

Dépenses d'élection

● (1540)

Le but de mon amendement est vraiment très simple, monsieur l'Orateur. Dans le cadre du bill, il empêcherait d'utiliser les messages éclair à la télévision aux fins d'élections, en période d'élections, et en limiterait également, sans l'interdire utilisation à la radio. Le but de cet amendement est évident. Je crois l'avoir justifié.

J'encourage les députés à étudier sérieusement l'amendement que j'ai présenté. Et si cette étude ne doit pas être favorable, j'aimerais tout au moins avertir le public de ce qui va lui arriver lors des prochaines élections. En fait, on le traitera en faible d'esprit. Les partis politiques supposent que la meilleure façon de le traiter et de le conditionner est de faire comme s'il s'agissait des chiens de Pavlov, qui salivaient lorsqu'une cloche sonnait. Je ne pense pas que le Canadien moyen ressemble en quoi que ce soit aux chiens de Pavlov et il mérite certainement qu'on le traite de façon beaucoup plus humaine et comme s'il avait une certaine intelligence.

Le but de la subvention est de bien faire connaître les questions aux électeurs. Sans mon amendement, le projet de loi permettrait aux partis politiques de dépenser l'argent qu'on leur remboursera de la façon que leurs agents de publicité leur dira être la plus efficace. Je détesterais avoir la même idée de l'humanité que celle qu'ont les relationnistes et les agences de publicité. Vous pouvez facilement la définir, à en juger par les balivernes qu'ils imposent aux gens, sous forme de publicité télévisée et radiophonique. A tout le moins, je lance un appel aux députés de tous les partis politiques pour qu'ils témoignent d'une estime beaucoup plus grande de leurs concitoyens. J'espère que cet appel ne tombera pas dans les oreilles de sourds et que l'amendement recevra quelque appui.

[Français]

Monsieur l'Orateur, nous connaissons très bien l'efficacité de la réclame à la radio et à la télévision. Il se peut bien que certains d'entre nous disent: Il faut comprendre que les gens ne sont pas convaincus par les réclames de 30 secondes ou d'une minute qu'ils voient à la radio et à la télévision. Mais il existe toujours un certain nombre de gens qui le sont. S'ils ne le sont pas, ils sont touchés par ces réclames, parce que s'ils ne l'étaient pas, les grandes sociétés qui paient ces réclames pour le savon, la pâte dentifrice, la bière, ou l'essence, ne dépenseraient pas leur argent de cette façon.

Il est aussi à remarquer monsieur l'Orateur, que les produits que nous considérons comme nécessaires à notre vie font très rarement l'objet de publicité à la radio et à la télévision. On ne fait pas l'annonce de maisons à vendre. On ne fait pas non plus l'annonce de produits alimentaires, parce qu'en général les gens savent que ces choses ont de la valeur et qu'elles sont nécessaires. Sachant que les gens ne peuvent pas être influencés en ce qui a trait à ces choses très importantes par la réclame de 30 secondes ou d'une minute, les producteurs de ces produits ne font généralement pas de réclame à la radio et à la télévision.

[M. Harney]

En général, on voit la réclame de produits qui ne sont pas nécessaires, de choses qui sont, on pourrait le dire assez souvent, de la camelote, qui ne comptent pas pour beaucoup dans la vie. A la télévision, on voit la réclame de choses généralement inutiles, ou si elles ne sont pas inutiles, il est presque impossible de voir la différence entre les produits d'une marque et ceux d'une autre. Voilà pourquoi les individus ou les sociétés qui dépensent pour faire de la réclame à la télévision cherchent à la faire à l'égard de produits sans valeur.

Ce qui «vend» l'idée, monsieur l'Orateur, c'est la politique car, après tout la politique c'est quelque chose de très important, elle doit veiller au bien-être et à l'avenir de la nation. Or, on verra la politique, les chefs de partis et les députés ravalés au niveau de la pâte dentifrice et du Kentucky Fried Chicken.

Le but de mon amendement est de prévenir un tel état de choses, monsieur l'Orateur. C'est ce qu'il faut prévenir, en prenant au sérieux l'objectif du bill, qui dit simplement que le public désire être renseigné. Et pour lui permettre d'être mieux renseigné, nous allons accorder des subventions aux partis politiques! Sans cet amendement, cette politique ne sera pas réalisée, et voilà pourquoi je demande aux députés de le considérer sérieusement, sans quoi l'objectif du bill ne saurait être atteint.

[Traduction]

M. l'Orateur: La Chambre est-elle prête à se prononcer sur la motion n° 39?

Des voix: La vote.

M. l'Orateur: Plaît-il à la Chambre d'adopter ladite motion? Que tous ceux qui sont en faveur veuillent bien dire oui.

Des voix: Oui.

M. l'Orateur: Que tous ceux qui sont contre veuillent bien dire non.

Des voix: Non.

M. l'Orateur: A mon avis, les non l'emportent. Je déclare la motion rejetée.

M. Harney: Je crois que cinq députés se sont levés.

M. l'Orateur: Je n'en vois que quatre et demi, puisqu'un député n'était pas à sa place; c'est donc insuffisant. Je déclare la motion rejetée sur division.

(La motion n° 39 de M. Harney est rejetée.)

M. l'Orateur: A l'ordre. Avant de passer à l'étude de ce dont nous sommes saisis, je désire signaler à la Chambre que j'ai maintenant en main la Recommandation royale à laquelle ont été apportés les amendements que le président du Conseil privé (M. MacEachen) avait préconisés et qui remplit sûrement la double exigence des honorables députés. Sans doute est-il inutile d'en donner lecture pour que la Chambre l'accepte.