

中国读者爱看哪些科学家传记

——科学家传记的影响力研究

张越月 李大光

(中国科学院研究生院, 北京 100049)

[摘要] 本文主要以当前国内市场具有影响力的科学家传记为研究对象。作者筛选出最具有影响力的50本传记, 对其进行了多角度的分析。初步研究了当前中国读者对科学家传记的选择喜好, 通过对代表性传记的考察, 寻找几类传记对中国读者影响力的表现和程度, 并尝试寻找科学家传记对当前中国读者的影响力来源。

[关键词] 科学家传记 影响力 中国读者

[中图分类号] K81

[文献标识码] A

[文章编号] 1673-8357(2010)02-0030-5

Which Scientist Biographies do Chinese Readers Like to Read?

——Study on the Influence of Scientist Biographies

Zhang Yueyue Li Daguang

(Graduate University of Chinese Academy of Sciences, Beijing 100049)

Abstract: This paper mainly studies the biographies of influential scientists in the current domestic market. By filtering out the scientist biographies, the authors selected 50 most influential biographies, made preliminary comprehensive analysis and studies on current Chinese readers' preference to biographies of scientists, and are trying to look into the source of the influences.

Keywords: biography of scientist; influence; Chinese readers

CLC Numbers: K81

Document Code: A

Article ID: 1673-8357(2010)02-0030-5

近年来, 国内图书市场中的传记图书热度不减。在新华书店读者调查中心于2009年7月进行的一次阅读状况调查中, 人物传记类图书占读者选择图书的23.8%, 排在所有图书类型的第四位^①。

科学家传记既是传记图书的一支主流, 也是传播和建构科学家形象的重要媒介。在和科

学家相关的传播方式中, 科学家传记比科学家演讲、科学家访谈、科学家专访等传播形式更能全面展现科学家相对长期的生活状态, 涵盖科学家的性格、思想和人生轨迹, 进而在诠释科学家思想和科学精神方面有一定的优势。

但是, 和近年层出不穷、耳熟能详的历史人

收稿日期: 2009-12-11

作者简介: 张越月, 中国科学院研究生院科学传播系硕士研究生;

李大光, 中国科学院研究生院科学传播教授。

^①本次调查中新华书店读者调查中心对首都图书馆、王府井书店和北京国际图书城等北京比较有代表性的地区发放了问卷调查表。调查共发出调查表600份, 回收400份, 有效调查表为380份, 有效率达95%。

物、文化人物传记相比,新出的科学家传记在市场中缺乏影响力和号召力。在科学技术日新月异、科学家队伍人才辈出的今天,科学家传记为何会默默无闻?中国读者喜爱哪些科学家的传记?影响他们选择这些传记的因素又有哪些?

研究当前科学家传记对读者的影响力问题,可帮助科学传播者了解当前科学家传记大致情况、从中分析出中国读者对科学家传记的偏好、有效开展科学家传记的传播,亦可对传记创作者寻找兼顾思想高度、教育功效和市场意义的选题有所帮助。

1 在中国具有影响力的科学家传记概述

1.1 对最有影响科学家传记的筛选

判断科学家传记影响力的因素可归纳为以下几个方面:销售量、再版或重印次数、发行量和受众关注度。再版、重印次数和发行量则均为国家新闻出版总署对国家图书奖评奖活动的评选标准,是出版界认可的评价优秀图书的重要因素,受众关注度则反映了读者的喜好。

笔者对国内现在六大图书网店中“传记图书”的销售量排序中的“科学家传记”做了统计归纳。这六大图书销售网站包括全国性的当当网、卓越网、china-pub,也包括在某一地区影响力大的图书销售店,如西南地区时代网、东北地区北方网和华南地区精彩网^①。六大网站综合的结果基本覆盖主要的购书读者群。这些网站都有“科学家传记”的分目录、销售量排序。

在总共 169 本传记中,笔者在中国国家图书馆的网站^②,查询了销售量累加名次排在前 50 位传记的再版、重印次数,并参照每一本书的发行量(CIP)。按照这 3 项数据的多少进行名次累加,再加上豆瓣网成员的评价数据加权平均计算后的加权数量^③,将得分加入现有排序的名次中,得出最终的排序。

1.2 最具影响科学家传记的总体情况

在影响力排名前 50 名的科学家传记中,中

表 1 前十名最有影响力科学家传记

名次	书名	作者
1	富兰克林自传	富兰克林
2	居里夫人传	艾芙·居里
3	爱因斯坦传	于尔根·奈弗
4	知无涯者——拉马努金传	卡尼格尔
5	希尔伯特,数学世界的亚历山大	瑞德
6	钱学森,中国著名科学家传记	祁游英
7	别闹了费曼先生	费曼
8	爱因斯坦传(上下)	派斯
9	胡宁传	关洪
10	丁肇中传	耕涛,小东

国科学家(包括华裔科学家)的传记共有 12 本,占 24%;外国科学家传记有 38 本,占 76%。读者对中国科学家传记的喜爱度明显低于国外科学家的传记。男性科学家传记有 40 本,占 80%;女性科学家传记仅 10 本,其中,居里夫人的传记有两本。从中看出,当前中国读者更热衷于男性科学家的传记,而由于一些原因,女性科学家传记被关注较少,并且集中在为数不多的几人身。见图 1、图 2。

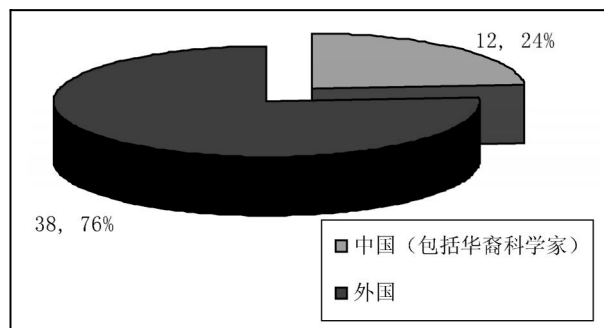


图 1 前 50 本科学家传记的中外科学家比例

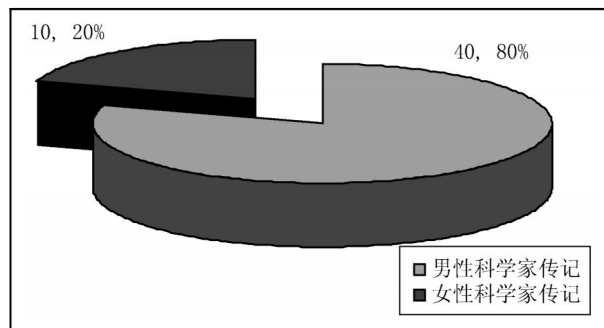


图 2 前 50 本科学家传记的男女比例

①本文选择的各大销售网站数据分别为当当网(2009年6月16日)、卓越网(2009年6月17日)、china-pub(2009年6月18日)、时代网(2009年6月19日)、北方网(2009年6月20日)、精彩网(2009年6月21日)。

②数据截止于2009年6月25日。

③数据截止于2009年8月25日。

近代科学家的传记有 19 本，占 38%；现代科学家的传记有 31 本，占 62%。读者关注的科学家传记中涉及到 15 个学科和领域，物理学家传记最多，有 23 本；数学家传记排名第二，有 5 本；其他领域的科学家传记均在 1 本到 3 本不等。涉及到的 15 个学科基本囊括了 20 世纪以来新兴的学科。见图 3。这说明，当前国人更希望了解现代科学家的故事，学科广泛表明读者视角较为开阔，但读者关注度并不均衡，大多数人主要放在某一两个学科上。

在 50 本科学家传记中，获得诺贝尔奖的科

学家传记有 13 本（其中包括爱因斯坦的传记 4 本、居里夫人的传记 2 本），占 26%；而非诺贝尔奖的科学家有 37 本（其中包括 8 本出现诺贝尔奖之前的科学家传记），占 74%。从中可以看出，诸如诺贝尔奖之类的大奖、活动提高了科学家的知名度，对科学家传记对国人的影响力起到一定作用。

其中，以立传形式表现的共有 43 本，自传有 6 本，口述史访谈形式有 1 本。立传是传记的传统模式，读者当前仍主要接受这种模式。对于口述史等新兴的传记模式的接受度还不够。

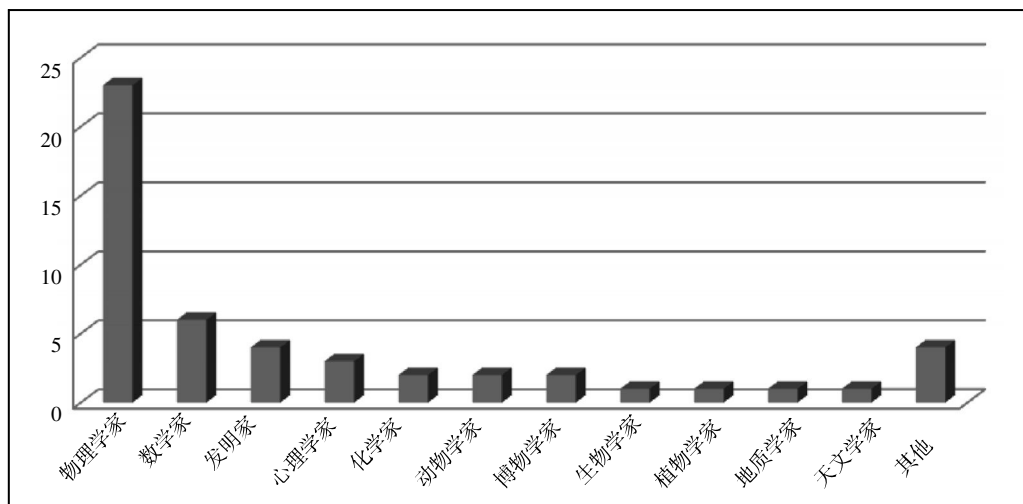


图 3 对国人影响力最大的科学家传记领域（单位：本）

50 本传记中，引进本传记为主体，占 29 本；原创传记有 21 本，中国作者写外国科学家传记有 8 本，中国作者写本国科学家有 13 本。中国作者写外国科学家的传记排名均比较靠后，可见读者更青睐原创作品，而对中国作家写外国科学家这种形式则缺乏热情。

综上所述，分析影响力排名前 50 的传记后，本文作者认为，国人对科学家传记的喜好仍延续了一直以来的传统：外国科学家传记受到欢迎，男性科学家传记更被青睐，20 世纪后科学家传记被读者广泛接受。有两点值得一提。第一，一位科学家的多个版本传记出现在榜单中，这说明当前中国读者的阅读品位走向客观化、高端化，他们希望通过不同的内容全面了解科学家。第二，引进版图书比重很大，占 58%，这说明，中国读者对原版翻译图书的需求热度不减，并有增长势头；而对本土科学家传

记的喜爱仅停留在常见的几位科学家身上，鲜见新晋科学家。一些对传记形式和内容的新探索并未获得当今读者的青睐。

2 几类代表性科学家传记

2.1 女性科学家代表：《居里夫人传》

《居里夫人传》是前 50 名中为数不多的女性科学家传记，而且，有两个版本的居里夫人传记对中国读者有影响力，一本是《居里夫人传》，作者艾芙·居里 (Eve Curie)；另一本《世界名人传记丛书：居里夫人》，作者赵春香。居里夫人的两本传记均描绘了科学贡献卓越、生活意志坚定的女性形象，而这正代表了读者喜爱的女科学家形象。

2.2 多次被重印或再版：《富兰克林自传》

中国国家图书馆的数据库的数据显示，

《富兰克林自传》在国内出版的重印和再版数达到 32 次。一本书能不断重印、再版说明书的内容符合时代潮流，是读者需求的热点，具有很强的竞争力，也说明内容的价值取向同社会的价值取向趋于一致。

在排名前 50 位的图书中，共有 9 本书被多次重印和再版，而且，9 本书均排在 50 本传记的前列。从中可以看出，读者渴望看到新出的科学家传记的同时，一些内容经典、传承性强的科学家传记得到读者更多的肯定。可见，当前中国读者希望选择内容和质量均佳的科学家传记作品。

2.3 豆瓣评分高：《别闹了费曼先生》

《别闹了费曼先生》是豆瓣网读者评分最高的一本科学家传记。豆瓣网对书籍的评分是将豆瓣成员的评价数据加权平均计算后的结果，通过算法的调校，使海量用户主观喜好的聚合能够更客观准确地反映条目本身的价值。评分越高，这本书对读者的吸引程度越大。

《别闹了费曼先生》的高分表现了读者选择科学家传记的因素：科学内容、幽默语言和深邃思想。有豆瓣用户留言：“这并不是普通的传记。费曼是一个另类的物理学家，书中折射的是费曼对世界的哲学认识以及自己对生活的理解。广博、幽默而又深刻。”^①

2.4 多版本上榜：《爱因斯坦传》

关于爱因斯坦的传记上榜版本共有 4 种，分别从不同方面诠释了爱因斯坦的一生。同一位人物的四本传记进入前 50 名，是多版本、全面化的科学家传记对当今读者渗透的最好体现。

无论身前还是身后，很多科学家都是毁誉参半和极富争议的人物。科学家的发明研究举世瞩目，他们的思想学说流传广泛，但他们的争议之多也向来为人们瞩目。多版本的科学家传记之所以受到欢迎，正因为其中以多个视角来记叙了科学家人生中戏剧性的转折。读者可以体味到从单独一本传记中无法涉猎到某些作者遗漏的内容。

3 影响公众选择科学家传记的因素

3.1 科学家形象

一位科学家的形象一般由以下方面塑造：

科学贡献、成长背景、本人经历、性格特点、人格特质、科学相关的工作等。科学家形象是影响读者选择科学家传记的首要原因。科学贡献大、有个性、正直理性的科学家形象受到当今读者的喜爱。

科学贡献是科学家良好形象的根基，更是被读者了解和喜爱的最大动因。但凡被中国读者熟知的科学家，必在某一领域中有独一无二且享誉世界的研究成果。在前 50 本的科学家传记中，居里夫人、爱因斯坦等成果卓著的科学家有多版本的传记上榜。

科学家经历和性格特点是形象的重要方面，有个性的传主形象得到当前读者更多的欢迎。前 50 名的传记中，30 本以上的传记都打破了科学家传记固有的模式，即“成长艰辛、研究困难、进而成功”的套路。这些传记通过对科学家言谈举止、群体活动、试验过程的描述，塑造出充满个性、有血有肉的人。这表明，当前读者希望看到有个性的人，而不是千篇一律的科学家。

科学家的人格特质是读者关注的另一个热点。热爱生活、珍视生命、尊重文化、崇尚理性的科学家，符合人们心中传统的科学家形象。在 50 本传记中，有 40 本以上的传主人格特质都符合以上的形象。近年，一些多角度反映科学家的传记出现，如《李约瑟传》表现了李约瑟的怪异和道德弱点，《最后的炼金术士》表现了牛顿与其他科学家争名夺利，《一个无上荣光的女人》则揭露了居里夫人的一段婚外情。但这类传记并未大规模出现在前 50 名中。这说明，这种夹杂科学家人格负面特征的书并未受到太多关注，当前中国读者更易接受科学家正面的形象。

3.2 传记中的科学内容

科学家传记中涉及科学知识内容的情况，是影响读者选购科学家传记的另一个因素。众所周知，一本好的科学家传记，应当通过传主带出某一门科学。《华罗庚传》的作者就通过这本书讲述了半个中国数学史。对于普通读者，尤其是没有接受某一学科专业训练的读者来说，

^①豆瓣网用户 hugan 于 2009 年 10 月 4 日留言。

科学内容的大量出现却成为他们阅读的障碍，这影响到它们对科学家传记的选择。

在前50名传记中，有20本左右的传记内容较为深奥，尽管这些传记很多已经达到故事性强、语言风趣、文笔优美，但是科学家传记的性质决定它必然有科学性较强的特点。因此，这类传记并未受到读者的广泛喜爱。

另外30本左右的传记则代表了在市场经济条件下的科学家传记。为了迎合更多人的口味，此类科学家传记的重心向通俗、普及、追求畅销的方向倾斜，科学内容不会大量出现，难度也降低到大众能够接受的水平。这类科学价值不高的传记在图书市场占有很大的比重，这说明，当前中国读者接受科学内容的能力仍然非常有限。

3.3 群体和媒体影响

读者在选择科学家传记时受到了群体观念和媒体的双重影响，且这种影响的作用较大。

读者选择一本书时会与他所属的整个群体的观念密切相关，且结构的紧密程度越深影响越大，即与读者所属群体成员之间接触和交往的频率和深度有关。在前50本科学家传记中，有20本左右传记的传主曾在人民教育版中学或小学教材的内容中，作为课文讲述或者在阅读材料中提及。学校作为群体，将科学家的影响赋予到学生身上，而学生受此影响，成为科学家传记潜在或者已知的购买者。

媒体则发挥了议程设置功能，将科学家传记提及至大众媒体领域，给读者留下印象，并且不断加深这种印象。在50本传记中，30本以上的科学家传记传主在电影、科学奖颁发、科学节目等位置反复出现。这些传主大都不是以描述的主体而出现，且每次出现的时间不长，但频率很高。读者在多次获得科学家信息之后，在选择科学家传记时必然会有所侧重。

3.4 书籍制作和营销

科学家传记的制作和营销影响着读者对其选择。一本图书产品的实体构成包括图书的内容、体例、开本、封面、装帧、包装等。它们是图书产品价值的物质承担者，也隐存在着适应或影响读者阅读需求、审美情趣和购买行为的因素。

在前50名科学家传记中，所有专辑都用彩

色封面，配以醒目的封面字体，外表装帧上和名人传记相比毫不逊色，这也激发了读者选购这些科学家传记产品的热情。

而科学家传记的营销并未大规模开展，鲜有科学家签名售书、朗读新书的活动出现。本文作者认为原因有二。第一，科学家本人并不热衷于这样的活动。很多科学家认为，自己的天职是科研，对一切和科研无关的事情兴趣不大。第二，科学家传记的读者一直比较分散，目前仍少见诸如科学家粉丝团的组织，为科学家的爱好者定期组织活动。因此，精美的书籍制作和缺乏有效的营销策略也影响到读者选择科学家传记。

4 结语

总结来看，今天中国读者对科学家传记的喜好有向真实化、个性化、多元化、精美化发展的趋势。读者对科学家的形象要求更加生动真实，但缺乏批判性；对科学家传记中科学内容的理解有所进步，但接受程度仍然较低；对传主的选择不仅限于传统的科学家名单，开始朝向更多掩埋在科学史中的优秀人物；对科学家传记的外部要求也越来越高。

可见，读者的品味和科学素养在提高，科学传播者和科学家立传的工作人员则需跟上读者和市场的步伐，着力研究科学内容的普及化和科学家传记的有效营销两大困难，让科学家传记捕获更多读者、创造更大的影响力。

参考文献

- [1] 李娜, 刘兵. 对居里夫人传记在中国传播的初步考察 [J]. 科普研究, 2007(3)
- [2] 杨长安. 影响读者购买行为的诸因素 [J]. 中国出版, 1996(8)
- [3] 姜中珠, 张玉. 图书重印和再版的启示 [J]. 中国出版, 1993(12)
- [4] 杨伟. 2009年上半年我国图书零售市场分析 [R]. 北京开卷分析信息技术有限公司, 2009
- [5] 陈彤旭. 改变性别刻板成见——美国电视中的女科学家形象对女孩的影响 [J]. 国际新闻界, 1998, 增刊
- [6] 梁蔚菁. 试析霍桑作品中的科学家形象 [J]. 牡丹江大学学报, 2009(1)