



《十月少年文学》：

开创儿童文学期刊新范式

□本报记者 张博 通讯员 陈业莹

作为老牌文学杂志《十月》的少年版,创刊于2016年的《十月少年文学》不仅秉承着《十月》纯正的文学品格,而且在以当代儿童文学大家的长中篇作品为主,兼顾各种体裁短篇作品的内容编排中,开创了国内儿童文学期刊新范式。这也使《十月少年文学》在短短几年的时间里,获得了“国家新闻出版署面向全国少年儿童推荐百种优秀报刊”“中国最美期刊”“第31届香港印制大奖杂志印刷冠军”“2018陈伯吹国际儿童文学奖单篇作品奖”“第十一届全国优秀儿童文学奖”等多项殊荣。

创新全媒体办刊模式

“作为一本新时代的儿童文学期刊,《十月少年文学》肩负着传承与创新的双重使命。为了适应新时代文化的需求,杂志不论在内容上还是办刊形式上都进行了一定的创新。”《十月少年文学》执行主编张晓莉在接受《中国新闻出版广电报》记者采访时介绍,《十月少年文学》倡导对现实生活的关注和反映,追求典雅、深邃的文学意境,致力搭建儿童文学创作新高地,同时以全媒体办刊为指引,通过书、刊、网间的互动,全方位打造一个可听可看的广阔多媒体阅读空间。

在内容上,《十月少年文学》主打中长篇作品,这也填补了我国儿童文学期刊的空白。张晓莉登过的中长篇作品有曹文轩的《蜻蜓》、张之路的《吉祥时光》、殷健灵的《废墟上的白鸽》、王立春的《风的羊》、刘海栖的《有鸽子的夏天》等,这些有力度、有温度的文学作品,也为少年儿童带来了有益的思想启迪和精神享受。

“《十月少年文学》诞生于融媒体时代,在内容生产和服务模式上都有所创新。”张晓莉介绍,杂志在创刊之初就实行全媒体办刊的模式,刊媒互动,为读者的阅读体验实现新的升级。“我们邀请朗诵名家录制杂志文章音频,在‘小十月’微信公众号上,以文本、音频、视频等多种方式发布内容,为读者打造了一个立体的阅读空间,让文学真正地‘活’起来;建设‘小十月俱乐部’小程序,重点打造《跟着名师学写作》《作家陪你学诗》《我要上杂志》等栏目,建立自己的社群,线上线下联动,用优质的数字化内容服务读者。”张晓莉举例说道。

催生多形态“儿童文学”

“作为一本新时代的儿童文学期刊,如何为孩子们带来更多更好的文学作品,如何满足少年儿童的文化需要,如何用文学增强少年儿童的精神力量,是我们杂志一直在关注和思考的问题。”张晓莉告诉记者,《十月少年文学》编辑部群策群力,守正创新,对内专注严把内容质量关,对外积极交流分享充实“朋友圈”。

自《十月少年文学》创刊以来,一直积极举办各类文学活动。“杂志发起设立‘小十月文学奖’,倡导‘直击内心的童年书写’每两年举办一届,面向全球征集优秀的华语儿童文学作品。”“小十月文学奖”至今已评选3届,参评稿件上万篇。”张晓莉说道。

在首届“小十月文学奖”评选中,评委对获奖作品这样评价:“飞扬舒展的想象之下,是脚踏实地生活关怀;净朗稚真的趣味背后,是深邃辽远的生命领悟。童话构思颖异,风格独特,在轻与重、小与大、欢乐与孤独、幸福与忧伤的奇妙交织里,我们听见童年自己的声音,也看见了守护在旁的那个温柔的身影。”

为了将优秀的文学作品送到孩子身边,用文学的力量陪伴孩子成长,用切实的方法指导孩子们的阅读和写作,杂志社以“阅读有力量,写作有方法”为主题,推出了“《十月少年文学》创作会”活动。张晓莉表示,《十月少年文学》希望通过与作家及其所在地区的学校进行互动,助力推动全民阅读与儿童文学创作在当地的发展。

“为了深入地服务校园,服务语文教学,培育文学新人,《十月少年文学》杂志社在全国各地中小学设立近百个‘小十月文学社’,聘请50余位著名儿童文学作家担任《十月少年文学》文学导师,并在10多个省份的中小学举办了近百场‘文学艺术名家进校园’活动,服务于校园读者,同时为少年儿童举办了一系列有声有色的文学文学活动。”张晓莉举例说道,如“小十月研学”“小十月戏剧节”等,为少年儿童搭建了一个文学阅读、创作、发表、交流、体验的平台。

探索全产业链发展新路径

《十月少年文学》的创刊是“十月”品牌的延伸拓展。在继承《十月》纯文学品牌调性的同时,也进一步做大做强了“十月”品牌。

张晓莉表示,未来,《十月少年文学》将以文学期刊为平台,在拥有优质内容资源的基础上,按照IP全产业链发展的目标,围绕文学核心向多元衍生的戏剧影视、教育培训、文学研学等内容创意产业拓展,形成儿童原创文学IP孵化器,利用电商、社交媒体等现代手段,把文学和新业态嫁接,实现整个儿童文学创意产业资源的优化配置和经济价值的最大化,形成“小十月”品牌的全新商业模式。

“在新时期找到一条少儿期刊转型升级的创新路径,使得《十月少年文学》的品牌形象愈发清晰、品牌内容更加充实、品牌价值得到提升,最终成长为最具影响力的中国儿童文学领导品牌。”张晓莉如是说。

《东方娃娃》以戏剧为支点探索多元路径——

50多种绘本被成功搬上舞台

□本报记者 张君成

临近“六一”儿童节,《东方娃娃》杂志社社长、支部书记丁诚中接到不少学校幼儿园观摩节日汇演的邀请,邀请时总会备注一下:“这次戏剧表演故事的素材均来自《东方娃娃》绘本”哦。

对此,丁诚中在接受《中国新闻出版广电报》记者采访时表示,“这样的待遇从2005年至今已经享受了18年”。

2005年1月,《东方娃娃》创刊,当年的“六一”儿童节,全国不少幼儿园同时上演《小老鼠和大老虎》《我的幸运的一天》等杂志绘本刊登的故事,而《东方娃娃》一绘本也只是《东方娃娃》杂志社众多刊中以戏剧为支点探索多元路径的一个侧面。

在内容为王的当下,好的内容是杂志立足的关键,而如何将其进行“活化”,以实现多元发展之路,戏剧就成为《东方娃娃》杂志社一直思考与实践的着力点。

用好内容实现杂志社戏剧探索

从2005年的“六一”儿童节开始,《东方娃娃》杂志社就开始对绘本与戏剧的融合和相互转化进行了系统的探索。

在丁诚中看来,绘本里有好的故事,有生动的形象,有情节冲突,并采用视觉语言和文字来共同讲述故事,而戏剧是把视、听感觉与时间和空间艺术有机结合起来、立体反映生活的一门综合艺术,它熔文学、美术、表演、音乐、舞蹈等多种艺术于一炉,为孩子提供了立体的、形象化和演饰化的世界,具有高度的社会性、参与性和交互性等特点,非常符合儿童的天性,此外二者有很多相通、互补之处,并且在儿童教育、生活中都具有非常特殊的意义。

因此,《东方娃娃》杂志社开始将旗下杂志优质内容包括优秀原创绘本、儿童文学作品搬上舞台。丁诚中说,对绘本故事的持续热情和扮演的本能,让很多家庭和幼儿园把戏剧表演作为绘本阅读之后的拓展,由此积累了一大批生动的实践案例。

“我们主动参与其中,邀请高校、



江苏省南京市第二幼儿园通过一系列创意戏剧活动,把《东方娃娃》杂志社出版的绘本《九色鹿》搬上舞台。

戏剧行业的专业人士参与到策划、剧本改编、导演到表演、语言、形体动作、场景、道具、服装、化妆各个环节,不断为学校、幼儿园提供专业的支持和资源。”丁诚中表示。

同时,《东方娃娃》杂志社强调家长、孩子、老师、社会各界在整个戏剧活动的全过程参与,努力让孩子建立整体的认知,在不同环节中充分参与、充分体验、扬长避短。丁诚中说道:“我们组织以学校、幼儿园、家庭为单位进行绘本戏剧比赛,提供各种舞台展演。2013年出版了探索成果《舞台上的绘本》。截至目前,《东方娃娃》杂志社已有50多种绘本被成功搬上舞台。”

探索绘本戏剧多场景应用

舞台剧为《东方娃娃》杂志社的戏剧探索开了一个好头,然而戏剧的形式是多样的,《东方娃娃》杂志社对戏剧的特殊形式和应用进行了探索。

丁诚中表示,《东方娃娃》杂志社从2010年开始邀请国际知名的纸戏剧大

师前来为孩子表演,并对编辑、教师、绘本馆从业人员进行培训,以《东方娃娃》一绘本》为蓝本改编的纸戏剧达到200多种,培训纸戏剧表演人员100多人,纸戏剧在幼儿园、绘本馆得到了一定范围的运用。

不仅如此,《东方娃娃》杂志社还不断让绘本戏剧走进教室,走进课堂,在《幼儿园绘本阅读资源》《幼儿园语言活动资源》《多元阅读资源》等课程资源中,设计了系列的纸戏剧、围裙剧、木偶剧的活动方案,并配备了活动所需的道具、材料等。“如2019年,我们为了让绘本戏剧走进家庭,策划出版了适合家庭表演的纸戏剧套装《卜卜小剧场》,内含10个绘本故事和表演视频。”丁诚中说道。

而在人才培育方面,丁诚中介绍,为进一步丰富综合的手段推广戏剧教育,推动儿童剧特别是绘本戏剧的良性发展,发掘和培养更多的优秀创作者和儿童戏剧观众,2019年3月至7月《东方娃娃》杂志社举办了“见证成长·首届绘本戏剧表演大赛”,邀请业内专家

担任评委,有271支专业剧团和个人参与大赛。丁诚中说:“大赛参与度与影响力均超预期,得到业内外人士的广泛认可和好评,也激发了不少优秀团队的创作热情。大赛的优秀作品受到了孩子及家长的欢迎。”

让多元化之路可延续

探索出一条路径后,如何可持续发展就成为关键。在丁诚中看来,戏剧本身具有高度的专业性,对教师、家长都是不小的挑战。为此,《东方娃娃》杂志社举办了一系列不同层次、不同对象的工作坊、培训班和专题演讲:“比如,从2013年开始,《东方娃娃》杂志社陆续邀请儿童剧专家举办了10余次工作坊、演出、演讲,对象除了教师、家长,还包括绘本馆从业人员,像学前教育专业的本科生、硕士、博士等。”丁诚中举例说道。

除此之外,从2014年开始,杂志社开设戏剧教育专栏,介绍国际先进戏剧教育理念,约请资深的教育戏剧专业人士,以《东方娃娃》一绘本》为蓝本,设计活动方案,为幼儿园、绘本馆等教育机构提供实践指导专栏:“我们最后集结成书《儿童绘本戏剧活动案例》(3—4岁)和(4—5岁),并在2020年开设《儿童剧圆桌会议》栏目,每期一个主题,邀请儿童剧艺术家、导演、剧场经理、剧评人、家长、戏剧学院教授等人发表观点与看法。”丁诚中说道。

好的内容是戏剧探索的原动力。同年,为了推动绘本的原创和出版,在中国出版协会和江苏省委宣传部指导下,凤凰出版传媒集团、江苏省全民阅读办共同设立了“东方娃娃原创绘本奖”。3年来,举办了两届大奖和两届主题奖,共收全球稿件3800部。已出版41部,计46种图书,其中26部作品获得业内认可的多项荣誉和官方推荐,版权输出到英国、加拿大、乌克兰、伊朗、黎巴嫩、尼泊尔、土耳其等10国,外版图书出版达130种。对此,丁诚中表示,这些优秀的绘本为绘本戏剧提供了高质量的丰富资源。

《幼儿智力开发画报》有读有听有游戏

为中国幼儿提供趣味智育方案

□本报记者 吴明娟

创刊于1994年的《幼儿智力开发画报》,是国内创刊较早的幼儿杂志。曾被评为“中国最美期刊”,连续3届获“国家新闻出版署面向全国少年儿童推荐百种优秀报刊”,连续两届被评为中宣部出版局“青少年期刊讲党史”主题宣传重点选题。

《幼儿智力开发画报》主编宋国云在接受《中国新闻出版广电报》记者采访时介绍,《幼儿智力开发画报》从创刊之初将“智力开发”加入刊名,就旗帜鲜明地传递出摒弃超前学习、培养幼儿能力的科学幼教理念。经过近30年的探索和沉淀,如今的《幼儿智力开发画报》提出了“培养幼儿思维能力,助力幼儿成长”的理念,一个月两本,上半月是益智游戏版,下半月是绘本故事版。

“三线结构”培养幼儿思维能力

为了赢在起跑线上,很多家长让孩子在幼儿阶段就超前学习小学生的拼音和计算等内容。但其实,思维能力才是最高层次的能力,能帮助孩子提高学习效率,获得学习能力,从而获得优异成绩。

在宋国云看来,3—6岁正是孩子思维能力培养的敏感期。《幼儿智力开发画报》就是想真切地提高孩子的能力,而不是让孩子去超前学习,更不是去刷题。

《幼儿智力开发画报》是如何实现“培养幼儿思维能力”这个目标的呢?宋国云将刊物的特色概括为“三线结构”,即采用“故事+知识+游戏”的形式,每期一个科普知识主题,让孩子在故事中学知识,在知识中做游戏,在游戏中提高能力。

在故事方面,《幼儿智力开发画报》设计了固定的IP形象“百变猫”,每一期的主题都是通过百变猫的探险故事来展开的。百变猫会变成汽车、潜水艇、飞机、小鸟等各种东西,深受孩子们喜爱。不少家长认为,百变猫的故事大大增加了杂志对孩子的吸引力,其可以以一个科普知识贯穿起来,帮助孩子保持对知识的持续专注力,避免单纯地介绍知识的枯燥感。

在知识方面,《幼儿智力开发画



报》每一期都是一个大科普的主题,不少科普主题荣获中国科普作家协会优秀科普作品奖,并在河南省科普科幻大赛中获奖。不但涵盖动植物科普、新技术等内容,也有中国优秀传统文化的主题,甚至还尝试了“红旗渠”“焦裕禄”等红色文化的普及。每个主题在选择知识点时,都会尽量选择适合3—6岁幼儿年龄特点的、有趣的知识点。同时也会考虑到知识的奇特性,让幼儿的家长在带着孩子学知识时,偶尔也会有“原来是这样”的感慨和惊喜。

此外,《幼儿智力开发画报》的科普知识还努力给益智游戏营造情境。宋国云表示,因为幼儿思维的特点是以形象思维为主,做益智游戏必须有情境,这样才符合他们的思维习惯,也更容易让他们沉浸式地去做益智游戏。所有的益智游戏都是从科普知识中延伸出来的,包含了幼儿数学启蒙的数、量、形、时、空五大方面的益智游戏,还包括观察能力、逻辑推理能力培养的益智游戏。每一期近30个益智游戏,基本可以全面锻炼幼儿的各种思维能力。

在杂志的页面上,《幼儿智力开发画报》还会将某个益智游戏培养的是孩子哪方面的思维能力标示出来,给家长作参考。同时,杂志还根据不同的益智游戏标注不同的星级,家长可以根据自己孩子的年龄和题目的难度,来确定自己的辅助程度。

新媒体为刊物赋能服务读者

《幼儿智力开发画报》的绘本故事版,均约请了国内屡获儿童文学大奖的名家创作故事,坚持中国化、生活化的原创方向,让幼儿阅读起来没有文化隔阂,增强幼儿阅读的代入感沉浸感。每个绘本故事的插画,也是约请国内知名插画师绘制的,为了达到绘本图文共同讲故事的要求,文字作者、编辑和插画师一遍一遍地打磨,甚至一个绘本故事要经过一年的精心打造。

“绘本其实是帮助孩子提高阅读力、观察能力绝佳的工具,但很多家长并不会太会使用。”宋国云说。

基于此,从今年1月开始,《幼儿智力开发画报》便随刊赠送“绘本阅读观察力养成卡”,围绕当期绘本故事,给孩子布置初阶、中阶、高阶三个层次的阅读任务,让家长和孩子在读完故事后可以获得更多交流机会,在读一读、找一找、做一做的过程中引导孩子发现插画细节,提升观察力,发展想象力,不断提高阅读兴趣,养成好的阅读习惯。

宋国云说,为了给孩子提供更好的使用体验,《幼儿智力开发画报》不断尝试使用新媒体形式为刊物赋能,更好地服务读者。对于每个绘本故事,杂志社邀请了专业少儿电台主持

人进行播音,读者均可在绘本故事版杂志上扫码收听音频故事。“在不久的将来,刊物可能尝试将每个绘本故事做成动画,让小读者有更丰富的阅读体验。”宋国云说。

杂志的益智游戏版一直坚持在公众号上发布益智游戏的答案,家长扫码即可查看。在新媒体渠道,编辑部更多地听到了读者的声音,鉴于有些家长对游戏还不够理解,刊物便给难度较高的题目撰写了提示。宋国云表示:“刊物计划从2023年下半年开始给每个益智游戏都配上讲解视频,用动画的形式演示做游戏的步骤,讲解游戏思路,拓展知识。”

“借助新媒体平台,开拓新的宣传推广渠道,是《幼儿智力开发画报》市场开发的新课题。”宋国云介绍,近两年《幼儿智力开发画报》积极探索新媒体渠道开发,跟抖音、小红书等大V、达人合作,通过短视频、直播、种草等营销活动,推广《幼儿智力开发画报》独具特色的趣味智育方案,这种小而美、精而专的办刊形式,赢得了更多读者的信赖和口碑。

“新时代赋予我们新的机遇,也将给我们带来新的挑战。《幼儿智力开发画报》的每一代编辑致力于为孩子提供趣味智育方案的使命任务,薪火相传,相信《幼儿智力开发画报》会办得越来越好。”宋国云表示。