

สงครามตะวันออกกลาง : สงครามอาหรับ-อิสราเอล
สงครามกลางเมืองอัฟกานิสถาน และสงครามอิรัก-อิหร่าน
จากภาพโฆษณาชวนเชื่อตั้งแต่ ค.ศ. 1948 – 1992*

The Middle East wars: The Arab-Israeli War, the Afghan Civil War.
and the Iran-Iraq War from propaganda images from 1948–1992

รจ ไรหิตรัตน์**
Ruj Rohitratana

บทคัดย่อ

บทความนี้ต้องการนำเสนอถึงบทบาทของรัฐอาหรับในทางการเมืองภายในประเทศและระหว่างประเทศผ่านเหตุการณ์สงครามการเมือง, ขบวนการต่อต้านอำนาจจักรวรรดินิยมตะวันตกภายในรัฐ และสงครามระหว่างรัฐนับตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ผ่านทางโฆษณาชวนเชื่อในรูปแบบโปสเตอร์ ดังนั้นบทบาทรัฐอาหรับจึงมีบทบาทสำคัญในเหตุการณ์ต่างๆของโลกสามารถโน้มน้าวให้ทั่วโลกเห็นภาพของรัฐอาหรับจากเหตุการณ์ต่างๆ ในส่วนขอบเขตของการศึกษาบทความนี้ศึกษาเกี่ยวกับเหตุการณ์สำคัญในภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือนับตั้งแต่ ค.ศ.1945 โดยสถานการณ์สำคัญในการศึกษาเรื่องนี้คือ สงครามอาหรับ-อิสราเอล สงครามกลางเมืองอัฟกานิสถาน และสงครามอิรัก-อิหร่าน ดังกล่าวนี้เป็นชุดเหตุการณ์ความขัดแย้งเกิดนับตั้งแต่ ค.ศ.1948-1992

คำสำคัญ: โฆษณาชวนเชื่อ, รัฐอาหรับ, สงครามกลางเมืองอัฟกานิสถาน, สงครามอิรัก-อิหร่าน, สงครามอาหรับ-อิสราเอล

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งรายงานวิชา ปศ 603 โลกอิสลามสมัยใหม่ (HI 603 The Modern Islamic World) เมื่อครั้งศึกษารายวิชาระดับปริญญา มหาบัณฑิต ประจำปีการศึกษา 2559 ภาคเรียนที่ 2 และภายหลังได้ปรับแก้ไขสมบูรณ์เรียบร้อยแล้วรวมถึงกราบขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรพรรณ โปรงจิตร อาจารย์ประจำภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปัจจุบันดำรงตำแหน่งเป็นผู้ช่วยคณบดีฝ่ายกิจการพิเศษและอาณานิคมศึกษา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ซึ่งเป็นผู้สอนรายวิชาดังกล่าวช่วยให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับแก้ไขให้สมบูรณ์

* มหาบัณฑิตภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Abstract

This article presents the role of Islam in domestic and international politics through in armed conflicts, revolutions, religio-political movements, and anti-imperialism across the Arab nations since the end of World War II through Poster propaganda works. Therefore, Islam plays an important role in these events, can convince shed some light on the world to see the picture use of Islam as a religious identity from various the events conflicts in the scope of this article, thus enhancing the comprehension of major events in the Middle East and North Africa regions since 1945. The situations observed in this study are Arab-Israeli War, Afghan Civil War and the Iraq-Iran War from 1948 to 1992.

Keywords : Propaganda, Arab State, Afghan Civil War, Iraq-Iran War, Arab-Israeli War

บทนำ

นับแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา บทบาทรัฐอาหรับเริ่มมีบทบาทมากขึ้นนับตั้งแต่เหตุการณ์การก่อตั้งรัฐอิสราเอล ค.ศ.1948 สู่ ความขัดแย้งระหว่างชาติอาหรับกับอิสราเอล (1948-ปัจจุบัน), การปฏิวัติในอียิปต์และอิรัก ค.ศ.1953 และ 1958, วิกฤตการณ์ในแอลจีเรีย ค.ศ.1962, การปฏิวัติในลิเบีย และอัฟกานิสถาน ในช่วงปี ค.ศ.1967-1973, สงครามอิรัก-อิหร่าน ค.ศ.1980-1988 และ สงครามอิรัก-คูเวต (สงครามอ่าว) ค.ศ.1991 ฯลฯ จากเหตุการณ์สงคราม, การปฏิวัติและความขัดแย้งต่างๆ ส่วนใหญ่แล้วเป็นเรื่องราวของความขัดแย้งรัฐอาหรับเกือบทั้งสิ้น แต่เหตุการณ์ทั้งหมดสะท้อนได้ว่ารัฐอาหรับเริ่มเข้ามา มีบทบาทอย่างเป็นทางการหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นไป

การเข้ามามีบทบาทของรัฐอาหรับนับตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ส่งผลไปถึงโฆษณาชวนเชื่อ เพื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อถึงการสร้างตัวตนของรัฐอาหรับในการปลุกกระตือรือร้นทางความคิดของพลเมืองของรัฐอาหรับและเป็นเครื่องมือสำคัญในการต่อต้านอำนาจต่างชาติ ดังเช่น ภาพโฆษณาชวนเชื่อในการปฏิวัติอิสลามในอิหร่าน ค.ศ.1979 เป็นต้น หากเรามองวิเคราะห์ในโฆษณาชวนเชื่อของรัฐอาหรับเกี่ยวกับเนื้อหาแล้ว รัฐอาหรับแทรกอุดมคติทางศาสนาเข้าไปในการต่อสู้ต่อต้านอำนาจรัฐหรือต่างชาติตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และต้องการเผยแพร่แนวคิดศาสนาอิสลามให้ผู้คนทั่วโลกได้เข้าใจผ่านทางสถานการณ์ต่อสู้ในภาพโฆษณาชวนเชื่อ กล่าวได้ว่า โฆษณาชวนเชื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างบทบาทหรือตัวตนของรัฐอาหรับสมัยใหม่ มีบทบาทช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 20-21 อีกทั้งสามารถเกิดการตื่นตัวทางความคิดของรัฐอาหรับและสามารถโน้มน้าวให้คนในชาติและทั่วโลกเข้าใจถึงสถานการณ์ภายในตะวันออกกลางช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 อีกทั้งเรื่องราวในภาพโฆษณาชวนเชื่อยังสอดแทรกแนวคิดเรื่องศาสนาอิสลามลงไปอีกด้วย

ความหมายโฆษณาชวนเชื่อ

นิยามและความเข้าใจโฆษณาชวนเชื่อ

โฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) คือ การเผยแพร่อุดมคติเพื่อสร้างอิทธิพลและจงใจให้บุคคลหรือกลุ่มเป้าหมายเพื่อเกิดความคิด ความเชื่อและพฤติกรรมเป็นประโยชน์ต่อการโน้มน้าวใจจากกลุ่มผู้สร้างโฆษณาชวนเชื่อโดยไม่คำนึงถึงความเป็นจริงในเนื้อหาที่โฆษณา (วี พอร์ ไทยแลนด์, 2556) ส่วนเอ็ดเวิร์ด เบอร์เนย์ส (Edward Bernays) ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับโฆษณาชวนเชื่อว่าเป็นผลความพยายามส่งเสริมให้ประชาชนเชื่อในสิ่งที่รัฐต้องการและสิ่งที่ประชาชนเชื่อต้องสร้างประโยชน์ให้กับรัฐ อีกทั้งยังขึ้นนำเป็นผู้กำหนดและผู้สร้างโฆษณาชวนเชื่อ (เอ็ดเวิร์ด เบอร์เนย์ส, 2561, น.17-18) นอกจากนี้โฆษณาชวนเชื่อเป็นเครื่องมือทางการเมืองในการสร้างแนวความคิดของคนในชาติ ดังตัวอย่างกรณีของกระแสชาตินิยมในสหรัฐอเมริกาช่วงสงครามโลกครั้งที่ 1 โฆษณาชวนเชื่อส่งผลเกิดกระแสชาตินิยมในชาวอเมริกันตื่นตัวมากขึ้น ดังนั้นสื่อต่างๆ ต้องทำหน้าที่สร้างโฆษณาชวนเชื่อเพื่อให้ประชาชนเห็นความสำคัญของสหรัฐอเมริกาต้องเข้าร่วมสงครามโลกครั้งที่ 1 และสื่อโฆษณาชวนเชื่อโจมตีฝ่ายตรงข้ามอย่างรุนแรงและสร้างแรงกระตุ้นให้ผู้คนรักชาติ (นิจจิง พันธะพจน์, 2556, น.12)

ฟิลิป เอ็ม เทย์เลอร์ (Phillip M. Taylor) อธิบายความหมายของโฆษณาชวนเชื่อว่าเป็นการสื่อสารสมัยใหม่เกี่ยวข้องกับจิตใญมนุษย์ด้วยการสร้างแรงชักจูงโดยมีความหมายแฝงโจมตีด้านลบและส่งผลกระทบต่อทางสังคมวงกว้าง นอกจากนี้โฆษณาชวนเชื่อถูกใช้ในช่วงสงครามในฐานะอาวุธต่อสู้ทางการเมืองโดยกำหนดฝ่ายตรงข้ามเป็นตัวร้ายเพื่อสร้างทัศนคติของคนให้ยินยอมตามหรือเห็นชอบ (Phillip M. Taylor, 2003, p 1-7) ดังนั้นสามารถสรุปนิยามและความเข้าใจโฆษณาชวนเชื่อเป็นการสื่อสารเฉพาะกิจเกี่ยวกับสงครามและการเมืองโดยโน้มน้าวให้ภาพลักษณ์อีกฝ่ายเป็นด้านลบและผลิตโดยรัฐเพื่อสนองให้ประชาชนยอมรับข้อมูลสื่อสารและส่งผลกระทบต่อสังคมของรัฐวงกว้าง

โฆษณาชวนเชื่อในยุคสงครามเย็น

เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลง สหรัฐอเมริกาและสหภาพโซเวียตมีบทบาทมากขึ้นจากผู้ชนะสงครามโลกครั้งที่ 2 ในฐานะชาติมหาอำนาจใหม่และทั้งสองชาติมหาอำนาจเริ่มแข่งขันอิทธิพลการเมืองระหว่างประเทศ ส่วนฝั่งยุโรป สหรัฐอเมริกาและพันธมิตรอย่างฝรั่งเศสและอังกฤษควบคุมอิทธิพลของตนเองในยุโรปตะวันตก ขณะเดียวกันฝั่งยุโรปตะวันออก สหภาพโซเวียตควบคุมอิทธิพลไว้ตั้งแต่เยอรมนีตะวันออกจนถึงบริเวณคาบสมุทรบอลข่าน ส่วนเขตยุโรปตะวันออก สหภาพโซเวียตสร้างแนวคิดทางการเมืองตามหลักการมาร์กซ์-เลนิน (Marxism-Leninism) เพื่อรักษาอำนาจของตนเองผ่านทางรัฐบาลหุ่นเชิดจากรัฐยุโรปตะวันออก แม้ว่ารัฐบาลรัฐยุโรปตะวันออกได้รับการเลือกตั้งจากประชาชนค่อนข้างเสรีก็ตามจากการเติบโตของสหภาพโซเวียตในยุโรปตะวันออกสร้างความหวาดระแวงให้กับสหรัฐอเมริกาอย่างมากทำให้สหรัฐอเมริกาเริ่มขยายอิทธิพลทางการเมืองระหว่างประเทศจากยุโรปตะวันตกไปยังดินแดนอเมริกาใต้

แอฟริกาและเอเชีย รวมถึงดินแดนตะวันออกกลางในฐานะดินแดนเกิดใหม่เป็นต้น ขณะเดียวกัน สหภาพโซเวียตขยายอิทธิพลจากยุโรปไปยังดินแดนอื่นๆ เช่นเดียวกันจากการสนับสนุนขบวนการปฏิวัติ ขบวนการต่อต้านอาณานิคมและขบวนการชาตินิยมสุดโต่งในเอเชีย อเมริกาใต้และแอฟริกาในช่วง ทศวรรษ 1950 ถึง ทศวรรษ 1980 (โรเบิร์ต เจ. แมคมาน, 2565, น.60-64)

ความหวาดวิตกการขยายตัวสหภาพโซเวียตด้วยแนวคิดทางการเมืองมาร์กซ์-เลนินสหรัฐอเมริกา ใช้แผนการขัดขวางการขยายตัวสหภาพโซเวียตไม่ว่าจะเป็นหลักการทรูแมน (Truman Doctrine) ทฤษฎี โดมิโน (Domino Theory) แผนการมาร์แชล (Marshall Plan) การก่อตั้งองค์การสนธิสัญญาป้องกัน แอตแลนติกเหนือ (North Atlantic Treaty Organization-NATO) (โรเบิร์ต เจ. แมคมาน, 2565, น.65-73) และการก่อตั้งองค์การสนธิสัญญาป้องกันภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Southeast Asia Treaty Organization-SEATO) ฯลฯ เพื่อสกัดกั้นการขยายตัวอิทธิพลสหภาพโซเวียตในยุโรปและเอเชียรวมถึง ลัทธิคอมมิวนิสต์นอกเหนือจากโซเวียตตัวอย่างเช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน เวียดนามเหนือและเกาหลีเหนือ เป็นต้น นอกเหนือการก่อตั้งองค์การต่างๆ การใช้หลักการหรือทฤษฎีใดๆ หรือการสนับสนุนรัฐบาล ในยุโรปตะวันตกและในเอเชียซึ่งสนับสนุนสหรัฐอเมริกานั้น สหรัฐอเมริกาได้ใช้กลยุทธ์ประการหนึ่ง ในการสกัดกั้นการขยายตัวภัยคอมมิวนิสต์คือ การใช้โฆษณาชวนเชื่อ เป็นเครื่องมือต่อสู้ทางการเมือง รูปแบบหนึ่งนอกเหนือจากการใช้กำลังทหาร อาจอธิบายว่าโฆษณาชวนเชื่อถูกสร้างขึ้นท่ามกลางแนวทาง การต่อสู้ระหว่างลัทธิคอมมิวนิสต์และเสรีนิยม (Phillp M.Talyor, 2003, p 255)

ส่วนของสหรัฐอเมริกาได้ริเริ่มวางแผนการทำโฆษณาชวนเชื่อด้วยการออกพระราชบัญญัติ สมิธ-มุนด์ท์ (The Smith - Mundt Act) ในปีค.ศ. 1948 มีจุดประสงค์สำคัญคือสร้างความเข้าใจอันดี เกี่ยวกับสหรัฐอเมริกาในประเทศอื่นๆ (Nicholus J. Cull, 2008) หากวิเคราะห์จากพระราชบัญญัติ ดังกล่าวสะท้อนถึง ‘การโฆษณาชวนเชื่อทางวัฒนธรรม’ ของสหรัฐอเมริกาให้กับทั่วโลกและพระราชบัญญัติ ดังกล่าวนำไปสู่การก่อตั้ง the United States Information Agency (USIA) หรือ สำนักข่าวสารอเมริกัน เมื่อเดือนสิงหาคม ค.ศ. 1953 ในฐานะเครื่องมือการสร้างโฆษณาชวนเชื่อของสหรัฐอเมริกา ส่วนของ สหภาพโซเวียตก่อตั้งคณะกรรมการบริหารการปลุกระดมและโฆษณาชวนเชื่อของคณะกรรมการกลาง พรรคคอมมิวนิสต์ (Agitprop) ทำหน้าที่โฆษณาชวนเชื่อเกี่ยวกับสหภาพโซเวียตให้กับประเทศอื่นๆ โดยยึดกรอบรักษาแนวคิดลัทธิมาร์กซิสต์-เลนิน นอกเหนือการเผยแพร่แนวคิดลัทธิมาร์กซิสต์-เลนินแล้ว การโฆษณาชวนเชื่อสหภาพโซเวียตยังโจมตีลัทธิจักรวรรดินิยมซึ่งเป็นตัวแทนสหรัฐอเมริกาและโลกเสรี ทั้งปวงในฐานะลัทธิดังกล่าวเสื่อมทรามทางศีลธรรมรวมถึงเกิดการเอารัดเอาเปรียบและความเสื่อมทราม ทางสังคม (COMRADE, n.d.) ดังกรณีสงครามเวียดนาม ฝ่ายสหโซเวียตอธิบายว่าสหรัฐอเมริกาเป็นผู้รุกราน เวียดนามและขยายอำนาจจักรวรรดินิยม ส่วนโฆษณาชวนเชื่อฝ่ายสหรัฐอเมริกานำเสนอตัวตนสหภาพโซเวียต และคอมมิวนิสต์ว่าเป็นผู้ทำลายล้างมนุษยธรรมด้วยอาวุธนิวเคลียร์พร้อมกับปลุกฝังแนวคิดอเมริกันนิยม (Americanization) ผ่านทางสื่อต่างๆ ดังกรณีภาพยนตร์เรื่อง Red Nightmare ในปีค.ศ. 1957 (Alyssa

Allen, 2022, p 3-4) และสหรัฐอเมริกาได้สร้างคำขวัญในการต่อต้านคอมมิวนิสต์ไว้ว่า “ยอมตายดีกว่าเป็นคอมมิวนิสต์ (Better Dead than Red!)” คำขวัญดังกล่าวเป็นการสร้างกรอบมายาคติความหวาดกลัวคอมมิวนิสต์ฝ่ายสหรัฐอเมริกาและตระหนักถึงปัญหาการขยายตัวคอมมิวนิสต์ไปทั่วโลก อาจอธิบายได้ว่าโฆษณาชวนเชื่อในยุคสงครามเย็นฝ่ายสหภาพโซเวียตและสหรัฐอเมริกาเป็นการสื่อสารในฐานะอาวุธสงครามโดยการใช้จิตวิทยาและการชวนเชื่อผ่านสื่อสารมวลชนต่างๆ ให้เกิดการยอมรับและประณามฝ่ายตรงข้าม อเล็กซานเดอร์ สแตฟฟอร์ด (Alexander Stafford) ได้กล่าวถึงโฆษณาชวนเชื่อจากมหาอำนาจทั้งสองในยุคสงครามเย็นไว้ว่าเป็น “สื่อการตลาดแห่งความขัดแย้ง (the marketing of the conflict)” (Alexander Stafford, 2018, p 2)

กล่าวโดยรวม ช่วงสงครามเย็นเกิดขึ้นระยะเวลา 45 ปี (ค.ศ. 1945-1990) สหรัฐอเมริกาและสหภาพโซเวียตใช้โฆษณาชวนเชื่อผ่านทางอำนาจรัฐหรือหน่วยงานเอกชนด้วยการใช้สื่อสารมวลชนต่างๆ เพื่อชักจูงควบคุมความคิดของประชาชนทั่วโลกให้ตระหนักถึงภัยการขยายตัวลัทธิคอมมิวนิสต์หรือลัทธิจักรวรรดินิยมแต่การสร้างโฆษณาชวนเชื่อของมหาอำนาจทั้งสองกลับเป็นอันตรายอย่างยิ่ง เพราะว่าโฆษณาชวนเชื่อจากฝ่ายรัฐหรือฝ่ายสนับสนุนจากรัฐเป็นการนำเสนอมุมมองเพียงด้านเดียวถือว่าการกล่าวร้ายผู้อื่นอย่างไม่ชอบธรรมซึ่งถือเป็นการจำกัดหรือละเมิดสิทธิเสรีภาพผู้อื่น (The Representative on Freedom of the Media, 2015, p 11) การสร้างโฆษณาชวนเชื่อมหาอำนาจและรัฐสนับสนุนสามารถสะท้อนผ่านความขัดแย้งจากเหตุการณ์สำคัญ อาทิ สงครามเวียดนาม (The Vietnam War) สงครามกลางเมืองกัมพูชา (The Cambodian Civil War) สงครามอาหรับ-อิสราเอล (The Arab-Israeli War) สงครามกลางเมืองอัฟกานิสถาน (The Afghan War) และ สงครามอิรัก-อิหร่าน (The Iraq-Iran War) ฯลฯ เป็นต้น

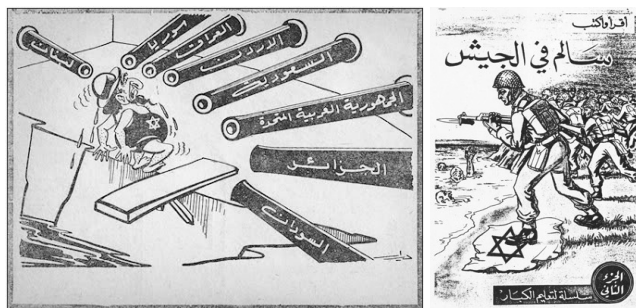
รัฐอาหรับในตะวันออกกลางในภาพโฆษณาชวนเชื่อ

หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา บทบาทรัฐอาหรับกำเนิดขึ้นจากเหตุการณ์การตั้งรัฐอิสราเอลเมื่อค.ศ.1948 เป็นต้นมา อาจถือได้ว่าเป็นการเริ่มต้นบทบาทของรัฐอาหรับสมัยใหม่และเป็นจุดเริ่มต้นความขัดแย้งของกลุ่มอิสลามผ่านทางใช้กำลังและอุดมการณ์ทางศาสนา ประกอบด้วย การก่อเกิดความขัดแย้งของรัฐอาหรับส่วนใหญ่เกิดขึ้นในภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือซึ่งส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม อีกทั้งสงครามกลางเมืองหรือสงครามระหว่างรัฐอาหรับเกิดช่วงบริบทสงครามเย็นในฐานะสงครามตัวแทนมหาอำนาจอย่างสหรัฐอเมริกากับสหภาพโซเวียตคอยสนับสนุนแต่ละฝ่ายให้เป็นตัวแทนในการสู้รบชาติมหาอำนาจทั้งสองจากการดำเนินสงครามในยุคสงครามเย็นของรัฐอาหรับนี้ ไม่ว่าจะเป็นสงครามอาหรับ-อิสราเอล (Arab-Israeli War) สงครามกลางเมืองอัฟกานิสถาน (The Afghan War) และสงครามอิรัก-อิหร่าน (Iraqi-Iran War) รัฐอาหรับต้องนำเสนอตัวตนให้สังคมโลกจึงใช้ภาพโฆษณาชวนเชื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อถึงบทบาทของศาสนาและรัฐอิสลามผ่านทางเหตุการณ์ต่างๆ อีกทั้งภาพโฆษณา

ชนเชื้อรัฐอาหรับนั้นได้ใช้อุดมการณ์ทางศาสนาเพื่อโน้มน้าวใจให้เข้าใจถึงสถานการณ์ภายในหรือระหว่างประเทศซึ่งเหตุการณ์สำคัญรัฐอาหรับเหล่านั้น ส่วนใหญ่ผ่านทางสงคราม การปฏิวัติ การกบฏและการก่อการร้าย เป็นต้น ดังนั้นเหตุการณ์สำคัญโลกอาหรับหลังสงครามโลกผ่านทางโฆษณาชวนเชื่อจากภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ ได้แก่

1. สงครามระหว่างอาหรับและอิสราเอล (ค.ศ. 1948-1973)

เหตุความขัดแย้งระหว่างอาหรับกับอิสราเอลเกิดจากอังกฤษได้ถอนกำลังออกจากเขตปาเลสไตน์ในวันที่ 14 พฤษภาคม ค.ศ. 1948 นำไปสู่การก่อตั้งรัฐอิสราเอลในวันที่ 15 พฤษภาคม ค.ศ. 1948 นำโดยนายเดวิด เบน-กูเรียน (David Ben-Gurion) นายกรัฐมนตรีคนแรกของอิสราเอลและวีรบุรุษแห่งชาติจากการประกาศก่อตั้งรัฐอิสราเอลทำให้กองทัพอาหรับ 5 ประเทศ ได้แก่สามราชอาณาจักร (อียิปต์, จอร์แดนและอิรัก) และสองสาธารณรัฐ (เลบานอนและซีเรีย) ได้เข้าโจมตีอิสราเอลเพื่อขัดขวางการก่อตั้งรัฐอิสราเอลการรบทั้งสองฝ่ายกินเวลานาน และมีพันธมิตรสนับสนุนหลักคือ สหรัฐอเมริกาสันับสนุนฝ่ายอิสราเอล กับ สหภาพโซเวียตสนับสนุนฝ่ายอาหรับ (กิตติมา อมรทัต, 2532, น.129-132) กล่าวได้ว่าสงครามอาหรับกับอิสราเอลเป็นตัวแทนของสงครามเย็น อีกทั้งต่างฝ่ายได้ใช้ยุทธวิธีในการจัดการฝ่ายตรงข้ามดังเช่น กรณีฝ่ายอาหรับได้ใช้กรณีน้ำมันเป็นประเด็นต่อรองกับสหรัฐอเมริกาและชาติสนับสนุนอิสราเอลซึ่งกลายเป็นวิกฤตการณ์น้ำมันในระยะต่อมา อีกทั้งการสงครามระหว่างอาหรับกับอิสราเอลได้ใช้ยุทธศาสตร์ทางทหารผ่านทางดาวเทียมโดยเริ่มต้นจากสหภาพโซเวียต (นันทนา กบิลกาญจน์, 2554, น.17-21) ดังนั้นการสงครามระหว่างอาหรับกับอิสราเอลเป็นความรุนแรงระดับเชื้อชาติเพราะต่างอ้างกรรมสิทธิ์เป็นเจ้าของแผ่นดินอิสราเอล ส่งผลภาพความรุนแรงของสงครามออกมาในรูปแบบภาพโฆษณาชวนเชื่อ



ภาพ 1.1-1.2 ภาพโฆษณาชวนเชื่อของฝ่ายอาหรับได้วาดภาพให้อิสราเอลต้องสิ้นอียิปต์และแสดงถึงความหวังเพื่อชัยชนะของเหล่าชาติอาหรับ

ที่มา: Arabiske karikaturtegninger fra 1967 gjorde målet klart (Med Israel for Fled; 12 June 2012) และที่มา: "Israel Must Be Annihilated": A Selection of Cartoons from the Arab Press (Tel Aviv: Zahal Information Office, July 1967)



ภาพ 1.3 นัสนเซอร์ในฐานะผู้นำชาติอาหรับในการทำสงครามอิสราเอลได้เตะชาวยิวหรืออิสราเอลออกไปจากดินแดนปาเลสไตน์และแผ่นดินอาหรับ

ที่มา: This Time, the Loser Writes History The Six-Day War (Middle East Forum; Summer 2017)



ภาพ 1.4 ทหารใช้มีดและด้ามปืนเพื่อเป็นการขู่ชายตัวเล็กโดยทหารเป็นชาติอาหรับ ส่วนชายตัวเล็กเป็นอิสราเอล

ที่มา: Arabiske karikaturtegninger fra 1967 gjorde målet klart (Med Israel for Fled; 12 June 2012)

ทั้งหมดเป็นภาพโฆษณาชวนเชื่อที่รัฐอาหรับสามารถวิเคราะห์ได้ว่า ภาพโฆษณาชวนเชื่อดังกล่าวเกิดขึ้นช่วงค.ศ. 1948-1973 เป็นช่วงสถานการณ์สงครามรุนแรง การผลิตสื่อภาพโฆษณาชวนเชื่อจึงเป็นไปด้วยความรุนแรงและกระตุ้นให้พลเมืองอาหรับทั้งปวงร่วมกันต่อต้านอิสราเอลและเรียกร้องสิทธิดินแดนกลับคืนเป็นของอาหรับอีกครั้ง ภาพโฆษณาชวนเชื่อฝ่ายอาหรับกำหนดให้อิสราเอลเป็นสิ่งที่ต่ำต้อยและย่ำยีในสายตาชาวอาหรับทั้งปวง ส่วนชาวอาหรับคือเจ้าของแผ่นดินเดิมต้องปกป้องด้วยกล้ำหาญและขจัดศัตรูออกไปโดยใช้ทหารและอาวุธเป็นภาพตัวแทนของสงครามและกำลังของฝ่ายอาหรับเพื่อช่วยเหลืออิสราเอลและสร้างขวัญกำลังใจแก่รัฐอิสลามอาหรับทั้งสิ้นทั้งปวง ในช่วงสงครามที่ความรุนแรง

ในเดือนมิถุนายน ค.ศ. 1967 หรือ สงคราม 6 วัน ภาพโฆษณาชวนเชื่อรัฐอาหรับได้ใช้กามาล अबเดล นัสเซอร์ ฮุสเซน (Gamal Abdel Nasser Hussein) ประธานาธิบดีแห่งอียิปต์ในฐานะผู้นำรัฐอาหรับเป็นภาพตัวแทน ในภาพโฆษณาชวนเชื่อให้เป็นผู้ขับไล่อิสราเอลและยิวทั้งปวง การนำผู้นำประเทศเข้ามาในภาพโฆษณาชวนเชื่อของฝ่ายอาหรับมีวัตถุประสงค์หลักเนื่องจากอียิปต์คือชาติมหาอำนาจของอาหรับรองจากซาอุดีอาระเบีย เป็นผู้นำสำคัญของฝ่ายอาหรับในการต่อต้านรัฐอิสราเอล ดังนั้นประธานาธิบดีนัสเซอร์ถูกใช้เป็นสื่อในภาพโฆษณาชวนเชื่อในฐานะตัวแทนสำคัญในการต่อต้านฝ่ายอิสราเอลและพันธมิตร (ภาพ 1.3)

กล่าวโดยสรุป สงครามอาหรับ-อิสราเอลรุนแรงช่วง 25 ปีสะท้อนผ่านภาพโฆษณาชวนเชื่อของฝ่ายอาหรับใช้ทหารและยุทธโศปกรณ์เป็นสัญลักษณ์ในการต่อต้านอิสราเอล ส่วนฝ่ายอิสราเอลแค่คนต่างถิ่นมายึดดินแดนให้แทนเป็นสัตว์หรือโจรในภาพโฆษณาชวนเชื่อของฝ่ายอาหรับ

2. สงครามกลางเมืองอัฟกานิสถาน (ค.ศ. 1979-1990)

จุดเริ่มต้นสงครามกลางเมืองในอัฟกานิสถานเกิดขึ้นเมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม ค.ศ. 1973 นำโดยทหารยังเติร์กทำการปฏิวัติโค่นล้มพระเจ้าโมฮัมหมัด ซาฮิร ชาห์ (Mohammad Zahir Shah) กษัตริย์แห่งราชอาณาจักรอัฟกานิสถานและเปลี่ยนประเทศจากราชาอาณาจักรเป็นสาธารณรัฐ การปฏิวัตินำโดยเจ้าชายโมฮัมหมัด ดามุด ข่าน (Mohammad Daoud Khan) พระญาติสนิทของกษัตริย์องค์สุดท้ายเป็นประธานาธิบดีคนแรกแห่งสาธารณรัฐอัฟกานิสถาน ต่อมาเจ้าชายโมฮัมหมัด ดามุด ข่านทรงถูกฝ่ายคอมมิวนิสต์หรือฝ่ายซ้ายทำการปฏิวัติยึดอำนาจด้วยการสนับสนุนของสหภาพโซเวียตในค.ศ. 1978 นำโดยนุร์ มุฮัมมัด ตะรากี (Nur Muhammad Taraki) และฮาฟิซุลลาห์ อามิน (Hafizullah Amin) เข้ามามีอำนาจในฐานะประธานาธิบดีแห่งสาธารณรัฐประชาธิปไตยอัฟกานิสถาน เมื่อระบอบคอมมิวนิสต์เป็นระบอบการปกครองหลักในอัฟกานิสถานส่งผลให้เกิดปัญหามากมายไม่ว่าจะเป็นปัญหาจากนโยบายการเวนคืนที่ดินให้กับรัฐ ปัญหากลุ่มชาติพันธุ์ระหว่างชาวปาทานกับชาวอัฟกานิสถาน การล้มล้างระบบจารีตอิสลามในสังคมอัฟกานิสถานและการแย่งชิงอำนาจระดับผู้นำระดับสูงทำให้สหภาพโซเวียตเข้าแทรกแซงการเมืองอัฟกานิสถานและกำจัดผู้นำคอมมิวนิสต์ทั้งสองคนคือ ตะรากีและอามิน อ้างว่าปกครองเผด็จการเบ็ดเสร็จและอ้างความชอบธรรมจากคำร้องความช่วยเหลือจากนักการเมืองอัฟกานิสถาน และสนธิสัญญาระหว่างโซเวียตกับอัฟกานิสถาน (Soviet-Afghan Treaty) (Reinhard Schulze, 2000, p 230-231) และสหภาพโซเวียตส่งกองทัพอิทธิพลอัฟกานิสถานช่วงเดือนกันยายน ค.ศ. 1979 เป็นการเริ่มต้นระบอบคอมมิวนิสต์ในอัฟกานิสถานนับตั้งแต่ค.ศ. 1978 จนถึงค.ศ. 1992 เป็นต้นมา (Anonymous, 1994) แม้ว่าพรรคคอมมิวนิสต์อัฟกานิสถานและสหภาพโซเวียตมีอำนาจในอัฟกานิสถาน ทว่ากลับไม่มีความเป็นเอกภาพทางการเมืองประกอบกับอิทธิพลศาสนาอิสลามยังคงแน่นในสังคมอัฟกานิสถาน ผู้นำสูงสุดทั้งพลเรือนและกองทัพเริ่มคลางแคลงใจการเข้ามาของสหภาพโซเวียตและมองสหภาพโซเวียต

ว่าเป็นผู้รุกรานอียิปต์ โดย ดังนั้นการเข้ายึดครองอัฟกานิสถานของสหภาพโซเวียตเกิดกระแสต่อต้าน สหภาพโซเวียตในอัฟกานิสถานนำไปสู่สงครามกลางเมือง ระหว่างฝ่ายคอมมิวนิสต์กับฝ่ายต่อต้าน¹ ได้รับการสนับสนุนจากสหรัฐอเมริกาและโลกเสรีรวมถึงสาธารณรัฐประชาชนจีนและสงครามกลางเมืองกิน ระยะเวลาอันส่งผลกระทบต่อสหภาพโซเวียตและอัฟกานิสถานอย่างมาก (อรรถสิทธิ์ เมืองอินทร์, 2557) ท้ายสุด สงครามกลางเมืองของอัฟกานิสถานสิ้นสุดเมื่อสหภาพโซเวียตได้ถอนทหารตั้งแต่ ค.ศ. 1991 และ กลุ่มมูจาฮิดีน (Mujahideen) เป็นฝ่ายต่อต้านคอมมิวนิสต์อัฟกานิสถานและสหภาพโซเวียตได้รับชัยชนะ และจัดตั้งรัฐบาลผสมและบูร์ฮานุดดีน ร๊บบานี (Burhanuddin Rabbani) เป็นประธานาธิบดีของรัฐบาลผสม หลังจากนั้น อัฟกานิสถานเข้าสู่ยุคสงครามกลางเมืองของฝ่ายตาลีบันและฝ่ายรัฐบาลต่างฝ่ายแย่ง สิทธิชอบธรรมในอัฟกานิสถาน ความขัดแย้งดังกล่าวสิ้นสุดลงเมื่อสหรัฐอเมริกาและกองทัพสหประชาชาติ ได้เข้าโจมตีฝ่ายตาลีบันเมื่อ ค.ศ. 2001 อาจอธิบายได้ว่าสงครามกลางเมืองอัฟกานิสถานเกิดจากขัดแย้ง ระดับผู้นำระดับสูงในการดำเนินนโยบายใหม่ต่อรัฐอัฟกานิสถานยุคคอมมิวนิสต์และการเข้ามาของ สหภาพโซเวียตในอัฟกานิสถานเป็นความขัดแย้งอย่างรุนแรงส่งผลกระทบระบบสังคมและมนุษยชาติใน อัฟกานิสถาน ดังนั้นเหตุการณ์เกิดขึ้นแสดงออกมาในรูปแบบภาพโฆษณาชวนเชื่อเพื่อเป็นเครื่องมือใน การโจมตีฝ่ายตรงข้ามส่งผลให้ภาพโฆษณาชวนเชื่อทั้งสามเหตุการณ์จึงมีความรุนแรงและเหยียดหยามสิ่ง ตรงข้ามอย่างมากดังต่อไปนี้

¹ เมื่อฝ่ายคอมมิวนิสต์และกองทัพสหภาพโซเวียตเข้ายึดครองอัฟกานิสถานเกิดกลุ่มต่อต้านระบอบคอมมิวนิสต์ และ สหภาพโซเวียต ในอัฟกานิสถานได้แก่ กลุ่มมูจาฮิดีน (Mujahideen) เป็นกลุ่มต่อต้านหลักในอัฟกานิสถาน กลุ่มดังกล่าวแบ่งการสนับสนุนจากต่างชาติ และตามลัทธิศาสนา ได้แก่ กลุ่มมูจาฮิดีนซุนนี (Sunni Mujahideen) เป็นกลุ่มนัถือศาสนาอิสลามนิกายซุนนีได้รับการสนับสนุน จากสหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐประชาชนจีน สหราชอาณาจักร ปากีสถาน อียิปต์ เยอรมนีตะวันตก และกลุ่มมูจาฮิดีนชีอะห์ (Shia Mujahideen) เป็นกลุ่มนัถือศาสนาอิสลามนิกายชีอะห์ได้รับการสนับสนุนจากอิหร่าน และกลุ่มมูจาฮิดีนมีกองกำลังทหาร ของตนเองในนามแนวรบอิสลามมูจาฮิดีนแห่งอัฟกานิสถาน (Afghanistan Mujahedin Freedom Fighters Front-AMFF) นอกเหนือจากกลุ่มมูจาฮิดีนแล้ว ยังมีกลุ่มต่อต้านอีก 3 กลุ่ม ได้แก่ องค์การปลดปล่อยอัฟกานิสถาน (Afghanistan Liberation Organization -ALO) องค์การปลดปล่อยประชาชนแห่งอัฟกานิสถาน (Liberation Organization of the People of Afghanistan-SAMA) และพรรคอิสลามแห่งอัฟกานิสถาน (Hezb-e Islami Gulbuddin-HIG หรือ Hezb-i-Islami Afghanistan-HIA) เป็นต้น

3. ภาพโฆษณาชวนเชื่อในสงครามกลางเมืองอัฟกานิสถาน ตั้งแต่ค.ศ. 1978-1992



ภาพ 2.1-2.3 ภาพของฝ่ายต่อต้านรัฐบาลคอมมิวนิสต์ในอัฟกานิสถานตั้งแต่ค.ศ.1978-1992 มีจุดประสงค์ต้องการสร้างอัฟกานิสถานให้มีเสรีภาพตั้งต่อก่อนค.ศ.1978 ต่อต้านการยึดครองของสหภาพโซเวียต และ ภาพตัวแทนของสตรีและเด็กได้รับผลกระทบสงครามกลางเมืองในอัฟกานิสถานซึ่งเป็นผลของการยึดครองของสหภาพโซเวียต

ที่มา: Afghanistan anti-soviet 1970s (Reddit; 2017) and Dushmanskie propaganda leaflets, Afghan war (1979-1989) (Top Wars; 22 July 2013)



ภาพ 2.4 ภาพครอบครัวประกอบด้วยสตรีและเด็กต้องสูญเสียครอบครัวจากการยึดครองของสหภาพโซเวียต กลายเป็นชนวนสำคัญทำให้เกิดสงครามกลางเมืองในอัฟกานิสถาน

ที่มา: Dushmanskie propaganda leaflets, Afghan war (1979-1989) (Top Wars; 22 July 2013)



ภาพ 2.5 ภาพของชายอัฟกานิสถานผู้รักชาติทั้งหลายได้พยายามปลดแอกจากการปกครองของฝ่ายคอมมิวนิสต์ โดยสร้างรัฐเอกราชขึ้นมาใหม่

ที่มา: Dushmanskie propaganda leaflets, Afghan war (1979-1989) (Top Wars; 22 July 2013)



ภาพ 2.7 เลโอนิด เบรชเนฟ (Leonid Brezhnev) ผู้นำสูงสุดของสหภาพโซเวียต กับ บาบัค คามาล (Babrak Karmal) ประธานสูงสุดแห่งสภาการปฏิวัติอัฟกานิสถาน ถูกชาวอัฟกานิสถานปาก้อนหินใส่ในฐานะผู้ทรยศและผู้ทำลายอธิปไตยของอัฟกานิสถาน

ที่มา: Dushmanskie propaganda leaflets, Afghan war (1979-1989) (Top Wars; 22 July 2013)

ภาพทั้งหมดคือโฆษณาชวนเชื่อของฝ่ายต่อต้านรัฐบาลคอมมิวนิสต์และการยึดครองของสหภาพโซเวียตในอัฟกานิสถาน ภาพโฆษณาชวนเชื่อดังกล่าวกำหนดให้เกียฮ์ชาวซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของระบอบคอมมิวนิสต์ต้องถูกทำลายด้วยแรงพลัมวลชนซึ่งไม่ยินยอมภายใต้ระบอบคอมมิวนิสต์ ไม่ว่าจะการใช้กำลังทหารของฝ่ายคอมมิวนิสต์สักเท่าใด ฝ่ายต่อต้านและพันธมิตรก็จะต่อต้านให้ถึงที่สุดด้วยกำลังเช่นกันและชาวอัฟกานิสถานทุกคนต้องร่วมใจปลุกระดมสร้างชาติฟื้นฟูอิปไตยขึ้นมาจากอำนาจของสหภาพโซเวียต นอกจากการให้ภาพของความรุนแรงด้วยกำลังทหารและอาวุธภาพโฆษณาชวนเชื่อของฝ่ายต่อต้านในอัฟกานิสถานแล้ว ความทุกข์ทรมานความสูญเสียของครอบครัวและพลเมืองถูกใช้เป็นเครื่องมือชวนเชื่อให้ผู้คนทั่วโลกได้เห็นถึงสภาพความเลวร้ายกับสงครามของฝ่ายคอมมิวนิสต์และสหภาพโซเวียตได้ก่อขึ้นในดินแดนแห่งนี้เพื่อหวังให้ประชาคมโลกเห็นใจและสนับสนุนฝ่ายต่อต้านคอมมิวนิสต์มากขึ้นและเป็นเครื่องมือสำคัญให้สหภาพโซเวียตและฝ่ายคอมมิวนิสต์ตระหนักถึงการสูญเสียและความทุกข์ยากของประชาชนจากสงครามที่พวกเขาได้สร้างปัญหาไว้ให้ นอกจากนี้ฝ่ายต่อต้านได้ล้อเลียนผู้นำสูงสุดของสหภาพโซเวียตและอัฟกานิสถานว่ามีความสัมพันธ์อุมมุในฐานะเจ้านายลูกน้องโดยผู้นำสูงสุดคอมมิวนิสต์อัฟกานิสถานถูกอุมมุเหมือนลูกน้องหัดเดินจากผู้นำของสหภาพโซเวียตและการอุมมุเหล่านั้นเป็นกระแสดต่อต้านคนทั้งสองนำปัญหาและอุดมการณ์ขัดแย้งกับสังคมอัฟกานิสถานด้วยการปาก้อนหินเป็นสัญลักษณ์การลงโทษคนผิดศีลธรรมศาสนาอิสลาม

กล่าวโดยสรุปภาพโฆษณาชวนเชื่อในสงครามกลางเมืองอัฟกานิสถานสามารถปลุกใจให้ชาวอัฟกานิสถานลุกขึ้นต่อสู้ต่อต้านอำนาจชั่วร้ายและอุดมการณ์ขัดแย้งต่อศีลธรรมและศาสนาอิสลามดั้งเดิม

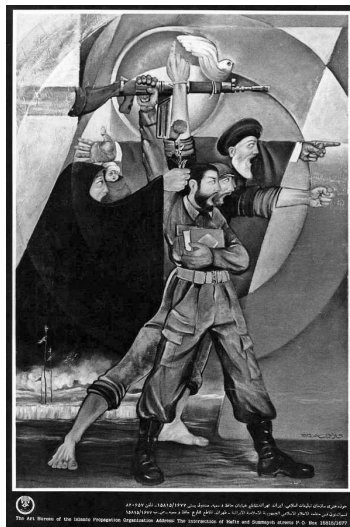
4. สงครามอิรัก-อิหร่าน (ค.ศ. 1980-1988)

สงครามอิรัก-อิหร่านเริ่มมาจาก หลังการปฏิวัติอิหร่านค.ศ. 1979 เป็นต้นมาเกิดการเปลี่ยนจากรัฐชาติรัฐยี่สิบสามารณรัฐอิสลามอิหร่าน นำโดย แหะยีด รูโฮลลอฮ์ มุแซวี โคเมยนิ (Ayatollah Ruhollah Musavi Khomeini) เป็นผู้นำคนใหม่แห่งอิหร่านมีแนวทางต่อต้านจักรวรรดินิยมส่งผลให้ความสัมพันธ์สหรัฐอเมริกากับอิหร่านตกต่ำจนถึงตัดความสัมพันธ์ทางการทูตลงหลังการปฏิวัติในอิหร่านไม่นานนักทำให้สหรัฐอเมริกาต้องหาตัวเลือกใหม่จัดการกับอิหร่านคือ อิรัก ทั้งสองชาติมีความขัดแย้งด้านวัฒนธรรมภาษาและพรมแดนตั้งแต่สมัยจักรวรรดิออตโตมันรวมถึงนิกายของศาสนาระดับผู้นำแตกต่างกัน² สิ่งประกอบทำให้ความขัดแย้งระหว่างอิรัก-อิหร่านเพิ่มมากขึ้น คือ การปฏิวัติอิสลามในอิหร่านส่งผลให้

² ความแตกต่างระหว่างอิรักกับอิหร่านอีกประเด็นหนึ่งคือเรื่องชาติพันธุ์ พรพรรณ โปร่งจิตร์ได้อธิบายถึงความแตกต่างชาติพันธุ์ทั้งสองเกี่ยวกับถือว่าตนเองมีชาติพันธุ์ไม่ได้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน กล่าวคือ ชาวอิรักถือตนว่าเป็นชาติอาหรับในตะวันออกกลางมีต้นกำเนิดจากจักรวรรดิอาหรับ (Arab Empire) จากเผ่าเบดูอิน (Bedoin) ดั้งเดิมและถือว่าตนมาจากส่วนหนึ่งอดีตจักรวรรดิออตโตมัน (Ottoman Empire) ส่วนชาวอิหร่านถือว่าตนเป็นชาวเปอร์เซีย มีภาษาตนเองและมีรากฐานจากชาวอารยัน (Aryan) และชาติพันธุ์อินโด-ยูโรเปียน (Indo-European) รวมถึงการนับถือศาสนาต่างกัน กล่าวคือ ชาวอิหร่านนับถือนิกายชีอะห์ ส่วนอิรักนับถือนิกายซุนนี (พรพรรณ โปร่งจิตร์, 2555, หน้า 82-83)

สัมพันธภาพอิหร่านกับอิรักจึงกระทบกระเทือนไม่ยืนยวนักและเกิดการสู้รบบริเวณชายแดนระหว่างอิหร่านและอิรักอย่างประปรายเพราะบริเวณชายแดนทางตอนเหนือของอิรักมีประชากรชาวชีอะห์อาศัยอยู่จำนวนมาก จนสุดท้าย ความขัดแย้งเริ่มขึ้นในรูปแบบสงครามในวันที่ 23 กันยายน 1980 เกิดขึ้นเมื่อกองทัพอิรักจึงเข้าบุกโจมตีอิหร่านและซัดดัม ฮุสเซน (Saddam Hussein) ประธานาธิบดีแห่งอิรักได้ยกเลิกสนธิสัญญาระหว่างอิรักกับอิหร่านซึ่งทำขึ้นเมื่อค.ศ. 1975 เกี่ยวกับพรมแดนพรมแดนร่วมกันของทั้งสองประเทศบริเวณแม่น้ำชัตต์ อัล-อาหรับ (The Shatt al-Arab)³ (Mehran Kamrava, 2005, p 172) เมื่อสงครามก่อตัวขึ้นฝ่ายอิหร่านจึงตอบโต้ด้วยการส่งกองทัพเข้าไปในดินแดนของอิรักส่งผลทำให้การรบทั้งสองฝ่ายดุเดือดรุนแรงและกินระยะเวลา 8 ปี (1980-1988) ทั้งสองฝ่ายได้รับความเสียหายทั้งกำลังอาวุธรวมถึงสภาพบ้านเมืองได้รับเสียหาย ผลสุดท้าย ทั้งสองฝ่ายต้องยุติการรบตามมติของคณะมนตรีความมั่นคงแห่งสหประชาชาติ (นันทนา กบิลกาญจน์, 2554, น.63-65) หลังจากนั้นต่อมา ค.ศ. 1989 อิหร่านได้เซ็นสัญญาสงบศึกกับอิรักอย่างถาวร (จริญ มะลูลีม, 2555, น.37)

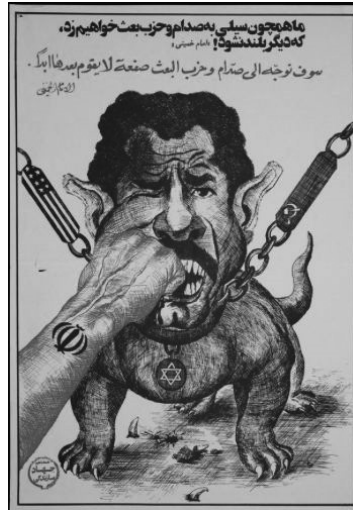
5. ภาพโฆษณาชวนเชื่อสงครามอิรัก-อิหร่าน



ภาพ 3.1 ทหาร,นักการศาสนา,กรรมกร,เด็กและสตรีร่วมใจต่อสู้กับอิรักและจักรวรรดินิยมเพื่อรักษาแผ่นดินอิหร่าน

ที่มา: “Mullah, Mother, and Soldiers” (Husayn Khusrawjirdi, Iran, 1980)

³ แม่น้ำชัตต์ อัล-อาหรับ (The Shatt al-Arab) อยู่บริเวณแม่น้ำไทกริส (Tigris) และ แม่น้ำยูเฟรติส (Euphrates) ในอิรักและไหลลงสู่อ่าวเปอร์เซีย (Persia Gulf) และบรรจบกับแม่น้ำการุน (Karun) ซึ่งอยู่บริเวณเขตแดนอิรัก-อิหร่าน แม่น้ำชัตต์-อัล-อาหรับเป็นแม่น้ำสำคัญในฐานะแหล่งเกิดอารยธรรมยุคโบราณอย่างอารยธรรมเมโสโปเตเมีย (Mesopotamia Civilization) (พรพรรณ โปรงจิตร, 2555, หน้า 83)



ภาพ 3.2 ชัดดัม ฮุสเซน ผู้นำอิรักถูกวาดให้เป็นสุนัขในภาพโฆษณาชวนเชื่อของอิหร่านโดยปลอกคอเป็นอิสราเอลและสายจูงคือสหรัฐอเมริกาและสหภาพโซเวียต ซึ่งอิหร่านใช้มือเป็นสัญลักษณ์ในการหยุดการรุกรานและการขยายอิทธิพลของจักรวรรดินิยม

ที่มา: An Iranian Fist Punches Saddam Hussein (the Growling Mutt, ca. 1980.)



ภาพ 3.3 เด็กชาวอิหร่านอายุประมาณ 7-15 ปี ต้องเสียสละและต่อสู้เพื่อต่อต้านอิรักซึ่งเด็กเหล่านั้นมีสภาพยากจนและต้องสูญเสียครอบครัว พวกเขาจำเป็นต้องจับอาวุธต่อสู้เพื่อปกป้องอิหร่าน ส่วนภาพ 3.4 หญิงชาวอิหร่านถือดอกกล้วยไม้สีแดงพร้อมคลุมฮิญาบสีดำโดยบ่งบอกว่า ภายใต้ผ้าคลุมสีดำและกุหลาบสีแดง คือ ตัวแทนของความสูญเสียจากสงครามของฝ่ายอิหร่าน

ที่มา: The Graphics of Revolution and War - Iranian Poster Arts and Iranian propaganda art of the Iran-Iraq war times (The Hanna Holborn Gray Special Collections Research Center; 15 October 2011) and (Massaraksh or The World Upside Down; 14 January 2014)



ภาพ 3.5 ชายชาวอิหร่านถูกใส่กรงขังภายใต้ความคาดหวังของกองทัพอิรัก โดยชายคนนั้นคือผู้นำสูงสุดของอิหร่าน ส่วนมือแทนสัญลักษณ์ของกองทัพอิรัก

ที่มา: Overview of 21st century propaganda (28 October 2023)

จากภาพโฆษณาชวนเชื่อสงครามอิหร่าน-อิรักพบว่า ขนชั้นนำทางการเมืองทั้งสองประเทศมีอำนาจควบคุมสื่อและใช้สื่อแตกต่างกัน ไม่เพียงเผยแพร่ความสำเร็จการทหารและกระตุ้นขวัญกำลังใจของทหารในสนามรบเท่านั้น แต่ยังเผยแพร่อุดมการณ์สงครามในมุมมองของฝ่ายตนและช่วยเข้าใจช่วงเวลาอันวุ่นวายที่สุดในประวัติศาสตร์ยุคใหม่ของตะวันออกกลางได้ดียิ่งขึ้น (Mohammad R Kalantari, 2022, p 381-382) ซึ่งได้อธิบายประเด็นหลักซึ่งหลักโฆษณาชวนเชื่อในสงครามอิรัก-อิหร่านคือการหยุดยั้งของจักรวรรดินิยมจากฝ่ายอิหร่านและการหยุดระบอบรัฐศาสนาจากฝ่ายอิรักสังเกตจากภาพโฆษณาชวนเชื่อหมายเลข 3.1 - 3.4 เป็นภาพโฆษณาชวนเชื่อฝ่ายอิหร่าน ประเด็นสำคัญในภาพโฆษณาชวนเชื่อฝ่ายอิหร่านคือการทำลายอำนาจฝ่ายจักรวรรดินิยมและร่วมกันต่อสู้กับอิรักเป็นตัวแทนของฝ่ายจักรวรรดินิยมเสียอำนาจและผลประโยชน์ในอิหร่านนับแต่การปฏิวัติอิสลามในค.ศ.1979 ส่วนองค์ประกอบในภาพโฆษณาชวนเชื่อของฝ่ายอิหร่าน ภาพโฆษณาชวนเชื่อหมายเลข 3.2 ฝ่ายอิหร่านได้ใช้สุนัขเป็นสัญลักษณ์ของจักรวรรดินิยมโดยขีดดัม ฮุสเซนคือตัวแทนจักรวรรดินิยมในการทำสงครามโดยมีสหรัฐอเมริกาและสหภาพโซเวียตเป็นสายจูงให้อิรักในฐานะหุ่นเชิดของจักรวรรดินิยมทั้งสองและปลอกคอสุนัขคือ อิสราเอลซึ่งเป็นพันธมิตรสำคัญฝ่ายโลกเสรีจักรวรรดินิยม ส่วนมือถูกขกหน้าขีดดัม ฮุสเซนในภาพโฆษณาชวนเชื่อเป็นภาพตัวแทนพลังมวลงชาอิหร่านร่วมหยุดยั้งการต่อสู้และการขยายอำนาจของอิรักโดยสีแดงในมือคือ เลือดรักชาติชาวอิหร่านร่วมต่อสู้ขับไล่อำนาจจักรวรรดินิยมซึ่งปรากฏจากภาพหมายเลข 3.3 ฝ่ายอิหร่านได้ใช้พลังมวลงและเด็กเป็นเครื่องมือสร้างความสามานฉันท์เพื่อทำสงครามกับอิรักและจักรวรรดินิยมและ

เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้ชาวอิหร่านสนใจในสถานการณ์สงครามและร่วมมือเพื่อชัยชนะรักษาอิปไตยของอิหร่านและขัดอำนาจจักรวรรดินิยมต่างชาติออกไป ประเด็นน่าสนใจจากภาพโฆษณาชวนเชื่อฝ่ายอิหร่านคือ การสร้างกรอบความคิดชาตินิยมในโฆษณาชวนเชื่อเพื่อเป็นแรงกระตุ้นสร้างสำนึกพลเมืองเพื่อให้ชาวอิหร่านเห็นความสำคัญศัตรูรุกรานอิปไตยอิหร่าน กรอบความคิดโฆษณาชวนเชื่อฝ่ายอิหร่านสอดคล้องกับข้อเสนอของமாகาเร็ต แมคมิลลันได้อธิบายว่า ลัทธิชาตินิยมเป็นสิ่งกระตุ้นก่อให้เกิดสงครามปกป้องดินแดนและการประนามศัตรูในฐานะฝ่ายตรงข้ามว่าเป็นภัยคุกคามความชอบธรรมต่อรัฐอิปไตย (மாகาเร็ต แมคมิลลัน, 2566, หน้า 141) ดังนั้นกรอบความคิดชาตินิยมในภาพโฆษณาชวนเชื่ออิหร่านได้วาดภาพให้อิรักคือผู้เริ่มต้นก่อสงครามความขัดแย้งและทำลายอิปไตยอิหร่านทำให้ชาวอิหร่านจำเป็นต้องสู้เพื่อรัฐ

ประเด็นน่าสนใจอีกประเด็นหนึ่งจากภาพโฆษณาชวนเชื่อคือ การใช้สตรีเป็นเครื่องมือในภาพโฆษณาชวนเชื่อ แม้ว่าสังคมอิหร่านภายใต้รัฐศาสนาได้กีดกันสิทธิของสตรีอย่างมากเมื่อกระแสสงครามเริ่มขึ้นทวีความรุนแรงตามลำดับนั้น ความสำคัญของสตรีปรากฏขึ้นมาอีกครั้งโดยอิหร่านได้ให้ภาพของสตรีในภาพโฆษณาชวนเชื่อว่าเป็นหญิงต้องเสียบุคคลในครอบครัวจากสงครามและแสดงออกผ่านการใส่ฮิญาบสีดำและถือดอกกล้วยไม้สีแดงเป็นสัญลักษณ์ถึงการสูญเสียจากสงคราม ในชุดฮิญาบภายใต้สังคมอิหร่านอันเคร่งครัดและสีแดงในดอกกล้วยไม้คือ เลือดของคนในครอบครัวหรือผู้ใกล้ชิดสูญเสียในการสงครามดังปรากฏจากภาพหมายเลข 3.4 จากการใช้สตรีในภาพโฆษณาชวนเชื่ออิหร่านอธิบายได้ว่า สตรีกลายเป็นส่วนหนึ่งของสงครามในฐานะผู้ได้รับผลกระทบจากการสูญเสียในสงครามและต้องเข้าสู่พื้นที่สงครามให้สตรีได้ร่วมต่อสู้เหมือนบุรุษ สอดคล้องคำอธิบายของமாகาเร็ต แมคมิลลันอธิบายถึงบทบาทสตรีในสงครามไว้ว่า สตรีคือสิ่งทนทุกข์ยากจากภัยสงครามและทำงานในสงครามในฐานะกำลังเสริมให้กับเหล่าทหารซึ่งเป็นบุรุษ ขณะที่บุรุษเป็นกำลังสำคัญในสงครามในฐานะทหารและเป็นคนกำหนดนิยามเรื่องสงครามส่วนสตรีคือผู้ได้รับผลกระทบจากสงคราม (மாகาเร็ต แมคมิลลัน, 2566, หน้า 200) อาจอธิบายได้ว่าภาพโฆษณาชวนเชื่อฝ่ายอิหร่านช่วงสงครามเป็นการสร้างความหมายของสตรีในฐานะผู้ได้รับผลกระทบการสูญเสียจากสงครามจากชนชั้นปกครองในอิหร่านซึ่งส่วนใหญ่เป็นบุรุษ สอดคล้องกับรัฐบาลอิหร่านต้องการสร้างแรงบันดาลใจให้สตรีทำตามแบบอย่างของอิสลามเกี่ยวกับความเป็นสตรีและความอ่อนน้อมถ่อมตนโดยอิงจากคุณธรรมสตรีในบทบัญญัติศาสนาอิสลามมาประกอบเกี่ยวกับ ความอดทน ความศรัทธาและการยกย่อง (The Hanna Holborn Gray Special Collections Research Center, 2011)

ส่วนกรณีของเด็กในภาพโฆษณาชวนเชื่อ อิหร่านได้วาดภาพให้เด็กต้องจับมือต่อสู้กับอิรักเพราะเด็กต้องสูญเสียครอบครัวและความสงบสุขในครอบครัวจากสงครามของฝ่ายจักรวรรดินิยมทำให้เด็กมีสภาพแร้นแค้นและยากไร้ ส่งผลให้เด็กลุกขึ้นจับอาวุธต่อสู้กับอิรัก นอกจากนี้ฝ่ายอิหร่านมองว่า

เด็กคือเครื่องมือสำคัญทำให้ประชาชนเห็นใจและสงสารต่อชะตากรรมจากสงคราม แนวคิดการใช้เด็กในโฆษณาชวนเชื่อสอดคล้องกับข้อเสนอจากนักวิชาการตะวันตกว่า เด็กถูกใช้เป็นเครื่องมือการกระทำอันโหดร้ายซึ่งเกิดจากความบ้าคลั่งและการทำหายจากฝ่ายตรงข้าม ทำให้เด็กชาวอิหร่านปกป้องบ้านเกิดเมืองนอนและครอบครัวของพวกเขาด้วยวิธีการใดๆ ก็ตาม รวมถึงการเสียสละแขนขาและชีวิตเพื่อประเทศชาติ ดังนั้นเด็กคือกลุ่มเปราะบางในสังคมอิหร่านที่จำเป็นต้องต่อสู้จากการสูญเสียในสงครามดังกล่าว (The Hanna Holborn Gray Special Collections Research Center, 2011)

ส่วนภาพโฆษณาชวนเชื่อฝ่ายอิรักช่วงแรก (ค.ศ. 1980-1983) สถานการณ์การรบระหว่างอิรัก-อิหร่านเป็นไปอย่างดุเดือด กล่าวคือ ฝ่ายอิรักได้ใช้ยุทธวิธีการทำลายอิหร่านโดยอาศัยจุดอ่อนอิหร่านด้านภูมิประเทศและกองทัพรวมถึงปัญหาชนกลุ่มน้อยของอิหร่านโดยอิรักให้การสนับสนุนชนกลุ่มน้อยเหล่านั้น ดังนั้นสงครามครั้งนี้อิรักทุ่มศักยภาพกองทัพบกและอากาศและใช้ยุทธวิธีรุกและการเมืองใช้ในการรบเพื่อโจมตีอิหร่านกล่าวคือ การให้ความช่วยเหลือชนกลุ่มน้อยของอิหร่านที่ไม่ยอมรับอำนาจรัฐบาลศาสนาภายใต้โคมัยนี (ไตรรัตน์ สุนทรประภัสสร, 2528. น.73-75) ดังนั้นเหตุการณ์ยุทธวิธีการรบของอิหร่านสอดคล้องในการสร้างภาพโฆษณาชวนเชื่อฝ่ายอิรัก ดังภาพโฆษณาชวนเชื่อหมายเลข 3.5 อิรักได้วาดภาพชาวอิหร่านต้องอยู่ภายใต้อำนาจของอิรักในฐานะผู้ชนะโดยใช้ชายอิหร่านในกรุงชังนักโทษของอิรักคือ โคมัยนี ซึ่งอิรักหวังว่าหากได้รับชัยชนะและรัฐอิสลามภายใต้การปกครองของโคมัยนีต้องล่มสลาย ดังนั้นภาพโฆษณาชวนเชื่อทั้งสองภาพเป็นเครื่องมือสำคัญของอิรักพยายามให้ทั่วโลกเห็นร่วมในการสนับสนุนโค่นรัฐอิสลามอันไม่ชอบธรรม ดังนั้น โฆษณาชวนเชื่อฝ่ายอิรักมีลักษณะโจมตีฝ่ายจักรวรรดินิยมและฝ่ายอิหร่านได้ใช้ประเด็นยกย่องผู้นำอย่างโคมัยนีเป็นผู้นำต่อต้านจักรวรรดินิยมและใช้สตรีและเด็กเป็นเครื่องมือในภาพโฆษณาชวนเชื่อในฐานะตัวแทนการสูญเสียคนใกล้ชิดหรือครอบครัวไปในการสงคราม ส่วนฝ่ายอิรักและพันธมิตรได้สร้างอิหร่านเป็นปีศาจร้ายและชัยชนะจากสมรภูมิต่อสงครามของอิรัก

สรุป

ภาพโฆษณาชวนเชื่อของรัฐอาหรับในยุคสงครามเย็นนับตั้งแต่การก่อตั้งรัฐอิสราเอลจนถึงสงครามอิรัก-อิหร่านล้วนมีจุดประสงค์แสดงความขัดแย้งอุดมการณ์ทางการเมืองภายในและการแทรกแซงจากรัฐภายนอก ภาพโฆษณาชวนเชื่อรัฐอิสลามมักใช้เรื่องราวเกี่ยวกับทหาร ความเข้มแข็งของกองทัพและพลังมวลชน รวมถึงความทุกข์ยากของประชาชนได้รับผลกระทบของสงคราม ดังกรณีสงครามกลางเมืองอัฟกานิสถานและสงครามอิรัก-อิหร่าน เป็นต้น ดังนั้นภาพโฆษณาชวนเชื่อกระทำโดยรัฐโดยใช้การโน้มน้าวให้ผู้คนเชื่อตามเป้าหมายของรัฐได้สร้างภาพโฆษณาชวนเชื่อเอาไว้

(ประทุม ฤกษ์กลาง, 2553, น.155) ดังกรณีสงครามระหว่างอาหรับกับอิสราเอล รัฐอาหรับได้พยายามสร้างให้อิสราเอลเป็นคนขายขบหรือผู้แย่งดินแดนจากชาวอาหรับมุสลิมดั้งเดิมในภาพโฆษณาชวนเชื่อสิ่งเดียวที่จะปลุกเร้าชาวอาหรับให้ต่อต้านอิสราเอลคือการใช้กำลังอาวุธในสงครามเพื่อขับไล่อิสราเอลออกจากไปพื้นที่ของอาหรับ ส่วนกรณีภาพโฆษณาชวนเชื่อสงครามกลางเมืองอัฟกานิสถานและสงครามอิรักคือการนำเสนอความทุกข์และการสูญเสียพลเมืองจากสงครามและฝ่ายต่อต้านสร้างแรงกระตุ้นให้พลเมืองลุกขึ้นต่อสู้ฝ่ายตรงข้าม ส่วนความมั่นคงจากโฆษณาชวนเชื่อได้ใช้กองทัพทหารเป็นเครื่องมือสำคัญเพื่อแสดงแสนยานุภาพทางทหารให้แก่ฝ่ายตรงข้ามและกระตุ้นให้ประชาชนลุกขึ้นต่อสู้กับฝ่ายตรงข้ามเพื่ออธิปไตยแผ่นดินไถ่จักรวรรดินิยมออกไป

บรรณานุกรม

- กิตติมา อมรทัต. (2532). *วิกฤตการณ์ในตะวันออกกลาง (กรณีพิพาทปาเลสไตน์-อิสราเอล)*. โอเดียนสโตร์.
- จรัญ มะลูลีม. (2555). *อิสลามการเมืองในตะวันออกกลาง*. ศยาม.
- ไตรรัตน์ สุนทรประภัสสร. (2528). *สงครามและการปฏิวัติอิหร่าน*. อิศรา.
- นันทนา กบิลกาญจน์. (2554). *การปฏิวัติคอมมิวนิสต์ในตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ*. โอเดียนสโตร์.
- นิจจิง พันธะพจน์. (2556). บทบาทของสื่อแอนิเมชันในช่วงสงครามและหลังสงครามโลกครั้งที่ 2: กรณีศึกษาสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น. *วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 14(2), 12.
- ประทุม ฤกษ์กลาง. (2553). *การประชาสัมพันธ์ทางการเมือง*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรพรรณ โปร่งจิตร์. (2555). เด็กชายมุฮัมมัด ฮูเซ็น พะมีเดฮ์ ตัวอย่างผู้มีคุณธรรม ในเหตุการณ์สงครามอิรัก-อิหร่าน (ค.ศ. 1980-1988). *วารสารประวัติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. 79-92.
- மாகาเร็ต แมคมิลลัน. (2566). *War: How conflict Shaped Us (สัตว์สงคราม: ประวัติศาสตร์บาดหมางที่ก่อร่างสร้างโลก)*. แปลโดย สุทธิมาน ลิมปานุสรณ์. บัคสเคป.
- วี ฟอร์ ไทยแลนด์. (2556). *ทฤษฎีกระสุนปืน – วิวัฒนาการของโฆษณาชวนเชื่อในยุคสารสนเทศ*. <https://www.facebook.com/notes/v-for-thailand/>
- โรเบิร์ต เจ แมคมาน. (2565). *The Cold War: A Very Short Introduction (สงครามเย็น: ความรู้ฉบับพกพา)*. แปลโดย ศิวพล ชมภูพันธ์. บัคสเคป.

- ศราวดี อารีย์. (2551). **ฝ่าโลกมุสลิม รัฐกับการจัดการความขัดแย้งในสังคมชาอู่อาระเบีย อิหร่าน และ อินโดนีเซีย**. สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรรถสิทธิ์ เมืองอินทร์. (2557). **อัฟกานิสถาน: บทเรียนล้ำค่าของสหภาพโซเวียต**. <https://prachatai.com/journal/2014/05/53269> .
- เอ็ดเวิร์ด เบอร์เนย์ส. (2561). **Propaganda: โฆษณาชวนเชื่อ**. แปลโดย Mr.Lawrence 10. ชิกมา กราฟิกส์.
- Allen, Alyssa. (2022). The Change in U.S. Television News Throughout the Cold War. *The Alexandrian XI*. 11(1). <https://journals.troy.edu/index.php/test/article/view/472>
- Anonymous. (1994). **Attempts at Modernization and Reform in Afghanistan: History**. **The Columbia Electronic Encyclopedia**. <https://www.infoplease.com/encyclopedia/places/asia/afghanistan-politicalgeography/afghanistan/history>.
- COMRADE. (n.d.). **East vs West: A Comparison of Soviet & American Cold War Propaganda Posters**. <https://comradekiev.com/blog/east-vs-west-soviet-american-cold-war-propagandaposters?srsid=AfmBOopXC3ydzBCt2hhN31Deeg5uy8Lyulkt6Tanm9KulvzVIZBDq9nv>
- Cull, Nicholas J. (2008). **The Cold War and the United States Information Agency: American Propaganda and Public Diplomacy, 1945-1989**. Cambridge University Press.
- Kalantari, Mohammad R. (2022), The media contest during the Iran-Iraq war: The failure of mediatized Shi'ism. **Media, War & Conflict**, 15(3). <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1750635220902192>
- Kamrava, Mehran. (2005). **The Modern Middle East: A Political History since the First World War**. University of California Press.
- Schulze, Reinhard. (2000). **A Modern History of the Islamic World**. Translated by Azizeh Azodi. I.B.Tauris.
- Stafford, Alexander. (2013, 26 October). **The Role of the Media During the Cold War**. <https://www.e-ir.info/pdf/43799>
- Taylor, Phillip M. (2003). **Munitions of the Mind: A History of Propaganda from the ancient world to the present era**. Manchester University Press.

- The Hanna Holborn Gray Special Collections Research Center. (2011, October 15). **Women and Children. The Graphics of Revolution and War: Iranian Poster Arts.** <https://www.lib.uchicago.edu/collex/exhibits/graphics-revolution-and-war-iranian-poster-arts/women-and-children/>
- The Representative on Freedom of the Media. (2015). **Propaganda and Freedom of the Media.** Organization for Security and Co-operation in Europe.