

Média et prescription

Media and prescription

SEXOLOGIES

L'image du sexe est aujourd'hui omniprésente. Le sentiment d'obligation de ressemblance à un modèle idéal va souvent induire une perte d'identité de la sexualité, source potentielle de difficultés sexuelles.

Même si la perception de la sexualité est très différente entre les populations et leurs héritages culturels, force est de constater qu'en parler reste toujours très difficile, tant pour le patient que pour le médecin confronté à ces difficultés.

Dans une conception élargie de l'environnement, on peut supposer que les préoccupations, l'anxiété et le stress issus du milieu du travail, du milieu familial, de facteurs socio-économiques, peuvent avoir un impact négatif sur le fonctionnement sexuel des individus. Ces divers facteurs ont d'ailleurs été évalués en France au cours d'une enquête réalisée par l'institut IPSOS en novembre 2003.

Afin de faciliter le dialogue au sein du couple lorsqu'une difficulté sexuelle apparaît mais également de faciliter le dialogue entre le patient et le corps médical, une campagne télévisuelle a démarré fin septembre en France. Il s'agit de la première campagne de ce genre alors que ce type d'action est déjà utilisé dans les pays voisins européens ; les règles publicitaires françaises sont très strictes et les publicités pour les médicaments interdites dans la majorité des cas. Cette campagne télévisuelle a été renforcée par la mise à disposition du public d'un numéro de téléphone que chacun peut appeler afin d'avoir des informations complémentaires sur la sexualité et ses problèmes.

Dans une vaste enquête mondiale, les hommes avouent plus difficilement que les femmes avoir eu des problèmes sexuels, mais seuls 20 % des hommes et des femmes disent avoir été questionnés par le médecin sur d'éventuelles difficultés d'ordre sexuel au cours des trois dernières années, alors que près d'un tiers a demandé de l'aide à un médecin au cours de l'année écoulée à propos de leurs problèmes sexuels. Près de 50 % des hommes et 60 % des femmes estiment que l'intérêt pour le sexe ne décline pas avec l'âge chez l'homme. Malheureusement, le nombre de patients bénéficiant d'une prise en charge médicale est toujours faible, de l'ordre de 10 % ; les principales raisons avancées sont la complexité de la sexualité, les tabous, les perceptions culturelles incluant la peur des effets secondaires, le manque de traitements satisfaisants et l'acceptation de ces troubles comme étant des manifestations normales du vieillissement.

Ainsi, faciliter la prise en charge thérapeutique passera d'abord par une écoute et un dialogue avec le patient, sans chercher à tout prix à lui faire accepter un traitement en première intention. La campagne télévisée réalisée en France aura permis d'établir une réflexion et d'initier le dialogue au sein du couple et dans les relations médecin-patient, mais les effets de cette campagne ne seront visibles que dans plusieurs mois. Il ne faut pas perdre de vue que dans un monde où il y a obligation de désir, de plaisir et de performance, les hommes ont le droit d'avoir des pannes et, pour satisfaire sa partenaire, l'homme n'a pas toujours besoin de performance. Quelle que soit la pression culturelle et sociale, la sexualité trouvera toujours à s'épanouir dans une relation où le dialogue entre partenaires est présent.

We are constantly bombarded today from all directions with images of sex. The impression that one has to resemble an ideal model can often cause a loss of sexual identity, and can be a potential source of sexual difficulties.

Although the perception of sexuality varies extensively from one nationality to another according to cultural heritage, it is obvious that it is still very difficult today to speak openly about sexual difficulties, as much for the medical team as for the patient. Anxiety, worries and stress caused by work, family life or socio-economic factors can all have a negative impact on an individual's sex-life. In France, an attempt has been made to assess these different factors in a survey conducted by the IPSOS market research institute in November 2003.

To encourage couples faced with sexual difficulties to discuss them more openly, and make it easier to instigate dialogue between the patient and the medical team, a TV campaign started in France at the end of September. It was the first initiative of its kind in France, although similar projects had already been conducted in neighbouring European countries; marketing rules are very strict in France and advertising for drugs is generally prohibited. This TV campaign was extended by providing a telephone number that anyone could use to obtain additional information on sexuality and discuss their specific problems.

In a large worldwide survey, men appear to have more difficulty in admitting to sexual difficulties than women, but only 20% of both genders state that they have been questioned on the subject of sexual health by their GP during the past 3 years, although nearly one third of them have asked their GP to refer them for counselling during the past year with sexual problems.

Nearly 50% of men and 60% of women consider that interest in sex does not decline for men as they get older. Unfortunately, the number of patients receiving medical treatment is still very low, around 10%. The main reasons suggested for this are the complexity of sexuality, taboos, cultural perceptions, including the fear of side effects, a lack of satisfactory treatment available and the belief that these disorders are unavoidable symptoms of ageing.

Openly discussing the patient's problems with him will make it easier to provide some form of therapeutic support, without necessarily trying at all costs to get him to accept first-line treatment.

The TV campaign in France has at least brought about some reflection and communication within couples, and between physician and patient, but the effects of this campaign will only be visible in several months time. It is important to bear in mind that even in a world where desire, pleasure and performance are all compulsory items, men still have the right to the occasional "weakness" and in order to satisfy his partner, a man does not always need to focus on "performance". Regardless of cultural and social pressures, a relationship where the partners communicate is one where sexuality will flourish.



A. Lemaire (Lille), président de l'ADIRS
A. Lemaire (Lille), president of ADIRS
<Lemaire-antoine@wanadoo.fr>