

retenu), elle ne put prolonger ses périodes de nouvelles. KVOS a une émission d'informations canadiennes à 7 h 25 tous les soirs, que le poste n'a pu prolonger à cause d'une émission du réseau qu'il s'est engagé à diffuser.

CHAN-TV, qui observe le règlement du CRTC ne permettant que 12 minutes de publicité par heure, dès le 15 février avait déjà vendu toutes ses périodes publicitaires les plus attrayantes. Après la disparition des deux journaux, cette station vendit rapidement toutes les autres périodes disponibles et moins recherchées des heures de diffusion du jour.

Les principaux magasins de détail et les agences immobilières qui jusque-là faisaient surtout leur publicité dans les journaux, devinrent rapidement des clients de CHAN.

Avant la grève des journaux, CHAN avait l'habitude d'insérer un commentaire dans son émission de nouvelles d'une heure pendant la période du dîner. Ce commentaire fut subseqüemment abrégé pour faire place à une plus longue période de nouvelles comprenant les nouvelles nationales du programme *World Beat* de CFTO de Toronto. On a ajouté chaque soir à ce programme certains autres sujets de télévision et des entrevues avec des clients des théâtres à qui on demande leur opinion sur les films à l'affiche.

En sus de la période ordinaire de 15 minutes accordée aux nouvelles locales et régionales à la suite de l'émission des nouvelles de 11 heures du réseau CTV, on a accordé une période additionnelle de 15 minutes pour des nouvelles supplémentaires.

CHAN qui emploie 20 nouvellistes et maintient une équipe spéciale à Victoria, capitale de la province, s'efforce d'améliorer son service de nouvelles locales des fins de semaine. Cette station a déjà engagé un reporter du *Sun* et songe à retenir les services d'un second.

La station diffusa des commentaires vigoureux en faveur du plan municipal de développement de la ville de Vancouver au coût de 29.6 millions de dollars et soumis à un referendum le 11 mars.

Avant la cessation de leur publication, le *Sun* et la *Province* avaient tous deux donné leur appui éditorial à ce projet. Après leur disparition, le maire de Vancouver, Tom Campbell, exprima publiquement son inquiétude au sujet de la cessation de leur appui et de l'effet que ceci pourrait avoir sur le résultat du referendum.

CHAN combla la brèche et dépêcha ses équipes de photographes dans les quartiers de l'est de la ville pour y photographier les jeunes Italiens, Chinois et Japonais qui allaient de porte en porte solliciter les rési-

dents dans leurs propres langues et les encourager à aller voter. Sur les 32 p. 100 des électeurs qui se rendirent aux bureaux de scrutin, 62.67 p. 100 votèrent en faveur du projet, fournissant tout juste les 60 p. 100 des votants requis pour son adoption. La majorité des votants en faveur du plan quinquennal se recruta dans les quartiers de l'est de la ville.

CHAN a aussi introduit un nouveau programme, *Information Center*, pour la diffusion des nouvelles d'intérêt public, y compris les notices nécrologiques.

La station de Radio-Canada, CBUT, a aussi vendu toutes ses périodes publicitaires, soit une augmentation de 20 à 25 p. 100, résultant en grande partie des principaux magasins de détail.

Les services de télévision et de radio de CBUT ont tous deux donné plus d'ampleur à leurs programmes de nouvelles, qu'ils ont portés, de 12 à 14 minutes précédemment, à 25 minutes par jour. On y inclut maintenant les rapports des bourses mobilières.

#### (b) Radio

Les stations de radio, tout comme celles de télévision, ont aussi subi la pression des annonceurs et ont également, à une ou deux exceptions près, eu un premier trimestre des plus profitables en cette période ordinaire de ralenti.

La station CKWX, par exemple, a rempli rapidement les quelques périodes disponibles parmi les 1,500 minutes qu'elle accorde chaque semaine à la publicité. Elle prolongea ses émissions de nouvelles ordinairement de cinq minutes, à 7 ou 10 minutes, et introduisit de nouvelles émissions de nouvelles toutes les demi-heures, pendant la période de 6 h. 30 à 8 heures du soir. A titre de service public, elle commença par diffuser des annonces de décès et des notices nécrologiques à raison de deux ou trois par heure, mais elle ne les accepte plus maintenant que des directeurs de funérailles, et non des parents ou amis.

Cette station offrit aussi de diffuser les annonces de naissances, mais ceci n'a pas encore obtenu la popularité désirée.

Au cours de la soirée, le commentateur favori de la station, Don Porter, lit les dialogues des bandes dessinées publiées dans les deux journaux quotidiens de Seattle.

A l'opposé de CKWX, la station la plus populaire de Vancouver, CKNW, n'accepte aucune notice nécrologique. Cette station diffuse surtout des nouvelles et des commentaires et emploie de 16 à 18 nouvellistes. Elle n'a fait aucun effort pour accroître ses programmes de nouvelles vu que toutes ses périodes publicitaires étaient déjà retenues avant l'interruption de la publication des journaux.