

プロパガンダ（恣意的な宣伝）

毎日新聞（2003.1.23）より

（青太字は引用者による）

広告代理店による戦争キャンペーンが拡大したのは湾岸戦争からだ。イラクに侵攻されたクウェート政府は複数の米広告会社と契約、これらの会社はイラク軍の残虐さを強調するキャンペーンを行った。「**保育器スキャンダル**」として語り継がれているのは、駐米クウェート大使の娘に看護婦と名乗らせ、米議会で「クウェートを占領したイラク軍が、病院の保育器から赤ん坊を引っ張り出し、床に放置して殺した」と証言させたことだ。「ハーパーズ・マガジン」のジョン・マッカーサー編集長によると、この証言には大手広告社ヒル・アンド・ノールトンが関与していた。現地調査で証言内容を否定した同編集長は言う。「**真実が分かった時、うそはすでに役目を終え、世論を動かすことに成功していたんです**」

サンフランシスコ在住のジャーナリスト、ノーマン・ソロモン氏は、プロパガンダはいまや軍事作戦と同じぐらい重要だ、と指摘。「テレビは提供された戦争の映像を流し、軍事作戦名を字幕で使用する。これだけでも政府は報道をかなり操作できる」と語る。