

Neue Impulse für Kanadas Medien

Eigenständige Vielfalt



Vielleicht ist tatsächlich etwas an der Geschichte, daß man den Torontoer Fernsehturm zwischen Front Street und Bahnkörper auf eine Höhe von 541 m hochzog, nur um den Moskauer Turm um vier Meter zu übertreffen.

Jedenfalls hat sich dieser Turm, der unzweifelhaft elegant schwungvoll da steht, zu einem Symbol für die Wiederbelebung der kanadischen Medienlandschaft entwickelt. Noch dazu als Ausrufezeichen der zentralen Rolle, die Toronto und besonders die Bannmeile um die Front Street zum Mezzentrum Kanadas gemacht haben.

Die größte Tageszeitung des Landes, „The Toronto Star“, erscheint wenige hundert Meter entfernt, die als gemäßigt konservativ eingestufte Morgenzeitung „The Globe and Mail“ wird fast im Schatten des Turms ediert und gedruckt.

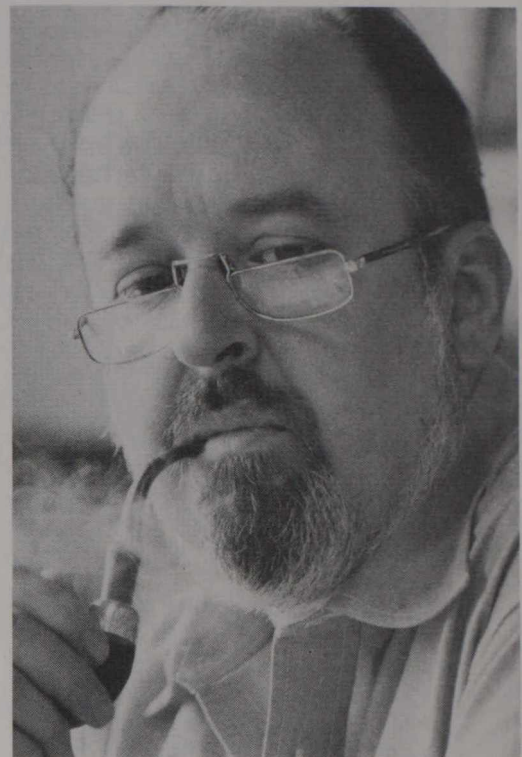
Nur wenige Straßenzüge weiter befinden sich die Büros von Maclean-Hunter Ltd., die als größtes Verlagshaus ein Füllhorn an Publikation auf den Markt werfen, allen voran ein Nachrichtenmagazin. Ein Nachrichtenmagazin

„Maclean's“, das sich auf dem härtesten Markt der englischsprachigen Welt spektakulär durchgesetzt hat. Chefredakteur Peter C. Newman: „Ich glaube nicht, daß ‚Time‘ oder ‚Newsweek‘ (die beiden größten U.S.-Nachrichtenmagazine – d. Red.) unsere Konkurrenten sind. Unsere Konkurrenz ist ‚time‘ (Zeit), mit einem kleinen T“.

Peter Newman sieht sein Produkt als „ein potentiell machtvoll Instrument, das die Art, in der Kanada sich selbst sieht, durchaus ändern könnte.“ Und daß Kanadier Newmans Einladung, sich selbst und ihr Land kritisch zu sehen, zunehmend folgen, zeigt eine Auflagensteigerung von insgesamt neun Millionen Exemplaren 1971 auf 33 Millionen in diesem Jahr.

„Maclean's“ erscheint, nachdem es zuvor monatlich und dann 14tägig gedruckt wurde, seit gerade einem Jahr auf wöchentlicher Basis.

Bescheidener, aber ähnlich erfolgreich, hat sich wiederum entlang der Front Street, Robert Fulford als Chefredakteur von „Saturday Night“ durchgesetzt. Als man die etwas altersgraue

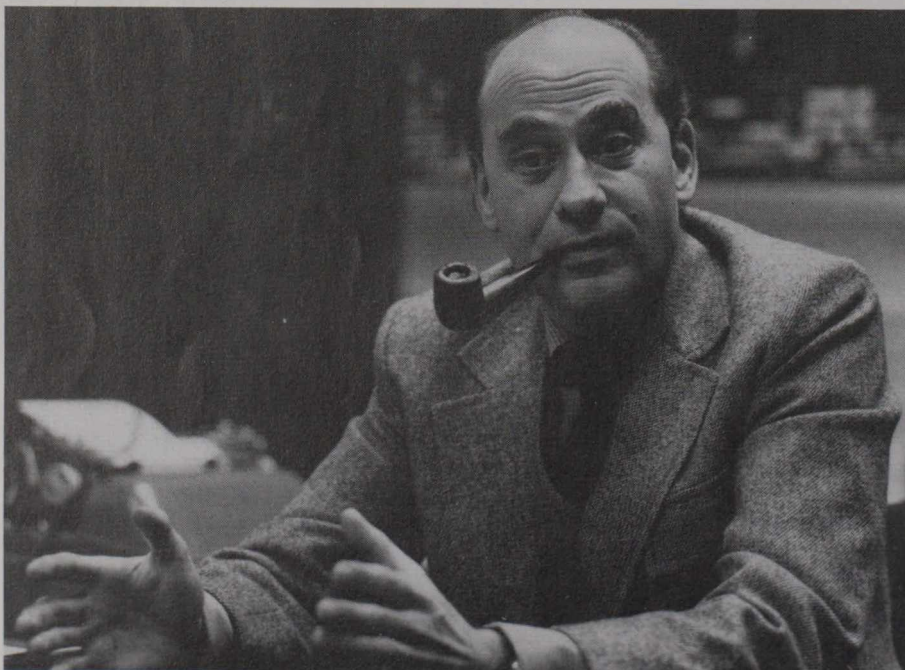


„Saturday Nigh“-Chef Robert Fulford – Kultur – großgeschrieben

Zeitschrift 1975 aufzumöbeln begann, hatte sie eine Auflage von 58 000. Heute liegt sie doppelt so hoch.

Was weder heißt, daß es Kanadas Herausgebern unglaublich gut geht, noch auch, daß die Industrie als ganzes gesund ist und munter. Als „The Montreal Star“ vor wenigen Monaten einging, verlor die noch immer größte Stadt des Landes ihre wichtigste englischsprachige Tageszeitung. Zwischenzeitlich gibt es zwar Pläne, die Medienlandschaft in der Québecer Metropole um ein neues Blatt anzureichern, momentan aber beherrscht hier „The Gazette“, als einziges anglophones Organ, den Markt. Auf der französischsprachigen Seite liefern sich wenigstens drei bedeutende Tageszeitungen einen erbitterten Konkurrenzkampf, darunter „La Presse“ und die kleine, aber ob ihres hohen Intelligenzschnitts hoch respektierte und anspruchsvolle Morgenzeitung „Le Devoir“, die zu Zeiten stark konservativer Regierungen in den fünfziger Jahren so etwas wie semi-offizielle Opposition darstellte.

Im Bereich der elektronischen Medien herrscht nicht weniger Turbulenz. Die öffentlich-rechtlichen Canadian Broadcasting Corporation (CBC) mit ihrem umfangreichen Fernseh- und Hörfunknetz nicht nur von Küste zu Küste, sondern, über Satelliten, auch in den hohen Norden hinauf kämpft mit vollem Engagement um ihren Marktanteil gegen Privatgesellschaften wie



Chefredakteur Peter C. Newman von „Maclean's Magazine“