

LETTRE DU RÉDACTEUR EN CHEF

## Le *JAMC* dans un monde en évolution

Depuis le 20 juillet, vous aurez sans doute remarqué que nous avons rénové de fond en comble le site *jamc.ca*. Cette refonte du site web dénote un virage vers l'édition électronique, ce qui s'inscrit dans notre plan visant à faire du *JAMC* un journal médical général international de haut calibre. Nous espérons ainsi répondre aux besoins de notre vaste lectorat, qui comprend des médecins, des chefs de file des milieux universitaires ainsi que des chercheurs du Canada et de la communauté médicale internationale.

Nous voulons également souligner quelques-unes de nos autres réalisations de cette année. Inspirés d'une vision ambitieuse, nous avons recruté une équipe de rédacteurs chevronnés, puis augmenté le nombre de soumissions d'articles, qui se chiffrait à 1718 en 2008 et devrait passer à 2500 en 2009, tandis que le nombre d'articles de recherche publiés a enregistré une hausse de 30 %. Notre facteur d'impact se situe maintenant à 7,5, du jamais vu! Nous avons également augmenté le nombre et la diversité des revues cliniques. Le *JAMC* est désormais en mesure de fournir davantage de connaissances pertinentes à son lectorat de base, qui se compose de cliniciens et de chercheurs. Tous ces succès ont été rendus possibles grâce à l'engagement de l'Association médicale canadienne (AMC) et aux importants investissements qu'elle a faits dans notre personnel de rédaction. Ces investissements ont été fructueux puisqu'ils nous ont permis de continuer à aider les auteurs à publier des travaux de recherche qui auront une incidence sur la pratique clinique et les politiques publiques<sup>1</sup>.

Le *JAMC*, qui constitue l'un des avantages de l'adhésion à l'AMC les plus reconnus et appréciés, fait toutefois face à d'importants défis financiers. Tout comme ceux de la plupart des autres médias imprimés, nos revenus publicitaires ont subi une chute spectaculaire. C'est pourquoi l'équipe de rédaction appuie la décision des propriétaires et de l'éditeur du journal de réduire d'ici la fin de l'année la fréquence de publication du journal imprimé afin d'abaisser les coûts.

À l'avenir, nous comptons miser sur une présence web accrue. Le *jamc.ca* constitue déjà notre journal de référence. Nous avons donc entrepris de transformer le *JAMC* en un véritable journal virtuel. Dans le passé, comme pour la plupart des autres journaux médicaux, le site *jamc.ca* n'était qu'une représentation verticale sur écran d'ordinateur des pages horizontales de la version imprimée du *JAMC*. Or, libérés des contraintes de l'impression, nous pouvons désormais profiter de la rapidité, de la souplesse, de l'interactivité

et des autres avantages qu'offre l'édition électronique. Le changement est plus rapide que prévu, mais néanmoins conforme à notre vision à long terme pour le journal.

Au cours des prochaines semaines, le *jamc.ca* diffèrera de son grand frère imprimé à la fois dans sa fréquence de publication et dans la manière dont les articles y seront présentés. Dorénavant, au lieu d'attendre aux deux semaines, nous publierons les articles en ligne dès qu'ils seront prêts. Vous pourrez ainsi vous attendre à voir du nouveau contenu tous les jours.

L'information médicale, pendant qu'elle gît au fond d'un tiroir en acier ou sur un disque dur, ne peut être transmise, ce qui retarde la mise en action des connaissances. Le web nous permettra de réduire au minimum ce délai. Par surcroît, nous pourrions être plus écologiques du fait que nous utiliserons moins de papier.

Il est vrai que la perte de notre source de financement traditionnelle nous a causé des difficultés, mais elle nous a également forcés à chercher d'autres solutions. L'équipe de rédaction perçoit cette menace financière qui plane sur le *JAMC* comme une occasion d'accueillir le changement. La communauté médicale s'est habituée à ce que la publicité pharmaceutique paie pour ses revues médicales, tout comme l'industrie pharmaceutique paie pour d'autres formes d'éducation médicale continue. Malgré le recours à des mécanismes sophistiqués visant à minimiser l'influence des intérêts commerciaux sur la recherche et les recommandations cliniques dans les documents publiés, nous ne pouvons échapper à la perception de biais et d'influence. Se pourrait-il qu'une diminution spectaculaire de l'affichage publicitaire nous incite à développer de nouvelles occasions d'affaires, nous permettant ainsi de diversifier nos revenus et de réduire la possibilité d'influence pharmaceutique?

Nos normes rédactionnelles supérieures demeurent la constante dans tous ces changements. Nos experts en rédaction, nos pairs examinateurs et notre personnel d'édition sont à la source de la crédibilité du *JAMC*<sup>1</sup>.

Alors, en quoi les changements à venir affecteront-ils les lecteurs de notre édition imprimée? À partir de maintenant, nous n'imprimerons qu'une partie des articles que nous diffuserons sur le web. Cette année, nous imprimerons trois numéros de moins et, en 2010, nous réduirons encore notre tirage. Nous commencerons également à imprimer des articles plus courts et à en diffuser sur le web des versions plus longues. Nous sommes conscients que la version imprimée occupera toujours une place spéciale dans le cœur de nos

Les opinions exprimées dans le contenu rédactionnel du *JAMC* sont celles des auteurs et ne sont pas nécessairement celles de l'Association médicale canadienne.

lecteurs canadiens, et nous ne comptons pas complètement abandonner l'imprimé. Toutefois, la plupart de nos lecteurs, qui comptent 25 millions un peu partout dans le monde, lisent d'ores et déjà le contenu du *JAMC* surtout en version électronique. Ainsi, à mesure que cette version du journal prendra de l'ampleur, certains de nos lecteurs continueront d'en chérir la version imprimée, assis confortablement dans leur fauteuil favori.

Les membres de l'AMC sont nombreux à ne pas être conscients qu'à ce jour, seul un faible pourcentage de leur cotisation annuelle est versé au *JAMC*. Cette modeste contribution a été suffisante jusqu'à présent parce qu'au cours des 20 dernières années, la publicité pharmaceutique avait suffi à couvrir le reste des coûts et même rapporter quelques 13 millions de dollars en bénéfices à l'AMC et à ses membres. À l'avenir, cependant, le plein potentiel du *JAMC* et du *jamc.ca* ne pourra être réalisé qu'avec le soutien des membres de l'AMC. Nous vous invitons à nous envoyer vos commentaires à ce sujet par courrier électronique en suivant le lien situé au bas de cet arti-

cle ou du commentaire de l'AMC. Vous pouvez également nous envoyer une lettre par la poste. Si vous avez des suggestions pour améliorer le *JAMC*, en version imprimée ou virtuelle, nous aimerions les connaître.

**Paul C. Hébert MD MHSc**

Rédacteur en chef du *JAMC*

Avec l'équipe de rédaction de l'éditorial (Matthew B. Stanbrook MD PhD, Ken Flegel MDCM MSc, Noni Macdonald MD MSc, Amir Attaran LLB Dphil et Laura Eggestson BJ)

**Intérêts concurrents :** Voir [www.cmaj.ca/misc/edboard.shtml](http://www.cmaj.ca/misc/edboard.shtml).

Traduit par le Service de traduction de l'AMC.

---

**RÉFÉRENCE**

1. Sox HC. Medical journal editing: Who shall pay? [Éditorial]. *Ann Intern Med* 2009; 151:68-9.