

Les médias devraient revoir leurs messages sur l'activité physique, l'alimentation et l'image corporelle

Source

Renaud L et coll. (2009) **Messages d'activité physique et d'alimentation : Que nous offrent les médias québécois?** *Revue Canadienne de Santé Publique* 100:208-11.

Plus que jamais, les médias influent sur les normes sociales et notre façon de penser et d'agir. Ainsi, les messages qu'ils diffusent peuvent jouer un rôle important en promotion de la santé.

Pour la période comprise entre 1986 et 2005, les auteurs ont analysé l'ensemble des messages concernant l'activité physique, l'alimentation et l'image corporelle qui ont été diffusés dans différents médias québécois dont la télévision (téléromans, publicités, etc.) et la presse écrite.

Téléromans

Parmi les 513 séquences tirées de 13 téléromans, 40 % évoquaient un aspect lié à l'alimentation, 6 % à l'activité physique, et moins de 5 % traitaient à la fois de l'activité physique et de l'alimentation.

Quant à l'image corporelle, l'analyse des téléromans montre que la corpulence des hommes est plus forte que celle des femmes (selon l'échelle de physionomie de Gray et Thompson). En effet, 4 % d'entre eux se trouvent en-dessous du poids santé alors que chez les femmes, ce pourcentage passe à 56 %. Ces chiffres doublent pratiquement lorsqu'on analyse les messages publicitaires : 43 % des hommes et 91 % des femmes sont en dessous du poids santé.

Télévision

Les messages concernant l'activité physique diffusés à la télévision représentent, sur une période de 20 ans, une moyenne annuelle de 7,8 segments d'environ 8 minutes. On y traite particulièrement des effets, des comportements et des orientations politiques alors que l'opinion des professionnels et des professionnelles est peu abordée. La moyenne annuelle de messages en lien avec l'alimentation est de 33 segments d'environ 9 minutes. Les effets de l'activité physique, l'information scientifique, le comportement, les trucs et les avis des professionnels sont mis de l'avant.

Presse écrite

Dans la presse écrite, le nombre de messages sur l'alimentation varie beaucoup au fil des années, passant de 14 articles, en 1987, à près de 73 en 2005. Pour ce qui est de l'activité physique, on dénombre en moyenne 16 articles par année.

Les mêmes aspects que ceux traités à la télévision y sont abordés, à savoir ses effets, les trucs pratiques et l'information scientifique. La position des professionnels de l'activité physique n'est pratiquement jamais présentée.

En conclusion, l'image corporelle véhiculée dans les médias (un poids en-deçà du poids santé) contribue à valoriser une norme qui ne correspond pas à ce que préconisent les instances de santé publique. Les messages proposent surtout de l'information relative aux effets de l'activité physique, aux trucs pratiques et aux comportements, mais très peu aux connaissances scientifiques. Enfin, les opinions sur l'alimentation des professionnels et des professionnelles sont plus souvent présentées que celles sur l'activité physique.

Puisque les médias peuvent modifier les normes sociales en matière de santé, il serait intéressant qu'ils :

- accordent une plus grande place aux professionnels;
- projettent une image corporelle plus saine;
- présentent davantage d'information conjointe sur l'activité physique et l'alimentation.

Reste à trouver la façon d'amener les gens des médias à faire ces changements.

Annabelle Dumais et Guy Thibault