

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掠环宇，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”在海湾的“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的感到，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，在开战后又创造了对敌宣传用的“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制的权力”。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，这个宣传都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，尽管交战双方一味穷兵黩武，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，德军士兵共捡到了两万多册《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公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里特·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限制，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 小时以后再来战场吧！”

“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

少将的指示下，成立了专门从事心理战的 G—Z 小组，其主要任务是从心理上对敌人施加压力，促使同盟国士兵丧失斗志。

1917 年 6 月 约翰·潘兴率领美军第一师主力和海军陆战队的一个团在法国登陆。为了响应盟国关于欧洲突然出现一支美国部队将有助于鼓舞士气的建议，潘兴决定将自己军队的数量在文告中公开发表。这一大胆举动很快在本已惶惶不安的德军中造成了空前的心理压力并且引发了德军士兵波涛汹涌的逃跑浪潮。为了配合潘兴的心理威慑战术，美军还向德军空投了大批劝降传单。他们在传单中竭力鼓动德军官兵携带武器逃离部队，并详细暗示逃跑的方法和路线。传单不厌其烦地向德军介绍美军的各种精美食品，并保证来降者也能获得同样的待遇。和传单同时投下的还有一份“特别通行证”德军士兵只要持证即可顺利通过美军的防线。一时间，大群被死亡恐惧压迫和被美味佳肴诱惑的德军，纷纷走出堑壕，举手向美军投降。

面对协约国咄咄逼人的心理战攻势，同盟国的反应总的说是软弱无力的。虽然德奥方面都有比较健全的宣传组织，但却未能使其很好地发挥出作用。他们只是被动地应付协约国的宣传挑战，企图单纯通过对自己士兵的“反宣传”来巩固心理防线。事实证明这种做法是十分幼稚和无效的。例如，在德国和瑞士交界处有一个博登湖 英国人经常通过这个湖向德国运送宣传品。于是德国人就在自己一侧的湖岸上，下力气架设了一道密实的铁丝网 想以此来防止宣传品的入侵。而到了战争后期，德军干脆用钱向自己的士兵们收购协约国撒下的传单 或者勒令他们上交。当然 德国也在宣传上作过一些努力。如它曾散布谣言，离间法国政府与民众的关系。谣言说：法国政府在前线推行卖淫制度，为慰劳征募作战的摩洛哥人，政府许可他们奸淫法国妇女，而这将给法国留下一批杂种。这个谣言使不少不明真相的法国人对政府愤慨之

极，对战争产生了强烈的抵触情绪。它还试图借助宗教的力量来鼓舞士气。开战后，德国的一批神学教授纷纷举办讲座或发表论文，大肆宣扬上帝的所谓“旨意”。一位名叫萨莫埃里的德国基督教牧师就曾举行过一次题为《上帝中立吗？》的演讲，证明上帝支持德国一方，所以德国士兵的灵魂将能够进入天堂。此外，德国还源源不断地为士兵出版宗教歌曲集和诗歌祈祷书，鼓励士兵唱圣曲，读圣经，听牧师讲道，向神父忏悔，以使自己更加全身心地投入到战争中去等等。但总的来说，同盟国在一战期间的宣传心理战成效其微，未成什么气候。

在同盟国消极防御的心理战中，唯一的一次例外出现在 1917 年 10 月。当时，德奥联军在卡波雷托战役中成功地实施了一次心理干扰，使协约国方面的意大利军队遭到了惨重损失。

1917 年 10 月，已经与意大利军队进行了 11 次伊松佐河战役的德奥联军，决定发起一次反击性战役。战前，德奥第 14 集团军司令奥托·冯·贝格了解到前面意军主要是由乡土观念很强的意大利北部皮蒙特人组成的部队，于是便下令伪造了大量意大利北部的地方报纸，在报纸上登载了当地警察和居民发生流血冲突的消息和大幅照片，并且编造了许多死伤者的数量和姓名。总攻前夕，联军把这些报纸空投到意军的前沿阵地，立刻在意军官兵中引起了前所未有的混乱和恐慌。原籍意大利北部的意军官兵纷纷为自己亲人的命运而担忧，哪里还有什么心思继续作战，他们都悄悄准备投降或逃跑，以便能尽快返回家乡与亲友团聚。次日凌晨，在烟雾缭绕中，德奥第 14 集团军用毒气和高爆炸药发起了总攻。兵无斗志的意军一触即溃，在联军闪电般的进攻下四散而逃。成千上万的意大利军队举手投降，并以高呼“奥地利万岁”和“向罗马进军”来鼓舞他们的征服者继续前进。直到 11 月 7 日，一泻千里的意军才在离威尼斯不远的地方勉强稳住阵脚。德奥联军

的这一强大的心理攻势，不仅使卡波雷托这一小村庄成为意大利军队绝无仅有的滑铁卢，而且对整个协约国战线也是一次沉重的打击。在这次战役中，意军共损失 30 万人，其中有 26.5 万人投降被俘。意大利的平原腹地从此向德奥联军打开了大门。直到大战结束，惊魂未定的意军一提起卡波雷托和冯·贝格的心理战，仍然会感到心有余悸，扼腕兴叹。

除了宣传之外，协约国和同盟国还在第一次大战中运用了不多少心理欺骗战术。这种欺骗心理战旨在使对手的知觉和思维发生错误，从而看不到事物的真相，并作出错误的判断和行动。虽然这一有目的地改变和控制对方心理状态的诡诈之道，几千年来一直被无数军事将帅所熟悉，但截止 20 世纪初叶，最成功的一例则是一战中英国陆军在非洲战场上对德国军队所实施的一场精心策划的骗局。

1917 年，当埃德蒙·艾伦比将军在西奈沙漠接任英军指挥官时，非洲战线已经陷入了不利于英国的僵局。历届司令官都试图在多石而无水的加沙沙漠攻破土耳其——德国的防线，但所有的攻击都归于失败。艾伦比决定尝试一下德军认为不可能做到的事，从贝尔谢巴穿越土德防线的薄弱环节，用骑兵包围和扫荡敌军。但这个地区对骑兵来说堪称畏途，敌对双方都不曾涉足过。艾伦比任命情报军官迈纳茨哈根和骑兵旅参谋韦维尔来掩护这一行动，他们的使命是，用一切办法使德军指挥官克莱斯森施坦因将军相信，艾伦比仍将在加沙发动进攻，而在贝尔谢巴地区的所有军事活动都不过是一种佯攻。据此，迈纳茨哈根制定了他的心理欺骗谋略：第一步，向德军送去若干份伪造的机密文件；第二步，通过无线电信号来证实这些假文件。

迈纳茨哈根花费了几个不眠之夜，精心编造了一本纯属子虚乌有的参谋笔记。笔记的内容从不同侧面暗示贝尔谢巴一带的行

动仅仅是“佯动”，而进攻加沙的日期将比原定的时间推迟几周。迈纳茨哈根把这个笔记本与 20 镑钞票——这在当时是个相当可观的数目——一起装在一个干粮袋里。为了增加真实感，他又让人伪造了两封私人通信，一封是一个军官的妻子写给丈夫的家信，信中说他们的儿子已经降临人世；另一封信则是两个英军参谋之间的通信，信中抱怨艾伦比志大才疏，畏敌如虎，竟将原订于十月底发动的对加沙的进攻改到 11 月中旬。迈纳茨哈根另外伪造了一个总司令部会议日程，以期证实上述谎言。最后，他又往干粮袋内放了一本相当有价值的密码。总之，这些东西都是一个参谋人员在侦察活动中可能携带的。10 月 10 日上午 迈纳茨哈根亲自带着这个干粮袋，骑马来到英德阵地之间的一个无人地带。他故意暴露目标，装作侦察敌方阵地的样子，而两眼却在四处寻找巡逻的土耳其士兵。很快，一个土耳其中士发现了他，并冒着枪击冲了过来。当那个巡逻兵快接近他时，迈纳茨哈根迅速丢掉干粮袋，跑回自己阵地一边。他顺手扔掉了自己的水壶、步枪和望远镜，看上去好像是仓惶而逃。为了让敌人感到他是因为没有力气再背那个干粮袋才把它扔掉的，迈纳茨哈根事先从一匹马的血管里放了些血溅到干粮袋上。土耳其士兵见偷偷前来侦察的“间谍”已被赶走，便拣起干粮袋和其他战利品凯旋而归，并很快将它们送到了德军大本营。

第一步计划顺利完成之后，迈纳茨哈根马上打出了另一张王牌。他断定德军一定会利用在干粮袋内发现的密码来偷听英军的无线电通讯，于是便开始有系统地向他们提供假情报。他首先安排司令部发报，命令所属前沿部队十万火急地寻找那个丢失的干粮袋。接着，他又以自己的名义向上级发了一份电报，责备自己粗心大意，在执行任务中丢失了干粮袋，请求立即对他军法从事。然后，他模仿司令官的口气发了第三份电报，命令“沙漠骑兵团

队的理。迈纳茨哈根中校立即到司令部一个军事法庭报到。该军官将会及时回到原工作岗位，以便参加 1917 年 11 月 14 日的进攻”。最后，迈纳茨哈根又用故意送给德军的密码发了其它一些电报，它们都暗示在 11 月 14 日这个进攻时间之前，英军决不会发动任何进攻。作为锦上添花的一笔，迈纳茨哈根还让远在开罗的英军电邀沙漠骑兵团的指挥官及其参谋人员参加 7 月 14 日举行的赛马会。为了使这一消息真实可信，开罗市内到处张贴了宣扬这次赛马会的海报，《埃及新闻报》专门发表了赛马程序表 沿途则搭起了帐篷。

在迈纳茨哈根的蒙蔽下，土耳其和德国军队的指挥官果然一一中计。他们从心理上解除了戒备，认为英军近期内不可能有什么作战行动，因而对现有的设防进行了一系列调整。在这种情况下，艾伦比开始行动了。他把骑兵团从加沙神不知鬼不觉地调动到贝尔谢巴，而只把 15000 匹用稻草扎的“马”和帐篷留在加沙，并继续用无线电联络，好像那里仍然屯集着重兵。艾伦比知道土耳其军队极缺香烟，就生产了 12 万包含有鸦片的香烟，用飞机空投到敌人阵地上，让土耳其士兵大大过了一回烟瘾。

1917 年 10 月 30 日拂晓，当薄雾还轻轻笼罩在干旱的戈壁上时，英军从贝尔谢巴突然发起了进攻。猛烈的炮火打破了黎明前的寂静，15000 名英国骑兵从河谷内飞奔而出，转眼之间便席卷了贝尔谢巴这座沙漠之城。正在蒙头酣睡的土耳其士兵从梦中惊醒后纷纷抓起步枪，然而他们已被鸦片香烟麻醉得太厉害了，以至于无力进行最起码的抵抗 也无力去破坏城里的水源了。随后 英军骑兵又挥师向加沙方向冲去，并于 11 月 6 日攻克了加沙。土耳其军队在这一突如其来的打击下迅速崩溃，到 11 月 15 日 英军已经顺利踏上了进军耶路撒冷的征途。正如迈纳茨哈根所记述的那样，“一次小小的诡计 竟然一劳永逸地把土耳其人赶出了基督

教的圣地”。

在第一次世界大战的烽火中，除了宣传心理或欺骗心理战之外，机关枪、坦克等新式武器，也发挥了意想不到的心理恐吓作用。1916年初，英国的斯温顿中校受大战初期在法国活动的一支海军装甲车辆特遣队的启发，研制成功了坦克这一兵器。当年9月15日，英军第一次在松姆河会战中使用了这种奇特而又笨重的装甲车辆。36辆坦克，包括“重型”（装备发射6磅重炮弹的火炮）和“轻型”（装备机关枪）在12个师的前面投入了进攻。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量太少，整个战斗中仅仅夺取了1.5英里的土地，但这些隆隆作响的钢铁怪物却给敌对双方的士兵留下了极其深刻的印象。1918年8月8日，英法联军与德军进行亚眠会战，坦克的心理恐吓作用开始得到淋漓尽致的发挥。当天，英军第4集团军与法军第1和第3集团军出动了450辆坦克，当它们在374架飞机的配合下引导着步兵向德军汹涌而来时，德军士兵产生了极度的恐惧和惶惑，他们纷纷放下手中的武器，手足无措地看着这些奇怪的铁甲车辆长驱直入。德军的防线被迅速突破，大批德军不是投降就是逃跑，这在素以纪律严明的德军中还是第一次。后来鲁登道夫称8月8日为“德军的黑色之日”而英国的富勒将军则把德军的惨败归结为“由于坦克所带来的恐怖心理”。

当然，坦克等武器在心理战中所起的作用同投放宣传品，运用诡诈谋略相比，毕竟是十分有限的。当时以观察军官身分活跃的英军中的温斯顿对这几种心理战手段有着十分透彻的见解。当人们只知道他发明了坦克，而不知道他同时也是传单的发行者时，他意味深长地说：“造坦克只不过是一个微不足道的点子”。

第一次世界大战中的心理战，对协约国取得大战的胜利起到了重要的作用。因此，它彻底改变了人们对心理战特别是对宣传