

一本把元素讲活了的书 ——《视觉之旅：神奇的化学元素》策划手记

韦 毅

(人民邮电出版社科普出版分社, 北京 100164)

[摘 要] 本文介绍了荣获第二届“中国科普作家协会优秀科普作品奖”的引进版图书《视觉之旅：神奇的化学元素》的整个策划过程，讲述了这本优秀科普作品的独到之处，并剖析了其畅销的原因，展示了图书出版后的营销与推广工作，以及与读者受众的互动活动。本书从一个科普工作者的角度，思考和总结了在策划此类科普图书的过程中所受到的启示。

[关键词] 化学元素 科普图书 科学普及

[中图分类号] O611

[文献标识码] A

[文章编号] 1673-8357 (2014) 06-0090-05

Introducing Elements in A Lively and Interesting Style: The Planning Notes of A Translation Book

Wei Yi

(Popular Science Publishing Division of Posts & Telecommunications Press, Beijing 100164)

Abstract: This paper introduces the whole making process of the translation book with the title *The Elements: A Visual Exploration of Every Known Atom in the Universe*, which won the second session of the “Excellence Award of China Science Writers’ Association”. This paper tells us what is new and original in this book, analyses the reason why this book is so popular, and shows not only the marketing and promotion work of it, but also the interactive activities with the readers. In the perspective of a science communicator, the Acquisition Editor who is in charge of this book, this paper considers and summarizes the revelation during the making process of this excellent popular science book.

Keywords: Elements; Popular Science book; Science Popularization

CLC Numbers: N4 **Document Code:** A **Article ID:** 1673-8357 (2014) 06-0090-05

我社引进的《视觉之旅：神奇的化学元素》自 2011 年 2 月出版以来，重印十余次，不仅屡屡占据各大网店科普类图书销售排行

榜前列，还很荣幸地获得了包括 2012 年第二届“中国科普作家协会优秀科普作品奖”和 2013 年度全国优秀科普作品在内的十大奖项。

收稿日期：2014-10-22

作者简介：韦 毅，人民邮电出版社科普出版分社高级策划编辑，副编审，中国科普作家协会会员。编辑策划的科普图书有《疯狂科学》（2013 年新闻出版广电总局向全国青少年推荐的百种优秀图书，2011 年全国优秀科普作品，2011 年度第十一届引进版优秀图书）、《驾着太阳去追风——22 个超级有趣的科学小实验》（2012 年全国优秀科普作品）等，Email: weiyi@ptpress.com.cn。

以下就介绍一下这本书的整个策划过程。

缘起：一场意外的邂逅

如今再次翻开这本书，我依然觉得这是我读过的最美、最酷的化学书。最初结缘，是2009年在北京国际图书博览会上。一个络腮胡子的彪形大汉于掌中把玩着一团炫目的火焰，赫然于书架展示的封面之上，像是在向我招手，其上还显眼地告诉我，这是一本关于Mad Science（疯狂科学）的书，他玩的是“你也可以做，但是最好别在家做的实验”。我忍不住伸出手去，翻开一看，哇！里面惊人、炫目的化学实验，色彩斑斓，编排得就像一本摄影作品集那么美，那么艺术！

可以说，这真是一场缘分。多有趣的一本科普图书，让人欲罢不能，舍不得放下！这么酷的化学书从来就没有在我那段枯燥又苦闷、满眼都是习题的学生生涯中出现过！于是，我思前想后，三度光顾版权代理小小而又毫不起眼的展台，最终将其带了回来。

引进：严谨调研后的果断决策

通过前期的调研，我发现前面提到的封面上这位疯狂的科学家西奥多·格雷，还有一本新作 *The Elements: A Visual Exploration of Every Known Atom in the Universe*，也就是我们这本《视觉之旅：神奇的化学元素》的英文原版书。这本书当时销售态势很不错，是美国亚马逊畅销书，在化学类和科普类图书中排行前列，版权已经销售到了若干个国家和地区（目前已经销售到了23个国家和地区），其中包括亚洲地区的日本。待我调来样书，才真正感觉到震惊。这是一本怎样的图书呢？翻开来，118个元素，每个元素占一个对页，左页是一张与元素有关的唯美大图；右页则以文字为主，讲述元素的故事，配有数张小图，展示这个世界上元素的各种相关实物；而在右栏则特别设计，不仅展示出该元素在元素周期表中的位置，还

有元素的原子量、密度、半径和晶体结构等信息。整体设计上，既有内容，也有绚丽大图，布局巧妙，信息完备。最具特色的就是其浓黑的底色上让人叹为观止的图片，真让人难以想象这是一本科普图书。

然而，对于这样一本看起来极具观赏性的科普图书，国内的读者又会有怎样的看法呢？喜不喜欢这样的风格呢？我们的化学书上都是方程式，因为考试会涉及，而这本书里一个方程式都没有，化学书怎么能没有方程式呢？而且，对于一本只讲元素的图书，大家到底能不能接受呢？

我们对此进行了分析：化学是什么？基础学科、应用科学，在社会生活和生产中发挥着重要作用。元素是什么？化学的基础，构成我们所在世界的物质基础。学习化学就要从基本的化学元素开始。每一位上过中学的人都学过化学，但不少人不喜欢甚至很讨厌它。一堆堆的符号、公式、计算，让它毫无生气，学起来枯燥乏味，自然也有人敬而远之。而这本书里却看不到一个化学方程式，有的只是有趣的元素故事，元素不再是课本上的化学符号，是实实在在的物体，生活里常见或不常见的东西，用作者的话说，“无论你的脚趾头踢到了什么，我都能在元素周期表中把它指出来。”在内容上，本书不但有元素的介绍，还有元素的命名、元素背后的故事、人类探究与利用元素的智慧，等等。很难想象一本书包罗这么多内容，而且还条理分明、重点突出。

从作者的背景来看，西奥多·格雷相当有意思。他的身份很复杂，乔布斯的好朋友，计算机软件公司 Wolfram Research 的创建人，美国《大众科学》杂志专栏作者，美国探索频道的嘉宾。他曾经花了6个月时间，选木材、做手工，做出了一张元素周期表桌子！2002年，搞笑诺贝尔奖委员会还为此把当年的化学奖颁给了他。就是这样一个工作在与化学相去甚远的领域的狂热的化学爱好者，花了7年的时间，收集各种化学元素的样品，创办关于元素

周期表的网站，做各种疯狂的实验，推出各种新颖的衍生产品，依据积累创作出了这样一本书。

最后的结论是，这本书熠熠生辉，极具活力，无论是编排设计，还是内容，都极具独创性，而且其图片是专门请摄影师拍摄制作的，很难有能与之相比的同类书。更为重要的是我们想把作者这种对化学的热爱之情和对科学的态度传达给国内的读者们，让他们知道，化学并不只是书本上枯燥的方程式，而是多么有趣的生活的一部分。因此我们果断决定要引进这本书。版权交易的过程并不那么顺利，原出版社没有与我社合作过，而且国内还有其他出版社对此书也很感兴趣。我们团队合作，确定两本图书一并签下，并经过多次快捷有效的沟通，尽快拿出了后续营销方案。我们的诚意打动了原出版社，最终在竞价过程中胜出。

翻译与制作：符合读者的需求

合同签署后，我们多方寻找合适的译者，最终找到了曾任中国化学会理事、中国科学院上海有机化学研究所研究员陈耀全老师，他又向我们推荐了该研究所的博士研究生、上海东华大学副教授陈沛然老师作为本书的译者，而后他本人仔细阅读了全部译稿并提出了宝贵的修改意见。如上所述，这本书内容包罗万象，不仅有化学的基本知识，元素的用途，还有很多元素背后的故事，包括它们从何而来，有什么用途，是什么使得每种元素那么有趣，以及作者收藏元素过程中的有意思的经历，而且作者的写作风格比较简约、活泼，翻译起来很有难度，不仅要保留原作者的语言风格，还要符合中文的习惯，让国内读者没有阅读障碍，又要兼具严谨性和趣味性。在此期间，编辑与译者多次沟通，对文稿进行了反复的讨论和修改，还为本书中提及的化学史上知名的科学家等做了简要但却必要的注释。后来本书获得了2012年第六届吴大猷科学普及著作奖翻译类佳作奖，可以说跟这些工作不无关系。

这本书的原版书是12开的精装方开本，大气又精美，但是比较厚重。如果我们按照原版书的尺寸来做中文翻译版，那么成本会比较高，图书也势必昂贵，而且阅读起来不是那么方便，读者的接受度恐怕会降低，“普及”的效果也会大打折扣。经过与印制部门的多次沟通和成本测算，我们决定采用大20开，做简装书，但是保留原书的布局，定价控制在60元这样一个大多数读者都承担得起的价格上。事实证明，这样的举措是正确的。

营销与推广：策略的及时调整

图书出版之后，我们专门举办了相关的讲座，请重点中学的化学老师介绍这本书的相关内容，并在讲座现场做了有趣的化学小实验。报名参加的大多数是中学生和他们的家长。最让我们感到吃惊的是，最小的一名观众只有4岁多，他能说出不少化学元素的名称。他非常喜欢我们这本书，爱不释手，他还说他以后长大了要学习化学。还有一个7岁的小学生，还认不全书里的字，让妈妈读给他听，居然发现了书中的编排错误，给我们来信纠正。这个系列不是亲子读物，虽然文字和内容是通俗易懂的，但如果没有引起读者的兴趣，是不会有这个年龄的孩子来这样仔细地阅读的。作者也在书中说道，他并没有料到这本书会如此受欢迎，并且大人小孩都喜欢（小孩子的喜欢让他尤其意外）。

很快，在2011年的国际读书日上，北京电视台专门推荐了这本书，“说到化学你可能感到枯燥乏味，会想起中学背元素周期表和化学方程式那会儿的艰难与无奈。如果当时你能得到这么一本书，或许就会对那些抽象的化学元素产生不一样的兴趣和认识了。”我们也在当当、亚马逊中国以及京东三大网站上留下的诸多评论中发现，不少读者都是文科背景，他们有人表示，如果当年读过这样一本书，可能文理分科的时候会作出不一样的选择。这些与我们之前的设想有不小的出入，我们最初也没

有料到这本书会引起这么多的关注。

于是我们开始注重本书在实体书店的重点陈列、海报宣传；同时在网店上也做了重点推荐，展示书中精美绝伦的大图。很快这本书就开始攀爬上各大网站科普类图书的排行榜，有数据分析，当当网的忠诚客户中，很大一部分是为人父母者，这本书非常适合他们为自己的孩子选作课外读物。于是我们将同时引进的图书《疯狂图书》与本书做了套装，在当当网捆绑销售，效果非常好。

接下来这本书引起了越来越多的关注，也获得了诸多的奖项。首先是在由中国科协指导，中国图书馆学会、中国化学学会、中国科普作家协会联合推出的 2011 国际化学年“读书知化学”活动中，本书名列入选的 16 本图书之一，并在“国际化学年”的网站上得到了大力的推荐与展示。之后，本书又陆续入选新闻出版总署“2011 年度大众喜爱的 50 种图书”，《科技生活周刊》“2011 年度十大科普图书”，2011 年度第十一届引进版优秀图书，中国书刊发行业协会“2011 年度全行业优秀畅销品种”，2012 年新闻出版总署向全国青少年推荐的百种优秀图书，2012 年第七届文津图书奖推荐图书，2012 年第二届“中国科普作家协会优秀科普作品奖”以及 2013 年度全国优秀科普作品。这些奖项对扩大此书的影响起到了很大的作用。

在后续的营销上，我们延续在网店做套装书营销的策略，适时推出了赠品——4 开的元素周期表海报版，也受到了大家的欢迎。然后，我们对这本书进行了各种形式的扩展。本书的数字版权掌握在作者手上，他本人拥有一家专门做电子版图书开发的出版社，于是我们也把握机会，与他合作，于 2012 年年底推出了这本书的中文简体字 iPad 版。之后，2013 年上半年我们推出了此书的 12 开精装版，以满足收藏者的需求；在暑期还特别推出了此书的配套彩图卡片版，将图书的主要内容浓缩在 128 张精美的卡片上，一面是元素绚丽的实物图，另一面是元素的基本特性和相关知识。在设计上还特

别将熔沸点、密度和电子排布在三边以图形的形式示出，如果按照特定顺序将卡片叠起来，向左、向右或是向上滑动卡片，图表形式的元素特性条，密度、熔沸点和电子结构在元素之间发生的变化就一目了然了，从而将此书从简单的平面阅读的方式，扩展为适宜自学、教学、研究、鉴赏、收藏甚至游戏的各种形式。

思考：做活科普

这本书是我们目前为止推出的最畅销、最受好评的科普图书，可以说经济效益和社会效益兼收。我常常在想这本书为什么会这么受欢迎。究其原因，其一，丰富的图片带来了视觉冲击，形式有新意，装帧设计很有美感。其二，书的内容有独创性，与我们惯用的课本实在大相径庭，用元素收藏这样新颖的方式把有关元素的知识重新串联起来，展现的知识更具可读性，更让人容易理解和记住。最后，也是特别重要的一点，它一改科学读物严肃的面貌，糅入了作者对化学的爱好、思考，以及他收藏元素样品的故事，还有他各种新奇的做法，这些生活色彩和个人色彩更容易给人以感染力，让原本冷冰冰的化学知识变得真诚、热烈而又有情趣，让读书的人不由得产生对化学乃至科学的兴趣。

本文的标题，我借用的是中国科协常委、中国科协科技与人文专业委员会主任张开逊在 2011 年“国际化学年”活动中对此书的评价——“这是一本把元素讲活了的书”。这本书也是我在从专业技术类图书领域转型进入科普图书出版领域的过程中，遇到的最重要的一本科普图书，让我对科普图书的策划有了进一步的认识。

此书出版之前，我们专门请作者为中文简体字版写了序言，他写道“如果在认识的人当中有人觉得科学或化学是令人讨厌的，是一些枯燥无味的东西，你可以试着把这本书送给他。仅那些照片也会使他相信有些东西确实值

（下转第 81 页）

得看一下，他也许最终会写信给我，说他已经尝到了通过科学了解这个世界的滋味，并且如何热切地希望知道得更多。”这给了我很大的启示，科普图书怎样做才能让更多人接受和愿意去接受，这也是我们在策划科普图书的过程中常常思考的问题。做科普图书，乃至科普事业，就要把科学知识做活了，在传播科学知识的同时，用当下大众喜闻乐见的语言和形式，吊起读者的胃口，让大家产生进一步了解

科学的欲望，给人以启发。我想这就是我的目标，从这本把元素讲活了的书开始，今后要做更多把科学讲活了的科普好书。

参考文献

- [1] Theodore Gray. 视觉之旅：神奇的化学元素（彩色典藏版）[M]. 陈沛然，译. 北京：人民邮电出版社，2011.

（编辑 马海艳）