

打造医学影像学期刊特色栏目《请您诊断》

石 鹤 汪 晓

(华中科技大学同济医学院附属同济医院放射学实践编辑部, 430030, 武汉)

摘 要 总结创办医学影像学期刊特色栏目《请您诊断》的经验,探讨特色栏目在期刊栏目中的重要地位。认为只有加强期刊的内容策划,形成独有的特色,才能在激烈的竞争中保持自身的优势。

关键词 医学影像学期刊;《请您诊断》栏目;特色栏目

Fostering a special column — Diagnosing Please — in medical imaging periodicals//SHI He, WANG Xiao

Abstract The authors sum up the experience of establishing the special column *Diagnosing Please* in medical imaging periodicals, and analyze the important role of special column in the periodicals. The authors point out that only with strengthening the contents planning of periodicals and forming the special features, can the periodicals have advantages in the fierce competition.

Key words medical imaging periodical; special column of *Diagnosing Please*; special column

Author's address Editorial Department of Radiologic Practice, Tongji Hospital, Tongji Medical College, Huazhong University of Science and Technology, 430030, Wuhan, China

在学术期刊越来越专业化的形势下,只有从编委会到编辑部每个办刊人都充分认识到专业特色是期刊的生存之道,树立“人无我有,人有我优,人优我更优”的思想,才能正确定位,形成期刊的专业特色,在激烈的竞争中保持自身的优势^[1-3]。《放射学实践》杂志从2007年初开始创办《请您诊断》栏目,1年来,受到读者欢迎,反响强烈,成为杂志的特色栏目。现将栏目创办的过程做一介绍,旨在提高编辑同人对特色栏目重要性的认识。

1 栏目创办的必要性及价值

1.1 医学影像学的核心——诊断 医学影像学是利用X线、计算机体层成像(CT)、磁共振成像(MRI)、超声、核医学等成像技术使人体内部结构和器官成像,借以了解人体解剖与生理功能状况及病理变化,达到诊断与治疗目的的一门科学^[4]。医学影像学不仅扩大了人体检查范围,而且提高了诊断水平,成为医疗工作中的重要支柱。对疾病做出诊断是医学影像学最重要的任务,影像学研究及其相关工作都是为了更好地诊断。医学影像学期刊作为报道影像学科科研、临床成果等的主要载体,应紧密围绕诊断这一核心,为其服务。

1.2 创办《请您诊断》栏目的背景 影像类期刊的常

规栏目涉及的内容有如下几类:1)对某种疾病诊断的回顾性分析,探讨某种检查方法对疾病诊断的作用;2)对某种疾病的某种检查方法的创新性研究;3)仪器设备的维修经验总结;4)综述类文章,介绍国内外影像学新技术;5)病例报道,对某一病例的影像学表现做具体分析。以上所介绍的栏目均为研究型及经验总结型,即对新技术和新理论的研究和介绍,以及平时临床工作经验的总结,也就是说偏重于理论上的。作为影像类期刊,其读者为影像医师及相关从业人员,诊断水平是衡量影像医师业务能力的最重要指标之一,诊断水平的提高除了扎实的理论知识外,更重要的是要不断地丰富自己的诊断经验。《请您诊断》栏目创办的目的正是基于此。

1.3 《请您诊断》栏目的实用价值 《请您诊断》是影像医师临床诊断过程的生动再现,具有很强的实用价值。能进入《请您诊断》栏目的病例必定是少见或容易误诊的病例,诊断起来有一定的难度。这样,医生就会仔细分析文章的文字和图片,同时查阅医学文献资料,这个过程可帮助医生养成很好的阅片习惯,即重视每一个细节,并认真思考,不要只依赖于平常的经验,也可以帮助影像医生更好地复习临床医学知识。杂志提供答案,并请全国有名的某一研究领域的专家写一《专家点评》,点评可帮助医生更好地理解相关影像知识。

栏目的创办可以为刊物带来很好的社会效益,丰富杂志内容,让更多的读者参与进来,进而扩大刊物的影响。可以说,此栏目的创办对读者和杂志来说是“双赢”的结局。

2 《请您诊断》栏目的编辑工作流程

2.1 栏目的选题策划 栏目设计好后,如何体现栏目的价值取向和观念定位,如何展现刊物的办刊宗旨、特色、风格,如何保证文章的科学性、知识性、创造性、可读性等方面都需要编辑人员认真思考,而栏目的选题策划则是实现特色栏目的重要步骤之一;因此,做好栏目的选题策划,体现了编辑人员对栏目从宏观上所进行的富有创造性的深度开发与规划^[5]。本栏目选题始终注重临床上特殊少见或容易导致误诊的病例。

不典型原发性中枢神经系统淋巴瘤,临床极其少

见,占中枢系统肿瘤的比例不到1%,容易与其他肿瘤混淆,导致误诊,一旦误诊,就会延误患者的最佳治疗时间,给患者生命带来危险。舒红格博士撰写的《不典型原发性中枢神经系统淋巴瘤》一文,以自己临床工作中遇到的一例该病患者的详细资料为素材,详细描述患者的病史资料和临床表现,并对其影像特点做详细介绍,同时配以该病的CT、MRI波谱及病理图片,使作者从临床和影像上对该病有一充分的认识;同时,编辑部请全国著名中枢神经影像专家王承缘教授对该文做点评,点评中提到该病极易误诊,并对该病最典型的影像特征及如何与其他疾病鉴别做了详细分析。通过作者详细的资料介绍和专家权威的点评,使得读者对该罕见病有了比较清晰的认识。

2.2 精选图片,精练文字 影像图片和病例资料是临床医师诊断疾病的最主要的依据,本栏目紧紧围绕这点展开,要求作者提供的图片具有典型性。代表性的图片,包括横向图片(X线、CT、MRI等不同检查方法得到的影像资料,或某一检查方法的详细图片,如CT平扫和增强扫描图片)和纵向图片(同一患者在治疗前后及随访期间的动态影像资料),编辑从中选取最有价值和最具代表性的图片。对于病例资料,要求作者尽量提供完整病史,治疗手段及实验室检查等都应齐全。

本栏目分2个部分刊出:第1部分是问题部分,主要为一些能让读者做出诊断的线索资料,包括患者的病史资料和影像图片,影像图片一般要求3~8幅,力求清晰,对比度好。排版时要求符合版面的美感要求,排放错落有致,和谐统一。编辑加工过程中应注意做适当裁切和缩放,保留有效影像,除去污迹、划痕以及患者的个人资料,调整明暗对比度等。第2部分是答案部分,为病例的全部内容,包括详细的病史资料、全面的图片(包括病理图片和手术图片,以确诊病变),还有作者的详细分析和权威专家的点评。

2.3 巧妙安排发表形式,引导读者积极参与 本栏目每个病例分2个部分刊出,先刊问题,再刊答案(问题部分在本期杂志刊出,答案部分则在2个月后的杂志上刊出),其目的是给读者充分的思考时间,如果问题和答案在同一期刊出,读者必然在看了问题后粗略思考一下就匆匆去看答案了。

对答案部分的安排我们也颇费心思。答案部分刊出所有的病例资料和图片资料,并给出诊断结果,同时邀请国内相关领域的著名专家对此进行点评,点评详细说明诊断的理由以及应与哪些疾病相鉴别,使读者对其有更深入的认识和理解。

本栏目在精心设计的同时,也积极引导读者参与。

首先在选题上,选取的病例诊断起来有一定的难度,但又不是高不可攀,这样,提高了读者参与的积极性,对积极参与并且答对次数累积到一定数量的读者,给予丰厚的奖励:免除本刊举办的学术会议的会务费,免费赠送全年杂志等。

本栏目创办1年来,共发表来自河北、上海、浙江、湖北等地近10名作者的文章,全国各地的读者来信或通过电子函件积极参与,极大地提高了本刊在业内的影响。

3 讨论

科技期刊的办刊宗旨在于向科技信息受众提供最新的、全面的科技信息,促进学术交流,推动科技创新及向现实生产力转化,普及科学知识^[6-7]。期刊业的竞争是稿件的竞争、栏目的竞争、刊与刊之间的竞争。科技期刊应力求创新,树立期刊品牌,打造栏目特色,注重受众研究,增强竞争力,努力实现“期刊专业化,栏目个性化,稿件精品化”战略。只有拥有强势的期刊品牌栏目,才能提高整个期刊产业的核心竞争力^[8]。

栏目作为期刊所特有的形式,其内涵直接反映一种刊物的办刊宗旨、办刊方向、办刊特色。栏目中的特色栏目对于提高刊物知名度,体现学术水平,突出可读性,保证刊物质量,扩大发行量及赢得最广泛的受众起到不可或缺的作用,是刊物核心竞争力的重要特征和保证^[5]。

4 参考文献

- [1] 王昌栋,陈翔,幸建华. 突出优势学科 打造特色栏目[J]. 编辑学报,2007,19(3):224-225
- [2] 沙勤. 加强高校研究期刊的特色策划[J]. 医学教育,2001,19(6):29
- [3] 赵日珑. 科技期刊创品牌的思考[J]. 农业图书情报学刊,2005,17(10):120-123
- [4] 吴恩惠. 医学影像学[M]. 4版. 北京:人民卫生出版社,2002:1
- [5] 陈朝晖. 设计品牌栏目是提高科技期刊质量的必由之路[J]. 湖南大众传媒职业技术学院学报,2005,5(6):86-87
- [6] 汪晓,汪玲. 开辟医学影像学期刊品牌栏目《图文讲座》[J]. 编辑学报,2006,18(2):127-128
- [7] 林有兴. 关于促进科技期刊高效传播科技信息的思考[J]. 编辑学报,2005,17(3):165-166
- [8] 季欣. 品牌力量驱动媒体运营[J]. 国际广告,2004,20(2):109

(2007-12-17 收稿;2008-01-16 修回)