

الصور النمطية بأدب الطفل، وتداعياتها المستقبلية

قصة (من يعيد الدفاء للمدينة؟!)، لأحمد طوسون أنموذجاً

د. غالية الزامل

دكتوراه الإعلام وثقافة الطفل

مقدمة

تمثل الصور النمطية تصورات معمة و/أو مفترضة عن مجموعة من الأفراد، وسواء أكانت إيجابية أم سلبية، فهي طرح صورة مبسطة للآخرين تتمحور عادة حول عدد من السمات، فضلاً عن أن الصور النمطية تعطي انطباعاً بوجود تجانس بين مجموعة من الأفراد، فمعظم الأفراد في المجموعة يعتبرون أنهم يحملون نفس الخصائص.

وتخلق الصور النمطية توقعات متحيزة لمظهر الآخرين، وكيف يفكرون ويشعرون ويتصرفون، ولا يتوقف تأثير الصور النمطية على النظرة تجاه الناس وطريقة التعامل معهم، بل يتعدى ذلك إلى نظرنا إلى أنفسنا وطريقة تعاملنا معها.

(أرونسون وويلسون وأكيرت، ٢٠٠٤)^(١)

لم تحمل القصص الكلاسيكية المعروفة التي رافقت الكثيرين خلال طفولتهم الإمتاع والإدهاش فقط، بل أيضاً رؤى معينة للحياة، كليشيهات وصوراً نمطية بعيدة كل البعد عن الواقع.

لقد رافقت الحكايات والقصص البشر منذ الأزل، وشعر الإنسان منذ بدء الخليفة بالحاجة إلى الحكى؛ لخلق عوالم موازية لواقعه، فأبدع احتمالات عديدة للوجود. كانت تلك العوالم في كثير من الأحيان بعيدة كل البعد عن الواقع، حيث الحيوانات يمكنها أن تتكلم وتكون مثل البشر طيبة أو شريرة أو مأكرة، وحيث الفتيات الفقيرات يستطعن أن يسكن قصور الأمراء الفخمة، وحيث يمكن للإنسان أن يركب غيمة، وتنتب له أجنحة، وحيث ينتصر الخير على الشر دائماً، ويعيش الجميع في سعادة في النهاية.

وصاحبت القصص المختلفة الأطفال منذ طفولتهم الأولى، بدءاً بحكايات الجدات الجذابة في ليالي الشتاء الباردة، مروراً بقصص الرسوم المتحركة التي يلهثون لمتابعها كل يوم بعد المدرسة، ووصولاً إلى القصص المكتوبة المرفقة برسوم وصفية لما يحدث داخل كل قصة.

أولاً - مفهوم الصورة النمطية

ظهر مصطلح الصورة النمطية لأول مرة في عام ١٧٩٨ عندما قدمه الفرنسي (Didot)، ليصف به عمليات الطباعة التي تستخدم في القوالب الثابتة، فالصورة النمطية (Stereotype) تنتمي إلى عالم الطباعة، وتشير إلى القالب الذي تصب على نسقه حروف الطباعة، وهي في معجم وبستر تدل على الشيء المتفق مع نمط ثابت أو عام، وفي قاموس أكسفورد تشير إلى فكرة تبسيطية مستمدة من الخصائص المميزة لشخص أو لشيء ما، بينما يرجع باحثون آخرون أن والتر ليبمان (Walter Lippman) هو مبتكر مصطلح (Stereotype) كمفهوم علمي، مع كتابه (الرأي العام) (Public Opinion) عام ١٩٢٢، الذي أدى لظهور مفهوم الأفكار النمطية في العلوم الاجتماعية^(١).

هذا وتتنوع تعريفات الصورة النمطية الذي يُعرفها راثيس وروش (Rathus&Rush) بأنها أحكام أو أفكار قبلية، بينما يرى أسعد رزق وقاموس وبستر بأنها صورة عقلية، في حين يرى كاتز (Katz&Braly) وبرالي بأنها انطباع، أما أدورنو وآخرون يعرفونها بأنها ميل للتفكير، أما ر. روث. وج. داس (Rath,&J.Das) يعرفانها بأنها عادات للتفكير، بينما محمد خليل بأنها اتجاه، في حين يرى ويبر وكروشير (Weber&Krocher) وفرج طه ومحمد عاطف غيث بأنها معتقدات، بينما يعرفها ليفون مليكيان وحسن الدريني (Wirghtsman&deaux) بأنها أفكار تتكون من مجموعة من الخصائص أو السمات النفسية، بينما يعرفها الإخصائيون النفسيون مثل ديفيد هملتون وتان (David Hamilton&Tina) بأنها قواعد أو هياكل معرفية تتضمن الإدراك المعرفي، والاعتقادات، والتوقعات عن السمات الشخصية لأعضاء فئة معينة، أو الإدراكات التي تحدد الصفات، أو السمات لأعضاء جماعة معينة^(٢).

الفرق بين الصورة النمطية والصورة الذهنية

يمكن وضع حدود فاصلة بين الصورة الذهنية والنمطية، وذلك فيما يلي:

أ. الصورة النمطية مرحلة زمنية متطورة عن الذهنية

وفي ذلك ما يذهب إليه عبد القادر طاش من أن الصورة النمطية هي مرحلة لاحقة من مراحل تكوين الصورة الذهنية لدى الإنسان عن الأشخاص والأقوام والأشياء، إذ بينما تبنى الصورة الذهنية على الانطباعات العابرة (تحول تكرار الصور المنطبعة لصور ذهنية)، نجد أن الصورة الذهنية المتكررة على نمط جامد تكون عبر القرون، تتحول إلى صورة نمطية؛ وبهذا يصير مصطلح الصورة النمطية أوسع مفهوماً في بعض الأحيان^(٤).

ب. الصورة النمطية تتسم بالثبات والتحيز

تختلف الصورة النمطية عن الصورة الذهنية في أنها تأخذ نمطاً عاماً جامداً ليصبح سمة مشتركة لدى الأفراد، بحيث تصير طابعاً يومياً، وهنا أهميتها الكبرى في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا والدول والشعوب، هذا للدرجة التي يقال فيها إن حكم الأفراد على الأشياء من خلال الصور النمطية تشبه الرسوم داخل نفوس الأفراد، والتي يصعب تعديلها أو تغييرها؛ إذ تتحرك الصور النمطية إلى تعميم يطلقه الأفراد على الدول أو الشعوب أو الجهات، مثلما الحال في الصورة النمطية المتكونة عن الولايات المتحدة الأمريكية من خلال الأفلام والمسلسلات الممتدة لعقود طويلة بأنها أقوى دولة في العالم، وأنها أكثر دول العالم تقدماً علمياً، ثم يبدأ التعميم على كل فرد من أفراد الشعب الأمريكي، وهكذا تنشأ الصورة النمطية التي يكونها الأفراد، ويتم تعميمها ويصعب تغييرها^(٥).

ت. الصورة النمطية نفسية، وإجتماعية، متطرفة

تعتمد الصورة النمطية على تعميمات مؤسسة على الشائعات، أو آراء لا تستند إلى براهين علمية تجريبية، لتبنى على أوهام، أو معلومات غير دقيقة، أو خيالات تكونت لدى الجماعة، عبر تجارب سابقة وخبرات، أو وسائل الإعلام والاتصال؛ وبهذا فهي صورة محملة بالمشاعر الذاتية، ومشحونة بعواطف شخصية يصعب تغييرها، أو تنفيذها بسهولة ويسر؛ لهذا يهيمن على الاتجاه السائد في الصورة النمطية عوامل وقوى اجتماعية ونفسية^(٦).

ث. الصورة النمطية قد يعكسها الصراع

يمكننا استنتاج سمة مميزة للصورة النمطية تتعلق بالقوة الاجتماعية القادرة على حسم الصراع لصالحها، وفي هذا ما يفسره لنا تايلور وويلس يريان بقولهما: إن الصورة النمطية تشير دائماً إلى السمات المتميزة في الجماعات، ولكن هذه السمات تعكس علاقات السيطرة والتبعية والصراعات الاجتماعية وتركيب القوة، فالجماعات التي تم تصويرها بصورة نمطية لم تقم هي نفسها بتحديد هذه السمات التي تتضمن الصورة، ولكن من قام بتحديد هذه السمات هم الذين يمتلكون درجات أكبر من السيطرة أو القوة الاجتماعية، علاوة على ذلك، فإن تكرار الصورة النمطية، والتي تشكل نوع المعرفة عن جماعة معينة، يتم تحويلها إلى إيديولوجيا أو إلى إحساس عام^(٧).

الأسطورة والصورة النمطية

الأساطير من أبسط الفنون وأقدمها استمراراً، لكنها أعمقها أثراً، وأحياناً مراوغة، تحمل قوة التأثير أو ضعفه حسبما محيط توأجدها، ومدى نمو الوعي الثقافي، إلا أن تأثيرها لا ينقطع عن مجتمع قط تزامناً مع ندرة المعلومات أو صعوبة تفسيرها، والأساطير بذلك قد تكون عشوائية، وأحياناً مخططاً لها بعناية، فهي تبدو كصناعة تجلب السعادة أو الشقاء،

ولكنها ليست شرًا مطلقًا أو خيرًا مستوجب التواجد، فقد تكون كاذبة أو صادقة، ولكنها بالضرورة مقدسة، كيفما جاء في اللفظ القرآني (أساطير الأولين)، أي قصص الأولين^(٨).

وتهتم الدراسات الاتصالية الأمريكية بالأشكال المحددة من الثقافة كالطقوس والأساطير؛ إذ تم إدراجها في التحليل، شريطة إسهامها في الشروط الاجتماعية، وتشكيل القوى النفسية المؤثرة خصوصًا، وهدف هذه الدراسات هو تحديد الشروط النفسية والاجتماعية الدقيقة التي يتم في ظلها تغيير الاتجاهات، وتكوينها، أو تعديلها، أو السلوكيات التي يتم تثبيتها، أو تعديلها، أو إعادة توجيهها^(٩).

لذا يشترك ولبور شرام (Schram)، وباي (pye)، وليرنر (Lerner) في وضعهم لنظرية التقمص الوجداني (Empathy) نحو الاقتراب من مفهوم التأثير الثقافي الذي يتم عبر الأساطير والأحلام والتطلعات، خصوصًا لدى مواطن الدول النامية، ومن ثم خلق تصور للهدف الذي يرمي إليه هؤلاء المواطنون كحل الانتقال من المجتمع التقليدي إلى المجتمع العصري، وفي هذا يعهد الاتصال الجماهيري إلى تقديم العناصر الإعلامية والتنقيفية والترفيهية التي تيسر للإنسان أن يتصور الأهداف الجديدة، ويسعى لبلوغها عبر التقمص الوجداني للشخصية الحضارية الجديدة التي لا بد وأن توصف بالمرونة والقدرة على الحركة في سهولة ويسر^(١٠).

لهذا يبدو وعلى حد تعبير هربرت شيللر (Herbert Irving Schiller ١٩٩٩) أن للأساطير أهداف يمكن استغلالها والاستفادة منها، فهي تبرر الأوضاع والممارسات الحالية، وتقدم تفسيرات (منطقية) لها، كما أنها أحيانًا تضيف عليها طابعًا خلابًا يضمن النظام لنفسه من خلالها الاستقرار والثبات، خصوصًا وأن في كل قومية أو نظام حاجة إلى تقديس ادعاءاته، بينما يشير روجير جارودي (Roger Garaudy ١٩٩٦) إلى أن كثيرًا من القضايا لا يوجد لها تفسير أو تبرير؛ وبهذا يكون المنطق والعقل خادمًا جزئيًا في السياسة^(١١).

ثانيًا - الصور النمطية في المواد الإعلامية التي يستهلكها النشء

إلى أي مدى يتبنى الإعلام الذي يحتك به الأطفال والمراهقون الصور النمطية؟

ولدراسة هذه المسألة استخدم الباحثون إجراء يسمي تحليل المحتوى، فبدلاً من تفصيل الهدف من المحتوى الإعلامي أو حتى أثر هذا المحتوى على المشاهدين، يمثل تحليل المحتوى دراسة للرسالة نفسها وبالاعتماد على مجموعة من الأبعاد، تصف تحليلات المحتوى الجوانب الكيفية والكمية للكلمات والصور والأصوات الواردة في الإعلام، فمثلاً لم يقتصر الأمر على (بايفاز ودافيز ٢٠٠٠) معرفة ثماني سمات ذكورية وثمانية سمات أنثوية في الكتب المدرسية الابتدائية (أي صفة كيفية)، بل تعرف على النسبة التي ظهرت بها كل سمة (أي صفة كمية)، ومن خلال الإحصاء والتصنيف ينظم تحليل المحتوى الكلمات والصور والأصوات في مجموعة مشتركة من الخصائص.

إلا أن نتائج هذا النوع من التقييم كثيف الجهد لا فائدة لها إن كانت المادة الإعلامية المختارة في الدراسة لا تعكس المواد الإعلامية التي يستهلكها عادة الأطفال والمراهقون، فضلاً عن أن تحليل المحتوى يمكن أن تنتهي صلاحيته سريعاً، وهو ما قد يجعل النتائج غير ذات صلة عند النشء اليوم.

١. الصور النمطية في الأدب

أ. تحليل محتوى كتب الأطفال من مراحل المهد والطفولة المبكرة

قبل أن يعرف الرضع والأطفال الصغار القراءة فهم يحتكون بالأدب في صورة كتب مصورة، يتمتع العديد منها بسمة البقاء، لدرجة أنها تقرأ من جيل إلى الجيل الذي يليه، فمثلاً نشر كتاب بياتريكس بوتر (حكايات بيترا الأرنب) أول مرة عام ١٩٠٢، ولا تزال تتمتع بشعبية حتى اليوم وعلى مدار مائة عام، بيع من الكتاب ١٥٠ مليون نسخة في جميع أنحاء العالم (جماعات حقوق الملكية، ٢٠٠٨).

وبالنظر إلى طول بقاء الكتب المصورة، فمن المهم أن نضع تمثيل النوع الاجتماعي والعرق في سياقها التاريخي الصحيح، حيث أن الكتب المصورة نفسها لا تزال متاحة في المتاجر والمكتبات المدرسية بعد أكثر من ١٠٠ عام^(١٢).

ب. تمثيل النوع الاجتماعي

فيما قبل سبعينيات القرن الـ ٢٠ كانت الكتب المصورة شديدة النمطية، حيث توضح رسومات الذكور والإناث دائماً السلوكيات الخاصة بالنوع، مثل: (الذكور العدوانية، والإناث الراعيات)، وخصائص الشخصية: (كالذكور المستقلين، والإناث غير المستقلات)، والوظائف: (الأطباء الذكور، والممرضات الإناث)، فضلاً عن أن الذكور قد ظهروا أكثر من الإناث على مستوى كل الشخصيات.

٢. الصور النمطية في برامج التليفزيون والبرمجيات التعليمية

ينبغي للدراسات المستقبلية التي تتناول تأثير الإعلام على أي من التنميط النوعي أو العرقي ومواقف الأطفال والمراهقين، أن تتناول التساؤل التالي: أيهما يؤثر في النشأة أكثر: المشاهدة المتكررة للصور النمطية؟ أي فرضية (التكرار) (ريب ودامبروت ١٩٨٩) أم الأهمية المحسوسة للشخصيات التي تتصرف بطريقة نمطية؟ أي فرضية (التشبع) (ريب ودامبروت)، فطبقاً لفرضية التكرار يشكل الإعلام ببطء مواقف المشاهد ومعتقداته.

ونتيجة لذلك تتكون الصور النمطية بمرور الوقت بتكرار مشاهدة الصور النمطية في الإعلام، حيث يظهر على المشاهدين بكثافة على مستويات التنميط.

في المقابل ترى فرضية التشبع أن عدد مرات التعرض للصور النمطية غير مهم نسبياً في تشكيل الصور النمطية، بل إن طبيعة الصور المقدمة هي المهمة؛ وعليه فإن الشخصيات التي تتسم بالتأثير الحاد والقوي على المشاهد يعتقد أنها تؤثر في التنميط عند النشء بالدرجة الأكبر.

وعلى الرغم من أن كلا الفرضيتين قد تؤثر في النشء، فإن تأثيرهما قد يختلف باختلاف مراحل النشأة، فمثلاً ولأن تكون الهوية عنصراً مهماً في أوائل المراهقة، فإن المراهقين (أكثر من سواهم من النشء) قد يرتبطون بشخصية أو أكثر ليقلدوها، مما يدعم فرضية التشبع، وربما تؤثر الفروق الفردية، فبينما من الممكن أن يتأثر بعض النشء بصفه رئيسية بالمشاهدة التراكمية للصور النمطية، قد يتأثر البعض الآخر أساساً بشخصيات محددة في الإعلام.

تناولت عدد قليل من الدراسات التنميط في الإعلام المصمم لتعليم النشء، إلا أن الأبحاث التي أجريت أظهرت دائماً أن الذكور يفوقون الإناث عدداً في برامج التليفزيون التعليمية/المعلوماتية، وفي البرمجيات التعليمية في جميع الأعمار (كالفرز وكوتلر وزيندر وشوكي ٢٠٠٣ شيلدون ٢٠٠٤)^(١٣).

٣. الصور النمطية في إعلانات التليفزيون

عند تسويق المنتجات للأطفال ظهر الذكور بقدر أعلى من الإناث لأكثر من ٣٠ عاماً، فبالمقارنة مع الإناث لم يقتصر الأمر عند الذكور على الاستحواذ على دور رئيس في الإعلانات، بل ظهروا في أدوار متنوعة. (رافيس ٢٠٠٠، ستيرن وماسترو ٢٠٠٤) لكن في المنتجات المسوقة للمراهقين ظهر الذكور والإناث مؤخراً بنسب متساوية.

(ستيرن وماسترو ٢٠٠٤)

كذلك سوق الذكور والإناث لأنواع مختلفة من المنتجات (جينجر ووارنيلا ٢٠٠٧)، فمثلاً ظهر الصبية باستمرار في إعلانات الألعاب المرتبطة بالاستقلالية والتنافس، مثل ألعاب الحرب (كينادق اللعب والسيوف)، وفي المقابل مالت الفتيات إلى الظهور في إعلانات متعلقة بالعواطف (كدفاتر اليوميات)، وبالعلاقات (كالدمى)، والترتيبات المنزلية (كالمطابخ).

وبالنظر إلى هذه الحقيقة، فليس من المفاجئ أن الأنشطة ومستوى النشاط المعروض في الإعلانات قد اختلف باختلاف النوع أيضاً؛ إذ وجد (دافيس) أنه بينما انخرطت الإناث في أنشطة إما سلبية (كالجلوس والتحدث) أو منزلية، فقد ظهر الذكور في صورة مشاركين نشطين في بيئتهم المحيطة.

ومالت سمات الشخصية التي جسدها الذكور والإناث في الإعلانات المخصصة للأطفال والمراهقين للاتفاق مع الصور النمطية، إذ لم يقتصر الأمر على تقديم الذكور والإناث بشكل مختلف في الإعلانات، بل اختلفت تكوين الإعلانات باختلاف نوع المستهلك المستهدف.

٤. الصور النمطية على الإنترنت

مع أن الأطفال والمراهقين يقضون ساعات لا تنتهي على الإنترنت في تصفح المواقع والمدونات وغرف الدردشة، فإننا لا نعرف الكثير عن انتشار الصورة النمطية المتوفرة أمام القاصرين المستخدمين للشبكة، لكن المعروف أن المراهقين بين ١٣ و ١٨ عامًا يبلغون عن احتكاكهم بصور نمطية سلبية وتميز عنصري عندما يتواصلون مع الآخرين على الإنترنت.

أسهم الفضاء الإلكتروني في تحول العالم لأول مرة في التاريخ إلى مكان وزمان اجتماعي وثقافي واحد، ومن ثم فإنه يصعب فهم العمليات والممارسات الاجتماعية والثقافية كمجموعة من الظواهر المحلية المستقلة نسبيًا عن العالم، وبرز تيار مضاد في صعود الثقافات المحلية والاختلافات العرقية والاثنية في محاولة للحفاظ على ذاتيته أمام خطر الاندثار والتنميط العالمي.

وأدى الفضاء الإلكتروني إلى زيادة الإحساس بالوعي الجماعي والثقافي لدى العديد من الشعوب والأمم، بإتاحة الفرصة للتعبير عبر استخدام اللغات المحلية أو الرموز والقيم والثقافة، في ظل دور المتغيرات العالمية بعد الحرب الباردة في تصاعد دور الثقافة في العلاقات الدولية^(١٤).

أسهم الفضاء الإلكتروني في التأثير على الثقافة ومواردها وقيمها، وفي عملية تكوين هويات جديدة، أو الكشف عنها بعد أن كانت سرية، ونتجت ثقافة إلكترونية ذات طابع معلوماتي نتيجة الحراك الاجتماعي والثقافي المرتبط باستخدام الفضاء الإلكتروني، والتي ارتبطت ببروز مجموعة من التقنيات والعادات والمواقف وطرق التفكير والقيم التي تتطور ويتم التفاعل حولها، وهي في الأخير نتائج التفاعل بين التكنولوجيا والثقافة^(١٥).

وعزز الفضاء الإلكتروني من دور الثقافة الرمزية التي ارتبطت بمرحلة ما بعد الحداثة، وبرز ثم انفصال بين الواقع والثقافة في المجتمع عبر الفضاء الإلكتروني، خاصة أن الصور الذهنية ذات المغزى الثقافي التي تبث عبر الفضاء الإلكتروني لا تعبر عن الواقع بالضرورة الذي انبثقت منه، ولكنها أضحت الصورة أوقع من الواقع في اتجاه ما بعد الحداثة؛ وكان من شأن ذلك أن جعل ما هو ثقافي يسبق ما هو اجتماعي^(١٦).

وأصبحت العلاقة تبادلية بين تأثير الثقافة في الفضاء الإلكتروني وتأثير الفضاء الإلكتروني على الثقافة، وأدى الفضاء الإلكتروني إلى خلق توترات وصراعات ثقافية عنيفة في مواجهة محاولة التنميط العالمي للثقافة العالمية، والتي تعبر عن الهيمنة الأمريكية، وفي ظل ارتباط تسويق الثقافة المهيمنة بالقدرات الاقتصادية في ظل الفجوة الرقمية بين من يملك الوصول ومن لا يملك.

وأدى الفضاء الإلكتروني إلى تقويض قيم الانتماء المحلي والوطني، مع ضعف وتراجع دور الدولة في العملية الثقافية، وبروز فاعلين من غير الدول في إنتاج وإدارة العملية الثقافية في التعبير عن القيم والهوية، وأثر الفضاء الإلكتروني في تشكيل الهوية وبناء هويات جديدة بدون أجساد، وإضعاف الهوية التقليدية، بتغيير الجذور التي تقام عليها^(١٧).

وقد أثر الفضاء الإلكتروني على إنتاج الرموز الثقافية، وبدلاً من أن يتم إنتاجها محلياً بناء على الحركة داخل المجتمعات وتفاعلاتها مع ثقافتها المحلية أصبح بالإمكان أن يتم إنتاجها في الخارج، ويتم انتشارها إلى داخل المجتمعات الأخرى^(١٨).

ثالثاً - تفسير الصورة النمطية

سعي الكثير من كتاب أدب الأطفال في العالم إلى تجاوز الأفكار التي تقدمها قصص الأطفال الكلاسيكية، معتبرين أنها قد تشكل خطراً على تنشئة أطفال بنفسيات سليمة.

وفي هذا السياق أصدرت مؤخراً مجموعة من القصص الجديدة التي تدعو إلى قيم الاجتهاد والمسئولية والاعتماد على النفس، وتكسير الصور النمطية التي يقدمها عالم ديزني عن النجاح والسعادة، وتقوم هذه القصص على خلق عوالم جديدة في أذهان الأطفال أقرب إلى الواقع وإلى القيم المعاصرة.

رابعاً - قصة (من يعيد الدفء للمدينة؟!)، للكاتب أحمد طوسون أنموذجاً

أحمد طوسون ليس كاتب أطفال فقط، بل إنه جمع بين فنون ثلاثة: القصة القصيرة، والرواية، وأدب الطفل، مزيج مدهش لكاتب حائز على عدة جوائز عبر مشواره الأدبي، أبرزها جائزة الدولة التشجيعية في الآداب عام ٢٠١٣ عن رواية للفتيان بعنوان: (أحلام السيد كتاب)، وقد بدأ مشواره في الكتابة في أواخر التسعينيات واستمر حتى الآن في العطاء، كما أنه عضو لجنة ثقافة الطفل بالمجلس الأعلى للثقافة، وعضو اتحاد الكتاب المصري، بالإضافة للعديد من المناصب الأخرى^(١٩).

والقصة تدور حول الحب، وقد استلهم الكاتب فكرة القصة من العلاقة بين الجدة والحفيد، وبالتحديد علاقة ابنه الصغير بجده، وتحكي القصة عن علاقه طفل صغير بجده، حيث تغيب الشمس، وينتشر البرد والصقيع، فتسعي مخلوقات كثيرة لاستعادة شروق الشمس

لكنها تفشل، وينجح الطفل الذي يحب جدته أن يجعل الشمس تشرق من جديد، لنكتشف أن المشاعر الصادقة وحدها توحد الناس والمخلوقات.

القصة إصدار دار نهضة مصر، للأطفال تحت ١٢ سنة، رسوم: بسمه حسام، وتؤكد على أهمية الخيال والإبداع عند الأطفال، وهي حائزة على جائزة ساويرس لأدب الطفل.

وفيها يقول الكاتب أحمد طوسون: "تجمعت الغمامات الرمادية في السماء.. واجتاح البرد والصقيع المدينة، أراد البعض إمساك قرص الشمس وجلبه..

سخرت الشمس من هذا الكلام !!

فهل سيستطيع أحد الإمساك بالشمس فعلاً؟!!!"

توصيات:

كسر النمطية في أدب الأطفال عن طريق الابتعاد عن نمطية الكتاب المقدم لهم عبر الكتاب التفاعلي وقطاع الألعاب التعليمية.

الخروج عن نمط النشر العربي، وعن نمط الأفكار التقليدية (المعربة والمقلدة والمكررة والمنسوخة).

خاتمة:

يواجه أدب الطفل في مصر والعالم العربي تحديات كثيرة، تتعلق تارة بالمحتوى، وأخرى بالنمطية التي لم يخرج من دائرتها؛ لذا يجب أن يكون أدب الأطفال أدبًا متجددًا؛ لأنه يخاطب فئات متنامية متغيرة، لها خصائص فريدة، ولها مستويات إدراكية ومعرفية ونفسية وسلوكية مختلفة، لا بد وأن يكون المنتج الأدبي الموجه للأطفال حيًا، معبرًا عن تطلعاتهم، وحاجاتهم، ورؤيتهم وخيالاتهم، وأنماط لعبهم، ومواكبًا العصر الذي يعيشون والمستقبل المتطلعين إليه.

وضرورة الخروج عن الأفكار النمطية القديمة المتوارثة التي استهلكت، حيث عقدة السندريلا (الفتاة الخائفة السلبية، والتي لا تقوم بشيء لتغيير واقعها، بل تنتظر المنقذ)، والطابع المعجزاتي كما في بياض الثلج، والاعتماد على القوى الخارقة كما في قصص (علاء الدين) و(المارد) أو (المصباح السحري)، والرضا بالقدر وبكل النهايات، والتخلي عن الفكرة النمطية عن السعادة بأنها زواج البطل من بنت الملك، أو زواج الفتاة من الأمير أو الرجل الغني.

هوامش البحث:

١. موقع مؤسسة هنداوي: الإعلام والنشء: تأثير وسائل الإعلام عبر مراحل النمو، الفصل السادس، وسائل الإعلام والصور النمطية.
٢. أحمد مصطفى علي: الإعلام وسلطة الصورة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط١، ٢٠٢١، ص٤٣.
٣. أحمد مصطفى كامل: دور الاتصال التنظيمي في تكوين الصورة الذهنية للمنظمات غير الحكومية الدولية لدى النخبة المصرية: دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة أسيوط، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٤، ص ١٢٠ - ١٢١.
٤. عبد القادر طاش: صورة الإسلام في الاتصال الغربي، القاهرة: الزهراء للإعلام العربي، ط٢. ١٩٩٣، ص ٢٢.
٥. عبد الحكيم عامر سيد عامر: دور الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بوزارة الداخلية في تكوين الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدى المواطن المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب وعلوم الاتصال والإعلام، جامعة عين شمس ٢٠٠٩، ص ٦٠.
٦. عبد القادر طاش: مرجع سابق، ص ٢٤.
٧. حميده مهدي سميسم: بنية الصورة، وسياسة الاتصال، دراسة في إشكالية البنية الاتصالية للاستهلاك والثقافة العربية، مجلة الباحث العربي الصادرة عن كلية الإعلام بجامعة بغداد، العدد ٦-٧، حزيران/أيلول ٢٠٠٩، ص ٢١.
٨. أحمد مصطفى علي حسين: إشكالية الأسطورة.. بين العلم والأدب، مجلة شئون عربية، القاهرة: الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، عدد ١٦٦ صيف ٢٠١٦، ص ١٥٢.
٩. على قسايسية: تكنولوجيا الإعلام ودراسات الجمهور في المجتمعات الانتقالية، مجلة الاتصال والتنمية، بيروت: دار النهضة العربية ببيروت، السنة الثالثة، العدد ١٠، لبنان، أكتوبر/تشرين الأول ٢٠١٠، ص ٢٥ - ٤٣.
١٠. محمد سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، القاهرة: مكتبة الخانجي، والرياض: دار الرفاعي، ١٩٨٣، ص ٢٣٤.
١١. أيمن منصور ندا: الصور الذهنية والإعلامية.. عوامل التشكيل، واستراتيجيات التغيير، القاهرة: المدينة برس، ط١. ٢٠٠٤، ص ١٥٩.

١٢. موقع مؤسسة هنداوي: مرجع سابق.
١٣. مؤسسة هنداوي: مرجع سابق.
١٤. أماني محمود غانم: البعد الثقافي في العلاقات الدولية (دراسة في الخطاب حول صدام الحضارات)، دار الجمهورية للصحافة، ط١. ٢٠٠٧، ص ١٢ - ١٥.
١٥. عادل عبد الصادق: الفضاء الإلكتروني والعلاقات الدولية (دراسة في النظرية والتطبيق)، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠١٧، ص ٣١٦.
١٦. شاكر عبد الحميد: عصر الصورة.. الإيجابيات والسلبيات، سلسلة عالم المعرفة، الكويت: المجلد الوطني للثقافة والفنون والآداب، عدد ٣١١، يناير ٢٠٠٤، ص ٣٨ - ٤٠.
١٧. Kas Wood Ward "Understanding identity", chapter ٥ "embodying identity", Oxford university Press inc, ٢٠٠٢, pp ١٠٣-١٣٣.
١٨. عادل عبد الصادق: الفضاء الإلكتروني والعلاقات الدولية، مرجع سابق، ص ٢١٧.
١٩. موقع مصراوي، حكايات الناس، الخميس ١٣ يناير ٢٠٢٢.

المراجع والمصادر:

- أماني محمود غانم: البعد الثقافي في العلاقات الدولية (دراسة في الخطاب حول صدام الحضارات)، دار الجمهورية للصحافة، ط١. ٢٠٠٧.
- أحمد مصطفى علي حسين: إشكالية الأسطورة.. بين العلم والأدب، مجلة شئون عربية، القاهرة: الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، عدد ١٦٦ صيف ٢٠١٦.
- أحمد مصطفى علي: الإعلام وسلطة الصورة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط١، ٢٠٢١.
- أحمد مصطفى كامل: دور الاتصال التنظيمي في تكوين الصورة الذهنية للمنظمات غير الحكومية الدولية لدى النخبة المصرية.. دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة أسيوط، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٤.
- أيمن منصور ندا: الصور الذهنية والإعلامية.. عوامل التشكيل، واستراتيجيات التغيير، القاهرة: المدينة برس، ط١. ٢٠٠٤.
- حميدة مهدي سميسم: بنية الصورة وسياسة الاتصال، دراسة في إشكالية البنية الاتصالية للاستهلاك والثقافة العربية، مجلة الباحث العربي الصادرة عن كلية الإعلام بجامعة بغداد، العدد ٦-٧، حزيران/ أيلول ٢٠٠٩، ص ٢١.
- شاكر عبد الحميد: عصر الصورة.. الإيجابيات والسلبيات، الكويت: سلسلة عالم المعرفة، المجلد الوطني للثقافة والفنون والآداب، عدد ٣١١، يناير ٢٠٠٤.
- عادل عبد الصادق: الفضاء الإلكتروني والعلاقات الدولية (دراسة في النظرية والتطبيق)، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠١٧.
- عبد القادر طاش: صورة الإسلام في الاتصال الغربي، القاهرة: الزهراء للإعلام العربي، ط٢. ١٩٩٣.
- على قسايسية: تكنولوجيا الإعلام ودراسات الجمهور في المجتمعات الانتقالية، مجلة الاتصال والتنمية، بيروت: دار النهضة العربية ببيروت، السنة الثالثة، العدد ١٠، لبنان، أكتوبر/ تشرين الأول ٢٠١٠، ص ٢٥ - ٤٣.
- عبد الحكيم عامر سيد عامر: دور الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بوزارة الداخلية في تكوين الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدى المواطن المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب وعلوم الاتصال والإعلام، جامعة عين شمس، ٢٠٠٩.

- محمد سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، القاهرة: مكتبة الخانجي، والرياض: دار الرفاعي، ١٩٨٣.
- موقع مؤسسة هنداوي: الإعلام والنشء: تأثير وسائل الإعلام عبر مراحل النمو، الفصل السادس/ وسائل الإعلام والصور النمطية.
- Kas Wood Ward "Understanding identity", chapter ٥ "embodying identity", Oxford university Press inc, ٢٠٠٢, pp ١٠٣-١٣٣.