦克、飞机、大炮，乃至导弹核武器，暴

①《斗智》第247页。

力的工具历来是战争舞台上的重要角色。

然而心理战却根本不同。在这种特殊的作战形式中，~~其~~创造战争话剧的武器，不是那些看得见、摸得着的暴力工具，而是信息，是一种由心理战实施者经过精心炮制、旨在对心理战对象的思想 and 行为发生影响的攻击性信息。宣传活动是这样，以其他各种手段（包括作战行动）进行的心理战活动也是这样。这种特制的信息武器，既可能是心平气和的劝说和诱导，也可能是赤裸裸的威胁和恐吓；既可能是理智上的点拨，正义性的召唤，情感上的感化，也可能是挑拨离间、制造磨擦、造谣欺骗、蛊惑人心；既可能是暗示性的，也可能是公开的和强制性的；既可能是带有倾向性的以语言、文字、漫画等方式进行的宣传，也可能是一首为对方所熟悉，无须加任何解释的软绵绵的情歌或哀怨的思乡曲；有时甚至可能是一场精彩的足球赛或拳击表演。既可能是以战斗行动或火力进行的打击、破坏和袭扰，也可能是以“亲善友好”的姿态所进行的安抚活动，甚至包括散发一块小小的巧克力糖。总之，不论采取何种手段，使用何种方法，对心理战实施者来说，精心炮制的各种信息是其唯一的武器。

二、心理战与心理学、军事学、以及其他社会科学之间的关系

讨论心理战的性质，不能不涉及心理战与心理学、军事学及其他社会科学之间的关系，因为在事实上，心理战理论的建立及其实施，与上述各门科学之间密切相关。

首先，以心理学来说，心理学是心理战的基础。尤其是军事心理学和作战心理学，更是从理论上和实践上给心理战以直接的影响。我们已经讨论过，心理战是一种针对人的理智和情感所进行的作战活动。其基本的特征是以宣传等各种特制的信息为武器，通过对人的心理施加影响，来达到改变心理战对象的态度或行为这一目的。

因此，深刻地了解人的心理活动规律，掌握心理战对象的心理活动特点，是成功地进行心理战的首要条件。实践证明，只有充分地了解和掌握敌人的心理特点，才能采取正确的、行之有效的心理攻击方法，保证心理战信息顺利地进入心理战对象的心理活动过程，实现心理战的目的。否则，所谓的心理战，就只不过是瞎碰运气罢了。心理学的重要作用，即在于它能够揭示人的心理活动规律及其特点，为心理战提供可靠的理论依据，能够帮助心理战实施者找出最为有效的心理攻击方法。正如美国心理战理论家莱恩巴尔杰尔所指出的那样，“心理学能指出人类理智中通常未被发觉的特点，它能够告诉你怎样才能使激情变成愤怒，使人的机灵变成大众的怯懦，使磨擦变成不信任，使偏见变成盛怒”。^①可以说，没有现代心理科学作支柱，就不会有现代心理战的理论大厦。

其次，以军事学来说，心理战同样也离不开军事学。在某种意义上甚至可以这样说，心理战作为一种特殊的作战形式，本身即是在军事学的母体中产生并发展起来的，是军事学长期哺育的结果。因为从历史上看，心理战一开始本来就是一种军事性质的活动。人类最早的关于在作战中利用心理性因素的理性认识，不仅直接产生于军事斗争的实践活动中，而且凝聚在人们对军事斗争的规律性认识之中。例如，在我国古代兵法中所包括的十分丰富的心理战思想，即同武力战的原则和方法交织在一起。可见，心理战同军事学密不可分。没有军事学，也就不会有心理战。同样，心理战的存在也给军事学的发展以积极影响，使军事学体系显得更为丰富多彩。

自然，我们应当看到，随着现代心理战手段的不断发展和完善，心理战的独立的理论体系及作战原则和方法，也日趋完善和成熟。心理战不单纯地属于军事学的范畴，心理战理论的建立和发展也不仅仅是军事学影响的结果。但毫无疑问，心理战并没有，事实上也不可能脱离军事学的影响。因为心理战仍需不断地汲取军事学

^①列·沃伊塔西克：《政治宣传心理学》第32页。

的营养来丰富和发展自己。而军事学对心理战的影响，不论是在基础理论上，还是在具体原则方法上，从来都是直接的。尤其是在以作战行动进行的心理战中，这种影响作用表现得更加明显。在这种心理战中，武力战的原则有时即直接表现为心理战的原则，新的作战方式和新的战术思想的采用，即直接意味着心理战效应的增大，而武器装备的不断发展和更新，更是直接为进行武装心理战提供更多、更先进的技术装备和物质手段。

再次，从哲学及其他社会科学的角度来看，心理战与哲学、社会学、政治学、经济学、伦理学、国际关系学等各种社会科学之间，也是互相交叉和互相渗透。这种互相交叉和渗透的关系，一方面表现为，在以各种社会科学体系为支柱所构成的思想、政治、经济、文化等领域内，敌对阶级和国家集团之间，本身即存在着心理战。尤其是在资本主义国家和社会主义国家之间，两者在思想、政治、经济、文化、外交等领域内进行的心理交锋，是现代心理战的一个重要内容。五十年代的所谓“冷战”活动，即是一个很好地说明。另一方面，心理战与哲学及其他社会科学之间的相互交叉和相互渗透的关系，则主要表现为哲学及其他社会科学思想体系，给心理战，尤其是给宣传心理的内容以实质性的影响。我们知道，心理战是以特制的信息为武器所进行的作战。而信息只能是具体的而不是抽象的。在宣传心理战中，不论它炮制得如何精妙，披上什么样的外衣，也不管它是公开地摆“事实”、讲“道理”，还是暗示性的诱导，就其本质而言，它总是在传播某种思想、信仰、主义或者是观点。这种体现在宣传内容中的各种思想观点，正是哲学等各种社会科学思想体系地的体现和反映。

此外，我们还应看到，人的心理状态和精神状态与各种社会科学体系之间，也有着十分密切的关系。因而，针对人的理智和情感所进行的心理战，在把握心理战对象的心理活动特点时，不能不深入地考察心理战对象，在其特定的社会生活环境里所受到的各种社会科学思想体系的影响。只有这样，才能增强心理战的针对性。

总之，心理战是一个多学科、多门类、多层次的综合性学问。一方面，它相对独立、自成体系，有其独特的理论原则、战略战术、技术手段和历史发展过程。另一方面，它又与心理学、军事学以及哲学等其他各种社会科学互相交叉、互相渗透、包溶相关。

三、心理战中的道德问题

相对于武力战来说，心理战中的道德问题具有更为特殊的地位。因为它不仅涉及到在心理战中，采取什么样的手段是道德的或者是不道德的，而且直接关系到人们对心理战性质的认识和理解。长期以来，人们对心理战一直有一种普遍的误解，认为它是属于资本主义世界的东西，是资产阶级国家和军队所使用的武器，是反人性的极为卑鄙和下流的勾当。作为社会主义国家和人民的军队，似乎不应该使用心理战。这种看法，除受苏联对心理战概念解释的影响外，在很大程度上即表现为一种道德观念上的困惑。因为一提到心理战，人们总是把它同造谣、欺骗、煽动不满情绪、制造破坏和分裂等资产阶级宣传联系起来，因而在道德上产生一种排斥和否定的看法。

的确，我们必须指出，在资产阶级的心理战体系中，是没有任何道德禁令束缚的。为了追求心理战的目的，他们可以采取任何违反人性的最为卑鄙和下流的手段。美国心理战理论家莱恩巴尔杰尔对此即作过这样的表露，他写道：“人们在向缅甸北部挨饿的日本军队投扔鲜艳的明信片，上面画有日本的各种食物和美味食品，……在同法国的战争中，德国人向法国士兵寄去许多来自故乡城镇的假信，信中说他们的妻子好象在和别人私通或者得了性病”。^①在第二次世界大战中，日本人在美国士兵中散布“裸体女人照片，使士兵们进入极其兴奋的状态，令其张惶失措，投降当俘虏”。类似这样但却更为“完善”的宣传，美国人在越南战场上

^① 列·沃伊塔西克：《政治宣传心理学》第42页。

也屡屡使用。他们为了使人胆颤心惊，在深夜放大播放各种恐怖录音，以凄惨的呻吟、号叫、小孩和母亲悲痛欲绝的哭泣、以及佛教出殡的音乐、神秘的咆哮声和象猛兽或者想象中的森林中恶魔的声音，来刺激人们的恐惧心理。

很显然，在资产阶级的心理战中，任何道德上的限制都是不存在的。正象波兰宣传心理学家列·沃伊塔西克所指出的那样，“在这种情况下，心理学知识被用来反对人，反对人的最切身的需要，来破坏人的精神上的平衡”。^①资产阶级对此亦供认不讳。英国宣传理论家弗雷泽尔即认为，在宣传心理战中，“在相同的条件下，不择手段的宣传比恪守道德规范的宣传效果更大，因为这些限制妨碍了宣传机关工作人员发挥自己的才能”。^②

但是，我们必须看到，不受任何道德禁令的限制，这只是资产阶级心理战的特性，并不是心理战本身所固有的属性。事实上，正如我们前面已经讨论过的那样，心理战作为一种特殊的作战形式，其本身的运用，是同一个国家的社会政治制度，文化历史传统、意识形态信仰等具体因素的影响分不开的，总要受到这个国家的基本政策以及它所进行的战争的性质的制约。就资产阶级心理战来说，之所以不受任何道德禁令限制，从根本上说是由资产阶级的阶级本性以及它所从事的战争的性质决定的。我们怎么能因此就将整个心理战视为资产阶级的专利品呢？事实上，任何阶级、任何国家、任何军队都可以有自己的心理战，作为无产阶级的人民军队来说，自然也不例外。我军政治工作中的瓦解敌军，就其实质而言，本来就是我军的心理战。当然，作为无产阶级军队的心理战，不论是在性质上、目的上、伦理道德上，乃至在实施的原则和方法上，都同资产阶级心理战有着本质的区别。

此外，必须指出，心理战作为一种旨在通过宣传和其他手段，对

① 《政治宣传心理学》第42页

② 同上。第42—43页

敌心理施加影响，进而导致其态度或行为改变的特殊的作战形式，其目的有明确敌对性和进攻性。这种敌对性和进攻性的作战目的，从原则上肯定了施谋弄诈手段在心理战中的合理性和所具有的积极作用。因而，我们在指出资产阶级心理战在手段和方法上具有恶劣性质的时候，不能因此而笼统盲目地反对一切诡诈手段。须知，对人的理智和情感施加影响，是一项极为复杂的工作，对人心征服是最难的征服。因而，作为无产阶级军队的心理战，必须十分地讲究心理作战艺术。特别是在战术性心理战中，欺骗和用诈的手段更是可以广泛地使用。应该看到，这种讲究心理战艺术的作法同资产阶级的不择手段，毫无共同之处。如果不是这样，那么，我们的心理战就只能是迂腐的，而且难以取得预期的效果。

第二节 心理战的目的

本节讨论心理战的目的，此外还将涉及到心理战的地位问题。

一、心理战的目的

心理战总是要追求一定的目的。对此，人们曾从不同侧面，在不同程度上，给以各种各样的确定和回答。如《美军心理战条令》认为，心理战的全部目的，在于在外国团体中鼓动情绪，影响其态度或行为，以此支援实现美国的目标。为此，心理战的目标是：影响外国政策的制定、决定的做出、控制的能力、战斗的意志、服从的意志和支援的决心。在《美国陆军作战纲要》中，心理战的目的则被确定为：①降低敌军的战斗力；②促使外国居民和团体支持我军；③降低敌方针对我军和支持我军的民众所进行的心理战效率。

西德军事专家在其《陆军作战指挥手册》中，强调通过心理战达到下述目的：（1）削弱敌人的战斗意志；（2）向敌人揭示战争法则和人性；（3）影响敌人战斗地域内的居民，使之对敌人的企图产生反感。

苏联研究认为，心理战的目的在于通过口头或书面的宣传来改变敌人的观点。其最终任务在使敌人的营垒和武装力量中出现怠工、混乱、投降、破坏和背叛等现象。此外，它还包括以作战行动对敌施加影响，瓦解敌人的斗志。

除上述官方看法外，一些民间研究者也从不同的角度给心理战的目的以确定和回答。如英国的军事理论家富勒认为，心理战是杰出的民主性工具，它的目的是要支配群众的心灵，即卢梭的所谓“全民意志”。心理战的目标可分为三类：一是在本国防线上激励群众的心理；二是争取中立国家群众心理的支持和拥护；三是搅乱敌方本土防线上的群众的心理。美国战略学家柯林斯认为，心理战从实质上说，就是有计划地利用宣传工具，必要时辅之以其他手段，对己方、敌方或中立方面的舆论、感情、态度和行为施加影响，以利达成既定的目标”。心理战的主要目的，在于“形成、操纵或改变群众的观点，使之直接或间接地有利于宣传者”。①

我国学术界目前也有多种观点。其中比较倾向一致的看法是，心理战的最高目的是不战而屈人之兵。是以非武力的心理力量促使敌士气崩溃、军心瓦解、组织指挥系统瘫痪、战斗力完全丧失或意识形态发生质的改变。

我们认为，心理战有广义和狭义之分，因而心理战的目的也应有一般和具体之别。一般心理战目的（或称为根本目的）是对各种具体心理战目的的抽象和概括，是从普遍意义上对心理战目的确定和回答，而具体心理战目的则是就某一具体心理战活动而言的，它的确定取决于它所针对的具体心理战对象、使用的方式、采取的手段以及遂行的任务等各种具体条件。我们的讨论是在一般意义上进行的，因而只回答广义的心理战目的。我们认为，一般地说，心理战的目的是：以各种心理攻击手段，影响和瓦解敌国军民的精神斗志，争取世界舆论的拥护和支持，改变目标人或集体的态度或行

①柯林斯：《大战略》第120—121页。

为，争取小战大胜或不战而屈人之兵。同时，不断地巩固本国军民的心理防线。

心理战的目的有以下三个特点：

（一）多样性特点。我们已经指出，心理战有广义和狭义之分，心理战的目的亦有一般的和具体的区别。所谓多样性，即是指在一般的（或称之为根本的）心理战目的之下，各种具体心理战活动目的的多层次性和多类别性。从实践上看，心理战总是具体的而不是抽象的。在不同层次上，依据不同的划分标准，它可以划分为各种各样的心理战。诸如战略性心理战和战术性心理战；对敌军队进行的心理战、对敌国居民进行的心理战和对中立国或盟国进行的心理战，以及在己方实施的防御性心理战（亦称团结性心理战）；宣传心理战、谋略心理战（也叫诡诈心理战）、武装心理战、电子心理战等等。这些不同层次、或采用不同手段所进行的各具特色的心理战，在目的上，除具有一般意义上心理战目的特点外，更多的是本身具有的特殊性。

目的是希望获得的最终效果，是计划与其实施的出发点和归宿，是贯彻我方意志的具体的目标线，也是进行各种努力的焦点。因而，作为心理战实施者来说，不仅要了解一般的心理战目的，更主要的是准确合理地确定自己所进行的具体心理战活动的目的，这是使心理战获得成功的重要条件。如果不是这样，它不仅会使自己所进行的心理战活动失去方向，有时甚至可能获得相反的效果。

（二）深远性特点。深远性是指心理战目的所具有的深远意义。关于这一点，英国战略学家利法尔·哈特在他的《战略论》一书中，作了最好的阐述。他写道：“一个战略思想家，应该着眼于“瘫痪”敌人，而不是如何从肉体上去消灭他们。就战争的较低阶段来说，在战斗中杀死一个人，只不过使这支军队损失一个士兵而已，但是一个神经受到震撼的活人，就可以成为恐怖病菌传染媒介，足以造成一种恐怖现象。在战争的较高阶段中，如果使对方的指挥官在心理上受到震撼，则可以使其所带领的整个部队丧失作战力

量。而在战争的更高阶段上，如果一个国家的政府在心理上受到压迫，那么这个政府所拥有的一切作战力量也有可能被抵消。这正如下述一种情况，两只手都麻木或瘫痪了，刀剑必然会从手掌中掉落下来”。①哈特的分析非常中肯，它清楚地说明了心理战目的所具有的深远意义，即从心理上对敌进行征服，是最有效也是最彻底的征服。

这方面的事例不胜枚举。尤以1940年法国失败的事例最有代表性。除此而外，法国总统戴高乐用收音机粉碎一场兵变，也充分反映出心理战的神奇魔力。六十年代初，法国在阿尔及利亚的战争泥潭中越陷越深，总统戴高乐决定同阿谈到，以便尽快结束这场战争。然而驻阿的殖民军军官们却密谋发动兵变，以阻止戴高乐的和平计划。为瓦解兵变，戴高乐以慰问为名向驻阿部队发了几千架晶体管收音机。就在正式会谈开始的那天夜里，收音机里传来了戴高乐总统的声音：“士兵们，你们面临着忠于谁的抉择。我就是法兰西，就是它命运的工具。跟我走，服从我的命令……。”这声音，这语气，跟当年戴高乐流亡国外指挥反法西斯斗争时，几乎完全一样。过去他们跟着戴高乐，取得了反法西战争的胜利，今天还能有别的选择吗？于是，大部分士兵都开小差了，整个兵营变得空荡荡的。就这样，戴高乐不费一枪一弹，用收音机粉碎了一场兵变。

（三）局限性特点。心理战的目的较之于武力战，具有更为深远的意义，这是毫无疑义的。但这并不意味着心理战就是万能的，并不是说所有的心理战，都可以顺利地实现自己的目的。事实上，不论什么样的心理战活动，不论它的目的是如何的坚决，在其实现的过程中，总要受到这样那样的限制。如战争的性质、人民群众对待战争的态度、经济军事实力，战局的发展、态势等等。这些因素都在客观上影响着心理战效应的产生。所谓局限性，即是指心理战目的在其实现过程中所受到的种种限制。

① 《战略论》第300—301页。

心理战的目的在其实现过程中所具有的局限性，是由心理战本身的特点所决定的。我们知道，心理战就其本质来说是一种信息。不论是直接的也好、间接的也罢，这种旨在对人的思想情感发生影响的攻击性信息，总要进入一定的土壤，与参战人员以及敌国或中立国、同盟国居民意识中的某些思想、观点、社会理论和社会情感、情绪发生交锋，并视这些因素的性质而产生一定的行为。而实际上，人们意识中的这些因素并不都是适应心理战信息这个种子滋长的土壤。所以，心理战目的在其实现过程中受到这样那样的限制是必然的。研究表明，作为人类心理活动的规律之一，刺激的因素总是要通过主体内部的条件来起作用。也就是说，影响的结果永远取决于人的个性特点，取决于他的素质，精神、政治和心理训练水平。

同一种影响对于不同的人来说，可能产生不同甚至完全相反的结果。例如，1927年大革命时期，国民党实行白色恐怖，一些怯懦者因惧怕牺牲而退出了革命，相反，对于坚定的革命者来说，则激起他们更为强烈的阶级仇恨，毫无畏惧地拿起枪杆，去点燃武装斗争的星星之火。

二、心理战的地位

心理战从一开始就有自己独特的地位，至少从理论上说是这样。我国古代大军事家孙子把不战而屈人之兵作为最高战略目标，在一定意义上即是对心理战独特地位的肯定。

然而回顾历史，我们却不能不看到，无论是在东方还是在西方，在以往时代所进行的作战中，心理战的独特地位总的来说，没有得到明显的体现。尽管历史上有不少的军事家政治家曾精辟地论述过精神因素和心理现象与军事斗争的关系，有许多杰出的统帅在作战实践中导演过脍炙人口的心理战话剧，但在事实上却并没有产生心理战这个概念，更没有形成什么独立完整的心理战理论体系。古人留给我们的只是一些十分丰富、但往往又是零散的心理战思想，

以及一些成功的心理战战例。心理战作为一种特殊的作战形式，在很长的历史时期内，其作用更多的是为武力战铺平道路。

我们无须苛求古人，因为那是历史使然。须知，由于历史条件的限制，那时既没有心理学这个理论武器，也缺少先进的物质技术手段。而这两者，正是使现代心理战得以大展神威的“风火轮”。假如没有现代心理科学的产生和发展，没有以无线电广播技术为开端的现代化大众传播工具的发展，心理战也许仍然还徘徊在古老的战场上而不为人们所重新认识。

毫无疑问，在心理学和物质技术手段不断发展的今天，面对风云变幻的世界，现代心理战的独特地位开始真正得到充分的体现并日益显得突出和重要。虽说心理战为武力战服务的作用依然不能否定，但它已有自己独特的理论体系和战略战术，本身能够发挥其独特的作用。事实上，在现代资产阶级总体战的战略体系中，心理战已作为一个独立的因素而倍受战略家们青睐。促成这种现象出现的原因，主要有以下四个方面：

第一，现代心理学科学的不断发展，为心理战提供了日益完备的理论武器，使心理战的实施者们能够更为深刻地揭示出人类心理活动奥秘，寻找出更为有效的心理攻击方法，从而使心理战具有以往任何历史时期都无法比拟的攻击力。

第二，大众传播工具和技术的迅速发展，为心理战提供了更先进、更有效的物质技术手段，使得现代心理战具有新的神话般的超级攻心魔力。众所周知，无线电的发明和运用是人类信息传播史上的第三次革命。这一革命对于心理战的意义，即是促使了现代心理战的产生。而如今，电脑、电讯、控制技术（称为三C技术）的使用，又把信息传播史上的第三次革命推向新的阶段，从而使现代心理战犹如猛虎添翼。现在，遍布全球的无线电广播网和电视接收器以及遨游在太空之上的通信卫星，为心理战提供了更为广泛的战场。而模拟技术的发展，将可能创造出未来的超出了常规、改变了手段、扩大了范围、提高了强度的“超级心理战”。正如有的研究

所描绘的那样：进攻者可能凭借现代技术，虚设出许多惊人的战场电视节目，使防御者突然看到这样的情况：生命攸关的防线被突破；被敌人俘获的官兵垂头丧气地列队行走；趾高气扬的敌兵在本国重要城市的广场上举行阅兵式；高级官员同敌人进行妥协谈判……等等，从而在心理上感受到强烈的震撼。

第三，由于航天、激光、红外以及大规模集成电路技术日益广泛地应用于军事，一方面改变了传统的战争规律和进程观念，另一方面，火器的杀伤破坏力越来越大，使得战争变得更加残酷、激烈。再加上超级大国对核战争恐怖的渲染，显然，这将给双方参战人员造成比以往更为沉重的心理负荷，从而使心理防线成为攻防双方都极为关注的一个焦点。据统计，在第二次世界大战中，美国陆军的心理伤员占全部伤员的11%，而第四次中东战争，虽然只持续了四个星期，患战场恐怖症的伤员与致命伤伤员的比率却高达30%。美国估计，在与华约军队的未来作战中，每三名伤员中就可能有一名是心理致伤。心理致伤与火力致伤之比，将大大超过以往的战争而高达50%以上。

第四，当今世界形势的发展，向人们揭示了这样一种可能，即解决人类的冲突并不一定要诉诸武力。面对核战争可能造成的毁灭性后果，人类智力的进步、知识和消息的广泛传播、以及人民群众越来越多地参与政治生活的事实，使传统的战争观念开始受到有力的挑战。人们已经在开始寻找不使用暴力进行战争的方法，从而促使心理战的地位大大提高。

第三节 心理战的手段及分类

一、心理战的手段

心理战手段，是指为达成心理战目的而采取的方法和措施。心理战的手段多种多样，既有文的，又有武的；大到原子弹核武器，小

到一块巧克力糖；复杂到精心炮制一场骗局，简单到一条标语、一句口号、一幅漫画等等，都可以是心理战使用的手段。按性质区别，我们将其分为以下三种：

（一）非强制性心理攻击手段——宣传

宣传是心理战中最重要、也是最主要的手段。这已为世界各国的心理战界所公认。对此，英国人称其为政治战；德国人称其为思想战；美国人称其为心理战或士气战；苏联人称其为意识形态方面的斗争；日本人也称其为思想战。尽管名称五花八门，战术上也各有千秋，如英国人被称为谋略派；美国被称为报道派；德国被认为是论理派；苏联则被称之为英国的亚流派等等。但就本质而言，却都是一致的，即在心理战中，宣传就是以大众传播工具为媒介，通过对有关事物和理论依据的有说服力的陈述，去影响心理战对象的思想、观点和情感，进而导致其态度或行为的改变。

宣传心理战具有以下五个特点：①非强制性特点。宣传是以非暴力的手段对敌进行说服，这同以暴力手段把自己的意志强加于敌人的军事打击完全相反。在这种特殊的作战中，既没有刀光剑影，也没有炮火硝烟，它不直接杀伤敌人的肉体，而是对敌人的灵魂进行征服。通过宣传使敌人对自己所参加的战争产生怀疑，对面临的威胁感到恐慌，对自己的政府和领导产生不满和不信任，对未来的前景发生动摇，进而在思想上产生逃避、投降或者是反抗的念头并最后付诸于行动。②间接性特点。宣传心理战是通过大众传播工具来进行的，它可以超越疆界，在无限广阔的领域里进行，在时间、地点、环境等条件上所受的限制小，无须和宣传对象见面。③广泛性特点。宣传心理战的对象非常广泛，几乎包括了社会各个生活领域不同阶层的所有的人。不论是军人还是居民，上至政府要员、军队统帅，下到一般士兵和普通民众，只要是宣传心理战信息能够达到的地方，无论其自觉或不自觉，都可能受到影响。④周期性特点。宣传心理战是对人的思想情感施加影响。因而，只有当宣传信息顺利地进入心理战对象的心理活动过程，并为其所认同和接

受时，宣传效应才可能产生。所以，宣传心理战并不象用武器进行射击那样，只要子弹命中目标，即可立竿见影。它的目的的实现，需要有一定的周期。其时间长短，由宣传的目的、内容、采取的方式方法、使用的战术、以及心理战对象的素质，其政治、精神和心理训练的水平等具体条件而定。⑤持续性特点。宣传可以连续反复不断地进行。因而，宣传心理战具有持续性攻击的特点。它可以针对一定的心理战对象，围绕一个确定的目的，采取多种形式，多种方法，进行反复的持续不断的攻击。持续性攻击是宣传心理战的一大优势，也是宣传心理战效应最终实现的重要因素之一。

宣传的方式方法主要包括有口头、无线电广播、电视以及利用实物进行宣传等。其形式多种多样，如语言、文字、漫画、歌曲、音乐、电影、戏剧等等。从类型上看，宣传既可分为平时宣传和战时宣传，对内宣传和对外宣传，也可分为战略性宣传和战术性宣传。欧美国家一般将战争宣传分为白色、灰色和黑色三种。所谓白色宣传，是指一个国家所进行的公开的和不加伪装、不隐瞒自己身份的宣传活动。灰色宣传和白色宣传在形式上差不多，它也不隐瞒自己的身份。但最大的一个区别是它不公开自己消息的来源，为某种特殊的目的服务。黑色宣传则是一种秘密进行的宣传活动，其消息来源主要依靠情报。它的宣传信息往往假装是从敌人的国土上或是靠近敌国的地方，或是在敌占领区和靠近占领区的地方发出来的。它还装成是由混入敌人内部中的颠覆分子所进行的破坏活动。黑色宣传的主要任务是在敌人内部制造不和，挑拨是非。正象柯林斯说的那样，“在没有矛盾的地方制造矛盾”。①第二次世界大战中，英美都曾使用过黑色宣传进行心理战。

宣传心理战是对人心的征服，因而必须有自己的谋略和战术。日本宣传战专家池田德真曾专门写过一篇《对敌广播宣传原理》的论文，专门研究宣传战的基本原理和战术。他认为，对敌广播宣传

① 《大战略》第121页。

的诀窍在于以下14个字，即“忘我、间接、反复、进攻、提问、同情、神秘”。^①美国战略学家柯林斯在讲到心理战时战术，引证了霍尔特和范·德·维尔德的观点。他们认为，心理战的战术可划分为两大类：一是欺骗与开导；二是恐吓与宽慰。在美国大众传播学家沃纳丁·赛井林和小詹姆斯·W坦卡特合著的《传播学的起源、研究与应用》一书中，宣传的手法还被区分为以下七种：即加以恶名、美化、假借、现身说法、以平民百姓自居、洗牌作弊、号召随大流等。这些观点虽不尽正确，但它从一个侧面反映了资产阶级对宣传心理战战术的研究成果，其中也包含有某些合理性的成份，值得我们借鉴。

（二）强制性心理攻击手段——作战行动

除宣传外，作战行动也是对敌实施心理战的主要手段。因为从根本上讲，武装斗争的方法，不仅能直接杀伤和毁灭敌人，而且能对敌人的心理产生巨大影响。英国战略学家利德尔·哈特即说过，心理性的因素贯彻在物质领域之中，因而，在物质领域的军事行动，同样也能产生心理性的效果。

关于这一点，我们可以外军的研究来加以说明。美军认为，军队包括地面部队在内，在对敌斗争中有两方面的重要作用，一是物质的，一是心理的，在实际冲突中，两者均起作用。因而，在作战中，每个指挥官都要十分重视从精神和心理上打击敌人，摧毁敌人的士气。苏军在这方面的研究更富有成果。苏军认为，指挥员对敌采取的全部行动可分为两类，即外部行动的意图和内部（心理）行动的意图。外部行动意图旨在给敌造成物质上的损失，内部行动意图旨在给敌造成心理上的影响。这种内部行动意图包括有战术伪装和战术欺骗，实施突然的战斗行动，威胁性与恐吓性的战术行动，坚决、主动与勇猛的战术行动，多样化的战术行动等等。其目的是在于削弱敌人的警惕性，迷惑他们，吓唬他们，使他们惊慌、混

^① 《宣传战史》附录

伤。对这种以作战行动或以其他军事行动方式进行的心里战，著者统称其为武装心理战。并定义为：武装心理战，就是以作战行动和其他各种武力性质的因素为手段，对敌施加心理上的压力，使敌在精神上、心理上受到震撼和破坏，进而瓦解敌人的士气和斗志，争取小战大胜或不战而胜。

武装心理战具有以下四个特点：①强制性特点。作战行动是打击而不是说服，暴力活动的一个突出特点即在于它的强制性，它是要将自己的意志强加于敌人，而不管他是否愿意接受。从这个意义上讲，以作战行动对敌实施的心理攻击，也必然带有强制性的特点。即通过对敌物质实力的打击，强制性地向敌传达一种旨在使敌产生震惊、恐慌、惧怕等心理现象的压力或信息，从而影响敌军正常的军事活动，加速敌军事上的失败。在迷惑、袭扰性等军事行动中，这种特点同样也可得到体现。②直接性特点。军事性质的活动总是具有直接性的特点，即让敌人可以看得见、摸得着、感受得到。因而，在武装心理战中，在一般情况下，只有当作战行动或破坏活动直接作用于敌人时，才能产生心理上的震撼或破坏效果。③限制性特点。每一具体的战役战斗行动总是限于一定的战场范围之内，受一定地形条件的制约，因而就其所能产生的心理上的破坏、震撼效果来说，也就必然地要受到一定的限制。比如，同是炮火急袭，对于处于开阔地形条件下隐蔽较差的敌军来说，产生的心理震撼效果，就要比处于复杂地形条件下，隐蔽较好的敌军大得多。④短暂性特点。作战行动总是在一定的时间进行并完成的，因而它所能造成的心理上的影响也总是局限于一定的时间之内，呈现出短暂性的特点。它不象宣传心理战那样，可以持续不断地反复进行，而是作战行动一结束，其心理效应也便告终。当然，增值效应可能会使心理上的破坏震撼作用得以持续，但就一次具体的武装心理战来说，其效应过程已不复存在。特别是在现代条件下，军队的作战行动越来越快，就一次具体的战役战斗行动来说，持续的时间也越来越短。这就要求指挥员在作战中要特别注意时间和速度这两个因素，

乱、怀疑和动摇，破坏他们的决心、坚定性和自信心，使敌改变战术或采取轻率行动。

很显然，心理战不仅仅是宣传，而且也是作战行动。在武力战的范围内，几乎所有的军事行动，都能或多或少的给敌以心理创上力求在最短的时间内，以最快的速度，最猛烈的突击，给敌以最沉重的打击和最强烈的心理震撼。

（三）谋略性心理攻击手段——用诈

谋略，是作战动机推动思维而实现的一项重要心理活动。它反映在军事活动的一切方面，是军事斗争的根本性特点。在宣传心理战和武装心理战中，谋略活动即有着十分广泛地运用。但除此而外，谋略活动也有其独立的一面，它自己独特的理论原则和活动规律。谋略性心理攻击亦称之为谋略心理战，其基本的手段是用诈。孙子说，“兵者，诡道也”。这可以说是揭示了军事谋略——也是谋略心理战的本质特征。有的研究甚至直接称谋略性心理攻击为诡诈心理战。

著者认为，谋略就其涵义而言，较之诡诈要更广泛一些，因而称谋略性心理攻击为谋略心理战。并定义为：谋略心理战，就是以隐蔽自己的行动企图为前提，通过施谋斗智，以用诈等手段造成敌人的错觉或不意，使敌在理智上犯错误，诱敌受骗上当，从而牵着敌人的“牛鼻子”走，顺利地实现自己的作战企图。

谋略心理战主要有以下三个方面的特点：①斗智。谋略心理战从根本上说，本身就是一种智力活动，因而斗智是其基本的特点。可以这样说，在实施谋略心理战时，指挥员智力水平的高低和发挥的程度如何，直接关系到谋略心理战的成败。因而，对谋略心理战实施者来说，必须强调在一定物质条件的基础上，充分发挥自己的主观能动性，施展自己的聪明才智。只有这样，才能达到计高一招，谋胜一筹。而要做到这一点，指挥员就必须具备准确迅速的感知能力、精明透彻的分析能力、能动的创造性的思维能力、以及勇敢的胆魄和坚定的意志等良好的素质。②斗将。谋略心理战的主要目标

是敌人的指挥官，是要夺敌将之心。因而，斗将是谋略心理战的又一特点。所谓斗将，就是要瞄准敌指挥官心理上的弱点，“怒之令愤，挠之令乱，间之令疏，卑之令骄”，①引导与控制敌指挥官的心理活动，使其中我圈套，为我所制。而指挥官犹如军队的大脑，一旦这个大脑失去作用，则整个敌军也就必败无疑。③示形用佯。如前所述，谋略心理战的基本手段是用诈，通过用诈，以各种真真假假的信息欺骗敌人。而诡诈信息的传达，必须借助一定的具体活动。因而谋略心理战具有示形用佯的特点。示形用佯的具体办法很多，如用而示之不用，能而示之不能；强示弱，弱示强；实示虚，虚示实；怯示勇，勇示怯；有示无，无示有；退示进，进示退；声东击西，暗渡陈仓等等。这些全在于指挥员的灵活运用。

二、心理战的分类

心理战的分类，就是对不同性质、不同层次的心理战进行区分，以利于准确地认识和把握心理战，正确地实施心理战。区分的标准不同，其分类也就不一致。一般地讲，主要有以下几种区分方法：

（一）按性质区分

按性质区分，心理战可分为进攻性心理战和防御性心理战。所谓进攻性心理战，主要是指针对敌对国家的军队和居民所进行的心理战。其主要任务是通过各种心理战手段，对敌施加心理上的影响和压力，从精神上心理上瓦解敌国军民的士气和斗志，以有利于实现自己的政治、军事目的。对中立国进行的心理战也属此类性质，但在实施的原则和使用的手段方法上，都与对敌国进行的心理战有区别。

防御性心理战，也叫心理战防御，德国人称其为团结性心理战。这是一种在己方内部进行的心理战，其主要任务是通过加强思

① 《十一家注孙子·军事》

想教育等措施，提高广大军民的政治警觉和免疫力，以形成一种稳固的心理定势，使敌人的心理战阴谋由于己方军民对其排拒性和批判性的增强而无法得逞。防御性心理战的主要手段是宣传，并要求同各种思想教育活动结合起来。在实施的原则和方法上，都同进攻性心理战有着本质的区别。

（二）按目的区分

按目的区分，心理战可区分为战略性心理战和战术性心理战。所谓战略性心理战，是指带有全局性的，以利于实现大范围的或长远的目的的心理战。战略性心理战既可在平时进行，也可在战时进行，是国家大战略和军事战略计划中的一个重要组成部分。战略性心理战通常由国家统帅当局负责指导实施，其主要任务是：充分利用作战对象国的政治上、经济上、军事上、社会上、心理上的弱点，对其军队和居民以及整个社会舆论施加积极影响，以从总体上瓦解敌国军民的士气和精神斗志，激化其内部矛盾，制造不和或不满，煽动和激化敌对情绪，争取对己方的同情和支持，以及改变其思想观点和对战争的态度，阻遏其发动战争或投入目前的战斗等等。战略性心理战的目的是广泛的和长久的，因而不能只顾局部不顾全局，只顾眼前不顾将来，在策略上要有持久作战的思想准备。战略性心理战的主要手段是宣传，以及以实力（如核武器）进行威慑。

战术性心理战，是指为达成局部或当前目的而实施的心理战。其主要目标是针对具体的敌军军队或一定战区内的居民。战术心理战主要由战区内的战役、战术指挥官员负责指导实施。主要任务是：采取战术或技术的方法破坏敌人的心理活动过程，使其产生惊慌、混乱、怀疑、动摇等各种不良的心理现象，从而导致其行为随心理战实施者的意图而改变。战术心理战是作战中采取最多的心理作战方式，主要方法有：采取各种诡诈手段迷惑敌人，诱敌中我圈套；以突然猛烈的作战行动震撼敌人，陷敌于“众恐”之中；进行战场喊话、散发传单，动摇敌人的作战信心；以各种灵活机动的作

战活动袭扰敌人，使其极度疲劳和过度紧张；以新奇的战术手段或新式武器吓唬敌人，迫敌溃散逃跑或投降等等。

（三）按手段区分

按手段区分，心理战可区分为宣传心理战、武装心理战和谋略心理战、具体解释如前面所述。

除上述分法外，按不同的区分标准，心理战还可以分成多种类型。如按进行的时间分，可分为平时心理战和战时心理战；按心理战对象区分，可分为对敌国的心理战、对中立国的心理战、在本国进行的防御心理战、以及对敌国军队的心理战和对敌国居民的心理战；按实施的范围分，可分为政治心理战、经济心理战、军事心理战、思想文化心理战等，按实施的地点区分，可分为前线心理战和敌后心理战等等。这些分类往往互相重叠交叉，对此，著者不一一解释。

第四章 心理战的一般 心理学原理

心理战作为一种特殊的作战方式，实质上是一种心理交往过程。因而运用心理科学对敌军心理实施干扰和攻击是心理作战的基础。在心理作战中，一般的心理学原理有着广泛的运用。

第一节 战争状态下人的 心理活动特点

心理学认为，作为人类的心理，是客观事物在人脑中的反映，客观事物永远是决定人类心理活动特点的基础。战争状态下，由于客观事物的情形与平时时期有极大的差别，因而人的心理活动也具有许多不同于往常的特点。这种战争状态下人的心理活动特点，往往就构成了心理战得以开展的心理基础——心理坐标。这些特点主要是：

一、危险的情绪体验

战争是危险的代名词，无处不充满了危险。所以一提到战争，人们会自然而然地想到危险。列宁说：“战争本来就是危险的。在战争中你无时无刻不被危险包围着。”^①这种危险首先是生命安全的危险，当然还有失败的危险。对处于战争环境中的军人来说，首先想到的就是直接的生命危险。科学技术的发展，刺激了武器装备的发展；武器装备的发展，又带动了作战思想的发展。所以，现代

^① 《列宁全集》第33卷第76页。

条件下的战争，随着大规模杀伤武器的出现和常规武器性能的不断
提高，空间增大了，突然性、机动性、破坏性增大了，情况复杂多
变。这些都对军人和居民造成很大的心理压力和刺激，危险感增大
了。心理学研究表明，人们意识到或感受到危险性，通常就是客观
上对人构成威胁的情势的一种反映。危险感容易使人产生心理紧
张，血压升高，脉搏加快，呼吸急促，心率加速，出汗，影响人的
心理过程，使注意力、思维能力、记忆力都发生变化，对心理机制
产生抑制作用，形成消极的影响，降低军人行动的效能，甚至张惶
失措。客观危险性可以表现为妨碍人们实现规定的目标的障碍，使
其计划遭受破坏的威胁或危及人们身体健康和生命安全的威胁。

如果一个军人对危险状态没有充分的心理准备或训练，那么现
代战斗的危险会对他产生压抑作用。人脑的构造十分巧妙，它对任
何刺激都会引起兴奋反应。但是，当人们受到特殊的或过分强烈的
刺激，或长时间地处于普通刺激的作用下，大脑就会相应地处于高
度的兴奋状态，如果大脑的某个部位存在超强兴奋灶，那么由于感
应作用就会导致大脑其他部位的抑制。在这种情况下，人的心理进
入压抑状态，他就会产生不良的感觉，感到恐惧、害怕，引起注意
力分散，思维停滞，行动失去控制。

危险感对在战斗中执行任务的军人的心理影响是极大的。当生
命危险感控制了军人的头脑时，自我保全的心理容易冒出来占据上
风。

在现代战争中，对军人心理影响最强烈的，最具危险性的，当
首推敌人的火力杀伤，是威力巨大的武器，尤其是核武器。核爆炸
产生的光辐射、贯穿辐射、冲击波以及放射性沾染等杀伤破坏能力
对人类具有极为强烈的心理刺激作用。因为人们清楚地意识到，核
爆炸产生的心理影响在许多场合将超过人们的忍受限度。不论是肉
体方面，还是精神方面，都是极其危险的，会造成许多人暂时休克
和心理失常。由于核突击的经常威胁而产生的心理紧张状态，会对
人们的心理活动产生一种压抑作用，会使那些思想政治、心理方面

不够坚定的人产生动摇，斗志衰退。

除核武器外，常规武器对军人心理造成的影响也是不可低估的。大炮的轰鸣，飞机的俯冲，坦克的震动，甚至于手榴弹、地雷的爆炸，自动枪的射击，都能造成人的心理紧张和恐惧。向敌人发射的炮弹或者飞机投下的炸弹，有时杀伤的人并不多，但是，它能迫使处于火力杀伤地区的许多人为自己的生命危险而担忧。

武器的精神心理效应，是以建立在人的心理基础上的危险性感性为根据的。保全生命的欲望是处于战争危险中的人的自然反应。战争中，大约在百分之九十九的情况下，人们都是死于敌人的武器的。由此便产生了对人生命的危险性，使处于这种危险中的军人体验着危险情绪，心理上受到极大的刺激和压抑。

二、恐惧的情绪体验

恐惧，是指当生命受到威胁或预感到威胁而引起的担惊受怕的心理。恐惧是与危险为伴的，可以说战场上时刻笼罩着恐惧。一会儿打枪，一会儿打炮，一会儿飞机空袭，一会儿坦克进攻，都会带来恐惧。一阵子是炮火连天，震天动地；一会儿又陷入死一般的寂静，甚至静得让人感到担心害怕。处在战场上的军人既要观察天上，又要注意地上；既要注意远处，还要注视近处；既要看，还要听。防炮，离得远，看不见打炮。但当炮弹落下时要躲就来不及了，而是要凭声音判断着弹点。战场上走路也要担惊受怕，既怕踩地雷，又怕炮击，还要防敌人的冷枪，更担心遭敌伏击被抓。白天担心暴露目标，晚上怕敌偷袭。既要担心生命安全（个人的、部属的、朋友的、亲人的），还要担心完不成作战任务。担心对敌人情况摸不透，吃亏上当。担心预定的作战计划中途有变，又担心敌人识破我真正意图，不肯上钩等等。以上这些情况，都给军人造成一种莫名状的心理恐惧和心理压力。战时的心理恐惧有以下几个特点。

（一）普遍性

在血与火的战斗环境中，在生与死的搏击中，人产生恐惧是

一种正常的心理活动，如同人肚子饿了要吃饭，困倦了想睡觉一样，因此具有普遍性。苏联心理学家M·И·季亚琴科认为：“战斗中，每个人都会产生恐惧感，但要善于抑制它。”美国心理学家E·G·波林认为：“战斗前的恐惧还不是难堪的恐惧，那是军人的家常便饭”。如苏军在卫国战争初期曾出现过“坦克恐惧症”和“飞机恐惧症”，严重影响部队的士气和战斗力。1973年埃以战争，以军面临埃军的突然袭击和大批伤亡，出现了大量的“精神病患者”。就连被誉为“血胆将军”的巴顿，也不是没有产生过恐惧感。只是完成战斗任务的责任感、为士兵做出表率的责任感驱使他冒着枪林弹雨指挥战斗。在我国，有人对1984年参加边境自卫作战的1000多人进行过调查，发现几乎所有第一次参加战斗的军人都程度不同地存在着恐惧感。就连一位身经百战的将军，当他同士兵一起阻击敌人，蹲在散兵坑里时，也毫不隐瞒地承认“竟有一种第一次参加战斗时的那种不安的感觉袭来”。由此可见，战时，恐惧的情绪是一种极其普遍的现象，无须大惊小怪。苏联军事心理学家M·波洛霍夫说得好：“必须记住，无畏，这不是指没有恐惧的感觉，而是指具有克服恐惧感的能力。”所以，战时重要的不是有没有恐惧感的问题，而是如何对待、控制、驾驭和战胜的问题。

（二）情境性

中国有句俗话，叫做“一朝被蛇咬，十年怕井绳”。说的就是情境对心理的影响。恐惧的产生，多与对情境的回忆、再现、想象等有关。参加过战斗的，回忆当时战斗的残酷情境会有后怕；没有参加过战斗的，主要是想象战斗中可能对自己造成伤害；或者联想到别人描绘的战争惨状；或者联想看过的电影、电视和小说中有关战争惨景产生的印象。因此，一想到打仗，就内心恐惧，就手忙脚乱，心悸手抖。

除此之外，恐惧的产生还主要来源于心理有无准备。心理学研究表明，最易产生恐惧的还是战场上遇到某种前所未有的突然情况或危急景象。危险可怕的新的情况和情境容易引起人的定向反射和

防御反射。如果人不了解危险的性质、范围和程度，就会焦虑不安，产生恐惧心理。在胜利时，恐惧感就少些；失利时，被敌人包围时，被敌人围困，受到敌人威胁时，敌强我弱时就容易产生恐惧感，神经变得敏感而脆弱。如1904年，一个训练有素的俄国步兵旅正在寝息。黄昏稍后，薄暮的微光，有几个俄国兵走出旅部，到附近稻田里换岗。因光线暗淡，夜幕中隐约看见一个阴影，只听得“扑啦”一声。几个神经脆弱的俄国兵立即跳起来大叫“日本兵来了！”。于是正在睡梦中的全旅立时大乱，霎时之间，人翻马乱，你争我夺，自己人打自己人，自己踏自己，结果死伤无数。实际上日本兵并没有来，只是由于恐惧而导致的一场悲剧。

（三）感染性

所谓恐惧的感染性，就是指一个人或一部分人的恐惧感，很快会传染给其他人或另一些人，引起其他人的恐惧。如1898年，意大利侵略阿比西尼亚（埃塞俄比亚）。士气低落，谣言甚多。官兵之间，互不信任。结果由于一名军官在士兵面前表现出恐惧以至酿成不幸的恐惧感染。恐惧情绪如同洪水一样，冲击着整个部队。结果15000人的部队，逃跑得竟剩下3500人。这说明恐惧这种压抑的消极情绪，当它通过表情、语言、动作表现出来时，就会成为一种信息，迅速向四周传递扩散。

恐惧对军人的心理影响是很大的。具有恐惧内容的神经冲动一经产生，便会作用于人的器官组织和内分泌腺，使人的心理机制发生相应的变化。这种变化又反作用于大脑皮层，促使人的其他器官对各种恐惧的情景发生强烈的反映，使得恐惧感有可能扩散到整个心理区域。在恐惧状态中，军人的智能、情感和情绪、意志过程都可能发生破坏，甚至会产生无意识的、冲动的、不可控制的行动，其结果必然会降低遂行战斗任务的水平，甚至完全丧失战斗力。据美国海军1941年1月至1945年7月的统计表明，因“战斗恐惧症”而患精神病的达14万9千余人，其中7万6千余人退出现役，占战争病退总人数的32%。

恐惧因引起的对象不同，可分为许多种恐惧，如“飞机恐惧”、“坦克恐惧”、“炮恐惧”、“夜间恐惧”、“地雷恐惧”、“核恐惧”、“化学武器恐惧”等等。

严重的恐惧是十分有害的。当恐惧完全笼罩一个人、包围一个人时，会两手发抖，枪栓拉不开，眼睛发花，看不清东西，瞄不准目标，看不清仪表上的数字；手忙脚乱，甚至话也说不清，神经脆弱得象要被射穿，战斗任务完成不好。动作缺乏准确性，动作变得笨拙，还会出现一些可笑的多余的动作。如吞咽口水，舌头舔嘴唇，不停地看表等。情绪易于波动，大有象一堆干柴，一点就燃；象一堵危墙，一推就倒。军人在执行战斗任务时，常常会因恐惧而出现意外。如投手榴弹，要么把弹投在脚下，要么没有拉线就投出去。通过铁丝网时，尽管提醒要小心，不要弄出声响，但总有人因为恐惧不是把这碰响，就是把那弄响。

美国的空军上尉在《步兵杂志》上发表文章说，当恐惧笼罩部队时，“一句话、一个姿势、甚至一个阴影，”都可以使“士兵变为一个惊弓之鸟”。1866年，一阵尘土飞扬，疲惫而受惊的奥军，大呼“德国骑兵进攻了！”四散逃命。实际上，这阵尘土，并不是什么德国骑兵来了，而是一个猪群受惊奔跑激起的。

战时，恐惧的产生是多种多样的，一般说来，下述情况下容易产生恐惧。

战斗打响之前，觉得胜负难测，生死难料之时；

战斗打响后，由于进攻道路艰难，负重量大，地雷多，还可能遭伏击、袭扰，担心不能按时到位。进攻中，担心腹背受敌，进退维谷；

当兵力、火力、地形、给养等条件对敌有利而于我不利时；

当战斗打得很残酷，部队伤亡较大时；

当战斗失利，担心敌人会穷追狠打时；

当一次战斗结束，即将开始新的战斗时；

当危险突然出现，对形势估计不足，过高地估计敌人力量，过

低地估计自己力量时；

当执行穿插，潜伏任务等待战斗打响时；

当战斗中被敌分割，包围或遭敌伏击时；

当敌我双方力量过分悬殊，或敌有大规模行动时；

当我防御正面被敌“撕开”缺口，或阵地被敌占领，我反击受挫时等等。

在恐惧的情况下，会出现许多令人感到可笑的蠢事：有的把看到的萤火发出的亮光，误认为是敌人在进攻；

有的把老鼠窜动的声音判断为敌人搞偷袭；

有的一遇风吹草动就擅自放枪、投弹；一处有情况，就全线开火；

有的在敌炮火的倾注下，自我保全意识占了上风，晕头转向，不知所措；炮火准备一分钟后不清醒；第二分钟摸一摸自己的身体，看看是否安全无恙；第三分钟下意识地寻找武器，抗敌冲击。

恐惧产生的原因极其复杂，有多方面的因素。有的心理学家认为，引起恐惧心理反应是由外因、内因和活动性质三种因素的影响所决定的。实际上，应该说，既有外在因素，也有内在因素。从外在因素看，不同的环境，不同的作战任务，不同的战场态势引起恐惧的程度不同。就是说，不同强度的紧张刺激会引起不同的心理反应与异常。如同是战场上，担任主攻任务和担任助攻、协同任务的难度、压力不一样，刺激的强度不同。因此，紧张引起的恐惧程度就不一样。同样，担任防御任务与担负穿插任务的恐惧程度也不一样。

从内在因素看，同一强度的紧张刺激对于不同的主体会引起不同的心理反应与异常。就是说，每个人接受外界刺激的心理容量不同，所承受的心理压力强度也不同。恐惧表现在各个人身上的程度是不一样的。如同样是遇见蛇，有的吓得不敢走路，有的面如土色，有的直喊叫，有的吓得瘫倒在地，有的甚至吓得魂不附体，昏死过去。但也有人并不感到害怕，或者无所谓，照常走路，还有的动

手去抓蛇，去打蛇者，更有甚者，把蛇拿在手里，绕在身上、脖子上玩等等。战场上有的战士看见敌人坦克，会冲上去打掉它，但也有人看见敌人坦克就慌了神，吓得四散逃命，或吓得不知所措，连枪也不敢放。这种情况表明，恐惧与人的多种内在因素有关，主要的与遗传因素、健康状况、人格特征、主观经验等几个方面的因素有关。

三、紧张疲劳的情绪体验

战争环境条件下，特别是现代战争条件下，战斗的节奏快，军人的生活节奏也加快。大量的机械化装备的使用，加速了战斗的进程，加剧了军人的心理紧张。任务的频繁转换，情况的瞬息万变，也引起军人的紧张疲劳。任务转换不分昼夜，不分季节，穿越各种地形，通过各种道路，使用各种技术装备，携带各种负荷；战斗任务的实施遇到困难，受到挫折；连续执行战斗任务得不到休息，都使军人产生紧张疲劳。睡眠和饮食的严重不足，生活异常紧张、艰苦，有时几天吃不上饭，睡不上觉；执行潜伏任务有时要深入敌后，有时在敌人鼻子底下，动不敢动，响不敢响，吃不能吃，喝不能喝，睡不能睡，坐不能坐，站不能站，只能爬在草丛中，连大小便都受到限制。一会儿太阳晒，一会儿大雨淋，一会儿蚊子咬，一会虫子叮。甚至连敌人打枪打炮也不能动，大火烧身也不能动，象钉子钉在那儿。紧张、饥渴、疲劳、难受、痛苦一齐袭来。在这种情况下，军人承受极大的生理负荷和心理负荷，常常会产生消极的后果，影响战斗任务的完成。

为了证实作战生活条件对军人生理和心理的影响，英国军事心理学家在一次检验性演习中，对三个步兵排进行了实验，以确定在睡眠不足情况下疲劳对军人的生理和心理产生多大危害。试验是这样进行的：

第一个排每晚睡3个小时，另一个排每晚睡一个半小时，第三个排则完全不睡觉。试验要求各排在9天的时间里参加构筑和改善

战斗阵地，进行伏击和侦察巡逻以及依托阵地实施防御等活动。实验结果，在整个9天的演习中，每晚睡3个小时的步兵排仍可保持有效的战斗力，只发生了一些病号减员。每晚睡一个半小时的步兵排在前4天中逐渐失去了精力、个人的主动性、整体观念和组织性。4天后，全排人员只能集合起来应付与他们有直接利害的情况。到第5天，该排由于极度疲劳，减员达百分之五十。完全不睡眠的步兵排在第3天（连续72小时不睡觉）之后，就已经不能保持战斗力了。到第5天中午，即在连续不睡觉情况下不停活动90至104小时之后，极度的疲劳和困倦使该排全体人员先后退出了试验。其实，第3天（连续72小时不睡觉）之后，这个排就已不能保持有效的战斗力了。

这个试验的结果表明，在完全不睡觉和每晚只睡1.5小时的那两个步兵排中，有9%的人3天后即感到眼睛极不舒服或产生幻觉，无法逐句复述命令，视力大大降低，并失去了听觉方面的灵敏性。试验还表明，连续作业14至18小时之后，人员的人体功能和工作效率开始衰退。22至24小时之后达到低点。以后8至10小时之内，人体功能会有一些恢复。但这段时间一过，就会再次衰退。在连续24小时从事新的或单调的作业之后，人员的作业效率明显下降。绝大部分从事制订计划和分析复杂情况等脑力工作的人员，在连续不睡觉36至48小时之后，也开始出现工作效率衰退的情况。连续72小时不睡觉是人体耐力的极限，此后，人员即会丧失作业能力。

这个试验还表明，军人在战斗活动中，睡眠不足时会表现出各种不良的心理反应，如反应迟钝，快速记忆力降低，思考问题的能力降低并且无法从事复杂的决策工作，注意力不集中，容易犯疏忽错误，烦躁、情绪不稳定和意志消沉等现象也会出现。

为什么在睡眠不足的情况下工作效率会降低？这是因为睡眠不足抑制脑部的网状激活系统，从而降低大脑的警觉能力。这样就会使人员对外界的刺激变得不大敏感。这时如果让其担负警觉性较强的战斗任务，如警戒、监控雷达设备、飞行等任务，就会出现工作

效能低，易出现差错。担任警戒任务，就有可能发现不了敌人的运动，甚至让敌人摸了哨；担任雷达监控任务，有可能发现不了敌机，或不能正确识别一架飞机；飞行员就可能发现不了敌机，或把目标放掉，或看不到航道上电线等。

睡眠不足对人的身体和精神方面的影响是多方面的：

1. 警觉性急剧下降，结果使人员觉察不到至关重要的信号。

2. 在不短的时间内专心致志地执行一项任务的能力显著降低。人员很快变得不能兼顾两项或更多项的任务。

3. 记忆能力特别是强记能力变差。这样就难以掌握新的情报材料，按指示办事或记住最近做出的决定的能力下降。

4. 对指示或事件的反应变得迟钝起来，人员似乎是在不完全清醒的状态下进行工作。

5. 情报加密、脱密的能力减弱，完成任务的时间延长，准确性变差。

6. 逻辑推理的能力减弱。

7. 交流思想出现了障碍，人员甚至难以理解或表达简单的信息，言语不清。

8. 人员时而沮丧，时而发怒，时而狂喜，情绪起伏变化很大。

试验表明，最先表现出疲劳现象的人员有两类：一类是未完全成熟的青年士兵，他们还没有自我控制能力；另一类是经验丰富的老兵，因为其他士兵都依赖他们，而他们也常常不顾自己的疲劳帮助其他士兵。

研究认为，疲劳主要是由睡眠不足造成的。睡眠不足是累积的。就是说，今天少睡几个小时，明天少睡几个小时的后果是累积的，逐渐增大的。一旦造成了疲劳，恢复也需要一定的时间。一般情况下睡眠不足的时间和复原需要的时间成正比。大体上睡眠不足的时间和复原需要的时间如下表：

睡眠不足的小时数	复原需要的小时数
48	12
72	24
96	120

美军行为和社会科学研究所的专家柯柏斯 (Kops) 等根据多年的研究, 得出了长时间连续作业对战士心理生理功能和工作效率产生明显的影响的结论。归纳起来, 有以下10个方面:

1. 警戒性降低;
2. 精神不集中;
3. 注意力下降;
4. 记忆力不完善;
5. 理解缓慢;
6. 反应迟钝;
7. 译码 (加、脱密) 困难;
8. 决定问题困难;
9. 通讯困难;
10. 情绪易变。

为了研究疲劳对军人心理的影响, 近年来, 我国的一些军事心理学工作者和研究人员对连续紧张作业的特种兵的心理功能进行了测试, 得出了较为可靠的结论。

从试验看, 特种兵部队在连续紧张作业后:

头痛头昏者最为常见, 发生率在30%左右, 有的高达60%以上。

思考不集中的发生率在7.21%之间。

反应迟钝的发生率在7.1—26.3%。

在主观症状中, 通信兵和雷达兵发生率较高, 听觉迟钝两眼发

涩的发生率在50%以上；注意力不集中和思考困难的在70%以上。

困倦的发生率在50%左右。

烦躁的发生率，舟桥部队、导弹部队、通信兵和雷达兵的安菲莫夫高级神经活动测验，作业后较作业前显著减小，反映了记忆和理解功能可能有所降低。

通信兵、雷达兵和导弹部队，要长时间注视仪表和数字，进行紧张而精确的操作，这就引起视觉疲劳。所以，闪光融合频率有较显著的改变。导弹部队训练后，对光和声的反应以及对光+声的反应，均较训练前显著降低（ $P < 0.01$ ）。这表明连续紧张作业以后注意力下降，反应迟钝。

特种兵由于精神紧张，作训后脑血流都有明显变化。通信兵和雷达兵作业后主峰波幅电阻值下降，而舟桥部队和导弹部队作业后却升高。这可能与机体的代谢或疲劳程度有关。

导弹部队作训日，特别是发射实弹的一天，尿中17羟皮质类固醇浓度显著增加。这可能与心理压力增大，精神高度紧张，引起神经内分泌应激反应有关。

通信兵和雷达兵，由于连续紧张工作，集中精力操作，引起精神疲劳。在脑电图上表现出 α 节律减少，频率慢移，波幅降低，调谐变差。导弹部队训练后，脑电图总能量左侧从71.80降为43.44，右侧从59.40降为26.16，降低趋势较为明显。

这些情况说明，紧张疲劳的工作和生活条件不仅可以引起士兵心理生理功能障碍，影响其工作效率和情绪，而且还易引起军人生理和心理的疾病。有的心理学家为海上生活一年的1053名挪威海军士兵（21岁到27岁，百分之九十未婚，受过高等教育）的研究发现，其中百分三十六的士兵患有一至两种疾病，百分之二十八有三至四种疾病，仅只有百分之十二的士兵无任何疾病。

在战时，担负特殊作战任务的军人心理生理的负荷尤为严重。如担负穿插作战任务的部队，任务的艰巨、复杂、危险、紧张、疲劳超过了一般作战部队，所以心理负荷特别重。一般表现为：

自信心萎缩。认为穿插作战是在敌人眼皮底下打到敌人纵深去，担心敌人压倒我们；担心地形不熟，迷失方向；担心与敌遭遇，遭敌袭击；担心孤军深入难以立足，被人家“包了饺子。”于是自信心大大萎缩，产生必死无疑的悲观情绪。一些人大有“风萧萧兮，易水寒，壮士一去不复还”的感觉和心理情绪。

高度持续的应激态度。心理学把突然出现紧张情景时所产生的情绪状态称之为应激。应激时产生的积极情绪有助于急中生智，转危为安；产生的消极情绪容易导致思维指向紊乱，结果把本应强行快速通过炮击区变成了向左右抢占山头的行动，造成了方向迷失和到位时间拖延的后果。

集体恐慌。执行穿插任务中，由于少数人心理负担过重而导致“心理崩溃”，造成心理失常，又把这种“心理病变”传导给处于同一环境中的其他人，以致引起更多的人的恐惧感。如一次作战中，某穿插分队的一个班突然遇到意料之外的敌情和炮火袭击，造成了伤亡。这时，有两名本来就胆小、高度恐惧的士兵，一见有人流血牺牲，就一时控制不了自己的心理紊乱，突然乱叫了起来，晕头转向。结果引起所有的人都瞎窜乱撞，酿成集体的恐慌。

决策犹豫。处在穿插作战中的军人，往往由于情况不明，担心过多，心理负担加重。因此决策比较犹豫，真所谓“前怕狼，后怕虎”，常常耽误战机。如一次作战中，一支担负穿插任务的部队按时到了位，占领了预定目标后，正值敌人溃逃。由于他们担心弹药消耗过大，怕后勤保障跟不上；担心伤亡过大，怕后续部队跟不上；担心友邻支援不力，怕孤军作战等。因此迟迟下不了决心阻击敌人，消极地等待情况转化成于自己完全有利。结果耽误了战机，放跑了敌人。

第二节 一般心理学原理在心理战中的运用

心理战运用了许多心理学的原理，其中主要的有以下几个方面。

一、制造错觉，造成错悟

心理学认为，人在知觉过程中常常会犯错误。不正确、歪曲的知觉被称之为错觉。造成错觉的原因是多种多样的，但归结起来，不外视觉错觉和心理错觉。客观事物每时每刻都在影响着人的感觉器官，但人的知觉范围是十分有限的。特别是视觉在一定的情况下，对一定背景下的对象感知极易产生误差。人在对外界事物或现象进行知觉的每一瞬间，总是习惯于有选择地将少数事物作为感知的对象。只有这时这些对象才能引起人们的特别注意，而其他事物则成为知觉的背景而隐退到对象的后面。对象和背景的差别越大，对象在背景中就越突出。反之，如果对象与背景在形状、颜色、大小上一致或者接近，对象就越不容易被分辨清楚，这样就会造成视错觉。这就为军事上提供了进行伪装的依据。视觉错误并不是认识的终点，进一步会造成思维判断上的误差，即心理错觉。心理错觉有时也可能由于不正常的情绪而造成。有人怕蛇，神经紧张，所以有时就把绳子当成蛇。有人怕鬼，常把黑影，把猫、老鼠闹当作有鬼。有人把儿子失踪了，由于思儿心切，就会把别人的孩子错当成自己的儿子。对于不同的对象，因情景和心境不同，造成的错觉就不同。由错觉造成思维判断失误，从而导致军事指挥失利。如1812年，拿破仑远征俄国，俄方派库图佐夫领兵拒敌。有一次法俄两军在马洛雅罗拉维茨城郊战斗之前，拿破仑企图强迫库图佐夫在不利的条件下进行一次大会战。当时，两国军队在旷野上遥遥相对。入夜，双方营地就燃起了一堆堆篝火。对于有经验的指挥员来说，一般可

以根据这些篝火判断出对方兵力多寡的状况。库图佐夫深知俄军兵力不强，一旦交锋，必败无疑。他传令所有分队都多点一倍的篝火。拿破仑在高地上察看俄军营地，只见一堆堆的篝火交相辉映，还有人影晃动，就误认为俄军得到了大量援兵，便不战而退。

聪明的库图佐夫又乘法军撤退中人慌马乱的时机，指挥部队分头出击，打了一个漂亮的反攻仗。

二、研究需要，引诱上钩

需要是人的心理活动的基础，是个性倾向的主要组成部分，也是人们对一定客观事物需求的反映。也有人认为，需要在主观上通常是一种不满足之感，或者对某种对象、现象的必要感被体验着。

观察研究表明，动物和人的好奇心和探究行为是和有机体内部需要分不开的。

美国普林斯顿大学1961年曾做过这样的实验：让几个大学生躺在很小的隔音室的床上，蒙着眼睛，塞着耳朵，用筒子把腕和手都套上，尽可能限制从外面来的感觉刺激。除了吃饭和大小便之外，不做任何事情，必须睡觉，每天给予高额的报酬。然而这些人都很难坚持下去。在这种与世隔绝的情况下，大部分被试者只能忍耐2—3日。最大限度的能忍耐6日。因为在刺激极度少的环境人体是很痛苦的。

人的需要与多种因素有关，有自然的，还有与环境、社会等方面有关的。有个心理学家做过这样的实验。在吃饱食物，已经停止进食的一只小鸡面前，领来另一只饱肚子的小鸡，并开始给与食物。这时，可以看到，吃饱了的那只小鸡又跟着吃起来。后来，再拿来三只吃得饱饱的小鸡，然后再带来另外一只空腹的小鸡，让它吃食物。结果，三只吃饱了的小鸡谁也不去吃了。这就说明需要与环境有关。动物是这样，人也是这样。

需要是激起人活动的“内驱力”。需要的产生，表示心理与环境的失调。通过人的行为活动，才能满足需要；达到心理平衡。需

要是动机和行为的基础，要想改变一个人的动机和行为，必须先从需要入手。

心理学的研究表明，当人们产生强烈需要时，大脑皮层便会产生一个优势的兴奋中心。而当客观事物一旦正好符合人们需要时，便进一步强化了这一兴奋中心。需要越迫切，由它引起的活动越有力。因此要想改变一个人的动机和行为，必须先从需要入手。如要想迷惑敌人，最好的方法就是顺从敌人的意愿，根据敌人的需要，因势利导，引诱和引导它改变行动，以至犯错误。公元200年，袁绍派大将文丑追击曹操。曹操驻在南坂（今河南延津县），当发现文丑即将赶来时，曹操急中生智，下了一道出人意料的命令。叫骑兵解下马鞍，到敌人来的方向放马休息，并把大批军用物资放在道路上。这时曹军诸将见敌人骑兵将要杀来，请求回去坚守营垒。曹操的谋士荀信笑着说：“不必着慌，我们已经设下了引诱敌人上钩的计谋。”待袁绍的军队赶到，看到路上堆积着大量的军用物资，就一哄而散，争抢不休，你争我夺。曹操仰天大笑，一甩马鞭，挥师反击。袁军登时混乱不堪，根本没有战斗力，不一会儿就死伤过半，连主将文丑也送了命。

根据敌方的心理需要，投饵设诱的办法很多，可以依对象随机而行。如敌人依仗强大攻势，急图前进，我则可以故意示弱引诱，使敌孤军冒进；敌人企图逃跑或退却，我则可以故意网开一面，虚留生路；敌人急于和我决战，我则摆开与敌抗争的态势，牵牛就范，乘机歼敌；敌人希望我落入圈套，我则佯装不知，将计就计；敌人贪利，我则予以利而诱之。就象大家平常说的“渴了给水，淡了加盐”，顺水推舟，就坡下驴，瞌睡了给你一个枕头，想上吊给你递一条绳子。这样合其意愿，顺其自然，使对方上当上得心甘情愿。如1943年9月，法西斯德军从顿巴斯撤退时，苏联侦察员发现敌人故意堂而皇之地离开了一个居民点。苏军营长根据侦察员报告判断，敌人借撤退的行动作掩护，在村子留下伏兵，企图杀我一个回马枪。为了消灭德军这股伏兵，苏军营长命令一部分兵力隐蔽地

向村庄侧后迂回，准备猛击敌人的屁股。同时令一部分士兵装作若无其事、疏忽大意的样子大模大样地向敌人伏击圈走去，以示并没有看穿敌人的诡计。这支示形佯动分队，根据敌人伏击必定想尽量靠近的心理，在接敌运动中不作任何隐蔽，待进入冲击地界后，士兵们同时突然卧倒在地，弄得敌人莫名其妙。正当敌人来不及考虑一走神的功夫，“砰砰砰”村庄侧后的枪声响了，苏军前后夹击，很快歼灭了敌人的伏兵。苏军正是利用了德军想打伏击，吃一口肥肉的心理需要，将计就计，欺骗迷惑消灭了敌人。

在作战行动中是这样，在对敌宣传中也是这样。如敌对我有仇恨心理，有戒备心理，但对长期的战场生活也感到枯燥厌烦。这时，我们就可以播送一些对方喜爱的歌曲和舞曲，让其产生好感，解除戒备心理，然后择机宣传我军的观点，使其产生思乡厌战情绪，从而达到瓦解斗志的目的。

三、分散注意，迷惑欺敌

注意是心理学中一个十分重要的问题。注意是心理活动对一定对象的指向和集中，或者说是意识指向一定的事物或现象而离开其余的事物或现象。人们认识一种事物往往是从注意开始的，只有注意才能正确地认识、分析、判断事物。而注意分散，则是一种分心现象，是指一个人的某种或某些有关心理活动在必要时间内未能充分地指向和集中于当前所指向和集中的事物，或者甚至完全离开了当时所应指向和集中的事物的心理现象。心理学研究表明，当人们观察一事物时，被同时出现的一种或几种其他事物所吸引或迷惑，使其注意力分散到不该指向和集中的事物上，这些与“主体事物”不相干的事物就叫“多余的刺激”。利用多余的刺激，干扰对方的注意，就可以分散其注意力，导致其知觉和判断错误。分散敌人注意，是迷惑敌人的重要手段。是以某种假象或施放假信息把敌人的注意吸引过来，迷惑敌人，造成错觉，达到伪装自己作战企图的目的。所以，在古今中外的战争中，运用多余刺激，转移、分散

敌人的注意，达到欺敌受骗上当的战例是很多的。如中国古代的淝水之战，晋将谢玄以少胜多，以弱胜强就是一个心理作战的典型战例。公元382年秋，前秦的符坚亲率百万大军分三路南下攻晋，企图灭掉晋国。其声势之大，前所未有。符坚十分骄纵，扬言，我有如此众多的军队，投鞭就可以断流，那把区区一个晋国放在眼里。然而晋国大将谢玄非常有心计，他认为与符坚硬碰硬等于以卵击石，自取灭亡。因此决定以心理作战来战胜符坚的百万大军。谢玄根据符坚和秦军的心态，一方面故意骄纵符坚，使其得意忘形，心理失常。另一方面制造多余刺激，分散其注意，造成心理错觉。谢玄的第一个计划，是在淝水上游的战略要地八公山上，布下疑兵，虚张声势，分散其注意，引起错觉，使符坚不敢从此进击；第二个计划，退还桓冲的援兵，故示必胜的信心，一方面坚定桓冲的战斗意志，另一方面，也收到了稳固本军士气的效果。第三个计划，战事初时，坚不出战，诱使背水列阵的符坚，向后退军，并乘其退军混乱之际，发动奇袭。符坚本令部队稍退，以便让出一块地方，让晋军渡江后与秦决战。由于晋军到处惑乱军心，宣传“符坚兵败”，结果秦军闻令变后撤为逃跑。加上情报信息不灵，后面以为前面打了败仗，致使秦军士气一落千丈，顿时阵脚大乱。晋军乘势追杀，搞得秦军如惊弓之鸟，漏网之鱼，惶惶然不知所措。更何况夜间看不清楚，晋军在八公山上设了疑兵，使秦军后逃时竟把八公山上的草木和听到的风声鹤唳也以为是东晋的追兵。就这样，弱小的晋军战胜了强大的秦军。由此可见，转移、分散敌人的注意常可达到欺敌受骗的目的。如何运用多余的刺激分散敌人的注意呢？一般的有：

1. 利用与注意对象相类似的刺激事物容易分散敌人的注意。一般来说，人们之所以认错事物或产生错觉的事物，都是从某些方面来看，这些事物与我们所要认识的事物有许多相似之处，如把两个很相似的人认错。因为人们对于所认识的事物有过某些早期经验，所以，容易把眼前的、也具有某些事物特点刺激的模式作为知

觉对象作出反应。根据这种心理现象，伪装在第二次世界大战中得到了相当广泛的运用。如德国人为了对付英国的空袭，将柏林进行了巧妙的模拟伪装。假的街道上排列着一些大的运货木条箱，每只木条箱里安装着一盏灯。从空中俯视，这些街道和灯光真象是柏林的一个区。更为逼真的是，模拟的城市配备着许多保护它的高射炮。这就很难使轰炸机的机组人员不上当，即使事先已经警告过，仍不能幸免。

苏联为了保护列宁墓和克里姆林宫的安全，根据画家和建筑学家的意见，巧妙地进行了伪装。用1500块伪装布，缝制成房屋的样子，画家们在一排排布房子上画上门窗，尔后把这些伪装布覆盖在克里姆林宫和列宁墓地区，伪装成一个普普通通的民房。1941年7月德国飞机飞临莫斯科上空向克里姆林宫附近投下了15枚炸弹，俯冲扫射了数千发子弹，但都没有命中目标，克里姆林宫和列宁墓安全无恙。

这种办法不仅用在物体的伪装上，而且还用在人的伪装示假上，以假充真，制造错觉，掩人耳目。最有名的是第二次世界大战中英国成功了演了一场小官扮元帅，以假充真的活剧。让詹姆斯上尉扮演蒙哥马利元帅，把敌人的注意力引开，掩护真的蒙哥马利准备诺曼底登陆计划。结果十分成功，为诺曼底登陆作战的胜利起了决定性的作用。

2. 利用强度大的刺激物分散敌人注意。强烈的刺激容易引起人的注意。一声巨响，一道闪光，一种鲜艳的颜色，都会立即引起人们自然而然的注意。战场上的刺激强度，主要是指军事压力。压力越大，引起人的注意的强度越高。因此，不少指挥员便利用这一心理现象，增大伴攻方向的压力，从而达到声东击西的目的。例如在出击甲高地时，先对其进行一个月的火力袭击，但对其相邻的乙高地却一炮不发故意放纵敌人。而出击时，则集中火力打击乙高地，同时组织该高地的近贴坚守分队以步机火力向其射击，并以部分兵力沿交通壕向高地运动，造成我突然攻击该高地的假象。结

果，敌人惊慌失措，顾此失彼，急于转移，我出击分队乘机袭敌甲高地，达到速战全歼。

3. 利用新异刺激分散敌人注意

心理学研究证明，新鲜奇特的事物容易引起人们的注意。有的人把战争比喻成魔术。而变魔术时，魔术师经常用漂亮的女助手或巧妙的道具、枪声等新异刺激，把人们的注意吸引过去，把现场有助于发现他“秘诀”的其他方向掩蔽起来。这种快速的动作和庄严的姿态或其他道具都会使你知觉转向，以便乘机就在你眼前变了戏法。1943年11月基辅战役中，苏军近卫坦克第3集团军的坦克在夜间进攻中，突然前灯大开，警报器齐鸣，在猛烈的炮火掩护下向德军阵地冲击，吓得德军惊慌地逃离了阵地。于是，苏军突破了德军的防御。

四、利用定势，欺敌上当

思维定势是一种常见的心理现象。是指当人们在经历了或正确处理了一种事后，总会在头脑中留下印象和认识，在类似的事物反映到大脑后，就容易根据过去的认识和经验来推导出相同的结论。这种在某种心理活动前，就已形成了的准备状态，按照固定的倾向反映现实，从而表现出一种较稳定的心理趋向性，这种心理状态叫思维定势。当某种思维定势一旦形成，思维就呈现一种惯性状态。只要某种现象一出现，就会自然而然地顺着过去的习惯去思维和得出结论。这时就可能只看到事物的一面，看不到另一面，甚至不愿意去看。或对某事熟视无睹，见怪不惊，常见不疑就是这种定势的心理反映。思维定势积极方面反映心理活动稳定性和前后一致性，其消极方面在于妨碍思维灵活性的培养，总愿意以一种固定的思路去思考问题，容易被习惯性套路所禁锢。正因为这样，许多军事将领常常利用人们的思维定势的消极作用，将阴谋和毒计隐藏在习以为常的事物里，掩盖自己的企图，从而达到迷惑对方犯错误的目的。如埃及在第四次中东战争中就采取这种方法，欺骗了以色列，

达成了作战行动的突然性。第三次中东战争，埃及吃了亏。为了报这一箭之仇，埃及在第三次中东战争后，加紧进行新的战争准备。埃及在以色列阵地的当面频频进行演习。开始，每次演习以色列都很警觉，都要作出反应，频繁的战斗警报，取消休假，部队进入阵地，动员后备役人员等。结果每次都是一场虚惊，埃及仅是演习而已，并没有什么特殊举动。久而久之，以色列人就见怪不怪了，警觉性也随之降低了，认为埃及人仅是演习，不必大惊小怪。当以色列人产生这种思维定势后，埃及人却乘机动起真的来了。1973年10月6日埃及又以演习为名集结军队向以色列发动了突然袭击。当时，以色列人还以为埃及人仍是在玩演习的把戏。因此毫无戒备。当埃军突破以军防线时，以色列上自部长，下到普通士兵都在过赎罪节守戒念经呢，结果前线一片混乱。

五、利用逆反心理，引敌上钩

心理学研究表明，在一定的情况下，人会出现逆反心理。这就是旨在改变人们的某个动机的外力，反而强化了这些人原来的动机的心理反应。在心理学上叫“逆反心理”，也叫“反弹心理”。所以有时就会出现一种你想让我干什么，我偏不干；你不让我干什么，我偏爱干什么的心理倾向。这种逆向反应的心理具有求异性和偏激性和反弹性。因此常常被用在军事斗争上。如公元198年，曹操亲率大军征伐南阳张绣。张绣联合荆州刘表共同抗曹。曹攻南阳受挫，退兵到安众（今河南镇平东南），两军对峙于安庆隘口。曹操分析张绣和刘表凭险据守，不易攻破，便采取诱敌的战法，假意撤退。同时在险要的地段设置埋伏，张绣轻率地引军追击，第一次被曹军打得大败，回来后谋士贾诩说：“今可顿兵再追”。张绣想：“今已败，为何还要再去追呢？又有什么用处呢？”贾诩说：“今番追去，必获大胜，如其不然，请斩吾项上脑袋”。为什么贾诩这么自信呢？就是运用逆反心理。因为兵法上讲，“凡与敌相距，若敌无故退归，须详加审察。果力疲粮竭，乃可袭追，否则必中其计。”曹操

假意撤退，引诱张绣去追，果然张绣打了败仗。之后，曹军认为张绣吃了大亏，不会再追，就放松戒备，在军事上会毫无准备。在这种情况下，曹军认为张绣不会去追，结果张绣偏去追，就可打敌人个措手不及。张绣听了贾诩的话，领兵去追，果然把曹军打得大败。第二次世界大战期间，英国远征军受挫后，在敦刻尔克大撤退中，被德国坦克部队紧追不舍，眼看德军只要前进16公里，就可以把包围圈收拢，置英军于死地。面临全军覆没的情势下的英军利用陶醉于胜利的德军缺少心理防范的特点，在他们只顾追赶，毫不防备的情况下，英军突然以两个不满员师和65辆坦克，向着德军两个精锐装甲师的400辆坦克实施了一个大胆的反突击，给德军杀了一个冷不丁的回马枪。由于利用了逆反心理，德军毫无准备，结果重创了德军，俘敌500多。这一招使德军大为震惊，担心装甲部队继续深入，会遭不测，因此停止了进攻。待他们清醒过来之时，英军已全部脱离了险境。

六、利用性格弱点，诱敌致错

心理学认为，人的性格各不相同。古人云：“人心不同，各如其面”，就是说的这个道理。世界上的每个人都有自己的性格，且具有相对的稳定性。所以，人们的行动经常要受到性格的制约，而这种稳定了的习惯化了的行为方式，不仅表现在过去生活中，而且也会在将来进行的活动中表现出来。因此，当我们对一个人的性格有比较充分的了解之后，就可以预见到他在一定的情景下和某项战斗行动中将会做什么和怎样做。例如一个生性多疑，优柔寡断的军事指挥员在复杂的战局面前会表现出前怕狼、后怕虎，难以定下决心或判断情况失误，贻误战机。性格暴躁的指挥员，经不起对方的挑逗和激将。刚愎自用的指挥员容易一意孤行，听不进不同的意见。有勇无谋的指挥员容易莽撞拼死、简单行事。清高好名的指挥员，容易被敌欺凌而失去理智。战争指挥员的性格，直接关系到战争的成败。对情况的判断、决心的下达、战术的运用都会发生直接

的影响。因此，在心理作战中，运用性格武器十分重要。掌握了敌人指挥员的性格上的弱点，因势诱导，将其引向极端，常常可以达到欺敌上当的目的。这种诱导可以是多方面的，是起火上浇油，落井下石，风助雨势的作用。使敌军指挥员性格上的弱点暴露得更明显，使其在错误的边缘更向前跨进一步，在错误的泥潭中愈陷愈深。如楚汉相争之时，项羽发10万兵马，决心扫平刘邦占据着的荥阳。刘邦急得饭吃不下，觉睡不好，不知如何是好。这时，他的谋士陈平出来献策。陈平帮助刘邦分析了项羽的性格弱点，决定加以利用。项羽为人多疑而又轻信谗言。对于论功行赏，分地封王，十分吝啬。如能挑拨项羽君臣关系，使项羽对几个重臣产生疑心，互相倾轧残杀，就可以使项羽退兵。于是刘邦让陈平带了四万斤黄金进行活动。陈平派人带重金扮成楚兵，混到楚营里去散布谣言。不到几天功夫，到处都在谈论，“范增、钟离昧等人身为项王大将，立下许多功劳却不能分地封王，现在打算联合汉王消灭项羽，求得分割项羽领土并封得爵位。”还有的说：“要是范增他们在汉营里恐怕早就封王了。”项羽听到这些谣言，非常生气，果然不再跟钟离昧商量军机大事了。但项羽对范增，因是他的亚父，感情更深一层，还是相信的。但也有疑心，于是就派使者到汉王军中去探听虚实。

刘邦为使者准备了丰盛的贵宾宴席，叫陈平好好地招待这个使者。陈平亲自陪他吃饭，使者非常得意。陈平请使者坐在上座，问他：“近来范增身体可好？有没有他的亲笔信？”使者说：“我不是范增派来的，而是霸王派来的。”陈平听了假装惊奇地问：“你原来不是范增派来的？那就对不起了！”说完离席而去，并命人把丰盛的食物撤了下去，换上粗劣的食物。使者回去将这些情况向项羽如实汇报了，项羽于是怀疑范增私通刘邦，不再信任他。这时范增劝项羽攻打荥阳城，项羽哪里肯听，范增有口难辩。范增受到项羽冷遇，只好辞行返回自己家乡，结果在半路上就死去了。待到项羽清醒过来时，一切都完了。

斯大林对苏军高级将领进行大清洗，使苏联遭到重大的损失，就是受了德国间谍的挑拨离间。因为斯大林生性多疑，个人专权，所以就被敌人抓住这个弱点加以利用，从而酿成了历史的大悲剧。

正因为这样，许多有识的将帅都特别注意对敌指挥员性格的研究。第二次世界大战中，美军第三军在北非被希特勒的骁将隆美尔大败之后，原军长被革职，新军长巴顿走马上任。隆美尔面对这个陌生的对手，不知如何下饵。于是竟派人到美国去“外调”，调查了解巴顿的家庭出身、经历、性格、脾气，甚至连巴顿的一些生活琐事也不放过。由此可见，隆美尔常打胜仗是与他重视研究敌军将领的性格分不开的。著名的军事家拿破仑更是注意研究对方将帅的性格，甚至可以称得上是专家。每当开始一场战争的时候，他首先注意对方将帅是稳健多智的战术家，还是暴虐的草莽勇夫。是轻变多疑还是机智果断，是贪利好名，还是廉洁谦恭。先摸透了这些，然后才统筹全局，权衡利弊，决定战略战术。由此可见，针对敌方指挥官的性格弱点实施心理战，是一个不容忽视的方面。

第三节 心理战效应的一般模式

心理战为什么能够发挥作用？这是因为心理战能产生心理效应。心理战的心理效应过程是一个系统完整的过程。这个心理效应过程的一般模式是：发送信息，吸引注意，产生影响，改变态度四个步骤。

一、发送信息

信息是实现心理战的前提，无论是宣传心理战、武装心理战，还是谋略心理战，都离不开信息。当然这种信息是经过加工的，或者人为地制造的，是用以引起对方的注意，或引诱对方上当，或诱使对方产生错觉，或激起对方情绪波动，或欺诈对方。心理战的实施过程是一个信息过程，同时也是一个认识过程，是使机体获得有

关周围世界一定的认识的心理过程。发送的信息要能够引起对方的注意，满足其某些方面的需要，如求胜、安全、物质、名利等。发送信息，实质上就是传播相应消息的特殊的信息过程。心理战使用的武器就是整理加工过的由信息发送者传导给接收者的信息流——信息子弹。心理战传递的信息，往往是关于某件事的消息及对它的解释，其中有许多假的或貌似真实的，实则假的信息。这是因为，心理战虽然是一个信息过程，但是不同于寻常的特殊信息过程。心理战的目的是要影响敌人，在敌军的心理上产生消极有害的作用，达到削弱敌人的斗志和士气，最终分化瓦解敌人。这种敌对的目的，就决定了心理战所发送的信息，不是写实的，需要对信息按照心理战实施者的意图进行加工改造，而不是原原本本地发送信息。如有时针对敌人的心理需要，对宣传的消息进行相应的解释，并从情绪上加以渲染。经过加工和渲染的信息就不同于普通的信息了，而成为新异刺激，容易引起注意并被接收者感知和接收。接收信息者接受的全部信息刺激都是通过一次或多次的观察反映在人的意识中。人们认识信息是信息加工的逆向过程。从心理学的观点看，对刺激进行认识的基础是观察过程。要使对敌宣传发送出的信息能被对方接收，一方面需要始终保持信息刺激的新异性，以满足对方对信息的需要；另一方面要保持信息刺激的连续性。当经过加工的信息被对方接收后，需要进一步提供后续的情况，不断满足对方对信息的进一步需要，象说章回小说一样，一环紧扣一环，诱使对方就范；第三方面就是要保持信息的反复性，反复多次的信息终能为对方所接受。

发送信息，是心理战实施者积极主动地有目的地施放一定数量的能够被作战对象感觉到的刺激信号，使其作用于被刺激者的大脑，引起条件反射，形成反馈联系，对战争指挥者的心理活动产生影响，从而使其对战场态势产生错觉，造成判断失误，导致决策失误。这个心理过程能否实现，首先取决于这些信息能否成为对方选择的对象，能否引起对方的注意。所以，在心理战中，传播的信息

都是经过选择的，具有较强针对性的。对信息的加工渲染，选取适当的方式和情境，以各种不同的感情色彩进行传播，都是不断地增大信息刺激量。如果信息加工选择的符号（口头或书面语言、手势和面部表情、电影、照片、图片、标志、音乐等）容易被对方所理解和接受，运用的感情符合当时的情境和对方的心境，如根据情况用娓娓动听的语调讲故事，进行暗示，进行劝导；用感伤的语调唤起对方的心理共鸣；用恫吓威胁的语调进行威慑等，发送的这种信息刺激就易于被对方感知和接受。所以，对敌发送的心理战信息，要寻求最能刺激对方感官的内容、符号、方式、方法、情感和情境。

二、吸引注意

注意是心理活动对一定对象的有选择的集中，或者说是意识指向一定的事物或现象而离开其余的事物或现象。一般情况下，在存在众多刺激的时候，人不可能在同一时间内感知所有的对象，只能感知环境中少数的对象。而心理活动只有有选择地指向有关对象时，被集中注意的对象才能在人脑中获得完整、清晰、深刻的反映。注意的这种定向反射，主要是周围环境的变化引起的。如果在某处出现了新的动因（或新异刺激），人们就会以自己的感受器去转向它，探究其来源，并调整自己的行动，以适应这个新的变化。一般来说，凡是强烈的、新异的、对比的、变动的刺激物，容易引起人们的注意；凡是与人当时的情绪状态相吻合，与已有的知识和经验相联系的事物容易引起人们的注意；凡是能够满足人的当前需要，符合人的直接兴趣的事物，容易引起人们的注意。

注意具有的这种选择的功能，要求心理战实施者发出的信息，一是必须具有新异性、反常性、灵活性、反复性及运动性等不同于其他事物的特点。如制造一些不同于其它事物的假象，改变实际的景象或者重点等。如三国时期，蜀将姜维和杨仪根据司马懿害怕诸葛亮的心理弱点和多疑的性格特点，利用“视觉后象”，把死诸葛亮装

成活诸葛吓退了司马懿的追击就是发送假信息，引起对方注意，造成判断决策失误的。蜀汉建兴12年（公元234年）8月，诸葛亮因劳累过度死于五丈原。当时司马懿正虎视眈眈注视着蜀军的动向，妄图置蜀军于死地。在形势相当严峻的情况下，大将姜维，长史杨仪按照诸葛亮的临终部署，秘不发丧。而是把尸体裹着放在车里，整理部队，有秩序地开始向汉中撤退。司马懿从老百姓那里听说诸葛亮已死，立即率军追击。刚过五丈原，长史杨仪遵照诸葛亮的遗嘱，命令蜀军倒打旗帐，猛擂战鼓，一齐呐喊假装要进攻司马懿。这时，从树林里突然推出一辆小车，车上端坐着一尊诸葛亮偶像，纶巾羽扇，鹤氅皂缘，缓缓而来。司马懿见孔明仍然健在，大吃一惊，他怀疑自己老眼昏花。联想到以往多次吃过诸葛亮神机妙算的亏，深恐诸葛亮未死，又是以计诱敌，故不敢造次。司马懿同诸葛亮打过多交次交道，他和他的将士已将诸葛亮的仪表、风度，外部形态的“后象”痕迹，深深印在脑海。再加上诸葛亮用兵诡诈，料事如神，司马懿多次上当，自然形成了一种心理威慑感，使他最怕活着的诸葛亮。而姜维、杨仪正是利用了这一点，巧妙地利用死的诸葛亮的形象，向司马懿发送的信息却是诸葛亮还活着的信息，令司马懿真假难辨，孤疑不决，遂引军退回营中，于是蜀军得以从容退去，进入斜谷后，才发讣告。就这样，导演了一场“死诸葛去生仲达”的活剧。1934年贺龙等人率领的红二军团和任弼时等率领的红六军团在龙家寨巧设的“哀兵之计”就是根据敌人骄纵、目空一切的心理特点，故意向敌示“弱”，指挥我军主力撤离永顺，装出一副难以支撑，一退再退的样子，向敌发送假的信息，引起敌人的注意，诱使敌人判断失误，决策错误。同时严密封锁消息，使敌人变成聋子、瞎子、疯子，得不到真实的信息。同时为敌军设下道道陷阱，为我军歼敌创造了有利的战机。

三、产生影响

心理实验表明，对与当前活动有关的、符合需要的外部刺激，

人不仅能及时反映，而且当刺激停止以后，由于记忆的参与，这种刺激留下的痕迹一般不会立即消失，并还会在意识中不断重现，使信息刺激所产生的印象不断加深。

客观事物大都是相互联系又相互制约的，影响的。人在头脑中保存的，从客观事物得来的知识经验也并不是孤立的和零散的。当前感知的事物在头脑中重现时，相应的暂时神经联系就会连带地回忆起一些其他有关的事物。如提到原子弹，人们会连带地想起原子弹爆炸的情景和威力，震耳欲聋的爆炸巨响，刺激的闪光，腾空而起的蘑菇烟云等等。心理学称这种心理现象为“联想”。联想是有规律的，把空间和时间上接近的事物联系在一起，称为接近联想；把性质上接近或相似的事物形成联系，称为相似联想。人在感知事物的同时，总要进行一定的比较。由比较引出的与其性质相反的事物的回忆，称为对比联想。把相互有因果等不同关系的事物联系起来，称为关系联想。联想在引起对过去的回忆与形成未来的想象之间起了承前启后的作用，成为人们由直接感知过渡到抽象思维的中间环节，从而使心理战效应成为一个发展和统一的过程。心理战实施者，总是力图使自己发送的信息引起敌方人员，尤其是敌指挥官的注意，产生多级性联想，以对其心理状态发生深刻影响，影响其心理座标，进而取得最佳的心理战效果。

当信息接收者在感知事物引起联想时，原有的知识经验，特别是在双方抗衡时的敌对活动中形成的排他性心理准备状态的参与，如把真的当成假的，假的当成真的，大的看成是小的，小的看成是大的，吃过飞机轰炸苦头的，把飞鸟误当成敌机等等。所有这些都直接影响着对获取信息的正确加工，使之对当前的客观事物和许多复杂的间接因素，由于不正确的分析综合、判断推理而得出错误的结论，就是军事心理学称之为“错悟”的现象。

由于心理战实施者发出的信息在内容的设计上非常慎重，也比较高明，比较符合作战对象的认识水平、思维特点和情感因素，使其难以察疑。因此，被实施者比较容易确信这种信息是真实的，并

按照以往正常的决策程序对信息进行处理。在处理信息过程中，往往会对自己的判断表现出深信不疑的自信心理。这种盲目的自信，常常会成为接收新信息的障碍。有时就会出现这样的情况：当心理战实施者的行动有了新的变化时，在短时间内，信息的接收者反而对新的信息，甚至是真实可靠的信息将信将疑，在决策时犹豫不决。又由于心理战实施者发出的信息在时机的选择上，往往极为巧妙，在一定的程度上，迎合了信息接收者或渴望了解事态的发展，或急于抓住有利于自己的战机，或迫切希望改变自己的不利态势等心理，因而很容易产生心理上的共鸣，致使其在决策时常常不能保持思维的稳定性，导致其判断水平下降或做出错误的决策。有经验的指挥员总是千方百计地了解对方决策人物的出身、经历、知识经验和个性特征，并根据其心理变化规律适时发送对方乐意接收或可能愿意接收的信息，以使心理战效应成为一个连续不断的过程。可以持续地对心理战被实施者一方发生影响，导致其心理倾斜，一错再错。

四、改变态度

心理战的效应过程是渐进和累积的过程。当被攻一方受到信息的刺激，在某种心理需要的驱动下会引起注意，进而产生影响，引起心理失衡，影响思维，影响判断和决策，最终导致态度的改变和行为的改变。如对所进行的战争由积极拥护到怀疑、否定，产生厌战心理等，或者对原来的正确决策在对方信息的刺激干扰下，产生疑虑、动摇、否定，以致将正确的决策改变为错误的。造成态度和行为改变，是心理战的终极目的。但是要达到这一点，却是十分不容易的。因为改变人们早已形成的原有的态度不是一朝一夕的事。况且人们的一种态度或认识一旦形成，就具有一定的稳定性，甚至顽固性。必须在建立新的定势之后，才能改变原有的。这主要表现在思维定势方面。

心理学研究表明，思维有一定的定势。。思维定势是指人们按照一种固定了的思路去考虑问题，表现为思维的一种倾向性。它是

以人们过去的认识经验为基础，怀有成见地认识当前的事物的一种习惯性思维。对思维定势的另一种解释是当人们经历或处理了某件事后，总会在头脑中留下印象和认识。当类似的事物反映到大脑后，就容易根据过去的认识和经验来推导出相同的结论。这种在某种心理活动之前，就已形成了的准备状态，按着固定的倾向反映现实从而表现出一种较稳定的心理趋向性，这种心理状态就叫思维定势。思维定势的积极方面是反映心理活动的稳定性和前后一致性，遇事胸有成竹。其消极方面在于妨碍思维灵活性的培养，总愿意以一种固定的模式、思路去思考问题，容易被习惯性套路所禁锢。在心理战中，信息接收者之所以对心理战实施者发出的欺诈信息信以为真，甚至确信不疑，造成错悟，除了心理战实施者发出的信息符合接收者已有的知识经验、具有接受性外，主要就是由于信息接收者自身在实践中形成的习惯性的思维，即思维定势造成的。有些人虽然饱读兵书，身经多战，然而，当他们的思维一旦被某种习惯的套路所禁锢，这种束缚就会使他们在料敌用兵时便如同条件反射一样，不由自主地顺着固定的套路去思考问题。特别是战时情况紧急，瞬息万变，不允许象平时那样从容地去思考研究，必须迅速地确定做什么怎样做，及时做出反应。心理学把确定做什么和怎样做的过程，称之为“行动的定向”。在战场复杂的情况下，如果仍按固定的套路思考问题，处置情况，就会使其思维的灵活性和创造性受到压抑，意志的坚定性、情绪的稳定性的遭到破坏，决策水准大大降低，自然也就容易吞下对方投来的饵食。这就使心理战的效应得到了进一步的增强。

信息接收者按照固定的思路确定做什么和怎样做的过程，也就是进行决策的过程。决策失误，并付诸行动，就是改变态度和行为。这是心理战实施成功的主要因素，关键的一步。至此，心理战的效应成为一个完整系统的过程。这种决策失误的结果，或是屈服于心理战实施者的意志之下；或是单独冒进，成为孤立突出之军；或是骄傲轻敌，陷于被动；或是失去信心，士气低落，放弃抵抗；

或是兵力分散，处于被动挨打的局面等等。例如1967年6月以色列对埃及发动的突然袭击，就是在实施成功的心理攻击的情况下造成的。为了使这次突然袭击获得成功，以色列人采取了一系列心理战措施。首先由新上任的国防部长达扬发表谈话，宣称，不用军事、而是用外交手段解决埃及封锁蒂朗海峡问题，制造和平烟幕，解除埃及人的戒备心理。为了使人们相信达扬的承诺，渲染和平气息，甚至大肆宣传报道官兵在海滩和酒吧间游玩、欢渡周末的景况，欺骗埃及和外部世界。与此同时，以色列军队采取心理欺骗战术，把埃及海军的注意力从地中海吸引到红海方面来。利用少数几艘舰船扮演临时角色，反复暴露在公众面前。装扮成准备在以红海的亚喀巴湾为中心的地区的实施登陆作战的样子，白天威风凛凛地从陆路将4艘鱼雷快艇运往埃拉特，而晚上再偷偷掩盖好运回原地。就这样反复演戏。然而这种假信息，竟让埃及人受了骗，迫使埃及把两艘驱逐舰从地中海调出，造成地中海埃及海军兵力薄弱。以色列的陆军也采取心理欺骗战术伪装其行动。开战前，沙龙为了使埃及人误认为以色列西奈中部军队的进攻方向是西奈南部，他使用假坦克进行配备，给埃及造成一种错觉，认为沙龙的主力部队在一旦有事时便可通过孔蒂拉向亚喀巴进攻。以色列空军为了配合海军实施心理欺骗，增加了对亚喀巴湾和红海地区的空中巡逻。通过这些心理欺骗，以色列要想让人们产生一种他企图对西奈南部地区进行空中攻击的定势。结果导致了埃及判断失误，部队部署失误，在开战后最初的170分钟内，埃及空军第一线的飞机有90%以上被以色列摧毁。就这样，以色列突然袭击大获成功，而埃及却处处被动，严重失利。

第五章 宣传心理战

第一节 宣传心理战效应的基本过程

宣传心理战是一种精神斗争武器。其目的在于影响敌国群众和士兵的意识和行为。然而，对人的意识和行为施加影响，从来都是一种极为复杂的活动。分析宣传心理战效应的基本过程，即在于探讨宣传心理战中宣传对象心理活动的一般规律，确定宣传心理战效应过程的一些基本环节，了解各个环节的特点以及它们之间相互联系和相互作用的形式、对宣传心理战效应的制约和影响等，从而使宣传心理战能够更有效地针对宣传对象的心理结构，采取各种灵活的方法，产生最佳的心理效应。

宣传心理战效应过程，大致可分为以下五个阶段：吸引注意——进行感知——产生印象——思维理解——付诸行动

一、吸引注意

宣传心理学的研究认为，注意是人的意识的门户，打开这扇门户不让它关闭，是宣传获得成功的重要条件。注意不是一种独立的心理过程，而是伴随心理过程存在的一种心理特性。注意同宣传活动的各个阶段密切相关，并贯穿于宣传效应过程的始终。注意是宣传心理过程的重要开端，没有这个开端，宣传内容就无法进入人的心理活动过程，宣传活动的目的也就无从谈起。因此，千方百计地吸引宣传对象的注意，是宣传心理战效应得以产生的首要环节。

通常认为，注意是心理活动对一定事物的指向和集中。在多种

多样的刺激中，注意总是集中在对个人的切身利益至关重要的刺激上。因此，在宣传心理战中，充分了解和掌握敌方各种人员的心理特点以及他们的欲望和要求，对吸引注意具有重要意义。注意分有意注意和无意注意两大类。无意注意是由事物或现象的特性所引起的注意，人对这种事物的理解也是无意的。一般认为，具有新异性、变化性的事物容易引起人们的无意注意。因此，宣传心理战要利用人们的无意注意，必须使自己所传达的信息具有新异性、反常性、突然性和运动性的特点。有意注意则是一种自觉的、有预定目的的注意，是人的积极的能动作用在注意上的表现。特别是在战争条件下，人们对战争形势的发展、盟国的态度，有关战争的决策以及战场上的胜负、伤亡、亲人在前线或后方的情况等信息，有着更多更迫切的需求，因而在注意上也表现出更多的主动性和倾向性。宣传心理战要利用这一点唤起和利用宣传对象的有意注意，就必须使自己所要传达的信息刺激，是为宣传对象所关心的、能够引起他们思想共鸣的刺激，并在一定程度上与宣传对象原有的知识经验相联系。

人的注意中心是会不断转移的。长时间的集中注意往往容易出现疲乏。所以在宣传中，不仅吸引注意具有极大的作用，保持注意也具有极大的作用。而注意要得到保持，最重要的条件是要在注意所集中的事物中，揭示出新的方面、新的联系以及新的有趣的内容。因此，宣传心理战必须根据战争形势的不断发展变化，采取各种灵活的方法来进行，防止宣传内容上的千篇一律和一般化。

二、进行感知

如前所述，注意是宣传心理过程的开端，吸引注意就是要打开人的意识的门户，而门户打开之后，紧接着的环节便是感知。感知作为一种简单的、低级的认识，其作用在于为更高一级的认识提供必需的感官材料。如同没有注意，宣传内容就无法进入人的心理过程一样，没有感知提供“原材料”，以后的心理过程也就不可能产

生。所以感知也是宣传效应心理过程不可缺少的环节。

什么是感知呢？心理学认为，感知就是当外界事物直接作用于人的感官时，人脑产生的对于事物的整体的反映。感知的内容和性质不仅与客体有关，而且受人的主观因素的制约和影响，它依赖于个人已有的知识、经验以及情绪和个性特征等。比如，同是一张精制的“圣母像”，对于虔诚的天主教徒来说，得到它是如获至宝，但对唯物主义者来说，就只不过是一张可供欣赏的人物像画片罢了。所以如此，原因即在于两者感知时的情感不一样。再比如对同一河段的地形的感知来说，在一位军事指挥员的眼里，江河上的浅滩、岛屿往往是完成战斗任务的有利条件，因为它有利于设置渡口。而对又高又陡的对岸或布满沼泽水泛地的河段，则视为不利条件，因为它难以实施强渡。对于己岸的植被，他也往往感知为有利条件，因为它便于自己部队隐蔽和伪装。相反对一位船长来说，有浅滩、岛屿的河段往往是危险的，因为它不利于行船。而对又高又陡的河岸、通常有航道的河段，则往往感知为行船的最好河段。至于河岸上的沼泽水泛地和植被则可能完全不加注意，因为它与行船毫无关系。

总之，由于人们的知识、经验、目标和情绪不同，对同一事物往往会有不同的感知，感知的这种特性也叫感知的选择性。研究指出，在宣传过程中，人们往往喜欢感知哪些符合自己需要、与自己已有知识、经验、观点相吻合的宣传内容，反之则不予以感知或是对其加以改造，使之适合于一定的愿望，观点和情绪。因此，在宣传心理战中，要使宣传对象更好地感知宣传内容，注意坚持和遵循适应性原则，使宣传内容尽可能地适应不同时期、不同阶段、不同环境下各种不同对象的特点，做到有的放矢，具有极为重要的意义。

三、产生印象

对于外部事物的刺激，人不仅能及时地予以反应，而且当外界的刺激作用停止后，客观事物的形象还会在人的意识里重现。这种基于记忆所引起的结果，就是印象。印象的产生对于宣传心理效应

过程来说，具有不可缺少的重要意义。如果说感知是为宣传心理效应过程提供原材料的运输车，那么，印象就是将其由感性阶段过渡到理性阶段的必不可少的桥梁。正是由于印象的产生，才使得由宣传所引起的心理活动在时间上得以持续，使宣传心理效应成为一个发展和统一的过程。毫无疑问，在感知的基础上产生印象，这是宣传心理战产生效果的一个重要条件。

印象的产生依赖于记忆的参与，没有记忆，也就不可能产生印象。需要指出的是，印象是一种不经意记忆。如果宣传不能给自己的对象留下较为深刻的印象，那就会时过境迁，不复记忆，宣传效应活动的过程也便会到此告终。因此，想方设法使宣传内容给接收者以更为深刻的印象，是了解印象这一宣传心理战效应过程环节的最为主要的问题。研究认为，宣传心理战具有很强的情景性，即具有即席宣传的特点。尤其是战术性宣传心理战，它具有反应快速、灵活多变、针对性强的特点。为此，在加强宣传对象的印象时应注意以下几点。

（一）减少信息数量。记忆的效果对于信息的数量有一定的依存性。一般来说，在同样的时间内，信息越少，达到记忆的水平就越高。因此，宣传的内容应力求做到简明扼要，切忌罗罗嗦嗦。尤其是用于战术性宣传心理战的传单、标语、口号等，必须是短小精悍。

（二）要使用多种宣传手段。研究认为，人具有各种各样的记忆。除视觉和听觉这两种基本的记忆形式外，还有诸如味觉的、触觉的和动觉的一些不那么特别重要的记忆形式。而事实上，参与感知事物和现象的感觉器官越多，记忆也就越好。因此，宣传不要局限于一种唯一的刺激，而是要利用一切可能的刺激对主体的感知加以补充，如无线电广播、电视、传单、漫画等等。

（三）力求材料形象、生动、具体，尽量不使用大概、可能、或许等含糊字眼。

（四）重复。重复是加深记忆的重要手段。特别是在战争条件

下，不可能所有的宣传对象都在同一个时间内感知同样的宣传内容。所以对有些人来说是重复‘对有些人来说可能还是新闻。而且即使对已经感知过的人来说，重复也是必须的，因为它能使印象不断加深。当然，重复要讲究艺术，老是重复一个话题或内容，往往会引起宣传对象的反感。

(五) 注意技巧。包括使用文字的技巧和运用语言的技巧。除诙谐、幽默、生动、富有感情色彩这些共同的要求外，以文字材料（包括传单和各种印刷品）进行的宣传还要求易读、易记、易传播。

四、逐步理解

对于宣传心理战来说，信息只是实际材料。尽管它已经过宣传家们的精心组织和加工，但最后能否产生为宣传心理战实施者所期待的效果，还取决于宣传对象对于宣传者所传达的信息是否能够正确理解。如果宣传者传达的信息不能为宣传对象所理解，宣传心理战即告失败。因而，对于宣传心理战效应过程来说，使宣传内容被对象逐步理解，又是一个非常重要的环节。

理解是宣传对象在积蓄印象的基础上，通过辨别、比较、分析、抽象、概括，将感性认识上升为理性认识的思维过程。是主体对宣传信息的同化。一方面，他要进行选择，把有用的和没用的，重要的和不重要的区分开来。另一方面，他要以个人特有的方式（包括社会地位、学识水平、政治信仰、对战争的态度、思想感情等各方面的因素）对信息进行解释。在此基础上，才产生对某一思想、理论或观点的领悟和理解。

正是由于理解具有这种选择和以自我特有方式解释宣传信息的特点，因而对宣传者来说，要使自己传达的信息能够为宣传对象正确理解，必须注意以下几个方面的问题：

(一) 宣传要时刻切记针对性的原则，准确地把握宣传对象的心理坐标。正如美国心理学家波林所说的那样：“优良的宣传，不

会忘记听众。你对谈话的人，除非已经知道他的思想与意见，一定不能说服他。”^①

(二)要把握好时机。不该说的话不说，该说的话不到时机也不要说，只有等到时机，才可发射心理火力。

(三)要讲究谋略。须知，对敌进行宣传攻心，对方是有戒备心理的。要想诱导敌人逐步理解宣传内容，就必须讲究诱导的艺术。

五、付诸行动

苏联心理学家那金斯维拉认为，宣传活动不只是传播新闻，更主要地是培养听众对所宣传的问题抱有宣传员所期望的态度。这种态度可看作是个体对某些现象的社会定向。就宣传心理战来说，目的也许要更为广泛一些。它不仅仅是为了培养，而且还包含着转变敌人对待战争的态度。尤其是在战术性心理战中，宣传甚至还有欺骗性的任务。但不论何者，宣传心理战的目的都是要使敌人接受宣传者自己的思想、观念或传达出去的各种为战役、战术目的服务的信息，在此基础上产生一定的行为倾向，并付诸行动。如果宣传对象产生了为宣传心理战实施所期望的行为，宣传心理战即大功告成，其效应过程至此结束。

第二节 宣传心理战的原则

宣传心理战的原则，是根据心理战的一般原则以及宣传心理战过程中被宣传者心理活动的特点、规律提出来的，是宣传心理战的基本要求。正确理解和坚持宣传心理战原则，是掌握宣传心理战主动权，对敌实行有效地心理攻击的基本条件。

^① 《美国军人心理学》第299页

一、进攻性原则

始终保持坚定不移的进攻特性，是宣传心理战的基本要求，也是宣传心理战必须遵循的重要原则。如同打仗，仅依靠单纯的防守不能取胜一样，在宣传心理战中，被动的防御性的宣传也是绝不可能取胜的。而且，在某种意义上来说，宣传比打仗更需要进攻。因为军事行动上的防御在有时可能是必要的，但对宣传心理战来说，却不是这样。在军事形势有利的时候它需要进攻，在军事形势不利的时候，同样也需要进攻。可以说，进攻，是宣传心理战最基本的特征。如果没有进攻，也就无所谓宣传心理战。正如日本的心理战专家池田德真所说：“广播宣传决不能变为守势，必须采取彻底的进攻性。宣传战同武力战一样，进攻是胜利的秘诀”。相反，如果“在宣传上把进攻变成守势，那就是向战败迈出了第一步”。^①

宣传心理战必须保持彻底的进攻性，这首先是由宣传心理战所要达到的目的决定的。关于这一点，我们可以从有关宣传的定义及目标的论述中得到很好的说明。美国心理学家拉斯韦尔认为，“宣传，从广泛的涵义来说，就是以操纵表述来影响人们行动的技巧”。拉斯韦尔还讨论过宣传的四个主要目标：“①激起对敌人的仇恨；②保持与盟邦的友好关系；③与中立者保持友好关系，而且尽可能与其达成协作；④瓦解敌人的斗志。”^②显然，拉斯韦尔关于宣传定义和目标的论述，都是针对战争宣传而言的，而且具有明确的进攻性。对此，英国的心理战专家，第一次世界大战时曾担任英国对敌宣传秘密本部“克尔之家”代委员长的坎珀尔·斯特阿特和美国人拉·法拉戈表述得更为明确。坎珀尔·斯特阿特在他的被誉为是“对敌宣传的教科书”《克尔之家的秘密》一书中，对宣

① 《宣传战史》第140页。

② 《传播学的起源、研究与应用》第104—103页。

传下的定义是：“所谓宣传，就是为向别人施加影响而陈述事物”。^①法拉戈说得更直接了当，他认为，“宣传的终极目的是使别人完全按照我们的愿望去行动或思想”。^②

显然，上述论述尽管各有不同，但对于战争宣传目的的进攻性的阐述，却是一致的。即对敌进行宣传，实际上就是要对敌人的心理施加影响，削弱敌人的政治心理素质，破坏其心理稳定，改变敌人的某些观点。宣传心理战这种目的上的进攻性，规定了宣传心理战的战术原则也必须是进攻的。因为防御性的宣传，不仅不可能对敌人的心理施加影响，反而会使自己陷于被动。当然，在有些时候，就某一具体事件而言，保持沉默可能是上策。但即便是在这种情况下，也可以在相反的方向，在宣传上采取攻势。比如，当己方在军事上占有优势的时候，可以利用敌人的恐怖心理进行宣传，在敌方反攻的时候，则可以利用敌人的得意心理进行宣传。总之，保持彻头彻尾的进攻势头，是实现宣传心理战目的的重要保证。

此外，我们还要看到，宣传如同打仗一样，都要力争主动、避免被动。因为只有时刻掌握战争宣传的主动权，才能牵制敌人的心理活动，不给敌留下缓和的余地，造成敌心理防卫上的困难。而要争得宣传的主动权，就必须坚持进攻性的原则。可以说，彻底的进攻是赢得宣传主动权的重要保证。相反，如果在宣传上采取守势，对于敌方的宣传攻势只是予以辩解或说明，或者仅仅去指责敌人宣传上所发生的错误、偏差、缺点，是不可能争得宣传主动权的，其结果只能使自己陷于被动。如果那样，所谓的对敌施加心理影响，也就只能成为一句空话。

总之，遵循进攻性原则，牢牢掌握对敌宣传的主动权，是对敌进行有效的宣传心理战的重要保证。为此，宣传心理战必须做到：
①始终保持坚定而明确的宣传目的，按既定的攻击方针、内容、方

① 《宣传战史》第79页。

② 《斗智》第247页。

式去进行宣传，不为敌人的宣传攻势所动；②加强宣传的预见性，对敌保持有预见性的攻击。特别是要将敌人可能对自己进行宣传的内容，用我们自己的观点、方法先敌宣传出去，以造成敌方宣传上的被动。③坚持先发制人的原则。心理学上讲究先入为主对个体心理所产生的影响。事实上，最早流传的“事实”，往往总是最易为群众接受的事实。当群众的注意阈限内一无所有时，最容易接受你的宣传。因此，对敌进行宣传心理战，必须经常敏锐地判断形势，抓住时机，先敌宣传。

二、针对性原则

心理学的研究表明，不同的阶级、民族、社会团体和个人，其心理都存在着差异。战争宣传只有适应各种不同的心理特点，做到有的放矢，才能产生更大的心理效应。

第一次世界大战结束以后，在美国曾普遍存在一种以为宣传极为有力的看法，其中比较有代表性的是所谓的“子弹论”。这种理论认为，宣传如同射击一样，只要“信息命中目标”，就会产生预期的效果。显然，这种理论是站不住脚的，因为对每一个人来说，宣传并非都有同样的效力。不同的人对于同一个信息，可以有极不相同的反应。任何一个宣传者，都不能期望他的宣传对于所有的被宣传者都能产生相同的效果。事实上，宣传者所传达的信息可能会通过各种渠道传达到被宣传者那里，但却未必能为被宣传者所接受。因为人们对于某种宣传信息能否接受，不取决于宣传者的主观愿望，而是取决于一系列客观因素的制约和影响。其中包括被宣传者基于以往经验的假设、文化历史背景、动机和需要、情绪和态度等等。在战争条件下，诸如战争的性质、对战争所持的态度以及战场上敌我双方力量强弱的对比等因素，在影响人们对宣传信息的理解和接受上，都具有极为重要的作用。

总之，对敌开展宣传心理战，并不是什么一厢情愿的事情。并不是想说什么就说什么，想怎么干就怎么干。恰恰相反，宣传心理

战要想达到自己预期的目的，必须始终坚持和贯彻针对性原则，使宣传心理战的攻击矛头，始终对准敌人的心理特点。只有这样，才能最大可能地发挥宣传心理战的作用。例如，1940年，当德国已经准备好向法国进攻的前夕，德国人通过舆论宣传向法国人广播了一项“新闻”，说一个法国代表团正在启程赴德进行友好访问，并将签订停战协议。由于这次广播准确地掌握了当时法国人所存在的失败主义情绪和幻想和平的心理状态，因而收到了历史上同类宣传的最好效果。结果，当“和平就要实现”的谣言传到法国前线时，很快在部队中传播开来。本来就斗志不高的法国士兵在这颗和平烟幕弹的攻击下，进一步放松了心理戒备，从而为德军的闪电战术铺平了进攻的道路。

认知是适应性原则的基础。攻心须先知心。因此，了解和熟悉敌人的民族性、社会生活以及思想感情特点，熟知敌我双方政治、经济、军事形势的优劣对比及其变化，是成功地进行宣传心理战的必要条件。而要达到这一点，就必须下功夫研究和了解敌人。知道敌人喜欢什么，反对什么、厌恶什么，期望什么，掌握敌人的“心理座标”，了解敌人的欲望和憎恶，利用敌人内部的“不和”和“不满”，瞄准敌人心理上的要害和弱点。在此基础上，确定自己所要宣传的内容和应该采取的宣传方式。只有这样，才能保证把自己宣传的内容，打入敌人的心中。例如，苏军侵占阿富汗初期，部队大多来自苏联中亚地区，士兵中穆斯林较多。针对这种情况，阿富汗游击队在苏军进行武装斗争的同时，对苏军积极开展政治攻势，他们在散发的传单中写道：“苏军士兵们，我们都是穆斯林，穆斯林都是兄弟，你穆斯林为什么打穆斯林！”这种宣传一针见血，击中了苏军穆斯林士兵的心理要害。结果弄得他们不愿意打仗，苏军当局无奈，只好把这些部队撤回去。

事物都是发展变化的，人的心理特点也不会固定不变。随着认知水平和情境的变化，人们会表现出不同的心理特点。比如处在战斗条件下，心理活动具有突变性、冲动性的特点；处在后方安宁的条件

下，心理活动则相对要平静些、稳定些。当军事形势对敌有利的时候，敌人的情绪可能比较稳定，士气比较高昂，对胜利的信心比较大；而一旦军事形势对他不利的时候，其心理活动则会表现出失望、沮丧、悲观的特点。因此，宣传心理战要保持自己的针对性，就必须根据不断发展变化着的战争形势，适应人们“前进着的”、变化的心理状态，因地制宜、因时制宜、因人施法。只有这样，宣传心理战才能获得最佳效果。

三、隐蔽性原则

如前所述，宣传心理战的目的是进攻性的。不论在什么时候，不论在什么情况下，也不论采取什么方式方法，这一点都不能改变。“对敌宣传的诀窍在于进攻”，进攻是宣传心理战必须始终坚持和遵循的原则。

但是，目的进攻性，并不意味着在对敌进行宣传心理战时，一定要公开自己的宣传意图。事实上，在宣传心理战中，所谓的骑士精神是根本吃不开的。那种自以为是、大喊大叫、公开打着宣传的招牌，只顾自己痛快省劲的宣传，往往是最愚蠢的宣传，实际上也不可能取得任何效果。因为敌对的情绪，使得人们对于来自对方的任何宣传，都保持有一种本能的戒备心理。“敌人的宣传能说什么好话给我们听呢？”“那是宣传，事实未必象敌人所说的那样”；“小心上敌人宣传的当”，如此等等。而且在战争时期，人们对于宣传往往还会表现出这样的心理定势：战争需要宣传，宣传是为了打败对手，因而宣传总是要歪曲事实的。这种基于以往战争经验而产生的定势心理，在客观上也为宣传造成障碍。

显然，在对敌开展的宣传心理战中，我们是热情的宣传者，但对敌人来说，却未必都是热心的听众。我们希望把宣传的内容打进敌人的心灵之中，而敌人却并不抱欢迎的态度。宣传战的这种特殊性矛盾，规定了宣传心理战必须坚持和遵循隐蔽性的原则。所谓隐蔽性原则，就是要求宣传者把自己真实的宣传意图伪装起来，掩饰宣

传本身所要达到的目的，使宣传让敌人听起来觉得真实可信而不反感，使敌产生诸如“对呀，是这么一回事”等感觉，从而放松心理上的戒备，在不知不觉中“自觉”地钻入我宣传的圈套。或者即使明白是我方的宣传，但也由于真实可信而乐于接受。第二次世界大战期间，英国人曾用飞机在缅甸前线向日军散发一种名为《军营报》的日文报纸，进行宣传心理战。在一篇题目为《从军人到军人》的“社论”中，英国人写道：“在这个报纸上，错字病句很多，所以，日本人看了是会耻笑的。但军人是不会笑的。为什么呢？因为这是军人办的报纸的缘故。盟国的军人和日本的军人，现在虽然很不幸地在互相打仗，但作为军人，由于都尝过胜利的喜悦或体验过被打败的痛苦，所以互相之间还是能够理解彼此的心的。日军在战争初期，接连打了一个又一胜仗，获得了非常大的进展，但最近以来，慑于盟军的威力，逐步开始后退。日军的官兵们是很勇敢的，世人都称赞他们这种勇气。不过事到如今，在战局变得对日本方面越来越不利的时候，日军里的军官恐怕有强迫他们的士兵胡乱进攻的吧。”“本报所讲的事情，比各位从长官那里听到的，也许更为真实一些吧。”在这篇“社论”中，没有什么“日本将被打败”、“你们投降吧！”“长官讲的是假的，本报讲的是真的”之类的话，但字里行间却渗透着顽强的进攻精神，即削弱日军的士气。真实的宣传意图被貌似公正合乎情理的“社论”伪装起来了，以致当一位专门从事对敌宣传的日本人员看后，也不禁“全身起鸡皮疙瘩”。

总之，坚持隐蔽性原则，把宣传伪装起来，使宣传成为“棉里针”，成为裹着糖纸的毒药，是成功地进行宣传心理战的必要条件。而要达到这一点，首先要做到“忘我”。日本宣传战专家池田德真说：“对敌宣传的诀窍在于忘我”。所谓忘我，实际上是要求宣传者把所要宣传的内容隐蔽在自己的心里，站在敌人的“立场上”去看问题，想事情，抓住敌人的心理特点，以在敌人中间生活的心情去宣传。对一个宣传内容，首先要分析敌人会怎么看，怎么想，

然后再确定自己该怎样宣传。其次，要多用暗示性 间接性的攻击方法，不要把自己所要宣传的结论说出去，而是要通过宣传使敌人产生疑问，让敌人去思索并得出我们所要说而没说出的结论。

四、客观性原则

宣传必须从客观事实出发。这是使被宣传者产生肯定心理定势的前提和基础。事实表明，只有建立在客观现实事件基础上的宣传，才能真正赢得人们的信任和尊重，建立自己的威信，宣传的内容也才易于为人们所接受并产生最佳的心理效应。相反，建立在谎言基础上的虚假宣传，虽然也可能取得一时的效果，但一旦为事实所揭穿，人们就会因被欺骗和愚弄而对其产生强烈的反感情绪，使宣传者威信扫地。即使后来的宣传符合实际情况，人们也会以厌恶、怀疑和否定的心理定势拒绝接受。因此，对敌开展宣传心理战，必须坚持和遵循客观性原则。必须牢记：“取信于民”、“取信于兵”、“取信于敌”，是成功地进行宣传战的必要条件。

但是，我们也要看到，坚持宣传的客观性，并不是说宣传可以不讲策略。事实上，就宣传的目的性来说，宣传是一种具有功利主义目的的工作。总是围绕着一一定的既定目的来开展和进行的。尤其是对敌开展宣传心理战，这种目的往往更坚定，更具有利己性和进攻性。因此，在对客观事实的选择上和解释上，宣传者必须牢记自己的目的。必须围绕着“利己”和“攻心”的原则来进行，而不是仅仅只作为客观事实的传话筒，有什么就说什么，是什么样就说什么样。从这个意义上讲，所谓客观性原则主要有以下两个方面的含意：

第一，宣传必须尊重事实、利用事实、渲染事实而决不能捏造事实。无疑，睁着眼睛说瞎话、捏造事实和以明显荒谬的理论所进行的宣传，是绝对达不到宣传心理战目的的。但是要切记，宣传心理战的指向是针对人而不是针对事实，是“为了影响别人而陈述事物”。因此，在对事实的选择上，要围绕攻击对象和攻击目标的需

要来进行，要特别注意选择那些最近发生的，对心理战对象具有重要影响作用的事件。

第二，对事件或事实的解释要客观，防止任意扩大或不着边际的主观随意性解释。从某种意义上讲，这一点更为重要。因为虽然一个好的宣传是从事实开始的，但能否取得预期的效果，却要取决于对这些事实的解释。好的解释往往会增添宣传的心理效果，而不好的解释有时非但不能达到宣传的预期目的，反而会给宣传者自己造成被动。在宣传心理战中，解释事实的方法，也就是宣传心理战的战术。如同不讲究战术就打不了胜仗一样，在宣传心理战中，不讲战术的宣传，也决收不到预期效果。因此，在宣传心理战中，宣传者对事件或事实的解释一定要客观。只有这样，宣传内容才易于进入被宣传者的心理活动过程，产生预期的宣传效应。

五、强化性原则

宣传不是一劳永逸的事情，决不会只进行一、二次就大功告成，实现宣传的预期目的。这不仅因为人们不可能同时去接收宣传者所传达的信息，而且更主要的是由于人们对宣传材料的感知、理解以至形成较为完整的印象和概念，需要一个不断强化记忆的过程。心理学的研究表明，强化在防止遗忘、泛化的过程中具有很重要的作用。因此，对敌进行宣传心理战，必须坚持强化性原则。

重复是强化的重要手段。从人类心理活动的特点来看，人类心理的最大倾向之一就表现在易于接受任何反复提示的结果。重复宣传能加深人们对宣传内容的印象，增加真实感，并引起人们对某种事物的定向认识，形成较稳固的态度。持续不断地、反复地刺激被宣传者的心理，可以使其感受到一种无法解脱的力量，从而增大宣传的心理效应。

但是，宣传所要求的重复并不是“和尚念经”，事实说明，简单、机械、毫无生气地重复非但不能起到强化的作用，反而会引起人们的厌恶。如果宣传总是千篇一律地围绕着一个话题打转转，

人们就会感到枯燥乏味，就会对宣传者失去兴趣，对宣传内容采取增高自己“感觉阈限”的办法，拒之于自己感觉、意识的窗户之外。因此，在宣传心理战中，除对重要的内容在同一媒介上加以重复外，更主要的是采取不同的形式和不同的手段进行重复，这样才能真正有效。比如，对同一宣传内容，可以利用不同的媒介进行重复。在重复宣传的过程中，可以不断地加以新异的因素刺激，从而引起人们的好奇心，维持人们的认知兴趣，使宣传内容顺利地进入人们的心理活动过程。

除重复外，在宣传心理战中，强化还可采取“关联”和“追求”的方法。所谓关联法，就是围绕某一既定的宣传目的，把与它有关联的内容通过各种媒介集中地宣传出去，向敌人开火。所谓追求法，就是抓住一个问题不放，穷追猛打。或者是逐步地把这个问题引向深入，提高理论性，力求把敌人逼到死胡同。比如，当敌人方面很踌躇，迟迟不肯发表关于某次战役的战果报告或对关于某个事件的看法时，宣传心理战即可以此为契机对敌展开攻击。如：

“×××战役已经过了两个星期，而某方却至今尚未发表战报”，“关于××问题，已经发展到非常严重的地步，但某方或某人至今尚未表态”等等。这种宣传不仅会给对方在发表战报或看法时造成困难，而且还会使敌国的人民对其宣传机构或领导人的犹豫不决产生不可理解、怀疑甚至不信任的态度。总之，坚持强化性原则，是对敌开展宣传心理战的一个十分重要的问题。宣传者要使自己的宣传攻势发挥最大威力，就必须象交响乐一边重复一个主旋律一边发展主题一样，把自己宣传心理战在某一个时期的“主题”，通过强化波及到敌方社会的各个角落，使敌无法逃脱心理火力的攻击。

第三节 宣传心理战的方法

宣传心理战的方法，也就是宣传心理战的战术。是为实现宣传心理战的目的所采取的心理手段。一般地讲主要有以下几种：

一、暗示法

在心理学中，所谓暗示就是用含蓄、间接的方法对人的心理状态实施迅速影响的过程。研究表明，在受到暗示影响时，人们不能控制它对自己的影响，而且也缺乏自己的行为动机。暗示起作用不仅可以不顾个人的意志，甚至可以违背个人的意志。在宣传心理战中使用暗示的方法，就是要宣传不公开或不直接表白自己的态度、观点，而是把真实的意图通过宣传媒介暗示给敌人，使其相信这些观点是他们自己思想的产物，从而达到宣传心理战的攻击目的。例如，1941年，德国建造的几十艘潜艇即将下水，需要招收几千名潜艇水手。为了破坏德国海军上将邓尼兹的征募计划，美国海军情报部特别战略科的心理战小组，精心设计了一张传单，对德国青年进行暗示性心理攻击。在这张传单上，潜艇被画成“钢铁棺材”，并配有以下说明文字：在潜艇上工作是非常危险的，由于长期与外界隔绝，人的平均寿命很短等等。结果，这种暗示性的宣传使得德国青年感到，在邓尼兹海军上将的潜艇部队工作，决不是一种浪漫经历，因而放弃了报名。征募工作远远没有获得邓尼兹所期望的那种成功。

暗示法的依据是人们思维活动过程中的多重联想特性，是通过诱导人们产生多重联想来影响人的心理状态。因此，在宣传心理战运用暗示法时，要注意以下几点：①要充分了解和掌握敌人的思想心理特点以及社会历史背景和文化传统，这是成功地进行暗示的必备条件。②引用对比性材料，巧妙地表达自己的思想感情倾向。比如在苏联有这样一则报道：“昨天在加利福尼亚州又发射了一颗气象地球卫星。这是美国发射的第十一颗卫星，而苏联在这段时间内把四十五颗卫星送上了轨道”。虽然没有做任何评论，但却通过这种对比暗示人们：“苏联人技术先进，力量强大”。③注意收集事实，以加强或削弱见解。例如在第二次世界大战中，当莫斯科大会战还在激烈进行时，希特勒政府就匆忙宣布：“莫斯科已经陷落”。

并在国内报纸上公开发表消息。但事实上会战最后却以德军的失败而告终，针对纳粹宣传机构的这种胡吹和捏造，英国的宣传家们注意收集类似于莫斯科会战这样的事实，把它们从纳粹的报纸上加以复制或缩印，不加任何解释，散发到德国及其占领国，收到了很好的宣传效果。④利用人们的从众心理。如：“大家都在这样干”，“全城的人都这么说”等等。

二、情感法

情感，是指人对现实的对象和现象是否适合人的需要和社会要求而产生的体验。诸如愉快，忧愁、赞叹、伤感、激忿、恐惧等等。在西方，情感被认为是主要的有时甚至是唯一的宣传影响对象。比如英国著名的宣传理论家弗雷泽尔即认为，在任何情况下，宣传都要着眼于情感体验。象恐惧这样简单的情绪和情感，象自命不凡这样复杂的情感，又如象淫欲这样一种应给予否定评价的情感，象自尊心这样应给予肯定评价的情感，过份自负的自私的情感或者是如热爱家庭这种对别人的情感等等，都能给宣传者提供材料。宣传者如能巧妙地利用这些材料，便能对人的行为产生预期的影响。弗雷泽尔甚至断言：“如果在某一信息中缺乏首先是用于影响人的情感的内容的话，那么这种信息便不能称作宣传”。①

无疑，弗雷泽尔所讲的宣传是资产阶级的宣传。他的过份夸大情感在宣传中作用的观点虽不尽正确，但他在指出情感在宣传中具有重要作用这一点上，无疑是对的。而且，战争时期，由于客观现实环境的影响，人的理智往往被麻痹甚至丧失，而情感则处于高潮。因此，针对人的情感实施攻击，是宣传心理战的重要方法。所谓情感法，就是在宣传心理战中，利用敌人的情感，影响敌人的情感，针对敌人的情感实施心理攻击。一般地说，就理智和情感相比较而言，从情感上对人的个性施加影响，最快也最为有效。

① 列·沃伊塔西克：《政治宣传心理学》第30—31页。

例如，1857年的印度兵变，是由于一个关于兽脂的谣言引起的。而这个谣言所以能够发生作用，则主要地是由于它伤害了印度士兵的宗教情感。当时士兵使用的是来福枪，在每发射一颗子弹之前，必须先咬掉子弹下端一块用黄油粘上去的纸片，以便把火药倒入枪口。印度士兵中有两种教徒，即印度教和伊斯兰教。当“兽脂”的谣言传开以后，伊斯兰教徒以为是猪油，而他们由于将一块肮脏的“猪油”咬入口中而使自己受到玷污。印度教徒则听说这块“兽脂”是母牛的油脂，他们也由于将圣牛的油脂放入口中而将失掉来生超脱的机会。谣言的传播使当时的英国殖民统治当局无法控制局势。虽然他们一再声明火药纸上的油是黄油而不是兽脂，但这一事件最终还是成为士兵暴动的导火索。第二次世界大战期间，在苏联对德军开展心理战中，也曾成功的使用情感法，刺激德国士兵和妇女的伤感主义情调，从精神瓦解德军的斗志。例如，在一张《爸爸我不愿你死去》的传单中，传单的一面是标题和一个漂亮的德国小姑娘寻找父亲的照片，另一面则是关于斯大林格勒附近被围困的德国士兵走投无路处境的短文。据德国战俘讲，见到这张传单，勾起了他们对故乡、妻子和孩子的怀念。失掉生命的危险和对家庭留恋的感情使他们根本无心再战。

总之，在宣传心理战中，针对敌人的情感实施攻击，是从精神上挫败敌人的一种重要方法。影响和攻击敌人的情感，可以造成敌心理上的混乱，使其产生诸如恐惧、悲伤、沮丧、失望、怀疑、不满等各种消极的情感和情绪体验，从而达到削弱敌人士气，动摇敌国人心等目的。需要指出的是，情绪作为人们对周围现实与个体需要之间关系的反映，具有强烈的社会性质。现实生活中，人们的各式各样的情感无不有其深深的社会烙印。因此，在宣传心理战中使用情感法攻击敌人，必须十分地熟悉和了解敌国的国民性，这是情感法攻击能否成功的关键。

三、理智法

理智法,也叫理性法,就是采用讲道理的方式对敌进行心理攻击的方法。同情感法一样,在宣传心理战中,理智法也是一种有效的攻击手段,所不同的一个是针对人的感情,一个是针对人的理智。

理智和情感对宣传效应的产生都具有重要作用。在西方资产阶级的一些宣传理论体系中,情感有时受到特别的青睐,而理智却受到冷落,这种看法实际上是片面的。从心理学的角度讲,人的各种心理活动是互相联系和互相作用的。情感可以影响人的认识、记忆、思维和意志,同样,人的认识、记忆、思维、意志等也可对人的情感发生影响。俗话说:“知之愈深,爱之愈切”,实际上讲的就是人的认知对情感的影响。比如在战争中,面对死亡的威胁,亲人的分离,战友的牺牲等现象,军人可能会有恐惧、伤感、悲观、沮丧等情感和情绪体验。这种情感体验影响到意志,便会产生诸如怕死、不愿打仗等念头。但是,如果对战争的正义性、必要性有明确的认识,有坚强的意志,同样也会给军人的情感体验以积极的影响,苦可以变成乐,死则被看成是一种光荣。

研究结果还进一步表明:就情感法和理智法对人的心理影响而言,从攻击时效上看情感法见效快,但持续时间短,因而它适用于要求立即收效的目标;理智法见效慢,但持续时间长,因此它更适合于长久的持续的目标。从攻击对象上看,情感法适用于对一般群众和士兵,理智法则适用于对付敌上层人物。比如,解放战争时期,我军对国民党上层人物的政治瓦解,就主要地是采取理智法来进行的。通过揭露国民党政府在政治上的腐败和堕落,宣传我解放区之民主政治,促使他们当中许多人在对比中认识蒋介石政权反共反人民的反动本质,认识到依靠国民党不仅不能为国家效力尽责,就连自己的前程也朝不保夕。所以尽管蒋介石可能待他们当中有的人“不薄”,但从国家、民族大义出发,最终还是走上弃暗投明的道路。

总之,理智法是宣传心理战的重要方法之一。在运用时要注意

意：①讲理要有理。理来自客观事实。因此在运用理智法时，必须要有充分的事实根据；②讲理要有艺术。没有“艺术”有理也讲不好。所以，使用理智法，要十分讲究策略艺术，不要给人以强加于人的感觉，而是要让他们感到讲的合乎情理，乐于接受。③理智法要和情感法相结合，这同样也是对情感法的要求。二者互为作用，相得益彰。

四、提问法

把问题提出来，把结论留给敌人去做，这就是宣传心理战中的所谓提问法。“对敌宣传的诀窍在于提问”，这是英国人的经验。对此，日本的宣传战专家也大为赞同。池田德真说：“作为一个对敌宣传工作者，他的最重要的任务是：我们不把自己所设想的答案说出来，叫敌人去想，叫他们自然而然地得出这个答案来”。①他甚至把提问法称之为宣传心理战的“高级战术”。

提问法是对宣传心理战关于隐蔽性原则的运用。在某种程度上，它和暗示法似乎有点相似，但不完全一样。同暗示法相比，提问法显得更简单、更明了，也更加尖锐。为什么说提问法是宣传心理战的一种重要方法呢？奥秘就在于它只提问而不讲结论。我们知道，战争时期敌对双方的敌视意识是很强烈的，敌人决不会因被驳倒就服服贴贴地听任自己对手的摆布，相反，他将感情用事地反抗到底。“为什么我们要听信敌人的看法？”这种敌对意识使他们对有施加感的结论性宣传往往会产生一种顽强的抗拒心理。而提问法妙就妙在它只提问而不作结论。这种不把自己的观点强加于人的作法，在敌人看来似乎是对他们的一种“尊重”，从而减少抗拒意识，对提问者提出的问题进行思索并作出自己的结论。而实际上，提问者的结论却已通过巧妙的提问传达给了自己所要攻击的对象。

例如，在第一次世界大战期间，有一位名叫伊迪丝·卡尔维的

① 《宣传战史》第162页。

英国女护士，由于她年轻的时候在比利时布鲁塞尔市护士学校工作过并担任过校长，因而对比利时人很有感情。大战爆发后，她从英国来到在德军占领下的比利时，在布鲁塞尔市一家大医院里担任总护士长。她的宗旨是，不论是在那个国旗下战斗过的伤兵，都按照红十字的精神平等地予以护理。但德国人认为比利时兵和法国兵是俘虏，因而护士在护理他们的时候，必须承认自己已经当上了患者的看守。伊迪丝拒绝了这个要求。不久，她被德军秘密逮捕并交军事法庭判处死刑，宣判后即被枪决，罪名是放走了几名比利时和法国士兵。英国人抓住这一事件进行了出色的宣传。在宣传中他们忠实地坚守了只提问不讲结论的方法：

①德军枪杀了一名不分敌我去护理伤兵的天使般的妇女。

②德军为什么把逮捕她的事如此保密并急于杀掉她？

③根据1907年海牙陆战条约的附件陆战规则第二十三条规定，“禁止宣布敌国国民所享权利与诉讼权的消失、停止或者不受审判”。德方不承认有接受民事审判的权利，把护士交给军事法庭审判，这到底是怎么回事？

④德方说伊迪丝承认对她的指控，为什么又不让她同美国公使会面？（美国当时是中立国）

⑤是不是德军把伊迪丝不认为“护士是看守”当成是对他们的反抗而杀掉她呢？

这里提出的每个问题，宣传者都没有作结论。但被宣传者通过对这一连串提问的思索，却可以作出诸如“德军不讲人道，残忍、粗暴”等结论来，而这恰恰正是英国宣传家所要告诉人们的东西。

五、诱惑法

宣传心理学认为，在宣传过程中，使被宣传者和宣传者之间产生一种“同体感”，把宣传者和自己视为一体，从而产生“自己人”效应，是增强宣传心理效应的重要方法。因为一般地讲，人类心理普遍地具有这样的特点，对于被视为是“自己人”的观点，往往易

于接受。相反，对于自己不喜欢或者认为是自己“对立面”的人的观点，则往往持批判态度，即便对方是对的，感情上的因素也使他拒以接受。因此，心理学家主张，在宣传过程中，不要树立“敌人”，而要多交朋友。即使是对自己或所属团体持反对态度的人，也要以对待朋友的态度来作为自己行为的出发点。

在宣传心理战中，所谓诱惑法实际上就是对这种“自己人”效应原理的运用，而且更具有策略上的意义。因为在宣传心理战中，敌对意识更为强烈。所谓诱惑，就是跟敌人套近乎，从感情上接近敌人，从而缓和敌人对我宣传的敌视意识、矛盾心情和批判态度，以有利于我宣传心理战对敌心理防线的突破。比如在第二次世界大战中，美国海军情报局特别战略科有一个代号为“诺顿”的电台对德国海军进行宣传心理战。“诺顿”电台的广播宣传先后一共进行了309次，获得很大成功。就连德国海军也不得不承认，“诺顿”的广播“对于德国海军人员的士气具有摧毁性的影响”。“诺顿”电台的广播宣传获得成功的一条重要经验，就是注意从情感上诱惑敌人，使德国海军士兵对他产生一种“亲近”感，愿意收听他的广播。例如在通常情况下，如果德国的潜艇击沉一艘盟国的船只，艇长就会得到一枚铁十字骑士勋章。美国海军情报部门发现，在整个德国海军中只有一个下级军官得到过这种奖赏。于是“诺顿”广播说，邓尼兹海军上将不把骑士勋章授予甲板上的水兵，这是一种歧视行为。这些人虽然共同担负作战和航行中的一切风险，但却不被重视。“诺顿”的广播很快收到效果。不久，德国海军宣布给两名下级军官授予骑士勋章。“诺顿”在得知这一消息后，又通过广播向他们表示祝贺，并说这是美国海军建议的结果。“诺顿”广播的“艺术”赢得了德国海军士兵的欢心，他们甚至送给“诺顿”广播一个昵称“鲍布”。

总之，诱惑法在宣传心理战中具有重要作用，其具体方法也很多。如为了贬低而赞扬的甜中带苦的“称赞法”，尊重敌人所尊重的一切，对其行为给以某种理解的“同情法”等等。用实物进行宣传也是一种很好的诱惑方法。如在我军对越南进行的宣传心理战

中，就曾利用越南军民生活十分艰苦、对物资需求较为强烈的心理，以适当的方式满足他们对物资上的需求，以唤起他们对我友好、对当局埋怨的情绪，收到很好效果。对此，就连越南当局也不得不承认“货物成了比枪炮威力还大的武器，因为它既腐蚀人的政治思想，又破坏了经济和组织”。

六、谣言法

谣言，一般是指没有事实根据的传闻或捏造的消息。在现实生活中，造谣者往往没有什么好名声。但在宣传心理战中，谣言则是一种重要的心战方法。宣传者借助谣言，往往能够获得更大的宣传效果。对此，美国心理学家E·C·波林曾作过专门分析，并具体讨论了在宣传战争中谣言所具有的四个方面的作用。

1. 分裂破坏作用。即利用挑拨性谣言在敌同盟国之间或一国内部制造分裂，破坏他们的团结。或利用恐吓性谣言造成敌方的恐惧和混乱，瓦解敌军士气，破坏敌国军民的斗志。

2. 烟幕作用。即故意泄露各种矛盾的“内幕新闻”，借以掩盖自己的秘密真相。

3. 新闻失信作用。即利用谣言破坏敌方宣传的威信。如1940年，德国针对英国想炸毁柏林重要火车站而屡次都未奏效这一点，捏造了一个火车站已被炸毁的虚假“消息”。英国人听到后信以为真，于是报道了这一消息。德国的宣传部长在英国报道此消息后邀请美国的新闻记者到实地视察，借此证实英国人的宣传不可信。

4. 诱饵作用。即利用谣言探知事情的真相。如日本在某次海战后企图了解美国方面的真实损失情况，于是就制造了一个关于美国方面损失惨重的谣言，美国方面为了维护士气，不得不宣布实情，从而使日本实现了自己的企图。

心理学的研究表明，谣言的产生和传播需要两个条件：一是社会各个团体中的一般气氛；二是构成各个团体的个体的需要与欲望。因此，使用谣言法进行宣传心理战，必须注意掌握战争条件下

人们的一般心理特点以及在战争各个不同阶段人们的希望与要求。具体讲主要有以下三个方面：

第一，利用人们的感情障碍。战争是一个残酷的事物，充满着流血和牺牲。对失败的恐惧、对远离亲人的挫折、以及对生存的欲望，常常会使人们产生各种各样的感情上的障碍，如恐惧、紧张、惶惑、不安等等。这种情绪色彩增强了人们认识上的倾向性，同时也降低了人们的逻辑推理能力，使人们很容易接受别人的说法而不问“为什么”。在宣传心理战中利用人们的这种感情障碍，散布“恐惧”性谣言，常常可获得满意的效果。如1940年德国闪击法国，防守在默兹河前线的法军第55师仅仅只听到一句“德军的坦克已进到布兰库尔”（在法国的后方）的谣言，即仓惶弃阵逃跑。而实际上当时过河的德军，仅是几百名步兵。

第二，利用人们的信息障碍。事实表明，信息渠道不通，最利于谣言的滋生和传播。特别是在战争时期，一方面人们对与自己利益关系密切的信息有更多的需求，诸如战局的发展、盟国的态度、战场上的胜负等等。另一方面由于保密的需要，许多主要消息往往被封锁。在这种情况下，谣言便作为人们在信息需求上的一种补充而被广为传播。因此，宣传者利用这一点，散布各种带有挑拨性或恐吓性的谣言，即可造成对方的混乱。

第三，利用人们欲望和要求。谣言的传播与人们的欲望和要求有关。当谣言和个人的欲望、要求接近时，谣言传播的速度与广度不可逆转。如果两者有距离或矛盾很大时，则个人对谣言会不作反应。因此，在宣传心理战中使用谣言法，必须掌握人们的欲望与要求，使其乐于接受、乐于传播。

七、伪装法

伪装法，是一种以匿名的形式通过无线电广播或其他信息渠道，传播消息、新闻和事件的方法。在西方资产阶级的宣传心理战体系中，这种方法被称为“黑色宣传”。它往往假装成是从敌人的

国土上，或是靠近敌人国土的地方，或是在敌占区或靠近敌占区的地方发出来的宣传。有时，它还伪装成是混在敌人内部的颠覆分子所进行的活动。伪装法宣传的内容可能是谣言、传闻或捏造的事实，也可能是真实的事实。它的主要目的是利用敌人内部的各种矛盾以及“不满”或“不和”的情绪，从心理上对敌进行分裂的和瓦解，造成对方的各种混乱。

第二次世界大战期间，在英国对德国进行的宣传心理战中，就曾成功地运用过“黑色宣传”。宣传中，英国的宣传者塞夫·德尔默把自己伪装成一个在第一次世界大战中立有功勋的德国高级军官，并自称是“上级”，用德语通过无线电向德军士兵进行广播。他装做是一个具有德国人暴躁脾气的爱国者，反对一切并仇恨所有的人。广播的语言尖锐辛辣，并能抓住士兵一般都有牢骚的心理特点，常说为士兵们所喜欢的牢骚话，告诉他们一些有趣的新闻。诸如希特勒的一些私生活，德国最高统帅部内关于作战计划方面的意见分歧，以及各种流言蜚语等。有一次，这位英国的“黑色”宣传者挑选了一个以无能闻名的德国军官，（由于他的错误，致使一营德军被歼）先在“白色”宣传中进行公开嘲讽。不久，德军即逮捕并枪毙了这个军官。于是这位“上级”开始出面广播，对德国最高统帅部进行猛烈地抨击。他以悲愤的声调广播说：“我们从什么时候开始听起那些混帐的英国人的话来了呢？他们是什么东西？用得着他们告诉我们应当怎样处分我们自己的军官吗？如果照这样搞下去，我们所有的军官不都要交军事法庭吗？谁能不犯错误？我们大多数军官都犯过错误。一个营被歼了，这也是没有办法的事，战争总是战争啊”。“上级”的这番话，无疑有着明显的挑拨和煽动性，但德国的士兵却毫不怀疑这是敌方的广播。

伪装宣传的具体办法很多，除以无线电广播进行外，还可采取诸如发行模仿畅销日报的地下报纸、邮寄挑拨性材料、散发传单和小册子等等。使用伪装法时须切记，绝对保密是伪装宣传法的根本特点和要求。如果一旦暴露了自己的庐山真面目，伪装法即失去作用。

第六章 武装心理战

第一节 武装心理战的原则

武装心理战的原则，是根据武装心理战的性质、目的以及特点提出来的，它既遵循武力攻击的一般性原则，又体现出心理攻击的特殊性，是实施武装心理战必须遵循的基本要求和取得良好效应的重要保证。

一、主动性原则

主动权是军队行动的自由权，而行动自由是军队的命脉，如果失去了行动自由，军队就接近于被打败或被消灭。因而，古往今来，在充满着流血和牺牲的战争舞台上，无论何种形式的作战，敌对双方无不都是力争主动，力避被动，以求将自己的暴力和意志，有效地强加于对方。

对武装心理战来说，掌握作战的主动权，同样也是对敌实施有效心理攻击的重要原则之一。因为，从心理学的角度来看，所谓作战主动权，实质上就是作战中的某一方，在一定程度上将自己的意志强加于另一方，迫使对方按照己方的意图，战斗行动的时间、地点、类型来进行战斗。因而，掌握了作战的主动权，实际上也就是掌握了对敌进行心理攻击的自由权。相反，作战主动权的丢失，也即意味着心理攻击自由权的丧失。而且应当看到，被动的应战地位，将使交战者在心理上产生严重的压抑感和恐慌感，有时甚至可能出现严重的张皇失措。如解放战争时期，我西北野战军在陕北地

区连续进行的青化砭、羊马河和蟠龙三次进攻战役，就是在牢牢掌握了作战主动权的基础上，牵着敌人的“牛鼻子”进行“大游行”，使敌疲于奔命，士气大丧，最后就范被歼。

作战主动权的争取，实际上是力量、智慧、时间和行为的综合较量。要想凭借相应的作战力量，始终把握主动，首要的条件是在一定物质的基础上，充分发挥人的主观能动性，力争在谋略上高敌一筹，只有这样，才能始终牵着敌人的“牛鼻子”走，而不被敌所钳制。因而战斗中要对敌情始终持保高度的敏感性，及时准确地掌握战场情况，善于发现和利用敌人的弱点和缺点，并以计谋去制造敌人的错觉和失误。进攻时不让敌人从被动中恢复过来；防御时要设法剥夺敌人在选择攻击时间和地点等多方面享有的优势。要设法造成一种多变的态势，使敌难以弄清战局的发展趋向，不知我真实意图，从而处处为我所制。

其次是要快速反应，先机制敌。这是使战斗增值、主动权在握的可靠保证。尤其是在现代条件下，战场情况复杂多变，战机稍纵即逝，时间和速度对于作战主动权的获得意义更为重大。因而在作战中，要能够快速反应，先发制人。如果一旦敌人先我进攻，也要积极防守，适时反击，争取后发制人，以保证积极主动的打击敌人。

再次是要积极行动，迫敌应付，这是把握作战主动权的重要条件。特别是对力量弱小的一方来说，要想争取和把握主动，就必须采取灵活机动的战略战术，以积极的连续不断的战斗行动和灵活多变的行动方法，扬我之长，击敌之短，限制敌之机动，破坏敌之协同，分散敌之兵力，给敌以心理上的重压，使其苦于招架，疲于应付，意志沮丧，无法找到对我采取主动行动的时机和地点，始终处于被动挨打的位置。

二、突然性原则

突然性，是指作战行动上的出敌不意。对此，我国古代兵法多

有论述。如孙子说：“攻其无备，出其不意”。^①管子说：“径乎不知，发乎不意。径乎不知，故莫之能御也；发乎不意，故莫之能应也。故全胜而无害。”^②诸葛亮也说过：“见机之道，莫大于不意。有猛兽失险，童子曳戟而追之；蜂虿入袖，壮夫徬徨而失色，以其祸出不图，变速非虑也”。^③事实上，无论古今中外，突然性历来是武力战的重要原则。

然而，从心理学的角度来看，突然性不仅是武力战重要原则，而且也是武装心理战的重要原则。因为突然、出敌不意的作战行动，往往具有物质性的和心理性的双重功能。它不仅能使敌人的安全受到严重威胁，在物质领域给敌以极大的杀伤和破坏，而且能在心理上给敌以强烈的震撼。有时这种心理上的效应，甚至远远超过军事打击的本身。19世纪初德国资产阶级军事理论家克劳塞维茨即认为：“一切行动都是或多或少以出敌不意为基础的。……出敌不意是取得优势的手段。但除此以外，就其精神效果来看，它还可以看作是一个独立因素。非常成功的出敌不意会使敌陷入混乱和丧失勇气，从而会成倍的扩大胜利”。^④我国古兵书《兵经百篇·预字》中也讲道：“凡事以未意而及者，则必心骇，心骇则仓猝不能谋，败征也”。例如，第二次世界大战初期，法西斯德国的闪击战在欧洲曾取得一系列惊人的成功，其中一个很重要的原因，就是德军极大地利用了突然袭击所造成的强烈的心理震撼效果。比如在法国，当德军的坦克铁流突然涌向它的时候，强烈的心理震撼使法国人的心理全面崩溃，许多法军部队面对德军进攻，不作任何抵抗即弃械逃跑。

实践证明，突然性具有强烈的心理震撼效果。当精心组织的战役战斗行动以突然袭击的方式，出敌不意的施加于敌的时候，它如同

① 《孙子兵法·计篇》

② 《管子兵法第17》

③ 《诸葛孔明异传卷二应机》

④ 克劳塞维茨：《战争论》第68页。

晴空霹雳，暗夜闪电，能给敌心理以强烈的刺激，从而使其产生种种极不正常的心理现象。如惊慌失措；注意力难以集中；记忆力显著减退；思维判断能力下降；不能有效地控制自己的意识和行为等等，从而严重地影响敌人正常的军事活动。

突然性的达成，首先取决于对行动企图的隐蔽。《淮南子·兵略训》中讲：“兵贵谋之不测也，形之隐匿也，出于不意，不可以设备也”。因此，保守当前军事行动的秘密，严密实施战役战术伪装，运用计谋迷惑敌人，巧妙地选择有利地形，在敌意想不到的时间、地点发起攻击等等，这对于达成突然性来说，都是至关重要的。事实上，如果不能有效地隐蔽自己的行动企图，也就无所谓突然性可言。美军有关材料指出：苏军在突然性的运用方面，有一种“死火山”战术。这种战术认为，人们对于一种已经成为过去的危险通常并不畏惧，就象农民通常放心地在一座死火山上耕耘一样。因此，战斗中要努力给敌人造成并加深自己是一座“死火山”的印象。一旦“死火山”爆发，就能收到双倍的突然性和心理震撼效果。这种所谓“死火山”战术，实际上就是要求以隐蔽自己的行动企图来达成突然性。

其次，作战行动要快，这是达成突然性的又一重要因素。美军认为，快速行动是绝对必要的，它有助于达成突然性，使敌措手不及。快速行动不仅可以保障进攻部队的安全，而且可使守方陷入混乱和无所作为，使其迟钝地反应措施归于无效。我国古代兵法中也讲道：“攻敌欲疾，……疾则备不及设”。《三略·上略》中主张：“出之以神速，速则敌不支”。《草庐经略卷七袭人》要求作战行动“如风之陡发，如云之陡合，如转园石、溃积木于万丈之上，使人莫识其来，莫知所御”。①如公元814年，唐朝名将李愬雪夜袭蔡州，活捉叛将吴元济，就是以神速的行动达成突然性，使吴元济在不意不备中束手就擒。据史书记载，当李愬率兵进入吴元济的外宅

① 《陈纪卷二率然》

时，吴元济还在睡觉。士卒报告说唐朝的兵马已经到了，他还不相信，误认为是俘囚来偷东西。

三、要害性原则

军队的要害部位和主要目标，是军队在物质上和心理上保持平衡的重要源泉。因此，当军事行动打击(包括破坏和袭扰等)的方向指向敌人致命而敏感的部位或目标时，不仅能在军事上给敌造成严重的威胁，而且能够从心理上破坏敌人的稳定性，给敌以巨大的心理压力，使敌对自己的安全产生忧虑，对上级指挥官的能力发生怀疑，对战斗的前景丧失信心，进而导致其心情恍惚不安，精神迷离混沌。以至在行动上或犹豫不决，举棋不定；或采取盲目行动，铤而走险；或厌战怯战，畏缩不前。所谓要害性原则，即是指在作战中，指挥员应尽可能的将自己的攻击目标指向敌人部署上或行动上的要害部位，力求在给敌以物理性压力的同时从心理上破坏敌人的稳定性。

实践证明，要害性原则与它所产生的心理震撼效应之间成正比。一般地说，突击敌人的部位或目标愈是重要，其产生的心理震撼效果也就愈加明显。相反，如果攻击的目标不是敌人的要害之处，敌之所失无妨大局，我之所得无助于赢得主动，其心理震撼效果也就非常有限。如解放战争时期，1947年7月，我刘邓大军千里跃进大别山，拉开了我军战略进攻的序幕。大别山北瞰中原，南控长江，西挟武汉，东慑南京，是国民党战略上最敏感、也是最薄弱的地区。由于我军如同一把钢刀刺入敌人的心脏，在国民党统治集团内引起极大的震动，使得蒋介石手足无措，完全打乱了他的阵脚。这种独特的战略进攻样式所以能在敌人的心理上引起极大的震动，即在于它击中了敌战略全局上的要害之处。

除上述外，攻击敌人的要害部位或重要目标，还具有使军事行动效益大为增加的所谓“增值效应”。这种增值效应从根本讲，即是心理震撼效应所产生的结果。它主要表现为一处攻击可能引起的连锁反应，有时甚至是全局性的反应。瑞士资产阶级军事理论家

若米尼即认为：“战争中，一个指挥官必须首先确定敌人部署的决定性位置，然后集中主力去对付它。这个位置所以是决定性的，是因为他们对敌人的其余军队能够产生增值效应，使之无法把混乱限制于局部地区”^①。约米尼所说的“决定性位置”，实际上指的就是敌部署上的要害部位。战争史上，这种以攻击敌之要害而使其产生增值效应，进一步扩大军事上胜利的战例是非常多的。如三国时期的袁曹官渡之战，粮草对双方来说都至关重要。特别是在相持后期，真可以称得上是得粮草者昌，失粮草者亡。这种情况对于处于弱势地位的曹军来说，尤为显得重要。就在这个节骨眼上，曹操听从投降过来的谋士许攸的建议，亲率五千精兵，乘夜奔袭袁军粮草重地乌巢，一把火把袁军在乌巢屯集的全部粮草烧了个干干净净。乌巢被劫的消息传到前线，袁军顿时人心浮动，内部发生分裂，袁绍手下骁将张郃投降曹操，战役形势随之发生根本转变。仅仅一把火，即使曹胜袁败成为定局。

再如公元228年，诸葛亮在安定蜀国内部局势之后，第一次率军西出祁山，北伐曹魏。蜀军一出祁山，即获三郡响应，并占领了陇右的门户街亭，态势一度非常有利。然而，当魏军援兵在司马懿的率领下夺回街亭这一战役要地后，却使蜀军形势急转直下，迫使诸葛亮在西城“弄险”之后，不得不收兵归蜀。街亭一地之失，使诸葛亮这一次最有希望的北伐归于失败。可见要害之地的得失，其增值效应是何等明显。

要害部位通常是指敌部署上的突出部、接合部、翼侧、要点、指挥部、交通运输线、通信枢纽、后方基地、以及野战机场和各种技术兵器阵地等。战斗中指挥员要善于审时度势，积极地采取各种战斗行动，包括运用远程火器等各种手段，对其实施突然猛烈的攻击，以给敌造成沉重的心理压力。

除上述要害部位外，还要注意寻找打击敌指挥上的要害之处。

^① 美国陆军军事学院《军事战略》第88页。

例如，在现代战场上，计划性对于合成军队遂行战役战斗任务具有极为重要的意义。有了周密精确的时间表，战斗进程中的每一步，诸如电子压制、火力急袭、突击等等，都变得既明确而又简单。因而，千方百计地打乱敌方的时间表，即可造成敌极大混乱。近年来，国内外军事研究人员纷纷提出，把“打乱敌方的时间表”作为一个战术指导思想来研究，即是看到了“时间表”是合成军队指挥上的要害之处。再如，指挥官是军队的灵魂，指挥员的心理素质如何对军队胜败具有重要影响。因而，瞄准敌指挥官心理上的弱点进行攻击，摧垮其意志，破坏他的心理平衡，往往是代价最小，见效最快的制胜之道。

四、时效性原则

时效性是武装心理战的重要原则之一。所谓“时”，是指作战行动所用的时间；所谓“效”，是指作战行动在物质实力上对敌打击破坏的程度。在武装心理战中，“时”和“效”这两个因素与心理战效应的大小紧密相关。如果用一个公式来表示，我们可以写成：

$$F = \frac{m}{t}$$

其中：“m”表示作战行动对敌打击破坏的程度，“t”表示所用的时间，“F”表示武装心理战效应的大小。从这个关系公式中，我们可以清楚地看到，在武装心理战中，心理效应的大小与军队的作战行动对敌造成的打击破坏程度之间成正比，与作战行动所用的时间之间成反比。也就是说，对敌物质实力打击和破坏的程度愈沉重，其心理效应就愈大；相反，如果打击破坏的程度不那么沉重，则心理效应也就必然受到限制。而对时间来说，则是越短越好，时间越短，其心理效应就越大。举例来说，十分钟时间内向敌人的阵地上倾泻数万发炮弹与倾泻数千发炮弹，会产生不同的心理震撼效果；同样，将数万发炮弹在三、四分钟时间内射向敌人的阵地和用十分钟的时间射向敌人的阵地，其心理震撼作用也必然大不相同。

苏军即认为，在短时间内使敌遭受重大损失，比在一段长时间内施加给敌人以同样的损失，能够给敌士气以更大的影响。逐渐地使敌遭受伤亡，每次数量不大，不能给敌造成深刻的印象，敌军还能较长时间的保持战斗力。而通过短促猛烈的突击，不仅可使敌在物质实力上遭受重大损失，而且可给敌造成强烈的心理震撼。一个分队或部队在很短的时间内，如果遭受50%—60%的伤亡，它就丧失了战斗力。

正是由于这种“时效效应”的作用，使得在两军相杀的战场上，进攻者无不强调集中优势兵力兵器，在短时间内以对敌形成的物质性高压压向敌人，以求在物质实力和心理两方面同时打垮敌人。如第二次世界大战初期，德军在实施闪击战时，为了追求最大的心理震撼效果，即特别强调首次突击。它总是将主要兵力兵器都集中在战役——战略第一梯队，在战场上形成空前性的物质性高压，从而使整个战役似乎是由一次打击、一次行动组成。特别需要指出的是，在现代条件下，随着武器装备的发展和军队作战能力的提高，进攻者拥有了更为雄厚的打击力量，从而使防御者面临的战场压力空前增大。如第四次中东战争，埃军为突破以军的“巴列夫防线”，在运河西岸30公里的正面上，部署了5个步兵师、2个装甲师和2个机械化师，兵力近20万，坦克1400辆，火炮1500门。在火力准备中，埃及先以200架飞机进行猛烈突击，5分钟后，又以1500门火炮对以军阵地炮击53分钟，第一次急袭就发射炮弹3000吨，7天之内将原库存的弹药总量基本上全部倾泻在以军的阵地上。这种强大的战场压力，在心理上所起到的震撼作用，是可以想见的。

除上述情况外，在以战术性心理恐吓、心理袭扰以及心理迷惑等手段进行的武装心理战中， $F = \frac{m}{t}$ 的公式同样成立。所不同的是

其中“m”所表示的内容，不再是在物质实力上给敌以打击和破坏的程度，而是实施给敌人的恐吓、袭扰、迷惑等信息的信息量。我们知道，人类在心理上对各种信息的承受能力是有限的，如果军人

在一个极短的时间内承受过多的信息，无疑将会使他感到压力重重，晕头转向。正如美国未来学家托夫勒所说的那样，感觉上的过度刺激会歪曲人们观察现实的真实感，而认识上的过度刺激将干涉人们正常的思考能力。“当一个人处于迅速和反常的变化之中，或者处于极为新奇的环境中时，他推测事物的准确性当然要骤然下降。他再也不能作出合乎情理的正确估计，而理智的行为却是以此为转移的”。^①托夫勒的分析同样也适应于我们对武装心理战效应的分析。事实上也确实如此，战场上，超量的信息刺激会破坏敌人正常的心理活动过程。而且，在短时间内，这种刺激的信息量越大、越强烈，其心理效应现象就越加明显。它甚至可能造成敌心理上的全面崩溃，导致其行为严重失常。

总之，无论采取何种手段，对武装心理战效应来说，作战行动的效果，（包括以各种攻击信息进行刺激）是至关重要的。所谓时效性原则，实际上就是要求在尽可能短的时间内，给敌以最大的打击、破坏，或者施加以超负荷的信息量，从而谋求最大的心理震撼和心理破坏效应。

第二节 武装心理战的方法

确定武装心理战的方法，是达成武装心理战目的的关键性步骤。那么方法是什么呢？从武装心理战实施者的心理倾向性上看，一般地讲主要有以下几种：

一、威慑法

威慑，据《辞海》解释，就是“以声势或武力相慑服”。在军事领域，无论是过去的冷兵器时代还是今天的热核时代，威慑从来都

^① 《未来的震荡》第391页。

是心理战的重要方法。我国古代兵书《兵家领要·先声篇》中讲：“兵有先声而后实者，谓以先声夺敌之魄，故敌不烦兵而服也。……故张我军实，张我先声，俾敌闻之，或恐惧投降，或未战自溃，皆兵之机，所谓用力逸而成功多也”。这种“先声后实”之策，实质上就是威慑心理战。

威慑就其作用而言，是信息不是行动，是慑服而不是毁灭。所谓威慑法，即是指以威慑信息对敌人的认识、情感和意志施加影响，从心理上对敌施加压力，从而不战而屈人之兵。正如美国战略学家柯林斯所说的那样“威慑不是从行动上去遏制敌人，而是从心理上遏制敌人”^①。然而从本质上看，威慑的信息是由国家实力转化而来的。强大的军事压力、有利的战略态势以及优势的武器装备等等，都是构成现实威慑的重要因素。因而威慑是建立在实力基础上的赤裸裸的威慑，而不是空洞的威慑。正是在这个意义上，我们将其纳入武装心理战的范畴。

威慑效应的心理依据是威慑的潜在性，即存在于人们意识之中，基于对以往战争经验的认识而形成的、一种潜在的社会心理感受，或称之为定势心理。如对战争巨大的破坏性、强烈的震撼性和异常的残酷性所存在的恐惧心理；面对强大的军事实力和优势的武器装备所产生的胆怯心理；在不利形势和处境下的失望、沮丧心理等等。这些潜在的社会心理感受，影响着人们的认识活动和社会情绪，是威慑心理效应得以产生的心理基础。例如，现代战争的“威慑战略”，就是建立在优势武器，特别是核武器心理效应的基础之上的。据研究，在实际使用核武器的时候，核爆炸的壮观场面、冲击波和光辐射所造成的大规模破坏和伤亡景象，将会给人以强烈的心理震撼，其范围也将远远超过冲击波和光辐射的直接杀伤范围。冲击波能破坏感觉器官的工作，使人丧失判断能力，引起心理紊乱、错觉和呆痴；光辐射能将人体烧伤，造成暂时失明或失明，引

^① 《大战略》第163页。

起人的恐惧感；放射性辐射会使人四肢无力、困倦、头晕，丧失正常的工作能力；而放射沾染则能引起大众性的恐怖感，使人产生神经性反应。由于核武器具有这种空前的、巨大的杀伤力和破坏力，使得人们几乎普遍相信，核武器所具有的能够毁灭人类的威力，使现代战争的手段日趋危险和残酷了，一场可能爆发的核战争，无疑将是人类历史上空前的灾难。这种现象作为一种比较固定的、潜在的社会心理感受，影响着人们的认识活动和社会情绪。“威慑战略”，正是利用了人们的这一定势心理而发生作用。

威慑的潜在性是实现威慑效应的心理基础。除此而外，威慑信息的可信性是实现威慑效应的又一必备条件。我们知道，威慑是通过对敌国施加心理上的影响来发挥其慑服作用的。因此，使敌国感到我方的能力可信，是威慑心理战成功的关键。柯林斯说过：“威慑总是以赤裸裸的威胁为基础的，并以保证在必要时采取决定性的、自动的、无情的行动作为后盾。”^①“空洞的威胁不能持久地起威慑作用，威胁必须具有可信性，即威胁者清楚地表明，在迫不得已的情况下，他不仅有能力，而且有决心说到做到”。^②保证威慑的可信性，一方面要有灵活强大和有效的力量，另一方面要有使用这些力量的坚强决心。同时还要创造条件将威慑信息有效的传达给敌方。在这方面，我们可以六十年代初的古巴导弹危机为例来加以说明。从美苏之间这场惊心动魄的威慑心理战中，我们可以清楚的看到威慑的可信性在威慑效应中所具有的重要的、关键性作用。

六十年代初期，苏联为了加强对美国的直接核打击力量，秘密地在古巴部署了中近程导弹和远程导弹，并在那里集结了可以携带核武器的伊尔—28战略轰炸机。美国的空中侦察系统揭破了这个秘密，于是一场严重的危机出现在美国家门口。为了迫使苏联从古巴撤走自己的导弹，美国凭借自己当时具有的核优势，对苏开展了一场

① 《大战略》第164页。

② 同上。第165页。

赤裸裸的威慑心理战，即一种“故意将危机推到战争边缘以迫使对方后退的艺术”^①美国总统肯尼迪宣称：美国把“从古巴对西半球任何国家发射的任何导弹，都看成是苏联对美国的进攻，需要对苏联作出充分的报复性的反应”。^②他甚至扬言，如果苏联不按照美国的意见行事，从古巴撤走自己的导弹，那么，“美国将进一步采取任何一种必需的步骤，包括不顾一切的侵入古巴。”^③与此同时，按照美军五角大楼的命令，180余艘美国海军舰艇从海上对古巴实行了全面封锁。面对美国咄咄逼人的威胁，苏联人一开始并不认输，但最后还是不得不退却下来。作为对美国保证不入侵古巴的“回报”，同意在美国的监视下从古巴撤出自己的导弹和伊尔—28轰炸机。至此，一场剑拔弩张的冲突危机终于得到缓解。

有的分析认为，古巴导弹危机的理性解决，是人类理性对危机处理的一次胜利，这种看法有一定道理。但从威慑心理战的角度讲，美国方面的威慑的可信性，无疑是其威慑效应得以产生重要条件。据有关资料，60年代初期，美国拥有大约200—250枚洲际导弹，苏联只有50—70枚；远程战略轰炸机美国当时有600架，而苏联只有约200架。美国正是依靠这种实力上的优势地位以及在运用这种实力方面所显示出来决心，迫使苏联不得不做出让步。

二、恐吓法

恐吓是心理战的常用方法。不论是宣传心理战还是武装心理管，恐吓战术都常被采用。所不同的是一个用语言，一个用行动。恐吓同威慑相比，尽管威慑也包含有恐吓的因素，但从根本上看，二者还是有区别的。如同我们已经讨论过的那样，现实的威慑不仅要有强大的实力作为后盾，而且要有敢于运用这种实力的意志和决

① 柯林斯：《大战略》第167页。

② 〔美〕罗伯特·肯尼迪：《古巴导弹危机回忆录》第95页。

③ 〔美〕拉塞尔·F·韦格利：《美国军事战略与政策史》第541页。

心。而对恐吓来说，实力的强弱无关紧要，重要的是恐吓的战术是否高明和巧妙。威慑侧重于战略上的总体效应，而恐吓则主要是一种战术方法。

恐吓的心理依据是刺激并利用敌人的恐惧心理。研究认为，恐惧是军人在遇到危险时所产生的的一种情绪体验。在战争中，恐惧影响着军人的所有心理活动过程，如认知，情感和意志等等。所谓恐吓法，即是以各种战术手段和方法刺激敌人的恐惧心理，陷敌于“众恐”之中，从精神上瓦解敌人的斗志。而恐惧心理一旦产生，轻则使人失去正常的心理自制力，不能集中自己的注意力，不能正确判断一般的情况，造成惊慌失措，贻误战机；重则使人的全部心理过程受到破坏，有意识的斗争能力处于瘫痪状态。这时就可能丧失理智和信心，“麻木不仁”地等到危险的到来，或者立即想办法逃避危险环境。有的人还可能因为受惊而出现周身无力，体力衰竭等生理现象，严重者甚至昏迷不醒或突然死亡。

美国学者瓦伦特在《心理上的态度与战争》一文中指出：“恐惧感是由于人们在强大的威胁下总有一种脆弱和弱小的心理所造成的”。所以在武装心理战中，虚张声势，给敌造成一个面临强大威胁的印象，历来是一种有效的恐吓战术方法。例如，第二次世界大战中，被称为“魔鬼之师”的德军隆美尔装甲师，在作战中即经常采用这种虚张声势的恐吓战术来吓唬敌人。据有关资料介绍，隆美尔装甲师的坦克，有一半以上是捷克制造的轻型坦克，装甲远比法军的坦克单薄。然而在进攻中，隆美尔总是命令坦克上所有的武器一起开火，闯入敌阵，只要坦克不被击毁就不停火，摆出一付气势汹汹的样子。结果，法军看到喷吐火舌、黑压压开过来的坦克群，吓得目瞪口呆，纷纷溃逃，甚至连许多重型坦克也打着白旗投降。再如，1940年4月9日，德军的一支人数不多空降部队，在挪威首都奥斯陆附近的内法布机场强行降落并占领了这个机场。紧接着，1000多名步兵排成游行队伍，在音乐的伴奏下，以古代征服者的姿态，沿主要街道进入奥斯陆市。一名目睹这一场面的西方记者曾说，

这是一支无法令人置信的兵力单薄的小部队，只要六、七分钟即可过完，但它却使一座30万人口的城市不经任何抵抗而投降。假如奥斯陆市的居民能够一齐动手同入侵者搏斗，德军的这支小部队本来是不堪一击的，可惜，恐吓使他们放弃了抵抗。

研究认为，在战场上，军人往往会因为突然出现的反常现象而失去心理平衡，产生恐惧感。因为这些反常现象来得突然，而且又有些古怪，所以多半可以收到意外的效果。因此，在运用恐吓战术时，聪明的指挥员往往总是灵机一动、不拘一格的以各种奇特、新异、甚至有些古怪的办法来惊吓敌人，争取战斗的胜利。例如，在苏联卫国战争时期的一次战斗中，苏军有一个担负阻击任务的坦克连，在弹药全部用完，德军坦克又逼近的情况下，连长急中生智，命令全连所有的坦克都打开坦克炮炮门，用信号枪装上绿色信号弹，从炮膛里向德军最前面的一辆坦克瞄准。连长一声令下，条条绿色火龙一齐飞向敌坦克，想不到这辆坦克竟然中弹起火。结果，德军的其余坦克都被这奇怪的绿色火焰吓得调头逃窜。据说，战斗结束后很久，德军仍在煞有介事的研究这种“绿色火焰”。

除上述方法外，以声和光的刺激来吓唬敌人，也是恐吓战术的常用办法。如第二次世界大战中，德军曾在航空炸弹上增加了专门的附件，使炸弹在坠落时能够发出强烈的噪音，以刺激人的恐惧心理。苏军在第二次世界大战中也多用此法。他们经常使用强击机在德军阵地上空反复飞行，用它那尖厉的呼啸声和震耳欲聋的马达声来吓唬德军士兵。

三、震撼法

军事心理学的研究表明，军人集体心理的高度稳定性是取得战斗胜利的重要保证。因而在大多数战役中，使敌人在心理上丧失平衡，常常是最后打败敌人的一个重要前提。英国战略学家利德尔·哈特说过，暴力只是影响敌人镇定的一种手段，战争的真正目的，“是破坏敌人的稳定性。要使敌人自行陷入混乱，这样的结果，敌人不

是自行崩溃，就是在会战中轻易的被击溃”^①。他还讲道，“瘫痪比毁灭更是战争的真正目的，而且效果更深远”。所谓震撼法，就是指以暴力手段对敌施加影响，从心理上瘫痪敌人。

从作用特点上看，震撼法是行动不是语言，是打击而不是说服。但就战争指导者的意图来说，却在于通过这种在物质领域里的暴力行为去谋求心理上的震撼效果。事实上，物质性因素和心理性因素是紧密联系在一起，心理性因素往往贯彻在物质性的领域之中。因此，在物质领域里的直接的暴力行为，常常可获得心理上的效果。而且应当看到，这种心理上的效果最终又会反作用于物质性因素，从而使军事行动的效益大大增加。从以往的战争经验看，在物质性的领域内，下述几种方法都可能产生心理上的震撼效果：一是突然的攻击、威胁或危害敌人的翼侧、结合部、后方和重要的交通线、补给线。这样的结果，常常会使敌突然地感到自己处于不利地位，从而在心理上受到强烈震撼。正如利德尔·哈特所说：

“要使敌人在思想上感到自己陷入困境，这是从心理方面破坏敌人稳定性的主要原因”。^②例如，第二次世界大战时期，1941年5月22日，英国的远征军在德军坦克部队的穷追猛打下节节败退。英军手中只有一个敦刻尔克，而且是唯一的一条退路，而追击而来的德军古德里安的坦克部队，距此仅仅只有16公里，可以说英军的命运危在旦夕。然而，就在这极为关键的时刻，希特勒却突然叫停，命令古德里安不得向敦刻尔克进攻。结果，这个命令挽救了英军。两天后，当古德里安重新发起进攻时，英军已在敦刻尔克成功的进行了大撤退，224000英军和114000人的盟军（主要是法国人）终于从海路上撤走了。对于希特勒为什么要下这样一道贻误战机的命令，利德尔·哈特认为，主要是出自于一种心理上的作用。原来，5月21日，也就是希特勒发出停止进攻命令的先一天，英军的

^① 《战略论》第455页。

^② 同上。第456页。

两个坦克营对沿着海岸实施进攻的德军翼侧，实施了一次规模不大的反冲击。英军的这次反冲击就其本身所起到的破坏作用来说，是非常有限的。然而它在心理上却给德国造成了强烈的震撼。正象哈特所说的那样，它“使得希特勒本人以及德国的某些高级军官更加担心，认为德军在法国境内的战略突破实在是太深入和太冒险了”，因而作出了这个错误的决定。

二是以机动震撼敌人。西方军事理论界认为：机动是一种在关键地点集中兵力，以期达成突然性、心理震撼、作战锐势和精神优势的手段。通过机动，可以打击敌军的重心（关键目标），而这些重心就是敌实力上或心理上平衡的源泉。实践证明，机动是一种心理性武器。有效的机动常常可陷敌于不利或危险的境地，在敌人的心理上产生强烈的震撼。第二次世界大战中希特勒的闪击战，实际上就是把机动当作一种心理武器来使用，在作战中依靠快速的机动来瘫痪敌人的指挥系统，瘫痪敌人的政府，瘫痪敌国国民的心理。对此，英国的富勒将军即明确指出，德军的进攻“不是用杀伤而是进行运动，运动不是为了杀伤，而是要在敌人的后方造成恐惧、困惑、疑虑和混乱，使之谣言四起，直到产生最严重的恐慌为止”。^①“瘫痪和速度成正比。……成功的秘诀就是速度，更高的速度，永远有增无己的速度。”^②总之，机动是军事上的“柔道”，可以用技巧来代替蛮劲。一支规模不大的部队，实施一系列出敌不意的快速机动，可以在精神上给对方以很大的震撼。

三是利用特种部队在敌后活动震撼敌人。特种部队即是执行特殊作战任务的部队。他们用各种手段潜入敌后，以突然袭击的方式，通过夺取和破坏重要目标，歼灭小股敌军、破坏交通线、营救被俘人员、建立秘密组织等，从物质上和心理上给敌以大的破坏和震撼。特种部队在敌后活动，风险大，但效益也大。美军认为，利

① 《战争指导》第241页。

② 同上。

用特种部队在敌后活动，能对敌造成特别强烈的心理影响。向敌后派出一支敌人摸不着规律和意图的破坏性部队，会在敌指挥机构引起严重的混乱和不安。

例如，第二次世界大战期间，美国“绿色贝雷帽”特种部队的先驱——第一特种任务部队，在意大利战场上，为夺取马焦山附近的莱德芳萨高地进行了36天浴血战斗，名扬沙场。由于第一特种任务部队占领了这个重要据点，从而为美陆军第5军由那波利北上打开了通道。此后，这支部队又转战法国，直到被解散。虽然它存在的时间并不长，但却因其活动神出鬼没而使德军闻风丧胆，被称为“魔鬼旅”。

在英国，第二次世界大战期间，除有使德军为之丧胆、头戴绿色贝雷帽、立下无数功勋的“哥德曼”特种作战部队外，还有活跃在中东和非洲地区，使隆美尔部队受到很大震动的特种作战部队“沙漠鼠”；有头戴灰褐色贝雷帽，被称作“红色恶魔”、令人生畏的空降部队；有专门以破坏敌人在非洲与地中海各岛上待命的飞机为主要任务的特种航空任务部队（SAS）；有在非洲沙漠上畅通无阻的沙漠袭击部队；以及在缅甸作战中依靠空投补给，利用骡马进行作战，使日军大伤脑筋的“亲迪队”等。这些形形色色的特种部队在敌后大展神威，给敌在精神上以极大的震撼。

总之，特种部队在敌后活动，具有很大的物质和心理破坏能力。正如香港一家军事刊物发表的专门论述特种部队在现代大兵团作战中的作用时所讲道的那样，“一支在自己纵深内活动的敌方特种部队，不仅会使己方的通信和指挥变得更加不可靠，使军队变更部署难以达成保密和突然，而且还在心理上使后方部队、火力支援部队以及所有的士兵和将军们感到胆怯。因为这种在时间和空间上难于确定和反应的打击，常常比预先可以明确的打击要难以承受好多倍”。

四是以武器（火力）震撼敌人。众所周知，武器的主要用途是消灭敌人的兵力兵器，在物质上给敌人以杀伤和破坏。但同时也要看到，武器不仅是对人的肉体的杀伤，同时也是对人的精神的杀

伤。苏军即认为，用于直接目的的武器，可间接的履行心理斗争武器的功能，——即不断削弱敌国居民和部队的心理稳定性。第一次世界大战中，坦克和化学武器的出现和使用，曾给军人以极大的精神震撼；第二次世界大战中，苏军“喀秋莎”火箭炮的突然出现和使用也使得德军胆战心惊大为恐慌。事实说明，不同的武器能使人们产生不同程度的恐惧感。据美军在1942年的北非战役中对700名美国士兵的询问调查，其中48%的人最怕88毫米加农炮，20%的最怕俯冲轰炸机，12%的人最怕普通轰炸机，13%的人最怕迫击炮，7%的人最怕轻机枪。核武器出现以后，它所具有的心理震撼作用更是任何武器无法比拟。美苏都认为，使用核武器产生的心理震撼将比核爆炸本身的杀伤要大的多，不仅核爆炸致伤的人中会出现精神病患者，而且不在直接杀伤破坏区内的人，也可能会因惊恐而失去自制力。总之，武器（火力）对人的精神上的震撼作用是十分明显的。因而充分了解各种武器的性能以及它能对敌军产生什么样的心理影响，是武装心理战实施者必须具备的基本知识。

除上述几种方法外，采用新的战术思想和新的作战方法，常常也能起到惊吓和震撼敌人的效果。苏军认为，在作战中，指挥员如能发挥创造性的思维能力，在作战行动上不墨守陈规，出敌不意地使用新的作战方法，即可给敌造成强烈的心理震撼。如德军在1918年和1940年的两次大战中，一开始都把自己的对手搞得晕头转向，胆战心惊。其中一个重要原因，并不是靠什么新式的秘密武器，而是由于采用了新的战术思想和新的作战方法的结果。

四、迷惑法

所谓迷惑法，就是运用计谋和伪装技术手段对敌进行心理欺骗，使敌产生错觉和不意，进而导致其决策上和行动上的失误。

《三十六计》中的“瞒天过海”、“暗渡陈仓”、“调虎离山”、“声东击西”等，都属此类性质。

迷惑法的基本特征是施谋斗智，诡诈欺敌。就其作用特点而

言，它是通过某种欺骗手段对敌人的心理器官进行刺激，引起敌人的心理活动变化，使之产生不利于敌而利于己的心理状态和行为方式。因而，迷惑是信息的迷惑，属谋略心理战范畴。但从另一方面看，迷惑又是行为的迷惑。因为在实战中，心理战实施者要把迷惑的信息传达给对方，必须借助于隐真、示假、佯动等这些具体的军事行动才能够实现。正是基于这一点，我们将其列为武装心理战的一种方法。

迷惑法的基本手段是隐真和示假，所谓隐真，即是隐蔽自己的行动企图和目标，使敌变成聋子和瞎子，不能知我真实意图；所谓示假，即是通过示形（诸如以弱示强、以强示弱、以虚示实、以实示虚等等）、显示假目标、实施佯动等各种手段，诱敌受骗上当，陷敌于被动。但无论是“隐真”还是“示假”，迷惑心理战要获得成功，需要有两个基本条件：

一是迷惑的信息要有较高的“可信性”。这是迷惑心理战能否获得成功的关键。因为从迷惑效应发生的特点看，迷惑的信息只有“真实可信”，它才具有较大的欺骗性，才能顺利地进入敌人的心理活动过程，产生预期的迷惑效果。如第二次世界大战期间，苏军在白俄罗斯战役中，曾成功的使用伪装手段迷惑德军，隐蔽自己的真实意图。当时，苏军在战线南翼显示了一个拥有8—9个师的假集结地域，以吸引德军的注意力。为了增强假阵地的效果，他们利用游动火炮，从假炮阵地上实施射击；用拖拉机模拟坦克发动机和履带的响声；用部署高炮和出动歼击机巡逻的办法来显示对空防御等等。由于苏军的迷惑心理战计划周密，迷惑信息足以以假乱真，因而获得极大成功。直到战役发起的前几天，德军还认为苏军的主突方向不在白俄罗斯而在战线的南翼，因而将他当时拥有的30个坦克机械师中的24个配置在战线的南翼，从而大大分散了白俄罗斯方向上的兵力，使苏军在白俄罗斯方向实施的主要突击进展相当顺利。

二是迷惑的信息要能够适应敌人的心理活动特点和规律。这是

迷惑心理战要获得成功的又一必备条件。如在抗美援朝第二次战役中，我志愿军某师奉命向三所里实施战役穿插，一夜疾进115华里。当部队到达松洞时，天已蒙蒙亮，这时距三所里还有30里路程。白天敌机成群，一旦被发现，后果不堪设想。当此紧急关头，师首长果断命令，全师去掉各种伪装，沿公路跑步前进。结果，几十架敌机在他们上空活动，误认为他们是从德川里方向撤下来的李伪军，不仅毫不干扰，居然还通知三所里的守军准备米饭、咸鱼和开水，等待犒军。就这样，我志愿军穿插部队在敌人的眼皮底下及时穿插到位，先敌五分钟抢占了有利地形，堵住了南逃北援之敌，为我志愿军取得这次进攻战役的胜利创造了条件。分析这一成功的迷惑心理战战例，我们可以清楚地看到，我志愿军某师的大胆行动所以能够产生迷惑欺敌的效果，很重要的一条，就是由这种不要任何伪装的大胆穿插行动所发出的迷惑信息，适应了当时敌人的心理活动特点。因为在敌人看来，我一贯用兵谨慎，不可能冒此大的风险。何况是在他们的控制区之内，一支规模不小的部队，在大白天不要任何伪装进行奔袭穿插，这总是令人难以置信的。正是这种基于经验的习惯心理，将敌引入判断失误的迷宫。

除上述条件外，指挥员的智力活动水平和伪装技术、器材等物质条件，对迷惑心理战的成功也具有重要作用。我们知道，迷惑心理战是一种以作战动机为推力而进行的欺敌活动。其欺骗是否高明、巧妙，在很大程度上取决于指挥员创造性思维能力的发挥。因而，强调在一定的物质条件的基础上，充分发挥指挥员的主观能动性，对于成功的进行迷惑心理战，具有极为重要的意义。从物质条件上讲，现代化的伪装技术和器材，是导演迷惑心理战活剧不可缺少的道具。如第二次世界大战中，美军有一支82名军官和1023名士兵组成的第23特别大队，专门对敌开展迷惑心理战，其主要装备是一些充气的橡皮大炮、橡皮坦克、橡皮车辆以及不断变换的肩章和扩音设备。这支特别大队所建立的所有汗马功劳，都是同这些特殊的装备的作用分不开的。

特别需要指出的是，随着科学技术的不断发展，现代化的伪装技术和器材为高质量的迷惑心理战开辟了一个更加广阔的领域。据有关资料，现代伪装器材，有的在外形上可以模拟出预想的目标，有的具有同真目标相同的物理性能。用这些器材设置集中地域或显示的主突方向，以及模拟的指挥中心，即使采用卫星和航空照像、雷达侦察，也往往也难辩真伪。近年来出现的“单兵便携式机器人”，在不同的阵地上来回走动，甚至能模仿一支小分队的活动，给对方以完整的信号。总之，可以想象，在未来战场上，迷惑心理战必将因物质手段的不断发展而大展风采。

五、袭扰法

军事心理学的研究告诉我们，疲劳和心情紧张是影响军队战斗力的重要因素，战斗中过度的疲劳感和过度的紧张感，常常是军人和军人集体丧失正常心理活动能力的主要原因。对此，美国的未来学家托夫勒曾作过细致的描述，他写道：“精神状态的恶化常常因疲劳而引起，随之而来的便是迷乱和精神烦躁。他变得对周围的最轻微的刺激都极为敏感，发现某种小挑衅行为便立即“卧倒”，并且表现出手足无措的样子。他似乎分不清敌人炮火的声音和其他声音，更甭说危险的响音。他变得紧张、焦急、性情暴躁，……接踵而来的是感情枯竭的最后阶段。……他变得迟钝而倦怠，精神和身体都显得虚弱无力，迟顿而呆滞”。^①

显然，军人心理活动的失调，是一种严重的战斗力内耗现象。从智力上讲，它表现为丧失思维创造能力和随机应变能力，出现判断情况失误、思维混乱、信息加工速度降低、记忆力模糊等现象；从意志上讲，它表现为战斗的积极性、主动性以及自制力大大减弱，产生怀疑、悲观、惊恐、犹豫等情绪；从行为上讲，它表现为手脚颤抖，话音改变，出现严重的行为错误，反应慌乱、迟钝等。

^① 《未来的震荡》第385—386页。

总之，严重的心理失调者甚至可能出现歇斯底里的反应。因而，在两军相杀的战场上，刺激敌人的过度疲劳感和过度紧张感，造成敌人的心理活动失调，是从精神上削弱敌军斗志的重要手段。所谓袭扰法，即是指以各种灵活机动的战斗活动，经常不断地、神出鬼没地袭击骚扰敌人，陷敌于风声鹤唳、草木皆兵的状态之中，使敌因心理活动失常而不能自控，因失去心理防卫能力而不攻自破。

实践证明，袭扰是一种有效的心理攻击战术。当精心策划的袭扰活动连续不断地施向对方的时候，可使敌正常的心理活动受到严重的影响和破坏，从而极大的削弱敌军的战斗力。如抗日战争时期，从1942年10月至1945年3月，我太岳军区抗日军民对占领沁源之敌进行了长达两年零五个月的围困战。期间，我抗日军民所进行的各种有效的心理袭扰活动，对于取得这场旷日持久的围困战的胜利，起到了很大的作用。如他们四处出击，昼夜骚扰，大摆地雷战，实行破袭战，使敌生无宁日；他们以“示声”的办法，经常不分昼夜，锣鼓齐鸣，号角声声，杀声震天，并用胡椒刺激青蛙整夜高声怪叫，使敌日夜胆颤心惊；他们以“示形”的办法，白天在城外到处插上红旗，施放烟雾，夜晚点燃堆堆篝火，火光冲天，使敌神情处于极度的紧张状态之中。他们还以“激怒”的办法，诱敌轻举妄动，触雷挨炸，使其出城寸步难行，进村恐慌不安。他们用空气污染的办法，将死猫死狗扔于敌人的碉堡之下，用腐烂臭气对敌进行嗅觉刺激，使之心烦意乱，无法生活。他们到处劫营、劫粮，开展冷枪活动和夜袭活动，使敌昼夜提心吊胆。总之，这些行之有效的心理袭扰使得沁源之敌受到巨大的心理压力，始终处于紧张、恐惧、疲劳和厌倦的状态之中，最后不得不在我抗日军民的一片喊杀声中狼狈逃窜。

从运用上看，袭扰既可在前线进行，也可在敌后开展；既可由正规部队进行，也可由特种部队、游击队和民兵进行；既可是歼灭性的，也可是破坏性的；既可是实实在在的军事行动，也可是虚张声势的恐吓；既可以采用先进的技术装备（如以航空兵和炮兵经常

突袭敌指挥所、以电子干扰破坏敌人的指挥通信等)进行,也可用土办法开展。总之,频繁的,形式多样的袭扰活动对敌在物质上造成的损失可能非常有限,但它却能在心理上给敌以极大的破坏。

第七章 谋略心理战

第一节 谋略心理战的意义

谋略心理战是根据预定的军事目的，侧重选择心理攻击的思维决策和心理攻击作战的实践活动。它既是思维活动，又是军事指挥员心理艺术在作战中的实际运用。谋略心理战是借助主体的经验结构和思维活动，筛选恰当的心理攻击措施，并通过心理攻击实践而实现的，是军事实践活动的重要内容，是精神因素通过实践转化为物质力量的一个完整的作战过程。

作战是敌我双方一种特殊的交往过程。交往的媒介主要有两种类型，一种类型是以武器为媒介的交往，另一种类型是以心理为媒介的交往。在以心理为媒介的交往中，除了以印刷品、广播、电视、物资等为主要工具，以宣传为主要手段的心理影响外，另一个很重要的方法，就是采取诡诈、示形、诱骗等手段，以施谋斗智的方法，对敌心理施加压力和影响。后者即是所谓谋略心理战。

俗语讲，行成于思。一切行动都是心理活动的结果，人的心理活动在作战实践中占有突出的位置。心理学基本知识还告诉我们，人的各种认识因素及其特点在完整的人的心理现象的大系统中，带有浓厚的个性色彩，受到主体本身的动机、兴趣、情感、意志、性格等非认知因素的制约。对作战对象心理中存在有骄傲、急躁、无谋、看问题片面、贪图小利、不顾全大局、遇事过于谨慎等个性心理品质上的缺陷，都可以采取恰当的措施，实施心理攻击作战。作战中要善于运用心理思维科学、充分了解作战对象的心理状态，使主体从自己的动机出发，针对被作用对象的情况，恰当地设计自己的作战活动，对敌有的放矢地运用计谋进行心理诱导，摧垮指挥官

的意志，打破指挥官的心理平衡，使其大脑产生错觉，思维出现混乱，从而使其判断失误，决心下错，最终导致整个战争的失败。

谋略心理战是敌我双方斗智的最高层次的作战方式。谋略心理战的核心是针对敌人心理状态，采用诡诈、示形、诱骗等各种军事行动的暗示信息促成的。作战中，根据预定的目的和选定的措施，有目的有步骤地运用间接的行为方式，运用含蓄的语言（各种信息），对敌实施暗示。通过暗示——这一敌我双方交流的媒介的作用，暗示信息输入对方的大脑中，同时调节对方的意识和无意识，并使其中暗示信息在突破了对方大脑的逻辑防线、伦理防线、感情防线的三条防线后，在对方的大脑中逐步建立起无意识倾向，协助意识对暗示信息逐步吸收，加工整合，最终导致受示者的意识和暗示信息发生共鸣，使受示者的行为按照信息实施者的意图进行转化。

实行心理攻击虽然不是直接用武力去消灭敌人肉体，但是运用谋略心理战这种间接的行为方式，迫使敌人意志崩溃、士气瓦解、战斗力丧失，特别是摧垮敌军指挥官的意志，打破指挥官的心理平衡，使其决策失误，指挥系统瘫痪，然后迅速以武力给予强大的打击，这是代价最小，见效最快的致胜之道。作战中，我军一切指挥员、战斗员都应运用谋略心理战这一心理武器，针对敌军心理状态实施心理攻击。要在整个作战过程中，不间断地侦察和分析敌军的精神与心理状态，判断敌军心理上的强弱点，并针对敌军心理弱点，运用各种心理作战手段和综合使用多种心理攻击方式，对敌施加心理影响。

谋略心理战具有高度的机变性。现代战争中，集指挥、情报、控制于一体的现代化指挥工具广泛运用于战场，为计算和数理逻辑提供了方便，延长了人的智能。但是，现代指挥工具只能按人设计的程序进行额定的运算，而不可能具备人的高度机变性，更不能代替人的整个谋略功能。谋略心理战在现代战争中仍具有重要的意义。

第二节 谋略心理战的原则

谋略心理战就本质而言是一种智力活动，是主观作战动机，借助一定的心理攻击手段作用于客观对象的表现。因而，谋略心理战的谋略构成必须具有最基本的两种心理要素。一是合意性，就是谋略的设计要符合主体的作战企图和目的。二是合理性，就是所采取的心理攻击措施，要合乎作战对象的心理规律。只有合意性和合理性的辩证统一，谋略心理战才能得以成功。所以，合意性和合理性是实行谋略心理战必须遵循的两个基本原则。

一、合意性原则

谋略心理战的所谓合意性，就是主体所设计的作战活动要能够保证实现主体的作战企图和作战目的。主体的作战企图，也即作战动机是谋略心理战的基本前提，由此推动作战思维活动，设计出多种心理攻击手段，为实现主体的作战企图服务。因而，谋略心理战实施者在设计自己作战活动时，必须反映作战动机，和动机相一致。作战中主体所设计的诡诈、示形、诱骗等作战行动，最终为作战企图服务。

我国古代战国时期著名的马陵之战中，齐国谋士孙臆对庞涓设计的谋略心理攻击作战，就充分体现了合意性原则。公元前341年魏国主力由庞涓率领攻入韩国。齐国根据韩国请求，派田忌为大将，孙臆为军师率军直趋魏国都城大梁救韩。魏军急撤韩国之围，速率十万大军回援。孙臆全面分析敌情后，认为魏军素来悍勇而轻齐，齐号为怯。魏军虽是长途紧急回援，兵力疲惫，但指挥官庞涓却骄傲轻敌，急于求战。兵法讲：“百里而争利，则擒三将军（古代周时兵制，规定大国三军，即然三军将领都可能被俘，三军安在），五十里而争利者，军半至”，我正可利用敌军急燥、轻敌、速胜的心理诱而歼之。

作战企图确定之后，孙臆采取了减灶诱敌、设伏歼敌的谋略心理战作战方案。根据预定计划，齐军在魏国境内与魏军刚一接触，立即后撤，并在后撤的第一天，挖了十万人煮饭的灶，第二天又把十万人的灶减少为五万人的灶，第三天又把五万人的灶减少为三万人的灶，引诱魏军追击。魏军追了三天，庞涓从齐军退却天天锅灶减少的现象中，误认为齐军怯弱，逃亡严重，便骄傲地说：“我固知齐军怯，入吾地三日，士卒亡之过半矣！”于是丢下步兵，只带一部分轻兵锐卒，兼程追赶。孙臆计算他的行程，判断魏军将于日落后进入马陵（今河南范县西南）。马陵附近道路狭窄，树木茂密，地形险阻，便于设伏。齐军便利用有利地形，选择精于射箭的弓箭手埋伏于道路两侧，当魏军进入设伏地区时，万箭齐发，庞涓愤愧自杀，齐军乘机掩杀，大败魏军。这一著名的战例中，孙臆运用的减灶诱敌的谋略心理作战行动是十分符合诱而歼之的作战意图的。

合意性原则的最高要求是力求作到活动的目的同活动的主体涵义相统一。这两者在多数情况下是一致的。但是由于事物的复杂性和谋略心理战实施中的高难性，在许多时候谋略心理战的合意性往往要通过实行以迂为直的间接谋略路线，经过一定的迂回方式，在为实现主体的意愿创造一定的条件后，再正式体现合乎内心的意图。例如，我军在抗日战争中，刘伯承所率129师根据敌人一处受袭，它处必援的心理特征，为了运用伏击战法，歼敌于运动之中，首先以一部分兵力佯攻黎城之敌，诱骗潞城之敌来援，同时在黎城和潞城之间的神头岭设下包围圈。当我佯攻部队以十分逼真的作战行动，狠狠打击黎城之敌时，守城指挥官被我攻城行动所惑，紧急调潞城1500余人增援黎城。当这些援敌在毫无戒备的情况下，心急如焚地赶往黎城时，在途中被我一举歼灭。

二、合理性原则

谋略心理战的合理性，就是主体所设计的谋略心理作战活动要尽量符合于作战对象的心理活动特点。谋略心理战的合理就是合乎

作战对象心理规律性的“理”。就合理性和合意性的关系而言，合意性中之所谓意是主体的作战意愿的一种表现，是主观的东西。而合理性中之所谓理，是作战对象的心理活动规律，是客观的东西。因而，在谋略心理战中，不仅要遵循合意性原则，而且要遵循合理性原则。只有做到合意性和合理性的统一，使主观的东西符合于被作用的对象的内在规定时，谋略心理战才是成功的。应当看到，我们的作战对象是颇有一定指挥头脑的武装着的活人，在我们对敌实施谋略心理攻击的时候，敌人也在算计着我们，不断地分析判断着我们的行动企图。因而谋略心理战的行动措施，必须从实际出发，瞄准敌人的心理座标，符合敌人的心理规律。既要通过各种手段，如含蓄的语言、各种作战行动、各种信号等信息对敌进行暗示性影响，使其大脑从无意识状态向有利于心理战实施者意图的意识方面转化，但又一定不让敌人察觉我之真实意图，而是要让敌人无意识地、非自觉地接受我方的暗示信息。如果所施放的谋略心理攻击信息不合作战对象的心理规律，或者我方谋略被敌识破，则会事与愿违。古语讲“物极必反，欲速则不达”即是此道理。

我们在实施谋略心理战时，不仅要着眼于主观愿望的必要性，而且还必须考虑到客观的可能性，使合意性与合理性辩证地统一起来。我国东汉时期虞诩实施的增灶诓羌兵的谋略心理战就充分体现了合理性原则，而且作到了合意性和合理性的统一。

东汉安帝元初二年（公元115年），羌人进攻武都郡（今甘肃武都），汉朝派虞诩去作武都太守，并要他尽快征服羌人。虞诩带领三千人马进到陈仓（今宝鸡市东二十里）时，突然被数千羌人拦住了去路。虞诩针对羌兵远道奔袭而来，对汉朝兵力虚实情况不甚了解，扬言已向朝廷申请援兵，待援兵到来后再向武都进发。并且装出一付固守待援的样子。羌兵立即放弃了对虞诩的堵截，分兵到各地掳掠财物、牲畜去了。虞诩乘机领兵疾进，突破了羌兵的堵截。虞诩在领兵疾进时，又让部队按日成倍增加用于野炊的灶坑，以示强的办法，使羌兵误认为武都已经来部队接应，随即放慢了脚

步，打消了追击的念头，不敢轻易和汉兵交战。当虞诩率兵进入武都境内的赤亭（今甘肃省成县西南）以后，突被另一部羌兵包围。在两军相持时，虞诩又针对羌兵急于求胜的心理，以示弱的方法。不许部属用强弓硬弩射箭，只许用弱弓小弩施放羽箭。羌兵误以为汉弱，便渐渐由小心谨慎而变得无所顾忌，竟贸然猬集一团向前进攻。这时虞诩令强弓硬弩手每二十人对准一个目标射箭，羌兵纷纷应声倒地，遭到重大伤亡，被迫撤退。虞诩乘机掩杀。接着又令仅有的三千人马，出西门，进北门，更换装束旗帜后，出南门进东门，往返数次反复，竟使羌兵误认为城中兵力甚众，不得不退出武都境。

虞诩实施谋略心理作战时，每一步都十分准确地针对了羌兵的心理境况，作到了合理性，因而，他的谋略心理作战获得了成功。

谋略心理战是一个由认识、意识、思维等多种心理机能通过对敌暗示加以运用的产物。其中认识是前提，只有认识了对象才能够有针对性地去作用对象；意识是主导，它反映着主体涵义和预期达到的目的；思维则是主体意识对客观对象的内隐设计过程；而暗示则是对客观对象发生心理影响的客观过程。谋略心理战各要素中，谋略的制定是借助主体经验结构和思维活动而实现的，它从对客体的分析，到活动方式的选定和安排，以及主体活动对作战后果的预见都起着决定性的作用。谋略心理战是一件非常复杂的系统工程，时间不同、地点不同、敌军心理状态不同、战争性质不同等，人的心理都会有不同的反应。指挥员要善于从自己的主观动机出发，针对被作用对象的情况，恰当地设计行动方案，使合意性与合理性辩证地统一起来。

第三节 谋略心理战的方法

一、心理定势法

人在思维活动中有一种定势现象，也就是习惯性思维。当人们

处于思维定势时，会不自觉地用一种固定了的思路去考虑问题，思维活动出现一种倾向性。在作战中，由于囿于以往的战争经验，或怀有成见地认识当前的事物，往往容易被某种习惯性的套路所禁锢，形成一种相对固定的思维方法，出现心理上的思维定势现象。思维定势是一种完整的心理状态，是个体对某种行为作好的一种准备。心理学认为，外部环境和个体需要是决定人的意识和行为的两个基本因素。在这些外部因素和内部因素对一个人起作用时，这个人就会形成一种完整的个性状态，一种行为的准备性。这种行为的准备性，它会给予这个人随后的心理活动以一定的方向。这种心理定势现象为人对某一客体的态度行为方向建立了一个习惯了的模式，将不自觉地用这种习惯性思维去考虑问题。在料敌用兵时，就会像条件反射一样，不由自主地顺着固定的套路去设想方案、判断情况、定下决心、作出处置。我军在作战中常常可以施展计谋，制造假象，先给敌人造成对方的行动是假的的心理定势，并让敌人认定再出现这种情况时肯定也是假的。就在敌人出现心理上的思维定势，思想麻痹大意之时，我则突然采取真实的行动，而这时，敌在思维定势的支配下，却把真仍当作假，毫无防范之意，结果受骗上当，导致失败。

1942年9月英军在阿拉曼战场上修筑了三个半炮兵团阵地，阵地上放置了假炮，并进行了严密的伪装，但又故意露出一些破绽，使德军透过伪装物看出了这是假炮兵阵地。德军发现是假炮兵阵地后，再也不去注意它了，心理上出现了炮阵地是假的的心理定势。然而，在战斗打响之前，英军却悄悄地把真炮开了进去。对德军发起进攻时，这些假炮骤然猛烈开火，打得德军惊慌失措。1944年盟军对德作战中，为掩护在圣玛丽埃格利兹进行空降行动，在预定的空降地域的两翼先投下了带音响装置的假伞兵。当这些假伞兵接近地面时，即发出模拟真实战斗的音响，诱使德军包围假伞兵空降地域。盟军连续搞了几次假伞降，德军除搜集到一些假伞兵外，其它一无所获，使开始形成盟军是假伞降的思维定势，并开始大意起

来。就在此时，盟军空降部队利用德军的麻痹大意，顺利地实施真的空降作战，突然向德军发起猛烈攻击，而德军却未能迅速作出反应。

在我国，利用敌人心理思维定势，然后出奇制胜的例子也是很多的。著名“蒿人得箭、死士砍营”的故事就是说的此事。公元756年唐朝发生安史之乱时，安禄山派部将令狐潮围攻雍丘城，守城唐将张巡，令士兵用绳子拴着一千多个穿黑衣服的草人，乘夜暗往城下吊。令狐潮发现后，断定是偷袭之兵，即令士兵向草人射箭，使张巡赚得几十万支箭，几天后的一个夜晚，张巡模仿上次吊草人的办法，把五百名勇士吊下城去。令狐潮根据前次上当的教训，在心理上早已形成城上吊下来的士兵是假的的心理定势，误认为这乃是草人借箭的把戏，笑而不于理会。然而城上下来勇士突然向他们发起攻击，打得他们措手不及。

我军在作战中也广泛地运用这种谋略心理战的方法。如我军在对越自卫还击作战中，鉴于越军十分清楚我军炮兵一般不采用炮火反准备的心理定势，1984年7月12日，当越军正在大模大样地集结，准备对我发动师规模的进攻时，我炮兵突然对敌十八个目标进行了炮火反准备，使敌人有生力量在进攻发起前就遭到重大杀伤。

二、心理眩惑法

所谓心理眩惑法，就是以示形、用诈、诱骗等方法，造成对方的心理发生眩惑，进而突然实施不意的攻击。它是谋略心理战的又一重要方法。

现代心理学认为，人的情绪、情感为三种因素所制约，即环境影响、心理状态和认知过程。由于战争是充满着盖然性和不确定性的领域，所以在战争环境中，外界刺激所造成的某些干扰更容易使人们在解决问题过程中出现不适的情绪反应，形成心理上的昏眩和感乱。根据这一规律，在对敌斗争时，可以采取示形、用诈、诱骗等办法，给敌人施放多种心理信息干扰，推出种种真假难辨的反常

现象，使其在昏眩和感乱中，无法排除对方假信息的影响，最终作出错误的判断和错误的决策。

心理眩惑法运用的成功与否，关键在于示形、用诈、诱骗是否适应敌人的心理规律。示形、用诈、诱骗的本质就是以积极主动的、有目的的、有计划的频繁调动部队的活动，来发送一定数量、一定内容的信息，力求达到改变敌方决策人物的心理活动，从而使其对战场态势产生错觉，以至决策失误。孙子讲“能而示之不能，用而示之不用，近而示之远，远而示之近”（计篇）。就是说能打，故意装作不能打；要打，故意装作不准备打；要向近处用兵，故意装做要在远处用兵；要向远处作战，故意装着要在近处作战。这样作的目的，即在以一系列假象迷惑敌人，使敌人摸不清我们的作战意图，思维出现眩惑和错觉，对情况作出错误判断，以假为真，将真为假，真假莫辨，从而作出错误的决策和部署。我则趁势发起攻击，达到出奇不意，攻其不备之效。

1979年我对越自卫还击作战中，某团五连在夺取越军柑塘东侧无名高地战斗中，指挥员正确分析敌情、地形后，决定采用“大胆示真、巧妙隐真、声东击东”的战法。于黄昏时，有意识地指挥全连主力向敌右翼进行暴露性移动，同时用电台和步话机频繁对话，把我主攻右翼的企图暴露给敌人。然后将三分之一的兵力秘密撤至敌人左翼隐蔽。越军看到其左翼异常平静，右翼又攻而不占，因此错误地认为我主攻方向在其左翼，便将主要兵力和重火器调到左翼。此时，我右翼主攻分队乘虚而入，突然发起攻击，一举攻克该高地，以很小的代价，换取了毙敌37名，俘敌16名，缴获高机5挺和若干枪支弹药的重大胜利。

1984年4月19日晚，者阴山地区我军某师对敌施行佯动欺骗法实施谋略心理攻击作战，也是有效地造成敌人心理眩惑，从而保障了我军迅速取得战斗胜利。战斗发起前，我以六台汽车在龙林至杨万一线往返开动三次。向敌开动时开灯，返回时闭灯，以示部队向前开进。接着在新寨至长田公路一线，用发电机实施游动发电，示

我进至长田。随即又以120余名步兵，分成东西两队手持电筒，分别向1250、1052·4高地方向移动，到位后即隐蔽撤回，往返5次。然后以侦察分队为骨干，带领民兵在那宾村寨、江统至茅山等村庄引逗狗叫，示我步兵经村庄向高地逼进。当天晚上，越军河宣省军指闻讯后，急令877团5营1个连调到安明的三营后面，防我进攻。敌军的行动已暴露出已为我佯动所惑，造成心理眩惑，错误判断我将全面发起进攻。我军就在敌被诱就范的基础上，又采取将炮火假延伸，吹冲锋号，各种火器同时开火等办法，显示我已全面发起攻击。敌被诱仓惶令部队占领阵地，这时我炮兵突然予以打击，毙敌54名，摧毁敌三个炮兵阵地。

作战中实则虚之，虚则实之的办法造成敌军心理出现眩惑现象，判断失误，措置失当，是军事上谋略心理战常用的方法，在现代战争中仍有重要的意义。

三、逆反心理法

逆反心理是由心理上的排他性所产生的一种心理，是人们正常心理状态的反斜面。逆反心理与一般的“反思”不同，反思是建立在冷静思考、理智的基础上，而逆反心理则不是这样，它具有冲动性、盲目性、执拗性和不成熟性的特点。逆反心理的这种思维特性在敌对双方的抗衡中表现得更为明显，在两军交战中，往往站在另一角度来否定和批判对方的行动。指挥员只要善于利用对方这种心理，针对其逆反心理所产生的盲点，采取示形、用佯等作战行动，可给敌以不意的打击。

诸葛亮智算华容道可算是利用逆反心理的成功战例。曹操赤壁兵败后，向南郡溃逃，除华容道外，还有一条便于通行的大路。前者路险，但近50里，后者路平，却远50里。诸葛亮根据曹操熟读兵书，深知虚则实之、实则虚之，虚实之变的关系和生性多疑的心理特征，料定此时曹操对他的计谋必以逆反心理来观察和对待。如果示华容道有伏兵，曹操必认为无伏兵，如果示此处无伏兵，则曹操

必断定此处有伏兵。据此，诸葛亮故意让士兵在华容道山僻处烧起数起烟火，显示出在华容道布有伏兵活动，大道上却保持安静。曹操派人探知上述情况后，以自己的逆反心理推论，诸葛亮多谋，故使人于山僻处烧烟，怕我从这条路走，而大路异常平静，定有重兵埋伏。所以他对部下说，吾已料定诸葛亮在大路布下伏兵，偏不中计。那知，曹操率败兵匆匆向小路奔去时，恰恰中了诸葛亮的计谋。

汉武帝时，飞将军李广领兵戍边。在一次追杀匈奴三个射雕人时，突然与匈奴的大队骑兵部队遭遇，情况十分危机。李广针对匈奴将领在两军交战中常以怀疑的逆反心理来对待汉军的一切军事行动的特点，急对部下讲，我们现在如果往回撤，敌人必将追杀过来，如果我们不走，他们反而会怀疑我们在施展什么圈套，而不敢轻举妄动。于是他们十人非旦不撤，反而带士兵前进到距敌阵约2公里的地方下马解鞍，以示不走。当敌阵中派出一名骑白马的将领侦探汉军虚实时，李广突然挺身而出，以娴熟的箭术将敌将射杀。返回后，又令士卒纵马长卧。匈奴兵看到汉军十人在自己大部队面前毫无惧色，行动有措，疑汉军必有伏兵在其左右，急忙利用夜幕将部队全部撤了回去。

四、利诱法

在作战中，只有夺取了作战的主动权，才可能战胜敌人。在谋略心理战实施中，为灵活地调动敌人，始终保持我方行动的自由和主动，常常可以利用敌军的功利心理，故意以小利引诱敌人，使他萌发贪心，贪争小利，从而被我诱入圈套，为我所败。孙子说：“利而诱之，乱而取之”（计篇），“与之，敌必取之，以利动之，以卒待之”（势篇）。就是给敌人以小利，投其所好，去引诱它。迫使敌人混乱，然后攻取它。给敌人以小利引诱它时，敌人就会贪利来取；在用小利去调动敌人的同时，并用重兵等待伏击它。利诱法主要是抓住敌人贪欲，急于求成，想速胜等心理特征，先给敌人

一定的甜头，使之利令智昏，从而达到我引鱼上钩的目的。

谋略心理战中运用利诱法成功事例是很多的，如战国末年，赵将李牧戍边，抗御匈奴，作好战争准备后，故意让边境居民全部出去放牧以引诱敌人。匈奴看到这么多牲畜，果然派出军队前来抢掠。李牧又事先把精锐部队埋伏起来，只带少数部队与匈奴作战，并且且战且退，还故意丢下一些牲畜引诱匈奴深入。当匈奴将领率领大队人马赶来时，李牧指挥埋伏于两翼的赵军一齐杀出，使匈奴措手不及，仓惶败退。李牧又率领士卒穷追不舍，大获全胜。这一仗消灭匈奴十万余人，从此十余年匈奴不敢南犯赵国边境。又如袁曹官渡之战中，袁军追击曹操军至延津，曹操一边下令在延津以南山坡处扎营，一边故意让部分骑兵卸鞍放马，并把辎重军需弃于路上，以小利引诱敌人，使袁军上当。正当袁绍军争抢曹军所弃物资辎重时，整个部队乱作一团，曹军趁势出击，打败袁绍军，然后从容回到官渡。

利用敌人功利心理，诱其在军事行动中出现失误，然后予以打击的战例在国外也很多。如俄国元帅库图佐夫运用利诱法引诱拿破仑深入俄境，然后予以打击的战例，就是充分利用了拿破仑利令智昏，急求速胜的心理。1812年，拿破仑率60万步、骑兵和炮兵向俄国发动了进攻。俄军用于前线作战部队仅20万人，加之装备落后，处于明显劣势。俄国元帅库图佐夫主动向东实行战略转移，引诱法军追赶，到9月14日俄军连莫斯科也主动放弃，让法军占领。至此，法军虽然攻占了莫斯科以及俄国大片领土，但战线拉长，兵力分散，补给困难，提前降临的严寒又使许多法军士兵冻死冻伤，到11月中旬60万的大军只剩下3万人，拿破仑只好在12月狼狈逃回法国。

实施利诱法，诱得要真实，不能出现破绽。否则，就会被敌人所识破，达不到预期的目的。如汉武帝元光二年（公元前133年），武帝采纳了雁门马邑县一个很有财势名叫聂壹的人上书所呈的“匈奴刚与汉和亲，对汉不防备，可诱之以利，设伏袭击”的建议。汉

武帝一方面派聂壹去引诱匈奴军臣单于，一方面选精兵30余万，以主力埋伏在马邑附近的山谷里，准备对匈奴部队进行伏击。聂壹到匈奴后，自称能斩马邑令丞，以县城投降，财物尽归匈奴。在聂壹的诱说下，匈奴军臣单于信以为真，如期率10万余骑兵进入汉境。但是当匈奴首领军臣单于率兵进至武州塞（今山西左云），距马邑仅有百余里时，只见畜群布野，尽无一人管理，情况过于异常，引起匈奴怀疑，继而停止前进，很快查明汉军有诈，慌忙引兵退去。

五、假顺敌意法

通过战场观察和心理分析，判明敌人的真实意图，然后假装顺从敌意，投其所望，有意在敌注意的地方显示其希望出现的目标和军事行动，因势利导促使对方犯“倾向性”的错误，迫敌就范。

历史上著名的“奥斯特利茨会战”中，法国统帅拿破仑就充分运用了这一谋略心理作战艺术，并取得了巨大成功。

奥斯特利茨会战是资产阶级法国军队和欧洲俄奥反法同盟联军进行的最后决战。战前奥军残部和俄国援军会合后，实力大增。总数达8万7千人，大大超过了法军的力量。当时正在军中的沙皇亚历山大一世，十分骄傲，急于让联军转入进攻。拿破仑了解敌意后，故意示弱。一方面命令前哨后撤，一方面派侍从武官萨瓦里去见沙皇亚历山大，建议休战、议和。拿破仑的示弱行动，十分符合沙皇的骄傲心里，更使沙皇和俄奥联军得意忘形，盲目认为拿破仑已经胆怯，法军已被打得精疲力竭，决定即刻发动进攻。

在作战中，拿破仑又预料到俄奥联军一定会想法截断他去维也纳和多瑙河的退路，必然采取远距离大迂回的办法，将法军包围起来。为此，拿破仑假顺敌意，故意把自己的部队调开，好象是不打算掩护和保卫这个地区似的。战役开始后，俄奥联军的主力果然实施大迂回行动，拿破仑在仅以少量兵力阻止和牵制联军主力进攻的同时，集中主力于联军兵力较弱的中央和右翼阵地。在粉碎联军的攻击后，随即把握时机，抢占了联军纵深有战术意义的普拉索斯基

高地，切断了联军迂回部队的后路。联军主力被压迫到半冰冻的萨地斯湖面上。法军立即实施炮火急袭，冰层被炸碎，俄军的火炮等重装备掉进水里，骑兵陷入泥潭，溺死、冻死、被杀者甚众，奥皇弗兰茨和俄皇亚历山大仓惶逃走，受伤的俄军司令库图佐夫也险些被俘。

我军运用假顺敌意谋略心理战方法的战例也是非常多的。如在我对越自卫还击作战中，我军一举攻克老山后，敌军恼羞成怒，集结了四万多兵力在其二军区司令的指挥下，经过二个多月的准备，于1984年7月12日，以一个加强师的兵力，向我老山地区发动了反扑。当时越军自恃兵力优势，急欲夺回已失去的阵地。针对越军这一心理状态，战斗中，我坚守150、169号高地的部队在给予敌人大量杀伤后，按计划撤离。越军一个营上了高地后，得意忘形，慌忙在无线电里报功。这时我炮火乘敌立足未稳，按计划对高地实施猛烈射击，敌人伤亡惨重。我乘势实施反击，一举再次夺回了高地，敌一个营被我全部歼灭。

六、反常规用兵法

军事常规是历代军事家在多次作战实践基础上，总结出的具有共性的作战原则。按照常规心理，违反这些原则，兵家叫犯“忌”。犯“忌”是兵家避而远之的。比如在战争中，重复使用某一种计谋和战术，敌人有了警惕，自然难以收到出其不意的效果。但是，一些高明的指挥员恰恰可以利用对方恪守常规的心理，以为你绝不会重复使用某种战术或计谋，他却审时度势，根据当时作战双方的情况，超脱常人所困囿的兵家之“忌”，一反常规用兵之法，收到出奇不意之效，创造出新的战争奇迹。

1937年10月，刘伯承指挥部队在七亘村一带三天内连续两次在同一地点设伏，一举毙敌四百余人，缴获大量战利品。在同一地点，对同一敌人短时间内连续进行两次伏击，乍一看是违背“所用不复”兵法的。但刘伯承详细分析了敌情和地形，摸透了敌指挥官

初通中国兵法的心理状态，懂得一些用兵的常规道理，但骄傲自大，以为我军决不会再次在同一地点设伏，驱使敌人自作聪明误，创造了战术上重叠设伏的奇迹。

在我国古代反常规用兵的例子也很多；如我国《史记》淮阴侯列传所记载，韩信用背水阵下井陘关的战例，为兵家所称颂。汉将韩信击败魏军，率军北上，乘胜打击赵国、代国。赵王歇和赵国统帅陈余集中号称20万大军于井陘口凭险据守，阻止汉军。井陘口易守难攻，韩信兵力又处于劣势，强攻是不行的。韩信详细研究了地形及赵军统帅自恃兵多而轻敌，且死守兵法常规的心理状况，于是命令部队半夜出发接近敌人。韩信军主力万余军士进到井陘县境绵蔓水的东岸时，背水列阵，故意示愚。赵军见韩信建背水阵，大笑韩信不知兵法，已将自己置于死地，从而更加轻敌。待清晨韩信打着大将仪仗前出到赵井陘口壁垒挑战时，陈余认为这是消灭汉军，活抓韩信的大好机会，迅速出垒迎战。汉军与其刚一接触，即且战且退，并故意弃下旗鼓、物资，退回背水阵。陈余以为汉军大败，尽倾城空壁争夺战利品，但汉军一个个背水死战，赵军久攻不决。就在两军酣战时，由韩信提前派出的一支约二千人的精兵，早已乘赵营垒空虚时，由侧后攻入其营垒，并拔掉赵军旗帜，广树汉军大旗。待赵军下令收兵时，士兵发现自己营垒已插满汉军旗帜，立即大哗，纷纷各自逃命。汉军转入全线反击，陈余被斩，赵王也成了俘虏。

韩信破赵之战，不拘泥兵法原则，背水列阵，一方面激励了自己士卒的拼命精神，一方面使对手轻敌，故而迅速取胜。

在第二次世界大战时，苏军在著名的斯大林格勒战役中也成功地运用了反常规用兵的心理作战方法。在斯大林格勒战役实施反攻阶段，苏军坦克二十六军担任由西向卡拉奇方向实施穿插，与斯大林格勒方面军共同合围德军集团的任务。二十六军为了迅速断敌退路，防止德军龟缩，利用夜暗向敌纵深卡拉奇附近顿河上唯一剩下的一座桥梁疾进时，军长罗金少将命令先头部队上百辆坦克全部开

着明亮的车灯，成一路行军纵队沿着从奥斯特罗夫到卡拉奇公路，穿过德军数十公里的防御阵地向大桥开进。德军作梦也没有想到，这批开着大灯，排着长队的坦克纵队竟会是苏军的穿插部队，反而认为是自己部队在调防，让这些坦克大摇大摆地开了过去。苏军利用反常规用兵法，不费一枪一弹就抢占了德军数十公里纵深内的战术要点，对德军22个师33万人达成了合围。

在一般夜战中，偷袭、穿插总是越秘密越好，但苏军研究了德军的心理状况，认为苏军决不可能开着大灯，自己暴露自己，也不可能不讲战术，排成行军纵队前进，更不可能不开枪开炮前来送死。罗金少将正是利用了德军这种心理，达到了预定的作战目的。

七、出奇不意法

出奇不意，就是用兵出乎敌人意料之外，采取敌人没有想到的打法，出奇兵使敌人心理上惊慌恐惧，造成一种先声夺人的心理态势，打敌人一个措手不及，从而掌握战争主动权，夺得全面胜利。孙子在运用这一谋略心理战原则时把它归纳为“攻其不备，出其不意”（计篇）和“出其所不趋，趋其所不意”（虚实篇）。就是说，要把攻击方向选在敌人意料不到的地方，来不及救援的地方和在敌人心理上占有重要位置，但没有准备的地方。在敌人毫无戒备的情况下，突然犹如神兵天降，打乱敌人心理平衡，造成敌人心理恐惧，为迅速取胜创造条件。

出奇不意法，主要是把用兵的方向指向敌人意想不到的时间、地点、出奇兵制胜。为了造成敌人的疏忽，还可用示形、佯攻等方法制造一些假象来配合，引诱敌人上当。毛泽东同志在《论持久战》一文中讲：“有计划地造成敌人的错觉，给以不意的攻击，是造成优势和夺取主动的方法，而且是重要的方法。”毛泽东同志还说：“……什么是不意？就是无准备。优势而无准备，不是真正的优势，也没有主动。懂得这一点，劣势而有准备之军，常可对敌举

行不意的攻势，把优势者打败。”^①这些论述是毛泽东同志对谋略心理战中“出其不意法”怎样运用的高度概括。

在我军历史上，成功地运用“出奇不意法”的事例是很多的。如第二次国内革命战争期间，蒋介石在第二次“围剿”失败后，亲自任总司令，督三十万大军进行第三次“围剿”。当时红军第一方面军正分散在福建西部作群众工作，还未来得及休整和补充，而且总兵力也不足3万人，敌十倍于我。为了粉碎敌人的“围剿”，红军在毛泽东同志的率领下，首先主力绕道千里回到根据地的兴国集中。当敌直扑兴国时，我以小部兵力和地方武装吸引敌人外，主力乘夜暗从敌人战斗队形的间隙中插到敌人后方，六天打三仗，仗仗皆捷，缴枪万余。敌人做梦也想不到，红军到底是从那里来的。红军初胜后，敌人集中主力向我军主力猛扑过来。我军再次利用夜暗和群众的掩护从敌人进攻战斗队形的间隙偷越过去，回到兴国。到兴国后我军休整半月，又乘敌退却时予以沉重的打击。前后歼敌3万余人，胜利地粉碎了敌人的第三次“围剿”。

我国历史上成功的战例也是不胜枚举的。如汉初，韩信陈兵蒲坂，暗渡夏阳的战例。公元前205年，魏王豹据山西南部地区反汉。汉派大将韩信击魏。魏王豹集中重兵于蒲坂（今山西永济）塞断临晋交通，阻止汉军渡河。韩信避实就虚，声东击西，表面在临晋（今陕西大荔东）集结船只，摆开渡河阵势，而暗中却调遣主力从夏阳（今陕西韩城南）用木罍（一种小木桶）偷偷渡过河去，直接奔袭魏军后方安邑（今山西夏县南）。魏王豹压根上也没料到韩信会来这一着，仓慌应战，兵败被俘，魏国遂被破灭了。

三国时，邓艾偷渡阴平，也是出敌不意的有名战例。三国后期，司马昭派钟会，邓艾攻蜀。蜀将姜维回师剑阁，凭借天险设防固守。钟会屡攻不克，陷于进退维谷的境地，准备退军。而邓艾却精选士卒一万人，轻装从侧翼阴平出发，于阴平马阁山峭壁无路

^① 《毛泽东选集》（合订本）第459页。

处，以毡裹身，带头滚下山崖，越过天险，直奔江油，恰似飞兵从天而降。蜀军守将马邈不战而降，诸葛瞻迎战被杀，后主刘禅自缚投降，蜀国至此灭亡。阴平马阁山从无古道，蜀军也未设防，邓艾偏从此道不意之处出奇兵，这是姜维从未想到的。

运用“出奇不意法”要具有针对性，要确能对敌军心理起到震撼作用。如战国时齐国田单在破燕国的围攻时，秘密收集黄牛千余头，披上绘有五彩花纹的缙衣，角上绑扎利刃，牛尾上缚着饱蘸油脂的草束，乘夜暗点燃牛尾，奔袭燕营。牛被烧负痛，在燕军中横冲直撞，燕军见怪兽狂奔乱突，早已惊恐得不知所措。燕军统帅骑劫在混乱中被杀，部卒失去主帅，大败而逃。田单乘势掩击，收复70余城，成为谋略心理战中运用出奇不意法的典型战例。但是二千多年后，1925年12月韩复榘在冯玉祥的国民军任一师师长，率军攻打奉军占据的天津时，因攻击受挫，想出一个效法田单的计谋来。他派人买来了300只羊，在羊角上绑刀，羊尾上拴麻，羊身上披上彩条，乘夜暗赶到阵前，点着羊尾，让火羊在前面闯阵。开始奉军不知是何物，急忙发射照明弹，当即看清是一群尾巴着火的绵羊在战壕前乱窜，不禁大笑。他们用机枪打退火羊后面跟进的韩复榘的士兵，然后拖走送上门来的火烧绵羊。就这样，韩复榘的火羊阵不但未达成谋略心理战中出奇不意之效，反而成为人们的笑料。

八、用间法

用间法就是利用间谍，离间敌人领导成员之间，领导和部属之间，部队与部队之间的关系，使其在心理上互相猜忌，互相离心，从而因势乘便为我所用。用间法主要是利用敌指挥官具有猜忌、疑心、忌才等个性心理缺陷而实施的。通过利用间谍，如因间（诱使敌方乡人而利用它）、内间（诱使敌方官吏而利用它）、反间（诱使敌方间谍为我所用）、死间（我方间谍故意泄漏机密给对方）、生间（使间谍活着回来报告情况），散布流言，收买佞臣叛徒，离间敌方君主和主将之间的关系，使主要决策者产生猜忌心理，疏远或

撤换得力将帅，从而达到瓦解敌军的目的。

在我国历史上，成功地运用离间计的事例很多。例如秦始皇统一六国时，无法战胜赵国名将廉颇，就施用反间计，用重金收买赵王的佞臣郭开，进谗言诽谤廉颇，被赵王免去廉颇军职，而换上纸上谈兵、缺乏实战经验的赵括为将，招致长平大败，损兵四十多万，元气大伤。后来赵国起用李牧为将，三挫强秦，秦国再施反间计，又用郭开诽谤李牧，赵王听信谗言又杀了李牧，结果自毁长城，使赵国终为秦所灭，赵王本人也当了俘虏。

汉初，刘邦、项羽争天下，陈平向刘邦献离间计，分析项羽得力助手不过范增、钟离昧等人，建议用重金施行反间计，使君臣猜疑。项羽为人忌才，听信谗言，就会起内讧，敌军内部闹矛盾，就便于尽快打败项羽，夺得天下。刘邦采纳陈平的计谋，给黄金四万斤，广布间谍，散布谣言，说钟离昧等功高不得封王，将联汉反楚，分地为王，果然引起项羽猜忌，而疏远他们，引起领导集团内部分化。谋士范增愤而离去，终于众叛亲离，导致垓下大败，自刎乌江。

第八章 现代条件 下的心理战

现代条件下的战争是应用当代先进军事技术与先进军事学术进行的战争。现代条件下的战争可能是核大战，也可能是常规战争。但是无论它是那种类型，心理战的实施和应用，在现代条件下，无论是平时还是战时都越来越具有十分重要的意义。不少军事理论比较先进的国家，都批驳了“现代战争主要是打技术装备，作战决策主要靠电子计算机数理逻辑”的观点，把心理战作为总体作战的一个重要环节，与军事、政治、经济、外交、文化斗争紧密联系，交互运用。美军明确提出，心理战是二十世纪进行战争的主要手段之一，“是区别于陆战、空战、海战的第四种作战形式”。在1982年版《作战纲要》里把心理战列为作战原则之一，在经修改而形成的1986年版《作战纲要》中，更加突出强调领导艺术和士气的重要性，指出战斗力不只指兵力、兵器，而且包括部队的精神状态、战斗意志和心理平衡，要求在作战中十分重视从精神和心理上打击敌人。苏军认为，“对敌心理战在指挥员的战斗活动中起着重要的作用。遂行战斗任务，这不仅是力量、速度、数量的较量，而且是智慧和意志的较量，是‘神经的斗争’也就是心理战”。联邦德国军事专家认为，心理战是军事战斗活动的一个组成部分，指挥官在计划作战行动时应该作到既用火，也用心理武器给敌施加最大的影响，以削弱其士气和作战能力。我们应该看到现代战争中心理战的发展变化，并采取措施，提高我军心理战作战能力，赢得现代战争的胜利。

第一节 第二次世界大战后 心理战的突破性进展

由于世界各主要军事强国都对现代条件下的心理战特别重视，因而，使这方面的研究和应用有了长足的进步。其突出的特点是，心理战理论的研究和应用有很大发展，不少国家建立了专门的心理战部队，心理战的应用手段越来越高技术化。

一、理论上的飞跃

心理战作为一种应用理论，可以说早在二千四百多年前的春秋末期，就由我国古代大军事家孙武所创立了。在以后漫长的战争历史长河中，中外军事家对心理战的论述又有不少新的创见。但是，在军事上把心理战作为一门独立的科学体系进行专门的理论阐述还是近代的事，而当代则有了更大的发展。

美军在近年中把心理战列为一体化战场上的作战形式之一，在作战纲要中把心理战作为作战原则的一个重要问题进行论述。为推动心理战的应用，将现代科学技术引入心理战领域，建立了心理战自动化情报指挥系统，并研究出一整套心理战效果评定的方法。为促进心理战理论研究的不断深化，在军以上指挥机关的司令部门编有专门的调研机构，调用受过社会学、政治学等正规教育的人材，在其所属的基础研究、效果分析、资料分析、编辑发行等部门工作。其研究成果刊载在《基础心理战研究》、《现实形势分析》等刊物上，供各级部队主官参阅。

德意志联邦共和国的心理战理论研究也有很大进展，他们把心理战列为现代战争条件下军队作战行动的内在组成部分，并把心理战区分为战略性心理战、团结性心理战和战术性心理战。战略性心理战在平时和战时进行，这种心理战的目的是破坏宣传对象对本国政府和政治领导人的信任，煽动不满情绪等。团结性心理战只在和

平时期进行，其目的是团结本军全体官兵，维系军队高昂士气，对抗敌军心理攻势，防止本国各党派团体对军队施加不良影响。战术性心理战的目的主要是保障部队的战术行动，在作战地区直接进行。其对象是敌军具体部队官兵和作战地区居民。这种心理战由部队心理战机构实施。

苏军在近年来，广泛开展了心理战学术研究，提出了心理战不仅要应用宣传手段，而且还要应用作战手段进行心理战的理论。为推动整个部队的心理战研究和训练，把卫国战争中对敌心理战宣传的经验编印成册，作为各军事院校、各级军官的教科书和必读书。当前苏军理论界还十分强调在加强自身心理战准备的同时，要重视作战对象是如何进行心理战的研究，企图通过了解掌握对方心理战发展水平和应用手段而采取相应的措施。

以色列在1973年第四次中东战争后，着重研究了对现代战争中心理创伤的医治，并根据研究成果对部队进行相应的心理训练和心理创伤治疗，摸索出了一定的经验。据其在入侵黎巴嫩时透露的情况看，由于注重心理训练和相应的心理治疗，使官兵在战争中紧张症患者的人数下降，并且80%以上的紧张症患者都能在前线治疗后返回部队。

二、专门组织的建立

随着心理战理论的发展，各国都陆续在部队中建立起专业化的成建制的心理战部队。尤其是近十几年中，专业化心理战部队的发展更为迅速。

建立专门的心理战部队的历史是从第一次世界大战就开始的，但那时，主要是一些参战国的政府和军队设立了专门对敌宣传心理战部门。如英国政府设立了军事宣传局，美国政府建立了“社会情报委员会”，协约国在战争后期组建了专门从事瓦解敌军工作的司令部等。二次大战时，除德国建立了十多个专门的心理战宣传连外，其它国家仍然还是一些心理战领导机构。但二次世界大战结束

后，建制的专业化心理战部队发展很快。如美军从1950年起建立了无线电宣传、播音和传单制作连和营。在1952年于北卡罗来纳州布雷格堡建立了心理战训练中心。在进行心理战新方法、新装备研究和训练的同时，又组建了第一无线电广播和传单制作群（通常称为心理战群，其编制相当于旅）和几个独立营，并将其投入侵朝战争。在侵越战争中动用的专门心理战部队多达5个心理战群和一些独立心理战营。侵越战争后，心理战专业部队编制略有收缩，但目前仍有4个专业化心理战群，12个心理战营、22个心理战连。

美国的心理战部队分为心理战群、心理战营、心理战连三种建制。心理战群没有固定的编成，根据任务一般编有群司令部及3个或3个以上心理战营和几个独立心理战连。心理战营又可分为全般支援营、直接支援营、俘虏管教营和后方心理战营等四类。在战时条件下，战区联合部队司令部可能建立心理战处，直接领导1—2个心理战群。野战部队军一级一般配有一个直接支援营，独立师、独立旅、特遣部队和军事顾问团有可能配有一个直接支援连。美军的心理战连辖有后勤保障排、宣传排、印刷排、无线电视听器材排。美军要求各级心理战部队必须具备快速机动和空降能力。

联邦德国首批心理战分队组建于1957年。70年代初，心理战部队与分队改称为“心理防御”部队与分队。现在，这一特种部队发展到3000多人。联邦德国心理战部队中直属陆军参谋部的有两个独立心理防御营。第一营为无线电营，用于实施无线电宣传，第二营的任务是印刷、散发宣传材料和进行口头宣传。另外，属于各个军和本土防御军区有9个心理防御连。这些连队不但进行口头宣传、印制散发宣传品，同时装备有制作各种音响效果用于在战场上迷惑对方的设备，可模拟坦克纵队的行进，直升飞机的飞行等。目前联邦国防军当局还计划编组“混合心理战”部队。

北约的其它成员国，如英、意、土、丹、荷等国家也都建立了心理战部队。台湾国民党军队除在国防部总政治作战部设有“心战”处、“心战”研究室，各军团、军、师设有“心战”科或组外，也

编有500余人的心战总队。心战总队所辖的“心战”大队和“心战”中队，主要配置于金门、马祖两地，对大陆实施心理作战。

三、技术手段的发展

现代战争是应用当代先进军事技术和学术进行的战争，随着科学技术的进步，以航天、电子、新材料、生物工程技术为标志的高技术群广泛应用于军事，不仅使现有的武器系统得到巨大改进，使其射程远好几倍，威力大几十倍，精度高几百倍，而且还可能有更新的超常规的航天战略武器、定向能武器、动能武器、基因武器、智能武器、隐形武器系统的出现和进入实战使用。现代战争表现为多种高技术武器系统在战场上综合运用的“超常规战争。这些高技术武器系统所创造的战场效益将不亚于核武器的效应。这种大量和普遍使用高技术武器系统所进行的高技术战争，它以技术交战为主要内容，以打技术差为主要手段，能在较短的时间和有限的范围内达到预期的战略目的。近几场局部战争中，特别是1982年发生的英阿马岛战争，以色列入侵黎巴嫩时袭击贝卡谷地叙利亚导弹基地的军事行动，都显示了这种以技术交战为主要内容，以打技术差为主要手段的战争形式。1986年美国空袭利比亚时，更为广泛地运用当今先进军事技术和学术，使人们加深对这种作战形式的印象。在这些以高技术为主要手段的战争中，心理战的实施也突破了传统的作战方法，以新的姿态进入现代战争领域。

1. 初具全方位、大纵深的特征

现代科学技术的发展，为部队在地面或空中远距离、高速度机动创造了条件。组织指挥日益自动化，敌人发起攻击的突然性，主攻方向的高度机变性，军事行动组织指挥的完善不间断性为训练有素的军队实施谋略心理战的佯动、欺骗提供了技术装备和作战技能。电子战渗透于战争全过程，实施电子战的心理欺骗、电子心理战示形和佯动，电子冒充，以及传递假情报、假情况、假信息、假命令等，成为应用心理武器的重要形式。现代战争以苏联大纵深立体战

役和美军“空地一体”作战理论为代表的新的作战理论的产生，现代战争的战场空间几何级无限扩大，作战行动沿高度和纵深两个方向发展，使其具有明显的全方位、大纵深、多层次的立体化性。现代战争中心理战也将突破前后方的界限，指向对方整个部队和民众。不但运用多种形式干扰指挥员的决策，而且着眼整个部队和全体民众的士气、斗志、军心、信念的丧失、动摇和瓦解。

2. 手段具有多样化

现代战争中无线电通讯手段极端发达，广播、电视高度发展和普及，收听、收看率很高。通过电视、无线电广播等现代通信器材和通信技术，散布假消息、假情况、制造谣言等可以达到以假乱真的程度。通过卫星、电台等通信工具宣传己方主张，争取国际舆论的支援，攻击对方的政策的时效性又极大提高。

现代战争中仿形技术、隐形技术、迷彩技术、制造奇形的技术有了很大发展，如我军工程伪装部队装备的电子伪装器材，可以用仿真技术在河中无桥的地方发射一种电波讯号，使敌人飞机雷达屏幕中显示出一座真桥，使敌心理判断失误，投弹出现偏差。美国新研制的B—29隐形轰炸机等武器不但为突入对方地域造成方便条件，而且给对方设防造成心理压力。其它造形技术也可以使对方心理产生畏惧，或产生心理误差。

现代技术可以制造出各种挫折人们心理状态的超乎寻常的声音。如震耳欲聋的爆炸声，呼啸声，现代飞机、坦克、大炮的隆隆声和各种武器的发声器的巨大响声等，以及揪人心肺的尖叫声、刺激神经的嘶鸣声。可以改变人的心理平衡，加重心理负荷。

现代技术可以制造出各种人眼难以接受的光，如突如其来耀眼的光、五颜六色的光，扑朔迷离的光，使人视觉模糊、眼光缭乱，造成严重的心理恐慌、心理紊乱、心理迷盲。

现代技术可以制出各种刺激人心理的气味和令人神秘莫测的各种烟云。那些变化莫测的人造烟云再加上令人窒息的臭味、火药味、霉烂味、焦糊味及各种难闻的怪味，破坏人的正常心理情绪，

削弱人的作战基本技能。

现代印刷技术和散发技术高度发达。以文字宣传品和物质宣传品为媒介的心理战，这一曾在第二次世界大战中广为采用的形式，将借助现代电传、电子计算机等印刷、复印技术和新的传递方式及高性能抛射、投射、空投、空飘、海漂等散发工具，将更加广泛使用。其散发的范围和密度都将成倍，甚至成几十倍地增长。

3. 强度提高、威力增大

由于科学技术的飞速发展，进行心理战的器材和手段日益改观，现代战争中的心理战将是超脱常规的、高强度的超级心理战。

现代高技术武器的发展，为心理战的应用提供了借助工具。拥有先进武器的一方，如核武器、生物化学武器、军用卫星、航天战略武器、激光武器、智能武器、隐形武器、远程投射武器、精确制导武器，将给作战对方造成心理压力。电子计算机在军事上的广泛运用，为心理战快速准确提供资料数据和制定心理战实施方案，进行心理战作战效果评估提供了条件。无人驾驶飞机、坦克以及机器人的出现，可以用遥控手段实施更为隐蔽逼真的心理战。活动在外层空间轨道上的通信卫星可把所虚设的假图像、假声音以电视造型术清晰逼真地展现于人们面前，达到以假充真的地步。现代科学技术和武器装备又为部队在地面和空间高速机动，迅速制造各种烟幕、突然模拟各种声音和制造各种光、形、味提供了条件和保障。一些情况变化快速，难辨真假，一些情况来去突然，使人猝不及防，加重了人的心理刺激，造成心理恐慌。两军对战中，都可能出奇不意地使用新式武器装备和新的作战方法，引起敌军慌乱。采取各种巧妙的隐蔽、伪装、欺骗以及制造假情报等措施，麻痹对方，减弱作战中的警惕性；以航空兵、导弹、远程炮兵突袭对方指挥机构、后方供给地；以实施烟幕迷盲，隐蔽作战行动；以电子对抗破坏、压制、迷盲敌指挥器材，引起对方指挥官注意力分散，情况判断失误，错下决心等，导致作战失利。

第二节 现代条件下心理战的特点及发展趋势

一、趋向高技术性

由于现代科技成果和军事学术的发展，促进了武器装备的变革。心理战所借用的工具和应用方式也发生了革命性变化。在第二次世界大战后，特别是近期发生的几场局部战争中宣传心理战、武装心理战、谋略心理战信息媒介的传递和诱骗，已改变了传统的方式，更加电子化，信息化。比如，第二次大战后宣传心理战有了极大发展，规模越来越大。在第一次世界大战的最后6个月中，英法军队用气球和飞机向德军前线 and 后方投撒传单约4730万张，第二次世界大战时，盟军从英国基地向欧洲散发的印刷宣传品共约60亿张（份）。但1965年——1972年间，侵越美军和越南伪军散发的传单数为：1965年3000万张，1966年就达40亿张，1967年达120亿张，1967年后，平均每年向每个越南居民投放传单25—30张。高速准确的信息收集和传递能力，快速的印刷能力，高度机动和多样化的抛撒能力，在极短的时间内，造成心理宣传围攻态势。

美国在侵越战争中，其心理战部队不但广为散发恐吓，诱骗性传单，而且运用电子和航空技术常常于夜深人静之际，从飞机和直升机上进行大功率播发祈祷声、妇女孩童的哭喊声、佛教的殡葬哀乐声，以及野兽的吼叫声，中间还不断穿插一些要求越南人民放下武器，停止抵抗的内容，给越南居民心理上造成恐慌，破坏了正常的生活和工作，引起思想混乱。

心理作战借用电子器材和电子武器等手段，在现代几场局部战争中得到了广泛应用。1982年6月9日以色列袭击贝卡谷地叙利亚对空导弹基地实施谋略心理战时，就充分运用了现代电子诱骗手段，一举在6分钟内摧毁了叙利亚19个对空导弹基地，即是一个成

功的范例。以色列飞机攻击前，先后派出了两批能发射电波的无人驾驶飞机，实行电子示形，对叙军进行心理诱骗。第一波次无人驾驶飞机专门诱骗叙军导弹基地雷达开机，以便准确判断叙军导弹基地的真假及其准确位置。为了引起叙军雷达兵在头脑中建立起是真敌机空袭的心理倾向，在小小的无人驾驶机头上装上了能反射雷达波的圆锥形物体，直径约30厘米，重量约6公斤，雷达有效反射面为35平方米。第二波次为大量的无人驾驶飞机，如同大编队攻击机飞临上空，诱发叙军导弹基地全面开机，而这时叙军的导弹部署位置、雷达频率和信号特征全部被以军所获取。以军的心理欺骗造成了叙军判断错误和错误行动，这时真正担负作战任务的预先配置于高空的大型电子干扰飞机对叙军实施强大的电子干扰，使叙军雷达一片迷茫。担任攻击的歼击机，在制空飞机的掩护下进入攻击，一举将叙军导弹基地摧毁。使以色列运用电子手段实施的谋略心理战得以成功。

二、趋向高强度

现代战争中军队的作战手段越来越多样化，而战场上军队的作战行动越来越趋向整体化。作战将是多种武器系统和多军、兵种在战场上交织运用，军事行动将在战场正面、纵深、后方、翼侧、海上、水下、空中以至太空等多维空间展开，传统的作战形式，进攻战、防御战，阵地战、运动战、游击战以及电子战、火力战、环境战、生物战、化学战、空间战交织出现，大小战场相互混杂，彼此作用。但是多样化的作战形式，不是孤立地出现在战场上，各种作战样式之间存在着内在的必然的联系，战场结构的多样化和复杂化决定着战场各种力量对整体化的追求。尽管战场纷繁复杂，但从整体上看，它们是一个完整的，不可分割的有机体。所有参战部队将按照最高司令部的决策，按统一的协同计划行动。作战样式多样化、系列化和作战行动的整体化将更加明显，其所产生的作战威力更加强大。贯穿于作战整个过程和每一个作战行动的心理战，则同样显

示出这种作战形式多样化和作战行动整体化的有机统一，显著地增大了心理战的强度。在英阿马岛之战中，英国将多种心理作战手段，在整体化的安排下综合应用，就显示了心理战呈现高强度的趋向。

在英阿马岛战争中，阿根廷一开始以迅雷不及掩耳之势一举攻占马尔维纳斯群岛，以武力手段收回领土主权的行动，是得到本国人民和第三世界人民支持的。完全是正义之举。但是，最后却被远隔一万三千公里之外，远涉重洋的英国南大西洋特遣舰队所击败。其原因不仅仅在于战术思想落后、军队武器装备有些差距，等等。而很大成份在于阿根廷没有有效地抵御住英国所实施的全方位、多样化、系列化、整体化的心理战攻势作战。

英国在马岛作战中广泛应用了宣传心理战。英国为了派兵以武力重新夺占马岛，动用全部报刊、电台、电视台等舆论工具，不间断地向国内和世界大肆宣传：阿根廷登陆福克兰群岛（马尔维纳斯群岛），英守军连同总督一共82人，寡不敌众，向阿军投降，英国蒙受了奇耻大辱。岛上居民一千八百人，绝大多数是英国人，阿根廷目前是军事独裁统治，没有民主可言，英国居民将生活在痛苦的军事独裁之下。摆出一付正义战争的姿态，赢得了英国上层领导人的心理，使得英国首相撒切尔夫人宣布政府决定立即派出特遣舰队，远征南大西洋去收复失地时，获得英国议会一致通过。过去英国讨论重大问题，一般执政党提出一个意见，反对党总是要反对一通，像这样的情景，第二次世界大战以来，在英国是少有的。在国际上，英国也大肆宣扬反对用武力解决国际争端，指责阿根廷。从而，也得到欧洲共同体和北约成员国的支持。这些国家或团体对依靠西方武器市场供给装备的阿根廷，实行了禁运政策，断绝了阿根廷武器装备的来源。

英国对阿根廷进攻中也运用了强大的心理作战攻势。特别是当阿根廷守军11000余人被英军团团包围于斯坦利港地区时，阿军士兵们对死亡的恐怖已大大超过了对胜利的信心。英军利用这种心理变

化，在从山上、海上不停地轰炸斯坦利港的同时，白天派飞机撒了几万份劝降传单，晚上则从四面八方对阿军阵地播放阿根廷的流行曲。英国针对当时正值第十二届世界杯足球赛激烈进行，而阿根廷人又对足球运动狂热爱好的心理特点，大肆蛊惑，动用了前线一切宣传手段，以娓娓动听的语言进行诱惑：“赶快回家吧！在电视上看世界杯足球赛多好啊！”这种宣传攻势，终于摧垮了阿军最后的一点士气，很快就向英军缴械投降了。

英军在作战中还采用了武装心理战。在马岛战争中针对阿根廷200多年未经过战争，参战部队大多数为新兵，以及阿根廷全部武器装备依靠西方出售的情况，故意夸大自己武器装备的性能、数量，给阿根廷造成战争恐怖的心理气氛。

英国在马岛参战中担任舰队空中掩护任务的“鹞式”战斗机，只带了20架。这种飞机虽然是八十年代第一流的战斗机，性能超过阿军飞机，但数量少，远不足以胜任庞大舰队的保护任务。英国国防部利用伦敦报纸、电台、电视台有意散布假消息，吹嘘有60架“鹞式”飞机在马岛上空逞威，并且还吹嘘说英“大西洋运送者”号集装箱货船运载20架“鹞式”战斗机驶向南大西洋，赶赴战场（实际只有5架）。这种夸大武器实力的心理攻势以及吹嘘这种飞机所具有先进作战性能于无形中给阿根廷空军部队造成了心理压力。而这种心理压力，影响了本来打得很不错的阿根廷空军部队作战技能的发挥。比如，在这次作战中，英国把仅有的两艘航空母舰全部开赴马岛战场。庞大笨拙的航母既是整个舰队的指挥中枢，也是其空军在战区的作战基地。如果它们被打掉，英国就失去了进占马岛的依托，马岛可能至今仍会在阿根廷手中。阿根廷也曾多次寻找英国的航空母舰作战。阿军多次派出侦察飞机四处搜索，一次突然发现其中一艘，立即实施攻击时，担任攻击的飞机编队半路上遇到“鹞式”飞机拦截。由于阿军飞行员怀有惧怕“鹞式”飞机的心理，技术有些失常，结果领队飞机被“鹞式”飞机击落，其它飞机不敢恋战，结果失去了一次攻击机会。

英军在对阿军进行宣传心理战、武装心理战的同时，自始至终还实施谋略心理攻击作战。比如，英国能否重占马岛，关键在于能否登上马岛。否则，庞大的舰队，远离后方补给基地，孤军在茫茫的南大西洋上是漂泊不了多久的。英军为了在选定的位于马岛首府斯坦利港后侧的圣·卡洛斯港登陆，运用佯攻战术，对阿根廷进行谋略心理诱骗。5月20日，英国佯攻部队由两艘航母带领，在数艘驱逐舰和护卫舰的护卫下，向斯坦利港正面驶去。在不断向阿军据点实施炮击的同时，还派出小分队在斯坦利港附近佯装登陆，造成英军将在此登陆的错觉。与此同时，英军真正的登陆部队，向佯攻舰队相反的方向悄悄驶去，秘密接近了圣·卡洛斯港，一千多名脸上涂了黑油的海军陆战队员，不放一枪，偷偷摸上了圣·卡洛斯港，一举登陆成功。

上述情况虽然只是涉及英军心理战的部分内容，但可以看出，阿军本来十分高昂的士气，终于抵挡不住英军高强度的心理攻势，逐渐冷落下来，以至投降心理占据了上风，放下了武器。

三、趋向全方位、多层次、大纵深

在近年发生的几场局部战争中，心理战的应用并不是单纯指向军队或局限于某一方向、某一地区。而是一开始就使用宣传心理战、武装心理战、谋略心理战等多种心理作战手段指向对方全体民众、全体官兵、首脑人物，重要的特殊分子，甚至作战对象的友好国家、国际社会组织等实施世界范围的心理攻势作战，使心理战范围和层次无限扩大，显示出全方位、多层次、大纵深的趋向。

1979年12月27日苏联进击阿富汗时，苏军在心理战攻势的掩盖下，秘密集结军队，达成了对阿富汗的突然袭击。进击前，阿富汗领导人阿明，对苏已显示出离心倾向。曾两次接见美国代办，单独接见一名美国作家，表示希望与美国关系正常化，并逼苏更换驻阿富汗大使，暗中指使保安人员监视苏联人员的行动，在各部门安插亲信，撤换亲苏分子。对苏联提出让卡尔迈勒参加内阁的建议也予

以拒绝。这些情况使苏联很不放心，决心亲自出兵，进击阿富汗，推翻阿明政权。苏联对阿明的行为是十分恼火的，但苏联当局对阿富汗领导人阿明的不忠举止则愠而不露声色。进击前作出许多友好姿态。勃列日涅夫亲自致电阿明，祝贺苏阿“友好睦邻合作条约”签订一周年。塔斯社宣传苏联将继续向阿富汗提供“全面无私的援助”。苏联报刊突出版面报导了阿明当选为“保卫革命全国组织”中央委员会主席，得到阿富汗大多数人民的“热烈拥护”。为了转移人们的视线，还在国际范围诬陷巴基斯坦、美国和中国对阿进行破坏和颠覆。12月23日就在苏联开始向阿富汗空运进击部队的前夕，苏联《真理报》还特意辟谣，指责西方关于苏联干涉阿富汗内政的报导，是“不折不扣的臆造”。这种全方位、多层次、大纵深的心理攻势，迷惑了阿富汗首脑人物和广大民众，对苏军突然的进击行动无丝毫觉察。在世界范围内，由于受苏联心理攻势的蒙蔽，一些情报系统比较发达的大国，也未能及时获取到苏军行动的轨迹。

第四次中东战争爆发前，埃叙军为了隐蔽作战企图，达成战争的突然性，对以军使用了心理攻势作战。首先，在开战前利用以色列狂妄自大、麻痹轻敌和依靠美国现代侦察监视卫星提供情报的心理弱点，拟制了一个庞大的迷惑以军的计划，制定了200多项迷惑措施。随即派出大批高级官员出国访问和邀请外国高级官员进行会谈，在舆论上减少“武力解决”中东问题的言论，强调和平谈判。临战前，埃叙两国代表多次在国际讲坛上，大谈中东和平的方式和前景，报纸和广播以突出地位报导埃叙两国关心寻求中东冲突和平解决的意愿，并故意对巴勒斯坦游击队发表的讲话和采取的军事行动表示不满。在制造国际和平舆论的同时，埃叙利用历年来进行军事演习的惯例，部队以演习为名，完成进攻前的战役部署。在前沿利用沙丘和其它伪装物作掩护，隐蔽集结了作战部队和舟桥等渡河器材。埃及方面，在临战前2小时埃军还让士兵在沙滩上吃饭和下河游泳，前沿阵地仍雇用民工驾驶压路机进行工程作业，保持一派

和平景象。进攻发起的时间又选在犹太人休假的赎罪节。由于采取了多层次的、大范围的心理欺骗活动，在战争发起前，虽然美以情报机构从卫星拍摄的照片中，发现了埃军前调，但受埃军心理战的麻痹，认为只不过是例行演习而已，最多也不过是防御性的行动。结果，战争一开始就打得以色列措手不及，打破了以色列不可战胜的神话。

四、强化心理训练

外军在加速发展心理战理论研究、加速发展专业化的心理战部队的同时，还加强了部队的心理战训练。

苏军从50年代中期到60年代前期，研究和制定了一整套较完整的火箭核战略理论。从那时起，在军事训练中就考虑了现代火箭核武器战争条件下作战环境对人员心理的影响问题。近年来，由于科学技术的进一步发展，苏联看到在战争中即使不使用核武器，新出现的超常规武器也能造成大规模杀伤效果，提出了现代战争既可能是核战争，也可能是超常规战争的观点，而且着重于后一种战争形式的准备。但苏军认为，无论是那种战争形式，军人都将承受巨大的心理负荷。战争的胜负除了政治精神因素和军事技术因素外，军人的心理因素具有重要作用。战争中的许多刺激因素，如危险、紧张、复杂、困难、突然性等，会对军人产生强烈的影响，如果军人对此毫无准备，他们就会产生惊慌、恐惧、丧失信心等消极心理。如果军人熟悉这些刺激因素，并且有适应和克服这些刺激因素所需要的心理素质，在任何情况下都能毫不动摇而又机智灵活地做出积极的心理反应，则能排除艰难险阻，赢得现代战争的胜利。因而十分注重部队的心理训练。

苏军培养军人现代战争条件下作战心理素质，主要是结合战斗训练进行。同时也注意日常政治教育、队列训练、体育锻炼、卫兵勤务思想工作等各种活动的综合培养和锻炼。在战斗训练中，苏军采取多种方式加强军人的作战心理素质锻炼。其基本原则是在近似

实战的条件下组织训练，既演练军事技术和战术，也锻炼作战心理素质和身体。在野外作业中针对现代战争特点，尽量增加反映现代战争特点的高强度、突然性、危险性和冒险性的行动。如炮兵越过自己部队头顶的实弹射击，轰炸机在进攻分队战斗队形附近投弹轰炸，战斗机进行低空、超低空飞行，步兵随炮弹炸点之后冲击，在坦克“碾压”后投掷实弹，乘坦克潜渡宽大水障，跳伞，在技术兵器练习器上处置应急情况，利用模拟器材制造各种强烈的光、声响和无线电干扰，模拟机器故障，使用个人防护器材等，增强军人的意志和胆量，提高他们精神上的承受力，抗干扰能力，快速反应能力和果断行事的能力，使其对战斗行动必然具有的危险性，有所心理适应。

美军及其他西方军队，强调战争是意志的竞争，作战力量不仅是指兵器，而且也包括部队的精神状态、凝聚力、作战意志和心理平衡。现代战争中战斗行动的复杂性、残酷性、危险性空前增大，对军人和军人集体产生了巨大的心理压力。为了顺利地实施现代战争的战斗行动，军人除应具备良好的战斗素质、身体素质、政治素质外，还必须具备良好的心理素质，因此，十分重视作战心理素质训练。

西方军队的作战心理素质训练，除十分注重结合执勤、作战基础课目、体育、队列等课目进行，使每次作业、练习和演习都有心理训练的内容外，还很注重采取一些专门的方法进行。如美军各训练基地广泛利用电子、激光等现代技术，设置模拟训练场。用多种技术的、人工的方法，模拟现代战争战场的外部景象和战斗的复杂情景，使军人能看到各种新式武器使用于战场的景况，感受到使用“真枪”、“实弹”进行战斗的心理状态。通过训练，使军人逐步学会运用自我调节手段，有效地控制自己的情绪，逐步适应现代战争的战时环境。

其他一些西方国家除广泛使用模拟方法之外，还广泛采用讲解法，观摩法，讲解观摩练习法等方法，利用各种模型、彩色挂图、

照片、电影、幻灯、录相等现代教学手段，介绍现代战争有关知识，使军人了解现代战争特征，加强对现代战争的心理适应性。并在此基础上，在人工设置的高难度的仿真战场条件下作进一步的心理练习。如通过高架水上的独木桥、爬云梯、穿越火障，以及到严寒地区、酷热地区进行耐寒、耐热、耐冷、耐渴训练，提高心理对各种作战环境的适应性。

第三节 努力提高我军 心理战的能力

现代条件下战争对心理战提出了更高的要求，然而我军的心理战能力还远远不能适应这种要求，因此必须在全面提高军政素质的同时，大力提高我军的心理战能力。

提高心理战进攻能力的主要内容包括两个方面。一是心理战的战略战术，二是心理战使用的技术方面。心理战战略战术水平的提高要着重学会善于使用谋略心理的思维方式，采用多种作战手段和新奇的方式对敌心理施加影响。心理战使用技术方面，要善于引进和自行研制现代心理战的技术器材，提高心理战技术水平。

谋略心理在现代战争中有着十分重要的意义。在现代战争中，虽然集指挥、情报、控制于一体的现代化指挥工具广泛应用于战场，为快速决策提供了方便，使决策速度和决策的正确性提高。但是，决策机械系统只能按人设计的程序进行额定的运算，不能代替人的心理特有的辩证思维。必须发挥指挥员、战斗员的主观能动性，提高决策思维的流畅度、广度、深度和决策思维的独创性、灵活性、敏捷性和逻辑性，使人机结合起来，促使决策更加快速和合理。在训练中，应给作战谋略心理训练以一定的地位和时间，使干部战士学会应用心理学基本知识进行作战谋略，特别是心理作战谋略的方法。学会在具有一定武器装备的情况下，出奇不意地使用新的作战方法，或采用多种欺骗敌人的措施，引起敌人惊慌混乱，对

迅速歼灭敌人发生直接或间接的作用。

谋略心理是敌我双方斗智的最高层次。我们要善于通过各种方式，了解作战对象动机、兴趣、情感、意志、性格等心理现象中认知因素的个性色彩，针对其存有骄傲、急躁、无谋、看问题片面、固执己见、贪图小利等心理品质上的缺陷，采取恰当的心理攻击措施，对敌实行示形、用佯、诱骗，摧垮对方官兵的作战意志，打破作战对象的心理平衡，致使判断失误，举措失当，作战失利。

提高我军谋略心理作战能力和心理作战水平，要在继承我国心理战传统的基础上进行创新。要善于应用现代科学技术和现代武器装备的先进性能，充分发挥现代武器装备这一心理战借用工具的作用，如运用电子欺骗、电子干扰、电子压制，部队的假机动，散布假情况等实施心理作战。

在对敌心理作战中，宣传心理战具有十分重要的作用。对敌宣传心理战是我军的传统，广泛发动群众作心战工作是我军成功的传统战法。这种深入动员全体干部战士和边防民众对敌开展心理攻势的作法在现代战争中仍有积极的意义。在现代战争中，我们仍应继续发动群众，利用各种机会，采取多种方式，通过广播、散发宣传品、邮寄心战书信、战地联欢、交换商品等宣传我国社会制度和政治主张，宣传改革开放的成果，对敌进行心理攻击，实施心理影响。

近年来，我军在广西、云南边境全线加强政治攻势，基本上压倒越南当局的反动宣传。对争取越南边民群众和瓦解越军士气起到了一定作用，动摇了越南军民的“信念和战斗意志”，进一步发展了我军传统的开展政治攻势的经验，摸索了一些在现代战争条件下开展心理战的途径。但是，我们应看到，现代条件下外军心理战的研究和应用发展很迅速，并取得了一些成功的经验。对我们实施心理战的器材和手段，要像不断更新军队其它军事技术装备那样进行更新和发展，以便适应现代条件下战争中所具有高技术、高强度、全方位、多层次、大纵深特点的心理战的需要，并赶上世界先进水平，为实施高水平的心理战而努力。

第九章 心理战的防御

如同矛和盾的产生一样，有了心理战，就相应地产生了心理战的防御。心理战的防御和心理战同等重要。因此，在研究如何对敌开展心理攻势的同时，也必须研究如何对敌人心理瓦解进行有效的防御。

第一节 心理战防御的意义

心理战的防御实际上是心理战的一个重要的组成部分，而不是孤立的东西，是同一个事物的另一个不同的侧面。如果说心理战是进攻之矛，那么心理战防御就是抵御这种进攻的盾牌。心理战的目的是要动摇敌人的军心，瓦解敌军的士气和斗志，同时巩固自己的军心，提高己方的士气。瓦解敌人和巩固自己两者是相辅相成的，不可分割的。只有瓦解了敌人，才能巩固自己；相反，只有巩固了自己，才能有效地瓦解敌人。这同作战一样，既要能攻，还要会守。在一定的情况下，进攻同防御一样重要。只能攻，不能守，或者只能守，不能攻，两者的结果往往是一样的。心理战防御的目的，就在于筑成己方坚固的心理防线，能够有效地抵御敌方的心理攻击，以利己方战争目的之顺利实现。因此，要在对敌实施心理攻击的同时，做好心理战的防御工作，以达到瓦解敌人，巩固自己的目的。

从现代心理战的运用看，西方一些国家的军队把心理战防御就列为心理战的一个重要类别，作为战区统一的心理战活动的一部分。如美军把心理战防御列为巩固己方地位的心理战，用于为军事行动创造便利条件，减少非战斗人员的干扰，以及争取作战地区居民的合作。

美国的心理学专家认为，心理战争的防卫必须首先知道敌人有

什么新闻，如何宣传，怎样指挥作战，以及敌人怎样进行心理攻击，你就不容易上当。他们这样告诫士兵：

“不要相信敌人。假若听了一次广播，得到一张传单，听到一个谣言，要寻根究底。若说不出这个观念的来历，应该怀疑。只要相信敌人和你正在作战，假若他劝你‘为你着想’，你应该认为实际是为他着想。

记住广播传单，不一定来自所说的地方。因为谣言除了混淆不清的言词之外，从来不说明来历。

要能批评。一件事虽从真相说起，不宜相信附会的解释，要认真想一想，区别确实的事实和武断的事实；区别事实与解释，不要囫囵吞枣，要动脑筋。

听了一次战役胜败的理由，或者缺乏咖啡的理由，不要承认第一次解释，要稍为等一等。第一次的言词是最好的宣传，因为没有别的言词来抵制，但并不是最可信的。过了几天，也许还有别的说法，与言词中的基本事实完全不同。不要急吞香饵，等候一个没有钓钩的虫。

总之，不要相信敌人。如果敌人表示亲热，须知他们从不怀善意，害怕他才对。如果被俘，只告诉姓名、军衔、符号，不说别的话，不要因敌表示亲热善意而表露无关的事，殊不知对敌方来说就是有关的了。部队或国内生活的细故，也不要谈起。

总要相信自己的领袖，相信他们是为大家的，从而增强信任和信心”。

联邦德国军队十分重视心理战防御。在西德联邦国防军陆军条令《作战指挥》中，心理战防御专门列了一章（第13章）。条令中规定，心理战防御的目的是：

- “通过心理战做到：
- 削弱敌人战斗意志；
- 向敌人揭示战争法则和人性；
- 影响敌人战斗地域内的居民，使之对敌企图产生反感。

通过加强与我方地域居民的精神联系做到：

使居民保护自己；

确保作战行动自由；

通过以上措施，心理防御可有利于我方部队战斗。”

为了做好心理战防御，联邦德国还组建有专门的心理战防御部队，负责对心理战防御进行支援。条令指出：“敌人会力图切断我方部队与居民的联系，从而取得居民的援助。为此，敌人可能利用造谣、社会传闻和条约，还可能进行恫吓和采取恐怖行动等。

对此，主要是由政治机构和行政机关负责采取措施。居民的行动可能影响我作战行动自由时，心理战防御部队应对此进行支援。应使居民理解我部队是为自己而战斗，从而取得居民的积极支援。”

联邦德国国防军陆军条令中还对心理战防御提出了措施：

条令的第89条写道：“武器的威胁、持续的恐怖、慌乱以及随着情况的变化而产生的忧郁情绪等都可造成恐惧与不安。为抑制恐怖心理应采取以下措施：报告情况，通报险情，对异常情况进行说明，防止无所事事和束手无策，加强责任心与提高自觉性，增进友爱，利用个人希望受赞扬的情绪等。指挥官身先士卒以及加强与部属的联系十分重要。

第90条：严重的恐怖情绪可能发展成恐慌。恐慌会使部队狼狈不堪，纪律混乱，指挥官失去控制力。恐慌多由战斗的强烈影响或谣言等不明原因诱发。恐慌也可能在纪律严明的部队突然而猛烈地发生，并迅速蔓延。

恐慌应尽可能在发生的初期加以抑制，必要时可采取坚决的手段。

指挥官必须以果断的措施稳定部队的情绪，恢复正常秩序。

第91条：敌人会通过心理战瓦解我方战斗意志。其主要目的是使我方部队的信念和对战争正义性的认识产生动摇，失去对政治家和高级将领的的信赖，使部队的团结遭到破坏。为此，敌人将会采取能够造成不良影响的一切手段，例如，胁迫、欺骗、中伤、谣言

或混淆视听等。

必须查明敌人心理战的背景和意图，给官兵以指导。其最好方法是不隐瞒问题，提供真实而客观的情报。创造无法散布假情报的环境，建立牢固的信赖关系，挫败敌人的心理战。”

我军在过去战争年代中，对心理战是注意防御的。如抗日战争中，我新四军政治部就对心理战的防御作过布置，指出：

“对敌军工作的防御战，其目的在巩固和提高自己的抗敌情绪，肃清敌人影响，克服与战胜敌人对我方的一切破坏、欺骗、挑拨、离间及阴谋，并揭破敌军对他们自己人民及士兵的一切欺骗宣传。”

在当时的情况下，日军的心理宣传主要是：

常常在“防共”的口号下，企图破坏我们的抗日统一战线，而敌人口中的共产党，实际是指一切抗日力量，企图这样地削弱、分裂我们的抗日阵线。

抓住当时我们政府和军队的某些弱点、缺点制造谣言，企图挑拨离间我人民的感情，使其与我政府及军队对立。

宣传日本的所谓皇道主义，及所谓的中日满亲善，说它同中国古代的尧舜禹汤文武那样，以欺骗我们的民众。他们无耻欺骗，一面排斥欧美资本主义，一面排斥苏联共产主义，说这些都不能救中国，只有他们的皇道才能救中国。

利用他们军事上的某些胜利，进行扩大宣传，并夸大宣传我方的失利，散布和平诱降空气，以丧失我们对长期抗战的信心。

常常企图把战争的责任转嫁到中国身上，说他们是愿意和平的，以掩盖其在战争中的罪恶责任。

针对日军的这种反动宣传和欺骗，我军教育全体官兵注意防止和打破敌人的宣传，做好心理上的防御。要求做到：

有系统地加强自己部队的抗敌政治教育，以提高抗敌情绪与信心；

有系统地教育部队了解敌人侵华阴谋及其一贯政策；

对当前敌军每一欺骗宣传，应及时揭露并有力驳斥之；

严防敌人利用汉奸托匪宣传，侵入到我们内部，故在防御敌人宣传时，应特别引起这样的警惕；

最重要的是抓住敌人侵华战争中烧杀、奸淫、抢劫等具体事实，暴露敌人宣传时，应特别引起这样的警惕。

为达到上述目的，我军还提出了在实际工作中应注意的事项：

在阵地发现敌人宣传品，应一律收集，送交上级政治机关，不能任其在部队、在地方传播；但政治人员对付敌人这种宣传品，应同时从积极方面揭露其欺骗，针对敌人欺骗，正确驳斥与解释之。

火线上的喊话宣传，应在坚强政治干部领导下进行，以保证能回答与驳斥敌人的一切反宣传。

处理与训练俘虏之人员应经过一定的政治训练，能回答俘虏所提出的问题；同时，还须注意防止克服俘虏思想对部队的传染。

在战争不利的情况下，尤应预先防止敌人可能向我军进行的欺骗与反宣传。

抗美援朝战争中，我军针对敌人心理战的一套组织结构和活动规模，进行了强有力的反心理斗争，并把它作为我军战时政治工作的一项重要内容。

为了粉碎敌人的心理战对我军的侵害，我们采取的最有效的措施就是系统地揭露敌人的欺骗宣传。开始进行这种斗争时，我们的经验不足。有时对敌人的宣传内容抓住一条解释一条，有的解释不通，显得非常被动。根据这种情况，我们结合认识美帝本质的基本教育，结合反心理斗争中出现的实际问题，进行有系统的有中心的有准备的揭发工作。大胆地有领导地发动群众提出问题，开展群众性的讨论和辩论活动，并组织干部、党团员深入群众，领导大家找凭据，评是非，算细帐，弄清真理。为了使教育内容真实可信，事先搜集了敌人的反动、残暴和伪善的事实材料，对照敌人的欺骗宣传，抓住中心问题，展开广泛的讨论。用敌人扣留虐杀战俘，用战

俘进行细菌武器实验的事实，来揭穿敌人的所谓“优待俘虏”的欺骗宣传；用我们的胜利事实，来揭发敌人伪造的战报；用敌人残害中朝人民的罪恶行为，来揭发敌人对飞机、大炮威力的夸耀；讨论战场上的“苦”是“从哪里来的”，“吃苦的目的是什么”，“我们吃苦为什么是光荣的”等问题。用这样的办法来有力反击敌人抓住我们一些实际困难所进行的恶意攻击和造谣中伤。经过证据确凿、结论透彻的揭发和讨论，使广大群众提高了思想觉悟，对敌人的心理战阴谋有了明确的认识，感到“睛眼亮了”，“脑子里更清楚了”。在群众提高了觉悟之后，对敌人的反动传单，主动提出“不拾、不看、不听、不用”的口号，形成了一个反心理斗争不成文的公约，并且展开了清除敌人传单的运动。实践证明，进行心理战防御的宣传教育和不进行大不一样。进行宣传教育，使大家对敌军心理战有了心理准备，有了抵制的能力，就可以减弱敌军心理攻势的威力。

第二节 心理战防御的原则

心理战防御是针对敌心理战的活动而进行的一种防御性心理战，其目的在于抵制敌方的心理攻势，巩固己方的心理阵地。因而心理战防御的原则，不仅要立足于己方军民的心理特征，而且主要着眼于敌方心理战活动的特点。心理战防御的原则主要有以下几方面。

一、攻势原则

在实施心理攻击时强调进攻性原则，在心理战的防御上同样要坚持攻势原则。在武力战中，主张积极的防御，攻势的防御，而不主张消极的防御。因为消极的防御是一种假防御，是不牢靠的防御，是绝对防不住的。只有积极的防御，攻势的防御才是真防御，才能起到防御的作用，达到防御的目的。在心理战的防御中，道理也是同样的。心理战防御要真正达到目的，必须是一种积极防御，主

动防御，攻势防御，防中有攻，攻防结合。而不应该是被动防御，消极防御，只防不攻的防御。消极的防御只能是被动挨打，防不胜防。所以，心理战防御必须坚持攻势原则，把进攻与防御巧妙地结合起来，在被动的态势下以积极的攻势争取主动。面对敌人强大的心理攻势，绝对不能放任不管。我们中可能有人会认为，我军是无产阶级的军队，政治素质好，思想作风过得硬，不会受敌人的影响。敌人的宣传完全是造谣诬蔑，我们的人不会听，不会起什么作用，可以置之不理，认为“见怪不怪，其怪自败”。因此，对心理战的防御采取不理不睬的消极态度。其实，这是违背心理科学的。因为军人的心理是没有空白的，自己的宣传不去占领它，敌人的宣传就可能占领。自己的宣传占据了军人的心理，就形成了先入为主的心理优势，对敌人的心理攻击有了排拒性。如果防御者只是被动的给群众进行解释说明是无法消除敌人宣传的影响的，容易被敌人牵着鼻子走。所以，最好的办法是认真分析研究敌人心理战活动的特点和薄弱环节，采取进攻的姿态去攻击它，战胜它。

二、诱导原则

在心理战防御中，采取一定的强制措施是必要的，但大多数情况下，应当采取诱导的原则。对于敌人的心理攻势，如宣传心理战，简单地武断地要求己方军民都不要听，不要看，这在客观上是难以做到的。这不仅是因为敌人的宣传无孔不入，而且在于现代科技的发展，为宣传提供了十分有利的条件。心理战防御一方无法完全把民众同大众传播媒介隔绝。特别是在战争条件下，人们都十分关切战局的发展，渴望了解战争的真实情况，敌我双方态势，双方损失情况，敌人的企图，己方的决策和部署等。要想绝对封锁消息是办不到的，而且有时愈封锁，民众愈想了解真实情况，这常常为一些谣言和不利的消息的传播帮了忙。所以，心理战防御在巩固己方心理战防线方面必须坚持诱导的原则，根据战争形势的发展，根据心理战防御的需要，充分利用民众的仇敌、蔑敌心理，适时地以各种宣传活动

和教育活动，引导己方军民的心理趋向，使之朝着坚定信念，坚决贯彻国家的战略方针，勇于克服困难，誓和敌人战斗到底，争取战争最后胜利的方向发展。

在进行诱导时，可运用从众心理。利用从众心理于心理防御方面主要有两个方面，一是抓领袖，二是抓倾向。心理学的研究表明，人具有从众心理。所谓抓领袖，就是抓住带头人，作为“带头羊”。进行心理战防御宣传，必须把群众中的带头人作为重点。只要做好领袖和带头人的宣传工作，就可以带动其他人，收到“薄种广收”，事半功倍的心理功效。一般情况下，在从众心理的驱使下，人们对于大多数人进行的活动总是乐于接受的，对于领袖和带头人的举动总要顺应和服从的。

所谓抓倾向，就是要抓住群众中带有倾向性的观念、看法、风俗习惯及思想经验。有些群众当自己无所适从时，往往以已有的观念、风俗习惯和思想经验作为自己行为的指针，采取“随大流”的办法，借以保护自己。所以，我们在进行心理防御时，必须注意这一社会心理因素。抓住带有倾向性的问题，展开宣传和教育工作。特别是要通过宣传和有力的工作，造就一种新的情境，树立新的观念，以一种倾向代替另一种倾向。一旦这种移风易俗、推陈出新的工作完成之后，人们便会在新的倾向下接受新的思想，筑起新的心理防线。

三、正反相辅的原则

人们认识问题，总是从正反两个方面去观察和认识的。正与反是对立的，但也是相辅的。人们对于一件事的正面的认识正是随着对反面的认识而加深的。在心理战的防御中，是光讲正面好呢？还是正反两方面都讲好呢？可能有人认为，只讲正面就够了，绝对不能讲反面，其实不然。这样反倒容易使人们对正面的东西产生疑问。战争中的民众，处于社会生活的各个领域和各个不同阶层，对于战争形势的发展，各有各的观察。对于己方的有利和不利，胜利和挫

折，他们都能在一定程度上感受得到。因而，在为巩固己方心理防线而进行的一切心理战防御的活动中，坚持正反两方面都讲的原则，不仅在客观上是必须的，而且能够在实际上起到激发民众斗志的作用。因为不利和失利在战争中是常有的事，而且不可能一点不为人们所了解。与其躲躲藏藏让人们去猜想，反倒不如讲出来，让大家心里有底，精神上有准备，敢于正视现实，勇于战胜困难。一方面肯定正面的东西，相信有利的因素，从中感受到鼓舞，增强必胜的信心。另一方面通过认识反面的东西，不利的因素，感受到实事求是的态度，增强正视现实的勇气。相反，如果只讲有利因素，只讲正面，不讲不利因素和反面，这会使了解事情真相的人感到失望，或一旦反面的东西暴露出来后，会丧失人心，失去信任，甚至还可能会给心理战攻击者造成可乘之机。

四、群众性原则

所谓群众性原则，就是指在心理战防御活动中，要坚持走群众路线。革命战争是群众的战争，只有动员群众、组织群众、依靠群众才能进行战争和赢得战争。进行武装斗争是这样，进行心理战防御也是这样。心理战的防御不是一个人、几个人或专门机构少数人的事，那种力量是极其微小的，防御的面是极其窄的。必须把工作的重点放在群众中，把网撒在群众中，动员群众、组织群众、依靠群众实施有效的防御，才能使心理战的防御得到可靠的保证。因此，在心理战的防御活动中，要坚持走群众路线，发动群众，同敌人心理战活动开展积极的斗争。一方面要抓群众性的宣传活动，组织报告会、声援会、誓师会、控诉会，进行文艺演出，利用广播、电影、电视、墙报、黑板报、标语、传单等展开广泛的宣传活动，借以制造有利于我而不利于敌的社会舆论，形成良好的“大气候”，以此感染各阶层的人，使全国上下万众一心，使全体军民同仇敌忾。对敌人的心理战攻势构成一道牢固的心理防线。另一方面是抓好群众组织的建设，如村民组、居委会、村委会、乡（镇）委

会，反奸防奸锄奸，防止敌人打进来和拉出去，防止各种造谣、离间、煽动活动，及时清除敌人心理战的影响，收缴敌人散发的各种宣传品。群众组织的严密活动使敌人的心理战活动很难有可乘之机和立足之地。

五、反复原则

人类的最大倾向之一就表现在易于接受任何反复提示的结果。人们改变自己的认识总有一个过程，不是一下子就可以接受一种新观点，改变原有的观点。最初的提示可以引起刺激和注意，随着反复提示加深印象，逐步确定新的观点。所以，在进行心理战防御中，特别是在进行宣传时，必须遵循反复的原则。反复宣传，这是宣传能否取得成功的秘诀。人们常说，谎言重复多遍也会成为真理。这种说法虽然不够科学，但重复的作用和产生的心理效果是不可低估的。宣传的目的即在于改变社会心理，造成所欲达成的态度与行为，所以一定要利用人类的这种自然心理倾向，对宣传的内容不断反复，以期收到理想效果。因此，在心理战的防御中，要帮助军民确定一种观点，一种信念，一种心理倾向，或者帮助其改变一种观点、一种心理倾向，或者反驳敌人的心理战宣传，消除由于敌人心理战造成的某种影响，必须坚持反复的原则。在军民中反复宣传我们的观点、看法、态度，反复说明事实真相和情况，以形成有利于我方、不利于敌方的心理环境。心理战防御中反复提示可以采用多种方法，如文字、图片、音乐或其他形象直观的手段。反复表明宣传的意义，持续不断地刺激宣传对象的心理，制约人们的行为，而使其感到这是一种无法解脱的力量。

六、暗示原则

心理学研究表明，暗示的作用常常可以超过明示。在心理战中，运用暗示可以收到奇效，在心理战防御中，运用这一原则同样可以收到最佳的效果。如在宣传方面，运用暗示的原则进行反宣传

就较有力。这里的反宣传就是借助否定谣言来传播谣言，或者借助对于新观念的辩论来传播新的观念。例如，第二次世界大战中，一个伪称是德国电台的英国心战电台在德国境内广播，说德国境内有一股谣言，称废铁即将涨价。于是许多从来没有想囤积废铁的德国商人也开始动摇了，萌发了抢购囤积废铁的念头。广播还连续不断地说这种可恶的谣言已经使得许多德国公民在收集废铁，希望借此发财。同时还广播了一些囤积的具体手续。在这种反宣传的暗示作用下，一场囤积废铁的闹剧就在德国愈演愈烈。

七、强制原则

做好心理战防御，需要对己方的军民进行宣传教育，使他们用正确的思想武装起来，从心理上做好抵制敌人宣传的准备。然而，正确的、先进的世界观和思想不是自动可以形成的，而必须靠学习教育，靠灌输。必要时，需要从行政上采取强制措施。如进行气节教育，就带有强制性。教育我们的军民必须抵制敌人的心理攻击，在威胁、利诱、劝降等面前不屈、不挠、不变节、不叛变。这种教育，不是说可以这样，也可以那样，而是必须这样作。否则，就会成为人民的罪人，民族的败类。对有的人偷听敌方的广播，偷拣敌方的传单，就是要采取强制措施坚决予以禁止。对于拣到的敌方的宣传品，要限令上交。

第三节 心理战防御的方法

心理战的防御是针对心理战实施的。心理战的方法多种多样，心理战防御的方法也多种多样。通过防御减弱敌军心理战的效果。心理战防御主要是从一教育、二反击、三训练几个方面入手。

一、强化教育

任何心理攻击对于有了充分准备的人来说，是很难收到效果

的。所以有准备和没有准备大不一样。特别是在现代战争的条件下，武器的威力的刺激，直接生命危险的威胁，敌人意识形态的进攻，战争的残酷，条件的艰苦，情况的复杂多变，都对军民的心理产生影响。这种影响总是落到一定的土壤上，与军民的意识中的某种思想、观点、社会理论、信念和某种社会感情、情绪交锋，并视这些因素的性质和力量而产生一定的实际行动和行为。同一种影响对不同的人可产生不同的、有时甚至是相反的结果。当然，这与心理土壤有关。实质上，所谓心理土壤就是社会意识。社会意识的形成与思想教育有着十分密切的关系。通过思想教育，形成赞成什么，反对什么；应该如何做，不应该怎么做的社会意识，作为人们思想和行动的准则。因此，我们在进行心理战的防御中，必须加强思想教育。

思想教育首先要加强军民的信念。军民的思想信念，是保障在复杂情势下提高其坚定性的精神素质的基础。培养军民的思想信念是思想政治教育的主要目标。一个有坚定的信念的人几乎可以忍受一切艰难困苦，经受得住一切严峻的考验。相反，一个人没有信念，就缺少主心骨，就最容易发生动摇，最易徬徨、变节。

理想信念的形成主要靠政治思想教育，靠讲道理，摆事实和切身体验。为了帮助军民树立理想，增强信念，需要开展多种教育活动。

首先，要进行爱国主义教育。爱国主义就是对祖国的忠诚和热爱。爱国主义最能激发人的热情，爱国主义最能增强一个国家、一个民族的凝聚力，化作无穷无尽的能量，形成坚不可摧的长城。进行爱国主义教育须同传统教育结合起来，从了解我们的民族、我们的文化、我们国家的光辉历史开始。用中华民族的悠久历史和可歌可泣的英雄壮举激励我们的军人，使他们从中获得教益和汲取力量，增强必胜的信念。

还要进行共产主义理想教育。在当前，进行理想教育要同坚持四项基本原则，同建设四个现代化，同建设具有中国特色的社会主

义结合起来。使人们对实现四个现代化充满信心，对在中国这块古老的土地上最终实现共产主义充满信心，对我们的国家、我们的民族的前途和未来有坚定的信念。增强保卫祖国安全、捍卫国家主权的决心和信心。任何情况下，不为眼前的利益和困难所动摇。

进行革命的英雄主义教育也是十分必要的。在现代战争极其复杂的情况下，作为一个军人，什么样的情况都可能遇上。没有大无畏的英雄主义精神是不行的。进行革命英雄主义教育要注意运用典型。选取过去战争年代最有代表性的几个英雄，如董存瑞、黄继光、邱少云等，以形象、生动的手法宣扬他们的英雄事迹，如通过电影、电视画面，有血有肉的形象进行宣传，并号召向他们学习。从而使每个人在脑子里都装上一两个光辉的英雄形象，如电影《英雄儿女》里的王成。这样，他们在关键时刻就能以这些英雄作为楷模，进行仿效。要教育军民继承和发扬我党我军的光荣传统，不怕艰难困苦，不怕流血牺牲，英勇顽强，坚韧不拔，无论在任何情况下，都要做到不动摇、不逃跑、不变节，始终保持压倒一切敌人的英雄气概。

其次，要加强对战争正义性和非正义性的教育。充分认识到我们所从事的战争是正义的，正义的事业是必定要胜利的。而敌人是不义的，是注定要失败的。因此，决不可为一时的挫折和困难所动摇。与此同时，要及时揭露敌人的阴谋诡计，同他们的欺骗宣传进行针锋相对的斗争。

另外，还要运用历史分析的方法，在总结以往战争经验的基础上，充分揭示敌人宣传可能采用的各种伪装手段、方法和途径，并对敌人在未来战争中可能采用的心理战技术和方法进行预测，增强我军民的识别能力和心理承受力。做到预有准备，采取积极的措施，抵制敌军的心理攻击

教育中应运用正反两方面的典型事例进行引导。一方面培养军人的大无畏精神，另一方面在对他们的理智、感情和意志施加影响时，应当严肃指出，战场上的逃跑、变节、背叛等行为将会导致什么结果。举例说明凡是叛徒、汉奸最终都没有好下场。而需要的

是中华民族的“人生自古谁无死，留取丹心照汗青”的堂堂正气。

二、主动宣传

主动宣传是进行心理战防御的有效方法。其好处即在于能占据主动地位，控制舆论，造成有利于我不利于敌的社会心理。宣传是一种有意地控制社会心理的活动。宣传的效应有两种趋向，一方面可以培养、巩固和形成我们所期望的公众对现实的态度，另一方面还可增强公众对反面宣传的抵抗力。对现实情况的分析和实验的结果表明，人们毫无准备地进入反面观点的环境时，往往容易丧失抵制力和抵抗的愿望。之所以产生这种情况，是因为人长期地生活和活动在没有什么东西与他的观点和定向相对立的环境中，从而，他对反面观点的抵抗力也就削弱了。一个好的宣传，不仅能够促进人们形成一定行为的定向和趋势，而且能够预先培养对反面观点的否定态度，建立与反面观点进行斗争的定势。当人们的思维定势一旦形成，对相反的观点就持否定的态度，能够抵制反面的宣传。而对与自己观点相一致的宣传则容易接受，持明显的肯定定势。当敌人大肆进行宣传心理战时，我们如不积极主动进行宣传，就容易使军民以及外部世界形成一种定势，出现一边倒的倾向，相信敌人的宣传胜过相信自己的宣传。因此，我们必须主动宣传。就主动性而言一是要先敌宣传，不要让敌人先说出来才去反驳，而且采取主动的态度，抢在敌人前面进行宣传。例如，拉萨发生分裂主义的骚乱，我们就主动宣传，先把骚乱的前后经过和真相公布出来，这样，人们就不容易相信谣言和无根据的传闻。比之国外广播以后我们再进行反驳要主动得多。二是要穷追猛打，善于抓住某个关键事件，穷追到底，使敌人的宣传彻底“曝光”，然后举一反三，从根本上削弱敌人宣传的力量和影响。三是要善于找出敌人宣传的薄弱环节，集中火力进行突破，使敌人处于被动应付、极力解释、开脱的局面，节节退守，难以招架。四是进行有力的反击，以彼之矛攻彼之盾，揭穿敌人的阴谋诡计和内幕，使敌人的宣传自相矛盾，不

攻自破。进行强有力的主动宣传，就如同打预防针一样，增强人们的免疫力，有助于抵抗敌人的心理战传染病。为了削弱和排除一切反面宣传的作用，只是直接强化我们所同意的观点还是远远不够的，还必须在预先获悉敌方宣传内容、观点的过程中，注意培养对敌方宣传影响的免疫力。

为了提高主动宣传的心理效应，应该做到具有针对性、及时性、真实性、情感性。

针对性。对敌进行反宣传必须注意宣传对象，了解宣传对象或团体的特点，了解对象当时的期望与需要，使自己的宣传用语尽量地适应对象的心境及“心理座标”。宣传所引证的事实必须是对象熟悉的，并具有一定的潜力。为了增强宣传的针对性，宣传最好是根据最近发生的，而又与宣传对象关系极为密切的某些事件。特别要对敌人的反动宣传、恶意中伤与挑拨进行针锋相对的斗争。抓住敌人宣传中的一两件关键事件，透彻地进行剖析，强有力地进行反宣传，用反宣传压倒和制服敌人的宣传。

及时性。强调及时性，就是要做到先敌宣传。先敌宣传有利于人的第一印象的形成，造成先入为主的心理定势，对敌人的宣传具有排拒性和批判性。心理学家洛钦斯做过这样的实验来研究第一印象。他拿来两段杜撰的描写一个名叫吉姆的学生的性格的片断材料让学生阅读。这两段文字用两种不同的方法加以组合，一种是把描写吉姆为外向性格的文字放在前面，另一种是将描写吉姆性格内向的文字放在前面，然后让两种水平相当的学生阅读，并请他们读后对吉姆的性格作总的评价。结果表明，先阅读描写外向性格的材料、后阅读内向性格的材料的一组学生，有百分之七十八认为吉姆是一个性格比较外向的人。先阅读内向再阅读外向的一组学生，大多数人则认为吉姆性格比较内向，只有百分之十八认为吉姆是一个比较外向的人。这个实验充分显示了第一印象对人们形成心理倾向的重要作用。先敌宣传的重要性就在于此。在宣传领域中，最早流传的“新闻”，总是最为有效。当人们在注意阈限内空白时，最容易接受你

的宣传。因此，我们这里的先敌宣传，就是要针对敌人进行心理战的伎俩先行一步进行宣传。第一个进行解释、说明，第一个“故事”由我们先讲。先敌宣传，还便于利用有利的情境，产生强烈的心理效应。宣传不能创造一个情境和一次事件，除非造谣。它只能在情境或事件发生时捕捉并利用它们。所以，先敌宣传必须掌握好时机，善于捕捉有利战机。当机会来临时，要抓紧不舍，如果时过境迁，不仅不能利用事件发生的情境产生良好的心理效应，还会使你处于不利的地位。所以宣传最好能在事先或事件进行的同时展开，这样就容易收到好的心理效果。

真实性。有效的宣传都是从事实开始的。因为真实性可以产生可信性，使人觉得真实可信，就容易接受。宣传只有具有真实性，才会产生好的心理效果。真实的事件，或者人们感兴趣的事件，其本身就具很大的“传染性”和感染力。宣传一件真事，或者与人们都知道的真实事件相联系的一件事，它就会很快为社会公众所接受，加倍地收到宣传效果。然而，光有事实这一点还是不够的，需要进行有理解释和令人信服的宣传。一个真实的事实，解释往往会增添宣传的心理效果。所以，最好的、最成功的宣传，必须要建立在事实上，对事实本身作出合情合理的解释。

情感性。情感性在宣传中具有十分重要的意义。在一定的情况下，宣传的情感色彩越浓，宣传收到的效果越大。因此，宣传要富有感情，富于人情味，用感情打动宣传对象，感染宣传对象，使其产生心理共鸣。宣传富有情感，就在一定程度上增强了诱惑力。不要树立“敌人”，即使对敌对国家的人民，在宣传时也不应持敌对态度，而应以对待朋友的态度来作为宣传者的行为准则。如苏联在对敌宣传中十分注意感情色彩。在国内战争和外国武装干涉时期给英国士兵的传单这样写道：“你们的家在等着你们。你们喜爱的人们等着你们。你们的妻子和孩儿，你们的姐妹和未婚妻在等着你们。你们的年过花甲的母亲在等着你们。难道让他们白白地等着吗？你们的母亲询问每一个从前线回来的人：‘我的孩子在哪儿？’，

‘我不知道’。在俄罗斯草原上的某地……

你们在‘俄罗斯某地’做什么？为什么你们需要呆在这儿？”这份传单就打动了不少人的心。

三、控制舆论

在心理战防御中，实施舆论控制是十分必要的。战争，不只是武装力量的对抗与斗争，而且有舆论的对抗和斗争。在战争情况下，敌对双方都力求保持军民的心理稳定，情绪稳定。心理稳定、情绪稳定，才能坚定信心，斗志昂扬，百折不挠，才能形成一股强大的合力，对敌军进行瓦解。实行舆论控制是稳定己方军民心理、进行舆论对抗的一种必要措施。这有利于抵制敌对舆论和自发消极舆论的影响，保持己方舆论的统一口径和有效性，从而达到稳定自己，巩固自己，对抗敌人、瓦解敌人的目的。

所谓控制舆论，包括两个方面的含义，一方面是对敌方的舆论的扩散传播实行控制；另一方面是对己方的舆论实行检查监督，以保持舆论的纯洁与健康。造成有利于我不利于敌的舆论环境。实行舆论控制，首先要划清积极的舆论和消极的舆论的界限。对于积极的舆论，不仅不限制，而且要坚持和广泛传播。对于消极的有害的舆论则严格予以限制和控制。战争时期，一切都是为了夺取战争的胜利。所以，战时的舆论必须符合这个大前提。一切舆论只要是有利于动员军民进行战争，拥护支持保卫祖国，维护党和国家的统一和团结，揭露和反对敌人的战争阴谋与侵略罪行，瓦解敌人斗志的都是积极健康的，都应受到保护、支持和鼓励。凡是有意或无意地散布不利战争动员、不利于鼓舞士气、不利于团结作战、不利于国安全和领土完整的言论；散布消极厌战情绪，散布敌人不可战胜的言论，散布损害国家形象、国家领导人形象，损害战争组织指挥和军政军民团结的舆论；散布有损于国际统一战线、友好国家、中立国家的言论都要严格禁止。凡充当敌人的代言人，传播谣言，散布战争恐怖，为敌人歌功颂德传递敌人宣传品的，一律要追究严办。

对少数与国家与民族为敌，造谣惑众、制造反对国家、反对共产党、破坏民族团结、煽动民族分裂的特务、间谍及各种反动分子，必须进行坚决有力的打击和镇压。只有这样分清界线，严格控制，才能有利于战争的胜利。这里来不得半点含糊和心慈手软，来不得折衷调和，否则，就有害于己而利于敌。

实行舆论控制，是一件大事，关系到整个国家的利益，必须有一定的政策制度和组织保证。首先要有一定的政策保证己方的舆论统一，特别是对外宣传口径统一。所谓统一，并不是要求所有的舆论千篇一律，千人一面，而主要是要求在舆论中保持内外政策的统一性。所有舆论工具进行的宣传口径，都必须统一在党和国家当时的方针、政策、战略意图下，都要站在国家和民族的立场上，从维护国家民族的利益，有利于夺取战争胜利出发。我们的舆论宣传必须强调战争的正义性，把战争的真实情况，敌人的企图和我们的决心传达给人民和国际社会，一方面动员和统一全国军民的言论和行动，另一方面争取国际舆论的同情、理解和支持。这方面，必须有纪律进行约束，还要有严格的新闻检查和监督。除此之外，对敌对分子的舆论，要有组织地进行干扰、破坏。对造成扩散的，要及时驳斥、消毒，把敌人的舆论破坏限制在最低限度。

四、戳穿谣言

谣言是敌人进行心理战的一种重要武器，因此，进行心理战防御，巩固己方的心理防线，就必须学会同谣言作斗争。战胜谣言的办法必须策略，措施必须适当。

首先要针对谣言进行辟谣。辟谣要以有根有据有理的事实说话，雄辩地驳倒谣言。辟谣如果入情入理，很有说服力，人们觉得可以信赖，自然就没有人再相信谣言了。一般情况下，谣言在多大的范围内传播，辟谣就要在多大的范围内进行。如谣言涉及到具体的人和事，最好能让当事人出面辟谣，或把事情真相摆在人们面前。因为当事人的出面本身就是一种最好的辟谣。第二次世界大战中，英

国屡次轰炸柏林重要的火车站，没有炸中。一次受了德国人的捉弄，在广播中说炸中了。于是德国宣传部长就邀请新闻记者到这个火车站实地视察，让记者看到这个车站完好无损，结果英国广播的谣言就不攻自破，造成英国的新闻失信，处境十分被动。

其次，要实行民主政治，广开言路。谣言的产生和传播多是在言路不畅通的情况下。因此，为了防止谣言的产生与传播，必须保证正常信息传播渠道的通畅，民主空气要浓，群众的言语、呼声能够及时地表达。还要在不泄露国家机密的前提下，及时向公众公布一些消息。有了正道的消息，就能堵住小道消息的缺口，使谣言传不起来。

另外，还需要加强内部团结，增强凝聚力，加强纪律性，培养对领导的信心。谣言的产生和传播往往借助于军心和民心的涣散，以及对领导缺乏信心。就如同病菌容易侵害体质差的人，对于身体健壮的人来说，则容易抵抗病菌的侵害。为此，需要增强团体对谣言的抵御力量。同时，对制造和热衷于传播谣言的别有用心者，要予以严厉打击和制裁。

美国在进行心理战防御方面，很注意同谣言进行斗争。美国的心理学家对此进行了专门的研究，指出，军官或干部有责任控制部属或民众造谣。认为下列原则对消除谣言有帮助：

1. 保证官方消息确实可靠。假使群众对于军队、报纸、广播消息的可靠性，失去信任，那么谣言就不胫而走。

2. 促进对领袖的信任。如果人民相信从来不受欺骗，扣留总有扣留的理由，则检查新闻，缺乏新闻都可以原谅。这个原则，所有的领导，自总统至小学教师，自将军至班长，均可适用。

3. 尽量公布事实。只要报纸、广播不致助敌太甚，应准予尽量披露详细的事实。军队也然。人民需要事实的，得不到事实真相，只好听信谣言。

4. 要使男男女女都忙忙碌碌。防止闲散，单调。空虚的脑筋，容易填入虚伪和忧愁。手闲舌头忙。

5. 扫荡谣言的掇客。攻击谣言，指明是敌人的宣传，指责谣言的不确与虚假，使失去信心。嘲笑谣言的掇客。

军营或工厂可树立“谣言布告栏”，张贴明显的谣言，过了一些时候便觉得可笑，因为布告栏上有许多矛盾的谣言，又有许多因事实的公布而被推翻的谣言。

同时，也可开设“谣言诊疗所”。现在马萨诸塞州已有一所开张营业。诊疗所从来诊所的那些对谣言感兴趣的人那里，听到许多闲话，搜集一切可得到的谣言，然后加以研究、公布、驳斥或改正，附带指出谣言总是假的而加以讽刺。

连长可自设“谣言诊疗所”，“谣言布告栏”，鼓励部属养成质问的习惯。如美国兵常这样问“你在什么地方听到这个传说的？”

五、强化心理训练

敌人的心理攻击常常容易利用我方的心理缺陷或心理素质差而发挥作用。反之，如果军民的心理素质好，心理稳定性强，敌人的心理攻击就很难收效。为此，必须加强军民的心理训练，特别是军队的心理训练。通过训练，增强军人的心理稳定性，就等于筑起了一道牢固的防线，减杀和抵御敌人心理攻击的威力，把敌人心理攻击产生的效应降低到最低程度。

一方面，战争不仅是在物质上进行的，而且也是在人的心理上进行的，有时心理上还是重要的一面。特别是现代战争对人的心理影响超过了以往任何时候。战争的空间空前增大，突然性、残酷性、复杂性增大，战斗行动的紧张程度也急剧提高。不论是前线参战人员，还是“后方”人员，都将承受空前的心理负荷。这种情况要求军人必须具有良好的心理素质，才能承受得住过重的心理负荷，才能适应现代战争的需要，才能在战争中表现出积极性，才有可能在战争中赢得胜利。

另一方面，在许多国家日益重视心理作战的背景下，未来战争中，心理战的斗争将是极其尖锐、极其复杂的。敌对方面将会施展

各种伎俩，采取各种方法对我实施心理战，诸如威胁、恐吓、讹诈、欺骗、利诱、拉拢、分化瓦解等。在如此强大的心理战攻击面前，没有良好的心理素质是很难招架的。

鉴于此，我们必须按照现代战争的要求，运用科学的心理训练方法，严格对军人进行心理训练。军人心理训练就是有意识、有目的地培养军人在紧张、激烈、危险、劳累的作战活动中，顺利地完成任务所需要的心理因素，提高心理的稳定性。也就是训练军人学会在复杂的战争环境中进行自我控制和心理调节。

对军人进行强化心理训练的内容很多，主要有以下几个方面：

（一）心理适应性训练

大量的战斗实践证明，思想受过锻炼的、有实践经验的、训练有素的（包括心理训练）军人在完成战斗任务时表现精力旺盛，精神高度集中，知觉敏锐，反应迅速，行动准确，果断而又小心谨慎。这些都是顺利完成战斗任务的必要条件。相反，军人缺乏心理训练或受到不良的心理训练，对战斗环境不适应，战斗时就容易有失常表现。如平时训练时，枪可以打得准，但战斗中，枪却打不准。平时训练中可以完成得好的任务战斗中却完不成。人的心理适应性差影响战斗任务的完成。人的心理潜能是很大的，对环境和困难的适应性是有潜力可挖的。人的心理潜能要想得到很好的发挥，必须靠训练。通过训练，人对环境、恶劣的条件、困难的工作有了适应性，人的心理潜能就可以有效地发挥作用。进行适应性训练，关键就是要把人放在与实际遇到的环境、困难、危险相类似，甚至超过实际的恶劣条件下进行训练。英国的蒙哥马利元帅说过：“一支军队在作战时一定要象钢铁那样坚强，而这是做得到的。然而，正如钢铁那样，要达到优质，必须经过许多工序，以及配料恰当，处理得好，才能达到”。苏联的A·C·马卡连柯也说：“如果不把人放在能表现勇敢的环境里去锻炼，那就培养不出勇敢的人来”。英国很注意对军人进行适应性的心理训练，所以无论是在第二次世界大战中，还是1982年的英阿马岛战争中，都有上乘的表现，能够较

好地完成战斗任务。如第二次世界大战中，英国的第八军团与隆美尔的德国非洲军在利比亚交战。一天，一名在交通岗值勤的英国宪兵，正在象往常一样紧张指挥过往车辆。猛然一抬头发现自己正置身于滚滚前进的德国坦克车的洪流之中。尽管他意识到当时的形势十分严峻，处境相当危险。但他心里仍很沉着，不露声色地继续履行职责，沉着地进行指挥。而敌人竟也毫不生疑地顺从指挥。结果，一群德国坦克竟在他的挥指下，转弯向完全错误的地方开去。这就充分表现出英国士兵良好的心理素质。反之，如果这名英国士兵心理素质差，一时慌了神，那会是什么结果呢？

英国的军人为什么会有良好的心理适应性呢？主要是靠平时的严格训练。1987年12月，我国一个军事参观团到英国访问时，专门考察了英军的心理适应性训练，确实有百闻不如一见之感，训练是严格得出奇。当时有一个旅正在训练，他们十分强调“训练要给人以实战的感觉”。该旅的训练主要在野外进行。每个单兵携重50多公斤，穿越几十公里的崎岖山路，或在长时间连续行军，旨在锻炼体质和进行强行军训练。夜战的适应性训练一直被英军视为出奇制胜的重要手段而始终坚持。

该旅每年还要有6—7个月时间到挪威北部海岸或南部山区进行严寒或温热条件下的适应性训练或演习。训练期间，官兵们食宿都在野外。经受风雪冰冻、日晒雨淋、酷暑高温各种恶劣环境的考验。他们深有体会地说：“野外食宿虽然很艰苦，却可以锻炼意志，提高野战生存的心理承受能力”。其实，即便是在营区，该旅也是按实战条件安排平时训练和生活。如让士兵睡上下铺，房间的窗户小得跟牢房差不多，经常进行携带全副武装的紧急集合。该旅的这种严格的心理适应性训练在马岛战争中收到了明显的效果。当时，该旅接到命令齐装满员出发，仅用了半小时，作战中表现了良好的军事素质和心理素质，任务完成得好。

（二）提高心理稳定性训练

在战争条件下，心理稳定性非常重要，是夺取战斗胜利的基础。

心理稳定性与军人的自制能力关系密切。自制力既与政治训练有关，又与心理训练有关。如果军人的政治教育差，就会缺乏自制力。同样，心理训练差，心理反应强度大，也影响自制力。常常有这样的情况，有的人并不是本质不好，平时非但没有出现过破坏准则的行动，而且称得上表现很好。政治上要求进步，听从组织安排，工作积极，能热心为大家服务。可是在实际的战斗中，在战场的关键时刻却表现不好，甚至很“熊”。关键就是心理训练差，缺乏排除千难万险的意志力，缺乏心理稳定性，结果在生死关头就动摇了。尽管平时还想着战场上立大功，可此时腿肚子却直抽筋。如果平时严格训练了心理稳定性，关键时刻就可以过得硬。军人的心理稳定性是他抵御紧张恐惧因素对其举止与行动带来的不良影响的能力。面临再大的困难，只要能稳住神，就可以正确地思维，准确地行动，去战胜困难。因此，必须重视和加强军人心理稳定性的训练。

苏军十分重视训练军人的心理稳定性，采取各种方法，让军人心理经受各种体验。他们进行过这样的试验：有一个分队投手榴弹，进行投准练习。首先投掷教练弹，然后投掷实弹。然后将两者的结果进行对比，评定心理稳定性。

两者投掷时的影响因素是相同的，所不同的仅在于实弹具有心理上的影响。

试验过程中，在进行练习之前和完成练习之后测量了脉搏。结果是：50人中有39人在投掷实弹之前的脉搏频率高于投掷教练弹之前的脉搏频率。其中高5次/分的3人，高10次/分的10人，高20次/分的20人，高30次/分的6人。11人的脉搏频率稍有下降（10次/分以下）。在完成练习之后测量脉搏的结果是：50人中有46人在完成实弹投掷练习之后脉搏频率提高。

分析这些数据，可以得出结论。完成手榴弹实弹投掷练习这件事情本身是提高心理紧张程度的一个因素。通过训练，50人中有19人实弹练习的成绩是提高的，24人的成绩稍有降低，但实际上并不影响摧毁目标，只有7人的成绩大大下降。总的来说，可以认为这

个分队人员的心理稳定性基本是好的。

为了考查一个部队的心理稳定性，可以引进一个公式：

$$\text{心理稳定系数} = \frac{\text{检验时总的完成率}}{\text{平时总的完成率}}$$

假定心理稳定系数为 Z

设 平时总完成率为 y^1

检验、演习时总完成率为 y^2

则公式为：
$$Z = \frac{y^2}{y^1}$$

例如某连9月15日全体人员进行了单兵射击实弹第一练习，总的完成率为78。10月5日工作组检查该连时，进行实弹射击的总完成率为95。根据公式就可计算出心理稳定系数。

$$Z = \frac{y^2}{y^1} = \frac{95}{78} = 1.2$$

研究认为，心理稳定系数在0.85—1.25范围内，表明人员的心理稳定性良好。如果低于这个范围，则表明心理稳定性差。

(三) 克服紧张恐惧心理训练

紧张和惧恐是人的一种复杂的心理状态，如同机体对于超强烈的和意外的刺激影响产生反应一样，是人从祖先那里继承来的。紧张恐惧不仅影响技术和战斗力的发挥，而且往往容易被人利用来进行心理战。如1886年6月27日，奥地利的吉西西赛旅，在普鲁士第一军团的攻击中遭到失败而又缺乏食物和饮水的情况下，惊恐万状。这时，一名被敌军收买的内奸突然喊了一声“我们的路被截断了”。结果处于紧张恐惧中的奥地利军队全部弃枪四散逃跑。直到第二天中午这个旅才聚拢起来，但却损失了百分之六十五的力量，所剩不多。

紧张恐惧在所有的人当中几乎同样发生，所不同的只是程度不等。这与多种因素有关，其中有生理的，也有社会动机方面的，还有经验方面的。从生理学的观点来看，紧张恐惧感是一种条件反射，是第一信号系统活动的表现。但这种恐惧的程度可以通过人的

社会动机和经验来抑制。当军人活动的最高社会动机十分强烈的时候，可以抑制引起恐惧状态的条件反射活动。同时，军人个人在经验基础上产生的恐惧能以积累相应的经验来预防。例如没有经历过炮击的军人遇到炮击会吓得不知所措，而经历过炮击，有经验的老兵遇到炮击却会表现出从容不迫，根据声音判断弹着点的远近而采取相应的措施。因此，为了减轻军人在战时的紧张恐惧感，必须强化心理训练。

现代战争的突然性无疑容易引起军人的紧张恐惧感。为此，要教育和训练军人保持经常的战斗准备，并且善于冷静地详细分析战场局势的细微变化及弄清其发展趋势。这样能够有效地抵抗敌人战术的突然性。

从以往的战争中得知，恐惧和惊慌最容易在退却时产生。为此为了防止在未来战斗中产生恐惧和可能引起的惊慌，退却的问题需特别仔细进行研究并坚决地演练好。

丰富的经验和熟练的军事技能有助于军人战胜紧张和恐惧。艺高人胆大，胆大就不易产生紧张恐惧，就能够正确判断情况，并在作战中表现出有理智的首创精神。为此，需要把军人放在危险中，放在近似实战的环境和条件下进行训练。还需要训练军人的军事知识和军事技能，使他们能掌握高超的技能，即使在最复杂最险恶的环境条件下也能正常发挥作用。这样，就能有效地抵制和克服紧张情绪和恐惧心理。

（四）意志与耐力训练

意志是心理因素的一个重要方面。心理战防御需要培养干部战士具有顽强的战斗意志与耐力。现代战争要求部队经常进行远距离快速机动。进攻需克服大纵深障碍和对付敌人的突然袭击，防御要抗得住各种火力的袭击和多方向、多梯次敌人的攻击。要经受连续作战、独立作战的考验；经受被分割、被包围、被歼的危险；要忍受饥饿、干渴、疲劳等意想不到的困难的折磨。训练军人具有顽强的意志和耐力是不可少的。

第十章 心理战效果的评估

如同其它各种心理现象的测定评估一样，心理战的效果也需要进行评估。心理战的效果的评估不仅是重要的，而且也是可能的。心理战效果的评估是心理战理论的一个组成部分。心理战的目的是通过心理因素的作用来影响、制约和改变敌方的思想、感情和行为，以削弱敌国的民心士气。这种目的能否达到，施行的心理战措施是否有效，效果达到何种程度，就需要进行科学的评估。

第一节 心理战效果评估的意义

心理战效果的评估具有十分重要的意义。列宁在指出宣传工作的效果时说：“既然我们的敌人承认，说我们在开展宣传鼓动工作方面作出了奇迹，那么这就不应当从外表上来了解，以为我们有许多鼓动员，我们耗费了无数纸张等，而应当从内部实质来了解，就是说，我们鼓动中所含有的真理钻进一切人的头脑中去了。而这个真理是躲避不了的”^①。心理战是一种特殊的作战形式，在战争中占有十分重要的地位。曾有人认为战争是“三分军事、七分政治”，更有甚者，有人认为是“一分军事、九分政治”。所以，对心理战效果的评估不仅是实施心理战本身所必需的，而且是整个战争所必需的。心理战效果评估的意义在于：

^① 《列宁选集》第4卷第169页。

一、通过评估心理战的效果，认识心理战在战争中的作用

虽然有人认为心理战重要，但并不是所有的人都能认识到心理战的重要性。至于重要到何种程度，则更少有人能够说清楚。通过对心理战效果的评估则可以大体上弄清这个问题。拿破仑曾说：“新闻社的力量，是与一个师的兵力相匹敌”。欧战时英国在协约国方面曾成立过对敌军的宣传部，以罗斯克里夫任部长，他所办的《泰晤士日报》起了很大的作用，使威廉第二不能不感叹：“可惜我们没有一个《泰晤士日报》”。在欧战中，德军将军蒲鲁古说：“敌人的炮弹不足畏，最可怕的是敌人飞机撒下来的新闻传单，这是任何方法也不能防止的。”有人在评价德国帝国1918年崩溃时说：有效的宣传节约了一年战争，这意味着节约了数以亿计的钱财，也许起码拯救了百万生命。在战争结束时，德国武器精良，吃得很好，但士气却尽成泡影。虽不能说出任何一个军种胜利的百分比，但宣传的传单和新闻称得上是获得早日和平的最有力的武器之一。在抗美援朝战争中，我军采取火线广播、喊话、散发传单和宣传品、开展火线联欢等多种形式对美军和李伪军展开强大的心理攻势。3年中向敌军散发各种宣传品6000多万份，广播5000余次，和敌人阵地对话数千次，火线联欢百余次。有时为了发动一次较大的政治攻势，需要动员几千人专门执行这一任务。战士们为了给敌人送“礼品”和散发宣传品，有时在雪冻三尺的山地上，不顾敌人的地雷封锁，爬过敌人的几道铁丝网，将东西放在敌人最便于拾取的地方。特别是利用节日开展大规模的政治攻势。如1951年圣诞节，我们在美军隆重纪念这个节日的时候，向他们送去了圣诞袋、圣诞树、精制的圣诞贺卡、纪念牌和糕点等礼品。仅我×军就送出圣诞宣传品5种50多万份。我们通过送宣传品和礼品，向他们祝贺节日，进一步宣传朝中两国对和平解决朝鲜问题的一贯主张。告诉他们，美方代表如何百般拖延和破坏停战谈判，如果不是由于美方代表的毫无诚

意，停战即可达成，你们也可以回国和家人团聚过圣诞节了。结果这个宣传收到了好的效果和回报。不少美国兵拿到我们的节日礼品和宣传品很受感动。仇恨的心理变成了友好的情感，有的美国兵把我们送的和平鸽章别在帽子上，说中国人给他们祝贺送礼是表示“友好”。有的取走礼物后，放些香烟和罐头，作为回报，表示答谢。有的咒骂杜鲁门害得他们不能回家和家人团聚。更多的人则咒骂战争，厌恶战争，渴望早日和平。这样就从心理上瓦解了敌人，影响了敌人的士气，削弱了战斗力。连美国陆军部宣传处也不得不承认，我军的心战措施“涣散了士兵的战斗情绪”。美国的“心理战专家们”，对于我军心理战的估价是：“有三分之一的人对美国的制度发生了怀疑”，“百分之一的人皈依了共产主义”。以至于部分美李战俘完全背叛“自由世界”，有21名美俘，1名英俘和328名李承晚俘虏拒绝遣返。美国的新闻报道也无可奈何地感叹说，这是对“自由世界”和“美国生活方式”的直接打击。

由此可见，心理战效果的评估作用是不容低估的，它有助于提高人们对心理战的认识。如抗美援朝开始，不少人曾怀疑心理战的作用，认为“宣传管什么用，还能把敌人宣传过来吗？”通过瓦解美李军的事实教育了人们，认识到心理战是我军克敌致胜的一个法宝。

二、通过评估心理战的效果，有利于当前心理战的实施

心理战的目的是瓦解敌军的士气。心理战的具体实施能否达到目的，达到什么程度，都需要通过心理战效果的评估来弄清。一方面通过评估，可以发现心理战的目标的选择是否合适；心理战的内容、方法、措施是否适当；心理战实施过程中还有什么缺陷；敌方采取的防御措施有多少效果等方面的情况。然后依此进行调整，对于效果好的心理战内容和方法进一步予以发扬；对于缺陷的部分设法予以补救；对于敌方采取的防御措施，应加以研究，制订新的政

策，以提高当前实施的心理战的效果。例如美军在朝鲜战争中，从战术和技术方面开展心理战，美国的评估认为是基本成功的。据《纽约时报》的报道，1950年，在联军俘虏中，有30%系受心理战的影响而投降者。根据这种评估，美国国防部进一步重视和加强了心理作战。不仅决定扩大心理作战处的组织，而且举办训练班，大量训练部队心理作战的人才。

由于心理战收到效果，美国军方的心理作战组织迅速扩充。最初美军在远东所有的心理战人员，只有一个6人的计划小组，隶属于美军总部情报处，后来扩充为心理作战处，人员增至600人。这些人员中包括舞台明星，新闻记者、雕刻家、美术家等种种不同的职业。以此为核心，心理战业务还向更广的范围扩展。各战区、军、师团以及师级单位，同样有不少心理战人员，其中包括很多作家，广播员、美术人员和印刷者参与心战工作。

美军为了使心理战发挥重要作用，不仅在组织和人员上下功夫，而且不惜把大量的作战费用于心理作战。散发的传单之多是空前的，惊人的。有时是整千整万份的一捆一捆从飞机上投下。有人估计将美军在朝鲜战场上的各种宣传品如果堆积起来，可建成长达150公里的纸墙。据说仅就传单一项而论，1951年5月19日，在春川以北地区，于15分钟内就投下154万张，每人平均每月可得35张。美军还很重视通行证的作用。在朝鲜战争中，曾发出过35种不同的证件，收到的效果较好。美军通过调查评估，得出的结论是俘虏中受心理战影响的达到50%。据另一个来自美军某战地的报道称，有三分之一的俘虏，自己承认由于联军心理战的影响而投降。认为心理战的方法和工具中，最有效的是火线喊话和散发投降证（通行证）。

三、通过评估心理战效果，有助于提高心理战的水平

一次战斗的心理战效果容易评估，但一个大的战役和整个战争

的心理战情况的评估则不是件易事，不是短时间内一两次调查或统计就可以完成的，必须在较长时间内经过大量的统计、调查、系统分析工作才能作出比较切合实际的评估。如美军在第二次世界大战攻打西西里岛的战役中，开始用攻打敌军碉堡的大炮打宣传弹时，连自己的人也不相信这种宣传能有什么作用。打宣传弹的炮手曾懊丧地骂道：“用塞满了结婚彩纸的炮弹来打仗，真是活见鬼的战争”。这种炮弹是宣传弹，里面装满了传单。这些传单告诉意大利人，他们是纳粹的马前卒，德国纳粹要把他们可爱的意大利变成战场；他们已陷入毫无希望的困境，凭这些传单作为“投降证”，他们可以到盟军阵地的后方领到美味食物并保证安全。美国还派出中型轰炸机在敌人后方扔下更多的“投降证”。结果那些飞行员很不乐意，他们抱怨说，要是扔下的是巨型炸弹就会起更大的作用。当时他们不相信心理战的力量。但是，不久，就有一批意大利人拿着投下的投降证来投降。意大利人开始是数十名一批，后来是成百名地拿着这些传单作为“通行证”跑过来投降了。这时，大家才相信心理宣传的威力了。一个被俘的德国上校的一段话是对心理战威力的生动写照，他说：“你们的宣传给我们带来了灾难。即使一张小小的传单也罢，你读过之后就好象得到了真理，认识到我们的政府是在向我们撒谎”。

经过实践的考验，美军心理作战部门就进一步认识到了心理宣传的重要性，而且也知道如何宣传比较有效。美军心理作战部的一位官员说：“我们一开始是白手起家，对我们所从事的工作一无所知。可是我们很快发现，反映真实的宣传几乎象轰炸机袭击一样有致命的打击力量。我们等于拯救了许多美国士兵的生命。因为每一个手拿我们传单的敌人过来投诚，那就意味着我们的士兵可以少一个在前线向他们开枪射击的人。”通过对这一次战役和整个战争过程心理战的评估，人们就可以得出在下次战役或战争中心理战应该如何开展的结论。

第二节 心理战效果评估的指标

任何评估都需要有一定的指标，心理战效果的评估也需要制订一定的指标，规定一定的标准和判断因素。

一般情况下，心理战效果评估的标准应该是：

对己方的宣传及战争的目的和前途的信任程度；

个人与部队的作战目的前和谐程度；

个人对集体的向心程度及集体的凝聚程度；

战斗的士气程度；

个人与集体的离心离德程度；

自愿或平安地寻求投降的程度；

被俘时反抗的程度。

对于心理战效果的认识和评估，不是一次完成的，而是多次完成的。美国心理学专家认为，心理战的目的主要在于改变人的思想，粉碎抵抗的意志。心理战的效果有一个渐进的过程：

1、敌兵须先厌战，感到烦闷，疲倦、失望，为别离亲属而烦闷，为饥寒、为忧愁和流血而烦闷，为伤残和伤亡，为战争的蹂躏破坏而厌倦。

国内人民也有了烦闷、疲倦，为延长工作时间；为屡被轰炸而厌倦，为将发生粮食恐慌，为全面战争的蹂躏和恐怖而厌倦。

第一步令敌厌战，须靠军事和经济的力量，予以封锁打击。

2、使厌战的敌人相信胜利已经不可能，产生绝望。以宣传辅助军事打击。历次败仗，敌人总可以找到借口予以解释，如说失败是因为弹药不足。而现在则要他们明白，国内的兵工厂已受惨重的轰炸，弹药永远不会充足的。

3、给敌人以优待诺言，指示出路。困兽犹斗，除非有逃生之路。对于阵地上的敌军，按照战俘的待遇，给予良好的口粮和安慰。对于敌国人民也一样，应给与公允的和平，比所有的更好，比

所望的更好的和平。这都是宣传的任务。

4、引起失望之后，给予优待的诺言之后，心理战争还要深入一步。使敌方产生失望，把失败的罪责归咎于自己的指挥官和领袖。

在美国，根据美陆军FM 33-1条令，心理战效果的指标包括敌人的反应性行动、在心理战过程中受到心理影响的人员的记述、目击者的报道以及一系列间接的指标。

美军专家认为，反应性行动就是指一群人在受到心理影响时所发生的行为的变化。这方面的结果是多种多样的，从出现敌人朝美军当局需要的方向改变行为的个别征候，到整个部队的投降。后一点被认为是心理影响的最终目的。

受到心理影响的人员的记述反映了对其施加心理影响的结果。美军心理专家认为，尽管由于每个人的情绪特点不同而使这种记述不十分可靠，但它对评估心理战的效果仍然可能是有益的，首先在有可能分析大量这种记述材料时，情况更是这样。

目击者的报道反映了那些没有直接受到心理影响，但有机会看到其结果的人员的意见。美军心理专家认为，这种材料的内容与目击者的敏感程度有关，因此他们的意见可能不够客观。在分析这种来源的情报时，专家们要考虑到他们的判断可能带有表面性。

心理战自动化情报系统中最有代表性的间接指标是：

敌人防止居民和己方武装力量受心理战部队与分队宣传手段影响的措施；

为稳定居民和武装力量的精神政治状态所采取的政治与军事措施；

敌人抢先实施的反宣传。

对心理战效果的评估需要进行跟踪调查，对选定目标施加心理影响的效果要在心理战过程中不断评定并在心理战结束之后作最终评定。

对心理战评估的具体指标的制订应符合实际，允许有一定的浮

动幅度。如某项指标达到百分之十五——二十为一类。因为对敌军开展心理战远比在己方部队内部进行活动复杂得多，不可能一刀齐。

心理战评估的具体指标要根据对敌斗争的特点合理制订。订高了、达不到，也不合情理。当然也许有人以为，评估指标规定得高一些不好吗？例如百分之七十——八十如何？其实这是不现实，不合适的。因为对敌开展心理战本身就是敌我双方的一种较量，敌我之间的对峙，成见，仇恨，势不两立使双方都形成了一定的思维定势。一方面敌对双方的一方对另一方的宣传、心理战有一种反感、厌恶情绪，另一方面经过教育对敌方的心理战有戒备心理；还有实行的种种控制等。所以，使心理战的效果不可能达到很高的指标。我们认为，一般情况下，一种心理战的效果能够达到百分之三十就相当不错了。就是说一方的心理攻势使另一方有百分之三十的人受到影响，应该说这就了不起了。因为心理战的效果主要体现在对对方产生了消极的影响，影响其士气和战斗力。这种影响一开始也许只在极个别人身上发生作用，但它的腐蚀作用相当大，会如同瘟疫一样很快蔓延开去。如不采取措施进行教育或加以控制，危害是极大的。对方采取防御措施就会抵销和降低心理战的效果。所以，在制订心理战评估的具体指标时，必须考虑到这些因素。美军心理专家认为，在评估心理战效果时应特别重视能降低心理战效果的因素。这些因素是：敌人采取对抗措施；在计划与实施心理战时部队与分队行动不够协调；部队与分队没有配齐熟练的干部；缺少充分而及时的侦察材料等等。心理战效果的评估通常是通过对比心理战的目的和已经取得的结果来实现的。

心理战效果的评估，除了制订指标以外，还须考虑与每项指标有关的因素。美国提出的判断心理战效果的因素有七个：战争目的、恐慌、虐待、战斗经历、接受的心战传单、接收的广播或电台消息，心理战的距离。

对恐慌的判断、电台接收心战的次数、所接收的心战对前线作战的相对距离，与心理战效果的评估标准关系不是很大。而士气、

战争目的、虐待则显示出与评估标准关系极为密切。美国的心理战专家在对心理战的一些资料进行分析后，得出的结论是，士气因素与所接收的心战总量相互关系很大。这就意味着，心理战对士气有着破坏的作用，或者低落的士气容易使部队对心理战敏感。这样就使他们坚定了这样的看法：士气应该是心理战的头等目标。

第三节 心理战效果评估的方法

科学技术的发展，不仅为心理战的实施提供了更为广阔的天地，而且也为心理战效果的评估提供了更加科学的新方法。世界各国在研究实施心理战新的方法的同时，也在越来越多地研究评估心理战效果的方法。

心理战效果评估的方法一般有：

一、试验法

所谓试验法，就是在实际使用某种心理战手段和方法之前，事先进行试验。这样做可以让心战人员了解宣传信息的可信性与有效性。从而选取那种最适合的宣传对象，最有效的内容和方式方法。

试验法一般可采取抽样调查。至目前，抽样调查仍被认为是事先检验宣传效果的可靠方法。抽样调查需要得到宣传对象的支持，但是在两军对峙的情况下，获取宣传对象则很难。在无法接触宣传对象的情况下，可找些有代表性的调查对象进行调查。他们可以是战俘、难民、叛逃者以及其他能接触到的、有代表性的调查对象。然后对这些调查对象进行事先试验，以了解什么样的呼吁最有号召力，以及应该强调什么，避免什么。根据这些试验的结果，充分考虑和分析调查对象与预定心理战对象之间的差异，就可以预测心理战的效果。

事先试验的方法分为召开调查会和个别谈话两种。

调查会规模可大可小，少则5—6人，多则百人以上。调查对

象的多寡应视其代表的对象面大小而定。调查的实施办法可与调查对象（5——15人）一起阅读和研究一篇宣传稿件，并一起交换看法。调查人可按事先准备的方案引导讨论，避免得出与问题无关的结论。调查中，尽量让每个人发表自己的见解和感受，允许发表不同的看法。不要暗示或以调查人的意志与好恶为转移。然后把调查的结果进行客观分析，从中得出结论。

值得注意的是在开调查会时，主持人应向与会者首先说明以下问题：

说明事先试验的必要性和性质；

让被调查人放松，不要感到拘束；

向被调查者说明，如果他不愿公开身份，可为其保密；

向被调查者说明，让他按其本身的信念回答问题，不要接受任何暗示；

告诉他，他应设身处地把自己当作他所代表的宣传对象；

向被调查者讲明，他与调查人进行合作，不致影响其地位。

当然进行事先试验并不是随时都可以找到上述对象的。如果找不到宣传对象或代表人物时，可采取召开专家座谈会的方式进行事先试验。这些专家不一定要代表宣传对象，但必须掌握新情况，熟悉宣传对象的情况，在有关知识方面，如战斗序列、社会学、心理学、战术学、及政治宣传等方面堪称行家里手的人。

专家可在与心理战有关的部门物色，也可在新闻、宣传、情报、美术等单位物色，能够既有代表性，又有权威性，足可以充当心理战技术方面的发言人。

个别谈话，这一方法可让被调查人考察和研究一批事先分类和编排的宣传条目。可将以往用于实战的一些宣传条目分为“非常有效”、“中等有效”或“无效”。把新编排的宣传条目与原先的宣传条目作比较。然后请被调查人回答：他们认为哪些宣传材料最有效？为什么？再把他们的答案作一比较。如果大多数人认为某新条目优于“中等有效”或“无效”的旧条目，那就证明此新条目可以

采用。

反之，如果大多数被调查人认为某新条目的效果可能还不如“中等有效”或“无效”的旧条目，则说明新条目宣传效果不好，需要进行修改。

心理战人员要从不能直接接触到的宣传对象身上，测量出行为上的变化和态度、观点、感情等无形事物的变化，这是一件非常困难的事情。宣传在这类对象身上产生的效果，可从敌方政府的反应中搜集到，有时通过战俘、叛逃者、投诚者、有时新闻记者也可收集到。

二、测定法

测定法主要用于测定心理战对象的接受能力，还应估计影响的因素，以及估量他影响其他人的相对能力。同时，还需要对权力结构以及心战对象在这一结构中所处的相对地位进行研究，还需要特别注意研究心战对象所在的集体心理，集体反应以及对在什么情况下会作出反应，作出多大反应予以估计。除此以外，对该地区其他人群对心战对象的命令或愿望作出什么反应也应给予重视。以及在何种情况下，心战对象与该地区其他人群的正常关系会起变化，也应加以测定。

测定时，应着重考虑如何运用关键性的信息传递人。可对威望、人数、分布和权力几方面予以特别注意。

威望 心理战的效果，与对象中传递信息的人的威望有很大关系。一个有威望的人传递的信息在心理战对象群体中产生的影响力就较大，能够激起群体的从众心理，影响大多数人跟着他走，学他的榜样。这样，就可以增强宣传的效果。为此，要挑选和利用有威望、有地位、资历深、影响力大、头衔高、有权力的人作为对象中信息的传递者。

人数 人数是指传递宣传信息的人员数量。传递信息人员数量多少对心理战的效果有影响。在心战对象中，需要有一定数量的信

息传递人，以便影响心战对象。如果在一个500人的集体中只有两名传递人，他们的影响力就会被大多数人的意志所淹没。如果有五分之一的人传递信息，那影响力就大不一样。

分布 分布是指信息传递人在心战对象中的分布情况。为了使心理战收到好的效果，信息传递人在心战对象群中应分布较广。一般情况下，分布的范围越广，影响力越大，才能保证影响心战对象的多数人。

权力 权力是指心战对象中传递信息的人的权力。这种权力可以从强制性、奖励性、合法性和有关联的权力几个不同的角度来衡量。信息传递者的权力情况对心理战效果的影响也是十分明显的。

强制性权力主要体现在信息传递者对集体中其他人拥有惩罚能力和有效的约束。

奖励性权力是指说服者有能力对被说服者作出合乎要求的反应给予适当的奖励。奖励性权力比强制性权力有时更为持久，效果也更好。

合法性权力指某人或某集体对他人有公认的控制权，例如连、排长、上司等。

有关联的权力是指由某种社会地位带来的影响力。这种影响力的基础通常是财富、政治地位、出身和其它不具有法律地位的因素。这种影响主要来源于个人与某集体认同的结果。

测定的方法是详细记录测定对象的原有行为和变化了的行为。然后把两者加以比较，估价和判断宣传攻势和心理作战的效果，预测和估价宣传的成功程度和可以奏效的因素。

三、统计法

用数字统计的方法来评估对敌施加心理影响的效果。如美军在朝鲜战争和越南战争期间，都使用过这种方法。但是这种方法的能力是有限的。如美国《纽约时报》曾报道，1950年，在联军的俘虏中，有百分之三十系受心理战的影响而投降者，至1951年，因联军

扩大对敌心理战的结果，其比率已升高为百分之五十。这些百分比，就是美军运用统计法经过一定的统计得出的反映心理战效果的数据。

在美军侵略越南期间，美军开始使用自动化处理系统。这种系统积累有关心理战结果的材料，并进行了评估其效果的尝试。

统计法的使用一般离不开调查法，通过对敌军有关情况的调查，特别是通过对俘虏的调查获得一定的材料，然后对调查到的情况进行统计，从而得出心理战效果的一些数据。

四、系统分析法

系统分析法就是心理战施行人员通过对心理战效果的系统分析，旨在弄清这种心理战内容和方法对心战对象的作用情况，是有效，还是部分有效，还是完全有效？有效的程度如何？其原因何在？一般来说，有四类旁证有助于对心理战的效果进行分析。它们是：反应性行动，当事人报告，观察者报告和间接征兆。

反应性行动 这是指发生在心理战对象身上和身边的行为。这种反应性行动，效果比较明显。在理想的情况下，可达到一对一的成功率。如战场上在军事打击的配合下，通过战场广播喊话劝诱敌人投降，有时可使一个班，一个排的敌军完全按广播喊话中的要求立即投降。

当事人报告 这是指心战对象中某些人叙述自己如何受到心理战的影响。此类报告有时是很重要的，有价值的，可以反映对象的心理感受。但它必定和反应性行动又不能相比，有时也不能完全真实反映个人的感受。

观察者报告 这是指目击者在他们未卷入的情况下对某种事件或情况的报告。这些称之为观察者的报告可以来自下列人员：诸如派往心理战对象区的间谍、战俘、逃犯、叛逃者、记者、临时住在该地区的商人等。由于这些观察者看问题的角度不同，理解问题的能力不同，所以他们的评价报告有的可能是对的、也许有些不对。

间接征兆 这是指发生的可能影响心理战效果的某些事件和因素。间接征兆可分成四大类：

反心理战的措施 指敌方为防止心战对象接受来自对方和其他外部心理攻击而实行的禁令或措施。如不准收听对方广播，不准拣取对方的宣传品等。

心理上有防备 某些国家政府或军事指挥官可能采取某些做法，虽然不是直接阻止人们接受来自外部的宣传，却企图使人们避开这种宣传。例如该国政府或指挥官可能试图说服人们不要去相信宣传，如果偷听偷看来自外部的宣传，就可能受到严厉的惩罚等。

进行反宣传 如果宣传对象不听从政府或指挥部的劝阻，仍然接受了宣传的影响，则敌方很可能搞反宣传。通过对宣传内容分析、批驳，以消除宣传产生的印象。

有关事件的联系 有时发生的一些事件常常与心理战进行的宣传有关。所以在进行心理战效果分析时，必须把这些事件的因素考虑进去。

进行系统分析的具体做法很多。可以通过民意测验，对战俘审讯和调查，组织战俘进行讨论以及其他取样办法来实现。

国外现在普遍运用心理战自动化系统对心理战效果进行系统分析。如美国在七十年代中期，就建立了能进行系统分析的心理战自动化情报指挥系统，它是武装力量全球作战指挥系统的一个组成部分。为了积累和处理评定心理战的效果的材料，在心理战自动化情报指挥系统内有一个分析心理战效果的分系统。这个分系统综合有关实施心理战、对敌施加心理影响的结果以及敌军实施心理战等方面的情报材料，能够评定心理战的效果。系统分析法必须积累和占据大量的材料，在全面系统综合分析的基础上，对心理战的效果作出评估。

五、印证法

通过敌对方面的反应和第三者的反应进行印证。对敌军实施心

理战之后，尽管很难直接了解到效应，但总可以间接地时时得到一些对方的反应。有时可以通过秘密渠道、内线得到一些回声。有时则借助于新闻媒介，第三国的记者和有关人士反映出心理战的效果。如朝鲜战争时，美国称我军的心理战“涣散了士兵的战斗情绪”。美国的心理战专家们，对我军心理战的评估是：“有三分之一的人对美国的制度发生了怀疑”，“百分之一的人皈依了共产主义”。我对越宣传开展以后，越方和一些西方记者都惊呼中国的心理战厉害，尤其是实物宣传很受越军欢迎，收到了明显效果。这实际上也是从客观上对我实施心理攻击的效果进行的一种评估。

六、反证法

反证法是通过对方对宣传进行的反驳、辩解来了解心理战效果的一种方法。这种方法在战时双方对峙进行心理战时使用较多。当一方进行宣传以后，对方往往要进行一些反驳或辩解，反击最厉害的内容往往也是最击中对方要害的东西。对方进行辩解的地方往往是对方的弱点所在。从心理学的观点看，反驳和辩解都类似一种生物的本能反应。一般情况下，人们在肉体上受到伤害的时候，本能地进行保护的部位，正是最疼的部位。这种反应在许多场合下都会表现出来。当敌对一方的心理攻击刺痛了另一方的时候，另一方总要进行拼命的反击。这种“欲盖弥彰”的做法往往就是向对方暴露出了可击之懈，等于暗示对方，你的某种心理攻击厉害，击中了我的要害。这也就等于告诉了对方他的某种心理战是有效的。这种反证法起了一种信息反馈的作用，实施心理攻击的一方就可根据这种动向，继续深入进行某一方面的心理攻击。如有的在战场进行宣传时，宣传“通行证”的作用，而且号召对方的士兵要注意收藏“通行证”，甚至还煞有介事地宣传已经有多少人拣到了“通行证”，有什么人拿着“通行证”，当了俘虏受到何种优待。宣传以后，它想要试验一下效力如何。这时候，另一方如果进行反驳、辩解、说明并没有多少人收藏“通行证”，有多少人拾到后上交了，

还告诫自己的人见到“通行证”不要去拾、去看等等。这种反宣传表面上看来是进行反驳，但实质上等于告诉对方这种“通行证”还是有不少人拣了，这种“通行证”的心理战方式还是比较厉害的，有效的。无疑会促使对方进一步使用这种心理战手段。

主要参考书目

- 曹日昌主编：《普通心理学》人民教育出版社
- 李健、马忠主编：《军事心理学教程》国防大学出版社
- 林秉贤：《社会心理学》群众出版社
- 刘红松：《军事心理学》解放军出版社
- 黎圣伦：《心理作战研究》台湾东方书店
- 杨旭华、郝玉庆：《第四种战争》国防大学出版社
- （苏）И·А·谢列兹涅夫等：《心理战——战争与意识形态斗争》吉林人民出版社
- （美）E·G·波林著：《美国军人心理学》湖南师范学院
- （苏）纳季拉什维利著：《宣传心理学》辽宁人民出版社
- 李炳彦：《兵家权谋》战士出版社
- 张文才：《百战奇法浅说》解放军出版社
- 杨士华编辑：《军事心理学文集》载《外国军事学术》1984年（增刊）
- 《武经七书注译》解放军出版社
- 《鬼谷子》北京市中国书店
- 《中国历代战争史》军事译文出版社
- 黄彦、郝耀华：《中外军事家轶事》内蒙古人民出版社
- 李炳彦、孙兢：《说三国 话权谋》解放军出版社
- （苏）I·M·安德列耶娃：《社会心理学》上海翻译出版公司
- 潘菽、高觉敷主编：《中国古代心理学思想研究》江西人民出版社
- 中国军事心理学研究协作中心编：《作战心理》军事科学出版社
- 克劳塞维茨：《战争论》军事科学院
- J·F·C·富勒：《战争指导》解放军出版社
- 马谋超、高云鹏：《消费心理学》科学出版社
- 王寅清主编：《企业竞争艺术》北京经济学院出版社

[G e n e r a l I n f o r m a t i o n]

书名 = 兵不血刃的战争——心理战研究

作者 =

页数 = 266

出版社 =

出版日期 =

SS号 = 10155555

DX号 =

URL = <http://book1.duxiu.com/bookDetail.jsp?dxNumber=&d=204018350E153ABB9B73FEB82B56715>

封面页
书名页
版权页
前言页
目录页

第一章

心理战的历史考察

第一节 中国古代心理战简述

第二节 外国心理战史管窥

第三节 第一次世界大战中心理战的发展

第四节 第二次世界大战中心理战的发展

第二章

我军的心理战

第一节 我军的心理战思想和理论

第二节 我军的心理战实践

第三章

心理战的性质、目的、手段和分类

第一节 心理战的性质

第二节 心理战的目的

第三节 心理战的手段及分类

第四章

心理战的一般心理学原理

第一节 战争状态下人的心理活动特点

第二节 一般心理学原理在心理战中的运用

第三节 心理战效应的一般模式

第五章

宣传心理战

第一节 宣传心理战效应的基本过程

第二节 宣传心理战的原则

第三节 宣传心理战的方法

第六章

武装心理战

第一节 武装心理战的原则

第二节 武装心理战的方法

第七章

谋略心理战

第一节 谋略心理战的意义

第二节 谋略心理战的原则

第三节 谋略心理战的方法

第八章

现代条件下的心理战

第一节 第二次世界大战后心理战的突破性进展

第二节 现代条件下心理战的特点及发展趋势

第三节 努力提高我军心理战的能力

第九章

心理战防御

第一节 心理战防御的意义

第二节 心理战防御的原则

	第三节	心理战防御的方法
第十章		心理战效果的评估
	第一节	心理战效果评估的意义
	第二节	心理战效果评估的指标
	第三节	心理战效果评估的方法
附录页		