

جنگ تبلیغاتی

«نقشه‌ی امپریالیستی و صهیونیستی که برای منطقه برنامه‌ریزی شده، همزمان توسط چند دولت که یکی از آن‌ها ایران است، در حال عملی شدن است. از سوی ما سرگرم کردن عراق و از سوی دیگر با محاصره‌ی مقاومت فلسطین در لبنان، در پی این است که مانع ایفای نقش ملی عراق برای دفاع از فلسطینی‌ها شود.»
رادیو صوت‌الجماهير، ۶ تیر ۱۳۶۱

× رسانه در تاریکی

فضای بسته‌ی رسانه‌ای عراق جولانگاه دستگاه تبلیغاتی حزب بعث بود. پس از آغاز روند پیروزی‌های ایران فضای تبلیغاتی و رسانه‌ای عراق به شدت دست به کار شده بود تا از ایران چهره‌ای جنگ‌سالار ارائه دهد و از سوی دیگر با بخش فارسی رادیو بغداد تلاش می‌کردند انگیزه‌ی نیروهای ایرانی را از بین ببرند و ایران را همدست امپریالیسم و صهیونیسم‌ها معرفی کنند. همچنین در تلاش بودند تا حیثیت از دست‌رفته‌ی صدام را بازسازی کنند. دکتر مرتضی منطقی در کتاب «تحلیل تحولات و تاریخ جنگ تبلیغاتی در دفاع مقدس» سیاست‌های رسانه‌ای و تبلیغاتی عراق در دوره‌های مختلف جنگ را به دقت بررسی کرده است. در ادامه به بخش‌هایی از این سیاست تبلیغاتی در دوره‌ی پیروزی‌های ایران تا آزادی خرمشهر اشاره می‌کنیم که برگرفته از همین کتاب است که توسط جهاد دانشگاهی منتشر شده است.

دستگاه تبلیغاتی یعنی‌ها جمهوری اسلامی را ضداسلام و مردم ایران را آتش‌پرست و مجوس‌هایی در حال سوءاستفاده از دین معرفی می‌کرد. رادیو صوت‌الجماهير در ۶ تیر ۱۳۶۱ در یک برنامه می‌گفت: «ایران از دین به عنوان وسیله‌ای جهت تحقق مقاصد سیاسی خود استفاده می‌کند، ولی همان‌طور که رفیق صدام حسین گفته است، ما میان ایمان و الحاد، بی‌طرف نیستیم، بلکه ما مومن هستیم و حزب، اسلام را یک انقلاب عظیم در تاریخ انسان می‌داند.»

× هنگامه‌ی شکست

هنگامی که ایران روی دور پیروزی بود دستگاه تبلیغاتی یعنی تلاش می‌کرد این پیروزی‌ها را غیرانسانی تصویر کند. تبلیغ می‌کردند ایران با «اعزام کودکان ۹ ساله به خطوط مقدم جبهه‌ها» که آموزش هم ندیده‌اند و اغلب بدون اسلحه هستند در جنگ حضور دارد. از این کودکان برای پاکسازی میدان‌های مین استفاده

می‌کند یا به صورت امواج انسانی در مقابل توپ و تانک عراقی‌ها.»

پس از آزادی خرمشهر دستگاه تبلیغاتی عراق حکومت بعثی را رژیم صلیح‌طلب معرفی می‌کرد و ایران را جنگ‌سالار، طارق عزیز می‌گفت ایران ادامه‌ی جنگ را برای خلاصی از دست رقیب سیاسی داخلی‌اش می‌خواهد و این که ارتش را از پایتخت دور نگه دارد و از ارتش ایران چهره‌ای در مقابل جمهوری اسلامی تصویر می‌کرد.

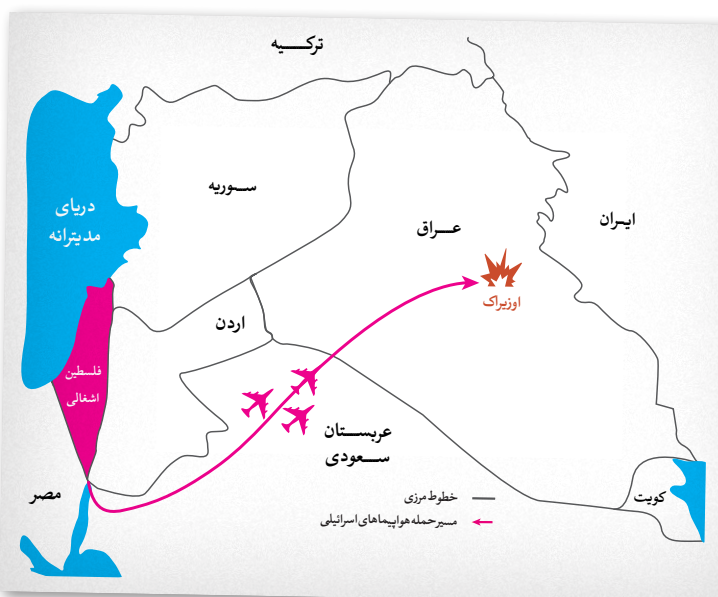
تبلیغات در این دوره به گونه‌ای بود که گویی ایران جنگ را آغاز کرده و ارتش صدام تمایلی به آغاز آن نداشته است. رادیو صوت‌الجماهير می‌گفت: «از آن‌جا که عراق در جاده‌ی سازندگی و شکوفایی افتاده بود، صهیونیست‌ها و امپریالیست‌ها توسط حکام ایران که عروسک‌هایی در دست صهیونیست‌ها هستند، به عراق حمله‌ور شده‌اند تا عراق در راه سازندگی خود موفق نشود.»

× ایران و اسرائیل

از محورهای اصلی تبلیغات بعثی همدست نشان دادن ایران و اسرائیل بود، در این میان گاه اظهارنظر برخی مقامات اسرائیلی در باره‌ی همکاری با ایران و از سوی دیگر بمباران تأسیسات هسته‌ای عراق توسط اسرائیلی‌ها در ۱۷ خرداد ۱۳۶۰ تا حدی این سناریو را برای مردم عراق

«از مخالفت ایران با اقدام‌های مثبت عراق، تنها قدرت‌های بزرگ سود می‌برند.»

روزنامه‌ی الثورة‌ی عراق پس از رد پیشنهاد آتش‌بس عراق بعد از آزادسازی خرمشهر



⊕ مسیر پرواز جنگنده‌های اسرائیلی برای بمباران نیروگاه اتمی اوزیراک. روابط اتمی فرانسه و عراق قوی بود.

در ایران و عراق زمان جنگ هنوز رادیو رسانه‌ای تأثیرگذارتر از تلویزیون بود و اخبارش تازه‌تر. رادیو بغداد به شدت فعال بود.

