

家长选童书难题 知识和兴趣谁更重要

任思雨

暑假,在开着冷气的书店里,能看到很多小朋友抱着一本书津津有味地阅读。身边的家长或带着他们选择,或者自己也跟着一起阅读。孩子们最喜欢看的是哪些童书?家长们又会如何挑选给孩子们看的书目呢?

孩子们最喜欢阅读什么样的书?

走进北京某图书大厦的少儿读物区,“热门畅销”的位置摆了很多书,店员介绍,这里的书籍,一部分是老师推荐孩子们假期阅读的经典文学著作,另一部分则是非常热销的《淘气包马小跳》《米小圈上学记》等故事丛书,其中,漫画、校园小说、探险类小说是孩子们喜爱的类型。

一位家长带着今年刚满6岁的女儿来买绘本,她说,孩子还在识字的阶段,现在喜欢看的主要是以图画为主的儿童绘本,在选书的时候,如

果绘本的书页里加一些孩子可以玩耍和参与的设计,孩子会更加喜欢。

无论处在哪个年龄段,多数受访的孩子都表示,自己更喜欢阅读有曲折情节的短篇小说和趣味漫画。

而从出版社的角度,哪些书籍更容易得到孩子的喜爱呢?童书品牌“读小库”主管刘亚介绍,在目前“读小库”的受欢迎图书中,有各国文学大师的短篇作品集,也有《八十天环游地球》《白雪皇后》等流传多年的世界经典,还有非常现代的新故事,比如《不要吃掉龙》这样的非传统、甚至是颠覆传统的公主故事。

家长:“应该”与“喜欢”之间的纠结难题

对尚在成长中的儿童来说,阅读儿童文学是开拓眼界、培养思维方式的重要渠道。在这个过程

中,家长是否应该介入他们的阅读,应该如何正确引导,成为许多家长的难题。

采访中笔者发现,家长们为孩子们购买的书,多来自于“书单、榜单和孩子的喜欢”。除了老师定期推荐的必读经典之外,“他喜欢什么,我就买什么。”他们不太去看书的内容。但也有家长说,引导是必不可少的,自己一定会帮孩子把关,推荐一些他应该阅读的书,但是在“应该阅读”和“孩子喜欢”之间,家长们犯了难。

在书店里,邢丽拿起一本烘焙教学书,告诉笔者这是她打算买给孩子的书,但女儿看到后,摇摇头表示不是很感兴趣。邢丽说,孩子从很小时候就喜欢校园小说,“以前希望能提起她的阅读兴趣,锻炼速度,但是一直看下去,会担心这类内容没有太多营养”。现在她更希望给孩子看一些科普类的书籍,多接触各个

学科的知识,但是孩子却不太喜欢。

在经历过多次“推荐和拒绝”后,很多家长开始意识到,孩子们的兴趣是第一位的,在校园学习和长期阅读中,孩子们逐渐形成了自己的判断力。“很多自己特别希望他学习的书,买来后孩子就放一边,他读不进去还是没有用。”

希望给孩子看什么样的儿童文学?

如今,家长在为孩子们选择图书时,不仅重视图书的内容和情节,也开始更加关注儿童文学作品中所传递出的价值观。那么什么样的书适合儿童呢?

儿童文学评论家刘绪源曾将真正高质量的儿童文学比喻为“水果”,它必须像十年树木那样合于艺术发展规律,不可能大量速成,也没有直接实用的价值,却能影响人的灵魂,影响孩子的一生。

如何为孩子提供好的儿童文学,是很多家长思考的问题,也是很多童书所努力的方向。刘亚说:“之所以能放心把孩子丢进书海,一个重要前提是出版方要负起责任。读者能看到什么书,是被出版方筛选过的;读者能看到什么质量的书,是由出版方的编辑水平决定的。”

在刘亚看来:“好的儿童文学作品,首先能够贴近儿童性格特点或贴近儿童生活,充满温情、希望与人文关怀,这样孩子才能真正融入其中,并且从作品中得到心灵的治愈,鼓起勇气面对现实生活中的各种挑战。”

而在当下的互联网时代,儿童能够接触到的文化类型繁多多样,专家也建议家长给孩子阅读一些优秀传统文化读物,应该给孩子看一些与传统文化相关的内容,了解中华文明的独特之处与珍贵性,守住文化的根。(据中新网)



15万种图书 汇聚上海书展

汇聚15万种图书与读者见面,各项阅读活动超过1150场,由上海市人民政府主办的2018上海书展暨“书香中国”上海周15日开幕。今年迎来的第十五届上海书展,主会场仍然设在上海展览中心,同时在全市设立100个分会场。

书展展馆以“新时代、新作为、新篇章”为主题,重点展示学习宣传习近平新时代中国特色社会主义思想等主题图书。书展首日,由上海市新闻出版局倡议的长三角一体化出版发展战略合作协议签约仪式在现场举行。据介绍,“三省一市”今年已确定了6个具体合作项目,包括联手编撰出版《江南文化研究丛书》、举办“三省一市”精品图书联展、打造长三角阅读圈、建立中国国际进口博览会事前事中的协同保障机制、探索图书期刊印制委托书跨省报备。

2008年上海书展首次提出“上海首发、全国畅销”的理念。2018年上海书展7天里将有全国各地出版社首发新书500种在此面世,举办首发活动200场。(据《人民日报》)

四川5年内每年培养 3000名公费师范生

新华社成都8月15日电(记者吴晓颖)记者近日从四川省教育厅获悉,为解决农村学校师资紧缺矛盾,四川省计划从今年起至2022年,每年培养3000名公费师范生,公费师范生毕业履约年限为6年。

根据四川公布的《关于开展师范生公费定向培养工作的实施意见》,公费师范生培养工作实施范围包括成都市金堂县、自贡市荣县等在内的四川省143个县(市、区)。

公费师范生培养类型以农村义务教育教师为主,适当兼顾农村幼儿教师和特殊教育教师。其中,本科层次培养农村义务教育学校教师、特殊教育教师和藏汉“双语”、彝汉“双语”农村初中、小学教师;专科层次培养“音、体、美”专业教师、农村小学幼儿教师、藏汉“双语”教师。

从2019年起,四川公费师范生培养计划优先录取本市(州)纳入实施范围县(市、区)的本县籍生源,生源不足时逐步扩大至四川省生源,根据考生报考服务地志愿择优录取。

据了解,公费师范生在校期间免缴学费、住宿费,并享受在校期间每月学10个月生活补助(600元/生·月),优秀公费师范生按有关规定可同时享受奖学金资助政策。

根据规定,凡录取的公费师范生应按相关规定签订定向就业培养协议,承诺毕业后回生源地市(州)或报考服务地市(州)所属的实施范围县(市、区)内,从事教育教学工作时间不低于6年。其中,在县(市、区)以下农村义务教育学校或农村幼儿园(不含县(市、区)本级及城关镇)工作时间不低于5年。

若公费师范生违约,其违约记录记入个人人事档案,5年内参加四川省内机关、企事业单位各种公开招聘(聘)的,考核视为不合格,单位不得予以录(聘)用。



“流量”不再是通行证

耿愿

暑假即将过去,纵观整个暑期档,很多电视剧虽然有着“大导演+大明星+大IP”的豪华阵容,但是收视率依然低迷。

曾几何时,“流量明星+大IP”的模式就等同于“收视灵药”。据说众多影视节目在招商引资时,只要PPT上表明有鹿晗、吴亦凡、李易峰、陈伟霆等众多“流量”明星之一,在洽谈之中,招商都会格外顺利。不过,经历了前两年从“面瘫演技”到“抠图替身”等一系列作品的消耗折损,“流量”一词逐渐走到“优质”的反面,“带货”能力也大打折扣。

一方面,是日趋理性的市场

与受众。眼下正火的《延禧攻略》,没有一个“流量”明星,把钱花在了制作上,不仅捧出了新人吴谨言,秦岚、最远等“老”演员也因此翻红;综艺《我家那小子》请的明星也大多是二、三线,但话题度却一点不输网罗大牌的《幻乐之城》和《中餐厅2》。人们渐渐认识到,作品的题材、内容和引发的共鸣,早已超越了“流量”所能带来的收益。

另一方面,则是不同于以往的“新流量”的崛起。《白夜追凶》和《我的前半生》两部剧捧红了在影视圈坚持多年的潘粤明和雷佳音,成为“爆款”作品的“流量”转移到

演员身上的典型案例;而除了实力派再度翻红,今年通过网剧、网综脱颖而出的新鲜面孔,上热搜榜的次数也早已不输李易峰、杨洋等“初代流量”。

越来越多的事实逐步证明,“流量”时代的红利期已经过去。这阵风再大,也终将被市场重新洗牌,更好的资源也终会分给更适合的人。眼下有热度、有话题的“流量”明星们,仅仅只是拿到了演艺圈的入场券,更需要优质内容和表现的扶持,才能获得跻身不同资源圈层的通行证。

眼下,不少“初代流量”已有这样的自觉。正如导演张黎所

说,“成为演员的过程,就是流量下降的过程”。二者必有取舍,安静下来,甚至主动沉寂下去,锻炼自己、提高素养,才有可能等到一个晋升好演员的机会。仍在消耗现有粉丝的“流量”艺人们,也应尽快看清自己要走的路。



楼顶的青葱岁月

冯广博

天然花生油,盐。因为葱的调味,让这鸡的味道出奇香。

“小葱拌豆腐”的这个“葱”,别名青葱、大葱,根据大小基本分类为:大葱和小葱。在东亚国家以及各处华人地区中,葱常作为一种很普遍的香料调味品或蔬菜食用,在东方烹调中占有重要的角色。

我爱吃面条。在做清汤面或牛肉面时,面条熟后可将切碎的葱末(葱花)撒在面上,或者稍微在开水里煮下,味道更鲜。葱花鸡蛋面曾是我们当年最主要的美食之一,方便而且美味。

当年,也是楼顶。多年前鄖阳日报(现在的湖北十堰日报)编辑部旧址,楼顶有间十来平方米的屋子格外显眼,远远看去像是一个小哨所。夏天的傍晚,总会遇到这样的情景:三位老朋友光着膀

子、穿着大裤头,在那间小屋里写稿,常常为一个字词的表述争得面红耳赤。

我们三人都曾是学生会的“头目”,文学社的干将,据说因此“骗”得不少女生的仰慕。后来,在新闻单位,爱好和职业的统一使我们如鱼得水,干劲十足。我们三人在那个夏天不停地想点子、采访、写稿。四处奔忙,几乎没有什么休息的时间,也使我们体会到丰收的喜悦:包揽了年度各级好新闻,成为业界最强阵容。

年轻人在一起,酒是不能不喝的,有一次喝酒看球竟醉得惨不忍睹:在那个小屋子里东倒西歪,枕头是对方的脚,吐得一塌糊涂。生活简单却充满乐趣,岁月杂乱却溢满激情。年轻的报人就这样度过春夏秋冬。

现在报社早有了新办公楼和

新家属楼。身处斗室的日子已经是多年之后一个让人怀念的传说。那时我们都有一個共同的爱好。吃面条,葱花鸡蛋面,番茄鸡蛋面,白菜鸡蛋面,酸菜面等等,煮面条的手艺的炉火纯青,每个人都自诩天下无双。就算是清水煮面,必须得有葱花,加酱油和醋。为此,朋友专门在楼顶用花盆种了一盆葱,以便随时摘取。现在我们见面也会谈到楼顶的话题,偶尔会提到连夜去买望远镜的经典往事,以及争葱吃醋的情景,然后哈哈一笑。现在想起来,那段时光真可谓是我们的“青葱岁月”。



近两年,一种外观酷似电话亭的迷你歌咏亭出现在商场、影院、餐饮区等人群密集地区。这类新型业态的歌咏亭占地约2平方米,可容纳2~3人,可以集点、唱、录多种功能为一体,正在成为新的消费时尚。

市场热度居高不下

从2016年以来,迷你歌咏亭数量激增,并陆续出现了友唱M-Bar、咪哒miniK等为代表的商家;各路投资方也纷纷入驻迷你歌咏亭市场。众多资本的接连布局,让迷你歌咏亭的市场热度居高不下。

有关报告显示,去年国内迷你KTV市场规模已超35亿元,预计未来两年市场规模将继续扩展,2019年有望突破140亿元。据估算,截至目前向市场投放的迷你歌咏亭已达3万多台,业内人士分析,迷你歌咏亭这个广泛分布于商场、候车区、电影院旁边的文化空间,正好契合了碎片化时间消费和轻娱乐化的理念。同传统KTV相比,其更为方便快捷,也更容易实现线上线下共享互动。快速发展的迷你歌咏亭,已成为提供文化娱乐服务的新型业态。

市场困局

正值夏季,笔者走进北京西单大悦城一间迷你歌咏亭,体验了一下,30元只唱了3首歌,感觉略有不值,但这三首歌已自动保存到微信账户里了,并可以分享在朋友圈。最有趣的是,除了分享,还能把这些歌制作成专辑。西单大悦城某物业工作人员告诉笔者,这类迷你歌咏亭使用者大多是等候入场观影的人群,“很多观众会预留十几分钟时间提前到达影院,在这‘碎片’时间里,部分消费者会选择唱几首歌消磨时间。”他说。

还有使用者表示:“一个小时好几十元,太贵,而且夏天没有空调,呆在里面很热”。此外从用户的反馈来看,实际体验是耳机、麦克风等设备的音效并没有宣传中那么好,失真度、噪声等性能距离KTV专业水平有一定差距。同时,切歌、登录房间等操作过程不晰,设备反应不够灵敏等体验差等问题存在。

糖潮KTV某负责人表示,迷你歌咏亭如果不能满足群体消费者的空间需求,又不符合个体消费者对音效设备的预期,其竞争优势就很难凸显。

不少专家认为,目前迷你歌咏亭市场占有率相对稳定,但行业的门槛比较低,技术上还需要再进行深度研发,才能保证深度拓展。迷你歌咏亭从设置到经营模式都与传统歌舞娱乐场所不同,更需强化监管、完善行业规范。

日前,文化和旅游部文化市场司又印发了《关于启用迷你歌咏亭网上备案系统的通知》,从各个方面全面实行网上备案管理。各级文化和旅游行政部门、文化市场综合执法机构可通过平台查看迷你歌咏亭的企业信息,并对辖区内的迷你歌咏亭进行备案核查、日常检查、问题反馈、数据统计等方面规范要求。

发展趋势

当下,各级文化和旅游行政部门、文化市场综合执法机构正加快熟练掌握迷你歌咏亭网上备案系统功能,强化对辖区内迷你歌咏亭的管理,对已履行备案手续的迷你歌咏亭,切实保障其正常经营;对未履行备案手续的迷你歌咏亭,指导企业进行网上备案操作。相关规范化建设的系列举措已初见成效。

另一方面,行业内的探索也在持续推进。迷你歌咏亭开发商周先生表示:“迷你歌咏亭在北京、上海、广州、郑州等一二线城市发展迅猛,目前已趋于饱和状态,为避开和其它品牌出现争端,不少品牌正在向三四线城市拓展。”

很多投资人士预测,未来一段时间内,迷你歌咏亭必然会迎来一轮残酷的行业洗牌,“大鱼吃小鱼”在所难免。即便胜出者也要面对更多线下娱乐的竞争,抓娃娃机、VR游戏等都是大众碎片时间的争夺者。随着迷你歌咏亭备案制度趋于完善,行业规范得以构建,迷你歌咏亭市场将实现健康有序发展。

(据中国文化传媒网)

迷你歌咏亭市场火爆 监管发力促体验升级

江超