

Le directeur de *MD of Canada* est un médecin canadien de réputation internationale, le Dr William C. Gibson, membre du Collège royal des médecins. Il est professeur d'histoire de la médecine et professeur en recherches neuro-psychiatriques à l'université de Colombie-Britannique; il a contribué au développement de cette université à titre d'adjoint spécial du président.

Je voudrais dire que le Dr Gibson a été appelé à diriger *MD of Canada* en avril 1973; il s'agissait de trouver un successeur au directeur qui venait de décéder, le très réputé Félix Marti-Ibinez, historien de la médecine de renommée internationale, médecin et écrivain, collègue du Dr William Gibson.

Le Dr Gibson est aussi directeur international de *MD, the medical news magazine USA*, une des meilleures publications de ce pays. De plus, il est directeur international de *MD en Espagnol*, publié en espagnol pour les médecins des pays d'Amérique Latine, et *MD Pacific* publié à Hong Kong pour les médecins d'Extrême-Orient. Des articles du Dr Gibson sont régulièrement publiés dans le «*Mirror of Medicine*», section de *MD of Canada*.

MD of Canada a une équipe de chercheurs et de rédacteurs, et tous les articles sont conçus et écrits pour des médecins. Les recherches sérieuses offrent aux articles un haut niveau culturel et littéraire.

La section des nouvelles est rédigée par un journaliste professionnel dont les bureaux sont à Montréal et la majorité des conférences des médecins canadiens sont l'objet de reportages.

Les articles de *MD of Canada* reflètent un point de vue humaniste qui combine les intérêts historiques et culturels des médecins et ses intérêts professionnels. C'est ce qui marque la différence entre *MD of Canada* et d'autres publications médicales dont j'ai parlé plutôt. Le Dr Marti-Ibinez a dit: «C'est un amalgame de questions médicales, sociales et humanitaires qui se cristallisent dans des articles, dans une revue de culture médicale et de médecine culturelle.»

● (2110)

Les articles de la revue *MD of Canada* s'adressent donc au médecin qui a affaire à l'humanité qu'il doit comprendre au sens large du terme pour être un bon médecin. On incite le médecin à traiter les patients comme des gens et non comme des cas impersonnels.

Les articles de *MD of Canada* ont un caractère aussi universel que la médecine même. Selon le concept unique du Dr Marti-Ibinez, le médecin n'est pas seulement un professionnel de la santé, mais un membre de la société. Voici un extrait d'un de ses articles:

Du point de vue professionnel, le médecin exerce l'art et la science de la guérison. Du point de vue personnel, il ressent la nécessité d'accroître sa culture générale. Du point de vue social, il veut comprendre... les problèmes de santé publique de la collectivité qui l'entoure, de son pays et du monde en général. Le médecin n'est pas seulement un membre de la société, il appartient également à l'histoire. Il partage donc les intérêts du monde.

D'après l'article qui précède, on peut dire que selon ce principe tous les médecins appartiennent non seulement à leur propre pays, mais également à une communauté professionnelle à caractère vraiment international. Toute autre conception de la médecine serait trop étroite pour englober ce secteur de la société. Pour refléter le même principe, les articles de fond doivent donc avoir également

Périodiques non canadiens

une portée universelle. Veuillez remarquer que l'on vise à stimuler la «culture médicale» et la «médecine culturelle». Ce ne sont pas de vaines paroles. N'importe quel numéro de *MD of Canada* convaincra rapidement le lecteur que chaque article de fond embrasse totalement cette doctrine. Le rapport de la Commission royale d'enquête sur les publications de 1961 déclarait:

... publications culturelles et revues culturelles ou savantes font partie de notre patrimoine national, reflètent autre chose que nos préoccupations d'ordre mercantile et entretiennent en nous l'amour des choses les plus profondes, les plus douces et les plus spirituelles de la vie. De l'avis de la Commission, il ne faut pas se désintéresser de l'encouragement dont ces publications ont besoin pour subsister.

Les profanes s'étonnent d'apprendre qu'une revue qui vise exclusivement un public de médecin consacre la plus grande partie de son contenu rédactionnel aux arts, et pourtant c'est une des pierres angulaires de la philosophie de cette publication.

Pour n'importe quel médecin, les articles de *MD of Canada* sont destinés à un public canadien, et pourtant ils sont conçus, préparés et rédigés dans une optique plus universelle. Les aspects historiques d'une question, par exemple, intéressent tous les médecins, alors que souvent ses caractéristiques locales n'ont intérêt que pour les médecins canadiens. On a donc là des éléments révélateurs d'une «médecine culturelle».

Il est essentiel de comprendre la philosophie de la médecine, car une fois qu'on l'a comprise, on comprend que *MD of Canada* n'est pas plus un facsimilé de *MD, the medical newsmagazine USA* que *MD, the medical newsmagazine USA* n'est un facsimilé de *MD of Canada*. Ces deux revues sont totalement indépendantes, totalement différentes par leur contenu et leur portée; chacune d'elles s'adresse exclusivement aux médecins de son pays et ne partage avec l'autre que le principe fondamental de l'universalité de la médecine.

Le passage consacré à l'actualité complète la revue *MD of Canada*. Les médecins canadiens n'ont aucun autre moyen d'apprendre la plupart des nouvelles qu'ils y lisent. On y rapporte l'essentiel des réunions médicales et scientifiques au Canada, ce que les médecins n'ont pratiquement aucun autre moyen d'apprendre. La section consacrée à la médecine clinique rapporte les découvertes importantes du monde de la médecine. C'est uniquement dans *MD of Canada* que nos médecins peuvent trouver ce genre de nouvelles, qui leur sont si précieuses pour se maintenir à jour à une époque où la médecine progresse à toute allure.

Enfin, le contenu rédactionnel de *MD of Canada* a une dernière fonction. Les nouvelles médicales canadiennes importantes paraissent dans *MD, the medical newsmagazine USA* ainsi que dans *MD en Espanol*. De même, les articles de fond sur des questions purement canadiennes sont préparés au départ par *MD of Canada* puis remaniés pour les lecteurs de *MD, the medical newsmagazine USA* et de *MD en Espanol*.

Dès le départ, *MD of Canada* a été imprimé au Canada sur du papier canadien, sur des linotypes canadiennes et à l'aide de clichés fabriqués au Canada. *MD of Canada* est expédié aux abonnés par la poste canadienne d'après une liste d'abonnés dressée par une maison canadienne de messageries. Tout le démarchage publicitaire est effectué au Canada par les bureaux de vente de Montréal et d'Oakville (Ontario).