



人们需要学习更多的科学知识,用理性思维筛选海量信息,去伪存真。科普书任重道远

你知道太阳是绿色的吗?

□ 梁笑语

- ◇ 科普读物阅读平台多种多样
- ◇ 少儿科普读物前景广阔
- ◇ 科普书种类多,精品少
- ◇ 辟谣还得靠科普书



读《好奇者的经济学》——

未雨绸缪的好奇心

□ 乐倩蓉

复杂的数学算式、眼花缭乱的因表格、深奥的建模、拗口的名词,经济学这个词似乎只和少数人挂钩。尽管政府的决策离不开它,与我们切身相关的经济问题离不开它,甚至每天的柴米油盐都涉及经济学的一些分支。但真要搞懂个中缘由,借助经济学的工具来改善我们的生活品质——且不说推动社会发展,又似乎非我们能力所能及。

不过,如果你还保有旺盛的好奇心,想要理解一部分能够立刻学以致用经济学知识,阅读这本由12位诺贝尔经济学奖得主联袂撰写的《好奇者的经济学》是个不错的契机。经济学家们就自己的经典理论联系实际社会问题展开讨论,专业性毋庸置疑,同时避开数学算式和过多术语造成的阅读障碍,用通俗的语言言简意赅地阐明观点。若是对其中某个问题特别关注的还可以借鉴作者列出的延伸阅读文献,获取进一步信息。各人论述的话题虽各不相同,但编排上还是考虑到前后连续性,便于读者理解。

读完这12位作者的个人履历,你会发现有人圆于家庭条件早早失学,接触社会后才进修经济学;有人先读了其他专业半途转行;还有人因缘际会结识了朋友或者某项工作涉及而踏上职业生涯。说到他们选择经济学的共同出发点,突然惊觉原来他们都是十足的好奇者!想要知其所以然并且动用智慧找出解答的执着成就了他们的成绩。就像奥列弗·威姆森说的:“我对事物运作(或静止)的原理永远很好奇,这让我开始区分出一时偏差和反常现象间的区别。”

对非经济学科班出身的读者而言,经济学只是知识领域的一部分,需要通过和其他学科融会贯通的实例来应用。不妨参考威姆森的经历增进对经济学的直观感受。威姆森是从工程学转向商学,继而再转入经济学的,他的研究课题也是跨学科的交易成本问题。最初吸引他研究理论的决心。完成关于交易成本实践的长篇论文后,威姆森还计划将之运用于其他领域,研究更广义的跨学科社会科学。

威姆森的经历启发我们,好奇心可以迸发大能量,经济学可以活用于和我们休戚相关却又不完全有主导权的方面。

作为一个有社会责任感的成年人,我们在关注天下大事、新颁政策、社会新闻之余,免不了要评头论足一番。然而不管是否与自身利益相关,个人都不是政策的决策者,不可能从根本上改变政策使之利于个体。那么用不用经济学的思维模式又有什么差别呢?拿养老保险这件事来迟早要面对的事来说,现有的保障计划诚如威廉·夏普在文中分析的那样存在不足。为此,稍有经济学常识的个人或雇主就会设法不完全依赖政府的保障机制,积极地通过理财对抗通货膨胀,提高退休后的经济收入。常言道,“别把所有鸡蛋都放在同一个篮子里。”通过“差额投注”降低风险,资本资产定价模型为我们提供了理论依据。个人储蓄理财的选择策略就可参考这条。

还有关于经济萧条情形下政策失调的理论、可供研究失业率和职位空缺的搜索理论、调节日益枯竭的增长模型,这些热点问题有历史的前车之鉴为参考,但惟有成熟理论研究的支撑,才能在将来应对可能的危机时发挥足够的效用。

近年来坊间流行的经济学普及读物也有不少,多是注重趣味性,譬如读者喜闻乐见的《牛奶可乐经济学》、《魔鬼经济学》、《弗里德曼的生活经济学》,触及的话题伸手可及。与之相较,本书关注的问题没有这么微末,大多是与政府决策关系紧密的民生大事。当然,决策的最终结果还是渗透到生活的方方面面。作为接受者,若能掌握一点经济学知识,了解政策背后的原因及行将带来的影响,从被动地承受影响,变成未雨绸缪掌握自己命运,也算得益于这份对经济学的好奇心吧。

“老婆老婆,太阳是绿色的呢,不知你听说过没?”2014年1月23日,网名“橘子控”的微信用户开启微信公众号“写给老婆的物理科普读物”,上线第一篇文章《太阳是绿色的》,自此开始平均每月一期的“科普征程”。今年6月11日,电影《侏罗纪世界》在中国上映第二天,微信公众号“少儿科普读物”上线一则《侏罗纪世界游园指南》,图文并茂地介绍了各种恐龙的身长体重、肉食草食、攻击性和防御力。利用着互联网平台,无论是个人或机构,都在做着千百年来人类不断重复且致力拓展的事业——向更多人介绍自然科学和社会科学知识,这就是科学普及。

科普无处不在

从石头、泥土、金属、竹筒、纸张,到电子屏幕乃至立体模型,科普读物正呈现出前所未有的多彩面貌

您最喜欢的科普读物是什么?
“《万物简史》。”
“小时候看的《十万个为什么》。”
“《三体》,算吗?”

记者街头随机采访了20位路人,有的能明确说出经典的科普作品,有的表示对科普不感兴趣,有的对儿童科普书籍了解更多,有的习惯通过互联网平台获取碎片化的科普知识……不同回答反映了当前科普阅读的多元化态势。

就阅读载体而言,不断有“新兵”加入科普阵营。在科普图书这一传统领域,分辑读物早已登陆中国,这种分辑出版发行、可合成册的丛书被国际出版业界公认为十分适合承载科普内容。“大部头的百科全书很难实现科学知识的真正落地,人们常常是买了书却束之高阁。分辑读物就能很好解决这些现实问题。”新光传媒董事长熊伟向记者介绍,“分辑读物每一辑的页码数可以不连贯,内容分门别类从大的百科全中抽出,创作务求图文并茂,每个星期只给读者二三十页内容,增加阅读趣味,减少一次性经济投入,促进读者真实阅读。”新光传媒从2005年起与中国和平出版社合作出版分辑读物《发现之旅》,140个星期出版了140辑,收集齐全的读者可将其按照页码顺序重新装订,最后形成一套家庭图解百科全书。

在新兴领域,互联网更加催动了科普的狂欢。为什么啄木鸟不会得脑震荡?怎样的人体才能反手摸到肚脐眼?为什么可以冬天集中供暖,夏天却不能集中供冷……登陆泛科技兴趣社区“果壳网”,你会看到许多趣味性又涉及日常生活的具体问题和科学解答。这些“知识点”妙趣横生、吸引力强,科普类网站、科技兴趣社区、微信公众号等正在成为科普阅读的重要平台。

就阅读方式而言,科普内容正在以更鲜活、实用、碎片化的姿态参与着人们的生活。即使是对记者表示对科普不感兴趣的人,也会在不经意间了解到相关信息。在各类信息平台传播广泛的生活常识、养生方法等就是典型的实用科普内容。

从石头、泥土、金属、竹筒、纸张,到电子屏幕乃至立体模型,科普读物正呈现出前所未有的多彩面貌,科普阅读也更加鲜活生动。

再造《十万个为什么》

让大众科普小众化,针对每个细分群体的需求进行深耕,为他们量身打造产品

知识更新瞬息万变,新兴科技层出不穷,社会热点不断转换,读者消费需求升级……科普读物的前景和“钱景”都备受期待。

在大众科普中,有实用的养生保健、健康生活、休闲文化类图书;位于前沿热点的转基因、食品安全、环境问题等主题;科学文化领域的科学人文、科学文艺类图书;还有应急科普如核泄漏应急科普、传染病防治、防灾减灾等。这些不同领域的科普类图书占据着大众科普的“主战场”。角色特殊的少儿科普读物则更被业内看好。在各大图书销售平台的童书排行榜中,前十名里都会有科普类读物的席位。

然而,科普书不少,科普图书的隐忧同样不少。“对选题‘深耕’不够,冲规模、冲品种数的惯性依然存在。”科学普及出版社大众科普编辑部主任郑洪涛深有感触,一方面,很多品种甚至没机会上架就变成库存;另一方面,读者面对浩如烟海的科普书会陷入“选择困难症”。

天天出版社总编辑叶显林更关注少儿科普读物的情况。“少儿科普在本世纪初可谓风光无限,其码洋市场占有率曾堪比少儿文学,出版效率甚至高于当时的少儿文学。但现在,这两个关键数据双双急剧下滑。”仅“少儿科普百科”这一类别,在整个少儿图书市场的码洋占有率,就从2000年的21.39%下降到2014年的13.29%,出版效率更是下降近50%。“这至少说明,少儿科普百科类图书在近年来的发展动力不足。”叶显林说。

应对这些情况,打造更好的作品是业内共识。“我个人有个比较乌托邦的建议:把现在的年出版图书品种数降低50%,每种图书的出版周期延长至少1倍。”郑洪涛认为,让“大众科普小众化”,针对每个细分群体的需求进行“深耕”,为他们量身打造产品。叶显林也直指要害:“目前,我们本土原创少儿科普的力量还是很弱的,好的产品不是太多。”

也许,我们应该认真思考两个问题:首先,既有的文本形态是不是需要更新,以满足当下孩子的阅读习惯和学习需求?其次,是否应积极引导创作,向精品工程发力,多打造如《十万个为什么》这种纵横市场几十年的经典作品?

熊伟则认为现行图书出版发行体制机制,束缚了更多好作品的出现。比如,《发现之旅》140辑总的销售码洋接近1亿元,相当于一家中小型出版社一年的码洋,但却面临“名分”上的尴尬。“虽然分辑读物在国际上已是非常成熟的出版门类,但中国并没有对此进行单列分类。既不是书,也不是刊,分辑读物在出版发行上遭遇重重障碍。”

显然,适应读者日新月异的科普阅读需求,还需多方研判、共同发力。

重视科学精神

强调文学对儿童阅读能力的培养,对科学读物却逐渐漠视,这对国家和民族的未来十分不利

正值夏天,一些“驱蚊妙法”在网络平台大量传播。有的建议养青蛙或者驱蚊草,有的说肥皂水能吸引蚊子产卵,还有的说身上涂抹维生素B就可驱蚊。不少专业人士认为,吸引蚊子的主要因素是人体新陈代谢产生的二氧化碳,以上方法都不靠谱。

类似的网络谣传不少,带来的后遗症也不容小觑。某些所谓的“民间偏方”可能损害人们健康,而几年前“香蕉或带SARS病毒”的谣传则给整个种植行业带来致命打击。这些谣传往往违背最基本的科学常识,却能直接影响社会生活,人们需要学习更多的科学知识,用理性思维来对海量信息,去伪存真。

“我们头脑里有很多所谓‘常识’,但很多人不会去考虑这些常识是怎么来的,是否可靠。一旦某种知识被认为是公认的常识,人们就倾向于默认它存在的合理性。即使你发

