

als Ganzes die Garantie übernommen. Dafür muss Janaki Mahato demnächst zehn Prozent ihres Einkommens an diese Gruppe abtreten.

Doch bevor von Profit die Rede sein kann, müssen diese Bäume jeden zweiten bis dritten Tag bewässert und die Eingrenzung des Gartens instandgehalten werden. Unter diesen Umständen wachsen die Bäume jedoch sehr schnell und bringen schon nach drei Jahren den ersten Ertrag. Nach fünf Jahren kann dann ein voller Ertrag von jährlich etwa 600 DM erwartet werden. Damit wird sich das Familieneinkommen der Mahatos verdoppelt haben, und die Statistiker werden sie „oberhalb der Armutsgrenze“ einordnen.

In hunderten von Kleinstprojekten hat Kalyan nicht nur dazu beigetragen, die Einkommenssituation vieler Menschen zu verbessern, sondern auch ihr Selbstbewusstsein und ihren Mut zur Selbsthilfe zu erhöhen. Quasi als Nebeneffekt hat sich dabei auch häufig das Landschaftsbild verbessert. Fast in jedem Ort der Umgebung finden sich neue Obst- und Gemüsegärten. Dorfgemeinschaften wurden ermutigt und dazu angehalten, Teiche auszuheben und darin Fische zu züchten.

Ein „Programm zur sozialen Aufforstung“ hat vielerorts neue Bewaldungen entstehen lassen, für die sich die Bewohner des jeweiligen Dorfes als Gemeinschaft verantwortlich wissen.

Nicht überall können Schilder stehen,

die auf eine Förderung durch die Konrad-Adenauer-Stiftung hinweisen. Aber die Abkürzung „KAF“ wird mit Kalyan assoziiert, und der Ruf von Kalyan ist uneingeschränkt positiv.

Helmut Reifeld



Ein Schild vor dem Haus der Mahatos weist darauf hin, dass ihr Garten Teil des Förderprogramms für Obstgärten („Orchard Promotion Programme“) ist, das von der Nichtregierungsorganisation Kalyan mit Unterstützung der KAF (Konrad Adenauer Foundation) betrieben wird.

## Sensationspresse und politischer Prozess

KAS und CALANDRIA präsentieren in Peru aktuelle Studie

Eine aktuelle Studie der Konrad-Adenauer-Stiftung beschäftigt sich mit der Rolle der Sensationspresse im politischen Prozess Perus. Die Arbeit unter dem Originaltitel *Prensa Amarilla y Cultura Política en el Proceso Electoral* wurde gemeinsam mit der Organisation CALANDRIA, einer Vereinigung engagierter Kommunikationswissenschaftler, in Lima realisiert und der Öffentlichkeit vorgestellt.

Als wichtige Ergebnisse der empirischen Arbeit, die eine Bevölkerungs- und Zielgruppenbefragung enthält, lässt sich festhalten:

- Gezielt wurde die Sensationspresse von der peruanischen Regierung Fujimori und unter Federführung von Vladimiro Montesinos als Instrument zur Diffamierung des politischen Gegners und zur eigenen Propaganda eingesetzt. Über als Werbegelder getarnte Zuwendungen des Staates wurde die Existenz vieler dieser Medien überhaupt erst mög-

lich, insbesondere die der Yellow-Press.

- Angesichts der Tatsache, dass viele Peruaner insbesondere der einkommensschwachen Schichten Zeitungen nicht erwerben, sondern lediglich die Kiosk-Aushänge studieren, kommt den Überschriften der Zeitungen allerhöchste Bedeutung zu. Entsprechend finden sich die Spitzen gegen politische Gegner vor allem in ätzenden „titulares“, während sich im Innenteil weniger dramatische Darstellungen finden.
- Die Glaubwürdigkeit dieser Medien bei der Bevölkerung ist nicht sehr hoch, sie weiß offenbar hinreichend zu differenzieren. Allerdings tragen die Gerüchte und Verdächtigungen zu einem „Klima des Zweifels“ bei.
- Auch von Personen mit höherem Bildungsgrad und Einkommen wird diese Art der Sensationspresse genutzt. Insgesamt steht bei ihr der Unterhaltungscharakter im Vordergrund. Politik ist dabei eher eine „Zugabe“, die aber

bei einem darauf unvorbereiteten Publikum seine Wirkung nicht verfehlt.

- Die seriöse Presse muss sich, dies ergeben die Nutzerbefragungen der Sensationspresse eindeutig, in ihrem Sprachduktus und ihrer Themenauswahl ändern, will sie in andere Leserssegmente vorstoßen. Ihre klare Orientierung auf städtische Mittelstandsthemen und -probleme schließt die Bevölkerungsgruppen geringen Einkommens in den Stadtrandgebieten gezielt aus, zumal die gewählte Sprache den Zugang weiter erschwert. Auch der Preis spielt eine Rolle: Sensationsblätter kosten oft nur ein Viertel dessen, was für ein seriöses Blatt aufgewendet werden muss.

Das Buch kann über das Büro der Konrad-Adenauer-Stiftung in Buenos Aires (e-mail: [frank.priess@kas-ciedla.org.ar](mailto:frank.priess@kas-ciedla.org.ar)) kostenfrei bezogen werden.

Frank Priess