

ترجمان رسانه

دلقک‌ها و آدمکش‌ها
> نقش سازمان سیا در هالیوود
تریشیا جنکینز
امیریزدیان



سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

این اثر ترجمه‌ای است از:

THE CIA IN HOLLYWOOD

How the Agency Shapes Film and Television

Tricia Jenkins

University of Texas Press / 2012

سرشناسه: جنکینز، تریشا

Jenkins, Tricia

عنوان و نام پدیدآور: دلکها و آدمکشها: نقش سازمان سیا در هالیوود /

تریشا جنکینز؛ ترجمه امیر یزدیان.

مشخصات نشر: تهران: ترجمان علوم انسانی، ۱۳۹۲.

مشخصات ظاهری: ۲۸۰ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۲۷۹۴-۰-۵

وضعیت فهرست نویسی: نفیبا

یادداشت: عنوان اصلی: The CIA in Hollywood: how the agency

shapes film and television, ۲۰۱۲.

عنوان دیگر: نقش سازمان سیا در هالیوود.

موضوع: سازمان سیا -- در سینما

موضوع: سازمان سیا -- تأثیر

موضوع: فیلم‌های جاسوسی -- ایالات متحده -- تاریخ و نقد

موضوع: جاسوسی در سینما

موضوع: سینما -- ایالات متحده -- جنبه‌های سیاسی

موضوع: سینما -- ایالات متحده -- صنعت و تجارت

موضوع: تلویزیون -- ایالات متحده -- برنامه‌های جاسوسی -- تاریخ و نقد

شناسه افزوده: یزدیان، امیر، ۱۳۶۳ - مترجم

رده بندی کنگره: ۹۱۳۹۳/۹/۹۱۳۹۵/۹

رده بندی دیویی: ۷۹۱/۲۳۶۵۱

شماره کتابشناسی ملی: ۲۷۵۲۰۲۱

ناشر: ترجمان علوم انسانی

نویسنده: تریشیا جنکینز

مترجم: امیریوزیان

سرپرستار: سعید زاهدی

ویراستار: رخشان ثابتی

مقابلہ گز: محمد عبداللہی

ناظر چاپ: امیر حسین ندیری

صفحه آرا: میثم شریف العلمانی

طراح جلد: سعید ملک

نوبت چاپ: اول، پاییز ۱۳۹۴

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

ترجمان: تهران، خیابان نجات اللہی، خیابان اراک،

پلاک ۴۶، طبقه ۴، تلفن: ۱۸۰ و ۸۸۸۵۲۳۱۴

پست الکترونیک: info@tarjomaan.com

حقوق چاپ و نشر در قالب های کاغذی،

الکترونیکی و صوتی، انحصاراً برای انتشارات

ترجمان علوم انسانی محفوظ است.

۷	مقدمه‌ی مترجم
۱۱	تقدیر و تشکر
۱۵	مقدمه‌ی نویسنده
	نقش و ساختار سیا
	سیا در هالیوود در دوران جنگ سرد
	طرح کلی کتاب
۳۵	فصل اول — عوامل خودسر، آدم‌کش‌ها و دلقک‌ها؛ بازتمایی سیا در سینما و تلویزیون
	ریشه‌های تاریخی تصویر سیا در سینما و تلویزیون
	بازتمایی‌های مثبت
	عوامل دیگری که در ترسیم چهره‌ی منفی از سیا دخیل‌اند
	آیا سیا قربانی هالیوود است؟
	انگیزه‌ی همکاری با هالیوود
۶۵	فصل دوم — گمشودن درها؛ سیا چرا و چگونه با هالیوود همکاری می‌کند
	عوامل تاریخی تاثیرگذار بر آغاز همکاری سیا با هالیوود در دهه‌ی ۱۹۹۰ میلادی
	آلدریج ایمز و پرونده‌های طبقه‌بندی‌شده‌ی سیا
	سیا و هالیوود: نقش اداره‌ی تعامل با صنعت سرگرمی
۹۹	فصل سوم — ضروری و شایسته؛ نقش سیا در مجموعه‌ی آژانس و فیلم هم‌پیمان با جاسوسان
	همکاری سیا: امکانات و اهداف
	حضور باثرو بردن در هالیوود
	هم‌پیمان با جاسوسان
	آژانس

آژانس: بعد از قسمت آزمایشی
برخورد انتقادی و نتایج

۱۲۷

فصل چهارم — دوران ماموریت چیس براندون

«جذب» اعضای جدید با مجموعه‌ی آلیاس

دی‌وی‌دی فیلم تازه سریاز

ارتقای وجهه‌ی سیا

بازبینی فیلم عضو جدید

مجموعه‌ی همه‌ی ترس‌ها

«تروریست‌ها هم تلویزیون تماشا می‌کنند»: فن‌آوری و ارباب

برقراری و حفظ روابط

نتیجه‌گیری

۱۶۱

فصل پنجم — معانی اخلاقی و قانونی حضور سیا در هالیوود

متنم اول قانون اساسی و حق آزادی بیان

اصالت یا تبلیغات به جای آموزش

تبلیغات برای خودبزرگ‌نمایی

ارتباطات مخفی

نتیجه‌گیری

۱۸۷

فصل ششم — آخرین گزینه‌های ما در هالیوود: افسران بازنشسته‌ی سیا و

فیلم‌های مستند - درام هالیوودی

نقش افسران بازنشسته‌ی سیا در هالیوود

علت مخالفت مقامات سیا با فیلم‌های *سیرینا* و *جویان خوب*

مشکل خاص فیلم‌های مستند - درام

۲۱۵

نتیجه‌گیری

۲۲۳

پی‌نوشت‌ها

۲۵۳

منابع

۲۶۷

فهرست فیلم‌ها

۲۷۵

نمایه

مقدمه مترجم

منی خواهم در مقدمه سیر مطالب کتاب را به خواننده‌ی محترم یادآوری کنم چرا که خانم تریشیا جنکینز در مقدمه خوب از عهده‌ی این معرفی برآمده است. پس این جا فقط به سه موضوع اشاره می‌کنم:

یک. ترجمه‌ی اثر از دو نظر اهمیت دارد، جذابیت موضوع کتاب و ارائه‌ی مستندات. در سال‌های اخیر همایش‌ها و گفت‌وگوهای متعددی درباره‌ی صنعت فیلم‌سازی هالیوود و تاثیرگذاری و تاثیرپذیری‌اش در ایران برگزار شده است. جالب است که به بررسی ابعاد مختلف این رابطه‌ی مهم آن هم از منظر یک عضو جامعه‌ی علمی آمریکا توجه کنیم.

تاثیرگذاری اثر علمی در فضای بین‌المللی مستلزم بای‌بندی به روش‌هایی مستدل و بهره‌مندی از منابعی معتبر است تا مبادا رقیب ما را به نگاه جانب‌دارانه و مبتنی بر نظریه‌ی توهم توطئه متهم کند. دسترسی خانم تریشیا جنکینز به مستندات و آثار علمی دست اول امتیاز کتاب اوست. کتاب حاضر بخشی از عطش جامعه‌ی دانشگاهی علاقه‌مند به موضوع را رفع خواهد کرد و استفاده‌ی او از مطالب و ادعاهای مستند به بسط هر چه بیش‌تر و بهتر گفتمان کنونی کمک می‌کند. روشی که نویسنده برای طرح مدعایش در پیش گرفته برای طیف دانشگاهی راه‌گشاست. خانم جنکینز سعی کرده همه‌ی جوانب رابطه‌ی سیا و هالیوود را به صورت علمی و مستند ارزیابی کند. همین رویکرد نویسنده که از دریافت عمومی فاصله گرفته و در ارائه‌ی توضیحات و تحلیل‌ها تحت تاثیر نظریه‌ی توهم توطئه قرار نگرفته اثر او را به تحقیقی دانشگاهی نزدیک‌تر کرده است. او با ارائه‌ی تحلیل‌ها و توصیف‌هایی مستند، راه را برای هرگونه برخورد غیرمنصفانه‌ی مقامات سیا بر خود بسته است و صرفاً به ایده‌ی ذهنی اولیه پسندیده نکرده است.

دو. انتشار اثر در ایالات متحده آمریکا با واکنش‌های اشخاص و نهادهای علمی و سیاسی روبه‌رو شد. البته روی‌کرد کلی واکنش‌ها را باید مثبت ارزیابی کرد.^۱ نکته‌ی قابل‌تأمل در بازخوانی واکنش‌ها نسبت به اثر، نگاه مسئولان سازمان اطلاعات مرکزی است. وب‌سایت سیا در یادداشتی کتاب تریشیا جنکینز را معرفی و بررسی کرد و بعد از توضیح کوتاهی درباره‌ی فصول مختلف اثر یادداشت را با جمله‌ای قابل‌تأمل به پایان رساند «کتاب سیا در هالیوود از نگاه یک نویسنده روایتی جذاب است».^۲ قضاوت این جمله را می‌گذارم به عهده‌ی خوانندگان، اما وقتی من از نویسنده سوال کردم «آیا انتظار چنین واکنشی را از طرف سیا داشتید؟» او گفت «در واقع این واکنش برای من هم جالب بود. انتظار داشتم خیلی بیش‌تر از کتاب انتقاد کنند.» اثر جنکینز را باید توصیفی روشن و موجز درباره‌ی حضور فعال سیا در هالیوود از اواسط دهه‌ی ۱۹۹۰ میلادی به بعد دانست. او معتقد است حضور فعال مقامات ارشد سازمان امنیتی ایالات متحده الزامی شناخته شده است و برای همین مقامات سیا تلاش می‌کنند به واسطه‌ی این تعامل برنامه‌هایی را هدف‌نشان تولید کرده و روانه‌ی بازار کنند. نویسنده هم تلاش می‌کند پیشینه و ابعاد پنهان رابطه‌ی سیا و هالیوود را برای مخاطب آشکار کند. نقطه‌ی عطف این ارتباط حوادث ۱۱ سپتامبر است. از این زمان انتقادات از دستگاه امنیتی ایالات متحده و به‌خصوص سازمان اطلاعات مرکزی آغاز می‌شود و سیا آماده می‌شود وجهه‌ی در معرض‌خطرش را ترمیم کند و مسئله‌ی چالش برانگیز این جا نمایان می‌شود:

نویسنده به تولید فیلم‌ها و سریال‌هایی اشاره می‌کند که به محض وقوع حوادث ۱۱ سپتامبر و با موضوع هشدار درباره‌ی خطر تروریست‌ها و عملیات‌های تروریستی در خاک ایالات متحده تولید شده‌اند. پرسشی که بعد از مطالعه‌ی کتاب به ذهن می‌رسد این است که چرا تولید و زمان بخش این مجموعه‌ها با وقوع حوادث ۱۱ سپتامبر مصادف شده است؟ هرچند بنا بر آن‌چه در ابتدا گفتم، از اواسط دهه‌ی ۱۹۹۰ میلادی، مقامات سیا برای ترمیم چهره‌شان بین افکار عمومی به استفاده از صنعت سرگرمی روی آوردند اما، به نظر می‌رسد سیا از پیش برای

1. http://www.salon.com/28/02/2013/ls_hollywood_secretly_in_bed_with_the_cia_partner/

<http://www.h-net.org/reviews/showrev.php?id=35635>

<http://inmedia.revues.org/558>.

<http://business.highbeam.com/434953/article1-G286029257-1/lights-camera-covert-action>

2. <https://www.cia.gov/library/center-for-the-study-of-intelligence/csi-publications/csi-studies/studies/vol.-57no.-1-a/Intelligence-officer2019s-bookshelf.html>.

راه‌اندازی کمپین تبلیغاتی همه‌جانبه‌ای آماده بود. جالب این‌که تریشیا جنکینز در بخش‌هایی از کتاب با ذکر نقل‌قول‌هایی سعی می‌کند به مخاطب یادآوری کند که قبل از حوادث ۱۱ سپتامبر، مسئولان نهادهای امنیتی ایالات متحده آمریکا احتمال وقوع حملات تروریستی به‌ویژه گروه القاعده-را پیش‌بینی کرده بودند.

دکتر تریشیا جنکینز، استادیار دانشکده‌ی ارتباطات دانشگاه مسیحی تگزاس، تحقیقات اخیرش را به شیوه‌ی فعالیت سازمان اطلاعات مرکزی ایالات متحده در هالیوود متمرکز کرده است. کتاب حاضر یکی از نتایج همین تحقیقات است که مارس ۲۰۱۲، انتشارات دانشگاه تگزاس روانه‌ی بازار کرد.

امیدوارم خوانندگان محترم از نگاه تازه‌ی کتاب بهره ببرند، به رابطه‌ی پنهان سازمان اطلاعات مرکزی و هالیوود پی ببرند و در جست‌وجوی یافتن پاسخی مناسب باشند برای پرسش‌هایی شبیه آن‌چه در ابتدا گفتیم. واضح است که برگردان مفاهیم از زبان مبدا به مقصد همواره با کاستی‌هایی همراه است، پس پیشاپیش برای اشتباه‌ها و نواقص احتمالی از شما خوانندگان محترم عذر می‌خواهم و خواهش می‌کنم پیشنهادها و انتقادهایتان را از من دریغ نکنید.^۱

امیرزیدیان

اسفند ۱۳۹۲

مقدمه

مدت‌هاست نهادهای وابسته به دولت ایالات متحده برای ارتقاء تصویر عمومی‌شان در رسانه‌های جمعی، نیروهای را در اداره‌ی تعامل با صنعت سرگرمی به کار گرفته‌اند. مثلاً، پلیس فدرال آمریکا، اف‌بی‌آی، در دهه‌ی ۱۹۳۰ اداره‌ای را تأسیس کرد تا از این نهاد در برنامه‌های رادیویی، فیلم‌های سینمایی و نمایش‌های تلویزیونی تصویر مناسبی ارائه کند. این اداره فیلم‌هایی مانند *ماموران ویجوی اف‌بی‌آی*^۱ (۱۹۳۵) و *داستان اف‌بی‌آی*^۲ (۱۹۵۹) و مجموعه‌ی *تلویزیونی اف‌بی‌آی*^۳ (۱۹۷۲-۱۹۶۵) را تولید کرد. از سال ۱۹۷۴ وزارت دفاع ایالات متحده هم تلاش کرد تصویر مناسبی از این وزارت در رسانه‌ها ایجاد کند. امروزه، نیروی زمینی، نیروی دریایی، نیروی هوایی، تفنگ‌داران دریایی، گارد ساحلی، سازمان امنیت ملی و سازمان جاسوسی اداره‌ی سینمایی و تلویزیونی دارند و یا میان حقوق‌بگیرانشان چند مشاور رسمی رسانه. مراکز دولتی امروزه با تینسل‌تون^۴ همکاری می‌کنند و شاهد این ادعا، مشارکت آن‌ها در پروژه‌ی هالیوود، سلامتی و جامعه است. پروژه‌ای که بخشی از سرمایه‌اش را مراکز کنترل و پیش‌گیری از بیماری^۵ و موسسات ملی سلامت^۶ تأمین کرده‌اند. این نهادها درباره‌ی موضوعات مرتبط با سلامتی اطلاعاتی دقیق و به‌روز در اختیار دست‌اندرکاران صنعت سرگرمی قرار می‌دهند.

سازمان اطلاعات مرکزی آمریکا از سال ۱۹۴۷ فعالیتش را آغاز کرد، اما این سازمان آخرین

1. G Men

2. The FBI Story

3. The F.B.I.

4. Tinsel town:

اصطلاحی که برای اشاره به هالیوود یا جهان پرزرق و برقی که ساخته و پرداخته‌ی هالیوود است استفاده می‌شود. -م-

5. Centers for Disease Control and Prevention

6. National Institutes of Health

نهاد مهم دولتی بود که با صنعت سینما روابطی رسمی برقرار کرد. در حقیقت، این سازمان تا اوایل دهه ۱۹۹۰ هیچ برنامه‌ی مهمی در صنعت سرگرمی نداشت. مسوولان سازمان در سال ۱۹۹۶، جیس براندون^۱ نخستین مسئول اداری تعامل با صنعت سرگرمی را استخدام کردند. شاید تلاش‌های متاخر این سازمان در سینما و تلویزیون موجب شده است تا نسبت به دیگر سازمان‌های دولتی تحقیقات علمی کمی برای بررسی همکاری‌ها، انگیزه‌ها و روش‌های سیا انجام شود. البته در شرایطی که این سازمان تا قبل از این بر محتوای بسیاری از آثار سینمایی و تلویزیونی تاثیر گذاشته، تحقیقات علمی کم در این زمینه تعجب‌آور است. آثاری مانند مجموعه‌ی *تلویزیونی نیروی دریایی آمریکا*^۲ (۲۰۰۵-۱۹۹۵)، *دشمن دولت*^۳ (۱۹۹۸)، *هم‌پیمان با جاسوسان*^۴ (۱۹۹۹)، *آژانس*^۵ (۲۰۰۳-۲۰۰۱)، *مجموعه‌ی تلویزیونی آلیاس*^۶ (۲۰۰۶-۲۰۰۱)، *مجموعه‌ی تلویزیونی ۲۴*^۷ (۲۰۱۰-۲۰۰۱)، *رفیق بد*^۸ (۲۰۰۲)، *مجموعه‌ی همدی‌ترس‌ها*^۹ (۲۰۰۲)، *عضو جدید*^{۱۰} (۲۰۰۳)، *عملیات مخفی*^{۱۱} (۲۰۱۰-) و *لگرو*^{۱۲} (در حال ساخت). مدیران سیا برای آن‌که بتوانند درباره‌ی نقش این سازمان و فعالیت‌هایش بر نظرات و عقاید صاحبان استودیوهای فیلم‌سازی و عوامل برنامه‌های نمایشی بیش‌تر تاثیر بگذارند، با آن‌ها ملاقات کردند. مثلاً ماموران بازتخته‌ی سیا در فیلم‌های بسیاری بازی کردند، از جمله: *هکرها*^{۱۳} (۱۹۹۲)، *ملاقات با والدین*^{۱۴} (۲۰۰۰)، *سیرینا*^{۱۵} (۲۰۰۵)، *چوپان خوب*^{۱۶} (۲۰۰۶)، *استرلاد*^{۱۷} (۲۰۰۷)، *جنگ چارلی*

1. Chase Brandon
2. JAG (Judge Advocate General)
3. Enemy of the State
4. In the Company of Spies
5. The Agency
6. Alias
7. Bad Company
8. The Sum of all Fears
9. The Recruit
10. Covert Affairs
11. Argo
12. Sneakers
13. Meet The Parents
14. Syriana
15. The Good Shepherd
16. Rendition

ویلسن^۱ (۲۰۰۷)، سالت^۲ (۲۰۱۰) و قرمز^۳ (۲۰۱۰).

در نتیجه این کتاب می‌خواهد به چند پرسش اساسی درباره‌ی سینما و مداخله‌ی این سازمان در هالیوود پاسخ دهد. (در این جا از هالیوود به اختصار برای اشاره به صنعت فیلم‌سازی و برنامه‌سازی تلویزیونی در آمریکا استفاده می‌کنیم.) این پرسش‌ها عبارت‌اند از: نقش سینما در صنعت فیلم‌سازی چیست؟ سینما می‌خواهد بر چه متون و اهدافی تأثیر بگذارد؟ مقامات لنگلی^۴ (محل استقرار مرکز فرماندهی سینما) بنا بر چه روی داده‌ایی در دهه‌ی ۱۹۹۰ سیاست درهای بسته‌شان را با هالیوود تغییر دادند؟ نقش مأموران بازنشسته‌ی سینما در صنعت سرگرمی چه تفاوتی با نقش خود سازمان دارد و چرا دولتی‌ها منتقد سرسخت نقش این مأموران بازنشسته بوده‌اند؟ تلویزیون و سینما به طور سنتی چه تصویری از این سازمان ارائه داده‌اند؟ در یک جامعه‌ی دموکراتیک هالیوود و سینما چه دغدغه‌های اخلاقی و قانونی مشترکی دارند؟

در این کتاب برای پاسخ به این سوالات، متون رسانه‌ای مرتبط با سینما همراه با نظرات کارشناسان و روزنامه‌نگاران دقیقاً تحلیل شده است. با این حال، من نویسنده با کارمندان روابط عمومی سینما، افسران عملیاتی، مورخان، مشاوران تخصصی هالیوود، تهیه‌کنندگان و فیلم‌نامه‌نویسانی که سال‌ها با سازمان اطلاعات مرکزی آمریکا همکاری داشته‌اند، مصاحبه‌های متعددی کرده‌ام که شاید مهم‌ترین ویژگی این کتاب باشد. این مصاحبه‌ها نگرشی عمیق‌تر نسبت به ماهیت متون طراحی شده با همکاری سینما ایجاد می‌کنند و کمک می‌کنند تا پشت صحنه‌ی چشم‌انداز اقتصادی تولید محصولات رسانه‌ای را بهتر بشناسیم. این کتاب مهم است زیرا تعداد کمی از مردم به نقش فعال سینما در شکل‌دهی محتوای برنامه‌های تلویزیونی و فیلم‌های سینمایی آگاه‌اند. آن‌ها شیوه‌ی مداخله‌ی این سازمان را در صنعت سرگرمی درک نمی‌کنند و حتی متوجه نیستند که چرا این سازمان در پانزده سال گذشته در عرصه‌ی رسانه رسماً حضور داشته است. به علاوه بنا بر نوشته متیو آلفورد^۵ و رابی

1. Charlie Wilson's War

2. Salt

3. Red

4. Langley

5. Matthew alford

ویلسن^۱ (۲۰۰۷)، سالت^۲ (۲۰۱۰) و قرویز^۳ (۲۰۱۰).

در نتیجه این کتاب می‌خواهد به چند پرسش اساسی درباره‌ی سیا و مداخله‌ی این سازمان در هالیوود پاسخ دهد. (در این جا از هالیوود به اختصار برای اشاره به صنعت فیلم‌سازی و برنامه‌سازی تلویزیونی در آمریکا استفاده می‌کنیم.) این پرسش‌ها عبارت‌اند از: نقش سیا در صنعت فیلم‌سازی چیست؟ سیا می‌خواهد بر چه متون و اهدافی تاثیر بگذارد؟ مقامات لنگلی^۴ (محل استقرار مرکز فرماندهی سیا) بنا بر چه روی داده‌هایی در دهه‌ی ۱۹۹۰ سیاست درهای بسته‌شان را با هالیوود تغییر دادند؟ نقش مأموران بازنشسته‌ی سیا در صنعت سرگرمی چه تفاوتی با نقش خود سازمان دارد و چرا دولتی‌ها منتقد سرسخت نقش این مأموران بازنشسته بوده‌اند؟ تلویزیون و سینما به‌طور سنتی چه تصویری از این سازمان ارائه داده‌اند؟ در یک جامعه‌ی دموکراتیک هالیوود و سیا چه دغدغه‌های اخلاقی و قانونی مشترکی دارند؟

در این کتاب برای پاسخ به این سوالات، متون رسانه‌ای مرتبط با سیا همراه با نظرات کارشناسان و روزنامه‌نگاران دقیقاً تحلیل شده است. با این حال، من نویسنده با کارمندان روابط عمومی سیا، افسران عملیاتی، مورخان، مشاوران تخصصی هالیوود، تهیه‌کنندگان و فیلم‌نامه‌نویسانی که سال‌ها با سازمان اطلاعات مرکزی آمریکا همکاری داشته‌اند، مصاحبه‌های متعددی کرده‌ام که شاید مهم‌ترین ویژگی این کتاب باشد. این مصاحبه‌ها نگرشی عمیق‌تر نسبت به ماهیت متون طراحی شده با همکاری سیا ایجاد می‌کنند و کمک می‌کنند تا پشت صحنه‌ی چشم‌انداز اقتصادی تولید محصولات رسانه‌ای را بهتر بشناسیم. این کتاب مهم است زیرا تعداد کمی از مردم به نقش فعال سیا در شکل‌دهی محتوای برنامه‌های تلویزیونی و فیلم‌های سینمایی آگاه‌اند. آن‌ها شیوه‌ی مداخله‌ی این سازمان را در صنعت سرگرمی درک نمی‌کنند و حتی متوجه نیستند که چرا این سازمان در پانزده سال گذشته در عرصه‌ی رسانه رسماً حضور داشته است. به علاوه بنا بر نوشته متیو آلفورد^۵ و رای

1. Charlie Wilson's War

2. Salt

3. Red

4. Langley

5. Matthew alford

گراهام^۱ «بمبحث‌های علمی درباره تبلیغات سیاسی در سینما تقریباً به گذشته معطوف‌اند و در شرایطی که برخی از مفسران به رابطه‌ی قدیمی و باز هالیوود با پنتاگون توجه می‌کنند، درباره‌ی دست‌های پشت پرده‌ای که بعد از حادثه‌ی ۱۱ سپتامبر در هالیوود بیش‌تر شدند، مطالب کمی نوشته‌اند.»^(۱) این‌که سیا آگاهانه از رویارویی رسانه‌ای اجتناب می‌کند، در واقع یکی از برداشت‌های نادرست درباره‌ی سیا است. همان‌طور که ریچارد آلدریچ^۲ می‌گوید عمده‌ی اطلاعات ما از سازمان اطلاعات مرکزی آمریکا برگرفته از همین سازمان است که به‌طور حساب‌شده در دسترس ما قرار داده شده است. در واقع این سازمان واقف است که نظارت بر وجهه‌ی عمومی‌اش چه اهمیتی دارد.^(۲) این پروژه بخش عمده‌ای از سابقه‌ی پنهان سیا در هالیوود را آشکار می‌کند و از خوانندگان می‌خواهد با روی‌کردی منتقدانه‌تر از محصولات رسانه‌ای استفاده کنند و در آینده هم درباره‌ی رابطه‌ی پیچیده و مدرن دولت با صنعت سرگرمی بمبحث‌های علمی را دنبال کنند.

اما در این کتاب محدودیت‌هایی هم داشتیم. سیا از سازمانی با ساختاری باز خیلی فاصله دارد و افرادش هم در برابر درخواست ارائه‌ی ابتدایی‌ترین اطلاعات چیزی جز سکوت تحویل‌مان نمی‌دادند. علاوه بر این، سیا اغلب ترجیح می‌دهد تلفنی با عوامل سینمایی تماس بگیرد نه با ایمیل یا نامه. بسیاری از اسناد این سازمان هم شامل درخواست‌های قانون آزادی اطلاعات نمی‌شوند. پس سیا به‌ندرت جایی اثری مکتوب دارد. همچنین گزارش‌هایی داریم که وقتی سال ۲۰۰۶ چیس براندون، نماینده‌ی سیا در صنعت سرگرمی، بازنشسته شد همه‌ی شماره‌تلفن‌ها و اسناد مکتوب مرتبط با شغلش را هم با خودش برد. پل بری^۳ جانشین او، می‌گوید «هیچ چیزی از گذشته یعنی از ۱۹۹۵ تا اواخر ۲۰۰۶ باقی نمانده است.» در نتیجه اسناد زیادی برای درخواست یا بازبینی به پژوهشگران نمی‌دهند.^(۳) باید بگویم امروزه سابقه‌ی سیا در هالیوود بیش‌تر سابقه‌ای شفاهی است تا مکتوب. کارمندان این سازمان یا بسیار پرمشغله‌اند و یا زیاد تمایل ندارند از همکاری‌شان با دولت برای پژوهشگران صحبت کنند، و این موضوع را پیچیده‌تر می‌کند. رابطه‌ی سیا با هالیوود بر «سیاست‌هایی پیچیده» مبتنی است - فعالیت‌هایی که اکنون با نفوذ مخفی بازیگران قدرت در پشت پرده نمی‌شود کامل

1. Robble Graham

2. Richard Aldrich

3. Paul Barry

تشخیصشان داد.^(۴) این کتاب هم نمی‌تواند ادعا کند که همه‌ی فعالیت‌های سیا در صنعت سینما و تلویزیون را در پانزده تا بیست سال گذشته آشکار می‌کند. حتی ممکن است هیچ‌وقت برخی از این همکاری‌ها آشکار نشوند و ماهیت دقیق دیگر فعالیت‌های سیا هم مخفی بمانند. این کتاب فقط توانسته بخشی از پیشینه‌ی مخفی سیا در صنعت سینما و تلویزیون را آشکار و تأثیر این پیشینه را ارزیابی کند. همچنین آغازی خوب برای تحقیقات بعدی درباره‌ی نقش سیا در هالیوود باشد.

نقش و ساختار سیا

قبل از آغاز جست‌وجو و تحلیل نقش کنونی سیا در هالیوود، باید ساختار و اهداف این سازمان و گستره‌ی همکاری‌هایش را با صنعت سینما و تلویزیون قبل از دهه‌ی ۱۹۹۰ به اختصار توضیح دهیم. سال ۱۹۴۷، بنا بر قانون امنیت ملی^۱ سازمان اطلاعات مرکزی آمریکا رسماً تأسیس شد. سیا یک سازمان اطلاعاتی با هدف جمع‌آوری، ارزیابی و انتشار اطلاعات امنیت ملی بود. امضای ترومن^۲ امضای رئیس جمهور وقت ایالات متحده پای این قانون است. رهبران نظامی، اجرایی و قانون‌گذار در فرآیندهای تصمیم‌گیری از اطلاعاتی که این سازمان جمع‌آوری کرده بود استفاده می‌کردند. برخلاف اف‌بی‌آی که وظیفه‌اش جمع‌آوری اطلاعات سوژه‌های آمریکایی است، سیا فقط اجازه‌ی فعالیت برون‌مرزی دارد. (البته می‌تواند درباره‌ی اتباع خارجی در ایالات متحده هم اطلاعات جمع کند.) در ساختار سازمان اطلاعات مرکزی خبری از «پلیس، احضار به دادگاه، اعمال قانون یا مسئولیت‌های امنیت داخلی» نیست.^(۱) مأموریت رسمی سیا ارائه‌ی اطلاعات اساسی امنیت ملی به رئیس‌جمهور و رهبران کنگره است. البته این سازمان در عملیات‌های مخفیانه هم شرکت می‌کند. از جمله‌ی این عملیات‌های مخفیانه در گذشته فعالیت‌های شبه‌نظامی و مبارزات تبلیغاتی با هدف ایجاد بی‌ثباتی در نظام‌های رقیب بوده است. می‌خواستند حتی در دوران صلح هم بر آن‌ها تأثیر بگذارند. سیا از بودجه‌هایی سری استفاده می‌کند تا این عملیات‌های پلید را بر اساس پیش‌فرض «انکارپذیری معقول»^۳ پیش ببرد. عملیات‌ها و فعالیت‌های مخفی سیا باید با فرمان

1. National Security Act

2. Truman

3. Plausible Deniability

شخص رئیس جمهور انجام شوند، زیرا اغلب بحث برانگیزاند. از دهه‌ی ۱۹۶۰ به بعد، هیچ عملیات مخفی‌ای بدون دستور صریح رئیس جمهور و یا حکمش، که نوعی مجوز قانونی است و ناظران کنگره را در جریان امور قرار می‌دهد، پی‌گیری نمی‌شود.

سیا برای تحقق مأموریت‌های مخفی و انجام وظیفه‌اش در جمع‌آوری اطلاعات چهار بخش دارد. اول بخش عملیات مخفی ملی (مدیریت عملیات‌های سابق) برای جذب نیرو و مدیریت مأمورانی که به سازمان اطلاعات می‌دهند، برای تأثیرگذاری بر دولت‌ها، احزاب سیاسی و رهبران و یا تلاش برای سرنگونی آن‌ها از طریق سرمایه‌گذاری‌های مخفی، آموزش، عملیات‌های شبه‌نظامی و تبلیغات سیاسی.^(۳) دوم مرکز مدیریت اطلاعات مکانی برای تحلیل‌گران این سازمان که با جمع‌آوری اطلاعات دارای‌های افراد، برنامه‌های رادیویی، تلویزیونی، ماهواره‌ای، نشریه‌های خبری، مطالب علمی منتشر شده و خیلی چیزهای دیگر، اتفاقات آینده را پیش‌بینی می‌کنند و آن‌ها را به سیاست‌گذاران می‌دهند. سوم مدیریت علوم و فن‌آوری که مسئول نظارت بر تصاویر ماهواره‌ای، ارتباطات نظامی، جابه‌جایی‌های موشکی و ارتباطات ردگیرانه داخل کشورها و سفارت‌خانه‌های خارجی است. نظارت بر ظاهرسازی‌ها و جعل سند مانند پاسپورت و گواهی تولد هم از دیگر مسئولیت‌های این بخش است. مدیریت پشتیبانی (مدیریت اداره سابق) بخش چهارم سازمان اطلاعات مرکزی است که از لحاظ تاریخی بزرگ‌ترین قسمت این سازمان است. سال ۱۹۹۲ این بخش تقریباً ۹ هزار کارمند داشت، در حالی که بخش مدیریت عملیات‌ها ۵ هزار کارمند، بخش مدیریت اطلاعات ۳ هزار کارمند و بخش مدیریت علوم و فن‌آوری هم ۵ هزار کارمند داشت.^(۴) این بخش‌ها منابع انسانی، فهرست حقوق‌بگیران، مرکز تدارکات و در کنار این‌ها فعالیت‌های پول‌شویی سازمان را مدیریت می‌کنند، خدمات پزشکی لازم را به مأموران برون‌مرزی ارائه می‌دهند، نیازهای مسافرتی و حمل و نقلی سازمان را مدیریت می‌کنند، مجوزهای امنیتی صادر می‌کنند و با شرکای صنعتی سازمان اطلاعات مرکزی آمریکا همکاری می‌کنند.^(۵) مدیریت پشتیبانی، سیستم ارتباطات جهانی سازمان و فن‌آوری اطلاعاتی و زیرساخت‌های امنیتی را اداره می‌کند. قبلاً مدیر اطلاعات مرکزی در واقع رئیس سازمان و ناظر همه‌ی بخش‌های مدیریتی بود و فعالیت‌های دیگر نهادهای اطلاعاتی دولتی را هماهنگ می‌کرد. این فرد در حوزه‌ی اطلاعات برون‌مرزی هم مشاور ارشد رئیس جمهور بود. دسامبر ۲۰۰۴، جورج بوش، رئیس جمهور وقت

ایالات متحده، قانون اصلاح سازمان اطلاعات و پیش‌گیری از تروریسم را امضا کرد. بنا بر این قانون و پس از انتقاد کمیسیون پی‌گیری حادثه‌ی ۱۱ سپتامبر از این سازمان، ساختار اطلاعاتی آمریکا تغییر کرد. این قانون مدیریت اطلاعات مرکزی را، که هماهنگ‌کننده‌ی نهادهای اطلاعاتی دیگر بود، حذف کرد و این مسئولیت‌ها را بر عهده‌ی اداره‌ی تازه تاسیس مدیریت اطلاعات ملی^۱ گذاشت. نام مدیر اطلاعات مرکزی را هم گذاشتند مدیر سازمان اطلاعات مرکزی. امروزه یگانه مسئولیت این سمت نظارت بر فعالیت‌های سازمان و مشاوره با سیاست‌گذاران است.

استخدام مدیر روابط عمومی یکی از وظایف متعدد مدیر سازمان اطلاعات مرکزی است. مدیر سازمان باید برای ارتباط با مردم با مدیر روابط عمومی همکاری کند (بنگرید به جدول الف) و بر فعالیت‌هایش نظارت کند. اداره‌ی روابط عمومی باید به ارتباطات درون‌سازمانی و سفارشات سازمان‌های خبری، مراکز علمی و فعالان حرفه‌ای صنعت سرگرمی رسیدگی کند. (۵) با توجه به اهداف این کتاب، باید این نکته را هم بگویم که اکثر هم‌کاران هالیوودی یا در اداره‌ی روابط عمومی کار می‌کنند و یا از طریق اداره‌ی روابط عمومی. از سال ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۸ مدیر روابط عمومی ناظر ماموران همکاری با صنعت سرگرمی جیس براندون و پل پری-هم بود. مامورانی که تمام وقت با فیلم‌سازان و نویسندگان همکاری می‌کردند یا بر فعالیت‌های آن‌ها تاثیر می‌گذاشتند. به هر حال با کناره‌رفتن پری از این پست در سال ۲۰۰۸، اداره‌ی روابط عمومی در ساختارش تغییری ایجاد کرد و اکنون مسئولیت همکاری با فیلم‌سازان، نویسندگان و تهیه‌کنندگان تلویزیونی میان اعضای چهار نفره‌ی تیم روابط رسانه‌ای این اداره تقسیم شده است. از زمان آغاز نگارش این کتاب اداره‌ی تعامل با صنعت سرگرمی مسئول نداشته است.