Zeitschrift: Frauezitig : FRAZ
Herausgeber: Frauenbefreiungsbewegung Zürich
Band: - (1983-1984)
Heft: 5

Artikel: "Wir indischen Frauen sind keine Blumen, sondern Funken des Feuers"
Autor: Zweifel, Helen
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1054703

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 09.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

«Wir indischen Frauen sind keine Blumen,

Zum internationalen Frauentag
Diskussion um den 8. März

Frauen von verschiedenen Gruppen, Organisationen und Medien-Frauen in New Delhi planen für das Jahr 1983 eine öffentliche Kampagne gegen die sexistische, stereotype und entwürdigende Darstellung von Frauen in den Massenmedien. An einem Treffen Ende Dezember wurde beschlossen, am 8. März mit dem Thema *«Frauen in den Medien»* auf die Strasse zu gehen.
National Federation of Indian Women und Janawadi Mahila Samiti (Demokratische Frauen-Assoziation), die beiden nationalen Frauenorganisationen mit einer Arbeiterklassenperspektive die arbeitenden Frauen und die Frauen in dem Slums und auf dem Lande zu organisieren und mobiliesieren versuchen, setzten Probleme und Forderungen rund um Arbeitsmöglichkeiten und Bedingungen auf ihr Aktionsprogramm für 1983. Ihr 8. März-Thema ist *«Women and Employment» (Frauen und Beschäftigung).*
An der gemeinsamen Sitzung vom 10. Januar mit Vertreterinnen aller Frauengruppen und -organisationen wurde die Notwendigkeit einer gemeinsamen, geeinigten Frauendemonstration zum 8. März betont. Beide Themen wurden als äusserst wichtig empfunden: *«Frauen in den Medien»* legt den Finger auf die Reproduktion und Verbreitung frauenfeindlicher Werte und Vorurteile, die Frauen in stereotype Rollen drängen, und die verwendet werden, um Frauen unterdrückt zu halten; *«Frauen und Beschäftigung»* betrifft Frauen direkter und spricht weitere Kreise an, vor allem auch jene Frauen, die täglich ums Überleben kämpfen müssen. Nach längeren Diskussionen einigten sie sich, *«Frauen und Arbeit»* (was auch Hausarbeit einschliesst) zum Hauptthema der Demonstration in New Delhi zum 8. März zu machen, mit besonderem Schwergewicht auf *«Frauenarbeit in den Medien.»*

Frauen in den Medien – ein Mittelschichtproblem?

Welche Relevanz hat das Problem der verzerrten Darstellung von Frauen in den Massenmedien in einem Land wie Indien, war meine erste Reaktion auf das Thema *«Frauen in den Medein».* Sind nicht andere Probleme grundlegender, erstrangig? Die Lebensbedingungen der Massen der Frauen sind miserabel und haben sich in den letzten Jahrzehnten ständig verschlechtert. «Zwischen 1951 und 1971 sank die Beschäftigungsquote von Frauen in der Landwirtschaft von 31 Millionen auf 25 Millionen, während die der Männer um 34,3 Millionen stieg», steht im Report der Kommission zum Status der Frau in Indien (1975). In derselben Zeitspanne sank der Anteil der beschäftigten Frauen in allen Sektoren von 408 Frauen pro 1000 Männer 1951 auf 210 000 pro 1000 Männer 1971. Millionen von Frauen wurden durch den Wandel in der indischen Oekonomie, verstärkt durch die vorherrschenden Einstellungen und Werte, von ihrem Arbeitsplatz verdrängt; denn Frauen gelten primär als Hausfrauen, ihre produktive Arbeit ist sekundär.
Der Prozentsatz von Frauen im Vergleich zu Männern in der Gesamtbevölkerung ist ständig im Sinken begriffen. In den meisten Industrieländern hingegen ist die Zahl der Frauen höher als die der Männer. Kulturelle Faktoren und Werte, tief in der indischen Kultur verankert, sind für diese gegenteilige Tendenz verantwortlich. Söhne werden bevorzugt, besser ernährt und erhalten eher medizinische Betreuung: Töchter hingegen sind unerwünscht und werden vernachlässigt, die Kindersterblichkeit von weiblichen Babies ist 30–60 % höher als die von männlichen Babies. Bei den Mahlzeiten essen zuerst der Vater und die männlichen Verwandten, dann die Söhne, dann die Töchter, und die Mutter erhält was übrig bleibt.
Soziale Einstellungen gegenüber Frauen beeinflussen auch die hohe Analphabetenquote und die niedrige Schulbildung von Frauen. Töchter werden als Last betrachtet, ihre Arbeit gilt als unproduktiv, und sie müssen bei der Heirat mit einer reichhaltigen Mitgift ausgestattet werden, um von den Eltern des Bräutigams als Schwiegertochter akzeptiert zu werden. Die zunehmende Gewalt an Frauen innerhalb der Familie und auf der Strasse ist ein weiterer Ausdruck der Geringschätzung von Frauen.
Während in den Städten Schulbildung und sogar Lohnarbeit für Frauen ermutigt werden, sind Selbstbestimmung in der Heirat, ökonomische Unabhängigkeit oder Trennung von der Familie ohne zu heiraten nach wie vor unakzeptabel. Frauen wird das Recht auf eine eigenständige Identität verweigert: *«In der Jugend ist sie ihrem Vater untergeordnet, nach der Heirat ihrem Manne und nach dem Tode ihres Herrn ihren Söhnen. Eine Frau soll nie unabhängig sein»* (Kodex des Manu) – ein Ausspruch, der immer wieder zitiert wird, den jedes Mädchen und jede Frau auswendig weiss. All diese von Männern gemachten Einstellungen und Werte halten Frauen an ihrem Platz.
Die verschiedenen Massenmedien – Filme, Fernsehen, Radio, Zeitungen und Zeitschriften, Comics Kinder- und Schulbücher – nehmen sie auf, verfestigen und verbreiten sie. Sogenannt moderne Werte einer sich entwickelnden Konsumgesellschaft werden hinzugefügt, und aus dieser geballten Mischung von alten und neuen Stereotypen resultiert jenes sexistische und entwürdigende Frauenbild, das von der Aktionspruppe *«Frauen in den Medien»* angegriffen wird.

Studentinnen in Patha übers treichen Werbeplakate halbnakter Frauen mit schwarzer Farbe

sondern Funken des Feuers»

Stereotypen

Szene aus einem typischen Hindi-Film: Ein junger Mann begegnet einer jungen Frau. Die zurückhaltende und zögernde Heldin des Films wird vom Mann, der genau weiss, was er will, gejagt verpfändet und erniedrigt. Sie sagt «nein», aber der beharrliche Held ist zuversichtlich, denn er weiss, dass jede Frau eine ruppige Behandlung mag und dass ihr «nein» in Wirklichkeit «ja» bedeutet. Nach einigen herzerweichenden Liedern verhält sie sich dem männlichen Mythos entsprechend und sagt «ja».
Szene 2: Die Heldin des Films wartet ungeduldig auf ihren Mann, der bald von der Arbeit zurückkehren wird. Es scheint, als hätte sie den ganzen Tag damit zugebracht, sich schön zu machen und hübsche Kleider und Schmuck anzuprobieren. Ihr Mann arbeitet hart im Büro, er ist ein gewissenhafter Angestellter. Wenn der müde Mann endlich nach Hause kommt und sich etwas ausruhen will, klagt seine Frau ihn an, sie zu vernachlässigen.
Szene 3: Vamp versus Heldin. Der Vamp trägt enganliegende Kleider mit tiefem Ausschnitt und eine kunstvolle Frisur. Sie raucht, trinkt und unterhält sich ungezwungen mit Männern. Am Ende des Films wird sie für ihren Lebensstil bestraft, meist mit dem Tod. Die Heldin hingegen ist zurückhaltend und kleidet sich in schlichten Saris. Sie ist eine tugendhafte Frau ohne jegliches Laster. Die Heirat mit dem Helden des Films ist ihre Belohnung.
Hunderte solcher Filme werden jährlich produziert und in gutbesuchten Kinos vorgeführt, Indiens Filmindustrie übertrifft Hollywood. Selbst die ärmsten Leute sparen die 2 Rupien (ca. Fr. –.50), um sich doch hin und wieder einen Kinobesuch leisten zu können. 90 % des Kinopublikums sind Männer, sagt eine neuere Untersuchung der Press Commission.
Die Aktionsgruppe *«Frauen in den Medien»* fordern eine positivere und realitätsnahere Portraitierung von Frauen, die Darstellung von Frauen als denkende Menschen, die fähig sind, ihr Leben zu handhaben und nicht als blosse Objekte von männlicher Domination, Gewalt und Lust.
«Hindi Filme geben Frauen nur ein Ziel im Leben – Heirat», erklärte Bina. *«Wenn Frauen etwas anderes tun als Hausfrau und Mutter zu sein, dann werden sie als unmoralisch, und schlecht portraitiert».*

Männliche Mythen

«Neben der Verstärkung der traditionellen Rollen von Frauen und Männern wiederholen Hindi Filme viele der männlichen Mythen», meinte Nalini. *«Sie gehen davon aus, dass sich Frauen nur mit sich selbst beschäftigen würden, mit Einkaufen, mit Schmuck, mit Dingen, die nichtsnutzig und eitel sind. Sie werden als zänkische und meckernde Weiber gezeigt, intolerant, unfähig, irgendetwas zu verstehen, was über sie selbst und ihren Haushalt hinausgeht.»*
«Für unsere Filme liegt der Wert einer Frau in ihrem Körper», fügte Kamela hinzu. *«Jeder Film hat im Zentrum eine Tanzsequenz, in der die Tänzerin ihre Kurven zeigt. Selbst wenn sie ihrem Kind ein Wiegelied singt, macht sie den Männern im Publikum schöne Augen.»*
Frauen der untersten Schichten wie die landlosen Landarbeiterinnen, die sich tagtäglich zwölf Stunden auf dem Feld eines Grossgrundbesitzers für einen Hungerlohn abrackern und abends kochen, putzen, waschen und Kinder und Mann versorgen, werden in kurzen Röcken fröhlich um Bäume herumtanzend dargestellt. Ein solches Bild hat nichts mit der Realität zu tun, entspringt vielmehr der männlichen Fantasie.
Einer der Haupteinwände der Aktionsgruppe gegen die Filme ist die offene Aggression gegen Frauen. Schon die erste Begegnung des Filmhelden mit der Heldin ist gewalttätig – sie stossen im Getümmel aufeinander, sie haben einen Autounfall etc. Von Anfang an übernimmt der Mann die beherrschende Rolle. Die Frau wird gekniffen, geschlagen, *«gezäukelt»*, beleidigt und herumgestossen, und trotz alledem sagt sie *«ja»* zum Helden. Eine solche Portraitierung von Frauen in den Medien muss in Männern Aggressionsgefühle gegen Frauen und in Frauen ein Gefühl von Verletzbarkeit und Hilflosigkeit anregen. Die Aktionsgruppe stellt zwischen solchen Filmen und der zunehmenden Gewalttätigkeiten und Entwürdigungen von Frauen innerhalb der Familie und auf der Strasse einen direkten Bezug her.

Ein Selbst-Bild von Frauen?

Welche Bilder vermitteln die kommerziellen Frauen-Zeitschriften, die *«für»* Frauen gemacht werden? Die Analyse der Ausgaben von Femina, Eve's Weekly (beide englisch) und Sarita (hindi) des Jahres 1978, die vom Manushi Kollektiv durchgeführt wurde, ist sehr aufschlussreich. Schon beim Betrachten der Titelbilder wird deutlich, welches Selbstbild diese Zeitschriften verkaufen wollen: leuchtend bekleidete, süss lächelnde Frauen, die Teile ihres Körpers blosslegen – die *«ideale»* Frau?!
Diese Frauenzeitschriften ermutigen Frauen, in *«femininen»* Spären gegeneinander zu konkurrenzieren. Die Modeseiten und Inserate fördern diesen Kult: *«Es ist super, in einen Raum zu treten und alle andern farblos erscheinen zu lassen»* (eine Stoff-Werbung in Femina). Ein Kochrezept-Wettbewerb findet sich in jeder Ausgabe der englischen Zeitschriften. Ein Wettbewerb um die ideale Mutter, von einem Industriellen organisiert, erhielt eine positive Berichterstattung. Eine Mutter erhielt den Preis, weil *«sie einen Sohn gebar und so die Bedürfnisse der Familie erfüllte... obwohl sie die zweite Frau war, schuf sie im Haus eine friedliche und harmonische Atmosphäre und zog ihren Sohn zum Industriellen heran... Aufopferung ihres persönlichen Egos zu Gunsten der Familie qualifizierten sie für den Preis...»*
Inserate machen etwa die Hälfte der Zeitschriften aus. Davon sind durchschnittlich 95 % für Kosmetik, Frauenkleider, Waschmittel, Haushaltshilfsmittel, Nahrungsmittel, Kinderprodukte – d.h. alle sind auf Frauen in der Rolle als Haushälterin und Verführerin ihres Mannes zugeschnitten.

Legitimizing the double slavery of women

Kochrezepte und Strick- und Stickmuster orientieren sich an einem elitären Lebensstil und schaffen die Illusion, die monotone Haushaltsroutine beleben zu können. *«Seien sie abenteuerlich mit Salaten und Saucen... variieren sie nach individuellen Geschmäckern... Sie können für sie ein Meisterwerk schaffen»* (Eve's weekly). Was ist der Sinn solcher Ratschläge, wenn die Mehrheit der Inderinnen nicht einmal täglich ihren Hunger stillen können?

Alle Frauenzeitschriften versuchen, die korrekten *«femininen»* Verhaltensmuster in die Köpfe der Leserinnen einzudrillen. Die englischen Zeitschriften gehen etwas subtiler vor, sie richten sich an die gebildeteren Schichten, die tatsächlich an den Mythos glauben, dass sie den Männern gleichgestellt seien, da sie Zugang zu Bildung und zum Stimmrecht haben. In der Hindi sprechenden unteren Mittelschicht, wo Sarita mehr gelesen wird, ist die Realität zu hart, als dass die Frauen an diesen Mythos glauben würden. Andere Mythen – die der perfekten Ehefrau, Mutter und Schweigertochter, die von allen verehrt wird – haben da bessere Überlebenschancen.

Hin und wieder werden Themen aus der Frauenbewegung aufgegriffen. Doch meist werden sie als Sensationsstories aufgebauscht, oder ein sehr reformistischer Standpunkt wird eingenommen. Zum Beispiel scheint der Artikel *«Dankt der Patriarch ab?»* zu implizieren, dass die *«Befreiung»* der berufstätigen Frau für ihre Doppelbelastung verantwortlich sei und sie doch das Geldverdienen dem Patriarchen überlassen sollte. Sarita erklärt offen, dass höhere Schulbildung für Mädchen Geldverschwendung sei, da sie ohnehin heiraten und in der Küche landen und da mit hochtrabenden Ideen im Kopf eher unzufrieden sein würden.

Die Frauenzeitschriften veröffentlichen regelmässig Erfolgsgeschichten einiger *«aussergewöhnlicher» Frauen die's geschafft haben – Ausnahmen die die Regel bestätigen. Ein Filmstar wird vorgestellt ein Mannequin, die Frau eines Industriellen, die grosszügigerweise Sozialarbeit macht, ab und zu eine Revolutionärin oder Freiheitskämpferin, die jedoch nicht als Rollenmodell dargestellt, sondern in eine ferne und romantisierte Vergangenheit ohne Bezug zur Gegenwart verbannt wird.*

«Wir indischen Frauen sind keine Blumen...»

Während der Kmapagne und in den Aktionen rund um den 8. März wollen die Frauen versuchen, positive, alternative Frauenbilder zu projizieren, Bilder von Frauen, die stark sind, die sich selber sind und ihr Leben bestimmen.

Manushi, A Journal about Women and Society,* seit 1979 von einer autonomen Frauengruppe in New Delhi herausgegeben, ist die einzige Frauenzeitschrift, die Leben und Erfahrungen von Frauen so wiedergibt, wie es tatsächlich ist, und die Frauen für sich selbst sprechen lässt. Indem Manushi Beispiele von Frauen veröffentlicht, die sich nicht unterkriegen lassen, und von Frauen, die gemeinsam kämpfen, wirkt es anteckend.

Helen Zweifel

*Manushi, C1/202 Lajpat Nagar, New Delhi-110024, India. Preis: US S 17.

- Inderinnen und Inder, die ihre Bilder von europäischen und amerikanischen Feministinnen aus den Medien entnahmen, stellen sich Feministinnen als eine Gruppe von Frauen vor, die ihre Büstenhalter verbrennen.

- Kürzlich erschien in einer Hindi-Zeitung die Notiz, Feministinnen würden in Europa herumgehen und allen Männern erzählen, sie seien Biester; dies soll den Männern so zugesetzt haben, dass psychologische Beratungsstellen für Männer eröffnet werden mussten.