

# Application of common psychological principles in psychological warfare

Lixia Cheng Zhiqing Ren

Xi'an Air Force Flight Academy, Xi'an, Shaanxi, 710077, China

## Abstract

With the development and application of high-tech in military equipment, advanced weaponry continue to emerge. While this effectively enhances combat capabilities, it inevitably leads to greater casualties among combatants. To mitigate risks, psychological warfare is playing an increasingly vital role as an independent combat modality in modern warfare. It frequently employs methods such as psychological persuasion, willpower deterrence, mental manipulation, emotional influence, and disinformation tactics to swiftly achieve the objective of "subduing the enemy without fighting." The effectiveness of psychological warfare stems from its integration with common psychological principles that effectively stimulate individual or group psychological responses, thereby achieving its intended outcomes.

## Keywords

psychological principles; psychological warfare; application

## 常见心理学原理在心理战中的运用

成立霞 任之清

空军西安飞行学院, 中国·陕西 西安 710077

## 摘要

随着高新技术在军事装备领域的发展应用, 先进武器装备层出不穷, 这一方面有效提升了部队战斗能力, 同时也必将使参战人员付出更大的伤亡代价。为降低风险, 心理战作为一种独立的作战样式在战争进程中正发挥着越来越重要的作用。其常常利用攻心宣传、意志威慑、心智诱导、情感影响、离间策反等方法, 迅速达成“不战而屈人之兵”的作战目的。心理战作用的发挥得益于心理战的开展通常结合了一些常见的心理学原理, 这些原理有效激发了个体或群体的心理效应, 从而达到心理战的效果。

## 关键词

心理学原理; 心理战; 运用

## 1 引言

信息时代, 大量先进的、信息化水平很高的科学技术广泛运用于军事领域, 它们以空前的规模和能量与心理战战法等交互作用, 使得心理战陡然发展成为一种相对独立的作战样式, 且在现代战争中的地位和作用日益凸显。在世人瞩目的近几场局部战争心理战发挥了巨大的“软杀伤”作用, 并直接影响到战争的进程和结局。心理战作用的发挥与心理学理论对个体产生的心理效应作用密切相关。常见的心理学原理在心理战中通常是如何运用的呢?

## 2 感知觉特性在心理战中的运用

感知觉是人的认识过程的低级阶段, 也是心理战效

应产生的基础。在遂行心理战时, 实施者应充分利用感受性、选择性、理解性、错觉性等感知觉的基本特性。

一是感觉阈限的利用。感觉阈限, 是指刚刚能够引起某种感觉的最小刺激量。人的这一心理特性启示, 要想让敌方感受到我方的心战信息, 就必须确保信息刺激的强度高于其感觉阈限尤其是差别阈限, 否则信息再多、再丰富也无效。例如, 在喊话时, 应当使用功率较大的扩音和传输设备, 以便敌人能听清喊话的内容。

二是感受性的利用。当多种感觉的强度大体相同时, 可因多种感觉的相互作用而提高人的感受性。例如, 有一种智能化传单, 它不但有着迷人的芳香, 印刷精美, 而且当打开它时, 还会自动播放敌官兵爱听的民族音乐和亲切的声音。这样的传单既能让人听到、看到, 又能触到、闻到, 其宣传效果自然好于单一文字式的传单。

三是知觉选择性的利用。人在同一时刻只能从对所有作用于自己的信息刺激中选出少数作为知觉的优先对象,

【作者简介】成立霞(1975-), 女, 中国山东新泰人, 硕士, 副教授, 从事应用心理学及心理训练研究。

并对其知觉得格外清晰，其余刺激则被反映得比较模糊，甚至不予反映从而成为背景，这就是知觉的选择性。知觉的选择性取决于：一是对象与背景之间的差别。差别越大，就越容易把对象与背景分离开。二是注意的选择作用。被注意的事物会成为知觉的对象，没被注意的成为背景，因而支配注意选择的因素，也同样影响着知觉的选择性。因此，应尽可能加大心理战信息与背景刺激的反差，通过鲜明的对比以强度取胜、以动感取胜或以亮取胜、以大取胜，使敌人能够毫不费力地知觉到心理战信息。例如，宣传标语的色调、大小以及张贴的位置应尽可能醒目，并与自然地貌有鲜明的对比。

四是知觉得理解性的利用。人在感知事物时，总是借以往的知识经验来解释知觉对象，并用词语把它标识出来，这就是知觉的理解性。它启示我们，在进行心理战尤其是心理宣传时，应尽可能使心理战信息与敌官兵已有的知识、经验、观点相吻合、相接近，这有助于提高心理战的有效性。

五是错觉的利用。错觉是指人在特定条件下对外界事物必然会产生带有某种固定倾向的、被歪曲了的知觉。它可以混淆人的视听，扰乱人的心智，使人的思准、判断错误。错觉是一种非常普遍的心理现象，它几乎在各种知觉活动中都有发生的可能。因此，指挥员一方面要避免和克服错觉的影响，使自己不为客观存在或敌人有意制造的各种错觉所迷惑，避免思维判断上的错误和军事行动上的失误；另一个更重要的方面是要故意制造错觉，使敌错悟。在现代高技术战争中，虽然军事侦察技术有了飞速发展，但我们完全可以根据错觉规律，有意制造出错觉，诱使敌人错悟，进而导致行动失误。例如，在海湾战争中，伊军通过设置大量具有模拟红外辐射和自射雷达波的假飞机、假导弹、假坦克以及假阵地、假工事等假目标，成功地制造了错觉，达到了欺骗目的，致使多国部队在第一个星期轰炸的目标中，有90%属假目标，在总共38天的空袭中，连美军自己也承认有70%的炸弹未命中目标。

### 3 需要原理在心理战中的运用

需要是个体内部某种因素的缺失或不平衡状态，是人脑对自身和客观需求的反映，是有机体活动的积极性源泉。人的各种活动都是在需要的推动下进行的。一般来说，需求越强烈、越迫切，就越有可能做出某种力求满足需要的行为。人的需要是多层次的，既有进食、睡

眠等生理性需要，又有交往、成就等社会性需要；既有物质需要，又有精神需要。人的需要也是不断变化的，当某一方面的需要满足之后，总是又会产生新的需要，推动人去采取新的行动。

实施心理战就必须充分考虑敌人当时的心理需求，要先从研究和满足其需要入手，确保心理战信息具有足够的吸引力才能确保心理战的有效性。

顺敌之需，往往是引诱敌人上钩和造成敌军事行动失误的良策。如阿富汗战争中，美军为了削弱阿民众对塔利班政权和基地组织的支持，获得阿民众对美军事行动的“理解”，便针对阿民众生活极端困苦，十分渴望安定、自由的生活的心理需求，在对塔利班和基地组织

展开武力强攻的同时，也向阿民众投撒了大量粮食、衣服等人道主义物资，并不停地解释说美军只是要消灭恐怖分子，许多阿难民看着天空盘旋的美军战机，手捧美军扔下的粮食，陷入了困惑之中，“美军到底是敌人，还是朋友？”这一招在很大程度上为其军事上的胜利提供了强有力的支持。因此，在实施心理战时，我们完全可以利用敌心理需求上的弱点，用佯设诈，诱敌上钩。若敌人求胜心切，我则不妨故意示弱以诱敌冒进；若敌人希望我落入圈套，我则不妨佯装不知，以便将计就计；若敌人贪财好色，我则不妨以财色诱之。总而言之，尽量从各个角度顺应敌方需要，可以有效达到降低其警惕性和敌对性的目的，更好实现战略需要。

### 4 态度转化规律在心理战中的运用

所谓态度，是指习得的、影响个人对特定对象作出人为选择的有组织的内部准备状态。它由认知、情感和意向三个因素构成，是外界刺激与个体反应之间的中介因素。态度一旦形成，人一般就会据此来对待他人、集体、自己和其他事物，接受或拒绝外界的影响。因此，

做好敌官兵的态度转化，是心理战的一项重要工作。

态度形成和转化一般要经过服从、同化和内化三个阶段：

一是服从。是指人们为了获得某种报酬或避免惩罚，而改变了自己的观点、意图和行为，遵守团体规范或他人意志。例如，战败的军人在对方的威迫利诱下为保全自我而采取投降行为，就属于服从。显然，服从不是真心愿意的，它具有暂时性和情境性的特点，一旦得到报酬或遭受惩罚的可能性消失，则其行为马上会终止。

二是同化。也称认同，是指人不是被迫而是自愿地接受他人的观点、信念或团体规范，并努力使自己的态度与之相接近、相一致。例如，通过战俘进行“现身说法”和对有关俘虏政策的反复宣传，一些敌官兵可能会逐渐赞同、认可我方的宽俘政策。

三是内化。是指个人发自内心地相信和接受他人的观点，并将其纳入自己的价值体系，从而彻底地转变自己的态度。一个人的态度只有到了内化阶段，才是稳固、持久的。当然，并不是所有人对所有事物的态度转化都必须完成这个过程。事实上，人的态度转变既可能会完成整个过程，也可能只停留在服从或认同阶段。

根据态度转化规律，为了促使敌人转变态度，在心理战中应该灵活采取以下措施：

一要加强说服宣传。即要通过摆事实、讲道理、观看

影视等方式,逐步改变敌人的偏见和错误信念,从而转变敌人的态度。当然,进行说服宣传应注意针对性。例如,对于文化程度低的士兵,应多用单方面的宣传,这样更容易转变他们的态度,对于文化程度较高的士兵,则进行正反两面宣传效果更好。宣传中应遵循客观原则,任意夸大事实,容易引起敌方的怀疑与不信任感,刻意缩小则不易引起重视。应向敌晓以利害,使之立生听从劝告、转变态度的意向和愿望。要分阶段逐步提出要求,急于求成不但难以改变其态度,还容易引发敌逆反和对立情绪。应多运用大众传媒进行宣传,传媒越权威,就越有利于促使敌转变态度。

二是进行榜样示范。人的许多态度是通过模仿他人而习得的。例如,战前组织官兵学习军中的英雄人物,往往容易激发官兵昂扬的斗志和为党、为国家、为人民而战的坚定态度。进行榜样示范时要注意处理好先进性与平凡性的关系,即所宣扬的榜样的思想境界和行为标准必须代表先进方向或符合我方要求,但又不是敌普通官兵无法企及的;对榜样的宣传不能任意拔高,以免降低榜样的可信度,降低示范作用;应尽可能树立与敌有相似点的榜样,如在劝敌投降时,应多利用战俘或投诚人员作为榜样来对敌进行喊话,这往往更容易博得敌官兵的共鸣与认同,实现态度的转变。解放战争时期,我军之所以利用国民党高级将领高树勋投诚一事,大力发起“高树勋运动”并取得很好的效果,其心理依据就与此有关。

三是善用强化措施。所谓强化,就是通过表彰、奖励或批评、惩罚等正负强化物,来巩固对象的态度或改变原有态度。例如,通过军事上的摧毁、打击或威慑,迫使弱小方改变原有态度并服从强大方的意志,或通过投诚人员和战俘的真诚关心、宽大处理以及特别照顾,促使其态度由“服从”向“认同”甚至“内化”等更高阶段转化等。运用强化法时要注意时效性,即要及时进行强化;要进行分步强化,即根据态度转化的程度,逐渐加大强化力度;要确保强化物的有效性,即要使强化物符合目标人的心理需要。

## 5 心理定势在心理战中的运用

所谓心理定势,是指主体对一定心理活动的预先准备状态。它决定着同类后继心理活动的趋势。简单地讲,就是指当人们在过去的生活和实践过程中形成了一定的认识

和经验后,在遇到类似的事物时,往往会根据过去的认识和经验来推导出相同结论或采取相近行动的

心理倾向。定势对人的知觉、记忆、思维、行为和态度都起着重要的影响作用,定势一旦形成,就会呈现出一种惯性,只要某种现象或事物一出现,人就会无意识地顺着过去的习惯去感知、记忆、思维和采取行动。显然,定势的消极面在于会妨碍思维的灵活性,容易使人

被习惯性套路所禁锢。在心理战中,实施者通过对敌心理定势进行因势利导,或用谋设诈,往往能达成战役、战术行动的突然性。

具体来讲,定势规律在心理战常有如下妙用:

一是利用思维和观念定势,实施心理欺骗。从心理学的角度看,谋略主要就是对人的心理定势尤其是思维定势和观念定势的利用。所谓思维定势,就是指人们在思维过程常常会产生受其影响和支配的思维方式。观念定势,是指过去形成的主观观念对后续心理活动的影响。利用人的思维定势和观念定势进行心理战决策,或用反常规的斗争谋略,可以有效地麻痹欺骗敌方,掩盖自己的行动,取得出奇不意、攻其不备、小战而大胜的战果。

二是针对敌知觉定势,选择内容和途径。知觉定势是指人们由于知觉上的习惯作用而形成的定势,不同的往人有不同的知觉定势。例如,有的人习惯于感知电视信息,认为电视信息比报纸信息更生动、真实;有的人喜欢从报刊上获取信息;有的人则认为只有小道消息才真实、新鲜、不带官方偏见等等。因此,在确定心理战信息的内容、形式和传播途径时,应依据敌官兵的知觉定势,灵活确定信息内容和传输形式,以提高心理战攻果。

### 参考文献

- [1] 王洪民著.《心理侧打击:现代战争常用手段》.光明日报 2016年11月30日.
- [2] 班定军、蒋杰著.《心理战理论与实践研究》.解放军出版社,2017.
- [3] 胡晓峰著.《战争科学论》.科学出版社,2018.
- [4] 克劳塞维茨著.《战争论》魏止戈译.华中科技大学出版社,2019.
- [5] 逯记选著.《心战论-心理制胜视域下现代作战范式的整合与创新》.上海社会科学院出版社,2024.