

دار الحدائق اللبنانية تحصد جائزة السبيل عن كتابها في أدب الطفل "لائحة
08/12/2011
مشتريات "

محيدي: أدب الأطفال يعالج قضايا صعبة بأسلوب إبداعي وفكاهي ويقدم وصفة تربوية للاهل
بيروت - ليندا عثمان:

فازت أخيراً دار الحدائق لطباعة ونشر وتوزيع كتب ومجلات الأطفال في لبنان والعالم العربي، بجائزة السبيل السنوية لأدب الأطفال التي أطلقتها الجمعية في اطار برنامج تطوير أدب الطفل بدعم من مؤسسة "أناليد"، وبتمويل من مؤسسة سيدا السويدية. وقد نالت الدار الجائزة عن كتاب "لائحة مشتريات" من سلسلة "الزير الملون" كأفضل نص للأطفال (ما بين ٦ و ١١ سنة) وهو من تأليف مديرة الدار الكاتبة نبيهة محيدلي والرسوم للفنان حسان زهر الدين، ولجنة التحكيم المؤلفة من كتاب واختصاصيين في أدب الطفل وعلم الاجتماع والنفس اعتمدت في تحكيمها على معايير خاصة وجامعة وموجهة منها: كما قالت نبيهة محيدلي في حوارها مع "السياسة": الإبداع، الابتكار، القدرة على تحفيز الخيال، الرسوم الجذابة والتي تميزت بالابتكار من خلال الطريقة الفنية والألوان، فيما خص المحتوى، كما ركزت اللجنة على المواضيع الجديدة التي تعالج قضايا صعبة بأسلوب فكاهي مبسط ولغة سهلة وابداع خلاق . ويتناول الكتاب مغامرات ياسر، (الشخصية التي طالما أحبها الأطفال) في كتابة لائحة مشترياته، بدءاً من الخربشة مروراً بالرسم وصولاً الى الكتابة الواضحة. كل ذلك في قالب فكاهي سردي ملون بألوان متنوعة يغلب عليها الأحمر والأزرق والأصفر تعكس العلاقة الحميمة والواقعة والمسؤولة بين الأم والطفل .

« السياسة» حاورت الكاتبة محيدلي حول الجائزة والدوافع التي ساعدت في منح الدار الجائزة وهذا نص الحوار:

حصدت دار الحدائق على مدى السنوات الماضية عشرات الجوائز، التي تراوحت بين الكتابة والرسم والاعراج والنشر، بنظرك ما الدور الذي تلعبه الجائزة في دعم ثقافة الطفل؟

ان للجوائز في عالم ثقافة الأطفال دوراً كبيراً، فهي تعطي دافعاً لهذا القطاع لاستقطاب مبدعين وتوريطهم (ورطة حسنة) في هذا العالم، الذي ما زال يحتاج الى رواد ومؤمنين به وأخصائيين، ومن جهة أخرى تلعب الجائزة دوراً مباشراً في دعم اسم الدار والترويج للكتاب نفسه.

بالنسبة للدار تشكل الجائزة معياراً وسقفاً يجب ألا تتراجع عنه (أو هكذا ينبغي)، وهي بمثابة جرة للتريث لاحقاً قبل نشر أي عمل، ولكن أيضاً هناك خطورة من أن تشكل الجائزة حالة ركون الى ذلك النجاح، وبالمقابل استرخاء وعدم ممارسة النقد الذاتي. وبالنسبة للكتاب، تشكل الجائزة دافعاً قوياً له وتعطيه فرصة أكبر للانتشار، وهذا ما لمسناه في معظم الكتب الفائزة. كتاب "لائحة مشتريات" حصد مؤخراً جائزة السبيل عن أفضل نص مقدم للأطفال بعد أن نافس أكثر من مئة كتاب. لماذا برأيك تم اختيار "لائحة مشتريات" دون غيره؟

معايير لجنة التحكيم اعتبرت أن ما أهل الكتاب لينافس باقي الكتب هو الجاذبية وقدرته على امتاع الطفل، ووجود أكثر من طبقة فيه، فالطفل يستمتع وهو يقرأ ويرتوي ويمتلئ بما يقدم له. وفي حال حاولنا الغوص أكثر في عوالم الكتاب، فاننا نجد مستويات عديدة بنيت عليها حبكة النص. أولاً، يلقي النص الضوء على تفاصيل الحياة اليومية البسيطة عند معظم الأمهات مع أطفالهن أثناء شراء حاجات المنزل، فالقصة تحاكي الواقع اليومي لعائلة تشبه الى حد كبير محيط الطفل. ثانياً، في الكتاب تصور عما يجب أن يكون عليه دور الأمهات، وهو عدم الاستهتار بطرائق التعبير عند أطفالهن، والأخذ بها حتى لو كانت مجرد خربشات. ثالثاً، توائم القصة بين مراحل نمو الانسان ومراحل الكتابة عنده، لتشكل مادة معرفية للأطفال مقدمة اليهم بطريقة سلسة ومبسطة.

نلاحظ أن ألوان القصة هي ألوان صاحبة، هل هناك من تعليل لهذا الاستخدام؟ نعم تعتمد هذه القصة، كما كل قصص السلسلة واسمها "الزيز الملون" الرسوم بشكل أساسي، حتى أنها لا يمكن أن تقرأ للطفل عن بعد بل يجب أن يكون الكتاب حاضراً بين يديه ليطلع على الرسوم، وهذا ما يجعل وقفته تطول أمام القصة، يجول بنظره بين تفاصيلها ليكمل ما قرأه للتو، ويضيف له من خلال ما أضاف الرسام في هذه القصة، لأنها تحكي عن عالم الخربشة ومراحل الكتابة، وعن علاقة بين طفل وأمه، فكان من الضروري أن يكون الرسم بنفس الـ Tone- بالنسبة للألوان الزاهية الواضحة كالأحمر والأصفر فهذا أسلوب الرسام وما أوحى له القصة. وكما ترين فان الرسم ليس استهلاكياً إنما هو خاص بهذه القصة بالذات، وهو نابع

من البيئة السائدة الى حد كبير.

العصر الحالي هو عصر الصورة, كيف تحافظ دار الحدائق على جذب قرائها في ظل منافسة الصورة للكتاب, علماً أن الصورة تسيطر أسرع على قلب الطفل وعقله?
قبل اصدار الكتاب يُعرض على مجموعة متنوعة من الفئات العمرية التي يفترض أن يتوجه لها الكتاب, عرض الكتاب يصبح أشبه ما يكون بجلسة اختبار, أقيس اصغاءهم, أقيس بسمتهم, حتى الفرح في عيونهم, وألنتف الى أسئلتهم وردات فعلهم الأولية والعفوية. لا نضغط لنضع الطفل في موقع يسايرك فيه أو كي يدلي برأيه. قد لا تعنيه الكلمات ليعبر, انما نقيس ردات الفعل بطريقة غير مباشرة .

بالطبع التحدي اليوم أكثر مما مضى, لأن خبرات أطفال اليوم تختلف في ظل عصر الصورة الرقمية وعالم التكنولوجيا المذهل, ما نحتاج اليه هو البحث عن المفتاح الحقيقي لتقديم نص ممتع وجميل يخاطب جيل اليوم. لا أظن أن وهج الكتاب يخبو أمام وسائل الاتصال الأخرى, اذا ما شكل مادة جذابة وممتعة للطفل (خاصة الأعمار الصغيرة) فالطفل مهما جلس أمام التلفاز أو الكمبيوتر لابد أن يعود للكتاب اذا كان ممتعاً. المهم أن يكون الكتاب (الممتع) بمتناول يديه. أرى أن الطفل يبحث عن المتعة والجاذبية, وعما يسرح فيه خياله, وهو لن يمانع ان كان حكاية شفوية أو نصية أو فيلماً تلفزيونياً.

كيف تحافظ دار الحدائق على تفاعلها مع قرائها, والاطلاع على آرائهم في اصداراتها?
بعد اصدار الكتاب نقتفي مساره عبر المدارس والمعلمات وعبر الأهالي, وعبر الأطفال أنفسهم في معارض الكتاب, وفي اللقاءات وتواقيع الكتب مع الأطفال أنفسهم, ويخبرنا الأهالي دوماً بعلاقة الأطفال مع شخصيات كشخصية "مرمر" التي لها شعبية واسعة لدى الأطفال الصغار, أو شخصية "ياسر" لدى من هم أكبر وكذلك شخصية "غسان" أو "تفاحة".
حالياً وللتواصل الفعال, نعتمد الشبكة بكل برامجها من خلال الموقع الالكتروني :
www.alhadaekgroup.com, وقد استحدثنا أخيراً صفحة خاصة بالدار على موقع "الفيسبوك" بعنوان "Dar Al-Hadaek" التي ندعو جميع قراء صحيفة "السياسة الكويتية" للانضمام اليها, فتمكنهم من الاطلاع على آخر اصدارات دار الحدائق وأنشطتها, والمعارض التي تشارك فيها, والتفاعل المباشر مع الدار.