الصور المتحركة

سعة صناعتها واثرها في نشر التجارة والحضارة

كانت الصور المتحركة سنة ١٩١٠ في بدء نشأتها كوسيلة من وسائل اللهو والتسلية. وكان كثيرون من اصحاب الملاهي الذين خبروا مطالب الناس في هذه الامور يرون النجاح غير مقدور لها وانها لا تلبث حتى يملها الناس ويهمل امرها. فلم يصدق ظنهم في ذلك لانهُ لم تنقض سنوات عشر حتى رفعها اقبال الناس عليها في مختلف البلدان الى المقام الاول بين وسائل اللهو وتمضية الوقت واصبحت ولها مقام كبير في نشر التعليم وبث الدعوات السياسية والاعلان عن المتاجر المختلفة. وصار الممثلون يتبارون في الانضمام الى شركاتها بعد ان كانوا يحسبون التمثيل فيها يحطّ من مقامهم الفني واتسعت صناعتها اتساعاً لم يسبق لهُ مثيل في سرعته اذا استثنينا صناعة الاتومبيل فهي الآن في المقام الرابع بين الصناعات الاميركية الكبيرة وقد استقرت على اسس تجارية راسخة وصارت تنال تعضيداً مالياً من اصحاب الاموال واسهم شركاتها تباع وتشرى في الاسواق المالية

وبلغ عدد دور السنما في العالم سنة ١٩٢٠ اربعين الف دار نحو ١٧٠٠٠ منها في الولايات المتحدة و ٥٠٠٠ في بلاد الانكليز و ٣٢٠٠ في المانيا و ٢٧٠٠ في فرنسا و ١٠٠٠ في ايطاليا و ١٠٠٠ في اسبانيا و ٨٠٠ في استراليا والجزائر المجاورة لها و ٧٠٠ في اسوج و ٦٠٠ في اليابان وهلمَّ جرًّا. والراجح انهُ ما من بلاد الآن مهما كانت بعيدة عن مراكز الحضارة والعمران تخلو من دار لعرض الصور المتحركة. فقد انتشرت في بلدان اميركا الجنوبية انتشاراً واسعاً حتى كان لها في بونس ايرس عاصمة جمهورية الارجنتين ١٣١ داراً سنة ١٩٢٠ وكل بلدة في تلك الجمهورية يزيد عدد سكانها على الف نسمة فيها دار للسنما. اضف الى ذلك ان البلدان الشرقية القديمة التي كانت تقاوم دخول الحضارة الاوربية ومبادئها صارت ترحّب بالصور المتحركة التي تمثّل الحياة الاوربية والاميركية في مظاهرها المختلفة. ان مدناً كبنكوك في صيام وكنتون وتينتسن في الصين ورانغون في برما اشتهرت بمحافظتها على التقاليد القديمة كان فيها سنة ١٩٢٠ نحو ٣٥ داراً للصور المتحركة تعرض فيها صور اميركية وانكليزية وغيرها

هذا من حيث انتشار الصور المتحركة اما من حيث الاقبال عليها فقد قدّر عدد الذين

كانوا يشترون تذاكر دخول الى دورها يومياً في الولايات المتحدة سنة ١٩٢٠ بنحو عشرة ملايين نفس و يقدره الآن المستر ول هايز رئيس اتحاد شركات السنما الاميركية بعشرين مليوناً . و بلغ دخل اصحاب الملاهي السنماتوغرافية ما يزيد على ١١٠ ملايين من الجنيهات سنة ١٩٢٠ ونحو ١٤٠ مليون جنيه سنة ١٩٢٥ و بلغت قيمة الاموال المثمرة في هذه الصناعة باميركا ٣٠٠ مليون جنيه وقيمة ممتلكات شركاتها التي تدفع عنها ضرائب للحكومة ١٤٠ مليون جنية وقيمة ما تنفقه في الاعلان عن صورها ١٣ مليون جنيه وعدد الاشخاص الذين يشتغلون فيها دائماً نحو نصف مليون او اكثر

واذا حولنا النظر من اتساع صناعة الصور المتحركة وانتشارها واقبال الناس عليها الى مكانتها كوسيلة من وسائل البروباغندة وجدنا انها وسيلة فعالة لبث الدعوة سواء كانت لمصلحة سياسية او تجارية . وبعض الشركات والحكومات تصنع صوراً متحركة لهذا الغرض وقد قرأنا في جزء اكتوبر الماضي من مجلة القرن التاسع عشر مقالة لاحد كبار الكتاب قال فيها ما ملخصه « ان المؤتمر الامبراطوري لا بد ان يتناول موضوع الصور المتحركة ويضع خطة تجري عليها الامبراطورية كلها لانها الوسيلة الفعالة لترغيب الناس في المبادئ الانكليزية والعادات الانكليزية والاداب الانكليزية ونبث في النشء الجديد كل ما هو انكليزي وهي من هذا القبيل كالصحافة . فهل نرضى ان يسيطر الاجانب على تسعين في المائة من صحفنا ؟ اننا لا نسمح لاثر اجنبي يسيطر على مدارسنا ولكن الاولاد يتعلمون من الصور المتحركة ويتأثرون بها اكثر مما يتأثرون بالامور التي يتعلمونها في الكتب المدرسية ، واكثر الصور المتحركة التي تعرض في بلادنا وفي مستعمراتنا وولاياتنا المستقلة هي غير انكليزية . فقد كان ٧٥ في المائة من الصور المتحركة المعروضة في بلاد الانكليز سنة ١٩٢٠ اميركية » وقد بينا في مقتطف يونيو سنة ١٩٢٥ اثر الصور المتحركة في التعليم

زد على ذلك ان الصور المتحركة اداة قوية لنشر التجارة وقد عرف الاميركيون ذلك فقال المستر هايز « ان عرض الصور المتحركة الاميركية في الخارج يدعو الى طلب الملابس الاميركية وانواع البضاعة الاميركية وقد كانت عضداً كبيراً لاصحاب الصناعة الاميركية في النفوذ الى اسواق جديدة في مختلف البلدان وتوسيع تجارتهم فيها » . وقال المستر غرفث اكبر صانعي الصور المتحركة الاميركية في ذلك « ان كل وسائل الاعلان لم تنجح في نشر التجارة الاميركية في انحاء العالم نجاح الصور المتحركة . ان عاداتنا واساليبنا واراءنا اصبحت معروفة متداولة في اقصى البلدان بواسطتها »