

Mon argument a été appuyé aujourd'hui par les déclarations, ici-même, du ministre d'État au multiculturalisme, aussi responsable des communications du gouvernement, lorsqu'il a parlé de vues reflétant dans l'ensemble l'avis du Parlement ou encore dont le principe a été approuvé par le Parlement. Il a ajouté qu'il n'hésite pas à dépenser des deniers publics pour renseigner les Canadiens sur une question dont le Parlement est saisi. Il a refusé de s'engager à respecter ce qu'il a proclamé hier soir à la télévision, soit qu'il interdirait toutes nouvelles dépenses pour les campagnes publicitaires du gouvernement d'ici que la Chambre se soit prononcée sur la question. Aujourd'hui il refuse catégoriquement de nous donner cette assurance. S'il faut ajouter d'autres arguments à l'appui de ma question de privilège, je me reporterai alors tout simplement au hansard d'aujourd'hui et citerai les réponses du ministre d'État au multiculturalisme.

Si donc, dans sa sagesse, madame le Président m'accorde que, de prime abord, ma question de privilège est fondée, je propose, appuyé par le député de Nepean-Carleton (M. Baker):

Que la question du financement des campagnes publicitaires publiques, aux frais des contribuables, en faveur d'une politique ou opinion sectaire, avant que ladite politique ou opinion ait été approuvée par la Chambre des communes, soit renvoyée au comité permanent des privilèges et élections.

**Des voix:** Bravo!

● (1510)

**M. Edward Broadbent (Oshawa):** Madame le Président, je tiens à dire au nom de tous mes collègues que nous souscrivons inconditionnellement à la question de privilège qu'on vient de soulever.

**Des voix:** Bravo!

**M. Broadbent:** Je crois que si le Règlement de la Chambre était appliqué comme il doit l'être dans le respect des traditions de la Chambre, les dépenses publicitaires du gouvernement ne serviraient qu'à annoncer des programmes que le Parlement a adoptés, jamais des programmes qui sont encore à l'étude. Pour étayer cette question de privilège, je soulignerai le lien qui existe entre la publicité qui pourrait servir à des fins partisans, ce qui a incidemment déjà été le cas à quelques reprises avec le gouvernement actuel, et la question des sondages d'opinion. Tout le monde sait qu'avant de dépenser des milliers, voire des millions de dollars en publicité, on procède à des sondages d'opinion. Aujourd'hui, le premier ministre (M. Trudeau), dans les réponses qu'il nous a données, ne s'est pas une seule fois excusé d'avoir gardé secrètes, aux fins du gouvernement seul, des informations dont ce dernier avait l'intention de se servir jusqu'au moment où, selon ce que le ministre de la Justice (M. Chrétien) a lui-même dit hier à Toronto, lesdites informations n'étaient plus utiles, présumément au gouvernement. Je ne peux pas y voir d'autre signification.

Le gouvernement s'est fait l'apôtre de la liberté d'information et a présenté un bill grotesque qui est criblé de lacunes et le premier ministre a dit aujourd'hui qu'il avait l'intention d'empêcher les députés de ce bord-ci de la Chambre de consulter les renseignements sur les relations fédérales-provinciales. A mon avis, ils devraient pouvoir en disposer. Qu'on me comprenne bien. Personne ici, quelle que soit son allégeance,

ne saurait mettre en doute la légitimité des sondages. Il n'y a rien de mal à vouloir faire des sondages pour obtenir des renseignements. Ce qui nous intéresse ici, c'est de savoir s'il faut communiquer l'information aux gens quand ce sont eux qui l'ont payés. De ce bord-ci, nous pensons que oui.

**Des voix:** Bravo, bravo!

**M. Broadbent:** La question est grave. D'un côté, le gouvernement fait des sondages et personne n'y voit d'objection et le premier ministre a essayé aujourd'hui à sa façon habituelle de brouiller les cartes. D'un autre côté, il refuse de divulguer les renseignements obtenus lors des sondages. Pour en revenir à la question de privilège qui nous intéresse aujourd'hui, le gouvernement n'a pas le droit de faire de la publicité dans les journaux et sur les ondes de tout le pays avec l'intention évidente de défendre les intérêts partisans du gouvernement libéral et de faire connaître des vues sur une question controversée.

**Des voix:** Bravo!

**L'hon. Ray Hnatyshyn (Saskatoon-Ouest):** Madame le Président, je voudrais intervenir très brièvement et appuyer mon collègue qui a soulevé avec éloquence, clarté et raison la question de privilège. Je m'adresse notamment aux ministériels, car je crois que chacun de nous en sa qualité de député doit examiner la nature des questions de privilège exposées devant l'Orateur et la raison pour laquelle nous les soulevons.

Le simple député soulève la question de privilège quand on le gêne dans l'exécution de ses fonctions. A mon avis, aucun autre fait exposé à la Chambre durant la présente législature n'avait la même portée en raison des dépenses énormes engagées par le gouvernement qui se permet une campagne de publicité de plusieurs millions de dollars, ce qui est incompatible, à mon avis, avec tous les principes fondamentaux dont s'est inspiré le Parlement au cours des années.

La tradition a toujours voulu chez nous que ce soient les députés à la Chambre qui décident librement de toutes les questions, et qu'une presse indépendante rapporte ce qu'en pense vraiment la population. Depuis que la télévision diffuse les délibérations de la Chambre, la situation est changée. Que le ministre chargé du multiculturalisme (M. Fleming) prenne la parole au nom du gouvernement pour affirmer qu'on n'a pas suffisamment fait valoir le point de vue du gouvernement et pour convaincre ses collègues de consacrer des sommes énormes à une campagne de publicité est absolument ridicule. La télévision nous transporte directement dans toutes les régions de notre pays, sauf peut-être les régions septentrionales les plus isolées.

Si c'était un cas isolé—en l'occurrence, toute cette campagne de publicité à propos de la réforme constitutionnelle—ce serait très bien. Le ministre peut trouver à s'excuser, mais nous avons constaté que le gouvernement s'était lancé dans toutes sortes de campagnes de publicité depuis que le ministre assume ses fonctions. A mes yeux, cela suffit à démontrer—comme ce devrait être le cas de tous les députés—qu'on s'apprête de propos délibérés à franchir les limites de la bienséance en matière de publicité d'information, soit en ce qui concerne les mesures législatives que le Parlement a approuvées et adoptées.