

国际知名医学期刊中文版的办刊之路

——以《英国医学杂志》(中文版)为例

江琪琪 游苏宁

中华医学会杂志社,100710,北京

摘要 近年来国际知名医学出版集团纷纷通过版权合作进入我国的医学期刊市场。中华医学会通过与英国医学杂志出版集团合作创办的《英国医学杂志》(中文版)为平台,将国际先进的医学信息传递给中国医疗工作者,并借此提高我国医学期刊的水平。本文以此刊的发展情况和经营模式为例,探讨国际知名医学期刊中文版面临的机遇和挑战,为国际期刊中文版办刊提供思路。

关键词 医学期刊;合作办刊;《英国医学杂志》(中文版)

Running strategies of renowned international medical journals of Chinese edition: taking *British Medical Journal* (Chinese Edition) as an example//JIANG Qiqi, YOU Suning

Abstract Recently, renowned international medical publishing groups have access into Chinese medical journal market through copyright cooperation one after another. *British Medical Journal* (Chinese Edition) is a platform cooperated by Chinese Medical Association and British Medical Journal Publishing Group. It passes international advanced medical information to Chinese medical workers and improves the level of medical journals in China. We take the development and management mode of *British Medical Journal* (Chinese Edition) for example, in order to explore the opportunities and challenges facing Chinese edition of renowned international medical journals.

Key words medicine journal; cooperation journal; *British Medical Journal* (Chinese Edition)

Authors' address Publishing House of Chinese Medical Association, 100710, Beijing, China

在美国《科学引文索引》收录的期刊排名中,《新英格兰医学杂志》《柳叶刀》《美国医学会杂志》《英国医学杂志》(BMJ, British Medical Journal)作为知名的全科医学杂志并称为“四大医学期刊”。它们悠久的办刊历史、丰厚的医学内涵、独特的办刊理念,使其在全球医学界享有盛誉;但英文版不菲的价格及语言障碍,使大多数中国读者与其“零”距离接触。为了缩短我国与发达国家在医学研究领域的差距,将世界最新最好的医学信息传递给我国医疗工作者,并促进我国医学期刊融入国际交流体系,我国医学期刊界选择以国际合作办刊的方式,陆续引入了这4大医学期刊的中文版^[1]。

《新英格兰医学杂志》中文版从2001年起由《中国医学论坛报》编辑随报出版。西安世界图书公司将《柳叶刀》中文翻译权成功买断,《柳叶刀》(中文版)于

2004年2月正式创刊。《美国医学会杂志》(中文版)和《BMJ》(中文版)均由中华医学会主办。《美国医学会杂志》(中文版)于2008年因故停刊,而《BMJ》(中文版)一直保持销量持续上扬的趋势,成为我国国际医学合作期刊中文版的标杆。

本文以《BMJ》(中文版)(以下简称本刊)创刊以来的发展情况和经营模式为例,探讨国际知名医学期刊中文版目前面临的机遇和挑战。

1 发展历程和定位

BMJ出版集团创立于1840年,是英国医学会的一部分,旗下产品包括BMJ系列期刊等,其中作为会刊的《BMJ》2011年影响因子是13.471^[2]。

《BMJ》(中文版)创刊于1998年5月1日,中华医学会与英国医学会签订版权合作协议,经新闻出版总署批准,由中华医学会主办(CN 11-3904, ISSN 1007-9742)。创刊时为季刊,2004年改为双月刊,每双月18日出版,64页,16开本,铜版纸彩色印刷。本刊创刊时得到国内数位院士的鼎力支持,由我国各学科知名专家组成编委会,从原版《BMJ》中精选出最适合中国读者的文章,精心翻译与审校。该刊已连续3届获得中华医学会优秀编译期刊奖。

作为综合性翻译类医学刊物,本刊定位于帮助读者拓宽视野,使其成为临床专科医生接触第二学科的桥梁。它保持了原版杂志学术严谨、内容新颖、编排活泼的鲜明特点,内容结合临床、图文并茂、趣味性强,让读者在阅读中轻松获取国外医学新进展,潜移默化地接受科学而严谨的思维方式。本刊主要栏目有《述评》《新闻》《论著摘要》《循证医学》《实践》等,内容涵盖临床首诊指南、全科医生综合能力等^[3-4]。

2 合作方式

由于管理部门的政策规定,目前本刊的主要合作方式还是版权合作。其中包括2部分,一是对《BMJ》的全版权合作,二是对BMJ出版集团旗下专科期刊的部分版权合作。我们与BMJ出版集团的合作已经历了12年,合作关系稳定。

合作初期,也经历过翻译期刊面临的首要问

题——翻译质量不合格,读者阅读时感觉文字生涩,无法理会原文真正的意图。针对这个问题,我们首先制定了译校说明,包括从专业名词译名的统一到文章格式的规范,以便译校者在工作时有据可依。编委会着重建立翻译人员库,以保证文章的翻译质量,有利于读者突破语言障碍,准确地获取国外先进的医学信息。

3 合作办刊的益处

3.1 提升国际视角 中外期刊合作可以产生巨大的机遇。以本刊为例,首先从内容的编辑方面,我们借助合作方的力量从国际的视角观察和看待问题,获取国际最前沿的医学信息。这样,有助于我们打造国际化杂志,提升品位,提高市场竞争力;但选用国外版权内容绝对不是一个简单的翻译和复制的过程,而是一个再创造的过程,本刊提出了“国际视野,本土意识”的口号。我们通过编委会专家网上投票选稿和读者反馈信息表了解需求,选择最宝贵的内容。事实证明,中国医疗工作者对于贴近国内医疗环境的话题更感兴趣。

此外,本刊延续《BMJ》原版杂志生动的风格,每期从《BMJ》中挑选主题图片更换封面,这在我国医学期刊中独树一帜,深得读者喜爱。2011年出版的《感染专刊》封面,由《BMJ》多篇文章中的9种病原体形态图片构成,获得2011年首届华文出版物艺术设计大赛优秀奖。

3.2 增强经济实力

1)学习先进的经营模式。在经营方面,我们向合作方学习到扎扎实实的经营技巧。BMJ系列期刊不仅包括著名的《BMJ》,还衍生出从心脏病学、消化病学到医疗管理等共31种知名期刊。它们能以一个医学期刊品牌做成拥有十几个不同国家、不同语言版本的期刊“联合国”,集团销售额占英国医学期刊50%以上的份额,年销售价值数亿欧元。目前除网站和IPAD终端的销售量外,《BMJ》每期的印量高达12万册。它们能够创造这个奇迹,缘于拥有高效成熟的经营管理机制和团队,轻车熟路地在医学期刊市场纵横捭阖,挥洒自如。无论编辑人员还是管理人员都有娴熟的专业能力和很强的市场意识与实干作风,BMJ团队里不乏既是英国国家医疗服务体系的注册医师,同时拥有名校MBA学位者。对照他们,我们不仅看到了差距,而且明白了落后的根本原因。

目前,BMJ出版集团对其英文原版文章在中国的运营模式是和医科大学及其附属医院签订合同,将旗下31种医学期刊全文电子版打包出售,每年的授权价格4万元人民币。

2)提升销售成绩。通过合作,我们对医学期刊市

场有了深入的了解,得到了许多先进的营销经验,提升了本刊的发行量(表1),壮大了自己的经济实力。本刊销售量比合作初期提高了10倍,对广告的吸引力也逐年提高,2011年广告销售数超过10个。

表1 《BMJ》(中文版)近5年发行量统计

年份	年印数	邮局订购	自办发行	国外发行	国外交换	国内交换	编辑部自留	赠阅
2007	18 711	5 511	7 684	14	30	552	3 590	1 330
2008	22 661	4 706	13 749	22	30	184	2 950	1 020
2009	30 635	4 707	20 792	41	30	150	3 900	1 015
2010	34 145	4 360	22 146	15	20	161	6 260	1 183
2011	31 313	4 005	22 722	28	24	432	3 860	1 860

3)自办发行。本刊在经营理念上有了很多变化,不再单纯依赖邮局订购、广告收入,而是发展了分送、专刊等多元经营模式,尤其是本刊专刊的销售,增长迅速。例如2011年,自办发行的发行量已达总发行量的83%(2万2722份/2万7453份),成为利润的主要增长点。我们在期刊自办发行方面的主要经验如下:

针对《BMJ》内容广泛、专科性质不强的特点,2007年以来着重策划医学专刊的出版。专刊着重挑选《BMJ》中某一特定专业领域的精编文章,在专科年会上分送。专刊由于定位专科医生群体的目标准确,医药公司纷纷投入资助。近5年来每年更新主题,相继出版了一系列专刊,《百年肿瘤学》《控烟专刊》《风湿免疫专刊》《医学人文专刊》《感染专刊》《心血管病专刊》等,获得一片赞誉之声。其中《医学人文专刊》和《控烟专刊》已经连续3年出版,形成本刊独有的特色系列,尤以《医学人文专刊》选题新颖,填补了我国传统医学在行医道德、医学伦理学方面的空白,受到专家们的关注,他们大力举荐在专科年会上分送,使《医学人文专刊》发行量超过1万册,获得比较突出的社会效益和经济效益。《医学人文专刊》出版的成功,使我们认识到选题对专刊的发售有至关重要的作用。

3.3 打造品牌效应 除了这些最基本的指标外,还有一个品牌的含金量提升的问题,虽然还没有一个量化的评价指标,但其大为增值的效果是不言而喻的。

1)本刊的《中国专刊》。本刊在2006年8月出版《中国专刊》,主题为“转型中的中国医疗卫生”,编辑部把30余篇中国作者撰写的专题报告推荐给《BMJ》,经《BMJ》严格审稿后,8篇在专刊上发表。这是中国大陆作者首次在《BMJ》上集中发表文章。这些文章从不同的角度集中讨论了中国面临的医疗体制及卫生事业发展策略等问题。该期英文版和中文版同时出版,开创了国际医学合作期刊的先例。

2)分送、发展专刊会员和协办活动。为了扩大期刊品牌的影响力,我们连续3年向在京的11家三甲医院以及首都医科大学图书馆分送,2011年分送达600册。并且我们与中华医学会专科杂志合作,使本刊成为专科杂志会员可选择订阅的杂志之一,2011年《中华耳鼻咽喉头颈外科杂志》会员选择订阅本刊的超过500人。此外,我们与北京大学医学部医学人文系合作,成为2011年全国大学生医学人文翻译竞赛的协办单位,选择获奖文章在《医学人文专刊》上刊登,扩大了本刊在医学生中的影响力。

4 面临的挑战

4.1 缺乏网络宣传和数字化出版 《BMJ》于1995年全面实现在线出版,采用开放存取,使电子版期刊尽可能地吸引读者,最终使他们愿意为内容付费阅读^[4-5]。相比之下,本刊在数字化出版方面明显滞后。目前本刊的网站和微博尚处于搭建初期,而且数字出版整体的商业模式尚处于探索阶段,短期内难以为本刊提供强大的发展动力和增长空间;因此,如何实现数字出版的突破,是本刊面临的重要挑战^[6-7]。

4.2 缺乏资助 综合性翻译医学期刊由于专科性不强,又无原始文献发表,因此缺乏广告费、发表费这2大资金支持,而且国内期刊评估指标如被引频次、影响因子等也不适合本刊,无法参与国家科技期刊评审,难得获取国家课题支持。这需要向主管部门申请调整期刊评价指标,但这并非短期内能够实现的。

4.3 缺乏市场化经营理念 由于受长期的计划经济体制的束缚,我们习惯于埋头办刊,缺乏经营的概念和意识,只重视编辑活动,忽略经营活动;只重视读者,不重视广告商;只注重抓杂志销售,忽略广告销售;只维持简单再生产,不追求扩大再生产和品牌销售;只讲究社会效益,不讲经济效益;只满足于自然积累,无力借助资本市场来促进产品的改造和提高。因此,我们对此需要高度的自觉,尽快适应国际公认的版税规则,重视品牌的市场营销,避免合作中彼此的猜忌和不满^[8-9]。

4.4 合作出版思路的差异 与我们合作的境外医学出版集团是医学领域中奥林匹斯山上的宙斯,国际合作出版中既有经营思想的不一致,也有文化上的差异性^[10]。有效地沟通是合作的灵魂。本刊一直注意保持与外方的交流,中方坚持掌握编辑权和终审权。

5 结束语

合作办刊对提升办刊理念、扩大期刊影响均起到

积极的推动作用。并且,开展与国外医学期刊的版权合作不仅是为了引进国内市场需要的信息,而且可以“以进带出”,在交流合作中传播中华文化。要达到“以进带出”的合作愿景,就必须在合作中提高原创能力,提高把中国元素推向国际医学领域的能力。让国际知名医学出版集团主动与中国合作策划国际化的选题,甚至配合中国选题增加相应的国外素材。近年来中国大陆作者在《BMJ》上发表的文章数量逐年上升,在2010年达到5篇。

但是,毕竟我国医疗诊治规范、医学出版水平与世界领先国家还相差甚远,我们将进一步加深、扩大与BMJ出版集团的合作,发扬其品牌优势,继续关注世界医学发展趋势,努力使本刊成为我国医疗工作者知识更新的良好平台,打造把握国际医疗信息发展方向的优势信息交流平台。

6 参考文献

- [1] 赵大良,刘杨,苗凌.应学术交流而生 为学术交流而变:谈科技期刊的价值体现[J].编辑学报,2011,23(2):5-8
- [2] About BMJ[EB/OL]. [2012-03-01]. <http://resources.bmj.com/BMJ/about-BMJ>
- [3] 李力,钱寿初.从英国医学杂志看中外医学期刊的差异:办刊宗旨的确立和修订[R].2010中国科技期刊发展论坛
- [4] 江琪琪,李力,游苏宁.医学信息化学术平台交流的典范:BMJ网站[J].编辑学报,2009,21(增刊):42-44
- [5] 郑肖莹.借鉴《英国医学杂志》网络版优点发展中药杂志电子期刊[J].中国科技期刊研究,2003,14(增刊1):846-848
- [6] 刘冰,游苏宁.信息技术发展与科技期刊创新方向[J].编辑学报,2011,23(6):471-472
- [7] 江琪琪,游苏宁.以中华医学会系列杂志为例探讨我国科技期刊实行全媒体出版的可行性[J].中国科技期刊研究,2011,22(5):802-806
- [8] 游苏宁,石朝云.我国科技期刊的内忧与外患[J].编辑学报,2011,23(3):5-9
- [9] 马英,胡永成.谈国外医学期刊经营中的服务理念[J].编辑学报,2011,23(6):560-561
- [10] 周庆辉,陈红云,李霄茜,等.在自主办刊中探索医学期刊国际化之路:《中西医结合学报》的实践[J].中国科技期刊研究,2011,22(3):404-406

(2012-03-02 收稿;2012-03-29 修回)