

科普出版是任重而道远的综合工程

1992年,英国《Nature》杂志刊登了卡尔·萨根为纪念科普巨匠艾萨克·阿西莫夫逝世而撰写的讣文,其中提到:“我们永远也无法知晓,究竟有多少第一线的科学家由于读了阿西莫夫的某一本书,某一篇文章,或某一个小故事而触发了灵感;我们也无法知晓,有多少普通公民因为同样的原因而对科学事业寄予同情。”这段话深刻阐释了科普对社会文化的影响。这种影响虽无法瞬时生效,却能经日积月累而影响国民的整体素质。科普出版目前在中国图书出版业中仅占极小份额,畅销书排行榜也难觅科普图书。出于对社会价值的追求,上海科技教育出版社在科普出版阵地坚守十余年,打造了以“哲人石丛书”为代表的科普图书品牌。

1) 打造科普图书品牌重在坚持。20世纪90年代中期,中国内地兴起了科普图书的引进出版热潮,多家出版社推出科普丛书。这些丛书最初出版时颇有声势,但之后大多黯然退场,坚持10年以上的实属少数。

“哲人石丛书”是上海科技教育出版社重点打造的一个科普图书品牌,其宗旨为“立足当代科学前沿,彰显当代科技名家,介绍当代科学思潮,激扬科技创新精神”,这与传统知识型科普图书有巨大差异。选名家之作,请专家翻译,由具备相关科学背景的编辑制作,特邀行家审读,使“哲人石丛书”质量令人刮目相看。该丛书自1998年底开始出版,至2012年初总数已达100种,《超越时空——通过平行宇宙、时间卷曲和第十维度的科学之旅》等已成为畅销书。“哲人石丛书”经过14年的成长,在社会上产生了巨大影响,为公众理解科学提供了一个坚实的平台。例如:2000年,人类基因组草图绘制完成,《人之书——人类基因组计划透视》、《生物技术世纪——用基因重塑世界》满足了人们对基因技术的好奇心;2002年,诺贝尔经济奖得主纳什的传记电影《美丽心灵》获奥斯卡最佳影片奖,《美丽心灵——纳什传》加深了人们对这位数学奇才的了解;2009年,当甲型H1N1流感在世界各地传播着恐慌之际,《大流感——最致命瘟疫的史诗》成为人们获得流感的科学和历史知识的首选读物……

在“哲人石”品牌的带动下,上海科技教育出版社在10余年陆续出版了多种优秀科普图书。引进版科普图书方面,有《技

术史》、“普林斯顿科学文库”、“科学咖啡馆系列”、“让你大吃一惊的科学系列”、“我们脆弱的星球丛书”、“世纪人文·开放人文系列”、《希望——拯救濒危动植物的故事》等;原创科普图书方面,有《竺可桢全集》、“诺贝尔奖百年鉴丛书”、“嫦娥书系”、《科学编年史》、“生命的困惑丛书”等。科普出版的规模效应逐渐显现。

目前社会风气、经济导向、出版体制等历史的、现实的因素使科普出版面临一定困境。出版社的努力不可能完全解决问题,但坚持出版优秀科普作品是改变科普现状的基础。

2) 培养优秀科普图书作者、译者是关键。10余年的科普出版实践表明,繁荣原创科普固然重要,引进版科普精品同样应予重视。引进精品既为读者提供了高水准的读物,也为原创科普提供了学习的榜样。而引进图书最关键的是有优秀的作者和译者,这也是科普出版中最困难的环节。科普创作的要求非常高,作者、译者既要有良好的文字功底、扎实的专业基础,还要在哲学、历史、艺术等领域有相当的造诣。现实中满足这些条件者凤毛麟角,让其挤出时间进行科普创作更为困难,而这只是“内部条件”。

外部条件也不容乐观。发达国家的著名科普作家,可以依靠稿酬舒适生活。“哲人石丛书”中,《改变世界的方程》的作者、德国著名科学家和科普作家哈拉尔德·费里奇,仅靠《夸克》一书的稿酬就在慕尼黑郊外购置了一幢别墅。而中国的出版环境远远难以企及。

目前缺乏优秀的作者、译者已成为制约科普出版的瓶颈,没有国家相应机制、政策的支持,该瓶颈实难突破。国家增加科普创作基金的投入、对科普出版重点项目加大扶持力度、申报国家自然科学基金时将科普创作列为成果展示的一部分,当是比较实际的做法。

3) 科普出版必须有一支高水平的编辑队伍。科普出版对作者的要求高,对编辑的要求也很高。科普编辑要有科学专业背景、科学人文素养,还要有科普热情。出版社转企面对市场后,经济效益成为重要的考量指标,编辑都在为图书码洋而忙碌,很难沉下心来做科普图书。解决这一矛盾是出版社长远发展的基础。

上海科技教育出版社重视引进优秀人



才,充实编辑队伍,提供发展空间,通过科普出版不仅打造了出版社的品牌,更锻炼了一支出版团队。虽然十余年来科普编辑室负责人几度更替,人员有进有出,但始终有一支生力军坚守在科普出版第一线。

4) 科普出版需要全社会的关注与支持。科学在诞生之初,是一种稀缺文化,特权阶层才有条件从事科学研究和交流。随着科学的演进,越来越多的普通人进入科学领域,科学与技术对社会的方方面面产生了越来越重要的影响。现今科学越来越细分,使科学文化成为人类文化中的一个特殊部分。公众要理解科学并进而参与社会事件的科学决策,首先要了解今天的“科学文化”。科普出版就肩负着传递科学文化的使命。

20世纪90年代,上海科技教育出版社将科普图书确定为主要产品线之前,已经做好心理准备:要有甘于寂寞的耐心——科普图书在相当一段时期内难以成为畅销书,难有轰轰烈烈的炒作;要有引导公众进行科普阅读的信心——随着科学与技术对日常生活的渗透,尤其是一些公共事件的出现,公众势必产生自发的对科普的需求;要有对社会的一份责任心——科普出版很难带来显著的经济效益,对出版社而言,社会贡献多过回馈。

由于种种条件所限,目前国内的科普状况不容乐观。如果相关政府机构、热心科普的企业、出版基金、出版社等能联手推出一套机制,选拔、扶持优秀的科普创作者甚至是创作团队,加以时日,科普出版一定会稳步成长。科普图书所传播的科学文化是与民族发展息息相关的。科学文化获得大发展,社会就将进入较高水平的理想状态。

作者简介 张英光,上海科技教育出版社社长。

栏目主持人 尹传红,中国科普作家协会常务理事、副秘书长,主任编辑。

(责任编辑 陈广仁)