



**Groupe de recherche  
Médias et santé**

[www.grms.uqam.ca](http://www.grms.uqam.ca)

## Évolution du discours au sujet de l'activité physique par Kino- Québec, la SRC et le journal La Presse de 1985 à 2005

Marie Claude Lagacé

Geoffroy Renaud-Grignon

Lise Renaud

Danielle Maisonneuve

Lagacé, Marie Claude, Geoffroy Renaud-Grignon, Lise Renaud et Danielle Maisonneuve. 2006. «Évolution du discours au sujet de l'activité physique par Kino-Québec, la SRC et le journal La Presse de 1985 à 2005». In *Les médias et le façonnement des normes en matière de santé*, Collection Santé et Société, p. 181-191. Québec : Presses de l'Université du Québec.

### 3.7 Évolution du discours au sujet de l'activité physique par Kino-Québec, la *Société Radio-Canada* et le journal *La Presse* de 1985 à 2005

Marie-Claude Lagacé, MBA, Geoffroy Renaud-Grignon et Lise Chartier

#### RÉSUMÉ

L'analyse des documents produits et diffusés par Kino-Québec, la *Société Radio-Canada* et le journal *La Presse* entre 1985 et 2005 fait état d'une évolution dans le discours relatif à l'activité physique. L'information de nature événementielle, politique et utilitaire est plus largement diffusée que celle à caractère scientifique.

#### ABSTRACT

This analysis of documents produced and diffused by Kino-Québec, *Radio-Canada* and the *La Presse* newspaper between 1985 – 2005 demonstrate an evolution in the discourse relative to physical activity. Information that is event-driven, political or utilitarian is more widely diffused than scientific information.

## INTRODUCTION

Cette étude, réalisée dans le cadre d'un vaste projet mené par le Groupe de recherche Médias et santé (GRMS), vise à comprendre les mécanismes et l'influence des médias, comme élément de l'environnement social dans le façonnement et l'adoption de normes sociales de santé en matière d'alimentation et d'activité physique. À l'aide d'un modèle socio-écologique développé et présenté dans une publication antérieure (1), notre groupe cherche entre autres à identifier les dépositaires d'enjeux (industries, scientifiques, intervenants, ONG, etc.) présents dans la société, qui émettent des messages influant sur ces normes. Les médias font, dans une certaine mesure, partie de ces leaders mais agiraient surtout à titre d'émetteurs relais. Nous tentons notamment de comprendre quel type d'information est diffusé, de quelle manière elle est synthétisée et quels sont les émetteurs (dépositaires d'enjeux) qui semblent le mieux se transmettre à travers les canaux médiatiques pour se rendre à la population et promouvoir des normes relatives à l'activité physique.

### L'activité physique

Depuis une trentaine d'années (2), la préoccupation de l'activité physique est partagée par plusieurs acteurs sociaux : ministères, médias, organismes communautaires, centres de conditionnement physique, ONG, etc. Être actif physiquement est l'un des facteurs associés au maintien d'une bonne santé et est considéré comme un élément de protection contre certaines maladies (3). Au contraire, l'inactivité ou la sédentarité sont aujourd'hui considérées comme un problème de santé publique (4). On reconnaît, à travers les politiques publiques, l'importance de l'activité physique mais entre la moitié et les deux tiers de la population adulte n'en fait pas assez pour en retirer des bénéfices pour la

santé (5). Selon les normes actuellement recommandées, les Québécois de 5 à 17 ans devraient être physiquement actifs tous les jours ou presque, en pratiquant des activités physiques variées qui s'intègrent à leurs habitudes de vie : sport, entraînement structuré et éducation physique, mais également déplacements et loisirs actifs et ce, pour l'équivalent d'au moins une heure par jour d'activité d'intensité modérée ou élevée. Quant aux Québécois de 18 ans et plus, ces derniers devraient être actifs tous les jours ou presque, pour au moins 30 minutes. Cependant, il n'en a pas toujours été ainsi. Ces normes et les recommandations nationales qui les accompagnent ont changé dans le temps (6, 7). Par exemple, en 1981, dans un sondage mené par l'Institut canadien de la recherche sur la condition physique, on recommandait trois heures par semaine d'activité d'intensité modérée au moins (8). Les mesures de pratiques ont également varié au cours des dernières décennies et c'est pourquoi il est difficile d'évaluer l'évolution des tendances de pratique d'activité physique dans la population (6). De plus, les coûts directs et indirects attribuables à la sédentarité représentent un fardeau individuel, populationnel (9) et même organisationnel (10) important.

### Kino-Québec

Le programme gouvernemental Kino-Québec est, depuis sa création en 1978, l'un des importants dépositaires d'enjeux en matière d'activité physique. Sa mission consiste à « promouvoir un mode de vie physiquement actif pour contribuer au mieux-être de la population québécoise ». Kino définit l'activité physique comme « *tout mouvement corporel produit par les muscles squelettiques et produisant une dépense énergétique plus élevée que le métabolisme de repos* ». Elle est subdivisée en quatre catégories : 1) l'activité physique reliée aux **tâches domestiques** (APTD) c'est-à-dire se laver, nettoyer les fenêtres, etc., 2) l'activité physique associée au **travail** (APT) soit livrer des journaux, déplacer des patients, etc. 3) l'activité physique associée aux **déplacements** (APD) par exemple marcher ou faire du vélo et enfin, 4) l'activité physique de **loisir** (APL) qui regroupe l'ensemble des activités physiques pratiquées dans ses temps libres incluant les sports, le conditionnement physique et les activités de plein air (11).

### Les médias

Différentes théories, dont celles de l'approche culturelle « *cultivation theory* » (12, 13, 14) et celle de l'apprentissage social (15) conçoivent les médias comme des porteurs de messages capables d'influencer les comportements et opinions individuels et ultimement, de façonner les normes sociales (16, 17). Ces émetteurs relais exposent les discours et diffusent des images en provenance d'une diversité de dépositaires d'enjeux à travers plusieurs formats (bulletins de nouvelles, affaires publiques, chroniques, éditoriaux, etc.). Les informations ainsi distribuées contribuent à prescrire des normes puisqu'elles empruntent les canaux les plus puissants (les médias de masse) pour véhiculer ce qui est

collectivement acceptable et valorisé (18,19). Toutefois, certaines études démontrent que les individus, notamment les jeunes, ont une faible perception de la présence de contenus liés à l'activité physique à la télévision, d'autant plus s'ils sont plus sédentaires qu'actifs (20). Outre l'influence de dépositaires d'enjeux tels Kino-Québec, l'individu prend part à des interactions avec les médias qui lui fournissent l'occasion de s'approprier ou d'échafauder sa propre perception des normes sociales en matière d'activité physique, que ce soit en termes de fréquence, de durée, de contenu ou de résultats et de résultantes (aspect physique et esthétique, maintien d'un poids santé, respect de recommandations médicales, etc.).

## **OBJECTIF**

Nous avons voulu connaître l'évolution du discours dans le temps de Kino-Québec, à travers son mandat, ses missions, ses enjeux et ses orientations de même qu'à travers ses réalisations médiatiques et ses programmes d'interventions. Parallèlement, nous désirions aussi connaître l'évolution du discours, au cours de la même période (vingt ans), à la télévision de la *Société Radio-Canada* et dans le journal *La Presse* (deux médias québécois d'importance) au sujet de l'activité physique en lien avec la santé. Nous avons ensuite tenté d'examiner les concordances entre les contenus diffusés par Kino-Québec et ceux de ces deux médias sur le même sujet.

## **MÉTHODOLOGIE**

### **Rapports annuels de Kino-Québec**

Dans le cadre de cette étude exploratoire, nous avons effectué dans un premier temps une saisie de données (21) à partir de l'ensemble des documents relatifs aux rapports annuels du programme Kino-Québec présents dans ceux des ministères auxquels il a été rattaché. Nos documents s'échelonnent de la période 1984-1985 à 2004-2005. Les éléments ciblés lors de la recherche étaient premièrement les mandats, les missions et les diverses réunions (volet organisationnel). Deuxièmement, nous avons dégagé les réalisations médiatiques et les programmes d'interventions, leurs publics ainsi que leurs contextes (volet pratique). Pour être considérés, ces éléments devaient être des constituants d'une perspective d'incitation à l'activité physique populationnelle de loisir s'adressant à tous, excluant le domaine des sports d'élite ou de compétition.

### **Corpus**

Le corpus a été constitué à partir de rapports annuels ministériels incluant une section portant sur Kino-Québec (16). Notons que lors de l'année 2000-2001, aucun bilan n'a été réalisé ou du moins publié alors que pour l'année 1999-2000, nos données sont basées sur un résumé de bilan qui ne remplit qu'une partie de notre grille d'analyse de variables.

### Informations historiques de l'Assemblée Nationale

Afin de comprendre le contexte politique dans lequel Kino-Québec a évolué au cours de la période analysée, nous avons consulté la section « Informations historiques » du site web de l'Assemblée Nationale du Québec (22) concernant le rattachement des sports et loisirs à un ministère, les ministres responsables lors de l'époque analysée, de même que les interventions en chambre de ces ministres.

### Articles du journal *La Presse* et émissions diffusées par la *Société Radio-Canada*

Dans un deuxième temps, nous avons d'une part, procédé à l'analyse du discours dans les articles du quotidien montréalais francophone *La Presse*. D'autre part, nous avons combiné cette démarche avec l'étude du contenu des émissions télédiffusées entre 1985 et 2005 par la *Société Radio-Canada* (SRC). Nous avons retenu tout discours portant sur l'activité physique sous l'angle de la santé publique, c'est-à-dire lié à la protection (par exemple, le port d'équipement individuel comme le casque de vélo), à la prévention (par exemple, l'activité physique soutenue pour améliorer l'état cardio-vasculaire) et à la promotion de la santé (par exemple, faire de l'activité physique au moins trois fois par semaine). Ces deux médias ont été retenus en raison de leur complémentarité (l'un est écrit et l'autre électronique), de leur importance sociale et culturelle dans la population québécoise et de l'étendue de leur couverture. Nous avons intentionnellement exclu les « nouvelles du sport » et les émissions spécifiquement consacrées aux sports ou aux compétitions sportives amateurs ou professionnelles. À titre informatif, *Radio-Canada* diffusait en 2006 une seule émission de 30 minutes consacrée aux sports, en ondes du lundi au vendredi, pour un total de 2 heures 30 par semaine (soit 1,83 % du temps de diffusion hebdomadaire). Lors des bulletins de nouvelles, la SRC a retiré, en 2004, la chronique réservée aux nouvelles du sport.

Dans le but de retracer les extraits traitant d'activité physique, nous avons utilisé les mots-clés « activité », « sédentarité » « exercice », « conditionnement physique », « mise en forme » et une série de termes associés. À partir de la banque de données Eureka qui répertorie l'ensemble des articles publiés dans *La Presse* depuis 1987, nous avons retracé 281 nouvelles, chroniques, éditoriaux et lettres d'opinion (n=281), diffusés entre janvier 1987 et mars 2005. La banque de données des émissions de télévision de la Société Radio-Canada a quant à elle permis de retracer 157 descripteurs dans 17 extraits d'émissions et de nouvelles (n=157), diffusés entre janvier 1986 et mars 2005, traitant d'activité physique d'un point de vue de santé publique. Un cinquième des descripteurs n'a pas permis d'identifier les porte-parole.

## RÉSULTATS

### Kino-Québec

De 1984 à 1987, Kino-Québec se définit comme un acteur direct promouvant l'accessibilité à la pratique d'activité physique et de sports pour tous. Il joue

un rôle de coordination auprès d'intervenants locaux, régionaux et nationaux, particulièrement dans le milieu de l'éducation. À partir de 1988-89, les groupes cibles sont renommés des *clientèles* (Jeunes/Adultes/Aînés) auxquelles sont accordés des budgets spécifiques à partir de 1990-91. En 2001-02, un changement de ministère résulte en une sectorisation des principes directeurs en trois branches : les missions, les orientations et les enjeux.

### **Outils de promotion**

Conçu comme un document ou un dépliant, le bulletin est la réalisation médiatique la plus utilisée par Kino-Québec. Certaines années, nous en avons comptabilisé plus de 67, dont la majorité s'adressait à un public général plutôt qu'à un public spécifique. Jusqu'à 21 campagnes médiatiques, s'articulant autour de capsules radiophoniques ou télévisuelles, sont aussi menées annuellement. Elles s'adressent rarement à des publics et des contextes précis, hormis une légère tendance vers les aînés et les milieux communautaires. C'est en 1990-1992 et en 2001-2003 qu'elles sont les plus nombreuses. Kino-Québec met également des affiches et des banques de données à la disposition des intervenants (il y en a dix ou plus lors des années 1990-1991, 1996-1997, 2001-2002, particulièrement en milieu scolaire).

Sous la rubrique *interventions*, nous avons repéré des programmes, des modules, des événements ponctuels ainsi que du soutien fourni par Kino-Québec. Ces programmes visent un vaste public, allant de l'enfant à l'aîné, dans des contextes variés. Lors de la période 1992-96, les enfants représentent entre 15 et 40 % des publics annuellement concernés (18). À partir de 2001-2002, la jeunesse constitue un secteur « *particulièrement névralgique [et] les retombées sur la pratique récréative et sportive seront maximisées et contribueront au développement harmonieux des adultes de demain.* » Les événements ponctuels comme les semaines thématiques sont mentionnés par intermittence dans les rapports, surtout au cours des cinq premières années observées.

### **MÉDIAS**

#### **Descripteurs de la Société Radio-Canada**

Sur une période de vingt ans, avec une moyenne annuelle de 7,8 extraits dont la durée moyenne est estimée à huit minutes, la *Société Radio-Canada* a consacré 62,4 minutes par année à l'activité physique sur une période de 20 ans, ce qui constitue un peu plus d'une minute par semaine. Les périodes où il y a le plus de contenus à ce sujet sont les années 1988 et 1992, avec une tendance à la hausse à partir de 1999 jusqu'en 2003. C'est au mois de septembre, en moyenne, que se trouve le ratio le plus important d'informations relatives à l'activité physique.

Ce sont les émissions de service, les bulletins de nouvelles et les émissions d'affaires publiques qui dominent en terme de proportion de contenu, de cou-

verture et de pourcentage de segments. Ces trois formats présentent 85 % de l'information totale sur l'activité physique à la télévision de *Radio-Canada*. Ce sont les effets (surtout dans les émissions de service), les comportements et les prises de positions politiques (particulièrement dans les bulletins de nouvelles) qui sont les sujets les plus abordés alors que la position des professionnels figure au nombre des sujets les moins traités. Kino-Québec est sollicité trois fois plus que tous les autres intervenants comme source d'informations portant sur l'activité physique. Il fait office de référence en tant qu'organisme et via certaines de ses activités (par exemple, le programme VACTIVE) ou porte-parole (par exemple VASY, le représentant des saines habitudes de vie).

### **La Presse**

En moyenne, *La Presse* publie quelque 16 articles par an traitant de santé. Au cours de la période allant de 1987 à 2004, c'est en 1993-1994, en 1998 et en 2004, qu'il y a le plus de contenus dans le journal *La Presse*, la période la plus dense étant 93-94. La moyenne de contenu est de 10,2 items par document. L'activité physique est traitée majoritairement à l'intérieur d'articles de fonds (par exemple, dans des chroniques plutôt que dans des articles rapportant une nouvelle).

Les sujets les plus abordés sont dans l'ordre : les effets (23,5 %), les trucs (19,3 %) et l'information scientifique (16,5 %). À l'inverse, ce sont les positions politiques de santé publique et de professionnels qui font le moins l'objet de diffusion. Au chapitre des effets, on s'est essentiellement attardé sur les bienfaits de la pratique d'un sport ou de l'activité physique régulière sur la santé. Un certain travail de promotion de l'activité physique est aussi réalisé à l'aide de « trucs » et de conseils, d'informations scientifiques et d'exemples de vie. Dans quelques articles, particulièrement des chroniques, on tient des propos critiques à l'égard du comportement des citoyens. L'essentiel des informations portant sur l'activité physique provient du contenu général de *La Presse* (80,6 %) et 19,4 % seulement provient de cahiers spéciaux autres que *Santé et Actuel*.

Parmi les sources d'informations, les chroniques de Kino-Québec occupent une importante place du corpus de *La Presse*, puisqu'un élément sur cinq provient de l'organisme gouvernemental (21 %). Lorsque la source est un individu, ce sont les spécialistes de santé publique qui sont les plus consultés (32 % lorsque la source est indiquée dans l'article) suivis des éducateurs physiques ou des kinanthropologues (16,2 %), des médecins (14,7 %) et des chercheurs (21,8 %).

La présence, dans *La Presse*, de contenus sur l'activité physique a évolué entre 1987 et 2005. À la fin des années 1980, il en était peu fait mention. C'est au début des années '90 que nous avons observé une croissance du nombre d'articles, portant notamment sur les effets bénéfiques du sport et de l'exercice sur la santé. Le discours de la fin des années 1990 s'est davantage concentré sur l'infor-

mation scientifique, alors qu'on revient sur les effets au cours des années 2000. En terme de pourcentage, de nombre et d'étendue de la couverture, *La Presse* a relativement peu traité, bien que sur un ton très favorable, de la prévention, de la protection et de la promotion de la santé par l'activité physique, au cours de la période analysée.

## DISCUSSION

Notre étude était essentiellement exploratoire, ce qui ne nous permet ni de généraliser ses résultats ni de les présenter comme des faits immuables. Cependant, par la diversité de ses méthodes et leur complémentarité, elle nous permet d'envisager des pistes intéressantes de recherches subséquentes.

### Analogies observées

La première constatation à faire en comparant les résultats des rapports annuels de Kino-Québec avec les contenus de *La Presse* et de la *Société Radio-Canada*, c'est que certaines des années où nous observons le plus de contenus dans les médias (1992-93 et le tournant des années 2000) correspondent à la période des deux plus importantes campagnes médiatiques menées par Kino-Québec, soit 1990-92 et 2001-2003. Par ailleurs, les efforts que consent ce dernier aux bulletins, affiches et banques de données connaissent également (mais pas seulement) des sommets à ces époques. Les sommets de 1998 à *La Presse* et de 1988 et 1999 à *Radio-Canada*, n'ont pas d'équivalent dans les documents de Kino-Québec. Il serait cependant hasardeux d'en déduire qu'il existe un lien direct entre la présence ou l'importance des campagnes de Kino-Québec et la densité de contenu médiatique en matière d'activité physique, car il nous manque d'autres aspects de l'information. Nous n'avons pas obtenu d'information sur le contenu exact de ces campagnes, ni sur celui des descripteurs. Il est donc impossible de tracer des liens entre les contenus relatifs aux clientèles/milieus visés, aux activités promues, etc.

### Kino-Québec dans les médias

Le fait que Kino-Québec soit la source des contenus de *La Presse* dans 20 % des cas où nous avons pu retracer la source et que c'est également l'organisme de référence le plus utilisé par la *Société Radio-Canada* au cours de la période analysée, témoigne à notre avis de la notoriété de l'organisme lorsque vient le temps d'aborder le thème de l'activité physique dans les médias québécois. De plus, la saison où ces médias proposent le plus de contenus relatifs à l'activité physique est l'automne, tout particulièrement le mois de septembre qui coïncide avec la rentrée des classes. Or, nous l'avons vu, le groupe cible formé des jeunes a toujours été privilégié par Kino-Québec. Ces raisons nous permettent d'avancer que l'organisme est un important dépositaire d'enjeux en matière d'activité physique au Québec et qu'il serait valable d'avoir recours à cet acteur pour continuer de soutenir la promotion d'une vie active auprès de la population.

La nature du programme Kino-Québec constitue vraisemblablement un levier d'action qui lui octroie parfois les moyens d'avancer, mais qui le freine à d'autres moments. Kino-Québec est un programme gouvernemental qui relève d'un ministère, donc d'un ministre élu faisant partie d'un parti politique spécifique. Au cours des vingt dernières années, Kino-Québec a connu neuf ministres ou ministres responsables et a été rattaché à différents ministères : Loisirs, Chasse et Pêche jusqu'en 1994 où il relève désormais du Ministère des Affaires municipales. À partir de 2001, la responsabilité du Tourisme, au Loisir et au Sport, relève d'un ministre délégué, puis d'un ministre responsable. En 2003, il redevient sous la responsabilité du Ministère des Affaires municipales, Sport et Loisir et enfin, il relève du Ministère de l'Éducation, Loisir et Sport depuis janvier 2005. Bien que les gens qui en sont responsables et ceux qui l'opérationnalisent ne changent pas à chaque élection, il est permis de penser que les changements de direction peuvent exercer de l'influence sur les orientations stratégiques du programme et sur l'ampleur de ses actions.

Ainsi avons-nous identifié deux périodes où coïncident les campagnes de Kino-Québec et une plus grande proportion de contenus sur l'activité physique dans les deux médias analysés, soit 1990-92 et 2001-2003. Or, de 1989 à 1994, le ministre des sports et loisirs fait plusieurs interventions en chambre pour en parler, notamment pour vanter en 1991-92, la trousse VACTIVE pour les aînés. À partir de 1994, dans les deux médias, nous avons pu observer une baisse de contenus portant sur l'activité physique jusqu'en 1998 dans le cas de *La Presse*, et jusqu'en 1999 dans le cas de *Radio-Canada*. Or, le ministre et le ministère ont changé à cette époque et le ministre semble davantage préoccupé par les affaires municipales que par les questions de sports et de loisirs. À ce sujet, ses interventions sont rares, sinon pour discuter de hockey mineur et pour demander «qu'on me produise un cadre d'intervention qui établisse des orientations précises et propose des stratégies concrètes» (23) à l'endroit du sport et loisir au Québec. Lorsque nous observons l'autre sommet de 2001 à 2003, le ministre alors responsable est lui-même un sportif et un ancien entraîneur sportif. En 2003, lorsque une légère baisse est enregistrée, il y a changement de gouvernement. Il n'est pas question d'affirmer ici que les actions de Kino-Québec ne dépendent que de son ministre et du ministère duquel il relève. Cependant, il faut considérer que ce dépositaire d'enjeux entretient des relations étroites avec d'autres parties prenantes dans la société et qu'il en subit lui aussi des influences.

### **Contenu relatif à l'activité physique dans les médias**

*Radio-Canada* et *La Presse* semblent offrir des réponses à des questionnements en proposant surtout des informations relatives aux effets (premier sujet dans les deux cas), aux comportements et aux trucs en lien avec l'activité physique. Les positions des politiques publiques sont parmi les sujets les plus traités en télévision, peut-être parce qu'elles s'actualisent et parviennent aisément à

intéresser le récepteur du message. Par contre, le journal traite le plus souvent d'informations scientifiques, plus difficiles à associer à un événement ou à une nouvelle et où se retrouve une grande partie de l'information sur l'activité physique diffusée à la SRC. Il est probablement plus facile de proposer ce type d'information par écrit qu'à l'intérieur de capsules de nouvelles. De plus, les émissions à caractère scientifique sont rares, exception faite de *Découverte*. La position des professionnels est faiblement abordée dans les deux cas. Les relations parfois difficiles qu'entretiennent les journalistes avec les scientifiques et les spécialistes peuvent constituer une partie de l'explication (24).

La proportion de contenu relatif à l'activité physique sous toutes ses formes est donc assez faible. De plus, dans le cas de *Radio-Canada*, le temps total accordé aux émissions sportives a diminué au cours de la période que nous avons analysée, avec le retrait d'émissions telles la *Soirée du Hockey* ou les *Héros du samedi*. Dans le cas de *La Presse*, la section des sports n'a toutefois pas diminué de manière significative.

La place de l'activité physique dans les médias est insuffisante mais nos résultats indiquent que la tendance semble être à la hausse depuis 2000. Il serait intéressant d'obtenir les contenus des deux dernières années et de vérifier si la tendance se maintient. Il y a peut-être quelque chose de paradoxal à promouvoir l'activité physique à la télévision alors que l'augmentation du nombre d'heures passées à la télévision a souvent été associée à l'augmentation de la sédentarité. Ce médium de masse ne peut toutefois être ignoré dans des campagnes de promotion et il doit continuer à être utilisé aux côtés des médias écrits et de plus en plus, des sites web. Des études vantent aussi l'intervention continue dans les milieux communautaires, ce que Kino-Québec a fait au cours des années analysées, notamment à l'aide des programmes, modules, banques de données, dépliants, etc.

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

1. Renaud, L., Bouchard, C., Caron-Bouchard, M., Dubé, L., Maisonneuve, D. et Mongeau, L. (2006) A model of mechanisms underlying the influence of media on health behaviour norms. *Canadian Journal of Public Health/Revue canadienne de santé publique*, 97(2), 149-152.
2. Renaud, L. (2005) *La santé s'affiche au Québec : plus de 100 ans d'histoire*, Québec : Presses de l'Université du Québec.
3. Berlin J.A. et Colditz, G.A. (1990) A meta-analysis of physical activity in the prevention of coronary disease, *American Journal of Epidemiology*, 132(4), 612-628.

4. Sallis, J.F., Bauman, A. et Pratt, M. (1998) Environmental and policy interventions to promote physical activity, *American Journal of Preventive Medicine*, 15(4), 379-397.
5. Bauman A.E., Bellow, B., Owen, N. et Vita, P. (2001) Impact of an Australian mass media campaign targeting physical activity in 1998, *American Journal of Preventive Medicine*, 21(1), 41-47.
6. Stone, E.J., McKenzie, T.L., Welk, G.J. et Booth, M.L. (1998) Effects of physical activity interventions in youth. Review and synthesis, *American Journal of Preventive Medicine*, 15(4), 298-315.
7. French, S.A., Story, M.A. et Jeffery, R.W. (2001) Environmental influences on eating and physical activity, *Annual Review of Public Health*, 22, p. 309-335.
8. *1981 Canadian Fitness Survey* (consulté 27 novembre 2006) Canadian Fitness and Lifestyle Research Institute, URL: [http://www.cflri.ca/eng/provincial\\_data/cfs1981/index.php](http://www.cflri.ca/eng/provincial_data/cfs1981/index.php).
9. Garrett, N.A., Brasure, M., Schmitz, K.H., Schultz, M.M. et Huber, M.R. (2004) Physical inactivity: Directs cost to a Health Plan, *American Journal of Preventive Medicine*, 27(4), 304-309.
10. Lowell, J. (2004) The food industry and its impact upon increasing global obesity: a case study. *British Food Journal*, 106(2-3), 238-248.
11. *Kino-Québec* (consulté 21 novembre 2006), <http://www.kino-quebec.qc.ca/index.asp>.
12. Abercrombie, N. (1996) *Television and Society*. Cambridge : Polity Press.
13. Nabi, R.L. et Sullivan, J.L. (2001) Does television viewing relate to engagement in protective action against crime? *Communication research*, 28(6), 802-825.
14. Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorelli, H. et Shanahan, J. (2002) In Growing up with television: Cultivation processes, in J. Bryant et D. Zillman (Ed.), *Media Effects: Advances in Theory and Research (2nd ed.)*, Mahwah (NJ) : Lawrence Erlbaum Associates.
15. Bandura, A. (1986) *Social Foundations of Thought and Action*. Englewood Cliffs (NJ) : Prentice-Hall.
16. Alcalay, R. et Bell, R. (2000) *Promoting Nutrition and Physical Activity Through Social Marketing: Current Practice and Recommendations*. Center for advanced Studies in Nutrition and Social Marketing, University of California, Davis.
17. Renaud, L., Bouchard, C., Caron-Bouchard, M., Dubé, L., Maisonneuve, D. et Mongeau, L. (2006) A model of mechanisms underlying the influence of media on health behaviour norms. *Canadian Journal of Public Health*, 97(2), 149-152.
18. Cohen, D.A., Scribner, R.A. et Farley, T.A. (2000) A structural model of health behavior: a pragmatic approach to explain and influence health behaviors at the population level. *Preventive Medicine*, 30, 146-154.

19. Milio, N. (1986) Health and the media in Australia—an uneasy relationship. *Community Health Studies*, 10(4), 419-422.
20. Gagnon, S. et al. (2007), Contribution des contenus télévisuels dans la formation des normes associées à la pratique de l'activité physique à l'adolescence in section 4.4. L. Renaud (Dir.), *Les médias et le façonnement des normes en matière de santé*, Montréal.
21. Renaud-Grignon, G., Lagacé, M.-C. et Kishchuk, N., (2007) Évolution du discours de Kino-Québec de 1984 à 2005, in section 3.6 L. Renaud (Dir.), *Les médias et le façonnement des normes en matière de santé*, Montréal.
22. Assemblée nationale du Québec, (consulté 23-30 novembre 2006), URL : <http://www.assnat.qc.ca/>.
23. Intervention (CAE-15 : 5) du Ministre à l'Assemblée Nationale lors des travaux parlementaires de la 35<sup>e</sup> législature, 1<sup>re</sup> session (du 29 novembre 1994 au 13 mars 1996), (consulté entre le 23 et le 30 novembre 2006), <http://www.assnat.qc.ca/>.
24. Maillé, M.-E., Saint-Charles, J. et Lucotte, M. (2006) Le fossé entre les journalistes et les scientifiques : est-ce possible de surmonter les profondes divergences de vue?