

# WAR

特殊战秘密档案 NO.3

吴杰明 编著

# 心理战



黑龙江人民出版社

特殊战秘密档案

# 心 理 战

吴杰明 编著

黑龙江人民出版社

责任编辑:刘海滨

封面设计:杨群 李栋

**特殊战秘密档案·心理战**

Teshuzhan Mimi Dangan · Xinlizhan

吴杰明 编著

---

黑龙江人民出版社出版、发行

(哈尔滨市南岗区直庆小区1号楼)

沈阳新华印刷厂制版、印刷

开本 850×1168 毫米 1/32·印张 8 12/16

字数:217 000

1998年2月第1版 1998年2月第1次印刷

印数 1—7000

---

ISBN 7-207-03208-0/I·508 定价:10.00 元

# 《特殊战秘密档案》

主 编 兰黄明  
副主编 李国祥 王 健 吴杰明 李树宝  
编 委 李力钢 贾俊明 赵德平 程 辉  
胡桂收

## 目 录

- 一、首次兵不血刃的较量  
——1914—1918年协约国与同盟国的心理战 …………… (1)
- 二、跨越心灵之峡  
——1940—1945年英美盟国的宣传心理战 (之一) …………… (19)
- 三、神秘的“黑色”攻势  
——1940—1945年英美盟国的宣传心理战 (之二) …………… (51)
- 四、马丁少校奇谜  
——1943—1944年英美盟国的欺骗心理战 (之一) …………… (60)
- 五、“卫士”迷宫与“坚韧”陷阱  
——1943—1944年英美盟国的欺骗心理战 (之二) …………… (72)
- 六、瞒天过海的障眼法  
——1939—1945年英美盟国的诡诈心理战 …………… (98)
- 七、“V”字运动的魅力  
——1939—1945年英美盟国的特种心理战 …………… (108)
- 八、从“哈哈爵士”到“第五纵队”  
——1939—1945年纳粹德国的宣传心理战 …………… (116)
- 九、巨骗狂魔荡欧亚  
——1939—1945年纳粹德国的欺骗和恐吓心理战 …………… (133)
- 十、来自北方大地的精神狂飙  
——1941—1945年苏联的心理战 …………… (155)
- 十一、太阳旗下的“双刃剑”

— 1937—1945 年日本的心理战 .....	(170)
十二、横扫千军如卷席	
— 1945—1949 年中国人民解放军瓦解敌军的心理战 .....	(180)
十三、走出茫茫铁幕	
— 1947—1990 年美苏的全球对抗心理战 .....	(189)
十四、在“第一战场”的背后	
— 1950—1953 年朝鲜战争中的心理战 .....	(209)
十五、索命摇滚	
— 1961—1989 年美国五次海外军事行动中的心理战 .....	(224)
十六、闪击之前的战争迷雾	
— 1948—1973 年历次中东战争中的心理战 .....	(235)
十七、大西洋“无形杀手”	
— 1982 年英阿马岛战争中的心理战 .....	(248)
十八、冥冥心网罩大漠	
— 1991 年海湾战争中的心理战 .....	(255)
十九、攻心正未有穷期	
— 20 世纪心理战的回顾与展望 .....	(269)

## 一、首次兵不血刃的较量

——1914—1918年协约国与同盟国的心理战

20世纪，人类居住的星球风云变幻，战祸迭起。不仅两次世界大战的浩劫横扫寰宇，而且各种局部战争和武装冲突此起彼伏。连绵不断的战争和硝烟弥漫的军事对抗，始终是各国政治生活中的重要内容，也是世人所强烈关注的永恒热点。

在20世纪的战争中，敌对双方不仅在军事、政治、经济和外交等方面进行着殊死搏斗，同时也在心理上和精神上进行着无声的较量。这种较量，不是强制性的武力征服，而是利用各种特殊手段，通过心理因素的作用来改变对手的思想、感情和行为，最终使敌人归于失败。这就是人们常说的“心理战”，或曰“心战”。作为战争的重要手段，它是区别于陆战、海战、空战、太空战的又一种作战样式，是古往今来一切战争中最令人神往的奇技秘招。盖观历史，每一个高明的军事家，都把心理战作为克敌制胜的锦囊法宝，而千万成功之战，也无一不闪烁着心理格斗的奇光异彩。

20世纪开创了人类心理战历史的一个新纪元。在近百年的战火风云中，交战各方纷纷设立专门的心理战机构，竞相组建特种心战部队，对敌国敌方实施了多种多样的“精神性”攻击。他们斗智伐谋，文武并举，写下了一篇篇奇幻波诡、令人拍案叫绝的传世佳作。无论是“哈哈爵士”、“诺顿先生”的心理宣传，还是“肉馅计划”、“蒙哥马利之行”的心理欺骗，无论是军号四起，万

灯齐射的心理威慑，还是传播谣言、散发伪钞的心理干扰；无论是纳粹“第五纵队”的秘密行动，还是美军“特别心战营”在台湾的“全方位闪击”，都显示了心理战的特殊功能和强大威力。而追根溯源，这些精彩篇章都发端于第一次世界大战中协约国与同盟国之间长达四年之久的心理战。正是这一人类有史以来首次大规模的心理较量，才轰然拉开了20世纪心理之战的沉重铁幕，点燃了人类使用心理武器相互撕杀的熊熊战火。

大战开始前，协约国和同盟国的军事领导者已经从以往的战争经验中直观地感到，为了动摇对手的军心和士气，应当在军事会战的同时进行必要的心理宣传。而20世纪初叶飞机、印刷机和无线电报等现代交通和传播工具的发明与应用，恰好为实施这一宣传提供了强有力的物质手段。于是，伴随着战场硝烟的升起，一场宣传攻心战也相应展开了。

1914年8月3日，德国正式向法国宣战，次日午夜，英国宣布加入法国一方，一场长达4年3个月的空前大战就此爆发。6天之后，也就是8月9日中午，一架法国飞机的身影悄然出现在洛林地区，在当地居民惊讶的目光注视下，飞机的尾部突然飘散出无数雪白的小纸片。它们纷纷扬扬飘到地面，人们争相拾起这些纸片一看，只见上面赫然印着法国政府的《告阿尔萨斯·洛林人民书》。原来，43年前，在普法战争中惨遭失败的法国，被迫将阿尔萨斯和洛林的东半部割让给了德国，法国人一直为此耿耿于怀，他们曾在巴黎建立了一座取名为“阿尔萨斯·洛林”的身穿丧服的妇女塑像，以表示其一定要收复此地的决心。因此，这次大战刚一爆发，法军就迫不及待地派出飞机，在洛林上空投下了第一批传单，他们在传单中声称，这次战争中，法国一定要将阿尔萨斯和洛林夺回来，以雪割地求和之耻。传单鼓动当地居民立即行动起来，配合法军开展收复失地的斗争，以便早日返回祖国的怀



抱。这份传单一时间在当地引起了强烈的震惊和轰动。

9月17日，几个色彩斑斓的大气球又出现在德国西南部的诺伊施塔特地区上空，在那里，它们带着一捆捆用德文印刷的传单缓缓落下。这份传单以《告德军书》为题，上面写着：“德军迟早将被歼灭”、“协约国不可战胜”等内容，其目的明显是对德军士兵进行心理威慑。紧接着，10月7日和11月11日，法军又连续两次派出飞机，在德国的阿米和洛林地区空投了另一份传单。这份传单的宣传重点是劝告德军士兵放下武器投降，它告诉德国人，只要停止抵抗，法国将会对俘虏实行优待。

与此同时，英国也在战场上展开了最早的心理宣传。曾以发明坦克而闻名于世的英国军官温斯顿中校，在开战后又创造了敌宣传用的“传单”。1914年10月，他开始印制一种德文的四开型报纸形式的《公告》，并在西部战线用飞机从德国官兵的头上撒下去。他利用在巴黎的英国对敌宣传机构，大量印刷了这种传单，并连续组织了几次空投。他编印的这份《公告》，完全不同于当时法国和德国在空中散发的那些露骨地表示敌对情绪的宣传品，而是用冷静、客观的措词写道：“西部前线的德军士兵们，你们大概不知道东部前线和巴尔干前线的情况，那么让我们把真相告诉你们吧！”随后便在传单中将有关事实一一列出。温斯顿深谙德国人习惯于纪律约束，在权威面前盲目服从的心理弱点，所以他精心选择了所谓“公告”的形式，并且力图使处于狂热状态的德军士兵平静下来倾听自己的宣传。这一明智之举，使温斯顿日后终于成为人所公认的传单宣传派的头号鼻祖。

针对法、英两国的宣传攻势，德国军方迅速采取了相应的行动。在开战后不到一个月的8月30日，一架德国飞机飞临巴黎上空，把印着“投降吧”、“你们就要被消灭了”的传单撒了下去。这份传单实际上是印在黑、白、红三色纸上的一封短信，内容直白

简单，没有丝毫的艺术和策略可言。但这是唯一有案可查的德国在第一次世界大战中最早从空中投下的宣传品。它表明，在协约国的带动下，同盟国也很想试一试心理武器所具有的作用和威力。

遗憾的是，在大战初期，无论是协约国还是同盟国的军事领导者，都把主要精力集中在进攻和会战上，宣传这一心理战形式并没有引起他们足够的重视。不少将军固执地认为，只有依靠刺刀、火炮、机枪等暴力手段，才能真正赢得战争的胜利。在他们眼里，软绵绵的文字怎能比得上真枪实弹的威力？而且这也和他们奉为经典的战争法规相背离。因为根据1907年在海牙签订的国际陆战条约附件陆战规则的有关规定，“交战者在选择害敌手段的时候，不得享有无限的权力”。各国将军们几乎一致认为，向敌方散发煽动性、欺骗性传单，就属于被禁止的“害敌手段”之列，它们不应该出现在真枪实弹的战争中。在这种思想支配下，刚刚出现的宣传心理战很快便遭到了非议和控制。1915年初，协约国总司令部正式作出一项规定，除了某些特殊情况之外，一般不准再使用飞机向敌方散发传单。据此，英军于当年2月断然下令温斯顿中止散发《公告》的工作。虽然就在这一年的8月，法国参谋本部第五处又新成立了一个空中宣传部，其任务是制作并向德国前线散发宣传品，并由德国文学研究专家汤尼拉教授亲自担任主任，但由于军队上层对这样的宣传能否动摇敌军始终心存疑问，因此，这个宣传部并没有发挥出什么大的作用，到最后为止，工作人员也只有十来个人。德国在这方面的情况更为糟糕，除了总参谋部按照副总参谋长鲁登道夫的指示进行了一些心理战的研究之外，其他实际的宣传活动差不多全部停了下来。认为对敌宣传有助加快胜利步伐的军官，普遍受到了周围同事的讥笑和嘲讽。暴力，仍然是绝大多数将士崇尚和信赖的唯一手段。

但是，在旷日持久的搏杀中，暴力日渐显示出其自身固有的

弱点和缺陷。开战以来，尽管交战双方一昧穷兵黩武，企图通过进攻和会战来摘取胜利的花环，但实际上却谁也没能达到自己的目的。从1916年起，两线战局开始进入胶着状态，协约国和同盟国始终在很小的范围内反复进行“拉锯式”的争夺，谁也很难向前推进几公里以上的距离。而凡尔登战役和索姆河战役，则以其地狱之火，使双方都流尽了鲜血。仅在凡尔登一地，法军就伤亡了46万人，而德军也付出了差不多30万人的代价。面对着如同巨盆血口的“战争绞肉机”，协约国和同盟国都感受到了僵持不下的沉重压力。

正是在这种机枪和火炮黯然失色的情况下，协约国和同盟国的军事统帅部再次意识到了心理战的重要性。那些曾视宣传为怯懦和卑鄙的将军们开始对宣传加以青睐和追求，而且竞相施展奇技，把宣传转变成为一把锋利无比的战争之剑。

从1915年末到1917年4月，法国连续组织了几次较大规模的空投宣传品行动，这几次行动都采用了由德国人撰写的宣传材料，其中最为著名的是《我在弹劾》一书。这是1915年4月由瑞士洛桑的波约出版公司出版的一本小册子，作者署名为“一个德国人”。战争结束后才搞清楚，此人真名叫理查德·格雷林格，原系犹太血统的德国律师，并曾任德国作家协会法律顾问。第一次世界大战开始后，他移居于瑞士苏黎士，并在那里写下了这本全面抨击德国皇帝和现政府的书。这本书最初用德语写成，由于它通篇充满着对德国的谴责，所以立即引起了法国宣传本部的重视和好感。他们很快组织人力，把这本书翻译成了法文，并印发了5万册。后来又在英国的协助下，把它译成了包括中文在内的10国语言，大量印刷后向全世界散发。法国宣传本部原打算从瑞士将此书偷偷运入德国，但由于德军防守严密，于是便采取把书捆在气球上然后空投的办法，将书仿照圣经袖珍本印成字典大小，改

名为《真理》，直接从德军前线空投了下去。1915年11月，德军士兵共检到了两万多册《我在弹劾》。

继格雷林格之后，猛烈攻击德皇和德国政府的还有一个名叫赫尔曼·莱斯迈耶的博士。他系德国北部人，是一家报社的记者。1916年初，他在离开德国前往瑞士时，发表了“放弃德国人身分”的声明，从此投入了反对德国当局的斗争。1916年春，他用德语写下了以《觉醒吧！德国公民》为题的致德意志人民的公开信，在信中，他无情揭露了德国政府有计划地准备战争的罪行，号召人民起来推翻其统治。法国政府立即用高额稿费买下了这本书的版权，然后用德语、法语印刷了缩写本各10万部。1916年夏季，将德文本在德军的前线和后方空投了数万册。

1916年1月，另一位德国人赫尔曼·费尔瑙也在瑞士发表了一篇《正因为我是一个德国人》的反德文章。法国宣传本部同样采纳了这篇文章，并把它翻译成各种文字。德文版还是采取老办法，印成小型袖珍版，撒在德国军队的各条战线上。

次年4月，一批持有德国籍而又不满德国政策的知识分子，在瑞士伯尔尼创办了一份德语《自由新闻》。这份德文得到了法国方面的暗中支持，法方多次将其空投到德军阵地上。此外，还把它分送给关在法国和英国的德军战俘，并大量寄往中国、荷兰。到1917年底，该报的发行量达到了20000份。

同法国的宣传方法相类似，1916年之后，英国也广泛采用各种宣传品来向同盟国发起心理攻势。1916年12月，英国秘密向日本发行了一本名为《这也是武士吗》的书。在书中，作者着重揭露德国人的残暴行径，并用38幅插图详尽描绘了这些恐怖场面。其中一幅图画是：德国水兵打开潜艇的舱口，得意地看着正在下沉的客轮。旁边的文字说明是：“打沉客轮比打沉军舰容易得多，因为对方根本不会开炮还击。”另一幅图画则是：年轻的妻子伏在

桌上痛哭，婆婆站在一旁悲伤地劝慰，小孩紧紧地拖住祖母不放。旁边的文字写道：“一个比利时人的家庭。丈夫被杀，妻子被侮辱。”这些内容给一向崇尚武士道精神的日本人留下了十分深刻的印象，增加了他们对德国人的厌恶和憎恨之情。《这也是武士吗》在日本大约销售了 35000 册，其影响之大可想而知。

1917 年，英国又巧妙地利用《利希诺斯基侯爵回忆录》，组织实施了一场成功的宣传心理战。这位利希诺斯基侯爵，在一战开始前的两年多时间内，一直担任德国驻英大使，他了解战前两国外交交涉的全部经过和内幕。作为一个和平主义者，他曾全力以赴阻止英德之间发生战争，但由于德国政府的一意孤行，他的努力终告失败，对此他非常不满。1916 年夏天，他把自己所知道的内情，以《我在伦敦的使命——1912—1914》为标题，秘密写成了一份回忆录，并私下送给几位政治上的好友阅读。他们当中有德国国立银行总裁韦金，不料，韦金却把回忆录悄悄借给了一位名叫维尔菲尔德的大尉看，这位大尉又偷偷复印了 50 部，于是，该书便不胫而走，在民间流传和扩散开来。1917 年 3 月 15 日，这个回忆录被公开发表在伦敦出版的《新欧洲》杂志上，同年 4 月 7 日，又被《纽约时报》全文登载。英国的宣传机构如获至宝，随即大量印刷了这部回忆录，不仅在英国国内广泛散发，而且散发到德国全境以及世界各地。1918 年 5 月，英国宣传大臣比维尔布鲁克曾在议会报告说，这部回忆录印刷的总数达到了 400 万份以上。为了更加适应自己的需要，英国宣传部门还对回忆录的原文作了一些改写。在突如其来的“内幕曝光”冲击下，德国当局一时间手足无措，狼狈不堪。利希诺斯基侯爵和菲尔德大尉因此而受到了德国政府的审判和追究。

除了利用宣传品进行宣传战外，英国还十分重视用现实发生的事件来孤立敌人和争取盟友。1915 年 10 月，德军在比利时处决

了一名被指控帮助协约国士兵逃跑的英国女护士。这位名叫伊迪丝·卡维尔的女护士，年轻时曾在布鲁塞尔市护校工作过，并于1906年当上了该校的校长。大战爆发时，她正和母亲一起住在英国，当听到比利时因德军入侵而出现大量伤员时，她立即赶回布鲁塞尔，担任了一所战地医院的总护士长。她找到德国占领军委任的地方长官，表示自己要按照红十字精神，对双方伤员进行平等护理，但却遭到了严厉的斥责。德方坚持要她承认比利时兵和法国兵是俘虏，在护理他们的时候必须同时负起看守的责任。卡维尔则断然拒绝了这一要求。1915年8月5日，卡维尔突然被德军秘密逮捕，直到一个月后她第二次受审时，代表英国权益的美国大使馆才得知这一情况。她被指控的罪名是：私自放走了几名比利时和法国伤兵，并让他们逃到了荷兰。德方宣称，她本人对这一指控供认不讳，但美国公使再三要求与卡维尔见面，却为德军所拒绝。1915年10月11日，德国军事法庭判处伊迪丝·卡维尔死刑，判决后9个小时，卡维尔在布鲁塞尔郊外被枪决。最后同她会面的是一位牧师，这位牧师后来证实说：“卡维尔女士丝毫没有感到丝毫的恐惧和畏缩，她象英雄一样从容就义了。”

敏感的英国宣传部门很快抓住了这一事件，在全世界范围内展开了一场声势浩大的宣传活动。他们通过新闻媒介，发表了一张卡维尔正安详地坐在自家的草坪上，用手抚摸着心爱的俄罗斯猎犬的生活照。在照片的下面，则详尽无遗的讲述了这个悲惨故事，并提出一连串严厉的质问：“这样一位热爱动物、心地善良的妇女，一位不分敌我去护理伤兵的天使般女性，为什么竟惹得德国人大动杀机？德军为什么对逮捕她的事如此保密，并匆匆忙忙地将其杀害？德军为什么不敢让美国公使和律师同卡维尔见面？又为什么不遵守国际公约，把卡维尔交民事法庭审判？……”这样宣传的结果是：伊迪丝·卡维尔的名字连同德军的残忍连在一起，

使全世界家喻户晓。然而与此同时，却极少有人知道，就在这一年，协约国一方也曾将9名妇女当作敌方间谍处死，其中包括富有魅力的玛塔·哈莉和朴实无华的玛格丽特·施米特。由于德国人对这类事件几乎未作任何宣传，所以她们的死同卡维尔相比，基本上是默默无闻和鲜为人知的。

在西部战线的胶着状态持续了4年以后的1918年，协约国方面尤其是英国越来越清楚地认识到对敌宣传的重要意义，于是便开始组织更大规模的宣传决战。1918年2月，英国正式成立了对敌宣传本部——“克尔之家”，统筹负责战时的各种宣传活动。其实，早在1914年，英国外交部为了向中立国散发宣传品，就已经成立了一个秘密的“战时宣传局”。因为这个宣传局设在名叫韦林顿的人的家里，有关人员通常把它叫作“韦林顿之家”。当时，“韦林顿之家”的主要目的是转变中立国的态度，使其站在协约国一方，它曾经向荷兰境内秘密邮发了数万份宣传文章。除了“韦林顿之家”外，英国还于1917年6月成立了一个“战时计划委员会”，专门负责对国内的宣传，如出售《利希诺斯基侯爵回忆录》和其它宣传品等等。1918年2月，在外交部宣传部部长比弗布鲁克的呼吁和奔走下，英国终于建立起了统一的战时宣传部门，由比弗布鲁克和报纸大王诺思科利夫共同负责。他们给这个组织起了一个暧昧的名字：“英国战争救济机构”，但人们仍习惯于用本部所在地那所房子的名称“克尔之家”来称呼它。

“克尔之家”的活动虽然只有短短的9个月，但它却卓有成效地组织了一连串宣传攻势，从而大大加速了德军失败的进程。它首先说服协约国军总司令部解除了禁止用飞机投放传单的禁令，开始向敌方大量空投宣传品。在战争的最后6个月中，仅向德军前线，英国就空投了1830万份传单，平均每月200—300万份，最多时达到5000万份，总耗资高达7万英镑。

“克尔之家”对德宣传的主题之一，是把德国发动战争的一切罪过都推到德皇威廉二世身上。当时散发到德国的宣传品中，有一副著名的画，画面的上半部画着威廉二世正在与其亲随饮酒作乐，怡然自得；下半部则画着蓬头垢面的德军士兵正在前线浴血奋战、苦不堪言。这一鲜明对照，给了德国军民以莫大刺激。

在一份名为《告向西线进军的德军将士》的传单中，英国人用伤感忧郁的笔调写道：“将士们，你们是在向西线进军还是向死亡推进？你们知道在西线有什么吗？那里有你的坟墓，而你们的皇帝却是在你们的背后生存者中的一个。他把十字勋章授予兴登堡了，当然，鲁登道夫也得到了同样的勋章，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，和现在活着的一切生灵在一起。可是，明天你却是木石及一切无生命之物的主人。”而在另一份名为《让威廉提前 24 小时到战场》的传单中，英国人又谆谆诱导和煽动德军士兵：“你们的威廉二世皇帝宣布要在发动总攻后 24 小时亲临战场。但是，我想提出一个问题：为什么他不在进攻前 24 小时到战场？德国的战友们！把这个残酷狡猾的皇帝及其家族在战前 24 小时揪到战场上来，而你们，德国的战友们，24 小时以后再战场吧！”

“克尔之家”的这些宣传，使德军士气大受挫伤，这种宣传把德国普通将士同德国皇帝及主要战争责任者区别开来，指出他们在前线流血牺牲只不过是当权者的利益卖命，因而很容易为德军下层士兵所接受。更重要的是，每一个从前线回到后方的士兵，都不知不觉地成为英国人的义务宣传员，使得消极失败的情绪在德国国内四处蔓延。对此，德军总参谋部既愤慨又害怕，德军副总参谋长鲁登道夫在指责这种行为时不无忧虑地说：“他们已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。”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，1918年7月，还被迫向士兵和居民发出专门呼吁书，号召他们抵制敌人的宣传。

除了直接对德军进行宣传心理战外，“克尔之家”还大力展开了对中立国宣传活动。为了渲染德军的残忍，激起中立国人民对德国的仇恨，英国人在传单中详细描写了德军士兵砍断儿童手指，把战俘钉在十字架上的惨景。最骇人听闻的是1918年春，“克尔之家”在一份传单和向海外进行的广播中说：在德国有一个尸体榨油工厂，贫困到极点的德国现在正把人的尸体作为原料榨油，然后用人油来制造肥皂和其它产品。尽管后来证实这个恐怖故事只不过是英国人精心编造的一个弥天大谎，但它却使全世界为之震惊和愤怒，极大地激发了人们对德国的憎恨心理。据报道，1918年夏季，在新英格兰举行的一次群众集会上，当有人提出在抓到德国皇帝之后，要让他下油锅时，“整个观众席都站了起来，歇斯底里地尖叫着表示赞同”。在美国，不少组织和个人接受了英国的宣传之后，纷纷表示要帮助英国人同德奥联军战斗。正是这些带倾向性的舆论鼓动，最终推动许多国家抛弃中立立场，站到了协约国一边。大战后期，英国的这种对中立国宣传达到了满负荷运转状态。路透社每天向国外播送100万字的符合英国利益的宣传材料，“克尔之家”则每周把400篇左右的文章提供给外国报界，强大的宣传攻势如同一股“精神旋风”，席卷了整个欧洲大陆。

1917年4月6日，美国在经过了一场艰苦的国内辩论之后，正式对德国宣战。从参战的那一天起，美军即在部队中设立了五花八门的心理战部门，如武装部队的心理部，专门负责官兵的心理测量；医务部的心理分部，专门研究精神病症及其治疗；总参谋部的士气组，负责鼓舞部队的士气；情报部门的精神处，专门负责增强官兵的精神力量等等。同年，美国远征军司令部在潘兴