

Geschichten über Selbsthilfe in anderen Ländern werden mit zahlreichen Bildern und Zeichnungen illustriert, wodurch der Leser zum Vergleichen und Lernen ermutigt wird. Seit Erscheinen des Magazins sind nach darin veröffentlichten Anleitungen Schulen, Straßen, Brunnen, Brücken, Deiche und Bewässerungskanäle gebaut worden.

Während die Herausgabe einer erfolgreichen Zeitschrift in anderen Teilen der Welt vielleicht keine große Sache ist, bedeutet die Beliebtheit einer Veröffentlichung mit so hohem Niveau in den Gebieten südlich der Sahara eine echte Sensation, zumal hier keine kitschigen Liebesgeschichten oder Sensationsmeldungen veröffentlicht und weder Preise verteilt, noch Anzeigen abgedruckt werden.

Dabei erscheint "Famille et Développement" in einem Teil der Welt, der zu den wirtschaftlich schwächsten der Welt gehört - in Togo, Obervolta, Niger, dem Tschad und dem Kongo. Viele dortige "Zeitungen" sind nur hektographierte Blätter, und voller Sexskandalgeschichten. Die Nachfrage nach der Vierteljahresschrift war oft so groß, daß einzelne Nummern gestohlen wurden, ehe sie die Briefkästen erreichten, und auf dem Schwarzmarkt zum Doppelten des Abonnementspreises angeboten wurden. Heute gilt sie als eine der einflußreichsten Zeitschriften im westlichen Afrika.

In den Vereinigten Staaten erklärte der "Christian Science Monitor", daß "Famille et Développement" - abgesehen von allem anderen - den Afrikanern südlich der Sahara zumindest klargemacht habe, daß Wissen Macht bedeutet, und die Wahrheit des alten Sprichworts bewiesen habe: "Gib einem Menschen einen Fisch, dann wird er einen Tag lang satt sein. Lehre ihn fischen, und er wird sein Leben lang zu essen haben."

Neue Briefmarken

Am 18. November gab Kanadas Post die ersten vier Marken einer neuen Serie heraus, die dem Lebensstil der Inuit (Eskimos) gewidmet ist. Im Gegensatz zu früheren Sondermarken über die Kultur der Ureinwohner Kanadas wurde in dieser Serie die eigentliche Aussage allein der Inuitkunst überlassen. Der erste Satz zeigt an Hand von Inuit-Graphiken und Plastiken ihre verschiedenen Jagdarten. Auf einem Markenpaar werden Steindrucke wiedergegeben, auf denen ein als Rentier verkleideter Jäger hinter einem Schirm seiner Beute auf lauert und eine Walroßjagd abgebildet ist. Das Thema des zweiten Markenpaares ist die Seehundjagd; hier handelt es sich um die Wiedergabe einer Specksteinplastik und eines Stein drucks.

Am gleichen Tage gelangte auch der dritte Markensatz in der Serie "kanadische Segelschiffe" zur Ausgabe. Im diesjährigen Satz sind wieder Schiffe verschiedenster Größe abgebildet: das 8 m lange "Mackinaw"-Boot, das auf verschiedenen Binnenseen zu Angelfahrten benutzt wurde ebenso wie der fünfmastige 1500-t-Schoner für Gütertransporte vom transozeanischen Handelsverkehr bis zum lokalen Rumschmuggel. Auf den beiden anderen Marken sind

