



随笔周刊



找记者 上壹点

A13-14

齐鲁晚报

2021年4月13日
星期二

思
想
光
华
文
字
魅
力

□美编：陈明丽
□编辑：孔昕



【若有所思】

柔软的小书捧在手

□许志杰

尽管懂不了几句日语,仅靠日语中使用的汉字去费力地揣摩人家表达的大体意思,我还是非常喜欢日本的书店,只要看见书店,一定进去装模作样地翻拉一番。我的意思是,书的内容当然是决定一本书质量的根本,质量为王是永远的标准,但是,如果一本书的装帧、插图、版式,乃至纸张、字号的选择,能够让人眼前一亮,表现出一本书独特的艺术魅力和审美意趣,同样能够引人入胜,让人爱不释手。在日本逛书店,经常被一本书所吸引,拿在手里欣赏多时,其魅力就是来自这本书的装帧,而非看不明白的那些文字表达。日本的书籍装帧有一个很大的特点,就是平装书多,小开本的口袋书多,字数在10万左右的薄书多,素色书多,高大上的彩色绘本少。

他们之所以这样做书,我想应该基于这么几点。一是平装书的成本低于精装书,就会使书价相对更低,让更多的读者买得起书。从阅读的角度讲,平装书更易于翻看,携带也方便,至少没有精装书那么重的分量和硬邦邦的封面。从环保方面说,至少耗材少,消耗资源少,节约资源。二是小开本的口袋书更人性化,比手机大不了多少,更便于读者捧在手里阅读,出门时随便找个口袋或提包就能放得下。三是从现代人阅读的兴趣和内容的高潮分析,一本书的字数容量10万左右最合适,少了有点不过瘾,多了就看累了。过去的人们除了书,没有更多的信息获取渠道和心灵的交流地址,读书成为唯一的乐趣以及知识宝库。而现在,读书只是众多信息、娱乐、交流渠道中的一条管道,那种大部头的、饥饿式的营销方式,不仅不能满足读者的多元需求,反而会使读者常生审美疲劳和情绪的厌倦。10万字不多不少,正好满足一个读者尚能容忍的阅读量。四是尽管装帧、设计、插图、纸张也是衡量一本书不可或缺的条件,但毕竟一本不是以图画为主的书,还是要以内容吸引读者。过于花里胡哨的装帧、插画之类的过度设计,必有喧宾夺主之嫌。而搭配恰当合适的素色,或加少量的彩色点缀,淡雅、内敛、平实、静谧,像潺潺流水的小溪,看上去舒服,势必产生一种与之相伴读下去的淡淡情思。

从日本带回了几本书,当然都是日文的,我看不懂,但是希望自己再出书时能照着这个样子做下来。我们时下摆在书店里的书,有装帧过于奢华、精装书多、平装书少的现象。对于读者来说,最直接的影响就是书价太高了,有一种买不起书的尴尬和无奈。有些不解,为什么图书出版单位对耗资巨大的精装书乐此不疲,仅仅是为了追求书的奢华和高不可攀的外在形制,还是另有所图,或另有苦衷?记得前几年曾经有一位名气不小的知识分子说,现在是读书人买不起书,不读书的有钱人买书装门面,他们助推了书价上涨。书价上涨的板子打在买书人的屁股上,显然有失公正。虽然有些人是为了装门面买装帧奢华的精装书放在家里或办公室的书架上,但也应该看到出版机构借坡上驴、顺势以精装书抬高书价的事实。出版社这样做无可厚非,出书就是为了卖书,在书籍出版的大政方针不出问题的前提下,装帧漂亮、精美,也符合出好书、出精品书的原则。如此,书价势必就高。如今,想到书店买一本简装的书并不容易,买一本小32开或32开的书也不容易,多数是大32开以上的开

本。那么大开本的书,是为方便读者阅读设计的吗?读书人难有这种感觉,至少我没有。我的想法是根据需要确定书的装帧形式,一些贵重的画册,做精做美是可以的;但一般的经常性阅读书籍,就可以装帧得简单些,以平装为主,方便阅读就行了。

日本的出版机构能够以平装书为主要装帧形式,与其全民环保、节约能源的意识分不开。日本是一个资源匮乏的国家,又是一个高度发达的现代化国家,他们把发展和资源保护很好地融为一体,既发展了经济又有效地保护了有限的国家资源。日本最大的发展特点是将科技进步与人们的日常生活结合在一起,在提高经济增长率的同时改变人们的生活方式,提高生活质量,增强人们的环境资源保护意识,而不是把两者割裂开来,发展是一回事,生活又是一回事。比如日本人在卫生间里下的功夫就相当足,手纸薄得如蝉翼,但很有韧性。我们这里多要求使用者将手纸扔入纸篓,而在日本,则告知使用完毕直接扔到马桶里,随便冲走,卫生间内不再放置垃圾桶。再如卫生间的马桶水箱上安装了洗手的水龙头,用过的水直接流进马桶水箱,用于冲洗马桶。这是小事。从大处讲,日本人对于雨水的储存和利用相当到位,除了饮用水,其他一般性用水,几乎清一色来自平日里雨水的收集储存。大阪有一座建于1996年的中央体育馆,大部分建筑主体都在地下,属下沉式体育馆。这样的建筑其实是为了在体育馆的顶部建一个庞大的雨水池子,体育馆里所用的水,全部来自这个雨水池子。日本是一个岛国,但雨水相对丰沛,这样的收水措施,极大地缓解了淡水不足的窘况。至此,我们就不难理解日本为什么书籍的装帧如此简约了,这不仅是一种淡雅、清新的审美方式,更是一种与国共进的节约美德。

过度包装,包括书籍的过度装帧,已经成为一种社会公害和价格连环升高的恶性循环,直接导致的是资源枯竭。据说纸张的价格又涨了,原因是造纸的原材料涨价了。毫无疑问,无论哪个环节涨价,最后接招的一定是流通环节的最后一环——消费者,因为只有他们没办法从中加价。读者只能忍痛割爱,我不买了,行不?当然,我们消费市场上的过度包装不只是书籍,其他消费品的过度包装,似乎已经成为一种久治不愈的社会通病。过度包装产生的是一连串的严重后果,从资源浪费到社会风气、奢华攀比,再到垃圾成堆,往复循环,资源枯竭。日本人在这方面的做法值得借鉴,虽然他们的服务十分到位,对顾客所购买的物件,不论大小、价格高低,都会包装得严丝合缝,但是,除了大件如电器类物品,包装所用材料基本是纸张和袋子,没有大而无当、印刷精美的硬壳纸盒,包括酒类,也多是裸瓶,购买时套上一个结实的纸袋就妥了。

一本书带给读者的除了文字的内容,提升阅读人的审美境界,也是书中之意。说了这么多,我的中心话题还是在书的装帧这个问题上,将不必要的精美装帧改为更加方便读者的平装小开本,拿在手里既轻快又便于携带,读书无负担。装帧精美的大开本书籍,放到书架上的确气派,但书籍出版是用来阅读的,不是摆在书架上显摆的。向日本出版同行学习,让我们的书籍装帧软些、再软些,柔软小书捧在手,便于阅读,这是一个读者或者也可能代表很多读书人向图书出版机构发出的请求。

【读史札记】

身世的神话

□于永军

汉高祖刘邦出身布衣,路人皆知。《史记·高祖本纪》记载:高祖,沛丰邑中阳里人,姓刘氏,字季。父曰太公,母曰刘媪。“太公”“媪”在中国古代均是老翁老婆婆的惯用称谓,平常无奇。但当刘邦坐上龙墩,成了皇帝,昔日的布衣身世竟罩上了奇异的光环。《史记·高祖本纪》紧接着写道:“其先刘媪尝息大泽之陂,梦与神遇。是时雷电晦冥,太公往视,则见蛟龙于其上。已而有身,遂产高祖。”看,由这里刘邦一下子成了龙种。

龙种就要有龙的容颜,于是《史记·高祖本纪》便有了两处描述:一曰“高祖为人,隆准而龙颜,美须髯,左股有七十二黑子”。二曰“常从王媪、武负貰酒,醉卧,武负、王媪见其上常有龙”。

为了进一步强化“真龙”印记,《史记·高祖本纪》又写下了如下神话:秦始皇常感“东南有天子气”,故出游便游巡狩东方,意在镇服东南的天子气,刘邦于是就就对号入座;吕后在山中找寻刘邦,常常一找便得,问何以如此,吕后说刘邦所在的地方,上面经常有云气,依着云气去找,就能找到;刘邦一次醉酒在山路上行走,遇一蛇挡道,拔剑斩蛇继续前行,后行人走到其斩蛇处,见一老妇人在那里哭泣,说是她儿子乃白帝子化为蛇,被赤帝子斩杀了,当人们质疑她时,老妇人却不见了,云云。这些说法,中心思想无非一个:刘邦,真龙天子也!

显然,这些传闻的编织、播撒源头当推刘邦,至少他是乐见其成的。因为故事的指向很明确——都是为刘邦争天下、坐天下服务的,且都有着编造的窗口。先说那“见蛟龙于其上”,这档子事,倘若刘太公不说,刘邦不允说,谁敢造次?再说那“见其上常有龙”,谁能保证王媪、武负不是刘邦请托?至于吕后望云寻夫、老夫人哭白帝之子,更是破

绽多多、不堪卒指。因而记录这些传说的作者司马迁本人也并不尽信,言他撰《史记》只是有闻必录,亦即他记录刘邦之出身,如同写黄帝“教熊黑貔貅羆虎与炎帝战”一样,用的是“网罗天下放失旧闻的方法”。不过,悉心编造也好,刻意传播也好,标的都是在为刘氏家天下制造舆论,故从刘邦以“真龙天子”自居肇始,经过文景之治直到汉武帝登场,“龙子龙孙”一脉赓续均喜闻其编、乐听其传。于是,也就一路绿灯传了下来。

按说,布衣出身上皇帝说来更励志,正应了秦末陈胜、吴广大泽乡起义那句口号:“王侯将相宁有种乎?”然而,此一时彼一时,这话用在刘邦争天下之前可谓圭臬:他嬴政、胡亥可以当皇帝,陈涉、吴广、项羽可以称王,我刘季为何不可?但当其坐上龙墩之后,就成了务必去除的魔咒。个中道理并不复杂:我刘邦一个底层流氓都能拼成皇帝,他人为何不会效仿?这个逆向设问,自然是让冀望刘家天下代代相延的刘邦内心非常惧怕的。于是乎,为刘氏家天下永固计,“真龙天子”的神话便出现并代代相传了。可以说,神话刘邦的身世,既是其争天下、聚人气的需要,也是其坐天下、愚民心的需要。

古语有云:“美物者贵依其本,赞事者宜本事实。”不顾事实,胡编乱造,一时可能会得到某种效应,但假的就是假的,不仅终究靠不住,还会授人以笑柄。刘邦编造其母曾与大蛇交合,本意在表明他乃“正宗龙种”,岂料想到了魏晋一些名士的嘴里,刘邦竟成了“杂种”。同样,传说清太祖一生下来就会说话,主旨大概是为了表明乃“神人”也,可到了老百姓那里,却成了“清妖”,这恐怕是享受神话者和其子孙后代们所始料不及的。故而一些喜欢以“自夸”“子夸”等形式编造传记故事的人,当引以为鉴。神话毕竟是神话,当不得真,更成不了真。