



important, également, que le Canada n'envoie pas de messages contradictoires. Le cinéma et les productions télévisuelles du Canada nous donnent des possibilités de répandre nos valeurs à l'étranger.

Les objectifs canadiens d'un réseau de communication devraient être les suivants :

- relèvement de la qualité de tous les types de communication à l'échelle mondiale;
- entrée en contact avec d'autres valeurs et d'autres cultures;
- propriété et contrôle dans le pays de la technologie des communications, ce qui permettrait du même coup des variantes entre les régions, les cultures, les groupes ethniques et les religions;
- l'éducation ainsi que la formation de journalistes et de spécialistes de la technologie des médias;
- la croissance et le développement de sociétés démocratiques;
- le transfert de connaissances dans divers secteurs industriels fondés sur le savoir, par exemple, les technologies agro-alimentaires, l'exploitation forestière, l'extraction minière et l'activité bancaire.

Le Canada devrait s'inquiéter de ce que des taux élevés d'analphabétisme et de pauvreté vont entraver l'accès aux avantages des réseaux de communication. De plus, il doit se prémunir contre les messages contradictoires et réfléchir davantage à des normes nationales et au financement d'initiatives.

« Quelles sont les valeurs que le Canada devrait communiquer : droits de la personne, traitement équitable de la main-d'œuvre, moralité des pratiques des entreprises, multiculturalisme, statut de citoyen du monde, éducation ».

Les valeurs que nous reconnaissons comme canadiennes ne sont pas propres à notre pays; elles plongent leurs racines dans de nombreuses traditions. Des valeurs comme la liberté ainsi que

les droits de l'individu et de la société sont importantes. On peut également mentionner la réciprocité, c'est-à-dire, le fait d'accepter que les autres nous observent et nous critiquent.

Le groupe a étudié l'engagement du Canada envers les droits de la personne. Il est arrivé à la conclusion qu'il faut encore encourager les élites des États à se montrer plus sensibles aux droits fondamentaux, que les droits de la personne ne devraient pas être assujettis à des conditions et que la promotion du multiculturalisme devrait se situer au premier plan des objectifs de notre pays. Notre groupe a également exprimé de l'intérêt envers la mise en place d'un code de conduite des entreprises, dans lequel il voit un moyen de faire progresser le respect des droits de la personne. Les participants aux missions commerciales d'Équipe Canada devraient, à tout le moins, s'y conformer.

Le meilleur moyen de faire la promotion des valeurs canadiennes, c'est que notre pays donne l'exemple. Parmi les domaines où cette constatation s'applique, figurent l'éducation, l'aide au développement et la durabilité sur le plan écologique. Nous avons abordé le concept de citoyen du monde et estimé que le Canada a un rôle directeur à jouer en la matière.

Conclusion

Les discussions tenues pendant les séances de travail ont porté sur un large éventail de sujets. La nécessité que le gouvernement canadien participe activement à la promotion à l'étranger des valeurs de notre pays constitue un des thèmes qui est ressorti dans tous les groupes. Il peut et devrait oeuvrer en partenariat avec des organisations non gouvernementales et des associations du monde des affaires; cela dit, c'est toujours au gouvernement qu'appartient le rôle directeur. Il devrait reconnaître qu'il lui incombe de faire davantage afin de mener cette tâche à bien.