

Loi électorale

comme mon collègue le propose, de supprimer purement et simplement les sondages de la période électorale, et à partir de l'émission des brefs.

Je crois plutôt, monsieur le président, que tous les partis qui ont à cœur l'assainissement de nos mœurs électorales devraient pousser individuellement leurs études à cet effet-là, arriver à déterminer jusqu'où les sondages ont une influence sur l'opinion publique et en arriver à proposer une réglementation plutôt que simplement ignorer les sondages. Je voudrais rattacher cette question au financement des partis politiques. On a attaqué depuis plusieurs années le financement des partis politiques en soulignant l'obscurantisme des caisses électorales en faisant appel à toutes sortes de manipulation du financement des partis politiques et du coût des élections. Or, monsieur le président, il aurait été simpliste que la Chambre des communes décide du jour au lendemain d'abolir toutes contributions aux partis politiques simplement parce qu'il y avait risque de manipulation des candidats d'un parti ou du gouvernement. Le Parlement s'est penché sur cette question au cours du 29^e Parlement et a adopté une législation qui est très complexe. Je pense que tous les partis politiques qui sont actuellement disposés à l'appliquer le réalisent. Je crois qu'on a fait un progrès dans cette veine et je croirais que nous devons suivre cet exemple si nous voulons arriver à assainir nos mœurs politiques au niveau de l'information publique. C'est pourquoi, monsieur le président, je demanderais purement et simplement que ce projet de loi soit retiré puisque dans sa forme actuelle il ne contient pas la matière suffisante pour être déferé au comité concerné.

[Traduction]

M. Stanley Knowles (Winnipeg-Nord-Centre): Monsieur l'Orateur, je pense que nous avons presque tous parlé des sondages de la façon dont l'un de nos chefs en avait parlé aux dernières élections, ou que, du moins, nous avons pensé ainsi. Il a dit: «Quand les sondages sont en ma faveur, ils sont magnifiques; quand ils sont contre moi, je ne m'en occupe pas.»

Je comprends très bien les préoccupations du député qui a déposé le bill: il souhaite que nos élections soient menées de façon à laisser les électeurs voter librement. J'approuve entièrement cet idéal, mais il me semble y avoir d'autres causes bien plus importantes que les sondages qui empêchent l'exercice du libre choix.

La législature précédente a adopté une loi limitant les dépenses électorales. Je ne pense pas qu'elle soit allée assez loin. A mon avis, l'argent consacré à une publicité tapageuse empêche les gens de penser librement, en temps d'élection. Si nous voulons améliorer la conduite de nos élections en fournissant à nos concitoyens une meilleure occasion d'exprimer leurs pensées, nous devrions uniformiser les montants mis à la disposition des divers partis et prendre toutes les mesures possibles pour interdire la publicité trompeuse qui joue un rôle important dans les campagnes électorales tout comme sur le plan commercial.

Nous avons d'autres moyens d'améliorer nos campagnes électorales. Je sais que des députés de tous les partis dans la Chambre partagent mes sentiments et je regrette que nous n'ayons rien fait en ce sens. Je parle bien entendu de la durée des campagnes électorales. Elles devraient être plus courtes de beaucoup.

Des voix: Bravo!

M. Knowles (Winnipeg-Nord-Centre): Les campagnes électorales qui durant sept, huit ou neuf semaines sont dommageables à tous ceux qui y participent et finissent

par laisser le cœur et l'esprit de nos concitoyens qui en viennent à ne plus savoir quoi penser. Vers la fin d'une si longue période, ils sont facilement influencés dans un sens ou dans l'autre. Je pense que la liberté de choisir en temps d'élection serait la plus grande si nos campagnes électorales duraient moins longtemps.

● (1640)

Pour ce qui est de ce bill en particulier, je n'aurais aucune objection à ce qu'il soit renvoyé au comité compétent où la question serait étudiée à fond. Cependant, je vois qu'il comporte de sérieuses difficultés.

Durant une campagne électorale, j'ai une façon bien à moi de procéder: Je me tiens à la porte des usines. Tôt le matin, je m'installe à la porte d'une usine et je demande à un certain nombre de travailleurs comment ils vont voter, si bien que je découvre que 75 ou peut-être même 90 p. 100 des travailleurs de l'établissement sont...

Une voix: Oh, oh!

M. Knowles (Winnipeg-Nord-Centre): Mon collègue n'a pas besoin de rire. C'est ce que je fais à certaines usines de Winnipeg. Cependant, si j'emploie un bulletin, une affiche, une circulaire ou tout autre moyen, pour affirmer que les travailleurs des ateliers Weston du CP, de l'usine de la Dominion Bridge, ou de la Manitoba Bridge à Winnipeg-Nord-Centre, vont voter en ma faveur dans une proportion de 75, 80 ou 90 p. 100, en vertu du présent bill, je commets un acte illégal.

Des difficultés réelles surgissent quand on essaie de contrôler la diffusion de l'information ou de recueillir et de publier des renseignements d'une façon ou d'une autre. Peut-être ai-je pris les extrêmes, mais il suffit de lire ce passage pour comprendre que le bill ne vise pas uniquement les maisons qui font des sondages de l'opinion publique. Il vise toute personne qui procède à un sondage et en publie le résultat d'une manière quelconque. Je pense que le bill offre une excellente occasion de discuter de la question. Il serait donc utile que le sujet soit renvoyé pour examen à un comité.

Je vois que mon vis-à-vis, le député d'Ottawa-Ouest (M. Francis), est ici. Habituellement, il est présent le vendredi après-midi. Il fait partie du groupe sélect qu'on retrouve ici chaque vendredi après-midi.

M. Francis: Merci, Stanley.

M. Knowles (Winnipeg-Nord-Centre): Il a inscrit un bill au *Feuilleton*, un bill qui traite d'un sujet plus vaste dont celui-ci fait partie. Il s'agit du bill C-333, sur les techniques publicitaires s'adressant au subconscient. Je me préoccupe non seulement de ce genre de publicité mais des effets, sur le subconscient, de moyens publicitaires de toutes sortes qui s'évalent au grand jour.

La plupart d'entre nous avons une idée et nous faisons un idéal de ce que devrait être la vie, du genre de personnes que nous devrions être, de ce que devrait être notre mode de vie. Mais dès que j'ai l'occasion de m'installer devant le petit écran, j'ai l'impression que pour devenir un membre à part entière de la société, dans notre XX^e siècle, et nous entrerons bientôt dans le XXI^e, il faut faire en sorte d'avoir l'haleine fraîche. Si vous êtes une femme, il faut que vous ayez la bouche la plus fraîche de la ville. Il faut veiller à ne pas incommoder les autres par des odeurs désagréables et vous avez l'impression que vous les incommodez. Ces agences de publicité vous disent tout ce qu'il faut faire à ce sujet. Vous devez boire de la bière et trouver cela bon.