

**Кризис 1990 – 1991 гг. в Персидском заливе:
роль СМИ в формировании общественного мнения в США**
Стариченок Валентин Васильевич

Аспирант

БГПУ имени Максима Танка, г. Минск, Республика Беларусь

E-mail: society2004@mail.ru

В последнее время остро обсуждается проблема влияния (средств массовой информации) на решения президентской администрации США внешнеполитического характера и американское общественное мнение по этим проблемам. В центре дискуссии стоит вопрос о том, насколько сильно они влияют и влияют ли вообще на эти решения. Одним из наиболее интенсивно освещаемых СМИ событий истории США было их участие в урегулировании кризиса в Персидском заливе, связанным с захватом Кувейта Ираком. Какую позицию заняла администрация Дж. Буша по этому вопросу, как она соотносилась с освещением в СМИ, насколько сильно влияли последние на общественное мнение? В данном исследовании предпринята попытка ответить на эти вопросы.

Накануне вторжения Ирака в Кувейт политику США по отношению к Багдаду можно было охарактеризовать как дружественную, на чем средства массовой информации не акцентировали внимания [2, С. 15; 6; 9]. Американская общественность не была настроена против Ирака. Президент на следующее утро после вторжения заявил, что не будет применять вооруженные силы даже, если Кувейт попросит помощи [4, С.5]. Но администрация президента изменила свою позицию по отношению к Ираку и перешла от простого осуждения агрессии, потребовав в ультимативной форме от С. Хусейна вывести войска из Ирака. Это создало необходимость обосновать перед американцами поддержку Соединенными Штатами правительства Кувейта и принятия жестких мер для пресечения агрессии Ирака. Мощную поддержку соответствующей политике президентской администрации оказали СМИ. Они в целом приняли точку зрения президентской администрации, негативную по отношению к Ираку [6].

Формированию общественного мнения способствовали такие факторы, как придание широкой огласке в СМИ взятия американских граждан, находившихся в Ираке и Кувейте, в заложники, демонстрация проявлений жестокости иракцев, преувеличение военных возможностей Ирака, акцентирование внимания на возможности использования С. Хусейном ядерного оружия и оружия массового поражения [3; 6]. Последний представлялся как безжалостный и кровожадный диктатор, нарушающий права человека в своей стране, желающий сокрушить мировой порядок и уничтожить молодую демократию в Кувейте, а в дальнейшем в Саудовской Аравии. Результатом явилось то, что большинство американцев поддержали действия президентской администрации, направленные на пресечение иракской агрессии.

Освещения этих событий привлекли необычайно пристальное внимание американцев к данной проблеме. Интенсивность новостей о кризисе в Персидском заливе с самого начала была очень высокой, а к концу войны достигла максимальных показателей. Соотношение между новостями из этого региона и событиями, которые были на втором месте по уделенному СМИ вниманию в начале кризиса, составляло 9,2 к 1, в октябре это соотношение снизилось до 1 к 1,7, а к концу войны достигло 30 к 1 [7, С. 46]. То есть о войне в Персидском заливе во время боевых действий рассказывалось СМИ как минимум в 30 раз больше, чем о любом другом событии.

Во время воздушной операции США против Ирака, американцы были прикованы к экранам телевизоров, по которым показывали успешные боевые вылеты сил коалиции. В течение первых недель после начала операции четверть населения Америки хотя бы раз в сутки следили за последними новостями Си эн эн [1; С. 69]. Нью-йоркская полиция доложила о снижении преступности и резком уменьшении убийств в городе в течение нескольких дней после начала воздушной войны [10, С. 171].

По словам председателя Комитета начальника штабов К. Пауэлла, общественность, наблюдая успешные боевые вылеты американских самолетов, приобретала уверенность в профессионализме, подготовленности и оснащенности сил коалиции. Такого чувства у них не было со времен Второй мировой войны. По телевизору общественность США видела уверенных в своих действиях политиков и военных.

При этом, освещение событий в Персидском заливе со стороны американских СМИ было тенденциозно. В исследовании, проведенном Массачусетским университетом, доказано, что информация, которую давали СМИ, намеренно искажалась. Граждане, которые больше времени уделяли просмотру новостей, были более агрессивно настроены по отношению к Ираку, одобряя применение военной силы. Исследователи писали, что если СМИ будут подавать целостную картину, то количество граждан, которые поддерживают войну, уменьшится [8, С. 14-15, 50-52]. Профессор Д. Келнер считал, что телевидение сделало огромную рекламу военным. За несколько месяцев страна была наводнена картинами войны, было показано, как в действительности используются новейшие военные технологии. На фоне успеха американской армии население США не придавало жестокостям войны большого значения. По словам журналиста Д. Хэлберстама, кадры уничтожения иракской армии казались в глазах американцев национальной видеоигрой [5, С. 153]. Можно согласиться с Д. Келлнером в том, что освещение СМИ военных действий в Персидском заливе способствовало перемене в настроениях общественности от неприятия войны и военных к усилению милитаристских настроений среди американцев [6, С. 421].

Таким образом, для обоснования необходимости защитить Кувейт и восстановить независимость последнего администрация Дж. Буша активно обосновывала свою позицию перед гражданами США, формируя общественное мнение, негативное по отношению к Ираку. Активно поддержали ее в этом СМИ, особенно телевидение. Интенсивное освещение боевых действий против Ирака в свою очередь способствовало усилению милитаристских настроений среди американцев. Все это говорит о самостоятельности решений президентской администрации, принятых независимо от СМИ или общественного мнения.

Литература

1. Агуреев А.Н. (1991) Си-Эн-Эн одерживает победу // США: экономика, политика, идеология. 1991, № 10.
2. Adelman M.A. (1991) Oil Falacies. // Foreign Policy, № 82.
3. Bundy Mc George (1991) Nuclear Weapons and the Gulf // Foreign Affairs, № 4.
4. Gergen D. (1991/1992) America's Missed Opportunities // Foreign Affairs, № 1.
5. Halberstam D. (2001) War In a Time of Peace: Bush, Clinton and the generals. New York: Scribner.
6. Kellner D. (1992) The Persian Gulf TV War. Boulder, CO: Westview Press.
7. LaMay C. (1991) By the Numbers // The Media at War: The Press and Persian Gulf Conflict / ed. by La May C., FitzSimon M., Sahadi J. New York: Columbia University, Freedom Forum Foundation Media Center.
8. Lewis J., Jhally S., Morgan M. (1991) The Gulf War: A Study of the Media, Public Opinion and Public Knowledge // Propaganda Review, № 8.
9. MacArthur J.R. (1992) Second Front: Censorship and Propaganda in the Gulf War. New York: Hill and Wang.
10. Walker M. (1991) Victory and Delusion // Foreign Policy, № 83.