

业者谈

近日,湖北海豚文化传媒有限公司在2023上海国际童书展上举行了“原创有力量、科学向未来”科普主题论坛暨《中国少儿百科知识全书》第三辑发布会。论坛上,《中国少儿百科知识全书》第三辑主编团队惊艳亮相,其中包括中国科普作家协会副理事长尹传红等重量嘉宾。记者就业界关心的科普书相关问题专访了尹传红,听听他对当下童书市场中的科普细分板块的认识和趋势判断。



尹传红:原创科普进步飞快,但仍有提升空间

■受访人:尹传红(科普时报社长,中国科普作家协会副理事长) □采访人:孙珏(中国出版传媒商报记者)

□您是如何走上科普之路的?

■我父亲是工程师,从小就给我订阅《少年科学》《无线电》《知识就是力量》等很多科普报刊。我从小就看了大量的科普和科幻作品,对科普、科幻和写作都产生了很大兴趣。我国著名科普作家高士其、叶永烈的作品是小时候的心头好,我还是美国科普巨匠和科幻大师艾萨克·阿西莫夫的铁杆“粉丝”。我的科普之路并非一帆风顺。大学读的是工科,毕业后被分配到中国肉类食品综合研究中心。后来,因为对科技的热爱,几经周折调到了《科技日报》当记者,业余从事科普创作,慢慢才走上了科普之路。

□当下的童书板块,科普细分市场一跃成为超越儿童文学的门类,您怎么看待这一趋势?

■由于工作以及个人兴趣的关系,我一直在读科普书,跟小时候相比,慢慢就感觉到了差距。小时候,我们读科普书,因为品种有限,不论是文本、翻译还是整体设计,都无从与国外作品相比。但眼下,从成人视角来看科普读物,至少在十几二十年前,我们的原创都非常弱。这种差距体现在两个方面。其一,书名、目录、装帧,我们就差了一大截。其二,从评奖来看,如果没有限制,超7成的评委都会选外版书。当然,十几年前,国家和行业都在呼吁加大原创科普的力度,对助推中国科普原创精品,起到了一定的作用,但说实话,效果并不理想。近5年,原创科普图书市场有了很大改观。不仅是国家层面很重视,各种图书的评选以及分类奖项,对原创科普都相当友好。比如,从去年开始,上海推出了“新发现·科普书单”,最近,中南出版传媒也要评优科普书。这些评奖对于原创科普书质量的提升有很大的激励和促进作用。从眼下的产品情况看,不能说是完全的等量齐观,至少中外作品没有特别大的反差了,甚至有时候,我们在评审图书时,发现有的书是真的好,一看是原创的,有惊喜感。另外一个特别明显的进步是,我们的图书质量,包括海豚传媒推出的《中国少儿百科知识全书》,它的插页以及彰显中国力量的科技元素等等,使科学之真、人文之善、艺术之美都有了非常好的体现。

□会不会有读者觉得,现在已经不是靠“百科全书”打天下的时代,网上都能查到这些知识,为什么还要出这类书?

■我不这样认为。孩子尤其是小学的孩子,他们所处的人生阶段还是以知识吸收为主,只有掌握了一定的知识框架,或者说是一定量的知识,才有可能去谈科学思想、科学精神,我不赞成一锅端地否定过去的创作。包括一些科幻作品,故事性强,能够在知识层面给孩子科学的启蒙,就很好。这与我们现在特别强调的科学精神、科学思想不矛盾,只是过去我们在产品层面做得不够好,现在得到了一定程度的提升。

□目前,国内的原创科普图书研发水平,您认为到达了哪个阶段?有哪些做得比较好的案例?有哪些您认为有待改善的问题存在?

■虽然说我们的原创科普整体进步了,但从细部角度观察,我觉得有几个方面还有进步空间。其一,选题的精致程度有待提升。国外在这方面做得比较好,比如畅销十几年的《万物简史》,作者并不是一个严格意义上的科学家,但他能将百科知识很生动地铺开来讲,这需要开阔的视野才能实现,这是一个很经典的代表。从国内的出版情况看,童趣出版公司已经推出了《人类简史》的少年版,将原著拆成4册,加入绘本元素,但这依然是以色列作者尤瓦尔·赫拉利的原创。人家那种叙事角度、选材,都是我们过去作品中未曾出现的。像这种综合类、跨学科、多领域贯通的科普书,我们的创作力量还不够强。这次海豚传媒的《中国少儿百科知识全书》在朝这个方向努力。

还可以举个例子,大概三四年前,上海一家出版社准备引进一套与化学、食物相关的科普书,他们的总编辑跟我打电话,说这套书挺好。我们当时都觉得,这套书将饮食生活的方方面面做了很好的介绍,属于中小学生学习读物,到后来,出版社的总编辑说,这套书要么别引进了,就按照这个套路,自己组织一套原创。所以回到刚才的问题,原创有进步一定是我们一批又一批的科普作家、出版人学习借鉴和努力尝试带来的结果,但问题在于,这样的人还不算特别多,或者是学得还不够到位。就我个人的经历来说,我当主编或副主编,组织作者撰写内容,收上来的稿子经常很头疼。当然,也有个别写得特别好,不用改可以直接出版。但大部分情况往往是稿件良莠不齐,重新加工都非常困难。所以说,好作者依然不好找。即便现在绘画、插画技术层面没问题,在具体操作某套书时,还是会发现非常优秀的全面的作者不太多。

□现在不仅是小读者,家长对“硬科普”,也就是没有趣味性、纯灌输型的书也开始抱持谨慎态度,买回家孩子不爱看。

■过去科普创作界有这样一个说法,叫作“知识硬块”。它其实最早是针对科幻小说提出的,在科幻刚兴起的时候,为了实现科学知识普及的效果,经常会插入很多知识硬块。比如,本来是在讲述一个充满想象的故事,突然要解释一下航天飞机是怎么回事。当然,这

尹传红,著有《幻想:探索未知世界的奇妙旅程》《该死的粒子:理论阅读司南》和《青少年创新思维培养丛书》等书。作品《由雷引发的科学实验》被选为2022年全国语文高考乙卷实用类文本阅读材料;《超越时空的对“画”》被用于多个省市的高、中考试题或模拟试题。



属于创作水平比较初级、粗略的层次,我小时候也看过这类东西,这样的作品流传下来就很难,但也有写得比较好的,形成了我们科幻作品的经典,像叶永烈的作品。其实谈到科普就联想到生硬,关键还在于我们的创作者依然是在就科技谈科技,就科普谈科普,这与作者的创作技巧和理念有关系。既然要介绍科学知识,除了科学名词以及相关确定的解释外,它本身还有很多应用,因此,我们的创作者在做科普时,不能单纯就

科技环节去作介绍,它可能与人发生哪些联系,跟物发生哪些联系,甚至科学与人文充分交融,这些都可以进行趣味性的书写。引用林语堂先生的一句话:好的建筑你看不到从哪里开始,从哪里终结,科普也是同理。

□您觉得,科普读物具备哪些特质才算上乘之作?

■评论什么是好的科普作品,从大的方面要看它的传播力。当然,在一本书还没有完全经过市场历练之

做书人

叶俊良:我在法国做图画书

■受访人:叶俊良(《我在法国做图画书》作者,法国鸿飞出版社社长)

周翔(图画书作家,《东方娃娃》创始人之一)

□采访人:孙珏(中国出版传媒商报记者)

叶俊良在法国成立鸿飞文化出版社,担任总编辑,至今已十余年。在成立童书出版社之前,他在巴黎维尔曼建筑学院取得学位,与一位法国建筑师一起工作。到法国学习建筑之前,他在中国台湾出生、求学、长大。一个来自台湾,拥有建筑专业背景,与法国人一起出版童书的编辑——法国童书界没有第二个。这是为什么鸿飞文化虽然规模小,却能在多如繁星的法国出版社里独树一帜的原因。在前不久的上海国际童书展上,叶俊良的《我在法国做图画书》由广西师范大学出版社正式推出。书展现场,叶俊良与图画书作家,《东方娃娃》创始人之一周翔老师展开精彩对谈,记者将部分内容整理出来,以飨读者。

□叶老师是怎样开始在法国做图画书的?

■叶俊良:成立出版社之前,我和合伙人黎雅格都不曾在出版界工作过,圈内谁也不认识我们。最先注意到我们存在的,是插画家。他们需要出版社协助,把才华呈现在读者眼前。作为编辑,我们能够做到吗?插画家当中,有些人知道我曾经做过建筑师,但没有人知道我来法国之前在台湾大学的外文系跟王文兴教授研究过经典小说,随廖咸浩教授学习过文学翻译。要说拿笔画图,我比不上他们,但是解读一篇文章作品,我的眼光比他们锐利,因为我有扎实的文学训练。不管是华人作家还是法国作家的文字,我都可以领略其中幽微的意境,帮助插画家更自由地寻找适合人画的素材、决定要画什么,并思考该怎样画才能把故事说好,感动读者。与鸿飞合作的插画家,其创意和技法都有相当高的水平。有些人是专业的画家和艺术家,只创作过少量的童书插画,或者从来没有做过这件事。我必须让他们了解,创作图画书和为美术馆或艺廊作画是很不同的两件事。图画书里图画和文字并存,阅读它要一页一页翻开来,就好像我们探索一栋建筑,是一进一退地走,所见有开有合、有先有后、有伏笔有高潮。有些柳暗花明又一村的设计,如果画家没有想到,我得先有设想但是无须说破,最好是悄悄地在在一旁引导他自己发现问题,寻找答案。因为我的帮助而突破自我、完成一件满意的作品时,画家都会非常非常高兴,也会觉得我是这个地球上最了解他的人,即使我是来自东方世界、操着外国口音的人。

我们的图文作者中,有些是经常与其他大型出版社合作的大咖。他们不会在媒体上公开称赞自己所喜爱的编辑(这完全没有任何新闻价值),但是作家与插画家的社交网是个小圈子,一本书编得好,立马每个人都知道。当一位大咖持续在鸿飞出版两部、三部甚至更多出色的作品时,那知晓的就不仅仅是作家与插画家,连书商、媒体和导读人也不得不睁大眼睛关注我们。如果大咖愿意持续和鸿飞这家小出版社合作,不是撒钱的结果,而是因为我们提供了他所需要的专业服务,体现了他所认同的精神价值。

□为什么写了这样一本书呢?

■叶俊良:2013年底,中国台湾玉山社魏淑贞主编参加巴黎东郊的蒙特勒伊童书展的开幕晚会,她来到鸿飞展位上。那是我们第一次见面,魏主编当场建议我把从中国台湾来法国定居与创业的过程写成一本书。之后她给了我非常珍贵的建议,我断断续续写了两年仍不满意。这个时候,柯倩华小姐一句话点醒了我:我所选择的方案与所制作童书的内容和形式,有别于其他人。这些判断与选择并非偶然,而是与我



的精神生活、历练和际遇相关。透过我的经历,读者能近距离观察并感受童书编辑这个幕后推手的感性世界和理性思路,或许这可以作为人们花时间读这本书的理由吧!

□这本书让周翔老师印象深刻的内容有哪些?

■周翔:这本书我6年前就看过,今天再回看这本书,觉得俊良回来了。因为疫情,我们好多年没见面。有几点我可以跟大家分享。第一,他作为出版人的思考和哲学思想,在书里都得以体现,做书是一个表面的事情,它背后是俊良对生活、生命的思考和理解。第二,这本书除了俊良的编辑视角,还有他与作者的交往,比如讲到艺术家的观点,特别是记录了《花木兰》作者的一句话,讲得很好。他说:“我会把自己放到一个想象的王国里,塑造我的王国并分享给读者。”另外,还有一个很有意思的细节,书中讲到法国一家书店的老板之前是法官。他开书店,我觉得很诧异,因为差距太大,但他讲到做书店的想法,我立刻能够理解并且深受感动——他觉得用这样的方式能对社会有所贡献,能给人们带去幸福。当然,书里还有很多好玩的内容,大家可以慢慢发掘。

□鸿飞的社名是出自苏轼的诗吗?“人生到处知何似,应似飞鸿踏雪泥。泥上偶然留指爪,鸿飞那复计东西。”是否代表了叶老师的出版追求和人生态度?

■叶俊良:出版社在2007年成立,我与合伙人直觉地认同“鸿飞”的意涵和意境。出版社成立后,我们在各地的书展与读者面对面,更深信这两个字和这一首诗道尽了我们的出版社的精神。雪会融化,指爪会消失,同时大鸟留下指爪后不会停驻在原处,指导路的人如何读它。路过的人有疑问或想法,不能依赖大鸟给他解惑,只能凭借自己的经验去寻找解读文本的锁钥。最后,“鸿飞那复计东西”既反映了出版社跨文化的特色,也表达了一种豁达和洒脱的人生态度。

□在鸿飞成立之初,诞生了哪些图书?

■叶俊良:鸿飞最初5本书的文字来自现代华文作家的作品,包括杨唤的童诗和许地山的散文。为了使图画书的文字更贴近法国人的阅读习惯,我自己执笔撰写故事或改编中国的经典文学作品。逐渐有法国各地的小学邀请我以作者身份去给学生说故事。一些低龄的学生不知道有印刷这回事,以为作者需要拿笔一本书一本书地抄写,插画家也得一页一页地画。这很有趣。

□在过去的几年,各行业都受到疫情影响,出版业也不例外,鸿飞用什么方式生存下来?

■叶俊良:在法国,像经济、物价、读者的消费习惯



等等,当然也有变动。法国人接受信息的方式也在变动,但速度可能没有中国这么快。疫情前,各地方的书展、地方协会举办新作品交流会,由于疫情没法举办,出版社会用其他方式,让读者去感受现在出了什么新书。法国有很多独立书店和图书馆,他们有决定采购什么书的权力。这些人不是媒体,也不需要一天到晚吹捧某些作品,他们只推荐自认为值得被看见的图书。正是因为法国图书销售体系的稳健和多元性,我们出了新品固然要跟书店、图书馆打交道,介绍自己的作品,尽量得到他们的认可,但最重要的其实是把书做好。不在于说有大量的人来买鸿飞的,而是我们笃信每个好作品都有机会被看到。

■周翔:我在法国书展期间,曾看到有大量孩子由老师领着去书展溜达。当地会发书券给小朋友,比如现场有很多书,孩子也有诸多中意的,但只能买一本。这个选择的过程其实对小朋友来说很宝贵。国内的家长很难把选书主动权交给孩子,但从这些细节着眼培养孩子,他们人格的独立性和完善性等,会慢慢被滋养,这是我在法国书展看到的一个特别温暖的场面。

□中法两国的出版环境不一样,鸿飞是如何确定自己的出版风格和方向的?

■叶俊良:我本科学的是建筑,我的合伙人学的是法律。我们两个都没有学习过商业和经营技巧。我们就是想把书做好,把书当作小朋友的朋友,一本书就是一个朋友。用这种方式去做当然前提是,书要卖出去。总结起来,有三个经常在鸿飞的书店里出现的重点或者说主题:第一是旅行,第二是对未知的好奇,第三是人物之间的关系。并不是说我们所有的故事都要围绕这些主题展开,但这三个主题就好比舞台上的3束灯光,由于灯光的不同设计让读者在阅读时,感受每本书不同的质地轮廓,所以我们的书在孩子的各个年龄段都有涉及,0~3岁、3~6岁、7~12岁,孩子都有可选的读物。从另一个维度说,并不是所有的书都可以进到鸿飞的书店里,读者也许能在鸿飞的书店里找到自己喜欢的好故事,但也有可能他们喜欢另外的风格,那也很自然,可以到别家出版社去寻找。

□在法国的出版生涯中,您理解的童书编辑是怎样的存在?

■叶俊良:出版社的编辑有点儿像交响乐团的指挥、电影的导演或是建筑师。这是一个让很多人动起来的工作。这些人是什么人?我把其中一部分的人放在一起,组成一个“作者村”,另一些人放在一起,组成一个“读者村”。出版社的编辑就住在这两个村庄中间。为什么这两个村庄的人需要出版社的编辑才能和谐无碍地动起来,邂逅并且交流?是因为作者村和读者村中间隔了一座山。作者村在山的西边,读者村在山的东边,出版社的编辑不偏不倚地住在山顶上。西村的作者看不到东村的读者,但是没关系,出版社的编辑看得到,这是他之所以能够帮助作者的原因;东村的读者看不到西村的作者,但是也没关系,出版社的编辑看得到,这是他之所以能够服务读者的原因。出版社的编辑不是巨人。他不需要有如椽之笔,也不必是天才画家。他之所以能对书的创作与流通带来贡献,是因为他处在一个特殊的位置,一个关键性的制高点。

(完整采访请见近期编客实验室公众号)