

Communication

Canada



Enjeux et défis de communication auprès des Canadiens et des Canadiennes peu alphabétisés

Rapport final
Révisé en octobre 2002



Communication
Canada

Canada

Dans la présente publication, les termes du genre masculin utilisés pour désigner des personnes englobent à la fois les femmes et les hommes.

Publié par Communication Canada en septembre 2000.
Révisé en octobre 2002.

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec la Direction générale de la recherche et de l'analyse au (613) 992-8545.

Les résultats de cette étude sont aussi disponibles sur le site Web de Communication Canada (www.communication.gc.ca).

N° de catalogue PF4-3/2000
ISBN 0-662-65220-7

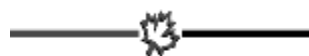


Remerciements

Cette étude sur les communications gouvernementales auprès des Canadiens peu alphabétisés a été initiée et dirigée par Communication Canada dans le cadre de son mandat visant l'amélioration des communications entre le gouvernement du Canada et les citoyens. Dans ce but, Communication Canada informe les Canadiens sur les services gouvernementaux qui leur sont offerts et, à cette fin, travaille en collaboration avec les autres organismes et ministères fédéraux. En réalisant divers projets comme celui-ci, il s'efforce à promouvoir l'amélioration constante des communications gouvernementales, et à appuyer et conseiller les communicateurs du gouvernement en mettant à leur disposition les résultats de recherches axées sur les citoyens.

La réalisation de cette étude n'aurait toutefois pas été possible sans la précieuse collaboration des Canadiens qui ont répondu à l'enquête et participé aux entrevues. Nous tenons à les remercier. Il est également important de souligner la contribution exceptionnelle de plusieurs ministères, organismes gouvernementaux et maisons de recherche sur l'opinion publique. Nous voulons remercier toutes les personnes qui, de près ou de loin, ont participé à ce projet, et, plus particulièrement, M^{me} Marla Waltman Daschko du Secrétariat national à l'alphabétisation et M. Michel Gauthier de Développement des ressources humaines Canada, M. Jean Pignal et M^{me} Lynn Barr-Telford de Statistique Canada, ainsi que M^{me} Céline Brisebois, M^{me} Faye Linseman et M^{me} Karen Suchorab de l'Agence des douanes et du revenu du Canada. Un remerciement tout particulier est adressé à M. Martial Ménard qui a contribué aux premiers travaux. Un merci spécial à M. Duncan McKie de la firme Pollara, M. Yves Déziel et M. Kerry Butt, tous deux de la maison COGEM, ainsi qu'à leurs collègues qui ont travaillé à la réalisation des études quantitatives et qualitatives.

Nous aimerions de plus souligner la collaboration de M^{me} Wendy Desbrisay de *Movement for Canadian Literacy*, ainsi que celle de M^{me} Luce Lapierre, de la Fédération canadienne pour l'alphabétisation en français, de même que les membres de leur organisation respective.



Depuis sa création en 1996, Communication Canada a initié divers projets de recherche et d'analyse sur l'opinion publique touchant les communications gouvernementales. Dans le cadre de ces projets, de nombreux défis de communication ont été relevés auprès de divers groupes de la population canadienne. Déjà sensibilisé à la situation particulière des Canadiens peu alphabétisés, Communication Canada a entrepris, dès le printemps 1999, une analyse des diverses sources d'information concernant cet important groupe de la société. Au début de l'an 2000, Communication Canada a réalisé différents travaux de recherche sur l'opinion publique auprès de ce groupe. Les principaux résultats sont exposés dans le présent rapport et ont fait l'objet de discussion avec les intervenants du gouvernement du Canada du secteur des communications lors d'une séance tenue en juin 2000.

En bref, les Canadiens peu alphabétisés posent des défis majeurs aux communicateurs gouvernementaux, et ce, tant au niveau des approches de communication grand public que de celui de la promotion de services spécifiques de l'un ou l'autre des ministères ou des organismes gouvernementaux. Voici les principaux résultats tirés de l'enquête nationale menée en février 2000 auprès des Canadiens peu scolarisés.

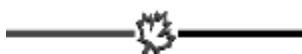
- Ils sont peu au courant des services du gouvernement du Canada et de ses mesures et ils souhaitent être informés, non seulement sur leurs priorités (soins de santé, emploi et éducation), mais aussi sur ce qui les touche au quotidien (soins de santé, hôpitaux, médecins, vieillissement, rentes, etc.). Ils sont relativement pessimistes face à leur avenir et critiques par rapport aux gouvernements.
- La télévision est leur principale source d'information, particulièrement en soirée. D'autres préfèrent la radio, surtout le matin. Ils consacrent peu de temps à la lecture des journaux.
- Bien qu'ils interagissent relativement peu avec le gouvernement du Canada, un nombre non négligeable d'entre eux font appel à des parents ou à des amis pour qu'ils le fassent à leur place.
- Lorsqu'ils décident de communiquer personnellement avec le gouvernement du Canada, ils favorisent le contact direct avec l'un de ses représentants, principalement par téléphone. Peu souhaitent être informés par des systèmes automatisés (guichet ou téléphone) ou via l'Internet.
- En général, ils considèrent que l'information reçue est difficile à comprendre et qu'elle ne répond pas à leurs besoins. Un grand nombre d'entre eux croient qu'ils ne peuvent pas se fier entièrement à l'information transmise.



CARACTÉRISTIQUES DES CANADIENS PEU SCOLARISÉS Sommaire des résultats
<i>Considérations générales</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Moins optimistes, moins sûrs d'eux, réticents face aux changements. • Critiques par rapport à la performance des gouvernements.
<i>Besoins d'information</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Désirent être informés, mais ne savent pas toujours à quel sujet. • Mêmes priorités que les autres Canadiens, à savoir les soins de santé, l'éducation et le chômage, mais peu au courant des mesures déjà prises. • Axés davantage sur les préoccupations quotidiennes.
<i>Perceptions par rapport aux communications gouvernementales</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Plus de difficultés à comprendre et à reconnaître la provenance des informations. • Ambivalents quant à la pertinence des informations reçues pour répondre à leurs besoins. • Incertains quant à la possibilité de pouvoir se fier entièrement à l'information transmise. • Contacts moins fréquents avec le gouvernement du Canada. • Accent important mis sur les relais d'information (parents, amis, professionnels).
<i>Moyens de communication</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Forts consommateurs de télévision, considérée comme principale source d'information, particulièrement en soirée. • Craintifs face aux nouvelles technologies de l'information, dont l'Internet. • Souhaitent être informés par de la publicité gouvernementale, et ce, tant à la télévision que dans les imprimés.

Sur le plan qualitatif, les Canadiens peu alphabétisés manifestent une grande sensibilité à la manière dont les informations leur sont présentées. Les participants aux entrevues ont été invités à réagir à diverses publicités gouvernementales et à exprimer leurs préférences. Les principaux résultats sont présentés au tableau suivant. Ceux-ci doivent toutefois être utilisés avec réserve en raison de leurs limites sur le plan statistique.

À l'examen de ces résultats, il ressort que les gouvernements n'ont pas entièrement réussi à leur transmettre des informations faciles à comprendre et qui répondent adéquatement à leurs besoins. Des efforts supplémentaires devront être déployés afin d'adapter les communications gouvernementales aux besoins particuliers de cet important groupe de citoyens pour qu'ils puissent bénéficier pleinement des services à leur portée.



ATTENTES EN MATIÈRE DE COMMUNICATIONS	
Dans ses communications, le gouvernement <i>accorde trop d'importance</i> aux éléments suivants :	Dans ses communications, le gouvernement devrait <i>accorder davantage d'importance</i> aux éléments suivants :
<i>Considérations générales</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Explications scientifiques, analyses, rapports, études. • Thèmes, mots clés, noms génériques de programmes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expériences personnelles, applications concrètes (ce qui est bon ou mauvais). • Informations pertinentes et utiles dans la vie quotidienne.
<i>Enjeux et défis</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Généralités, tout en insistant sur ce qui pourrait arriver plus tard. • Nouvelles mesures, la solution plutôt que le résultat. • Références à des documents écrits. 	<ul style="list-style-type: none"> • Solutions immédiates, en réponse à des problèmes réels, solutions évolutives qui apportent des changements à court terme. • Démonstration de la manière dont la solution proposée répond à un besoin, une préoccupation ou une aspiration dans la vie courante (résultat). • Instructions précises (étapes à suivre) pour accomplir la tâche pour laquelle les individus sont sollicités.
<i>Format, présentation</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Mots difficiles à comprendre : langage complexe, termes techniques, acronymes, jargon administratif. • Techniques modernes d'infographie, p. ex., écriture couleur sur fond blanc. • Voix d'un fonctionnaire. • Maximum d'information dans l'espace disponible (quantité plutôt que qualité). 	<ul style="list-style-type: none"> • Langage clair et simple, mots connus et utilisés par un grand nombre de personnes, information espacée, grand format. • Écriture noire sur fond de couleur pâle ou blanc. Une image à laquelle on peut s'identifier vaut mille mots. • Faits vécus, témoignages personnels. • Information facile à comprendre (qualité plutôt que quantité).



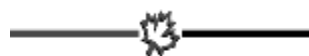


Table des matières

Remerciements

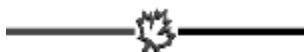
Résumé

Table des matières

1. Enjeux de l’alphabétisme au Canada	1
Définition de l’alphabétisme	1
Caractéristiques socioéconomiques	2
Description de l’étude	3
<i>Objectifs</i>	3
<i>Enquête nationale</i>	3
<i>Enquêtes trimestrielles sur les communications gouvernementales</i>	5
<i>Entrevues</i>	5
2. Contexte général	6
Perspectives	6
Perceptions des gouvernements	6
Priorités et préoccupations	7
3. Besoins d’information	9
Besoins	9
Connaissance des mesures gouvernementales	10
Interaction avec le gouvernement du Canada	11
Préférences pour l’avenir	13
Relais d’information	13
4. Évaluation des communications gouvernementales	15
Pertinence	15
Adéquation	16
Compréhension	17
Fiabilité	18
Reconnaissance	19



5. Moyens de communication	20
Utilisation	20
Préférences	22
Télévision.....	25
<i>Écoute</i>	25
<i>Autres considérations</i>	26
Quotidiens et hebdomadaires	27
Radio	28
<i>Écoute</i>	28
<i>Autres considérations</i>	29
6. Autres observations	30
Langage clair et simple	30
Autres caractéristiques	30
Un exemple : demande de prestation fiscale canadienne.....	31
7. Conclusion	35
Annexe A	36
Enquête internationale sur l’alphabétisation des adultes	36
Profil sociodémographique	36
Statistiques générales.....	36
Alphabétisme et niveau de scolarité	37
Alphabétisme et répartition régionale au Canada	38
Alphabétisme et âge	38
Alphabétisme et langue maternelle.....	39
Alphabétisme et immigration	40
Alphabétisme et emploi.....	40
Annexe B	42
Liste des graphiques.....	42
Liste des tableaux.....	42



1 – Enjeux de l’alphabétisme au Canada

Définition de l’alphabétisme

L’alphabétisme désigne les capacités d’une personne à utiliser les imprimés et l’information écrite pour fonctionner dans la société, atteindre ses objectifs, parfaire ses connaissances et accroître son potentiel¹. Cette définition fait appel non seulement au niveau acquis de scolarité, mais aussi à un mode de comportement nécessitant l’utilisation régulière des capacités de lecture et d’écriture dans l’accomplissement d’une tâche. Dans un tel contexte, les défis que nous devons relever en matière de communications gouvernementales sont grands. Les écrits sont présents partout, qu’il s’agisse de dépliants d’information, de formulaires, de sites Internet, de publicités ou de reportages imprimés sur les activités gouvernementales. Il faut également tenir compte du fait que de nombreux documents visuels sont préparés à partir de textes écrits et que leur compréhension fait souvent appel à la logique de l’écrit.

Les données les plus complètes et les plus récentes en matière d’alphabétisme, publiées par Statistique Canada en septembre 1996, démontrent bien l’ampleur des défis à relever².

- **48 % des Canadiens âgés de 16 ans et plus** (soit 10,2 millions de personnes) **ont de la difficulté à comprendre et à utiliser l’information** contenue dans des textes tels des éditoriaux, des reportages ou des directives, par exemple, les directives d’utilisation de médicaments (textes suivis).
- 47 % des Canadiens âgés de 16 ans et plus ont de la difficulté à repérer et à utiliser l’information présentée sous formes diverses, notamment les demandes d’emploi, les horaires de transport, les cartes routières, les tableaux ou les graphiques (textes schématiques).
- 48 % des Canadiens âgés de 16 ans et plus n’ont pas les connaissances et les capacités nécessaires pour appliquer des opérations arithmétiques à partir de documents imprimés, par exemple, pour calculer un pourboire ou le montant d’intérêt sur un prêt à partir d’une annonce publicitaire (textes au contenu quantitatif).

Parmi ces Canadiens qui ont de la difficulté à repérer, à comprendre et à utiliser l’information reçue, il existe aussi des écarts importants suggérant que, même **parmi ce groupe, nos approches en matière de communications devraient être davantage ciblées**, adaptées aux groupes visés en utilisant les outils de communication appropriés.

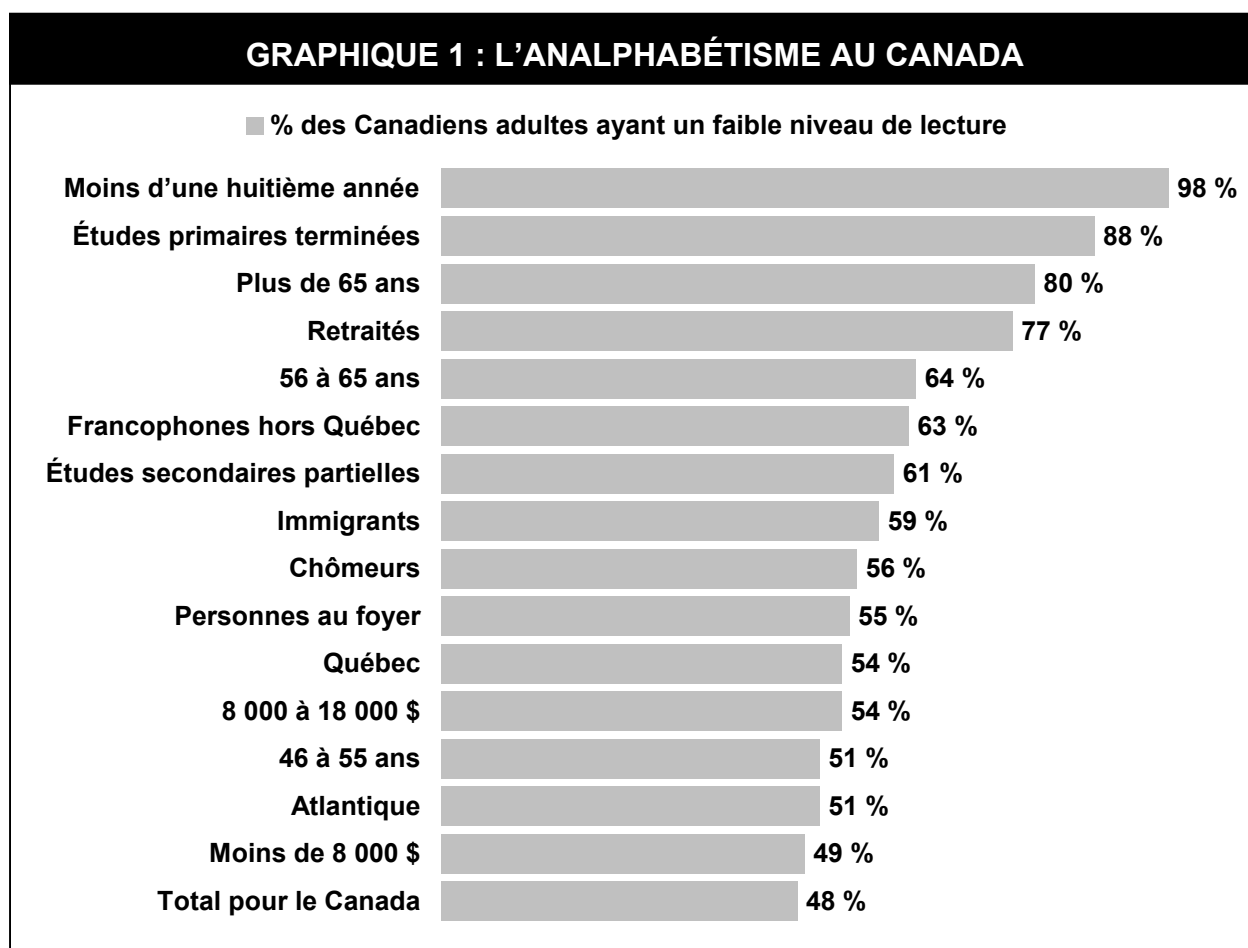
¹ *Lire l’avenir : un portrait de l’alphabétisme au Canada*, par Statistique Canada, Développement des ressources humaines Canada et le Secrétariat national à l’alphabétisation (septembre 1996).

² Pour obtenir plus de détails sur les résultats de cette étude, voir l’annexe A.

Caractéristiques socioéconomiques

Les Canadiens qui ont des difficultés de lecture et d’écriture se retrouvent dans tous les groupes démographiques et socioéconomiques sans exception. Ainsi, ils sont présents, dans des proportions variables, parmi tous les groupes de clientèles. Contrairement à certaines croyances populaires, il ne s’agit pas seulement de personnes faiblement scolarisées, pauvres ou marginales.

Cela étant dit, **la proportion de personnes peu alphabétisées est plus importante** au sein de différents groupes de la société (graphique 1). C’est le cas, notamment, des **citoyens âgés de 56 ans et plus, des personnes qui ont un niveau de scolarité inférieur à une 9^e année, des retraités, des personnes au foyer, des chômeurs, des personnes à faible revenu et des immigrants**. Les résultats par province indiquent que le pourcentage de ceux qui ont un faible niveau de lecture est plus élevé que la moyenne canadienne au Québec, dans les provinces de l’Atlantique et chez les francophones hors Québec.



Source : *Lire l’avenir : un portrait de l’alphabétisme au Canada*, Statistique Canada, Développement des ressources humaines Canada et le Secrétariat national à l’alphabétisation (septembre 1996).

Description de l’étude

Objectifs

Dans le cadre de son mandat visant à améliorer les communications entre le gouvernement du Canada et les citoyens, Communication Canada s’est interrogé sur l’ampleur des défis posés par les enjeux de l’alphabétisme au Canada. L’objet principal de la présente étude est d’approfondir notre connaissance de ce groupe important de la population canadienne dans le contexte d’une approche de communication grand public et de services orientés vers des clientèles particulières.

Au-delà du contexte général dans lequel s’inscrivent les communications gouvernementales, nous avons interrogé les Canadiens peu alphabétisés sur leurs besoins en matière d’information, la manière dont ils interagissent avec le gouvernement du Canada, leur évaluation des communications gouvernementales ainsi que leur utilisation et leurs préférences par rapport aux divers moyens de communication. À partir d’études de cas, nous avons finalement dégagé des éléments clés en matière de contenu ayant trait aux communications gouvernementales.

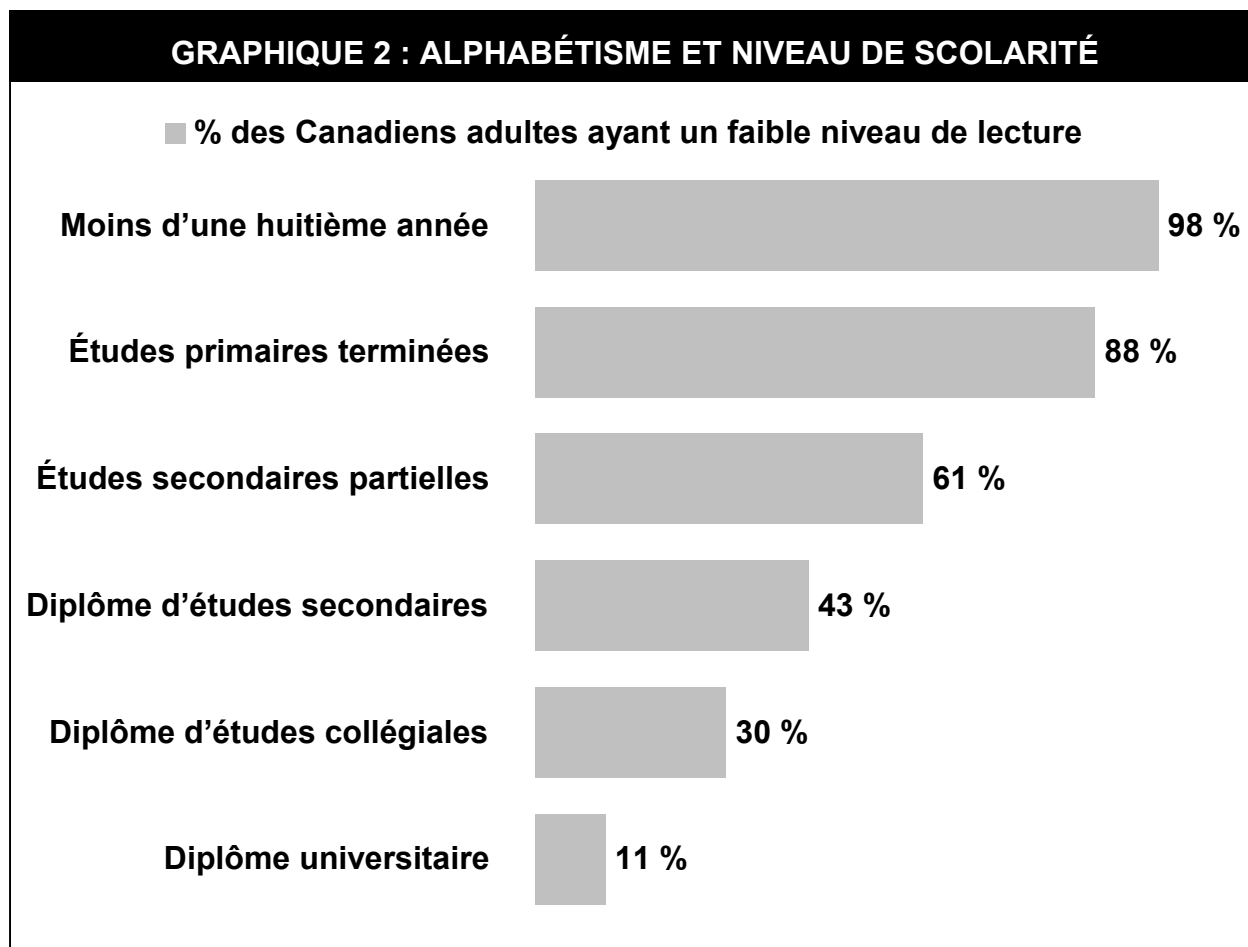
Pour y arriver, nous avons fait appel à divers outils d’analyses quantitatives et qualitatives, ainsi qu’à d’autres ouvrages traitant du sujet, notamment :

- une **enquête nationale** auprès de 1 003 Canadiens peu scolarisés, réalisée par la firme Pollara entre le 7 janvier et le 2 février 2000, y compris l’administration d’un pré-test visant le questionnaire auprès de huit groupes de discussion;
- les **enquêtes trimestrielles** sur les communications gouvernementales menées chaque fois auprès de plus de 4 000 Canadiens et réalisées par la firme Ekos pour Communication Canada, entre octobre 1998 et février 2000; et
- des **entrevues individuelles** auprès de 46 Canadiens peu alphabétisés, menées par la firme COGEM, en mai 2000.

Enquête nationale

Étant donné qu’il est extrêmement difficile d’identifier et de joindre les personnes peu alphabétisées (selon la définition de Statistique Canada) au moyen d’un sondage téléphonique, l’échantillonnage de l’enquête nationale a été limité aux Canadiens peu scolarisés, dont le niveau de scolarité est inférieur à une 9^e année.

Néanmoins, comme le démontre le graphique 2, les recherches effectuées par Statistique Canada avaient montré un rapport étroit entre le niveau de scolarité des Canadiens et leur compréhension des écrits. Par exemple, 98 % de ceux qui n’ont pas terminé un niveau de 8^e année et 88 % de ceux qui n’ont complété que ce niveau présentent de sérieuses difficultés en lecture.



Source : *Lire l'avenir : un portrait de l'alphabétisme au Canada*, Statistique Canada, Développement des ressources humaines Canada et le Secrétariat national à l'alphabétisation (septembre 1996).

L'enquête nationale³ de Communication Canada auprès des Canadiens peu scolarisés a été réalisée auprès de 1 003 répondants adultes ayant un niveau de scolarité inférieur à une 9^e année (42 % n'ayant pas terminé la 8^e année, 58 % l'ayant terminée). Parmi les répondants, le nombre d'hommes (49 %) et de femmes (51 %) était presque réparti également. Un répondant sur deux avait 65 ans et plus, près du tiers (31 %) avaient entre 50 et 64 ans, et un sur cinq (19 %) était âgé de 49 ans ou moins. Quoique la proportion de personnes âgées dans le groupe soit relativement importante, les travaux de Statistique Canada (septembre 1996) ont démontré qu'effectivement 80 % des personnes âgées de plus de 65 ans et 64 % de celles entre 56 et 65 ans (graphique 1) avaient un faible niveau d'alphabétisme.

³ La marge d'erreur correspondant à un tel échantillonnage est de +/- 3,1 %, 19 fois sur 20. Le questionnaire, d'une durée d'environ 15 minutes, comprenait une vingtaine de questions qui avaient été pré-testées auprès des groupes de la population cible à partir de groupes de discussion (8 au total : 4 à Montréal et 4 à Halifax).

En ce qui a trait à l’occupation, 23 % des répondants détenaient un emploi, 6 % étaient sans emploi ou en cherchaient un, et 2 % étaient aux études. Les autres étaient retraités (56 %), reflétant la forte représentation des personnes âgées, au foyer (9 %), handicapés ou malades (3 %). Pour ce qui est de la situation personnelle, plus du tiers des répondants vivaient seuls (34 %) ou avec un enfant (4 %); les autres vivaient en couple avec un ou plusieurs enfants (26 %), sans enfant (27 %) ou en compagnie d’un autre adulte (5 %). Enfin, en ce qui concerne le revenu, près des trois quarts des ménages avaient un revenu inférieur à 40 000 \$, alors que 6 % gagnaient un revenu supérieur à 60 000 \$.

Enquêtes trimestrielles sur les communications gouvernementales

Depuis octobre 1998, Communication Canada réalise trimestriellement des enquêtes sur les communications gouvernementales. Les principaux résultats de ces études sont disponibles sur le site Internet de Communication Canada (www.communication.gc.ca).

Sauf indication contraire, les résultats dont fait état le présent document sont tirés de l’enquête de l’hiver 2000, réalisée entre le 1^{er} et le 21 février. Sur l’ensemble des répondants au sondage (plus de 4 000), 160 d’entre eux ont indiqué avoir un niveau de scolarité inférieur à une 9^e année⁴. La marge d’erreur pour un tel sous-échantillon est supérieure à 8 %, d’où la nécessité d’utiliser ces résultats avec prudence. En général, nous n’avons pas retenu les résultats qui s’écartaient de manière significative de la moyenne nationale.

Entrevues

Ces entrevues ont permis d’approfondir les résultats tirés de l’analyse quantitative, notamment en ce qui a trait aux habitudes et aux réalités de ce groupe dans son choix et son utilisation de l’information. Les résultats des entrevues, combinés aux résultats d’autres études récentes, ont aussi permis d’évaluer les perceptions des Canadiens peu alphabétisés par rapport à des publicités gouvernementales données, notamment au niveau de l’information (langage, structure du texte, format et couleur).

Ces entrevues ont été menées auprès de citoyens inscrits à un programme d’alphabétisation⁵. Il est important de noter que ces personnes se retrouvent rarement dans les groupes les moins alphabétisés et sont peut-être moins isolées que d’autres.

⁴ Ces résultats peuvent sembler faibles (moins de 5 % de l’échantillon). Selon Statistique Canada, en 1996, le pourcentage de Canadiens ayant un niveau de scolarité inférieur à une 9^e année était de près de 12 %. L’expérience montre que ce groupe de la population tend à surévaluer son niveau d’éducation en répondant aux sondages.

⁵ À ce propos, nous tenons à remercier les divers organismes qui ont bien voulu accepter de nous recevoir et d’organiser les entrevues pour nous, en collaboration avec COGEM.

2 – Contexte général

Perspectives

Les résultats de nos diverses enquêtes réalisées depuis octobre 1998 sur les communications gouvernementales ont permis de montrer que les Canadiens peu scolarisés sont en général **moins optimistes et présentent des difficultés d'adaptation au changement**. Ainsi, à l'automne 1999, les résultats ont révélé que :

- 56 % des répondants moins scolarisés se disaient optimistes comparativement à 77 % pour l'ensemble du pays. Parallèlement, 17 % affirmaient être pessimistes, contre 9 % pour l'ensemble du pays;
- les Canadiens peu scolarisés sont plus nombreux (40 %) à croire qu'ils ont perdu tout contrôle sur leur avenir économique (30 % pour l'ensemble du pays);
- plus de 75 % des répondants peu scolarisés sont d'avis que le monde autour d'eux change si rapidement qu'ils ont de la difficulté à suivre (47 % pour l'ensemble du pays).

Ces résultats vont dans le sens de travaux réalisés pour le compte de Revenu Canada (aujourd'hui Agence des douanes et du revenu du Canada) en mai 1997⁶, par la maison COGEM, qui suggèrent que les Canadiens ayant un faible niveau d'alphabétisme **évitent souvent toute situation nouvelle ou différente**.

Perceptions des gouvernements

Selon les résultats de l'enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés et des enquêtes trimestrielles sur les communications gouvernementales, ces derniers sont **critiques face à la performance des gouvernements**.

- Moins du tiers des Canadiens peu scolarisés (30 %) accordent au gouvernement du Canada une bonne évaluation de sa performance globale.
- Lors de l'enquête trimestrielle de l'hiver 2000 sur les communications gouvernementales, 40 % des Canadiens donnaient une bonne évaluation au gouvernement du Canada pour sa performance. Cette proportion n'était que de 35 % chez les répondants peu scolarisés. Des tendances similaires ont été obtenues au niveau des gouvernements provinciaux.
- Les Canadiens faiblement scolarisés sont moins nombreux à croire que le gouvernement du Canada est sur la bonne voie (47 % dans l'enquête sur les communications gouvernementales de l'hiver 2000 comparativement à 56 % pour l'ensemble des répondants).

⁶ Besoins d'information et stratégies des Canadiens ayant un faible niveau d'alphabétisme, COGEM pour le compte de ce qui était alors Revenu Canada (mai 1997).

Lors des entrevues menées en mai 2000, les participants ont souligné faire peu de distinction entre les divers ordres de gouvernement. Ils associent ces derniers davantage aux hommes et aux femmes politiques qu'aux programmes et services gouvernementaux disponibles.

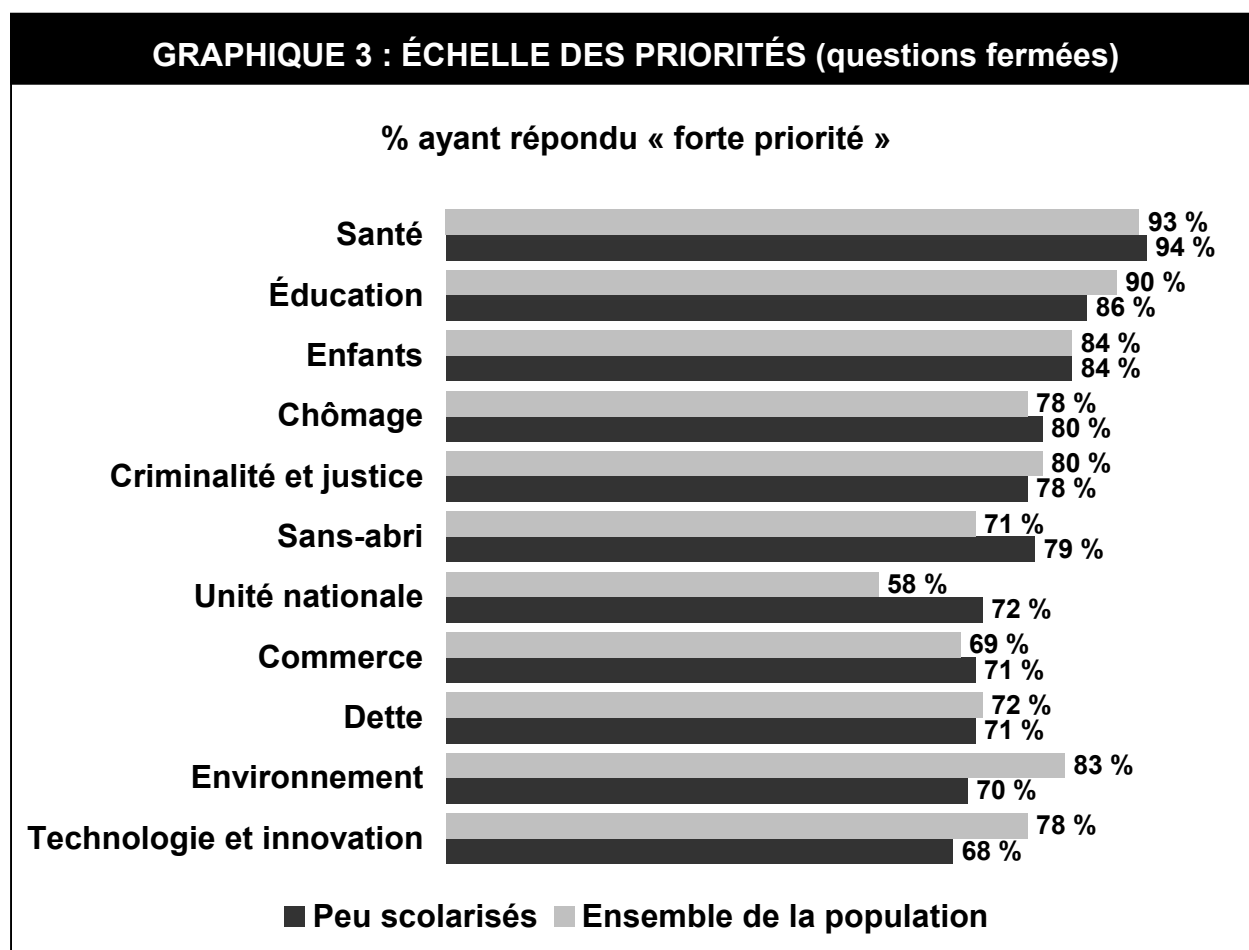
Priorités et préoccupations

Investir dans le système de soins de santé est de loin la première des priorités gouvernementales identifiées par les Canadiens peu scolarisés (tableau 1). Les priorités directement associées à l'amélioration de la qualité de vie (la réduction du chômage, de la pauvreté et des impôts) arrivent en second.

TABLEAU 1 : PRIORITÉS GOUVERNEMENTALES	
<i>« En pensant aux problèmes auxquels le Canada fait face aujourd'hui, quelle devrait être la priorité du gouvernement du Canada selon vous? »</i>	En pourcentage du nombre total de répondants
Investir dans le système de soins de santé	18 %
Réduire le chômage/créer des emplois	9 %
Réduire la pauvreté	7 %
Réduire les impôts	5 %
S'occuper de l'immigration	4 %
Assurer l'unité nationale	3 %
Réduire la dette	3 %
Investir dans l'éducation	3 %
Assurer le bien-être des Canadiens	2 %
Aider les sans-abri	2 %
Autres	19 %
Ne sait pas/refuse de répondre	25 %
Total	100 %

Source : Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés, Communication Canada, février 2000.

L'ensemble des Canadiens partagent sensiblement le même ordre de priorités (graphique 3)⁷. Toutefois, un plus grand nombre de personnes peu scolarisées pensent que le gouvernement du Canada devrait accorder **une forte priorité aux questions de l'unité nationale et aux sans-abri**, ce qui suggère un niveau plus élevé d'incertitude face à leur avenir personnel et à celui du pays. Au contraire, ils sont moins nombreux à croire que le gouvernement du Canada devrait accorder une grande priorité à l'environnement ainsi qu'à la technologie et l'innovation, des dossiers qui semblent moins les préoccuper.



Source : Enquête trimestrielle sur les communications gouvernementales, Communication Canada, hiver 2000.

⁷ Ces résultats se distinguent des précédents en ce que les Canadiens ont été interrogés sur un ensemble donné de priorités pour les cinq prochaines années. Le tableau 1 se rapporte à une question ouverte (avec une seule réponse) concernant les priorités d'aujourd'hui.

3 – Besoins d'information

Besoins

Les Canadiens peu scolarisés ont indiqué **vouloir que le gouvernement du Canada les informe** (tableau 2) non seulement sur les enjeux qu'ils jugent prioritaires (soins de santé, éducation et emploi), mais aussi sur des situations et préoccupations quotidiennes (soins de santé, hôpitaux, médecins, pensions, vieillissement, taxe sur les produits et services, enjeux reliés aux personnes âgées, dépenses gouvernementales et programmes sociaux, etc.). Ces résultats, qui mettent l'accent sur leur quotidien, ont été corroborés par les entrevues menées en mai 2000.

TABLEAU 2 : BESOINS EN MATIÈRE D'INFORMATION	
<i>« Sur quel(s) sujet(s) en particulier souhaiteriez-vous recevoir de l'information du gouvernement du Canada ? » (question ouverte)</i>	En pourcentage du nombre total de répondants
Système de soins de santé/hôpitaux/médecins	11 %
Pensions/vieillessement/invalidité/veuvage	9 %
Taxes/impôt sur le revenu/TPS	9 %
Enjeux reliés aux personnes âgées	6 %
Dépenses gouvernementales/budget/déficit	5 %
Éducation	3 %
Emploi/chômage	3 %
Programmes sociaux/pauvreté/sans-abri/bien-être social	3 %
Aucun/en reçoit suffisamment	14 %
Ne sait pas/refuse de répondre	36 %
Total	100 %

Source : Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés, Communication Canada, février 2000.

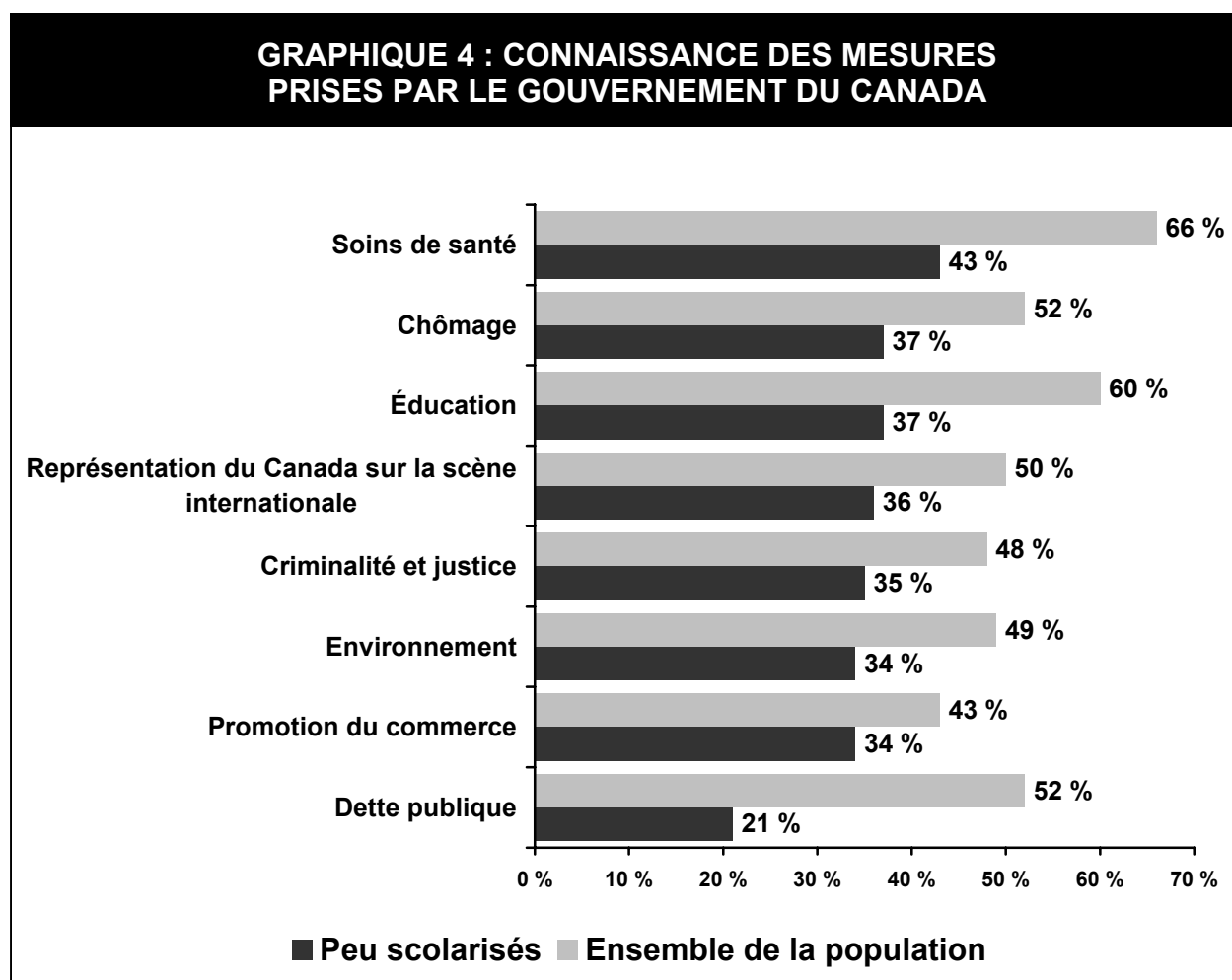
Il est à noter, au tableau précédent, qu'un peu plus d'un répondant sur dix affirme recevoir suffisamment d'information du gouvernement du Canada. **Plus d'un répondant sur trois ne sait pas ou ne connaît pas ses besoins en matière d'information.** À ce propos, lors des entrevues, les participants ont souligné avoir peu d'intérêt à entreprendre les démarches nécessaires pour être informés. Pour de nombreux participants, ce rôle appartient aux gouvernements.

« Quand ils changent une loi sur l'allocation, le chômage, les autres affaires comme ça, ils devraient l'expliquer, envoyer une lettre, le dire à la TV... »

“They know where I am, if they want to tell me anything.”

Connaissance des mesures gouvernementales

Les Canadiens peu scolarisés sont **beaucoup moins au courant des mesures prises par le gouvernement du Canada** concernant différentes priorités (graphique 4). C'est particulièrement le cas pour les questions auxquelles ils accordent une forte priorité (soins de santé, éducation et emploi).



Source : Enquête trimestrielle sur les communications gouvernementales, Communication Canada, automne 1999.

Interaction avec le gouvernement du Canada

L'enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés a montré que seul un répondant sur quatre a communiqué avec le gouvernement du Canada au cours de la dernière année⁸. Des entrevues menées en mai 2000, il ressort que les Canadiens peu alphabétisés sont peu **enthousiastes à l'idée d'établir un contact avec le gouvernement et perçoivent ces communications comme synonymes de difficultés.**

Interrogés sur les façons utilisées pour communiquer avec le gouvernement du Canada, **une très forte majorité des répondants ont indiqué qu'ils avaient eu recours au téléphone** (tableau 3). Moins de la moitié d'entre eux se sont rendus en personne dans un bureau gouvernemental. Près du tiers des répondants ont utilisé le courrier postal. Rares sont ceux qui ont communiqué via l'Internet ou qui se sont servi d'un guichet d'information automatisé dans un lieu public.

TABLEAU 3 : POINTS DE CONTACT AVEC LE GOUVERNEMENT DU CANADA	
<i>« Avez-vous contacté le gouvernement du Canada...? »</i>	Pourcentage ayant répondu « oui »
Par téléphone	81 %
En vous rendant en personne dans un bureau gouvernemental	41 %
Par courrier	30 %
Par l'Internet	5 %
Par un guichet d'information automatisé dans un endroit public	5 %

Source : *Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés*, Communication Canada, février 2000.

Ces constats sont d'autant plus importants que, lors des groupes de discussion⁹ menés dans le cadre de l'élaboration du questionnaire pour cette enquête, de nombreux participants ont exprimé leurs frustrations vis-à-vis de l'usage du téléphone. Certains participants aux entrevues de mai 2000 ont également fait part de telles frustrations, principalement associées aux transferts fréquents d'un service à l'autre et à de longues minutes d'attente, souvent sans savoir à qui ils parlent. Les enquêtes trimestrielles sur les communications gouvernementales ont montré la présence de liens étroits entre la qualité de prestation des services et l'évaluation que font les Canadiens de la performance du gouvernement. Cette corrélation s'applique à l'ensemble de la population.

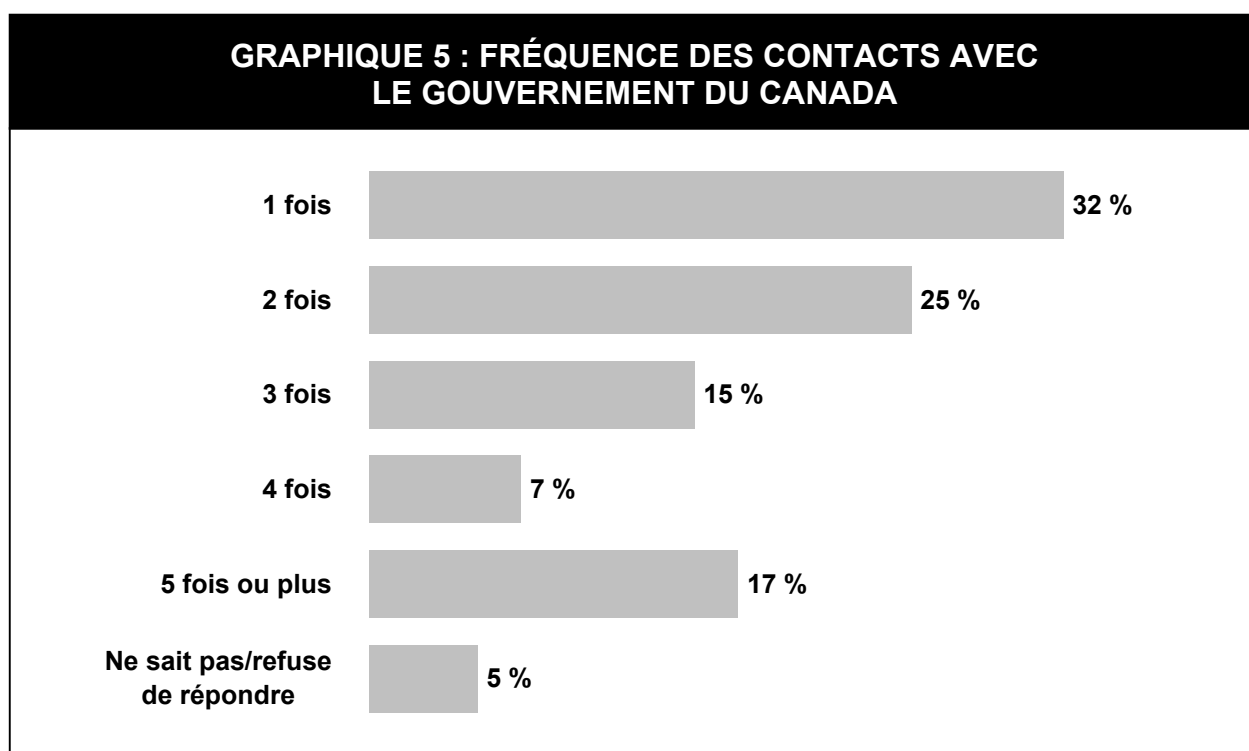
⁸ Ce résultat est légèrement inférieur à celui de l'ensemble de la population (36 %), obtenu lors de l'enquête trimestrielle sur les communications gouvernementales de l'hiver 2000.

⁹ Ces groupes de discussion ont été menés par Patterson, Langlois Consultants inc. en septembre 1999.

Les résultats suggèrent aussi qu'ils accordent la **préférence au contact direct avec un agent**. Une très forte majorité de répondants qui ont communiqué par téléphone (90 %) et en personne (92 %) ont indiqué avoir rencontré un agent ou parlé avec l'un d'eux. De plus, la façon qu'ont choisie les répondants pour mettre la main sur l'information recherchée **leur a permis d'obtenir les renseignements désirés dans la grande majorité des cas** (90 % pour ceux qui se sont rendus en personne dans un bureau gouvernemental, 86 % pour ceux qui se sont servi du téléphone et 79 % pour ceux qui ont utilisé le courrier)¹⁰.

Plus de la moitié des répondants (57 %) ont dit avoir communiqué une ou deux fois avec le gouvernement (graphique 5). Interrogés sur l'utilisation du téléphone, certains participants ont indiqué qu'ils rappelaient plus d'une fois afin de confirmer l'information reçue au début ou jusqu'à ce qu'ils obtiennent la réponse désirée. Certains vont même jusqu'à noter le nom de leur interlocuteur et souhaiter toujours communiquer avec la même personne, peu importe la nature des informations recherchées ou l'ordre de gouvernement concerné. Il en est de même pour leur visite à un bureau ou à un guichet d'information du gouvernement, auquel ils se rendent habituellement.

« Je choisis la personne qui va m'aider. Je sais à qui demander et à qui je ne demanderai pas. »



Source : Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés, Communication Canada, février 2000.

¹⁰ Les résultats en ce qui concerne les renseignements obtenus grâce à l'Internet et aux guichets d'information automatisés ne sont pas statistiquement significatifs en raison du **très petit nombre** de personnes ayant communiqué avec le gouvernement de cette façon.

Préférences pour l'avenir

Dans l'éventualité où ils auraient, le jour suivant l'enquête nationale, à communiquer avec le gouvernement du Canada pour une raison ou une autre, 69 % des répondants à l'enquête nationale ont indiqué qu'ils choisiraient le téléphone, 12 % se présenteraient en personne¹¹ dans un bureau du gouvernement et 11 % utiliseraient la poste. Très peu de répondants ont indiqué qu'ils communiqueraient avec le gouvernement du Canada par l'Internet (2 %) ou par un guichet d'information automatisé (1 %).

Concernant l'Internet, les résultats de l'enquête trimestrielle de l'hiver 2000 sur les communications gouvernementales ont montré que **85 % des répondants peu scolarisés n'avaient pas utilisé l'Internet, à la maison ou ailleurs, au cours des trois mois précédents, comparativement à seulement 38 % pour l'ensemble de la population**. L'examen des résultats des enquêtes trimestrielles révèle que cet écart entre utilisateurs est l'un des plus importants en comparaison à d'autres variables (sexe, âge, région rurale versus urbaine). Néanmoins, les résultats ont fait ressortir une augmentation significative dans le nombre d'utilisateurs auprès des personnes peu scolarisées depuis mai 1999, comme pour l'ensemble du pays.

Relais d'information

Parmi ceux qui n'ont pas communiqué avec le gouvernement du Canada (76 % des répondants), près de 10 % ont indiqué que quelqu'un d'autre de leur entourage l'a fait à leur place (tableau 4). Cette personne est très souvent un parent (52 %), soit un enfant, un conjoint ou un autre membre de la famille. Près du tiers ont fait appel à un professionnel, soit un comptable ou un avocat. Près d'un répondant sur dix a demandé à un ami.

¹¹ Lors des entrevues, certains participants, particulièrement des régions rurales, ont souligné ne pas se rendre en personne dans les bureaux gouvernementaux en raison de la distance.

TABLEAU 4 : LISTE DES PERSONNES AYANT COMMUNIQUÉ AVEC LE GOUVERNEMENT À LA PLACE DES CANADIENS PEU SCOLARISÉS	
<i>« Habituellement, qui est cette personne? »</i>	En pourcentage du nombre de répondants
Comptable	24 %
Enfant	20 %
Autre membre de la famille	17 %
Conjoint	15 %
Ami	9 %
Avocat	4 %
Autres	11 %
Total	100 %

Source : *Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés*,
Communication Canada, février 2000.

Selon les travaux réalisés pour le compte de Revenu Canada (aujourd'hui Agence des douanes et du revenu du Canada) en mai 1997, le recours à un tiers se produirait lorsque les personnes peu alphabétisées vivent une situation nouvelle ou différente. D'autres évitent tout simplement ces situations. Les entrevues menées en mai 2000 ont montré que les personnes peu alphabétisées fonctionnent d'abord à partir de leur réseau immédiat, là où la relation de confiance est déjà établie et connue. **D'où l'importance, dans un tel contexte, d'informer aussi les personnes pouvant jouer un rôle de relais**¹². Le recours à des parents ou à des amis qui sont généralement au courant de leur problème, est plus marqué chez les participants les moins alphabétisés. Pour ceux qui regardent fréquemment la télévision, particulièrement chez les francophones, le réseau de confiance inclut les animateurs vedettes sur qui ils peuvent se fier.

« Lui, il est franc, il dit ce qu'il pense. Il a une sagesse et il défend les personnes... »

« Il parle comme le monde ordinaire. Quand il dit et explique quelque chose, on comprend ce qu'il veut dire. On a l'impression qu'il parle des vraies affaires, les affaires qui touchent le monde. »

¹² Dans une étude publiée par l'Institut canadien d'éducation des adultes en 1997, intitulée *Des services publics pour toute la population*, le président de la Régie des rentes du Québec soulignait que, dans l'éventualité où les personnes consultées ne comprennent pas elles non plus, il ne faudrait pas se surprendre que ces citoyens perdent confiance dans le gouvernement.

4 – Évaluation des communications gouvernementales

Divers aspects des communications gouvernementales (pertinence, adéquation, compréhension, fiabilité et reconnaissance) ont été évalués. Les résultats des enquêtes trimestrielles sur les communications gouvernementales suggèrent que, comparativement à l'ensemble de la population, les citoyens peu scolarisés ont en général **plus de difficulté à comprendre et à reconnaître l'origine des informations transmises**. Ils sont aussi **plus ambivalents quant à la pertinence des informations reçues par rapport à leurs besoins**.

Pertinence

Une proportion importante de Canadiens peu scolarisés sont ambivalents par rapport à la pertinence de l'information transmise, bon nombre d'entre eux considérant qu'elle répond *plus ou moins* à leurs besoins (tableau 5). Alors que près d'un tiers des répondants sont d'avis qu'elle répond *peu* ou *pas du tout* à leurs besoins, un sur cinq croit que l'information du gouvernement du Canada est *beaucoup* ou *totalemment* pertinente.

TABLEAU 5 : PERTINENCE DE L'INFORMATION GOUVERNEMENTALE	
<i>« Trouvez-vous en général que l'information transmise par le gouvernement du Canada répond totalemment, beaucoup, plus ou moins, peu ou pas du tout à vos besoins? »</i>	En pourcentage du total
Totalemment	8 %
Beaucoup	9 %
Plus ou moins	42 %
Peu	20 %
Pas du tout	10 %
Ne sait pas/refuse de répondre	11 %
Total	100 %

Source : Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés, Communication Canada, février 2000.

Au cours des entrevues, les répondants ont été interrogés sur la façon dont le gouvernement pourrait répondre à leurs besoins. Les résultats ont souligné l'importance de faire connaître les mesures gouvernementales à partir de solutions et de résultats concrets et liés aux expériences personnelles des participants (par exemple, les listes d'attente dans les hôpitaux, les coûts élevés des médicaments, les prestations sociales insuffisantes, la discrimination en matière d'emploi). De l'avis de quelques participants, certaines informations émanant des gouvernements

ont pour but de les convaincre que tout va bien plutôt que de répondre aux problèmes qu'ils vivent au quotidien.

« *Oui, oui la santé, les emplois, l'entrepreneurship, tout va bien, on s'en occupe.* »

Certains ont souligné que l'information transmise ne correspond tout simplement pas à ce qu'ils voient ou entendent autour d'eux. Pour d'autres, les informations sont trop générales et ne donnent que les grandes lignes des objectifs poursuivis.

“*They never say how it's going to affect me and my kids.*”

Adéquation

Sur cette question, l'avis des Canadiens peu scolarisés est davantage partagé (tableau 6). Alors que 43 % trouvent que le gouvernement du Canada transmet *assez* ou *beaucoup* d'information sur les programmes et services qui les intéressent, 44 % croient qu'il n'en fournit *pas assez* ou *aucune*.

TABLEAU 6 : ADÉQUATION DE L'INFORMATION GOUVERNEMENTALE	
<i>« Selon vous, est-ce que le gouvernement du Canada transmet trop, beaucoup, assez, pas assez ou aucune information sur les programmes et services qui vous intéressent? »</i>	En pourcentage du total
Trop	0 %
Beaucoup	2 %
Assez	41 %
Pas assez	36 %
Aucune	8 %
Ne sait pas/refuse de répondre	13 %
Total	100 %

Source : Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés, Communication Canada, février 2000.

Lors des entrevues, certains ont mentionné avoir déjà entendu parler d'un sujet qui les intéressait (par exemple, lors d'un bulletin télévisé), mais qu'aucune information ne leur avait été transmise par la suite. D'autres ont tout simplement déclaré :

« *On reçoit rien du gouvernement, à part des comptes.* »

“*I see other people get stuff from the government, but I never hear anything about it.*”

Compréhension

Plus de quatre répondants sur dix trouvent que l'information fournie par le gouvernement du Canada est *difficile* ou *très difficile* à comprendre (tableau 7). Près d'un répondant sur cinq croit que l'information que transmet le gouvernement du Canada est *plus ou moins* facilement compréhensible. Près du tiers des répondants sont tout de même d'avis que l'information du gouvernement du Canada est *facile* ou *très facile* à comprendre.

TABLEAU 7 : COMPRÉHENSION DE L'INFORMATION GOUVERNEMENTALE	
« Trouvez-vous en général que l'information transmise par le gouvernement du Canada est <i>très facile, facile, plus ou moins facile, difficile</i> ou <i>très difficile</i> à comprendre ? »	En pourcentage du total
Très facile	4 %
Facile	26 %
Plus ou moins facile	19 %
Difficile	32 %
Très difficile	11 %
Ne sait pas/refuse de répondre	8 %
Total	100 %

Source : Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés, Communication Canada, février 2000.

Les résultats des entrevues suggèrent que les informations sont difficiles à comprendre, non seulement parce que les répondants ne saisissent pas la signification des mots, mais aussi parce qu'ils ne savent pas comment repérer les renseignements pertinents ou comment les utiliser.

« *Quand je reçois des informations, je ne sais pas toujours quoi faire, c'est compliqué.* »

“*Talk is cheap; they have to show me.*”

Fiabilité

Plus du tiers des répondants disent pouvoir se fier *plus ou moins* à l'information transmise par le gouvernement du Canada (tableau 8). Par ailleurs, alors que le tiers d'entre eux considèrent pouvoir se fier *peu* ou *pas du tout* à l'information reçue, un sur cinq croit que l'information du gouvernement du Canada est *beaucoup* ou *totalelement* fiable.

TABLEAU 8 : FIABILITÉ DE L'INFORMATION GOUVERNEMENTALE	
<i>« Croyez-vous que vous pouvez vous fier totalement, beaucoup, plus ou moins, peu ou pas du tout à l'information transmise par le gouvernement du Canada? »</i>	En pourcentage du total
Totalement	7 %
Beaucoup	12 %
Plus ou moins	36 %
Peu	21 %
Pas du tout	12 %
Ne sait pas/refuse de répondre	12 %
Total	100 %

Source : Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés, Communication Canada, février 2000.

Interrogés sur cette question, les participants aux entrevues ont affirmé ne pas se fier à l'exactitude des informations les concernant tant qu'ils n'en avaient pas de preuves. Pour eux, ces preuves sont en général acquises grâce à un avantage immédiat (par exemple, une augmentation des paiements d'allocations familiales). D'autres ont indiqué croire davantage aux informations transmises lorsque celles-ci sont présentées à partir de cas vécus, de situations réelles similaires à leur propre situation. Le rapprochement avec des expériences individuelles de vie permet ainsi non seulement de mieux comprendre mais rend aussi les renseignements plus crédibles.

« Si j'ai des doutes, je veux des preuves à l'appui. »

“If my neighborhood benefits, well, that's ok, then.”

Reconnaissance

Un nombre relativement important de Canadiens peu scolarisés ont de la difficulté à savoir si un message publicitaire ou une publication provient du gouvernement du Canada (tableau 9). Alors que plus de quatre répondants sur dix savent *une fois sur deux, assez souvent* ou *toujours* lorsqu'un message publicitaire ou une publication provient du gouvernement du Canada, une proportion similaire le savent *rarement* ou *jamais*.

TABLEAU 9 : RECONNAISSANCE DE L'INFORMATION GOUVERNEMENTALE	
<i>« De façon générale, est-ce que vous savez toujours, assez souvent, une fois sur deux, rarement ou jamais lorsqu'un message publicitaire ou une publication provient du gouvernement du Canada? »</i>	En pourcentage du total
Toujours	12 %
Assez souvent	10 %
Une fois sur deux	22 %
Rarement	23 %
Jamais	20 %
Ne sait pas/refuse de répondre	13 %
Total	100 %

Source : Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés, Communication Canada, février 2000.

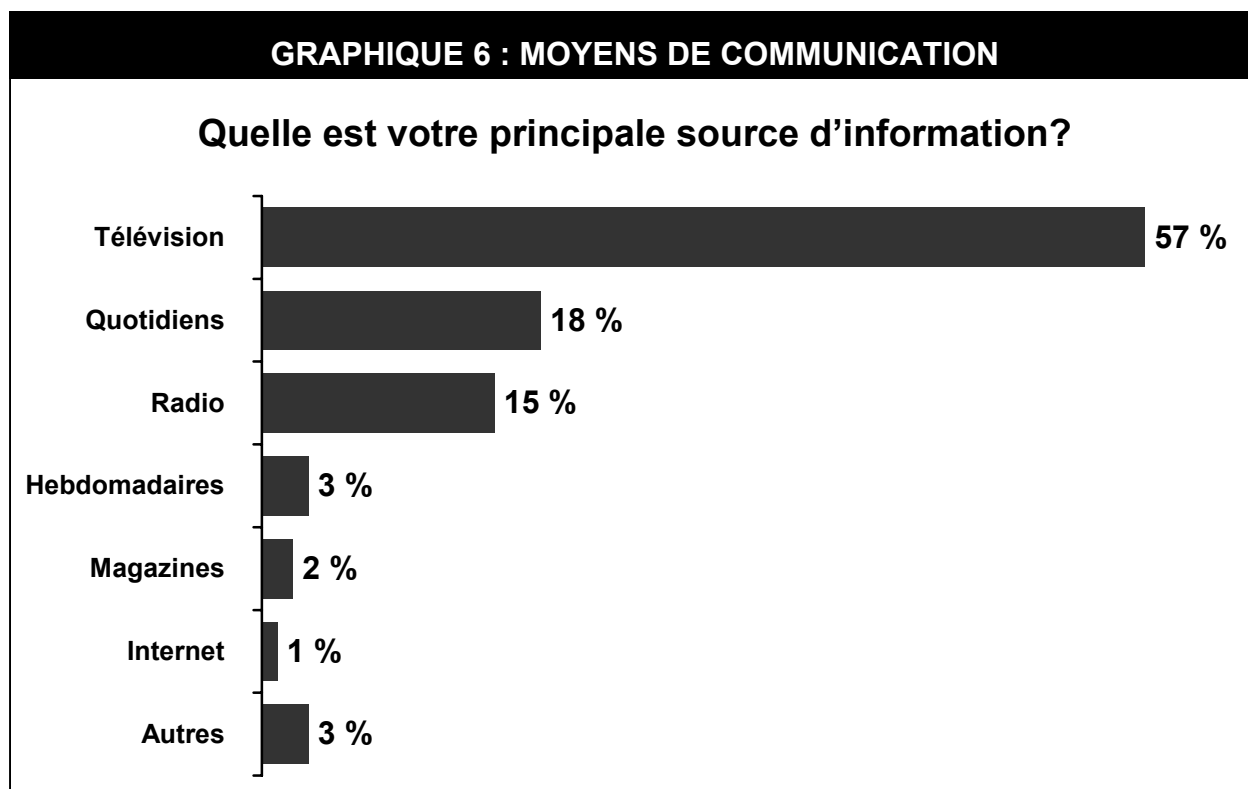
Toutefois, lors des entrevues, certains participants ont rapidement identifié la provenance des informations présentées grâce, notamment, au logo du gouvernement du Canada et au numéro de téléphone 1 800 O-Canada.

5 – Moyens de communication

Utilisation

Plus de la moitié des Canadiens peu scolarisés (57 %) ont identifié **la télévision comme principale source d'information**, entre autres pour ce qui est de l'information provenant du gouvernement du Canada (graphique 6). Loin derrière, ils identifient les quotidiens¹³ et la radio comme principales sources d'information, dans une proportion de 18 % et 15 % respectivement. Les femmes, les ménages à faible revenu (moins de 20 000 \$), les résidents des régions rurales et ceux des provinces de l'Atlantique utilisent davantage la radio que les quotidiens comme source principale d'information. Pour une très faible proportion des répondants, les hebdomadaires (3 %), les magazines (2 %) et l'Internet (1 %) constituent les principales sources d'information.

Comparativement à l'ensemble de la population (enquête trimestrielle de l'automne 1999), les personnes peu scolarisées font **moins appel aux journaux qu'à la télévision et à la radio** pour s'informer.



Source : Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés, Communication Canada, février 2000.

¹³ La lecture des journaux demeure toutefois relativement superficielle.

TABLEAU 10 : PRINCIPALES SOURCES D'INFORMATION SELON LA RÉGION				
	Provinces de l'Ouest	Ontario	Québec	Provinces de l'Atlantique
Télévision	54 %	53 %	69 %	49 %
Quotidiens	17 %	1 %	13 %	19 %
Radio	15 %	16 %	12 %	23 %
Hebdomadaires	5 %	2 %	2 %	4 %
Magazines	2 %	3 %	2 %	2 %
Toutes les cinq sources mentionnées ci-dessus	1 %	1 %	1 %	0 %
Amis et famille	1 %	1 %	0 %	0 %
Internet	1 %	1 %	0 %	1 %
Livres	1 %	0 %	0 %	0 %
Ne sait pas/refuse de répondre	3 %	2 %	1 %	2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : *Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés*,
Communication Canada, février 2000.

Selon la région (tableau 10), les Canadiens peu scolarisés du Québec utilisent le plus la télévision comme principale source d'information. Les répondants des provinces de l'Atlantique sont ceux qui l'utilisent le moins. C'est aussi au Québec que les Canadiens peu scolarisés se servent le moins des imprimés comme principale source d'information (17 % comparativement à 23 % pour l'ensemble du pays). Des tendances similaires selon les provinces ont été observées pour l'ensemble de la population à partir des enquêtes trimestrielles sur les communications gouvernementales.

Les personnes peu scolarisées de langue française sont plus nombreuses à faire appel à la télévision (66 % en comparaison des 51 % dont la langue maternelle est l'anglais). Les femmes peu scolarisées (63 %) dépendent davantage de la télévision pour s'informer que les hommes (51 %). Les participants aux entrevues ont souligné que les bulletins d'informations télévisés constituaient leur principale source d'information. Les documentaires et émissions d'affaires publiques sont aussi considérés comme étant informatifs.

Il existe également une relation significative entre le niveau de revenu et la principale source d'information des Canadiens peu scolarisés (tableau 11). Plus le revenu du ménage est élevé, moins les répondants dépendent de la télévision pour s'informer et plus ils utilisent d'autres sources tels les quotidiens, les hebdomadaires et les magazines.

TABLEAU 11 : PRINCIPALES SOURCES D'INFORMATION SELON LE NIVEAU DE REVENU ANNUEL DU MÉNAGE			
	20 000 \$ ou moins	Entre 20 000 \$ et 39 000 \$	40 000 \$ ou plus
Télévision	60 %	56 %	46 %
Radio	17 %	14 %	14 %
Quotidiens	14 %	21 %	26 %
Hebdomadaires, magazines et autres sources	6 %	6 %	14 %
Total	100 %	100 %	100 %

Source : Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés, Communication Canada, février 2000.

Préférences

Interrogés sur la pertinence, pour le gouvernement du Canada, d'utiliser divers moyens de communication pour transmettre de l'information (tableau 12), une proportion importante de Canadiens peu scolarisés ont indiqué être **d'accord avec la publicité à la télévision (75 %) et dans les imprimés (76 % pour des dépliants par la poste; 70 % pour de la publicité dans les hebdomadaires et 68 % pour de la publicité dans les quotidiens).**

En ce qui concerne la poste, les participants aux entrevues ont noté qu'ils préféreraient recevoir de l'information leur étant adressée personnellement. Si, de plus, le courrier provient de toute évidence du gouvernement (logo ou nom du gouvernement), il est alors automatiquement jugé important. Certains ont même ajouté que lorsqu'ils estiment l'information pertinente pour eux, ils se rendent en personne dans un bureau du gouvernement pour en vérifier l'exactitude¹⁴.

« Quand c'est adressé, je fais plus attention, c'est pour moi. »

“When I see the (Canada) flag, I stop, that's important.”

¹⁴ À ce propos, certains répondants ont indiqué se rendre toujours au même bureau, dont ils connaissent l'adresse, et ce, sans distinction de l'origine des informations.

Les répondants âgés de 50 ans et plus, ainsi que ceux des provinces de l'Atlantique, sont plus nombreux que les autres à vouloir obtenir de l'information gouvernementale par de la publicité diffusée à la radio. Les répondants des provinces de l'Atlantique sont aussi plus nombreux à apprécier la publicité dans les quotidiens, les services téléphoniques automatisés et les kiosques d'information dans les foires ou les expositions. Les présentoirs dans les lieux publics intéressent davantage les travailleurs.

TABLEAU 12 : PRÉFÉRENCES EN CE QUI A TRAIT AUX MOYENS DE COMMUNICATION	
<i>« De quelles(s) façon(s) souhaiteriez-vous recevoir de l'information du gouvernement du Canada sur les programmes et les services? »</i>	Pourcentage ayant répondu « oui »
Par des publications ou des dépliants envoyés par la poste	76 %
Par de la publicité à la télévision	75 %
Par de la publicité dans les journaux communautaires	70 %
Par de la publicité dans les quotidiens	68 %
Par de la publicité à la radio	61 %
Par des bureaux gouvernementaux près de chez vous	57 %
Par des présentoirs dans des endroits publics	55 %
Par des kiosques d'information dans les foires ou les expositions	44 %
Par de la publicité dans les revues et les magazines	40 %
Par un service téléphonique automatisé	34 %
Par un guichet d'information automatisé dans des endroits publics	32 %
Par l'Internet	19 %

Source : Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés, Communication Canada, février 2000.

Le pourcentage de Canadiens peu scolarisés qui désirent être informés par l'Internet, les guichets d'information ou les services téléphoniques automatisés est peu élevé. Les entrevues ont montré que les messageries vocales rebutent les personnes peu alphabétisées et dépersonnalisent encore plus la relation de confiance qu'elles cherchent à établir. Par ailleurs, les personnes interviewées n'étaient pas contre l'idée d'utiliser les nouvelles technologies, mais elles ont peur ou se sentent mal à l'aise de recourir à « *une machine* », car elles craignent de ne pas pouvoir l'utiliser efficacement et de ne pas obtenir l'information désirée.

Certains participants aux entrevues disent percevoir les campagnes de publicité télévisées et radiophoniques davantage comme un point de départ (par exemple, l'annonce d'une nouvelle mesure) qu'un point d'arrivée dans leur recherche d'information. D'autres croient que la publicité devrait être un moyen d'obtenir une réponse rapide à une question simple (par exemple, c'est bon ou c'est mauvais).

Les participants ont indiqué une nette préférence pour les publicités qui répondent davantage à leurs besoins individuels ou à leurs expériences de vie. Ils apprécient plus les messages mettant en scène des enfants ou des animaux ou bien ceux qui présentent des situations cocasses. Ils ont exprimé leurs frustrations par rapport aux publicités qui, dans le but de les informer, cherchent à transmettre beaucoup d'information en peu de temps (par exemple, ils n'ont pas toujours le temps de noter les numéros de téléphone dans des publicités télévisées). D'autres ont déclaré qu'ils comptent sur le fait que la publicité soit présentée à plusieurs reprises pour noter les informations ou accroître leur niveau de compréhension.

“You have to watch them over and over, before you know what they are selling”

Télévision

Écoute

Dans l'ensemble, les répondants à l'enquête consacrent 3,6 heures par jour à regarder la télévision, alors que plus des deux tiers y consacrent trois heures ou plus quotidiennement (16 % des répondants y consacrent 6 heures ou plus par jour). Comparativement aux résultats de l'enquête trimestrielle sur les communications gouvernementales réalisée à l'hiver 1999, c'est **plus que pour l'ensemble de la population.**

TABLEAU 13 : NOMBRE D'HEURES D'ÉCOUTE QUOTIDIENNE DE LA TÉLÉVISION	
	En pourcentage du total
Aucune	3 %
Moins d'une heure	2 %
Entre 1 et 1,5 heure	11 %
Entre 2 et 2,5 heures	20 %
Entre 3 et 3,5 heures	20 %
Entre 4 et 4,5 heures	16 %
Entre 5 et 5,5 heures	10 %
6 heures ou plus	16 %
Ne sait pas/refuse de répondre	2 %
Total	100 %

Source : Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés, Communication Canada, février 2000.

Parmi ceux qui regardent la télévision, une forte majorité (97 %) la regarde surtout le soir, près de la moitié (47 %) la regarde l'après-midi, et plus du tiers (37 %), le matin. Les femmes sont plus nombreuses que les hommes à regarder la télévision le matin et l'après-midi. Les résidents peu alphabétisés des provinces de l'Atlantique regardent moins la télévision le matin que ceux du reste du Canada.

Interrogés sur l'écoute du réseau communautaire, les répondants disent y consacrer relativement peu de temps (tableau 14), une heure par jour en moyenne. Quatre sur dix ne le regardent pas du tout.

TABLEAU 14 : NOMBRE D'HEURES D'ÉCOUTE QUOTIDIENNE DU RÉSEAU COMMUNAUTAIRE	
	En pourcentage du total
Aucune	41 %
Moins d'une heure	10 %
Entre 1 et 1,5 heure	17 %
Entre 2 et 2,5 heures	9 %
Entre 3 et 3,5 heures	4 %
Entre 4 et 4,5 heures	2 %
5 heures ou plus	3 %
Ne sait pas/refuse de répondre	14 %
Total	100 %

Source : Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés, Communication Canada, février 2000.

Autres considérations

Selon les travaux de Statistique Canada (septembre 1996) sur l'alphabétisme, il existe un lien étroit entre les capacités de lecture et le temps consacré à regarder la télévision. Cette dernière est considérée comme une solution de rechange aux journaux, notamment pour les personnes incapables de trouver dans les imprimés l'information dont elles ont besoin.

Lors des entrevues, les participants ont affirmé qu'ils regardent attentivement, en général, la télévision, parfois en compagnie d'un membre de la famille ou d'un ami. Certains ont souligné qu'ils discutent à l'occasion du contenu des émissions avec leurs amis ou leurs proches, non seulement afin d'échanger mais aussi pour en vérifier la compréhension.

« Quand j'entends quelque chose..., je vais vérifier souvent l'information auprès de mon amie, je lui demande si elle a entendu ça. »

“If I hear something, I run to tell my friend in case she doesn't know.”

Quotidiens et hebdomadaires

En comparaison à la télévision, les Canadiens peu scolarisés passent **relativement moins de temps à lire les quotidiens** (tableau 15). **En moyenne, ils y consacrent 45 minutes par jour**¹⁵. Ils accordent encore moins de temps à la lecture des hebdomadaires, des magazines et des revues. En fait, parmi les répondants, 32 % ne lisent pas de quotidiens, 47 % ne lisent pas d'hebdomadaires et 57 % ne lisent ni magazines ni revues.

TABLEAU 15 : NOMBRE D'HEURES PAR JOUR CONSACRÉES À LA LECTURE DES JOURNAUX ET DES MAGAZINES			
	Quotidiens	Hebdomadaires	Magazines et revues
Aucune	32 %	47 %	57 %
Moins d'une heure	24 %	25 %	14 %
Entre 1 et 1,5 heure	26 %	14 %	13 %
Entre 2 et 2,5 heures	9 %	3 %	8 % (2 heures ou plus)
3 heures ou plus	3 %	2 %	—
Ne sait pas/refuse de répondre	6 %	9 %	9 %
Total	100 %	100 %	100 %

Source : *Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés*,
Communication Canada, février 2000.

Les travaux de Statistique Canada (septembre 1996) sur l'alphabétisme ont permis de mettre en évidence des différences importantes dans la façon dont les Canadiens peu alphabétisés lisent un journal comparativement au reste de la population. Les répondants qui ont un niveau élevé d'alphabétisme sont plus susceptibles de lire certaines rubriques que ceux dont le niveau est plus faible, notamment les éditoriaux, l'actualité nationale et internationale, les chroniques littéraires et de cinéma, ainsi que l'actualité financière. L'écart est moindre en ce qui concerne les petites annonces, les sports, les bandes dessinées, les horaires de télévision, l'horoscope et les conseils pratiques.

¹⁵ Pollara, qui a réalisé l'enquête, croit que ce niveau pourrait être relativement surévalué étant donné les nombreuses sources alternatives d'information.

Les participants aux entrevues ont indiqué feuilleter d'abord le journal (grands titres et photos). Si un sujet les intéresse, ils commencent la lecture, mais ne la terminent pas à moins que l'information ait vraiment un lien avec leur situation personnelle ou leurs intérêts. Ils s'intéressent de près aux activités locales et de quartier et ne s'attardent pas aux publicités à moins qu'elles n'attirent leur attention ou qu'elles soient d'un intérêt pour eux.

« *Je regarde ce qui est écrit en gros et je lis ce qui m'intéresse.* »

“*I always scan the headlines.*”

Radio

Écoute

Les Canadiens peu scolarisés **passent moins de temps à écouter la radio qu'à regarder la télévision**. Ils y consacrent en moyenne 2,4 heures par jour (tableau 16). Notons que plus de la moitié des répondants écoutent la radio une heure et demie ou moins par jour.

Parmi ceux qui écoutent la radio, 82 % l'écoutent le matin, 46 % l'après-midi, 38 % le soir, et 35 % en allant ou en revenant du travail. Les hommes et les répondants dont le revenu annuel du ménage est supérieur à 40 000 \$ sont plus susceptibles d'écouter la radio en allant ou en revenant du travail.

TABLEAU 16 : NOMBRE D'HEURES D'ÉCOUTE QUOTIDIENNE DE LA RADIO	
	En pourcentage du total
Aucune	18 %
Moins d'une heure	12 %
Entre 1 et 1,5 heure	21 %
Entre 2 et 2,5 heures	17 %
Entre 3 et 3,5 heures	7 %
Entre 4 et 4,5 heures	6 %
Entre 5 et 5,5 heures	5 %
6 heures ou plus	11 %
Ne sait pas/refuse de répondre	3 %
Total	100 %

Source : *Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés*,
Communication Canada, février 2000.

Autres considérations

Interrogés sur une publicité gouvernementale récente présentée sous forme d'infocapsule, certains participants aux entrevues ont rapidement associé cette forme de communication par la radio à la lecture d'un texte et aux difficultés qu'ils affrontent généralement avec les écrits. En effet, les participants ont trouvé les informations difficiles à comprendre, trop scientifiques, transmettant des connaissances plutôt que des directives précises sur l'utilisation d'un produit. Les participants ont jugé ces informations trop générales ou pouvant être utiles peut-être plus tard.

Des participants, particulièrement les francophones, ont aussi indiqué une forte préférence pour des émissions radiophoniques en direct où les animateurs échangent et parlent entre eux, et auxquelles le grand public peut participer en téléphonant. La radio est souvent associée à une présence au foyer, à une certaine forme de sécurité. De nombreuses personnes interrogées ont déclaré ne pas prendre le temps d'écouter spécifiquement la radio. Ils peuvent faire plusieurs choses tout en l'écoutant.

« J'écoute la radio toute la nuit, elle est ouverte même quand je dors. »

“I always have it on when I'm doing things around the house.”

6 – Autres observations

Les résultats ci-après sont tirés des entrevues menées par COGEM pour Communication Canada, en mai 2000, auprès de 45 Canadiens peu alphabétisés. Ils découlent des perceptions exprimées par les participants par rapport au matériel qui leur a été présenté (trois types d'information : une publicité télévisée, un imprimé et une infocapsule radiophonique). Peu de participants ont été en mesure d'exprimer clairement ce que voulait dire communiquer efficacement avec eux autrement que dans la finalité des résultats (c'est-à-dire fournir des informations qui répondent à leurs besoins). Ainsi, assurer la pertinence et la compréhension des informations transmises est une tâche qui revient davantage aux communicateurs qu'au citoyen lui-même.

Langage clair et simple

L'utilisation d'un langage clair et simple ne vise pas exclusivement l'emploi de mots simples correspondant à un niveau donné de scolarité, mais aussi à **un langage commun et reconnu** par les participants. Certains ont réagi très fortement et de manière négative au caractère « *trop scientifique* », technique et bureaucratique de divers termes utilisés. D'autres ont réagi négativement à la multiplication des programmes avec des noms « *grands comme le bras, comme si on voulait être sûr qu'on ne comprenne pas* ». Par ailleurs, des participants auraient souhaité qu'on leur explique le sens de certains mots employés dans le matériel présenté.

En général, à cause de la confusion créée par le langage utilisé et de la complexité des informations transmises, les participants ont non seulement été incapables de comprendre certains messages, mais ils ont même parfois carrément refusé d'en prendre connaissance (croyant que ce message n'était pas pour eux). Selon les résultats des entrevues, lorsque les participants ne comprennent pas, ils ont tendance à croire que le gouvernement ne les écoute pas. Lorsqu'elle cesse de fournir des informations utiles, la communication est perçue davantage comme une relation arrogante, loin des besoins et des intérêts des personnes.

Autres caractéristiques

Les entrevues ont permis d'examiner, en plus du langage, d'autres caractéristiques (disposition et structure des textes, taille des caractères, espacement, couleur, qualité des images et du son). Il est important de noter que les travaux effectués pour le compte de Revenu Canada (maintenant Agence des douanes et du revenu du Canada) en mai 1997 avaient souligné non seulement la nécessité de fournir des informations claires et simples, mais aussi de manière à ce que les personnes visées puissent accomplir la tâche pour laquelle elles sont sollicitées (remplir un formulaire, par exemple).

Les participants aux entrevues ont éprouvé de **sérieuses difficultés à décomposer les informations transmises**, de manière à pouvoir en tirer un avantage quelconque. « *C'est bien beau, le gouvernement a beaucoup de programmes mais qu'est-ce que cela peut me rapporter, à moi?* » De plus, certains renseignements faisaient davantage référence à des résultats d'études scientifiques et des rapports statistiques, alors que les participants désiraient des informations pouvant être utilisées dans leur vie quotidienne. Ils ont toutefois **apprécié l'organisation ordonnée de certaines informations qui répondaient bien à leurs besoins** (aide financière, recherche d'emploi, travail communautaire).

Il est apparu clairement que la taille des caractères, l'espacement et les couleurs sont tous des éléments qui peuvent faciliter la compréhension des informations transmises. Des participants ont réagi négativement aux petits caractères et au grand nombre de renseignements qui, selon eux, occupent un espace trop restreint. Ils ont dit aimer les couleurs pâles et douces qui font contraste avec les écrits dans le matériel imprimé.

D'autres participants se sont dits irrités par la voix du narrateur utilisée dans le matériel audio et qu'ils associent à un fonctionnaire, loin d'eux, extérieur au cercle de leurs relations de confiance. En ce qui a trait aux publicités télévisées, ils se sont dits sensibles au choix des images, particulièrement celles qui présentent des enfants (un thème qui les touche) même si certains expriment des réserves lorsque l'histoire s'éloigne de leur expérience personnelle et de leur milieu social. Les images (message primaire) comptent pour une part importante du rappel publicitaire, et ce, avant même les informations écrites ou dites (message secondaire).

Un exemple : demande de prestation fiscale canadienne pour enfants

L'exemple donné par l'Agence des douanes et du revenu Canada (ADRC, auparavant Revenu Canada) concernant le formulaire utilisé dans le cadre du programme de prestation fiscale canadienne pour enfants est particulièrement intéressant et il complète les données de la présente étude. L'ADRC a cherché à examiner les tâches requises pour remplir le formulaire ainsi que les caractéristiques du formulaire en question. Les résultats ci-après ont servi à la modification du formulaire (tableau 17).

- Dans la première version, une trop grande quantité de renseignements rend le formulaire ambigu et confus.
- Alors que les textes narratifs rendent difficile la compréhension de la première version, l'utilisation de courts énoncés, dans la seconde version, en facilitent la compréhension.

TABEAU 17 : Demande de prestation fiscale canadienne pour enfants (avant)




	Revenu Canada Revenu Canada	Protégé lorsque rempli.
DEMANDE DE PRESTATION FISCALE POUR ENFANTS		
Remplissez chaque section qui s'applique à vous. Avant de remplir le formulaire, consultez la <i>Feuille de renseignements sur la demande de prestation fiscale pour enfants</i> ci-jointe. Vous y trouverez des renseignements sur certaines sections dans le formulaire qui sont désignés par un astérisque (*).		
Vous et votre conjoint devez tous deux avoir rempli une déclaration de revenus pour pouvoir recevoir la prestation fiscale pour enfants.		
Réserve au Ministère		
Section A — Renseignements personnels (Dans la plupart des cas, c'est la mère qui remplit cette section.) *		
Prénoms initiales		Numéro d'assurance sociale
Nom de famille		
Adresse postale	Prov.	Code postal
Rue		Ville
Province ou territoire		Pays
Adresse du domicile (s'il se diffère de l'adresse ci-dessus)		Code postal
Téléphone (domicile)		Téléphone (travail)
Avez-vous changé d'adresse depuis la dernière fois que vous avez communiqué avec Revenu Canada?		Si oui, indiquez la date :
<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non		Année Mois Jour
Nom à la naissance (s'il diffère du nom ci-dessus)		Langue de correspondance
Date de naissance : Année Mois Jour		Sexe : <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M
<input type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Anglais		
Quel est votre état civil? *		Indiquez depuis quand vous vivez en union de fait ou êtes marié, divorcé, veuf ou séparé : *
1 <input type="checkbox"/> Marié 2 <input type="checkbox"/> Conjoint de fait 3 <input type="checkbox"/> Veuf		Année Mois Jour
4 <input type="checkbox"/> Divorcé 5 <input type="checkbox"/> Séparé (depuis 90 jours ou plus) 6 <input type="checkbox"/> Célibataire		
Si vous vivez en union de fait ou êtes marié, avez-vous vécu séparément de votre conjoint actuel pendant des périodes de 90 jours ou plus au cours des dernières années? *		<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non
Si vous êtes un citoyen canadien, indiquez la date à laquelle vous êtes devenu citoyen canadien :		Si vous êtes devenu un citoyen canadien dans les 12 derniers mois, ou si vous n'êtes pas citoyen canadien, vous devez remplir la section D à la page 3 du formulaire.
Depuis la naissance <input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non		Année Mois Jour
Avez-vous résidé à l'extérieur du Canada au cours des deux dernières années (mis à part les vacances)? *		<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non
Si oui, indiquez :		
• quand vous avez quitté le Canada la dernière fois		• quand vous êtes revenu au Canada la dernière fois
Année Mois Jour		Année Mois Jour
• la dernière province ou le dernier territoire où vous avez résidé avant de quitter le Canada		
• votre revenu de toutes provenances dans la section E – État du revenu de toutes provenances		
Section B — Renseignements sur votre conjoint (Remplissez cette section si vous êtes marié, si vous vivez en union de fait ou si vous êtes séparé depuis moins de 90 jours.)		
Prénoms initiales		Numéro d'assurance sociale
Nom de famille		
Adresse postale (s'il se diffère de l'adresse ci-dessus) : Rue		Ville
Province ou territoire		Code postal
Pays		Téléphone (domicile)
		Téléphone (travail)
Votre conjoint a-t-il changé d'adresse depuis la dernière fois qu'il a communiqué avec Revenu Canada?		Si oui, indiquez la date :
<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non		Année Mois Jour
Nom à la naissance (s'il diffère du nom ci-dessus)		Langue de correspondance
Date de naissance : Année Mois Jour		Sexe : <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M
<input type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Anglais		
Si votre conjoint est un citoyen canadien, indiquez la date à laquelle votre conjoint est devenu citoyen canadien :		Si votre conjoint est devenu un citoyen canadien dans les 12 derniers mois, ou si votre conjoint n'est pas citoyen canadien, vous devez remplir la section D à la page 3 du formulaire.
Depuis la naissance <input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non		Année Mois Jour
Votre conjoint a-t-il résidé à l'extérieur du Canada* au cours des deux dernières années (mis à part les vacances)?		<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non
Si oui, indiquez :		
• quand votre conjoint a quitté le Canada la dernière fois		• quand votre conjoint est revenu au Canada la dernière fois
Année Mois Jour		Année Mois Jour
• la dernière province ou le dernier territoire où votre conjoint a résidé avant de quitter le Canada		
• le revenu de toutes provenances de votre conjoint dans la section E – État du revenu de toutes provenances		
RC66 F (97)		(This form is available in English.)
		3/34 

TABLEAU 17 (suite) : Demande de prestation fiscale canadienne pour enfants (après)



Revenu Canada / Revenu Canada

DEMANDE DE PRESTATION FISCALE CANADIENNE POUR ENFANTS

Réservé au Ministère

La prestation fiscale canadienne pour enfants est un paiement mensuel non imposable versé aux familles admissibles pour les aider à subvenir aux besoins de leurs enfants de 17 ans et moins. Vous trouverez plus de renseignements sur la prestation dans la brochure intitulée *Votre prestation fiscale canadienne pour enfants*, incluse dans votre trousse de demande.

Vous devez remplir ce formulaire pour demander la prestation fiscale canadienne pour enfants. Cette demande sert également à calculer les prestations et les crédits accordés dans le cadre de certains programmes provinciaux et territoriaux de prestations pour enfants que Revenu Canada administre.

Pour être admissible à commencer à recevoir la prestation, ou pour continuer à la recevoir, vous et votre conjoint devez chacun produire une déclaration de revenus et de prestations pour chaque année, même si vous n'avez aucun revenu.

Partie 1 – Vos renseignements personnels (En général, cette partie vise la mère.)

Prénom			Numéro d'assurance sociale		
<input type="text"/>			<input type="text"/>		
Nom légal			Date de naissance		
<input type="text"/>			Année Mois Jour		
Nom légal à la naissance (s'il diffère du nom légal indiqué ci-dessus)			<input type="text"/>		
Adresse postale			<input type="checkbox"/> Femme <input type="checkbox"/> Homme		
Rue	App.	Ville	Langue de correspondance		
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Français		
Province ou territoire	Pays	Code postal			
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>			
Adresse à domicile (si elle diffère de l'adresse ci-dessus)			Téléphone (à domicile)		
Rue	App.	Ville	Incl. rég. <input type="text"/>		
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Téléphone (au travail)		
Province ou territoire	Pays	Code postal	Incl. rég. <input type="text"/>		
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>			

Si vous avez déménagé à cette adresse au cours des 12 derniers mois, inscrivez la date du déménagement : Année Mois Jour

Si vous avez déménagé de province ou de territoire, précisez la province ou le territoire où vous résidiez avant le déménagement :

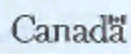
Êtes-vous citoyen canadien? Oui Non

Si oui, et que vous l'êtes devenu dans les 12 derniers mois, remplissez l'annexe 3 et lisez la remarque ci-dessous.
Si oui, et que vous l'êtes devenu il y a plus de 12 mois, lisez la remarque ci-dessous.
Si non, remplissez l'annexe 3 et lisez la remarque ci-dessous.

Remarque : Remplissez et joignez les annexes qui s'appliquent à vous.

- Vous devez remplir les annexes 4 et 6 si, au cours des 2 dernières années, vous êtes devenu résident du Canada suivant votre arrivée ou votre retour au Canada.
- Vous devez remplir les annexes 5 et 6 si vous avez déjà été résident du Canada, que vous aviez quitté le Canada pour résider dans un autre pays, et que, au cours des 2 dernières années, vous êtes revenu au Canada pour y résider.

RC66 F (98)
(This form is available in English.)
3734



- L'emploi d'écriture de couleur sur fond blanc rend le premier formulaire difficile à lire. Une bonne utilisation des couleurs et des contrastes rend le deuxième formulaire attrayant.
 - À ce propos, une étude¹⁶ a montré que le niveau de compréhension diminue radicalement avec l'utilisation des couleurs. Plus de 75 % des lecteurs interrogés dans le cadre de cette étude ont trouvé que les couleurs à forte intensité (comme le rouge) rendent les lettres difficiles à lire, car les lignes se confondent entre elles et le lecteur perd sa concentration.
 - La grande majorité des lecteurs interrogés ont indiqué leur préférence pour le noir et blanc.

- De petits caractères surchargent le premier formulaire et le rendent difficile à lire et à comprendre.
 - À partir de travaux parrainés en 1991 par le Secrétariat national à l'alphabétisation, la Direction générale des communications de ce qui était alors Revenu Canada¹⁷ recommande l'utilisation d'un caractère minimum de 10 points pour la population en général et de 12 points pour les populations plus âgées.
 - Pour les personnes qui éprouvent de sérieuses difficultés de lecture, il est même souhaitable d'utiliser un caractère plus gros (14 points).

¹⁶ "For Comprehension, Use Any Color As Long As It's Black," *PR Report*, vol. 39 (septembre 1996).

¹⁷ *Le langage clair et simple*, Direction générale des communications, Revenu Canada (aujourd'hui Agence des douanes et du revenu du Canada), février 1997.

7 – Conclusion

En conclusion, les Canadiens peu alphabétisés éprouvent plus de difficultés que les autres à comprendre les informations transmises par le gouvernement du Canada. Ils sont plus nombreux à penser que ces renseignements ne répondent pas à leurs besoins. Ils ont des difficultés à repérer, à comprendre et à utiliser les informations reçues. Cette situation influe sur de nombreux aspects de leur vie quotidienne : ils sont plus ambivalents face aux gouvernements et plus pessimistes face à leur avenir personnel et à celui du pays; ils communiquent moins fréquemment avec les autorités gouvernementales; ils connaissent peu les mesures prises par le gouvernement et ils comptent davantage sur leurs proches pour des explications. De plus, un grand nombre d'entre eux ne savent tout simplement pas sur quoi ils pourraient être davantage informés. Cela n'a rien d'étonnant puisqu'ils ignorent l'existence même des services. Il est clair que leurs besoins ne seront pas comblés sans un effort additionnel de la part du gouvernement du Canada, qui serait axé sur une approche proactive afin, notamment, de briser leur isolement.

Les entrevues menées partout au pays ont donné un éclairage qualitatif nouveau aux problèmes de communication vécus au quotidien par les Canadiens peu alphabétisés.

- Ils sont favorables et réceptifs aux diverses formes d'informations gouvernementales.
- Ils désirent des informations qui attirent leur attention et qui portent sur des questions qui les touchent au quotidien. Des témoignages personnels renforcent la crédibilité des renseignements reçus.
- Ils veulent que l'on s'adresse directement à eux dans des mots qu'ils connaissent et de manière utile et axée sur les résultats.
- Ils sont non seulement à la recherche d'informations qui correspondent davantage à leurs expériences individuelles, mais aussi à leur mode de vie.
- Ils regardent fréquemment la télévision, particulièrement en soirée, et écoutent la radio, surtout le matin.
- Ils préfèrent un contact direct, en personne ou par téléphone, préférablement avec le même interlocuteur.
- Ils veulent un point de contact unique, fiable et compréhensif.
- Ils s'intéressent davantage au courrier qui leur est adressé personnellement.

Force est de constater que le gouvernement n'a pas entièrement réussi à transmettre des informations qui répondent à leurs besoins, de manière compréhensible et adéquate. Ainsi, le gouvernement du Canada devra déployer des efforts supplémentaires afin d'adapter ses communications aux besoins particuliers de cet important groupe de citoyens, pour qu'ils puissent bénéficier pleinement des services qui leur sont offerts.

Annexe – A

Enquête internationale sur l’alphabétisation des adultes

En matière de statistiques sur l’alphabétisme des adultes au Canada, la source par excellence est sans contredit l’Enquête internationale sur l’alphabétisation des adultes (EIAA)¹⁸ réalisée par Statistique Canada en 1994 et parrainée par le Secrétariat national à l’alphabétisation et la Direction de la recherche appliquée de Développement des ressources humaines Canada. Cette étude a été dirigée par Statistique Canada en collaboration avec l’OCDE, Eurostat et l’UNESCO. Les résultats du volet canadien ont été publiés en septembre 1996.

Le rapport canadien des résultats de l’EIAA dresse un portrait statistique détaillé de l’alphabétisme au Canada et contribue également à la compréhension des avantages et des conséquences de l’alphabétisme dans notre société.

Profil sociodémographique

D’entrée de jeu, il est important de mentionner qu’il est impossible de classer de façon exclusive les Canadiens peu alphabétisés. Ce sont autant des hommes que des femmes de tous âges, de toutes conditions sociales, provenant de toutes les régions du Canada et de milieux divers.

Cela étant dit, l’EIAA a permis de déterminer quelques tendances sociodémographiques caractéristiques de ce groupe de personnes au Canada. À titre d’exemple, un plus grand nombre de Canadiens ont des capacités de lecture plus élevées dans l’Ouest canadien et ils sont plus nombreux à avoir des capacités plus faibles dans la région de l’Atlantique. De plus, le degré d’alphabétisme a tendance à être plus faible parmi certaines catégories de la population telles que les personnes moins scolarisées, les personnes âgées et les immigrants.

Statistiques générales

Selon l’enquête, 4,7 millions de Canadiens adultes, soit 22 % de la population adulte du Canada, ont un **très faible** niveau d’alphabétisme, c’est-à-dire des capacités de lecture de niveau 1¹⁹. Les personnes incluses dans cette catégorie sont difficiles, parfois même impossibles, à rejoindre par le biais de matériel imprimé (journaux, magazines, livres, publicités, brochures, instructions écrites, posologies sur les contenants de médicament, etc.). De plus, elles ont besoin d’aide pour exécuter différentes opérations et tâches nécessitant l’écriture ou la lecture.

¹⁸ Menée dans huit pays dont le Canada, l’Enquête internationale sur l’alphabétisation des adultes de 1994 fut la première évaluation internationale et multilingue sur les capacités de lecture des adultes.

¹⁹ Les capacités de lecture de niveaux 1 et 2 correspondent aux plus faibles niveaux d’alphabétisation de cette échelle qui compte cinq niveaux. La classification du niveau d’alphabétisme d’une personne n’est possible que par des tests de mesure exacte visant à évaluer les capacités de lecture de textes suivis, les capacités de lecture de textes schématisés et les capacités de lecture de textes au contenu quantitatif.

De plus, 5,5 millions de Canadiens adultes, soit 26 % de la population adulte du Canada, ont un **faible** niveau d’alphabétisme, c’est-à-dire des capacités de lecture de niveau 2. Les personnes incluses dans cette catégorie d’alphabétisme sont de faibles lecteurs, uniquement à l’aise en présence de textes simplement écrits traitant d’un seul sujet ou d’une seule idée. Plusieurs personnes de cette catégorie ont également besoin d’aide pour exécuter différentes tâches impliquant l’écriture ou la lecture.

À eux seuls, les Canadiens adultes qui *ne sont pas* ou qui sont *très peu* ou *peu* alphabétisés totalisent 10,2 millions de citoyens, soit 48 % de la population adulte du Canada.

Alphabétisme et niveau de scolarité

Il existe un lien étroit entre l’alphabétisme et le niveau de formation académique. Un faible niveau de scolarité donne généralement lieu à un faible niveau de capacités de lecture et d’écriture, tel qu’en témoigne le tableau A.1.

La très grande majorité des Canadiens n’ayant aucune étude secondaire se classent au niveau 1 d’alphabétisme. Chez les Canadiens ayant partiellement terminé leurs études secondaires, une forte majorité d’entre eux (61 %) se retrouvent aux niveaux 1 et 2. Quant aux Canadiens détenant un diplôme d’études secondaires, 43 % d’entre eux se classent aux niveaux 1 et 2.

Cela étant dit, « le niveau de scolarité ne fige pas l’alphabétisme pour toujours », pour citer Statistique Canada. En effet, 20 % des Canadiens ont un faible niveau d’alphabétisme, bien qu’ils aient un niveau élevé de scolarité. Parallèlement, 16 % ont un niveau élevé d’alphabétisme, bien qu’ils aient un faible niveau de scolarité.

TABLEAU A.1 : RÉPARTITION DES CAPACITÉS DE LECTURE SELON LE NIVEAU DE SCOLARITÉ					
	% des Canadiens adultes ayant des capacités de lecture de niveau...				
Niveau de scolarité le plus élevé atteint	1	2	1+2	3	4/5
Moins d’une 8^e année	89	9	98	—	—
Études primaires terminées	59	29	88	12	—
Études secondaires partielles	25	36	61	32	7
Diplôme d’études secondaires	12	31	43	40	18
Diplôme d’études collégiales	7	23	30	45	25
Diplôme universitaire	—	11	11	33	56

Source : Statistique Canada, EIAA, Catalogue n° 89-551-XPF, 1996.

Alphabétisme et répartition régionale au Canada

Les capacités de lecture des Canadiens présentent une grande variation qui diffère selon la région du Canada. On retrouve généralement un nombre important d'adultes ayant des capacités de lecture élevées dans les provinces de l'Ouest et un nombre important de personnes dont les capacités de lecture sont faibles dans les provinces de l'Est, tel qu'en témoigne le tableau A.2.

TABLEAU A.2 : RÉPARTITION DES CAPACITÉS DE LECTURE SELON LES RÉGIONS ET CERTAINES PROVINCES DU CANADA					
	% des Canadiens adultes ayant des capacités de lecture de niveau...				
Régions du Canada	1	2	1+2	3	4/5
Provinces de l'Atlantique²⁰	25	26	51	35	15
Québec	28	26	54	39	8
Ontario	19	28	47	28	25
Provinces de l'Ouest²¹	18	24	42	34	25
CANADA	22	26	48	33	20

Source : Statistique Canada, EIAA, Catalogue n° 89-551-XPF, 1996.

Alphabétisme et âge

En général, des proportions plus importantes de Canadiens plus âgés ont de faibles capacités de lecture (voir tableau A.3), et ce, particulièrement chez ceux dont la scolarité est inférieure aux études secondaires.

Trente-huit p. 100 des Canadiens âgés entre 56 et 65 ans, et 53 % de ceux âgés de 65 ans et plus ont des capacités de lecture de niveau 1. Comparativement aux autres groupes d'âge, les Canadiens âgés de 56 ans et plus sont moins nombreux à avoir des capacités de lecture de niveaux 4 et 5. Parallèlement, les trois groupes les plus jeunes (citoyens âgés entre 16 et 45 ans) présentent une proportion relativement restreinte de répondants au niveau 1 des capacités de lecture, ce qui reflète un niveau de scolarité généralement élevé.

²⁰ Comprend l'Île-du-Prince-Édouard, le Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse et Terre-Neuve.

²¹ Comprend la Colombie-Britannique, l'Alberta, la Saskatchewan et le Manitoba.

TABLEAU A.3 : RÉPARTITION DES CAPACITÉS DE LECTURE SELON L'ÂGE					
	% des Canadiens adultes ayant des capacités de lecture de niveau...				
Groupe d'âge	1	2	1+2	3	4/5
16 à 25 ans	11	26	37	44	20
26 à 35 ans	12	29	41	33	26
36 à 45 ans	13	19	32	37	31
46 à 55 ans	21	30	51	31	18
56 à 65 ans	38	26	64	28	8
Plus de 65 ans	53	27	80	19	—

Source : Statistique Canada, EIAA, Catalogue n° 89-551-XPF, 1996.

Alphabétisme et langue maternelle

Les Canadiens dont la langue maternelle est le français sont plus nombreux que les anglophones à être moins alphabétisés (voir tableau A.4). En effet, 54 % de tous les francophones au Canada ont de faibles capacités de lecture. Ce pourcentage est de 52 % chez les francophones au Québec et 63 % chez les francophones hors du Québec.

TABLEAU A.4 : RÉPARTITION DES CAPACITÉS DE LECTURE SELON LA LANGUE MATERNELLE					
	% des Canadiens adultes ayant des capacités de lecture de niveau...				
Langue maternelle	1	2	1+2	3	4/5
Anglais	19	26	45	31	24
Français	28	26	54	38	9
• Au Québec	27	25	52	39	9
• Hors du Québec	33	30	63	25	—

Source : Statistique Canada, EIAA, Catalogue n° 89-551-XPF, 1996.

Alphabétisme et immigration

Les immigrants sont plus nombreux que les Canadiens de naissance à être moins alphabétisés. Cinquante-neuf p. 100 des Canadiens immigrants ont des capacités de lecture de niveaux 1 et 2, contrairement à 45 % chez les Canadiens de naissance (voir tableau A.5). De tous les pays ayant participé à l'enquête internationale, le Canada est celui qui présente la plus forte proportion d'immigrants aux niveaux 4 et 5. Selon Statistique Canada, ce phénomène témoigne de la politique de sélection des immigrants qualifiés que suit traditionnellement le gouvernement du Canada. Cela étant dit, soulignons qu'un grand nombre des immigrants se classent au niveau 1, ce qui reflète également que le Canada a accueilli de forts contingents d'immigrants pour des raisons d'ordre humanitaire.

TABLEAU A.5 : RÉPARTITION DES CAPACITÉS DE LECTURE SELON LE STATUT D'IMMIGRANT					
	% des Canadiens adultes ayant des capacités de lecture de niveau...				
Né au Canada	1	2	1+2	3	4/5
Oui	18	27	45	37	19
Non	36	23	59	19	22

Source : Statistique Canada, EIAA, Catalogue n° 89-551-XPF, 1996.

Alphabétisme et emploi

Pour la plupart des Canadiens adultes, la lecture se fait principalement au travail; en cela, le Canada ne diffère pas d'autres pays. Les personnes sans emploi sont donc moins susceptibles de lire que les travailleurs ou les étudiants. Ce manque de pratique de la lecture constitue un problème important pour de nombreuses personnes sans emploi, comme le démontre le tableau A.6. Une personne sans emploi au Canada est à peu près trois fois plus susceptible de se retrouver au niveau 1 d'alphabétisme qu'une personne qui travaille.

**TABLEAU A.6 : RÉPARTITION DES CAPACITÉS
DE LECTURE SELON L'OCCUPATION**

Occupation	% des Canadiens adultes ayant des capacités de lecture de niveau...				
	1	2	1+2	3	4/5
Travailleurs	12	25	37	37	26
Chômeurs	33	23	56	36	9
Étudiants	12	23	35	40	26
Retraités	49	28	77	19	5
Personnes au foyer	27	28	55	28	18
Autres, inactifs	43	35	78	19	—

Source : Statistique Canada, EIAA, Catalogue n° 89-551-XPF, 1996.

Annexe – B

Liste des graphiques

1 - L'analphabétisme au Canada	2
2 - Alphabétisme et niveau de scolarité	4
3 - Échelle des priorités (questions fermées).....	8
4 - Connaissance des mesures prises par le gouvernement du Canada	10
5 - Fréquence des contacts avec le gouvernement du Canada	12
6 - Moyens de communication	20

Liste des tableaux

1 - Priorités gouvernementales	7
2 - Besoins en matière d'information.....	9
3 - Points de contact avec le gouvernement du Canada.....	11
4 - Liste des personnes ayant communiqué avec le gouvernement à la place des Canadiens peu scolarisés.....	14
5 - Pertinence de l'information gouvernementale.....	15
6 - Adéquation de l'information gouvernementale.....	16
7 - Compréhension de l'information gouvernementale.....	17
8 - Fiabilité de l'information gouvernementale.....	18
9 - Reconnaissance de l'information gouvernementale	19
10 - Principales sources d'information selon la région	21
11 - Principales sources d'information selon le niveau de revenu annuel du ménage	22
12 - Préférences en ce qui a trait aux moyens de communication.....	23
13 - Nombre d'heures d'écoute quotidienne de la télévision.....	25
14 - Nombre d'heures d'écoute quotidienne du réseau communautaire	26
15 - Nombre d'heures par jour consacrées à la lecture des journaux et des magazines	27
16 - Nombre d'heures d'écoute quotidienne de la radio.....	28
17 - Demande de prestation fiscale canadienne pour enfants (avant/après).....	32-33
A.1 Répartition des capacités de lecture selon le niveau de scolarité.....	37
A.2 Répartition des capacités de lecture selon les régions et certaines provinces du Canada	38
A.3 Répartition des capacités de lecture selon l'âge.....	39
A.4 Répartition des capacités de lecture selon la langue maternelle	39
A.5 Répartition des capacités de lecture selon le statut d'immigrant	40
A.6 Répartition des capacités de lecture selon l'occupation.....	41