

قصه گوئی

□ دکتر سیامک رضا مهجور

مehجور، سیامک‌رضا، ۱۳۲۲
قصه‌گویی از دیدگاه روان‌شناختی / تألیف سیامک‌رضا مهجور. - شیراز:
ساسان، ۱۳۸۳.
۱۹۲ ص.::

ISBN 904-6616-17-8

فهرست‌نویسی براساس اطلاعات فیبا.
کتابنامه: ص. ۱۹۲-۱۹۱.
۱- قصه‌گویی - جنبه‌های روان‌شناختی. ۲. روان‌شناختی.
الف. عنوان. ب. عنوان: دیدگاه روان‌شناختی.
PN ۸۰۸/۵۰۲
ق ۸۶۳
۱۳۸۳

شناسنامه

□ نام کتاب: قصه‌گویی از دیدگاه روان‌شناختی □ تألیف: دکتر سیامک‌رضا مهجور
□ نوبت چاپ: اول □ تاریخ انتشار: بهار ۱۳۸۳ □ شمارگان: ۵۰۰۰ جلد □ ناشر: ساسان
□ لیتوگرافی: فرانقش □ چاپ: ولی عصر □ صحافی: صدف
□ قیمت: ۱۵۰۰۰ ریال

● مرکز پخش: شیراز - خیابان کریمخان‌زند - روبروی خیابان خیام - پاساژ مسعود - نشر ساسان

تلفن: ۰۷۱۱-۲۳۵۰۲۰۱-۲۳۵۲۱۶۱ همراه ۰۹۱۷۳۱۴۵۷۳۶

فهرست

۵	 مقدمه
۹	 کوششی در ارائه چند تعریف
۱۵	 اهداف ادبیات کودکان
۱۷	 □ دیو خون‌خوار و پادشاه زیرک
۲۳	 □ مردان جادویی
۲۹	 قصه و قصه‌گویی
۳۳	 تاریخچه و خاستگاه قصه
۳۳	 تاریخچه قصه
۳۶	 خاستگاه قصه
۴۵	 اهمیت قصه و افسانه
۴۷	 □ کبریت بدجنس
۵۷	 فایده قصه و افسانه
۵۹	 □ سفر حیوانات
۶۲	 □ اعداد خوشحال
۶۹	 □ قدرت ایمان
۷۷	 □ هیولای زشت و شاهزاده دانا
۸۷	 ساخت قصه و عناصر اساسی آن
۹۷	 عناصر اساسی قصه
۹۷	 الف - درون‌مایه داستان:
۹۸	 □ چوپان دروغ‌گو
۱۰۰	 ب - گردآوری ایده‌ها:
۱۰۲	 ج - اسکلت داستان:

۱۰۳	☐ دخترک گل فروش، مهربان و پرخروش
۱۰۶	د- طرح وقایع داستان:
۱۰۷	ه- ترتیب روایت:
۱۱۱	زبان قصه
۱۱۳	سن کودک و قصه
۱۲۵	قصه گویی
۱۲۵	قصه گو کیست و کار او چیست؟
۱۲۹	انواع قصه گویی
۱۲۹	۱- نقل ها
۱۳۳	۲- قصه گویی والدین
۱۳۵	۳- قصه گویی با استفاده از نوار
۱۳۵	۴- قصه گویی از طریق رادیو
۱۳۶	۵- قصه گویی از طریق تلویزیون
۱۳۷	۶- قصه گویی توسط مربی (مربی قصه گو)
۱۳۸	۷- قصه گویی کتابخانه ای
۱۴۱	طرح و سبک قصه گویی
۱۴۵	انواع قصه
۱۴۶	۱- قصه از نظر تاریخ و زمان وقوع
۱۴۸	۲- قصه از نظر محتوا و پیام
۱۵۰	۳- از نظر موضوع
۱۶۶	واقعیت را به او می آموزند.
۱۷۱	شعر کودک
۱۸۲	انواع شعر کودک
۱۸۷	مشخصات شعر کودک
۱۹۱	منابع و مآخذ

مقدمه

دانستن امروزه رمز بقای انسان‌هاست. ادوین تافلر در کتاب جابه‌جایی قدرت با بیانی شیرین ضمن بررسی ابزار قدرت بیان می‌دارد: در دنیای قدیم داشتن ارتشی مجهز و آماده جنگ که بتواند سرزمین‌هایی هرچه بیشتر را تسخیر کند نشانی از ابرقدرتی دولت‌ها بود. در طول زمان این روند تغییر یافته و داشتن اقتصادی قوی و تجارتی پویا که بتواند کالاهای خود را در اقصاء نقاط عالم به فروش برساند نشانی از ابرقدرتی بود و اینک در این سال‌ها داشتن اطلاعات و دسترسی سریع به اطلاعات نشانه ابرقدرتی است. هرآن‌کس که اطلاعاتی بیشتر و سریع‌تر در اختیار داشته باشد، حاکم است. این اطلاعات خواه در محدوده‌ای کوچک باشد و خواه در گستره‌ای وسیع، قانون زندگی امروز این است: هرچه اطلاعات بیشتری داشته باشی و هرچه سریع‌تر اطلاعات جدیدی حاصل کنی، موفق‌تر و پیروزتر خواهی بود. امروزه رایانه‌ها یکی از ابزار سریع دسترسی به این‌گونه اطلاعات و داده‌های جدید هستند و شاید یونسکو بر این اساس در جدیدترین مشخصه تعلیم و تربیت، کسانی که با رایانه و طرز استفاده از آن آشنایی ندارند را در زمره افراد بی‌سواد محسوب می‌دارد.

از گذشته‌های دور دانش از اهمیت خاصی در زندگی بشر برخوردار بوده است، چنان‌که در طول زمان همیشه دانشمندان و آگاهان ارزش و اهمیت زیادی داشته‌اند. البته این دانشمندان و آگاهان در طول تاریخ هر لحظه در لباسی دانش خود را ارائه می‌کردند، به‌طور مثال به صورت جادوگران و مظاهر قدرت قبیله‌ای، رهبران مذهبی و روحانیون، منجمین و وزراء و... می‌توان گفت آنچه در طول زمان تغییر یافته نه اهمیت دانش بلکه ابزار کسب دانش و محتوای آن است. روزی رویارویی تک‌به‌تک ابزار انتقال دانش بود و روز دیگر سخن‌رانی و کتابت و امروزه علاوه بر تمامی ابزار کسب و انتقال دانش می‌توان به

چند رسانه‌ای‌ها^(۱) اشاره کرد. اگرچه پیشرفت ابزار اطلاع‌رسانی دنیای جدیدی در پیش رو گشوده و این نعمتی است که نمی‌توان از آن بی‌اعتنا گذشت؛ اما در کنار خود معایبی نیز پدید آورده که شناخت آن‌ها می‌تواند راه‌گشایی برای ایمنی از این خطرات و کسب فوایدی هرچه بیشتر باشد. یکی از مهمترین معایب رسانه‌های جدید گسست عاطفی (یا حداقل کاهش شدید) میان پیام‌دهنده و پیام‌گیرنده است. در گذشته در هنگام رویارویی، پیام‌دهنده بدون واسطه قادر به دریافت بازخورد اثر پیام خود بر مخاطبش بود و با دریافت این بازخورد هر زمان که احساس می‌کرد، رابطه عاطفی دچار نقصان شده با شگردی خاص حلقه‌های ارتباطی را پیوند می‌داد، کاری که امروزه رسانه‌های جمعی به علت ساخت ماهوی خود قادر به انجامش نیستند. از طرف دیگر امکانات ویژه این رسانه‌ها قادر است تا ابعادی گسترده و دنیایی بیکران پیش روی مخاطبین خود بگشاید و با قدرت مخاطبین را به سمت خود جلب کرده و پیام خود را به صورتی مؤثرتر و با قدرت‌تر انتقال دهد. جالب آن‌که قدرت اثرگذاری تلویزیون تا آن حد باعث وحشت شده که برخی به غلط بر این پندارند، رسانه‌های ارتباط جمعی و چندرسانه‌ای‌ها قادرند هر آنچه بخواهند انجام دهند؛ وحشتی بی‌جا که به دلیل غلو در قدرت اثرگذاری وسایل ارتباط جمعی حاصل شده است. به هر حال چند رسانه‌ای‌ها امروزه در اکثر موارد جایگزین تماس‌های رودرروی والدین با کودکان شده‌اند و در کنار تمامی محاسن آن باید به عدم توانایی در برقراری رابطه عاطفی آن‌ها نیز توجه کرد.

والدین در برخی موارد دچار این توهم شده‌اند که کودکان انباره‌هایی خالی هستند که باید به هر نحوی شده انباره حافظه آن‌ها را لبالب کرد. کودک در جایی می‌نشیند و ولی در جای دیگر، رودرروی او یا در کنار او، آن‌گاه قصه‌گویی و قصه‌خوانی آغاز می‌گردد و وی به حال کودکی که در این میان چشم از دهان‌گوینده یا کتاب‌مورد مطالعه بردارد و یا احساس خستگی کند، چنان‌که اشاره خواهیم کرد، قصه باید عامل ایجاد رابطه عاطفی باشد، یعنی کودک در کنار گرفته شود، لمس گردد، گرمای محبت را احساس کند و تا آنجا که او می‌خواهد نه ما میل داریم، شنونده باشد.

در این کتاب سعی دارم، اهمیت و مشخصه قصه و قصه‌گویی، آداب آن، اهداف آن، نحوه قصه‌گویی و... را بیان دارم. کوشش دارم تا در صحبت از هر موضوعی نمونه‌ای از داستان‌های مربوطه را ارائه دهم، در برخی مواقع برخی از داستان‌ها را نیز تجزیه و تحلیل خواهیم کرد.

هدف و انگیزش اصلی من آشنایی والدین، مربیان و تمامی کسانی که با کودک در ارتباطند با این موهبت خدادادی است. بر این باورم آگاهی این افراد می‌تواند در این آشفته بازار نشر کتاب کودک و جوانگه تاجران هزارپشه‌ای که با استفاده از عدم آگاهی و آشنایی والدین، با رنگ آمیزی کردن و جلوه‌سازی، کتاب‌هایی آن‌چنانی را به فروش رسانند و کتاب‌های مناسب باید در انتظار فروش بنشینند، مفید فایده باشد.

سیامک رضا مهجور

بهار ۱۳۸۳