

# هوليوود، الخشب المقدس ولعبة الاستخبارات

كتبه نون بوست | 27 يناير، 2014



ظهر أول تنسيق علني بين وكالة الاستخبارات المركزية الأمريكية في سنة 1996 عندما أعلنت الوكالة عن إنشاء مكتب للتنسيق مع عالم الترفيه ولتقديم خبرة امستشاريها لفائدة صناع السينما. ومنذ ذلك الحين سلطت أعين الخبراء على الدور الذي تلعبه الاستخبارات الأمريكية في دنيا السينما الأمريكية عامة وهوليوود عامة.

وحسب ما نقلته DW عن خبير عربي في قضايا الإعلام، فإن هوليوود تعمل على الترويج للسياسة الخارجية الأمريكية من خلال أفلام تقدم الدعاية المباشرة لأجهزة التجسس الأمريكية. كما أن الاستخبارات الأمريكية نجحت في فرض سيطرة الوكالة على صناعة الترفيه في العالم.

تريشيا جنكيز، مؤلفة كتاب "دور السي آي آيه في هوليوود"، ترى بأن تدخل الوكالة في صناعة الأفلام وصل لذروته خلال الحرب الباردة، حيث هدفت الاستخبارات الأمريكية إلى صياغة السياسة الخارجية الأمريكية بشكل يستطيع كسب القلوب والعقول في الخارج، وذلك من خلال "مركز أبحاث لمكافحة الأيديولوجية الشيوعية تابع للوكالة الاستخباراتية، مهمته التفاوض من أجل شراء حقوق نصوص الروايات وتحويلها إلى أفلام للترويج للسياسة الأمريكية، وتعزيز صورة الحياة الأمريكية في العالم".

وحسب الكتاب، ركزت الأفلام على "أخلاقية المنظمة السرية التي نادراً ما تخطئ"، وعلى "تقديم

المبررات لجميع عملياتها السرية غير الأخلاقية"، وعلى رسم صورة عامة كبيرة بأنه "لا أمن للولايات المتحدة من دون عمل جواسيس الوكالة".

وخلال تلك الفترة أنتجت هوليوود تحت رعاية "السي آي آيه" مجموعة من المسلسلات مثل، "ليس و24 ساعة"، التي أعطت انطباعا بان عملاء الوكالة هم كائنات خارقة وغير عادية، وفيلم "آرغو"، الذي جاء وفقا للعديد من المحللين دعاية لا يمكن إنكارها لتجنيد عملاء جدد للوكالة.

لوراسشي، رئيس إدارة الرقابة الأجنبية والمحلية على الأفلام الأمريكية، كشف بدوره أنه كان يعمل لصالح الوكالة، وكان يرسل تقاريره عن الرقابة على الأفلام لتعزيز صورة الولايات المتحدة في الخارج أثناء الحرب الباردة.

تيد جب، مؤلف كتاب "الحياة والموت السري في وكالة الاستخبارات المركزية"، قال: "على مدار عقود الحرب الباردة لم تهتم وكالة السي آي آيه بتقديم ما يحسن صورتها في أفلام هوليوود، بقدر ما كانت تهتم بتقديم صورة مثالية عن الحياة الأمريكية، ولكن مع نهاية الحرب الباردة أدركت أنها بحاجة إلى إصلاح شامل لصورتها دوليا، لقد أدركت أخيرا أن التأييد الشعبي لميزانيتها أصبح يواجه خطرا كبيرا، ولذا فإنها بادرت إلى إنشاء مكتب التنسيق بينها وبين هوليوود عام 1996".

تشويه صورة العربي والمسلم

تعمل هوليوود على التنميط وعلى تشكيل صورة ذهنية واحدة تتلخص في العربي الإرهابي والمسلم القاتل، ويرى خبراء أن "السينما المستوردة من هوليوود تمثل غزوا ناعما للعقول قد لا ندرك خطورته، ولكن الجيل المقبل سيعيش مرحلة من نكران الهوية، خاصة بعد تفتت البلاد العربية وتغلغل وسائل التواصل الحديثة".

وتقول DW: "كل الشواهد الناتجة من هوليوود تؤكد بلا شك وجود اتفاق على إظهار العربي والمسلم بصورة بشعة، قاتل وضع جاهل يسعى وراء الملذات"، ويلخص الكاتب بحثه بالقول بأن سمات المسلم في هوليوود هي:

خائن مكار يتخلى عن دينه في أتفه المواقف

همجي شرير لا يتورع عن القتل وسفك دماء الأبرياء

غادر وعنيف محب للحرب، بربري وقاس ثري

تم تربيته من الطفولة على حب القتل والعنف والتعذيب والانتقام.

الأطفال يشجعون آبائهم على عمليات القتل.

منبهر بالحضارة الغربية.

رابط المقال : [/https://www.noonpost.com/1662](https://www.noonpost.com/1662)