《哈哈画报》的编辑创意从哪里来

张奇能／哈哈画报杂志社

摘　要　《哈哈画报》的成功与其力图将期刊作为少儿获取知识的主渠道的编辑创意分不开。本文详细解读了《哈哈画报》的形式创新、形式与内容的有机结合以及幽默趣味的有机融入。

关键词　智慧契合　有机结合　趣味幽默

五年前，我到哈哈少儿频道旗下的《哈哈画报》杂志社供职，任务是要对那本定价三元的少年综合类杂志进行全方位的颠覆和打造。《哈哈画报》的读者群体是小学生，尤其是中低年级的小学生，对于他们而言，增长知识是第一需要。期刊市场上，少儿杂志林林总总，令人眼花缭乱，怎样才能杀出一条“血路”，打造一本与众不同的少儿杂志呢？

总结《哈哈画报》的编辑创意，主要有以下几点：

一、智慧地契合，而不是一味地迎合

1. 孩子最喜欢的是玩具还是书？

调查表明，孩子最喜欢的礼物是玩具，其次才是书。学龄前儿童的天性是爱玩，那些刚从学龄前“断奶”的孩子，进入学校后仍然无比怀念无忧无虑的孩童时代，因此，与其说给他们一本杂志，还不如给他们一个玩具。对玩具的喜爱，是人类的共性。不仅孩子喜欢玩具，青年人同样喜欢玩具，只不过是不同种类的玩具而已。基于这样的现状和需求，我们考虑何不给予孩子两全其美的礼物——既是玩具，也是杂志，即杂志与玩具的巧妙结合。

把玩具做成杂志，或者说，把杂志做成玩具。这是我们《哈哈画报》的创意理念。

© 1994-2014 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

在书报亭里，有的杂志附赠玩具，有的杂志附赠化妆品，虽然玩具或化妆品和杂志被包装在同一个塑封袋里，但留下明显的“捆绑”痕迹，一眼看去，就知道它们不是一个“共同体”。有人是为了玩具或者化妆品而买杂志，也有人是为了买杂志而被搭卖了玩具或化妆品。这就让人想到了玩具书，再把“玩具书”的概念扩展引入到“玩具杂志”中。

在国外，玩具书早已有之，又被称为“立体书”或“可动书”。据考证，最早的立体书大约出现在公元13世纪，它的雏形相当于我国用来测定方向的罗盘仪。不过，那时的简单的立体书并不是给少儿读者看的，而是用于研究星象、占卜吉凶的互动型教具。到了1765年，一本以当时最流行的哑剧主角“小丑”的故事编制的立体书出现了，它算得上是专门给儿童看的图书，但立体部分的设计非常简单，仅限于掀起纸片的方式。直到十九世纪末，随着彩色印刷的兴起，儿童玩具书才算真正显山露水。但是，直到目前为止，在期刊方面引入立体书的概念，还是具有开先河的意义的。

因此，我们毫不迟疑地将期刊也做成了“立体书”。

2. 全面调动感官功能胜于单一使用

在确定了读者群体的年龄段之后，我们必须根据这个特定的年龄段读者来设计他们所喜闻乐见的形式和内容。我们知道，孩子都喜欢玩积木，搭建出各种各样的形状和物体，这其实是另外的一个空间——三维空间。立体书的最大特点就是具有空间感的阅读环境，它用空间感构造氛围，让孩子在特定的环境中寻找隐蔽在具有空间感的事物中的细枝末节。伴随着空间感而来的是层次感，层次是一种非常有趣的空间，其中似乎有着许多隐藏的秘密等待着敏锐的孩子去发现、去探寻，这又能够引导孩子专注于发现知识。如此“折腾”一番，孩子就很容易把注意力集中在杂志的内容上，进行更好、更充分的阅读和理解。立体书的另一特点是给孩子的思维中灌输了空间感的概念。有研究表明，这种早期的灌输和植入是必要的，将来肯定会有收获的时节。我们知道，处于小学中低年级的孩子对空间有一种特别新鲜好奇的感觉，这是其他年龄段的人所不能比拟的。那么，抓住和利用这一特质，制作更加符合他们年龄特征的杂志，实际上是在走一条事半功倍之路。

《哈哈画报》有一句自身宣传广告语：别以为光用眼睛就可以看《哈哈画报》了！前面提到的国外的立体书，大多采用打开、窥视、推开、旋转、翻看、折叠、推起、关闭、拉出、刮抓、滑推等立体化手段，形成一个立体空间，多侧面地呈现丰富多彩的内容。但这些立体化手段的应用，无非是调动了视觉和触觉功能，而人的其他感官功能依旧闲置着。《哈哈画报》在设置立体化手段的时候，考虑到如何全面调动人的感官功能，进而使杂志成为一本全立体的读物。从这一理念出发，我们增加了音乐(听觉功能)、气味(嗅觉功能)和食物(味觉功能)成分，可以调动阅读者的全部感官功能，真正做到全身心地投入到阅读中去。而且，听觉、嗅觉和味觉功能的调动，已经超越了视觉和触觉功能所局限的对纸质的依赖，听觉和嗅觉都通过空间的传递来接收信息，而味觉的传递更有复杂的过程，我们并不是简单地在杂志中夹送一颗糖，而是放置一些需要再加工的食物，这些食物不能直接入口，比如青菜的种子，

© 1994-2014 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

它要经过在花盆中播种、发芽和成长的过程，直到收获以后，再经过烹调才能食用；再如腊八粥的原材料，我们将每种原材料的样品放置在杂志的相关内容页中，让少儿读者亲眼目睹这些实物，如果要食用，则还需添加同类原材料加工而成。这些显得有些复杂的过程，并没有让少儿读者感到繁琐，相反，恰恰激起了他们更加浓厚的兴趣。据我们调查反馈，有的少儿读者把青菜种子埋入花盆，每天浇水，甚至还施肥，看着小菜苗破土而出，慢慢长大，最后进行采摘、洗涤和烹调。结果怎样和味道如何是次要的，重要的是参与的过程无比美妙。

实践证明，全面调动感官功能胜于感官功能的单一使用。此时有声胜无声，此时有招胜无招。编辑者的招数越多，少儿读者就越感兴趣。

当然，也有家长担心，孩子拿到《哈哈画报》，最感兴趣的不是文字内容，而是立体设计的形式，到头来会不会舍本求末、养成孩子贪玩的性格？情况正好相反，如果这个年龄段的孩子拿到一本图文并茂的杂志，他对图一点不感兴趣，对文字则满心欢喜，那倒真的要担心了。阅读并不限于看文字，看图也是一种阅读的方式。过分强调“以文字阅读为中心”，是显而易见的功利主义在作怪。

二、有机地结合，而不是简单地组合

1. 注重形式，并不囿于形式

形式与内容，哪个更加重要？有时候，形式显得比内容更重要。比如，少儿读者在挑选一本杂志的时候，往往先看封面的图案和色彩，虽然封面的图案和色彩也是内容被传递的一个组成部分，但似乎更多地显示出形式的元素。尤其是《哈哈画报》的封面，不仅采用活页式的圈装方式，而且曾经采用三维塑料变幻图片，像看万花筒一般。这无疑是极具诱惑力的形式，难怪有家长说，每次孩子拿到《哈哈画报》，盯住封面可以安静半个小时以上。

就杂志的内容而言，我们的策划理念是更加注重内在关联。如有一期杂志内的一篇文字是介绍蛤蜊的，标题叫《沉默的蛤蜊》，版面上有三只鲜活可爱的蛤蜊，壳盖能够打开，里面是相关内容。主要目的在于告诉少儿读者，蛤蜊不仅是餐桌上的鲜美食物，同时还能用来检测河水中是否含有毒性物质。大家知道，蛤蜊是一种软体动物，长有两片坚硬的外壳，能够微微地张开口。试想一下，当少儿读者在杂志上第一眼看到蛤蜊的时候，肯定想打开外壳看个究竟。这既是好奇心驱使，也是人之常情，求知欲所支配。打开之

© 1994-2014 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

后，里面是全新的知识。这样的创意设计，就不仅仅是为了博取少儿读者的眼球和驱动少儿读者的手指，而是相当于一位导游，引领读者步步深入，获取新鲜的知识，好比在享用美味的蛤蜊。

形式理应服务于内容，但很多时候形式无法有效地为内容服务，或者说，服务得根本不到位，那就说明还没有找到合适的形式，那就是编辑的失职。

2. 藕断丝连，并非自成一体

少儿读者往往有好动的特点，没有长久的耐心、不喜欢长篇大论。为了使少儿读者能获得阅读的愉悦感，我们便着力呈现他们喜闻乐见的版块——豆腐干式的文章组合。纵观《哈哈画报》的排版方式，大标题下有几个中标题，中标题下分别有几个小标题，均可独立成篇。我们采用藕断丝连式的内在逻辑关联的串编法，将这些“独立小分队”统一管辖起来，组成如同电脑键盘一样的一个整体，每个键都有自身的功能，又能够发挥整体的作用。在2009年的6月号上，刊登了一篇题为《报纸的故事》的文章，主要介绍报纸的“身世”以及趣闻，其中有一页版面，介绍五花八门的报纸，美编别出心裁地将不同质地的报纸串在一根晾衣绳上，并用木夹子固定住，这些报纸被悬挂在绳上，似乎在随风飘动，有的页角折起，有的上下两端卷起，有的可以翻开阅读，有的仅为单页，乍看起来，各不相干，但它们分别讲述的是用手帕做的报纸、可以吃的报纸、丝绸报纸、地毯报纸、塑料报纸和夜光报纸等趣味性很强的小故事。版面上的那根晾衣绳好像在隐喻着它自身的使命，就是要把这些独立的“豆腐干”串起来。

三、趣味作经，幽默作纬，绘制知识地图

1. 趣味不是胡椒面

毫无疑问，少儿读者最需要的精神食粮是各类知识，但这些味道最好是甜的，闻起来最好是香的，如此才易于为少儿读者所接受。所以，我们认为，这种带香甜味的食粮的包装物就是趣味。处在小学中低年级的读者，他们欢迎的是有趣味性的知识，这个年龄段的少年儿童往往有挑食的习惯，在学习知识方面同样如此。其实，我们不必苛求他们，那些带有苦味、涩味的食粮就让他们长大些再去补充和摄取吧。

选择那些充满趣味的知识内容，或者在介绍某些知识的时候添加趣味的成分，这是我们编辑《哈哈画报》的主导思想。在介绍有关床的知识时，我们会将一些不是床的“床”列入其中，如胡床、矿床、东床、河床、牙床、尿床等等，这是床的概念的延伸和拓展，对于少儿读者涉猎更多的知识是有益的，而且带有“脑筋急转弯”的风格，会受到欢迎。需要说明的是，趣味不是撒在食物上的胡椒面，而是食物的一部分。

2. 幽默不是泡泡糖

保持幽默的风格，对少儿读者的成长是非常有裨益的。幽默不是嘻嘻哈哈，不是油腔滑调，幽默是一种智慧的火花，也是一门生活的艺术。具有幽默型性格的人，常常乐观快乐、思维敏捷、自信十足，想象力丰富，创造性也很强。幽默不是泡泡糖，想吹一个泡泡就随时可以吹出来的。

我们在表述知识的时候，尽量使用比较幽默的方式，让少儿读者经常接触这类风格，潜移

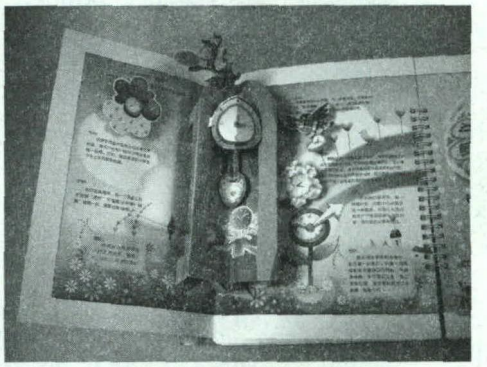
© 1994-2014 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

默化地培养他们的幽默感。这就好比补钙，不能等到年纪老了才想起，要从娃娃做起，婴幼儿也同样需要补钙。五年前，杂志全面改版。在那时，我们就采用幽默的方式呈现，如介绍大熊猫的基本情况，就以“个人情况登记表”的表格来作拟人化表述，在“电话”一栏，是这样说明的：“无固定居所，无法装电话。”在“婚姻状况”一栏，又是这样填写的：“比较挑剔，不一定结婚。”在“健康状况”一栏，写明：“视觉较差，消化不良，并伴有性冷淡、不孕不育等症。”同时，还有“家族史”“病历卡”“厨师长特别推荐”等小版块，读来饶有趣味，幽默之气氤氲而生。

3. 浅显阅读最相宜

如果说，小学生的深度阅读是课本教材，那么，像《哈哈画报》这类科普杂志，无疑是浅阅读的适宜读物。浅阅读是近年来出现的新名词。然而，浅阅读的方式却是由来已久，那些快餐式、浏览式、随意性、跳跃性、碎片化的阅读都是典型的浅阅读，只有传统的青灯黄卷的经典阅读才称之为深阅读。我们无意再加重小学生的学习负担，所以，不提倡对杂志作深阅读，仅作浅阅读而已。少儿读者在欣赏和摆弄立体设计的同时，涉猎一些有趣的知识，也可以组织一些竞赛类的活动，通过竞赛，加深对知识的理解和记忆，在互动中慢慢掌握知识，增加自己的知识库存量。

此外，亲子阅读也是帮助少年儿童进行浅阅读的有效方法。据美国教育家研究和实验得出结论，念书给孩子听的作用“仅次于拥抱”，在这样的“拥抱”下，孩子的阅读兴趣上来了，热情高涨了，慢慢的，他们对阅读的态度就从“要我读”变成“我要读”。



© 1994-2014 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net