

初探，戰術心戰作業運用之基地防衛作戰

· 陳鴻瑋 ·

心戰，這詞彙出現於十八世紀中，但對大部分人來說是陌生及不深入的領域。綜觀古今中外戰史，戰術性心戰作業的運用，已在人類戰爭行為中持續出現。

從歷史的角度來看，楚漢之戰「四面楚歌」、三國時期「諸葛亮及司馬懿之戰」、迦太基及羅馬帝國之戰，都是近代心戰作業的雛型開端。

在推進至今的近代戰爭中，「韓戰」、「抗日戰爭」、「波斯灣戰爭」，都有戰術性心戰戰術呈現，引用「抗日戰爭」時期，空軍飛行軍官徐煥昇等人駕駛馬丁型輕轟機，飛往日本東京地區撒下數以萬計的宣傳單，這就是典型的非硝煙式的心戰作業，而其效能卻是可以影響民心士氣，甚至動搖、改變某些群眾的立場及想法，當然這些心戰效能無法在短時間內獲得量化數據上的顯著成效。

再者，南北韓對峙一甲子雙方心戰作業不曾停歇，扣除零星軍事武裝衝突事件發生外，南北韓兩方多運用廣電宣傳、心戰氣球、傳單、喊話等

傳統心戰作業模式，實施宣傳任務。

在新聞媒體報導中我們可以得知，當南韓要恢復心戰喊話任務時，北韓總是保持高度警戒姿態，其目的就是為了阻止境內百姓收聽廣播宣傳所帶來的影響效益，又加上逃離北韓境內的軍官，曾在跨越三十八度線的同

時，手握南韓軍方所傳散的心戰安全證，這起案例足以證明心戰作業是低成本投資且具持續性的效益。

換言之，心戰作業規劃運用在空軍基地的防衛作戰中，則是扮演著不同領域的角色。由於空軍基地幅員遼闊，且裝備具鈍重性不易搬遷的特性，在首波攻擊中往往是敵軍第一擊的目標所在地，扣除飛行部隊在空中執行不同任務英勇作戰外，在地面防衛作戰上就是各單位通力團結合作的首要任務。



心戰文宣品－宣傳單。

由於基地廣闊，心戰喊話器的涵蓋範圍，必須要有遠距離喊話的能力，配合心戰作業及戰術規劃上，須將相關設備架設於機動（裝甲）車輛上，運用車輛的速度及裝甲防護力等條件外，亦能提供喊話組員基本的防護力，針對不同任務需求，亦可運用不同載具設備執行相關任務，形成具縱深及平面範圍的喊話作業，讓喊話音距能全面覆蓋所望地區

；另配合地面部隊實施掃蕩或戰場經營時，心戰喊話組員可依現況設定不同喊話主題；如招降、威嚇、承諾性主題內容，配合優勢兵力實施戰術性作為，而其文宣組，可製作戰場快報、安全證、傳單等心戰文宣品實施「倍數量」的投擲傳散作業，擴大散置面積，讓敵軍能有高機率拾獲機會，再者亦配合喊話作業，盼能達成「吸引」、「說服」、「影響」、「改變」的目標，削弱敵軍戰志、鞏固我軍士氣。

此篇，藉以傳統性心戰範疇引述



心戰文宣品－戰場快訊。

戰後遣返專用航線登船聯 Passenger Coupon		戰後遣返專用航線存根聯 Passenger Coupon	
船名：马可波罗		船名：马可波罗	
船單號碼	NO.102	船單號碼	NO.102
旅客姓名		旅客姓名	
出生日期		出生日期	
航線		航線	
港務股份有限公司		港務股份有限公司	
NO.108063		NO.108063	

初探相關戰術性心戰作業效能外，亦盼能讓官兵初步認識心戰效益。

對於心戰，我們的觀念及想法不能再停留於傳統的心戰範疇，現在化的心戰，不在是心戰喊話等作業，而



心戰文宣品－安全證。

是已逐步擴及心戰廣電、網路作業等範圍，其可究性無法一時顯現，但須持續進步提升心戰作業範圍及廣度，才能在心戰作業領域中獲得更多實務經驗，提升精進心戰戰力。