

先秦战争传播思想研究

曾海芳

摘要：战争是古代最经常的交往形式，它伴随着中华民族走过了五千多年的历史。在见于史册的三千多次战争中，传播被广泛运用，并对战争产生了重要的影响。战争与传播关系紧密，但战争传播作为一个研究领域却没有得到国内学者应有的重视，有关中国古代战争传播思想的著述亦不多见。因此，本文以秦代之前的历史作为主要研究对象，通过历史分析的方法考察中国古代战争传播思想从萌芽到成熟的发展过程。

关键词：战争；传播；先秦时期

作者简介：曾海芳，女，讲师，文学博士。（浙江传媒学院 新闻与传播学院，浙江 杭州，310018）

中图分类号：G209

文献标识码：A

文章编号：1008-6552 (2013) 02-0067-07

英国历史学家霍布斯鲍姆说：“离开战争，我们无法理解这个世界。”战争的历史可以追溯到远古时期。伴随着人类的出现，战争作为古代“最经常的交往形式”^[1]便拉开了它的序幕。据不完全统计，在中国五千多年的历史长河中，见之史籍或有一定规模的战争有3600次之多，频繁的战争实践不仅加速了华夏文明的扩散和中华民族的融合，也促进了战争传播思想的发展。李敬一指出，在这些残酷的兼并战争中，传播被广泛运用，对战争产生了极其重要的影响。在战前，传播被用作敌我、盟军之间外交、会晤的渠道；在战初，传播被用于通报战情，沟通消息的手段；在战中，传播被用来指挥、管理军队；在战后，作为战争经验总结的军事理论也需传播来散布、交流。^[2]马克思、恩格斯在论述古代战争与历史演进的关系时也指出：“暴力、战争、掠夺、抢劫等等被看作是历史的动力……古老文明被蛮族破坏，接着就重新形成另一种社会结构。”^[3]

尽管在源远流长的中国历史中，有关战争、和平或战争传播的思想非常丰富，但是战争传播作为一个研究领域却没有得到国内学者应有的重视，有关中国古代尤其是先秦之前战争传播思想的著述亦不多见，能找到的线索大多为民意、舆论与邸报的研究。可以说，战争传播在中国仍然是一个全新的名词。鉴于此，本文以秦代之前的历史作为主要研究对象，通过历史分析的方法考察中国古代战争传播思想从萌芽到成熟的发展过程。

一、原始的“天命”舆论观

根据《史记》的记载，中国历史上最早的战争可溯源到5000年前黄帝与炎帝的阪泉之战，炎帝、黄帝与蚩尤的涿鹿之战以及共工与颛顼的战争。其中，涿鹿之战尤具典型意义。“轩辕之时，神农氏势衰，诸侯相侵伐，暴虐百姓，而神农氏弗能征。于是轩辕乃习用干戈，以征不享，诸侯咸来宾从。”^[4]这表明，这场战争已经不同于原始社会部落之间的绞杀械斗，而是一场“师出有名”的战争，其目的是为了征讨那些不朝供、不顺从的部族。涿鹿之战后，中国历史上还发生了著名的“禹伐三苗”的战争。在战争前夕，禹帝祭祀天地祖先，并举行誓师大会以激励士气。禹说，“苗民弗用灵。制以刑，惟作五虐之刑曰法。杀戮无辜”，“哀矜庶戮之不辜，报虐以威，遏绝苗民，无世在下”。^[5]其大意为苗民不敬神灵而滥施刑罚，自己是代表上天给苗民以惩罚。由此可以看出，黄帝和禹帝都意识到了战争需要“正名”，需要有一个合适的理由。与黄帝相比，禹帝的誓词更具有号召力，他用“代表上天”

来标榜自己,这不仅为战争的性质抹上了正义的色彩,同时也极大地鼓舞了己方的军心。

夏王朝的建立标志着中国从此进入了奴隶社会。生产资料私有制的确立导致了各个统治集团对利益的争夺,以及由此带来的频繁的战事。夏朝的军队从以血缘为基础的武装发展到以地域、财产为基础的奴隶主国家的武装,由皇帝担任最高统帅。由于生产力的低下,当时的人们对战争的认识还很肤浅,所以夏代的战争观带有浓厚的迷信色彩,天命观是当时战争思想的核心。因此每次出师之前,总要占龟祝祷,问宗庙鬼神,以求神灵保佑。在夏启讨伐有扈氏的战争中,夏启战前专门做了军事动员。他在《甘誓》中指出,“有扈氏威侮五行,怠弃三正。天用剿绝其命。今予为恭行天之罚。”^[6]这里,夏启同样用“天命”标榜自我,并列举了有扈氏的两大罪状,其论据相比之前黄帝讨伐蚩尤的誓词更加充分。

商代的军队有了进一步的发展,其常备军编有“师”、“旅”、“行”等几级,最大编制是师。商王是最高军事统帅,有时亲自出征。到了西周,军事上在承袭商制的基础上又有新的内容。军权集中于周天子,正所谓“礼乐征伐自天子出”。周代是车战的发展时代,车战为主要的作战形式,车兵为主要兵种,规模也在不断扩大。在这一时期,凡是与战争相关的人事和行动都流行占卜。举凡军队组织,“族”(王族成员构成的军事组织)、“师”、“旅”、“车”(车兵)、“马”(骑士)、“射”(弓箭手)、“戈人”(执戈手)、“束人”(执矛手)、“戊”(守边兵)等皆见于卜辞。战争决策和行动,诸如征伐、集合、出兵、侦察、骚扰、防守、驻扎、联络、擒获等,也都要占卜吉凶。^[7]可见,“天命观”仍然是当时主要的战争指导思想。与之前有所不同的是,随着生产力的发展和战争经验的积累,人们在相信天命的同时也意识到了人心向背、谋略、众寡、天时、地利等因素对战争胜负的影响等一些朴素的战争道理。例如,商汤为了推翻夏王朝进行了精心的战前准备。他广布仁德,任用贤能,派遣间谍,策反夏臣,蚕食夏土,扩充实力。与夏军在鸣条开战之前,商汤作《汤誓》,极尽宣传之能事。《汤誓》中说:“格尔众庶,悉听朕言。非台小子敢行称乱!有夏多罪,天命殛之……夏氏有罪,予畏上帝,不敢不正”。同时商汤还悉数了夏桀的种种罪行,“夏王率曷众力,率割夏邑,有众率怠弗协,曰:‘时日易丧?予及汝皆亡’。”^[8]一句“你这个太阳什么时候才能消失?我们宁可和你一起灭亡”慷慨激昂,唤起了听者强烈的共鸣。在阐述完征讨夏桀的理由,表明自己的决心之后,《汤誓》以一段严辞威胁和利益引诱作为结尾,指出:“尔尚辅予一人,致天之罚,予其大赉汝!尔无不信,朕不食言。尔不从誓言,予则孥戮汝,罔有攸赦”。^[9]意即,你们只要辅佐我,行使上天对夏桀的惩罚,我将大大的赏赐你们……如果你们不听从我的誓言,我就让你们去当奴隶,以示惩罚,没有谁会得到赦免。商汤正是借助天怒人怨的大好时机,以劝说加威胁慷慨陈词,软硬兼施,从而鼓舞士气,振奋军心。

同样,周灭商的牧野之战与鸣条之战亦有异曲同工之处。商纣暴虐之际,姜尚辅佐周朝文、武两代君王经过长期的准备起兵讨伐纣王,并遍告诸侯会师于孟津,共商伐纣之事。会师后,武王在两天的时间内连续发表了三篇誓师辞,进行战争动员,统一思想。这三篇动员令统称为《泰誓》。从《泰誓》的内容来看,三篇动员辞所针对的对象是不同的。第一篇的内容是针对归属周的各诸侯国的国君和周的大臣,所以重点批判了商纣不敬天、不爱民、骄奢淫逸的罪行,以此来说明商纣王已经背叛了为君之道,不再具备继续做王的资格。第二篇针对的是各诸侯国的大臣,因而重点揭露了商纣王亲小人远贤臣,使得商朝奸佞侯横行的罪行,从而使各国大臣认识到实施伐纣的必要性。第三篇的动员对象是所有参加讨伐纣王战争的军士,因而重点揭露了纣王的惨无人道,乱施酷刑,不爱护人民,同时宣扬这场战争的正义性,“上帝弗顺,祝降时丧。尔其孜孜奉予一人,恭行天罚”,以求激励参战人员的义愤,同时许诺“功多有厚赏,不迪有显戮”^[9],鼓励士卒勇敢投入对商纣的战争。这种有针对性的战前动员大大鼓舞了盟军的士气,使全军同仇敌忾,向朝歌进发。在到达距朝歌七十里的牧野(今河南淇县西)后,武王再次向全军发表动员誓词,即著名的《牧誓》。在《牧誓》中,周武王进一步历数了纣王的罪行,激发将士的仇敌情绪和作战勇气,并言明了军纪:己方的将士必须奋勇杀敌,否则就会受到处死的惩罚;同时不得杀害敌军投诚士兵和俘虏,以便瓦解商军,最终“纣师虽众,皆无战之心”。为了得到最大限度的支持,周武王一方面在对峙中向商军声讨纣王的罪行,使得无数商军阵前倒

戈，另一方面对商朝的百姓宣告“无畏！宁尔也，非敌百姓也”^[10]，明确自己的打击对象。最终，周武王获得了牧野战争的全面胜利，结束了商朝的统治。

从这两篇典型的战前动员令可以看出，当时的统治阶级已经初步掌握了演讲、宣传的基本技巧。首先贬低对手，悉数其滔天罪恶以激起民愤；其次抬高自己，把自己描绘成为“替天行道者”、“正义之师”；最后恩威并施，言明奖惩，以振奋或威慑军心。更甚者，周武王还根据不同的宣传对象，作了不同的演讲，言辞各有侧重，这不得不说是古代战争宣传的一大进步。此外，这里值得提到的一点是，尽管当时“天命”的迷信观点仍占主导地位，但也出现了对战争中的天命观提出异议的思想和表现。例如，据王充在《论衡》中记载，周武王伐纣之时，风雨骤起，占卜为凶兆，几乎动摇了出征的决心，但姜太公“推蓍踏龟而曰：‘枯骨死草，何知吉凶’”，毅然率兵出征。《逸周书》中也有记载，文王对太子发（即后来的武王）嘱咐道：“兵强胜人，人强胜天”，这也被后世认为是成语“人定胜天”的来源之一。

历史车轮滚滚向前。随着周室的衰微，诸侯力量逐渐强大，为了各自的利益和野心，诸侯之间多极争霸，社会陷入无休止的战乱纷争之中。据统计，春秋战国时期共发生大小战争600多次，仅《左传》中记述的列国军事行动和战事就有483次之多。战争实践的频繁促进了战争传播思想的进一步发展。战争中计谋权变层出不穷，花样百变。即便在休战时期，这些权变谋略、纵横捭阖之术也被运用于政治、外交等领域。两国或多国之间为了各自的国家利益，经常派出使臣进行谈判、游说或签订协议，形成国家间的外交关系。因此在这一时期，不仅出现了一批批专门以智慧和信息传播手段同敌作战的谋臣智将，还出现了专门从事舆论宣传活动的“说客”。战场上明刀暗箭，战场下口舌相争，兵家、法家、墨家、纵横家、百家争鸣，各自丰富了这一时期的战争传播思想。

二、“说服”“揣摩”的伐交观

传播，是将一种信息传递给受者的活动。在传播过程中，传者出于某种明确或不太明确的目的，使传播内容带有一定的主观倾向，从而对受者的思想、行为产生不同程度的影响。这种以影响受者为目的的传播行为，被称为说服传播。^{[11](56)}说服传播在春秋战国时期被称为“谏”“说”“劝”，它被广泛运用于宣传政治见解，鼓舞军心、民心，争取外交支持，瓦解敌人等各个方面。这一时期学派林立，思想多元，有关说服传播方法的著述颇丰，其中以孔子为代表的儒家首先提出了“名”与“言”的关系，指出“名不正则言不顺，言不顺则事不成。”韩非子的《说难》《难言》《说林》诸篇也是论述说服传播的典范。《说难》是一篇关于“游说心理学”的文章，开篇一针见血地指出说服最大的难处在于了解进说对象的心理；其次论述了说服过程中遭遇险境的可能原因；继而指出了游说的要诀在于看准对方心思，投其所好，循序渐进。用韩非的话来说就是：“夫旷日弥久，而周泽既渥，深计而不疑，引争而不罪，则明割利害以致其功，直指是非以饰其身，以此相持，此说之成也。”^[12]

同样，为了说服的成功，鬼谷子提出了“捭阖”“量权”和“揣摩”。所谓“捭阖”，就是开闭的意思。开，指敞开心怀发表意见采取积极的行动。闭，是以沉默的态度来应变。捭阖之术，在战略上表现为在认清形势的前提下，决策者能够根据不同的形势而采取不同的策略。当形势有利于自己发展的时候，应采取“捭”的战略，开启自己，积极主动进攻，以便获取更大的胜利。当形势不利于自己的时候，应采取“阖”的战略，闭藏自己，积蓄力量，等待时机。量权，指衡量说服对象的个人实力和处境，即客方在其生活的社会环境中所处的地位，由于这些因素是外在的，所以比较容易度量。揣摩，就是了解对象的主观感情，即揣摩客方的心思、秉性、感情和思路，这样的内心活动是不可见的，自然就比较难以捉摸。这就要求说服者必须凭借可见的表征去探测不可见的人心。具体的操作方法可以在对方“甚喜之时，往而及其欲也”，“甚惧之时，往而及其恶也”，^[13]通过利用对方喜怒哀乐情绪的起伏变化引诱其发泄情感，从而打探出隐藏其内心的真实情况。而对于那些已经受到感动仍然看不出有异常变化的人必须要改变游说对象，向他所亲近的人去游说，这样就可以知道他安危不为所动的原因。根据不同的谈话对象，鬼谷子总结了不同的要点：“与智者言依于博，与拙者言依于辨，与辩者言

依于要，与贵者言依于势”^[13]等，意思为，与聪明的人谈话要依靠广博的知识；与知识广博的人谈话要依靠善于雄辩；与善变的人谈话要依靠简明扼要；与地位显赫的人谈话要依靠宏的气势；与富有的人谈话要依靠高屋建瓴；与贫穷的人谈话要以利益相诱惑；与卑贱的人谈话要依靠谦敬。

说服的过程是一个感情联系的过程，说服术感情因素的运用一是指谈话中调动对方的感情；二是指主客双方的个人感情联系。鬼谷子说服术的独到之处，就是将“情”与人的处境、心思密切联系起来，而不是孤立地谈论感情。^{[11](59)}这一点与上述韩非子的“建立与君主的私交”颇有异曲同工之妙。只有与说服对象建立起情感共鸣，方能为之后的进说打开畅通之道。

春秋战国时期的说服技巧不仅散见于各家各派的著述中，也被运用于各种内政外交的实践之中，如，《战国策》中记载的《触龙说赵太后》也是成功说服的一个典型例子。触龙在劝说赵太后将其少子送至齐国的问题上并没有开门见山，而是从关心问候、闲话家常入手，谈到了自己的孩子，无形中爱与子深切的赵太后拉近了情感上的距离，之后再晓之以理，循循善诱，指出爱孩子就要从长远为其打算，使他有立身之本。合理的言论加上真切的情感，最终使得赵太后同意将长安君送往齐国。

三、“攻心为上”的伐谋观

当外交上的说服失去功效时，不可避免的便是随之而来的战争。在无数次战火的洗礼中，兵家的思想在这一时期得到了发展和完善，出现了许多军事著作，如《孙子兵法》、《吴子》、《孙臆兵法》、《尉缭子》、《司马法》、《六韬》等，其中又以《孙子兵法》影响最为广泛，被尊奉为古代兵学理论的宝库和集大成者。

（一）重战与慎战

对于如何看待战争，兵家的几位大师都提出了自己的观点。《孙子兵法》开篇就指出：“兵者，国之大事也。死生之地，存亡之道，不可不察也”。^{[14](1)}所以孙子呼吁对待战争要“明君慎之，良将警之”，^[15]这才是保证国家安全之道。同样，吴子在一方面看到战争重大作用的同时，也看到了战争给人民带来的痛苦和灾难，因此他也认为对待战争要持慎重态度，反对轻率发动战争。他认为，经常轻率发动战争，就会耗费大量人力物力，从而使人民疲惫不堪，国家贫弱，而且会招来祸患。因此，多次发动战争而取得天下的少，亡国的多。《尉缭子》中对战争的态度亦有表明，认为应有必胜的把握方可进行战争，决不能凭一时的意气，轻易发动战争。可见，兵家虽然知兵，却非好战；虽然重战，却也慎战。

（二）信息与用间

人类的活动行为总是在一定的思想支配下进行的，人类的信息思想也是同人类的信息活动与信息意识紧密结合在一起的。成书于春秋末年的《孙子兵法》已经初步认识到了信息对战争胜负的重要作用，全面论述了信息的重要作用、来源、范围和获取方式等一系列重要问题，强调准确、及时、可靠的信息对于战争胜负的巨大影响。如，孙子说：“知彼知己者，百战不殆；不知彼而知己，一胜一负；不知彼不知己，每战必殆”。^[16]在《地形篇》中，孙子又提到“知天知地，胜乃可全”。从中可以看出，孙子所谓“知”的内容，包括：天、地、彼、己，也就是敌方面临的内外环境、民心的向背、军心的紊乱、天时地利的情况、君主将帅的特点和弱点、士卒作战能力等信息。而对于如何收集信息，孙子介绍了在各种情况变化中获取和破译信息的方法，如，“众树动者，来也；众草多障者，疑也；鸟起者，伏也；兽骇者，覆也……旌旗动者，乱也；吏怒者，倦也；杀马肉食者，军无粮也”；^[17]通过这些表面现象的分析可以探知敌军的相关信息。《六韬》中也有讲述怎样通过观察去捕获敌军信息的方法。武王问太公：“吾欲未战先知敌人之强弱，豫见胜负之征，为之奈何？”太公认为，胜败的症候，首先可以从精神上表现出来，其次还可以通过望“气”，“城之气色如死灰，城可屠；城之气出而北，城可克；城之气出而西，城必降；城之气出而南，城不可拔；城之气出而东，城不可攻；城之气出而复入，主逃北；城之气出而覆我军之上，军必病；城之气出高而无止，用兵长久”。^[18]虽然这种望气的方法带有封建迷信的色彩，但却从侧面反映了古代军事家对信息的重视。

（三）示形与惑将

《孙子兵法》通篇展示了攻心术在战争中运用的思维，认为通过心理上影响敌方的战略手法是战争的最高境界，也唯有“伐谋”、“伐交”方可达到“不战而屈人之兵”和“兵不血刃”的“全胜”境界。对于如何达到“不战而屈人之兵”，孙子认为应以伐谋作为不战而胜的战略取向，以示形作为伐谋的主要途径，以惑将作为示形的主要目的。

示形的意思是显示伪形。孙子在开篇中就提出了示形诡道的12种方法：“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”^{[14](4)}，其主要目的是，要在敌人没有准备时突然发动攻击，使我方的进攻出乎敌方意料之外。除此之外，在《孙子兵法》的其他篇章中也有关于示形的直接论述，如他在《势篇》中说道，善于“调动”敌军的人，只要以伪装示形于敌军，敌军便会跟着跑；只要伪装给予敌军以“利”，敌军便必然会来夺取。伪装示形要达到不显露一点形迹的最佳状态，以至于即使是深藏在我军内部的间谍也无法窥见底细。孙子提出的通过示形分散敌人兵力和隐蔽自己实力来使敌人处处防守分散其兵力的方法受到历代兵家的重视。为更有效地诱敌，孙臆创造了一些新的示形之术，在对付强固的敌人时，孙臆认为可“以轻卒尝之”，使敌队以为我军薄弱，不堪一击，然后“为之微陈（阵），以触其侧（侧）”；而在“我强敌弱，我众敌寡”的情况下，应当“毁卒乱行，以顺其志”，诱使敌人出战。孙臆指出，这种战术的要领，就是千方百计“令敌无备”，然后再攻击围困之。^[19]

兵家在论述伐谋、示形等心理进攻形式时，所指向的重点就是惑将。所谓惑将，就是在两军对抗中，通过以示假、隐真、诈骗、传送信息等各种手段制造种种假象，对敌将帅进行欺骗、蒙蔽、迷惑，一方面使敌将帅难以准确地掌握当时情况，或产生错悟，做出错误的判断；另一方面引导、诱使将帅动摇原有决心，进而促使其决策失误。^[20]孙子对将领的要求非常严格，他认为将领的选择是决定战争能否获胜的“五事”之一，因此一个合格的将帅必须具备“智、信、仁、勇、严”五个条件。孙子指出，善于指挥作战的将帅，能调动敌人而不被敌人调动，这样就能达到使敌人“佚能劳之，饱能饥之，安能动之”^[21]的目的，从而取得战争的主动地位。正是因为意识到将帅在战争中的重要作用，孙子提到了迷惑对方将帅的一些方法，如对于容易冲动发怒的敌军将领，要设法挑逗他、激怒他，使其失去理智；对于轻视我方的敌将，要设法使他更加骄傲起来，丧失对我方的警惕。我方将领在迷惑对方的同时，也要防止被对方迷惑，所谓“佯北勿从”、“饵兵勿食”、“高陵勿向”、“背丘勿逆”^{[22](84)}。《六韬》中针对如何采用外交等手段迷惑敌方将领时说道，“养其乱臣以迷之，进美女淫声以惑之，遗良犬马以劳之，时与大势以诱之”^[23]，也就是说要使用“糖衣炮弹”，先从思想意志上打败敌方的将帅，使其内部丧失战斗力，然后再行攻取，这样能增加获胜的把握。

（四）懾敌与治气

《孙子兵法》中提出了“对敌”“对内”“对中立者”不同的宣传策略，其中对敌人应主要以威慑为主。威慑是对人的心理施加刺激和影响的一种非战手段，主要是通过向敌人显示力量或造成某种对敌人不利的态势，从而慑服敌人。威慑可以是物质力量的硬威慑，也可以是精神力量方面的软威慑，这两种威慑都是通过人的心理而起作用的。所以，威慑实际上也是攻心策略的一种。孙子的心理威慑思想主要包括两方面：一是实力懾敌，二是虚势懾敌。孙子所强调的实力威慑，并非是指军事实力，而是具有更广泛的内容，包括了政治、军事、经济、自然条件等各个方面的实力，强调必须在这些主要方面创造制敌、威敌的充分优势。与实力相对应的便是气势，通过气势上的略胜一筹威慑敌人也是一种可行的方法。孙子对势非常重视，指出：“势者，因利而制权也。”^{[14](4)}军队应有锐不可当的气势。

在对内方面，孙子则强调凝心治气的宣传策略。士气，是军队心理素质的综合反映，也是军队战斗力的综合体现，它可以通过对国家的热爱，对敌人的仇恨，对将帅的敬重等不同方式激发出来。由于士气并不是一成不变的，它会随着战争的进程、士兵的状况而向不同方向转化，因此在适当的时机凝聚军心、激励士气就显得尤为重要。孙子在《军争篇》中对“气”的作用，“夺气”的原则，以及通过“夺心”“夺气”瓦解敌军的可能性和必然性作了详细的阐述，“三军可夺气，将军可夺心。是故朝

气锐，昼气惰，暮气归。善用兵者，避其锐气，击其惰归，此治气者也”。^{〔22〕〔84〕}具体说来可以通过教化宣传、亲慰宣传和仇恨宣传三种方式来提升、凝聚我方士气。对于教化宣传，吴子的态度更为鲜明。他认为要励精图治一个国家，必须教诫为先，即“教之以礼，励之以义，使有耻焉”，否则就会造成“四不和”：国不和、兵不和、军不和、战不和。在亲慰宣传上，孙子强调要“视卒如婴儿”“视卒如爱子”，这样他们才甘愿与你共患难、同生死。吴子也提出要“与之安，与之危，其众可合而不可离，可用而不可疲”，要求将帅与士卒同甘共苦，以恩结其心，做到“发号布令而人乐闻，兴师动众而人乐战，交兵接刃而人乐死。”^{〔24〕}不仅如此，吴子还以身作则，与士兵一样亲自背着军粮，徒步行军，小卒长毒疮，吴子甚至为他用口吸脓，因此深得军心。这实际上也是非常有效的对内宣传。除了上述对内的安抚宣传之外，孙子还提出了“杀敌者，怒也”的仇恨宣传方法，激起将士们同仇敌忾的士气，使他们英勇杀敌。

从上述阐述中可以看出，中国古代战争传播思想从奴隶社会的“天道”舆论观，发展至封建社会的“伐谋”“伐交”观，其中春秋战国时期诸子百家的理论贡献不可磨灭，这也使得这一时期的战争传播思想在具有鲜明的东方兵学特征的同时打上了各家思想的烙印，从而具有丰富的中国文化内涵。

四、先秦战争传播思想特点：兵家为先，百家积淀

中国古代战争传播思想孕育于华夏大地，民族文化、传统观念、各门各派丰富的学说潜移默化地影响着战争传播思想的发展。从原始的“天命”舆论观到“说服”“揣摩”的伐交观，再到“攻心为上”的伐谋观，战争传播思想虽然在很大程度上集中体现于兵家思想中，但不可否认的是，它的成熟和发展也受到了儒、道、法、墨等诸子百家的深刻影响。

孔子的儒家思想，曾经统治中国学术思想两千余年，它的经典被奉为封建统治阶级的最高教义。作为一种学说，儒学思想早在先秦时期便已渗透到社会生活的方方面面，对人们的行为起着规范和制约的作用，当然对战争的影响也不例外。首先，孔子主张慎重地对待战争，反对黩兵好武，这和前文论述的兵家“慎战”的思想不谋而合。其次，孔、孟两位大师都赞同“教而后战”，他们认为教民的目的不仅是为了提高人民的修养素质和为统治者施行仁政服务，更是为了能使人民（士兵）训练有素，军纪严明，令行禁止，以争取战争的胜利。再次，孔子认为将领要足智多谋，这也同孙子对合格将帅的描述异曲同工。除儒家以外，道家是中国古代战争传播思想的另一个理论基础。在中国先秦时期，兵、道两家学说是最富于辩证法色彩的。从思想体系上看，兵和道有一种近缘关系。清人俞樾认为“兵家源于道德”，理由是《孙子》首篇先言道后言天地，乃老子“地法天，天法道”之旨。^{〔25〕}兵家所研究的对象是战争，这是一个关系生死存亡的问题，这种特殊性使得兵家的思想具有理智、周密和实用性的特点，甚至有时候为了取得战争的胜利，可以不惜一切代价和手段。因此，对于兵家来说，策划、谋略有时候比硬拼实力更为重要。而道家的创始人老子向来信奉“柔弱胜刚强”的道理。老子的刚柔思想，对人们的战争观有很大的影响，将老子的尚柔思想引入战争领域，其柔者即心战、智战，刚者即兵战、力战，以心战胜兵战，以智战胜利战，从而达到不战而屈人之兵，是高明的军事家追求的最高境界。此外，从中国古代战争传播思想中还可以看到法家、墨家的重要影响。法家的思想主要体现在以法治国、治军，巩固内部，激励士气等方面。而墨家的思想一是体现在“兼爱”“非攻”上，即反对掠夺性战争；二则体现在防御作战的心理战思想上。

作为中国古代战争传播思想的集中体现，兵家对战争的许多论述无疑受到了上述各家的影响，与此同时，它也具有自己独特的东方兵学特征——重视权谋以及朴素的唯物论和辩证法思想。《汉书·艺文志》将中国古代兵书分为四大类，即：兵权谋、兵形势、兵阴阳、兵技巧，而兵权谋是中国兵书的主流。^{〔32〕}翻阅古今兵书不难发现，在战争篇章的描述中，笔墨通常侧重于计谋的策划与展现，而对战争的过程则常常惜墨如金。可以说，攻心与谋略构成了中国古代战争传播思想的独特魅力。朴素的唯物论和辩证法思想是东方兵学的另一特色。尽管战争传播思想最初发轫于原始的“天命”思想，但随着大量战争实践的展开，事实证明鬼神及阴阳之术并不能预测和决定战争的胜负，于是唯物主义思想开

始出现在战争思维领域。其中,孙子曾明确指出:“先知者不可取于鬼神,不可象于事,不可验于度”。此外,古代战争传播思想还涉及到战争中的许多矛盾范畴,如兵战与心战,攻心与守气,练艺与练心,同时还探讨了与战争有关的一系列矛盾的对立和转化,如敌我、主客、众寡、强弱、攻守、胜败、厉害等。这些朴素的辩证法虽然是自发的,并未形成系统,但对于古人来说已经难能可贵了。

五、结 语

唐太宗说:“以铜为镜,可以正衣冠;以史为镜,可以知兴替,以人为镜,可以知得失”。尽管历史已经离我们远去,但先人们智慧的结晶仍然值得研究和学习。中国古代战争传播思想是中华民族瑰宝,它经历了原始的“天命”舆论观,“说服”和“揣摩”的伐交观,和“攻心为上”的伐谋观三个阶段的发展,在先秦时期成熟,并在秦代之后的战争实践中得到进一步的检验和完善。战争传播思想虽然以兵家学说为主,但也凝聚了儒家、道家、法家、墨家、纵横家等诸子百家学说的精华,充分展现了具有东方特色的兵家思想和丰厚的文化积淀。这些思想不仅指导了中国历史上千百次有声有色的战争,培育了众多的著名将帅,而且早在1000多年前就流传到国外,并被译成多种文字在世界广为传播,成为国外许多著名将领和国家首脑爱不释手的著述和座右铭,为推动人类社会的发展起到了巨大的作用。

参考文献:

- [1] 展江.战时新闻传播诸论[M].北京:经济管理出版社,1999:1.
- [2] 方鹏程.战争传播:一个传播者的取向[M].台北:台湾秀威咨询,2007:139.
- [3] 马克思恩格斯全集(第3卷)[M].北京:人民出版社,1995:26.
- [4] 司马迁.史记卷一·五帝本纪第一[M].北京:北京出版社,2006:3.
- [5] 屈万里注译.尚书今注今译[M].台北:台北商务印书,1969:183-185.
- [6] 金景芳,吕绍纲.《甘誓》浅说[J].社会科学战线,1993(2):177-181.
- [7] 西安政治学院训练部.心理战历史与发展[M].西安:西安政治学院出版社,2000:13.
- [8] 金景芳,吕绍纲.《汤誓》新解[J].史学集刊,1996(1):5-11.
- [9] 尚书·周书·泰誓下[EB/OL].国学网,http://www.guoxue.com/jinbu/13jing/shangshu/ss_027.htm.
- [10] 赵岐.孟子译注[M].北京:中华书局,1998:45-47.
- [11] 郝朴宁,陈路,李丽芳,罗文.中国传播史论[M].昆明:云南大学出版社,2005.
- [12] 韩非.韩非子选[M].天津:天津人民出版社,1976:47.
- [13] 尹振环.论《鬼谷子》游说人主之术——兼谈战国纵横家[J].烟台师范学院学报,1998(4).
- [14] 孙武.孙子兵法(始计篇)[M].北京:中国华侨出版社,2002.
- [15] 孙武.孙子兵法(火攻篇)[M].北京:中国华侨出版社,2002:151.
- [16] 孙武.孙子兵法(谋攻篇)[M].北京:中国华侨出版社,2002:31.
- [17] 孙武.孙子兵法(行军篇)[M].北京:中国华侨出版社,2002:104.
- [18] 六韬·龙韬·兵征[EB/OL].新浪读书,http://vip.book.sina.com.cn/book/chapter_162826_107469.html.
- [19] 孙臆.孙臆兵法·威王问[EB/OL].新浪读书,http://vip.book.sina.com.cn/book/chapter_162826_107544.html.
- [20] 杜波,文家成.中国古代心理战思想及其运用[M].北京:军事科学出版社,1997:186-219.
- [21] 孙武.孙子兵法(虚实篇)[M].北京:中国华侨出版社,2002:62.
- [22] 孙武.孙子兵法(军争篇)[M].北京:中国华侨出版社,2002.
- [23] 六韬·武韬·文伐[EB/OL].新浪读书,http://vip.book.sina.com.cn/book/chapter_162826_107468.html.
- [24] 吴起.吴子·图国[EB/OL].新浪读书,http://vip.book.sina.com.cn/book/chapter_162826_107424.html.
- [25] 龚留柱.武学圣典:《孙子兵法》与中国文化[M].开封:河南大学出版社,1995:160.
- [26] 李炳彦,孙兢.重权谋——东方兵学的特色[J].解放军报,1989-04-21.