

Ewa Hauser

Jan Szelaǳewicz

Spółeczeństwo zdeinformowane, czyli jak sprzedawano Amerykanom wojnę w Iraku.

ABSTRACT

Żaden rząd nie może wypowiedzieć wojny bądź prowadzić działań wojennych bez poparcia narodu. Podobnie było w przypadku wojny w Iraku rozpoczętej w 2003 roku. Poprzedziła ją burzliwa kampania propagandowa, mająca na celu przekonanie narodu amerykańskiego o zyskach, jakie niosła operacja "Iraqi Freedom". Była to pierwsza w historii Stanów Zjednoczonych kampania zakrojona na tak szeroką skalę: udział w niej wzięli najwyżej postawieni członkowie administracji, na czele z prezydentem Georgem W. Bushem. Niestety ogromna część tejże kampanii opierała się na przedstawianiu Amerykanom informacji nieprawdziwych bądź w żaden sposób niepotwierdzonych. Wiele źródeł wskazuje również na to, że administracja Busha była tak bardzo przekonana do swoich racji w kwestii Iraku, że zdarzały się przypadki wywierania nacisków przez kancelarię wiceprezydenta na agencje wywiadowcze. Oficerowie tajnych służb mieli dostarczać władzy wykonawczej danych, które uzasadniałyby konieczność interwencji wojskowej mającej na celu rozbrojenie reżimu Husajna. Wykład nakreśli mechanizmy rządowej kampanii propagandowej oraz przedstawi, jak administracja Busha wykorzystała informacje dotyczące rzekomych powiązań Iraku z Al-Kaidą oraz planów zakupu rud uranu przez reżim Saddama. Analizie poddane zostaną wystąpienia wysoko postawionych członków administracji amerykańskiej: wiceprezydenta, sekretarza obrony czy nawet samego prezydenta oraz najważniejsze z propagandowego punktu widzenia wystąpienie sekretarza stanu Colina Powella przed Radą Bezpieczeństwa ONZ.