



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

## 传媒，现代战争中的软力量

时间：2003-9-27 14:18:48 来源：中国新闻研究中心 作者：廖毅文 阅读1351次

一代名将拿破仑说过：“报馆一间，犹联军一队也”。“电台一座，胜过四千精兵”。“三份不友善的报纸比一千把刺刀更可怕”。可见，在19世纪初，这位军事家就已认识到传媒与战争的作用。从近年来世界上发生的一些局部战争看，传媒在战争中的地位越来越突出。对战争中的传媒进行议程设置，对敌实施舆论打击，以达到攻心、夺气、乱谋，最终使敌溃不成军的目的，愈来愈被各国政治家和军事家所重视。可以说，传媒已成为现代战争中的一种重要作战手段，成为一种克敌制胜的软力量——即用意识形态、文化和道德诉求，通过精神和道德诱惑去征服别人同意某些行为准则、价值观念和政治制度，促使他们按预期目的行事的一种力量（美国国防部前助理部长约瑟夫·奈语），并贯穿于战争的全过程。

正因如此，传媒是战争中受打击的主要目标之一，战火使之受损的数量和程度惊人。二战期间，日本有11座广播、电视台被美军飞机炸毁，23家报馆被完全摧毁，39家报馆受损；海湾战争的当天，美军就炸毁了伊拉克国家电视台；科索沃战争期间，北约对南联盟电台、电视台等媒体进行了重点打击，南联盟国家广播电视台的19个传播站，被北约摧毁了17个。据统计，北约先后向南联盟新闻机构投下了1000多枚炸弹，造成20多名南联盟新闻工作者死亡和11亿美元的财产损失。美伊战争期间，美军先利用伊拉克新闻机构发布虚假信息，蛊惑人心，涣散斗志；当发现伊拉克电视台的存在对己不利时，又将其破坏，让伊拉克军民和外界听不到伊拉克政府的声音。

随着传媒产业的迅猛发展和信息技术的广泛应用，传媒作为软力量的一种表现形式和载体，其特有的渗透力、负载力、攻击力和组织力以及大众可信度，将得到不断升级和强化，作用越来越重要，并能使军事和经济等硬力量增值。美国将这种软力量运用到极致，牢牢掌握制新闻传播权，操纵世界舆论，谎言先行，导弹跟进，实施政治、经济、军事、文化的战略企图。具体做法是：

一、在新闻信息的议程设置上，首先在“道德”和“正义”的高地增加可信度，将敌方妖魔化，把自己发动的侵略战争描绘成一场“天使对妖魔的战争”。为达到最佳效果，他们的新闻特别“注重真实的细节”，常常从某一个人的实际感受、真实经历和亲眼目睹的角度出发，以打动受众的心，使其产生情感和道义上的共鸣和认同。科索沃战争中，以美国为首的北约指使西方媒体对南联盟领导人“妖魔化”，为北约空袭南联盟煽风点火，推波助澜。他们完全抛掉了“舆论多元化”的口号，表现出鲜明的“舆论一律”。美国媒体为了显示战争的“合理性”，把米洛舍维奇描绘成希特勒式的独裁者，指责他对阿族实施种族灭绝政策。美国媒体甚至不惜为政府传播谣言，蛊惑民众。美伊战争中，美军十分重视传媒战的统筹谋划，利用传媒为其对伊动武正名。在切尼副总统的亲自领导下，美国国防公众信息处会同国防部新闻处、战区新闻处等机构和伊拉克反对派成员，共同研制新闻舆论战方案，大肆宣扬对伊动武的合理性和必要性，摧毁伊拉克军民的抵抗意志和精神支柱，加速战争进程。二是利用媒体进行舆论轰炸，为其战争机

- 娱乐广告传播模式
- 寻找“直指本心”的广告
- 企业新闻运作策略全析
- 焦虑性编辑倾向对报纸...
- 英雄形象传播的新趋势...
- 论卫星传播对国家主权...
- 关于消除中国数字鸿沟...
- 关于消除中国数字鸿沟...
- 从“广东非典型肺炎事...
- 修辞学观照中的视听传播

器鸣锣开道，使受众的大脑完全处于被灌输和监禁状态，接受不到不同的信息来源，没有思考和批判的余地，把受众变成一边倒新闻的囚徒。海湾战争中，美国为了鼓舞士气，争取民心，笼络盟友，大力发挥新闻传媒调控引导舆论的功能，运用一切手段策划设计对己有利的新闻和画面，发动了声势浩大的舆论战，使未经核实和虚假的事实变成认定的事实，挑起人们潜在的欲望和仇恨等不良情绪。他们利用几乎覆盖全球的新闻传播网络，配合政治外交攻势，大肆宣传出兵参战的必要性。美国数以千计的电台、电视台与美国政府保持了惊人的一致，特别是几家大型传媒一边挖空心思传播各种有利于美国海湾政策的消息，一边不时公布所谓“民意测验”的结果，以使公众感到出兵作战是“大势所趋”、“人心所向”。有效的新闻宣传，赢得了参众两院和社会各界对出兵参战的充分支持，创下了美国历史上海外军事行动支持率高达85%的空前记录。这种媒体轰炸和一边倒的新闻，控制了人们的思想和感情，完全是对人类基本权利和言论自由的侵犯与剥夺。三是散布谣言，发布虚假信息，进行强大的心理攻击，使对方涣散抵抗意志，摧毁精神防线。现代战争中的传媒战，从某种意义上讲，是一种心理攻势，运用得好，可以直接打垮敌方的斗争意志。1999年3月，以美国为首的北约在对南联盟发动空袭的同时，还创建了一个心理战行动小组，负责向南境内播撒传单和新闻简报，传单上印着“没有汽油，没有电，没有自由，没有未来，你还要为米洛舍维奇受苦到何时”等令人心悸、蛊惑人心的标语，对南联盟展开强大的宣传心理攻击，累计达1100万份。为了在南联盟军民中造成心理恐慌和诱发心理危机，北约还广泛采用无中生有的造谣手段欺骗群众，如谎称南斯拉夫领导人在空袭中让妻子携子女逃离，南人民军总参谋长为躲避轰炸，已搬迁到民用目标内等，以动摇南联盟军民抗击其侵略的决心和意志。海湾战争中，美国利用覆盖全球的广播电视网，专门设立每天播音18小时的“海湾之声”电台，并向伊拉克境内和伊军占领区空投了9000多台能收到“海湾之声”的收音机，有效地瓦解了伊军，导致其整连、整营投降，加速了伊军的溃败。美伊战争中，美国的新闻舆论战与武力打击相互依托，互相作用，战争开始21天后，伊拉克军政高层意志被征服，集体消失。伊拉克军民抗击意志彻底动摇，溃不成军，使美英联军兵不血刃地占领了巴格达。

二、在新闻机构及人员的议程设置上，黑白颠倒，因果倒置，避重就轻，用种种手段操纵和管制新闻机构及从业人员，千方百计排除不符合自己价值标准和利益的信息。科索沃战争中，以美国为首的北约吸取越战中对新闻媒体和人员失于管理的深刻教训，在科索沃建立了一个控制新闻媒体的机制。该机制包括制定新闻工作者行为准则，监督其遵守执行情况通报，审查材料，并建立执法机构来惩罚违规者等。从CNN和BBC的现场报道可以看到，除了北约各政府官员和军事要员频频接受媒介的采访外，每天上午，美国政府和美国国防部在伦敦举行1个小时的记者会，下午北约在布鲁塞尔总部举行记者会，晚上在华盛顿分别由白宫新闻发言人、美国政府新闻发言人和五角大楼新闻发言人举行3个记者会。这些记者会长达六七个小时，CNN和BBC必须24小时滚动报道所有的记者会。这样，以美国为首的北约就控制了CNN和BBC的报道时间，通过它们支配西方其它新闻传媒，以强大的“新闻信息洪流”牵引受众的思想和视线。他们还向传媒提供经他们合成的现代化多媒体影像音响资料给记者看，让他们有身临其境的感受。然后，再把这种所谓亲临其境的感受报道出去。

除此之外，他们还使用强制新闻媒介发布虚假信息和采用军事行动直接攻击对方媒介等手段来引导和控制国际舆论的走向。如记者招待会的主持权操纵在举办者手中，主持人可以控制让谁提问，不让谁提问。安排专人在记者招待会上递话筒，实际是一个控制提问人的有效办法。主持人只回答感兴趣和愿意回答的问题。对自己想说的问题，就借题发挥，对不想回答的或可能使自己难堪的问题，就以“不了解，不属于我管辖的范围”、“军事秘密”等理由回避搪塞。更有甚者，他们还禁止记者到战区采访，有关战事的报道完全由军方根据需要单独发布，而报道的条件必须是按照发布要求刊登，不能越雷池一步。对那些超出自己控制操纵范围的情况，他们则机关算尽，采取“特殊非常”手段来处理。1999年3月24日下午，在意大利北约军事机构附近采访的记者，无意拍到了北约飞机起飞开始对科索沃发动侵略战争的新闻，正当他们准备将拍到的新闻发送出去时，遭到了北约的软禁达3小时之久，致使这条重要的消息未能及时发送出去。美伊战争一开始，美军就首先建立新闻发布中心，诱导世界媒体按他们的口径报道战争，将媒体置于监控之下，并散布“萨达姆被炸伤、副总统拉马丹被炸死、伊高层领导叛

逃、51师师长等8000多名伊军投降等虚假信息”，以达到诱其不战而降的企图。

以上只是西方战争发动者对传媒议程设置的几种主要手段。美国前总统尼克松说：“进入21世纪，采取武力侵略的代价将会更加高昂，而经济和思想的号召力，将成为决定性的因素。”因此，他主张运用大众传媒开辟“思想战场”，特别强调美国对外广播电台的宣传作用。他说：“单是这些电台，就防止了苏联把共产主义意识形态完全灌输给东欧和苏联人民。”1989年柏林墙倒塌、东欧社会主义阵营解体后，美国前总统国家安全事务助理、政治学家布热津斯基深有感触地说：“美国强盛的基础在很大程度上是对世界传播市场的支配……这种支配创造了一种具有政治模仿能力的大众文化。”

中国要维护国家的独立和主权，保卫人民生命财产的安全和和平劳动，支持世界人民的正义事业，必须在国际传媒领域取得一定的地位，牢牢占领这块阵地。否则，就无法在现代战争中利用传媒的软力量激励士气，瓦解敌人，向世界传达中国人民的观点和声音。任凭国外传媒传播不实和片面的报道，甚至对敌对势力的歪曲也无还手之力，对于夺取战争的胜利，树立一个政治大国的良好形象，是极为不利的。为此，我们必须对传媒进行行之有效的议程设置，以维护国家安全和世界和平。

一、充分借助传媒的软力量，因时造势，先机制敌，形成一种对己有利，陷敌不利的外部环境，最终实现自己的战略目标。现代战争中，敌我态势瞬息万变，信息的生成、发展和演变速度极快，始终把握传播的主动权和时效性，不失时机地引导舆论，以我为主，先声夺人，对己激励斗志、鼓舞士气，对敌实施心理打击，使之思想混乱，意志消沉，行为涣散，最终夺取战争的胜利，是战时传媒应遵循的最高原则。谁在舆论上取得了主动，谁就在战场上掌握了主动。否则，稍一迟缓就会陷入被动应付，落后于人，忙于纠偏的不利局面。当然，借助传媒这种软力量的强弱，与一个国家在经济和军事上的综合实力不无关系。一个强盛的国家，在文化、道德和意识形态上自然会有号召力和诱惑力。反之，不仅会影响信誉和削弱软力量，还会造成自身信念危机和认同危机。

二、建立权威高效的战时传媒组织指挥机构，明确其职责，实施正确有效的指挥与管理，确保议程设置万无一失。世界上许多国家在战争期间，都专门成立了战时传媒的组织指挥机构，对其实施集中领导、正确指挥和有效管理。拿美军在海湾战争的新闻宣传组织机构来说，上至国防部下到作战部队，都设有公共事务机构或人员，国防部专门负责公共事务的助理国防部长统一负责美军的新闻宣传，主要工作包括新闻政策和计划的议程设置、新闻的搜集和发布、新闻管制和审查、与新闻单位的协调、组织记者团等。他们认为，战场指挥官不光要注意作战问题，而且要关心和媒介的关系，这样，才不会顾此失彼。因此，为适应现代战争的需要，设立相应的战时传媒组织指挥机构，对战时新闻信息审查、发布、协调等工作，进行严密的组织和严格管理，具有重要的战略意义。

三、建立良好的传媒监督管理和运行机制，防止传媒的滥用，是保证战时信息畅通有序的重要前提和条件。加强对战时传媒的管理和监督，建立一套行之有效的行机制，避免造成混乱和被敌利用，是保证舆论导向正确有力的重要环节，也是战争中意识形态领域最为精妙和有意义的使命之一。否则，将对战局产生不利的影

因此，结合现代战争的特点，建立一套高效快捷的战时传媒管理监督和运行机制，是保证传媒既高度集权、管控严格，又信息畅通、发布及时的重要前提和条件。

文章管理: wuj i ang ( 共计 687 篇 )

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: 传媒

· 读《传媒竞争: 法则与工具》 (2007-10-9)

- 评《传媒竞争：法则与工具》 (2007-10-9)
- 传媒角色变迁及道德正当性剖析 (2007-8-23)
- 营造传媒产业和谐生态七大韬略 (2007-6-22)
- 略论大众传媒言论传播的真善美 (2007-6-8)

[>>更多](#)

传媒, 现代战争中的软力量 会员评论[共 2 篇]

美伊战争除了硝烟战之外, 很重要的就是两国的媒体战。媒体已经成为一个国家军事, 政治不可缺少的工具。但我个人认为, 媒体是正确反映一个事件的重要中介, 他是给大众以正确 [hai si 于2003-10-11发表]

或许文章叫“ 21世纪的无硝烟战争——传媒” 也不错 [lc1112于2003-9-27发表]

我要评论

会员名:  密码:

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆ [MSC Status Organization](#) ◆ [中国新闻研究中心](#) ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](http://www.cddc.net)  
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.