
Table ronde sur les sondages d'opinion, mythes et réalités

**Lorne Bozinoff
Bill Blaikie**

**William Roberts
Eric Allaby**

**James Wilson
Stephen Rogers**

Monsieur Lorne Bozinoff est vice-président de Gallup Canada. Il a occupé des postes de niveau supérieur au sein du groupe d'experts-conseils de la Coopers & Lybrand Limited et de Bell Canada ; il a également enseigné la recherche-sondage à l'université de l'État de la Pennsylvanie. Il a présenté ses commentaires lors de la 31^e Conférence régionale de l'APC, à Fredericton, en juillet 1990. M. Bill Blaikie, député, représente la circonscription de Winnipeg-Transcona à la Chambre des communes. M. William Roberts, député provincial, représente la circonscription d'Edmonton-Centre à l'assemblée législative de l'Alberta. M. Eric Allaby, député provincial, représente la circonscription de Charlotte-Fundy à l'assemblée législative du Nouveau-Brunswick. M. James Wilson, député provincial, représente Fredericton-Nord à l'assemblée législative du Nouveau-Brunswick. M. Stephen Rogers, député provincial, est le président de l'assemblée législative de la Colombie-Britannique et représente la circonscription de Vancouver-Sud.

M. LORNE BOZINOFF : Je désire vous parler des quatre mythes et des quatre réalités qui concernent les sondages d'opinion publique. Selon le *premier mythe*, les sondages exercent une influence directe sur l'opinion publique. Il s'agit probablement de l'aspect le plus mal compris du processus. Les sondages mesurent l'opinion publique. Le thermomètre ne crée pas la température, pas plus que le sondage ne crée l'opinion publique. À mon avis, les sondages ne créent pas d'effet d'entraînement, à moins qu'il ne soit nettement dans l'intérêt des électeurs d'appuyer le parti victorieux. Dans certains coins du pays, si vous n'appuyez pas le parti victorieux, il se peut qu'on ne pose pas de revêtement sur votre route. Dans ce cas, il peut s'exercer un effet d'entraînement, mais je ne crois pas que cela se produise très souvent. La réalité c'est que les sondages exercent une influence indirecte sur l'opinion publique. Nul doute qu'ils insistent avant tout sur l'aspect de « course » des élections, mais c'est exactement ce que sont les

élections, des courses. Il y a un gagnant et un perdant, voilà d'ailleurs pourquoi on les tient. Les sondages ont simplement rendu la chose plus objective. Nous n'avons pas créé cette situation. L'élection est un concours entre des adversaires, et les sondages ne servent qu'à le mesurer d'une façon objective.

Les gens ont exprimé l'avis que les élections détournaient l'attention des enjeux. On ne parle que de sondages. Si on revient sur les élections fédérales de 1988, les gens m'ont dit qu'il y avait eu trop de sondages. Ils estimaient que les sondages occupaient beaucoup trop les gens, et qu'il nous fallait plus de temps pour parler de libre-échange. À mon humble avis, nous avons beaucoup trop parlé de libre-échange. Je ne puis imaginer qu'on souhaite entendre parler de libre-échange plus que nous en avons entendu parler durant la campagne. Je ne puis croire qu'on en ait négligé certains aspects à cause de la publication des résultats des sondages.

Je crois également que, dans une certaine mesure, le public canadien a entendu suffisamment de choses dites par les experts, les pontifes, les journalistes, les directeurs de journaux et les autres. Il veut avoir l'opinion du citoyen moyen. Les gens ont grandement besoin de ce genre d'information. On croit également que les sondages peuvent réduire l'importance de la couverture médiatique accordée aux candidats moins favorisés. La décision relative au classement d'un candidat derrière un autre se prend de toute façon, et quelqu'un porte un jugement en ce sens. Par le passé, les journalistes réalisaient ce qu'ils appelaient les « entrevues auprès de l'homme de la rue » afin d'avoir une idée de l'orientation que prenait la campagne. Ce qu'il convient de signaler c'est que voilà exactement la façon dont s'y prend Gallup, sauf que lorsque nous le faisons nous parlons à 1 000 individus. Dans nos sondages, nous nous assurons de poser à tous la même question. Pour réaliser nos sondages, nous nous assurons de choisir un échantillon au hasard.

Le dernier point que je veux soulever concernant l'incidence que peuvent avoir les sondages touche l'opinion selon laquelle les médias peuvent ignorer les candidats moins favorisés. Je ne crois pas que la chose se produise non plus. Si un candidat est en retard sur les autres mais a quelque chose d'important à dire, il va bénéficier de la couverture voulue. Je ne crois pas que les sondages amèneront quelqu'un à croire que le retard des candidats devrait entraîner l'élimination de la couverture.

Le *deuxième mythe* est relié au premier et touche l'effet d'entraînement. Je vais présenter deux arguments logiques pour faire ressortir l'absence d'effet d'entraînement. Nous n'avons pas à mener d'étude ni d'enquête pour nous en rendre compte. S'il se produit un effet d'entraînement constant, deux choses vont arriver. En premier lieu, les derniers sondages avant l'élection seront toujours faux. Au moment du tout dernier sondage avant l'élection, si cela influence la campagne, les résultats obtenus par les partis seront erronés. Gallup présente des prévisions depuis 50 ans et, comme tous le savent, elles sont absolument précises.

En second lieu, s'il y a un effet d'entraînement, le parti favorisé au début de la campagne devrait accroître son avance. Allez dire cela à John Turner au sujet de 1984. Il détenait l'avance au début de la campagne et il peut vous dire qu'il ne l'a pas accrue. Il ne s'est pas produit d'effet d'entraînement. Tous les sondages au début de la campagne de 1984 donnaient les libéraux vainqueurs. Comme nous le savons tous, ce n'était pas le cas à la fin de la campagne. Malheureusement, les politiciens cherchent parfois à faire interdire les sondages sur les élections. Un processus a été institué par le gouvernement fédéral ; il accueille des témoignages, dont certains sont présentés devant la Commission royale d'enquête sur la réforme électorale et le financement des partis, qui favorisent l'abolition des sondages. En réalité, certains véhicules des médias du pays ne publient pas les résultats des sondages durant les dix derniers jours de la campagne. Ils croient que les

téléspectateurs et les lecteurs sont des sots dont l'opinion varie selon les sondages. Quand ils portent un tel jugement, je crois qu'ils sous-estiment grandement l'intelligence des téléspectateurs ou des lecteurs.

Je comprend que les politiciens n'aiment pas voir les résultats des sondages dans les médias. Ils aiment bien leurs propres sondages internes, mais ce dont nous parlons c'est l'interdiction de publier les résultats des sondages, et non l'interdiction des sondages eux-mêmes. S'il s'agissait simplement d'interdire les sondages, je n'aurais pas à me préoccuper parce que je sais qu'aucun politicien au pays ne consentirait à une telle interdiction. Ce que je désire faire ressortir ici c'est que les politiciens n'aiment pas voir les résultats des sondages diffusés par les médias parce qu'ils n'ont aucune occasion de les contrôler. D'une certaine façon, ces sondages échappent totalement à l'influence des experts en médias, des experts-conseils en la matière et des consultants en « image » dont les partis tendent à retenir les services ces temps-ci. Les chiffres dévoilés sont très objectifs. De façon générale, les « sondeurs » n'ont pas de lien avec un parti politique donné et leur crédibilité ne peut être mise en doute. C'est à mon avis ce qui rend certains politiciens inquiets.

On pourrait associer le sondage à une réunion « électronique » dans une salle municipale. Nous n'avons pas réuni tout le monde en chair et en os dans une seule pièce, mais nous avons parlé à ce millier de Canadiens séparément. Nous leur avons tous demandé leur avis sur la même question. Nous avons pris beaucoup de soin pour enregistrer leur avis. D'une certaine façon, nous parlons de démocratie qui implique la participation, car les individus ont la chance de s'exprimer. Il ne s'agit pas là du plaignant chronique ou de la personne qui écrit à son député toutes les semaines au sujet de tout. On demande au citoyen moyen d'exprimer son avis concernant des questions nationales. Je puis vous dire que la réponse et la participation sont très positives parce que les gens aiment faire connaître leur opinion. Nous savons qu'une fois les résultats publiés les gens aiment lire les renseignements du genre.

Selon le *troisième mythe*, les gens des médias comprennent les sondages. J'ai quatre commentaires à faire à cet égard. En premier lieu, les gens des médias ne sont pas formés à l'interprétation des sondages. Ils ne maîtrisent pas des choses comme l'échantillonnage. J'ai essayé de l'expliquer à bien des reprises et je puis témoigner que cela n'est pas compris. On ne saisit pas les aspects techniques des sondages, comme la préparation des questionnaires. En réalité, je commence à croire que les gens des médias ne comprennent pas le public. Les gens des médias passent tellement de temps sur la Colline parlementaire, à Ottawa, à examiner les questions nationales que je ne suis pas sûr qu'ils connaissent vraiment ce qui préoccupe l'électeur moyen. J'examine les jugements portés par bien des représentants éminents des médias et je les compare aux résultats de nos propres sondages. Les journalistes déclarent que le public n'appuiera jamais une

certaine chose, mais j'ai, sur mon pupitre, des chiffres qui m'indiquent qu'il va le faire.

Nous avons maintenant des conglomérats de médias qui possèdent des organismes de sondages, et il s'agit là d'une alliance malsaine. Peut-on imaginer ce genre de boutique polyvalente? Le sondage est fait par un service puis il est analysé et commenté par un autre service, et l'un comme l'autre appartiennent au même organisme. Il en résulte forcément un conflit d'intérêts.

Un autre point que je désire souligner concernant la compréhension des sondages qu'ont les médias c'est que ces derniers aiment recruter ceux qui effectuaient des sondages pour les partis. Gallup fait de grands efforts afin de demeurer impartial et refuse de travailler pour les partis politiques. J'ai constaté que chaque fois qu'un média en particulier recrute un sondeur de parti, le parti en question tend à recevoir l'appui du personnel de rédaction du journal. C'est toute une coïncidence.

Finalement, les gens des médias aiment les sondages auxquels ils n'ont pas un accès complet. Ils aiment les sondages dont les résultats leur parviennent grâce à une fuite. Ils aiment autant ne pas connaître la taille de l'échantillon ni les détails relatifs aux enquêtés. De toute évidence, chaque fois qu'on fait connaître les résultats d'un sondage Gallup, il se trouve toujours un parti qui indique que ses propres sondages donnent des résultats différents. Les gens des médias aiment ce genre de situation parce qu'ils n'y ont pas accès. Ils demandent qu'on leur transmette les résultats, mais le parti répond ne pouvoir le faire. Les représentants du parti disent : « Prenez-en notre parole ». Malheureusement, c'est ce que font les médias.

Essayons d'analyser ce qui se produit vraiment. Cherchons à découvrir la réalité qui se cache derrière les chiffres. Il me semble que plus le sondeur est insolite, plus ses boucles d'oreilles sont grosses et plus ses cheveux sont en broussailles, plus les médias l'aiment.

Selon le *quatrième mythe*, le sondeur est une personne importante. Selon la philosophie retenue par Gallup, ce sont les résultats du sondage qui prennent la vedette, non le sondeur. Gallup n'a pas désigné de porte-parole identifiable au pays, et

la chose était voulue. George Gallup est mort il y a bien des années, et comme c'était un américain, il n'a pas eu beaucoup de choses à voir avec le Canada. L'entreprise Gallup n'a aucun lien de dépendance à l'égard de George Gallup. Le sondage a pour objet de réunir les réponses du Canadien moyen, non pas l'interprétation d'un individu donné, ou la mienne, mais plutôt d'établir l'opinion du public canadien d'après les chiffres réunis. Sous cet angle, je dois dire que le sondeur ne parle pas au nom de millions d'électeurs. Tout ce que le sondeur peut faire c'est de présenter les résultats du sondage.

Il est vrai cependant que le sondeur est une personne importante, mais pour une raison différente. Les entreprises de sondage ont accès à la une des journaux. Gallup produit deux communiqués chaque semaine, à longueur d'année. Un certain nombre d'entre eux obtiennent une très bonne couverture. Les gens des médias préfèrent parler avec un sondeur au lieu d'établir un rapport sérieux sur les résultats d'un sondage. Ils veulent parler au gourou. Nous appelons cela le sondage par culte de personnalité.

Les sondeurs sont importants parce qu'ils assument la responsabilité du choix des questions qui seront posées et parce qu'ils diffusent les résultats de l'enquête. Par exemple, durant toutes les délibérations qui ont entouré le lac Meech, nous connaissions l'opinion publique. La maison Gallup procédait à des sondages mensuels afin d'établir qui était favorable au lac Meech, elle publiait ses résultats chaque mois et on y accordait une assez bonne couverture. Je crois que les sondeurs jouissent d'un degré assez élevé de crédibilité auprès du public canadien.

Finalement, et je crois que nous devons nous y arrêter sérieusement, il est difficile pour quiconque d'influencer l'opinion publique. Je ne crois pas que le communiqué vidéo puisse le faire. Je ne crois pas qu'un sondage ou un sondeur puissent le faire. On ne doit pas sous-estimer le public. Il est devenu très critique à l'égard des politiciens comme des médias de nouvelles. Les partis politiques et les médias ne jouissent pas d'un degré élevé de crédibilité auprès de la population canadienne. Reportez-vous une fois de plus au cas du lac Meech. Nous avions une politique qui était appuyée par les trois partis politiques fédéraux et, à un moment donné, par les gouvernements des dix provinces. Pendant tout ce temps nous avions une politique qui n'avait jamais été acceptée par le Canada anglais. Pensez-y. Nous avons consacré trois ans au processus et, durant une bonne partie de cette période, personne ne s'est opposé à l'accord. Je crois que les médias donnaient à l'accord une couverture assez sympathique, mais le public n'y a jamais souscrit. D'où est venu l'opposition à l'accord ? Je vous laisse sur cette question.



M. BILL BLAIKIE : Je ne crois pas qu'il soit équitable de recourir à l'analogie du thermomètre et de la température étant donné que la température n'a pas de conscience et ne peut savoir ce qu'indique le thermomètre à son sujet. C'est là que

réside la différence fondamentale entre les sciences sociales et les sciences physiques. Ce qui se produit ici c'est qu'on a un genre de comportement où l'action de l'observateur et ce qu'il rapporte au sujet de l'observé influent sur le comportement de ce dernier. Cela n'a peut-être pas toujours le même résultat, et parfois l'effet n'est pas tellement important. Je pense toutefois que, au plan de la logique, il est absurde de prétendre à l'absence de répercussions. Cela équivaut à nier la conscience des êtres humains et le fait que, quand les gens sont impliqués dans une situation donnée, ils font partie de tout ce dont il faut tenir compte. Tel est le cadre d'action des sondeurs. En toute franchise, je crois ridicule d'affirmer de façon simpliste que les sondages n'entraînent pas de répercussions. Ce que nous cherchons à établir ici ce n'est pas si oui ou non ils exercent une influence mais quelle est la nature de cette dernière, et où elle se situe à l'intérieur de l'ensemble des autres facteurs dont il faut tenir compte, comme l'effet de synergie qui se produit parfois à cause de la télévision, ou certaines préoccupations régionales. Je ne crois pas qu'on puisse analyser l'élection fédérale de 1988 sans expliquer les différences qui existaient entre l'attitude du Québec et celle du reste du pays face à l'accord de libre-échange. Il s'agit donc là d'un élément au moins dont il faut tenir compte.

Une des choses dont les députés fédéraux et provinciaux doivent tenir compte quand ils se demandent si les sondages influencent le processus politique c'est la façon dont ces derniers ont modifié leur rôle. Vous dites que les politiciens n'ont pas de plaintes à formuler au sujet des sondages internes. Je puis vous répondre que bien des politiciens se plaignent des sondages internes parce que l'état-major du parti, à savoir les organisateurs, ceux qui préparent le programme, etc., comptent maintenant davantage sur les sondages que sur leur propre caucus pour déterminer ce que pense le public. Voilà pourquoi on avait établi les caucus à l'origine, de façon que le premier ministre et le chef de l'opposition puissent demander aux membres de leur parti ce qu'ils estimaient être l'opinion des gens, et ce qu'ils entendaient dans la rue. Ils ne le font plus maintenant. Ils le demandent plutôt à Angus Reid ou à Allan Gregg.

Je pense que la préoccupation des personnes ici présentes devrait être la façon dont les sondages d'opinion ont atténué les rôles des politiciens. Vous avez dit que c'était comme tenir une réunion « électronique » du conseil municipal. La poursuite du raisonnement, c'est qu'un jour, chaque personne disposera dans son salon d'un genre d'ordinateur relié à un réseau. Lorsque le premier ministre voudra savoir quelle décision prendre, il composera la question au clavier, elle apparaîtra à l'écran, chaque personne pourra indiquer sa réponse, le compte sera fait et le gouvernement rendra sa décision. Pourquoi avoir des députés provinciaux et des députés fédéraux ? Je pense que cela diminue la tension entre les diverses descriptions des rôles des députés fédéraux et des députés provinciaux. L'image du député fédéral qui est la plus

érodée est celle du tory traditionnel, ou encore si vous préférez l'opinion soutenue par Burke selon laquelle le député fédéral doit plutôt sacrifier son bon jugement pour plaire à ses électeurs. Si tout est ramené aux sondages, vous avez donc l'image d'un député fédéral qui n'est que le délégué de ses électeurs. Si vous n'êtes qu'un délégué et si vous réagissez simplement en fonction des sondages, vous n'avez plus à vous préoccuper de ce qui est bien et de ce qui est mal au moment de prendre les décisions politiques que les députés fédéraux doivent prendre. Cela renforce l'idée que les députés ne sont là que pour faire ce que la majorité de leurs électeurs veulent les voir faire. Il y a peut-être des personnes ici qui sont en accord avec cette idée, mais je me suis trouvé dans des situations où j'étais en désaccord avec la majorité de mes électeurs, comme d'autres aussi d'ailleurs l'ont été, par exemple sur des questions portant sur la peine capitale ou un certain nombre d'autres points. Ce que la culture de la dominance des sondages véhicule avec le temps, c'est que vous ne devriez pas rendre votre propre jugement et en assumer la responsabilité au moment des élections.

Dans le bulletin de nouvelles du soir, un présentateur parle à un autre présentateur qui parle à une autre personne. Pourquoi se donner tant de mal pour se faire élire et regarder les autres parler de nous au lieu que ce soit nous qui parlions aux gens par l'entremise des médias ? Après tout, c'est pour nous que les gens ont voté, non pour les représentants des médias qui parlent tout le temps avec les gens.

C'est ma principale réserve en ce qui a trait aux sondages. Je ne m'attends pas à ce qu'ils soient interdits ou que la publication des résultats le soit. Je pense que nous devons discuter davantage au sujet des incidences qu'ils ont sur notre culture politique, tant à l'intérieur des partis politiques que dans leurs relations avec les médias. Les médias font leurs propres sondages.

Nous établissons toute une tranche de discours politique au-dessus de la couche légitime de discours, celui d'ordre parlementaire et celui d'ordre législatif. Nous n'avons pas découvert jusqu'à présent tous les effets de cela, et ils sont reliés aux médias et aux sondages. Je pense qu'il y a un sentiment sous-jacent selon lequel les gens veulent des changements. Je ne sais pas si c'est une question de reculer ou d'avancer vers quelque chose d'autre que le fait de réduire la politique à un simple divertissement. Un observateur parle à un autre observateur qui parle à une troisième personne, et les vrais

participants disposent très rarement de plus de trente secondes. Vous ne pouvez malheureusement pas décrire la réalité en trente secondes.



M. JAMES WILSON : J'aimerais partir de l'hypothèse du maintien des sondages politiques. Que nous apprécions ou non son intervention dans les campagnes politiques, il s'agit d'une activité légitime. Est-ce que cela influence le comportement des électeurs ? Probablement que oui, mais pas plus que d'autres facteurs comme la crédibilité du chef, une taxe peu populaire, des scandales, ou divers groupes d'intérêts qui sont opposés à un politicien en particulier. La liste est sans fin. Ce sont tous des facteurs très importants.

La réalité c'est qu'au cours des dernières années, les sondages ont prévu assez exactement les gagnants et les perdants des élections fédérales et provinciales. L'élection provinciale de 1987 au Nouveau-Brunswick n'a pas fait exception. On m'a dit que certaines des personnes qui avaient commandé les sondages à l'extérieur des partis politiques avaient refusé de croire leurs résultats. En réalité, je n'y croyais pas non plus. Dans les trois semaines qui ont suivi l'émission du bref d'élection, les sondages me plaçaient à 15 % environ, et mon opposant, le député en place, à 85 %. Après avoir frappé aux portes pendant deux semaines et voyagé dans ma circonscription, j'étais certain que les chiffres étaient incorrects. En fait, certains des travailleurs de ma campagne ont ensuite voyagé avec moi à diverses occasions afin de voir quelle était l'incidence du porte à porte et quelle était la réaction des gens. Ils ne pouvaient y croire. Il n'y a pas eu d'autre sondage. Si les sondages ont une incidence sur les campagnes électorales, pour autant que les candidats sont concernés, je ne pense pas qu'un seul sondage ait beaucoup de poids.



M. WILLIAM ROBERTS : Je voudrais élaborer davantage sur la façon dont les législateurs utilisent au plan politique cette ressource, cet instantané de ce qui se passe à l'extérieur, ces données sociologiques. J'aimerais reprendre une chose signalée par Monsieur Bozinoff car, selon lui, les médias ne savent pas comment interpréter les sondages. Il serait plus juste de dire que les politiciens ne savent pas comment interpréter les sondages ou comment les utiliser de certaines façons. Il me semble qu'il nous faudrait davantage de stratégies à l'intérieur de nos rangs qui pourraient nous aider à combler l'écart entre ce que les données sociologiques nous indiquent et ce que notre parti nous dit que nous allons faire. Il nous faut davantage de pensée stratégique afin de nous aider à prendre position compte tenu de certaines données, ou pour découvrir ce qui est frappant parmi les données en question afin d'élaborer un message le plus approprié, ou pour y donner plus

d'attrait. En Alberta, nous les néo-démocrates, avons grandement à coeur les soins de santé, toutes les données le prouvent. Il importe grandement aux Albertains qu'il y ait un bon système de soins de santé. Nous devons trouver de meilleures façons de démontrer que la santé est une préoccupation pour nous.

Cependant, je ne sais pas comment nous allons pouvoir obtenir la formation, l'expérience ou l'aptitude stratégique qu'il nous faut pour mieux utiliser les données afin de faire avancer la cause des préoccupations qui nous tiennent le plus à coeur en tant que libéraux, néo-démocrates ou conservateurs. On ne peut rejeter les sondages car ils sont bien établis. Nous ne devrions pas les ignorer ou les considérer comme un mal que nous devons accepter. Nous pourrions les utiliser d'une façon beaucoup plus efficace que nous ne l'avons fait jusqu'à présent. Je suis tout disposé à entendre de quelle façon nous pouvons mieux le faire.



M. ERIC ALLABY : Nous avons traité du pouvoir et des points forts des sondages. Je pense que l'un des points forts dont on doit certainement tenir compte est le fait que l'information peut être transmise d'une manière très concise. La télévision tire profit du fait qu'elle peut présenter un message en quinze secondes. Les sondages se prêtent à ce genre de diffusion de l'information. Un graphique peut exprimer d'une manière très concise une question très complexe par une présentation en couleurs qui apparaît à l'écran de télévision. Dans ce sens, c'est un moyen très attrayant pour transmettre l'information. C'est aussi un moyen très puissant. Le pouvoir en question est aussi entre les mains des sondeurs, et la dynamique de la question suggère la dynamique de la réponse. Je reconnais que les maisons de sondage se targuent d'être extrêmement objectives quant à la façon dont elles formulent les questions, mais il ne fait aucun doute que l'organisme qui commande le sondage et qui indique le type de question qu'il désire voir poser fournit des questions orientées qui assurent les réponses recherchées. Il y a dans ce sens énormément de pouvoir relié au sondage. Je me demande s'il y a suffisamment de réglementation ou d'auto-réglementation de l'approche méthodologique des sondages afin de s'assurer d'un niveau équitable d'objectivité à l'intérieur de l'industrie du sondage.

Le pouvoir des sondages est énorme. Il est assez effarant de voir que le gouvernement du Canada donne autant de poids à Decima Research, à un point tel que l'on peut supposer grandement que les résultats obtenus par Decima influent sur les politiques gouvernementales. En fait, la province du Nouveau-Brunswick verse environ 24 000 \$ par année afin d'obtenir les résultats de Decima, et de connaître aussi ce qui influence la pensée et la planification à Ottawa. Les gens prennent donc cela très au sérieux. À mon avis, il est assez effarant de voir que les sondages ont une telle influence sur le

gouvernement de notre pays. Les sondages ont certainement du pouvoir et de l'influence.

Dans ce contexte, j'aimerais traiter de la question de l'accès des membres à l'information obtenue par les sondages. Laissez de côté l'importance de l'information obtenue par sondage, et prenez en considération la relation entre le pouvoir exécutif et l'assemblée. C'est une préoccupation pour tous les parlementaires. L'assemblée rend le pouvoir exécutif responsable devant la population de ce qui se passe ; elle le rend également responsable devant les contribuables de la façon dont il dépense l'argent. C'est la raison pour laquelle il y a plusieurs lectures d'un projet de loi et pourquoi nous discutons d'argent dans les législatures afin d'approuver les plans du gouvernement. En réalité, nous imputons la responsabilité au pouvoir exécutif du gouvernement.

Je pense que c'est une préoccupation importante pour les parlementaires si les sondages commandés par le pouvoir exécutif ne sont pas mis à la disposition des membres des législatures.

Si l'information obtenue dans les sondages commandés par le pouvoir exécutif et si les résultats ne sont pas transmis à la législature, cela peut être perçu comme une atteinte au droit d'accès à l'information des membres, surtout si cette information est payée par les contribuables de leur administration. En conséquence, je pense qu'il est raisonnable de croire que tout sondage commandé par le pouvoir exécutif d'un gouvernement devrait être déposé à la législature. Ce que le député fait ensuite de l'information dépend de lui. J'ai été intéressé par les commentaires de monsieur Blaikie concernant la question de savoir si le député devait, en fonction de l'information fournie par les sondages, être le délégué de ses électeurs ou leur représentant. C'est une décision que le député doit prendre. Cependant, je pense que la question importante touche l'accès à l'information dont devrait disposer le député.

Cela nous amène à une autre question intéressante. Selon la compréhension que j'en ai, les gouvernements qui souscrivent à *Decima Research* ne doivent pas divulguer l'information, même si l'abonnement est payé à même les fonds publics. Je vais vous poser la question suivante : cela place-t-il le pouvoir exécutif dans une position gênante face à la législature ? D'après les dispositions du contrat, il ne doit pas divulguer l'information obtenue grâce aux fonds publics dont la dépense a été autorisée par la législature. Je serais intéressé d'entendre les commentaires des autres sur la relation entre le pouvoir exécutif et la législature en ce qui a trait à l'information obtenue par les sondages. J'aimerais également savoir s'il devrait y avoir un mouvement général afin d'exiger que tous les

sondages commandés par le pouvoir exécutif soient déposés devant la législature.

✓ ✓ ✓ ✓ ✓

M. STEPHEN ROGERS : Je représente une circonscription de la Colombie-Britannique où la majorité des électeurs ne parlent ni l'une ni l'autre des langues officielles du Canada. Je me demande ce que font les sondeurs qui ne parlent que les deux langues officielles du Canada lorsqu'ils mènent des sondages dans ma circonscription. Comme je le suppose, raccrochent-ils et trouvent-ils une autre personne à sonder ? Si tel est le cas, leurs sondages ne sont pas tellement représentatifs.

De temps en temps, Radio-Canada s'envoie des fleurs et diffuse un sondage concernant ce qui se passe dans les trois partis politiques fédéraux, quand en fait il y en a cinq. Dans un bon nombre de sondages qui ont été diffusés par Radio-Canada au cours de la dernière année, aucune mention n'a été faite concernant un petit groupe de personnes de l'Ouest du Canada qui vont mener la vie dure à Monsieur Mulroney. Je n'ai jamais vu de mention de ce fait. Soit que quelqu'un à Toronto n'est pas au courant ou ne s'en soucie pas, ou encore il vit dans un vacuum total. Il y a d'autres organisations politiques qui se pointent dans l'Ouest. Bien sûr, cette nouvelle ne voyage pas tellement bien.

Il y a deux ans environ, j'ai déménagé par inadvertance dans un quartier très moyen. En fait, il était tellement moyen que les sondages avaient démontrés qu'au cours de la dernière élection fédérale la lutte était serrée entre les deux candidats. Il s'était produit la même chose lors des élections provinciales. Les maisons de la région étaient modestes. J'ai noté le nombre de fois où j'ai fait l'objet d'un sondage. J'aimerais savoir si c'est toujours le même quartier qui fait l'objet des sondages ? Je n'avais jamais été sondé auparavant, et je l'ai été là-bas pour toutes sortes de choses, à partir des couches jetables jusqu'aux partis politiques.

Monsieur Blaikie a soulevé un point très intéressant concernant la peine capitale. Si vous demandez aux gens ce qu'ils veulent faire au sujet de la peine capitale, ils vont vous le dire. Si vous leur demandez d'intervenir directement, ils vous donneront une opinion différente. C'est la différence entre la personne élue et la personne qui ne fait que donner son opinion. La personne peut indiquer être en faveur de la peine capitale, et le sondage donne cette réponse. Cependant, si on demandait à cette personne d'aider à passer la corde au cou ou d'ouvrir le robinet de gaz, elle changerait d'avis. Il y a donc une différence entre les façons de faire. ▼