



دوفصلنامه پژوهش در ادبیات کودک و نوجوان

شماره ۶، بهار و تابستان ۱۴۰۱

ISSN: ۲۳۸۴-۲۷۸۳

- سبک‌شناسی شعر کودک با رویکرد بررسی ارکان جمله
- رابطه طبیعت و انسان در شعر کودک با تکیه بر اشعار کردی
- گروفالو، از قصه تا درام بررسی ساختار روایی داستان مصور و فیلم انیمیشن «گروفالو» اثر جولیا دونالدسون همراه با ارائه طرحی پیشنهادی برای تبدیل آن به نمایشنامه
- نقد و بررسی مفاهیم ایدئولوژیک در انیمیشن کورالاین: آشکارسازی زمینه‌های سیاسی با استفاده از تئوری شالوده‌افکنی
- نقش درست‌گویی قصه در جذب مخاطبان کودک و نوجوان
- بررسی «عنوان» در داستان‌های فلسفه برای کودکان با تکیه بر نقش عوامل برون‌متنی
- بررسی فرانتش‌های شش‌گانه هلیدی در ترانه‌بازی «اشتر به چراس»
- بررسی نشریات کودک و نوجوان در دهه هفتاد شمسی
- بررسی و تحلیل آثار داستانی کودک و نوجوان احمد اکبرپور از منظر عناصر داستان
- تأملی در داستان بلند «فرشته‌ها از کجا می‌آیند؟»
- ترجمه مفاهیم فرهنگی و بوم‌شناختی در آثار شل سیلورستاین با تکیه بر چهارچوب نظری آیویر و پیتر نیومارک
- خوانش هفت‌خان و هفت‌رزم بر اساس نظریه اقتباس لیندا هاچن

دوفصلنامه پژوهش در ادبیات کودک و نوجوان

شماره ۶، بهار و تابستان ۱۴۰۱

ISSN: 2783-2384

Journal of Research in Children's Literature in Iran

Number 6, Spring & Summer 2022

ISSN: 2783-2384

- Analyzing "title" in philosophical stories for children considering the role of extra-textual factors
- Investigating the six trans elements of Holiday in song playing of "Oshor be charast (the camel has gone grazing)"
- Scrutinizing the journals of children and adolescents in Iran (1990-2000)
- Analyzing Ahmad Akbarpour's children fiction works from the viewpoint of story elements
- A reflection on the long story of "Where do angels come from?"
- Translation of eco-cultural concepts in Shel Silverstein's works based on the theoretical frameworks of Ivir and Newmark
- The recitation of Haft Khan and Haft Razm by Zohreh Parirokh and Nilufar Mir Mohammadi, based on the adaptation theory of Linda Hatcher
- The stylistics of children's poetry with the approach of considering the elements of the sentence
- The relationship between nature and man in children's poetry based on the Kurdish poems
- The Gruffalo, from story to drama Scrutinizing the narrative structure of the pictorial story and animation movie of "The Gruffalo" by Julia Donaldson With presenting a suggested plan for turning it into a drama
- Review of ideological concepts in Coraline animation: Revealing political contexts using foundational theory
- The role of correct storytelling in attracting children and adolescents audience



نقش درست‌گویی قصه در جذب مخاطبان کودک و نوجوان

علی اکبر کمالی نهاد^(۱)

۱. هیأت علمی گروه آموزش زبان و ادبیات فارسی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران

چکیده

قصه‌ها بخشی از گذشته جذاب پدران، مادران و بزرگسالانی هستند که روزگاری با آن‌ها زندگی کرده‌اند و از حوادث آن‌ها تجربه‌هایی برای زندگی واقعی خود برگزیده‌اند. بزرگ‌ترها امروز در ساختی متفاوت و به‌گونه‌ای دیگر به‌عنوان قصه‌گو زیبایی‌هایی را که خود درک کرده‌اند، به کودکان و نوجوانان هدیه می‌کنند. قصه‌گویی یکی از خواستنی‌ترین کارهایی است که هرکس یک‌بار هم که شده آن را تجربه کرده است؛ اما قصه‌گویی صحیح، اصولی دارد که قصه‌گویان حرفه‌ای برای جذب مخاطب و اجرای صحیح قصه، آن‌ها را به کار می‌برند. پژوهش حاضر با رویکرد مخاطب‌شناسی و درست‌گویی قصه، نقش این عوامل را بررسی کرده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد مؤلفه‌های کلامی و غیرکلامی مثل اعتماد به نفس و استقلال قصه‌گو، تعامل و ارتباط قصه‌گو با کودک و نوجوان، لحن و بیان قصه‌گو، صدای رسا و دل‌نشین، قدرت تصویرگری و فضاسازی، کاربرد زبان بدن در قصه‌گویی و دیگر ترفندها و ابتکارات قصه‌گویی، در ارائه بهتر قصه و جذب بیشتر مخاطب کودک و نوجوان مؤثرند.

واژه‌های کلیدی: درست‌گویی، قصه‌گویی، مخاطب‌شناسی، کودک و نوجوان.

مقدمه

اولین قصه‌ها با اولین حضور انسان‌ها به زمین آغاز شدند. با شکل‌گیری اجتماعات انسانی، قصه‌ها نیز بیشتر و بیشتر شدند و زندگی هر انسانی بهانه‌ای برای آغاز و پیدایش یک قصه شد. به‌تدریج روایت زندگی افراد برای فرد یا افراد دیگر بازتعریف شدند و در روند این بازتعریف‌ها روایان و قصه‌گویان مختلفی با روش‌های منحصر به فرد در صحنه بی‌بدیل قصه‌گویی، این هنر جذاب و تأثیرگذار، وارد شدند. قصه‌ها برخاسته از زندگی مردم جامعه بودند و قصه‌گوها به‌عنوان تاریخ و فرهنگ شفاهی زنده در میان مردم، با بیان متفاوت و شیوای خود، قصه‌ها را به گروه‌های بعد از خود منتقل می‌کردند.

اگرچه قصه و روایت برای مخاطب بزرگسال هم از ارزش و اعتبار ویژه‌ای برخوردار است؛ اما همواره کودکان و نوجوانان از شنیدن قصه‌ها بیشتر لذت می‌برند. مخاطبان کودک و نوجوان چه از لالایی‌هایی که مادران با صدای دلنشین خود برای آن‌ها می‌خواندند و چه از شنیدن قصه‌های جذاب مریبان و معلمان در مدرسه و... به شکلی عمیق لذت می‌برند. قصه‌ها به‌طور غیرمستقیم مفاهیم و رویکردهای تعلیمی، اخلاقی-تربیتی و روان‌شناسی را به کودکان می‌آموزند.

کودکان کنجکاوانه به قصه‌ها گوش می‌سپارند، گاه با قهرمان‌های قصه‌ها هم‌ذات‌پنداری می‌کنند و آگاهانه یا ناآگاهانه از مفاهیم قصه برداشت شخصی می‌کنند و آن را در پستوی ذهن و تفکر خود سامان می‌دهند. از این‌رو شنیدن یک قصه خوب علاوه بر لذت درونی و بیرونی، زمینه‌ساز برداشت‌های آزادانه مخاطبی است که بسیاری از مسائل جامعه برای او تازگی و جذابیت دارد؛ پس نحوه

این روایت و بیان درست و گفتن هنرمندانه آن، تأثیری اساسی بر میزان جذب مخاطب و ترغیب او به شنیدن و تأثیرپذیری از قصه دارد.

طرح مسأله

قصه‌گویی یکی از روش‌های بسیار مؤثر در افزایش قدرت تفکر و اندیشه، تکوین شخصیت و دستیابی به تفکر انتقادی کودک شناخته شده است. «با کمک گرفتن از روش قصه‌گویی می‌توان تغییرات شگرفی در زمینه یادگیری، سوادآموزی و خلاقیت کودکان ایجاد کرد» (ریموند، ۲۰۰۸، به نقل از رادبخش و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۸۲). برای رسیدن به چنین موفقیتی، باید قصه‌گویی تربیت شوند که با زبان و بیانی شیرین، نیروی تخیل کودک را برانگیزانند و با کودک صمیمانه برخورد کنند و این قدرت و توانایی را پیدا کنند که کودک را با شنیدن قصه و هدف اصلی از آن یعنی آموزش، جذب و همراه کنند.

قصه و قصه‌گویی به‌عنوان یکی از راهکارهای تأثیرگذار آموزش، نقش مهمی در هویت‌بخشی، انتقال فرهنگ، جامعه‌پذیری، توسعه مهارت‌های فردی و یادگیری باورهای ارزشمند و درنهایت آمادگی برای پذیرش نقش‌های فردی و اجتماعی دارد. قصه با ارتباط عمیقی که میان بیرون و درون انسان ایجاد می‌کند، مخاطب خود را جذب می‌کند، بر احساس و عاطفه او اثر می‌گذارد و به اندیشه او نظم منطقی می‌بخشد.

والدین و مربیان می‌توانند از طریق قصه به رشد روحی و روانی کودک جهت دهند. به این ترتیب که قصه‌هایی برای کودکان در نظر گرفته شود که آن‌ها را جذب کند، محتوای مناسب سن آن‌ها را داشته باشد و تأثیرات مثبتی بر تفکر و نوع نگاه آن‌ها به زندگی داشته باشد. اگرچه کودکان خردسال به قصه‌هایی جذب می‌شوند که به شکل ترانه و همراه با آهنگ باشد؛ اما با افزایش سن و گذر از دوره دبستان، کودکان «بیشتر طالب معنی قصه و فهم و درک مقدمات و نتایج داستان می‌شوند» (محبوب، ۱۳۸۶: ۱۲۸). آن‌ها دوست دارند که قصه هم معنادار باشد و هم خالی از آهنگ نباشد. دلشان می‌خواهد قصه‌گو قصه‌هایی را برای آن‌ها بگوید که پر از حوادث و گره‌ها و تعلیق‌هایی باشد که آن‌ها را به هیجان بیاورد.

قصه‌گو می‌تواند چنان‌چنان مرشد و راهنمایی باشد که با بیانی شیوا و قصه‌ای جذاب و مفاهیمی دل‌پذیر، نمای زیبایی از ورودی یک راه و مسیری جذاب را به کودک و نوجوان ارائه دهد، آنها را با خود همراه کند و به شهر آگاهی ببرد و حس زیبایی‌شناسی و خلاقیتشان را موازی با عزت نفس و استقلال‌طلبی ارتقا دهد یا برعکس چنان‌چنان یک فرد نابلد دریچه ورود به قصه‌ای زیبا را ناگهان چون بیابانی بی‌آب و علف و خشک نشان دهد.

یکی از موضوعات مهم برای شناخت عوامل اثرگذار بر جذب مخاطب، شیوه صحیح قصه‌گویی است که در این جستار برآنیم تا آن را بررسی و تبیین نماییم. هدف از نگارش این مقاله شناسایی راه‌هایی است که به قصه‌گو کمک می‌کند تا مخاطب کودک و نوجوان را جذب کند و در دوره‌ای که انواع و اقسام رسانه‌های تصویری، صوتی، حقیقی و مجازی با اهداف مختلف و گاه نامناسب در جذب مخاطب کودک و نوجوان تلاش می‌کنند، برای جلب توجه این مخاطب به قصه‌های اثرگذار و انسان‌ساز چه راهکارهایی باید بیندیشد؟

پیشینه

در زمینه مخاطب‌شناسی، قصه‌گویی و نقش قصه‌گو یا راوی در روایت قصه و درست‌خواندن متن قصه، مقالات و کتاب‌هایی به رشته تحریر درآمده‌اند؛ از جمله:

تاج‌آبادی و رنجبری (۱۳۸۹) در مقاله «سیری در هنر قصه‌گویی و شیوه‌های روایت قصه»، سلیقه‌دار (۱۳۸۸) در مقاله «آموزش، قصه‌گویی و قصه‌سازی برای کودکان» و گنج‌جو (۱۳۶۸) در مقاله «قصه‌گویی برای کودکان و اثرات آموزشی آن» به بررسی مبحث قصه‌گویی برای کودکان و نوجوانان پرداخته‌اند.

شمس و زابلی‌زاده (۱۳۹۷) در مقاله «نقش گوینده خبر ارتباطگر در جذب مخاطب و افزایش اثربخشی خبر تلویزیونی» و سیدآبادی (۱۳۸۵) در کتاب «عبور از مخاطب‌شناسی سنتی» موضوع مخاطب‌شناسی و نقش گوینده در آن را بررسی کرده‌اند. و صیادکوه (۱۳۹۹) در کتاب «مقدمه‌ای بر مبانی درست‌خوانی متن در زبان فارسی» در حوزه راهکارهای درست‌خوانی متن، پژوهش کامل و ارزشمندی انجام داده است؛ اما تا جایی که نگارنده جستجو نموده است، پژوهش مستقلی که به بررسی «نقش درست‌گویی قصه در جذب مخاطبان کودک و نوجوان» پرداخته باشد، به دست نیامد.

مخاطب و مخاطب‌شناسی

از دیدگاه مخاطب‌شناسی، هر موضوعی که به رشته تحریر در می‌آید، هر اثر هنری که ساخته می‌شود و هر تخیلی که زاده می‌شود، برای مخاطبی خاص نوشته، ساخته و ایجاد می‌شود؛ مخاطب یعنی کسی که اثر خطاب به اوست و یا نگاه آفریننده اثر رو به سوی اوست. هر مؤلف، هنرمند، تصویرگر و... برای مخاطب خود، نگاه و باور او و سلیقه و ذوق او ارزش قائل است و با رعایت معیارها، قوانین و ضوابط، آن چیزی را می‌آفریند که مورد توجه و نگاه مخاطب خود باشد. خداوند در قرآن کریم می‌فرماید: «ما هیچ پیامبری را نفرستادیم؛ مگر این‌که به زبان قومش سخن می‌گفته است تا بتواند دین را به روشنی برای آن‌ها بیان کند» (ابراهیم، آیه ۴).

درحقیقت «شناخت مخاطب مرحله‌ای است پس از انتخاب مخاطب» (سیدآبادی، ۱۳۸۵: ۱۷). اگر نویسنده بداند که مخاطب خودش چه چیز را می‌داند و چه چیز را نمی‌داند و چه چیزی را می‌خواهد بداند، به راین اساس متنی را به او عرضه می‌کند که سخنی بلیغ است؛ یعنی متناسب با حال مخاطب خود است (صلح‌جو، ۱۳۸۹: ۷۵). از این جهت در مخاطب‌شناسی باید از علمی چون جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، مردم‌شناسی و... کمک گرفت.

یکی از آسیب‌هایی که در زمینه مخاطب‌شناسی وارد است، دست بالا یا دست پایین گرفتن مخاطب است. دست بالا گرفتن از آن جهت که به مخاطب چیزی داده شود که هنوز زمان آن فرا نرسیده و دست پایین گرفتن به این معنی که نکته‌ای یا موضوعی در اثر مطرح شود که نویسنده فکرش را نمی‌کرده مخاطب آن را در یابد؛ اما از طرف مخاطب به صورت اشکال یا تذکری بیان می‌شود (رفیعی، ۱۳۹۱: ۵۹). این عدم شناخت صحیح مخاطب، به اصطلاح به مخاطب‌پرانی می‌انجامد و زبان‌ها و خسارت‌های تربیتی، تعلیمی و روان‌شناختی در پی خواهد داشت. در این مواقع علاوه بر نگاه و باور مخاطب، جان و روح او نیز از همراهی با قصه جدا می‌شود.

یکی از مباحث ضروری در ادبیات کودک و نوجوان مفهوم مخاطب‌شناسی است؛ یعنی آفریننده اثر باید به ویژگی‌ها، نیازها، توانمندی‌ها، ناتوانی‌ها، احساسات، عواطف و شرایط روحی مخاطب واقف باشد تا بتواند اثری را خلق کند که مخاطب کودک و نوجوان بتواند با آن ارتباط برقرار کند، از آن اثر بپذیرد و به گونه‌ای آن‌ها را در مسیر خواننده فعال و خلاق و توانمند حرکت دهد. «طبیعتاً در افق دید کودکان است که قدرت، احساسات، استقلال و تجربه کودک به رسمیت شناخته می‌شود و خلاقیتش زمینه بروز پیدا می‌کند» (ارجی، ۱۳۹۱: ۴۳).

به همین ترتیب قصه‌گوی آگاه و توانمند باید در ارائه قصه به نوعی هم کودک باشد و ناشناختگی‌ها و بی‌تجربگی‌های این دوره را درک کند و از سوی دیگر به عنوان یک فرد بزرگسال به علایق، سلیق و آرزوها و خواسته‌های کودکان آگاه باشد و جهان کودک را بشناسد و بداند که کودک در چه سنی به آهنگ کلمات و ارتباط با قصه‌گو اهمیت می‌دهد، در چه سنی مجذوب شعر و موسیقی می‌شود و چه زمانی با قصه و معناها آن همراه می‌شود.

«رویکرد ارتباطی به ادبیات کودک، به این دلیل که توجه ویژه‌ای به مخاطب دارد، به تولید ادبیاتی تهی از عنصر شخصی و فردیت مؤلف منجر می‌شود. پدیدآورنده ادبیات کودک و نوجوان، "خود" را از میان برمی‌دارد تا با مخاطب بر سر موضوعی مشخص، به مفاهیم برسد و به همین دلیل است که امکان پدیدآمدن کلیشه‌ها در آن به راحتی فراهم است» (سیدآبادی، ۱۳۸۵: ۱۲۰). این

درونی شدن فقط کم کردن فاصله بین مؤلف با دنیای کودکی نیست؛ بلکه قصه‌گو هم می‌تواند دنیای کودکی را در ذهن و اندیشه خود درونی کند. به این صورت که هم‌چنان در دنیای کودکی بماند و دنیا را از زاویه دید کودک بنگرد؛ بنابراین، قصه‌گویی که می‌خواهد قصه‌ای را برای گروه سنی کودک یا نوجوان بازگو کند، رموز و فرافز و فرودهای کار خود را با نگرش کودک همراه می‌کند و با دل مخاطب خود راه می‌آید تا آن‌که مخاطب جذب لحن، آهنگ و محتوای قصه شود. به منظور دقت بیشتر در این موضوع و برای همراه کردن پیام، زبان، تصاویر و تخیلات، فضای ذهنی، لحن و بیان اثر به سطح و درک مخاطب و شنونده، مبحث گروه‌های سنی مخاطبان مطرح می‌شود که از جهاتی هم می‌تواند دست‌مایه‌ای باشد برای قصه‌گو در این‌که بتواند با توجه به آن، خود را بیشتر با مخاطب همراه کند.

لزوم توجه به گروه سنی قصه در مخاطب‌شناسی و جذب او

یکی از موضوعات مطرح در قصه‌گویی و جذب مخاطب، انتخاب قصه متناسب با گروه سنی، نیازها و شرایط و مقتضیات عاطفی، اجتماعی و روان‌شناختی مخاطب است. مسلماً شناخت ویژگی‌های شناختی، اجتماعی و روانی مخاطب و نگارش و ارائه قصه‌ای متناسب با ویژگی‌های روحی و حتی جسمی او، در نگرش مخاطب و ساختن تفکر انتقادی، رشد عاطفی و به‌وجود آمدن تغییرات در اندیشه او مؤثر خواهد بود. قصه نماینده ارزش‌ها، اهداف، آرزوها و باورها و نوع نگاهی است که مخاطب به زندگی دارد. بنابراین باید با وسواس، ظرافت و دقت به رویکردهای روان‌شناختی، نیازهای سنی، باورهای درونی و بیرونی مخاطب، قصه‌ای برای او روایت شود که مانند روانی یک رود پرآب در روح و جاننش جریان یابد.

مخاطب کودک در هر مرحله از مراحل رشد خود، تفکرات و شرایط جسمی و روحی ویژه آن دوره را دارد و به نسبت هر مرحله، به قصه‌هایی متناسب با شرایط روحی آن دوره نیاز دارد. از سن هفت تا یازده سالگی که کودک واکنش ویژه‌تری به قصه و داستان نشان می‌دهد، والدین، مربیان و فعالان حوزه ادبیات کودک و نوجوان باید با شناخت کافی، کتاب‌ها و قصه‌هایی برای کودکان گزینش کنند که مخاطب کودک با شنیدن و خواندن آن‌ها، ضمن همراه شدن با شخصیت‌های قصه، با حقایق زندگی، ارزش‌های انسانی و واقعیات و حقایق جهان آشنا شود؛ چرا که «کودک به دلیل سن کم خود، نمی‌تواند همه چیز را تجربه کند؛ ولی داستان او را در موقعیت‌هایی که شخصیت‌های داستان آن‌ها را تجربه می‌کنند، قرار می‌دهد. کودک از طریق این تجربه مشترک می‌آموزد چگونه با مشکلات و چالش‌هایی که فرصت روبه‌رو شدن با آن‌ها را در عالم خارج نداشته، مقابله کند» (امین دهقان و پیرخ، ۱۳۸۲: ۵۳). از دیگر موضوعاتی که در این بحث می‌تواند مؤثر باشد، توجه به مخاطب از نظر جنسیت است؛ چرا که هر قصه مخاطبان خاص خود را دارد و میزان واکنش دختران و پسران نسبت به محتوا و ساختار قصه‌ها و جنبه‌های تخیلی آن‌ها متفاوت است. توجه به رویکردهای شناختی دختران و پسران و شناخت دنیای روحی و عاطفی و شناختی‌شان، به تولید و ارائه قصه‌هایی کمک خواهد کرد که مخاطب با علاقه بیشتری به موضوع و محتوای آن‌ها جذب می‌شود و پیوند بهتری با فضای قصه برقرار می‌کند.

نقش قصه‌گو در بیان قصه

فرستنده، پیام و گیرنده (مخاطب) سه عنصر سازنده یک ارتباط هستند (سیدآبادی، ۱۳۸۵: ۱۱). قصه‌گو در مقام یک کنشگر و عامل پیونددهنده قصه و نیز به‌عنوان فرستنده پیام به مخاطب، نقش به‌سزایی در تأثیرگذاری قصه و جذب مخاطب دارد. شنیدن قصه یکی از نیازهای مبرم کودکان است که به آن‌ها کمک می‌کند تا تجربه کنند، بیاموزند، احساس کنند و به شکلی متفاوت و در کنار هم سن‌وسالان خود آنچه را از یک روایت می‌خواهند، از زبان فردی به غیر از پدر و مادر بشنوند و گاه به کمک بازیگران و عروسک‌ها لحظات قصه را زندگی کنند.

قصه‌گو با رعایت اصول قصه‌گویی صحیح می‌تواند از جادوی کلمات به شکلی متفاوت بهره بگیرد و حتی کودک ناآرام و بی‌توجهی را به شنیدن قصه و داستان جلب کند. «کلمات مانند اشعه ایکس هستند؛ اگر کسی از آن‌ها به خوبی استفاده کند، از میان همه

چیز عبور می‌کنند» (مونترو، ۱۳۹۴: ۱۴۵). در واقع در فرآیند قصه‌گویی علمی و صحیح، علاوه بر ورود کودک به دنیای پررمزوراز قصه و پرورش قدرت تخیل او، جاذبه شنیداری قصه به فهم دیداری و در نهایت علاقه‌مندی او به خوانش کتاب و مطالعه می‌انجامد. جادوی قصه وقتی در لوای کلامی جذاب و بی‌نقص قرار می‌گیرد، نتیجه‌اش زیبایی، نوجویی و نوآوری، خلاقیت، پرورش روح و ارتقای تفکر اجتماعی و منطقی خواهد بود.

اما باید دید شروط و لوازم قصه‌گویی مؤثر و کارآمد چیست؟ انریکه پائس^۱ می‌گوید: «برای خوب قصه‌گفتن، سه شرط ضروری است: داشتن یک قصه خوب، دانستن روش تعریف کردن آن و داشتن تمایلی قوی برای گفتن آن» (همان: ۱۶۴). قصه‌گو با پیشینه علمی، منطقی و نیز تجربیات و مطالعاتی که در زمینه قصه‌گویی دارد، می‌خواهد قصه‌ای برای کودک بگوید که بیشترین اثرگذاری را داشته باشد؛ چرا که توجه مخاطب به پیام‌هایی جلب و جذب می‌شود که با علایق و نیازهای او تناسب داشته باشد. در واقع مخاطب پیام‌هایی را انتخاب می‌کند که به آن‌ها علاقه دارد (نعمتی انارکی، ۱۳۸۰: ۲۰۰). بنابراین، با انتخاب قصه‌ای متناسب با سن و درک کودک، علاوه بر لذت شنیدن حوادث و فرازونشیب‌های آن، بستر درک و دریافت معناهای مستتر و نیز آموزش غیرمستقیم مفاهیم موردنظر نیز برای او فراهم می‌شود.

قصه‌گویی که بتواند در روند گفتن قصه، کودک و نوجوان را با خود همراه کند و جریان اجرای قصه به مشارکت میان او و مخاطب بیانجامد، یکی از مسیرهای درست‌گویی قصه را طی کرده است. در این حالت مخاطب کودک و نوجوان پرسش‌ها و موضوعاتی را که در روند شنیدن قصه احساس می‌کند، از قصه‌گو می‌پرسد.

قصه‌گوی ماهر باید یک گوینده ماهر مسلط بر علم ارتباطات با تجربه کافی در شناخت مخاطب کودک، آشنا با روان‌شناسی رشد عاطفی و اجتماعی کودک، ادبیات موردپسند کودک و آگاه به دنیای زیبای کودکان باشد. یک قصه‌گو در مسیر درست‌گویی و درست‌خوانی باید بتواند اعتبار کسب کند. مخاطب را جذب و جلب کند و شخصیت و ظاهرش برای مخاطب جذابیت داشته باشد. قصه‌گو باید به کودکان علاقه‌مند باشد و دوست داشته باشد لحظاتی را با این گروه مخاطب بگذراند؛ چراکه ارتباط صمیمانه و مستقیم کودک و قصه‌گو سبب می‌شود تا کودک ابتدا متن قصه را به‌راحتی بشنود و سپس معناهای درونی آن را با حرکات صورت و یا چهره قصه‌گو بیش از پیش درک کند و بپذیرد.

راه و رسم درست‌گویی قصه

قصه‌گویی کار چندان آسانی هم نیست و اجرای صحیح و بی‌نقص آن مهارت‌های خاصی را می‌طلبد. بعد از انتخاب یک قصه خوب و مناسب که با ویژگی‌های سنی، نیازها، علاقه‌مندی‌ها، تخیلات و تصورات و خواسته‌های مخاطب سازگار و هماهنگ باشد، درک و دریافت و به‌خاطر سپردن آن و تمرین کافی برای اجرای موفق قصه و کسب مهارت‌های اجرای قصه با تمام زیر و بم‌ها و ظرایف و لطایف آن، از موارد مهم و ضروری ارتباط با مخاطبان قصه است. از سویی دیگر «قصه باید به قلب برسد و اثر بگذارد؛ بنابراین وقتی یک قصه را تعریف می‌کنید، باید اولین نفری باشید که از آن لذت می‌برید. در این صورت اشتیاق شما مسری می‌شود و به مخاطب می‌رسد» (مونترو، ۱۳۹۴: ۱۶۰).

حال باید دید که قصه‌گو چه ویژگی‌ها، مهارت‌ها یا شگردهایی را باید داشته باشد و به کار ببندد تا مخاطب کودک و نوجوان از ابتدا تا انتها جذب و جلب قصه و فراز و فرودهای آن شود:

اعتماد به نفس و استقلال قصه‌گو

یکی از موانعی که سبب می‌شود تا قصه‌گو نتواند قصه‌اش را به‌خوبی بگوید یا تعریف کند، ضعف درونی و روانی یعنی ترس‌ها یا حالت‌های مضطربانه‌ای است که قبل از اجرا بر قصه‌گو مستولی می‌شود و مدام با پرسش‌هایی نگران‌کننده آن‌ها را در ذهن خود مرور

می‌کند. آرامش و تعادل در اجرای قصه یکی از شرایط مهم و اصولی است که در ایجاد ارتباط میان مخاطب مؤثر است. حالت‌های چهره چون اخم، ناآرامی، عصبی‌بودن، لرزش صدا و لحن نامناسب در ارائه قصه، موانعی هستند که بیان صریح قصه‌گو را با اختلال مواجه می‌کنند و حتی مخاطب عام را از خطاهای زبانی و بیانی‌اش آگاه می‌کنند. به‌لکن افتادن حاصل از عدم اعتماد به نفس و داشتن تکیه‌کلام یا تلفظ اشتباه در بیان قصه، عواملی هستند که در پی خود بی‌توجهی شنونده و بی‌انگیزگی مخاطب را خواهند داشت. اگر می‌خواهید قصه‌ای را برای دیگران تعریف کنید، باید مثل مبلغ یک شرکت بزرگ یا بازاریاب حرفه‌ای یک کارخانه معتبر از جادوی کلمات بهره ببرید و از واژگانی استفاده کنید که مخاطب به‌طور مؤثر با شما همراه شود. آن‌گاه که می‌بینید با اعتماد به نفس و توانمندی کامل احساساتتان را به گوش و چشم و جان مخاطب هدیه می‌دهید، به شکلی ویژه این حس به مخاطبان هم منتقل می‌شود و از شنیدن سخنانتان لذت می‌برند.

تعامل و ارتباط قصه‌گو با کودک و نوجوان

ارتباط نزدیک، هدفمند و صمیمی با مخاطب کودک و نوجوان یکی از لوازم اصلی جذب مخاطب است. کودکان و نوجوانان صمیمی‌ترین و صاف‌وساده‌ترین گروه مخاطبانی هستند که خواهان شنیدن قصه هستند. آن‌ها صادقانه‌تر از مخاطبان بزرگسال به شما نشان می‌دهند که از قصه و روند بیان آن خوششان آمده است یا خیر! این صداقت در نوع رفتار، ارتباط و تعامل با این گروه را جذاب‌تر و پایدارتر می‌کند.

اگرچه والدین برای کودکان قصه می‌گویند و در این قصه‌گویی یک ارتباط صمیمانه خانوادگی پدر و فرزندی یا مادر و فرزندی ایجاد می‌شود، اما روایت همان قصه توسط قصه‌گو در کنار گروه هم‌سالان فرآیند جلب و جذب کودک به قصه را به صمیمیت و عاطفه بیشتری گره می‌زند. وقتی قصه‌گو با آرامش و مهر و محبتی دلنشین و واقعی برای کودک داستانی را بازگو می‌کند، با طیب خاطر به سؤال‌های کودک گوش می‌دهد و پاسخش را به شیوه‌ای صحیح ارائه می‌کند تا علاوه بر دریافت پاسخ از حال و هوای قصه هم جدا نشود. این تعامل و ارتباط دوسویه به همراهی ویژه کودک و نوجوان با جریان و حوادث قصه می‌انجامد و سبب می‌شود آنها کمتر از فضای قصه جدا شوند. جذب مخاطب کودک و نوجوان از بزرگسال سخت‌تر است؛ به این دلیل که اگر بچه‌ها درگیر و جذب قصه‌ای نشوند، به راحتی آن را رها می‌کنند و می‌روند؛ اما اگر دیدید که تمام وقت به شما نگاه می‌کنند و با دهان باز به قصه گوش می‌دهند، آن‌ها جذب قصه شده و از آن لذت می‌برند (همان: ۱۸۷).

لحن و بیان قصه‌گو

قصه‌گو باید به ادبیات و زبان ادبی مسلط باشد. او بهتر است چندین بار داستان یا قصه را بخواند و با تسلط کافی بر فضاها، صحنه‌ها و حوادث، داستان را با قوت و تسلط بیشتر ارائه کند. وقتی قصه‌گو با فنون خوانش صحیح و گویش درست قصه آشنایی داشته باشد و به چند و چون آن آگاهی و تسلط داشته باشد، به موقع مکث می‌کند، در زمان خاص تندتند می‌گوید و کودک را با خود و وقایع داستان همراه می‌کند و در لحظاتی نیز طمأنینه و آرامش را چاشنی بیان خود می‌کند. آهنگ و سرعت کلام در ارائه مفاهیم در قصه‌گویی مؤثر است. سکوت نیز یکی از نشانگان ارتباطی است که خود حاوی پیام‌های ارتباطی عمیق و معناداری است. سرعت و ریتم قصه‌گویی باید به صورتی باشد که وضوح کلام از بین نرود و به قولی کلام از ریتم نیفتد و داستان تأثیر خود را از دست ندهد. سرعت تند یا برعکس کند و نامناسب از شور و هیجان شنیدن قصه می‌کاهد و در نتیجه سبب دورشدن و فاصله‌گرفتن مخاطب کودک و نوجوان از شنیدن قصه می‌شود. «یکی از مشکلات تند صحبت کردن این است که کلمات به خوبی جویده و آماده نمی‌شوند. هجاها در طول این مسیر گم می‌شوند و نوعی دیرهمی در ادراک به وجود می‌آید. پس، از مخاطب می‌شنوید: «اون چی گفت؟» وقتی خیلی سریع صحبت می‌کنید، نشان‌ها، معانی و ظرایف نوسانی صدا از دست می‌روند» (همان: ۱۴۸).

گاهی قصه‌گو صراحت در کلام ندارد و به جای استفاده از نام اشیا، از کلماتی جایگزین مثل (آن چیز) را بردار و... استفاده

می‌کند یا اصواتی مثل «آم، آ...» یا کلماتی مثل «خوب، بعداً، دیگه و...» را به کار می‌برد. گاهی اوقات آنقدر از قیدها، صفت‌ها و جملات توضیحی در کلام خود استفاده می‌کند که مخاطب خسته می‌شود و از شنیدن قصه فرار می‌کند. بنابراین وقتی قصه‌گو با تلفظ نامناسب کلمات قصه و عدم رعایت اصول فن بیان، به خوبی از عهده روایت قصه برنیاید، نداشتن تخصص و ناشی بودن قصه‌گو نزد مخاطب کودک شناخته می‌شود و بین او و مخاطبش فاصله می‌افتد و به نوعی اعتماد بین او و کودک از بین می‌رود. گاه قصه‌گو باید به جای تمام شخصیت‌های داستان بازی کند و لحن و حرکات دست و چهره‌اش را بر اساس شخصیت و نوع عملکردشان نشان دهد. «تغییر صدا و حرکات و رفتن در قالب شخصیت‌های قصه، درک آن را برای کودکان هموار می‌سازد و کودک به نحوی محسوس درگیر قصه می‌شود. گویی ماجرای قصه در چند قدمی او اتفاق می‌افتد» (گنج‌جو، ۱۳۶۸: ۱۹).

یک قصه‌گوی حرفه‌ای باید رگه‌هایی از احساسات عمیق خود را به قصه اضافه کند؛ چراکه اگر قرار باشد «داستان را مثل یک طوطی حفظ کرد و از بر خواند، انگار که جدول ضرب است؛ در این صورت جادوی روایت را از دست می‌دهیم و خشک و سنگین می‌شویم. برای تعریف‌کردن باید از احساسات استفاده کنیم. راوی شفاهی باید با قصه زندگی کند؛ نه این‌که آن را از حفظ بخواند» (مونترو، ۱۳۹۴: ۵۷).

«قصه‌گویی یک کنش ارتباطی است. هرچه زبان‌تان طبیعی‌تر باشد، شنونده بهتر و زودتر وارد داستان می‌شود» (همان: ۳۲).

استفاده از واژگان نامناسب و گاه رسمی یکی دیگر از موضوعاتی است که سبب می‌شود مخاطب کودک از شنیدن قصه سرباز زند. از بهترین و تأثیرگذارترین راه‌های جذب مخاطب ساده‌گویی است. سادگی و روانی سخن، به کاربردن جمله‌های کوتاه و ساده مخاطب را با خود همراه می‌کند و پیام قصه نیز سریع‌تر به او منتقل می‌شود. وقتی پویایی و شیوایی کلام به اندازه باشد، چون رایحه و بوی خوش بر جان مخاطب می‌نشیند؛ اندیشه، تخیل و تفکر کودک وسیع‌تر شده و او با دنیای ذهنی متفاوت‌تر از گذشته به زندگی و پیرامونش خواهد نگرست. فصاحت و بلاغت کلام قصه‌گو چونان یک کلاس آموزشی، مخاطب ساده‌اندیش کودک را به وادی شنونده، خواننده و مخاطب فعال می‌کشاند. وادی جذابی که ثمره آن آگاهی و نگاه نو و متفاوت به زندگی است.

صدای رسا و دل‌نشین

صدای یکی دیگر از اجزای جدایی‌ناپذیر ارتباط با مخاطب و جذب اوست. وقتی برای کودکی قصه می‌گویید، باید آهنگ صدا مثل ابریشم نرم و خوشایند باشد و مثل نجوا بدون فریاد یا غرش (همان: ۱۸۲). اگر صدا دل‌نشین باشد و ضوابط و قراردادهای درست‌خوانی نیز رعایت شود، فرآیند جذب مخاطب با سرعت بیشتری صورت می‌گیرد. صدا جادویی است که می‌تواند در یک لحظه احساسات درونی مخاطب را تحت‌تأثیر قرار دهد و گوش با نواخت و ضرب‌آهنگ صدای جذابی به موقعیتی خاص از قصه سفر کند. بنابراین قصه‌گو باید صدایی گیرا و رسا داشته باشد، لهجه‌اش با لهجه مخاطبان بیگانه نباشد، بتواند به خوبی از تمام زیربوم و طنین صدای خودش استفاده کند و لکنت و تکیه کلام نداشته باشد تا نفوذ و تأثیر کلام او بر مخاطبان بیش از پیش گردد. تکرار یک عبارت خود سبب ایجاد موسیقی در کلام می‌شود و به قصه‌گو کمک می‌کند تا کنش‌های قصه در ذهن مخاطب کودک تقویت شود. تغییر صدا و بیان حرف‌های شخصیت‌های داستان با صدای واقعی خودشان مثل حیوانات و... علاوه بر نوعی صدای متفاوت در قصه و ایجاد جذابیت، به کودک کمک می‌کند تا درک بهتری از قصه پیدا کند و به شکلی محسوس با قصه و حوادث آن همراه شود. از آنجا که ابزار اصلی قصه‌گو برای انتقال داستان به مخاطب خود، صدا و کلماتی است که ادا می‌کند. بنابراین، اگر در به‌کارگیری صحیح کلمات و طنین صدای خود ظرافت و دقت کافی را نداشته باشد، بهترین و جذاب‌ترین قصه‌ها نیز مخاطب را به هیجان نمی‌آورد.

قدرت تصویرگری و فضا سازی

تصویرسازی و فضا سازی یکی دیگر از راه‌های جذب مخاطب به شنیدن قصه است. توصیف صحنه‌ها و حال و هوای درونی و بیرونی شخصیت‌ها و گفتگو و لحن میان اشخاص و قهرمان داستان و... همه در ایجاد و ساخت فضای قصه مؤثرند و به روند جذب

مخاطب کمک می‌کنند. نویسنده به دلیل شدت و رقت عاطفه و احساس خویش، برای شکل‌گیری کامل تصویری در ذهن مخاطب و انتقال عاطفه به او، به شئی یا پدیده‌ای از منظرهای مختلف می‌نگرد و در قالب تصاویر، توصیفات مختلف و تداعی‌های متنوع سعی در انتقال آن عاطفه دارد؛ برای مثال وقتی نویسنده قصد معرفی موصوفی را دارد، آن را چنان که خود می‌بیند یا می‌خواهد یا به عبارتی چنان که در عواطف و احساسات او متصور است و با تخیل و تعبیر او موافق است، با باریک‌اندیشی و مبالغه و اغراق‌ها بیان می‌کند و معمولاً موصوف با تغییر و تصرفاتی مطابق با ذهنیات و تخیلات او معرفی می‌شود و با ایجاد نوعی اتمسفر، مخاطب را برای دریافت عاطفه آماده می‌کند و تأثیرگذاری کلام بر او بیش‌تر می‌شود.

گاهی هم ایجاد فضای غیررسمی و صمیمی برای قصه‌گویی به قصه‌گو کمک می‌کند تخیل کودک بارور شود و خود را در موقعیتی احساس کند که تمام وقایع در برابر چشم او و در موقعیتی واقعی در حال رخدادن است. با این کار کودک خود را در آن موقعیت می‌بیند و از موقعیت شنیداری به دیداری می‌رسد. حتی گاهی ایجاد یک فضای سنگین و سکوت مخاطبان در سالن قصه‌گویی نیز نشانه خوبی است؛ چراکه به این معناست که مخاطب به قصه توجه کرده است و آن را دنبال می‌کند.

کاربرد زبان بدن در قصه‌گویی

از همان زمانی که قصه‌گو روی صحنه می‌آید، ارتباط غیرکلامی او با مخاطب آغاز می‌شود. ارتباطات غیرکلامی نشانه‌ها و پیام‌هایی را به مخاطب ارسال می‌کنند که می‌تواند مقدمه و شروع یک ارتباط قوی و نیز پذیرش قصه و قصه‌گو باشد. زبان بدن از تکنیک‌های ارتباط غیرکلامی است که حالات درونی و اندیشه‌های آدمی از طریق اجزای بدن قابل مشاهده و درک هستند. «زبان بدن بازخوردی است بین کسی که حالتی از خود بروز می‌دهد و کسی که آن را دریافت می‌کند. پیام غیرکلامی به‌طور ناخودآگاه درک می‌شود» (مونترو، ۱۳۹۴: ۱۲۰).

زبان بدن، میمیک، چهره، حرکات چشم، سر و دست‌ها یکی از موضوعات مهم در قصه‌گویی صحیح و نیز جذب مخاطب هستند. اگر قصه‌گو در به‌کارگیری این حرکات دقت کافی نداشته باشد، حتی بهترین داستان‌ها هم جذابیتشان را از دست می‌دهند. قصه‌گو به کمک ارتباط‌های غیرکلامی مثل جهت چشم و تغییر اندازه مردمک به‌گونه‌ای عمیق‌تر می‌تواند مفاهیم موردنظر خود را به مخاطب کودک و نوجوان منتقل کند؛ به عنوان مثال شور و حرارت او، اشتیاق برای گفتن یک قصه و دوست‌داشتن بچه‌ها به شکلی واضح و خوشایند در چشم‌های قصه‌گو دیده و به جان مخاطب کودک می‌نشیند و مخاطب کودک با شنیدن پیام تکمیلی و گفتاری قصه‌گو توجه بیشتری به او می‌کند و گرم کلام او می‌شود. جرجی زیدان معتقد است: «انبساط و انقباض لایه‌های زیرین پوست صورت، تجلی‌کننده حالات روانی، عاطفی و احساسات آدمی است» (عطاشی، ۱۳۹۷: ۱۵۵).

چشم‌های قصه‌گو نقطه تمرکز به شمار می‌آیند؛ مخاطبان در تمام مدت قصه‌گویی تغییرات چهره قصه‌گو را تعقیب می‌کنند و به او چشم می‌دوزند و از این طریق غم و شادی و هیجان را در چهره او احساس می‌کنند. قصه‌گو می‌تواند در برخی بخش‌ها مثل اوج قصه به گروه خاصی از مخاطبان خیره شود و از این طریق تأثیرپذیری قصه را بیش‌تر کند (تاج‌آبادی و رنجبری، ۱۳۸۹: ۷۱). قصه‌گو بایستی در لحظات غمگین داستان با لحن مؤثر و نیز خطوط چهره و حرکات سر، وضعیت غمناک را نمایش دهد و در وقت شادی، میمیک متناسب با شادی را در چهره‌اش نشان دهد و «ضعف و پیری، شجاعت و دلآوری، جوانی و افتادگی، غرور و شکست، مهربانی و شقاوت و... در قهرمان قصه از تغییرات لحن و چهره قصه‌گو استنباط شود» (همان: ۶۶).

نشانه‌های دیداری و غیرکلامی مثل حرکات چهره، چشم، ابرو و... به‌طور جداگانه و گاه در ترکیب با هم معنایی را می‌سازند که مخاطب آن‌ها را می‌بیند و با توجه به دیگر اجزای صحنه و موضوع قصه، مفاهیم را در خود درونی می‌کند؛ مثلاً چپ و راست کردن چشم‌ها، نشان ناراستی درونی و چین انداختن به ابروها، نمودار عصبانیت می‌تواند باشد. چشم‌ها حقایق را به نمایش می‌گذارند و در ارتباط با دیگر حالات چهره و زبان بدن، اندیشه‌ها، رویکردها و رفتارها را به شکلی عمیق و معنادار به مخاطب ارائه می‌دهند.

دانش زبان بدن در علوم مختلفی چون لغت و روان‌شناسی تربیتی قرار می‌گیرد و نکته جالب در مورد زبان بدن این است که یافته‌ها و بررسی‌ها نشان می‌دهد بیش‌ترین تأثیرگذاری بر ذهن و اندیشه مخاطب متعلق به زبان بدن است. در این زمینه کلام ۷ درصد، طنین و لحن ۳۸ درصد و حرکات بدن ۵۵ درصد از اطلاعات را به مخاطب منتقل می‌کنند (شمس و زابلی‌زاده، ۱۳۹۷: ۳۹). موقعیت دست‌ها، پاها و فاصله قرارگیری آن‌ها نسبت به هم از دیگر پیام‌های غیرکلامی بدن است. از دست‌ها می‌توان برای حالات دفاعی، تسلیم و رضا، حمله و هجوم و نشانگانی از عشق و محبت یا ترس و تنفر و ناراحتی استفاده کرد. برای نمایش هریک از این حالات باید دست به شیوه خاص قرار گیرد. قراردادن دست‌ها روی گوش یا روی دهان به همراه جمع‌کردن بدن و تغییر در خطوط ابروها و چهره؛ نشان از ترس یا مقابله با حرفی است که مایل نیستیم آن را بشنویم. کشیدن دست‌ها به هم همراه با حالات افسوس در چهره، نمایشی از احساس تأسف است. چنگ کشیدن روی صورت با گریه و زاری نشان از غم شدید و ازدست‌دادن چیزی یا کسی است. انگشت به دهان گزیدن نیز مفهومی از تعجب و گاه خجالت دارد. پشت دست را خاراندن (پشیمانی)، آب دهان را قورت دادن (ترسیدن) دست به سینه گذاشتن (ارادت) و نزدیک و دور شدن از مخاطب (صمیمت و عدم صمیمت) نشانگانی هستند که به قصه‌گو در ارائه بهترین اجرا و و نیز تأثیر ویژه بر مخاطب کمک می‌کنند.

مربی و والدین کودک از طریق قصه‌گویی خلاقانه و هنرمندانه و با کمک زبان بدن، حرکات صورت و چشم‌ها می‌توانند مفاهیم و نشانگان موجود در شخصیت‌ها به کمک متن آیند و جریان و حوادث قصه، لحظات غم و شادی، هیجان و ترس، تأسف، تعجب و... را با کمک زبان بدن به کودک منتقل کنند. مخاطب کودک وقتی احساس می‌کند که زمان قصه‌گویی به او تعلق دارد، در جریان قصه به حرکات قصه‌گو با تمرکز و نگاه دقیق‌تری توجه می‌کند و به این ترتیب معناهای عمیق قصه را به‌طور غیرمستقیم دریافت و در خود درونی می‌کند.

دیگر ترندها و ابتکارات قصه‌گویی

قصه‌گوی جدی، پیش‌رو، خلاق و متفاوت؛ یعنی قصه‌گوی هوشمند که در عین روایت‌گری با بیان شیرین و پرداختن به شخصیت‌ها، به تکامل مخاطب توجه می‌کند و تمهیداتی را در نظر می‌گیرد تا علاوه بر جذب مخاطب به قصه، احساس او نیز برانگیخته شود؛ احساسی که سطحی و ناپایدار نیست. درواقع هدف اصلی از برانگیختن احساس توسط قصه‌گوی هوشمند حرکت مخاطب به سمت وسوی تعالی است.

قصه‌گوی هنرمند و توانا برای بهترین اجرا اندیشه می‌کند، طرح و برنامه می‌ریزد و چهارچوب کلی کارش را با نهایت دقت بررسی و تعیین می‌کند. در میانه این تحلیل‌ها ابتکاراتی را نیز چاشنی اجرایش می‌کند تا مخاطب کودک بیش از پیش با داستان و معانی درونی آن همراه شود. «گاهی طرح یک ابهام و یا پرسش در شروع داستان اتفاقی در میانه داستان و هیجان‌انگیز کردن آن و سپس پایان خوش آن می‌تواند تداعی‌گر لحظات دل‌انگیزی برای کودک باشد» (سلیقه‌دار، ۱۳۸۸: ۳۵). بنابراین، قصه‌گو با ساختن فضا و موقعیتی عینی و قابل تصور برای کودک یا طرح معما و پرسش، او را کمی دچار سرگردانی و شگفت‌زدگی می‌کند و با ایجاد انگیزه برای شنیدن ادامه داستان سعی می‌کند نگرش او را نیز تا حدی برهم بریزد؛ مثلاً حضور فردی یا عروسکی شیرین بیان از گوشه‌ای از صحنه در میانه قصه‌گویی و ایجاد کنش‌هایی طنزگونه به جلب نظر مخاطب کمک خواهد کرد.

یکی دیگر از راه‌های جذب مخاطب بیان قصه‌هایی است که با فراز و فرود و تعلیق‌های پیچیده، مخاطب را برای رسیدن به معنا و هدف در حالت تعلیق و سرگردانی نگه می‌دارد.

بهره‌گیری از طنز و شوخی در کلام در جذب مخاطب تأثیر ویژه‌ای دارد. در این شیوه علاوه بر جلب توجه مخاطب و ایجاد انگیزه و توجه در او به ماندگاری‌اش در فضای قصه کمک مؤثری می‌کند.

کمک‌گرفتن از تماشاچیان و مشارکت آن‌ها با یکدیگر از راه‌های ایجاد رغبت و جذب مخاطب در فضای قصه است؛ به عنوان مثال می‌توان کلمات، عبارت‌ها یا نام‌هایی که راحت‌تر پیش‌بینی می‌شوند را از کودک پرسید و او با هیجانی که نمودار شادی و

هیجان از گفتن پاسخ سؤال است، یک رابطه تعاملی با قصه‌گو ایجاد می‌کند و همین مشارکت به تدریج در ایجاد یک مخاطب فعال و آگاه که می‌تواند انتقاد، بررسی و رمزگشایی کند، شکاف‌های گویا را پر کند و به طرفداری از متن و شخصیت‌ها برآید و به‌طور کل فعالانه در جریان قصه حضور یابد و مؤثر و اثربخش باشد.

خیال‌انگیزی و خیال‌پردازی از ویژگی‌های ذهنی کودک و یکی از راه‌های جذب کودک در عرصه قصه‌گویی محسوب می‌شود. فضای تخیلی در همان آغاز قصه حدس و گمان‌هایی را در ذهن کودک ایجاد می‌کند و به نوعی او را میخ‌کوب فضای قصه می‌کند. استفاده از یک چمدان جادویی یا صندوقچه اسرارآمیز که قصه‌گو در میانه قصه‌گویی از درون آن چیزهای باارزش و جذابی را برای مخاطبان خود بیرون می‌آورد؛ مثل درآوردن اسباب‌بازی، کتاب یا شخصیت‌های عروسکی که برای تعریف‌کردن قصه به کمک قصه‌گو می‌آیند.

قصه‌گویی همراه با بازیگران آشکار یکی دیگر از راه‌هایی است که هر قصه‌گوی هوشمندی برای جذابیت اجرای قصه خود به کار می‌گیرد. در این شیوه، قصه‌گو از جمع مخاطبان علاقه‌مند چند نفر را برای ایفای نقش شخصیت‌های قصه انتخاب می‌کند و با تمرین و کسب مهارت از آنان می‌خواهد که همراه قصه‌گو در اجرای بهتر قصه باشند.

گاهی قصه‌گو بدون اطلاع مخاطبان، بازیگرانی را انتخاب و به هریک از آن‌ها نقشی را محول می‌کند و در زمان مشخص و به کرات با آن‌ها تمرین می‌کند تا آن‌ها آمادگی لازم را داشته باشند. در موقع مقرر، قصه‌گو به تعریف روایت می‌پردازد و بازیگران پنهان همراه با مخاطبان روبه‌روی راوی می‌نشینند و به قصه گوش فرامی‌دهند تا زمانی که ایفای نقش آن‌ها فرا می‌رسد. در این شرایط، بازیگر موردنظر از جای خود بلند شده و نقش خود را بازی کند. قصه ادامه می‌یابد تا نوبت به دیگر بازیگران پنهانی برسد. این شیوه به لحاظ ناشناخته بودن بازیگران از جاذبه بیشتری برخوردار است و حس کنجکاوی مخاطبان را بر می‌انگیزد.

یکی از راه‌های جذاب برای توجه بیشتر مخاطب، پرده‌خوانی است. در این روش، قصه‌گو صحنه‌هایی از قصه را که از قبل روی پرده نقاشی شده، در شرح قصه و در زمان موردنظر برای مخاطب بازگو می‌کند. همین‌که مخاطب روی صحنه پرده یا صفحه‌ای را می‌بیند که تصاویر و مناظرش برای او ناشناخته است، همین عامل یکی از راه‌های جذب و جلب نظر مخاطب خواهد بود. استفاده از کارت‌های تصویری که چون قطعه‌های یک پازل روند داستان را روایت می‌کنند، نیز در جلب نظر مخاطب مؤثرند.

قصه‌گویی همراه با بازی از روش‌هایی است که به کمک آن می‌توان علاوه بر ایجاد فعالیت لذت‌بخش و سرگرم‌کننده برای کودک، بستر بروز فعالیت و آموزش و نیز رشد جسمانی، ذهنی را فراهم کرد. «آموزش وقتی توأم با بازی باشد، کودک در تمام ابعاد جسمانی و ذهنی و روانی رشد مناسب می‌کند و خود تجربه می‌اندوزد و در کشف اسرار دنیای علم و صنعت و طبیعت موفق می‌شود و قدرت خلاقانه پیدا می‌کند» (بختیاری، ۱۳۷۵: ۱۷).

همراهی و کمک‌گرفتن از بازیگران و شخصیت‌های عروسکی که مورد علاقه مخاطبان هستند، نیز راهی جذاب برای جلب مخاطب و ایجاد لحظه‌های متفاوت در قصه‌گویی است.

تکرار برخی صامت‌ها، نام‌آواها و برخی عبارت‌ها بر جذابیت قصه‌گویی می‌افزاید و نوعی آهنگ و ریتم به کلام می‌بخشد. استفاده از برخی هنجارگریزی‌ها در روایت قصه مثل استفاده از زاویه‌دید اول شخص به جای استفاده از سوم شخص، می‌تواند یکی از زیبایی‌های جذاب و پرجاذبه مخاطب باشد. البته «کودکان گروه سنی «الف» و «ب» می‌توانند «تک‌گویی‌هایی» طولانی‌مدت داشته باشند؛ بی‌آنکه کسی مخاطب آن‌ها باشد» (صادق‌زاده و زارع به یدکی، ۱۳۹۳: ۹۹). بنابراین، شیوه روایت قصه به صورت تک‌گویی‌های درونی کودکان یا حدیث نفس نیز یک راه نوی است که به ارزش و اعتبار قصه‌گویی و جذب بیشتر مخاطب می‌افزاید. کاربرد موسیقی شاد و تأثیرگذار نیز از ابتکاراتی است که می‌توان در فرآیند جذب مخاطب به آن توجه کرد.

نتیجه‌گیری

یافته‌های حاصل از این جستار نشان می‌دهد که تمام مؤلفه‌های کلامی و غیرکلامی نقش مؤثری در فرآیند قصه‌گویی صحیح و جذب مخاطب دارند. این مؤلفه‌ها و عوامل چونان قطعات یک پازل در کنار هم به قوت و اعتبار قصه‌گویی صحیح کمک می‌کنند و پایه‌های شکل‌گیری یک قصه‌گویی خلاق را فراهم می‌کنند. اگرچه شناخت نیازهای مخاطب، ارتباط صمیمانه با کودک، خلاقیت و پویایی در کلام در روند قصه‌گویی و جذب مخاطب مؤثر است؛ اما نقش ارتباطات غیرکلامی، لحن، ریتم و آهنگ کلام، فضا سازی و استفاده از شیوه‌های ابداعی و جدید در جذب مخاطب کودک را نمی‌توان نادیده گرفت. قصه‌گوی توانمند و هوشمند پس از موفقیت در ارتباط اولیه با کودک به لحن، آهنگ و زنگ صدا، تغییر مناسب چهره و بدن و نیز استفاده از شیوه‌های اثرگذار، تقلید صدای به موقع، استفاده از واژگان و عبارات‌های ساده و تأثیرگذار توجه می‌کند و با ریتم و سرعت کلام فضای قصه را پرجاذبه می‌کند تا در برابر خود مخاطبانی را ببیند که دست‌هایشان روی هم مانده، کمتر پلک می‌زنند و گاه دهانشان باز مانده و غرق قصه شده‌اند.

منابع

- ارجی، علی اصغر (۱۳۹۱). متون باز، بسته، مطلوب کدام است؟، نشریه روشنان، دفتر چهاردهم، صص ۳۲-۴۹.
- امین دهقان، نسرين؛ پریخ، مهری (۱۳۸۲). تحلیل محتوای کتاب‌های داستانی مناسب کودکان در گروه سنی ب با رویکرد کتاب درمانی، کتابداری و اطلاع‌رسانی، شماره ۲۴، صص ۷۴-۵۱.
- بختیاری، محمد (۱۳۷۵). نقش بازی در تعلیم و تربیت کودکان و نوجوانان، تربیت، شماره ۱۰۸، صص ۱۷-۱۵.
- تاج‌آبادی، رضا؛ رنجبری، صفرعلی (۱۳۸۹). سیرری در هنر قصه‌گویی و شیوه‌های روایت قصه، نشریه کتاب ماه کودک و نوجوان، شماره ۱۶۱، صص ۷۳-۶۳.
- رادبخش، ناهید؛ محمدی‌فر، محمد؛ کیان ارثی، فرحناز (۱۳۹۲). اثربخشی بازی و قصه‌گویی بر افزایش خلاقیت کودکان، نشریه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره دوم، شماره ۴، صص ۱۹۵-۱۷۷.
- رفیعی، سید محمدعلی (۱۳۹۱). مخاطب‌گرایی متعالی، نیازها، گستره‌ها، پیشنهادها، روشنان، دفتر چهاردهم، صص ۷۹-۵۰.
- سلیقه‌دار، لیلان (۱۳۸۸). آموزش؛ قصه‌گویی و قصه‌سازی برای کودکان. مجله رشد آموزش پیش دبستانی، شماره ۳، صص ۳۵-۳۴.
- سیدآبادی، علی اصغر. (۱۳۸۵). عبور از مخاطب‌شناسی سنتی، چاپ اول. تهران: نشر فرهنگ‌ها.
- شمس، مرتضی؛ زابلی‌زاده، اردشیر. (۱۳۹۷). نقش گوینده خبر ارتباط‌گر در جذب مخاطب و افزایش اثربخشی خبر تلویزیونی، مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه، شماره ۱، صص ۶۴-۳۵.
- صادق‌زاده، محمود؛ زارع بیدکی، مریم. (۱۳۹۳). «بررسی اصلی‌ترین ویژگی‌های زبانی و تصویرآفرینی در اشعار رحماندوست». مطالعات ادبیات کودک، سال پنجم، شماره ۲، ۱۰۶-۷۵.
- صلح‌جو، علی. (۱۳۸۹). «بلاغت مخاطب». جهان کتاب، سال پانزدهم، شماره ۲۵۳-۲۵۴، ص ۷۵.
- صیادکوه، اکبر. (۱۳۹۹). مقدمه‌ای بر مبانی درست‌خوانی متن در زبان فارسی. چاپ اول. تهران: انتشارات دانشگاه فرهنگیان.
- عطاشی، عبدالرضا. (۱۳۹۷). «بررسی بلاغی دلالت‌های زبان بدن در قرآن کریم». نشریه زبان و ادبیات عرب، شماره ۱۸، صص ۱۶۶-۱۴۹.
- گنج‌جو، بهروز. (۱۳۶۸). «قصه‌گویی برای کودکان و اثرات آموزشی آن». نشریه پیوند، شماره ۱۲۱، صص ۱۶-۱۹.
- محبوب، محمد جعفر. (۱۳۸۶). ادبیات عامیانه ایران: مجموعه مقالات درباره‌ی افسانه‌ها و آداب و رسوم مردم ایران. به کوشش حسن ذوالفقاری، چاپ سوم. جلد ۱ و ۲. تهران: چشمه.
- مونته‌رو، پاتریس. (۱۳۹۴). رازهای قصه‌گویی. ترجمه‌ی فرزانه فخریان، تهران: کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان.
- نعمتی انارکی، داود. (۱۳۸۰). «نقش رسانه‌های گروهی در اطلاع‌رسانی و عوامل بروز بی‌اعتمادی مخاطب نسبت به خبر». پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۲، صص ۲۱۴-۱۹۷.

