

Manager, Print and Online Publishing • Gestionnaire,
Services d'édition électronique et imprimée
Carolyn J. Brown

Production Manager • Gestionnaire de la production
Kathryn A. Freamo

Production Assistants • Assistantes à la production
Nicole Barbeau, Lianne Johnsen, Carole Lalonde
Senior Online Publishing Assistant

Adjointe supérieure à la publication en direct
Chantal Champagne

Online Publishing Assistant
Adjointe à la publication en direct
Shirley Waddell

ADVERTISING • PUBLICITÉ

Manager, Journal Advertising
Gestionnaire, Annonces publicitaires
Beverley Kirkpatrick

Coordinator, Display Advertising
Coordonnatrice de la publicité
Nancy Pope

Assistant Manager, Classified Advertising
Gestionnaire adjointe, annonces classées
Deborah Rodd

613 731-9331, fax 613 565-7488
advertising@cma.ca

For information on how to advertise
in any of the CMA journals

www.cma.ca

Pour savoir comment placer une annonce
dans les revues publiées par l'AMC
www.cma.ca

Marketing and Advertising Sales
Marketing et publicité
Keith Health Care Inc.

info@keithhealthcare.com

Toronto

905 278-6700

800 661-5004

fax 905 278-4850

Montréal

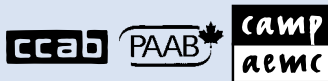
514 624-6979

877 761-0447

fax 514 624-6707

All prescription drug advertisements have been cleared
by the Pharmaceutical Advertising Advisory Board.

Toutes les annonces de médicaments prescrits ont été
approuvées par le Conseil consultatif de publicité
pharmaceutique.



ASSOCIATION
MÉDICALE
CANADIENNE



CANADIAN
MEDICAL
ASSOCIATION

President • Président
Peter Barrett

Secretary General (acting)
Secrétaire général par intérim
Barbara Drew

Associate Director, Publications
Directrice associée, Publications
Jill Rafuse

Permissions • Permissions
pubs@cma.ca



Printed on recycled paper • Imprimé sur papier recyclé

Réflexion : de la médecine et de l'électronique

Les fins d'années tendent à susciter la réflexion, mais cet état d'esprit a peut-être été le nôtre pendant tout l'an 2000, année qui a servi à faire le point sur les progrès de l'humanité et à regarder vers demain. Nous avons ainsi réfléchi aux moments clés en médecine, aux découvertes annonciatrices de l'avenir : la découverte de l'insuline en 1922, les observations de Fleming en 1929 sur des boîtes de Petri pleines de moisissures, la découverte par Gertrude Elion, en 1950, de la 6-mercaptopurine, qui a lancé la chimiothérapie contre le cancer, l'hélice jumelée de Watson et Crick, la première transplantation d'un cœur humain en 1967, le projet du génome humain.

En contemplant l'émission «Science Odyssey» (www.pbs.org/wgbh/aso/), nous nous demandons si les événements du dernier siècle qui auront le plus d'effet sur les soins de santé au cours du prochain ne sont pas tant médicaux que liés aux communications : la première transmission transatlantique par Marconi en 1901, le prototype de la télévision en 1926, le transistor de William Shockley en 1947, ou le premier ordinateur personnel, soit le Apple I, mis au point en 1976 par le décrocheur scolaire qu'était Stephen «Woz» Wozniak. Sans oublier la création de Mosaic — le premier fureteur Web — en 1992 par Marc Andreessen, qui a donné une énorme poussée au programme informatique remarquable de Tim Berners-Lee, «Enquire-Within-Upon-Everything».

Depuis que nous avons affiché en direct pour la première fois le texte intégral du *JAMC* en juillet 1999, nous avons passé énormément de temps à essayer de suivre ce qui se passe sur le web, à apprendre le jargon des «langages de codage» et à déterminer notre place dans l'univers en expansion rapide de l'édition électronique et de la diffusion de l'information. Au cours des 12 derniers mois, le nombre des consulta-

tions mensuelles des pages du *JAMCél* a plus que doublé pour passer de 81 900 entre janvier et juin 1999 à 170 000 au cours de la même période en 2000. Les séances individuelles ont augmenté de 60 % pour atteindre en moyenne 44 963 par mois. Ces chiffres ne sont toutefois que des statistiques. Qui nous lit en fait?

Le web a élargi notre lectorat dans plus d'une dimension. Le sondage que nous avons réalisé récemment auprès des lecteurs du *JAMCél* indique qu'environ 44 % des répondants ne reçoivent pas le journal sur support papier ou ne le voient même pas, et qu'un pourcentage important des 60 % et plus de lecteurs qui ne sont pas médecins ne sont pas des professionnels de la santé. Presque le tiers des lecteurs vivent à l'extérieur du Canada ou des États-Unis. Ils proviennent de toutes les régions du monde et beaucoup d'entre eux n'ont pas accès, même par l'entremise de bibliothèques, à la version papier du journal. Certains de nos lecteurs les plus lointains ont pris le temps d'insister sur la valeur de l'accès électronique — comme ce médecin en formation du Népal qui écrivait : «Je suis un étudiant en médecine enthousiaste dans un pays en développement qui a très peu d'installations permettant aux étudiants de suivre les progrès les plus récents des sciences médicales». En appuyant la version papier du *JAMC*, les membres de l'AMC et d'autres abonnés aident aussi à couvrir les coûts de diffusion de sa version électronique à un plus grand lectorat. Dans notre sondage sur le *JAMCél*, nous avons demandé aux lecteurs ce qu'ils en pensaient. Plus de 80 % ont répondu qu'ils ne s'y opposent pas, qu'ils souhaitent ou souhaitent fortement que l'on continue de fournir gratuitement le *JAMCél*.

Cadeau généreux qui mérite réflexion de la part de la rédaction. Meilleurs vœux pour la saison des Fêtes. — *JAMC*