

L'ajournement

Quand je parle à mes amis que je retrouve dans le milieu autochtone ou dans le milieu ethnique, j'ai la mort dans l'âme, ayant le sentiment que nous atterrirons dans une île vers laquelle nous ne croyons pas nous diriger si nous permettons à cette résolution d'être adoptée après avoir été modifiée par un pays étranger, y ayant inscrit des droits spéciaux pour certains mais pas pour d'autres.

Des voix: Bravo!

L'Orateur suppléant (M. Blaker): Le secrétaire parlementaire du ministre des Pêches et des Océans.

M. Henderson: Puis-je signaler qu'il est 10 heures, monsieur l'Orateur?

MOTION D'AJOURNEMENT

[Traduction]

L'ajournement de la Chambre est proposé d'office, en conformité de l'article 40 du Règlement.

LA PUBLICITÉ GOUVERNEMENTALE—L'APPROBATION D'ANNONCES UNILINGUES

M. Benno Friesen (Surrey-White Rock-Delta-Nord): Monsieur l'Orateur, le 9 octobre, j'ai posé une question au ministre d'État (Multiculturalisme) (M. Fleming), qui est aussi chargé de la publicité gouvernementale. J'ai entendu ce jour-là le ministre faire un plaidoyer incroyable en faveur de la campagne publicitaire que le gouvernement a entreprise pour justifier sa résolution de rapatrier la constitution.

● (2200)

Une chose qu'admettront tous les Canadiens c'est que la publicité à la télévision vise à simplifier à l'extrême les questions, les problèmes ou les produits les plus complexes. Il s'agit vraiment de les simplifier à l'extrême. L'annonceur a pour rôle de présenter la question dans un bout de film de 30 secondes et, dans le cas qui nous intéresse, il déterminera l'avenir des générations futures. Le fait que le gouvernement a engagé une agence de publicité pour nous montrer sur le petit écran le vol d'une oie afin de donner aux Canadiens l'impression qu'il est très simple de rapatrier la constitution est pratiquement insultant. Le Canada se trouve sans doute devant le problème le plus complexe de ces dix dernières années et le gouvernement utilise les techniques les plus simples pour tenter de faire comprendre la complexité du problème.

Deuxièmement, je voulais signaler que, non seulement, cette campagne publicitaire simplifie le problème à l'extrême, mais qu'elle présente également des mensonges. Si vous écoutez le texte de ces annonces, on vous dit sans détour que le Canada a une constitution qui a été faite en Angleterre, qu'il est temps de la rapatrier et d'avoir une constitution faite au Canada par des Canadiens. C'est tout simplement faux sur le plan historique.

Si j'ai bien lu mes manuels d'histoire, les Pères de la Confédération ont passé au moins trois ans au Canada à

discuter, à contester, à faire des compromis et à négocier à propos des problèmes que connaissait alors le Canada pour finalement proposer l'Acte de l'Amérique du Nord britannique qui a alors été apporté en Angleterre et adopté à Westminster avec seulement deux changements mineurs. Le fait est que l'Acte de l'Amérique du Nord britannique est une constitution faite au Canada par des Canadiens. Le fait est que l'annonce diffusée à la télévision est absolument mensongère.

Ironiquement, comme vient de le signaler le député de Prince George-Peace River (M. Oberle), le premier ministre (M. Trudeau), qui est un grand anti-colonialiste, veut profiter de notre statut de colonie pour réviser la constitution en Angleterre de façon que les Canadiens ne puissent pas toucher à sa charte des droits et libertés.

La campagne d'information entreprise par le gouvernement sur la constitution est simpliste, mensongère, et troisièmement, elle est trompeuse. D'une part, le ministre d'État (Multiculturalisme) (M. Fleming) a dit à la Chambre le 9 octobre que la propagande était entièrement orchestrée par le Centre d'information sur l'unité canadienne, et que par conséquent c'était une campagne apolitique et dénuée de sectarisme. Une telle déclaration est manifestement trompeuse. Le jour même où le ministre faisait cette déclaration, on disait dans les journaux qu'un fonctionnaire du Centre de l'unité canadienne avait publié un communiqué disant que sur des points précis de cette campagne d'information, la décision définitive avait été prise par le cabinet.

L'amusant dans cette affaire c'est que pendant deux ans, une commission d'enquête a sillonné le Canada pour étudier les problèmes de l'unité. L'un des co-présidents de cette commission siège aujourd'hui à la Chambre à titre de ministre libéral, et il n'a pas son mot à dire. Le document qui fait l'objet du débat actuel passe complètement sous silence le rapport de la Commission Pepin-Robarts. Il semblerait que l'on a mené une campagne de deux ans, au coût de plusieurs millions de dollars, et que cela ait été absolument inutile si l'on songe au produit fini.

Le ministre d'État (Multiculturalisme) induit la Chambre et les Canadiens en erreur lorsqu'il dit, comme il l'a fait dans son discours du 9 octobre, qu'en dernier recours, la décision appartient au Centre d'information sur l'unité canadienne alors qu'en fait, c'est le cabinet qui a pris la décision dans l'affaire que j'ai portée à l'attention de la Chambre. Je parle de la partie de la campagne publicitaire où on a fait usage de panneaux unilingues. C'est en contradiction directe avec la loi sur les langues officielles. Si, comme l'a dit un représentant du Bureau, les décisions finales sont prises par le cabinet, c'est lui qui est responsable de l'utilisation de panneaux publicitaires unilingues, ce qui contrevient à la loi. Comment le ministre peut-il prétendre qu'il s'agit d'une campagne non partisane? Une campagne publicitaire où le cabinet prend des décisions partisans ne saurait être exempte d'esprit partisan. Le gouvernement fait injure aux Canadiens lorsqu'il s'enveloppe dans le drapeau de notre pays. Sauf erreur, c'est le député de Winnipeg-Birds Hill (M. Blaikie) qui a déclaré l'autre jour que tous ceux qui sont en faveur d'un certain projet de réforme constitutionnelle sont d'excellents Canadiens, alors que tous ceux qui sont contre sont presque des traîtres. Cela commence à sentir