

قصه‌گویی و تفاوت‌های کاربردی آن در رادیو و تلویزیون

دکتر محمد حنیف^۱

چکیده

قصه‌گویی عبارت است از نقل یک قصه برای یک یا چند شنونده از طریق صدا و حرکات. برای این هنر دیرپا فایده‌های بسیاری برشمرده‌اند که پرورش قدرت تخیل، تلطیف عواطف و احساسات و رشد شعور اجتماعی مخاطبان از آن جمله‌اند. رادیو و تلویزیون همواره از قصه‌گویی سود جسته و از آن نه تنها در قالب برنامه‌های کودک و نوجوان که در قالب آگهی‌های بازرگانی نیز استفاده کرده است. قصه‌گویی رادیویی در مجموع به رشد قوه تخیل کودک کمک می‌کند. با این حال در قصه‌گویی تلویزیونی، احتمال ایجاد ارتباط بیشتر و در نمایش خلاق موفقیت بیشتری وجود دارد.

کلیدواژه‌ها: قصه‌گویی، قصه‌گویی رادیویی، قصه‌گویی تلویزیونی، رادیو، تلویزیون

۱. دکترای تاریخ و پژوهشگر ارشد بازنشسته مرکز تحقیقات صداوسیما

مقدمه

قصه‌گویی تجربه مشترک همه انسان‌ها و قدیمی‌ترین، ماندگارترین و گسترده‌ترین هنر انسانی است که پیشرفت علم، از رونق آن نکاسته، بلکه بر ظرافت‌ها و ارزش‌های آن افزوده است. با این حال در تعریف این عمومی‌ترین تجربه بشری نیز اختلاف نظر وجود دارد. بعضی قصه‌گویی را هنر نقل قصه به نثر یا به نظم، از سوی شخصی و برای یک یا چند شنونده تعریف کرده‌اند. اینان معتقدند این هنر که اصلی‌ترین هدف آن سرگرمی است، می‌تواند با حرکات قصه‌گو، تغییر صدا، موسیقی، نمایش عکس و سایر موارد همراه باشد. «قصه‌گویی در شکل سنتی‌اش ارتباطی مستقیم و بی‌واسطه بین قصه‌گو و حاضران است. وقتی این پیوند جادویی برقرار شد، قوه تخیل به جنبش در می‌آید و شنونده با تصاویری که به کمک قصه‌گو در ذهن می‌سازد، به دنیای دیگری گام می‌گذارد.» (گیفز، ۲۰۰۱: ۲)

دو ویژگی عمومی قصه‌ها و افسانه‌های عامیانه زبان عامیانه و مضمون مردمی آنها است و ویژگی اصلی این قصه‌ها شفاهی بودن آنها ذکر شده است. (صدیق، ۱۳۷۹: ۸۰) قصه برای توسعه و پیشرفت زبان بچه‌ها، مهارت‌های ادبی، شنیداری و مهارت‌های مربوط به ایجاد ارتباط آنها مفید است. با ظهور تلویزیون و رایانه، بسیاری از



ما استفاده از تخیلات مان را متوقف کرده‌ایم، درحالی‌که قصه‌گویی، به تخیل بال و پر می‌دهد.

❖ ۲۹ قصه‌گویی و تفاوت‌های کاربرد آن در رادیو و تلویزیون

آن‌پلوسکی که سال‌های متمادی از عمر خود را صرف قصه‌گویی برای کودکان کرده است، کوشید تا تعریفی از این واژه ارائه دهد که هم برای کتابداران و هم برای فولکلورشناسان پذیرفتنی باشد. او می‌گوید: «قصه‌گویی، هنر یا حرفه روایت داستان‌ها به صورت نظم یا نثر است. این نوع قصه‌گویی به صورت زنده در مقابل یک شنونده اجرا می‌شود. قصه‌ها را می‌توان به صورت گفتگو، ترانه، آواز با موسیقی یا بدون آن، با تصویر و سایر وسایل ارائه داد. از این منظر، قصه‌گویی ممکن است از منابع شفاهی، چاپی یا ضبط مکانیکی باشد و یکی از هدف‌های آن حتماً سرگرمی است.» (پلوسکی، ۱۳۷۹: ۴۳)

در برخی منابع قصه‌گویی چنین تعریف شده است: «۱. قصه‌گویی شکل و ترکیبی نمایشی است که تأثیری دوطرفه دارد (یعنی قصه‌گو بر مخاطب و مخاطب بر قصه‌گو تأثیر می‌گذارد).

۲. قصه‌گویی دارای فرایند بازآفرینی است.

۳. قصه‌گویی در ذات خود، هنری شخصی، تفسیری و از هنرهای منحصر به فرد انسانی است.

۴. قصه‌گویی واسطه‌ای برای سهیم شدن، تفسیر کردن و ارائه مضمون و معانی یک داستان برای شنونده است.

در مجموع، قصه‌گویی سه عنصر اصلی قصه‌گو، مخاطب یا مخاطبان و قصه را به همراه دارد و یکی از اصلی‌ترین هدف‌های آن سرگرمی است.» (باری، ۲۰۰۱: ۶)

قصه‌گویی و نمایش

قصه‌گویی و نمایش، با وجود برخی ویژگی‌های مشترک، دو هنر متفاوت شمرده می‌شوند؛ هرچند برخی قصه‌گویان، اجرای خود را تا مرز نمایش پیش

می‌برند و تمیز قصه‌گویی و نمایش را برای مخاطبان دشوار می‌سازند. این دو هنر، در نظریه و عمل، یکی نیستند. در تعریفی عمومی که از واژه نمایش^۱ ارائه شده است، آن را هنری دانسته‌اند که یک بازیگر بر صحنه اجرا می‌کند. نمایش معمولاً براساس نمایشنامه اجرا می‌شود، کارگردان در چگونگی اجرای آن نقش اساسی دارد و حضور عوامل مختلف فنی چون نورپرداز، دکوراتور، چهره‌پرداز و... در جریان خلق یک اثر نمایشی الزامی است. درحالی‌که قصه‌گویی، چنین نیست. هرچند برخی از گونه‌های نمایش هم به صحنه خارجی نیاز ندارد، اما قصه‌گویان، تنها در موارد اندکی زیر سقف تماشاخانه‌ها قصه می‌گویند و اصولاً قصه‌گویی در هر جایی ممکن است.



برخی قصه‌گویی را نوعی بازیگری می‌دانند، در حالی‌که چنین نیست. داستان‌سرا و نقال اتریشی، فولکه تگادف، قصه‌گویی را هنری کاملاً متفاوت از هنر بازیگری می‌داند. (تگادف، ۱۳۷۷: ۳۳)

اما صرف‌نظر از همه این تعاریف، تردیدی نیست که قصه‌خاستگاه هنرهای نمایشی محسوب می‌شود. «قصه‌گویی با حضور مخاطب، به راحتی پیش

1. drama

۳۱ ❖ قصه‌گویی و تفاوت‌های کاربرد آن در رادیو و تلویزیون

می‌رود. قصه‌گو مخاطبش را به سفری مهیج و احساساتی می‌برد و سپس او را به سلامت بازمی‌گرداند. در جریان قصه‌گویی، مخاطب بیشتر از دنیای پیرامونش متأثر می‌شود. «بدون تردید منظور لن کابرال^۱ این است که در نمایش، بیننده از جریان بازی تأثیر می‌پذیرد؛ چرا که در قصه‌گویی امکان تخیل و بازآفرینی ذهنی اشخاص، حوادث و صحنه‌ها وجود دارد، ولی در نمایش، همه آنها نشان داده می‌شود. (حنیف، ۱۳۸۴: ۱۳)

براندا بریسفورد، قصه‌گوی استرالیایی، مشابهت‌ها و تفاوت‌های قصه‌گویی و نمایش را چنین دسته‌بندی می‌کند:

«۱. دراما، فعالیتتی است در سینما و نمایش. بازیگر در سینما و نمایش، دستورات را از کارگردان می‌گیرد. یک بازیگر، کلمات نوشته‌شده را می‌خواند و همان کلمات را براساس گفته کارگردان، بیان می‌کند و طبق دستورات کارگردان، حرکاتش را انجام می‌دهد.

۲. قصه‌گویی آزاد است. قصه‌گو می‌تواند داستان را با کلمات خودش بیان کند (یعنی قصه را آن‌چنان‌که می‌خواهد و با زبانی که خود می‌داند، بیان کند). همچنین می‌تواند حرکات، توقف‌ها و حتی استفاده از صدا و بدنش را همانند قهرمانان قصه انجام دهد. در قصه‌گویی، واژه‌ها به قصه‌گو تعلق دارند و او می‌تواند آنها را هرطور که دلش بخواهد، تغییر دهد.

۳. قصه‌گو و بازیگر، هر دو از صدا و زبان بدن (حرکات) استفاده می‌کنند، اما به شیوه‌های متفاوت.» (همان)

فواید قصه‌گویی

«در طول بخش عمده‌ای از تاریخ بشر، زندگی معنوی کودک، پس از تجربه‌های نخستین در چارچوب خانواده، متکی بر اسطوره‌ها و قصه‌های دینی

1. Len Cabral

و افسانه‌های جن و پری بوده است. این ادبیات، باعث تقویت قوه تخیل کودک و تحریک خیالپروری او می‌شده و به علاوه، نقش مهمی در بالا بردن سطح اندیشه کودک و تعیین آرمان‌های اجتماعی که هر کودک ممکن است خود را با الگوی آن همانند سازد، به عهده داشته است. (بتلهایم، بی تا: ۱۴۵)

تردیدی نیست که انواع قصه‌ها، تأثیرات متفاوتی بر روی مخاطبان خود می‌گذارند. بتلهایم در مورد چگونگی و میزان تأثیر اسطوره‌ها و افسانه‌های جن و پری تفاوت قایل است. وی معتقد است، هر چند میان این دو اشتراک بسیار وجود دارد، بویژه با توجه به اینکه هر دو انتقال‌دهنده مجموع تجارب بشرند، با این حال تفاوت اصلی میان اسطوره‌ها و افسانه‌های جن و پری در ماهیت قهرمانان آنها نهفته است. قهرمانان اسطوره، الهی و دارای جنبه‌های فوق بشری‌اند و به همین دلیل بشر فانی نمی‌تواند خود را با آنان همانند سازد، در حالی که قهرمانان افسانه‌ها این گونه نیستند و همانندسازی با آنان آسان‌تر است.

قصه‌ها از راهی غیرمستقیم، مزایای رفتار منطبق با اخلاق را به کودک آموزش می‌دهند. قصه‌های جن و پری، به گونه‌ای با او سخن می‌گویند که به‌طور ناخودآگاه، آنها را می‌فهمد و بی‌آنکه شدیدترین پیکارهای درونی را که رشد کودک به همراه دارد، ناچیز بشمرند، نمونه‌هایی از راه‌حل‌های موقتی و دائمی برای مشکلات او عرضه می‌دارند. بنابراین، این نوع قصه‌ها، در غنی‌سازی حیات درونی کودک، موفقیت زیادی کسب کرده‌اند. نمایش ضد قهرمان‌ها و نمادهای شر در مقابل نمادهای خوب، در قصه‌گویی، به کودک این امکان را می‌دهد که با زندگی واقعی آشنا شود و خود را برای برخورد با بدی‌ها نیز آماده سازد.



از دیگر فواید اخلاقی قصه‌گویی، نقش بازدارندگی آن است. کودک از آن رو که می‌بیند افراد شرور در قصه‌ها به مکافات عمل خود می‌رسند، به نوعی آموزش اخلاقی می‌بیند. به دلیل نبود شخصیت‌های پیچیده، کودک با شنیدن قصه‌هایی که در آن نمادهای خوبی و بدی، در مقابل هم قرار می‌گیرند، می‌آموزد به کدام سمت برود.

تبادل فرهنگ نیز از دیگر فواید قصه‌گویی به شمار می‌رفته است. قصه‌گویان دوره‌گرد، قصه‌های ملل خود را در خلال سفرها، به سرزمین‌های دیگر منتقل می‌کردند و این قصه‌ها، علاوه بر تأثیر بر زندگی و نگرش قوم مقصد، در مراحل بعدی دچار دگرگونی‌های مختلف می‌شد.

اولریش مارزلف، با اشاره به کتاب‌هایی که در قالب داستان برای شاهزادگان نوشته شده است، رسم آموزش با تمثیل و استعاره در مشرق‌زمین را رسمی کهن می‌داند و «خردنامه‌ها» و «کلیله و دمنه» و به‌طور کلی داستان‌های تمثیلی را نمونه‌های اعلای این کتاب‌ها برمی‌شمارد. این کتاب‌ها که به زبان‌های عربی و فارسی نوشته می‌شدند، به عنوان ابزار تعلیم و آموزش

به کار می‌رفتند؛ چون در فرهنگ مشرق زمین، «تمثیل را با ظرافتی که در آن نهفته است، خیلی مؤثرتر از خطاب و پند و اندرز می‌دانستند. زیرا تمثیل، تفکر مستقیم را برمی‌انگیزد و موجب آن نمی‌شود که مطلبی به صورت جزمی، به مخاطب ارائه شود.» (مارزلف، ۱۳۷۸: ۳۷۲)

در مجموع، پژوهشگران به برخی از فواید قصه‌گویی، چنین اشاره کرده‌اند:

۱. سرگرمی
۲. تلطیف عواطف و احساسات
۳. گسترش گنجینه لغات
۴. یادگیری شنیداری
۵. پرورش قدرت تخیل
۶. تقویت قوه حافظه
۷. تقویت قدرت بیان و اجتماعی بودن
۸. گسترش و تربیت توانایی تفکر و تمرکز حواس
۹. پرورش ذوق هنری
۱۰. فراهم آوردن زمینه تحمل عقاید دیگران

تفاوت‌های کاربرد قصه‌گویی در رادیو و تلویزیون

برای سخن گفتن درباره تعامل قصه‌گویی و رسانه، ابتدا باید دو رسانه رادیو و تلویزیون و ویژگی‌های آن دو را شناخت. باید به یاد داشت که قصه‌گویی به صورت حضوری، تجربه‌ای است که پیشرفته‌ترین فناوری‌ها هم نمی‌تواند جای آن را پر کند؛ زیرا در این شکل از قصه‌گفتن، قصه‌گو و مخاطب هر دو در یک زمان به آفرینش دو جانبه دست می‌یابند؛ آفرینشی که براساس کلمه‌ها و تخیل بنا شده است. علاوه بر این، بسیاری مخالف اطلاق لفظ قصه‌گویی، بر قصه‌گویی رادیویی و تلویزیونی هستند. آنان بر این اعتقادند

قصه‌گویی و تفاوت‌های کاربرد آن در رادیو و تلویزیون ❖ ۳۵

که به قصه‌گویی نمی‌توان به صورت تجاری و با هدف تولید انبوه نگریست؛ زیرا در حقیقت مخاطبان برنامه‌های زنده قصه‌گویی، قصه‌گو را در آفرینش یک فرایند یاری می‌دهند؛ یعنی قصه‌گو با مشاهده تأثیرات کلام و حرکات خود بر مخاطبان، تغییرات لازم را در برنامه قصه‌گویی به وجود می‌آورد و این همان روندی است که قصه‌گویان رادیویی و تلویزیونی قادر به انجام دادن آن نیستند، اما در هر حال با توجه به دامنه وسیع تأثیرات رادیو و تلویزیون و گرایش مردم، بویژه کودکان و نوجوانان به آن، لاجرم باید به قصه‌گویی در این دو رسانه مهم توجه خاصی مبذول داشت.

بی‌تردید شناخت رسانه و کشف راه صحیح استفاده از آن با تأثیرگذاری شگرفی همراه خواهد بود. امروزه انواع برنامه‌های قصه‌گویی و حتی شبکه‌های رادیویی با هدف قصه‌گویی و نمایش تأسیس شده‌اند. رادیو دراما، رادیو شکسپیر، رادیو داستان و سایر شبکه‌ها از جمله رادیوهایی هستند که در جای‌جای جهان، فقط با تکیه بر قصه و متون داستانی به کار خود ادامه می‌دهند.

مک لوهان، تلویزیون را رسانه‌ای سرد و رادیو را رسانه‌ای گرم می‌داند. وی در توضیح این اصطلاحات می‌نویسد: یک تفاوت اصلی میان رسانه‌های گرمی چون رادیو و سینما با رسانه‌های سردی مانند تلفن یا تلویزیون وجود دارد. زمانی که رسانه‌ای بتواند یکی از حواس انسانی را امتداد بخشد و حساسیت بالایی نصیب آن سازد، به آن رسانه گرم می‌گویند. منظور از حساسیت بالا، ارائه هر چه بیشتر داده‌هاست. از نظر دیداری یک عکس دارای حساسیت بالایی است، اما یک داستان مصور و نقاشی شده، حساسیت کمی ایجاد می‌کند، چون اصولاً حس شنوایی حجم کمی از اطلاعات را جذب می‌کند و شنونده باید مقداری بر اطلاعات داده شده از طریق کلام بیفزاید تا آن را کاملاً درک نماید. (مک لوهان، ۱۳۷۷: ۲۴)

مک لوهان ضمن برشمردن ویژگی‌های رسانه‌های گرم و سرد به میزان تأثیرگذاری رسانه‌ها بر جامعه چنین اشاره می‌کند: «در مورد رسانه‌های گرم و تأثیرات آنها، اختلافات اساسی از آنجا ناشی می‌شود که این رسانه‌ها در فرهنگی «سرد» یا فرهنگی «گرم» به کار گرفته شده باشند. بهره‌گیری از رسانه گرم رادیو در فرهنگی سرد یا جامعه‌ای بی‌سواد، عکس‌العمل‌های شدیدی را باعث می‌شود که کاملاً مغایر با عکس‌العمل آن در فرهنگ کشورهای چون انگلستان یا آمریکا است، زیرا در این کشورها رادیو را وسیله‌ای تفننی تلقی می‌کنند، در صورتی که در جوامع سرد که سطح سواد در آنها پایین است، رادیو، سینما و اصولاً رسانه‌های گرم، کمتر جنبه تفریحی و تفننی دارند. به عبارت دیگر، اثر دگرگون‌کننده این نوع رسانه‌ها خیلی شدیدتر از رسانه «سرد» تلویزیون در فرهنگی سوادآمخته است.» (همان: ۳۴)

تأثیر رادیو در جوامع کم‌سواد، بیشتر از تأثیری است که تلویزیون بر جوامع باسواد می‌گذارد. بنابراین بهتر است برای پیشبرد اهداف آموزشی در شبکه‌های استانی از قصه‌گویی رادیویی بیشتر از قصه‌گویی تلویزیونی استفاده شود. استفاده از قصه‌گویی در رادیو و تلویزیون در استان‌های مختلف بستگی به میزان گرایش مردم این استان‌ها به فرهنگ شنیداری و دیداری دارد.

«در سینما که رسانه‌ای گرم است، افراد باید خیلی جدی نمایان شوند، اما در رسانه تلویزیون، افراد جدی حالت سرخوردگی در تماشاگران پدید می‌آورند، زیرا همان‌طور که گفته شد، این رسانه جایی برای تشریک مساعی آنان بازنمی‌گذارد و اجازه ایفای نقش به آنها نمی‌دهد.» (همان: ۳۹۰)

با این مقدمه درمی‌یابیم که قصه‌گویی تلویزیونی نسبت به قصه‌گویی رادیویی باید انعطاف بیشتری داشته باشد. اگر قرار باشد از دو قصه‌گوی بشناس و جدی، یکی برای تلویزیون استفاده شود، اولی را باید انتخاب کرد.

قصه‌گویی و تفاوت‌های کاربرد آن در رادیو و تلویزیون ❖ ۳۷

اما کودک کدام نوع قصه‌گویی را بیشتر می‌پسندد؟ آیا برای او صدا و آهنگ مناسب‌تر از حرکت و صداست؟ درست است که قصه‌گویی رادیویی در مجموع نسبت به قصه‌گویی تلویزیونی، کمک بیشتری به رشد قوه تخیل کودک می‌کند، اما آیا کودک خود نیز این مسئله را می‌فهمد، یا جاذبه‌های رنگ و نور او را به دنیای تلویزیون بیشتر نزدیک می‌کند؟

شعاری‌نژاد، رادیو و تلویزیون را دو کمک مکانیکی آموزش و پرورش می‌نامد و اهمیت این دو وسیله ارتباط جمعی را به مثابه وسیله آموزشی غیرمستقیم، مهم‌تر از محیط‌های تربیت مستقیم چون مدرسه می‌داند. او همچنین می‌نویسد: «اگر میدان اطلاعات و تجارب هر فرد را نسبت به حواس او مقایسه کنیم، می‌بینیم که دو سوّم یا بیشتر آنها را از راه چشم و گوش یا به وسیله دو حسّ بینایی و شنوایی کسب کرده است. به همین سبب، این دو حس در آموزش جدید اهمیت و ارزشی خاص دارند و توجّه به تربیت آنها از مهم‌ترین وظایف معلمان است. علت عمده لزوم استفاده از وسایل سمعی و بصری در آموزش همین است که کودک بتواند از گوش و چشم خود به قدر کافی و لازم استفاده کند و دقیق شنیدن و نگاه کردن را یاد بگیرد. چنانچه داوری‌های نادرست مردم درباره بعضی از افراد یا اشیا را بررسی کنیم، درمی‌یابیم که علت اساسی آنها نداشتن دقت در شنیدن و نگاه کردن است.» (شعاری‌نژاد، ۱۳۶۴: ۱۲)

شعاری‌نژاد با این مقدمه می‌گوید، یکی از فواید استفاده از رادیو و تلویزیون در امر قصه‌گویی، آموزش گوش دادن و نگاه کردن است. تلویزیون نسبت به رادیو، جذابیت بیشتری برای کودکان دارد. همچنین دانش‌آموزان ضعیف، بیش از دانش‌آموزان خوب و قوی به تلویزیون مایل می‌شوند. اما کودکان پس از رسیدن به مرحله نوجوانی رادیو را به تلویزیون ترجیح می‌دهند.

تلویزیون باعث می‌شود کودک از انجام بازی با همسالانش بازماند و بدین صورت مهارت‌هایی را که معمولاً در بازی با همسالان به دست می‌آید، از کف بدهد. همچنین تماشای فیلم‌های نامناسب آثار نامطلوب فراوانی بر روحیه کودک می‌گذارد و باعث عصبانیت و ترس او می‌شود. با این حال تلویزیون تأثیرات مفیدی نیز بر کودک می‌گذارد که برخی از آنها از این قرار است:

- بعضی از کودکان را به فعالیت بیشتر برمی‌انگیزد.
- کودکان را به سوی زندگی واقعی رهبری می‌کند.
- کودک را به مطالعه چیزهایی که قبلاً نخوانده است، تشویق می‌کند.
- کودک را با انواع مهارت‌ها آشنا می‌سازد.
- مجال اندیشه و بینش کودکان را گسترش می‌دهد.
- والدین و کودکان را به سوی خانه می‌کشاند.
- کودکان را با بعضی از اصول و قوانین اجتماعی آشنا می‌کند. (همان: ۱۲۵)

همچنین ارزان بودن رادیو باعث می‌شود که جوامع فقیر، از این وسیله بیشتر از تلویزیون و سینما استفاده کنند. به همین دلیل اگر برنامه‌های مناسب کودکان در زمان مناسب از این رسانه پخش شود و والدین نیز نسبت به استفاده کودکان خود از این رسانه، تشویق شوند، تأثیرات غیرمستقیم مفیدی از طریق آموزش غیرمستقیم به کودکان و نوجوانان ارائه خواهد شد.

- شعاری نژاد تأثیرات این رسانه را این گونه برمی‌شمارد:
- کودک را در خانه سرگرم می‌کند.
 - به کودک انگیزه در خانه ماندن می‌دهد.
 - معلومات کودک را درباره تاریخ، حوادث جاری، جغرافیا، ادبیات و سایر موضوع‌ها افزایش و گسترش می‌دهد.
 - معلوماتی را که کودک در مدرسه یاد می‌گیرد، تکمیل می‌کند.

❖ ۳۹ قصه‌گویی و تفاوت‌های کاربرد آن در رادیو و تلویزیون

- با گسترش دایره کلمات موجب اصلاح سخن‌گویی کودک می‌شود و به درست‌گویی او کمک می‌کند.
 - عقاید و نظریات مطلوب را رشد و گسترش می‌دهد.
 - بر درک و قدردانی از ارزش‌های زیبادوستی می‌افزاید.
 - کودکان را به خواندن تشویق می‌کند.
 - با پخش داستان‌های مفید، عواطف کودک را برمی‌انگیزد. (همان: ۱۲۲)
- با وجود اینها، قصه‌گویی رسانه‌ای، معایبی نیز دارد که شناخت این عیوب پیش از پرداختن به مباحث بعدی، ضروری است.
- بتلھایم با اشاره به این نکته که امروزه پدران و مادران رفته رفته دیرتر پیر می‌شوند، در حالی که نوجوانی فرزندان زودتر از پیش پدید می‌آید، به پیدایش رقابت میان مادر و دختر و پدر و پسر پرداخته و معتقد است، در گذشته کودکان با استفاده از روش‌ها و آیین‌های سنتی برای ورود آگاهانه به مرحله بالاتر سنی آماده می‌شدند و در این زمینه قصه‌گویی در کانون گرم خانواده نقش مهمی داشت. وی قصه‌گویی را از عوامل مهم رشد روانی کودک می‌شمارد و با ابراز تأسّف از جایگزینی تلویزیون در خانواده‌ها به جای قصه‌گویی، تلویزیون را مرگ تخیل می‌داند. تلویزیون که ادعا دارد کودک را در خیال‌پروری و خیال‌پردازی یاری می‌دهد، در حقیقت نیروی خیال‌پردازی و خلاقیت فکری او را سلب می‌کند، چون شخصیت‌ها و چهره‌های داستان‌ها و افسانه‌هایی که به صورت فیلم‌های تلویزیونی ارائه می‌شوند، آن قدر در نظر کودک واقعیت ملموس پیدا می‌کنند که نه تنها کودک به خیال‌پروری درباره آنها تشویق نمی‌شود، بلکه از همانندسازی خویش با آنها نیز که پیامد اندیشه و تفکر و تداعی‌ها و بازاندیشی‌های بسیار است، بازمی‌ماند.
- از سوی دیگر، هنگام تهیه فیلم‌های تلویزیونی، قصه‌ها را دستکاری می‌کنند و از روی بی‌اطلاعی یا به تصور زیباسازی و آرایش آنها، معنا و مفهوم واقعی

آنها را از بین می‌برند و از همه بدتر می‌کوشند تا برای مسائل پیچیده زندگی و هستی، پاسخ‌های ساده ارائه دهند، در حالی که در زندگی واقعی آدمی، راه‌حل‌های ساده وجود ندارد. در نتیجه می‌بینیم که هم پدران و مادران و هم کودکان، نومید و سرخورده می‌شوند و با این همه هیچ کدام تقصیر ندارند، بلکه عصری که ما در آن زندگی می‌کنیم، بویژه مسائل و مشکلات بلوغ و نوجوانی را شدت و حدت بسیار بخشیده است. (بتلهایم، بی تا: ۱۳)

پیش از این، کودکان همراه با شنیدن افسانه‌ها به هنگام آیین‌های تشریفاتی و جشن‌هایی که در اصطلاح آیین‌های گذار خوانده می‌شوند، برای ورود به مرحله سنی بالاتر آماده می‌شدند. به دلیل همین آیین‌ها بود که کودک در هر مرحله از رشد خویش امکان می‌یافت تا در گیرودار جهان پر آشوب با آمادگی لازم و با چشم و گوش باز و با آرامش درون، جای شایسته خویش را به دست آورد. کودک با شنیدن مکرر قصه «کلاه قرمزی» از مادر یا پدر، درمی‌یافت که نیکی و بدی یا خیر و شر در این جهان پایه‌پای هم وجود دارد و چه بسیار آدمی ممکن است به توالی، هم بسیار خوب و هم بسیار بد باشد. با شنیدن قصه‌ای دیگر می‌فهمید که کار و کوشش با زحمت و رنج توأم است، اما کوشش، سرانجام مزد و پاداش مناسب خود را به دست می‌آورد. به علاوه کودک در طول یکسال، رسیدن جشن‌ها و اعیاد سالیانه سنتی را که در جامعه و در خانواده جا افتاده بود، به گونه‌ای شاد و شوق‌آمیز پا به پای مادر و پدر انتظار می‌کشید و همین انتظار پرشور و شوق در کانون خانوادگی، باعث می‌شد که کودک خود را مورد توجه و محبت والدین احساس کند و خود را مطلوب پدر و مادر و نه مطرود آنان بداند و آرامش خاطری که از این رهگذر به دست می‌آمد، هم رفتار و کردار او را در خانواده و هم در محیط بیرون از خانه تحت تأثیر قرار می‌داد. (همان: ۱۴)

❖ ۴۱ قصه‌گویی و تفاوت‌های کاربرد آن در رادیو و تلویزیون

هر چند بتلهایم تأثیر این افسانه‌ها در رشد روانی کودک را در ارتباط مستقیم با وجود خانواده متعالی و پدر و مادری می‌داند که خود دارای شخصیت هماهنگ باشند و صلاحیت پرورش کودک را داشته باشند، با این حال به هم خوردن ارتباط زمانی افسانه‌ها، آیین‌ها و سنت‌ها سبب می‌شود که این بخش از تأثیر قصه‌گویی در رشد روانی کودک، کمرنگ شود.

اکنون با درج گزیده‌ای از آرای قصه‌گویان مختلف جهانی به تفاوت‌های قصه‌گویی برای رادیو و تلویزیون می‌پردازیم.

کیمبرلی گوزا^۱ معتقد است، در قصه‌گویی باید صدا جانشین حرکاتی شود



که در شکل بصری می‌توانست با صدا همراه شود، ولی در قصه‌گویی تلویزیونی می‌توان از حرکات صورت و بدن برای تکمیل هنر قصه‌گویی استفاده کرد.

کوچا^۲ قصه‌گوی آمریکایی نیز ضمن تأکید بر تبادل انرژی بین قصه‌گو و مخاطبش به خلاء بزرگی که در قصه‌گویی رادیویی و تلویزیونی با غیبت مخاطب حادث می‌شود، اشاره می‌کند و

می‌نویسد: در قصه‌گویی رادیویی و تلویزیونی به علت نبودن مخاطب و غیرزنده بودن قصه‌گویی، قصه‌گو انرژی بیشتری مصرف می‌کند. ضمن آنکه در تلویزیون، حواس‌پرتی و گیجی ناشی از محلّ قرار گرفتن دوربین و نیز

1. Kimberly Goza

2. Kocha

۴۲ ❖ فصلنامه تخصصی فرهنگ مردم ایران

دستوراتی که کارگردان برای تغییر زاویه دید قصه‌گو به او تحمیل می‌کند، مزید بر علت است. (کوچا، ۲۰۰۱: ۱)

چارلز باری گلد^۱ می‌گوید: شما در قصه‌گویی برای رادیو از حرکات مربوط به صورت و بدن استفاده نمی‌کنید و فقط با صدایتان داستان را نقل می‌کنید و همچنین نمی‌توانید به واکنش‌های مخاطبان‌تان پاسخ دهید و همراه واکنش‌های آنها داستان را جلو ببرید. (گلد، ۲۰۰۱: ۴)

هلن مک‌کی^۲ در پاسخ به پرسشی در مورد تفاوت‌های قصه‌گویی رادیویی و تلویزیونی می‌گوید: می‌خواهم پاسخ شما را با یک پرسش روشن بدهم و آن اینکه، فکر می‌کنید چه تفاوتی بین قصه‌گویی دیداری و قصه‌گویی شنیداری وجود دارد؟ وی با طرح این پرسش اصلی‌ترین ویژگی دو نوع قصه‌گویی، یعنی وجه شنیداری و دیداری هر یک را مطرح می‌کند. (مک‌کی، ۲۰۰۱: ۲)

هارلین گیسلر^۳ تفاوت این دو شیوه قصه‌گویی را در عنصر دیداری قصه‌گویی تلویزیونی می‌داند، به همین دلیل وی هنگام قصه‌گویی برای رادیو می‌کوشد از قصه‌هایی که احتیاج به حرکات تصویری دارند، دوری کند. (گیسلر، ۲۰۰۱: ۵)

رابرت ای جونز^۴ در مورد تفاوت قصه‌گویی در رادیو و تلویزیون می‌گوید: قصه‌گویی برای رادیو به نوشتن یک داستان کوتاه یا یک رمان شباهت بسیاری دارد، چون در قصه‌گویی برای رادیو همه صحنه‌ها، زمان و مکان، پوشش بازیگران و شخصیت آنها باید در قالب کلمات، توصیف و تشریح شوند، اما در قصه‌گویی تلویزیونی احتیاجی به توصیف بسیاری از موارد نیست. زیرا

-
1. Charls Barry Gold
 2. Helen Mckay
 3. Harlynnne Geisler
 4. Robert E.jones

❖ ۴۳ قصه‌گویی و تفاوت‌های کاربرد آن در رادیو و تلویزیون

بیننده می‌تواند خودش چگونگی صحنه‌ها، شخصیت‌ها و نوع پوشش آنها را تماشا کند. (جونز، ۲۰۰۱: ۲)

رادیو، قدرت تخیل را برمی‌انگیزد (چون شنونده را وامی‌دارد تا برداشت بصری خود را به‌کاراندازد)، همچنین می‌تواند مخاطبان وسیعی داشته باشد، یا از راه پخش واحد یا به صورت متوالی و از طریق تکرار پخش، سطح وسیعی از مخاطبان را جذب کند. رادیو وسیله سرگرمی است و از نظر روانی برای بیشتر دانش‌آموزان قابل قبول است، در حالی که تلویزیون رسانه‌ای دیداری است که در آن امکان استفاده از شیوه تولید خلاقه و همبستگی کامل با سایر وسایل کمک آموزشی دیداری وجود دارد.

باید توجه داشت که اجرای نمایش خلاق از سوی کودکان، یکی از بهترین و جذاب‌ترین پیامدهای قصه‌گویی خلاق است. در این برنامه پیشنهادی برای تلویزیون، که بعد از حذف صحنه‌های کسل‌کننده و تدوین مناسب، آماده پخش خواهد شد، ابتدا قصه‌گو از بچه‌ها می‌خواهد تا قصه مشهوری را بیان کنند و سپس خود روایت‌های متضاد قصه مزبور را با مهارت بیان می‌کند و این گونه باعث به جنبش درآمدن دانسته‌های قبلی آنها می‌شود. سپس بهترین و خوشایندترین روایت قصه را در ذهن کودکان جایگزین می‌کند و آنگاه از آنها می‌خواهد تا قصه را به صورت نمایش اجرا کنند. صحنه‌های مشورت بچه‌ها و تقسیم نقشه‌ها در برنامه تلویزیونی حذف یا خلاصه می‌شود. در این مرحله، قصه‌گو ضمن تشویق بچه‌ها در به عهده گرفتن نقش‌ها، به آنان کمک می‌کند تا فضای لازم را برای نمایش آماده کنند. قصه‌گو می‌تواند نقش کارگردان را به عهده بگیرد و بهتر است که در عمل از بچه‌ها بخواهد که خودشان فضاهایی را که بازیگر در آنجا به بازی می‌پردازد، مشخص کنند و لباس و وسایل احتمالی مورد نیاز صحنه را با کمترین و کم‌خرج‌ترین وسایل و ابزارهای در دسترس، تهیه نمایند.

نکته مهم در اجرای نمایش خلاق، تمرکز بر فرایند تهیه متن نمایش، خلق شخصیت‌ها، جست‌وجوی فضا، تغییر شکل جلسه قصه‌گویی و وضعیت تماشاگران خواهد بود.

از قصه‌گویی در رادیو و تلویزیون نه تنها در قالب برنامه‌های کودک و نوجوان که برای ساخت آگهی‌های بازرگانی نیز استفاده می‌شود. تجربه نشان داده است که تبلیغ محصولات بازرگانی در قالب آگهی‌های تبلیغاتی داستانی، تأثیر بیشتری بر مخاطب دارد و همچنین از ماندگاری بالایی نیز برخوردار است. کاربرد قصه در آگهی‌های تبلیغاتی رادیویی و تلویزیونی نیز کمابیش با همان تعاریفی که پیشتر درباره قصه‌گویی در رادیو و تلویزیون ارائه شد، همخوانی دارد.

جمع‌بندی

یکی از ویژگی‌های هنر قصه‌گویی، ارتباط دو سویه و تأثیرگذاری و تأثیرپذیری قصه‌گو و مخاطبان قصه‌گویی است. بر این اساس، بعضی از صاحب‌نظران، اصولاً قصه‌گویی رادیویی و تلویزیونی را قصه‌گویی ناب نمی‌دانند؛ زیرا مخاطبان اصلی این هنر نمی‌توانند تأثیری بر قصه‌گو بگذارند. با این حال، به نظر می‌رسد که این نگاه به قصه‌گویی رادیویی و تلویزیونی بسیار سختگیرانه است، زیرا اگر هم تعامل قصه‌گو و مخاطبانش، از ضروریات کار قصه‌گویی محسوب شود، قصه‌گو به صورت‌های غیرمستقیم می‌تواند بازخورد کارش را دریابد. از سویی، قصه‌گویی در رادیو و تلویزیون به شکل‌های مختلف اجرا می‌شود و با توجه به نوع و شیوه قصه‌گویی و همچنین با توجه به میزان سواد جامعه می‌توان به تفاوت‌های کاربرد این هنر در رادیو و تلویزیون واقف شد.

قصه‌گویی و تفاوت‌های کاربرد آن در رادیو و تلویزیون ❖ ۴۵

در مجموع می‌توان گفت، قصه‌گویی در رادیو، به نسبت قصه‌گویی در تلویزیون تأثیر بیشتری بر پرورش قوه تخیل مخاطب دارد. اما از سوی دیگر، زمینه اجرای قصه‌گویی خلاق یا اجرای نمایش خلاق در تلویزیون بیشتر است. قصه‌گو در رادیو راحت‌تر است، زیرا مجبور نیست، دایم به دستورهایی کارگردان برای تغییر زاویه نگاهش توجه کند؛ عاملی که می‌تواند قصه‌گو را از حس قصه‌گویی تهی سازد. همچنین باید توجه داشت که ویژگی‌های رادیو و تلویزیون ایجاب می‌کند که برای تلویزیون، قصه‌گویی انتخاب شود که علاوه بر بشاش و سرزنده بودن از توانایی بالاتری برای حرکات صورت و دست و پا برخوردار باشد. با تمام این اوصاف، قصه‌گویی در رادیو به ذات قصه‌گویی اصیل نزدیک‌تر است. از این رو بسیاری بر این باورند که این نوع قصه‌گویی رسانه‌ای، از قصه‌گویی تلویزیونی تأثیرگذارتر است.

منابع

الف) کتاب

۱. بتلهایم، برونو (بی تا) **کاربردهای افسون**، ترجمه و توضیح دکتر کاظم شیوا رضوی، ناشر: کاظم شیوا رضوی.
۲. پلووسکی، آن (۱۳۷۹) **دنیای قصه گویی**، ترجمه ابراهیم اقلیدی، تهران: سروش.
۳. حنیف، محمد (۱۳۸۴) **قصه گویی در رادیو و تلویزیون**، تهران: سروش و مرکز تحقیقات صدا و سیما.
۴. شعاری نژاد، علی اکبر (۱۳۶۴) **ادبیات کودکان**، تهران: اطلاعات.
۵. مک لوهان هربرت مارشال (۱۳۷۷) **برای درک رسانه‌ها**، ترجمه سعید آذری، تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.

ب) مقاله

۱. تگادف، فولکه (۱۳۷۷) **داستان سرا، نقال و قصه گویی مدرن**، ترجمه امیرحسین چهل تن، سروش، ش ۸۹۹.
۲. مارزلف، اولریش (۱۳۷۸) «**سیر قصه‌های تعلیمی بین مذاهب**»، ترجمه کیکاوس جهاننداری، بخارا، ش ۷.

ج) گزارش پژوهشی

۱. صدیق، یوسف (۱۳۷۹) «**قابلیت‌های کاربردی افسانه‌های عامیانه در برنامه‌های عروسکی و انیمیشن سیما**»، گزارش پژوهشی، مرکز تحقیقات صدا و سیما.

قصه‌گویی و تفاوت‌های کاربرد آن در رادیو و تلویزیون ❖ ۴۷

(د) منابع انگلیسی

1. Barry, Williams, [www.seant.com/ art/online](http://www.seant.com/art/online) 30 May 2001.
2. Geisler, Harlynne, Olove. [Stories Jono. com/11](http://StoriesJono.com/11) Jun 2001.
3. Gifs, Beus, [http:// Story Telling Media/ fa](http://StoryTellingMedia/fa) 26 May 2001.
4. Gold, Charles Barry, [Cbgold Flash. Net/](http://CbgoldFlash.Net/) 26Jul 2001.
5. Jones, Robert e. , [http:// The Art of Story Telling/](http://TheArtofStoryTelling/) 24 Jul 2001.
6. Kucha, ase [@aol.com](mailto:ase@aol.com) / 30 jul 2001.
7. Mckay, Hellen, [Stories One. net.av/b](http://StoriesOne.net.av/b) Jul 2001.





پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی