

Loi électorale du Canada

Les prévisionnistes conçoivent peut-être les entrevues qu'ils font pendant les élections comme s'il s'agissait d'élections présidentielles au lieu d'élections parlementaires. Les journaux qui achètent ces sondages et en affichent les résultats à la première page participent peut-être à la campagne d'un candidat à la présidence au lieu d'informer les électeurs sur les élections nationales. Je pense qu'ils desservent ainsi la population et qu'ils créent en fait des nouvelles au lieu d'en faire le reportage.

Monsieur l'Orateur, j'aimerais faire quelques observations sur la mesure et la signification des sondages d'opinion. Je soutiens qu'ils privilégient l'accessoire et qu'ils induisent le public en erreur en donnant la préséance à la mesure sur la signification, à la quantité sur la qualité. Il faut se demander si les sondeurs connaissent ce qu'ils mesurent. Et ne pas perdre de vue que les sondages ne mesurent pas l'électorat. Au mieux, ils ne mesurent qu'un échantillon au hasard de l'ensemble des Canadiens, et non un échantillon au hasard de l'ensemble des électeurs. Ils répartissent les indécis entre les partis, comme s'ils étaient déjà décidés.

Et je dis que les sondages ne sont pas en mesure de prédire les résultats des élections, même s'ils prétendent confidentiellement pouvoir le faire des jours ou des semaines à l'avance. La marge d'erreur est trop grande. Suivant l'importance de l'échantillon, cette marge peut aller de 2 à 4 p. 100, et pour la réduire il faut doubler l'échantillon. L'Institut Gallup prévient qu'avec une marge d'erreur de 4 p. 100, le pronostic sera confirmé 19 fois sur 20. Mais je soulignerai qu'ils ne mesurent pas 282 circonscriptions, de sorte qu'ils ne donnent pas une idée nette de ce qui va se passer. Outre qu'ils sont entachés de cette marge d'erreur, les sondages ne traduisent pas leurs pourcentages en nombre de sièges pour chaque parti.

Là où je veux en venir, monsieur l'Orateur, c'est que les sondeurs ne savent pas nécessairement ce qu'ils mesurent. Ils risquent de mesurer ou d'interroger une personne sur son rôle de consommateur plutôt que de citoyen ou d'électeur informé. Et je pense qu'ils ont une influence certaine sur les électeurs. Telle catégorie d'électeurs peut décider, par exemple, de rester à la maison si tel parti se voit accorder une avance très significative. Tel électeur peut conclure qu'il n'y a pas de raison d'aller voter puisque l'autre côté va gagner de toute façon. Les bénévoles travaillant pour un parti quelconque, libéral, néo-démocrate ou conservateur, peuvent voir leur enthousiasme exalté ou au contraire éteint par les résultats d'un sondage. Voilà qui pourrait influencer sur la stratégie des organisateurs de la campagne, et les inciter à faire porter leur attention sur des questions différentes. Par effet d'entraînement, l'électeur s'en ressent à son tour. Tel peut en être le résultat direct.

● (1610)

A propos des troisièmes partis, un sondage indiquant l'accroissement de la faveur populaire pour ce parti—il s'agirait dans ce cas du Nouveau parti démocratique—aurait des effets néfastes sur ce même parti, car ces sondages sous-entendraient l'élection d'un gouvernement minoritaire. Par conséquent, les électeurs décideraient de ne pas voter pour ce troisième parti, mais plutôt pour celui qui serait le plus susceptible de former un gouvernement majoritaire. Ce raisonnement est mauvais, à mon avis.

De toute évidence, nous devons limiter le nombre des sondages et diminuer leur influence sur l'électorat canadien. Ces sondages influencent le journaliste qui interviewe les divers candidats. Si les résultats du sondage sont piètres, le journaliste perdra tout intérêt pour le parti visé, car il sait que s'il écrit un article, celui-ci ne paraîtra pas dans les journaux sous sa signature. Ce qui lui importe c'est que son nom paraisse et ce ne sont pas les questions d'actualité qui l'intéressent mais bien les résultats du sondage. Cela nuit beaucoup, à mon avis, au processus et au système démocratiques appliqués au Canada. Nous courons déjà le grand risque de voir les journalistes et les journaux faire la couverture de nos élections parlementaires comme s'il se fut agi d'une course à la présidence.

En outre, je suis d'avis que les sondages sont inexacts car ils reflètent uniquement une opinion exprimée à un seul moment donné. Ils sont comme les instantanés. Entre-temps, pendant qu'on effectue le sondage et que l'on en calcule les résultats, d'autres grands événements peuvent fort bien les avoir rendus désuets.

Au cours des élections de mai 1979, du 30 avril au 10 mai, l'Université Carleton menait un sondage pour le réseau anglais de Radio-Canada. Les résultats ont été publiés le 15 mai mais, entre-temps, les chefs de partis participaient à un débat télévisé. Du coup, les résultats du sondage mené par l'Université Carleton en étaient déformés. Je ne m'oppose pas aux sondages, mais à la condition de disposer de suffisamment de temps pour prouver la justesse des méthodes employées. Il est dangereux de mener toute une batterie de sondages de dernière minute, car personne ne peut alors en vérifier la justesse ou l'exactitude. Plutôt, la période de temps dont je parle permettrait à chacun d'entre nous de nous intéresser aux questions en cause, à la politique et aux propos du candidat plutôt qu'au sondage même. C'est de ces questions que devraient être composées les nouvelles, et non du sondage même.

Je ne suis pas contre les sondages, mais seulement contre leur publication au cours des deux dernières semaines qui précèdent l'élection. Mon collègue polonais a l'intention de nous parler de cette question et c'est pourquoi je tiens à lui faire savoir que je n'ai rien contre ce qu'il va dire. Je tiens à le lui assurer. Je ne suis pas contre les sondages, mais seulement contre leur publication au cours des deux dernières semaines avant l'élection. Je ne préconise pas de les censurer ni de constituer un comité de censeurs. Je propose quelque chose de nouveau, qu'on a déjà proposé auparavant, et qui serait digne de notre appui. Il vaut la peine d'en discuter et d'en saisir un comité. La loi électorale du Canada, dans son libellé actuel, interdit déjà la publication de publicité électorale et de résultats de sondages le jour même de l'élection, ou même le jour la précédant.

Je voudrais qu'il soit interdit de publier au cours des 14 jours précédant l'élection les résultats d'un sondage portant sur les opinions politiques des électeurs. Il s'agit de sauvegarder le processus démocratique et de permettre à l'électorat de voter sans être nullement influencé par des sondages éclairs. Je propose de prolonger à deux semaines, ou à 14 jours, cette interdiction de publier les résultats de sondages, et cela, afin de protéger le processus électoral démocratique de notre Parlement.