

第六版《十万个为什么》： 品牌的传承与创新

——访李远涛、洪星范

尹传红

李远涛简介

上海世纪出版集团副总裁，上海世纪出版股份有限公司少年儿童出版社原社长兼总编辑，《十万个为什么》第六版出版工作委员会主任。

洪星范简介

上海世纪出版股份有限公司少年儿童出版社副总编辑，《十万个为什么》第六版出版工作委员会副主任。



图1 李远涛

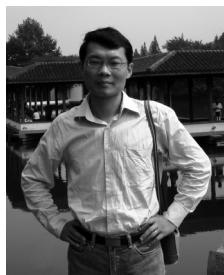


图2 洪星范

她，是新中国几代青少年的科学启蒙读物；她，是全国最具分量和品牌效应的科普图书；她，是提高全民科学素养的重要“补剂”；五十年来，五度新版。销售超亿册，影响几代人。她的名字叫《十万个为什么》。

2013年8月，由全国政协副主席、中国科学技术协会主席韩启德院士担任总主编，一套18卷本、600余万字、7000余幅图片、16开本的全彩色图文本《十万个为什么》第六版隆重上市。新书付梓前夕，上海世纪出版集团副总裁李远涛和少年儿童出版社副总编辑洪星范接受了本刊特邀编辑的采访。

“声势”从来没这么大过

尹传红 刚才看到《十万个为什么》（以

下简称《十万》）第六版数学和古生物两个分卷的清样，真是非常激动、振奋。我没想到，原来以为会是很干巴的数学分卷，也能做得这么精美雅致。毫无疑问，这是《十万》自问世以来内容最丰富、模样最漂亮的一版。

李远涛 坦率地说，我们都激动、振奋过好多次了。自己的“孩子”嘛，自然是越看越喜欢。不过，能够做到现在你看到的这个模样，我们从策划、组织到编纂、印制等多个环节，可是下了一番很大的工夫。在编辑工作的攻坚阶段，少儿社主持工作的周晴总编辑甚至“全社总动员”，才确保了这套书顺利按时出版。不管最终对新版《十万》的评价如何，我们都可以说问心无愧了。

洪星范 我列举几个数字做些补充说明吧。《十万》第六版，我们邀请到110余位两

收稿日期：2013-07-25

作者简介：尹传红，《科技日报》主任编辑，中国科普作家协会常务理事、副秘书长，Email: asimov@126.com。

院院士出任编委会委员，数十位中国第一流的科学家担纲分卷主编和副主编，同时还有一大批科普作家参与编写。作者不计重复的话，有768个。

两年期间，我们总计组织过150余场不同形式、不同规模的编纂研讨会，参与讨论的专家、学者超过1800人次。通过一系列的研讨会，专家们就各分卷的框架结构、问题设置和内容写法迅速达成共识，为编撰工作的顺利开展奠定了坚实的基础。另外，我们还专门建立了一支由20多位专业科普编辑组成的编辑队伍。

这么多院士级的科学家亲自参与到一套科普图书的编纂工作中，在我国科普出版史上是空前的。在《十万》的编纂历史上，“声势”从来也没这么大过。

尹传红 这个“声势”，我从两年前（2011年9月27日）在人民大会堂举行的《十万》第六版启动仪式上，就已经真切地感受到了。记得，韩启德主席在讲话中评价《十万》是一部非凡的出版物：上世纪60年代这部著作掀起了科普阅读的风气，改革的春风又使这部书再次创造辉煌。50年来，她为提高我国全民的科学素养作出了不可替代的重大贡献。

李远涛 《十万》第六版的编纂出版，是在《十万》第一版问世50周年之际全面启动的。消息发布后，社会反响之大出乎我们意料，至少有上百家媒体进行了报道。这让我们深深体会到了人们对《十万》的真感情。2011年10月25日，《十万》编辑团队向中国科学院老科学家科普演讲团发出邀请，希望热心于少儿科普工作的老科学家能为新版《十万》撰稿。两个星期后，演讲团副团长孙万儒教授专门给编辑部回信，表示大约三分之一的团员愿意参加编写工作，涉及天文、航天、环境、新材料、生物技术、探险等各个领域。一些老科学家深情地回忆起自己少年时曾经就是读着《十万》走进了美丽的科学殿堂，所以今天非常愿意加入《十万》的创作，让更多的孩子

感悟科学的美丽。

洪星范 在《十万》第六版老中青三代结合的作者队伍中，新生代科学传播组织科学松鼠会的加盟尤其令人瞩目。在中文科普界拥有广泛影响的三思科学论坛、中国恐龙网、牧夫天文论坛等团体，也积极响应新《十万》的邀请加入到创作队伍中来。科学松鼠会有大约50名“松鼠”参与，其中不少“松鼠”是受到《十万》的影响才走上科研道路的。科学松鼠会创始人、复旦大学神经生物学博士姬十三也亲自参与了《大脑与认知》分卷的组织工作。当时正在加拿大做博士后的王一博士说：“接到这个邀请感觉特别激动，因为《十万》是我小时候最爱看的书。所以我很希望有机会为新《十万》做点事情。”

参与《十万》第六版创作的“松鼠”、“三思人”大多具有博士学位，涉及生物、物理、心理、古生物、天文等各个领域。他们当中的许多人已担任副教授，工作在科研第一线，平均年龄不超过40岁。他们热心于科普事业，有着丰富的科普经验。青年科普团体的加盟，无疑有助于这套久负盛名的科普经典焕发新的生命力。

尹传红 我想也不必讳言，在《十万》第六版启动之时，社会上就有议论说：维基百科已无所不包，百度“知道”有问必答，微博中弹指间问答互动……在今天这样一个数字媒体大众化和阅读快餐化的新环境下，我们还需要纸质本《十万》来答疑解惑吗？

李远涛 的确，自《十万》第六版启动以来，我们没少碰到这样的疑问。事实上，近些年来，随着网络越来越普及，成为一种获取知识、信息的高效手段后，出版界也一直面对类似的疑问和挑战。国际出版界目前有一个共识：在互联网的挑战面前，纸质书的地位会发生变化，但读者对纸质书的需求不会消亡，它依然会在图书馆、在读者的家中存在。

不过，作为一种重要的传播手段，互联网对纸质书提出了挑战，纸质书必须适应这种变化。在这方面，《十万》第六版做了许多积极

的努力和尝试，特别是对传统读物与新技术相结合的探索，颇有成效，而且一如既往，极其注重知识的权威性、前沿性和准确性。这是目前的网络问答所无法比拟的。

洪星范 《十万》走红固然有其时代背景的因素，但也不可否认，它能成为一套传承科学、引领青少年成长并且经久不衰的国宝级图书，在科学内涵、写作手法、编纂方式等方面，是有其独到之处的。借用科学松鼠会成员、《十万》第六版的作者之一云无心的话说，网络搜索虽然可以得到答案，但给不了孩子们解决问题的思路和逻辑。而这实际上是《十万》所要给予孩子们的更重要的东西。

此外，网络上搜到的答案良莠不齐，正确答案散布在各种不靠谱的信息中。家长和孩子大多没有能力去分辨哪些信息是正确的，哪些信息是不可靠的。这样的一套书，需要依靠作者专业背景和编者资质来作为“靠谱保证”。再则，可读性对信息的传播影响很大，对孩子来说尤其如此。这套书对于作者的选择，不仅仅是看知识背景，还要求具有一定的文字能力，这对于提升孩子们的接受程度也很重要。

构建开放性的体系架构

尹传红 《十万》第六版宣称将以全新的“为什么”、全新的体系、全新的内容、全新的样式，以及数字化时代全新的技术传播手段，多媒体地再现《十万》每一版都曾有过辉煌，以掀起中国科普出版和科学普及的又一个高潮。你们何以如此自信？

李远涛 首先当然是源于品牌自信。

在我国，至今还没有一套科普读物能像《十万》那样经得起如此长时间的检验，并产生了如此巨大的社会影响。作为新中国几代青少年的科学启蒙读物，《十万》已经成为中国原创科普图书的第一品牌。1998年，《十万》荣获国家科技进步二等奖，随后，在新中国成立50周年之际被读者推选为“感动共和国的50本书”中的一种。2008年，《十万》（新世纪

版）又被授予首届“中国出版政府奖”图书奖。

其次，我们也深刻认识到问题和挑战，以及我们所要秉持的应对之道。

不能不承认，诞生于20世纪90年代的《十万》新世纪版（即第五版），如今在科学知识的广度和深度上已无法满足读者的需要，在形式上也已落后于当前少儿图书出版的潮流了。更重要的是，当前我国正在努力建设创新型国家，这对我国的科普出版提出了更高的目标，而国务院颁布的《全民科学素质行动计划纲要》又对提升青少年的科学素养提出了明确的任务，这些都要求我们努力提供大批既符合现代青少年需求又适应中国国情的原创科普出版物。因此，编纂出版全新的《十万》第六版可谓恰逢其时。

洪星范 的确，时代在变，知识背景在变，读者的口味也在变，自然不能靠吃老本、打感情牌来“经营”《十万》了。少年儿童出版社着眼于推出新版的考虑，自2008年以来，先后就青少年对《十万》的阅读需求，对上海多所中小学的学生进行了数千份问卷访问。

2011年，我们又开展了“十万少年儿童问十万个为什么”活动，同时开通了微博和博客。通过对所收集的数万份问卷的分析，我们发现，孩子们所提出的大量问题，都是全新且未得到很好解答的问题。这给新版《十万》预留了很大的回答新问题、提供新内容的空间。在内容上，《十万》第六版相较前五版而言，80%以上都是全新的“为什么”，即便是保留下来的少数重要的不可或缺的问题，也都是或请原作者改写，或请科学家重写。

尹传红 我是读着“文革”版（第三版）《十万》长大的，所以我很想知道，《十万》第六版在定位上与前五版有什么不同？

李远涛 前五版的定位，以知识传播和传承为主要功能，而《十万》第六版则在传播知识的同时，更注重科学精神、科学素养的传播与培养，对“为什么”的回答，是开放式、探索式的。也就是说，在概述各类科学技术知识的同时，努力构建多元的开放性的体系架构；

在有效回答“为什么”的基础上，让青少年知道每个问题的解答都可能有多条不同的路径，以引导和启发他们深入思考更多的“为什么”，积极探索新的未知的科学世界。

以“人为什么要喝水”为例，这个问题在第一版就已经出现了。以往几版都从单一角度进行解答。实际上，解答这个问题的角度很多，生理学、病理学、运动学等方面都可以涉及。在新版中，我们通常是汇集几家观点，使这个问题的答案更开放、更多元。甚至，在新版中，我们还会给出一些目前没有既定答案的问题，以引发读者作更进一步的探索、思考。我认为，与其告诉读者“死知识”，不如告诉他们对这一问题的若干种不同看法或倾向。这才是一种开放的新思维。

洪星范 科普方面的这些新探索，在《十万》第六版的编纂过程中得到了很好的体现。这主要是我们的科学家编委和主编们发挥了有效的主导作用。如《大脑与认知》分卷主编杨雄里院士提出，现在的青少年有什么不了解就“百度”一下，这对我们编写新版《十万》是个挑战。我们要跟网络上的问答不同，就是怎么能提出一些很好的有创见的问题，同时回答也能够有创意。



图3 《十万个为什么》第六版《大脑与认知》分卷页面

而编委陈佳洱院士认为，创新型人才一定是以不断学习开拓、不断问“为什么”为其特征的。一个人是否能够成为这样的创新型人才，与其从小得到的熏陶有关。这种熏陶，首先是学习科学的兴趣，就是在平凡的现象中发现问题，问出“为什么会这样”。其次是科学思维的方式，就是问“为什么是这个答案而不

是那个答案”。最后是科学发展的概念，也就是“未来可能有更正确的答案”。这样的科学传播，就不仅仅是死的知识，而是活的精神。

尹传红 其他方面具体还有哪些考虑呢？

李远涛 对于如何在新的历史时期，开展《十万》第六版的编纂和出版工作，韩启德总主编在启动仪式上提出，希望《十万》第六版在内容上要结合当代中国教育实际，广泛联系青少年的阅读需求，摆脱过分的学科限制，跟上科学技术的发展进程。在立意上要高度重视满足读者的兴趣和好奇心，提升青少年的科学素养，塑造科学的魅力。在形式上除了采用图文并茂的彩色图文本，还要考虑加入动漫等现代青少年喜闻乐见的形式，大力利用微博、网络等媒体手段，提高读者的参与性和互动性。2012年4月，韩启德总主编再次听取了我们的工作汇报，要求我们在做好《十万》第六版编纂工作的同时，重点思考以下几个问题：（1）如何将《十万》第六版与我国中小学的科学教育相结合；（2）如何将《十万》第六版中的知识点与各地科技馆中的科技展品联系起来；（3）如何利用网络建立“十万个为什么”的搜索引擎，方便读者查阅。

我觉得，韩启德总主编是站在未来发展和国家层面，着眼于公民科学素质提高与创新型国家建设，来参与《十万》第六版的工作并作通盘考虑，其立意是很高的。此前他还曾强调，参与《十万》第六版编纂工作的科学家，承担着努力提高全民族科学素养的神圣责任，要有创新的勇气和智慧，充分维护好《十万》这一我国已经树立起来的科普品牌，打造一部新形势下的图书精品。毫无疑问，《十万》这一科普品牌的树立，与“大科学家写小文章”编纂机制的建立密不可分，它可以从根本上确保《十万》的权威性和科学性。《十万》第六版编纂工作启动以后，更是得到了全国科技界和教育界的大力支持。这是我们的幸运和福气。

洪星范 这一出版工程在启动之后，即被列为上海市和上海世纪出版集团的“十二五”

重大出版项目，后经上报国家新闻出版总署，并经过严格论证，《十万》第六版又被列为“十二五”国家重点图书出版项目，《十万》第六版精装本还获得了2013年度国家出版基金的资助。

除国家出版基金以外，《十万》第六版先后还获得了上海市新闻出版专项资金和上海市科普图书创作出版基金的资助。当然，这些资助与整个项目预计投入的约1500万元的巨额资金相比，尚存在很大缺口。

编纂过程中科普理念的转变

尹传红 《十万》这个好牌子的立身之本或者“根”，就在“为什么”这个关键词上。从某种意义上讲，提出“为什么”往往要比回答“为什么”重要。

李远涛 是的，科学探索没有尽头，我们知道的或许远比不知道的要少。很多问题穷追到最后，可能就是哲学问题。《十万》第六版不仅在形式上努力去适应当代青少年的阅读需求，首次推出彩色图文版，而且，在内容上也具有鲜明的时代特色——从基础、前沿、关键、战略四个方面来组织问题和编写稿件，重点关注科技发展的前沿和当代青少年关心的热点问题。书中大量的“为什么”，是通过各种形式向全国少年儿童征集来的，我们力求将当前孩子们最关心、最爱问的问题介绍给他们。

洪星范 《十万》第六版的编纂过程，也是我们的科普理念转变的过程。以往我们老是担心落下什么知识点，就跟对待学校里的学习一样。通过广泛地交流，我们认识到，那些知识点其实未必有多重要，能够激发起孩子们的兴趣和好奇心，才真正重要。这就需要有“到位”的问题去引导。

尹传红 前面提到你们在校园里做过提问调查，学生们通常都爱问些什么问题呢？

洪星范 随着时代的变迁，孩子们提出的“为什么”也在更新换代，他们思考问题的方式和对世界的关注视角已经发生了很大的变

化，而他们生活的时代环境又影响着他们的提问方式及提问的内容。比如：“为什么乘坐高铁时听不到以往坐火车时的‘咔哒咔哒’声？”

他们提出的问题有许多共性，也有许多个性。例如，他们都对于无限远问题以及人类本身极感兴趣，提问方式也不乏童趣，比如：“天上有多少星星？”“恐龙是怎么灭绝的？”“人是从哪里来的？”“为什么人会死？”“为什么宝宝都是妈妈生的？”

有些问题有鲜明的时代特色，孩子们用自己的眼睛观察着飞速变化的世界，食品安全、世界末日也成为他们提问的重要方面。比如：“为什么要给小猪加瘦肉精？”“2012真的是世界末日吗？”“为什么天上的星星好像越来越少了？”“吸烟有害健康，为什么还要生产香烟？”

李远涛 正因如此，《十万》第六版的编纂更加注重思考过程，提倡科学精神，引导创造探索，关注科学与人文、科学与社会的关系。具体而言，它通过设置“微问题”、“微博士”、“实验场”、“科学人”、“关键词”等小栏目，来激发青少年读者的好奇心和探究心理。

尹传红 在我的印象中，过去的《十万》，是以数、理、化、生这样的条块划分来介绍科学知识的，除问答形式外，跟教科书似乎没有太大的差别。不知《十万》第六版这方面的变化大不大？

李远涛 全书的板块结构已经有了很大的变化。《十万》第六版在总结前五版成功经验，并广泛征求各方面意见的基础上，综合考虑时代的发展和青少年读者的实际需要，将全书分为三大板块共18个分卷。基础板块包括数学、物理、化学、天文、地球、生命，是传统六大基础学科；专题板块包括动物、植物、古生物、医学、建筑与交通、电子与信息，是由基础学科衍生出来的重点传统学科；热点板块包括大脑与认知、海洋、能源与环境、航天与航空、武器与国防、灾难与防护，是近些年发展特别迅速、引起社会广泛关注的热点领域。



图4 《十万个为什么》第六版《古生物》分卷页面

洪星范 在编纂每一分卷的过程中，我们就根据这个学科或专题的内容，充分考虑知识体系的完整性和科学发展的前瞻性，问题的设计和分布尽量与学科或专题的内在结构相吻合，从而使每一分卷都成为具有完整的内在知识体系的读物。现代科学技术发展的一大特点是学科之间的交叉融合，相信小读者们在阅读过程中会在不同的分卷中发现一些共性的问题。

尹传红 《十万》第六版在编纂过程中，如何处理存疑、不确定或者说有争议的问题？

洪星范 类似这样的一些问题，还真遇到过不少。比如对于中医，我们的态度是，肯定其已被科学证实了的一面，慎重看待存疑的一面，争议较大的就不作专门介绍了。我们认为，中医是治疗疾病的一个探索过程，现代医学也是如此。

再如，对于地球上水的来源，就是一个还没有定论的问题。作者是中国科学院“百人计划”和中组部“青年千人计划”的年轻教授，仅几百字的一篇小文章，就查阅了数十篇最新文献，确定当前科学界主要有岩浆海冷却时释放水、岩浆排放的挥发性气体凝聚产生水、含水彗星带来水等多种假说。他把这些可能的结论同时列出，是想向读者表明，科学是不断探索并不断完善的科学。还有，关于青藏高原隆起的时代和幅度，原稿只是介绍了多种观点中的一种，《地球》分卷主编刘嘉麒院士审阅时觉得不妥，指出不要当作成熟的科学结论来渲染，坦承这是学界尚未定论的问题。

李远涛 今年5月31日我们向韩启德总主编汇报工作时，他特别跟我们谈到，科学是允许犯错误的，没有错不算科学。对此我们要有包容心，这样才会有探索性、创新性。我觉得，如果我们连中医都不能容忍，创新又从何谈起？在科学发展史上，每一个重大进展都是在不断试错过程中取得的，很多经典的案例还证明，这种进展甚至是在曲折反复中实现的，比如地球板块理论，就是在反反复复中才得到比较广泛认同的。

打造全媒体科普产业链

尹传红 我查询过《十万》这个科普品牌的来历。人们知道，那也是早期苏联的一部科普著作的名字。伊林那本只有区区5万字的《十万个为什么》初版于1929年，我国老一辈科普作家大多读过，且深受其益。类同于“飞流直下三千尺”，这“十万个”也并非实数，在俄语中它用以形容数量之多。伊林拿来作书名，是指还可以对日常生活中的许多事物提出饶有兴味的问题，进行有启发性的解释。但这也并非伊林原创，它最初出现在英国作家、1907年诺贝尔文学奖获得者约瑟夫·鲁德亚德·吉卜林的一句诗中：“五千个在哪里？七千个怎么办？十万个为什么？”

洪星范 著名作家叶永烈是看着《十万》“出生”、“长大”的一位科普界前辈，也是《十万》第一版最年轻并且写得最多的一个作者。他在2000年时曾经请少年儿童出版社当年负责编辑《十万》的第三编辑室主任王国忠回忆《十万》的编辑经过，据王老回忆：

1958年“大跃进”时，少年儿童出版社出书的数量也跟着“大跃进”，比往年增加了许多，但质量同时也大幅度下降。这样，在1959年迎接十周年国庆时，社里竟然拿不出像样的书来。于是，出版社决心吸取“大跃进”的教训，出点有质量的书。编辑们在学校里进行调查，发现学生们爱问“为什么”。

由此，他们从1959年年底开始，便准备

着手编一套问答式的大型自然科学丛书。当时,为了给这套书取一个响亮的名字,编辑们想出了20多个书名,写在第三编辑室的黑板上。最后,大家不约而同选中了《十万个为什么》这个名字。这是借用了伊林科普作品《十万个为什么》的名字,也受《科学画报》“为什么”专栏的启发。

李远涛 前辈们的努力和探索奠定了《十万》的基石,也交给我们一把开启智慧人生的科学金钥匙。今天,应该说,《十万》已不仅仅属于少年儿童出版社。对这一科普品牌的传承与创新,是新时期中国科学家和科普作家崇高的使命与追求。自第一版问世以来,《十万》每一次推出新版都是全国性的大事件,都是一次科普工程。《十万》第六版也不例外。不同的是,《十万》第六版纸质书只是整个工程的一个阶段性产物。在互联网时代,我们的目标是,以网络手段为依托,将《十万》打造成—个开放、互动的知识体系。

尹传红 按照计划,《十万》第六版将于2013年8月面世。编纂工作以外,你们还有什么“大动作”?

洪星范 实际上在编撰期间,我们就根据需要,和一些强势媒体合作了一些节目,以便为未来的宣传营销打下基础。2012年春节期间,我们和中央电视台“科教频道”联合录制了《十万个为什么——出“棋”制胜》特别节目,分13集播出,节目效果非常好。

2012年暑假,为落实韩启德总主编关于“打造一条以《十万个为什么》为主题的科普产业链”的相关指示精神,以小学高年级学生为主要读者对象的《十万个为什么》杂志正式创刊,受到热烈欢迎,订阅数量迅速攀升。

除此之外,我们还在2012年5月与百度网合作,拿出《十万》第六版中的108个问题,向全社会“征集答案”。百度网有近60万网友参与活动,为我们提供了几万条答案。只可惜由于科学性、可读性方面的原因,真正被收入新版《十万》的答案非常有限。另外,我们还计划筹备一系列的“大科学家进课堂”活动,

邀请《十万》的作者走进课堂,普及科学知识。

李远涛 要复制过去《十万》的辉煌,是不现实的,毕竟全中国人都读一本书的时代已经过去了。但我们至少不能让“十万个为什么”这个少儿社的金字招牌继续沉睡下去。为此,我们已规划好立体的产品线体系,将“打造全媒体科普产业链”作为未来的发展方向。就图书这一块来说,除了18个分卷的精装本和平装本,已经列入计划的还有精选本、黑白普及本。目前正在规划中的系列产品还包括:人文版《十万》、低幼版《十万》,以及其他一些专题性质的《十万》,力争在几年时间内,打造一个由上百个品种构成的《十万个为什么》产品群,从根本上确立少儿社这一不可动摇的品牌地位。

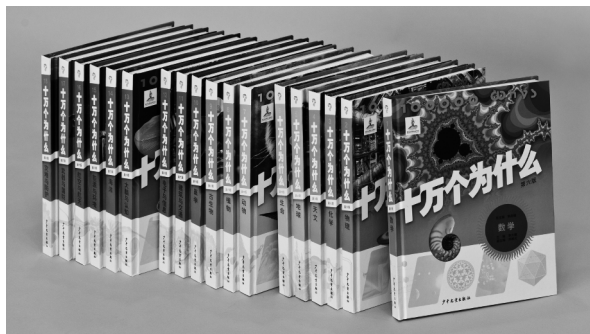


图5 《十万个为什么》第六版

在数字出版领域,我们首先建立了《十万》的微博和博客,已发展成编辑、读者和作者交流的重要平台。另外,《十万》的官方网站经过规划设计,也于2012年4月上线。我们的目标是,通过网站打造一个面向青少年的“互动知识平台”,并为未来的手机阅读、阅读器下载,甚至电子书包的应用打下基础。

与此同时,作为第六版《十万个为什么》衍生产品的移动互联产品、动漫产品和游戏产品的开发,也已列入议事日程,并与中国移动等公司进行了多轮洽谈。随着这些工作的深入开展,一条以“十万个为什么”为主题的全媒体科普产业链已初见雏形。总之,就是要藉此集合更多的力量,探索中国科普观念、手段、形式的新方向和新途径。

(责任编辑 谢小军)