

PRODUCTION

Production Manager • Gestionnaire de production
Kathryn A. Freamo

Production Assistant • Assistante à la production
Nicole Barbeau

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 613 523-0824

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.

Toronto	Montréal
905 278-6700	514 624-6979
800 661-5004	fax 514 624-6707
fax 905 278-4850	

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
Victor Dirnfeld, MD

Secretary General • Secrétaire général
Léo-Paul Landry, MD

Director, Professional Development
Directeur, Développement professionnel
Stephen Prudhomme

Manager, Publishing Services
Gestionnaire, Services de publication
Jill Rafuse

Publications Committee • Comité des publications

Stuart M. MacLeod, MD (Chairman/Président)
Gilles Beauchamp, MD
R.P. Bryce Larke, MD
Barbara P. Lent, MD
Jonathan L. Meakins, MD
Mark Roper, MD
W. Grant Thompson, MD
Ian M. Warrack, MB, ChB



Printed on recycled paper • Imprimé sur papier recyclé



Petite glande qui pèse moins de 20 g chez l'homme jeune, la prostate devient de moins en moins importante avec l'âge, finit par être nuisible pour la plupart des hommes et, vers la fin de la vie de l'homme moyen, elle risque, dans 70 % des cas, de contenir des cellules malignes. Le cancer de la prostate a des liens avec la peur, la sexualité, l'indignité et la mort. Neill Iscoe et Michael Jewett sont les rédacteurs d'une série de 13 articles sur le cancer de la prostate, dont le premier paraît dans ce numéro (page 509). Rédigée par des experts de toutes les régions du Canada, cette série vise à faire le point sur tous les aspects du cancer de la prostate, depuis son épidémiologie jusqu'aux soins palliatifs en passant par les causes (il existe plusieurs bonnes hypothèses liées à l'alimentation), le dépistage, le traitement et les complications. Un bref éditorial décrit plus avant cette première production sous la bannière Principes cliniques du *JAMC*.

Le *JAMC* présente aussi une nouvelle section intitulée Controverse. Michael Gordon et ses collaborateurs (page 493) ouvrent le débat en lançant un appel en faveur d'une solution de rechange fiscale à la privatisation de l'assurance-maladie. Ils soutiennent qu'il faudrait imputer les coûts d'utilisation du système de santé aux patients, qui devraient déclarer les services de soins de santé comme des avantages imposables. Steven Lewis (page 497) répond en défendant l'assurance-maladie et tente de démolir l'argument fiscal. Une brève réfutation de chaque argument suit. Les suggestions proposant d'autres sujets de débat selon les bienvenues.

Les étudiants de l'Ontario (et, suppose-t-on, d'un bout à l'autre du pays) fument, boivent et consomment des drogues illégales plus que jamais. Présentant un rapport sur l'enquête qu'ils ont effectuée récemment auprès de presque 4000 élèves des niveaux intermédiaire et secondaire, Edward Adlaf et Frank Ivis (page 451) concluent que nous ne faisons pas beaucoup de progrès pour réduire les taux d'abus de substances chez les jeunes. John Millar (page 485), directeur médical de la santé publique en Colombie-Britannique, étudie nos progrès inégaux et propose des changements essentiels qui s'imposent si nous voulons nous attaquer sérieusement au problème.

Les médecins et les patients veulent connaître les avantages relatifs du vaste éventail d'antihypertenseurs maintenant disponibles. Les sociétés pharmaceutiques veulent aussi savoir si leurs produits sont meilleurs que ceux de la concurrence. Thomas Wilson et ses collaborateurs (page 469) présentent les résultats d'une étude multicentrique randomisée réalisée récemment qui portait sur 2 antihypertenseurs. Ils ont constaté peu de différences entre leur efficacité, leurs effets secondaires et l'observation du traitement à court terme. Dans un éditorial d'accompagnement, Finlay McAlister et ses collaborateurs (page 488) passent en revue les étapes de l'étude et s'interrogent ensuite sur la valeur réelle de ce type d'étude randomisée.

Enfin, le *JAMC* souhaite la bienvenue à Caralee Caplan, qui s'est jointe à nous en juillet pour un stage de 12 mois : elle est notre première boursière postdoctorale en rédaction médicale (pages 436 et 502).