

# LE DOUBLE FOSSÉ NUMÉRIQUE

## L'autoroute de l'information au Canada

### **Auteur principal et co-chercheur**

Andrew Reddick (CDIP)

### **Co-auteurs et co-chercheurs**

Christian Boucher (Les Associés de recherche Ekos Inc.)

Manon Groseilliers (Les Associés de recherche Ekos Inc.)

### **Avec le financement de**

Développement des ressources humaines Canada

Industrie Canada

### **Publié par**

Centre pour la défense de l'intérêt public

---

# LE DOUBLE FOSSÉ NUMÉRIQUE

## L'autoroute de l'information au Canada

### **Auteur principal et co-chercheur**

Andrew Reddick (CDIP)

### **Co-auteurs et co-chercheurs**

Christian Boucher (Les Associés de recherche Ekos Inc.)

Manon Groseilliers (Les Associés de recherche Ekos Inc.)

### **Avec le financement de**

Développement des ressources humaines Canada

Industrie Canada

### **Publié par**

Centre pour la défense de l'intérêt public

1, rue Nicholas, bureau 1204

Ottawa (Ontario)

K1N 7B7

Canada

© droits d'auteur CDIP, 2000

Données de catalogage et de publication (Canada)

Reddick, A.; Boucher, C.; Groseilliers, M

ISBN 1-895-060-31-1

## TABLE DES MATIÈRES

<b>Résumé</b> .....	<b>1</b>
Le double fossé numérique .....	1
Typologie des non-utilisateurs .....	3
Sommaire des résultats .....	4
<b>Introduction et méthodologie</b> .....	<b>6</b>
Introduction .....	6
Internet au Canada .....	7
Double fossé numérique .....	8
Méthodologie .....	10
<b>Accès et inforoute canadienne — les politiques</b> .....	<b>12</b>
Cadre stratégique général .....	12
Programme d'accès communautaire .....	13
Initiative des Réseaux d'apprentissage communautaires .....	14
<b>Aperçu et inforoute canadienne — les politiques</b> .....	<b>16</b>
Communications de ménages canadiens .....	16
Accès et Internet .....	20
Attitudes et valeurs générales des non-utilisateurs .....	21
Diversité de choix et de styles de vie .....	26
<b>Typologie des « non-utilisateurs » du fossé numérique</b> .....	<b>29</b>
Résumé des dimensions du fossé numérique .....	29
Qui sont les retardataires dans le fossé numérique et pourquoi le sont-ils? ..	40
Échantillon des non-utilisateurs .....	44
<b>Contexte social</b> .....	<b>50</b>
Le double fossé numérique est-il immuable? .....	50
Alphabétisme .....	51
Revenus, coûts et moyens financiers .....	54
Diversité du contenu .....	56
S'agit-il d'une évolution des habitudes d'utilisation? .....	60
Fossé numérique aux États-Unis .....	61
<b>Conclusion</b> .....	<b>64</b>
<b>Références</b> .....	<b>69</b>



### Résumé

La présente étude a pour objet d'analyser les foyers canadiens qui sont en marge de l'autoroute de l'information, généralement considérée comme Internet, et qui sont désignés comme étant des « infopauvres » ou des « non-utilisateurs ». Elle devrait nous permettre de mieux comprendre les attitudes, les pratiques et les besoins des personnes qui ne sont pas branchées sur Internet ainsi que les circonstances dans lesquelles certains de ces non-utilisateurs se brancheront éventuellement.

On a fondé l'analyse sur un certain nombre de questions de recherche, notamment, comment tenons-nous compte du fait qu'à l'intérieur du même sous-groupe social, certains sont branchés et d'autres non? Quels sont les variables ou les facteurs qui influencent le plus la décision des gens de se brancher ou non? Quels sont les différents types de groupes de non-utilisateurs? Dans quelle mesure le coût (ou les moyens financiers) est-il une barrière ou un obstacle au branchement? Quelles sont les options politiques disponibles pour régler des problèmes de branchement?

Plusieurs méthodes ont servi pour tirer les conclusions du rapport. On a passé en revue des rapports, des articles et d'autres documents provenant de sources telles qu'Industrie Canada, Développement des ressources humaines Canada et le Centre pour la défense de l'intérêt public, et portant sur des questions liées au fossé numérique, ainsi que des analyses statistiques de Statistique Canada et de la *National Telecommunications and Information Agency*. De plus, pour établir une typologie des non-utilisateurs, on a effectué un examen et une analyse multidimensionnelle détaillée des résultats de l'étude de 1997-1998 intitulée *Information Highway and the Canadian Communication Household* (L'autoroute de l'information et les moyens de communication dans les foyers canadiens) des Associés de recherche Ekos inc.

On établit une corrélation entre cette analyse dans la présente étude et les stratégies, les buts et les modèles d'accès et d'élaboration du contenu d'Industrie Canada et de Développement des ressources humaines Canada. Ces deux ministères mettent en œuvre d'importants programmes qui ont tous pour but de faciliter l'accès, le développement personnel et communautaire, et l'élaboration du contenu sur Internet. L'étude détermine également le niveau de participation des autres ministères fédéraux (p. ex., Patrimoine canadien, le Secrétariat du Conseil du Trésor) et des autres paliers de gouvernement, ainsi que leurs possibilités de traiter des questions ayant trait à l'accès et au contenu.

### LE DOUBLE FOSSÉ NUMÉRIQUE

Les Canadiens ont connu un essor retentissant de l'autoroute de l'information et d'Internet au cours des dernières années. Cependant, les niveaux de sensibilisation et d'utilisation de ces nouveaux services et technologies sont très différents entre les classes sociales et entre les générations, créant ainsi un fossé numérique. De 1997 à 1999, les ménages à revenu élevé ont trois fois plus accès à Internet depuis leur domicile que les ménages à

## RÉSUMÉ

---

faible revenu. En 1999, environ deux tiers des Canadiens à revenu élevé ont accès à ces technologies et services par rapport à ceux ayant un faible revenu.

Tandis qu'Internet soulève un enthousiasme généralisé, un grand nombre de Canadiens ne seront toujours pas branchés au cours de plusieurs années à venir. Cependant, le concept de fossé numérique est bien plus complexe qu'une simple distinction entre ceux qui sont branchés et ceux qui ne le sont pas. Outre la dichotomie habituellement connue entre utilisateurs et non-utilisateurs (le premier fossé), un second fossé a été mis à jour : les non-utilisateurs ne constituent pas un groupe homogène, mais deux grands groupes distincts. Ensemble, le groupe des utilisateurs et les groupes segmentés de non-utilisateurs forment le double fossé numérique. Dans le premier groupe des non-utilisateurs, se trouvent des « quasi-utilisateurs » qui désirent se brancher pour diverses raisons mais ne le sont pas à cause d'un certain nombre de barrières, dont les plus importantes sont le coût (les moyens financiers) et le degré d'alphabétisation. Le second groupe se compose d'« utilisateurs distants » qui manifestent peu d'intérêt ou aucun pour Internet et les services en ligne, ou qui ne voient en Internet aucune valeur pour satisfaire à leurs besoins économiques ou sociaux quotidiens. S'agissant de ce dernier groupe, s'il doit, à l'avenir, accéder à l'inforoute on peut s'attendre à ce que des barrières telles que la disponibilité du service, le coût, l'alphabétisme et la capacité d'utilisation, etc. deviennent l'objet de sérieuses préoccupations.

Les faits semblent indiquer qu'il est fort peu probable que le double fossé numérique disparaisse. Si Internet devient, à l'avenir, aussi essentiel que le service téléphonique local, dépendamment des conditions du marché (disponibilité, coût), il faudra alors compter sur une politique publique pour assurer un accès universel.

Quoique les divers niveaux de branchement, le manque d'intérêt au regard de l'utilisation et l'absence de besoin perçu soient des facteurs qui touchent tous les groupes socioéconomiques, les barrières et les obstacles à l'accès sont plus graves pour ceux qui sont issus des classes sociales inférieures car ils ont moins de ressources et d'instruction pour surmonter ces problèmes.

Le branchement est fonction des facteurs de classe sociale, de génération, de sexe et de valeurs (besoin perçu et intérêt) et se traduit en les différences qui existent depuis longtemps au niveau de l'accès à plusieurs autres produits et services dans la société (p. ex., documents à lire, éducation, télédistribution, téléphones portatifs, etc.) Aussi, cette dichotomie deviendra sans doute la norme dans la société, en tout cas dans un proche avenir.

Les données émanant de la recherche effectuée à la fin de 1998 et au début de 1999 indiquent que l'accès à Internet est caractérisé par un certain plateau, suivant lequel au moins un cinquième des foyers à revenu élevé ou moyen/ tranche supérieure ne sera toujours pas branché. Or, même si le branchement s'accroît sans cesse au sein des ménages à revenu faible ou moyen/tranche inférieure, il demeure toujours faible dans l'ensemble. D'ailleurs, le fossé numérique s'est élargi depuis 1996.

## TYPOLOGIE DES NON-UTILISATEURS

À partir d'une analyse de régression multidimensionnelle, la présente étude établit une typologie des non-utilisateurs. Les trois types d'utilisateur déterminés donnent un aperçu des attitudes, des valeurs et des conditions sociales influant sur le branchement des Canadiens, et s'avèrent fort utiles dans l'élaboration de politiques visant à combler les besoins en matière de communication et d'information des non-utilisateurs qui ne seront peut-être toujours pas prêts à se brancher.

Les **non-utilisateurs de type 1**, considérés comme des « quasi-utilisateurs », reconnaissent qu'Internet peut répondre à certains de leurs besoins, mais pour se brancher, il leur faut d'abord surmonter deux obstacles principaux, à savoir le coût/les moyens financiers et le manque de compétences techniques. Le bagage social est un important facteur pour ces non-utilisateurs, tout comme pour les deux autres types. Les centres d'accès public (PAC) et les services d'apprentissage communautaires (RAC) ont des rôles importants à jouer dans la satisfaction des besoins des non-utilisateurs de type 1. Les initiatives d'information et de sensibilisation du public mises en œuvre par des organismes (communautaires, non gouvernementaux ou gouvernementaux) qui fournissent ces services, pourraient faciliter et améliorer l'utilisation d'Internet par ce groupe de non-utilisateurs. D'une façon générale, les non-utilisateurs de type 1 sont surtout des jeunes Canadiens (âgés de 44 ans au plus). Il y a un important fossé entre les sexes dans la typologie des non-utilisateurs (61 p. cent sont des femmes et 39 p. cent, des hommes). Les femmes sont surreprésentées au sein du premier groupe, selon un rapport de 2 contre 1.

Quant aux **non-utilisateurs de type 2**, ils font aussi face à des barrières techniques et de coût; ce dit, le fait qu'à leurs yeux, ou que réellement, Internet n'est pas utile et ne leur procure aucun avantage, ni personnel ni social, est un aussi gros problème. Par conséquent, on pourrait faciliter leur branchement si on améliore le contenu (économique, social et culturel) en le concevant et l'élaborant de façon à répondre plus adéquatement à leurs besoins actuels. Par ailleurs, l'acquisition des compétences techniques, un contenu correspondant aux besoins sociaux et la disponibilité des sites d'accès publics sont des composants importants d'une stratégie d'accès visant ce groupe. Les non-utilisateurs de type 2 sont de la cohorte des préretraités (entre 45 et 55 ans). Au niveau de l'administration fédérale, DRHC (RAC), Industrie Canada (PAC), Patrimoine canadien (contenu social et culturel) et le Secrétariat du Conseil du Trésor (services gouvernementaux) détiennent des rôles importants pour ce qui est des activités liées à l'accès et au contenu.

Les **non-utilisateurs de type 3** sont loin d'être branchés et ne le seront pas, surtout dans un avenir proche. Ils ne semblent pas voir un avantage personnel dans l'accès à Internet ou en tirer parti, ni avoir les ressources ou les connaissances sociales pour profiter de l'inforoute. D'une façon générale, les personnes âgées et les retraités au Canada (55 ans et plus) ont tendance à joindre les rangs des non-utilisateurs de type 3. Dans le cas des non-utilisateurs de types 2 et 3, les évaluations stratégiques des besoins (besoins sociaux) conjuguées à des initiatives d'élaboration de contenu pourraient augmenter leur propension à utiliser le Net à long terme. En outre, parmi ces non-utilisateurs, il y a proportionnellement plus de femmes que d'hommes. Il est important d'ailleurs de souligner que les femmes sont prédominantes dans toutes les catégories de non-utilisateurs.

## RÉSUMÉ

---

D'un point de vue de politique gouvernementale, il convient de mentionner qu'en fait, ces non-utilisateurs auront besoin qu'on leur fournisse, prochainement, des services de communication et d'information sous de multiples supports ou moyens, traditionnels et courants, des services qui soient accessibles aux personnes ayant des niveaux de compétence et de revenu différents. DRHC, SCT et Patrimoine canadien sont des ministères fédéraux qui sont investis de mandat en matière de politique sociale.

## SOMMAIRE DES RÉSULTATS

### Généralités :

- Pour ce qui est des non-utilisateurs ainsi que des utilisateurs occasionnels et réguliers d'Internet, les politiques et les programmes du gouvernement devront viser essentiellement les questions d'accès, de culture technologique et de bagage social, de capacité et d'application sociales et de l'élaboration d'un contenu social et culturel par les Canadiens mêmes, ainsi que la disponibilité continue de divers moyens d'accès et de diffusion de l'information ayant une qualité et des niveaux de service comparables.

### Coût :

- Le coût et les moyens financiers se sont révélés la barrière ou l'obstacle la plus importante au branchement.
- On constate que le coût et la culture technologique sont des facteurs importants d'une utilisation éventuelle à l'avenir. Pour environ la moitié de tous les sous-groupes, la capacité d'utiliser Internet (compétence technique et compréhension) est importante.
- Le coût du service d'Internet (la capacité de payer le service) est un critère important pour au moins deux tiers des non-utilisateurs à revenu moyen/tranche inférieure ou élevée, ou à revenu élevé, et un peu plus de la moitié de ceux ayant un faible revenu.

### Alphabétisme :

- L'alphabétisme considéré comme une barrière va au-delà de la lecture, de l'écriture et des connaissances technologiques. Il concerne également le bagage social ou la capacité sociale des individus de comprendre et d'employer l'information de sorte qu'elle leur soit bénéfique et qu'elle réponde à leurs besoins quotidiens. Les initiatives publiques doivent désormais tenir compte de cette notion d'alphabétisme au sens large.
- L'accès à l'inforoute ne permettra pas à lui seul d'aplanir les inégalités et les clivages sociaux et économiques dans les collectivités ou la société en général, mais dans la mesure où Internet combine les différentes technologies de communication courantes, il faudra mettre en place des programmes qui visent l'accès technologique et les compétences sociales pour donner à la population des possibilités de participer adéquatement dans la société, autrement les non-utilisateurs risquent d'être encore plus désavantagés à long terme.



### Accès public :

- Les ménages à faible revenu sont plus enclins que ceux ayant un revenu élevé à accéder à Internet à partir d'un site public, de la maison d'un ami, d'un café Internet ou d'un autre lieu communautaire. Par ailleurs, les membres de toutes les classes sociales ont récemment accès à Internet d'un site public, soit pour se renseigner sur Internet ou sur son mode d'emploi, soit parce qu'ils n'y ont pas accès de chez eux.
- Le gouvernement doit continuer à soutenir l'intégration des mesures relatives à l'accès et au réseautage. Ces services de réseautage communautaire offrent la possibilité d'examiner efficacement certaines questions de fonds ayant trait à l'accès public, à la formation et à l'élaboration du contenu.
- À l'avenir, l'analyse et la planification stratégiques devront se pencher sur des questions telles que le nombre et l'emplacement des sites d'accès public et leur emplacement; les modèles d'établissement de réseaux communautaires; la responsabilité à l'égard de la gestion locale; la qualité de services, la disponibilité des services offerts au public, l'élaboration du contenu, les conditions d'accès aux différents services, et les obligations et responsabilités du gouvernement en matière de financement.
- Il faut mettre au point des stratégies de communication à l'échelle locale et nationale, et renseigner davantage les non-utilisateurs sur la disponibilité des sites d'accès ainsi que sur des ressources documentaires qui se trouvent sur Internet et qui peuvent répondre à leurs besoins et intérêts spécifiques.

### Contenu :

- Alors qu'on trouve sur Internet toute une collection de contenus commerciaux, une des principales faiblesses au Canada est le manque de contenu culturel et social qui est diversifié et pertinent, qui est de qualité et qui est produit par les gens du pays même. Or, un tel contenu est nécessaire pour répondre aux besoins sociaux, économiques et culturels de tous les jours des citoyens.
- La participation et l'appui de la population pour élaborer et cataloguer les contenus canadiens (normes d'accès) et pour diffuser un contenu portant sur des questions civiques ou sociales, sont nécessaires.

### Diversité de l'accès :

- L'analyse des préférences du public (les internautes et les non-utilisateurs de l'inforoute) à l'égard de l'utilisation de différentes technologies pour accéder aux renseignements gouvernementaux met en évidence le fait que le public insiste sur la nécessité d'avoir, aussi bien maintenant et qu'à l'avenir, une multitude de moyen d'accès (c.-à-d., se présenter en personne, la poste, Internet, le téléphone, la télécopie). D'autre part, il convient de mentionner qu'Internet ne supprime pas ces divers moyens d'accès, mais il devient désormais une composante d'un amalgame de moyens d'accès.

## Introduction et méthodologie

### INTRODUCTION

L'objet de la présente étude est d'analyser les foyers canadiens qui sont en marge de l'autoroute de l'information, et qui sont désignés comme étant des « infopauvres » ou des « non-utilisateurs ». La recherche préliminaire sur l'accès à Internet et son utilisation révèle que ces non-utilisateurs proviennent surtout des classes sociales inférieures et du milieu rural au Canada. On pense qu'avec le temps, la plupart des non-utilisateurs issus des classes moyenne et supérieure de la société se brancheraient éventuellement, à mesure que la sensibilisation du public s'intensifie et l'utilisation d'Internet se généralise. Cette étude devrait permettre une meilleure compréhension des attitudes, pratiques et besoins de ceux qui ne sont pas branchés, en particulier des membres des classes sociales inférieures.

Pour effectuer cette analyse, on se fonde sur de nombreuses questions de recherche.

- Comment tenir compte du fait qu'à l'intérieur du même sous-groupe social (c.-à-d., partageant les mêmes facteurs démographiques tels que l'âge, le revenu, la scolarité, etc.) certains sont branchés et d'autres non?
- Quels sont les facteurs ou variables qui influencent le plus la décision des gens de se brancher ou non?
- Existe-t-il différents types de groupes non-utilisateurs et dans l'affirmative, quels sont-ils?
- Quelles sont les attitudes, les pratiques et autres caractéristiques qui pourront nous aider à saisir les différences expliquant pourquoi certains des non-utilisateurs actuels seront plus enclins à se brancher que d'autres?
- Est-ce que les obstacles particuliers soulevés par ces attributs pourraient être aplanis par des politiques ou programmes gouvernementaux visant à faciliter un plus grand accès à Internet ou, dans une certaine mesure, par le marché?
- Dans quelle mesure le facteur coût (moyens financiers) est-il une barrière au branchement? Quelle est l'importance de ce facteur par rapport à d'autres?
- Est-ce que le coût est le principal problème pour les foyers à revenu modeste qui ne sont pas branchés? Quelle est l'importance de cette variable pour les segments élevés de la société?
- Quelle est l'importance du facteur coût/moyens financiers pour ceux qui sont déjà branchés?

L'analyse de ces questions s'appuie pour une grande part sur la recherche de départ *L'autoroute de l'information et les moyens de communication dans les foyers canadiens* menée de 1997 à 1998.

Afin d'établir des comparaisons et de déterminer un plus large contexte sociologique, on a recours, dans le cadre de cette étude, à d'autres ouvrages de recherche, notamment des données de Statistique Canada, des rapports de la *National Telecommunications Information Agency* (NTIA) des États-Unis et d'autres documents de sources gouvernementales et non-gouvernementales canadiennes. L'analyse présentée dans cette étude est liée aux stratégies, aux objectifs et aux programmes d'accès et d'élaboration de contenu d'Industrie Canada et de Développement des ressources humaines Canada (DRHC). Ces deux ministères sont d'ailleurs responsables d'importants programmes qui visent à faciliter l'accès à Internet et l'élaboration de son contenu.

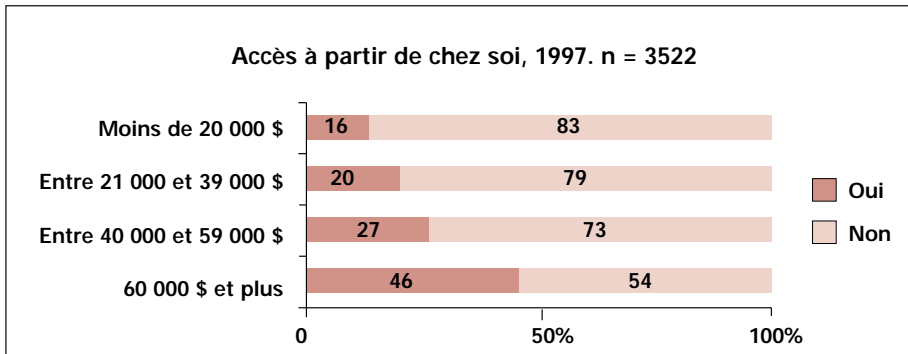
### INTERNET AU CANADA

Au cours des dernières années, les Canadiens ont connu un essor retentissant de l'autoroute de l'information qui comprend toute une gamme de technologies de communication et d'information, et d'applications connexes. Alors qu'Internet est considéré par plusieurs comme la nouvelle application principale de communication, des technologies axées sur des réseaux câblés, la communication sans fil et les satellites offrent également de nouvelles applications informatives, récréatives, financières et économiques.

En même temps, les tendances constatées au niveau de la prise de conscience et de l'utilisation des nouvelles technologies révèlent qu'il existe une importante polarisation entre les différentes classes sociales et entre les générations. Les résultats de l'étude de base L'autoroute de l'information et les moyens de communication dans les foyers canadiens indiquent que le taux d'utilisation des ordinateurs personnels et d'Internet est beaucoup plus important parmi les foyers à revenu élevé. Cette étude apprend aussi que les jeunes et les Canadiens ayant un niveau de scolarité élevé sont plus enclins à accéder à Internet et à l'utiliser que d'autres. Cependant, les différences relatives à l'accès ne se limitent pas à Internet : elles concernent, outre Internet et les ordinateurs, d'autres technologies de communication, notamment des services courants tels que la câblodiffusion, et les derniers cris, tels que le téléphone cellulaire ou SCP, le service bancaire par téléphone et la télévision par satellite (Ekos, 1998).

Bien que l'autoroute de l'information soit un amalgame de plusieurs nouvelles technologies, Internet constitue sa pierre angulaire. De 1996 à 1998, le nombre de Canadiens ayant accès à Internet à partir de chez eux a augmenté assez rapidement, passant de 28 p. cent à 33 p. cent, or la plus grande partie de cette croissance est enregistrée au sein des classes sociales élevées.

Figure 1



Source : Les Associés de recherche Ekos, 1998.

Comme on peut le constater dans la figure 1, les foyers à revenu élevé ont trois fois plus accès à Internet à partir de chez eux que les foyers à revenu modeste. Les niveaux d'accès sont aussi différents au sein des groupes à revenu moyen, grandissant selon les ressources disponibles. Ces résultats indiquent que la polarisation ou les différences de niveau d'accès qui existent pour d'autres technologies de communication et services au Canada, tels que la santé ou l'éducation, pourront également se faire sentir dans le cas d'Internet.

Selon la recherche préliminaire émanant du rapport L'autoroute de l'information et les moyens de communication dans les foyers canadiens, version de 1999, alors que le nombre total d'accès à Internet à partir de chez soi augmente considérablement, la plus grande partie de cette augmentation est enregistrée au sein des groupes à revenu moyen/tranche supérieure et élevé. Les foyers à revenu inférieur et moyen/tranche inférieure en accusent toujours du retard par rapport aux autres suivant approximativement les mêmes proportions : 23 p. cent des Canadiens à revenu bas ont accès à Internet à partir de chez eux comparativement à 65 p. cent des Canadiens à revenu élevé (Ekos, 2000).

## DOUBLE FOSSÉ NUMÉRIQUE

Il convient de noter, lorsqu'on étudie ce fossé numérique, que la notion de fossé est bien plus complexe que le simple fait que certaines personnes sont branchées et d'autres non. Elle s'étend au-delà de l'idée de disponibilité des différents lieux communautaires où on peut accéder à Internet, parce qu'on ne peut le faire à partir de chez soi, ou des questions d'aptitude technique ou d'alphabétisme nécessaires pour utiliser ce moyen de communication. Le concept de double fossé numérique s'avère plus précis ou plus approprié pour décrire la tendance qui se dessine dans l'accès à Internet et son utilisation. Outre la dichotomie entre utilisateurs et non-utilisateurs (le premier fossé), il y a une division nette au sein même du groupe des non-utilisateurs : on a, d'un côté, ceux qui, à des degrés divers, se brancheraient éventuellement (des quasi-utilisateurs) mais qui ne le sont pas à cause d'un certain nombre d'obstacles, et de l'autre, ceux qui manifestent peu d'intérêt ou aucun pour Internet et les services électroniques (le second fossé). S'agissant de ce dernier groupe

qui devra, tôt ou tard, faire face à la nécessité d'avoir accès au Web, on peut s'attendre à ce que les obstacles tels que la disponibilité du service, le coût, l'alphabétisme et la capacité d'utilisation, etc., deviennent l'objet de sérieuses préoccupations<sup>1</sup>.

Le non-branchement, le manque d'intérêt pour l'utilisation, ou l'apparente inutilité de l'accès sont des facteurs qui traversent tous les groupes socioéconomiques. Les raisons de ces attitudes sont multiples, soit, entre autres, un désintérêt réel, une mauvaise compréhension de la valeur; l'inaptitude à utiliser la technologie, une méconnaissance de la gamme de services et d'information disponibles et de la façon dont ces derniers peuvent répondre aux besoins individuels. Par ailleurs, il y a plusieurs autres personnes qui aimeraient se brancher et utiliser Internet mais en sont empêchées par des obstacles tels que le coût, le manque de qualification et de connaissances, etc. Tout porte donc à croire qu'un grand nombre de non-branchés de tous les groupes socioéconomiques font face à ces mêmes barrières. Cependant, les barrières à l'accessibilité sont amplifiées par le manque de ressources ou de compétences nécessaires pour les surmonter, des barrières qui redoublent à cause, entre autres, de la situation d'emploi, du niveau de scolarité, des disparités régionales (c.-à-d., dénuement économique), des facteurs de génération. Mais d'une façon générale, ces barrières sont plus importantes pour ceux qui sont issus de la classe sociale inférieure. Une recherche récente de Statistique Canada indique également l'existence d'un fossé numérique au Canada. Selon le rapport intitulé *Canadiens branchés*, alors que les taux de pénétration d'Internet se sont accrus dans tous les quartiles de revenu, les niveaux de scolarité, les groupes d'âge, et les secteurs géographiques, la croissance enregistrée dans le groupe des « inforiches » a par contre été stimulée plutôt par les groupes à revenu élevé que par ceux à faible revenu. Ce fossé s'est creusé de 1996 à 1997. Le rapport a aussi noté que l'accessibilité des sous-groupes qui sont les moins branchés tend à augmenter globalement, et si cette tendance se maintient, l'écart se rétrécira avec le temps<sup>2</sup>.

Cette distinction nous amène au-delà d'une notion simpliste de fossé entre les « inforiches » et les « inforpauvres », évoquant une vision défavorable d'une société de l'information à deux vitesses. Tout semble porter à croire que les citoyens non branchés sont déjà ou seront défavorisés d'une certaine façon. Et cette situation serait d'autant plus vraie dans le cas de nombreuses personnes qui pourraient tirer profit du branchement (c.-à-d., apprentissage, occasion d'emploi, alphabétisation, etc.) mais en sont privées à cause des barrières réelles à cet égard. Il faut, toutefois, rendre au public ce qui lui appartient et reconnaître qu'on n'a pas nécessairement « échoué au test » parce qu'on n'est pas branché! Environ la moitié des 50 p. cent de Canadiens non branchés ne voient en Internet aucune valeur ou utilité, en ce qui les concerne. Peu importe si ces personnes font plus ou moins preuve de sagesse que les autres concernant la question de l'accès, on ne doit pas les montrer du doigt ou les traiter a priori comme des citoyens de seconde classe, ou les cataloguer avec les autres non-branchés comme des êtres socialement ou économiquement défavorisés tout

---

<sup>1</sup> *The Canadian Dual Digital Divide*, présentation par Andrew Reddick, le 23 octobre 1999 lors de la conférence de 1999 de l'association des sociologues et des anthropologues de l'Atlantique (1999 Atlantic Association of Sociologists and Anthropologists Conference), Fredericton, Nouveau-Brunswick.

<sup>2</sup> Dickenson, P. et Sciadras, G. *Canadiens branchés*, Statistique Canada, février 1999, p. 3.4.

simplement parce qu'ils n'ont pas accès à Internet. D'autre part, une question de principe veut qu'on n'offre pas à ces citoyens un contenu et des services de second ordre, pendant qu'on fournit de l'information et des services de première qualité seulement sur le Web.

L'autre point important à considérer dans le débat sur l'accessibilité et le fossé numérique concerne l'aspect essentiel ou optionnel du service Internet. Jusqu'à maintenant, on considère toujours Internet comme un service optionnel et non essentiel au même titre que le service de téléphone local, bien que nombre de personnes, particulièrement les élites et les spécialistes du savoir, en voient autrement. Le Canada se dirige vers une économie et une société où les communications jouent un rôle de plus en plus important. Bien que le rythme auquel nous devenons une « société de l'information » soit discutable, il est indéniable que plusieurs Canadiennes et Canadiens devront, à l'avenir, se brancher pour retirer pleinement des bénéfices au niveau économique et social. Du point de vue des politiques sociales et économiques, le problème lié au fait que les Canadiennes et Canadiens ne soient pas encore tous ou majoritairement branchés, s'aggrave à mesure que les non-utilisateurs se trouvent être vraiment défavorisés d'une façon quelconque, ou que la prestation des services publics, ou peut-être, la viabilité de certains services privés, se détériorent. Par exemple, si certains renseignements et services gouvernementaux ne sont disponibles, à l'avenir, que sur Internet, faisant ainsi de certains aspects d'Internet un service essentiel, le fossé revêtira alors une toute nouvelle importance, tant sur le plan individuel que social. Cette étude propose une analyse approfondie des différents segments de non-utilisateurs ou de ceux qui sont en marge. Cette analyse permettra donc de mieux comprendre les attitudes et les pratiques de ces différents segments et examine, entre autres, des questions relatives aux principales barrières au branchement, à l'existence des politiques adéquates pour remédier à ces obstacles, aux mécanismes visant à encourager certains non-utilisateurs à se brancher, aux autres options de service qui seront nécessaires pour répondre aux besoins de ceux qui ne se brancheront sans doute pas, même à long terme.

## MÉTHODOLOGIE

La recherche et l'analyse pour produire ce rapport sont fondées sur des statistiques et de la documentation provenant d'Industrie Canada, de Développement des ressources humaines Canada, de Statistique Canada et de la NTIA des É.-U., ainsi que sur des livres, articles, documents et rapports traitant de la question. Pour établir la typologie des non-utilisateurs, on a recours à l'analyse multidimensionnelle de L'autoroute de l'information et les moyens de communication dans les foyers canadiens de 1997-1998, laquelle analyse comporte trois étapes. D'abord, on prélève les « facteurs » fondamentaux de l'ensemble des attitudes vérifiées dans les enquêtes. La deuxième étape consiste à déterminer les paramètres d'un modèle de régression logistique qui permet de calculer la probabilité d'un individu d'être un utilisateur ou un non-utilisateur d'Internet, la modélisation par régression étant fondée sur le profil démographique des utilisateurs et des non-utilisateurs. En dernier lieu, on définit la typologie des non-utilisateurs et on examine les différences au niveau de la structure des attitudes de chaque segment de non-utilisateurs.

La première étude L'autoroute de l'information et les moyens de communication dans les foyers canadiens a été effectuée en trois phases, de septembre 1997 à juin 1998. Les renseignements tirés de plus de 600 variables ont constitué l'une des bases de recherche les plus complètes sur les attitudes et pratiques de communication des ménages canadiens, et en particulier, dans le contexte de l'autoroute de l'Information.

On a réalisé la première phase de l'étude, qui consistait en un sondage téléphonique auprès d'un échantillon national de 3 522 Canadiennes et Canadiens âgés de 18 ans et plus, en septembre 1997. De février à avril 1998 a eu lieu la deuxième phase, au cours de laquelle un questionnaire préadressé a été rempli par 1 271 répondants qui avaient participé à la première phase. Durant la dernière phase, terminée en juin 1998, on a effectué un sondage téléphonique auprès de 1 767 répondants de la première phase et de 434 autres personnes qui participaient à l'enquête pour la première fois.

## Accès et inforoute canadienne – les politiques

### CADRE STRATÉGIQUE GÉNÉRAL

À partir des années 1980, le gouvernement fédéral restructure l'industrie canadienne des communications par des trains de politiques et des changements réglementaires visant à faciliter le développement économique, la compétitivité et l'évolution vers la production et la prestation électronique de services économiques, sociaux et culturels. Au cours des années 1990, le gouvernement du Canada a élargi ces initiatives, posant ainsi les jalons d'une autoroute de l'information en vue du développement d'une société de l'information. Les thèmes généraux sur lesquels repose ce cadre stratégique préconisaient de faciliter la transition du Canada vers une société du savoir, d'en faire une des nations les plus branchées au monde, d'atteindre la croissance économique et de rehausser sa capacité concurrentielle sur les scènes nationale et internationale<sup>3</sup>.

En faisant fond sur le discours du Trône de 1994 qui a introduit la stratégie sur l'autoroute de l'information, le gouvernement, par l'entremise d'Industrie Canada, a constitué un Comité consultatif sur l'autoroute de l'information (CCAI). Le cadre stratégique dans lequel s'inscrivaient le travail du CCAI ainsi que les programmes et initiatives complémentaires des autres ministères fédéraux concernait un certain nombre de thèmes et objectifs fondamentaux ayant trait aux sujets suivants : accès universel et abordable; apprentissage continu et mise à jour des compétences; création d'emploi; croissance économique et de la compétitivité; élaboration de contenus culturels canadiens; avantages provenant du commerce électronique; accès en direct, entre autres, aux services et information du gouvernement et d'autres services publics. Dans son rapport final, le CCAI a émis un certain nombre de recommandations dans le domaine de l'accès et a défini le rôle des gouvernements. Ces recommandations portaient sur la facilitation de l'accès à partir des régions rurales, sur le financement gouvernemental pour des initiatives communautaires en matière d'accès, notamment des projets de bibliothèque et de réseau et site communautaire à but non lucratif dans les régions urbaines et rurales, et sur le financement gouvernemental visant à encourager l'élaboration de contenu non commercial public et autres. Le Comité a aussi recommandé que l'information et les services gouvernementaux soient disponibles dans différents supports pour faciliter l'accès<sup>4</sup>.

Bien que tous les ministères fédéraux concourent dans une certaine mesure à l'atteinte de ces objectifs, deux ministères ont été particulièrement actifs face à la question de l'accès, des compétences et de l'utilisation individuelle et communautaire de l'inforoute. s'agit d'Industrie Canada (IC) et de Développement des ressources humaines Canada (DRHC). DRHC exécute un grand nombre de programmes ayant trait à la jeunesse, à

---

<sup>3</sup> *La société canadienne à l'ère de l'information : Pour entrer de plain-pied dans le XXI<sup>e</sup> siècle*, 1996; Discours du Trône, le 23 septembre 1997, p. 16.

<sup>4</sup> *La société canadienne à l'ère de l'information : Pour entrer de plain-pied dans le XXI<sup>e</sup> siècle*, 1996, pp.3,4; *Préparer le Canada au monde numérique*, CCAI, 1997, pp. 46-51.



l'alphabétisme, aux compétences, aux emplois, au développement personnel et communautaire. L'initiative qui combine plusieurs de ces intérêts dans le cadre de l'accès est le programme des réseaux d'apprentissage communautaires. Industrie Canada entreprend aussi plusieurs initiatives pour répondre aux différentes dimensions du programme de l'inforoute, dont, entre autres, le Programme d'accès communautaire (PAC), Rescol, les programmes d'aide au réseau du secteur du bénévolat (VoINet) et d'Ordinateurs pour les écoles (OPÉ). Cependant, le PAC est le programme qui se penche essentiellement sur l'accès public.

Le PAC est une initiative axée sur la technologie; il vise surtout des objectifs de politique économique et industrielle mais soutient aussi des objectifs de politique sociale. Les objectifs de politique économique et industrielle consistent à stimuler l'utilisation et la demande d'équipement, de contenu et de services liés à l'inforoute, aspect du programme que soutiennent d'ailleurs les objectifs de développement individuel, communautaire et national. Les objectifs de politique sociale, quoiqu'ils ne soient pas au cœur du mandat d'Industrie Canada, peuvent être soutenus et atteints grâce à des installations ou des plateformes et des activités axées sur la technologie, favorisant ainsi l'acquisition de connaissances, l'apprentissage, le perfectionnement des compétences, la formation, les perspectives d'emploi et l'élaboration du contenu.

Fondée sur des plateformes techniques d'accès (sites ou groupes de réseau) qui existent dans les collectivités, l'Initiative des Réseaux d'apprentissage communautaires (RAC) de DRHC vise les objectifs du ministère en matière de politique sociale. Ces objectifs qui sont au centre de son mandat, comprennent l'utilisation des technologies comme outils pour soutenir l'apprentissage, le perfectionnement des compétences, les possibilités d'emploi ainsi que le développement individuel et communautaire. L'Initiative RAC accorde une importance particulière au contenu et aux services.

### PROGRAMME D'ACCÈS COMMUNAUTAIRE

En se fondant sur l'objectif de faire du Canada le pays le plus branché du monde vers l'an 2000, le gouvernement a présenté en 1998 son programme *Un Canada branché*. La composante Le Canada en ligne des six volets du programme porte sur l'accès du public à Internet<sup>5</sup>.

Le Programme d'accès communautaire (PAC) a été conçu pour aider à fournir aux Canadiennes et Canadiens un accès à Internet à un prix abordable, et à leur enseigner comment l'utiliser efficacement. Dans le cadre du PAC, des lieux publics comme les écoles, les bibliothèques et les centres communautaires servent de « rampes d'accès » à l'inforoute. Au départ, dans le cadre du PAC, on prévoyait relier 1 500 collectivités des régions rurales et éloignées à l'inforoute. Conformément au programme *Un Canada branché*, on a ensuite élaboré le PAC dans le but d'établir des sites d'accès dans 5 000 collectivités rurales et

---

<sup>5</sup> Les six volets comprennent : Le Canada en ligne; Les collectivités ingénieuses; Contenus canadiens en ligne; Le commerce électronique; Les gouvernements canadiens en ligne et Brancher le Canada au reste du monde. Voir le discours du 26 février 1998 de l'honorable John Manley, ministre de l'industrie, devant l'Empire Club, *Un Canada branché*.

jusqu'à concurrence de 5 000 sites dans les collectivités urbaines d'ici le 31 mars 2001. Le PAC est disponible sur une base de partenariat où peuvent participer des gouvernements provinciaux et territoriaux, des groupes communautaires, des organismes à vocation sociale, des bibliothèques, des écoles, des groupes de bénévoles et le milieu d'affaires.

Le PAC vise à :

1. offrir aux collectivités rurales et urbaines du Canada un meilleur accès à l'inforoute et à un prix abordable, et leur faire prendre conscience du potentiel qu'offre ce moyen pour ce qui est de la création d'emplois et la croissance;
2. stimuler le développement de nouveaux outils électroniques ainsi que des services liés à l'apprentissage par les collectivités et à leur intention;
3. fournir des moyens de formation portant sur Internet aux entrepreneurs, employés, éducateurs et étudiants locaux et à toute autre partie qui veulent améliorer leurs compétences en matière d'information et de réseautage;
4. favoriser la prestation électronique des services gouvernementaux et autres et encourager la rétroaction des citoyens au sujet de la façon dont ils voudraient que ces services soient présentés<sup>6</sup>.

### INITIATIVE DES RÉSEAUX D'APPRENTISSAGE COMMUNAUTAIRES

L'initiative des RAC a pour objet d'appuyer des projets-pilotes de durée limitée, en partenariat avec des organismes communautaires, capables d'offrir un accès multiple à une variété de ressources pédagogiques au sein des collectivités. Globalement, les RAC visent à sensibiliser la population aux initiatives et programmes qui sont axés sur la collectivité et qui offrent des occasions d'apprentissage et de perfectionnement des compétences, et à encourager cette population à y prendre part. Les buts principaux de l'initiative consistent à améliorer le développement social et économique des collectivités et la vie des membres au sein de ces collectivités grâce à l'apprentissage continu. Aussi, un des buts principaux est de rendre les possibilités d'apprentissage plus accessibles aux Canadiennes et Canadiens.

Ce programme axé sur des politiques sociales est conçu pour répondre aux besoins des Canadiennes et Canadiens qui risquent fort d'être marginalisés ou défavorisés dans une nouvelle société et une nouvelle économie fondées sur l'information. Il peut s'agir des gens qui éprouvent des besoins d'apprentissage spécifiques pour améliorer leur employabilité; qui requièrent d'autres systèmes d'apprentissage plus adaptés à leurs besoins; ou qui sont susceptibles d'être marginalisés et qui rejoignent le rang des « infopauvres ».

---

<sup>6</sup> Industrie Canada, Stratégie canadienne pour l'autoroute de l'information, document d'information, 1997; *Un Canada branché*, page Web : [www.connect.gc.ca](http://www.connect.gc.ca)

L'Initiative offre aussi des possibilités aux personnes ayant des besoins spécifiques, telles que des aînés, des personnes handicapées. Le programme disposera d'un budget de 29 millions \$ pour la période allant de 1999 à 2002 et le montant total maximum accordé à chaque projet sera de 100 000 \$ par an<sup>7</sup>.

L'initiative des RAC devrait permettre d'élaborer des modèles d'apprentissage à l'intention des collectivités et des organismes communautaires, de fournir du soutien et de l'entretien continus aux organisations, et de présenter différentes approches concernant les occasions d'apprentissage.

Dans un contexte plus large, l'initiative des RAC fait partie de la mission de DRHC qui vise, entre autres, à donner aux Canadiennes et Canadiens les moyens de gérer les transitions qui jalonnent leur vie. Le but sous-jacent est de réduire les inégalités, de susciter la croissance et de contribuer au développement économique et social, tant dans le milieu de travail qu'au sein de la collectivité. Pour atteindre ce but, il faut donc assurer l'acquisition continue du savoir, l'accès à l'emploi et l'adaptation de la main-d'œuvre, la stabilité, l'équité et la productivité en milieu de travail, une participation équitable, ainsi qu'une sécurité du revenu adéquate. Reconnaisant la diversité des conditions et des besoins des Canadiennes et Canadiens, DRHC a adopté une stratégie visant à offrir différents modes de prestation de services et d'accès à l'information, notamment l'impression sur papier, la téléphonie, les cédéroms, la télévision, des services d'aide en personne et Internet<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> *Initiative des réseaux d'apprentissage communautaires (RAC) - Lignes directrices*, DRHC, 1999; *Initiative des réseaux d'apprentissage communautaires (RAC) - Foire aux questions*, 1999.

<sup>8</sup> *Le développement humain : un engagement. Une vision de DRHC, 1998; Practical Vision and Action Plan, working draft*, DRHC, le 22 juin 1998.

## Aperçu de l'accès à l'autoroute canadienne de l'information

### COMMUNICATIONS DE MÉNAGES CANADIENS

Si on s'intéresse beaucoup à la manière dont les Canadiennes et Canadiens seront branchés, c'est-à-dire au choix des services d'infrastructure, on l'est, par contre, bien moins quant au contenu et à la raison de cet accès. La plupart des entreprises de communication ne prennent pas de grands risques lorsqu'il s'agit de nouveaux services, à l'exception d'Internet. Une grande partie du contenu offert correspond à des produits ou services qui ont déjà été éprouvés avec d'autres technologies (p. ex., les services téléphoniques d'affaires, la diffusion) ou présentés sous d'autres formes de consommation (telles que les journaux, les documents de référence, le contenu éducatif et l'achat à domicile). Les produits existants sont présentés de nouveau sous forme électronique lorsqu'on reconstitue ces marchés en ligne.

La norme pour les nouveaux produits et services, comme Internet, veut que les entreprises de communication ciblent d'abord les segments de marchés les plus susceptibles de rentabiliser leurs coûts élevés du développement. Ces segments sont constitués d'entreprises, de professionnels et de consommateurs à revenu élevé. Le segment de consommateurs de haut de gamme, formé des ménages qui utilisent les modes de communication les plus sophistiqués, tend à adopter rapidement un large éventail de nouvelles technologies. Il comprend les gens qui ont le revenu disponible pour des services d'information le plus élevé. Cela veut aussi dire que, du moins pendant les premières phases de développement, on est plus enclin à offrir de l'information et des services qui répondent plutôt aux exigences et aux besoins de ce segment ou de sous-groupes précis (tels que l'éducation), qu'aux besoins du marché de consommation en général.

Par conséquent, cette stratégie de développement explique, dans une certaine mesure, d'une part le nombre restreint de personnes qui connaissaient les nouveaux services comme Internet il y a deux ou trois ans, et d'autre part, le peu de valeur qu'accorde le grand public à de tels services, outre le fait que ces services constituent des nouveautés<sup>9</sup>. La sensibilisation du public à ce phénomène et le nombre de personnes branchées ont beaucoup évolué depuis. Cependant, ces services répondent plus à des intérêts particuliers qu'à des intérêts généraux et populaires, quoique ce phénomène ait changé récemment avec la prolifération de contenu plus général, le commerce électronique par exemple.

Le niveau d'utilisation des divers produits et services de communication varie considérablement d'un foyer canadien à un autre. La plupart des ménages utilisent des services de communication essentiels, tels que le téléphone et la télévision, alors que la différence de niveau d'accès est très nette entre les ménages dans le cas des nouveaux services, comme les téléphones cellulaires ou SCP, Internet, la télévision par satellite, les ordinateurs domestiques et, dans une certaine mesure, ce que beaucoup considèrent comme un service de base, la télédistribution.

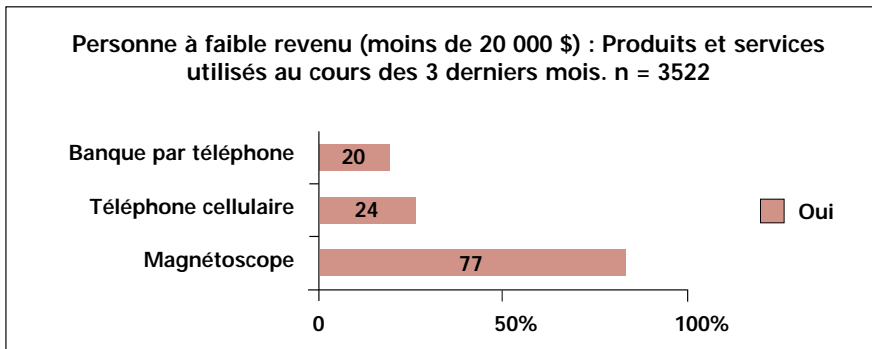
---

<sup>9</sup> Reddick, A. *The Information Superhighway: Will Some Canadians be Left on the Side of the Road?*, Ottawa, Centre pour la défense de l'intérêt public, 1995.

En général et selon toute vraisemblance, le degré d'accès à l'inforoute est fonction des variables comme le revenu, le niveau de scolarité, le sexe, le lieu de résidence et la culture technologique. Le besoin, les moyens financiers et la valeur perçue sont aussi des variables importantes. Les membres des classes supérieures qui sont plus instruits et qui ont un meilleur emploi sont plus enclins à utiliser toute une gamme de technologies et de services de communication. Dans le cas d'une technologie ou d'un service particulier qui évolue de façon à se généraliser à toutes les couches de la société, la fréquence d'utilisation et de possession tend à augmenter plus que proportionnellement parmi ceux qui disposent d'un revenu et d'un niveau de scolarité élevés et qui vivent en milieu urbain.

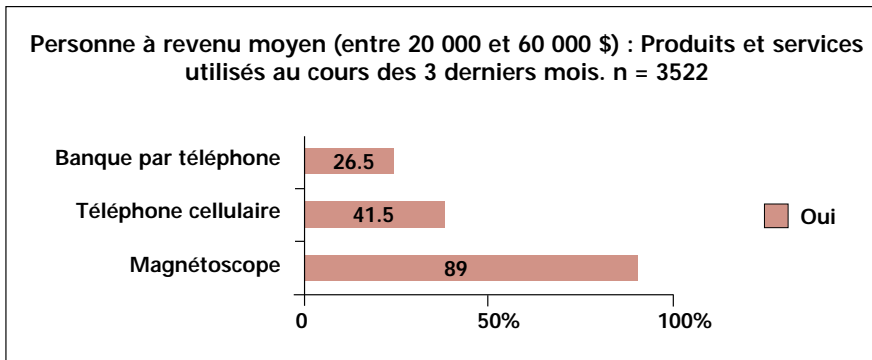
Le fossé entre générations contribue également à expliquer la différence. Par exemple, les jeunes sont de grands utilisateurs de certaines technologies, comme Internet, alors que, en général, les personnes âgées accusent un retard considérable à ce tableau sur les jeunes et d'autres groupes sociodémographiques<sup>10</sup>. Les figures 2 à 5 mettent en évidence certains écarts relatifs au niveau d'accès et au nombre de technologies utilisées selon la classe sociale et en fonction du revenu, considéré comme facteur clé.

Figure 2



Source : Les Associés de recherche Ekos, 1998.

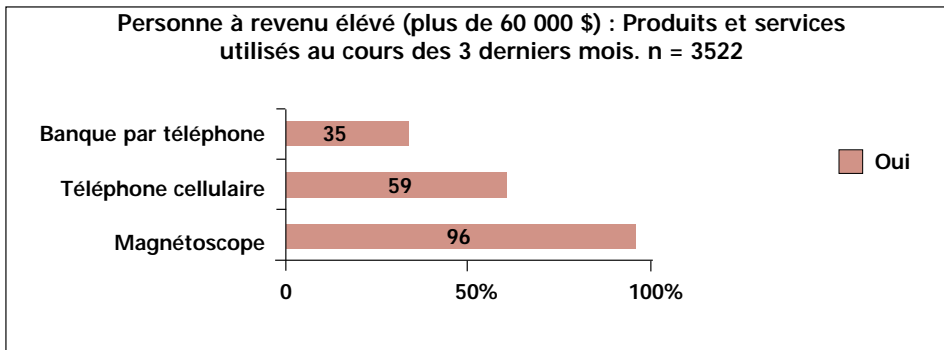
Figure 3



Source : Les Associés de recherche Ekos, 1998.

<sup>10</sup> Les Associés de recherche Ekos Inc. *The Information Highway and the Canadian Communication Household*, 1998, rapport final, p. 9.

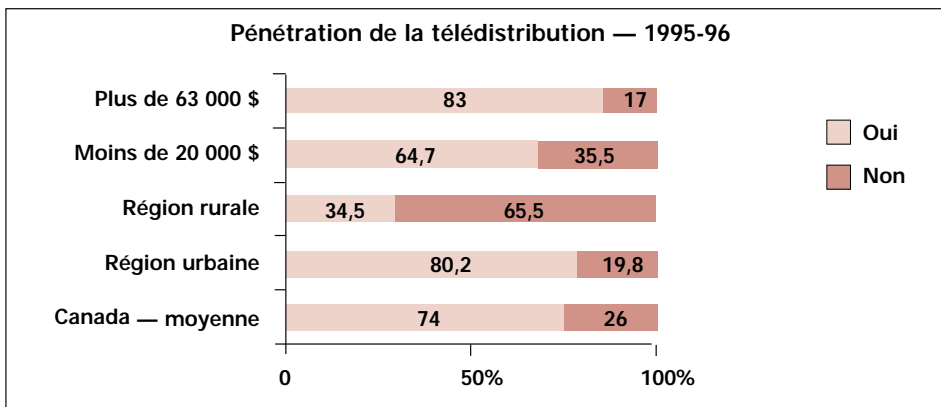
Figure 4



Source : Les Associés de recherche Ekos, 1998.

Au Canada et dans d'autres pays occidentaux, la vitesse à laquelle les différentes couches de la société se sont abonnées à Internet plutôt qu'à d'autres technologies modernes de communication, comme la télédistribution et le téléphone, a suscité beaucoup d'enthousiasme. Cependant, si nous faisons abstraction de la place qu'Internet occupe dans nos relations économiques et sociales en général, l'enthousiasme qu'il soulève risque de donner lieu à des suppositions et des attentes non fondées concernant la possibilité que la plupart des Canadiennes et Canadiens, peu importe leur classe sociale, soient tous branchés depuis leur domicile, et le moment où ce phénomène pourrait se produire. La télédistribution, disponible depuis la fin des années 1950 et le début des années 1960, en est un parfait exemple. Un grand nombre de Canadiennes et Canadiens la considèrent comme un service de communication d'information et de divertissement; or le développement de ce service a atteint un stade plus avancé par rapport à Internet.

Figure 5



Source : Statistique Canada, 1997.

Cependant, même après plus de trente ans, le profil de l'abonné à la télédistribution varie encore considérablement selon la classe sociale et le lieu de résidence (figure 5), modèles semblables à ceux qui découlent de la dichotomie émergente au regard du service Internet. Si le taux de pénétration du service de télédistribution se situe autour des trois quarts des ménages (74 p. cent), en revanche, il reste une différence importante

entre les classes : 83,1 p. cent pour la classe à revenu élevé par rapport à 64,7 p. cent pour la classe à faible revenu; or ce modèle n'a pas changé depuis plusieurs années. Les écarts observés dans les régions rurales s'expliquent par la non-disponibilité des services, mais aussi par des problèmes liés aux moyens financiers des régions et à leur désavantage économique.

Par rapport aux autres services de communication, comme la télédistribution, on peut s'attendre à une croissance soutenue du nombre d'abonnés d'Internet à la maison, particulièrement au sein des classes supérieure et moyenne, à la condition certes que les prix demeurent stables et que la valeur de ce service soit connue. On peut s'attendre, au contraire, à ce que les ménages à faible revenu adoptent Internet en moins grand nombre, tout comme certains sous-groupes sociaux, les personnes âgées, par exemple. De plus, en dépit du battage publicitaire et de l'enthousiasme qui entourent Internet, il serait normal d'observer un plafonnement du nombre d'abonnés d'ici quelques années, comme ce fut le cas pour les autres technologies modernes de communication. Les premiers résultats de l'étude sur l'inforoute conduite par Ekos indiquent d'ailleurs qu'on a déjà atteint le plafond pour ce qui est de l'utilisation d'Internet dans les segments à revenu élevé (plus de 60 000 \$) et moyen (40 000 \$ à 60 000 \$).

L'écart entre les différents niveaux d'accès selon la classe sociale, caractérisée par des variables telles que les coûts et le revenu disponible, est une norme sociale et il est très flagrant dans la société canadienne. On peut illustrer cette tendance en examinant, par exemple, les dépenses des ménages canadiens en produits et services de communication, d'éducation et de lecture. Le tableau 1 ci-dessous présente ces différents niveaux d'accès et d'utilisation. Les foyers à revenu élevé dépensent presque trois fois plus pour les services de communication que les foyers à faible revenu, et quatre fois plus pour l'éducation et la lecture<sup>11</sup>.

**Tableau 1 : Dépenses moyennes des ménages par quintile de revenu, 1997.**

	Moyenne	1 <sup>er</sup> Q	2 <sup>e</sup> Q	3 <sup>e</sup> Q	4 <sup>e</sup> Q	5 <sup>e</sup> Q
Communications	924 \$	563	753	934	1 041	1 331
Études	659 \$	311	258	531	802	1 395
Lecture	275 \$	120	199	263	306	486

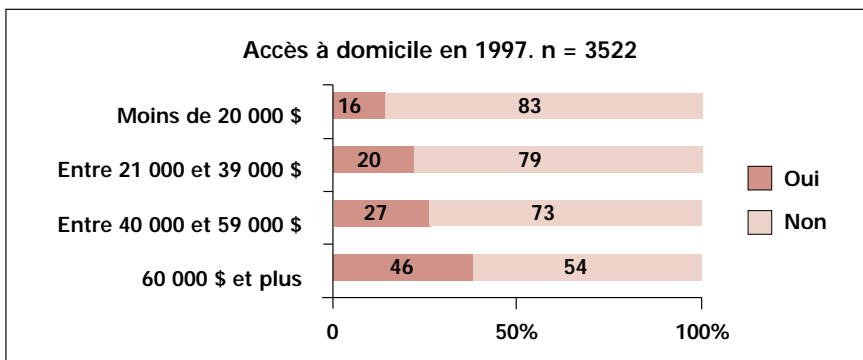
Source : Statistique Canada, *Les habitudes de dépenses au Canada*, 1997.

<sup>11</sup> Statistique Canada. *Les habitudes de dépenses au Canada*, numéro de catalogue 62-202-XPB, 1997, pp. 34, 36-37.

## ACCÈS ET INTERNET

Pendant la période étudiée, la plupart des foyers à faible revenu interrogés indiquaient qu'ils ne possédaient pas d'ordinateur domestique (66 p. cent) et qu'ils ne sont pas abonnés à un service Internet à domicile (83 p. cent). Presque la moitié (48 p. cent) des ménages à revenu moyen/tranche inférieure posséderaient un ordinateur domestique, alors que seul un cinquième (20 p. cent) souscrirait à un service Internet. Les ménages à revenu moyen/tranche supérieure posséderaient un ordinateur domestique (60 p. cent), mais moins d'un tiers aurait Internet à domicile (27 p. cent). Pour ce qui est des foyers à revenu élevé, la majorité (79 p. cent) posséderait un ordinateur domestique et presque la moitié (46 p. cent) serait branchée à Internet depuis leur domicile<sup>12</sup>.

Figure 6



Source : Les Associés de recherche Ekos, 1998.

Tenir compte des différents niveaux d'accès n'est pas simple, car les variables connexes sont nombreuses. Comme on l'a mentionné précédemment, la matrice des variables indiquant ce qui influence l'accès à domicile inclut le revenu, le niveau de scolarité, le sexe, le lieu de résidence et la culture technologique. Les recherches démontrent aussi que les facteurs comme le besoin, les moyens financiers et la valeur perçue sont tout aussi importants, sinon davantage, pour bien des gens.

Il est peu probable que ceux qui ne sont pas encore branchés utilisent Internet régulièrement. Les modes d'utilisation varient même parmi les internautes. Par exemple, non seulement les femmes constituent plus de la moitié des non-utilisateurs, mais celles qui sont branchées ne l'utilisent pas fréquemment. Les hommes, par contre, tendent à constituer la majorité de ceux qui utilisent modérément ou intensément Internet. Considérant le facteur génération, on peut constater que les Canadiennes et Canadiens de plus de 55 ans forment environ le tiers des non-utilisateurs (37 p. cent). La plupart des grands utilisateurs ont moins de 35 ans (66 p. cent). Environ le tiers (30 p. cent) de ce groupe d'âge est formé de non-utilisateurs<sup>13</sup>.

<sup>12</sup> Les Associés de recherche Ekos Inc. *The Information Highway and Canadian Communication Household*, tableaux statistiques, 1998.

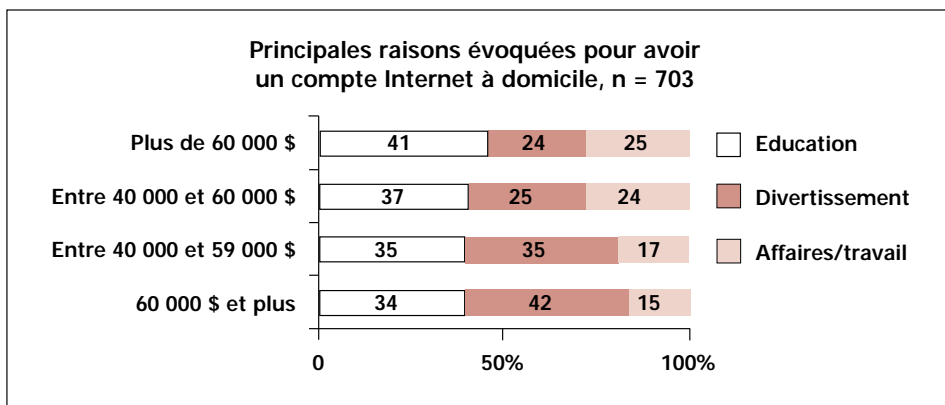
<sup>13</sup> Les Associés de recherche Ekos Inc. *The Information Highway and Canadian Communication Household*, rapport final, 1998, p. 12.



L'accès varie également selon la région (urbaine ou rurale), cependant la différence s'explique davantage par la valeur perçue du service et son coût que par la disponibilité<sup>14</sup>.

D'une façon générale, les gens se branchent à l'inforoute pour diverses raisons. Par exemple, les utilisateurs à faible revenu sont plus enclins à utiliser Internet à des fins récréatives, alors que les utilisateurs à revenu élevé invoqueraient les études comme une des principales raisons pour justifier le service Internet à domicile. Par ailleurs, un grand nombre d'utilisateurs peu scolarisés voient en Internet un moyen de hausser leur niveau de scolarité et de perfectionner leurs compétences. Au-delà des motifs mentionnés précédemment, l'utilisation des différents contenus sur Internet varie avec l'expérience des utilisateurs.

Figure 7



Source : Les Associés de recherche Ekos, 1998.

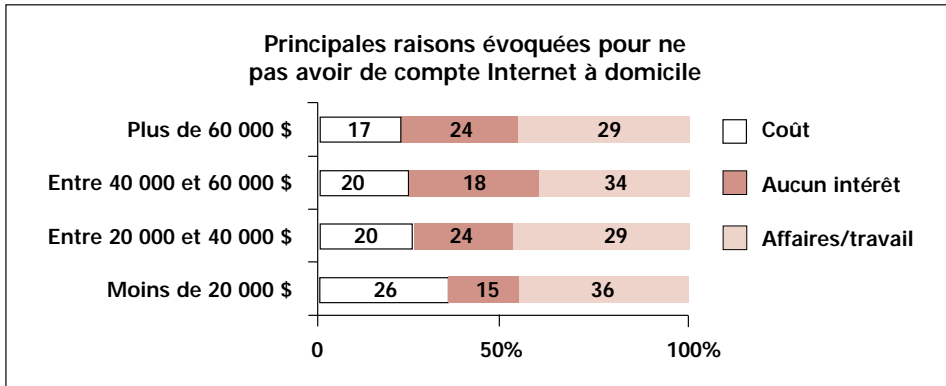
En plus de ces données démographiques qui permettent de faire des déductions, fort utiles, par rapport aux utilisateurs et aux non-utilisateurs, ainsi qu'aux modèles de communication des ménages canadiens, l'étude soulève des questions intéressantes sur les attitudes et les perceptions de ceux qui ne sont pas disposés ou intéressés à se brancher, et sur les obstacles que doivent surmonter ceux qui souhaitent se brancher mais en sont incapables. Il convient de noter, par la même occasion, que les non-utilisateurs ne forment pas des groupes homogènes, séparés clairement en *intéressés* et *non intéressés* à se brancher.

## ATTITUDES ET VALEURS GÉNÉRALES DES NON-UTILISATEURS

Le sondage sur l'accès à Internet à domicile révèle qu'un clivage se dessine nettement entre les deux principaux groupes de non-utilisateurs selon l'absence de besoin ou d'intérêt perçus d'une part et le coût ou les moyens financiers d'autre part. Fait intéressant, alors qu'Internet n'était pas encore très connu du grand public, près d'une personne sur cinq, toute catégorie de revenu confondue, a considéré la possibilité de se brancher mais le coût l'en a empêchée. Par ailleurs, environ le même nombre de personnes s'intéressait peu à ce service et à peu près une personne sur trois ne voyait pas comment Internet pourrait répondre à ses besoins quotidiens d'information ou de communication (figure 8).

<sup>14</sup> Ibid., tableaux statistiques, 1998.

Figure 8

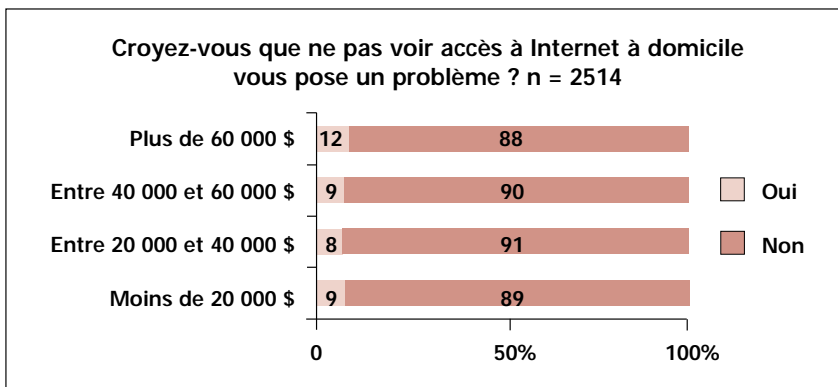


Source : Les Associés de recherche Ekos, 1998.

Les données provisoires de la version 1999 de l'étude de Ekos révèlent qu'un plus grand nombre de Canadiennes et Canadiens considèrent Internet comme un service de plus en plus important ou nécessaire. Étant donné que le contexte change constamment, tout comme la perception de la valeur du Web, le coût devient un obstacle de plus en plus important pour les familles à faible revenu ainsi que pour certaines familles à revenu moyen. Le facteur de réserve conserve à peu près le même ordre d'importance, alors que le facteur d'inutilité devient moins décisif pour tous les segments et que les répondants ont de plus en plus tendance à mentionner des problèmes tels que le manque d'ordinateur, la désuétude, ou l'accès à partir d'un autre lieu pour expliquer le fait qu'ils n'ont pas le service à domicile<sup>15</sup>.

Les promoteurs et les utilisateurs parmi l'élite de l'information au sein du gouvernement et du secteur privé débattent intensément des avantages éventuels et des modalités d'utilisation d'Internet, et en parlent abondamment, alors que le grand public, dans le cadre de la vie et des activités quotidiennes, ne voit pas de problème dans le fait qu'il n'ait pas accès Internet à domicile (figure 9).

Figure 9

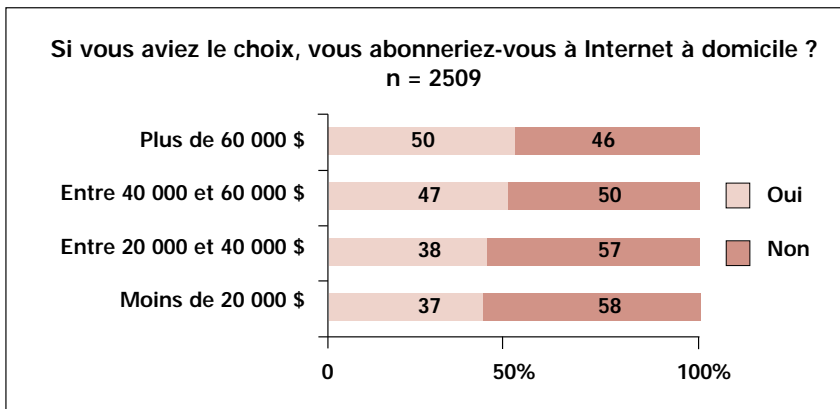


Source : Les Associés de recherche Ekos, 1998.

<sup>15</sup> Les Associés de recherche Ekos Inc., à venir.

D'autre part, on a effectué, au cours de la recherche, un sondage plus poussé auprès des répondants pour déterminer le niveau d'intérêt que suscite Internet. Cette recherche indique encore, de façon générale, que les non-utilisateurs forment deux groupes. Les utilisateurs potentiels et les quasi-utilisateurs (en fonction d'un certain nombre de variables telles que la valeur du contenu, le coût, etc.), forment le premier groupe, et ceux qui ne veulent aucunement se brancher constituent le second. La figure 10 indique qu'une faible majorité de non-utilisateurs de tous les segments, à l'exception des ménages à revenu élevé, ne s'abonneraient pas à Internet à domicile si on leur donnait le choix.

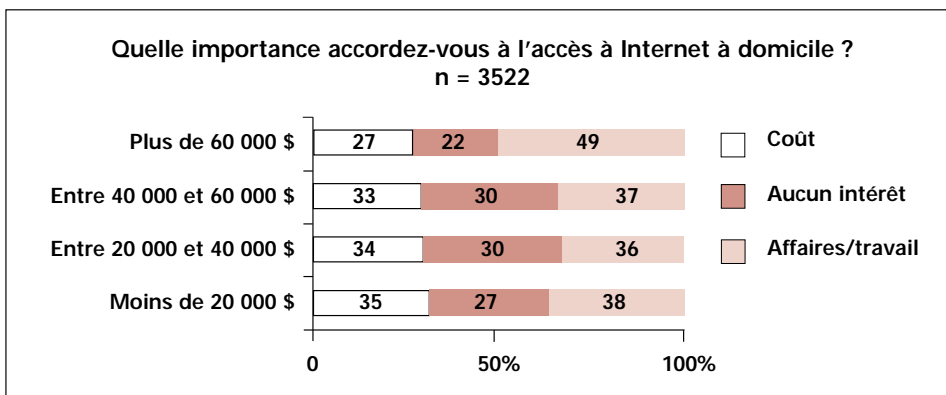
Figure 10



Source : Les Associés de recherche Ekos, 1998.

Cependant, en examinant les attitudes à l'égard de l'importance, de la facilité d'utilisation et du coût du service Internet, on peut constater que bon nombre de répondants ont des attentes par rapport à l'utilisation et la valeur potentielle du service d'Internet. La plupart des répondants de toutes les classes sociales pensent que l'accès à Internet depuis leur domicile est assez important ou même très important (figure 11).

Figure 11

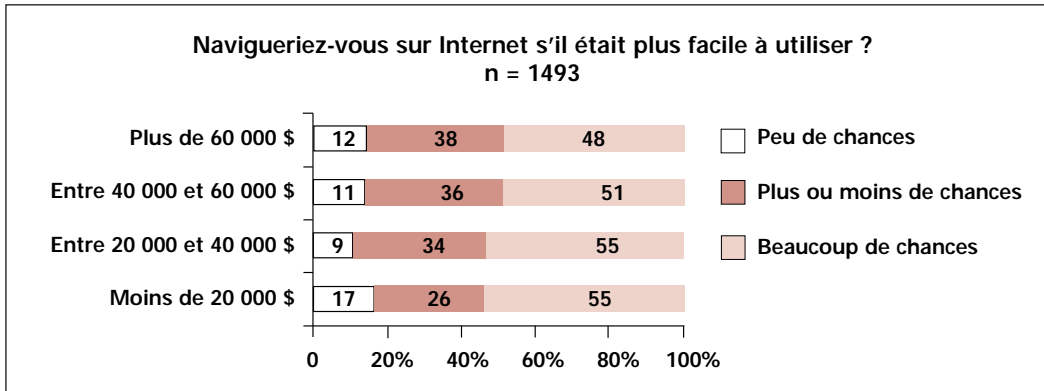


Source : Les Associés de recherche Ekos, 1998.

## APERÇU DE L'ACCÈS À L'AUTOROUTE CANADIENNE DE L'INFORMATION

La culture technologique et le coût sont des facteurs importants s'il est question d'une utilisation éventuelle. Environ la moitié des sous-groupes (figure 12) trouve qu'il est important de savoir utiliser Internet (compétence technique et compréhension).

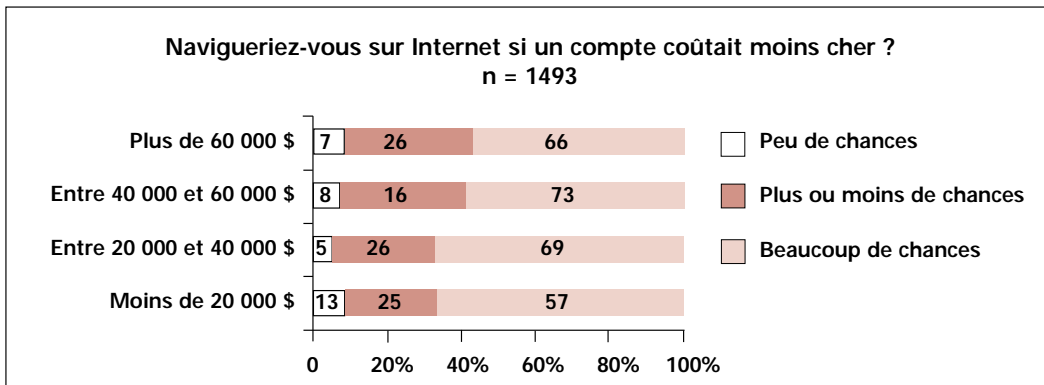
Figure 12



Source : Les Associés de recherche Ekos, 1998.

La capacité de payer le service Internet ou son coût constituent également un critère important pour au moins les deux tiers des membres des couches inférieures et supérieures de la classe moyenne et des membres de la classe supérieure, et pour un peu plus de la moitié des personnes issues du groupe à faible revenu (figure 13).

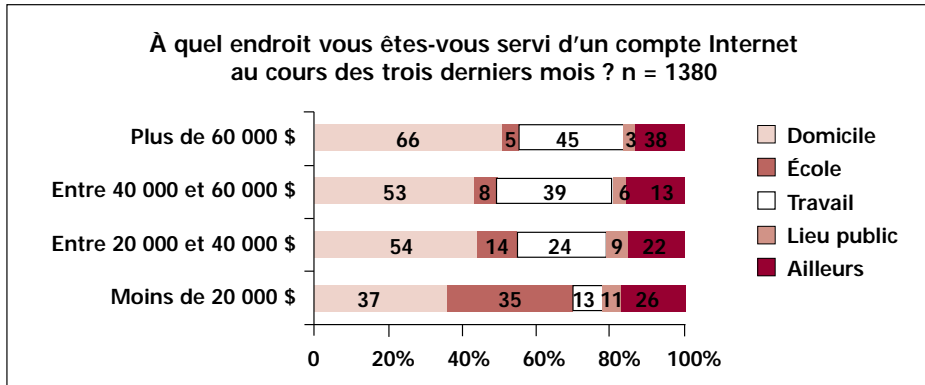
Figure 13



Source : Les Associés de recherche Ekos, 1998.

En examinant la fréquence d'utilisation au cours des trois mois précédents, on constate, quoique l'accès à domicile constitue le moyen prédominant, que les familles à faible revenu sont plus enclines que celles ayant un revenu élevé à accéder à Internet depuis un site public, chez des amis, dans un café Internet ou dans un autre lieu communautaire. Par ailleurs, certains répondants, de toutes les classes sociales, ont eu récemment accès à Internet d'un site public, soit pour se renseigner sur Internet ou sur son mode d'emploi, soit parce qu'ils n'y ont pas accès de chez eux (figure 14).

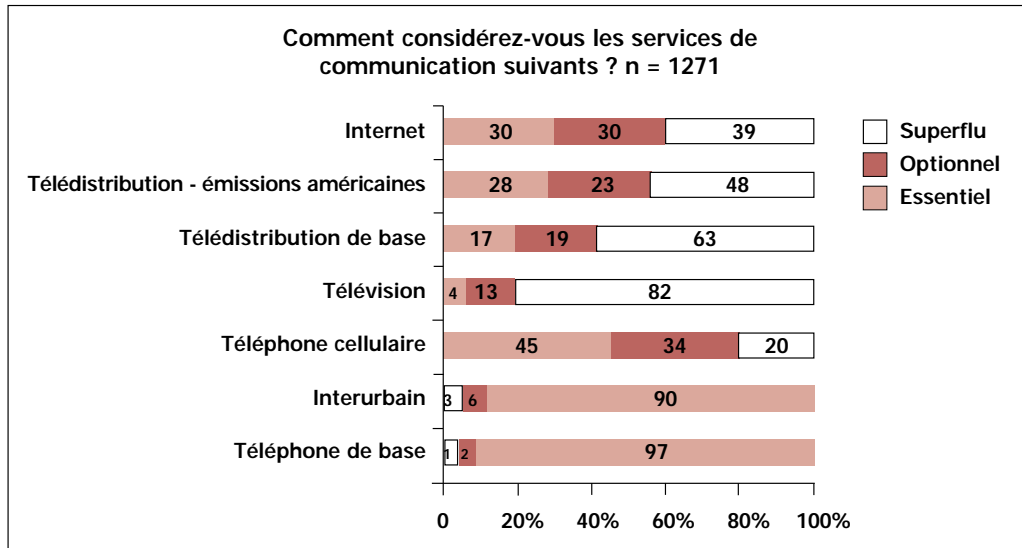
Figure 14



Source : Les Associés de recherche Ekos, 1998.

Pour ce qui est de l'importance perçue, Internet se classe relativement haut (39 p. cent) par rapport à d'autres technologies ou services de communication courants. La majorité de ceux qui considèrent qu'Internet est un service essentiel proviennent surtout du segment à revenu élevé, dont un peu plus de la moitié (53 p. cent) des membres sont de cet avis comparative-ment à moins du tiers (28 p. cent) de ceux qui appartiennent à la catégorie à faible revenu.

Figure 15



Source : Les Associés de recherche Ekos, 1998.

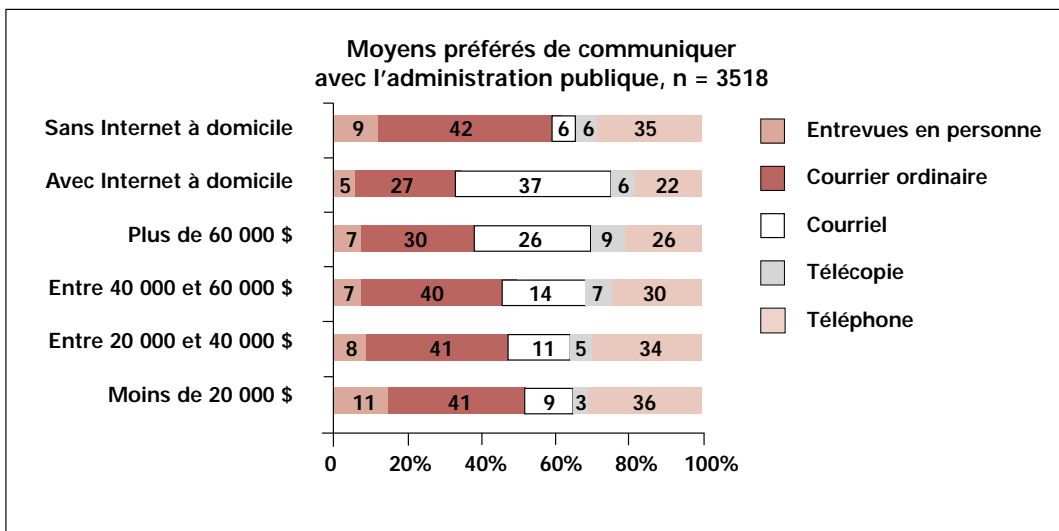
Il est intéressant de constater que plusieurs répondants considèrent les télédistributions de base canadienne et américaine comme des services essentiels et environ un répondant sur cinq, comme des services optionnels. En pratique, la plupart des abonnés à la télédistribution bénéficient des deux services, ce qui permet de croire que l'importance et la valeur perçues ne sont peut-être pas directement liées aux niveaux d'utilisation réelles.

## DIVERSITÉ DE CHOIX ET DE STYLES DE VIE

La recherche a clairement fait ressortir le pragmatisme du public quant à son utilisation des différentes technologies pour répondre à différents besoins. On émet beaucoup d'hypothèses sur la possibilité qu'Internet remplace les moyens traditionnels utilisés pour accéder aux produits et services. Cela pourrait très bien se produire, le public aurait alors de plus en plus besoin des nouvelles formes de communication, telles qu'Internet, pour obtenir certains produits et services, les nouveaux médias par exemple. D'autre part, les gens n'auraient peut-être pas le choix quant à la façon de se procurer un produit ou un service, comme cela se produit dans le cadre d'une stratégie marketing axée sur la substitution, par exemple dans le cas du remplacement des disques vinyle par les CD<sup>16</sup>.

Lors d'une analyse des préférences du public relativement à l'utilisation de différentes technologies qui permettent de consulter des renseignements gouvernementaux, le public a clairement indiqué qu'il est nécessaire d'avoir divers supports.

Figure 16



Source : Les Associés de recherche Ekos, 1998.

La figure 16 indique que les répondants considèrent la gamme complète des technologies traditionnelles d'accès, en plus d'Internet, comme des moyens importants de communiquer avec l'administration publique. Bien qu'il existe quelques différences entre les groupes de revenu, des recherches plus poussées révèlent que l'utilisation d'une technologie donnée est étroitement liée à plusieurs facteurs déterminants, à savoir les besoins de la personne, la

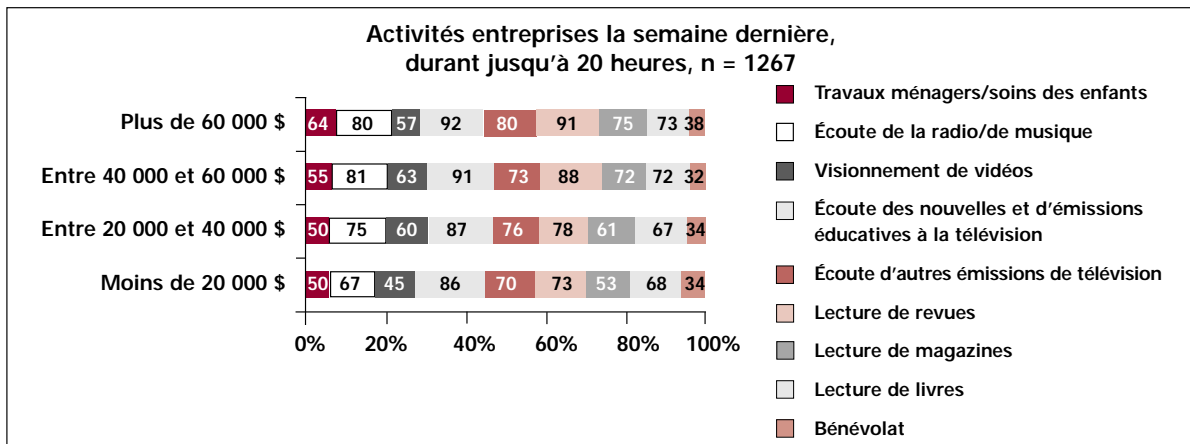
<sup>16</sup> La substitution a lieu lorsqu'on recrée le marché pour un produit, en remplaçant la technologie existante par une nouvelle, parce que la nouvelle est peut-être meilleure mais pas nécessairement parce que l'ancienne est désuète. Voir Reddick, A. « Access and the Information Highway », dans *Communications Revolution at Work: the Social, Economic and Political Impacts of Technological Change*, (Ed. R. Boyce), McGill-Queen's University Press, 1999.

nature du service recherché (par exemple, des renseignements généraux, un formulaire de demande, l'accès à des renseignements personnels ou des documents confidentiels ou leur transmission, etc.), l'accès à la technologie et la culture technologique. La figure 16 ne concerne que l'accès aux renseignements gouvernementaux; les préférences technologiques varieront sensiblement d'un segment à l'autre pour d'autres types de renseignements ou de services.

Internet (courriel) est devenu une importante technologie d'accès dans cet assortiment de moyens technologiques, particulièrement pour les membres des groupes à revenu élevé. Au fait, même ceux qui n'ont pas accès à l'inforoute depuis leur domicile utilisent, dans une certaine mesure, Internet. La tendance générale veut qu'Internet s'ajoute à la liste des méthodes de transaction, au lieu de la remplacer. Outre les services gouvernementaux, le secteur privé adopte également ce modèle ou cette stratégie. Naviguer et acheter sur Internet constitue un moyen d'accès qui vient se greffer aux moyens traditionnels, tels que l'achat au magasin, par téléphone ou par catalogue, etc.

Étant donné qu'on utilise Internet à domicile comme un autre produit d'information et de technologies de communication du panier du consommateur, il est alors utile de comparer son utilisation à d'autres activités sociales et culturelles.

Figure 17



Source : Les Associés de recherche Ekos, 1998.

Internet exerce une influence certaine sur la façon dont les gens répartissent leur temps entre les différentes activités. Environ le quart des internautes regardent moins la télévision (28 p. cent) ou consultent moins les journaux pour les nouvelles (24 p. cent). Un autre 24 p. cent achètent moins de livres et de revues puisqu'ils les retrouvent en partie sur Internet. Toutefois, il ne faut pas prétendre qu'Internet supplantera tous les moyens d'accès aux différents produits médiatiques ou aux autres activités sociales et culturelles. La figure 17 montre que les gens parviennent d'ailleurs à répartir leur temps de façon équilibrée entre toute une série d'obligations, de responsabilités et de loisirs quotidiens<sup>17</sup>.

<sup>17</sup> Les Associés de recherche Ekos Inc., 1998.

La valeur qu'attribuent les gens à ces activités déborde le fait qu'ils soient branchés ou non : la convergence des activités intégrera peut-être certaines de ces technologies (telles qu'Internet, la télévision, la vidéo et la musique) ou les contenus (tels que les livres, les journaux et les revues). Cependant le contexte familial et social dans lequel ces activités prennent place est aussi important, sinon plus, que la capacité technique d'Internet à offrir les mêmes activités. Internet peut occuper une partie du temps consacré à d'autres activités, mais il ne les remplace pas. Il vient, en fait, s'ajouter à un ensemble d'activités. La diversité des activités auxquelles s'adonnent les gens permettent de comprendre pourquoi de nombreux Canadiennes et Canadiens n'accordent pas suffisamment de valeur à Internet pour se brancher à la maison. Par conséquent, les gens ne doivent pas être mis en cause ou « échouer au test » parce qu'ils ne sont pas branchés. La différence de goût et de valeur renforce l'importance d'élaborer sur Internet un contenu pertinent, facile à consulter et à utiliser, car, au cours des années à venir, au fur et à mesure qu'Internet se développe, il pourra vraiment offrir, aux nombreux Canadiennes et Canadiens branchés et à ceux qui ne le sont pas encore, un complément et une solution de remplacement aux activités traditionnelles sociales, culturelles et de loisirs.



## Typologie des « non-utilisateurs » du fossé numérique

Les explications des attitudes des Canadiennes et Canadiens relativement au fossé numérique sont évasives. Étant donné la nature complexe et parfois contradictoire des croyances et des perceptions, il est difficile d'en dégager les tendances fondamentales. D'ailleurs, on ne peut pas établir une simple correspondance entre les attitudes et les caractéristiques générales des gens pour avoir une « image d'ensemble » harmonieuse. Pour surmonter ces limitations, nous avons effectué une analyse multidimensionnelle du public canadien. Elle nous fournit un outil plus réaliste et plus exact pour classer cette quantité d'attitudes, de croyances, de comportements et de préférences concernant l'inforoute.

Cette analyse multidimensionnelle présente deux avantages principaux. Elle permet, d'une part, de « résoudre » certaines contradictions apparentes au niveau des données. Par exemple, elle montrera comment les différentes caractéristiques démographiques et expériences se conjuguent et soulèvent d'importantes questions. La tendance générale permet d'expliquer les raisons pour lesquelles certains types de Canadiennes et Canadiens ont certaines opinions et impressions de l'inforoute. D'autre part, l'analyse multidimensionnelle fournit un outil beaucoup plus efficace et plus pratique en vue de l'élaboration des politiques qui conviendront au caractère unique de différents types de Canadiennes et Canadiens. Il ne faut pas considérer que le public canadien est monolithique. Toute intervention, qui conjecture sur cette ressemblance globale, est vouée à l'échec.

On effectue l'analyse multidimensionnelle présentée dans cette section en trois étapes. Au cours de la première étape, on prélève les « facteurs » fondamentaux de l'ensemble des attitudes vérifiées dans les enquêtes. La deuxième étape consiste à déterminer les paramètres d'un modèle de régression logistique qui permet de calculer la probabilité d'un individu d'être un utilisateur ou un non-utilisateur d'Internet, la modélisation par régression étant fondée sur le profil démographique des utilisateurs et des non-utilisateurs (facteurs ayant trait aux attitudes). Troisièmement, on définit la typologie des non-utilisateurs et on examine les différences (s'il en existe) au niveau de la structure des attitudes de chaque segment de non-utilisateurs d'Internet.

## RÉSUMÉ DES DIMENSIONS DU FOSSÉ NUMÉRIQUE

Les questionnaires du sondage déterminent un certain nombre d'attitudes et de comportements généraux sur des questions concernant l'auto-route de l'information. On modifie les données en créant 16 variables pondérées à partir des 83 variables au départ. On utilise ces variables afin de réduire le volume complet d'information et de regrouper les variables semblables sous une seule rubrique. Les échelles se composent des résultats des variables pertinentes, avec des réponses « positives » et « négatives » auxquelles on attribue des valeurs par ordre décroissant. Une brève synthèse des variables figure dans le tableau 5.1.1, suivie d'une description des dimensions qui met en évidence les corrélations principales entre ces mesures et d'autres variables sociales.

**Tableau 5.1.1**

---

***Télétravail***

LPACT	« Incidence du travail à domicile sur la vie familiale. »
HPAST	« Incidence du travail à domicile sur les heures de travail. »
EDEST	« J'ai le contrôle de ma propre situation économique en travaillant à la maison. »
APPEA	« Dans quelle mesure trouvez-vous l'idée du travail à domicile attrayante? »
FHOME	« Vous arrive-t-il souvent de penser que vous effectuerez votre travail de chez vous à l'avenir? »
TPACT	« Incidence du travail à domicile sur la contrainte de temps. »
FPACT	« Incidence du travail à domicile sur les ressources financières. »
NPACT	« Incidence du travail à domicile sur les réseaux et contacts liés au travail. »
HWORK	« Dans quelle mesure convenez-vous que les nouvelles technologies faciliteront le travail à domicile? »
WHOME	« Travaillez-vous souvent depuis votre domicile? »

---

***Représentation positive***

ATT4	« Image de l'inforoute : positive – négative »
ATT3	« Image de l'inforoute : utile – nuisible »
ATT7	« Image de l'inforoute : libératrice – déshumanisante »
ATT14	« Image de l'inforoute : éducative – inepte »
ATT2	« Image de l'inforoute : sûre – peu sûre »
ATT12	« Image de l'inforoute : outil – jouet »

---

***Préoccupations ayant trait aux répercussions culturelles***

Q51C	« Il faut mettre en place des mécanismes pour veiller à ce qu'il y ait suffisamment de contenu canadien sur l'inforoute. »
Q51D	« Le gouvernement devrait fournir du financement supplémentaire par l'entremise des organismes pour assurer un important contenu canadien sur l'inforoute. »
COMPA	« À votre avis, l'élaboration d'un contenu canadien et sa disponibilité sur l'inforoute sont-elles importantes? »

- Q53AM « Une utilisation judicieuse de l'inforoute consisterait à fournir aux Canadiennes et Canadiens des renseignements sur le fait canadien. »
- Q51A « Je suis très préoccupé par le fait qu'en empruntant l'inforoute, nous compromettrons notre identité canadienne. »
- 

***Technophobie***

- FAST « Le gouvernement se montre trop pressé d'utiliser les nouvelles technologies dans la prestation de l'information et des services. »
- SERV « Quand je traite avec l'administration publique, je préfère m'adresser à une personne même si les services sont plus lents et les coûts, plus élevés. »
- Q53H « Je connais certaines personnes qui passent beaucoup trop de temps à la maison à utiliser Internet, causant ainsi des préjudices à leur vie familiale. »
- EDGE « Le gouvernement est très novateur dans la mise en application de nouvelles technologies. »
- Q53R « L'inforoute réduit la vie privée au Canada. »
- 

***Compétence/technophilie***

- Q33D « Notez votre aptitude à travailler avec des ordinateurs. »
- FAM « Êtes-vous familier avec le terme Autoroute de l'information/inforoute? »
- Q53B « Mes connaissances des nouvelles technologies me permettent d'acquérir les compétences nécessaires pour avancer dans le marché du travail de nos jours. »
- ACCE2 « Pensez-vous qu'il est important d'avoir accès à un nouveau serveur? »
- PERSO « Est-ce que l'inforoute est importante pour vous? »
- 

***Barrières***

- PBARR « Est-ce que l'accès à de nouvel équipement est une barrière pour vous? »
- LBARR « Est-ce que le fait de ne pas savoir utiliser les technologies est une barrière pour vous? »
- 

***Applications sociales indirectes***

- Q20H « L'inforoute est-elle importante pour l'application suivante : fournir de l'information et des services pour contribuer à la croissance des petites entreprises? »
- Q20G « L'inforoute est-elle importante pour l'application suivante : améliorer l'accès des Canadiennes et Canadiens aux études et à la formation à l'enseignement? »

## TYPOLOGIE DES « NON-UTILISATEURS » DU FOSSÉ NUMÉRIQUE

---

- Q20C « L'inforoute est-elle importante pour l'application suivante : établir des liens entre des groupes communautaires et culturels semblables partout au Canada? »
- Q20D « L'inforoute est-elle importante pour l'application suivante : permettre aux citoyens d'avoir accès à l'information gouvernementale? »
- Q20F « L'inforoute est-elle importante pour l'application suivante : fournir des services de médicaux aux régions rurales et éloignées? »
- Q20A « L'inforoute est-elle importante pour l'application suivante : consulter les citoyens sur des affaires locales et communautaires? »
- Q21B « Il faut se servir des réseaux communautaires pour aider les Canadiennes et Canadiens à faible revenu. »
- Q20E « L'inforoute est-elle importante pour l'application suivante : permettre aux citoyens de se communiquer? »
- Q20B « L'inforoute est-elle importante pour l'application suivante : permettre aux citoyens de voter par voie électronique lors des élections ou référendums? »

---

### ***Télévision***

- Q2E « Est-il important d'avoir accès au service de télédistribution/chaînes canadiennes? »
- Q2F « Est-il important d'avoir accès au service de télédistribution/chaînes américaines ou étrangères? »
- Q2D « Est-il important d'avoir accès à une télévision? »

---

### ***Activités culturelles***

- ZQ25D2 « Au cours des 23 derniers mois, combien de fois êtes-vous allé à une librairie? »
- ZQ25C2 « Au cours des 23 derniers mois, combien de fois êtes-vous allé à une bibliothèque municipale? »
- ZQ25B2 « Au cours des 23 derniers mois, combien de fois êtes-vous allé à une galerie ou un musée d'art? »
- ZQ25A2 « Au cours des 23 derniers mois, combien de fois êtes-vous allé à un musée ou les archives? »
- ZQ26I « Combien d'heures avez-vous consacré, la semaine passée, à lire des livres? »
- ZQ25E2 « Au cours des 23 derniers mois, combien de fois êtes-vous allé à un cinéma ou club? »
- ZQ25F2 « Au cours des 23 derniers mois, combien de fois êtes-vous allé à un concert de musique populaire, rock, jazz ou country? »

ZQ25I2 « Au cours des 23 derniers mois, combien de fois êtes-vous allé à un parc national ou un lieu historique? »

---

**Opérations bancaires virtuelles**

Q1E « Je préfère utiliser les guichets automatiques qu'aller dans une banque et traiter avec un caissier de banque. »

Q1F « Je préfère utiliser la carte de débit qu'utiliser l'argent comptant, des chèques ou des cartes de crédit. »

Q2G « L'accès à Internet est-il important? »

---

**Utilisation du téléphone**

Q27C « Au cours des trois derniers mois, combien de fois avez-vous utilisé le téléphone pour communiquer avec les administrations publiques? »

Q27B « Au cours des trois derniers mois, combien de fois avez-vous utilisé le téléphone dans le cadre de votre travail/ de vos affaires? »

Q27C « Au cours des trois derniers mois, combien de fois avez-vous utilisé le téléphone pour communiquer avec votre médecin ou d'autres services liés aux soins de santé? »

---

**Activités liées à la culture pop et à la vie familiale**

Q26E « Combien d'heures avez-vous passé, la semaine dernière, à écouter les nouvelles ou des programmes éducatifs à la télévision? »

Q26F « Combien d'heures avez-vous passé, la semaine dernière, à écouter tous les autres programmes à la télévision? »

Q26D « Combien d'heures avez-vous passé, la semaine dernière, à regarder des vidéos? »

Q26G « Combien d'heures avez-vous passé, la semaine dernière, à lire des journaux (sans compter des journaux en ligne)? »

Q26H « Combien d'heures avez-vous passé, la semaine dernière, à lire des revues (sans compter des revues en ligne)? »

Q26B « Combien d'heures avez-vous passé, la semaine dernière, à effectuer des travaux ménagers et à vous occuper des enfants? »

---

**Préoccupations liées au coût et à l'accès à Internet**

REL « Seriez-vous plus ou moins disposé à utiliser Internet si ses services étaient plus fiables (par exemple, toujours disponibles)? »

COST « Seriez-vous plus ou moins disposé à utiliser Internet si le coût d'abonnement à Internet était meilleur marché? »

## TYPOLOGIE DES « NON-UTILISATEURS » DU FOSSÉ NUMÉRIQUE

---

- RAP « Seriez-vous plus ou moins disposé à utiliser Internet si le temps pour trouver et télécharger l'information était moindre? »
- EASE « Seriez-vous plus ou moins disposé à utiliser Internet si son emploi était plus facile? »

---

### **Consentement éclairé**

- BNKGT « Seriez-vous disposé à effectuer des transactions par voie électronique si la banque les garantissait? »
- SEC « Seriez-vous disposé à effectuer des transactions par voie électronique s'il y avait des mesures de sécurité adéquates pour protéger les renseignements personnels, tels que les numéros de carte de crédit? »
- GOVT « Seriez-vous disposé à effectuer des transactions par voie électronique si l'État mettait en place un cadre établissant des lois relatives au commerce électronique? »
- PINF « Seriez-vous disposé à effectuer des transactions par voie électronique si une entreprise indiquait clairement comment elle utilise les renseignements personnels obtenus? »
- PRIV « Seriez-vous disposé à utiliser Internet si vous saviez comment on recueille et utilise les renseignements personnels vous concernant? »
- SECUR « Seriez-vous disposé à utiliser Internet s'il était aussi sûr et fiable qu'un guichet automatique? »

---

### **Commerce électronique sûr**

- ICRD « Je suis prêt à fournir le numéro de ma carte de crédit par Internet pour acheter un produit ou un service. »
- REGI « Lorsque les sites Internet que je visite me demandent de fournir des renseignements me concernant, je le fais volontiers, cela ne m'ennuie pas. »
- EXP « Je prévois acheter certains produits ou services par Internet d'ici deux ans. »
- TCRD « Je suis prêt à fournir le numéro de ma carte de crédit par téléphone pour acheter un produit ou un service. »

---

### **Sécurité économique**

- FUTUR « Êtes-vous optimiste ou pessimiste quant à votre situation économique des années à venir? »
- RLTO10 « Je pense qu'il est peu probable que je perde mon emploi à l'avenir. »
- SWC « Je suis, dans l'ensemble, très satisfait de mes conditions de travail. »
- RLOS10 « Je sens que je perds le contrôle de mon avenir économique. »

1. La variable **télétravail** comprend les attitudes et les mesures prises par rapport aux questions qui concernent les incidences du travail à domicile sur la vie familiale, les heures de travail, les ressources financières, le contrôle de la situation économique, la contrainte de temps et les réseaux/les contacts liés au travail. Cette variable mesure également l'attrait du travail à domicile, la fréquence à laquelle les répondants travaillent à domicile, ainsi que la probabilité qu'un répondant effectuera le travail à domicile à l'avenir. À cet égard, nous incluons également les attitudes des répondants concernant la nouvelle technologie et la possibilité de travailler à domicile.
2. La deuxième variable pondérée, **représentation positive**, mesure la capacité de l'inforoute d'évoquer des observations constructives de la part des répondants. Ce facteur inclut une représentation globale positive de l'inforoute ainsi que des impressions concernant ses avantages, son utilité et sa sécurité. La latitude et le potentiel éducatif de l'inforoute contribuent à une représentation positive.
3. La **préoccupation ayant trait aux répercussions culturelles** de l'inforoute est un autre thème qui a été abordé dans cinq questions du sondage. Cette troisième variable pondérée examine les incidences de l'inforoute sur l'identité canadienne et les mécanismes (gouvernementaux et autres) à mettre en œuvre pour assurer un contenu canadien sur l'inforoute. Nous déterminons aussi les effets positifs éventuels de l'inforoute sur la culture canadienne.
4. Le quatrième point concerne les variables qui sont incluses dans la dimension **technophobie** (crainte de la technologie). Complémentaire à la représentation positive, cette variable mesure les attitudes associées au rejet de l'utilisation de nouvelles technologies, notamment dans la prestation des services gouvernementaux. La crainte de la nouvelle technologie est également liée à l'impression de perte d'intimité et aux effets négatifs qu'Internet peut avoir sur la vie familiale.
5. Le cinquième groupe de variables concerne la disposition et l'aisance dont font preuve les répondants à l'égard de l'inforoute. La variable de **compétence/technophilie** (aisance à l'égard de la technologie) tient compte des aptitudes déclarées par les individus mêmes à travailler avec des ordinateurs, ainsi que l'importance qu'occupe l'autoroute de l'information dans leur vie. L'aisance établie à l'égard des ordinateurs, de la nouvelle technologie et de l'inforoute influe également sur les compétences que les individus doivent adapter au marché du travail actuel.
6. La sixième dimension qu'on appelle succinctement **barrières** est composée de deux variables qui mesurent les barrières perçues, notamment l'accès et manque de la connaissance, par rapport à l'inforoute.
7. La variable pondérée **applications sociales indirectes** est une dimension complexe qui englobe neuf variables distinctes. L'éventail de questions est vaste et traite de l'utilité de l'autoroute de l'information dans divers domaines sociaux, dont la petite entreprise, l'accès à l'éducation et à la formation, la prestation de services médicaux aux régions rurales et éloignées. Elle étudie également comment le lien entre l'inforoute et les groupes communautaires et culturels permet d'établir la communication entre Canadiennes et Canadiens, de venir en aide aux Canadiennes et Canadiens à faible

revenu et de fournir des renseignements gouvernementaux aux Canadiennes et Canadiens. Nous examinons aussi les applications de l'inforoute à notre système politique, notamment le vote électronique et la consultation entre le gouvernement et les citoyens au sujet des affaires locales et communautaires.

8. Concernant l'attitude des répondants à l'égard de la **télévision**, nous réduisons trois variables liées aux services de télévision et de câble, qui examinent l'importance de l'accès à la télévision et au service de câble de base canadien et américain/programmation venant de l'étranger.
9. La dimension **activités culturelles** nous donne une idée de la fréquence de ces activités dans la vie des Canadiennes et Canadiens. Dans le sondage, on demande aux répondants d'énumérer le nombre de visites effectués au cours des 23 derniers mois à une librairie, à une bibliothèque publique, à une galerie d'art, à un musée, à des archives et à un parc national ou un site historique. On demande aussi aux Canadiennes et Canadiens s'ils se souviennent du nombre de fois qu'ils sont allés au cinéma ou à un concert. Nous incluons aussi dans cette dimension liée aux activités culturelles le nombre d'heures consacrées à la lecture par semaine.
10. La dixième dimension, **opérations bancaires virtuelles**, combine la préférence concernant l'utilisation de nouvelles technologies pour de simples opérations bancaires et des transactions financières à l'importance de l'accès à Internet. Cette mesure est liée à la probabilité latente (dissimulée) d'adopter les transactions bancaires sur Internet comme la méthode préférée d'effectuer les opérations bancaires.
11. Bien que **l'utilisation du téléphone** soit répandue et que son accès ne pose guère un problème pour la plupart des Canadiennes et Canadiens, nous incluons cette dimension pour savoir si le téléphone est la méthode préférée de communication. Cette variable pondérée mesure la fréquence de l'utilisation du téléphone pour communiquer avec l'administration publique et le secteur privé, et pour utiliser les services médicaux et y avoir accès.
12. La dimension, **activités liées à la culture pop et à la vie familiale**, permet de mesurer le temps consacré à l'intérieur de la maison, à des activités qui ne relèvent pas du domaine du travail, de la collectivité ou du bénévolat. Cette mesure du consommateurisme passif et de la gestion du temps inclut le nombre d'heures consacrées à regarder la télévision (y compris les vidéos), à lire des journaux et des revues, à s'occuper des enfants et à faire des travaux ménagers. Cette dimension ne fait aucune mention au temps réservé à l'utilisation d'Internet à domicile.
13. Nous mentionnons aussi les variables utilisées pour établir une échelle concernant la **préoccupation liée au coût et à l'accès à Internet**. Cette dimension évalue la probabilité des répondants d'utiliser Internet si on aplanit les barrières et améliore les conditions. Ces barrières et conditions incluent le coût, la facilité d'utilisation, la fiabilité et le temps.



14. La dimension suivante concerne les problèmes liés à l'intimité et la sécurité des transactions électroniques, notamment des opérations bancaires sur Internet et des achats en ligne. Le **consentement éclairé** tient compte aussi des attitudes des répondants relativement à la sécurité et l'utilisation des renseignements personnels fournis en ligne aux entreprises. Parallèlement aux questions de sécurité et de protection des renseignements personnels transmis ou obtenus en ligne, on examine le rôle du gouvernement dans l'établissement des lois relatives au commerce électronique.
15. Dans le même ordre d'idées que le consentement éclairé, nous regroupons quatre variables qui évoquent la perception d'un **commerce électronique sûr**. Cette dimension mesure la probabilité de fournir des renseignements personnels ou de faire des achats en ligne ou par téléphone, sans qu'il y ait de garantie de sûreté ou de sécurité.
16. En dernier lieu, il y a quatre variables qui nous permettent de comprendre ce que les répondants pensent de la **sécurité économique**. Nous leur demandons de réfléchir sur leur propre situation économique dans les années à venir et d'entrevoir s'ils pourraient perdre ou non leur emploi à l'avenir. Plus ils ont l'impression d'avoir le contrôle de leur avenir économique et sont satisfaits de leurs conditions de travail dans l'ensemble, plus la mesure de l'optimisme (du pessimisme) relatif est élevée.

Ces 16 dimensions permettent d'établir un aperçu des attitudes et des valeurs des répondants du sondage sur l'inforoute. Elles sont fort utiles : on peut ainsi réduire le nombre de variables à manipuler et rendre l'ensemble des données plus accessible. Néanmoins, ces dimensions sont fortement corrélées entre elles. Par conséquent, nous ne pouvons pas nous servir de ces dimensions groupées pour déterminer la structure sous-jacente des utilisateurs et des non-utilisateurs de l'inforoute <sup>18</sup>.

L'étape suivante consiste à réinterpréter ces 16 dimensions en fonction d'un ensemble de facteurs indépendants. Nous utilisons l'analyse factorielle, qui est une technique de réduction des données, pour regrouper les dimensions et pour extraire six composants principaux<sup>19</sup>. Les résultats récapitulatifs figurent dans le tableau **ci-dessous** (tableau 5.1.2).

---

<sup>18</sup> Avec l'application de ces dimensions dans une régression multiple, on obtient une multicolinéarité très élevée. Les 16 variables explicatives, pour la plupart, ne possèdent pas de variance indépendante : fondamentalement, elles expliquent la même chose. Cette situation fait augmenter l'erreur-type du modèle et par conséquent affaiblit grandement la faculté explicative.

<sup>19</sup> L'évaluation de la contribution relative de l'ajout d'un facteur additionnel au modèle a servi à déterminer le nombre de facteurs. L'ajout d'un sixième facteur a permis d'améliorer le modèle, mais la contribution d'un septième aurait été peu importante, comme le révèle le test statistique de Fisher.

TYOLOGIE DES « NON-UTILISATEURS » DU FOSSÉ NUMÉRIQUE

Tableau 5.1.2 : Analyse des principaux facteurs

Dimension	Principaux facteurs					
	1	2	3	4	5	6
Télétravail			+			
Effets positifs sur l'emploi			+			
Représentation positive			-			
Préoccupation ayant trait aux répercussions culturelles	+					
Technophobie	+					
Compétence	-	+	+			
Barrières	+					
Applications sociales indirectes		+	+	+		
Télévision				+		
Activités culturelles				-	+	+
Opérations bancaires virtuelles	-	+		+		
Utilisation du téléphone						+
Activités liées à la culture pop et à la vie familiale					+	
Préoccupation liée au coût et à l'accès à Internet		+				
Consentement éclairé		+				
Commerce électronique sûr	-	+				
Sécurité économique	-					

On présente dans le tableau 5.1.2 l'attribution des facteurs les plus importants (positif et négatif). Une attribution positive indique que l'importance du composant varie dans le même sens que la dimension. Une attribution négative (signe moins) indique qu'un important résultat positif de la dimension produit un effet contraire sur le facteur. Nous constatons qu'une dimension peut se retrouver dans plusieurs composants et que les composants principaux peuvent comporter différentes dimensions. L'étape suivante consiste à caractériser chaque facteur. Nous aurons ainsi un lexique de base que nous pouvons employer pour déterminer les différents types d'utilisateur et de non-utilisateur de l'inforoute.

### **Premier facteur : Manque de confiance**

Nous définissons ce facteur comme le manque de confiance à l'égard de l'utilisation d'Internet et de l'accès à l'Inforoute. Il s'agit d'une combinaison de la technophobie et des problèmes liés à l'utilisation d'Internet. À ces deux dimensions viennent se greffer une grande préoccupation ayant trait aux répercussions culturelles de l'inforoute et un certain sentiment d'insécurité économique.

### **Deuxième facteur : Expérience et intérêt**

Le deuxième facteur est étroitement lié aux questions de consentement éclairé et de commerce électronique, ainsi qu'à la préoccupation liée au coût et à l'accès à Internet. La compétence est une attribution positive, ainsi que les opérations bancaires virtuelles et les applications sociales de l'inforoute. Toutes ces dimensions sont reliées à l'expérience et l'intérêt d'utilisation d'Internet.

### **Troisième facteur : Outil pratique**

Le troisième facteur permet d'isoler l'effet de la dimension télétravail. Nous avons inclus dans l'analyse factorielle une autre dimension au télétravail qui évalue les incidences perçues de l'autoroute de l'information sur l'emploi. Le troisième facteur indique que ces deux dimensions varient dans le même sens. La représentation positive semble avoir un effet négatif contrairement à la compétence et aux applications sociales. Internet est considéré comme un outil pratique.

### **Quatrième facteur : Commodité passive**

Le quatrième facteur compare l'importance de la télévision à d'autres activités culturelles. La dimension regarder la télévision a probablement un effet négatif sur les autres activités culturelles des répondants, mais augmente par contre l'enthousiasme des répondants à l'égard des opérations bancaires virtuelles et des applications sociales de l'inforoute. Ce facteur décrit la commodité passive d'Internet.

### **Cinquième facteur : Temps consacré aux loisirs, aux activités culturelles et aux divertissements**

Le cinquième facteur tient compte du nombre d'heures consacrées à la culture pop, à la vie familiale et aux activités culturelles à l'extérieur de la maison. Le temps consacré aux loisirs, aux activités culturelles et aux divertissements englobe l'effet de toutes ces variables.

**Sixième facteur : Utilisation du téléphone**

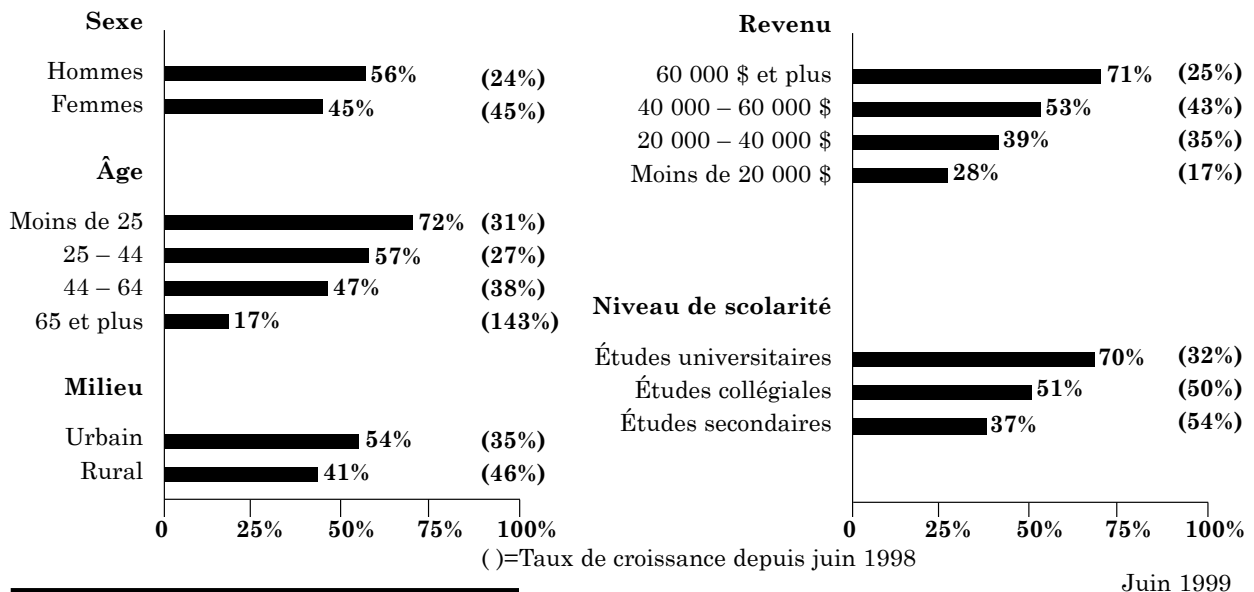
Le sixième facteur rassemble les effets partiels des activités culturelles et les combine au nombre d'heures passées au téléphone dans le cadre du travail ou des communications avec les services gouvernementaux ou médicaux. Puisque l'attribution de la dimension téléphone produit un effet considérable sur ce facteur (et à défaut d'un terme plus approprié), nous désignons ce sixième facteur par utilisation du téléphone.

Ces six facteurs (manque de confiance, expérience et intérêt, outil pratique, commodité passive, temps consacré aux loisirs, aux activités culturelles et aux divertissements, et utilisation du téléphone) expliquent au moins 50 p. cent de la variance. Nous les avons définis et établis indépendamment les uns des autres, aussi pouvons-nous les appliquer aisément à une analyse multidimensionnelle. La phase suivante de l'analyse consiste à insérer ces facteurs dans un modèle prédictif ou explicatif ayant trait aux utilisateurs et aux non-utilisateurs d'Internet.

**QUI SONT LES RETARDATAIRES DANS LE FOSSÉ NUMÉRIQUE ET POURQUOI LE SONT-ILS?**

Le tableau 5.2.1 dresse le profil des utilisateurs d'Internet en fonction d'un certain nombre de caractéristiques démographiques, nous permettant ainsi de constater qu'une plus grande proportion d'hommes que de femmes ont utilisé Internet au cours des trois derniers mois.

**Tableau 5.2.1 : Profil des internautes**  
*Pourcentage d'utilisation d'Internet au cours des trois derniers mois*



<sup>20</sup> L'estimation définit la probabilité de l'utilisation d'Internet comme une fonction des paramètres du modèle. La régression logistique s'applique au logarithme du risque relatif de la probabilité que (Y = 1). Quoique la fréquence ne soit pas linéaire, nous pouvons élaborer une fonction linéaire en utilisant le logarithme naturel du risque relatif. La probabilité (P) que (Y=1) = 1/(1+e-L); où L est la régression logistique, une fonction linéaire avec K variables. L= B0 + B1X1 + B2X2 + ... + BkXk.

De juin 1998 à juillet 1999, le taux de croissance de l'utilisation d'Internet des femmes est presque le double de celui des hommes. Les taux d'utilisation d'Internet de l'ensemble des jeunes, des foyers à revenu élevé et de la cohorte à niveau de scolarité élevé ont aussi augmenté. Le groupe des Canadiennes et Canadiens âgés de 65 ans et plus a enregistré une forte croissance de l'utilisation d'Internet entre 1998 et 1999, représentant un taux phénoménal de 143 p. cent en un an. En dépit de cette augmentation impressionnante, leur nombre demeure bien inférieur à celui de l'utilisation moyenne d'Internet des jeunes. Quoique les taux d'utilisation d'Internet des Canadiennes et Canadiens qui vivent dans les régions rurales aient augmenté entre 1998 et 1999, ces derniers ont utilisé moins Internet, au cours des trois derniers mois, par rapport aux ceux qui vivent dans des régions urbaines.

Nous avons introduit les variables démographiques dans une analyse multidimensionnelle de l'utilisation et de la non-utilisation d'Internet. Un modèle linéaire ne conviendrait pas à notre étude puisque nous ne pouvons pas utiliser des valeurs plus petites que 0 (représentant les non-utilisateurs) et plus grandes que 1 (utilisateurs). Pour ce qui est de la variable dichotomique dépendante, nous avons recours à une analyse de régression logistique en nous fondant sur des variables et des facteurs indépendants (explicatifs) pour prévoir la probabilité d'un individu d'être un utilisateur d'Internet (1) ou un non-utilisateur (0)<sup>20</sup>. En introduisant les facteurs d'âge, de revenu, d'éducation et de sexe dans l'analyse de régression logistique, nous constatons qu'ils sont tous des paramètres déterminants pour estimer la probabilité d'utilisation d'Internet. Le tableau 5.2.2 indique les coefficients des variables du modèle. Par ailleurs, nous retrouvons toujours dans le modèle une valeur résiduelle que nous ne pouvons pas expliquer (pseudo-R au carré de 0,21).

**Tableau 5.2.2 : Coefficients du modèle de régression logistique**

*Variable dépendante : Utilisation d'Internet au cours des trois derniers mois*

Facteurs démographiques	B	ET	Sign.
(Constant)	-0,76	0,14	0,00 ***
Âge	-0,41	0,03	0,00 ***
Sexe (hommes)	0,51	0,08	0,00 ***
Revenu élevé	0,65	0,08	0,00 ***
Niveau de scolarité	0,65	0,05	0,00 ***

\*\*\* signification < 0,01; \*\* signification < 0,05; \* signification < 0,10

Il y a quelques écarts donnés dans la répartition démographique des utilisateurs et des non-utilisateurs d'Internet. Mais outre le profil démographique des internautes et des non-utilisateurs, il y a peut-être des données utiles qui peuvent être appliquées à l'analyse factorielle de la section précédente. Les attitudes globales, définies et déduites de l'analyse factorielle, nous donnent une meilleure idée des caractéristiques des utilisateurs et des non-utilisateurs d'Internet. Les résultats de la régression logistique figurent dans le tableau 5.2.3.

## TYOLOGIE DES « NON-UTILISATEURS » DU FOSSÉ NUMÉRIQUE

Comme nous pouvons le constater dans le tableau 5.2.3, les facteurs 1, 2, 3, et 5 sont des paramètres servant à calculer la probabilité de l'utilisation d'Internet dans un foyer. Un degré plus élevé de confiance des capacités relatives à Internet (le coefficient du facteur Manque de confiance est négatif), l'expérience et l'intérêt, la perception d'Internet comme un outil pratique, le fait de consacrer plus de temps aux loisirs, aux activités culturelles et aux divertissements sont des facteurs susceptibles d'augmenter la propension à utiliser Internet. Les utilisateurs d'Internet ont une attitude et une série de valeurs particulières à l'égard de l'infrastructure en comparaison avec les répondants qui n'ont pas utilisé Internet au cours des trois derniers mois.

**Tableau 5.2.3 : Coefficients du modèle de régression logistique**

**Variable dépendante : Utilisation d'Internet au cours des trois derniers mois**

<b>Variable</b>	<b>B</b>	<b>ET</b>	<b>Sign.</b>
Constant	0,13	0,44	0,78
1. Manque de confiance	-1,23	0,15	0,00 ***
2. Expérience et intérêt	0,33	0,13	0,01 **
3. Outil pratique	0,51	0,12	0,00 ***
4. Commodité passive	0,14	0,11	0,21
5. Temps consacré aux loisirs, aux activités culturelles et aux divertissements	0,36	0,12	0,00 ***
6. Utilisation du téléphone	0,20	0,14	0,16
Âge	-0,18	0,10	0,07 *
Sexe (hommes)	-0,15	0,23	0,50
Revenu élevé	0,58	0,25	0,02 **
Niveau de scolarité	0,10	0,15	0,52

\*\*\* signification < 0,01; \*\* signification < 0,05; \* signification < 0,10

Combinant des facteurs liés aux attitudes et les caractéristiques démographiques, nous obtenons un tableau plus complet des différences entre les utilisateurs d'Internet et les non-utilisateurs. En incluant l'âge, le sexe, le revenu et le niveau d'instruction dans le modèle de régression, nous constatons que des revenus plus élevés ont un effet positif sur la probabilité de se brancher. Dans une mesure moindre (mais toujours importante), la probabilité que les répondants du groupe de personnes âgées se branchent est plus faible que celle des jeunes. L'effet de la variable âge est probablement influencé par la

forte diminution de l'utilisation d'Internet parmi les répondants âgés de 55 ans et plus. Si nous tenons en considération tous les autres facteurs, les variables sexe et niveau d'instruction ont peu d'effet ou aucun sur la propension à utiliser Internet.

Outre le fait que les niveaux de revenu influent sur la probabilité de se brancher, une analyse approfondie indique que le statut socioéconomique peut également jouer un rôle important dans la détermination de certaines attitudes à l'égard de l'infrastructure. Le tableau 5.2.4 récapitule les résultats de la régression logistique de l'utilisation d'Internet (dimensions et données démographiques) fondée sur le revenu, confirmant ainsi l'hypothèse que l'analyse du statut socioéconomique produit des séries de données différentes sur les attitudes à l'égard de l'infrastructure de l'information. La série de paramètres influençant la probabilité des répondants ayant un revenu plus élevé de se brancher n'est pas la même que celle des répondants à faible revenu. Pour les deux groupes, les paramètres varient dans le même sens, quoique l'intensité et l'importance des coefficients diffèrent légèrement entre les groupes. Les variables déterminantes des répondants à revenu élevé comprennent les 1, 2, et 3, alors que pour les répondants à faible revenu, nous constatons que les facteurs 1, 3, 4, et 5, ainsi que l'âge démographique, sont des déterminantes pour estimer la probabilité d'utiliser Internet.

**Tableau 5.2.4 : Coefficients du modèle de régression logistique fondée sur le revenu**

**Variable indépendante : Utilisation d'Internet au cours des trois derniers mois**

Variables	Revenu supérieur à 60 000 \$			Revenu inférieur à 30 000 \$		
	B	ET	Sign.	B	ET	Sign.
1. Manque de confiance	-1,07	0,018	0,00 ***	-1,73	0,33	0,00 ***
2. Expérience et intérêt	0,31	0,15	0,04 **	0,26	0,26	0,32
3. Outil pratique ***	0,36	0,15	0,01 **	0,96	0,26	0,00
4. Commodité passive	0,13	0,14	0,36	0,38	0,22	0,08 *
5. Temps consacré aux loisirs, aux activités culturelles et aux divertissements	0,20	0,14	0,16	0,73	0,26	0,01 **
6. Utilisation du téléphone	0,20	0,18	0,27	0,32	0,25	0,21
Âge	-0,10	0,13	0,44	-0,37	0,19	0,04 **
Sexe (hommes)	-0,04	0,28	0,88	-0,51	0,46	0,27
Niveau de scolarité	-0,03	0,17	0,86	0,36	0,30	0,24

\*\*\* signification < 0,01; \*\* signification < 0,05; \* signification < 0,10

Après avoir étudié les différences qui existent entre les utilisateurs d'Internet et les non-utilisateurs, en particulier l'effet du statut socioéconomique des répondants, il convient maintenant d'analyser les diverses attitudes et croyances des non-utilisateurs de l'Internet.

### ÉCHANTILLON DES NON-UTILISATEURS

Le premier volet du questionnaire consiste à demander aux non-utilisateurs de préciser la raison principale pour laquelle ils n'ont pas un compte Internet. On regroupe les réponses en trois grandes catégories, à savoir la question de coût, le manqué d'intérêt et l'inutilité apparente.

Un certain chevauchement de ces catégories est certes possible. On peut d'ailleurs prévoir que la distinction entre le niveau d'intérêt et le besoin perçu d'avoir un compte Internet peut ne pas être très explicite pour quelques répondants. Cependant, ils ont fondamentalement des différents types de réaction. Même si nous changions les stimulus (c.-à-d., créer un besoin d'utilisation d'Internet correspondant plus ou moins au besoin d'utilisation du téléphone : une technologie indispensable pour les ménages ou les individus) nous aurions toujours un segment de la population qui ne montre aucun intérêt d'avoir un compte Internet. Environ un cinquième de tous les non-utilisateurs déterminés indiquent le coût comme la raison principale pour laquelle ils n'ont pas un compte Internet. Un autre 20 p. cent ne sont pas intéressés à obtenir un compte Internet. Presque trois non-utilisateurs sur dix indiquent qu'ils n'ont pas besoin de l'accès Internet depuis leur domicile.

PREMIER TYPE : COÛT

DEUXIÈME TYPE : INTÉRÊT

TROISIÈME TYPE : BESOIN

Nous savons que les utilisateurs et les non-utilisateurs notent tout à fait différemment l'importance des facteurs pondérés déterminés dans la section précédente du présent rapport. Par exemple, les utilisateurs d'Internet tiennent beaucoup plus au télétravail et ont un sentiment de confiance plus grand à l'égard de la sûreté du commerce électronique que les non-utilisateurs. Au sein des groupes des non-utilisateurs, nous examinons si ces facteurs s'appliquent avec la même intensité aux caractéristiques latentes de chaque type de non-utilisateur ou s'il y en a des différences significatives.

Le tableau 5.3.1 présente le sommaire des résultats tirés des données sur les attitudes et les comportements de l'analyse factorielle. Le symbole « plus » (+) signifie que la variable a un effet positif sur le facteur. En termes démographiques, il y a quelques différences intéressantes entre les types déterminés de non-utilisateurs. Les tableaux 5.3.2 à 5.3.5 indiquent la distribution au sein des caractéristiques démographiques (la colonne des pourcentages) et parmi les groupes de non-utilisateurs (la rangée des pourcentages).



Tableau 5.3.1 : Typologie des non-utilisateurs

**Raisons pour  
lesquelles ils n'ont  
pas un compte  
Internet :**

	<b>Coût/moyens financiers</b>	<b>Aucun intérêt</b>	<b>Aucun besoin</b>
<b>Facteurs :</b>			
1. Manque de confiance	+ + +	+ +	+
2. Expérience et intérêt	+	- -	-
3. Outil pratique	+	- -	-
4. Commodité passive	-	- -	- - -
5. Temps consacré aux loisirs, aux activités culturelles et aux divertissements	- -	+	-
6. Utilisation du téléphone	+	- -	-

Les répondants qui indiquent que le coût est la raison principale pour laquelle ils n'ont pas un compte Internet semblent ne pas avoir confiance en leurs compétences techniques et informatiques. Comparé à d'autres types de non-utilisateur, ils ont un certain intérêt et expérience de l'inforoute et ils comprennent les applications sociales d'Internet. Ils consacrent peu de temps aux loisirs et aux activités culturelles. Le taux d'utilisation du téléphone est le plus élevé dans ce groupe de non-utilisateurs.

Les répondants qui ne veulent pas avoir un compte Internet n'ont également pas confiance en leurs compétences technologiques. Le manque d'intérêt et d'expérience est un trait spécifique de ce groupe. Par ailleurs, ils ne semblent pas voir en Internet un outil pratique et ne pensent pas tirer un profit quelconque des applications sociales d'Internet. Ils consacrent beaucoup de temps aux divertissements et aux activités culturelles à l'intérieur ou à l'extérieur de la maison. Parmi tous les non-utilisateurs, ils ne semblent pas utiliser énormément le téléphone.

Quant au troisième type de non-utilisateurs, les répondants qui affirment qu'ils n'ont pas besoin d'un compte Internet, ne semblent pas considérer l'inforoute comme une commodité passive ou ayant des applications sociales directes ou indirectes. Tous les autres indicateurs sont semblables au deuxième type de non-utilisateurs (aucun intérêt), à l'exception de la variable temps de loisir et de divertissement. Comme les autres non-utilisateurs qui mentionnent le coût comme une barrière importante, toutes ces variables ne semblent pas avoir un effet positif sur ce facteur.

## TYPLOGIE DES « NON-UTILISATEURS » DU FOSSÉ NUMÉRIQUE

---

Le tableau 5.3.2. présente les résultats de la typologie du non-utilisateur suivant le statut socioéconomique. En général, la plupart des non-utilisateurs (57 p. cent) ont un statut socioéconomique bas. Le statut socioéconomique ne semble pas être un facteur de la distribution des non-utilisateurs dans le cas de deux des trois types. Les répondants pour qui le coût (moyens financiers) est important ont un statut socioéconomique bas et sont surreprésentés au sein des non-utilisateurs. Bien que divers non-utilisateurs indiquent qu'ils n'ont pas besoin d'Internet, ceux qui indiquent le coût comme un facteur important sont surtout des répondants qui ont un statut socioéconomique bas, selon une proportion de deux contre un.

**Tableau 5.3.2**

<b>Statut socio-économique</b>	<b>Coût/moyens financiers</b>		<b>Aucun Intérêt</b>		<b>Aucun besoin</b>		<b>Total</b>	
SSE bas	63 %	31 %	53 %	28 %	55 %	42 %	57 %	100 %
SSE élevé	37 %	23 %	47 %	33 %	45 %	44 %	43 %	100 %
Total	100 %	27 %	100 %	30 %	100 %	43 %		

Les principales raisons de ne pas avoir un compte Internet varient légèrement selon l'âge du répondant. La distribution globale des âges des non-utilisateurs figure dans la dernière colonne du tableau 5.3.3.

**Tableau 5.3.3**

<b>Âge</b>	<b>Coût/moyens financiers</b>		<b>Aucun intérêt</b>		<b>Aucun besoin</b>		<b>Total</b>	
< 25	7 %	39 %	5 %	31 %	3 %	30 %	5 %	100 %
25-34	22 %	35 %	13 %	24 %	15 %	40 %	16 %	100 %
35-44	34 %	33 %	24 %	27 %	25 %	40 %	27 %	100 %
45-54	20 %	27 %	22 %	34 %	18 %	39 %	20 %	100 %
55-64	11 %	19 %	16 %	32 %	18 %	49 %	16 %	100 %
65+	4 %	7 %	19 %	41 %	18 %	53 %	15 %	100 %
Total	100 %	26 %	100 %	31 %	100 %	43 %		

À l'exception du petit nombre de non-utilisateurs âgés de moins de 25 ans, la distribution des non-utilisateurs entre les catégories d'âge est assez proportionnelle. La proportion de chaque cohorte par tranche de 10 ans (au-dessus de 25 ans) s'étend de 15 p. cent (65 ans et plus) à 27 p. cent (entre 35 et 44 ans). Nous savons, à partir de l'échantillon d'âges global et des résultats de la section précédente (facteurs des utilisateurs et des non-utilisateurs), qu'il y a une surreprésentation de la cohorte des personnes âgées au sein des non-utilisateurs.

Plus le répondant est âgé, moins est-il susceptible de mentionner le coût comme la raison principale pour laquelle il n'a pas un compte Internet. Réciproquement, plus les non-utilisateurs sont jeunes, moins sont-ils enclins à affirmer qu'ils n'ont aucun intérêt à accéder à Internet. Presque quatre sur dix répondants âgés de moins de 25 ans mentionnent le coût ou la capacité de payer comme la raison principale pour laquelle ils ne sont pas branchés. Cette proportion tombe à deux sur dix dans le cas des répondants âgés de 55 ans à 64 ans, et à moins de 10 p. cent dans le cas des répondants âgés de 65 ans et plus. Des répondants plus âgés sont plus susceptibles d'indiquer qu'ils n'ont pas besoin de l'accès à Internet.

Dans le tableau 5.3.4, nous pouvons constater que des femmes sont surreprésentées parmi les non-utilisateurs. Dans notre analyse multidimensionnelle qui combine les facteurs démographiques et les facteurs attitudinaux, le sexe du répondant n'est pas un paramètre déterminant pour calculer la probabilité d'utiliser Internet : les autres facteurs du modèle expliquent une grande partie de l'écart. Il est intéressant de noter que la distribution des hommes et des femmes entre les différents groupes de non-utilisateurs est très équilibrée. Les hommes mentionnent le coût, l'intérêt et le besoin suivant la même fréquence que celle des femmes.

**Tableau 5.3.4**

Sexe	Coût/ moyens financiers		Aucun intérêt		Aucun besoin		Total	
Hommes	37 %	24 %	39%	31 %	41 %	45 %	39 %	100 %
Femmes	63 %	27 %	61 %	31 %	59 %	42 %	61 %	100 %
Total	100 %	26 %	100 %	31 %	100 %	43 %		

Les résultats ne permettent pas de prouver que le niveau de scolarité a un effet significatif sur la typologie des non-utilisateurs (tableau 5.3.5). La plupart des non-utilisateurs ont fait des études secondaires tout au plus et environ trois sur dix, des études postsecondaires.

Tableau 5.3.5

Études	Coût/ moyens financiers		Aucun intérêt		Aucun besoin		Total	
Secondaires ou moins	55 %	27 %	56 %	32 %	53 %	42 %	55 %	100 %
Postsecondaires	29 %	27 %	30 %	32 %	27 %	41 %	29 %	100 %
Universitaires	15 %	24 %	15 %	27 %	19 %	49 %	17 %	100 %
Total	100 %	26 %	100 %	31 %	100 %	43 %		

Pour résumer, quelques facteurs attitudinaux précis sont importants dans les différents groupes de non-utilisateurs, et l'âge et le statut socioéconomique peuvent aussi contribuer à déterminer la raison principale pour laquelle les répondants n'ont pas accès à Internet. Il y a fondamentalement différents types de non-utilisateurs, chacun ayant sa structure distincte. Tout effort visant les besoins des non-utilisateurs devrait tenir compte de ces distinctions afin de leur offrir des solutions de rechange qui leur permettent de se brancher ou de reconnaître tout simplement qu'un segment de la population n'a pas intérêt à accéder à l'inforoute. L'analyse multidimensionnelle nous éclaire sur les différentes sortes d'attitudes et de caractéristiques démographiques des non-utilisateurs d'Internet, et se révèle un outil particulièrement pratique pour élaborer des mesures politiques qui cadrent avec le caractère unique de chaque type de Canadiennes et Canadiens.

Toute mesure d'intervention publique en la matière doit tenir en compte d'un certain nombre de répercussions au niveau de l'accès en général, de la formation technique, de l'élaboration du contenu et de la diversification des modes d'exécution.

Les **non-utilisateurs de type 1**, considérés comme des « quasi-utilisateurs », reconnaissent qu'Internet peut répondre à certains de leurs besoins, mais pour se brancher, il leur faut d'abord surmonter deux obstacles principaux, à savoir le coût/les moyens financiers et le manque de compétences techniques. Le bagage social est un important facteur pour ces non-utilisateurs, tout comme pour les deux autres types. Les centres d'accès public (PAC) et les services d'apprentissage communautaires (RAC) ont des rôles importants à jouer dans la satisfaction des besoins des non-utilisateurs de type 1. Les initiatives d'information et de sensibilisation du public mises en œuvre par des organismes (communautaires, non gouvernementaux ou gouvernementaux), qui fournissent des services dans le cadre du PAC et des RAC, pourraient faciliter et améliorer l'utilisation d'Internet par ce groupe. D'une façon générale, les non-utilisateurs de type 1 sont surtout des jeunes Canadiennes et Canadiens (âgés de 44 ans au plus). Il y a un important fossé entre les sexes dans la typologie des non-utilisateurs (61 p. cent sont des femmes et 39 p. cent, des hommes). Les femmes sont surreprésentées au sein du premier groupe, selon un rapport de 2 contre 1.

Quant aux **non-utilisateurs de type 2**, ils font aussi face à des barrières techniques et de coût, mais leur plus grand problème provient du fait qu'à leurs yeux, Internet n'est pas utile et ne leur procure aucun avantage, ni personnel ni social. Par conséquent, on pourrait faciliter leur branchement si on améliore le contenu (économique, social et culturel) en le concevant et l'élaborant de façon à répondre plus adéquatement à leurs besoins actuels. Par ailleurs, l'acquisition des compétences techniques, un contenu correspondant aux besoins sociaux et la disponibilité des sites d'accès public sont des composants importants d'une stratégie d'accès visant ce groupe. Les non-utilisateurs de type 2 sont de la cohorte des préretraités (entre 45 et 55 ans). Au niveau de l'administration fédérale, DRHC (RAC), Industrie Canada (PAC), Patrimoine canadien (contenu social et culturel) et le Secrétariat du Conseil du Trésor (services gouvernementaux) détiennent des rôles importants pour ce qui est des activités liées à l'accès et au contenu.

Les **non-utilisateurs de type 3** sont loin d'être branchés et ne le seront pas, surtout dans un avenir proche. Ils ne semblent pas voir un avantage personnel dans l'accès à Internet ou en tirer parti, ni avoir les ressources ou les connaissances sociales pour profiter de l'inforoute. D'une façon générale, les personnes âgées et les retraités au Canada (55 ans et plus) ont tendance à rejoindre les rangs des non-utilisateurs de type 3. Dans le cas des non-utilisateurs de types 2 et 3, les évaluations stratégiques des besoins (besoins sociaux) conjuguées à des initiatives d'élaboration de contenu pourraient augmenter leur propension à utiliser le Net à long terme. Parmi les non-utilisateurs de types 2 et 3, il y a proportionnellement plus de femmes que d'hommes. Il est important d'ailleurs de souligner que les femmes sont prédominantes dans toutes les catégories de non-utilisateurs.

D'un point de vue de politique gouvernementale, il convient de mentionner que ces non-utilisateurs auront besoin, en fait, qu'on leur fournisse, prochainement, des services de communication et d'information sous de multiples supports ou moyens, traditionnels et courants, des services qui soient accessibles aux personnes ayant des niveaux de compétence et de revenu différents. DRHC, SCT et Patrimoine canadien sont des ministères fédéraux qui sont investis de mandat en matière de politique sociale.

## Contexte social

### LE DOUBLE FOSSÉ NUMÉRIQUE EST-IL IMMuable?

La transition vers la « société de l'information », qui durera les quelques dix prochaines années, verra persister une tension entre les « infopauvres », pour qui Internet ou d'autres aspects de l'autoroute de l'information ne présentent aucun intérêt, et les autres personnes qui veulent se brancher afin de répondre à de bien réels besoins (des besoins économiques et sociaux, des besoins en matière d'éducation, de culture et de compétences), mais qui doivent faire face à d'importants obstacles. Cette tension, mise en relief dans la plus grande partie de l'examen des conclusions mentionnées plus haut, soulève de nombreuses questions. Quelle est l'importance du fossé numérique? Comment pouvons-nous résoudre la question du surcroît de coût pour ceux qui ne sont pas toujours branchés et combler leur manque de qualification? Quelle est l'importance du contenu dans ce fossé? Ce fossé est-il immuable ou peut-on en venir à bout grâce à des initiatives d'action sociale émanant du gouvernement ou de l'industrie, ou des deux?

Bien qu'à ce stade, préliminaire en quelque sorte, du développement, un grand nombre de non-utilisateurs se soient montrés très peu intéressés par la technologie, il est important de ne pas tout bonnement sous-estimer le problème du fossé numérique et des « infopauvres », ni même de le minimiser parce qu'on prétend qu'il y a actuellement peu de contenu significatif susceptible de provoquer l'intérêt général et de profiter à un grand nombre de personnes, mais que la situation sera différente et que l'autoroute parviendra alors à attirer plus d'utilisateurs.

À long terme, les communications interactives de pointe seront omniprésentes dans toutes les activités sociales et économiques, que les individus en voient clairement les effets ou non. C'est en général le cas en ce moment. Au cœur des principales stratégies visant une saine gestion publique et le marché, repose la question de l'accès et l'efficacité technologiques que devront détenir les individus s'ils veulent toujours participer adéquatement dans la société et tirer profit de cette participation. L'accès à Internet, en soi, ne viendra pas à bout des inégalités sociales et économiques ni des clivages sociaux ou communautaires; bien au contraire, il risque de les aggraver. Par contre, avec la capacité d'utiliser les nouvelles technologies comme des outils et des ressources et l'occasion d'exploiter des possibilités, il est permis de croire que certains désavantages et inégalités seront quelque peu atténués.

En matière de politique, tant économique que sociale, le gouvernement devra soutenir ses efforts pour relever les défis que posent les parties qui se retrouvent de chaque côté du fossé numérique. Il faudra, à court terme, poursuivre les initiatives ayant trait à l'accès, l'initiation à la technologie et l'élaboration du contenu pour répondre aux besoins du segment des quasi-utilisateurs des « infopauvres », et à long terme, les modifier pour tenir compte des besoins des utilisateurs réticents, car l'autoroute occupera une place de plus en plus importante dans leur vie. Les multiples modes d'accès à l'information et aux services devront également être maintenus afin de pourvoir aux besoins des Canadiennes et Canadiens en matière de communication, qu'ils soient branchés ou non.

Pour comprendre certaines de ces tendances, il serait utile d'examiner, sans perdre de vue la complexité de nos vies et de la société, la façon dont nous consommons les communications. Chacun de nous a ses propres objectifs et pratique différentes activités. En conséquence, nous utilisons cette multiplicité de technologies de communication de différentes façons et à diverses fins. Or, ces options ne se fondent pas seulement sur les choix, mais également sur les moyens ou les ressources que chacun de nous dispose pour les communications (p. ex., moyens financiers, connaissances, etc.).

### ALPHABÉTISME

Le concept et la pratique de l'alphabétisme s'étendent au-delà du fait qu'une personne sait se servir ou non d'un ordinateur, d'un logiciel ou des pages Web. Comme nous l'avons vu plus haut, près de la moitié des non-utilisateurs mentionnent que des facteurs tels que le désintérêt ou l'absence de besoins, ainsi que les difficultés perçues dans l'utilisation de la technologie constituent de très bonnes raisons pour ne pas se brancher (voir les figures 8 et 12). Les difficultés identifiées par rapport à l'utilisation révèlent les assertions à propos du désintérêt ou de l'absence de besoin dissimulent d'autres facteurs, tels que l'alphabétisme.

Le concept d'alphabétisme signifie bien plus que l'aptitude de lire et d'écrire de base, il suppose aussi que les individus soient capables de comprendre et d'utiliser l'information de façon profitable et constructive dans leurs activités quotidiennes. En outre, les niveaux d'alphabétisme influencent, voire limitent, les choix des moyens de communication qu'utilisent les gens pour obtenir des renseignements et participer à la société. La très grande disparité des niveaux d'alphabétisme au Canada expliquent en partie le fait que nombre de non-utilisateurs ne voient aucun intérêt ni besoin en Internet.

Au Canada, environ un cinquième de la population adulte (22 p. cent) se trouve au plus bas niveau d'alphabétisme. Ils éprouvent de grandes difficultés à utiliser ou à lire de l'information imprimés élémentaires. Un autre groupe constituant le quart de la population adulte (entre 24 et 26 p. cent) possède un niveau d'alphabétisme un peu plus élevé : il peut seulement servir des « textes simples, présentés clairement et dans lesquels les des tâches à accomplir ne sont pas trop complexes [traduction ]<sup>21</sup> ». Par conséquent, l'alphabétisme ne signifie pas uniquement la capacité d'une personne d'utiliser une technologie mais aussi le fait qu'elle ait des aptitudes sociales et culturelles et qu'elle sache s'en servir de façon à tirer parti de l'utilisation de la technologie, que ce soit l'accès à Internet, un livre, un journal, la télévision, etc.<sup>22</sup>

L'alphabétisme fait, avec les coûts, l'absence des besoins ressentis et la question de valeur accordée à Internet, partie des importantes variables qui permettent de comprendre le

---

<sup>21</sup> Statistique Canada. *Lire l'avenir : un portrait de l'alphabétisme au Canada*, 1996.

<sup>22</sup> Voir, par exemple, Mosco, V. *Public Policy and the Information Highway: Access, Equity and Universality*, Bibliothèque nationale du Canada, 2000; ou Sen, A. *Development as Freedom*, New York, Knopf, 1999.

faible niveau d'utilisation d'Internet chez les aînés, dont environ 60 p. cent n'ont pas terminé leurs études secondaires. En 1994, plus de la moitié des personnes âgées au Canada avait le plus faible niveau d'alphabétisme selon les normes de l'Enquête internationale sur l'alphabétisation des adultes (EIAA) et à peine la moitié de celles-ci (soit 53 p. cent) était en mesure de lire des textes élémentaires. Quoi qu'il en soit, un petit nombre de personnes âgées ont décidé de se brancher. En 1998, moins d'un aîné sur dix (9 p. cent) déclarait avoir Internet à domicile et des sept pour cent des aînés affirmant avoir utilisé Internet au cours des trois derniers mois, la plupart (84 p. cent) l'ont fait à domicile, les autres ont eu accès à l'inforoute à partir des écoles (8 p. cent) et des sites d'accès public (5 p. cent). Une minorité du même ordre parmi les personnes âgées participe à un programme d'éducation (5 p. cent ou 175 000 aînés)<sup>23</sup>.

Compte tenu de ce contexte, un individu peut, selon son niveau d'alphabétisme, utiliser une technologie ou plusieurs technologies parmi toute la gamme existante pour satisfaire ses besoins en matière de communication et d'information. Par exemple, une personne qui éprouve de la difficulté avec des documents imprimés ou encore avec l'informatique et Internet, risque de se tourner vers la télévision ou le téléphone pour obtenir les renseignements voulus. Les préférences de la population canadienne quant à l'utilisation d'un certain nombre de technologies pour avoir accès à de l'information et des services (voir la figure 16) ne sont pas tellement attribuables à l'inexpérience d'Internet, mais plutôt à la capacité d'utiliser différentes technologies pour répondre à des besoins. Par conséquent, si on veut concilier la multiplicité de niveaux d'alphabétisme de la population canadienne ainsi que ses préférences par rapport à l'utilisation des moyens d'accès à différents types de renseignements et de services, il faut continuer à offrir ces divers moyens d'accès, sans passer outre le fait que les utilisateurs des moyens d'accès et de distribution sont en droit de jouir autant que les internautes du même niveau ou qualité de service et d'information.

Une autre tendance troublante se dégage à propos de l'alphabétisme et d'Internet. Les adeptes d'Internet semblent afficher un optimisme et une confiance sans réserve à l'égard de la technologie et d'Internet comme principal outil pour relever les défis que posent l'alphabétisation et la formation professionnelle. Dans une certaine mesure, on retrouve cette même problématique avec les PAC et les RAC. De telles suppositions risquent de sous-estimer le besoin de fournir des documents de formation, d'apprentissage, de formation professionnelle et d'alphabétisation sur d'autres supports ou par d'autres moyens d'accès (p. ex., rencontres en personne, documents imprimés). Ces options sont nécessaires pour permettre aux individus d'améliorer leurs compétences et aptitudes actuelles et pour aplanir les obstacles auxquels font face les Canadiennes et Canadiens qui utilisent régulièrement les nouveaux services ou qui pourraient tirer profit de ces services si on adoptait plus judicieusement une méthode combinée d'apprentissage.

---

<sup>23</sup> Statistique Canada. *Un portrait des aînés au Canada*, numéro de catalogue 89-519-XPF, 1999, pp. 83-84; Les Associés de recherche Ekos Inc. *The Information Highway and the Canadian Communications Household*, 1998.



Nous ne voulons pas insinuer pour autant que la technologie n'a pas un rôle important à jouer, car elle constitue une ressource parmi plusieurs autres. Par exemple, dans une étude sur les connaissances en informatique, Statistique Canada souligne que les inégalités d'accès implique qu'on a d'une part, des personnes qui, à défaut de tirer profit des nouvelles technologies pour améliorer leurs compétences (personnes à faible revenu, en chômage ou peu scolarisées), risquent d'être encore plus marginalisées et d'autre part, celles qui ont su profiter de l'acquisition de nouvelles compétences<sup>24</sup>. Cependant, avec l'implantation d'une nouvelle technologie et la dépendance à l'égard de celle-ci, une grande prudence est de mise. Par exemple, lorsque d'autres technologies censément révolutionnaires ont fait leur apparition dans la société, que l'on pense au cinéma, à la radio ou la télévision, elles devaient non seulement apporter de nouvelles compétences, mais aussi remplacer des formes traditionnelles d'apprentissage, voire supplanter l'école. L'histoire en décida autrement, car les conditions et les pratiques menant au progrès réalisé dans le domaine de l'alphabétisme, de l'apprentissage, etc., ne sont pas axées sur la technologie<sup>25</sup>.

Selon une autre recherche, la confiance excessive ou exclusive à l'égard de l'informatique et Internet pour accéder à l'information, l'éducation et la formation pourrait entraîner d'autres problèmes. En accordant une confiance sans réserve à l'informatique et à la formation et l'apprentissage en réseau, on minimise ou rejette d'autres formes d'apprentissage et d'acquisition des connaissances sociales. Une recherche en éducation menée au cours des dix dernières années révèle que ce déterministe technologique n'est pas allé sans un lourd tribut : un certain abaissement du niveau des compétences ou une augmentation de l'analphabétisme dans les domaines fondamentaux de la lecture et de l'écriture, et une détérioration des aptitudes sociales ou communautaires des individus ou de leur savoir faire en général. Autrement dit, les jeunes, qui, en tant que segment social, sont les principaux utilisateurs d'Internet et de la nouvelle technologie, même s'ils ont acquis une maîtrise dans ces domaines, ont vu leurs compétences et leurs capacités relatives à l'application pratique et fondamentale des arts et des sciences se détériorer grandement, et il en est de même pour leurs capacités d'interagir et de participer dans la société de façon constructive, des compétences, capacités et aptitudes qui concernent de nombreuses activités qu'on mène sans ordinateur ni Internet.

Même si ces utilisateurs de la haute technologie ont été exposés à une profusion d'information, ils n'ont pas acquis ou atteint un niveau de connaissances ni développé une aptitude à s'en servir comme une capacité sociale dans leur quotidien comme les générations précédentes ont su le faire. Par conséquent, bien qu'il soit important que les politiques publiques visent à créer un alphabétisme axé sur la technologie et à brancher davantage de Canadiennes et Canadiens, elles ne doivent pas pour autant miner la norme et les formes socialement nécessaires de l'alphabétisme<sup>26</sup>.

---

<sup>24</sup> Statistique Canada. « Connaissances en informatique – une exigence de plus en plus répandue », *Revue trimestrielle de l'éducation*, 1999, p. 9.

<sup>25</sup> Uptis, R. « Impact of the Communications Revolution on Education, dans Boyce, R. éd. *The Communications Revolution at Work*, Montréal, McGill-Queen's University Press, 1999.

<sup>26</sup> Ibid.

### REVENUS, COÛTS ET MOYENS FINANCIERS

Il existe au Canada une division plus profonde encore que celle créée par l'autoroute de l'information : les revenus. Les barrières qu'élèvent les coûts d'accès à Internet revêtent de multiples dimensions. Il faut étudier les coûts en tant que barrière dans un contexte plus large que celui des coûts encourus pour des services en direct. La capacité de payer l'accès à Internet ainsi que d'autres biens et services dépend bien souvent de la situation générale des individus. Au cours des quelques dernières années, on a observé qu'en général les difficultés financières des Canadiennes et Canadiens se sont aggravées, ce qui a des effets sur les produits et services qu'ils sont capables d'acheter et sur le niveau de service (premier ou second ordre) qu'ils peuvent se payer.

À part les coûts évidents des appareils informatiques ou des décodeurs, il faut tenir aussi compte du coût des logiciels et des mensualités versées aux fournisseurs de service Internet. Pour beaucoup d'utilisateurs, toutes ces dépenses constituent des barrières ou obstacles directs alors que pour d'autres, même si elles peuvent leur être pesantes, elles représentent les droits d'utilisation des technologies et services d'accès à Internet. Par exemple, beaucoup de Canadiennes et Canadiens ont le téléphone et la câblodistribution sans trouver nécessairement que ces services sont abordables. Ils se donnent d'ailleurs beaucoup de mal pour conserver ces acquis, mais ils sont, à leurs yeux, essentiels et nécessaires<sup>27</sup>.

En 1994, les Associés de recherche Ekos inc. a présenté une typologie fort utile de la structure sociale en évolution de la société canadienne. Cette typologie définit les différents segments de la structure sociale canadienne à partir des caractéristiques des Canadiennes et Canadiens et de leurs perceptions des questions sociales, économiques et culturelles Canada. Par ailleurs, cette recherche met en évidence l'existence d'un important schisme, surtout au niveau des valeurs fondamentales, entre les élites de la société et l'État d'une part et les groupes à revenu élevé et faible d'autre part. Elle reprend également des conclusions de Statistique Canada et d'autres organismes qui révèlent qu'une polarisation entre les classes sociales commence à se dessiner au Canada.

Selon la typologie d'Ekos, les « élites initiés » (19 p. cent) forment la classe supérieure et se composent des travailleurs du savoir de l'économie de l'information. En général, ils ont un niveau de scolarité élevé, sont très spécialisés et touchent un bon salaire. La classe moyenne se divise en deux groupes : ceux qui jouissent de la sécurité financière (24 p. cent) et ceux qui vivent dans l'incertitude (16 p. cent). Le premier groupe est économiquement stable, avec, un niveau d'instruction supérieur à celui de la moyenne des gens et des salaires assez élevés, tandis que le second groupe est le fruit de l'érosion de la classe moyenne conjuguée au grossissement de la classe inférieure. Bien que les membres du second groupe touchent un revenu moyen et qu'ils aient fait plus d'études que la moyenne des gens, ils se heurtent à l'insécurité économique et à la précarité de l'emploi et du revenu. Quant à la classe inférieure, elle se subdivise en un groupe de

---

<sup>27</sup> Reddick, A. *Sharing the Road: Convergence and the Canadian Information Highway*, Centre pour la défense de l'intérêt public, 1995, pp. 43-44.

« non-participants dépendants » et un groupe de marginaux. Les non-participants dépendants (22 p. cent), pour la plupart, vivent en retrait du monde du travail et sont aux prises avec la pauvreté, un faible niveau d’alphabétisme et de compétences, le chômage, etc. Ils ont le niveau de scolarité le plus bas, quoiqu’ils accordent beaucoup d’importance à l’acquisition des compétences. Les marginaux (19 p. cent) se tiennent à une bonne distance des grands courants de la société et en marge de l’économie. Ils sont peu instruits et leur niveau de chômage est très élevé<sup>28</sup>.

L’étude sur l’autoroute de l’information révèle qu’en ce qui a trait aux problèmes des coûts (moyens financiers) relatifs à Internet, les Canadiennes et Canadiens de toutes classes éprouvent, à divers degrés, des difficultés économiques et cette situation est d’autant plus grave au sein de la classe inférieure. On sait depuis l’étude *Repenser le gouvernement* (1995) que la tendance de l’effritement de la classe moyenne et de l’agrandissement de l’écart salarial s’est encore plus accentuée au Canada dans les années 1990.

Le rétrécissement de la classe moyenne et le grossissement de la classe inférieure ainsi que la stagnation ou la diminution correspondante du revenu que subissent ces deux classes laissent à penser que l’on fait montre d’un optimisme exagéré à propos de l’accès de toute la population du Canada à Internet. Comme il a été mentionné plus tôt, la différence des niveaux d’accès deviendra vraisemblablement une caractéristique structurelle d’Internet ainsi que d’autres technologies et services au Canada. Bien qu’il soit possible de surmonter partiellement une barrière structurelle de ce genre grâce à une baisse des coûts liés à l’accès et aux technologies connexes (barrière temporelle), cette situation ne permettra pas à tous les Canadiennes et Canadiens de se brancher, car il y aura toujours d’autres barrières, qu’elles soient structurelles et qu’elles émanent de la classe sociale, comme l’alphabétisme et l’éducation, ou qu’elles soient le désintérêt ou le manque de valeur perçue.

En 1973, 60 p. cent des familles avec enfants de moins de 18 ans gagnaient entre 24 500 et 65 000 \$; par contre avec l’effritement de la classe moyenne, la proportion de ces familles a chuté à 44 p. cent en 1996. Parallèlement, le noyau de la classe moyenne touchant un salaire annuel d’entre 37 600 et 56 000 \$ compte pour 40 p. cent de la population en 1973, mais il n’en représentera plus que 27 p. cent en 1996. Il faut tenir compte d’autre part des changements fondamentaux qu’a connus l’emploi, tant au niveau des types d’emploi que des heures de travail. Entre 1970 et 1990, la population active travaillant à temps plein baisse de 66 à 50 p. cent. En outre, dans les années 1990, un poste sur cinq est à temps partiel, soit environ le double de ce qu’a connu la génération précédente; toujours pour la même période, les emplois occasionnels (15 p. cent de tous les emplois) constituent le segment qui a augmenté le plus rapidement dans le marché du travail, l’emploi autonome représentant environ la moitié des nouveaux emplois créés. En consultant les courbes de l’emploi, on constate un glissement d’une économie industrielle vers une économie de services. Des recherches révèlent qu’un grand nombre de ces nouveaux types

---

<sup>28</sup> Les Associés de recherche Ekos Inc. *Repenser le gouvernement*, 1995, pp. 5-6.

d'emploi ne requièrent pas l'accès à Internet ou ne l'offrent pas. Puisque le travail ne constitue donc pas une solution de rechange pour les personnes qui n'ont pas accès à Internet à domicile, il ne contribue pas à atténuer le problème de branchement en général<sup>29</sup>.

En 1997 le Canada comptait 5,1 millions de personnes pauvres et le taux de pauvreté atteignait 17,2 p. cent. La probabilité d'être pauvre est trois fois plus grande pour personnes seules (36,3 p. cent) que pour les familles (14,3 p. cent). Par ailleurs, la structure de la plupart des familles pauvres (82 p. cent) cadre assez bien avec la définition courante de la famille : des couples mariés dont le chef de famille a plus de 65 ans (8,6 p. cent); des couples mariés de moins de 65 ans avec des enfants (11,9 p. cent); des couples mariés de moins de 65 ans sans enfant (10,3 p. cent); et des mères de famille monoparentale (61,4 p. cent). Toutefois, il ne faut pas oublier les travailleurs pauvres : en 1996, plus de 200 000 personnes travaillant de 49 à 52 heures par semaine sont toujours pauvres<sup>30</sup>.

Le Canada semble plutôt très démocratique quand il s'agit de la répartition des pauvres. Les quartiers, collectivités ou régions où les résidents sont visiblement économiquement dépourvus sont connus. Or, la pauvreté sévit dans tous les quartiers et toutes les collectivités, à la ville comme à la campagne. En 1997, dans les villes de 500 000 habitants ou plus, vivaient 681 000 familles pauvres, soit un peu plus de la moitié (57 p. cent) de l'ensemble des familles pauvres, et 60 p. cent (861 000 personnes) de tous les célibataires pauvres. Quant aux régions rurales, près du quart des personnes seules (22,4 p. cent) étaient pauvres<sup>31</sup>.

À l'instar de l'alphabétisme, ces données démographiques influent sur les modes de prestation de l'information et des services afin d'aider les personnes qui n'ont pas accès à Internet (par choix ou par manque de moyens) d'y avoir accès : différents supports, souvent à meilleur marché (en personne, documents imprimés), et en fonction du facteur géographique (villes, collectivités, quartiers, régions rurales).

## DIVERSITÉ DU CONTENU

Alors qu'on trouve sur Internet toute une collection de contenus publicitaires, une des principales faiblesses au Canada est le manque de contenu culturel et social qui est diversifié et pertinent, qui est de qualité et qui est produit par les gens du pays même. Nombreux sont les internautes qui ont beaucoup de peine à trouver de l'information sur Internet, surtout de l'information pertinente et de qualité. En outre, parmi les raisons évoquées pour ne pas se brancher, plusieurs non-utilisateurs mentionnent qu'une faible proportion du contenu semble répondre à leurs besoins.

---

<sup>29</sup> Centre for Social Justice. *L'écart grandissant : un rapport sur l'inégalité grandissante entre les riches et les pauvres au Canada*, octobre 1998, pp. x, 24.

<sup>30</sup> Conseil national du bien-être, *Profil de la pauvreté*, printemps 1998; Conseil national du bien-être, *Profil de la pauvreté*, automne 1999, pp. 10, 16, 17, 19, 52.

<sup>31</sup> Conseil national du bien-être. *Profil de la pauvreté*, automne 1998; Conseil national du bien-être. *Profil de la pauvreté*, automne 1999, p. 52.

Ce qui ne veut pas dire que l'information manque : Internet, c'est plutôt la profusion d'information! Par contre, il est reconnu que cette information n'est pas classée de façon à faciliter la recherche et que cette grande quantité d'information, appelée à augmenter encore plus, qui se trouve dans les portails et les mégasites des entreprises privées et des gouvernements, représente d'abord et surtout les intérêts des fournisseurs d'information et non ceux des utilisateurs ou des utilisateurs éventuels au sein de la population. Dans le cadre des projets gouvernementaux d'accélérer la diffusion de renseignements et la prestation des services en direct au cours des prochaines années, il faudra intégrer le besoin du public pour ce qui est de la qualité et de la diversité de l'information aux stratégies visant le développement et la diffusion de l'information. Si on omet de la faire, la stratégie de diffusion d'information mettra sur Internet une quantité « indigeste » de renseignements, qui ne répondront pas aux besoins du grand public en matière d'information utile<sup>32</sup>.

En particulier, il faudrait s'assurer un soutien plus important de la part du public en vue d'élaborer et cataloguer les contenus canadiens et pour diffuser un contenu portant sur des questions civiques ou sociales. Ce soutien ne devrait d'ailleurs pas se limiter à Internet, qui, tout compte fait, n'est qu'un moyen d'accès. Comme le contenu est élaboré de diverses façons et à divers niveaux de la société, il faut que le public corrobore aussi cette diversité pour l'ajouter au contenu disponible sur Internet.

Un certain nombre de programmes existent déjà dans le cadre de la politique industrielle visant à soutenir le contenu culturel (avec un « C » majuscule) canadien, c'est-à-dire les produits et les services d'information spectacle destinés aux marchés national et international. Toutefois, le contenu (avec un « c » minuscule) local reçoit beaucoup moins de soutien : il consiste en général en de l'information culturelle et sociale (locale, régionale, nationale) répondant aux besoins sociaux, économiques, éducatifs et culturels des Canadiennes et Canadiens dans leur quotidien. Il est possible de trouver cette information sur d'autres supports; par contre une partie de celle-ci seulement se retrouve sur Internet. En outre, au Canada, cette information doit être conçue et offerte selon un certain nombre d'interfaces accessibles afin de concilier les différents niveaux d'alphabétisme et de répondre aux besoins des personnes handicapées. Parallèlement, il est plutôt difficile de copier et d'utiliser certains renseignements qui se trouvent sur Internet. Les stratégies et les politiques en matière d'information devront évaluer attentivement les besoins et les capacités des différentes parties intéressées ainsi que des différents segments de la société lorsque viendra le temps de décider les divers supports pour présenter des renseignements<sup>33</sup>.

Le concept de la diversité du contenu soulève également la question de l'importance certains types d'information (sa disponibilité, sa présentation, etc.) pour différents segments de la population, par exemple les personnes âgées, les chômeurs, les employés à temps partiel, etc. Si la présence d'un certain contenu requis constitue l'un des critères clés pour attirer de nouveaux internautes, la qualité de ce contenu s'avérera donc importante pour que ces derniers restent branchés.

---

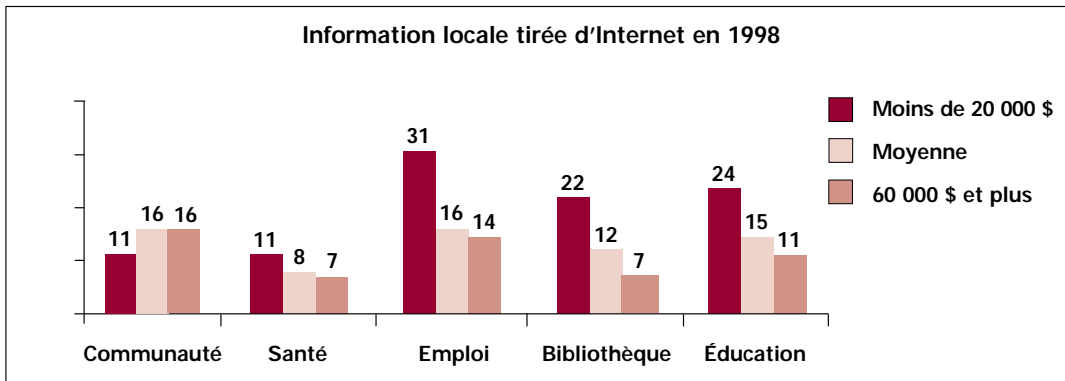
<sup>32</sup> « Wired Canada to cost \$5B: Federal Departments' Services, Information go on Web in 2004 », *The Ottawa Citizen*, dimanche 12 décembre 1999, p. A1.

<sup>33</sup> Reddick, A. *Sharing the Road: Convergence and the Information Highway*, Centre pour la défense de l'intérêt public, 1995.

Pour accroître le nombre d'utilisateurs d'Internet, il est nécessaire de surmonter deux problèmes. Premièrement, il faut élaborer et présenter une information de valeur comparable aux autres ressources, qui répond aux besoins particuliers des divers segments de la population. Ensuite, si ce type d'information existe, il faut régler le fait que les non-utilisateurs ne connaissent pas la gamme d'information disponible et ne savent pas comment utiliser ces ressources pour répondre à leurs besoins. L'élaboration de ressources informatives pertinentes constitue manifestement l'un des rôles importants de la politique publique. Les États et les organismes publics qui veulent favoriser et soutenir l'accès public, devront alors élaborer une meilleure stratégie de communication afin que les différents segments d'internautes soient mieux sensibilisés à l'égard de la disponibilité de l'accès public, des différents types de renseignements, des possibilités d'acquisition des connaissances et des services publics Internet connexes. D'autre part, on ne peut tout simplement croire que le fait d'avoir un contenu sur Internet ou d'offrir un contenu suffira à remplacer ou à supplanter l'information qu'on trouve dans d'autres supports.

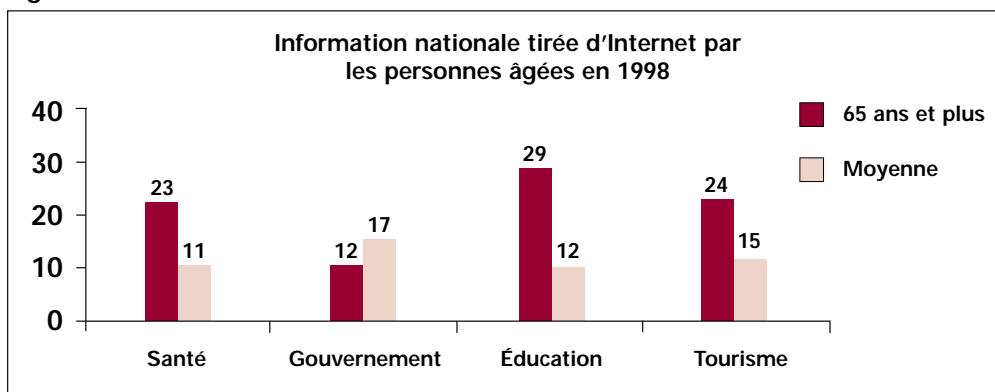
Les figures 18 et 19 ci-dessous illustrent la façon dont les segments démographiques utilisent Internet. Elles nous renseignent plus sur les besoins et le contexte social ou la vie quotidienne des individus que sur la technologie. Autrement dit, dans quelle mesure l'information ou les services sur Internet s'appliquent-ils et profitent-ils à la vie des utilisateurs?

Figure 18



Source : Les Associés de recherche Ekos, 1998

Figure 19



Source : Les Associés de recherche Ekos, 1998

Il faut bien saisir le contexte social pour comprendre la facilité avec laquelle les nouvelles technologies sont acceptées et utilisées, compréhension qui bien souvent se heurte à quelques assertions émancipatrices ou révolutionnaires à propos des nouvelles technologies. En général, les gens jugent une nouvelle technologie en fonction des avantages qu'ils tirent des technologies et services qu'ils connaissent et qu'ils utilisent, par exemple, la télévision, la câblodistribution, l'automobile, le téléphone, les catalogues, les livres, etc., et l'évaluent d'après son rendement, la satisfaction qu'elle procure, ses coûts et le niveau auquel elle répond à leurs besoins existants ou améliore leur vie quotidienne.

Selon une recherche menée au Royaume-Uni sur l'acceptation et l'utilisation d'Internet et d'autres technologies, on constate que les individus accordent de l'importance au niveau auquel une technologie contribue aux valeurs ou aux activités existantes (la valeur sociale). Par exemple, certaines innovations technologiques qui sont apparues dans le passé, telles que les lessiveuses et les fours à micro-ondes, ont facilité des activités ménagères, souvent en faisant gagner du temps. Toutefois, contrairement aux annonces publicitaires à propos des propriétés du four à micro-ondes lorsqu'on l'a lancé, il n'a pas remplacé d'autres méthodes de cuisson (par exemple, le poêle, le four conventionnel). Par conséquent, lorsqu'une personne adopte une nouvelle technologie, elle ne se fie pas aux avantages prétendus par son promoteur, elle juge elle-même si cette technologie répond ou non à ses besoins existants et s'intègre facilement à ses activités quotidiennes. Les possibilités qu'offre la technologie ne constituent pas nécessairement un attrait au niveau individuel ou social. Internet offre des avantages de communication spécifiques, dans le cadre de certaines activités ou domaines (lieux de travail, interactions ou transactions à distance), mais il reste encore à prouver qu'Internet peut transformer la société, ou même qu'il est recommandable pour toutes les activités ou types d'information ou services<sup>34</sup>.

Par ailleurs, les coûts constituent un critère important lorsqu'il s'agit d'évaluer l'utilisation d'une technologie. Par rapport à l'utilisation des différents services de communication et

<sup>34</sup> Morrison, D., Svennevig M. et Firmstone, J. « The Social Consequences of Communication Technologies in the United Kingdom », *The Communications Revolution at Work*, éd. R. Boyce, Montréal, McGill-Queen's University Press, 1999, pp. 63-67.



de divertissement à domicile, Internet présente certains désavantages : contrairement à des articles durables, tels que la radio, le téléviseur, etc., Internet entraîne des frais mensuels, outre le coût assez élevé de l'achat (ou des achats, en fait!) d'un ordinateur ou d'un décodeur numérique. Si on compare les dimensions coûts/moyens financiers et valeur sociale d'Internet (sans tenir compte de la qualité du contenu et du service) avec les activités ménagères ou individuelles existantes et mesurables de façon empirique, on remet en question la théorie plutôt répandue du potentiel « révolutionnaire » du réseau.

De plus, en tenant compte des valeurs sociales, on peut mieux comprendre pourquoi nombre de personnes choisissent de ne pas se brancher ou pourquoi, pour plusieurs internautes, le réseau planétaire est un ajout aux moyens de communication dont ils disposent déjà, et non pas un remplacement de ces moyens. Même si le contenu et les services sur Internet deviendront importants, et de plus en plus pour certaines personnes, la possibilité d'avoir accès à des ressources de communication et d'information et de les utiliser sous divers supports et à l'aide de différents moyens d'accès sera encore plus essentielle pour la majorité de gens au cours des années à venir<sup>35</sup>.

### **S'AGIT-IL D'UNE ÉVOLUTION DES HABITUDES D'UTILISATION?**

Les tendances les plus récentes concernant le développement d'Internet ainsi que la façon dont on l'offre, l'utilise et y accède, donnent à réfléchir sur l'évolution possible des changements qu'on peut apporter au fossé numérique et les mesures à prendre pour résoudre les questions de l'accès et du contenu. En règle générale, l'utilisation d'Internet tend à se concentrer en trois modèles : passive, active et à des fins professionnelles.

L'utilisation passive est un modèle bien connu, l'écoute de la télévision étant son exemple le plus manifeste. Comme les entreprises médiatiques ont désormais ciblé Internet comme un secteur d'activités principal, la tendance s'oriente vers une production, une présentation et une distribution du contenu qui ressemblent à celles des autres produits médiatiques courants. Par conséquent, on offre toute une gamme de programmations et de stations dans l'espace d'étalage électronique des mégasites ou des portails, AOL par exemple. Cette stratégie de commercialisation (poussée d'information), jumelée aux fortes chances qu'Internet devienne une option qu'offriront le service téléphonique, la câblodistribution et autres services vidéo, crée des conditions qui permettent aux individus de consommer passivement le contenu sur Internet, de devenir des spectateurs au lieu de naviguer, par exemple, en un seul clic, l'utilisateur peut tout aussi bien lancer une application, regarder le contenu, imprimer, envoyer un courrier électronique et revenir à la fonction télévision. La facilité d'accès et d'utilisation d'Internet pour obtenir de l'information et se divertir de façon passive créera des conditions qui rendront l'information plus accessible à une partie des non-utilisateurs actuels. Toutefois, l'intérêt, l'alphabétisme, les compétences et les moyens financiers seront toujours, à divers degrés, des obstacles pour un grand nombre de non-utilisateurs, et le coût du service, un sujet de préoccupation, pour les utilisateurs à faible revenu.

---

<sup>35</sup> Ibid, pp. 67, 72, 74.



L'utilisation active, où il faut déployer de véritables efforts pour arriver à un résultat, est la seconde tendance en importance de l'actuelle évolution Internet. Il s'agit surtout des transactions en direct, que ce soit pour effectuer une transaction commerciale, remplir ou récupérer des formulaires et des documents, ou obtenir d'autres types de renseignements. Dans une certaine mesure, il y a un chevauchement entre l'utilisation active et la consommation passive, le lèche-vitrine électronique par exemple; toutefois, l'utilisation active nécessite non seulement la capacité d'accéder à Internet, mais aussi des niveaux plus élevés d'habiletés et de culture technologiques que dans le cas de l'utilisation passive.

L'utilisation à des fins professionnelles, la troisième de ces tendances, restera vraisemblablement la chasse gardée de l'élite et des maniaques de l'information. Ce genre d'utilisation d'Internet n'est pas toujours facile, naviguer pour trouver des renseignements précis nécessaires à une tâche ou à un besoin particulier est fastidieux. Outre l'enthousiasme, il semble que ces tâches requièrent des habiletés technologiques et une technologie peut-être plus coûteuse que Internet via le téléviseur.

Il faut étudier toujours les questions relatives au double fossé numérique en tenant compte de la façon dont les différents types de renseignements et de services, en particulier ceux qu'on considère essentiels et nécessaires, sont offerts, de la façon dont on y a accès et de la façon dont on consomme produits de communication, ainsi que du nombre des ressources qui sont disponibles. Quant aux « infopauvres », on ne pourra pas répondre à leur demande et utilisation actuelle et potentielle d'Internet et des services, tant qu'on ne se penche sur un certain nombre de variables importantes, notamment la qualité du contenu, le temps disponible, le contexte social, l'initiation à la technologie, l'accès abordable et les ressources connexes.

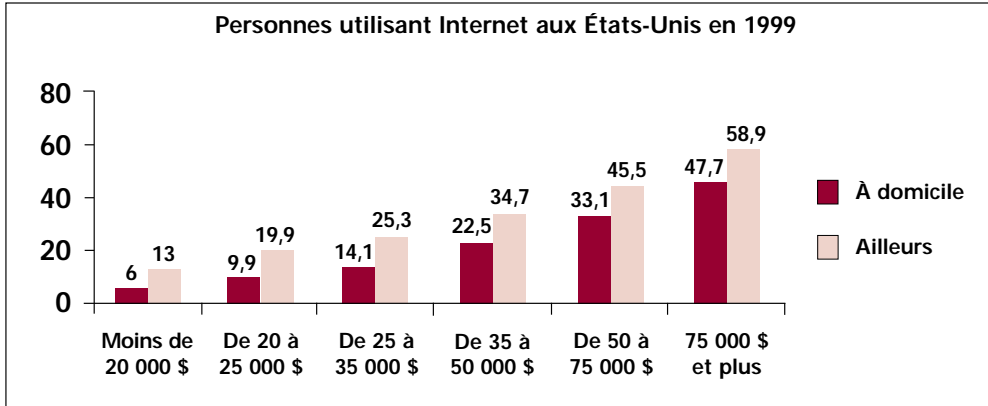
### FOSSÉ NUMÉRIQUE AUX ÉTATS-UNIS

Le Canada et les États-Unis se classent au premier rang dans le développement des économies et des sociétés de l'information; aussi s'avère-t-il utile d'examiner les similitudes et les différences à l'égard de l'utilisation d'Internet dans ces deux pays. Dans l'ensemble, le branchement suit même tendance aux États-Unis qu'au Canada.

À la fin de 1998, un peu moins de la moitié des ménages américains (40 p. cent) possédaient un ordinateur, mais un quart d'entre eux (25 p. cent) avait accès à Internet. À l'instar du Canada, la pénétration d'Internet a connu une croissance remarquable, mais comme c'est partout le cas, la croissance est fonction de la structure sociale : il y a une différence nette entre le groupe des « inforiches » (familles biparentales, à salaire élevé et ayant un niveau de scolarité élevé) et celui des « infopauvres » (jeunes et membres des minorités à faible salaire, ayant peu d'instruction, vivant dans les centres-villes ou dans les régions rurales). Comme au Canada, bien que tous les segments de revenu enregistrent une certaine croissance, le fossé numérique se creuse entre la classe supérieure d'une part et les classes moyenne et inférieure d'autre part. En étudiant les catégories de revenu dans l'élargissement du fossé, on constate que ce phénomène s'est amplifié entre les groupes à revenu élevé et tous les autres groupes dont le revenu est inférieur à 50 000 \$. Par ailleurs,

l'augmentation de l'accès du groupe au revenu le plus élevé (75 000 \$ et plus) et celle du groupe au revenu le plus faible (moins de 10 000 \$) ne se faisaient pas au même rythme et cette différence de l'augmentation s'élevait à 29 p. cent (une augmentation de 42 à 52 p. cent). L'écart entre les segments à revenu faible et élevé s'est accentué en cours de la même période. Cet écart devrait persister encore quelques années<sup>36</sup>, comme c'est le cas au Canada.

Figure 20 :



Source : National Telecommunications and Information Administration, 1999

Parmi les principales raisons pour lesquelles les américains n'ont pas accès à Internet à domicile, on signale, dans une même proportion qu'au Canada (voir ci-dessus), l'absence de besoins ressentis (25,7 p. cent) et les coûts (16,8 p. cent). Au chapitre des coûts, on mentionne surtout les frais mensuels de services Internet (9,7 p. cent) et les appels téléphoniques pour joindre le fournisseur de service Internet. Environ un répondant sur dix (9,6 p. cent) indique qu'il n'a pas accès à Internet à domicile car ce service lui est disponible ailleurs, que ce soit au travail, à l'école ou dans un centre d'accès public<sup>37</sup>.

Aux États-Unis, l'accès public est offert dans des centres d'accès communautaire (CAC). Semblables aux sites d'accès communautaire (Programme d'accès communautaire - PAC) au Canada, ces centres se trouvent dans des écoles, des bibliothèques et d'autres points d'accès communautaire. On considère importante la place de ces centres dans la politique publique visant à permettre aux citoyens d'avoir accès à Internet, en attendant qu'ils en aient les moyens financiers. En général, ce sont surtout les chômeurs et les personnes à faible revenu et ayant peu d'instruction qui utilisent les CAC pour chercher un emploi et suivre des cours<sup>38</sup>.

Aux États-Unis, les types d'utilisation d'Internet varient en fonction de la classe sociale : par exemple, environ la moitié des personnes (entre 45 et 55 p. cent) des couches à faible

<sup>36</sup> National Telecommunications and Information Administration (NTIA). *Falling Through the Net: Defining the Digital Divide*, juillet 1999, pp. xiii, 1, 9.

<sup>37</sup> Ibid. p. 38.

<sup>38</sup> Ibid. p. xiv.

revenu (moins de 20 000 \$) suivent des cours sur Internet par rapport à un tiers (35 p. cent) des membres des groupes à revenu élevé (plus de 25 000 \$). Parallèlement, dans les segments à faible revenu, environ une personne sur quatre (entre 20 et 25 p. cent) cherche des emplois sur Internet, alors qu'un peu moins de personnes (entre 15 et 20 p. cent) des segments ayant un revenu supérieur à 25 000 \$ utilisent Internet dans cette fin<sup>39</sup>.

La politique des États-Unis repose sur la promotion d'un marché concurrentiel et sur l'objectif du service universel : ce sont les principales mesures qui permettront de transformer le pays en une société de l'information. Les raisons sont les mêmes qu'au Canada. Bien que Internet ne soit actuellement pas un service essentiel, autrement dit nécessaire à la survie, il n'en demeure pas moins qu'aux États-Unis, peu s'en faut pour le considérer comme tel : Internet, à l'instar du téléphone et de l'ordinateur, deviendra un ingrédient « nécessaire à la réussite »<sup>40</sup>.

La valeur d'Internet dépend du contexte, c'est-à-dire la façon dont il se développe et s'utilise pour modifier le travail, les communications et la consommation. On considère que la concurrence dans les communications atténue dans une certaine mesure le problème du fossé numérique, en faisant baisser les prix par exemple; cependant elle ne constitue pas la seule solution. Le coût de l'équipement et des services, les moyens financiers et les compétences pour les utiliser seront toujours des obstacles et des freins. On considère qu'il est essentiel de poursuivre, à court terme, des initiatives publiques, telles que des mesures visant le développement et le soutien des CAC, des dépenses de soutien pour le service universel, des initiatives en matière d'alphabétisme et de langage, la conception de produits pour les personnes handicapées et des stratégies de communication et de sensibilisation (aux sites d'accès et aux services offerts aux groupes cibles)<sup>41</sup>.

---

<sup>39</sup> Ibid. p. 60.

<sup>40</sup> Ibid. p. 77.

<sup>41</sup> Ibid. pp. 77-79.

### Conclusion

*Sur les côtes de l'histoire s'éparpillent les épaves des prédictions.* [Trad.]  
James Bryce, ambassadeur du Royaume-Uni aux États-Unis, 1893

Internet s'est hissé au rang des principales technologies de communication; par conséquent, la plupart des gens doivent accéder à un certain degré à l'infrastructure pour pouvoir participer adéquatement dans la société, tout particulièrement lorsque leurs propres besoins sociaux et économiques sont en jeu (p. ex., l'emploi, l'accès à des services et des renseignements importants). Avec le temps, Internet deviendra un moyen d'accès qui vient compléter d'autres formes de communication et d'interaction sociale et non pas les remplacer, du moins dans un proche avenir.

L'intégration d'Internet dans un amalgame de technologies et de pratiques de communication sera déterminée avant tout par le contexte social qui façonne la vie des citoyens, une intégration qui sera fonction des variables comme les coûts, les besoins existants, la valeur accordée à l'utilisation de l'information et des services, etc. Nous continuerons donc de faire des courses dans les magasins, d'écouter la télévision, de lire des livres, de rencontrer des amis dans les lieux publics, d'assister à des concerts et d'aller à l'école. Avec les changements que connaît la technologie, on peut faire des conjectures concernant l'établissement des prix et les questions connexes, le genre de personnes qui auront accès à cette technologie et qui l'utiliseront couramment, et les moyens dont elles disposeront. Internet s'approche actuellement les plus hauts niveaux de pénétration éventuelle au sein des ménages à revenu moyen et élevé, un grand nombre de personnes des classes inférieures et une minorité de personnes des classes supérieures n'étant pas branchés.

On fait preuve d'un optimisme exagéré en pensant que toute la population du Canada sera branchée. À moins qu'un événement ne survienne faisant d'Internet un élément essentiel et indispensable, comme le service téléphonique local de base, ou encore abordable, facile à utiliser et omniprésent comme la radio et la télévision, un double fossé numérique avec des différents niveaux d'accès persistera, comme on le voit couramment avec la plupart des autres produits et services au Canada, notamment les communications. Ces différences de niveaux d'accès sont attribuables à des variables telles que les besoins, le revenu, les moyens financiers, la valeur perçue, le niveau de scolarité, le sexe, le lieu de résidence et l'alphabétisme.

Ce sont les revenus (les coûts) qui ont la plus grande incidence sur l'utilisation d'Internet. L'âge est un élément qui, quoique important, compte moins dans ce cas, les jeunes sont plus enclins à utiliser Internet que les personnes âgées. Le sexe et le niveau de scolarité sont des facteurs importants mais non déterminants de l'utilisation d'Internet. Les non-utilisateurs se composent en grande partie de femmes. Outre le revenu, le statut socioéconomique est important pour déterminer et comprendre les attitudes des gens à l'égard de l'infrastructure et pour établir le rapport entre les attitudes des gens et leur niveau d'utilisation. La série de paramètres (attitudes), qui influe sur l'utilisation probable d'Internet des ménages à revenu élevé, est différente de celle des ménages faible revenu.

Les non-utilisateurs se divisent globalement en trois groupes ou types. Les non-utilisateurs de type 1, considérés comme des quasi-utilisateurs, s'intéressent aux services en direct mais font face à des obstacles tels que les coûts et les connaissances technologiques. L'amélioration du contenu, la disponibilité des sites d'accès public (p. ex., PAC, RAC) et l'intensification de la sensibilisation grâce à des initiatives visant à promouvoir l'existence de ces services publics et du contenu présenté sont susceptibles de faciliter et d'accélérer l'utilisation d'Internet par ce groupe. Pour ce qui est des types 2 et 3, les non-utilisateurs sont aux prises avec le même genre d'obstacles, à savoir les coûts et les connaissances technologiques, mais également avec d'autres importants facteurs comme l'absence de contenu qui leur conviennent et le manque perçu d'avantages personnels et de valeur sociale du service Internet. À long terme, il est possible que les non-utilisateurs de type 2 utilisent davantage Internet si les administrations publiques mettent en œuvre certaines interventions telles que les sites d'accès (PAC, RAC), l'élaboration d'un contenu pertinent, l'aide à la formation, etc. Quant aux non-utilisateurs de type 3, ils ont fort peu de chances de devenir un jour des internautes. À moyen et long termes, le gouvernement et d'autres organismes devront continuer d'offrir des services à ce groupe et de communiquer avec lui (ainsi qu'avec un bon nombre de non-utilisateurs de types 1 et 2), à l'aide de divers services existants, comme les communications en personne, le courrier, le téléphone, etc. À l'instar des internautes actuels, lorsque des non-utilisateurs commencent à utiliser Internet, ils ajouteront cette technologie à une gamme de méthodes d'accès des communications plutôt que de les remplacer.

En raison de la vitesse à laquelle Internet s'implante et de la place centrale qu'occupe ce réseau mondial dans les stratégies industrielles et gouvernementales, il faut que l'État intervienne afin de faciliter l'accès, d'améliorer l'initiation à la technologie et d'allouer des ressources pour l'élaboration d'un contenu pertinent et diversifié. À ce stade-ci, l'informatique et Internet ont surtout fait l'objet de « stratégies de pression » de la part du gouvernement et de l'industrie, le public ne s'étant pas senti concerné par l'accès à Internet à domicile de la même façon que par la qualité des soins de santé, les emplois, l'équité du régime fiscal ou le prix de l'essence. Plus récemment, la demande est devenue un facteur important pour certains segments sociaux, et même pour des spécialistes, et elle pourra s'accroître si la pertinence et la valeur du réseau perçues augmentent. Si, dans le cadre d'une politique nationale de développement industriel, social et culturel, les administrations publiques accordent à Internet une place principale dans la prestation d'information et de services, l'accès à Internet (contrairement aux autres technologies de communication axées sur le domicile qui, étant donné leur nature, peuvent s'utiliser à discrétion) – acquerra un tel poids que les personnes seront en mesure de satisfaire leurs propres besoins, aussi personnels puissent-ils être parfois, et ce de façon rapide et efficace.

Il y existe diverses options stratégiques pour résoudre le problème de l'accès technique à Internet. Par exemple, aux États-Unis, plusieurs entreprises privées offrent actuellement des programmes d'accès gratuit à des ordinateurs (donc à Internet) qui sont liés à l'utilisation et à la promotion des engagements. Dans le cadre d'une toute autre approche, La Grange, ville de 27 000 habitants dans l'État de Georgie, a réglé le problème du fossé numérique en payant à tous les citoyens le branchement à Internet. La ville a réussi à obtenir un

## CONCLUSION

---

bon ratio coûts-avantage en adoptant une méthode d'achats groupés par laquelle il coûte moins de 10 \$ par année par citoyen pour une connectivité à large bande. Au Canada, des réseaux communautaires ont mis en œuvre une démarche similaire<sup>42</sup>.

La Suède a adopté une politique semblable à celle de La Grange dans le but de fournir à tous les habitants du pays un accès à large bande. Au Canada, le gouvernement du Québec a annoncé dernièrement un programme 121 millions \$ pour inciter les familles à se brancher à Internet en accordant des subventions qui couvrent soit les coûts encourus par le service Internet et la location d'un ordinateur, soit les coûts des services Internet utilisés par l'entremise d'un ordinateur personnel ou d'un poste de télévision. Le programme assume jusqu'à 75 p. cent des coûts déboursés par les citoyens et ce, jusqu'à concurrence de 450 \$ par année<sup>43</sup>. Toutefois, comme il n'existe au Canada aucune approche politique à grande échelle par laquelle les différents échelons de gouvernement subventionneraient directement l'accès technique depuis le domicile, le gouvernement fédéral pourra assumer le rôle de mettre sur pied un grand nombre d'installations d'accès public afin d'assurer l'alphabétisation et d'apporter du soutien à l'élaboration du contenu.

Dans ce contexte, pour ce qui est non-utilisateurs ainsi que des utilisateurs réguliers et occasionnels, les principaux objectifs de politiques de tous les ministères gouvernementaux devront porter essentiellement sur des questions d'accès, de culture technologique et de bagage social, de capacité et d'application sociale, de mise sur pied des initiatives visant l'élaboration du contenu à différents niveaux dans la société, et sur la disponibilité continue des divers moyens d'accès et sur la diffusion de l'information. En outre, ces interventions devront évoluer et s'adapter au fil du temps, car les besoins et les habitudes des personnes changent, tout comme les technologies.

Pour ceux qui n'ont pas la capacité de payer l'accès à Internet ou qui choisissent de ne pas y avoir accès à domicile, les sites d'accès public continueront à occuper une place importante dans les politiques publiques. Ces sites serviront un but fondamental : elle joue un rôle de service public dans les stratégies socio-économiques globales du gouvernement fédéral en matière d'infrastructure. En permettant à la population d'accéder diversement à Internet à partir des sites publics, on s'aligne parfaitement sur les usages sociaux et sur le mandat des services publics dans la société, par exemple, les services qu'offrent les bibliothèques, les bureaux de poste, les bureaux gouvernementaux, etc. À l'avenir, l'analyse et la planification stratégiques devront se pencher sur des questions telles que le nombre et l'emplacement des sites d'accès public; les modèles d'établissement de réseaux communautaires; la responsabilité à l'égard de la gestion locale; la qualité de services (concernant autant l'infrastructure que le contenu, et la dotation en personnel); les services offerts au public; les conditions d'accès aux divers services et utilités; et les obligations et responsabilités du gouvernement en matière de financement. Les ministères fédéraux Industrie Canada

---

<sup>42</sup> « A Georgia City Closes the Digital Divide by Giving its Citizens Free Internet Access », *Financial Post*, le 23 mars 2000, p. C 12; Reddick, A. *Community Networking and Access Initiatives in Canada*, 1998.

<sup>43</sup> Crane, D. « Sweden's Broad Band for all Shames Canada », *Toronto Star*, le 23 mars 2000; « Quebec Seeks to Bolster Internet Penetration with Tax Credits and Subsidies », *Network Letter*, le 27 mars 2000, p. 5.

(PAC) et DRHC (RAC) devraient faire de ces questions des préoccupations essentielles, des questions qui, d'ailleurs, concernent aussi leurs partenaires communautaires et municipaux ainsi que les gouvernements provinciaux partenaires.

Pour ce qui est du contenu, il faut qu'il y ait une plus grande coopération et une meilleure coordination des activités entre les ministères du gouvernement fédéral et les partenaires provinciaux, régionaux et locaux. Quant aux ministères fédéraux, entre autres Industrie Canada, DRHC, SCT, Patrimoine Canada, Santé Canada, il leur faut mettre sur pied des politiques et des programmes ayant trait aux aptitudes et aux besoins sociaux des Canadiennes et Canadiens pour garantir le développement de différentes formes traditionnelles de contenu (communautaire, régional, national) et d'un contenu diversifié présenté sous support électronique pour compléter ces formes traditionnelles et répondre aux besoins existants et changeants en communication.

Lorsque cela est indiqué pour les collectivités, les gouvernements devront, en vertu de leurs obligations et responsabilités fixées par la loi, assurer le financement de l'intégration de l'accès communautaire ainsi que des activités liées à l'établissement de réseaux dans le cadre des partenariats et des collaborations, officiels ou non. Le soutien à la formation et à l'élaboration de contenu local devrait également faire partie de ce financement. Les groupes communautaires sont tenus de prendre en charge les activités d'intégration qui devraient être axées sur les besoins particuliers des individus et des groupes. Avec le temps, les groupes et les organismes communautaires ont acquis un important savoir-faire qui leur permet de répondre aux besoins de leur collectivité. En outre, ils ont établi d'heureuses relations de travail avec bien d'autres groupes actifs dans leur collectivité. Grâce aux actuels atouts et relations, il est possible d'intégrer la technologie informatique et les communications en direct aux ressources existantes en vue d'améliorer les services. Des options moins complexes, comme l'imposition de modèles exogènes susceptibles de contrecarrer les expériences et le savoir-faire acquis de ces groupes et organismes, ou l'introduction d'une nouvelle technologie en vue de remplacer des services ou du savoir-faire existants, risqueraient de mal servir les intérêts des collectivités et des individus.

Contrairement aux démarches axées sur la technologie, il faut que les organismes communautaires et différents échelons de gouvernement qui entreprennent des initiatives visant l'élaboration du contenu et la prestation de services, tiennent compte de la façon dont les divers segments sociaux ont actuellement accès à l'information et utilisent cette information en vue de leurs divers besoins. Les initiatives d'élaboration du contenu devront évoluer, être remplacées par d'autres initiatives, voire disparaître définitivement, car les activités en ligne ne seront pas secondaires mais deviendront l'un des moyens de communication courants de la population. Dans le cadre de la conception et de l'élaboration des ressources électroniques, il faut consacrer des efforts pour mieux organiser et cataloguer des ressources sociales, culturelles et économiques du Canada. On pourra, ainsi, faciliter l'accès à Internet, le rendre plus utile pour les utilisateurs et rehausser son attrait pour les non-utilisateurs.

Parmi les autres problèmes qui ont une certaine incidence sur les niveaux relativement faibles de fréquentation des sites publics par les non-utilisateurs, on peut citer le fait que



## CONCLUSION

---

les non-utilisateurs ne connaissent pas l'existence de ces sites publics dans la collectivité et d'un contenu électronique susceptible de répondre à leurs besoins. Des stratégies de communication améliorées, tant au niveau local que national, visant une plus grande sensibilisation du public en général et plus particulièrement des segments sociaux sous-représentés, à l'égard de l'existence de sites et de ressources relatives au contenu pertinent, permettraient dans une certaine mesure à accroître le branchement. Elles pourraient s'avérer utiles pour combler les besoins actuels de certains segments de la population, notamment les personnes âgées, les sous-employés, les chômeurs, les personnes ayant peu d'instruction ou de compétences, etc., et pour renseigner ces groupes de l'existence de ressources informatives utiles sur Internet. Si l'on veut amener les individus à comprendre la façon dont ils peuvent intégrer Internet à leurs activités quotidiennes, et les raisons pour le faire, afin de répondre à leurs besoins actuels, il vaut mieux encourager l'utilisation que de faire des prédictions abstraites et des promesses à propos de la révolution informatique.

Si on se tourne vers l'avenir et qu'on reconnaît que les communications au Canada à long terme seront toujours marquées par un double fossé numérique, on pourra alors mieux gérer les affaires publiques en mettant en œuvre des politiques, des programmes et des projets, pour rendre disponibles différents moyens qui permettraient aux Canadiennes et Canadiens de participer pleinement, judicieusement et fructueusement dans la société.



## Références

- Les Associés de recherche Ekos. *The Information Highway and the Canadian Communication Household* (L'autoroute de l'information et les moyens de communication dans les foyers canadiens). Ottawa, 1998.
- Les Associés de recherche Ekos. *Rethinking the Information Highway: Privacy, Access and the Shifting Marketplace*, Ottawa, 2000.
- Les Associés de recherche Ekos. *Repenser le gouvernement*, Ottawa 1995.
- Canada, Discours du Trône, le 23 septembre 1997.
- Centre for Social Justice. *L'écart grandissant : un rapport sur l'inégalité grandissante entre les riches et les pauvres au Canada*, Toronto, octobre 1998.
- Préparer le Canada au monde numérique*, Conseil consultatif de l'autoroute de l'information, 1997, pp. 46-51.
- Conseil national du bien-être. *Profil de la pauvreté*, 1997, Ottawa, automne 1999.
- Conseil national du bien-être. *Profil de la pauvreté*, 1996, Ottawa, printemps 1998.
- Crane, D. « Sweden's Broad Band for all Shames Canada », *Toronto Star*, le 23 mars 2000.
- Initiative des réseaux d'apprentissage communautaires (RAC) — Lignes directrices*, Développement des Ressources Humaines Canada, 1999.
- Initiative des réseaux d'apprentissage communautaires (RAC) — Foire aux questions*, Développement des Ressources Humaines Canada, 1999.
- Le développement humain : un engagement. Une vision de DRHC*, 1998; *Practical Vision and Action Plan*, working draft, Développement des Ressources Humaines Canada, le 22 juin 1998.
- Dickenson, P. et Sciadas, G. *Canadiens branchés*, Statistique Canada, février 1999.
- Financial Post*. « A Georgia City closes the digital divide by giving its Citizens free Internet access » le 23 mars 2000, p. C 12.
- Document d'information : Stratégie canadienne pour l'autoroute de l'information, Industrie Canada, 1997; *Un Canada branché*, page Web : [www.connect.gc.ca](http://www.connect.gc.ca)
- Manley, J. Notes d'allocation : *Un Canada branché*, discours du 26 février 1998 de l'honorable John Manley, ministre de l'industrie, devant l'Empire Club, Ottawa, 1998.

## RÉFÉRENCES

---

- Morrison, D., Svennevig M. et Firmstone J. « The Social Consequences of Communication Technologies in the United Kingdom » dans (éd. R. Boyce) *The Communications Revolution at Work: the Social, Economic and Political Impacts of Technological Change*, Montréal, McGill-Queen's Press, 1999.
- Mosco, V. *Public Policy and the Information Highway: Access, Equity and Universality*, Bibliothèque nationale du Canada, 2000.
- National Telecommunications and Information Administration (NTIA). Falling Through the Net: Defining the Digital Divide*, juillet 1999.
- Network Letter*. « Quebec seeks to bolster Internet penetration with tax credits and subsidies » le 27 mars 2000, p. 5.
- Ottawa Citizen*. « Wired Canada to cost \$5B: Federal departments' services, information to go on Web in 2004 » le 12 décembre 1999, p. A1.
- Reddick, A. *The Canadian Dual Digital Divide*, présentation du 23 octobre 1999 devant la conférence de 1999 de l'association des sociologues et des anthropologues de l'Atlantique (1999 Atlantic Association of Sociologists and Anthropologists Conference), Fredericton, Nouveau-Brunswick.
- Reddick, A. « Access and the Information Highway » dans (éd. R. Boyce) *The Communications Revolution at Work: the Social, Economic and Political Impacts of Technological Change*, Montréal, McGill-Queen's Press, 1999.
- Reddick, A. *Community Networking and Access Initiatives in Canada*, Ottawa, Centre de la défense de l'intérêt public, 1998.
- Reddick, A. *The Information Superhighway: Will Some Canadians be Left on the Side of the Road?*, Ottawa, Centre pour la défense de l'intérêt public, 1998.
- Reddick, A. *Sharing the Road: Convergence and the Canadian Information Highway*, Centre pour la défense de l'intérêt public, 1999.
- Sen, A. *Development as Freedom*, New York, Knopf, 1999
- Statistique Canada. *Un portrait des aînés au Canada*, numéro de catalogue 89-519-XPF, 1999.
- Statistique Canada. *Les habitudes de dépenses au Canada*, numéro de catalogue 62-202-XPB, 1997.
- La société canadienne à l'ère de l'information : pour entrer de plain-pied dans le XXI<sup>e</sup> siècle*, 1996.
- Statistique Canada. *Lire l'avenir : un portrait de l'alphabétisme au Canada*, 1996.

Statistique Canada. « Connaissances en informatique – une exigence de plus en plus répandue », *Revue trimestrielle de l'éducation*, 1999.

Upitis, R. « Impact of the Communications Revolution on Education », dans (Boyce, R. éd.) *The Communications Revolutions at Work: the Social, Economic and Political Impacts of Technological Change*, Montréal, McGill-Queen's University Press, 1999.

