

INDIENS INDIGENE

MACHEN MEDIEN



ADIVASI
LIVES
MATTER



Die indische Organisation Adivasi Lives Matter bildet junge Indigene zu Medienschaffenden in eigener Sache aus. Das Konzept ist einfach, das Ziel ehrgeizig: Übers Smartphone veröffentlichen die jungen Internet-Autor*innen Beiträge über ihre reichhaltige Kultur, um Diskriminierung und Vorurteile gegenüber der indigenen Bevölkerung in ihrem Heimatland abzubauen.

Text von Constanze Bandowski | Fotos von Ashish Birulee

Selbstbewusst spricht Khumtia Debbarma in ihre Handy-Kamera. Die junge Frau – 22 Jahre, Goldkettchen, roter Lippenstift, die langen, schwarzen Haare zum Zopf zurückgebunden – könnte eine Influencerin von überall auf der Welt sein. Sie beherrscht ihr Handwerk. Nahaufnahmen wechseln mit Totalen, Interviewschnipseln, erklärenden Textelementen und Credits im Abspann, untermalt von Synthesizer-Klängen. Der Unterschied: Khumtia Debbarma spricht nicht über die allgemein gängigen Themen. Sie erklärt die Vorzüge von ökologischem Feldbau, stellt traditionelle

Rezepte aus ihrer Heimat Indien vor, Trauerrituale, religiöse Feste, Fischfang oder Murmespiele. Seit neuestem berichtet sie auch über die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die indigene Gruppe, der sie angehört.

Khumtia Debbarma zählt zu den Adivasi. Sie stammt aus dem nordöstlichen Bundesstaat Tripura. Ihr Heimatdorf Sova Chandra Para liegt eine Stunde südlich der regionalen Hauptstadt Agartala. 23 Familien leben hier vor allem von der kleinbäuerlichen Landwirtschaft, vom Fischfang oder von Gelegenheits-

jobs. Khumtias Vater ist Grundschullehrer, ihre Mutter Hausfrau und Kleinbäuerin. Die Familie gehört der indigenen Gruppe Debbarma an, daher auch ihr Nachname, und diese wiederum ist eine Untergruppe der Borok, auch Tripuri genannt. Zu Hause spricht Khumtia ihre Muttersprache Kokborok, in der Stadt, in der sie ihren Bachelor of Arts abgeschlossen hat, auch Hindi und wenn sie nach dem endlosen Lockdown endlich ihr Masterstudium in Sozialarbeit in Agartala beginnen kann, wird sie Englisch lernen. Das wird sie auch in ihrem Job voranbringen.

Khumtia Debbarma arbeitet als Internet-Autorin für die Organisation Adivasi Lives Matter (ALM). Sie erzählt Geschichten für die ALM-Internetseite, die auch auf digitalen Medien wie Youtube, Instagram, Twitter und Facebook geteilt werden. Ihre Themen sind das vielfältige Leben und das traditionelle Wissen ihrer indigenen Gemeinschaft. „Wir wollen den Adivasi eine Plattform bieten, auf der sie ihre eigenen Geschichten verbreiten“, sagt Ankush Vengurlekar in einem Zoom-Gespräch. Der 38-jährige Kommunikationstrainer aus Mumbai berät mit der Medienexpertin Isha Chitnis Nichtregierungsorganisationen.

Auf einer 900 Kilometer langen Fahrradtour durch die Heimat der Adivasi im Bundesstaat Jharkhand lernte Vengurlekar 2016 die harte Realität ihres Alltags kennen. „Plötzlich war ich konfrontiert mit Landraub, Vertreibung, Krankheiten und den ökologischen Schäden durch den Uranabbau“, sagt er. Im Dorf Jadugoda lernte er den Fotojournalisten und Aktivist Ashish Birulee kennen. Der Autodidakt hatte seine dokumentarischen Fotos bereits auf internationalen Festivals zum Uranabbau ausgestellt, im indischen Ranchi, in Rio de Janeiro und in Kanada. „In Indien kannte ihn dagegen fast niemand“, empört sich Ankush Vengurlekar. Damals fragte er sich: „Wie kann es sein, dass seine Posts über den Uranabbau viral gehen, seine Fotos aber nirgendwo in der Presse veröffentlicht werden?“

Die 104 Millionen Adivasi sind in den indischen Medien völlig unterrepräsentiert. „Nur fünf Prozent aller englischsprachigen Zeitungsartikel werden von Adivasi geschrieben, bei den Zeitungen auf Hindi sind es zehn Prozent, beschreibt Isha Chitnis die Situation per Mail. „Und wenn über Adivasi berichtet wird, dann ist es oft stereotyp oder negativ.“ Die

„Wir haben Adivasi Lives Matter gegründet, um die kulturellen Barrieren in unserem Land zu durchbrechen und Empathie und Solidarität für die Adivasi aufzubauen.“



ALM hat ein mehrstufiges Ausbildungskonzept für junge Menschen zwischen 18 und 40 Jahren entwickelt

Junge benachteiligte Adivasi-Frauen bilden die Hälfte der digitalen Geschichtenerzähler*innen von ALM



Berichtet wird aus abgelegenen Adivasi-Dörfern über Trauerrituale, religiöse Feste, Fischfang oder Murnelspiele

rund 700 Gruppen werden in den Medien der Mehrheitsgesellschaft als rückständig und unzivilisiert dargestellt.

Und so gründete Isha Chitnis zusammen mit ihren beiden Kollegen Adivasi Lives Matter (ALM). „Die Idee ist, unser Privileg und unsere Fähigkeiten als Medienschaffende zu nutzen, um die kulturellen Barrieren in unserem Land zu durchbrechen und Empathie und Solidarität für die Adivasi aufzubauen“, so die 26-jährige Isha Chitnis. Das Team entwickelte ein mehrstufiges Ausbildungskonzept für digitales Geschichtenerzählen für junge Menschen zwischen 18 und 40 Jahren sowie eine Online-Plattform für deren Veröffentli-

chungen. Dabei legt es ein besonderes Augenmerk auf junge Adivasi-Frauen, die in Indien mehrfach ausgegrenzt sind. Sie bilden die Hälfte der digitalen Geschichtenerzähler*innen von ALM.

Khumtia Debbarma besuchte den ersten Workshop im August 2019 in Agartala. Ihre Schwägerin hatte der Collegestudentin den Tipp für die Schulung gegeben. „Ich besaß nicht einmal ein richtiges Smartphone“, erzählt die 22-Jährige im Video-Chat. „Wir sprachen auf Hindi, das fiel mir schwer, aber am Ende der Woche wurde ich immer selbstbewusster.“ Während des Gesprächs steht Khumtia mitten in ihrem Heimatdorf im Grünen. Im Hintergrund muhen ein paar Kühe, aber das Internet funktioniert hervorragend – eine Ausnahme in den meist abgelegenen Adivasi-Gemeinden.

Khumtias Akku zeigt nur noch drei Prozent. Der Monsunregen hat die Leitungen lahmgelegt.

Seit sie einen Aufbaukurs und viele Einzelgespräche absolviert hat, gehört Khumtia Debbarma zu den produktivsten Internet-Autor*innen von ALM. Mit ihren mehr als



Adivasi Lives Matter bildet Jugendliche zu Medienprofis aus, damit sie über ihre reichhaltige Kultur berichten

Die Stimme der Adivasi

Adivasi Lives Matter (ALM) ist eine indische Nichtregierungsorganisation, die jungen Indigenen eine deutlich vernehmbare Stimme verschaffen will. Die sogenannten Adivasi (die Bedeutung auf Hindi lautet: „erste Menschen“) machen 8,6 Prozent der Gesamtbevölkerung aus, das heißt, jede*r Zwölfte zählt dazu. Die indische Verfassung garantiert den über 104 Millionen Adivasi besondere Rechte beim Landbesitz und den Zugang zu Bildungs-, Gesundheits- und Entwicklungsprogrammen oder Quoten in Parlamenten. Tatsächlich werden sie jedoch unterdrückt, vertrieben und stigmatisiert. Die Medien prägen ein negatives Bild der mehr als 700 indigenen Gruppen.

Mit Unterstützung durch MISEREOR bildet ALM junge Adivasi zwischen 18 und 40 Jahren zu Medienprofis aus, damit sie über ihre vielfältige Lebensweise und reiche Kultur berichten und somit die Wahrnehmung der Adivasi in der indischen Gesellschaft nachhaltig verändern. Frauen bilden die Hälfte aller Auszubildenden. Sie stehen am untersten Ende der Gesellschaft. Als Internet-Autorinnen überwinden sie die kulturellen und gesellschaftlichen Barrieren zu einem selbstbestimmten Leben. In den letzten zwei Jahren hat ALM über 140 digitale Geschichtenerzähler*innen in den Bundesstaaten Tripura, Tamil Nadu und Chhattisgarh gefördert, die bereits mehr als 400 Geschichten ins Netz gestellt haben.

Junge Adivasi-Frauen sind in Indien mehrfach benachteiligt. Sie bilden die Hälfte der digitalen Geschichtenerzähler*innen von ALM.



Trotz ihrer besonderen Rechte für Landbesitz und dem Zugang zu Entwicklungsprogrammen werden Adivasi unterdrückt

30 Video- und Online-Beiträgen hat sie 75.000 Rupien verdient, rund 850 Euro. In einem Land, in dem der monatliche Mindestlohn bei etwa 120 Euro liegt, ist das beachtlich. „Die Bezahlung ist uns seit Beginn wichtig“, betont Projektmanager Ankush Vengurlekar. „Wir wollen nicht nur zeigen, wie Medienunternehmen funktionieren, sondern ebenso professionell arbeiten und eine berufliche Perspektive bieten.“ Dazu gehört neben

der Qualität der Beiträge auch ihre angemessene Bezahlung. Ihr erstes Erspartes investierte Khumtia Debbarma in ein leistungsstarkes Smartphone mit 48 Megapixel-Kamera und langer Akkulaufzeit.

„Auf dem Land kommt es immer wieder zu Stromausfällen“, sagt sie und blickt verstohlen auf ihr Handy. Ihr Akku zeigt nur noch drei Prozent. Der Monsunregen hat gestern Abend die Leitungen lahmgelegt. Khumtia erzählt noch rasch, dass der staatliche Fernsehsender Doordharshan Agartala sie im Dezember 2020 angestellt hatte, der Job dann leider durch den zweiten Lockdown im Februar geplatzt ist. Für ALM produziert sie trotz Corona weiter. „Ich lerne viel über unsere Kultur und Traditionen“, sagt sie, „das treibt mich an.“ Ihr nächstes Thema: Die Zucht von Apfelbäumen. „Die gibt es hier nämlich ursprünglich nicht.“ Genauso wenig wie Erdbeeren. Aber über diese neue Einkommensquelle für Adivasi-Familien hat Khumtia bereits berichtet. ●



Ashish Birulee gehört zur Adivasi-Gemeinschaft der Ho in Jharkhand/Indien. Er ist einer der Gründer von Adivasi Lives Matter. Zudem ist er Umweltaktivist und war Gastredner der TEDx-Konferenz. Birulee arbeitet als Fotojournalist und erreichte durch Ausstellungen zum Uranabbau und radioaktiver Verseuchung Bekanntheit in Brasilien, Kanada und Japan.