

Das Bild der indischen Teppichindustrie in den Medien

von Gautam Mukhopadhaya

In diesem Artikel stehen nicht Kinderarbeit selbst und marktbezogene Aspekte des Phänomens im Vordergrund, sondern das Bild der Kinderarbeit in der Teppichindustrie Indiens und die negative Aufmerksamkeit, die dadurch in den ausländischen Medien erzeugt wird. Dieses Bild in der Öffentlichkeit und das Bewußtsein diesbezüglich bilden auch einen Schwerpunkt innerhalb des "Aktionsplans zur Beseitigung der Kinderarbeit", in dem klar und deutlich unsere Aufgaben definiert werden:

a) die Vorantreibung der Gesetzgebung zur Kinderarbeit, b) die Bereitstellung von alternativen Mitteln zur Lebenssicherung oder Beschäftigung von Eltern oder Erziehern der betroffenen Kinder, c) Bewußtseinsbildung in bezug auf die Unerwünschtheit von Kinderarbeit bei den Arbeitgebern, den betroffenen Familien und der gesamten Gesellschaft, d) Unterstützung und Rehabilitation der betroffenen arbeitenden Kinder, e) Bildung und berufliche Ausbildung für die betroffenen Kinder.

Das Phänomen der Kinderarbeit in der Teppichindustrie hat das Ansehen der Teppichindustrie und darüber hinaus auch das Ansehen Indiens geschädigt. Die bevorzugten Ziele der NGO- und Medienkampagnen sind scheinbar die Manufakturbesitzer, die direkt Kinderarbeit ausbeuten oder denen eine Zusammenarbeit mit Manufakturen, deren Produkte auf Kinderarbeit basieren, unterstellt wird sowie die Exporteure der auf diese Weise hergestellten Teppiche. Tatsächlich greifen sie über die Teppichindustrie das Ansehen des ganzen Landes an. Bilder und Ansichten aus erster Hand, die Kinder zeigen, die unter nicht zu rechtfertigenden ausbeuterischen Bedingungen arbeiten, erzeugen eine verständliche Abscheu bei den Betrachtern. Bei der Ausstrahlung dieser Bilder durch die Medien kommt es zu einer im Vergleich zur Realität überdimensionierten Darstellung. Dabei spielen auch ein gewisser Ethnozentrismus und Zwänge des Nachrichtenwesens eine Rolle. Oft werden extreme Fälle für typische Beispiele der gesamten Teppichindustrie gehalten. Das hat Konsequenzen für die große Mehrheit der Teppichhersteller, deren Produkte nicht auf Kinderarbeit basieren. Davon sind nicht nur Teppichhändler sondern auch erwachsene Knüpfer betroffen, deren Lebensunterhalt durch diese Medienpolitik gefährdet ist.

Die Regierung sieht sich auf drei Ebe-

nen mit einem Imageproblem konfrontiert. Trotz beeindruckender Gesetzgebung in bezug auf Kinderarbeit und Regierungseingriff auf den höchsten Ebenen, um das Problem im Rahmen eines Fünfjahresplans sowie eines "Aktionsplans" zu beseitigen, wird der Regierung vorgeworfen, nicht genug zur Abschaffung der Kinderarbeit zu unternehmen. In den Auseinandersetzungen zwischen der Industrie und den Gegnern der Kinderarbeit wird sie als industriefreundlich wahrgenommen. Außerdem fehlt es ihr an Glaubwürdigkeit. Regierungsforderungen und -ankündigungen werden angezweifelt, weil die Regierung selbst nicht als unparteiische Kraft wahrgenommen wird und die Kinderarbeit als vorherrschendes und weit hin toleriertes Phänomen betrachtet wird.

In der heutigen Zeit wird Kinderarbeit in jeder Form als nicht vereinbar mit einer zivilen und humanen Gesellschaft, die die Menschenrechte ihrer Bürger und Bürgerinnen respektiert, betrachtet. In Anbetracht der Präsenz von Kinderarbeit in unseren Häusern und auf den Straßen ist es sehr schwer, jemanden davon zu überzeugen, daß tatsächlich ein ausreichendes Bewußtsein hinsichtlich dieses Problems existiert.

Die Teppichindustrie als Exportindustrie ist in ihren Gewinnen von ihrem Bild in den ausländischen Medien besonders abhängig. Sie benötigt für ihre Absatzchancen ein sauberes und glaubwürdiges Image. Die Kinderarbeit in der Teppichindustrie muß deutlich reduziert werden, um ein positives Image zu ermöglichen.

Die Imagewerbung muß bei den Vorstellungen ansetzen, die das Publikum hat, d.h. hier: "die Teppichindustrie beutet Kinder aus". Auf diese Vorstellungen müssen Regierung und indische Teppichindustrie eingehen und dabei die Emotionen, Werte und Erwartungen der potentiellen Interessenten miteinbeziehen. Ein Dialog, wie er bei jeder anderen Imagewerbung eines Produkts möglich sein kann, ist hier jedoch ausgeschlossen. Die Ablehnung von Kinderarbeit ist in der entwickelten Welt ein moralisches Axiom. Die existierende Gesetzgebung Indiens geht vom gleichen Axiom aus und verurteilt ausbeuterische Kinderarbeit. Gleichzeitig wird jedoch berücksichtigt, daß das Phänomen einen Aspekt von Armut und Unterentwicklung darstellt und nicht isoliert und über Nacht gelöst werden kann. Dies ist ein

Umstand, der von denen, die über das Problem schreiben und berichten, berücksichtigt werden muß. Das entschuldigt Indien jedoch nicht. Unser Bild in den Medien muß von dem geprägt werden, was wir gegen die Kinderarbeit unternehmen.

Unser Vorgehen muß vor allem glaubwürdig sein. Die Regierung kann sich keine Zweifel, Ausflüchte, zweideutige Formulierungen oder Verheimlichungen leisten. Das Vorgehen gegen die Kinderarbeit in Indien muß durch glaubwürdige Medien und PR-Kampagnen begleitet werden. Die Industrie muß ihrerseits für effektive und vorzeigbare Selbstregulierungsmechanismen sorgen, so daß "schwarze Schafe" keine Chance mehr haben. Die Regierung muß für die entsprechende Unterstützung von Seiten der Gesetzgebung und mit Hilfe von Wohlfahrts- und Rehabilitationsprogrammen helfen. Die Veröffentlichung von Fällen von Kinderarbeit können als Chance genutzt werden, sofort auf diese Ausbeutung zu reagieren.

Zu den Kernpunkten unserer Medienkampagne sollte die Bewußtseinsarbeit in bezug auf die Kinderarbeit gehören. Hier wie auch bei den Themen Geschlechterbeziehung, Umwelt, Bildung etc. existiert eine Kluft zwischen Theorie und Praxis. Von der Regierung wird hier eine klare Stellungnahme verlangt. Unsere Kampagne muß auf das Wertesystem der Gesellschaft, das Kinderarbeit toleriert, abzielen und gleichzeitig durch unterstützende Aktionen zeigen, daß die Regierung tatsächlich eine Abschaffung von Kinderarbeit verfolgt. Die Bewußtseinskampagne beabsichtigt die Schaffung eines Ethos gegen Kinderarbeit, damit diese negativ wahrgenommen wird und die Einbußen, die diese Ausbeutung im Bereich des Ansehens mit sich bringen, die ökonomischen Gewinne übertreffen. Die Regierung selbst sollte zusammen mit den NGOs und den internationalen Organisationen eine aktivere Rolle spielen. Eine stärkere Zusammenarbeit zwischen Regierung und NGOs würde die Glaubwürdigkeit der Regierung unterstreichen.

Einige konkrete Vorschläge sollen zeigen, wie das Stigma der Kinderarbeit von der Teppichindustrie entfernt werden könnte. Die Öffentlichkeitsarbeit sollte auf drei Ebenen stattfinden: die programmatische Ebene, die sozialaufklärerische Ebene (die Anti-Kinderarbeit-Bewußtseinskampagne) und die Durchsetzungs- und Umsetzungsebene.

Der Aktionsplan zur Abschaffung von Kinderarbeit könnte als gedrucktes Werk erscheinen. Die existierende Gesetzgebung zur Kinderarbeit ist zweifellos fortschrittlich, worauf ebenfalls durch Publikationen hingewiesen werden könnte. Weiterhin sollte die Öffentlichkeitsarbeit zu den Zielen der Regierung zusammen mit der Durchsetzung dieser Ziele erfolgen. Bei der Durchsetzung der Ziele und den Rehabilitationsmaßnahmen muß dabei mit aller Dringlichkeit vorgegangen werden. Die Geldmenge, die von der Regierung für die Abschaffung der Kinderarbeit vorgesehen ist, ist beeindruckend und sollte bei der Öffentlichkeitsarbeit berücksichtigt werden. Aspekte wie die Bereitstellung von Arbeitsplätzen für Landfrauen und schwächere Schichten der Gesellschaft sollten ebenfalls hervorgehoben werden.

Die Veröffentlichungen zum Thema sollten gut sortiert und leserfreundlich sein, die Informationen in Hinblick auf ein ausländisches Publikum entsprechend sinnvoll aufbereitet und mit ansprechender und repräsentativer Graphik versehen sein. Gleichzeitig könnten wir Bücher über verschiedene Aspekte des Ak-

tionsplans wie Anpassung, Durchsetzung, Umsetzung und Rehabilitation veröffentlichen. Es gibt keinen Ersatz für Berichte aus erster Hand über die Bemühungen der Regierung und der Industrie, die Kinderarbeit abzuschaffen.

Zwei Teppich-Labels bezeichnen kinderarbeitsfreie Teppiche: das Kaleen- und das Rugmark-Label. Das Rugmark-Label wird im Westen als das glaubwürdigere Label betrachtet, da es von den Aktivisten gegen die Kinderarbeit und vertrauenswürdigen europäischen Organisationen unterstützt wird. Aber auch das Kaleen-Label unterstützt, wenn auch in anderem Maße, den Kampf gegen die Kinderarbeit in der indischen Teppichindustrie. Ein Teil der Einnahmen des Kaleen-Labels fließt direkt in Maßnahmen zur Rehabilitation. Die Möglichkeit eines Teppichkäufers direkt auf die Abschaffung des Problems einzuwirken, kann der Teppichindustrie verlorenes Ansehen zurückgeben. Die Verleihung der entsprechenden Labels kann jedoch nicht ohne die Einbeziehung der NGOs erfolgen.

Kinderarbeit gehört zu den Übeln der Unterentwicklung innerhalb eines Marktsystems. Der Konflikt findet zwi-

schen den Marktinteressen und den Rechten der Kinder als Teil der Menschenrechte statt. Kinderarbeit ist in weiten Bereichen der Gesellschaft üblich, gleichzeitig jedoch unduldbar. Sie ist der logische Ausdruck eines Marktes in einer armen Gesellschaft auf der einen Seite und den Moralvorstellungen auf der anderen Seite. So wie die Beschäftigungsmöglichkeiten mit der Entwicklung steigen und den armen Familien die Bildung ihrer Kinder statt der Verdingung in den Fabriken zum frühest möglichen Zeitpunkt ermöglichen, werden die Umstände unter denen Kinderarbeit gedeihen kann verschwinden. Inzwischen muß die Teppichindustrie jedoch das armselige Bild von sich verbessern. Das kann nur durch die demonstrative Umsetzung des Aktionsplans gelingen. Die Bewußtseinskampagne kann dabei der Ausgangspunkt unserer Medieninitiative in bezug auf die Abschaffung der Kinderarbeit sein.

(Der Autor ist Director, Ministry of External Affairs, Delhi. Bei dem Text handelt es sich um den redaktionell gekürzten Vortrag anläßlich der Konferenz zur Lage der indischen Teppichindustrie, die im September in Delhi stattfand; Übersetzung: Christel Opeker).

Interview:

Primarbildung und "empowerment" für Frauen sind die Lösung

Ein Gespräch mit Ravi Nair, Direktor des 'South Asian Human Rights Documentation Centre', Delhi.

Was halten Sie denn von den derzeit im indischen Fernsehen laufenden Fernsehspots des Arbeitsministeriums, die Kinderarbeit anprangern? Offizielle Stellen scheinen ja aktiv zu werden, um das Problem zu bekämpfen.

Jede Anstrengung der indischen Regierung, die elektronischen Medien oder Zeitungsanzeigen zu nutzen, um Kinderarbeit zu bekämpfen, muß begrüßt werden. Solche Maßnahmen sensibilisieren sicherlich die Bevölkerung für das Problem. Andererseits glaube ich jedoch, daß die Regierung noch sehr viel tun muß, um die eigene Verwaltungsmaschinerie, also Behörden, Beamte, Polizei und andere von der Notwendigkeit zu überzeugen, gegen diejenigen vorzugehen, die Kinder beschäftigen. Ich gebe ein Beispiel dafür: Vor der Menschenrechtskonferenz 1993 in Wien hatten wir ein Gespräch mit dem damaligen indischen Außenminister J.N. Dixit, um ihm im Vorfeld der Tagung mitzuteilen, daß wir in Wien auch das Problem der Kinderarbeit ansprechen würden. Er sagte daraufhin, Kinderarbeit könne nicht beendet werden, so lange es keinen technologischen Ersatz für die 'zarten Finger und Hände' von Kindern gebe. Solche Aussagen sind symptomatisch für die Denkweise von Bürokraten und Politikern auf höchster Ebene.

Meiner Ansicht nach müssen vor allem in drei Bereichen Veränderungen initiiert werden, ansonsten bleiben alle Anstrengungen nur

Augenwischerei. In der indischen Verfassung, die 1950 erlassen wurde, kommt klar zum Ausdruck, daß innerhalb von zehn Jahren die Schulpflicht einzuführen und allen Kindern eine kostenlose Primarschulbildung anzubieten sei. Diese Vorgaben hätten eigentlich schon 1960 realisiert werden müssen. Jetzt haben wir 1995 und es gibt keine Anzeichen dafür, daß sich in dieser Richtung in absehbarer Zeit etwas bewegen könnte. Wenn also in diesem Bereich nichts getan wird, dann sind andere Maßnahmen reine Kosmetik, nichts wird sich ändern.

Der zweite Bereich betrifft die Nichtregierungsorganisationen (NGOs). Da befürchte ich, daß die NGOs mehr und mehr in den Bereichen einspringen, die eigentlich Regierungsaufgaben sind. Da müssen die NGOs in sich gehen. Es ist der Staat, der für die Primärerziehung zuständig ist, um dadurch auch die Kinderarbeit zu bekämpfen. Die NGOs können dem Staat allenfalls dabei behilflich sein, sie können nicht die Rolle des Staates übernehmen. Sie dürfen dem Staat keinen Grund für Ausflüchte geben: auf der Makroebene ist der Staat gefragt und nicht die NGOs. In diesem Zusammenhang werden nicht nur Schulen benötigt, es muß auch sichergestellt werden, daß Lehrerinnen und Lehrer in ausreichender Zahl beschäftigt und angemessen bezahlt werden und es muß vor allem überlegt werden, wie die Zielgruppen der Landlosen, der Niedrigkastigen