

الاعلان

في

نيويورك



ان كانت أمريكا بلد الاعلان ، فان نيويورك بالذات هي مركز الدعاية والبروباجاندا .

ويعتبر الامريكان الدعاية هذه جزء هام من ثقافتهم ، وركن أساسى من أركان ديموقراطيتهم ، عن طريقها يعرف الشعب عن شئون بلده ، ويتعلم أصول العناية بصحته ، ويسمع عن أحسن مرشحيه في الانتخابات ، ويفهم المشروعات الجديدة في مدينته ، ويقرأ نواحي التجارة والصناعة طبعاً .

وإذا كانت الدعاية في النواحي التجارية والصناعية قد استعملت في غرض غير صالح الشعب ، ألا وهو صالح صاحب المتجر وصاحب المصنع ، فإن الأمر يكتفين قد شعروا بهذا وبدأوا في تنظيم دراسات في المدارس الثانوية تسمى « تحليل الدعاية » الغرض منها تعريف الشعب كيف يستنتج الحقائق من الدعايات المتضاربة ، وكيف يمكنه ان يقدر قيمة الشيء مع ما يوضع حوله من أكاليل وورود .

أما وسائل الدعاية التي رأيتها فهي كثيرة ومبتكرة . فمن اليوم الاول لوصولي نيويورك بدأت استلم خطابات بها اعلانات كل يوم فتعجبت من أين أتوا باسمي وعنواني . ثم رأيت الطيارات تكتب بالدخان في سماء المدينة اسماء وكلمات للدعاية . ورأيت المنطاد المنير الذي يرى في السماء ليلا وقد كتب على جدرانه اعلانات مضيئة . ورأيت اعلانات الاتوبيسات ، وقطار تحت الأرض فلمست فيها الابتكار المستمر ، والتجديد المتواصل ، مع سلامة الذوق وروعة الألوان .

تعالى معي الى ميدان تايم « Time Square » لكي ترى لجة من النور الوهاج قد كست الميدان الى اقصى البصر . أضواء تتحرك لأعلا ولأسفل ولليمين واليسار ، ألوانها تتغير وتبديل ، تراها تنبعج وتلتوى ثم تستقيم ، فيبهرك تنافرهما وانسجامهما ، ويروعك ضخامتها وقوتها . انا اتحدى من يذهب لهذا الميدان لأول مرة ويتركه قبل ساعة من الزمان ، يقضيها في عجب ودهشة واهتزاز . لقد قضيت أياما أشك في أن هذا الشلال الضخم والذي يعكس الضوء فيبدو كأنه خيوط من الفضة ، أشك في أنه شلال من الماء الحقيقي عمل خصيصاً كإعلان عن أحد المحلات . لقد رأيت انوار « البيكاديلي » في لندن و « الشانزليزه » في باريس فحسبتها شموع بالنسبة لأضواء التايم سكوير في نيويورك .

هيا بنا الى الطريق الخامس حيث يمشى حسناوات وانيفقات نيويورك ،
وحيث توجد ارقى المحلات التجارية . ما هذا ان المانيكان في الفترينات
يبدون كأنهم اناس حقيقيون سواء في وقفاتهم أم في جلساتهم انظر هنا ، ان
التشال يمثل شخص قد رفع رجله لاعلا - انه اعلان عن بنطلون

أما في البيت فان أكره ما يكرهه الامريكيون ، اعلانات الراديو المستمرة
التي تقلل من انسجامهم مع برامج الاذاعة . حتى انهم ابتكروا انواع من الراديو لا
تذيع الاعلانات .

حتى في التلفزيون ، فقد حضرت برامج طويلة بديعة ومسلية تقدمها
الشركات التجارية كدعاية لها .

أما في الجرائد ، فانها على ضخامتها العجيبة ، لاتزيد في اخبارها في كثير من
الاحيان عن جرائدنا العادية لكثرة ما فيها من اعلان .

