

创作一本读者爱看的科普书

优秀的科普选题应具备哪些特质

广西科学技术出版社副社长、副总编辑 马婕

优秀的科普选题应具备哪些特质？首先，内容必须严谨，确保科学知识的准确无误，兼具创新性，能够引领读者探索未知领域。其次，选题应紧跟国家科技发展的步伐，及时展现最新的科技成果，同时在内容和形式上不断创新，以满足读者的多元化需求。此外，优秀的科普选题还应关注青少年的现实需求，通过创新的形式，使青少年能够轻松接受并吸收这些科学知识。

科普图书要追赶时代潮流

江西高校出版社有限责任公司董事长、总经理 袁幸园

江西高校出版社在科普图书出版领域已深耕35载，其间推出了“走进新科技丛书”“航天载人新知识系列”“科学家精神系列丛书”，以及“动植物百科全书”等一系列佳作，取得了显著的社会与经济效益。怎么做好一本书？在创作过程中，我们也总结了一些心得和体会。首先，出版社要紧跟国家政策，顺应时代潮流和发展趋势，凸显及时性、科普性和知识性。2021年国家出台的“双减”政策，为科普教育提供了契机。作为

教育厅下属的出版社，我们凭借渠道优势，推出了一系列适合学校的科普图书，也获得了良好的经济效益。2022年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于新时代进一步加强科学技术普及工作的意见》，要求大力弘扬科学家精神。我们紧跟政策导向，推出了“科学家精神系列丛书”，深入挖掘科学家精神，弘扬正能量。第二，在科普创新和传统文化传承深度融合方面，我认为应该突出本土化和趣味性。市面上很多科普读物，是从国外引进的版本，文化差异、语言差异、翻译水平差异影响了读者的一些体验，因此，我们应该

来，这样的跨界合作模式将成为科普选题的重要方向。为了让孩子们更好地接受和理解科学知识，出版社采用了生动有趣的方式，如邀请中国动物园金牌讲解员到各地的小学和图书馆进行现场讲座，并带去实物模型，让孩子们在听故事的同时，能够亲手触摸和体验。此外，出版社还邀请金牌讲解员、研究员、馆长等助力内容渠道，如直播间等，分享图书的创作背景和优化过程，并通过亲子阅读等方式，激发孩子们的阅读兴趣。

多关注中华优秀传统文化。但是用什么样的方式来进行创新，是摆在我面前的课题。我们在这方面做了很多探索，比如设计有声书、增加互动性，以增强阅读体验。目前国内有的出版社配套了出版数字资源，除看和读的体验外，还提供听说写的互动体验，这种手段也很有必要。只有在形式创新、内容创新上进行结合，才能真正打造出具有中国特色的科普图书。最后，要聚焦头部优质资源，与包括院士在内的各级专家学者紧密合作，确保科普读物的权威性和专业性。

一部好书就像一个美味苹果

湖北省科普作家协会副理事长、华中师范大学副教授 王欣

作为一个作家，如何做好科普创作？如果把一部科普作品比喻成一个苹果，首先最重要的是内核，内核就是好选题。10年前，我创作了一本《百感交集》。当时我的想法就是让大家认识很多不为人知的感觉，如本体感觉、内脏感觉等，我们要善待感觉而不要滥用和漠视它。当时出版社因为这样的创意才选中了这个选题，所以选题是最关键的一步。苹果的营养价值，即科普作品的内容同样重要。科普内容应该既专业又有趣，同时还需要与读者的需求紧

密相连。比如，我选择了脑科学作为科普主题，因为我的专业是脑认知方向，并且我也教授神经科学课程。在《科普时报》专栏中，我挑选了许多对青少年有益的脑科学知识，特别关注学习记忆方面的内容，因为这是中小學生最需要的。在编写这些内容时，我会尽量简化复杂的脑结构知识，合并重复的内容，确保读者能够轻松理解并吸收。除了内容，科普作品的文笔也至关重要。就像苹果的口感一样，文笔决定了读者在阅读时的感受。我认为，科普作品的文笔应该简洁、清晰，不刻意使用任何修辞手法。我非常欣赏阿西莫夫的写作风格，他的文字

就像透明玻璃一样，虽然没有华丽的辞藻，但条理清晰、一目了然。因此，我也鼓励学生在写作时尽量做到准确、简洁，让读者能够轻松读懂文章，享受阅读的乐趣。苹果好不好看也很重要，因此，一本书的外观也是吸引读者的关键。这包括字体、排版、装饰图案等方面的设计。与编辑的紧密沟通是非常重要的，他们可以根据作者的需求和读者的喜好来调整这些细节。写作的过程中，我越来越注重细节上的调整，以确保图书图文并茂、美观大方。这样的外观不仅能为读者带来知识上的熏陶，还能让他们在阅读过程中享受到美的愉悦。

组建创作团队，善用流量作者

长江文艺出版社副社长 陈俊帆

长江文艺出版社主要专注于文学类出版，但在近十几年间，我们开始涉足少儿图书领域，特别是少儿文学和少儿科普这两个方向。我们特别重视市场调研，也正在积极调研2025年市场可能发生的变化，以便推出适销的图书产品。在近期的调研中，出版社注意到几个关键词：学科类、新科技。在学科类方面，我们将图书与学生课本紧密结合，做出更多尝试；在新科技方面，专家们分享的热点也为我们提供了方向。此外，我们还发现学科类和

心理学类图书的受关注度呈上升趋势，而传统天文、地理、生命科学类图书则有所下降。从形式上看，故事类科普读物IP化和漫画形式特别受读者喜爱，每年都会有这类作品涌现，因此我们认为这仍然是一个很好的发展方向。在策划图书选题时，我们根据市场分析，将优选作者作为最重要的一环。我们特别看重作者的专业性，同时也兼顾作者的流量属性。去年，我们尝试邀请一些新媒体涌现的具有巨大流量的作者，但在实际操作中发现存在很多困难。科普达人往往没有专业的写作背景，有的

是视频、音频等碎片化的资料，虽然点击率很高，但内容的科学性、规范性有待进一步增强。因此，在成稿过程中，我们遇到了很多挑战。尽管如此，我们仍然无法忽视流量的巨大作用，我们会继续关注这类作者，但会更加谨慎地评估他们是否能够满足出版社的专业性和内容要求。同时，我们会为这些作者组成一个团队，对成稿提供支持。在引进科普作品时，我们发现国外科普出版社有时会联合3个方面的作者共同创作，分别负责文学写作、科普内容写作和图画绘制，这也是我们未来努力的方向。

如何提升原创图书的价值

科学出版社科学人文分社社长、《科学世界》杂志社总经理 侯俊琳

科普工作确实是一项艰巨的任务。在我看来，科普不仅是在传播知识，更是在改变旧文化，塑造新文化，这是科普的深远意义，也是其面临的挑战所在。科学出版社在科技界素有“科学家出版社”之称，我们的作品主要聚焦于成人科普，以科学家撰写的原创科普作品为主。我们特别重视原创性，同时也注重科史哲的融合，以及价值观引导。如何提升原创科普图书的出版价值？首先，我们

可以从阅读意义的角度来理解和策划项目。大家熟悉的DIKW金字塔模型，为我们揭示了数据、信息、知识和智慧之间的关系。教育的目的简单说是使“无知”变为“有知”，看似简单，实则不易，阅读也是如此。现代管理学之父德鲁克说：书上没有知识，书上只有信息。确实，大部分图书提供的只是数据和信息，而读者能否通过阅读形成属于自己的知识，对世界有更深刻的认识和理解，甚至进而形成自己的智慧，这就是阅读的意义所在。如果读者只是掌握了数据和信息，而没有内化为自己的知识，那么阅读

就没有真正的收获。这一点可以指导我们的创作。二是要改变创作理念。当前的科普已经超越了单纯的知识传播，更侧重于精神思想的引导。一个编辑或作者的成长路径，大致可以分为自我表达、满足需求和价值引导3个阶段。我们应该上升到价值引导的阶段，承担起作为作者或出版人的社会责任。从全民科学素质调查数据来看，我国在科学教育方面还有很多不足。因此，科普不仅是对全社会的“补课”，更是推动科学教育进步的重要途径。

站在孩子的角度做科普

中国科学院计算技术研究所研究员、中国科普作家协会副理事长 王元卓

科研人员要做好科普创作工作，就应当处理好几组关系。一是，“知识专业性”与“科普专业性”的关系。一本好的科普图书既要深入又要浅出。“深入”是指科研人员作为专业人士对本领域有长期深入的理解；“浅出”是指图书应针对受众需求，做到简单易懂有温度，让大家愿意读。二是，专业人士“想讲什么”与读者“想看什么”的关系。很多时候，科研人员会将科普图书讲得像专业教材一样，有体系且深入，但这往往并不能吸引读者。比如，我在创作科普图书的时候，我认为女儿是受众，我就会让她在班级中进行调研，班级里几十名到上百名孩子想读什么，就是我在科普创作中希望回答的内容。只有站在读者的角度，以及站在孩子角度去做科普创作，这样的科普

图书才能收获更多读者。三是，“知识热点科普”与“知识体系科普”的关系。当前，社会对于众多热点事件的科普仅限于一时热度。在我看来，针对这些热点进行完整且系统的科普教育至关重要，大众应当在心里形成一个正确的认识，而不该是“瞎子摸象”。四是，“知识普及”与“科学启蒙”的关系。一本科普图书内容有限，希冀通过一两本科普书，让孩子提升科学素养和科学认知，我认为很难做到。科普图书更重要的作用是科学启蒙。如果孩子通过这本书或者这本书当中某一句话，对科学知识产生了兴趣，从而愿意展开更多的探索与思考，愿意去问更多的“为什么”，或者“怎么样”，这才是我们愿意看到的，也是科普工作者应当做的事情。

如何科普自己专业之外的科学知识

中国科学技术大学科技传播系副主任 袁岚峰

2019年1月16日，我入选“典赞·2018科普中国”十大科学传播人物后，有媒体采访我。他们的第一个问题是：“您关注的领域是什么？”这本来是个很正常的问题，但居然把我一下子问住了。因为我做科普的一大特点就是覆盖领域特别广，如从量子信息到核聚变，从引力波到青蒿素，从黎曼猜想太空探索……所以我对他们说：“问这个，就说明你们没有看过我的节目。”这就引出一个非常有意思的问题，一个人如何科普自己专业之外的科学知识？答案显而易见。首先要去学习，学会了才能教别人。这又引出一个思考，人应该评估自己在每一个领域的知识水平。具体有哪些层级呢？我建议分为宗师级（开创或引领一个领域）、专业级（能够在某一个领域做研究）、教师级（能够在某一个领域做系统的知识输出）、对话级（能够与一个领域的专家做深入对话）。基于这样的思考，我们会发现，科普的关键是

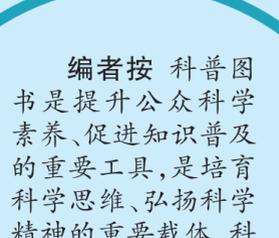
想清楚这样几个问题。你的受众是谁？不同的科普作家有不同的选择，而我的默认受众是“其他领域的科学家”。我的博士后导师罗德·霍夫曼(Roald Hoffmann)是1981年诺贝尔化学奖获得者，他的诺贝尔演讲稿叫作《在化学的各个领域之间架设桥梁》。类似的，我的基本思维方式是在科学不同领域架设桥梁，在科学与公众之间架设桥梁。你的受众知道什么？不知道什么？想知道什么？你知道什么？其中最宝贵的信息是什么？最后，以什么样的形式去传递？当你把这些问题都想清楚了，科普就水到渠成了。近年来，我经常讲“科技传播如何克服专业壁垒”。我的基本回答是，要高强度地学习，要学教材、要学论文，要与这个领域的专家直接接触。如果能够为其他领域的科学家讲清楚某个领域的道理，那么你就成功地做了科普。

把每一次好奇变成科普的入口

童趣出版有限公司副总编辑、童趣出版研究院副院长 何醒

科普作品如果不能吸引孩子读下去，是没有传播能力的，所以科普作品一定要有趣味性。图书应该把孩子本身的好奇变成科普的入口，将知识和应用结合起来。以入选2023年度“全国优秀科普作品”名单的“藏在身边的自然博物馆”系列丛书为例，科普选题可以来源于自然，来自生活。现在的动植物科普，许多是按科、属、种去划分，这与孩子的认知规律并不相符。我们要做的是，遵循孩子的认知发展规律。从孩子真正“看得见”“摸得着”的动植物出发，做有温度的自然科普。孩子会提出很多问题，但只有把问题和好奇变成科普入口，才能引起他们的兴趣。“藏在身边的自然博物馆”系列的两套书投入了很多精力，介绍了400多个动植物，绘制了1000幅插画，还将文字内容场景化。每种植物、动物都有与孩子关系密切的场面展示。

科普选题还可以来自科技。“给孩子的科幻绘本”系列丛书曾入选2020年度“全国优秀科普作品”名单。2018年底，编辑们四处寻找适合低龄儿童阅读的原创科幻故事，发现了“冰心儿童文学新作奖”得主朱惠芳在期刊《幼儿益智画报》上连载的图画故事《阿咪虎星际探险》适合改编为科幻绘本，最后创作了“给孩子的科幻绘本”系列第一辑(4册)。创作期间，我们也作了很多探索。一是坚持从儿童本位出发，故事情节设定结合低幼年龄特点，强化故事的吸引力又不能太复杂，同时将黑洞、虫洞、平行宇宙、量子等丰富的前沿科学知识巧妙地穿插在有趣的故事情节中。二是考虑到低幼年龄段的孩子视觉感受很重要，这套书创作了许多科幻大片既视感的画面，让孩子感受科幻之美，激发孩子的好奇心和想象力。



图为本次论坛展示了2000余册优秀科普图书，参会者正在翻阅图书。

本版文字由科普时报记者张英贤整理 本版图片由科普时报记者季春红摄