

# 试论《康健世界》的办刊特色\*

陶贤都 童声杨

湖南大学新闻传播与影视艺术学院科技新闻与传播研究所,410082,长沙

**摘要** 《康健世界》是1935年由李尊权等在上海创办,传播健康知识和健康理念的科普刊物。它具有以下办刊特色:栏目多样,题材丰富;科学性和趣味性并重;注重互动和反馈;以社会效益为主,兼顾经济效益。《康健世界》对提升近代民众的健康意识、推动健康生活方式和推广西医的应用都产生了影响,为中国近代的科普事业和健康传播作出了积极贡献。

**关键词** 《康健世界》;健康传播;办刊特色

**Characteristics of *Healthy World*** // TAO Xiandu, TONG Shengyang

**Abstract** *Healthy World*, launched by Li Zunquan in Shanghai in 1935, was a scientific periodical for the purposes of disseminating knowledge and notions about health. *Healthy World* has columns and contents of various kinds. Both science and fun of articles are emphasized and much attention is paid to enhance the communication with readers. While attaching more importance to the social profits, this periodical has also gained economic rewards. *Healthy World* has positive impacts in arousing public awareness of health and promoting healthy lifestyles and the application of both western and Chinese medicines, and thus contributes greatly to the popularization of science and health.

**Key words** *Healthy World*; healthy communication; characteristics

**Authors' address** Institute of Science & Technology Journalism and Communication, College of Journalism and Communication & Film and Television Arts, Hunan University, 410082, Changsha, China

《康健世界》1935年由李尊权等在上海创办,是一种专注于普及健康知识和推广医药卫生的大众健康刊物。1937年,由于抗日战争爆发,上海的出版业遭到严厉的管制与经费不足、组稿困难等原因,《康健世界》停止出版。对于刊物创办的缘由和主旨,在《发刊献词》中有所阐释:“本刊的主旨,小而言之,讲求个人的健康,使一身一家享受健康的幸福,维持一村一乡公众的安宁。大而言之,促进中华民族的健康,跻国家于富强之域。”<sup>[1]</sup>作为中国近代重要的健康类大众期刊,《康健世界》的办刊具有一定的特色,可以为当前健康类期刊出版提供借鉴。

## 1 栏目多样,题材丰富

《康健世界》设置了不同的栏目,以调动读者的阅

读兴趣。《康健漫画》《康健画报》栏目通过生动的图片,将健康信息传播给民众。刊物十分重视图片的作用,“文字与图画有相互补充的作用,文字中有了插图照相,足以增加读者的兴趣;因此,今后我们要在可能的范围内,增加这种与健康问题有关材料”<sup>[2]</sup>。

《健康小说》专栏刊载与健康、保健、医药等有关的一篇小说或者小说连载。小说的情节和内容切合当时上海寻常人家会遇到的一些情境,如第1卷第1期就刊登了小说《恢复了健康的人》,第4期刊登了《失火之夜》。《健康故事》选取一些真实的事情向读者介绍现代生活常识,传播基本的医药常识等。《珍闻一束》是从各种报刊采集的有关健康的报道和趣闻。《健康美座谈》栏目通过一篇篇议论形式的文章来介绍各种健康知识。《新药汇志》则是对多种新药进行介绍。此外,刊物还设有《编辑后记》《医药春秋》《体育圈》《康健信箱》《国外论文翻译节选》《健康知识问答》《健康格言》《医药论文摘译》等栏目。

《康健世界》刊登文章的体裁多样,主要有评论性文章、小说、格言、说明性文章以及新闻报道,如《从生存欲说到康健与民族气运》《健康教育与人生》《健康与生活》等,以达到引导公众、提升民众健康素养的目的。

《康健世界》的内容丰富,《发刊献词》中对刊物的内容有过介绍:“阐扬健康的真义;研究健康的学术;提倡健康的运动;介绍健康的新资讯;传布医药的智识。”<sup>[1]</sup>。儿童健康知识、妇女健康知识、日常生活卫生常识、流行传染病的预防和治疗、医药知识、体育健康知识等刊登得都比较多,使其成为了综合性、内容丰富的健康知识普及刊物。

## 2 科学性和趣味性并重

《康健世界》重视传播信息的科学性,对于一些不实信息进行了批判。在第1卷第1期《敬告病家》一文中,就对一些说真方卖假药的江湖术士的技巧以及一些报刊上的虚假广告进行了揭露。如《编辑后记》<sup>[4]</sup>中对当时各大报刊医药特刊作批判,“都是牵羊头卖狗肉,一字一句,句句透露拉生意经,这种变相广告,殊属害人不浅。要晓得营业推广方法尽多,何必定要采取这种卑鄙恶劣的手段。心术之狠辣,无以复加,因此本刊毫不顾忌,直截地把内中黑幕揭发(出来),

\* 湖南省社科基金课题“中国近代报刊科技传播研究”(11YBB101),湖南大学青年教师成长计划资助项目

使社会上一般忠厚朋友,免得再度上当”。

《康健世界》刊登的文章,注重内容的科学性和准确性。一些文章都是当时的医药专家、社会学者所撰写。例如,邱致中的《都市公共卫生中之废物处理法》,对都市废物的处理方法作了介绍。邱致中是研究都市废物处理的专家,1934年曾出版过《实用都市社会学》一书。

虽然《康健世界》所传播的是关于健康的严肃的科学问题,但是对于趣味性十分重视。这体现在2个方面:一是内容能够引起读者的兴趣;二是在写作上引人入胜,富有情趣。《康健世界》的题材,多是与普通民众健康相关的知识。例如:《儿童卫生上的实际几要点》对儿童感冒的预防、儿童秋季卫生应该注意的问题等作了介绍;《都市住宅之卫生问题》不但对中国城市住宅的卫生问题,而且对德国柏林的住宅卫生问题作了介绍。

《康健世界》在传播健康知识时,并不是使用枯燥的语言,板起脸孔来说教,而是通过通俗、形象的语言,增强读者的阅读兴趣。《康健世界》不论是议论性的文章,还是一般的知识介绍文章,采用的都是通俗易懂的语言。例如,《伤寒的症状和预防》一文对伤寒的病源和传染、伤寒的预防方法作了详细的介绍。文章并没有使用多少医学术语,而是从作者的亲身经历谈起,语言平实、通俗,一般的读者都能够理解。“这人类可怕的敌人(伤寒),我们竟没有方法去消灭它,抵抗它。最好的方法,就是注意着不要使敌人进了我们的门户,那么随便它的威力怎样大,也无害我们了。但是我们的门户时时开放着,怎么可以不准它进来呢?这点,只好让我慢慢的说来。”<sup>[4]</sup>《康健世界》通过读者感兴趣的内容和富有情趣的表达方式,拉近了与读者的距离。

### 3 注重互动和反馈

《康健世界》十分注重与读者的交流和互动。它有一个与读者交流互动的专栏——《康健信箱》,每期都邀请专业人士解答五六位读者的提问,所回答问题都是比较常见的有代表性的,回答的语言也亲切、平易,让人看后感觉温暖、可信。例如,徐州读者张天涯就在《康健信箱》栏目中提了2个问题:“一、有职业之人,终日伏案工作,无暇从事体育,以至体虚身亏,在此状况之下,应如何补救?二、一般主妇在家工作,简直谈不到体育,应如何纠正?”编者对这2个问题作了生动而准确的回答,解决了读者的疑问。

健康传播的受传者往往并不满足于单纯接受所需要的信息,他们更需要表达自己的意见和要求,需要与传播者对话。《康健信箱》栏目的开设,使编者与读者之间能够相互交流,从而改善了传播效果。

此外,《康健世界》的《编辑后记》栏目,内容十分丰富。有的内容是对一些重点文章,如《新年谈健康问题》《都市住宅之卫生问题》《我们需要运动》《反健康的新年》《名人健康谈》等的述评和推荐,能够引导读者更好地理解文章的内容;有的内容是向读者通告刊物的一些变化及其原因,刊物的动态和发展;有的内容是对刊发文章的更正,体现了刊物的严谨作风。《编辑后记》栏目成为了编者和读者联系的桥梁,成为了沟通读者和编者的平台。

### 4 以社会效益为主,兼顾经济效益

《康健世界》的出版主要是为了提高国民的健康意识,增强民众的体质,所以,将社会责任和使命放在优先地位;在此基础上,也兼顾经济效益,经济效益主要是通过刊登广告来实现的。但是,《康健世界》并不是所有广告都刊登,在广告的选择上有着严格的标准,通过医药广告来传播健康信息,将刊物的经济效益与社会效益有机地结合起来。

《康健传播》在每期的《本刊刊登广告信条》中,明确说明几种拒绝刊登的广告:远离事实之夸大广告不刊;自吹自擂变相广告不刊;妨害健康的广告不刊;腐化有迷信彩色者不刊;引入奢侈堕落者不刊<sup>[5]</sup>。其广告理念为“广告限登愈严,广告奏效愈宏”<sup>[5]</sup>。

《康健世界》拒绝“软文”,拒绝卖假药欺骗消费者。由于当时对于药品的广告没有相应的管理和监督机构,报刊上充斥着大量的虚假医药广告。《康健世界》没有追求这种短期经济效益,相反,非常具有社会责任感,大力抨击这种不正之风,并且撰文教消费者如何识别软文和变相广告。《康健世界》的广告虽然较多,但是非常注重广告的传播效果和药品的真实性,所登广告绝无危言耸听、哗众取宠之词,力图保护广大读者的健康。每期广告有15条左右,多为当时流行的一些疾病的药品和保健品的广告。如有通过调节内分泌,具有补血、补肾功效的“寿尔康”补片,上海五洲大药房推出的“五洲白乳鱼肝油”等。这种以读者利益为先,广告主、期刊、读者3方良性互动的广告刊登模式对于今天的健康期刊仍有启示作用。

### 5 参考文献

- [1] 本社同人. 发刊献词[J]. 康健世界,1935,1(1):8-9
- [2] 编辑部. 编辑后记[J]. 康健世界,1935,1(1):65
- [3] 编辑部. 编辑后记[J]. 康健世界,1935,1(1):65
- [4] 青梧. 伤寒的症状和预防[J]. 康健世界,1936,1(12):795
- [5] 编辑部. 本刊刊登广告信条[J]. 康健世界,1935,1(1):33

(2012-03-26 收稿;2012-05-21 修回)