

二战时没用上的“军事黑科技”

9月3日是中国人民抗日战争胜利纪念日，也是世界反法西斯战争胜利纪念日。第二次世界大战无疑是人类历史上最为激烈的战争之一，熊熊战火为多个国家与民族带来灾难。而在另一方面，这场战争也大幅推动军事科技发展，诞生诸多和平年代难以想象的技术。同盟国和轴心国为丰富战术、尽快取得胜利，还研发过不少“非常规武器”，这些“军事黑科技”背后不乏奇妙想，但大多数因成本过高或实战效果不佳而最终被摒弃。



美军展示装有弯曲枪头的步枪。

“炸弹蝙蝠连夜出逃”

据美国历史频道报道，战争期间，两大阵营没少在爆炸性武器上下功夫，比如英国曾试图在老鼠身上放爆炸物，将其制成饵雷；苏联曾试图培训“自杀式爆炸军犬”，干扰德军坦克；美国更斥巨资研发过一个“炸弹蝙蝠”项目。

1941年的珍珠港事件在美国掀起轩然大波，社会各界纷纷建言献策，想要制定“回敬”日本的战略。美国宾夕法尼亚州对生物有所研究的牙医莱特尔·亚当斯提议，让蝙蝠携带小型燃烧弹实施袭击的可行性。国防部还专门设计出适合蝙蝠携带的小型燃烧弹，内置延迟引爆器。据悉，“炸弹蝙蝠”引爆后可产生直径25厘米至30厘米的火焰，并燃烧数分钟。如大范围引爆，足以令一座城市陷入火海。

然而，“炸弹蝙蝠”的实验并不是很顺利。军方大批抓捕蝙蝠后，需要先将它们强制冬眠，以便运输，结果大部分蝙蝠再没能醒过来。之后的投放实验中，蝙蝠的“活跃”让工作人员很是头痛，不少蝙蝠一获

得自由就乱飞。有一次，一位粗心的操作员忘记关闭实验舱门，这让一些携带燃烧弹的蝙蝠“连夜出逃”，它们不仅点燃了一处停机库，还烧毁了一位将军的汽车。

史料记载，美军在测试“炸弹蝙蝠”的那段时间多次引发火情，其中几次求助专业消防队才解决。多次受挫后，美国军方高层意识到，“炸弹蝙蝠”的技术难关太多，无法如期投入使用，于是将该项目叫停，尽管一系列的实验已经耗资数百万美元。

与“炸弹蝙蝠”的境遇类似，其他以动物为媒介的炸弹项目也鲜有成功。比如苏联的“自杀式爆炸军犬”，硝烟弥漫的战场严重干扰了犬只的判断力，因而军犬上战场后无法按照训练科目引爆炸弹。英国的“爆炸老鼠”则早早被纳粹德国发现，未能投入使用。不过，这一情报也让德方上下“闻鼠色变”，展开了大范围排查，生怕哪只老鼠身上装了爆炸物。英方负责该项目的机构曾在报告中写道：“我们给纳粹德国制造的麻烦，比老鼠炸弹实际投入使用要大得多。”

“空气加农炮”实战毫无用处

德方也在努力开发“超级武器”。他们曾研制出名“古斯塔夫”的超级巨炮，总重1350吨，炮管长32.5米，口径80厘米，最大射程可达47公里，如同一头“钢铁怪兽”。由于工程量太大，巨炮完工时德方已对法国发起进攻，因此“古斯塔夫”被弃用了。美国“商业内幕”网站认为，巨炮过于依赖铁路运输，而它体型过大，在运送过程中简直就

是盟军空军的活靶子。

1943年，德方面临盟军的猛烈空袭，但他们那时物资十分紧缺，钢铁和其他用于工业生产的原材料全面告急，飞行员也大幅锐减，难以组织有效反击。这个时候，德方高层提出了一系列“概念型武器”，其中包括一种专门打击空中目标，且不需要填充弹药的“空气加农炮”。

据称在测试过程中，这门“空气炮”通过发射强气流击断了200米开外的木板，于是德方信心满满地认为，它能有效干扰盟军低空飞行的战斗机。然而，这门“空气炮”上战场后以失败告终，在实战中“毫无用处”。

“脏弹”汇集“世界最恶心的气味”

除了杀伤性武器，各国交战期间还会研究“心理战”，通过“搞心态”挫伤敌军士气，英国未能投入使用的“爆炸老鼠”就是一个例子。但这与美国人的某些计策相比算是“小巫见大巫”，他们曾经考虑在希特勒的饭菜中加入雌激素，以干扰其身体机能，甚至制作臭气熏天的“脏弹”。

据美国《思想绒毛》杂志记载，美国军方毒气研究者欧内斯特·克拉克曾用几个月的时间收集“全世界最恶心的气味”，研制出一枚军用“脏弹”。它汇集了呕吐物、臭鸡蛋、尿液、粪便等多种污秽物的气味，以扰乱德军日常起居。不过，在整治敌人前，“脏弹”先害苦相关制作人员，据称制弹期间，几乎所有的技术人员身上都散发着一股恶臭。而令人哭笑不得的是，这批“脏弹”还未来得及投放，战争就结束了。

美国还考虑过用狐狸对付日本。他们获悉日本民间虽然膜拜狐仙，但同时也将其视为“妖兽”——认为狐狸以发光的形态出现会带来厄运，于是计划将涂了发光颜料的狐狸投放到日本，引发骚乱。

据美国《史密森尼》杂志记载，一个夏夜，美国人决定先在本土试一下效果，于是在华盛顿投放了几十只“发光狐狸”。果然不少路人被吓到，尖叫着四散逃窜，还有人直接报了警。

这项计划虽然成功吓到自己人，但在投放日本时并不顺利。美国打算将狐狸投在日本近海，让狐狸自己游到岸上，结果在上岸前，它们身上的发光颜料就已经被海水冲掉了，之后美国又进行了几次尝试，均以失败告终。

本报综合消息

热狗诞生在馅饼车上

热狗是典型的美国小吃，一直很受美国人欢迎。这些面包夹“猪牛肉混合香肠”的产品总是在棒球比赛场外热卖，也是路边便利店的“必售食物”。研究热狗的历史学家表示，香肠文化源于欧洲，尤其是德国，但并不知道具体源于哪座城市。

19世纪中期，德国移民将这种香肠带到美国，融入美国的街头小吃文化。据说，在当时的美国，哪里有德国移民，哪里的街上就会售卖香肠。1856年，一个名叫查尔斯·费尔特曼的德国面包师到美国创业。他决定在纽约市布鲁克林区谋生，一边用手推车给康尼岛的商户送馅饼，一边出售蛤蜊。

随着康尼岛铁路的开通，更多人来到海边。有顾客告诉费尔特曼，他们想吃热的食物，而不是冷的蛤蜊。为迎合市场，费尔特曼决定改变销售策略——他请车匠帮忙改造手推车，在车上放上可以加热香肠的炭盆和用来加热面包的金属盒。带着对祖国香肠的怀念与热爱，费尔特曼开始售卖一种创新型食物——手工切开的细长面包夹上香肠，也就是后来的热狗。

那个时候，美国大部分地区经历了战乱，正处于恢复过程中，对新鲜事物接受度很高。此外，纽约人喜欢一边散步一边吃东西，这种面包夹香肠的食物既能果腹又不耽误在沙滩上休闲，受到不少人的欢迎。

就这样，费尔特曼推着他的小车穿梭于康尼岛沙滩之间，出售这种新型小吃，取得巨大成功。

赚到第一桶金后，费尔特曼的产业越办越大，在康尼岛建设了一个度假村。随着康尼岛成为美国人的夏季娱乐中心，这种小吃登上更大舞台。有历史资料显示，当时费尔特曼的餐厅被宣传为世界上最大的餐厅，到20世纪20年代，费尔特曼家族的海洋馆餐厅每年接待大约500万名顾客，每天销售大约4万个热狗。

不过费尔特曼的热狗事业没能火到最后，真正提升热狗地位，将其端上名人餐桌的另有其人——他的名字叫内森·汉德维克，一个来自波兰的移民。汉德维克原本也为费尔特曼家族的热狗生意工作，在厨房地板上睡了很久，直到存下300美元，足以开设一个自己的摊位。

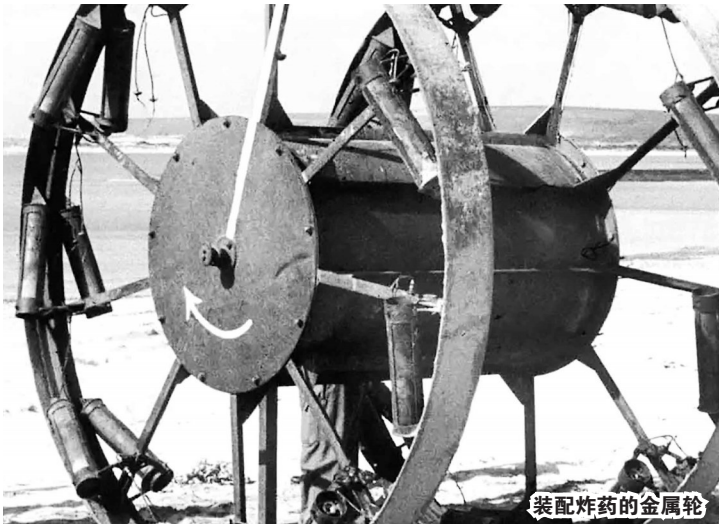
据汉德维克的孙子回忆，20世纪20年代前后，汉德维克带着300美元和家庭食谱，在离老雇主几个街区的地方开起自己的店。汉德维克是个精明的商人，他知道以价格优势吸引大众，前老板每个热狗卖10美分，他就以5美分的价格出售产品。顾客蜂拥而至，他竞争对手的店铺倒闭了，“内森热狗”闻名起来。当时它被评为全美最美味的食物之一，甚至还被供给英国王室。

1939年，罗斯福总统在海德帕克小镇招待英王夫妇野餐，第一夫人决定把热狗放入菜单，这一选择被当时的媒体广泛报道。在野餐前一个月，第一夫人还接受采访时表示，“很多人担心，邀请王室成员来参加野餐，尤其是热狗野餐，会损害我们国家的尊严。”但最终，热狗野餐很成功，国王很喜欢吃，还多要了一份。

本报综合消息



早期美国人在街头吃热狗的场景



装配炸药的金属轮