غلامعلی رجایی در گفت‌وگو با «ایران»:

نقش واحد تبلیغات جنگ تا به امروز مغفول مانده است

مرجان قندی
خبرنگار

جنگ‌ها روایتگر بخشی از تاریخ ملت‌ها هستند که نوع متفاوتی از زندگی در آن دوران شکل می‌گیرد. در ۸ سال دفاع مقدس نقش فعالیت‌های فرهنگی و معنوی در ارتقای روحیه و انگیزه رزمندگان و مقابله با عملیات روانی دشمن بسیار مهم بود. بالا بردن روحیه مردم که قرار بود از جنگ پشتیبانی کنند، همانند روحیه رزمنده‌ها که در میدان نبرد با دشمن می‌جنگیدند، اهمیت داشت. واحد تبلیغات جنگ، به هر دو وجه اهمیت می‌داد؛ یعنی هم حفظ و ارتقای روحیه حماسی مردم را مهم می‌دانست و می‌خواست مردم در دفاع مقدس با انگیزه قوی از جنگ پشتیبانی کنند و هم به روحیه رزمندگان در جبهه اهمیت می‌داد. علاوه بر اینها، به عملیات روانی دشمن هم باید توجه می‌کرد. از این رو نیروهایی که در زمینه تبلیغات جنگ فعال بودند جزو فکورترین و باسوادترین نیروهای فرهنگی جبهه بودند. آنها از نظر فکری نیروهای توانمندی بودند که البته در رأس همه این نیروها حضرت امام، که در تبلیغات جنگ نقش اصلی را ایفا می‌کردند. غلامعلی رجایی از جمله افرادی است که در سال‌های جنگ مسئولیت فرهنگی دو قرارگاه کربلا و خاتم‌الانبیا را بر عهده داشت. او از ابتدای دوران دفاع مقدس تا سال ۱۳۶۴ مسئول فرهنگی قرارگاه کربلا بود که در اهواز به تبلیغات جبهه و جنگ معروف بود و از سال ۱۳۶۴ تا ۱۳۶۷ نیز مسئول تبلیغات قرارگاه خاتم‌الانبیا(ص) بود. رجایی معتقد است تاکنون جنگ‌ها از جمله جنگ هشت ساله تحمیلی عراق علیه ایران از جهات مختلف بررسی شده اند، اما با وجود نقش برجسته عوامل روانی و تبلیغات در جنگ، این بعد از جنگ کم‌تر مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. از این رو با او به گفت‌وگو نشستیم که حاصل آن پیش رویتان قرار دارد.

■ چه رویکردهایی در تبلیغات دنبال می‌شد و آیا این رویکردها در طول جنگ از ثبات یکسانی برخوردار بود یا متغیر بود؟

جریان تبلیغات در دفاع مقدس مقوله‌ای است که متأسفانه تا امروز کمتر به آن پرداخته شده است. طی سال‌های جنگ روند آن دچار فراز و فرودهایی بود و روند یکسانی نداشت. از جهات مختلف می‌شود به این موضوع پرداخت:

۱- ساختار تبلیغات

۲- نقش تبلیغات در جنگ

۳ - کنش تبلیغات ایران درمقابل تبلیغات عراق و بالعکس کنش تبلیغات عراق در مقابل تبلیغات ایران

۴- ترکیب نیروهای تبلیغات در سطح یگان‌ها و قرارگاه ها

۵ - اهداف، مأموریت‌ها و وظایف تبلیغات (قبل از عملیات، حین عملیات و بعد از عملیات)

۶- بحث‌های آسیب شناسی روند تبلیغات و درصد توفیق تبلیغات در جنگ ۸ ساله که ازنظر من بسیار مهم است و باید در یک محفل آکادمیک راجع به آن بحث شود.

روند تبلیغات درجبهه‌ها وجنگ روند یکنواختی نبود. در واقع ما در ابتدا شناختی از تبلیغات جنگ نداشتیم. در ابتدا به‌کارهای معمول ازجمله توزیع پرچم، پخش نوحه‌های حماسی و قرآن و درنهایت برگزاری مراسم نماز جماعت ودعا وزیارت عاشورا و..... در جبهه پرداخته می‌شد. اما روند جنگ بتدریج پیچیدگی‌های خاص خودش را نشان داد و هرچه جنگ طولانی شد ابعاد آن بیشتر برایمان نمایان گردید و به‌جایی رسید که نمی‌شد به تبلیغات جنگ بی‌اعتنایی کرد وبا آن برخورد سطحی داشت. مثلاً پس از فتح خرمشهر ما ناچار بودیم وارد خاک عراق شویم و دشمن را تعقیب کنیم چون معتقد بودیم اگر سر مرز بمانیم دشمن ممکن است دوباره از آن طرف اروند یا مرز که درخاک خود مستقر شده دوباره مواضع ایران را زیر آتش خود بگیرد و خرمشهر و آبادان را از داخل خاک خودش بکوبد. اما اگر نیروهای بعثی عراق عقب‌تر می‌رفتند آتش را از خطوط و شهرهای مرزی دور می‌کردیم و این دو شهر در امان می‌ماندند. وقتی چنین ایده‌ای مطرح شد عده‌ای از رزمندگان می‌گفتند ما شرعاً نمی‌توانیم وارد خاک کشور دیگری بشویم، این کار غصب کردن خاک کشورعراق است و... منافقین هم باعلم کردن شیخ علی تهرانی که برای او در رادیو عراق برنامه گذاشته بودند علیه این استراتژی تبلیغات می‌کردند و می‌گفتند اگر کسی در خاک عراق کشته شود، شهید نیست و این تبلیغات در کسانی که کمتر با مسائل شرعی آشنا بودند شبهه و تردید جدی ایجاد می‌کرد. بنابراین در این مورد نیروها به‌لحاظ شرعی باید توجیه می‌شدند که اساساً ورود به خاک عراق به قصد غصب کردن خاک عراق نیست و اگر رزمنده‌ای آنجا کشته شود، شهید محسوب می‌شود. حتی این بحث به خانواده رزمنده‌ها هم کشیده شده بود که تبلیغات در این موارد وارد می‌شد و نقش خودش را ایفا می‌کرد.

■ نقش فعالیت‌های فرهنگی تبلیغات، در ایجاد فضایی که مردم را برای حضور در جبهه‌های جنگ تهییج می‌کرد چه بود؟

فعالیت‌های تبلیغات در این زمینه با تنوع بسیار انجام می‌شد. واحد تبلیغات از تحریک و انگیزه دادن به نیروهای مردمی در پشت جبهه شروع می‌کرد تا اینکه نیروها توجیه شده و به جبهه بیایند. آماده کردن نیروی رزمی شوخی نبود چون جنگ تخصص می‌خواست. رزمنده‌ها باید خود را برای نحوه برخورد با دشمن، مجروح شدن، اسارت و حتی شهادت آماده می‌کردند و در این موارد واحد تبلیغات باید اقدامات لازم برای این آماده سازی‌ها را انجام می‌داد.

بحث معنویت، انگیزه دادن، خنثی کردن تبلیغات عراق و رادیوهای بیگانه که با هدف تخریب روحیه خودی به دشمن بعثی کمک می‌کردند و... وظیفه سنگینی را فرا روی ارکان تبلیغات و مراکز تبلیغاتی یگان‌ها قرار می داد.

واحدهای تبلیغاتی یگان‌ها و قرارگاه‌ها همچنین می‌بایست خطوط و مناطق عملیاتی و عقبه جبهه‌ها را با پرچم‌های یاعلی‌بن ابیطالب، یاحسین، یازهرا، یا رسول الله، یامهدی ادرکنی و نصرمن‌الله وفتح قریب و... آرایش می‌دادند و با پخش نوحه‌ها، برگزاری مراسم دعای کمیل و زیارت عاشورا، سخنرانی‌های توجیهی مبلغین مذهبی شخصیت‌های سیاسی و فرماندهان و...، کلاس‌های آموزش قرآن و برگزاری نماز جماعت، فضای جبهه‌ها را برای روحیه رزمنده‌ها و حضور در عملیات آماده می کردند.

■ آیا تبلیغات جنگ رویکرد پدافندی هم داشت، اگر داشت چه اقدامی در این جهت انجام می‌داد؟

کار تبلیغات در بحث پدافند و دفاع، کار بسیار سختی بود. چون نیروهای رزمنده می‌آمدند که خط را بشکنند و دشمن را شکست دهند و به شهرهایشان برگردند. اگر می‌فهمیدند که عملیاتی نیست یگان‌ها را تخلیه و به شهرها و روستاهای خود بر می‌گشتند. در این مرحله هم واحد تبلیغات باید وارد عمل می‌شد و افراد را توجیه می‌کرد و می‌گفت شما برای تکلیف الهی و به دستور امام به جبهه آمدید، مشخص نیست کی عملیات انجام شود و شما باید در نظر بگیرید که انجام تکلیف شرعی وایستادگی در قبال دشمن فقط در زمان حمله نیست، بلکه در مرحله دفاع هم هست که بعضاً تأثیر خودش را هم می‌گذاشت. نکته مهم دیگر اینکه مثلاً وقتی عملیات تمام می‌شد عده‌ای از نیروهای مردمی می‌خواستند به پشت جبهه برگردند. در اینجا دوباره تبلیغات باید وارد می‌شد و به آنها می‌گفت حفظ پیروزی از خود پیروزی مهم‌تر است. شما باید درمنطقه بمانید و از پیروزی‌های به‌دست آمده دفاع کنید تا نیروهای جدید جایگزین شما بشوند. چون دشمن به محض اینکه احساس می‌کرد نیروهایی که عملیات کرده‌اند برای استراحت به عقب بازگشته‌اند، برای بازپس گرفتن مناطق از دست رفته انگیزه پیدا می‌کرد که حمله کند و مواضع از دست داده را پس بگیرد. سختی کار دراینجا بود که تبلیغات در عین حال که باید نیروها را توجیه می‌کرد باید می ماند و مسائل حفاظتی را هم رعایت می‌کرد و علناً اعلام می کرد بناست عملیات ادامه پیداکند.

به‌همین دلیل واقعاً کار تبلیغات در پدافند سخت بود. فرماندهان سپاه که نیروهای مردمی را دعوت می‌کردند عمدتاً از چند روز قبل از عملیات می‌رفتند به شهر و محله‌های خودشان و نیروهایی را که می‌شناختند و می‌خواستند صدا می‌کردند و برای انجام عملیات به جبهه می‌آوردند. بعد از عملیات هم غالب آنها کار را تمام شده دانسته و به پشت جبهه بر می‌گشتند. برخی حداکثرسه ماه وحداقل دوتاسه هفته در جبهه می‌ماندند درصورتی که گاهی دوران پدافند و فاصله بین دوعملیات ۶ تا ۸ ماه طول می‌کشید. وقتی عملیات در سرمای کشنده غرب یا در گرمای طاقت فرسای جنوب انجام نمی‌شد نیروها وقت بسیاری برای فراغت پیدا می‌کردند. برای بعضی این شرایط طاقت فرسا و قابل تحمل نبود. لذا بعضی از نیروها که غالباً دانش‌آموز، دانشجو، کشاورز، کارمند و بازاری بودند، این توقف عملیات را وقت کشی تصورکرده و به شهرهای خود برمی‌گشتند تا به سر درس و کلاس بروند و یا در مزرعه یا مغازه به کارهایشان رسیدگی کنند و توجیهی نداشتند که در جبهه بیکار باشند. البته به کمک آموزش‌وپرورش برای افراد محصل امکاناتی ایجاد شد که دروس‌شان را در همان جبهه دنبال کنند. اما مشکل برگشت تعدادی از رزمنده ها به پشت جبهه دردوران پدافند همچنان به قوت خود باقی بود. این عده معتقد بودند به‌جای اینکه در بیابان‌ها معطل و فقط مصرف کننده باشند، به‌سر کارشان برگردند تا هر وقت نیاز بود دوباره به جبهه بیایند.

گاهی دست فرماندهان جبهه از نیرو خالی می‌شد اما به‌دلایل امنیتی نمی‌توانستند به رزمنده ها بگویند که مثلاً یک هفته دیگر عملیات داریم. چون رزمنده می‌رفت به اهواز و به خانواده‌اش زنگ می‌زد و خبر می‌داد یا در نامه‌ای که به آنها می‌نوشت این موضوع منتقل می‌شد. آن زمان سیستم امنیتی جبهه خاص بود و بعضاً عوامل نفوذی هم بودند که خبرها را می‌گرفتند و به منافقین در عراق می‌دادند و عراق از بعضی از عملیات‌های ما به‌همین شکل مطلع شده بود.

■ در ایام جنگ جهت تأثیرگذاری بهتر تبلیغات شیوه‌های علمی همچون تیپ شناسی یا موارد اینچنینی مورد توجه قرار داشت؟

نه، روند تبلیغات تا آنجا که من در جریان هستم یک روند تجربی بود؛ یعنی ما حین کار تجربه پیدا می‌کردیم، تجربه‌مان را پخته و بعد منتقل می‌کردیم. نیروهای عملیات و نیروهایی که در توپخانه و زرهی بودند اکثراً توانایی‌های رزمی داشتند. افرادی که به بهداری می‌رفتند اطلاعات پزشکی داشتند. نیروهای مسن‌تر به تدارکات می‌رفتند. نیروهایی که در اختیار تبلیغات بودند بعضاً توان رزمی نداشتند لذا به تبلیغات اعزام می‌شدند که این موضوع برای واحد تبلیغات مشکل ساز بود. زیرا برخی سواد و دانش و مهارت لازم برای این کار را نداشتند و قاعدتاً کسی که بخواهد در تبلیغات هم به فرماندهان و رزمندگان روحیه دهد و هم روحیه دشمن را تضعیف کند و یا با تبلیغات خارجی مقابله کند، باید توانایی‌های خاص این کار را داشته باشد. جایی هم درکشور نبود تا موضوع تبلیغات به‌گونه‌ای علمی آموزش داده شود. بنابراین سپاه مجبور بود از نیروهای با تجربه خودش در امر روابط عمومی و تبلیغات استفاده کند و از این افراد در زمینه هنرهای نمایشی، ادبیات، هنرهای تجسمی، امور شهدا، ثبت و حفظ خاطرات رزمندگان بهره ببرد.

امیرحسین کیهان‌پناه
پژوهشگر
تاریخ جنگ

جنگ آغاز شده بود و ارتش مجهز عراق با نیروهای ویژه‌اش نقشه تصرف کامل خرمشهر را در سر داشتند؛ کم‌کم برخی نیروهای دشمن با نفوذ به شهر، بخش‌هایی از بندر را به اشغال خود درآوردند. در این سوی نبرد رزمندگان دفاع شهری، با کمترین امکانات همچنان از خانه و کاشانه مردم پاسداری می‌کردند. در جنگ و گریزهای شهری بچه‌های مقاومت خرمشهر ۲ نفر از متجاوزان را به اسارت می‌گیرند، عراقی‌های اسیر شده سخت به وحشت می‌افتند. یکی از بچه‌ها قصد خشونت دارد که بهنام محمدی نوجوان سیزده ساله او را از این کار منصرف می‌کند: «اینها اسیرند ما حق نداریم اذیتشان کنیم»

بهنام برای آنکه از وحشت آن دو بکاهد، می‌بوسدشان و دلسوزانه می‌پرسد: «شما چرا آمده‌اید اینجا؟»کلام دلسوزانه بهنام در برابر اسیران عراقی، از صفای باطن و عمل خالصانه او سرچشمه می‌گیرد. پرسش نوجوانی صادق از وجدان‌های خفته بشری که همچنان نظاره گر خوی تجاوزگری و آدم کشی تمامیت خواهان و زورمداران هستند.

اگر فرصت طلبانی همچون صدام بهره‌ای از خوی انسانی داشتند؛ شاید در زمینه‌سازی برای تجاوز به ایران، قدری درنگ می‌کردند و هرگز میلیون‌ها انسان مسلمان از دو کشور ایران و عراق قربانی دیکتاتوری و استبدادورزی صدامیان نمی‌شد. بزرگ‌ترین هزینه طولانی‌ترین جنگ دوران معاصر، قربانی شدن سرمایه‌های انسانی دو کشور و کمترین هزینه آن گسترش کینه و نفرت بین دو ملت و بحرانی نمودن منطقه بود؛ بررسی ریشه‌ها و زمینه‌های بروز جنگ عراق علیه ایران و پیامدهای ناشی از آن، درس‌های فراوان عبرت آموزی دارد که مطالعه و فهم درست آن چراغ فروزنده‌ای فرا راه ملت‌ها در ترویج فرهنگ گفتمان و پرهیز از جنگ و خونریزی است، چرا که در همه عرصه‌های تاریخی، همواره دیکتاتوران و تمامیت خواهان در پی فرصت طلبی بوده‌اند و بدون حضور مردمان آگاه بار دیگر فرعونیت خود را باز می‌یابند. در واقع چشم‌انداز همه جنگ‌ها مملو از تلخی‌ها، زشتی‌ها، ویرانی‌ها و نفرت پراکنی هاست؛ اما برای مردم تمدن ساز ایران دفاع در برابر دشمنان تجاوزگر سرشار از مقاومت، دلیری، حماسه و تجربه هست که با نقش آفرینی مردم در جنگ تحمیلی، آینده کشور را در برابر یورش دشمنان بیمه کرد.

روزی که صدام فرمان حرکت بزرگ‌ترین یگان زمینی خاورمیانه را به سوی مرزهای ایران صادر کرد، همچون همه دیکتاتورها اسیر توهم قدرت شده بود و هرگز نمی‌توانست واقع بینانه چگونگی امکان فتح سه روزه خوزستان را پیش‌بینی کند، چرا که در غیر این صورت و پس از تحمیل هشت سال جنگ و ویرانی بر مردمان عراق و ایران هرگز ناچار به پذیرش آتش بس نمی‌شد و موافقتنامه‌ای را که خود پاره کرده بود بار دیگر به دست نمی‌گرفت.

نزدیکی زمان وقوع هر دو پدیده انقلاب و جنگ بیانگر درهم تنیدگی تحولات ناشی از آنها و تأثیری است که بر بنیان‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی کشور دارند. همزمان با رهایی مردم ایران از بند استبداد شاهنشاهی و بروز بحران‌ها و تهدیدات امنیتی متنوع داخلی و خارجی که گریبانگیر کشور شده بود، صدام فرصت طلبانه از این شرایط پیچیده و ناموزون بهره گرفت و با چراغ سبز امریکا و شوروی و پشتوانه کمک‌های همه جانبه شیوخ حاشیه جنوبی خلیج فارس و کشورهایی مانند اردن و مصر جنگ را بر ایرانیان تحمیل کرد.

جنگ یکی از توطئه‌های گسترده دشمنان انقلاب اسلامی بود تا ایران را در دستیابی به اهدافش به شکست بکشاند و در دوره هشت ساله خود از فراز و فرودهایی برخوردار بود که در بسیاری موارد با بی‌تجربگی سیاستمداران و فرماندهان، آنچنان که می‌باید از فرصت‌های به‌دست آمده استفاده نشد. در این فرصت‌ها و موقعیت‌ها مسئولان کشور می‌توانستند با بکارگیری ظرفیت‌های میدان نبرد و صحنه دیپلماسی، توانمندی‌های خود را بر تدوین کارآمدی سیاست‌ها و راهبردها استوار سازند.

همچنین در جنگ تحمیلی نمی‌توان از حضور مؤثر و اداره کننده مردم در دفاع چشم پوشی کرد. پیش از نیروهای مسلح، این مردم مرزنشین بودند که در برابر تجاوز دشمن به دفاع برخاستند و پس از آن نیز پشتیبانی و همراهی سراسری مردم با نیروهای مسلح، اداره کننده جنگ بود. با وجود این پس از سپری شدن سی و سه سال از پایان جنگ برخی اسرار ناگفته و چرایی‌های ادامه جنگ، همچنان برای صاحبان اصلی دفاع نکته‌ای مگو مانده است. در حالی که هر پدیده اجتماعی و سیاسی در درون خود برخی نابسامانی‌ها و بی‌تدبیری‌ها را دارد و جنگ تحمیلی نیز از این وضعیت مستثنی نیست، اما در صورت بی‌توجهی و پاسخ ندادن به برخی ابهامات، نسل‌های بعدی نیز از جنگ و ادامه آن خواهند پرسید؛ آینده‌ای که در آن دوران، دست اندرکارانی از جنگ برای دفاع از عملکرد خود حضور نخواهند داشت اما تاریخ با اطلاعات و تحلیل‌های به‌جای مانده به قضاوت خواهد نشست.

یادداشت

دانشنامه آزادگان

مسعود امیرخانی
کارشناس
پژوهشکده
دانشنامه نگاری

رژیم بعثی صدام با هدف تصرف استان خوزستان و الحاق آن به کشور خود با تهاجمی گسترده در تاریخ ۳۱ شهریور ۱۳۵۹ به خاک کشورمان تعرض کرد. ایرانیان مسلمان گروه گروه از سراسر میهن عزیز به جبهه‌های جنگ شتافتند و با نشان دادن رشادت‌ها و شجاعت‌های بی‌نظیر به مقابله با ارتش تا دندان مسلح بعثی پرداختند. در این میان عده‌ای با اهدای جان ارزشمند و عده‌ای با جاگذاشتن اعضای بدنشان در جبهه‌ها تصویری ماندگار در تاریخ بلند این سرزمین کهن بر جای گذاردند. اما عده‌ای دیگر بودند که با ایستادگی و مقاومت مثال زدنی شان در اردوگاه‌های وحشت رژیم بعثی، برگ زرین و درخشانی بر کتاب پایمردی ایرانیان افزودند.

با وجود انتشار بیش از ۱۵ هزار عنوان کتاب در حوزه ادب پایداری در طول این سال‌ها، سهم انتشار کتاب‌های مرجع و فرهنگنامه و دانشنامه‌ها در این حوزه با خلأ جدی مواجه است. تألیف و انتشار دانشنامه آزادگان تلاشی در این راستا بود. این دانشنامه براساس توافق مشترکی میان بنیاد سابق دانشنامه نگاری ایران (پژوهشکده فعلی دانشنامه‌نگاری) و مؤسسه فرهنگی هنری پیام آزادگان در آبان‌ماه ۱۳۹۲شکل گرفت.

پس از انتخاب اعضای شورای علمی دانشنامه، که جملگی از آزادگان سرافراز کشور و چهره‌های مطرح فرهنگی، علمی و ادبی این حوزه هستند، جلسات شورای علمی آغاز شد و معماری دانشنامه از حیث مسائل علمی و فنی طرح‌ریزی و سیاستگذاری شد و در نهایت پس از برگزاری بیست ویک جلسه شورای علمی، فهرست مداخل نهایی شد. پژوهشکده دانشنامه‌نگاری به‌منظور ارتقای سطح علمی کار، چند کارگاه آموزشی دانشنامه‌نویسی با توجه خاص به مبحث اسارت برگزار کرد. متأسفانه علیرغم برگزاری منظم جلسات شورای علمی و انجام اقداماتی نظیر مأخذیابی و مدخل گزینی، به مدت سه سال در کار دانشنامه وقفه افتاد و عملاً هیچ فعالیتی در آن صورت نگرفت.

خوشبختانه از نیمه دوم سال ۱۳۹۵ فعالیت دانشنامه از سر گرفته شد و ضمن بازنگری مداخل، سفارش نگارش مقالات آغاز شد.

معیار اصلی در انتخاب مداخل این دانشنامه «ارتباط موضوعی با بحث اسارت و میزان اهمیت آنها» است. مداخل انتخابی در مقولات زیر دسته‌بندی شده‌اند:

مکان‌های نگهداری اسرا (اردوگاه‌ها)

تعدادی از چهره‌های شاخص دوران اسارت (حاج آقای ابوترابی، شهید لشگری، شهید تندگویان و...)

حوادث شاخصی که در اردوگاه‌ها رخ داده و نقطه عطفی در دوران اسارت قلمداد می‌شود؛ (عاشورای ۶۸ در اردوگاه ۱۲، رحلت امام)

معرفی برخی از آثار ادبی و هنری اسارت (مزین به تقریظ مقام معظم رهبری یا کتاب‌های خاص که موضوعی در دوران اسارت را پوشش می‌دهد مثل اسیر کوچک/ما هشت نفر/ چه کسی قشقرها را می‌کشد)

اشاره به مسائل حقوقی (قوانین بین‌المللی و حقوقی)

و نیز مسائل فردی و اجتماعی دوران اسارت (بهداشت، آموزش، بیماری‌ها، امکانات، ابتکارات و مانند آن.)

تعداد واژگان هر مدخل، بسته به میزان اهمیت آن، متفاوت است و در این دانشنامه مقالاتی کوتاه، متوسط و بلند به‌چشم می‌خورد. در نگارش مقالات، هم از آزادگان فرهیخته و اهل قلم بهره برده شد، هم از سایر نویسندگان و دانشنامه نگاران. شیوه کار به این شکل بود که کلیات محتوا و رئوس مطالب هر مدخل در اختیار نویسنده قرار می‌گرفت که در مدت زمانی مشخص فرصت داشت تا با مراجعه به اسناد و مطالب منتشره، نسبت به نگارش و تحویل مقاله اقدام نماید.

مهمترین مشکل در مسیر نگارش مقالات این دانشنامه، کمبود انباشت علمی و پژوهشی در موضوع اسارت بود.

با وجود انتشار آثار متعدد و متنوع در این حوزه، همچنان مباحث این حوزه از لحاظ تاریخی به حد کافی تبیین نشده است، زیرساخت‌های پژوهشی آماده نیست و فرهنگنامه‌ها و دیگر آثار مرجع در این حوزه آن‌طور که بایسته و شایسته است منتشر نشده است.

در این دانشنامه بخش مهمی از اطلاعات از رهگذر مصاحبه با چهره‌های شاخص و حاضر در آن مقطع کسب شده است و تلاش شده تا واقعیات موضوع به صورت کاملاً مستند عرضه شود و اسناد و منابع معتبر آن ذکر گردد.

مقالات، پس از دریافت، مورد ارزیابی محتوایی و نگارشی قرار گرفتند: در ارزیابی محتوایی، محتوای مقاله از نظر استنادی و مطابقت با حقایق و در ارزیابی نگارشی، تناسب با موضوع مقاله، برخورداری از لحن دانشنامگی، انسجام درونی و توالی منطقی مباحث مدنظر بود.

در صورتی که مقالات در این دو مرحله، نیازمند اصلاحات بود، به مؤلف بازگردانده می‌شد تا ظرف مدت زمانی معین به اصلاح آن همت گمارده و آن را بازگرداند. پس از بررسی مجدد و اطمینان از اصلاحات انجام شده، مقاله برای سیر مراحل ویراستاری ادبی و صوری و محتوایی ارسال می‌شد. در نهایت، نسخه نهایی دانشنامه در اختیار مؤسسه پیام آزادگان و مورد بازبینی نهایی و اصلاحات آخر قرار گرفت.

■ دانشنامه آزادگان در یک نگاه

شورای علمی دانشنامه: بیژن کیانی شاهوندی، حسن بهشتی‌پور، علی محمد احدطجری، محمدرضا کائینی، فریبرز خوب‌نژاد، مجید غلاث، رضا ملکی

دبیر علمی: دکتر منوچهر اکبری

معاون دبیر علمی و کارشناس دبیرخانه: مسعود امیرخانی

داور محتوایی: حسن بهشتی پور

ویراستار ادبی: دکتر اصغر اسمعیلی

بازبینی نهایی: فریبرز خوب نژاد

تعداد مداخل: ۱۳۴ مدخل

۱۰۰ مقاله را نویسندگان غیرآزاده نوشته‌اند

۳۴ مقاله را نویسندگان آزاده نوشته‌اند

تعداد نویسندگان: ۵۰ نویسنده

۳۲ نویسنده غیرآزاده بوده‌اند

۱۸ نویسنده آزاده بوده‌اند

دانشنامه آزادگان دانشنامه‌ای خاص و شاید کم‌نظیر در ایران و جهان باشد که برای ترسیم مقاومت اسیران آزاده ایرانی، قابلیت ترجمه به زبان عربی و انگلیسی را دارد.