

**INDICATEURS DU CAPITAL SOCIAL
DES GROUPES DE
LANGUE OFFICIELLE AU CANADA**

**Étude réalisée par
Eric Forgues
Chercheur**

**INSTITUT CANADIEN DE RECHERCHE SUR LES
MINORITÉS LINGUISTIQUES
Juillet 2005**

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES TABLEAUX.....	2
PARTIE I L'ENQUÊTE SOCIALE GÉNÉRALE SUR L'ENGAGEMENT SOCIAL	
Le capital social des communautés de langue officielle au Canada	3
Pertinence de décrire le capital social des communautés.....	3
Présentation des données.....	6
Analyse régionale	10
Analyse de l'engagement social des communautés minoritaires de langue officielle	25
PARTIE II L'ENQUÊTE SOCIALE GÉNÉRALE SUR L'EMPLOI DU TEMPS	
Analyse pancanadienne	35
Analyse régionale	42
Analyse de l'engagement social des communautés minoritaires de langue officielle	54
CONCLUSION	55
RÉFÉRENCE.....	57
ANNEXES	58

LISTE DES TABLEAUX

DONNEES SUR L'ENQUETE SOCIALE GENERALE SUR L'ENGAGEMENT SOCIAL

Indicateurs de la participation civique	8
Diversité des liens sociaux (%)	9
Diversité des liens sociaux (moyenne des scores)	9
Type d'engagement dans l'organisme le plus actif	9
Indicateurs régionaux de la participation civique	11
Contacts selon la langue, l'éducation et le revenu	13
Contacts selon la langue, l'éducation et le revenu (moyenne des scores)	14
Indicateurs de l'engagement politique	15
Indicateurs régionaux de l'engagement politique	16
Liens de proximité	18
Entraide entre voisins	18
Indicateurs de la confiance	19
Aide pour obtenir un emploi dans les régions	19
Liens de proximité et entraide dans les régions	20
Indicateurs régionaux de la confiance	21
Importance des liens	22
Assistance aux services religieux	23
Importance des liens dans les régions	23
Assistance aux services religieux dans les régions	24

DONNEES RELATIVES AUX MINORITES DE LANGUE OFFICIELLE SELON LES REGIONS

Indicateurs de la participation civique	25
Contacts selon la langue, l'éducation et le revenu	27
Engagement bénévole dans l'organisme le plus actif	28
Engagement politique	28
Liens de proximité et confiance	30
La confiance	32
Importance des liens	33
Assistance aux services religieux	34

DONNEES DE L'ENQUETE SOCIALE GENERALE SUR L'EMPLOI DU TEMPS

Engagement civique	38
Aimer être seul	39
Aimer regarder la télévision	40
Aimer faire du bénévolat	40
Aimer les activités sociales	41
Aimer être membre de clubs	41

LE CAPITAL SOCIAL DES COMMUNAUTÉS DE LANGUE OFFICIELLE AU CANADA

Cette étude descriptive et exploratoire porte sur le capital social des communautés de langue officielle au Canada. Elle a été réalisée à partir des données de deux enquêtes sociales générales de Statistique Canada : l'*Enquête sociale générale sur l'engagement social* (ESGES) (2003) et l'*Enquête sociale générale sur l'emploi du temps* (ESGET) (1998). Ces enquêtes comportent certaines variables indicatrices du capital social. Au sens large, le capital social renvoie aux liens sociaux, à l'engagement social, à la confiance et aux normes de réciprocité. Nous avons considéré les données de l'ESGES qui se rapportent au capital social de la population francophone canadienne par comparaison avec la population anglophone¹. Nous avons voulu souligner les différences sur le plan du capital social entre les communautés de langue officielle au Canada et entre les régions du Canada, sans prétendre les expliquer. Ainsi, même si certaines différences apparaissent entre les communautés linguistiques, cela ne signifie pas que la langue est le facteur expliquant ces différences. D'autres études devraient être réalisées pour nous permettre d'expliquer et de mieux comprendre ces différences. Nous souhaitons que notre travail inspire de telles études.

PERTINENCE DE DÉCRIRE LE CAPITAL SOCIAL DES COMMUNAUTÉS

La littérature a mis en lumière ces dernières années les avantages que procure le capital social à la fois pour un **individu** et pour une **communauté**. En bref, les **individus** qui jouissent d'un capital social élevé ont davantage de possibilités d'accéder à des ressources. Si nous limitons la définition du capital social aux **liens sociaux** et aux **réseaux** (Forgues, 2004), cela signifie que plus nous sommes insérés dans une collectivité, plus nous avons de liens sociaux qui nous rattachent à elle, plus grandes sont nos chances d'obtenir certains biens ou avantages (matériels, financiers, opportunités, informations stratégiques). La nature des réseaux et des liens influencera le type de ressources dont peuvent se servir les individus qui y sont insérés.

Le capital social offre aussi des avantages pour les **collectivités**². Plus les communautés sont riches en capital social, c'est-à-dire plus elles sont pourvues en réseaux et organismes, plus elles peuvent compter sur une réserve de liens sociaux susceptibles d'être mobilisés et utilisés pour réaliser des activités sociales³. En général, elles témoignent de ce fait d'une plus grande vitalité communautaire. En outre, elles possèdent des compétences et un savoir-faire organisationnel et de gouvernance supérieurs. Une communauté qui n'est pas habituée à travailler ensemble aura moins les aptitudes et les dispositions sociales nécessaires à cette fin, même si elle a à sa disposition de toutes les ressources économiques dont elle a besoin. La nature des liens sociaux et des organismes au sein des communautés influence également le succès ou l'échec des entreprises collectives.

Ainsi, le capital social peut expliquer que certaines communautés réalisent plus facilement des projets sociocommunautaires ou qu'elles se développent plus que d'autres.

¹ Notre analyse s'inscrit dans le cadre d'une recherche plus approfondie sur le capital social et la gouvernance des communautés minoritaires de langue officielle au Canada. Cette recherche en cours est financée par le CRSH. Se reporter à Forgues (2004) pour une présentation du cadre théorique et des concepts.

² Nous parlons alors de *capital social collectif*, que nous distinguons du *capital social individuel*.

³ Même si nous parlons en des termes qui semblent indiquer une mesure de capital social, il demeure que l'établissement de cette mesure comporte des difficultés.

C'est ce qui explique que des organisations (organismes communautaires, institutions, entreprises) stimulent les activités sociales qui visent le réseautage. Le réseautage est devenu une activité de premier plan dans plusieurs milieux organisationnels parce que les acteurs ont compris, bien avant les experts sur le capital social, que l'insertion des individus dans des réseaux et l'existence même de réseaux comportent des avantages indéniables pour les organisations. C'est pourquoi des organismes communautaires tissent des liens avec d'autres organismes pour créer des réseaux qui profitent, idéalement, à chaque organisme.

Même si les sociologues savent depuis longtemps que la dimension sociale joue un rôle dans le développement des sociétés, dans leurs entreprises collectives et économiques, ce n'est que depuis peu que les experts en matière d'économie et de politiques publiques s'intéressent à l'importance de cette dimension dans la réalisation de projets sociaux et l'ont reconnue. Les fonctionnaires gouvernementaux au Canada, par exemple, se tournent vers cette dimension pour déterminer l'utilité du capital social dans les politiques publiques (*Horizons*, 2003).

Si les experts s'entendent aujourd'hui pour reconnaître l'importance du capital social dans les projets sociaux et le développement des communautés, il demeure cependant difficile de prendre en compte cette dimension dans la planification, notamment en raison de la difficulté de la mesurer. La littérature montre que de nombreux indicateurs permettent de saisir le capital social, mais le capital social renvoie aussi à une dimension qualitative que nous devons d'abord *comprendre* avant de tenter de la *mesurer*.

Par exemple, la **confiance** constitue un élément essentiel du capital social. Si elle diminue dans un lien social, c'est le lien qui s'amenuise peu à peu. Ce qui exprime une perte en capital social. Or, pour qui s'intéresse au capital social à des fins utilitaires, il s'avère difficile de rajouter de la confiance ou de la diminuer, à l'instar du capital économique.

Autre élément constitutif du capital social est le **sentiment d'appartenance** communautaire. Plus les membres d'une communauté ont acquis un sentiment d'appartenance communautaire, plus leur capacité d'engagement social est élevée. Or, comment s'acquiert le sentiment d'appartenance ? C'est à cet écueil que se sont heurtés nombre de théoriciens en gestion organisationnelle qui souhaitaient créer une culture d'entreprise.

Exemple des Jeux d'hiver du Canada en 2003 en Acadie

On ne pourrait pas expliquer le succès des Jeux d'hiver du Canada qui ont été organisés dans le nord du Nouveau-Brunswick en 2003 sans penser au sentiment d'appartenance communautaire des bénévoles ont travaillé à l'organisation de ces jeux. L'existence de réseaux associatifs et de bénévoles mobilisables a permis de réaliser ces jeux, mais les bénévoles ont été d'autant plus mobilisés qu'ils désiraient montrer à la population du reste du pays, qui avait les yeux tournés vers leur région, qu'ils pouvaient faire de ces jeux un succès. Si bien que cet objectif est devenu une priorité régionale qui mobilisait l'ensemble des acteurs de la communauté. Grâce à cette fierté communautaire, au sentiment d'appartenance régionale, le comité organisateur pouvait compter sur une ressource qui joue pour beaucoup dans la réalisation de tels jeux et qui fait la différence, bien souvent, entre l'échec ou la réussite d'un événement.

Comprendre le capital social, c'est d'abord savoir qu'il s'agit de liens sociaux qui, même s'ils se moulent aux liens formels (comme les relations de travail), suivent des règles informelles, plus près des règles du don et de la réciprocité que des règles formelles d'organisation (se reporter à l'encadré plus bas sur les règles du don). Le capital social renvoie aux réseaux et aux liens par lesquels circulent et s'échangent un ensemble de ressources (matérielles, humaines, financières, informationnelles, etc.). L'accès à ces ressources peut, certes, dépendre de conditions formelles (économiques, marchandes, bureaucratique), mais dans un contexte où le capital social intervient, une part de cet accès renvoie à des conditions informelles, suivant les règles du don et de la réciprocité. Autrement dit, l'accès à une partie ou à la totalité des ressources est subordonné à l'insertion du sujet dans un réseau de liens sociaux qui lui procurent des avantages. Parce que le sujet connaît la personne qui a accès à la ressource ou à une autre personne qui y a accès, il obtient une chance d'y accéder.

Les règles du don

Suivant la règle de réciprocité et du don, le sujet qui donne quelque chose ou qui rend service à un autre sujet, s'attend à ce celui-ci lui rende service en retour lorsqu'il en aura besoin. Cette règle non écrite est informelle et de nature normative.

Les règles du don ont d'abord été mises en lumière par les anthropologues qui étudiaient les sociétés dites primitives. Ils ont constaté qu'elles effectuaient de nombreux échanges entre elles, lesquels suivaient d'autres règles que celles du marché et de la distribution étatique. Dans ces sociétés, le don règle les échanges en fonction d'une triple obligation : celle de donner, celle de recevoir et celle de rendre. L'individu qui reçoit un bien, est obligé de l'accepter. Il sera tenu de donner en retour un bien dans une autre situation qui se présentera à lui. Cette triple obligation insère, en fait, les individus dans un circuit d'échanges qu'ils doivent contribuer à alimenter.

Les anthropologues se sont ensuite tournés vers nos sociétés pour constater que le don y était aussi présent et qu'il jouait même un rôle déterminant dans la cohésion sociale. En faisant partie d'un réseau, nous participons à un système d'échanges de biens qui peuvent prendre différentes formes (informations, ressources matérielles, humaines et financières). C'est en ce sens que le capital social suit une logique du don⁴.

L'exemple des politiques publiques visant le développement des communautés minoritaires de langue officielle au Canada (CMLOC)

Les initiatives gouvernementales fédérales canadiennes pour développer les CMLOC dans la foulée de la partie VII de la *Loi sur les langues officielles* prennent appui sur des structures de gouvernance horizontale qui mobilisent la société civile des CMLOC pour créer des liens de partenariat avec l'État fédéral. Cela suppose que le capital social des CMLOC est mobilisé, du

⁴ Voir le chapitre 1 de l'ouvrage de Lévesque, Bourque et Forgues (2001).

moins partiellement, dans ces structures de gouvernance. L'étude de ces initiatives permet de voir comment le capital social des CMLOC joue un rôle tant dans ces initiatives que dans la mise en place des structures de gouvernance. Elles montrent également jusqu'à quel point le gouvernement fédéral et les CMLOC prennent en compte cette dimension dans leur planification et dans l'établissement de structures de gouvernance horizontale. C'est pourquoi nous croyons utile et opportun de tracer un premier portrait descriptif du capital social de la population canadienne et de ses communautés de langue officielle.

PRÉSENTATION DES DONNÉES

La première partie de l'étude porte sur certaines variables de l'Enquête sociale générale sur l'engagement social (ESGES) qui illustrent le capital social des individus. Les données de l'ESGES ont été recueillies auprès de 24 951 répondants du Canada de février à décembre 2003 (le Yukon, les TNO et le Nunavut non compris)⁵. L'ESGES comporte certaines données qui nous renseignent sur le capital social de la société canadienne. Plus précisément, les données de l'ESGES portent sur la participation sociale, la participation à la vie communautaire, la confiance et la réciprocité⁶. Nous avons fait notre analyse en prenant en considération la langue et les régions du Canada⁷.

VOLET PARTICIPATION CIVIQUE

Bénévolat depuis 12 mois

Pendant l'année qui a précédé l'enquête, ce sont les anglophones qui ont plus fait de bénévolat au sein d'un organisme. La différence est significative (39,4% d'anglophones comparativement à 24,0% de francophones)⁸.

Dons

Les francophones ont été plus nombreux proportionnellement à faire un don au cours de l'année qui a précédé l'entrevue.

L'analyse de la participation civique selon les types d'engagement, permet de faire les observations suivantes.

⁵ Pour en savoir davantage sur cette enquête, voir le *Guide de l'utilisateur Cycle 17 – L'engagement social*, Statistique Canada, 2004. Les données proviennent du microfichier de l'*Enquête sociale générale, cycle 17, l'engagement social (2003)*, de Statistique Canada. Les analyses ont été faites par l'auteur et n'engagent que lui.

⁶ *Guide de l'utilisateur Cycle 17 – L'engagement social*, Statistique Canada, 2004, p. 4.

⁷ Voir l'annexe 1 notre définition des différents groupes linguistiques dans le cadre de l'enquête.

⁸ Dans ce document, les pourcentages sont calculés sur le total des répondants selon la langue.

Membre d'une association professionnelle ou syndicale

Les anglophones font plus partie d'associations professionnelles que les francophones (27,2% contre 24,5%).

Organisation politique

Les anglophones font plus partie d'organismes politiques que les francophones (4,9% contre 4,5%)

Membre d'une organisation sportive

Les anglophones font plus partie d'organisations sportives que les francophones (34,8% contre 21,7%). La différence est appréciable.

Membre d'une organisation culturelle

Il y a une différence non négligeable entre anglophones (20,7%) et francophones (11,8%) s'agissant des taux de répondants qui sont membres d'organisations culturelles.

Membre d'un groupe religieux

Il y a une différence de taille entre anglophones (19,3%) et francophones (6,4%) s'agissant des taux de répondants qui sont membres de groupes religieux.

Membre d'un groupe de quartier

Il y a une différence notable entre anglophones (19,5%) et francophones (10,1%) s'agissant des taux de répondants qui sont membres de groupes de quartiers.

Membre d'un groupe fraternel

L'appartenance à un groupe fraternel est le seul indicateur de la participation civique dans lequel les francophones manifestent une participation civique supérieure aux anglophones (9,8% contre 8,4%).

Membre d'autres organismes

Les anglophones ont fait plus partie d'autres types d'organismes non mentionnés que les francophones.

Indicateurs de la participation civique

Variables	Anglophones (%)	Francophones (%)	Bilingues ⁹ (%)
Bénévolat dans une organisation depuis 12 mois	39,4	24,0	30,4
Dons	74,9	75,5	71,5
Membre d'une association professionnelle	27,2	24,5	21,7
Membre d'une organisation politique	4,9	4,5	5,4
Membre d'une organisation sportive	34,8	21,7	29,1
Membre d'une organisation culturelle	20,7	11,8	21,5
Membre d'un groupe religieux	19,3	6,4	14,1
Membre d'un groupe quartier	19,5	10,1	24,3
Membre d'un groupe fraternel	8,4	9,8	8,7
Membre d'autres organismes	6,5	5,3	7,9

Résumé

Cette série initiale d'indicateurs montre que l'engagement social varie selon l'appartenance linguistique. Les organisations sportives, culturelles, religieuses (hormis pour les francophones) et les groupes de quartier attirent le plus d'individus, notamment du côté anglophone.

Nous constatons que la participation civique est plus élevée chez les anglophones au sein d'associations ou de groupes sociaux. Cela se traduirait par des occasions plus nombreuses pour eux de créer et d'entretenir des liens sociaux et par un capital social plus élevé que pour les francophones.

La vie associative est plus développée également du côté anglophone.

CONTACTS SELON LA LANGUE, L'ÉDUCATION ET LE REVENU

Dans cette partie, nous portons notre attention à la langue, au niveau d'éducation et de revenu des personnes contacts des répondants dans l'organisme où ils sont le plus actifs.

Dans l'organisme où le répondant est le plus actif, les contacts des francophones se font tous le plus souvent dans la même langue (26,8%) que les anglophones (24,5%). Mais plus souvent que les anglophones, les francophones n'ont aucun contact dans leur langue (1,9% contre 0,9%)¹⁰.

Dans l'organisme où le répondant est le plus actif, les anglophones sont plus nombreux que les francophones à avoir tous leurs contacts avec des personnes de même niveau d'éducation (8,1% contre 5,6%).

⁹ Même si nous ne nous intéressons qu'aux répondants anglophones et francophones, nous avons indiqué les taux se rapportant aux répondants bilingues.

¹⁰ La catégorie va de « toutes », à « la plupart », à « à peu près la moitié », à « quelques unes » et à « aucune ». Nous regardons pour l'instant les valeurs pour les catégories extrêmes.

Dans l'organisme où le répondant est le plus actif, les anglophones sont plus nombreux que les francophones à avoir tous leurs contacts avec des personnes de même niveau de revenu (3,8% contre 3,4%).

Diversité des liens sociaux (%)

Variables	Anglophones (%)	Francophones (%)	Bilingues (%)
Tous les contacts dans la même langue	24,5	26,8	23,0
Tous les contacts avec même éducation	8,1	5,6	6,7
Tous les contacts avec même revenu	3,8	3,4	1,4

La diversité des liens sociaux peut s'apprécier en fonction de la moyenne des réponses accordées à ces questions. Le choix de réponse était le suivant pour ces trois questions : 1 = Tous; 2 = La plupart; 3= À peu près la moitié; 4 = Quelques-uns et 5 = Aucun.

Est ainsi constituée une échelle, dont la moyenne des scores permet de déterminer où se situent les populations. L'avantage de ce calcul est qu'il prend en considération l'ensemble des répondants.

Diversité des liens sociaux (moyenne des scores)

Moyenne des scores	Anglophones	Francophones	Bilingues
Les contacts dans la même langue	1,86	1,80	1,98
Les contacts avec même éducation	2,56	2,67	2,56
Les contacts avec même revenu	2,70	2,78	2,65

Assez curieusement, les personnes bilingues se situent davantage vers le score 2 (la plupart) que les francophones et les anglophones en ce qui a trait aux contacts qui sont dans la même langue (lesquels se situent plus vers le score 1). Ce sont les francophones qui auraient le plus de contacts dans la même langue, ce qui confirme l'observation faite précédemment. Les anglophones sont plus en contacts avec des personnes qui ont le même niveau d'éducation et de revenu en moyenne que les francophones.

Engagement bénévole

Dans l'organisme où le répondant est le plus actif, l'engagement est plus de nature bénévole chez les anglophones (45,9%) que chez les francophones (39,8%).

Type d'engagement dans l'organisme le plus actif

Variables	Anglophones (%)	Francophones (%)	Bilingues
Engagement bénévole	45,9	39,8	--

ANALYSE RÉGIONALE

Bénévolat depuis 12 mois

En général, on fait plus de bénévolat dans l'Ouest (Prairie et Colombie-Britannique) et on en fait moins au Québec. Dans toutes les régions, les anglophones font plus de bénévolat que les francophones (se reporter au tableau figurant à la page suivante).

Dons

Sauf dans les Maritimes, les francophones font plus de dons que les anglophones dans les régions du Canada.

Membre d'une association professionnelle

Les différences sont faibles entre les groupes linguistiques et nous constatons du côté anglophone une légère croissance, en allant vers l'Ouest, des taux de répondants qui sont membres d'associations professionnelles. Plus de francophones font partie d'associations professionnelles en Atlantique et au Québec.

Membre d'un organisme politique

Les francophones font plus partie d'organisations politiques que les anglophones au Québec (mais la différence avec les anglophones est faible) et dans les Prairies. Dans les autres régions, la situation est inverse.

Membre d'une organisation sportive

Dans toutes les régions, les anglophones sont plus engagés que les francophones dans des organisations sportives et la différence, chaque fois, la différence est importante. Les pourcentages liés à ce type d'engagement sont plutôt élevés. Le sport mobilise davantage la population.

Membre d'une organisation culturelle

C'est uniquement en Colombie-Britannique que les francophones font plus partie d'organismes culturels que les anglophones. Il convient de noter les pourcentages assez élevés pour ce type d'adhésion.

Membre d'un groupe religieux

Sauf dans les Prairies, les anglophones font plus partie de groupes religieux que les francophones. La différence est grande au Québec, où 5,2% des francophones sont membres de tels groupes comparativement à 18,0% d'anglophones. Les différences sont considérables également en

Indicateurs du capital social au Canada

Atlantique, où 10,8% des francophones sont membres de tels groupes comparativement à 19,4% d'anglophones, et en Ontario, où 11,6% de francophones en font partie contre 19,5% d'anglophones.

Membre d'un groupe de quartier

Sauf en Colombie-Britannique, où la différence est faible, les anglophones font plus partie de groupes de quartier et de groupes de citoyens que les francophones. Les différences sont significatives.

Membre d'une organisation fraternelle

Dans toutes les régions, les francophones font plus partie d'organisations fraternelles que les anglophones.

Membre d'autres organisations

Sauf en Ontario, les anglophones font plus partie d'autres types d'organisations que les francophones.

Indicateurs régionaux de la participation civique

Variables	Régions	Anglophones (%)	Francophones (%)	Bilingues (%)
Bénévolat depuis 12 mois	Atlantique	38,8	33,2	31,4
	Québec	31,8	22,4	16,0
	Ontario	38,5	31,2	40,5
	Prairies	41,3	40,7	40,1
	C.-B.	41,0	35,7	44,7
Dons depuis 12 mois	Atlantique	78,0	70,8	70,6
	Québec	68,9	70,7	75,0
	Ontario	76,2	77,4	80,2
	Prairies	72,4	73,6	78,7
	C.-B.	73,4	78,7	67,4
Membre d'une association professionnelle	Atlantique	23,6	23,9	5,6
	Québec	22,3	24,5	11,9
	Ontario	26,7	25,6	31,7
	Prairies	27,2	25,0	28,9
	C.-B.	31,9	21,5	28,6
Membre d'une organisation politique	Atlantique	5,4	4,0	0,0
	Québec	4,3	4,5	5,1
	Ontario	4,7	4,1	8,1
	Prairies	5,3	8,0	0,0
	C.-B.	4,5	3,7	6,0

Indicateurs du capital social au Canada

Variables	Régions	Anglophones (%)	Francophones (%)	Bilingues (%)
Membre d'une organisation sportive	Atlantique	30,1	20,5	25,7
	Québec	30,7	21,2	13,6
	Ontario	33,8	24,3	35,1
	Prairies	37,1	26,5	63,9
	C.-B.	38,9	30,5	38,5
Membre d'une organisation culturelle	Atlantique	15,7	12,0	14,5
	Québec	18,5	11,1	9,1
	Ontario	21,8	16,2	30,0
	Prairies	19,9	17,5	27,1
	C.-B.	22,7	23,0	40,5
Membre d'un groupe religieux	Atlantique	19,4	10,8	18,4
	Québec	18,0	5,2	8,2
	Ontario	19,5	11,6	22,1
	Prairies	20,7	24,7	19,8
	C.-B.	17,1	14,0	6,0
Membre d'un groupe de quartier	Atlantique	17,3	9,9	15,8
	Québec	17,0	9,5	26,1
	Ontario	18,3	13,8	20,9
	Prairies	22,5	16,7	21,2
	C.-B.	21,2	21,5	33,5
Membre d'un groupe fraternel	Atlantique	8,7	9,7	11,0
	Québec	4,3	9,8	13,3
	Ontario	8,1	9,4	8,1
	Prairies	8,6	13,0	0,0
	C.-B.	9,5	10,9	0,0
Membre d'autres organismes	Atlantique	7,8	5,9	10,0
	Québec	7,2	5,3	10,0
	Ontario	5,4	6,0	4,3
	Prairies	5,7	2,5	0,0
	C.-B.	9,5	5,3	16,4

Contacts dans la même langue

En général, dans l'organisme où le répondant est le plus actif, un plus grand nombre de personnes appartenant au groupe linguistique majoritaire ont « tous » leurs contacts dans la même langue maternelle. Dans les Prairies et en Colombie-Britannique, le pourcentage des répondants qui n'ont aucun contact dans la même langue maternelle dans l'organisme où le répondant est le plus actif est très élevé comparativement aux autres régions.

Contacts selon le niveau d'éducation

Sauf dans les Prairies, dans l'organisme où le répondant est le plus actif, plus d'anglophones que de francophones ont tous leurs contacts avec des personnes ayant le même niveau de scolarité.

Contacts selon le niveau de revenu

Plus d'anglophones que de francophones ont tous leurs contacts avec des personnes ayant le même niveau de revenu en Ontario et en Colombie-Britannique. La situation est inversée dans les Prairies, tandis que les différences sont faibles en Atlantique et au Québec.

Engagement bénévole

Sauf dans les Prairies, l'engagement des anglophones dans l'organisme où le répondant est le plus actif est plus bénévole que celui des francophones.

Contacts selon la langue, l'éducation et le revenu

Variables	Régions	Anglophones (%)	Francophones (%)	Bilingues (%)
Tous les contacts dans la même langue	Atlantique	30,5	17,8	6,7
	Québec	8,5	29,7	28,0
	Ontario	22,4	8,0	27,1
	Prairies	28,5	4,9	14,1
	C.-B.	23,9	5,4	7,5
Aucun contact dans la même langue	Atlantique	0,1	2,8	0,0
	Québec	3,3	0,7	0,0
	Ontario	1,1	7,7	3,3
	Prairies	0,6	17,0	0,0
	C.-B.	0,8	18,8	9,2
Tous les contacts avec même éducation	Atlantique	7,1	4,1	9,5
	Québec	7,2	5,5	8,3
	Ontario	8,2	7,0	5,7
	Prairies	7,8	11,1	9,0
	C.-B.	9,3	6,9	0,0
Aucun contact avec même éducation	Atlantique	1,4	0,5	0,0
	Québec	0,6	2,0	0,0
	Ontario	1,2	1,1	5,4
	Prairies	1,1	0,0	0,0
	C.-B.	1,2	0,7	7,0
Tous les contacts avec même revenu	Atlantique	3,2	3,3	0,0
	Québec	2,9	3,4	0,0
	Ontario	4,0	2,7	0,0

Indicateurs du capital social au Canada

Variables	Régions	Anglophones (%)	Francophones (%)	Bilingues (%)
Tous les contacts avec même revenu (suite)	Prairies	3,5	6,4	14,2
	C.-B.	3,9	1,6	0,0
Aucun contact avec même revenu	Atlantique	0,9	1,5	0,0
	Québec	1,6	2,1	0,0
	Ontario	1,2	1,6	3,3
	Prairies	0,8	0,0	0,0
	C.-B.	1,1	0,7	0,0
Engagement bénévole	Atlantique	45,9	40,3	48,2
	Québec	45,9	39,8	33,3
	Ontario	44,9	36,0	45,2
	Prairies	46,7	49,4	68,5
	C.-B.	47,7	46,3	61,3

L'appréciation de la diversité des liens sociaux en fonction de la moyenne des réponses accordées à ces questions conduit aux résultats suivants¹¹.

Contacts selon la langue, l'éducation et le revenu (moyenne des scores)

Variables	Régions	Anglophones	Francophones	Bilingues
Contacts dans la même langue	Atlantique	1,61	2,32	1,96
	Québec	2,60	1,58	1,68
	Ontario	1,91	3,07	2,00
	Prairies	1,74	3,67	2,26
	C.-B.	1,89	3,75	2,35
Contacts avec même éducation	Atlantique	2,57	2,70	2,68
	Québec	2,55	2,69	2,32
	Ontario	2,57	2,51	2,98
	Prairies	2,59	2,49	2,28
	C.-B.	2,52	2,60	2,38
Contacts avec même revenu	Atlantique	2,66	2,70	2,57
	Québec	2,88	2,80	2,74
	Ontario	2,70	2,72	3,00
	Prairies	2,67	2,46	2,06
	C.-B.	2,71	2,73	2,17

¹¹ Plus le score est près de 1, plus il se rapproche de la variable « tous » et plus il s'approche de la valeur 5, plus il s'approche de la variable « Aucun ». Il s'agit du même type de calcul fait précédemment.

Indicateurs du capital social au Canada

Ces résultats confirment la tendance observée précédemment : dans l'organisme où ils sont le plus actifs, les répondants appartenant au groupe linguistique majoritaire ont plus de liens avec des personnes qui ont leur langue en commun.

En Atlantique, au Québec et en Colombie-Britannique, les personnes avec qui les anglophones sont en contacts, ont plus de chance d'être du même niveau de scolarité que chez les francophones. La situation est inverse dans les Prairies et l'Ontario.

Sauf dans les Prairies, les différences ne sont pas très grandes entre les anglophones et les francophones sur la question du niveau de revenu des personnes-contacts des répondants dans l'organisme où ils sont le plus actifs. Dans les Prairies, les francophones tendent plus que les anglophones à avoir des contacts avec des personnes ayant le même niveau de revenu.

VOLET ENGAGEMENT POLITIQUE

Du côté de l'engagement politique, les francophones votent plus que les anglophones aux élections fédérales, provinciales et municipales. Ils ont fait plus de bénévolat pour un parti politique. En ce qui concerne les activités politiques qui leur permettent d'exprimer leur vision ou leurs opinions, les anglophones sont, en général, plus engagés (écrire une lettre d'opinion, signer une pétition, boycotter un produit, assister à une réunion publique et y prendre la parole). Seule la marche ou la manifestation mobilise davantage les répondants francophones.

Indicateurs de l'engagement politique

Variables	Anglophones (%)	Francophones (%)	Bilingues (%)
Vote à la dernière élection fédérale	65,8	76,3	74,0
Vote à la dernière élection provinciale	63,9	76,6	71,7
Vote à la dernière élection municipale	52,3	63,8	56,3
Au cours des 12 derniers mois, cherché une information politique	27,6	23,3	41,8
Au cours des 12 derniers mois, bénévolat pour un parti politique	2,8	3,4	3,3
Au cours des 12 derniers mois, exprimé sa vision à un politicien ou dans un journal	14,8	8,1	17,1
Au cours des 12 derniers mois, signé pétition	31,2	26,5	36,7
Au cours des 12 derniers mois, boycotté ou choisi un produit pour des raisons éthiques	21,9	20,5	24,4
Au cours des 12 derniers mois, a assisté à une réunion publique	23,8	18,6	26,0
Au cours des 12 derniers mois, a pris la parole dans réunion publique	8,9	6,9	10,6
Au cours des 12 derniers mois, a participé à une manifestation ou à une marche de protestation	5,8	7,6	6,9

Analyse régionale de l'engagement politique

Pour les données que nous pouvons présenter¹², nous constatons que, à l'exception des élections municipales dans les Prairies, les francophones votent plus que les anglophones aux élections fédérales, provinciales et municipales. Les anglophones s'informent davantage au sujet de la politique dans toutes les régions¹³ (voir le tableau à la page suivante). Les anglophones font davantage de bénévolat pour un parti politique au Québec. Au Québec, les anglophones expriment davantage leur point de vue politique dans les journaux ou à un politicien. Au Québec et en Ontario, les anglophones signent plus de pétitions que les francophones. C'est l'inverse en Atlantique, mais les différences sont faibles. Dans toutes les régions pour lesquelles nous avons des données, les anglophones boycottent davantage un produit pour des raisons éthiques. Les proportions de ceux qui boycottent sont plus élevées vers l'Ouest que dans l'Est du Canada. Les anglophones ont plus participé à des réunions publiques dans toutes les régions pour lesquelles nous avons des données. En Colombie-Britannique, les anglophones prennent davantage la parole dans les réunions publiques. Pour les autres régions, les résultats ne sont pas suffisamment significatifs. En Colombie-Britannique et dans les Prairies, les francophones ont davantage participé à une marche de protestation ou à une manifestation.

Indicateurs régionaux de l'engagement politique

Variables	Régions	Anglophones (%)	Francophones (%)	Bilingues (%)
Vote à la dernière élection fédérale	Atlantique	68,7	77,8	70,5
	Québec	74,0	76,6	82,8
	Ontario	66,0	73,1	67,8
	Prairies	63,3	72,3	61,0
	C.-B.	64,8	--	72,3
Vote à la dernière élection provinciale	Atlantique	69,0	77,4	76,5
	Québec	71,7	77,6	84,6
	Ontario	63,5	69,3	64,7
	Prairies	61,7	--	44,3
	C.-B.	63,0	73,1	67,3
Vote dernière élection municipale	Atlantique	56,4	59,2	76,5
	Québec	55,0	64,6	67,2
	Ontario	54,1	62,8	55,6
	Prairies	51,1	--	--
	C.-B.	45,4	54,4	19,1

¹² Certaines données ne sont pas présentées, car elles ne sont pas significatives, faute d'un nombre suffisant de répondants. Ce qui explique la présence de cellules vides.

¹³ Pour les Prairies et la Colombie-Britannique, les données ne sont pas disponibles

Indicateurs du capital social au Canada

Variabes	Régions	Anglophones (%)	Francophones (%)	Bilingues (%)
Au cours des 12 derniers mois, cherché une information politique	Atlantique	22,4	15,2	--
	Québec	25,6	23,6	42,6
	Ontario	28,6	24,4	47,7
	Prairies	26,3	--	20,1
	C.-B.	30,3	--	49,6
Au cours des 12 derniers mois, bénévolat pour un parti politique	Atlantique	4,3	--	--
	Québec	3,6	3,4	--
	Ontario	2,8	--	--
	Prairies*	2,4	--	0,0
	C.-B.	2,1	--	0,0
Au cours des 12 derniers mois, exprimé sa vision à un politicien ou dans un journal	Atlantique	14,0	--	--
	Québec	12,3	7,3	9,4
	Ontario	14,7	--	23,5
	Prairies	14,5	--	--
	C.-B.	16,8	--	30,8
Au cours des 12 derniers mois, signé pétition	Atlantique	26,3	26,8	29,7
	Québec	28,5	26,1	27,9
	Ontario	29,8	27,4	42,8
	Prairies	31,9	--	36,2
	C.-B.	38,4	--	54,4
Au cours des 12 derniers mois, boycotté ou choisi un produit pour des raisons éthiques	Atlantique	13,8	--	--
	Québec	22,2	21,6	20,9
	Ontario	21,4	15,8	24,0
	Prairies	21,9	--	--
	C.-B.	29,0	28,9	--
Au cours des 12 derniers mois, assisté à une réunion publique	Atlantique	26,8	21,7	33,2
	Québec	20,8	17,9	17,1
	Ontario	21,4	20,7	35,2
	Prairies	24,4	--	43,7
	C.-B.	28,3	--	--
Au cours des 12 derniers mois, a pris la parole dans une réunion publique	Atlantique*	9,6	--	--
	Québec*	6,6	6,8	10,0
	Ontario	7,8	--	16,3
	Prairies*	9,2	--	0,0
	C.-B.	11,1	4,2	6,0

* L'astérisque signifie que le résultat n'est pas significatif, c'est-à-dire que les probabilités que les différences constatées soient le fruit du hasard supérieures à 5%.

Variables	Régions	Anglophones (%)	Francophones (%)	Bilingues (%)
Au cours des 12 derniers mois, a participé à une manifestation ou à une marche de protestation	Atlantique	4,9	--	6,4
	Québec*	8,0	7,9	10,1
	Ontario	5,6	--	--
	Prairies	4,7	5,4	--
	C.-B.	8,4	17,1	--

Confiance et liens de proximité

Un peu plus de francophones que d'anglophones ont reçu de l'aide de quelqu'un pour obtenir un emploi chez leur dernier employeur (en excluant les agences de placement ou d'autres professionnels du même genre).

Liens de proximité

Variables	Anglophones (%)	Francophones (%)	Bilingues (%)
Aide pour obtenir un emploi (lien social)	14,1	15,6	21,1

Entraide entre voisins

Les anglophones connaissent davantage leurs voisins et ils ont la perception d'une plus grande entraide entre voisins que les francophones. Les différences sont assez marquées. De fait, dans le mois précédant l'enquête, ils se sont rendus plus services que les francophones.

Variables	Anglophones (%)	Francophones (%)	Bilingues (%)
Connaissance du voisinage (la plupart et de nombreux voisins)	46,0	41,1	43,3
Entraide entre voisins	79,0	68,6	69,7
A rendu service au voisin dans le dernier mois	64,3	54,5	62,5
Voisin a rendu service le dernier mois	60,4	49,6	59,2

Confiance

En général, les anglophones font plus confiance aux gens que les francophones.

Indicateurs du capital social au Canada

Cette confiance s'observe à l'égard des membres de la parenté, des voisins, des connaissances de travail et à l'école, des inconnus, des résidents du quartier. Les anglophones croient plus que les francophones en l'honnêteté des voisins et des inconnus.

Indicateurs de la confiance

Variables	Anglophones	Francophones	Bilingues
Confiance générale aux gens (oui) (%) ¹⁴	61,1	35,2	49,8
Confiance en la famille (moyenne des scores) ¹⁵	4,8	4,7	4,8
Confiance à l'égard du voisinage (moyenne des scores)	2,8	2,5	2,6
Confiance à l'égard des personnes au travail ou à l'école (moyenne des scores)	2,8	2,6	2,9
Confiance envers des inconnus (moyenne des scores)	1,6	1,4	1,5
Confiance aux résidents du quartier (%) ¹⁶	70,4	56,3	54,0
Perception de récupérer probablement argent perdu et retrouvé par un voisin (%) ¹⁷	83,0	77,8	75,0
Perception de récupérer probablement argent perdu et retrouvé par un inconnu (%)	44,0	24,2	24,1

Confiance et liens de proximité

Sauf au Québec, les anglophones ont profité plus que les francophones de liens personnels pour obtenir un emploi.

Aide pour obtenir un emploi dans les régions

Variables	Régions	Anglophones	Francophones	Bilingues
Aide pour obtenir un emploi (lien social)	Atlantique	11,3	10,5	--
	Québec*	12,6	16,4	15,3
	Ontario	15,6	11,3	23,0
	Prairies	13,4	13,2	--
	C.-B.	12,8	7,8	--

¹⁴ Les répondants avaient le choix entre « On peut faire confiance aux gens » ou « On n'est jamais trop prudent dans nos relations avec les gens ».

¹⁵ Les catégories allaient de « 1 - On ne peut pas leur faire confiance à 5 - On peut leur faire entièrement confiance ».

¹⁶ Nous avons regroupé les répondants qui ont affirmé avoir confiance à « la plupart » des et à « de nombreux » résidents du quartier.

¹⁷ Nous avons regroupé les répondants qui croient « très probable » et « plutôt probable » de récupérer de l'argent perdu et retrouvé par un voisin. L'autre catégorie au choix était « improbable ».

Indicateurs du capital social au Canada

En général, en Atlantique, les répondants connaissent davantage le voisinage que ceux des autres régions. Sauf en Ontario et en Colombie-Britannique, les francophones connaissent plus leurs voisins que les anglophones dans les régions du Canada.

La perception d'une plus grande entraide entre voisins est plus présente en Atlantique. Sauf en Ontario et en Colombie-Britannique, il y a une perception d'une plus grande entraide entre voisins chez les anglophones. Dans les faits, les anglophones ont aidé et ont reçu davantage d'aide de leurs voisins le mois précédant l'entrevue que les francophones dans toutes les régions, sauf en Colombie-Britannique et dans les Prairies.

Liens de proximité et entraide dans les régions

Variables	Régions	Anglophones (%)	Francophones (%)	Bilingues (%)
Connaissance du voisinage (la plupart et de nombreux voisins)	Atlantique	64,1	65,6	45,3
	Québec	41,5	43,1	50,1
	Ontario	44,3	43,1	50,1
	Prairies	43,7	47,3	44,0
	C.-B.	41,9	40,8	38,8
Entraide entre voisins	Atlantique	85,6	84,7	77,1
	Québec*	72,6	66,3	68,0
	Ontario	79,1	80,2	74,8
	Prairies*	78,8	78,1	76,3
	C.-B.	75,7	80,8	52,3
A rendu service au voisin dans le dernier mois	Atlantique	70,1	59,7	84,3
	Québec	63,0	53,2	59,7
	Ontario	64,1	59,4	61,9
	Prairies	63,2	69,3	79,6
	C.-B.	62,7	70,9	50,4
Voisin a rendu service dans le dernier mois	Atlantique	66,2	53,5	77,4
	Québec	54,0	48,4	48,4
	Ontario	60,5	55,4	64,9
	Prairies	59,0	64,8	89,0
	C.-B.	59,3	61,6	48,1

Confiance

Dans toutes les régions, les anglophones font en général plus confiance aux gens. Les taux de confiance les plus bas sont au Québec et en Atlantique chez les francophones. Chez les anglophones, les taux de confiance les plus élevés sont en Colombie-Britannique et dans les Prairies.

Indicateurs du capital social au Canada

Il n'y a pas de différence marquée dans les taux de confiance envers la famille.

Sauf en Ontario, le taux de confiance à l'égard du voisinage est plus élevé du côté anglophone. Sauf en Ontario et en Colombie-Britannique, le taux de confiance à l'égard des connaissances au travail et à l'école est plus élevé du côté anglophone. Sauf en Ontario, le taux de confiance à l'endroit des inconnus est supérieur chez les anglophones. Le taux de confiance envers les résidents du quartier est plus élevé du côté anglophone dans toutes les régions.

La perception d'honnêteté (récupérer l'argent perdu et retrouvé) à l'égard des voisins et des inconnus est supérieure chez les anglophones dans toutes les régions du Canada.

Indicateurs régionaux de la confiance

Variables	Régions	Anglophones	Francophones	Bilingues
Confiance générale aux gens (%)	Atlantique	61,4	43,8	68,2
	Québec	50,3	31,9	44,5
	Ontario	60,0	57,7	47,4
	Prairies	62,9	57,4	50,6
	C.-B.	63,6	50,9	68,0
Confiance en la famille (moyenne des scores)	Atlantique	4,8	4,6	4,6
	Québec	4,7	4,6	4,7
	Ontario	4,8	4,8	4,8
	Prairies	4,8	4,8	4,9
	C.-B.	4,8	4,8	5,0
Confiance à l'égard du voisinage (moyenne des scores)	Atlantique	3,1	2,8	2,7
	Québec	2,7	2,5	2,6
	Ontario	2,8	2,9	2,5
	Prairies	2,8	2,7	2,7
	C.-B.	2,8	2,8	2,4
Confiance à l'égard des personnes au travail ou à l'école (moyenne des scores)	Atlantique	3,0	2,9	2,9
	Québec	2,7	2,5	2,8
	Ontario	2,8	3,0	2,7
	Prairies	2,9	2,9	2,9
	C.-B.	3,0	3,2	2,4
Confiance envers des inconnus (moyenne des scores)	Atlantique	1,6	1,4	1,5
	Québec	1,5	1,4	1,4
	Ontario	1,5	1,6	1,5
	Prairies	1,6	1,4	1,7
	C.-B.	1,6	1,6	1,5

Indicateurs du capital social au Canada

Variables	Régions	Anglophones	Francophones	Bilingues
Confiance en la plupart ou de nombreux résidents du quartier (%)	Atlantique	78,7	74,5	69,3
	Québec	65,8	54,1	46,3
	Ontario	68,5	66,2	60,6
	Prairies	70,2	63,3	73,1
	C.-B.	71,3	70,5	40,0
Perception de récupérer probablement argent perdu et retrouvé par voisin (%)	Atlantique	89,8	88,4	86,2
	Québec	83,6	77,3	72,6
	Ontario	82,0	78,7	71,2
	Prairies	81,2	76,3	96,3
	C.-B.	83,6	78,1	71,3
Perception de récupérer probablement argent perdu et retrouvé par inconnu (%)	Atlantique	50,2	39,2	58,0
	Québec	38,3	21,9	13,9
	Ontario	42,0	34,6	31,6
	Prairies	44,0	43,0	39,7
	C.-B.	46,4	37,1	--

Importance des liens

Il n'y a pas de différence importante entre les anglophones et les francophones quant à l'importance de nouer des liens. Cependant, plus de francophones que d'anglophones considèrent qu'il est important d'avoir des liens avec des personnes de même origine ethnique ou culturelle.

Importance des liens

Variables	Anglophones	Francophones	Bilingues
Importance de nouer des liens ¹⁸	4,4	4,4	4,5
Importance de nouer des liens avec des personnes de même origine ethnique ou culturelle (moyenne)	3,5	3,8	3,5
Importance de nouer des liens avec des personnes d'origines ethnique et culturelle différentes (moyenne)	3,4	3,4	3,4

Les anglophones assistent plus que les francophones à des services religieux.

¹⁸ Moyenne à partir d'une échelle qui va de 1 (pas important) à 5 (très important).

Assistance aux services religieux

Variables	Anglophones	Francophones	Bilingues
Assistance services religieux : 1 fois/sem. ¹⁹	17,8	14,0	14,7

Dans les régions, il n’y a pas de différences marquées entre les anglophones et les francophones quant à l’importance de nouer des liens. Entre les régions, une tendance se dégage : plus on va vers l’Ouest, moins le fait de nouer des relations avec des personnes de même origine ethnique et culturelle est important.

Importance des liens dans les régions

Variables	Régions	Anglophones	Francophones	Bilingues
Importance de nouer des liens	Atlantique	4,5	4,6	4,7
	Québec	4,5	4,4	4,6
	Ontario	4,4	4,4	4,7
	Prairies	4,4	4,4	4,4
	C.-B.	4,4	4,4	4,1
Importance de nouer des liens avec des personnes de même origine ethnique ou culturelle	Atlantique	3,8	4,1	4,3
	Québec	3,6	3,8	3,4
	Ontario	3,5	3,6	3,3
	Prairies	3,5	3,6	3,6
	C.-B.	3,3	3,4	3,5
Importance de nouer des liens avec des personnes d’origines ethnique et culturelle différentes	Atlantique	3,6	3,8	4,4
	Québec	3,5	3,4	3,3
	Ontario	3,4	3,4	3,4
	Prairies	3,4	3,6	3,4
	C.-B.	3,3	3,3	3,5

De façon générale, plus on va vers l’Ouest, moins les répondants assistent chaque semaine aux services religieux. Au Québec, les francophones sont beaucoup moins nombreux à avoir assisté à des services religieux au moins une fois par semaine. Ce sont eux qui font baisser la tendance des francophones lorsqu’on considère leurs réponses à l’échelle nationale. En effet, à l’échelle régionale, les francophones sont plus nombreux à assister aux services religieux, sauf au Québec.

¹⁹ Le choix de réponse allait de « 1 fois par semaine » à « pas du tout/jamais ».

Assistance aux services religieux dans les régions

Variables	Régions	Anglophones (%)	Francophones (%)	Bilingues (%)
Assistance services religieux : 1 fois/sem.	Atlantique	25,2	29,4	38,7
	Québec	17,1	12,0	10,3
	Ontario	18,1	25,0	16,7
	Prairies	16,2	23,9	25,5
	C.-B.	13,7	15,7	6,0

BILAN DE L'ANALYSE PANCANADIENNE ET RÉGIONALE

En regard des indicateurs concernant l'engagement social, les anglophones s'engageraient davantage socialement que les francophones. Tant sur le plan de la participation civique, de l'entraide et de la confiance, les anglophones ont, en général, des taux plus élevés que les francophones. Sur le plan de l'engagement politique cependant, les francophones votent et s'engagent davantage dans les partis politiques que les anglophones, lesquels s'engagent toutefois plus que les francophones dans des activités politiques en dehors des partis formels.

L'analyse régionale permet de nuancer notre analyse en dégageant certaines particularités régionales. Par exemple, plus nous allons vers l'Ouest, plus les répondants font du bénévolat. Cette tendance d'un engagement accru qui s'accroît se constate dans l'affiliation des anglophones aux organismes sportifs, culturels, de quartier. Pour les francophones, cette tendance se constate pour les organismes sportifs, les groupes de quartier et les organismes fraternels. En somme, la population de l'Ouest du pays manifeste une participation civique plus élevée.

En général, les francophones votent plus que les anglophones dans toutes les régions. Plus on va vers l'Ouest, plus les répondants expriment leur vision à un politicien ou dans un journal, signent des pétitions, boycottent des produits ou font des choix éthiques.

Les liens de voisinage semblent plus développés en Atlantique. La perception de l'entraide entre voisins est plus grande dans l'Atlantique, pour ce qui est des services rendus. Pour ce qui est des services effectivement rendus entre voisins, la tendance est la même du côté anglophone, mais chez les francophones, on se rend moins de services entre voisins en Atlantique.

En ce qui concerne la confiance générale aux gens, on constate des taux assez semblables entre les régions, le taux étant plus faible au Québec. La confiance à l'égard du voisinage est plus élevée chez les anglophones en Atlantique.

En ce qui concerne l'importance de nouer des liens chez les francophones et les anglophones, plus on va vers l'Ouest, moins cela est important.

ANALYSE DE L'ENGAGEMENT SOCIAL DES COMMUNAUTÉS MINORITAIRES DE LANGUE OFFICIELLE

La présente partie de l'analyse traite plus particulièrement des répondants qui sont membres des communautés minoritaires de langue officielle.

VOLET PARTICIPATION CIVIQUE (Analyse régionale)

Nous relevons ici quelques données saillantes sur la participation civique des répondants appartenant à un groupe linguistique minoritaire de langue officielle (anglophone ou francophone).

Sur 10 indicateurs de la participation civique, les Prairies ont 4 indicateurs qui témoignent d'une participation civique plus grande que les autres et la différence est souvent appréciable par rapport aux autres régions. C'est la Colombie-Britannique qui a ensuite le plus d'indicateurs supérieurs aux autres régions (soit 3) et, enfin, le Québec (2) et l'Ontario (1 indicateur). L'Atlantique possède 4 indicateurs qui témoignent d'une participation civique plus basse (Québec = 2, Colombie-Britannique = 2 et Ontario et Prairies = 1).

C'est dans les Prairies que les répondants ont fait plus de bénévolat depuis 12 mois. Les taux des autres régions sont semblables. En Colombie-Britannique, les taux concernant les dons sont les plus élevés. Dans les Prairies, les répondants font plus partie d'organisations politiques. Au Québec, les répondants font plus partie d'organismes sportifs. On a vu qu'en général les anglophones font plus partie d'organismes sportifs que les francophones. En Colombie-Britannique, les répondants font plus partie d'organismes culturels, et la différence est assez importante. Dans les Prairies, les répondants font plus partie d'organismes religieux et la différence est notable comparée aux autres taux régionaux.

Les membres de groupes de citoyens ou de quartier sont plus nombreux en Colombie-Britannique et moins nombreux en Atlantique. Dans les Prairies, les répondants font plus partie de groupes fraternels. Au Québec, les répondants font plus partie d'autres organismes que les anglophones.

Indicateurs de la participation civique

Variables	Régions	Minorité officielle (%)
Bénévolat depuis 12 mois	Atlantique	33,2
	Québec	31,8
	Ontario	31,2
	Prairies	40,7
	C.-B.	35,7

Indicateurs du capital social au Canada

Variables	Régions	Minorité officielle (%)
Dons depuis 12 mois	Atlantique	70,8
	Québec	68,9
	Ontario	77,4
	Prairies	73,6
	C.-B.	78,7
Membre d'une association professionnelle	Atlantique	23,9
	Québec	22,3
	Ontario	25,6
	Prairies	25,0
	C.-B.	21,5
Membre d'un organisme politique	Atlantique	4,0
	Québec	4,3
	Ontario	4,1
	Prairies	8,0
	C.-B.	3,7
Membre d'une organisation sportive	Atlantique	20,5
	Québec	30,7
	Ontario	24,3
	Prairies	26,5
	C.-B.	30,5
Membre d'une organisation culturelle	Atlantique	12,0
	Québec	18,5
	Ontario	16,2
	Prairies	17,5
	C.-B.	23,0
Membre d'un groupe religieux	Atlantique	10,8
	Québec	18,0
	Ontario	11,6
	Prairies	24,7
	C.-B.	14,0
Membre d'un groupe de quartier	Atlantique	9,9
	Québec	17,0
	Ontario	13,8
	Prairies	16,7
	C.-B.	21,5

Variables	Régions	Minorité officielle (%)
Membre d'une organisation fraternelle	Atlantique	9,7
	Québec	4,3
	Ontario	9,4
	Prairies	13,0
	C.-B.	10,9
Membre d'autres organismes	Atlantique	5,9
	Québec	7,2
	Ontario	6,0
	Prairies	2,5
	C.-B.	5,3

Contacts dans la même langue

C'est en Atlantique que les contacts établis dans la même langue du répondant sont les plus élevés. C'est dans l'Ouest (Prairies et Colombie-Britannique) que les répondants ont moins de contacts dans leur langue.

Contacts selon la langue, l'éducation et le revenu

Variables	Régions	Minorité officielle
Les contacts dans la même langue (moyenne des scores) ²⁰	Atlantique	2,32
	Québec	2,60
	Ontario	3,07
	Prairies	3,67
	C.-B.	3,75
Les contacts avec même éducation (moyenne des scores)	Atlantique	2,70
	Québec	2,55
	Ontario	2,51
	Prairies	2,49
	C.-B.	2,60
Les contacts avec même revenu (moyenne des scores)	Atlantique	2,70
	Québec	2,88
	Ontario	2,72
	Prairies	2,46
	C.-B.	2,73

²⁰ Sur une échelle allant de 1 (tous) à 5 (aucun).

Dans les Prairies, le taux d'engagement bénévole est le plus élevé auprès des organismes au sein desquels les répondants sont le plus actifs.

Engagement bénévole dans l'organisme le plus actif

Variables	Régions	Francophones (%)
Engagement bénévole	Atlantique	40,3
	Québec	45,9
	Ontario	36,0
	Prairies	49,4
	C.-B.	46,3

VOLET ENGAGEMENT POLITIQUE

L'Atlantique s'engage plus dans certains organismes politiques formels (élections fédérales et provinciales, assister aux réunions publiques). La Colombie-Britannique s'engage plus en dehors des organismes politiques formels (manifestations, boycottage des produits pour des raisons éthiques).

Vote

Les répondants votent le plus aux élections fédérales. L'Atlantique présente le taux le plus élevé. En général, il n'y a pas de différences importantes entre les régions. Le taux de vote provincial est le plus élevé en Atlantique, et le taux de vote municipal est le plus élevé en Ontario.

Autres activités politiques

Le Québec et l'Ontario présentent des taux assez semblables quant au nombre de répondants qui ont cherché de l'information politique. Le taux est plus faible en Atlantique.

Engagement politique

Variables	Régions	Minorité officielle (%)
Vote à la dernière élection fédérale	Atlantique	77,8
	Québec	74,0
	Ontario	73,1
	Prairies	72,3
	C.-B.	--

Indicateurs du capital social au Canada

Variabes	Régions	Minorité officielle (%)
Vote à la dernière élection provinciale	Atlantique	77,4
	Québec	71,7
	Ontario	69,3
	Prairies	--
	C.-B.	73,1
Vote à la dernière élection municipale	Atlantique	59,2
	Québec	55,0
	Ontario	62,8
	Prairies	--
	C.-B.	54,4
Au cours des 12 derniers mois, cherché information politique	Atlantique	15,2
	Québec	25,6
	Ontario	24,4
	Prairies	--
	C.-B.	--
Au cours des 12 derniers mois, bénévolat pour un parti politique	Atlantique	--
	Québec	3,6
	Ontario	--
	Prairies	--
	C.-B.	--
Au cours des 12 derniers mois, exprimé sa vision à un politicien ou dans un journal	Atlantique	--
	Québec	12,3
	Ontario	--
	Prairies	--
	C.-B.	--
Au cours des 12 derniers mois, signé une pétition	Atlantique	26,8
	Québec	28,5
	Ontario	27,4
	Prairies	--
	C.-B.	--
Au cours des 12 derniers mois, boycotté ou choisi un produit pour des raisons éthiques	Atlantique	--
	Québec	22,2
	Ontario	15,8
	Prairies	--
	C.-B.	28,9

Indicateurs du capital social au Canada

Variables	Régions	Minorité officielle (%)
Au cours des 12 derniers mois, assisté à une réunion publique	Atlantique	21,7
	Québec	20,8
	Ontario	20,7
	Prairies	--
	C.-B.	--
Au cours des 12 derniers mois, a pris la parole dans une réunion publique	Atlantique	--
	Québec	6,6
	Ontario	--
	Prairies	--
	C.-B.	4,2
Au cours des 12 derniers mois, a participé à une manifestation ou marche de protestation	Atlantique	--
	Québec	8,0
	Ontario	--
	Prairies	5,4
	C.-B.	17,1

Liens de proximité et confiance

C'est en Colombie-Britannique que les liens ont le moins servi pour obtenir un emploi. La connaissance du voisinage est plus élevée en Atlantique et c'est là qu'on affirme le plus que « le voisinage est un endroit où les voisins s'entraident ». Cependant, lorsqu'on demande si les répondants ont donné ou reçu de l'aide dans le mois précédant l'enquête, c'est en Atlantique que les taux sont les plus bas et c'est en Colombie-Britannique que le taux d'aide *donnée* est le plus élevé et dans les Prairies que le taux d'aide *reçue* est le plus élevé.

Liens de proximité et confiance

Variables	Régions	Minorité officielle (%)
Aide pour obtenir un emploi (lien social)	Atlantique	10,5
	Québec*	12,6
	Ontario	11,3
	Prairies	13,2
	C.-B.	7,8

Indicateurs du capital social au Canada

Variables	Régions	Minorité officielle (%)
Connaissance du voisinage (la plupart et de nombreux voisins)	Atlantique	65,6
	Québec	41,4
	Ontario	43,1
	Prairies	47,3
	C.-B.	40,8
Entraide entre voisins	Atlantique	84,7
	Québec*	72,6
	Ontario	80,2
	Prairies*	78,1
	C.-B.	80,8
A rendu service au voisin dans le dernier mois	Atlantique	59,7
	Québec	63,0
	Ontario	59,4
	Prairies	69,3
	C.-B.	70,9
Voisin a rendu service dernier mois	Atlantique	53,5
	Québec	54,0
	Ontario	55,4
	Prairies	64,8
	C.-B.	61,6

Confiance

Sur 8 indicateurs de la confiance, l'Ontario présente des taux de confiance plus élevés sur 4 indicateurs, la Colombie-Britannique sur 3, l'Atlantique et les Prairies sur 1. La confiance à l'endroit des résidents du quartier est plus élevée en Atlantique. Il est à remarquer que les taux de confiance sont très bas à l'égard des inconnus pour toutes les régions. La confiance est plus forte dans des liens personnels (où les personnes se connaissent). Les taux de confiance les plus élevés se situent entre les membres de la famille, puis ils diminuent à l'égard du voisinage, des connaissances au travail ou à l'école et envers les inconnus.

La confiance

Variables	Régions	Minorité officielle (%)
De façon générale, on peut faire confiance aux gens (%) ²¹	Atlantique	43,8
	Québec	50,3
	Ontario	57,7
	Prairies	57,4
	C.-B.	50,9
Confiance en la famille (moyenne des scores)	Atlantique	4,6
	Québec	4,7
	Ontario	4,8
	Prairies	4,8
	C.-B.	4,8
Confiance à l'égard du voisinage (moyenne des scores)	Atlantique	2,8
	Québec	2,7
	Ontario	2,9
	Prairies	2,7
	C.-B.	2,8
Confiance à l'égard des personnes au travail ou à l'école (moyenne des scores)	Atlantique	2,9
	Québec	2,7
	Ontario	3,0
	Prairies	2,9
	C.-B.	3,2
Confiance envers des inconnus (moyenne des scores)	Atlantique	1,4
	Québec	1,5
	Ontario	1,6
	Prairies	1,4
	C.-B.	1,6
Confiance en la plupart ou de nombreux résidents du quartier (%)	Atlantique	74,5
	Québec	65,8
	Ontario	66,2
	Prairies	63,3
	C.-B.	70,5

²¹ L'autre choix de réponse étant « On n'est jamais trop prudent dans nos relations avec les gens ».

Indicateurs du capital social au Canada

Variables	Régions	Minorité officielle (%)
Perception de récupérer très probablement argent perdu et retrouvé par un voisin	Atlantique	88,4
	Québec	83,6
	Ontario	78,7
	Prairies	76,3
	C.-B.	78,1
Perception de récupérer très probablement argent perdu et retrouvé par un inconnu (%)	Atlantique	39,2
	Québec	38,3
	Ontario	34,6
	Prairies	43,0
	C.-B.	37,1

Importance des liens

Les liens sont plus importants pour les répondants de l'Atlantique, que ce soit les liens en général, les liens entre personnes de la même origine ethnique et culturelle et entre les membres d'une origine culturelle différente.

Importance des liens

Variables	Régions	Minorité officielle (%)
Importance de nouer des liens (moyenne des scores)	Atlantique	4,6
	Québec	4,5
	Ontario	4,4
	Prairies	4,4
	C.-B.	4,4
Importance de nouer des liens avec même origine ethnique ou culturelle (moyenne des scores)	Atlantique	4,1
	Québec	3,6
	Ontario	3,6
	Prairies	3,6
	C.-B.	3,4
Liens avec une origine ethnique et culturelle différente sont très importants (moyenne des scores)	Atlantique	3,8
	Québec	3,5
	Ontario	3,4
	Prairies	3,6
	C.-B.	3,3

Un autre indicateur sur l'engagement social est l'engagement de type religieux. En Atlantique, les taux de répondants qui assistent au moins une fois par semaine à un service religieux sont les plus élevés.

Assistance aux services religieux

Variables	Régions	Minorité officielle (%)
Assistance services religieux : 1 fois/sem.	Atlantique	29,4
	Québec	17,1
	Ontario	25,0
	Prairies	23,9
	C.-B.	15,7

BILAN DE L'ENQUÊTE SOCIALE GÉNÉRALE SUR L'ENGAGEMENT SOCIAL

En général, les anglophones manifestent un engagement social plus élevé que les francophones au Canada. L'analyse plus nuancée à l'échelle régionale permet de constater que l'engagement social varie selon les régions. Par exemple, les populations de l'Ouest (Prairies et Colombie-Britannique) semblent se mobiliser davantage que celles de l'Est. Par ailleurs, certaines activités mobilisent davantage la population ; tel le cas du sport et de la religion. Les communautés en situation minoritaire ne jouissent pas du même capital social. Dans ce cas également, l'Ouest se mobilise, en général, davantage que l'Est.

L'ENQUETE SOCIALE GENERALE SUR L'EMPLOI DU TEMPS (ESGET) (1998)²²

Les données de l'ESGET ont été recueillies auprès de 10 749 répondants du Canada (le Yukon et les TNO non compris)²³. L'ESGET comporte certaines données qui nous renseignent sur le capital social de la population canadienne. Nous avons retenu les données qui sont, pour nous, révélatrices du capital social de la population francophone canadienne en comparaison avec celui de la population anglophone.

ANALYSE PANCANADIENNE

I. LA DURÉE DU TEMPS CONSACRE AUX ACTIVITÉS BÉNÉVOLES SELON LA LANGUE DES RÉPONDANTS

Heures de bénévolat en moyenne par mois

Comme le montre le tableau figurant à l'annexe 2, les personnes bilingues (15,01 hrs) sont celles qui ont fait le plus de bénévolat en moyenne par mois, elles sont suivies des francophones (14,46 hrs) et des anglophones (13,79 hrs).

Durée du temps consacré aux activités professionnelles, syndicales ou assemblées générales.

La prochaine série de données porte sur la durée de temps consacré à des activités spécifiques dans les **24 heures précédant l'entrevue** (voir l'annexe 2).

Les anglophones ont fait plus de bénévolat dans les activités professionnelles et syndicales que les francophones (1,24 mn contre 1,08 mn).

Durée du temps consacré aux activités politiques et communautaires

Les francophones ont passé plus de temps que les anglophones (0,64 mn contre 0,11 mn) à réaliser des activités politiques ou communautaires dans la journée de l'enquête.

²² Les données sont extraites du microfichier de l'*Enquête sociale générale, cycle 12, l'emploi du temps* (1998), de Statistique Canada. Les analyses ont été faites par l'auteur et n'engagent que lui.

²³ Pour en savoir davantage sur cette enquête, voir le *Guide de l'utilisateur ESG 1998 – Cycle 12 – Enquête sur l'emploi du temps*, Statistique Canada, n° de produit 12M0012GPF.

Organisations relatives à l'enfance, la jeunesse ou à la famille

Il n'y a aucune différence significative entre les anglophones (1,30 mn) et les francophones (1,33 mn) au sujet du temps passé à se réunir ou à organiser des activités liées à l'enfance, à la jeunesse et à la famille.

Réunions ou organisations de nature confessionnelle

Dans l'ordre, ce sont les groupes anglophones (1,56 mn), francophones (1,16 mn) et bilingues (0,55 mn) qui ont exercé le plus d'activités religieuses. Ces moyennes de temps sont plus élevées que le temps consacré à des activités politiques et communautaires ou à des activités syndicales.

Durée du temps consacré aux activités religieuses (services religieux, lecture de la bible, prière)

Il n'y a aucune différence significative entre les anglophones (3,63 mn) et les francophones (3,60 mn) pour la durée des activités religieuses. Ce type d'activités est celui qui mobilise le plus la population. Les personnes bilingues ont consacré moins de temps aux activités religieuses (3,15 mn).

Durée du temps consacré aux activités à caractère fraternel ou social

Les francophones (1,18 mn) ont exercé plus d'activités de nature fraternelle ou sociale comparativement aux anglophones (0,83 mn).

Durée du temps consacré aux activités de soutien

La différence est faible, mais les anglophones (0,18 mn) ont fait plus d'activités de soutien que les francophones (0,14 mn). Les personnes bilingues viennent au premier rang pour ce type d'activités (0,28 mn).

Durée du temps consacré au bénévolat et à l'aide à autrui

Les francophones (2,19 mn) ont exercé plus d'activités que les anglophones (2,12 mn) bénévoles pour aider autrui.

Durée du temps consacré aux autres activités de bénévolat

Les francophones (0,32 mn) ont consacré plus de temps que les anglophones (0,22 mn) aux autres types de bénévolat. Les personnes bilingues viennent au premier rang pour ce type d'activités (0,67 mn).

Résumé

De manière générale, tous types de bénévolat confondus, les personnes bilingues ont fait le plus de bénévolat ; elles sont suivies des francophones et des anglophones. Lorsqu'on retient les types de bénévolat, les personnes bilingues sont moins portées à exercer des activités bénévoles pour l'enfance ou la famille, ou de types confessionnels ou religieux. À cet égard, les anglophones font davantage d'activités bénévoles à caractère religieux ou confessionnel. Les francophones s'engagent plus sur le plan politique et exercent plus d'activités fraternelles et de soutien.

Tous groupes confondus, ce sont les activités religieuses qui ont mobilisé le plus les répondants.

Autres indicateurs du capital social

La série suivante de variables examine les types de bénévolat auxquels les répondants ont consacré de leur temps au cours de l'année qui a précédé l'entrevue. Pour différents types de bénévolat, le tableau à la page suivante présente les pourcentages des répondants qui ont fait du bénévolat pendant cette période.

Bénévolat fait au cours de l'année précédant l'entrevue

Toutes catégories confondues, plus d'anglophones (37,3%) que de francophones (30,0%) ont fait du bénévolat l'année précédant l'entrevue. En 2001, les taux étaient respectivement de 39,4% et de 24,0%.

Porte à porte bénévole fait l'année précédant l'entrevue

Nous constatons une différence de même nature pour ce qui est du bénévolat de porte à porte (49,4% des anglophones comparativement à 41,7% des francophones).

Sensibilisation, influence de l'opinion publique, pressions, information fournie pour un organisme fait l'année précédant l'entrevue

Plus de francophones (42,6%) et de personnes bilingues (45,0%) que d'anglophones (38,6%) ont fait du bénévolat de sensibilisation.

Bénévolat sous forme d'aide à l'organisation ou de supervision d'activités ou d'événements pour un organisme fait l'année précédant l'entrevue

Pour ce qui est du bénévolat fait sous forme d'aide à un organisme dans la préparation d'activités ou d'événements, plus de francophones (72,3%) que d'anglophones (65,2%) en ont fait.

Bénévolat au profit d'un organisme en tant qu'administrateur, consultant ou membre d'un comité sur comité ou d'un conseil d'administration fait l'année précédant l'entrevue

Les anglophones (46,0%) et les personnes bilingues (46,0%) font davantage de bénévolat que les francophones (43,7%) au profit d'un organisme en tant qu'administrateur, consultant ou membre d'un comité ou d'un conseil d'administration.

Bénévolat au profit d'un organisme à titre d'enseignant ou d'entraîneur fait l'année précédant l'entrevue

Nous constatons une différence significative pour ce qui est du bénévolat fait pour un organisme à titre d'enseignant ou d'entraîneur. Les anglophones (32,9%) en ont fait plus que les personnes bilingues (28,2%) et les francophones (24,9%).

Bénévolat au profit d'un organisme : soins ou conseils destinés à des personnes ou à des groupes, fait l'année précédant l'entrevue

Les francophones (38,5%) font plus de bénévolat que les anglophones (23,8%) pour prodiguer des soins et des conseils.

Bénévolat au profit d'un organisme : transport ou distribution de nourriture, fait l'année précédant l'entrevue

Plus de personnes bilingues (35,8%) et de francophones (33,8%) que d'anglophones (30,1%) ont fait du bénévolat pour l'aide au transport ou dans la distribution de nourriture.

Bénévole au profit d'un organisme : aide à l'entretien, à la construction et à la rénovation, fait l'année précédant l'entrevue

Plus de francophones (24,7%) que d'anglophones (17,7%) ont fait du bénévolat dans le secteur de l'entretien, de la rénovation ou de la construction.

Bénévolat au profit d'un organisme : activités de secours (premiers soins, lutte contre les incendies, opération de recherche et de sauvetage), fait l'année précédant l'entrevue

Ce type de bénévolat attire moins de personnes dans la population en général; il mobilise plus, dans l'ordre, les personnes bilingues (12,9%), les anglophones (9,1%) et les francophones (7,8%).

Autres types de bénévolat, non mentionnés précédemment, fait l'année précédant l'entrevue

Plus de francophones (14,8%) que d'anglophones (10,2%) et de personnes bilingues (5,5%) ont fait d'autres types de bénévolat non mentionné précédemment au profit d'un organisme.

Engagement civique

Variables	Anglophones (%)	Francophones (%)	Bilingues ²⁴ (%)
Bénévolat l'an passé	37,3	30,0	35,4
Bénévolat porte à porte	49,4	41,7	42,9
Sensibilisation, influencer opinion publique, information	38,6	42,6	45,0
Organisation/supervision d'événements	65,2	72,3	66,4
Administration, consultant, siéger au C.A.	46,0	43,7	46,0
Enseignant, entraîneur	32,9	24,9	28,2
Soins, conseils à des personnes	23,8	38,5	33,1
Transport, distribution de nourriture	30,1	33,8	35,8
Entretien, rénovation, construction	17,7	24,7	21,2

²⁴ Même si nous portons surtout notre attention sur les répondants anglophones et francophones, nous avons indiqué les taux se rapportant aux répondants bilingues.

Variables	Anglophones (%)	Francophones (%)	Bilingues ²⁵ (%)
Activités de secours	9,1	7,8	12,9
Autres types de bénévolat	10,2	14,8	5,5

Résumé

Cette série de variables permet de mesurer le bénévolat fait durant les 12 mois qui ont précédé l'entrevue. En général, les anglophones ont fait plus de bénévolat que les francophones l'année qui a précédé l'enquête. Si nous comparons les anglophones et les francophones selon les types de bénévolat, nous constatons que chaque groupe linguistique a fait plus de bénévolat que l'autre groupe dans cinq types de bénévolat.

PRÉFÉRENCE

Aimer être seul

On a demandé aux répondants s'ils souhaitent passer plus de temps seuls. Cet indicateur peut illustrer la propension des individus à s'engager socialement. Les francophones aimeraient plus que les anglophones être seuls. Ce sont les personnes bilingues qui aimeraient le plus être davantage seules. Près du quart de la population aimeraient davantage être seul.

Aimer être seul

Aimer être seul	1 ^{ère} langue			Total (%)
	Anglais (%)	Français (%)	Bilingue (%)	
Oui	24,4	25,1	26,8	23,5
Non	75,2	74,5	71,8	69,6
NSP-ND	0,4	0,4	1,3	6,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Aimer regarder la télévision

Une variable qu'a utilisée Putnam (2001) pour mesurer le degré de capital social est le temps passé à regarder la télévision. Il a constaté que la baisse de la vie civique a correspondu à l'arrivée de la télévision et à la hausse de sa consommation. Une plus grande propension à regarder la télévision pourrait se traduire par un faible degré d'engagement social. Les données suivantes montrent que les francophones aiment plus que les anglophones et les personnes bilingues regarder la télévision. Ce sont les anglophones qui viennent au troisième rang.

²⁵ Même si nous portons surtout notre attention sur les répondants anglophones et francophones, nous avons indiqué les taux se rapportant aux répondants bilingues.

Aimer regarder la télévision

Aimer TV	Première langue			
	Anglais (%)	Français (%)	Bilingue (%)	Total (%)
1 ²⁶	8,8	5,7	8,3	7,3
2	17,0	14,5	14,6	14,7
3	35,3	34,0	35,1	31,8
4	23,4	24,4	25,0	22,1
5	15,0	21,1	16,8	15,4
Pas de réponse	0,5	0,2	0,3	8,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Aimer faire du bénévolat

Les francophones sont plus nombreux à dire qu'il leur plaît beaucoup de faire du bénévolat.

Aimer faire du bénévolat

Aimer bénévolat	Première langue			
	Anglais (%)	Français (%)	Bilingue (%)	Total (%)
1	8,9	8,4	8,3	7,7
2	9,0	9,5	9,1	8,1
3	22,0	18,8	21,2	19,0
4	19,8	18,1	18,2	17,2
5	11,6	14,5	13,9	11,0
Pas de réponse	28,7	30,6	29,2	36,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Aimer exercer des activités sociales

Les répondants des deux premières catégories de l'échelle étant regroupés, nous constatons que les activités sociales déplaisent davantage aux francophones (23,1%) qu'aux anglophones (18,7%) et aux personnes bilingues (18,1%). Elles plaisent davantage aux personnes bilingues, aux francophones et aux anglophones.

²⁶ Il s'agit d'une échelle de 1 à 5 allant de « déplaît beaucoup » à « plaît beaucoup ». Le chiffre 8 regroupe les autres réponses (refus, pas de réponse). Nous considérons les répondants qui ont répondu 4 et 5 pour déterminer s'ils aiment regarder la télévision.

Aimer exercer des activités sociales

Aimer exercer des activités sociales	Première langue			
	Anglais (%)	Français (%)	Bilingue (%)	Total (%)
1	8,4	8,9	7,8	7,8
2	10,3	14,2	10,3	10,1
3	23,2	23,6	24,2	21,7
4	30,6	24,8	28,2	26,2
5	22,8	22,4	25,1	20,6
Pas de réponse	4,7	6,0	4,4	13,6
Total	100,0	100,0	100,0%	100,0%

Aimer être membre de clubs

En combinant les deux premières catégories de l'échelle, il déplaît plus aux francophones (29,6%) qu'aux anglophones (26,0%) et aux personnes bilingues (27,5%) d'être membre de clubs sociaux ou d'organisations.

Aimer être membre de clubs	Première langue			
	Anglais (%)	Français (%)	Bilingue (%)	Total (%)
1	12,4	15,5	13,7	12,0
2	13,6	14,1	13,8	12,5
3	24,9	18,4	21,8	20,9
4	22,3	13,0	14,4	17,5
5	13,5	12,4	16,0	12,0
Pas de réponse	13,4	26,6	20,3	25,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Bilan de l'analyse pancanadienne

Comparativement aux anglophones, les francophones font plus de bénévolat en moyenne par mois. Cependant, les anglophones ont été plus nombreux à faire du bénévolat l'année qui a précédé l'enquête. Par ailleurs, les francophones souhaitent plus que les anglophones être seuls et ils regardent plus la télévision. Les anglophones aiment plus être membres de clubs sociaux ou exercer des activités sociales. Ils témoigneraient donc d'un engagement social plus élevé que les francophones, ce qui exprimerait un capital social plus élevé. En outre, cet engagement social peut contribuer à renforcer les liens sociaux communautaires, éléments constitutifs du capital social. Cependant, pour certains types de bénévolat, les francophones témoignent d'un engagement social plus élevé.

ANALYSE RÉGIONALE

Dans la présente partie, nous nuancerons notre analyse en portant notre attention sur les régions du Canada.

Si nous excluons les répondants qui appartiennent à la majorité, 105 francophones et 227 personnes bilingues ont répondu aux questionnaires en Atlantique; 74 francophones et 178 personnes bilingues en Ontario, 40 francophones et 160 personnes bilingues dans les Prairies, 17 francophones et 47 personnes bilingues en Colombie-Britannique, 118 anglophones et 347 personnes bilingues au Québec (voir le tableau à l'annexe 3).

TEMPS CONSACRÉ AUX ACTIVITÉS BÉNÉVOLES

Heures de bénévolat réalisées en moyenne par mois (voir l'annexe 4)

Atlantique

Les anglophones (14,53 hrs) consacrent plus d'heures au bénévolat en moyenne par mois que les francophones (10,41 hrs). Ce sont les personnes bilingues qui en font le plus (14,94 hrs).

Québec

Les anglophones (20,38 hrs) consacrent plus d'heures au bénévolat en moyenne par mois que les francophones (14,85 hrs).

Ontario

Les francophones (12,94 hrs) consacrent un peu plus d'heures au bénévolat en moyenne par mois que les anglophones (12,85 hrs), mais ces deux groupes en font moins que les personnes bilingues (15,27 hrs).

Prairies

Les anglophones (13,34 hrs) consacrent plus d'heures au bénévolat en moyenne par mois comparativement aux francophones (12,48 hrs), lesquels forment les groupes qui en font le moins.

Colombie-Britannique

Les anglophones (15,03 hrs) consacrent plus d'heures au bénévolat en moyenne par mois que les francophones (3,92 hrs). Les francophones de cette province se distinguent des autres groupes de toutes les régions par le peu d'heures qu'ils consacrent à des activités bénévoles.

Durée de temps consacré aux activités professionnelles (se reporter à l'annexe 5 pour les résultats obtenus à cet égard)

Comparativement aux anglophones, les francophones ont exercé plus d'activités de nature professionnelle au Québec, dans les Prairies et en Colombie-Britannique.

Atlantique

Les anglophones (2,88 mn) ont exercé plus d'activités de nature professionnelle que les francophones (2,45 mn) la veille de l'enquête.

Québec

Les francophones (1,09 mn) ont exercé plus d'activités professionnelles que les anglophones (0,19 mn).

Ontario

Les anglophones (0,72 mn) ont exercé plus d'activités professionnelles que les francophones qui n'en ont exercé aucune.

Prairies

Les francophones (3,21 mn) ont exercé plus d'activités professionnelles que les anglophones (1,88 mn).

Colombie-Britannique

Les francophones (1,25 mn) ont exercé plus d'activités professionnelles que les anglophones (0,86 mn).

Durée des activités politiques et communautaires

Seulement au Québec, retrouvons-nous des francophones qui ont exercé des activités politiques ou communautaires bénévoles la veille de l'entrevue.

Atlantique

Aucun répondant francophone ou bilingue n'a exercé d'activités politiques ou communautaires pour un organisme la veille de l'enquête. Seuls les anglophones (0,18 mn) en ont exercé.

Québec

Seuls les francophones (0,71 mn) ont exercé des activités politiques ou communautaires.

Ontario

Seuls les anglophones (0,11 mn) ont exercé des activités politiques ou communautaires.

Prairies

Seuls les anglophones (0,09 mn) ont exercé des activités politiques ou communautaires.

Colombie-Britannique

Les anglophones (0,09 mn) ont exercé plus d'activités politiques et communautaires que les francophones, qui n'en ont exercé aucune.

Durée du temps consacré aux activités en regard de l'enfance, de la jeunesse et de la famille

Sauf au Québec, les anglophones ont exercé plus d'activités se rapportant à l'enfance, à la jeunesse et à la famille que les francophones.

Atlantique

Les anglophones (0,87 mn) ont exercé plus d'activités se rapportant à l'enfance, à la jeunesse et à la famille que les francophones (0,48 mn). Les personnes bilingues n'en ont exercé aucune.

Québec

Les francophones (1,46 mn) ont exercé plus d'activités se rapportant à la famille que les anglophones, qui en ont exercé aucune.

Ontario

Les anglophones (1,34 mn) ont exercé plus d'activités se rapportant à la famille que les francophones qui en ont exercé aucune.

Prairies

Les anglophones (1,13 mn) ont exercé plus d'activités se rapportant à la famille que les francophones, qui en ont exercé aucune. Ce sont les personnes bilingues qui en ont faites le plus.

Colombie-Britannique

Les anglophones (1,93 mn) ont exercé plus d'activités en lien se rapportant à la famille que les francophones, qui en ont exercé aucune.

Durée du temps consacré aux activités de réunions ou d'organisations de nature confessionnelle

Ce sont les activités de nature confessionnelle qui ont mobilisé plus de personnes après les activités professionnelles. Les anglophones sont plus nombreux que les francophones à avoir exercé ce genre d'activités la veille de l'enquête en Atlantique (1,85 mn contre 0,52 mn), dans les Prairies (1,54 mn contre 0,98 mn), en Colombie-Britannique (1,95 mn contre 0,0 mn) et au Québec (5,36 mn contre 1,16 mn). La situation est inverse en Ontario (1,14 mn contre 1,49 mn chez les francophones).

Durée du temps consacré à exercer des activités religieuses (services religieux, lecture de la bible, prière)

Les données montrent que plus de personnes ont exercé des activités de nature religieuse la veille de l'entrevue que tout autre type d'activités. Sauf en Ontario et en Colombie-Britannique, les francophones ont consacré plus de temps que les anglophones à ce type d'activités. En Colombie-Britannique, aucun francophone n'a exercé ce type d'activités la veille de l'enquête. En Atlantique, la moyenne du temps consacré par les francophones qui ont exercé ce type d'activités approche 9 mn, ce qui en fait la moyenne la plus élevée pour les activités bénévoles, tous types d'activités, toutes appartenances linguistiques et toutes régions confondus.

Durée du temps consacré à exercer des activités à caractère fraternel ou social

En Atlantique, les anglophones (0,49 mn) sont les seuls à avoir exercé des activités à caractère fraternel ou social la veille de l'entrevue.

Au Québec, les francophones (1,22 mn) ont plus exercé ce type d'activités que les anglophones, qui n'en ont exercé aucune. Les personnes bilingues ont plus exercé ce type d'activités que les autres groupes (2,02 mn).

En Ontario, ce sont les francophones qui ont le plus exercé des activités à caractère fraternel ou social (1,39 mn contre 1,04 mn chez les anglophones).

Dans les Prairies et en Colombie-Britannique, seuls les anglophones ont exercé des activités à caractère fraternel ou social (1,21 mn dans les Prairies et 0,13 mn en Colombie-Britannique).

Durée du temps consacré à exercer des activités dans un groupe de soutien

Les activités exercées dans un groupe de soutien ont mobilisé davantage les répondants de la majorité dans la province la veille de l'entrevue. Aucun francophone n'a exercé ce type de bénévolat en dehors du Québec. Outre les répondants de la majorité linguistique, seules les personnes bilingues des Prairies ont exercé elles aussi ce type d'activités, et elles en ont exercé un peu plus que les anglophones.

Durée du temps consacré au bénévolat et aux activités d'aide à autrui

À part l'Atlantique et le Québec, les répondants francophones n'ont pas exercé d'activités bénévoles et d'aide à autrui la veille de l'entrevue.

En Atlantique, les francophones (5,01 mn) en ont exercé plus que les anglophones (2,27 mn). Au Québec, les francophones (2,31 mn) en ont exercé plus que les anglophones (0,56 mn). En Ontario, les anglophones en ont exercé pour une durée moyenne de 1,47 mn. Dans les Prairies, les anglophones en ont exercé pour une durée moyenne de 2,37 mn. En Colombie-Britannique, les anglophones en ont exercé pour une durée moyenne de 3,74 mn.

Durée des autres types d'activités de bénévolat

Dans toutes les régions, les anglophones ont exercé plus d'autres types d'activités bénévoles que les francophones la veille de l'entrevue. En Atlantique, les anglophones (0,52 mn) en ont exercé davantage que les francophones (0,44 mn). Au Québec, les anglophones (0,39 mn) en ont exercé davantage que les francophones (0,34 mn). En Ontario, les anglophones en ont exercé pour une durée moyenne de 0,12 mn, alors que les francophones n'en ont pas fait. Dans les Prairies, les anglophones en ont exercé pour une durée moyenne de 0,31 mn, alors que les francophones n'en ont exercé aucune. En Colombie-Britannique, les anglophones en ont exercé pour une durée moyenne de 0,18 mn, alors que les francophones n'en ont exercé aucune.

Résumé

En général, dans les régions, ce sont les personnes qui appartiennent au groupe linguistique majoritaire qui ont exercé le plus d'activités de bénévolat en moyenne la veille de l'enquête. Dans toutes les régions, sauf en Colombie-Britannique, les répondants du groupe minoritaire ont fait plus de bénévolat que les anglophones pour deux types de bénévolat. En Colombie-Britannique, les francophones en ont fait plus que les anglophones seulement pour un type de bénévolat.

Pour plusieurs types de bénévolat, les répondants de la minorité n'ont fait aucun bénévolat (3 types en Atlantique pour les francophones, 4 types pour les anglophones au Québec, 6 types pour les francophones en Ontario et dans les Prairies et 8 types pour les francophones en Colombie-Britannique). En Colombie-Britannique, les répondants francophones témoignent d'un faible engagement bénévole comparativement aux autres groupes.

La situation est semblable pour les personnes bilingues, mais celles-ci s'engagent, en général, plus que les répondants appartenant à des groupes minoritaires.

Ainsi, les répondants appartenant à des groupes minoritaires s'engagent moins que les répondants des groupes majoritaires.

Toutefois, lorsqu'on demande quel nombre d'heures de bénévolat ont été consacrées en moyenne par mois au cours de l'année qui a précédé l'enquête, ce sont les personnes bilingues qui en ont fait le plus dans toutes les régions, sauf au Québec. Si on compare les anglophones et les francophones, les anglophones en ont fait le plus partout, sauf en Ontario. Ainsi, même au Québec, ils en ont fait davantage.

Ces données ne semblent pas toutes correspondre à celles qui se rapportent au bénévolat fait la veille de l'entrevue. Il est à noter, cependant, que ces dernières données portent sur une plus grande. Elles confirment la tendance constatée selon laquelle les répondants appartenant au groupe majoritaire font plus de bénévolat pour toutes les régions, sauf l'Ontario et le Québec.

AUTRES INDICATEURS DU CAPITAL SOCIAL

Bénévolat an passé

Atlantique

39,1% d'anglophones et 46,9% de francophones ont fait du bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'enquête.

Québec

33,5% d'anglophones et 29,8% de francophones ont fait du bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'enquête.

Ontario

32,9% d'anglophones et 24,7% de francophones ont fait du bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'enquête.

Prairies

40,7% d'anglophones et 33,4% de francophones ont fait du bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'enquête.

Colombie-Britannique

44,6% d'anglophones et 46,2% de francophones ont fait du bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'enquête.

Porte à porte bénévole fait au cours de l'année qui a précédé l'enquête

Atlantique

55,2% d'anglophones et 54,1% de francophones ont fait du porte à porte bénévole au cours de l'année qui a précédé l'enquête*.

Québec

41,7% d'anglophones et 41,3% de francophones ont fait ce genre de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'enquête.

* L'astérisque signifie que la différence n'est pas significative. Autrement dit, la probabilité qu'elle soit le fruit du hasard est supérieure à 5%.

Ontario

49,2% d'anglophones et 54,0% de francophones ont fait ce genre de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'enquête*.

Prairies

51,6% d'anglophones²⁷ ont fait ce genre de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'enquête*.

Colombie-Britannique

44,5% d'anglophones ont fait ce genre de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'enquête.

Bénévolat fait au cours de l'année qui a précédé l'entrevue pour influencer l'opinion, sensibiliser ou informer

Dans toutes les régions, ce sont les anglophones qui ont fait le plus de bénévolat pour influencer l'opinion, sensibiliser ou informer.

Atlantique

47,2% d'anglophones et 32,9% de francophones ont fait ce genre de bénévolat*.

Québec

41,1% d'anglophones et 42,8% de francophones ont fait ce genre de bénévolat.

Ontario

37,8% d'anglophones et 51,2% de francophones ont fait ce genre de bénévolat*.

Prairies

36,6% d'anglophones et 28,4% de francophones ont fait ce genre de bénévolat*.

Colombie-Britannique

Plus d'anglophones (37,1%) que de francophones ont fait ce genre de bénévolat.

Bénévolat fait au cours de l'année qui a précédé l'entrevue pour organiser des activités ou des événements

Hormis l'Atlantique et la Colombie-Britannique, ce sont les anglophones qui ont le plus fait du bénévolat pour organiser des activités ou des événements.

Atlantique

68,0% d'anglophones et 63,9% de francophones ont fait ce genre de bénévolat*.

Québec

76,4% d'anglophones et 72,5% de francophones ont fait ce genre de bénévolat.

Ontario

63,5% d'anglophones et 80,5% de francophones ont fait ce genre de bénévolat*.

²⁷ Lorsque nous ne mettons pas les résultats pour les anglophones ou les francophones, c'est que le nombre de répondants est trop faible.

Prairies

64,2% d'anglophones et 57,4% de francophones ont fait du bénévolat dans l'organisation d'activités et d'événements*.

Colombie-Britannique

66,7% d'anglophones et 66,3% de francophones ont fait ce genre de bénévolat.

Bénévolat administratif fait au cours de l'année qui a précédé l'entrevue (siéger à un conseil d'administration ou à un comité)

En Ontario, au Québec et dans les Prairies, ce sont les répondants appartenant à la communauté minoritaire de langue officielle qui ont fait le plus de bénévolat administratif au cours de l'année qui a précédé l'entrevue.

Atlantique

48,2% d'anglophones et 45,4% de francophones ont fait du bénévolat administratif au cours de l'année qui a précédé l'entrevue*.

Québec

58,6% d'anglophones et 43,4% de francophones ont fait ce genre de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'entrevue.

Ontario

45,3% d'anglophones et 50,5% de francophones ont fait ce genre de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'entrevue*.

Prairies

45,6% d'anglophones et 59,7% de francophones ont fait ce genre de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'entrevue*.

Colombie-Britannique

Plus d'anglophones (45,1%) que de francophones ont fait ce genre de bénévolat l'année précédant l'entrevue.

Bénévolat au profit d'un organisme à titre d'enseignant ou d'entraîneur, fait au cours de l'année qui a précédé l'entrevue

Atlantique

35,5% d'anglophones et 22,7% de francophones ont fait du bénévolat au profit d'un organisme dans l'enseignement ou à titre d'entraîneur au cours de l'année qui a précédé l'entrevue.

Québec

38,4% d'anglophones et 24,0% de francophones ont fait ce genre de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'entrevue.

Ontario

30,8% d'anglophones et 40,5% de francophone ont fait ce genre de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'entrevue*.

Prairies

34,8% d'anglophones et 35,0% de francophones ont fait ce genre de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'entrevue*.

Colombie-Britannique

32,7% d'anglophones ont fait ce genre de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'entrevue.

Bénévolat au profit d'un organisme : soins ou conseils pour des personnes ou groupes, fait au cours de l'année qui a précédé l'entrevue

Atlantique

27,5% d'anglophones et 32,8% de francophones ont fait du bénévolat pour prodiguer des soins ou des conseils à des personnes ou à des groupes au cours de l'année qui a précédé l'entrevue*.

Québec

44,0% d'anglophones et 39,1% de francophones ont fait ce genre de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'entrevue.

Ontario

23,1% d'anglophones et 35,3% de francophones ont fait ce genre de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'entrevue*.

Prairies

23,3% d'anglophones et 39,0% de francophone ont fait ce genre de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'entrevue*.

Colombie-Britannique

21,4% d'anglophones ont fait ce genre de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'entrevue.

Bénévolat au profit d'un organisme : transport ou distribution de nourriture, fait au cours de l'année qui a précédé l'entrevue

Atlantique

38,8% d'anglophones et 23,5% de francophones ont fait du bénévolat dans l'aide au transport ou dans la distribution de nourriture au cours de l'année qui a précédé l'entrevue.

Québec

33,7% d'anglophones et 34,4% de francophones ont fait du bénévolat dans l'aide au transport ou dans la distribution de nourriture au cours de l'année qui a précédé l'entrevue.

Ontario

27,5% d'anglophones et 39,5% de francophones ont fait du bénévolat dans l'aide au transport ou dans la distribution de nourriture au cours de l'année qui a précédé l'entrevue*.

Prairies

30,6% d'anglophones ont fait du bénévolat dans l'aide au transport ou dans la distribution de nourriture au cours de l'année qui a précédé l'entrevue*.

Colombie-Britannique

29,3% d'anglophones ont fait du bénévolat dans l'aide au transport ou dans la distribution de nourriture au cours de l'année qui a précédé l'entrevue.

Bénévole au profit d'un organisme dans l'aide à l'entretien, à la construction et à la rénovation, fait au cours de l'année qui a précédé l'entrevue

Atlantique

25,3% d'anglophones et 27,4% de francophones ont fait du bénévolat dans l'entretien, la rénovation ou la construction au cours de l'année qui a précédé l'entrevue*.

Québec

33,9% d'anglophones et 24,5% de francophones ont fait ce genre de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'entrevue.

Ontario

14,1% d'anglophones ont fait ce genre de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'entrevue*.

Prairies

19,8% d'anglophones ont fait ce genre de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'entrevue*.

Colombie-Britannique

16,2% d'anglophones et 10,4% de francophones ont fait ce genre de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'entrevue.

Bénévolat au profit d'un organisme dans des activités de secours (premiers soins, lutte contre incendie, opération de recherche et de sauvetage), fait au cours de l'année qui a précédé l'entrevue

Atlantique

12,5% d'anglophones et 6,6% de francophones ont fait du bénévolat dans des activités de secours au cours de l'année qui a précédé l'entrevue*.

Québec

8,0% de francophones ont fait ce genre de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'entrevue.

Ontario

7,5% d'anglophones ont fait ce genre de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'entrevue*.

Prairies

10,5% d'anglophones ont fait ce genre de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'entrevue*.

Colombie-Britannique

9,4% d'anglophones ont fait ce genre de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'entrevue.

Autres types de bénévolat, non mentionné précédemment, fait au cours de l'année qui a précédé l'entrevue

Atlantique

17,1% d'anglophones et 25,2% de francophones ont fait d'autres types de bénévolat pour un organisme non mentionné au cours de l'année qui a précédé l'entrevue*.

Québec

10,6% d'anglophones et 15,1% de francophones ont fait ces autres types de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'entrevue.

Ontario

8,3% d'anglophones et 0,0% de francophones ont fait ces autres types de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'entrevue*.

Prairies

Moins d'anglophones (7,6%) que de francophones ont fait ces autres types de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'entrevue.

Colombie-Britannique

13,2% d'anglophones et 0,0% de francophones ont fait ces autres types de bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'entrevue.

Résumé

L'analyse régionale permet d'apprécier l'engagement social selon les régions et selon les types de bénévolat. Si, à l'échelle canadienne, les anglophones sont généralement plus engagés dans leur communauté comme bénévoles, ceci n'est pas toujours vrai quand on examine les données par région. Les francophones ont fait plus de bénévolat que les anglophones au cours de l'année qui a précédé l'enquête en Atlantique et en Colombie-Britannique. Cette dernière donnée a de quoi surprendre étant donné que les francophones en Colombie-Britannique faisaient moins de bénévolat en moyenne par mois. Cependant, nous ne mesurons pas ici la durée du bénévolat, mais plutôt la question de savoir si les répondants en ont fait. Par ailleurs, les catégories de bénévolat sont différentes dans cette série de variables.

Pour les différentes catégories de bénévolat, les répondants qui appartiennent au groupe majoritaire tendent à faire plus de bénévolat (sauf au Québec et en Ontario, où les répondants qui appartiennent au groupe minoritaire tendent à faire plus de bénévolat que ceux qui appartiennent au groupe majoritaire).

En plus de refléter le degré d'engagement, ces pourcentages pourraient-ils correspondre au degré de développement organisationnel et institutionnel communautaire dans la langue du répondant? Des communautés moins pourvues en organismes communautaires offriraient moins d'occasions de faire du bénévolat.

PRÉFÉRENCE SELON LES RÉGIONS

Aimer la télévision

Dans toutes les régions, sauf en Atlantique, où les pourcentages sont sensiblement les mêmes, les francophones aiment plus que les anglophones regarder la télévision.

Atlantique

39,3% d'anglophones et 39,2% de francophones aiment regarder la télévision²⁸. 17,7% des anglophones contre 21,4% des francophones affirment que cette activité leur plaît beaucoup (score de 5 à l'échelle de 1 à 5).

Québec

37,4% d'anglophones et 45,8% de francophones aiment regarder la télévision.

Ontario

39,6% d'anglophones et 43,1% de francophones aiment regarder la télévision.

Prairies

38,1% d'anglophones et 51,0% de francophones aiment regarder la télévision.

Colombie-Britannique

35,0% d'anglophones et 37,7% de francophones aiment regarder la télévision.

Aimer faire du bénévolat

Dans toutes les régions, sauf dans les Prairies, les francophones plus que les anglophones disent aimer faire du bénévolat. En Ontario, la différence est très faible cependant.

Atlantique

36,2% d'anglophones et 39,2% de francophones aiment faire du bénévolat.

Québec

23,6% d'allophones et 32,7% de francophones aiment faire du bénévolat.

Ontario

29,4% d'anglophones et 29,5% de francophones aiment faire du bénévolat.

Prairies

32,9% d'anglophones et 26,4% de francophones aiment faire du bénévolat.

Colombie-Britannique

32,9% d'anglophones et 44,0% de francophones aiment faire du bénévolat.

Aimer exercer des activités sociales

Dans toutes les régions, sauf en Atlantique, ce sont les anglophones qui aiment le plus exercer des activités sociales.

Atlantique

49,6% d'anglophones et 55,6% de francophones aiment exercer des activités sociales.

²⁸ Il s'agit des répondants qui ont répondu 4 ou 5 sur l'échelle, 5 étant plaît beaucoup.

Québec

49,6% d'anglophones et 47,7% de francophones aiment exercer des activités sociales.

Ontario

53,4% d'anglophones et 35,9% de francophones aiment exercer des activités sociales.

Prairies

54,7% d'anglophones et 51,4% de francophones aiment exercer des activités sociales.

Colombie-Britannique

55,0% d'anglophones et 38,9% de francophones aiment faire des activités sociales.

Aimer faire partie de clubs et d'organisations sociales

Sauf en Colombie-Britannique, où les pourcentages sont à peu près les mêmes, les anglophones aiment plus que les francophones faire partie de clubs et d'organisations sociales.

Atlantique

34,2% d'anglophones et 29,9% de francophones aiment faire partie de clubs et d'organisations sociales.

Québec

26,2% d'anglophones et 25,9% de francophones aiment faire partie de clubs et d'organisations sociales.

Ontario

35,4% d'anglophones et 16,3% de francophones aiment faire partie de clubs et d'organisations sociales.

Prairies

38,5% d'anglophones et 21,4% de francophones aiment faire partie de clubs et d'organisations sociales.

Colombie-Britannique

36,1% d'anglophones et 36,2% de francophones aiment faire partie de clubs et d'organisations sociales.

Résumé

Sauf en Atlantique, ce sont les francophones qui aiment le plus regarder la télévision. En Atlantique, ce sont les francophones qui aiment le plus exercer des activités de bénévolat. Au Québec, en Ontario et dans les Prairies, les anglophones préfèrent plus que les francophones exercer des activités sociales. Sauf en Colombie-Britannique, les anglophones préfèrent plus que les francophones faire partie de clubs.

**ANALYSE DE L'ENGAGEMENT SOCIAL DES
COMMUNAUTÉS MINORITAIRES DE LANGUE OFFICIELLE**

La présente partie s'intéresse plus particulièrement aux répondants qui appartiennent aux communautés minoritaires de langue officielle.

En moyenne, ce sont les répondants anglophones du Québec qui ont fait le plus de bénévolat par mois (voir l'annexe 6). Suivent ensuite les répondants de l'Ontario et des Prairies, de l'Atlantique et de la Colombie-Britannique.

En ce qui concerne le bénévolat fait l'an passé, ce sont les répondants de l'Atlantique qui viennent en tête de liste, suivent les répondants de la Colombie-Britannique, du Québec, des Prairies et de l'Ontario (voir l'annexe 7). Ces résultats ont de quoi surprendre étant donné que les groupes qui font le moins de bénévolat en moyenne par mois (la Colombie-Britannique et l'Atlantique) sont plus nombreux en avoir fait l'an passé.

Lorsque nous détaillons les types de bénévolat (voir l'annexe 7), nous constatons que les répondants de l'Ontario sont les plus nombreux à avoir fait du bénévolat pour quatre types de bénévolat, suivis de ceux des Prairies, du Québec, de la Colombie-Britannique et de l'Atlantique.

L'annexe 8 montre que la CMLO des Prairies préfère regarder la télévision (et moins au Québec); que c'est la CMLO de la Colombie-Britannique qui aime davantage faire du bénévolat (et moins au Québec), que c'est la CMLO de l'Atlantique qui aime le plus exercer des activités sociales (et moins en Ontario) et que c'est la CMLO de la Colombie-Britannique qui aime le plus faire partie de clubs sociaux (et moins en Ontario).

Résumé

La deuxième partie de l'analyse permet d'approfondir notre compréhension du capital social des minorités de langue officielle. En Atlantique, ce sont les francophones qui sont, en général, le plus engagés comme bénévoles.

Lorsque l'analyse compare les communautés minoritaires de langue officielle, ce sont les répondants anglophones du Québec qui ont fait le plus de bénévolat en moyenne par mois au cours de l'année qui a précédé l'entrevue. Cependant, ce sont les répondants de l'Atlantique qui sont les plus nombreux à en avoir fait au cours de l'année qui a précédé l'entrevue. À cet égard, pareil résultat pourrait signifier que la communauté francophone de l'Atlantique témoigne d'un engagement social plus élevé que les autres groupes francophones en dehors du Québec.

CONCLUSION

De manière générale, lorsque nous considérons l'ensemble des variables, notamment certaines variables plus significatives sur le plan de l'engagement social, comme le bénévolat fait au cours de l'année qui a précédé l'enquête, une tendance générale se dessine : les anglophones s'engagent plus que les francophones. Selon les deux enquêtes sociales générales, les anglophones sont plus nombreux à avoir fait du bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'enquête. Si cette constatation se confirme dans l'enquête sur l'emploi du temps, il demeure que la moyenne mensuelle du temps consacré au bénévolat est plus élevée dans cette enquête chez les francophones (les personnes bilingues étant exclues).

Lorsque nous examinons la situation dans les régions, selon l'ESG sur l'engagement social, les anglophones sont plus nombreux à avoir fait du bénévolat au cours de l'année qui a précédé l'enquête dans toutes les régions. En 1998, l'ESG sur l'emploi du temps montre que cette situation était la même, sauf en Atlantique et en Colombie-Britannique. L'analyse régionale permet de nuancer ces observations et montre dans certaines régions des engagements sociaux plus élevés chez les francophones. Par exemple, les francophones votent en général plus que les anglophones, mais les anglophones s'engagent souvent plus qu'eux politiquement dans d'autres avenues. En Atlantique, la perception de l'entraide entre voisins est plus élevée. Les anglophones ont plus confiance aux gens dans toutes les régions. La confiance constitue un autre indicateur déterminant du capital social.

L'analyse régionale montre d'autres tendances. Par exemple, plus on va vers l'Ouest, plus la population tend à s'engager socialement. De manière générale, ce résultat se confirme lorsque nous comparons les communautés linguistiques en situation minoritaire. Autre tendance observée : en général, l'engagement social est plus élevé dans la population en situation majoritaire.

Il est permis de penser que les différences constatées entre les communautés sur le plan de l'engagement social témoignent d'un capital social variable. Elles peuvent également s'expliquer en fonction du degré de développement des espaces communautaires où il est possible de faire du bénévolat dans la langue du répondant. Sachant que le bénévolat se fait en grande partie au sein d'organismes communautaires formellement constitués, il est possible que la faible présence de tels organismes dans la langue de la minorité dans les communautés minoritaires explique la faiblesse de l'engagement social. D'autres études pourraient se proposer d'établir le lien entre le développement organisationnel des communautés et leur degré d'engagement social. Elles auraient tout avantage à explorer des pistes qui permettent d'expliquer ces variations en mettant en relief les facteurs qui favorisent l'engagement social.

De fait, plusieurs facteurs peuvent expliquer ces différences dans l'engagement social. Outre le fait que ces indicateurs peuvent exprimer le degré de développement des espaces communautaires des différentes communautés, ils peuvent aussi correspondre au degré d'intervention de l'État dans la communauté. En effet, le degré de développement de l'État-providence a un impact sur la vitalité communautaire. En prenant à sa charge certains services jadis assumés par la communauté, l'État-providence a rendu moins nécessaire la prise en charge de ces services par les milieux communautaires.

Quand on procure aux individus ce parachute extraordinaire qu'est l'assurance d'assistance, écrit Gauchet, on les autorise dans les situations de l'existence, à s'affranchir de toutes les communautés, de toutes les appartenances possibles, à

commencer par les solidarités élémentaires de voisinage (dans Lévesque, 2004 : 6).

Il est vrai que certains observateurs mentionnent que l'approche technocratique de l'État providence a eu pour effet de susciter l'émergence d'un nouveau mouvement communautaire qui s'opposait à l'approche technocratique de l'État et qui proposait une approche alternative dans la prise en charge de besoins définis à l'échelle des communautés (Neamtan et Forgues, 1997). Il n'en demeure pas moins que les services que l'État prend en charge en se substituant au secteur communautaire rendent caduque l'existence de certains types d'organisations socio-communautaires. Bref, le degré de développement de l'État-providence dans les provinces peut avoir un impact sur le degré d'engagement social des populations provinciales.

Cela signifie que le degré de désengagement actuel de l'État-providence peut aussi avoir un impact sur le degré d'engagement social des populations. Ce n'est d'ailleurs pas un hasard si la notion de capital social est à l'agenda des concepteurs des politiques publiques et si plusieurs travaux de recherche se font en ce sens. Comme le mentionne Lévesque : « Si l'État-providence a entraîné une sorte de décapitalisation sociale de la société civile, sans le recherche consciemment, nous devons maintenant réinvestir dans le capital social et faire appel à la société civile comme partenaire » (Lévesque, 2004 : 6). Les communautés et les individus sont donc appelés à prendre en charge les besoins que l'État prenait, seul, en charge et à développer le capital social nécessaire à cette fin. Ces pistes de recherche pourraient être explorées et approfondies dans d'autres recherches.

Par ailleurs, de nouvelles recherches pourraient déterminer en quoi les facteurs liés à l'appartenance aux milieux rural et urbain peuvent influencer le degré d'engagement social des populations. Nous savons que la proportion de la population qui habite en milieu rural varie selon les régions. Alors que le taux de la population vivant dans les milieux ruraux en 1996 est de 31% au Canada, il est inférieur au quart de la population en Ontario et au Québec, il oscille entre 30% et 50% en Alberta, au Manitoba et en Colombie-Britannique, et il est supérieur à 50% dans les provinces de l'Atlantique et à Saskatchewan. Nous pouvons penser, par exemple, que dans les régions où la proportion de la population habitant les villes est plus grande, le degré de confiance aux voisins ou la perception de l'entraide entre voisins peut varier. C'est d'ailleurs ce que montrent certaines données publiées par Statistique Canada à partir de l'ESGES (Statistique Canada, 2005).

D'autres facteurs, comme la distribution de la population selon l'âge, le niveau de revenu, l'éducation, etc., peuvent également contribuer à comprendre les différences constatées dans l'engagement social des populations. Notre analyse de type exploratoire et descriptif peut conduire à des analyses qui nous permettraient de cerner précisément les éléments qui déterminent l'engagement social. Notre analyse montre que l'engagement social, et conséquemment le capital social, se différencie selon la langue des répondants. L'engagement social témoigne d'un capital dont sont plus ou moins pourvues les communautés et peut expliquer en partie leur degré de développement et de vitalité.

RÉFÉRENCES

- Forgues, Éric (2004), *Capital social, gouvernance et rationalisation des pratiques communautaires ; outils théoriques et méthodologiques*. Cahier de recherche, Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques [www.umoncton.ca/icrml].
- Horizons (2003), *Le capital social, un outil utile pour les politiques publiques?*, vol. 6, no 3.
- Lévesque, Benoît (2004), « Un nouveau paradigme de gouvernance: la relation autorité publique - marché - société civile pour la cohésion sociale », *Cahiers du CRISES*, no ET0422, décembre.
- Lévesque, Benoît, Gilles L. Bourque et Éric Forgues (2001), *La nouvelle sociologie économique*, Paris, Desclée de Brouwer, 2001.
- Neamtan, Nancy et Eric Forgues (1997), « L'économie sociale en question », *Bulletin de l'association d'économie politique*, [www.unites.uqam.ca/aep/Neamtan97.html] consulté le 10 juin 2005.
- Statistique Canada (2005), « L'engagement social et la vie communautaire : les populations des régions rurales et petites villes ont-elles véritablement l'avantage? », *Bulletin d'analyse, Régions rurales et petites villes du Canada*, vol. 6, no 4, juin.
- Statistique Canada (2004), *Enquête sociale générale 2003, cycle 17 : L'engagement social*, Documentation sur le fichier de microdonnées à grande diffusion et guide de l'utilisateur, Ministre de l'Industrie, Ottawa.
- Statistique Canada (1999), *Enquête sociale générale -1998 – cycle 12 - Enquête sur l'emploi du temps, Guide de l'utilisateur*, Ottawa.

ANNEXE 1

Variable de la langue parlée

Langue parlée

Pour analyser cette variable, nous avons regroupé des catégories utilisées par Statistique Canada.

- **Anglophones** : regroupe les personnes qui ont indiqué comme première langue parlée a) l'anglais et b) l'anglais et une autre langue.
- **Francophones** : regroupe les personnes qui ont indiqué comme première langue parlée a) le français et b) le français et une autre langue.
- **Autre** : regroupe les personnes qui ont indiqué comme première langue parlée a) autre.
- **Bilingue** : regroupe les personnes qui ont indiqué comme première langue parlée a) anglais et français et b) anglais et français et une autre langue.
- **La catégorie PDR** (pas de réponse) renvoie aux personnes qui n'ont rien déclaré ou qui ont répondu qu'elles ne savent pas.

ANNEXE 2

Tableau des moyennes : durée du temps consacré au bénévolat en moyenne par mois et du bénévolat fait la veille de l'entrevue

		Bénévolat par mois	Activités profes.	Activités politiques	Activités familiales	Activités confes.	Activités relig.	Activités fratern.	Activités de soutien	Activités bénévoles et d'aide	Autres types de bénévolat
Première langue parlée		Heures	Minutes	Minutes	Minutes	Minutes	Minutes	Minutes	Minutes	Minutes	Minutes
Anglophones	Moyenne	13,79	1,24	0,11	1,30	1,56	3,63	0,83	,18	2,12	,22
	Écart-type	16,302	15,970	3,438	19,012	16,823	20,858	13,567	4,523	20,550	5,344
	Médiane	9,00	,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	,00	,00	,00
Francophones	Moyenne	14,46	1,08	,64	1,33	1,16	3,60	1,18	,14	2,19	,32
	Écart-type	16,836	12,795	15,619	17,127	12,602	19,188	13,531	6,753	24,079	5,487
	Médiane	10,00	0,00	0,00	,00	,00	,00	0,00	,00	,00	,00
Bilingue	Moyenne	15,01	0,90	0,23	,32	,55	3,15	0,93	,28	1,66	,67
	Écart-type	17,340	16,654	6,200	8,142	7,326	22,193	17,302	6,759	18,066	10,623
	Médiane	10,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	,00	,00	,00
Total ²⁹	Moyenne	14,22	1,06	0,21	1,04	1,40	4,02	0,89	,16	2,11	,25
	Écart-type	16,755	14,661	7,728	16,360	15,071	22,669	14,703	5,039	21,311	5,619
	Médiane	10,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00

²⁹ Le total est calculé en prenant en compte les données de tous les répondants et des personnes qui ne parlaient ni l'anglais ni le français comme première langue.

ANNEXE 3

Région de résidence des répondants selon la première langue parlée

Région de résidence du répondant		1 ^{ère} langue parlée				Total
		Anglais	Français	Bilingue	PDR	
Atlantique	Fréquence	1 624	105	227	76	2 054
	% horizontal ³⁰	79,1	5,1	11,1	3,7	100,0
	% vertical	25,1	6,3	23,7	9,6	19,1
Québec	Fréquence	114	1 418	347	98	2 054
	% horizontal	5,6	69,0	16,9	4,8	100,0
	% vertical	1,8	85,7	36,2	12,3	19,1
Ontario	Fréquence	1 624	74	178	249	2 402
	% horizontal	67,6	3,1	7,4	10,4	100,0
	% vertical	25,1	4,5	18,6	31,3	22,3
Prairies	Fréquence	2 015	40	160	223	2 697
	% horizontal	74,7	1,5	5,9	8,3	100,0
	% vertical	31,2	2,4	16,7	28,1	25,1
C.-B.	Fréquence	1 081	17	47	149	1 542
	% horizontal	70,1	1,1	3,0	9,7	100,0
	% vertical	16,7	1,0	4,9	18,7	14,3
Total	Fréquence	6 458	1 654	959	795	10 749
	% horizontal	60,1	15,4	8,9	7,4	100,0
	% vertical	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	% du Total	60,1	15,4	8,9	7,4%	100,0%

³⁰ Le pourcentage horizontal désigne la proportion des répondants sur la population totale de la région. Le pourcentage vertical désigne la proportion des répondants sur la population totale du groupe linguistique.

ANNEXE 4
Heures consacrées au bénévolat en moyenne par mois

Région de résidence du répondant	1 ^{ère} langue parlée	Moyenne	Écart-type	Médiane	% du Total N
Atlantique	Anglais	14,53	16,191	10,00	7,9
	Français	10,41	12,203	7,00	0,7
	Bilingue	14,94	15,964	10,00	1,0
	Total	14,29	15,943	10,00	9,7
Québec	Anglais	20,38	24,382	10,00	1,5
	Français	14,85	17,341	10,00	16,1
	Bilingue	15,27	17,511	10,00	4,6
	Total	15,26	18,082	10,00	23,1
Ontario	Anglais	12,85	14,588	8,00	26,2
	Français	12,94	10,296	10,00	0,7
	Bilingue	14,35	16,923	10,00	3,2%
	Total	13,45	15,149	8,00	33,6
Prairies	Anglais	13,34	15,631	10,00	15,3
	Français	12,48	11,391	8,00	0,3
	Bilingue	14,75	18,932	8,00	1,5
	Total	13,43	15,841	10,00	18,2
C.-B.	Anglais	15,03	18,818	10,00	13,0
	Français	3,92	1,764	4,00	0,2
	Bilingue	18,59	15,483	12,00	0,4
	Total	15,26	19,249	10,00	15,3
Total	Anglais	13,79	16,302	9,00	63,8
	Français	14,46	16,836	10,00	17,9
	Bilingue	15,01	17,340	10,00	10,7
	Total	14,22	16,755	10,00	100,0%

ANNEXE 5

Moyenne de la durée du temps consacrée à l'exercice d'activités sociales et bénévoles

Région de résidence du répondant	1 ^{ère} langue parlée		Activités profes.	Activités politiques	Activités familiales	Activités confes.	Activités relig.	Activités fratern.	Activités de soutien	Activités bénévoles et d'aide	Autres types de bénévolat
Atlantique	Anglais	Moyenne	2,88	0,18	0,87	1,85	5,17	0,49	0,01	2,27	0,52
		Écart-type	30,314	3,643	11,228	15,009	25,774	8,962	,880	21,201	7,265
		Médiane	,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Français	Moyenne	2,45	0,00	0,48	0,52	8,93	0,00	0,00	5,01	0,44
		Écart-type	24,147	0,000	7,056	5,301	28,127	0,000	0,000	22,191	4,238
		Médiane	,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Bilingue	Moyenne	5,40	0,00	2,04	1,20	5,37	0,00	0,00	1,04	0,00
		Écart-type	49,439	0,000	20,421	14,724	22,110	0,000	0,000	10,717	0,000
		Médiane	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Total ³¹	Moyenne	3,05	0,14	0,95	1,67	5,30	0,39	0,01	2,23	0,44
		Écart-type	32,345	3,228	12,292	14,479	25,222	7,942	0,779	19,954	6,514
		Médiane	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Québec	Anglais	Moyenne	0,19	0,00	0,00	5,36	1,38	0,00	0,00	0,56	0,39
		Écart-type	2,768	0,000	0,000	33,562	9,265	0,000	0,000	5,747	5,035
		Médiane	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Français	Moyenne	1,09	0,71	1,46	1,16	3,47	1,22	0,15	2,31	0,34
		Écart-type	12,634	16,480	18,032	12,654	19,173	13,727	7,125	25,146	5,750
		Médiane	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Bilingue	Moyenne	0,07	0,00	0,22	0,68	3,31	2,02	0,61	1,15	0,55
		Écart-type	1,015	,000	6,905	7,728	21,868	25,528	9,980	15,694	7,141
		Médiane	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Total	Moyenne	0,87	0,48	1,05	1,20	3,33	1,54	0,26	1,96	0,35
		Écart-type	12,227	13,595	15,181	13,445	18,985	20,910	7,504	22,341	5,702
		Médiane	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

³¹ Le total est calculé en prenant en compte les données de tous les répondants et des personnes qui ne parlaient ni l'anglais ni le français comme première langue

Indicateurs du capital social au Canada

Région de résidence du répondant	1 ^{ère} langue parlée		Activités profes.	Activités politiques	Activités familiales	Activités confes.	Activités relig.	Activités fratern.	Activités de soutien	Activités bénévoles et d'aide	Autres types de bénévolat	
Ontario	Anglais	Moyenne	0,72	0,11	1,34	1,14	3,38	1,04	0,22	1,47	0,12	
		Écart-type	11,682	3,453	19,494	12,500	19,275	14,973	4,404	16,509	3,041	
		Médiane	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
	Français	Moyenne	0,00	0,00	0,00	1,49	3,35	1,39	0,00	0,00	0,00	
		Écart-type	0,000	0,000	0,000	15,080	13,217	15,323	0,000	0,000	0,000	
		Médiane	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
	Bilingue	Moyenne	0,52	0,00	0,00	0,38	1,19	0,00	0,00	0,00	2,63	1,46
		Écart-type	7,103	0,000	0,000	3,731	8,083	0,000	0,000	0,000	25,157	17,637
		Médiane	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Total	Moyenne	0,60	0,07	0,91	1,21	4,00	0,81	0,14	0,14	1,77	0,19
		Écart-type	10,425	2,817	15,934	11,900	23,140	12,764	3,594	18,493	5,323	
		Médiane	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Prairies	Anglais	Moyenne	1,88	0,09	1,13	1,54	3,73	1,21	0,20	2,37	0,31	
		Écart-type	16,500	3,263	16,235	17,191	22,514	17,346	5,754	21,098	7,621	
		Médiane	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
	Français	Moyenne	3,21	0,00	0,00	0,98	5,76	0,00	0,00	0,00	0,00	
		Écart-type	21,722	0,000	0,000	8,530	25,446	0,000	0,000	0,000	0,000	
		Médiane	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
	Bilingue	Moyenne	1,39	0,00	0,14	0,00	5,94	0,00	0,00	0,00	0,67	0,00
		Écart-type	9,215	0,000	3,546	0,000	41,900	0,000	0,000	0,000	8,837	0,000
		Médiane	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Total	Moyenne	1,65	0,06	0,98	1,79	4,46	0,92	0,17	0,17	2,33	0,23
		Écart-type	15,298	2,807	14,840	18,744	25,378	15,084	5,205	22,866	6,557	
		Médiane	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	

Indicateurs du capital social au Canada

Région de résidence du répondant	1 ^{ère} langue parlée		Activités professionnelles	Activités politiques et commun.	Activités familiales	Activités confessionnelles	Activités religieuses	Activités fraternelles	Activités de soutien	Activités bénévoles et d'aide	Autres types de bénévolat	
C.-B.	Anglais	Moyenne	0,86	0,09	1,93	1,95	3,49	0,13	0,18	3,74	0,18	
		Écart-type	11,757	3,717	25,556	23,040	20,189	3,950	4,811	29,003	5,176	
		Médiane	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Français	Moyenne	1,25	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		Écart-type	7,404	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
		Médiane	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Bilingue	Moyenne	0,19	5,89	0,00	0,12	1,79	0,00	0,00	0,00	4,80	0,00
		Écart-type	1,359	30,603	0,000	1,104	8,999	0,000	0,000	0,000	16,335	0,000
		Médiane	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Total	Moyenne	0,81	0,32	1,50	1,67	4,07	0,20	0,12	3,01	0,12	
		Écart-type	10,720	8,179	22,477	20,410	22,445	5,571	3,995	25,287	4,298	
		Médiane	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Total	Anglais	Moyenne	1,24	0,11	1,30	1,56	3,63	0,83	0,18	2,12	0,22	
		Écart-type	15,970	3,438	19,012	16,823	20,858	13,567	4,523	20,550	5,344	
		Médiane	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
	Français	Moyenne	1,08	0,64	1,33	1,16	3,60	1,18	0,14	2,19	0,32	
		Écart-type	12,795	15,619	17,127	12,602	19,188	13,531	6,753	24,079	5,487	
		Médiane	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
	Bilingue	Moyenne	0,90	0,23	0,32	0,55	3,15	0,93	0,28	1,66	0,67	
		Écart-type	16,654	6,200	8,142	7,326	22,193	17,302	6,759	18,066	10,623	
		Médiane	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
	Total	Moyenne	1,06	0,21	1,04	1,40	4,02	0,89	0,16	2,11	0,25	
		Écart-type	14,661	7,728	16,360	15,071	22,669	14,703	5,039	21,311	5,619	
		Médiane	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	

ANNEXE 6

**Heures consacrées au bénévolat en moyenne par mois
Répondants des minorités de langue officielle par région**

Région de résidence du répondant	Moyenne	Écart-type	Médiane	% du Total N
Atlantique	10,41	12,203	7,00	0,7
Québec	20,38	24,382	10,00	1,5
Ontario	12,94	10,296	10,00	0,7
Prairies	12,48	11,391	8,00	0,3
C.-B.	3,92	1,764	4,00	0,2

ANNEXE 7

Autres indicateurs du capital social

Variables	Régions	Minorité officielle
Bénévolat fait l'an passé	Atlantique	46,9
	Québec	33,5
	Ontario	24,7
	Prairies	33,4
	C.-B.	46,2
Porte à porte	Atlantique	54,1
	Québec	41,7
	Ontario	54,0
	Prairies	21,7
	C.-B.	9,0
Influencer l'opinion, sensibiliser ou informer	Atlantique	32,9
	Québec	41,1
	Ontario	51,2
	Prairies	28,4
	C.-B.	43,3
Organisation d'activités et d'événements	Atlantique	63,9
	Québec	76,4
	Ontario	80,5
	Prairies	57,4
	C.-B.	66,3
Bénévolat administratif	Atlantique	45,4
	Québec	58,6
	Ontario	50,5
	Prairies	59,7
	C.-B.	9,0
Enseignant ou entraîneur	Atlantique	22,7
	Québec	38,4
	Ontario	40,5
	Prairies	35,0
	C.-B.	19,4
Soins ou conseils prodigués à des personnes ou à des groupes	Atlantique	32,8
	Québec	44,0
	Ontario	35,3
	Prairies	39,0
	C.-B.	16,5

Indicateurs du capital social au Canada

Variables	Régions	Minorité officielle
Transport ou distribution de nourriture	Atlantique	23,5
	Québec	33,7
	Ontario	39,5
	Prairies	21,2
	C.-B.	7,5
Aide à l'entretien, à la construction et à la rénovation	Atlantique	27,4
	Québec	33,9
	Ontario	33,5
	Prairies	11,3
	C.-B.	10,4
Activités de secours (premiers soins, lutte contre les incendies, opération de recherche et de sauvetage)	Atlantique	6,6
	Québec	4,2
	Ontario	4,7
	Prairies	3,9
	C.-B.	10,4
Autre type de bénévolat	Atlantique	25,2
	Québec	10,6
	Ontario	0,0
	Prairies	32,5
	C.-B.	0,0

ANNEXE 8
Préférences selon les régions

Variables	Régions	Minorité officielle
Aimer la télévision	Atlantique	39,2
	Québec	37,4
	Ontario	43,1
	Prairies	51,0
	C.-B.	37,7
Aimer le bénévolat	Atlantique	39,2
	Québec	23,6
	Ontario	29,5
	Prairies	26,4
	C.-B.	44,0
Aimer les activités sociales	Atlantique	55,6
	Québec	49,6
	Ontario	35,9
	Prairies	51,4
	C.-B.	38,9
Aimer faire partie de clubs ou d'organisations sociales	Atlantique	29,9
	Québec	26,2
	Ontario	16,3
	Prairies	21,4
	C.-B.	36,2