

Les subsides

Et l'énergie? Les députés croient-ils que nous devrions faire de la publicité pour préconiser l'économie de l'énergie et promouvoir les divers programmes gouvernementaux en place? Encore une chose que nous faisons. J'ai parlé des Forces armées canadiennes. Pour respecter nos engagements envers nos alliés, nous devons maintenir nos effectifs déjà réduits à des niveaux satisfaisants. Pour ce faire, les recruteurs des forces armées doivent interviewer un nombre considérable de jeunes, garçons et filles, avant qu'une seule recrue soit acceptée.

M. Huntington: Pour l'instant, c'est le seul secteur où on peut trouver un emploi.

M. Regan: Et les travaux publics? N'est-il pas juste que tous les Canadiens, quelle que soit la région où ils habitent, aient une chance égale de soumissionner? Ou, cette possibilité n'est-elle offerte qu'à ceux qui habitent Ottawa et les alentours, où la région avoisinante où s'effectuent des travaux?

M. Beatty: Ou aux amis du parti libéral.

M. Regan: Notre gouvernement est extrêmement fier de voir le Bureau d'information sur l'unité canadienne servir aussi efficacement qu'il le faut notre complexe et parfois capricieuse confédération de provinces. Car notre unité continue d'être menacée. Certains jours, nos vis-à-vis nous diront que le Western Concept est une menace semblable au Parti Québécois. L'unité est certes un sujet sur lequel nous devons insister dans notre publicité.

Je pourrais aborder d'autres questions, mais je tiens à exposer sans ambages et avec une certaine fierté les principes auxquels j'adhère et qui me paraissent fondamentaux dans toutes les communications gouvernementales. Ce sont les principes qui guideront la politique et les activités gouvernementales en matière de communications, principes que nous avons exposés à la Fonction publique afin qu'elle comprenne bien son rôle dans l'information non partisane.

Le premier principe est à la base de toute bonne communication, c'est-à-dire que les Canadiens ont droit à une information complète, précise et opportune sur les activités de leur gouvernement, information qui respecte les objectifs de la loi sur les langues officielles, afin qu'ils soient en mesure d'exercer leur droit de citoyen et participer pleinement au processus démocratique d'une manière responsable et éclairée.

Le deuxième principe est l'expression de la politique du gouvernement sur l'accès à l'information. Les Canadiens doivent avoir accès aux dossiers du gouvernement sauf dans les cas prévus par la loi et interprétés par les tribunaux, ces exceptions devant assurer la protection des intérêts essentiels à la fois publics et privés.

● (1600)

Quant au troisième principe, il montre clairement que non seulement le gouvernement doit expliquer les lois et les programmes adoptés par le Parlement, mais il a aussi le devoir d'informer le public de ses propositions avant que la Chambre ne se prononce à leur sujet. Cela renforce ma position, laquelle a incité le député à vouloir démontrer que ce principe était faux. Je crois pour ma part qu'il était correct et juste, car il

fait valoir que le public ne peut pas, sans disposer de données concrètes sur les propositions du gouvernement et les questions débattues, avoir l'occasion de faire connaître son opinion aux législateurs, d'écrire à ses députés et, de par les pressions qu'il exerce, de faire procéder aux changements qui pourraient être apportés aux projets de loi. Il incombe au gouvernement de fournir au public des informations complètes, précises et opportunes sur les politiques, les lois et les programmes approuvés par le Parlement. Il lui appartient également d'informer le public du contenu réel des politiques qu'il propose ainsi que des faits, tels qu'il les connaît, concernant les questions d'intérêt public que ses politiques visent à résoudre.

Le quatrième principe fait ressortir que le gouvernement a la responsabilité de tenir compte de l'opinion du public dans chaque région. Il se formule comme suit:

Le gouvernement est investi d'une responsabilité correspondante en vertu de laquelle il doit tâcher autant que possible de s'informer des intérêts et de l'opinion des Canadiens, en tenant compte en particulier des divergences d'opinions entre les diverses régions du pays, de façon à pouvoir en toute connaissance de cause fixer ses priorités, formuler ses politiques et mettre en œuvre des programmes qui servent les intérêts du Canada.

Laissez-moi vous dire que je crois que ce dernier principe porte sur la question des sondages d'opinion. Il est tout à fait légitime que le gouvernement entreprenne de connaître l'opinion du public sur diverses questions, de façon à en tenir compte dans ses politiques. Si nous entendons avoir un gouvernement démocratique et responsable, cette question revêt alors une grande importance. Je partage l'avis du député d'en face selon lequel les résultats de ces sondages devraient être publiés, car telle est la politique du gouvernement, ainsi que l'a exposé le ministre de la Justice (M. Chrétien).

M. Beatty: Quand?

M. Regan: Cette politique veut que l'on utilise ces sondages pour les communiquer ensuite au public.

M. Munro (Esquimalt-Saanich): Et la Commission McDonald?

M. Regan: Je répondrai plus tard aux arguments des députés d'en face. Le cinquième et dernier principe fondamental reconnaît que, pour faire un bon gouvernement et être un bon citoyen, il faut déployer des efforts sérieux. Pour que les communications entre les citoyens et le gouvernement soient efficaces, les citoyens doivent s'efforcer d'obtenir les renseignements qui leur sont nécessaires pour exercer leurs droits de citoyens; le gouvernement, de son côté, est tenu de déployer tous les efforts raisonnables pour faciliter l'accès aux renseignements de la même manière dans toutes les régions du Canada.

A mon avis, nous avons abordé la question de la publicité de la meilleure façon possible. Je ne tiens pas à faire preuve d'un esprit critique, mais je suis porté à trouver à redire à ce que le parti conservateur a fait au cours de ses huit mois au pouvoir. Il a créé une entreprise privée à laquelle il a confié toute la publicité gouvernementale. Son initiative comportait au fond un conflit d'intérêt, puisque ce gouvernement, en avantageant ses amis, nous donnait un excellent exemple de népotisme centralisé.