CULTURE COMMUNIQUÉ de la CULTURE

STATISTICS CANADA STATISTIQUE CANADA
AUG 5 1983
LIBRARY BIBLIOTHÈQUE

SERVICE BULLETIN / BULLETIN DE SERVICE
Catalogue 87-001 Price/Prix: Canada, $1.55, $15.50 a year/par année Other Countries/Autres pays, $1.85, $18.60 a year/par année

Vol. 6, No. 2

TIME USE IN CANADA

TIME USE OF CANADIANS

How do Canadians spend their days? Within two years Statistics Canada anticipates being able to answer this question in more detail than ever before possible. Canada's first national Time Use Survey, currently under development, is expected to gain a prominent place in social and economic research in this country. In many countries around the world, time use surveys have already abundantly demonstrated the unrivaled wealth of information available using the "time-budget" survey technique.

This service bulletin presents the advantages of the "time-budget" technique, describes the methodology, illustrates the richness of time use survey results using highlights of the 1981 Canadian Time Use Pilot Study, and discusses the future of the Canadian Time Use Survey.

Advantages of "Time-budgets"

The "time-budget" methodology is an economical and reliable survey technique which synthesizes traditional survey methods with several additional unique features. No other methodology can offer equivalent information for less time or money.

Briefly, the "time-budget" details who does what during the day, how often, for how long, at what time, where, with whom, in

July 1983
4-2209-506
ISSN 0706-263X

Vol. 6, nº 2

EMPLOI DU TEMPS AU CANADA

EMPLOI DU TEMPS DES CANADIENS

À quoi les Canadiens emploient-ils leurs journées? Statistique Canada croit qu'il sera, d'ici deux ans, en mesure de répondre à cette question, d'une façon plus détaillée que jamais auparavant. La première enquête nationale sur l'emploi du temps au Canada, actuellement en cours d'élaboration, devrait occuper une place importante dans la recherche sociale et économique de notre pays. Dans plusieurs autres pays du monde, des enquêtes sur l'emploi du temps ont déjà abondamment démontré la richesse insurpassable des renseignements que l'on peut obtenir avec la technique du "budget-temps".

Le présent bulletin de service expose les avantages de cette technique, en décrit la méthodologie, illustre, à l'aide de certains résultats principaux de l'Enquête-pilote sur l'emploi du temps au Canada de 1981, la richesse des données que l'on peut en tirer et discute l'avenir de l'Enquête sur l'emploi du temps des Canadiens.

Avantages du "budget-temps"

La méthodologie du "budget-temps" est une technique d'enquête économique et fiable qui ajoute aux méthodes traditionnelles d'enquête plusieurs caractéristiques particulières. Aucune autre méthodologie ne peut, à moindre frais ou dans un temps plus court, offrir des renseignements équivalents.

En quelques mots, le "budget-temps" décrit qui fait quoi au cours de la journée, à quelle fréquence, pendant combien de temps, à quel moment,

Juillet 1983
4-2209-506
ISSN 0706-263X

Statistics Canada Statistique Canada
Education, Science and Culture Division Division de l'éducation, des sciences et de la culture
Canada

what order, and while doing what else simultaneously. This level of detail cannot be matched by other social research methodologies; consequently, time-budgets satisfy many divergent information needs.

Time use surveys provide comprehensive information on a wide range of daily activities including travelling, doing housework, volunteer work and paid work, exercising, attending to personal and children's needs, shopping, and participating in a variety of leisure activities. In each of these areas, and in many others not mentioned, time use data is useful to policy makers and researchers examining a host of issues; for example, urban planners can analyse where people spend their time, how they got there, and what patterns they follow in travelling around the city; sociologists may investigate the daily life of working women, the elderly and the unemployed; health researchers can assess exposure to pollution and radiation, and so on.

The "time-budget" is the only survey technique which can support such a commanding array of diverse interests. A heterogeneous group of sponsors could therefore exploit the rich time use data to its fullest while paying only a fraction of the survey cost. Through a time use survey it is possible to consolidate a multi-faceted research program, reducing expenditures for existing projects and freeing resources to apply to new activities. An evaluation of any decision, policy, service, or product which affects the Canadian people entails an investigation of the behaviour of Canadians. With such an abundance of applications for time use data, Canadian policy makers, decision-makers, planners, and researchers in both the public and private sector can only profit from a time use survey in Canada.

In the Culture Subdivision at Statistics Canada, our research interests concerning the activities of Canadians, centre on use of leisure time. The fact that leisure is already an important component of everyday life was strongly supported by the 1981 Canadian Time Use Pilot Study where respondents were found to spend more time on leisure than on any other major group of activities except sleep.(1) Every year new products, services, and entertainment offerings are added to those already competing for our

(1) As a primary activity, respondents on average spent 8 1/3 hours sleeping and 5 1/3 hours on leisure. Leisure was defined to include television viewing, radio listening, reading, listening to records and tapes, talking, relaxing, physical exercise, hobbies, games, entertaining, and going out.

où, avec qui, dans quel ordre, et tout en faisant quoi. Aucune autre méthodologie de recherche en sciences sociales n'approche ce niveau de détail; par conséquent, les budgets-temps satisfont à beaucoup de besoins d'information différents.

Les enquêtes sur l'emploi du temps fournissent des renseignements détaillés sur un large éventail d'activités quotidiennes dont les déplacements, les travaux ménagers, le bénévolat et le travail rémunéré, l'exercice, les soins personnels et les soins donnés aux enfants, les emplettes et la participation à une variété d'activités de loisirs. Dans chacun de ces domaines, et dans bien d'autres encore, les données d'emploi du temps sont utiles aux gestionnaires d'entreprise et aux chercheurs pour l'analyse d'une foule de questions. Par exemple, les planificateurs urbains peuvent analyser où les gens passent leur temps, comment ils s'y rendent et les itinéraires qu'ils suivent lors de leurs déplacements dans la ville; les sociologues peuvent étudier la vie quotidienne des femmes au travail, des personnes âgées et des chômeurs; les chercheurs du secteur de la santé peuvent évaluer l'exposition à la pollution et aux radiations et ainsi de suite.

Le "budget-temps" est la seule technique d'enquête qui peut répondre à un tel éventail d'intérêts divers. Un groupe hétérogène de parrains pourrait par conséquent exploiter pleinement la richesse des données sur l'emploi du temps en n'assumant qu'une fraction du coût de l'enquête. L'enquête sur l'emploi du temps permet de réaliser un programme de recherche polyvalent en réduisant les dépenses des projets en marche et en libérant des ressources pour d'autres activités. L'analyse des décisions, politiques, services ou produits qui touchent les Canadiens nécessite une étude du comportement des Canadiens. Avec une telle abondance d'applications possibles des données, les gestionnaires d'entreprise, les décideurs, les planificateurs et les chercheurs, tant du secteur public que du secteur privé, ne peuvent que bénéficier d'une enquête sur l'emploi du temps au Canada.

Les intérêts de la Sous-division de la culture à Statistique Canada, en ce qui a trait aux recherches sur les activités des Canadiens, l'amènent à se centrer sur leur utilisation des moments de loisirs. L'Enquête-pilote sur l'emploi du temps des Canadiens de 1981 est venue confirmer que les loisirs sont une importante composante de la vie quotidienne, puisqu'elle a permis de constater que les répondants y consacraient plus de temps qu'à tout autre groupe important d'activités sauf le sommeil(1). Chaque année, l'arrivée de nouveaux produits, services et

(1) En tant qu'activité principale, les répondants passent en moyenne 8 1/3 heures à dormir et consacrent 5 1/3 heures aux loisirs. Les loisirs ont été définis comme incluant la télévision, la radio, la lecture, l'écoute de disques et de bandes enregistrées, la conversation, la détente, l'exercice physique, les passe-temps, les jeux, la réception de parents ou amis et les sorties.

leisure time and leisure dollar. In the past year alone, pay television was implemented, satellite television dishes gained national attention, and the sales of videogames and home computers flourished. If the time available for leisure continues to increase, leisure-based services and industries will continue to proliferate.

Canadian Time Use Pilot Study - Methodology

In the fall of 1981, the Department of Communications, Employment and Immigration Canada, and Statistics Canada sponsored a time use pilot study, with two important results: the pilot study demonstrated that the "time-budget" methodology could be conducted by telephone without loss of data quality (since telephone interviewing substantially reduces survey costs over personal interviewing - which previously was viewed as essential for administering a "time-budget" diary - an important contribution to international time use research was made); the pilot study has also provided data which is proving invaluable in demonstrating the vast analytical potential of a Canadian time use survey.

For the pilot study, approximately 2,700 respondents from a **non-random** selection of urban and rural areas in Canada were interviewed. After selecting one person 15 years of age or over from a given household, interviewers asked the respondent to recount his/her activities of the previous day, in essence providing a "time-budget".(2) For every activity, the respondent provided the activity start- and end-times, and for activities not of a personal nature, where he/she was, who he/she was with, and what else he/she was doing simultaneously (this last information provided data on secondary activities). The respondent's own detailed description of an entire 24-hour period was written down for subsequent coding.

Using a multi-nationally developed coding scheme, survey staff assigned a numeric code to each activity reported, whether primary or secondary. This elaborate coding scheme accommodates 1,000 unique activity codes in these 10 major groups: paid work, work at home, child care, shopping, personal care, education, volunteer and organizational work, social entertainment, active leisure, and passive leisure.

(2) As an evaluation of certain aspects of the methodology, approximately 10% of respondents reported for the second day prior to the interview day.

divertissements accroît la concurrence pour le temps et l'argent que nous pouvons consacrer aux loisirs. Au cours de la seule année dernière, nous avons vu apparaître la télévision à péage, les antennes paraboliques de télévision se sont répandues au pays et les ventes de jeux vidéo et d'ordinateurs personnels ont connu un bel essor. Si les moments de loisirs continuent d'augmenter, les services et les industries axés sur les loisirs continueront de proliférer.

Enquête-pilote sur l'emploi du temps des Canadiens - Méthodologie

À l'automne de 1981, le ministère des Communications, celui de l'Emploi et de l'Immigration et Statistique Canada ont parrainné une enquête-pilote sur l'emploi du temps qui a produit deux résultats importants. L'on a d'abord démontré que, grâce à la méthodologie du "budget-temps", l'enquête pouvait s'effectuer par téléphone sans perte de qualité des données (comme les entrevues téléphoniques réduisent considérablement le coût des enquêtes par rapport aux entrevues personnelles - jusque-là jugées essentielles pour les enquêtes menées au moyen d'un journal de "budget-temps"; c'est là une contribution importante à la recherche internationale sur l'emploi du temps). L'enquête-pilote a également fourni des données qui se révèlent extrêmement utiles pour démontrer le vaste potentiel analytique d'une enquête sur l'emploi du temps des Canadiens.

Pour l'enquête-pilote, on a interviewé environ 2,700 répondants à partir d'une sélection **contrôlée** de zones urbaines et rurales au Canada. Après avoir choisi une personne de 15 ans ou plus d'un ménage donné, les interviewers ont demandé au répondant de décrire en détail ses activités de la journée précédente, soit en pratique de fournir un "budget-temps"(2). Pour chaque activité, le répondant a indiqué l'heure du début et de la fin et, pour les activités qui n'étaient pas de nature non personnelle, où il était, avec qui il était et ce qu'il faisait d'autre en même temps (ce dernier renseignement fournissait des données sur les activités secondaires). Le récit détaillé fait par le répondant lui-même d'une période complète de 24 heures a été prise en note pour être codée par la suite.

En utilisant une grille de codage élaborée par plusieurs nations, le personnel d'enquête a attribué un code numérique à chaque activité déclarée, que celle-ci fût principale ou secondaire. Cette grille de codage détaillée comprend 1,000 codes d'activités distinctes classées dans les 10 catégories suivantes: travail rémunéré, travail ménager, soins donnés aux enfants, emplettes, soins personnels, études, bénévolat et activités au sein d'organismes, vie sociale, loisirs actifs et loisirs passifs.

(2) Pour évaluer certains aspects de la méthodologie, notons qu'environ 10% des répondants ont décrit l'avant-veille du jour de l'interview.

To complete the telephone interview, additional questions were asked to determine socio-demographic characteristics, to assess participation for infrequent activities, and to probe for more detail in special interest areas.

The major strengths of a time use survey stem from this "time-budget" methodology, used in such a manner as to chronicle daily activities. With interviewers registering the exact words of the respondents, a tremendously detailed data base is constructed, a data base which can be readily adapted to a wide variety of specific analytical requirements.

Canadian Time Use Pilot Study - Highlights and Data Analysis

Drawing on data available from the 1981 Canadian Time Use Pilot Study, several aspects of time use data analysis will now be illustrated. While the results of this pilot study cannot be generalized to the Canadian population, the preliminary findings provided numerous exciting and enlightening insights into the content and context of daily life.(3)

The full information potential of a time use data base only comes to light when one synthesizes two or more dimensions for analysis. In the following discussion, these dimensions will first of all be explained individually, and then combined to illustrate the detailed levels of analysis which are possible.

The small sampling of pilot study results used as analytical examples refer, for the most part, to cultural and leisure activities, reflecting the primary research interests of the Culture Subdivision. Comparable examples could equally well have been drawn from other fields of interest.

For analysing any activity or group of activities, the intensity of respondent participation can be measured under the time use methodology in three basic ways: the percentage of people participating, the number of times an activity is done, and the time spent on the activity. Each of these can be calculated by the minute, hour, day,

(3) The pilot study data cannot be generalized to the Canadian population due to sample design restrictions. Statistics Canada, together with the Department of Communications, is currently developing a national time use survey which will fill this need.

Pour compléter l'entrevue téléphonique, des questions supplémentaires ayant pour but d'établir les caractéristiques socio-démographiques des répondants, de déterminer leur participation à des activités peu fréquentes et d'obtenir plus de détails dans des domaines d'intérêt particuliers, furent posées.

Les principales qualités d'une étude sur l'emploi du temps proviennent de cette méthodologie du "budget-temps", utilisée de façon à obtenir un compte rendu détaillé des activités quotidiennes. Comme les interviewers notent les mots exacts des répondants, on obtient une base de données extrêmement détaillée, qui peut se prêter facilement à une grande variété d'analyses spécifiques.

Enquête-pilote sur l'emploi du temps des Canadiens - Faits saillants et analyse des données

Nous illustrerons maintenant plusieurs aspects de l'analyse des données de l'emploi du temps, en nous basant sur les données de l'Enquête-pilote sur l'emploi du temps des Canadiens de 1981. Bien qu'il ne soit pas possible de généraliser et d'appliquer les résultats de cette enquête-pilote à l'ensemble de la population canadienne, les données préliminaires fournissent un bon nombre d'aperçus passionnants et instructifs sur le contenu et le contexte de la vie quotidienne(3).

Ce n'est que lorsqu'on en synthétise une ou plusieurs dimensions à des fins d'analyse qu'on prend vraiment conscience de la quantité d'information qu'offre une base de données sur l'emploi du temps. Dans les pages qui suivent, ces dimensions seront d'abord expliquées individuellement, puis combinées pour illustrer les divers niveaux d'analyse possibles.

Le petit échantillonnage de résultats de l'enquête-pilote utilisés comme exemples pour notre travail d'analyse ont trait, en général, aux activités culturelles et de loisirs, soit les principaux domaines d'intérêts de la Sous-division de la culture. On aurait tout aussi bien pu se servir d'exemples semblables tirés d'autres domaines de recherche.

Dans l'analyse de toute activité ou groupe d'activités, le degré de participation des répondants peut être mesuré, avec la méthodologie de l'emploi du temps, de trois façons différentes: le pourcentage de personnes qui y participent, le nombre de fois qu'on se livre à une activité et le temps qui y est consacré. Chacune de ces trois mesures peut être fournie en minutes, en heures,

(3) Les données du projet-pilote ne sont pas valables pour toute la population du Canada à cause des limitations qu'entraîne la conception de l'échantillon. Statistique Canada, en association avec le ministère des Communications, prépare actuellement une enquête nationale sur l'emploi du temps qui répondra à ce besoin.

week, or month. These measures of activity participation are also valuable when calculated for any context defined by the seven factors listed below:

1. Primary and Secondary Activities

In the pilot study, respondents spent, on average, 42% of the day doing two or more activities at once. Respondents themselves classified simultaneous activities as primary or secondary. In Chart 1, which refers to primary activities only, respondents spent an average of 5.3 hours in leisure activities.(4) In Chart 2, which includes only secondary activities, 9.3 hours were spent participating in leisure activities in conjunction with some other activity. Among the most common secondary leisure activities were talking, relaxing, and listening to the radio. Respondents reported 5.8 hours per day talking and relaxing, only 15% of which occurred as a primary activity.

A sharp contrast is displayed in the primary/secondary breakdown of media activities: 95% of the 2.2 hours spent on average in radio listening was as a background to another activity such as eating, travelling to work, or reading; television viewing, on the other hand, was found to be a primary activity 65% of the time. This type of comparative information, when extended to include the other types of media, could prove valuable when determining the best method of conveying a message to the public.

2. Day of the Week

As would be expected, respondents in the study spend 20% more time on leisure activities on weekends than on weekdays. Activities showing the greatest increase for time spent on weekends were entertaining and visiting family and friends, exercising, attending entertainment events, and visiting cultural facilities. The major exception to this pattern of increased leisure time on weekends was reading newspapers; more time was spent by respondents reading newspapers on Wednesdays and Fridays (approximately half an hour each day) than on any other day of the week.

(4) In this and other examples gleaned from pilot study data, the detailed activity codes have been grouped together to create a variety of illustrative charts and statistics.

en jours, en semaines ou en mois. Ces mesures de la participation aux activités sont également précieuses lorsqu'on les calcule pour tout contexte défini par les sept facteurs indiqués ci-dessous:

1. Activités principales et secondaires

Dans l'enquête-pilote, les répondants se sont livrés pendant 42% de la journée, en moyenne, à deux activités ou plus à la fois. Les répondants ont eux-mêmes classé ces activités simultanées comme principales ou secondaires. Selon le Graphique 1, qui ne porte que sur les activités principales, les répondants ont consacré une moyenne de 5.3 heures aux activités de loisirs(4). Le Graphique 2, qui n'inclut que des activités secondaires, montre qu'on a employé 9.3 heures à des activités de loisirs combinées à d'autres activités. Parmi les activités de loisirs secondaires les plus communes, on note la conversation, la détente et l'écoute de la radio. Les répondants ont déclaré qu'ils consacraient 5.8 heures par jour à la conversation et à la détente, mais dans 15% seulement du temps comme activité primaire.

Si on ventile en principales et secondaires les activités axées sur les média, on trouve un contraste très net: dans 95% du temps des 2.2 heures passées à l'écouter, la radio ne constituait qu'un fond pour une autre activité comme les repas, l'aller-retour au travail ou la lecture; l'écoute de la télévision, par contre, constituait une activité principale 65% du temps. En étendant ce genre de renseignements comparatifs à d'autres types de média, on pourrait obtenir des indications précieuses sur la meilleure méthode de communiquer un message au public.

2. Jour de la semaine

Comme on pouvait s'y attendre, les répondants ont consacré 20% plus de temps aux activités de loisirs au cours des fins de semaine qu'au cours de la semaine. Les activités dont la proportion de temps augmentait la fin de semaine étaient la réception et la visite de parents et amis, l'exercice, les spectacles, et la visite d'établissements culturels. La principale exception à cette augmentation du temps consacré aux loisirs les fins de semaine était la lecture des journaux: les répondants consacraient plus de temps à la lecture des journaux les mercredis et vendredis (environ une demi-heure par jour) que tout autre jour de la semaine.

(4) Dans cet exemple et les autres exemples extraits des données de l'enquête-pilote, les codes détaillés d'activités ont été regroupés pour produire une série de graphiques et de statistiques.

3. Time of the Day

The 24 hours of the day can be subdivided in a multitude of ways: by morning/afternoon/evening, by hour, or by quarter-hour.

Chart 3 plots the average number of minutes spent watching television and listening to the radio for each quarter-hour of the day. Once again, radio listening patterns through the day contrasted markedly with television viewing patterns. It was found, for example, that the amount of time spent listening to the radio peaked several times - at about 8:00 a.m., 12:00 noon, and 5:00 p.m. - with a generally decreasing trend from morning until evening. Average time spent watching television, on the other hand, steadily increased from the morning until 10:00 p.m. when a sharp decrease occurred. With the recent arrival of pay television and increased sales of video recorders, however, it is likely that these patterns would have already shifted substantially.

3. Moment de la journée

Les 24 heures de la journée peuvent être divisées de bien des façons: avant-midi/après-midi/soir, heure, ou quart d'heure.

Le Graphique 3 montre le nombre moyen de minutes passées à regarder la télévision et à écouter la radio pour chaque quart d'heure de la journée. Encore une fois, les habitudes d'écoute de la radio au cours de la journée formaient un contraste marqué avec celles des personnes qui regardent la télévision. Ainsi on a constaté que le temps passé à écouter la radio affichait plusieurs sommets - vers 8 heures, 12 heures et 17 heures - avec, généralement, une tendance à la baisse du matin vers le soir. Le temps moyen passé à regarder la télévision, par contre, augmentait constamment du matin jusqu'à 22 heures, où il se produisait une forte diminution. Depuis l'arrivée récente de la télévision à péage et avec l'augmentation des ventes de magnétoscopes, cependant, il est probable que ces habitudes ont déjà changé de façon marquée.

4. Location of the Activity

By applying 13 different location codes covering the home, the workplace, modes of transportation, places of business, and other indoor and outdoor facilities to time use data, analysts can investigate another important aspect of activity context.

In the pilot study, respondents spent two thirds of the day, on average, at home, 12% at the workplace, 6% in transit, and 5% in someone else's home. Three quarters of the time spent on media activities was spent in the respondent's home; television viewing and reading accounted for most of this time. Almost half of all listening to radio, records, or tapes occurred away from the home. About 25% of radio listening was done in transit, while 20% of time spent listening to records and tapes occurred at a neighbour's or friend's home.

It is possible, however, that with the still increasing sales of portable stereos, these figures would again differ if a time use survey were conducted now.

4. Lieu de l'activité

En utilisant 13 codes différents de lieu pour la maison, le lieu de travail, les moyens de transport, les établissements d'affaires et d'autres installations intérieures et extérieures pour coder les données d'emploi du temps, les analystes peuvent étudier un autre aspect important du contexte des activités.

Dans le projet-pilote, les répondants passaient en moyenne les deux tiers de la journée à la maison, 12% au lieu de travail, 6% en déplacements et 5% chez quelqu'un d'autre. Les répondants restaient chez eux pour les trois quarts du temps qu'ils consacraient aux média; la plus grande partie de ce temps était consacrée à regarder la télévision et à la lecture. C'est d'ailleurs chez eux que, près de la moitié du temps, les répondants écoutaient la radio, des disques ou des bandes enregistrées. C'est lors de déplacements que, environ 25% du temps, ils écoutaient la radio, alors que 20% du temps consacré à l'écoute de disques ou de bandes enregistrées se passait dans le logement d'un voisin ou d'un ami.

Il est possible, cependant, que ces chiffres seraient différents si on effectuait maintenant une enquête sur l'emploi du temps, étant donné que les ventes d'appareils stéréo portatifs ne cessent d'augmenter.

5. With Whom the Activity Takes Place

Over 40 different categories were employed to identify the individuals who participated in activities with respondents.(5) Overall, the pilot study results show that 35% of the day was spent alone, 30% with family members, 15% with co-workers, and 15% with relatives and friends. Approximately 25% of leisure time was spent alone. Reading and radio listening were two activities mostly done alone; on the other hand, 50% of television viewing time was spent with family members. For over 50% of the time respondents spent attending entertainment events and visiting cultural facilities, they were accompanied by relatives and friends, and for 33% of this time, by family members.

6. Sequence of Activities

By investigating the order in which activities take place and by identifying activities which commonly occur together, analysts can uncover previously unexaminable facets of daily behaviour. For example, one can consider the first four primary activities occurring immediately after finishing work for the day. For 70% of the pilot study respondents who worked, as would be expected, the first thing they did after work was travel; however, not all of their immediate destinations were the home. Even for the fourth activity after work, 20% of respondents were travelling, perhaps heading home after shopping or after picking up the children from the day care; some respondents had arrived home and were going out again. Chart 4 gives more detail on the percentage distribution over some major activity groups, of the first four activities occurring after work.

7. The Socio-demographics

Policy makers or researchers are often primarily interested in subgroups of the Canadian population: the elderly, the unemployed, single-parent families, and so on. "Time-budget" data is thus supplemented by information on many social and demographic characteristics of respondents. Items of information such as age, sex, marital status, family characteristics, employment status, education, and income are, naturally,

(5) For time spent on activities of a personal nature (including sleep), respondents were not asked to identify who they were with.

5. Avec qui l'activité est effectuée

Pour identifier les personnes qui participent à des activités avec les répondants, l'on utilise plus de 40 catégories différentes(5). Globalement, les résultats de l'enquête-pilote ont montré que les répondants passaient 35% de la journée seuls, 30% avec des membres de leur famille, 15% avec des collègues de travail et 15% avec des parents et amis. Ils passaient environ 25% du temps consacré aux loisirs seuls. La lecture et l'écoute de la radio se faisaient généralement seul. Par contre, 50% du temps consacré à regarder la télévision se passait avec des membres de la famille. Plus de 50% du temps passé aux spectacles et dans des établissements culturels l'était en compagnie de parents et d'amis et, le tiers du temps, de membres de la famille.

6. Séquence des activités

En analysant l'ordre dans lequel les activités sont effectuées et en identifiant les activités qui sont généralement effectuées simultanément, les analystes peuvent découvrir des facettes jusqu'ici cachées de la vie quotidienne. Par exemple, on peut examiner les quatre premières activités principales auxquelles les gens se livrent immédiatement après la fin de la journée de travail. La première chose que faisaient 70% des répondants du projet-pilote qui travaillaient était, comme on pouvait s'y attendre, d'effectuer un déplacement; cependant, tous ne se rendaient pas directement chez eux. Même pour la quatrième activité après le travail, 20% des répondants étaient en déplacement: peut-être à destination de la maison après avoir fait des emplettes ou être passé prendre les enfants à la garderie; certains des répondants étaient rendus à la maison, mais se préparaient à ressortir. Le Graphique 4 donne plus de détails sur la répartition en pourcentage, par rapport à certaines grandes catégories d'activités, des quatre premières activités effectuées après le travail.

7. Caractéristiques socio-démographiques

Les gestionnaires d'entreprise ou les chercheurs s'intéressent souvent surtout à certains sous-groupes de la population canadienne: les personnes âgées, les chômeurs, les familles monoparentales et ainsi de suite. Les données des "budgets-temps" sont ainsi complétées par des renseignements sur plusieurs caractéristiques sociales et démographiques des répondants. Les renseignements recueillis, tels que l'âge, le sexe, l'état matrimonial, les caractéristiques familiales,

(5) Pour le temps consacré à des activités de nature personnelle (y compris le sommeil) on ne demandait pas aux répondants d'identifier la personne qui était avec eux.

directly related to the daily activities in which one participates. Place of residence, housing type, and the weather can also be obtained for use in understanding reasons behind and factors influencing the choices people make concerning each day's activities.

Each of the above seven dimensions of time use data analysis is valuable on its own. The full potential of a time use database can be best explained, however, when one synthesizes two or more unique features of the survey methodology.

To illustrate where such syntheses can lead policymakers and researchers in their analyses, the following situation was chosen. All activities occurring at 7:00 p.m. were selected and the respondents were then categorized according to four variables: the respondent's age, number of children living at home, who participated with the respondent in the activity, and where the activity took place.

Fifty-four subgroups of respondents were formed using these four variables, and the five subgroups most frequently participating in leisure as a primary activity were identified. These groups, which accounted for 45% of leisure participation at 7:00 p.m. were as follows:

Group

(1) Respondents 55 years of age and over, with no children living at home, who participated in the activity at home alone (accounting for 12.0% of all 7:00 p.m. leisure activity).

(2) Respondents 55 years of age and over, with no children living at home, who participated in the activity at home with family members (10.8%).

(3) Respondents 15 to 34 years of age, with children living at home, who participated in the activity at home with family members (10.2%).

(4) Respondents 15 to 34 years of age, with no children living at home, who participated in the activity at home alone (6.4%).

(5) Respondents 15 to 34 years of age, with no children living at home, who participated in the activity with persons other than family members, away from home but not in transit (6.0%).

le statut professionnel, l'instruction et le revenu sont, naturellement, directement reliés aux activités quotidiennes de chacun. L'on peut aussi obtenir le lieu de résidence, le type de logement et les conditions météorologiques pour aider à comprendre les raisons et les facteurs qui influencent les choix d'activités quotidiennes que font les gens.

Chacune des sept dimensions de l'analyse des données sur l'emploi du temps est précieuse par elle-même. C'est cependant en faisant la synthèse de deux ou plusieurs caractéristiques particulières de la méthodologie d'enquête que l'on peut faire ressortir le mieux le plein potentiel d'une banque de données sur l'emploi du temps.

Pour illustrer jusqu'où de telles synthèses peuvent conduire les gestionnaires d'entreprise et les chercheurs dans leurs analyses, on a pris la situation suivante. Toutes les activités se produisant à 19 h ont été retenues pour classer les répondants selon quatre variables: l'âge du répondant, le nombre d'enfants vivant à la maison, qui participait à l'activité avec le répondant et où l'activité se déroulait.

À partir de ces quatre variables, on a formé 54 sous-groupes de répondants et on a identifié les cinq sous-groupes qui se livraient le plus souvent à des loisirs comme activité principale. Ces groupes, qui comptaient pour 45% de la participation aux loisirs à 19 h, étaient les suivants:

Groupe

(1) Les répondants de 55 ans et plus, sans enfants à la maison, qui se livraient, seuls, à l'activitéchez eux (ils comptaient pour 12.0% de toutes les activités de loisirs à 19 h).

(2) Les répondants de 55 ans et plus, sans enfants à la maison, qui se livraient à l'activité chez eux avec des membres de leur famille (10.8%).

(3) Les répondants de 15 à 34 ans, avec des enfants vivant à la maison, qui se livraient à l'activité chez eux avec des membres de leur famille (10.2%).

(4) Les répondants de 15 à 34 ans, sans enfants à la maison, qui se livraient, seuls, à l'activité chez eux (6.4%).

(5) Les répondants de 15 à 34 ans, sans enfants à la maison, qui se livraient à l'activité avec des personnes autres que des membres de leur famille, ailleurs que chez eux, mais pas pendant un déplacement (6.0%).

The percentage of respondents in each of the five groups who participated in selected leisure activities at 7:00 p.m. were as follows:

Voici le pourcentage de répondants de chacun de ces cinq groupes qui se livraient, à 19 h, à certaines activités de loisirs:

Group Groupe	Media activities Activités axées sur les média	Talking and relaxing Conversation et détente	Entertaining or visiting friends Réception ou visite d'amis	Other Autres	Total
	per cent - pourcentage				
1	75.7	10.3	0.0	14.0	100.0
2	73.0	10.7	8.2	8.1	100.0
3	64.4	20.9	7.0	7.7	100.0
4	69.4	16.7	0.0	13.9	100.0
5	14.7	22.1	33.8	29.4	100.0

As can be seen, for all groups except Group 5, media activities predominate. In Group 5 (those who were away from home) about 33% of respondents were visiting friends, 22% were talking or relaxing, and 15% were engaged in media activities. The remaining 29% were involved in a wide range of activities, including exercising, playing sports, pursuing hobbies, and playing games. All five groups are similar in that television viewing was the most frequently reported media activity. Group 3 respondents (the only group with children living at home),however, differed from the others in that they were three times as likely to be watching television at 7:00 p.m. on the weekend as on a weekday; weekday evenings at 7:00 p.m. were more likely to be taken up with child care and housework.

This discussion provides a simple illustration of the analytical potential of time use data. An endless variety of information needs can be met by selecting activities of interest, classifying activity contexts, and restricting analysis to specific population subgroups. No matter whether the dimensions of time use data are examined individually or in combination, the analysis will prove productive, beneficial, and invaluable.

Comme on peut le voir, les activités liées aux média dominent dans tous les groupes sauf le groupe 5. Dans ce groupe (ceux qui n'étaient pas chez eux) environ 33% des répondants visitaient des amis, 22% causaient ou se détendaient et 15% participaient à des activités liées aux média. Les autres (29%) participaient à un large éventail d'activités dont l'exercice, les sports, les passe-temps et les jeux. Les cinq groupes se ressemblaient en ce que regarder latélévision était l'activité liée aux média la plus fréquente. Les répondants du groupe 3 (le seul groupe ayant des enfants vivant à la maison) différaient cependant des autres en ce qu'ils avaient trois fois plus de chances d'être en train de regarder la télévision à 19 h, au cours de la fin de semaine que durant la semaine; les soirs de semaine, à 19 h, ils étaient normalement occupés aux soins des enfants et aux travaux ménagers.

Ce qui précède donne une bonne idée du potentiel analytique des données sur l'emploi du temps. En effectuant un choix d'activités selon les domaines d'intérêt, en classifiant les contextes des activités et en limitant l'analyse à des sous-groupes spécifiques de la population, ces données peuvent satisfaire une variété infinie de besoins d'information. Que ces dimensions des données d'emploi du temps soient examinées seules ou en les regroupant, l'analyse sera toujours productive, bénéfique et extrêmement précieuse.

STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA
1010489741

The Future of Time Use Surveys in Canada

Statistics Canada, working together with the federal Department of Communications, is now endeavouring to secure funding for Canada's first national time use survey. Undertaking a national time use survey is a priority at both Statistics Canada and the federal Department of Communications. Since accommodating diversified information needs is one of the major strengths of the "time-budget" survey technique, an arrangement of shared sponsorship is being actively pursued. If adequate funding can be obtained, current plans call for the survey to be carried out in 1984-85. Under the existing survey proposal, interviews would be conducted every day for a 12-month period in order to account for seasonal variations in daily behaviour.

In summary, time use surveys, which employ a proven, economical and reliable methodology, are currently without equal as tools for social and economic research. Survey results can support critical analysis of particular problems, provide answers to important questions, and allow for research investigations which previously could not be undertaken. A Canadian Time Use Survey can only serve to benefit the development of government policies and increase our understanding of daily life in Canada.

Additional Information

For more information about the Canadian Time Use Pilot Study or the future of time use surveys in Canada, please contact Terry Petherick, Manager, Time Use and Leisure Surveys, Culture Subdivision, Statistics Canada ((613) 593-6862). Requests may also be directed to any of Statistics Canada's Regional Offices.

L'avenir des enquêtes sur l'emploi du temps au Canada

Statistique Canada, en collaboration avec le ministère fédéral des Communications, tente actuellement d'obtenir des fonds pour mener la première enquête sur l'emploi du temps au Canada. La réalisation d'une telle enquête à l'échelle nationale est une des priorités de ces deux organismes. Étant donné qu'une des plus grandes qualités de la technique d'enquête du "budget-temps" est de pouvoir satisfaire des besoins d'information diversifiés, on s'efforce d'en arriver à une entente de coparrainage. Si l'on réussit à obtenir des fonds suffisants, l'enquête devrait, selon les plans actuels, se dérouler en 1984-85. D'après le projet d'enquête actuel, on effectuerait des entrevues tous les jours pendant une période de 12 mois de façon à tenir compte des variations saisonnières du comportement quotidien.

En résumé, les enquêtes sur l'emploi du temps, basées sur une méthodologie éprouvée, économique et fiable n'ont pas leur pareil actuellement comme outil de recherches sociales et économiques. Leurs résultats peuvent être utilisés pour effectuer des analyses fondamentales de problèmes particuliers, fournir des réponses à des questions importantes et permettre l'étude de problèmes qu'il était impossible d'entreprendre jusqu'ici. Une Enquête sur l'emploi du temps des Canadiens ne peut que contribuer à l'élaboration des politiques de l'État et à notre compréhension de la vie quotidienne au Canada.

Renseignements supplémentaires

Pour plus de renseignements sur l'Enquête-pilote sur l'emploi du temps des Canadiens ou l'avenir de ces travaux, communiquer avec Terry Petherick, chef, Enquêtes sur l'emploi du temps et les loisirs, Sous-division de la culture, Statistique Canada ((613) 593-6862). On peut également s'adresser à n'importe lequel des bureaux régionaux de Statistique Canada.

Published under the authority of the Minister of Supply and Services Canada.

Statistics Canada should be credited when reproducing or quoting any part of this document.

Publication autorisée par le ministre des Approvisionnements et Services Canada.

Reproduction ou citation autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada.