

# Les temps changent : pourquoi et comment les Canadiens utilisent Internet

*par Heather Dryburgh*

## Introduction

Un nombre grandissant de ménages canadiens achètent des ordinateurs et se branchent sur Internet (Dickinson & Ellison, 2000). Grâce aux statistiques sur les entreprises de Statistique Canada et aux données que l'on possède sur l'utilisation d'Internet par les ménages, on commence à bien connaître les répercussions de l'ordinateur et d'Internet sur les affaires et le cybercommerce (Ellison, Earl, et Ogg, 2001; Bakker, 2000). Ce qui nous manque encore pour bien saisir l'ampleur d'Internet, c'est son incidence sur nos activités quotidiennes, nos communications, notre emploi du temps et nos expériences de travail. À l'aide des données de l'Enquête sociale générale de 2000 sur l'utilisation individuelle d'Internet, le présent article explore l'utilisation qu'est faite d'Internet ainsi que ses répercussions sociales sur les Canadiens.

L'article débute par un aperçu de l'utilisation individuelle d'Internet au Canada de l'an 2000 en explorant les motifs qui incitent les gens à utiliser Internet, leurs préoccupations au sujet de la sécurité et de la protection des renseignements personnels, ainsi que la ligne de partage actuelle entre les utilisateurs et les non-utilisateurs au Canada. Dans ce volet on traite également des obstacles auxquels se heurtent ceux qui n'utilisent pas encore Internet et on s'interroge à savoir à qui incombe la responsabilité de lever ces barrières d'après ce qu'ont répondu les Canadiens. Le deuxième volet met l'accent sur la façon dont Internet est en train de changer l'emploi du temps des Canadiens et de l'utilisation qu'ils font de ce temps lorsqu'ils sont branchés sur Internet. Enfin, le troisième volet traite des répercussions de l'ordinateur et de l'automatisation sur le travail des Canadiens en considérant les effets de l'ordinateur sur la sécurité d'emploi et la qualité du travail. Dans celui-ci, on évalue en outre l'influence de l'apparition des ordinateurs et de l'automatisation sur l'intérêt qu'ont les employés pour leur travail.

## **1. Aperçu de l'utilisation individuelle d'Internet au Canada en 2000**

### **Plus de la moitié des Canadiens de plus de 15 ans utilisent Internet**

En 2000, environ 13 millions ou 53 % des Canadiens de plus de 15 ans ont affirmé avoir utilisé Internet à la maison, au travail ou ailleurs au cours des 12 derniers mois, selon une nouvelle étude de Statistique Canada sur l'utilisation individuelle d'Internet. Environ 50 % des femmes utilisent Internet, comparativement à 56 % des hommes.

On trouve le plus grand bassin d'utilisateurs au sein du groupe d'âge des 15 à 19 ans. En effet, 90 % des adolescents disent utiliser Internet. Les pourcentages baissent progressivement dans chaque groupe d'âge subséquent. À titre d'exemple, environ 70 % des 25 à 29 ans, 61 % des 35 à 39 ans et seulement 13 % des 65 à 69 ans ont utilisé Internet en 2000.

Dans chaque groupe d'âge, les hommes sont plus susceptibles d'utiliser Internet que les femmes et, en règle générale, cet écart augmente avec l'âge.

Le branchement des ménages à Internet a augmenté de 6% de janvier à décembre 2000, mais le pourcentage des individus qui disent avoir utilisé Internet au cours des 12 derniers mois n'a pas augmenté de manière significative durant cette même période.

### **L'utilisation d'Internet a augmenté de façon spectaculaire depuis 1994**

En 1994, environ 18 % des Canadiens utilisaient Internet<sup>1</sup> comparativement à 53 % en 2000. L'écart entre les sexes était plus grand en 1994 qu'il ne l'était en 2000. En 1994, 14 % des femmes et 22 % des hommes utilisaient Internet, alors qu'en 2000, 50 % des femmes et 56 % des hommes l'utilisaient.

### **L'Alberta et la Colombie-Britannique abritent le plus grand nombre d'utilisateurs d'Internet au Canada**

Les provinces affichant le taux d'utilisation le plus élevé d'Internet sont l'Alberta et la Colombie-Britannique où environ 61 % de la population utilisent Internet. Le plus faible taux d'utilisation se retrouve à Terre-Neuve et au Nouveau-Brunswick (44 %). Le Québec et le Manitoba (46 %), de même que l'Île-du-Prince-Édouard (48 %), affichent aussi des taux d'utilisation peu élevés.

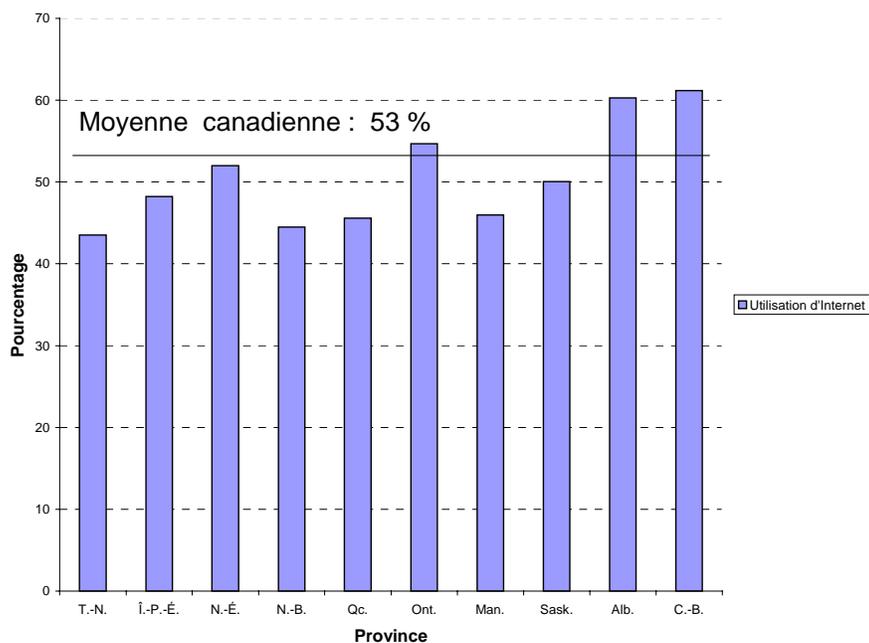
Le revenu et la scolarité sont deux facteurs qui jouent un rôle dans l'utilisation d'Internet. Les personnes dont le revenu et le niveau de scolarité sont plus élevés sont plus susceptibles d'utiliser Internet que ceux qui sont moins favorisés à cet égard. Les titulaires d'un diplôme universitaire sont les plus susceptibles d'utiliser Internet (79 %). Ceux qui utilisent le moins Internet se retrouvent par ailleurs parmi ceux qui n'ont pas terminé leurs études secondaires (13 %)<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> La question posée dans le cycle 9 de l'Enquête sociale générale de 1994 était : « Au cours des derniers 12 mois, avez-vous utilisé un serveur de données tel que Compuserve, Internet ou Prodigy? ». En 2000, la question était : « Au cours des 12 derniers mois avez-vous utilisé Internet? ».

<sup>2</sup> Ce pourcentage ne comprend pas les Canadiens de 15 à 19 ans qui sont fort probablement encore aux études. Lorsqu'ils sont inclus, le pourcentage de Canadiens n'ayant pas terminé leurs études secondaires et qui utilisent Internet est de 31 %, un pourcentage qui demeure inférieur à celui pour les autres niveaux de scolarité.

Graphique 1 : Pourcentage des Canadiens ayant utilisé Internet au cours des 12 derniers mois, selon la province, en 2000



Source : Statistique Canada, Enquête sociale générale, 2000.

### C'est d'abord par intérêt personnel que les individus se branchent à Internet

La plupart des utilisateurs ont indiqué qu'ils avaient utilisé Internet au départ pour des raisons d'ordre personnel (66 %). Le pourcentage des hommes mentionnant un intérêt personnel était plus élevé que celui des femmes (68 % contre 64 % respectivement). En revanche, les femmes étaient plus susceptibles que les hommes d'invoquer le motif des études pour expliquer leur première visite sur Internet (16 % contre 12 %, respectivement). Environ 19 % des hommes et des femmes ont tout d'abord utilisé Internet pour des motifs liés au travail.

Les représentants de tous les groupes d'âge ont dit avoir été motivés par un intérêt personnel et cette tendance ne s'est pas démentie. Les individus de plus de 64 ans ont invoqué cette raison dans une proportion de plus de 87 %. Des raisons liées au travail ont d'abord motivé les internautes plus âgés, alors que des motifs d'ordre scolaire ont poussé les plus jeunes. À titre d'exemple, 34 % des 50 à 54 ans ont affirmé avoir été motivés par des raisons liées au travail, tandis que 35 % des 15 à 19 ans ont dit avoir été motivés à apprendre le fonctionnement d'Internet dans le cadre de leurs études.

### Inquiétudes au sujet de la sécurité et de la protection des renseignements personnels sur Internet

En dépit de la croissance du nombre de ménages qui se sont branchés en 2000, les Canadiens font part de plusieurs sources d'inquiétude en ce qui touche l'Internet. Qu'ils

utilisent ou non Internet actuellement, 43 % affirment que la sécurité des achats ou des transactions bancaires sur Internet est une grande source d'inquiétude, pendant que 17 % ne se font pas de souci à ce propos. Les femmes s'inquiètent légèrement plus que les hommes au sujet de la sécurité (45 % des femmes contre 40 % des hommes).

Parmi ceux qui ont déjà utilisé Internet, 5 % déclarent avoir vécu des problèmes liés à la sécurité sur Internet.

Enjeu voisin de celui de la sécurité, la protection des renseignements personnels est un autre sujet d'inquiétude suscité par la possibilité que des personnes lisent vos courriels ou découvrent quels sites vous visitez. Les mêmes sentiments animent les Canadiens tant en ce qui concerne la protection des renseignements personnels que la sécurité sur Internet. Quelque 40 % d'entre eux sont très inquiets à ce sujet tandis que 19 % ne s'en inquiètent nullement. Ici encore, les femmes sont davantage préoccupées par la protection des renseignements personnels que les hommes; 42 % des femmes s'inquiètent beaucoup contre 37 % des hommes.

**Tableau 1 : Pourcentage des utilisateurs, des non-utilisateurs et de l'ensemble des Canadiens se préoccupant de la sécurité et de la protection des renseignements personnels sur Internet**

	Utilisateurs d'Internet		Non-utilisateurs d'Internet		L'ensemble des Canadiens	
	Sécurité	Rens. personnels	Sécurité	Rens. personnels	Sécurité	Rens. personnels
Très inquiets	44	37	41	43	43	40
Légèrement inquiets	28	29	15	13	22	21
À peine inquiets	7	9	3	4	5	7
Nullement inquiets	18	23	16	14	17	19
Sans opinion	3	2	25	26	13	13

Source : Statistique Canada, Enquête sociale générale, 2000.

Les utilisateurs qui se préoccupent de la protection des renseignements personnels et de la sécurité sur Internet sont les moins susceptibles d'acheter des biens et services sur Internet, comparativement à ceux qui se font peu ou pas de souci à ce sujet.

### **Ligne de partage entre les utilisateurs et les non-utilisateurs — Résumé**

Les utilisateurs d'Internet diffèrent des non-utilisateurs pour ce qui est de l'âge, de la scolarité et du revenu. Les non-utilisateurs sont en général plus âgés, moins scolarisés et ont un revenu moindre que les utilisateurs. Les femmes sont moins susceptibles d'utiliser Internet que les hommes, quel que soit le groupe d'âge. Les francophones sont moins susceptibles d'utiliser Internet que les anglophones, et ceux qui vivent dans les régions rurales du Canada sont moins susceptibles d'utiliser Internet que les citadins. Le prochain volet traite des raisons pour lesquelles certaines personnes n'utilisent pas Internet.

## **Le coût et le manque d'accès découragent les non-utilisateurs d'Internet**

Lorsqu'on a demandé aux non-utilisateurs de définir ce qui constituait à leurs yeux le plus grand obstacle à l'utilisation d'Internet, le coût a été le facteur invoqué par le plus grand nombre. Le manque d'accès à un ordinateur ou à Internet a été la raison invoquée en deuxième lieu.

Les non-utilisateurs d'Internet qui ont le plus de mal à faire face aux problèmes de coût et d'accès se retrouvent dans le groupe des 15 à 34 ans. Les non-utilisateurs dont le revenu était le plus bas étaient les plus susceptibles d'invoquer le coût comme obstacle à l'utilisation d'Internet. Parmi ceux dont le revenu familial ne dépassait pas 20 000 \$, 42 % ont signalé que le coût était le principal obstacle à leur utilisation, comparativement aux non-utilisateurs qui touchaient un revenu entre 20 000 \$ et 29 999 \$, dont le taux était de 35 %.

Toutefois, le manque de temps constitue un obstacle majeur pour les non-utilisateurs dont le revenu dépasse 50 000 \$ et c'est encore plus vrai pour les non-utilisateurs dont le revenu se situe à 80 000 \$ et plus, chez qui cette raison est invoquée plus souvent que chez ceux qui faisaient partie de n'importe quel autre groupe de revenu.

## **Environ un quart des non-utilisateurs canadiens sont intéressés à se servir d'Internet**

Environ 27 % de ceux qui n'ont pas utilisé Internet au cours des 12 derniers mois se disent intéressés à s'en servir. L'analyse menée selon les groupes d'âge démontre des différences marquantes à ce chapitre. Les jeunes de 15 à 24 ans qui n'utilisent pas Internet sont très intéressés à l'utiliser (49 %), tandis que les non-utilisateurs de 65 à 74 ans manifestent relativement peu d'intérêt (8 %).

## **À qui incombe la responsabilité d'offrir un accès universel à Internet? Les avis des Canadiens sont partagés**

Environ 45 % des répondants estiment qu'il est très important que tous les Canadiens aient accès à Internet. D'autre part, 28 % croient que cela est relativement important, alors que 23 % environ pensent qu'il n'est nullement important de mettre Internet à la portée de tous les Canadiens<sup>3</sup>. Un pourcentage beaucoup plus fort de non-utilisateurs (35 %) que d'utilisateurs (13 %) pensent qu'il n'est pas important du tout que tous les Canadiens y aient accès.

La plupart des gens sont d'accord pour éliminer les barrières qui font obstacle à l'utilisation d'Internet, mais il n'existe pas de consensus au sujet de qui devrait remplir un tel engagement. Environ 23 % ne savent pas à qui devrait revenir la responsabilité d'écartier les obstacles à l'utilisation d'Internet. Parmi ceux qui ont formulé une opinion, le plus fort pourcentage indique que ce sont les individus qui devraient être responsables d'éliminer les obstacles. Un pourcentage légèrement plus bas de répondants croit que

<sup>3</sup> Environ 3 % n'ont pas formulé d'opinion.

cette responsabilité devrait revenir au gouvernement fédéral ou encore au secteur privé, notamment aux fournisseurs de services Internet.

**Tableau 2 : À qui incombe la responsabilité d'éliminer les obstacles à l'utilisation d'Internet selon les Canadiens**

	Nombre (en milliers)	Pourcentage <sup>4,5</sup>
Individus	8 109	45
Gouvernement fédéral	7 639	42
Secteur privé ou fournisseurs de services Internet	6 657	37
Autres administrations publiques	4 889	27
Organismes internationaux	1 817	10
Autres	351	2
Sans opinion	5 563	23

Source : Statistique Canada, Enquête sociale générale, 2000.

Les perceptions varient d'une province à l'autre au sujet de la responsabilité d'éliminer les obstacles à Internet. Les résidents de Terre-Neuve qui ont exprimé une opinion sont plus susceptibles que ceux des autres provinces de croire à la responsabilité du gouvernement fédéral (52 %), tandis que ceux de l'Alberta et de la Colombie-Britannique sont moins susceptibles que les autres de partager cette opinion (36 % et 34 % respectivement).

Les Québécois sont plus susceptibles que les autres Canadiens de croire que d'autres administrations publiques devraient assumer la responsabilité d'écartier les obstacles (38 %), tandis que les résidents de la Colombie-Britannique sont les moins susceptibles de partager ce point de vue (18 %).

Dans chaque province, de 32 % à 43 % des répondants ont convenu que le secteur privé et notamment les fournisseurs Internet devraient être responsables de lever les barrières. Les résidents de la Colombie-Britannique sont les moins susceptibles de partager cette opinion alors que ceux de la Nouvelle-Écosse sont les plus susceptibles d'être d'accord.

Plus que dans toute autre province, les résidents de l'Alberta et de la Colombie-Britannique (51 % et 48 % respectivement) croient que la responsabilité d'éliminer les obstacles devrait revenir aux individus. En général, les Canadiens des provinces de l'Ouest sont plus susceptibles de croire qu'il s'agit d'une responsabilité relevant des individus que ceux de l'Ontario et des provinces de l'Atlantique. Les résidents du Nouveau-Brunswick sont les moins susceptibles d'être d'accord (33 %).

<sup>4</sup> Les pourcentages ne totalisent pas 100 %, car les répondants pouvaient indiquer toutes les réponses qui s'appliquaient.

<sup>5</sup> Pour calculer ces pourcentages, le dominateur exclut les cas suivants : « sans objet », « ne sais pas » et « non spécifié ».

## Les francophones moins satisfaits que les anglophones du contenu auquel ils ont accès dans la langue officielle de leur choix

Les internautes francophones — ceux dont la langue la plus fréquemment parlée à la maison est le français — sont moins satisfaits que les anglophones du contenu offert sur Internet dans la langue officielle de leur choix : quelque 62 % des francophones pensent qu'il y a suffisamment de contenu dans leur langue sur Internet, comparativement à 99 % des anglophones.

Environ 44 % des Canadiens francophones utilisent Internet, comparativement à 58 % des anglophones. Parmi ceux qui ont utilisé Internet au cours des 12 derniers mois, 20 % affirment visiter des sites Internet français et 93 % disent visiter des sites anglais<sup>6</sup>. Environ 15 % des internautes affirment qu'ils préféreraient le français lorsqu'ils visitent Internet et 83 % disent privilégier l'anglais.

## 2. La façon dont les Canadiens utilisent Internet

### La majorité des Canadiens utilisent Internet de 1 à 7 heures par semaine

Comment Internet peut-il influencer sur l'emploi du temps des utilisateurs? La majorité des personnes qui ont accès à Internet dans leur foyer y consacrent de 1 à 7 heures par semaine (61 %). Ceux qui ont affirmé avoir utilisé Internet au travail au cours de la semaine précédente ont également dit l'avoir utilisé de 1 à 7 heures (61 %). Un pourcentage plus faible d'internautes navigue plus longtemps : 14 % utilisent Internet plus de 14 heures par semaine à la maison et le même pourcentage l'utilise plus de 14 heures par semaine au travail.

Internet a influé sur la manière dont les Canadiens consacrent leur temps à différentes activités<sup>7</sup>. Plus du quart des utilisateurs d'Internet affirment passer moins de temps devant la télévision, alors que 15 % consacrent moins de temps à la lecture de livres, de magazines et de journaux. Les heures consacrées au sommeil, aux loisirs à la maison et aux tâches ménagères ont également décliné chez 10 % des utilisateurs.

Pour la majorité des utilisateurs, il est une activité dont le temps n'a pas été touché : le travail rémunéré. Lorsqu'on leur a demandé si le nombre d'heures consacrées à leur emploi avait augmenté, diminué ou était resté le même, 91 % ont affirmé que rien n'avait changé, 7 % ont dit que le temps consacré au travail rémunéré avait augmenté et seulement 2 % ont dit y consacrer moins de temps parce qu'ils préféreraient le consacrer à

<sup>6</sup> On a demandé aux Canadiens d'indiquer la langue qu'ils privilégient lorsqu'ils naviguent sur Internet (jusqu'à concurrence de quatre langues); en raison du nombre de langues, les pourcentages ne totalisent pas 100 %.

<sup>7</sup> On a demandé aux répondants, « Depuis que vous naviguez sur Internet, est-ce que le temps que vous consacrez aux activités suivantes a augmenté ou diminué, ou est resté le même? (Ceci fait référence au temps que vous ne consacrez pas à ces activités parce que vous passez plutôt du temps sur Internet) ».

Internet. On a remarqué toutefois une légère différence quant au temps consacré aux travaux scolaires puisque 7 % des élèves ont mentionné qu'ils consacraient moins de temps à leurs études parce qu'ils préféreraient le passer sur Internet. Néanmoins, 11 % d'entre eux ont dit que le temps consacré à leurs travaux scolaires avait augmenté et 82 % ont révélé que les choses étaient restées inchangées.

**Tableau 3 : Pourcentage des internautes affirmant que le temps consacré à diverses activités a changé ou est resté le même depuis qu'ils se servent d'Internet**

Activité	Augmenté	Diminué	Inchangé
Regarder la télévision	1	27	72
Lire des livres, des magazines, des journaux	4	15	81
Dormir	1	11	88
S'adonner à des loisirs à la maison	2	11	87
Accomplir des tâches ménagères	1	10	89
Faire du magasinage	2	8	90
S'adonner à des loisirs à l'extérieur de la maison	2	7	91
Rendre visite à la famille et bavarder en famille	3	7	90
Rendre visite à des amis et bavarder entre amis	5	6	89
Partager des moments avec les enfants	3	4	93

Source : Statistique Canada, Enquête sociale générale, 2000.

### Surveillance parentale quant au temps consacré à Internet

Plus de la moitié des ménages ayant des enfants de 5 à 18 ans à la maison ont acheté un ordinateur spécialement pour eux. Les enfants utilisent l'ordinateur à la maison dans 83% des ménages avec enfants qui possèdent un ordinateur et une connexion à Internet. Le moyen privilégié de contrôler l'utilisation que font les enfants d'Internet est de surveiller le temps qu'ils y consacrent : 64 % des ménages avec enfants surveillent le temps que les enfants passent sur Internet<sup>8</sup>. Cependant, 33 % des Canadiens qui ont accès à Internet à la maison affirment ne pas surveiller l'utilisation qu'en font leurs enfants. Moins de 10 % des familles font appel à des méthodes telles le verrouillage de l'ordinateur, l'utilisation d'un logiciel de contrôle ou l'adoption d'un fournisseur qui filtre les sites indésirables.

Près des deux tiers des ménages avec enfants qui ne sont pas encore branchés sur Internet ont affirmé qu'ils laisseraient leurs enfants l'utiliser.

<sup>8</sup> Les chiffres ne totalisent pas 100 % en raison de la formulation « Indiquez toutes les réponses qui s'appliquent ».

## **On fait appel à Internet pour la recherche de renseignements sur des produits et services, pour accéder à des sites de nouvelles en ligne et à de l'information touchant la santé ou la médecine**

Les trois quarts de tous les utilisateurs ont affirmé qu'ils se servent d'Internet pour chercher des renseignements sur des produits et services. Néanmoins, seulement 24 % des utilisateurs déclarent avoir déjà *acheté* des biens ou services à l'aide d'Internet. Environ 79 % des hommes et 70 % des femmes qui utilisent Internet sont à la recherche de renseignements sur des produits et services, et les hommes sont également plus susceptibles que les femmes de faire des achats par le truchement d'Internet (28 % contre 19 %).

Dans les provinces où le taux d'utilisation est le plus élevé, l'achat de produits et services sur Internet est également plus répandu que dans les autres provinces : environ 26 % des résidents de l'Ontario, de la Colombie-Britannique et de l'Alberta ont acheté des produits et services sur Internet.

Le pourcentage des Canadiens qui sont à la recherche de produits et services augmente en fonction du revenu. Alors que 64 % des utilisateurs canadiens d'Internet dont le revenu familial est inférieur à 20 000 \$ sont à la recherche de produits et services sur Internet, ce pourcentage passe à 87 % chez ceux dont le revenu est de 80 000 \$ et plus. Parmi les utilisateurs ayant un revenu de 80 000 \$ et plus, 36 % achètent des produits et services sur Internet.

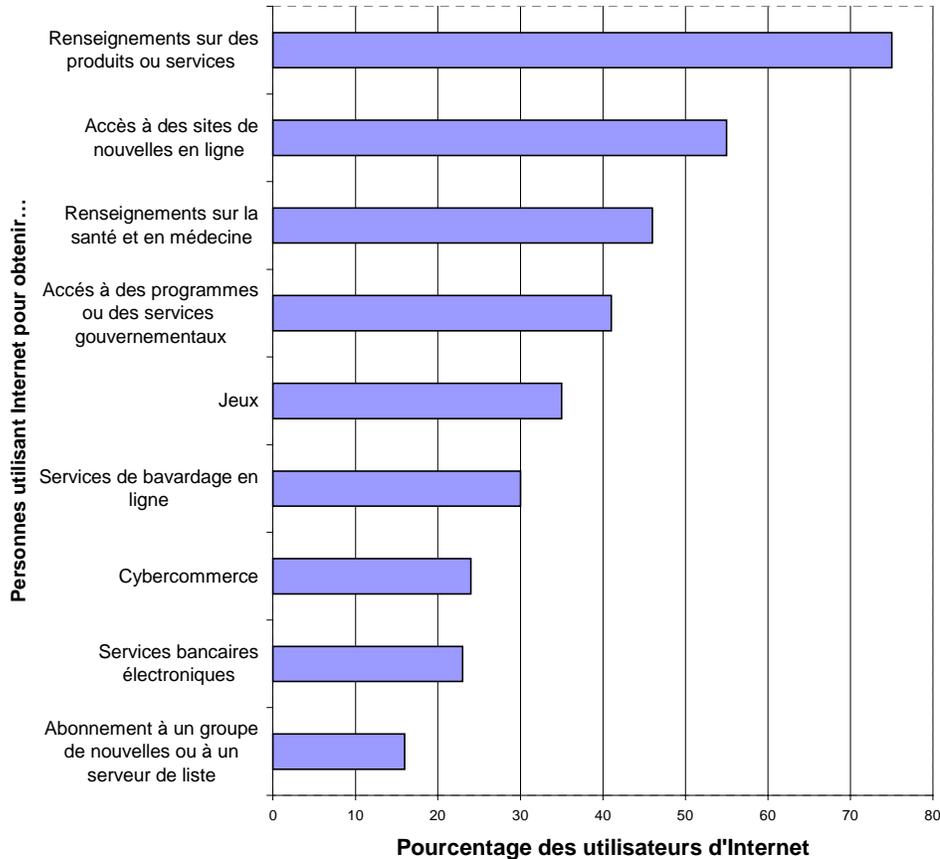
De janvier à décembre 2000, le pourcentage des utilisateurs qui ont acheté des produits et services sur Internet a augmenté de plus de 5 %, pour s'établir à un quart des utilisateurs. Cette croissance est survenue en grande partie au cours des six premiers mois. La plupart de ceux qui avaient acheté des produits et services au cours du mois précédent l'avaient fait à quelques reprises durant ce mois. Décembre s'est révélé le mois le plus occupé et janvier, le moins occupé.

Immédiatement derrière la recherche de produits et services, l'accès à des sites de nouvelles en ligne publiées par des journaux et d'autres fournisseurs de nouvelles, constitue l'utilisation la plus courante d'Internet (55 %). Les hommes sont plus susceptibles que les femmes d'utiliser Internet à cette fin (62 % contre 48 %). En contrepartie, les femmes sont plus susceptibles que les hommes d'aller à la recherche d'information touchant la santé ou la médecine (52 % contre 41 %). Près de la moitié des utilisateurs font appel à Internet à cette fin.

Parmi ceux qui sont à la recherche d'information en matière de santé sur Internet, le plus fort pourcentage affirme visiter le site de Santé Canada (36 %) tandis que 16 % visitent d'autres sites gouvernementaux. Les sites commerciaux sont une autre source utilisée couramment dans la recherche de renseignements sur la santé (32 %). Les sites des associations professionnelles de la santé, les autres sites de santé sans but lucratif et les universités sont moins fréquentés (environ 25 %).

Les Québécois sont moins susceptibles d'utiliser Internet pour y chercher des renseignements touchant la santé et la médecine (40 % des utilisateurs d'Internet). Les utilisateurs des provinces de l'Atlantique sont les plus susceptibles de le faire : ainsi 54 % des internautes de Terre-Neuve, de l'Île du Prince Édouard et de la Nouvelle-Écosse naviguent à la recherche de renseignements touchant la santé et la médecine. Les autres provinces se situent entre 44 % (Alberta) et 49 % (Colombie-Britannique).

Graphique 2 : Utilisation générale d'Internet



Source : Statistique Canada, Enquête sociale générale, 2000.

### Les jeunes préfèrent les jeux et le bavardage en ligne

Plus du tiers des utilisateurs font appel à Internet pour s'adonner à des jeux. Les hommes jouent davantage sur Internet que les femmes. Les jeunes de 15 à 19 ans constituent la clientèle qui fait le plus appel à Internet pour s'adonner à des jeux (63 %) et ils sont suivis des 20 à 24 ans (50 %). Cette activité est plus répandue chez les utilisateurs du Nouveau-Brunswick (44 %) et de la Nouvelle-Écosse (43 %), et elle est moins répandue au Québec et à l'Île-du-Prince-Édouard (34 %).

Environ 30 % des utilisateurs d'Internet font appel aux services de bavardage en ligne. Le nombre d'hommes qui utilisent Internet à cette fin est légèrement supérieur à celui des femmes (32 % contre 28 %). Toutefois, les adolescents éclipsent tous les groupes d'âge et sont de loin ceux qui font le plus appel aux services de bavardage en ligne (68 %).

C'est à Terre-Neuve qu'on utilise le plus Internet à cette fin (36 %) et c'est en Colombie-Britannique qu'on l'utilise le moins (25 %). Ceux qui ont un revenu supérieur à 50 000 \$ sont moins susceptibles que ceux dont le revenu est inférieur à 50 000 \$ d'utiliser Internet pour accéder à des services de bavardage en ligne.

### **Les utilisateurs dans la trentaine sont les plus grands amateurs de banque électronique**

Environ 23 % des internautes utilisent les services de banque électronique. Ces services bancaires sont plus répandus parmi les utilisateurs de l'Ontario, de la Nouvelle-Écosse, de l'Alberta, du Québec et de la Colombie-Britannique que parmi ceux des autres provinces, et cette pratique se confirme davantage chez les personnes dont le revenu du ménage est de 80 000 \$ et plus. Environ 31 % des utilisateurs de 30 à 39 ans font appel à Internet pour leurs transactions bancaires, comparativement aux pourcentages plus faibles affichés par leurs cadets et leurs aînés.

### **Faible utilisation des groupes de nouvelles et des serveurs de liste**

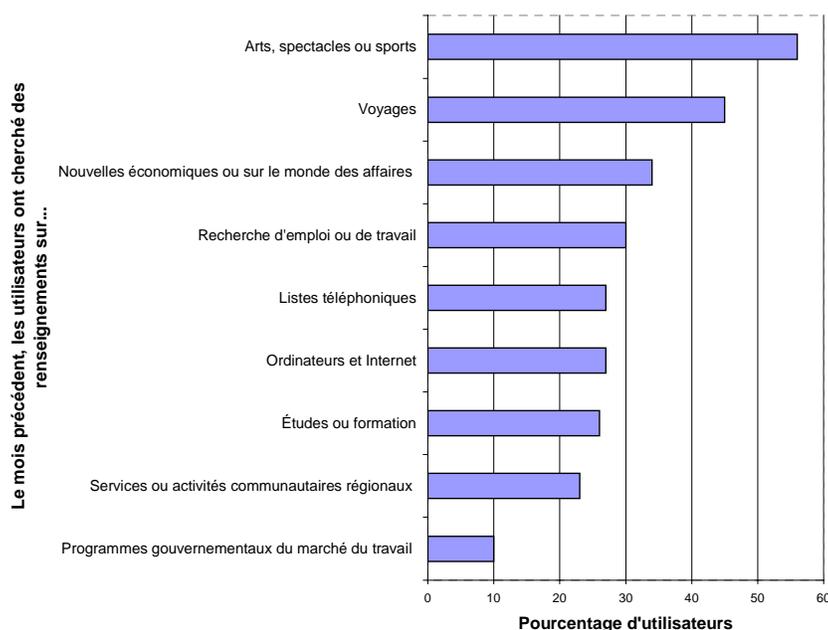
Seulement 16 % environ des utilisateurs canadiens disent être abonnés à un groupe de nouvelles ou à un serveur de liste. Un pourcentage plus élevé d'hommes que de femmes utilise Internet à cette fin (20 % contre 11 %). Les utilisateurs ayant un revenu de 80 000 \$ et plus sont les plus susceptibles d'utiliser Internet à cette fin (21 %).

### **Les arts, les spectacles, les sports et les voyages sont également des sujets de recherche populaires**

Lorsqu'on a demandé aux utilisateurs s'ils avaient été à la recherche d'information sur Internet au cours du dernier mois, ils ont répondu que les arts, les spectacles et les sports étaient les sujets les plus courus (56 %), tandis que les programmes gouvernementaux du marché du travail comme l'assurance-emploi et les programmes jeunesse (10 %) étaient les moins populaires<sup>9</sup>.

<sup>9</sup> Cette question portait sur le comportement du dernier mois. Lorsqu'on leur a demandé s'ils avaient déjà utilisé Internet pour se renseigner sur des programmes gouvernementaux, 41 % des utilisateurs canadiens ont dit oui. Les hommes sont plus susceptibles que les femmes d'avoir consulté les programmes gouvernementaux sur Internet et les utilisateurs de 25 à 29 ans étaient les plus susceptibles de faire de même (50 %).

Graphique 3 : Utilisation d'Internet pour chercher des renseignements



Source : Statistique Canada, Enquête sociale générale, 2000.

### « Vous avez du courrier », une expérience quotidienne pour les utilisateurs d'Internet

Environ 84 % des utilisateurs d'Internet disposent du courrier électronique et plusieurs l'utilisent quotidiennement à titre d'outil de communication. C'est dans une proportion de 39 % que les utilisateurs disent faire appel au courriel tous les jours et une tranche de 25 % affirme l'utiliser plusieurs fois par semaine. Les hommes sont plus susceptibles d'utiliser le courriel quotidiennement, tandis que les femmes sont plus susceptibles de s'en servir plusieurs fois par semaine. Les utilisateurs d'Internet de 25 à 44 ans sont les plus grands utilisateurs quotidiens du courriel (44 %). Les membres d'une même famille sont les plus susceptibles de s'envoyer des courriels quelques fois par mois tandis que les amis sont plus susceptibles de le faire plusieurs fois par semaine.

Même si les personnes nées à l'extérieur du Canada affichent un pourcentage d'utilisation d'Internet légèrement inférieur à celles qui sont nées au pays (47 % contre 55 %), les utilisateurs nés à l'étranger sont plus susceptibles d'utiliser le courriel tous les jours que ceux qui sont nés au Canada (44 % contre 38 %), et sont plus susceptibles que ces derniers de l'utiliser tous les jours pour communiquer avec des membres de leur famille (12 % contre 8 %) et avec des amis (15 % contre 12 %). Environ 71 % des utilisateurs nés à l'étranger ont communiqué par courriel avec des personnes vivant à l'extérieur du Canada au cours du mois précédent, comparativement à 43 % des utilisateurs qui sont nés au Canada.

### **3. Les répercussions de l'ordinateur et de l'automatisation sur le travail des Canadiens**

#### **Moins de la moitié des Canadiens pensent que l'ordinateur et l'automatisation ont eu peu ou pas de conséquences sur leur travail**

Bon nombre de travailleurs sont d'avis que l'arrivée de l'ordinateur et de l'automatisation a eu de lourdes conséquences sur leur travail (36 %) ou a légèrement modifié (21 %) leur travail au cours des cinq dernières années. Environ 30 % pensent que leur travail n'a pas été touché pour autant et 13 % en ont à peine senti l'effet au cours de cette période. Ces évaluations ont très peu changé depuis 1994, quand on a posé les mêmes questions aux Canadiens (tableau 4), si ce n'est de l'effet légèrement plus perceptible de l'ordinateur sur les emplois. En 1994, 37 % des Canadiens affirmaient que l'ordinateur et l'automatisation n'avaient aucunement touché leur travail, environ 7 % de plus qu'en 2000.

Le pourcentage d'utilisateurs, signalant que l'ordinateur et l'automatisation ont eu une grande incidence sur leur travail en 2000, suit une courbe ascendante jusqu'à l'âge de 49 ans (44 %) et une courbe descendante dans le cas des travailleurs plus âgés. Les travailleurs les plus scolarisés (études universitaires), les travailleurs à revenus plus élevés et les travailleurs de l'Ontario, de l'Alberta et du Québec sont plus susceptibles de mentionner que l'ordinateur et l'automatisation ont eu une grande incidence sur leur travail au cours des cinq dernières années.

Parmi ceux qui ont utilisé un ordinateur au cours des 12 derniers mois dans leur emploi principal, 60 % environ affirment qu'ils ont utilisé de nouveaux logiciels au travail durant cette période et près des trois quarts de ceux qui ont utilisé un nouveau logiciel ont été appelés à apprendre de nouvelles techniques afin de pouvoir s'adapter au changement (72 %).

L'introduction de nouveau matériel informatique a eu moins de répercussions que l'entrée en vigueur d'un nouveau logiciel : 51 % des personnes qui ont utilisé un ordinateur dans leur emploi principal au cours des 12 derniers mois ont mentionné l'arrivée de nouveau matériel et 58 % des utilisateurs de nouveau matériel ont été appelés à apprendre de nouvelles techniques afin de s'adapter à la mise à niveau.

Une analyse par groupe d'âge démontre que le pourcentage de ceux qui sont appelés à apprendre de nouvelles techniques en raison du nouveau matériel suit une courbe ascendante jusqu'à 64 ans, âge auquel elle se stabilise. Une augmentation du même ordre se vérifie également dans le cas des personnes qui doivent apprendre le fonctionnement de nouveaux logiciels, mais le pourcentage se stabilise alors à 54 ans. Cependant, seulement 11 % des travailleurs canadiens soulignent que le fait d'être appelés à apprendre de nouvelles techniques au cours des 12 derniers mois leur a causé du souci ou occasionné un stress. Les femmes sont plus susceptibles de faire allusion au stress (12 %) que les hommes (10 %) dans l'apprentissage de nouvelles techniques informatiques. Les travailleurs possédant un diplôme universitaire et un revenu plus élevé signalent s'être

fait plus de souci et avoir subi davantage de stress que ceux dont le niveau de scolarité et de revenu est moins élevé.

### **Les travailleurs ne considèrent pas l'ordinateur et l'automatisation comme une menace à leur sécurité d'emploi**

La majorité des travailleurs ayant affirmé que l'arrivée de l'ordinateur et de l'automatisation a eu une incidence sur leur travail croient toutefois que cet événement n'a pas menacé leur sécurité d'emploi au cours des cinq dernières années (68 %). Seulement 9 % environ des hommes et des femmes dans cette situation sont d'avis qu'ils ont moins de sécurité d'emploi, un pourcentage beaucoup plus faible que ceux qui croient avoir *davantage* de sécurité d'emploi (23 %). Les hommes sont plus susceptibles de croire qu'ils ont davantage de sécurité d'emploi que les femmes (27 % contre 19 % respectivement).

Comparativement aux réponses que les travailleurs ont données à la même question en 1994, les travailleurs interrogés en 2000 étaient plus susceptibles de mentionner que leur sécurité d'emploi avait augmenté et ils étaient moins susceptibles de signaler une diminution. Pour l'une et l'autre de ces années, environ 67 % des Canadiens ont affirmé que leur sécurité d'emploi n'avait pas été touchée par l'arrivée de l'ordinateur et de l'automatisation.

En 2000, les travailleurs plus âgés ont été plus nombreux que les travailleurs plus jeunes à signaler que leur sécurité d'emploi avait décliné à la lumière de l'introduction de l'ordinateur et de l'automatisation. Le plus haut pourcentage de travailleurs canadiens signalant une *croissance* de la sécurité de l'emploi appartient aux 20 à 24 ans (31 %) et le plus bas, aux 55 à 64 ans (14 %). Cependant, plus des trois quarts des 60 à 64 ans sont d'avis que la technologie n'a aucune incidence importante sur leur sécurité d'emploi.

Parmi ceux qui croient en la probabilité d'être mis à pied au cours de la prochaine année, seulement 10 % sont d'avis que l'arrivée des ordinateurs et de l'automatisation en serait la cause.

### **De l'avis de la majorité des travailleurs canadiens, les ordinateurs rendent le travail plus intéressant**

Plus de la moitié des travailleurs canadiens qui pensent que l'arrivée de l'ordinateur et de l'automatisation a modifié leur travail croient que leur travail n'en a été rendu que plus intéressant (58 %). Seulement 4 % environ disent que leur travail est devenu moins intéressant à cause de ce facteur alors que 38 % affirment que leur travail est resté le même malgré l'arrivée de la nouvelle technologie.

On avait obtenu des résultats comparables en 1994 mais, cette année-là, davantage de Canadiens (63 %) avaient l'impression que l'arrivée de l'ordinateur et de l'automatisation avait rendu leur travail plus intéressant qu'en 2000, et moins de Canadiens (34 %)

pensaient que l'arrivée de la nouvelle technologie n'avait rien changé au degré d'intérêt pour leur travail.

En 2000, les nouvelles technologies ont eu les répercussions les plus positives sur les travailleurs possédant un diplôme universitaire, lesquels ont affirmé dans une proportion de plus de 64 % que leur travail est plus intéressant depuis l'arrivée de l'ordinateur et de l'automatisation.

**Tableau 4 : Pourcentage de Canadiens dont le travail a été modifié par l'arrivée de l'ordinateur et de l'automatisation, en 1994 et 2000**

	1994	2000
Emploi touché	%	%
Grandement	35	36
Légèrement	17	21
À peine	11	13
Aucunement	37	30
Sécurité d'emploi		
Plus grande	14	23
Moins grande	19	9
Inchangée	67	68
Intérêt pour le travail		
Augmenté	63	58
Diminué	4	4
Inchangé	34	38

Source : Statistique Canada, Enquête sociale générale.

#### Note aux lecteurs :

*Le présent article est fondé sur le cycle 14 de l'Enquête sociale générale intitulée Accès et utilisation des technologies de l'information et des communications. L'Enquête sociale générale (ESG) est une enquête-échantillon annuelle effectuée par téléphone auprès de la population hors-établissement de 15 ans et plus dans toutes les provinces. En 2000, les questions de l'ESG ont surtout porté sur l'utilisation et les répercussions de la technologie informatique et de l'Internet sur l'ensemble des Canadiens. La collecte des données s'est échelonnée sur une période de 12 mois, de janvier à décembre 2000. L'échantillon représentatif comprenait 25 090 répondants dont le taux de participation a été de 80,8 %.*

*C'est la première fois que Statistique Canada recueillait des renseignements détaillés sur l'utilisation individuelle de la technologie. Les données de l'Enquête sociale générale de 2000 viennent compléter d'autres sondages que Statistique Canada a consacrés à ce sujet, particulièrement l'Enquête sur l'utilisation d'Internet par les ménages. Cette enquête portait sur l'utilisation d'Internet par les ménages canadiens et s'adressait à un sous-échantillon de ménages compris dans l'Enquête sur la population active. Le cycle*

*14 de l'Enquête traite du comportement des Canadiens en les interrogeant au sujet de l'utilisation qu'ils font de l'ordinateur et d'Internet, de l'incidence de la technologie sur la protection des renseignements personnels, l'accès à l'information et la cohésion sociale des familles et des collectivités.*

## Bibliographie

BAKKER, Cathy. 2000. *Technologies de l'information et des communications et commerce électronique dans l'industrie canadienne*, produit n° 88F0006XIF au catalogue de Statistique Canada, n° ST-00-04.

DICKINSON, P., et J. Ellison. 2000. « Les Canadiens se branchent : l'utilisation d'Internet par les ménages reste à la hausse en 1999 », *Série sur la connectivité*, produit n° 56F0004MIF00001 au catalogue de Statistique Canada.

ELLISON, J., L. Earl et S. Ogg. 2001. « Le magasinage sur Internet au Canada, 1999 », *Série sur la connectivité*, produit n° 56F0004MIF au catalogue de Statistique Canada, n° 3.