

### The Jewel of Perfection

O our God, bless and grant peace to the source of  
divine mercy,  
the true gem encompassing the center of all under-  
standing and meaning,  
the light of all things that have been brought into  
being,  
the son of Adam possessed of divine Truth,  
the most luminous bolt of lightning in the driving  
storm clouds that fill all seas and vessels exposed  
to the rain,  
Your brilliant light with which You have filled Your  
created universe, that encompasses all places in  
existence.

O our God, bless and grant peace to the source of  
Truth  
from which shine out the dwelling places of all re-  
ality,  
the most upright source of all understanding,  
Your perfect and [straightest] path.

O our God, bless and grant peace to  
the manifestation of Truth through the Truth, the  
greatest treasure,  
Your emanation issuing from Yourself and return-  
ing to Yourself,  
the encompassing of mystical light.

May God bless him and his people with a blessing  
that enables us to know Him!

### References Cited

#### Cruise O'Brien, Donal B.

- 1971 The Mourides of Senegal. The Political and Economic Organization of an Islamic Brotherhood. Oxford: Clarendon Press.  
1988 Charisma Comes to Town. Mouride Urbanization 1945–1986. In: D. B. Cruise O'Brien and C. Coulon (eds.), Charisma and Brotherhood in African Islam; pp. 135–155. Oxford: Clarendon Press.

#### Diop, Momar Coomba

- 1981 Fonctions et activités des *dahira* mourides urbains (Sénégal). *Cahiers d'Études africaines* 81–83: 79–91.

#### Gilsenan, Michael

- 1982 Recognizing Islam. An Anthropologist's Introduction. London: Croom Helm.

#### Monteil, Vincent

- 1980 L'islam noir. Une religion à la conquête de l'Afrique. Paris: Éditions du Seuil. [3e éd. refondue]

#### Rosander, Eva Evers

- 1997 Women in Groups in Africa. Female Associational Patterns in Senegal and Morocco. In: D. Chatty and A. Rabo (eds.), Organizing Women. Formal and Informal Wom-

en's Groups in the Middle East; pp. 101–123. Oxford: Berg.

#### Ryan, Patrick J.

- 2000 The Mystical Theology of Tijānī Sufism and Its Social Significance in West Africa. *Journal of Religion in Africa* 30: 208–224.

#### Tidiane, Cheikh Ahmadou

- n. d. Wird Tidiane. (Texte arabe, traduction française faite par Sami Wayzani.) Senegal. [Pamphlet, purchased in Senegal]

#### Tyam, Mohammadou Aliou

- 1935 La vie d'el Hadj Omar. Qacida en popular. Mohammadou Aliou Tyam. (Transcription, trad., notes et glossaire par Henri Gaden. Paris: Institut d'ethnologie. (Travaux et memoires de l'Institut d'ethnologie, 21)

#### Villalón, Leonardo A.

- 1995 Islamic Society and State Power in Senegal. Disciples and Citizens in Fatick. Cambridge: Cambridge University Press.

## Gedanken zu einem Werbeplakat mit einem "tätowierten" Maori als Motiv

### Ein Beitrag zur europäischen Repräsentation der Indigenen Neuseelands

Georg Schifko

Vor einigen Jahren hatte man insbesondere an den von den Wiener Verkehrsbetrieben zur Verfügung gestellten Werbeflächen Plakate der Sprachschule Inlingua angebracht, die einen Maori mit aufgemalter Gesichtstätowierung, weit aufgerissenen Augen und herausgestreckter Zunge zeigten. Bezugnehmend auf dieses Gesicht stand darunter: "Manche Dinge werden Sie nie ganz verstehen. Mit der Sprache haben Sie's bedeutend leichter" (siehe Abb. 1). Obgleich das Plakat in der Zwischenzeit aus Wiens Stadtbild verschwunden ist, taucht das Motiv leicht abgewandelt im Branchenverzeichnis – den sog. "Gelben Seiten" – noch immer auf. Somit kommt diesem Bild beinahe die Bedeutung eines Firmenlogos zu.

Der Ethnologe Hans Fischer (1998a: 1) weist zu Recht darauf hin, dass Plakate genauso wie Comics innerhalb der Völkerkunde einen bisher vernachlässigten Bereich darstellen. Das hier zu besprechende



Abb. 1: Das Werbeplakat der Sprachschule Inlingua (photografiert von Gerfried Mandl).

Werbeplakat drängt sich aber nicht nur aufgrund des gezeigten Maori, sondern auch wegen seiner imago-logisch bedeutsamen Botschaft geradezu für eine ethnologische Betrachtung auf. Bevor auf den Werbetext eingegangen wird, soll zunächst der sich angeblich dem (westlich geprägten) Verständnis entziehende Maori kurz beschrieben werden.

Auf dem Plakat sieht man einen Mann mit expressiver Mimik, einem Stirnband und einer aufgemalten Gesichtstätowierung. Die beiden zuletzt genannten Elemente weisen ihn als indigenen Neuseeländer aus.<sup>1</sup> Obgleich Stirnbänder in der traditionellen Maori-Kultur nicht verwendet wurden und es sich dabei um eine neuere Erscheinung handelt, war zumindest die auf dem Stirnband gezeigte Kombination der drei Farben rot, weiß und schwarz schon in früheren Zeiten in Gebrauch. So vermerkte z. B. der an James Cooks zweiter Südseereise teilnehmende Gelehrte Georg Forster, dass er diese Farben an den Rändern von Kleidungsstücken aus Flachs

1 Aus einer anderen Quelle (Prenzel und Mullins 1991: ohne Paginierung) wird ersichtlich, dass es sich um einen Maori aus der Gegend um Rotorua handelt, der bei touristischen Folkloreveranstaltungen mitwirkt.

vorgefunden hatte, und zwar “allemaal nach einem so regulären Muster gearbeitet, daß man sie füglich für das Werk eines weit cultivirteren Volks hätte halten können” (Forster 1967: 218). Forster hat an dieser Stelle wertvolle, mit einem *taniko*-Saum versehene Mäntel beschrieben. Solch ein *taniko*-Saum dürfte auch das Vorbild für das in den drei traditionellen Grundfarben<sup>2</sup> gehaltene Stirnband mit den geometrischen Mustern gewesen sein. Die Gesichtsbemalung ist ebenfalls eine Anspielung auf eine alte, besonders markante kulturelle Manifestation der Maori. Sie steht nämlich stellvertretend für jene auffälligen Tätowierungen, die im ethnologischen Schrifttum sogar schon als das “most characteristic race-emblem of old Maoridom” (Cowan 1921: 245) bezeichnet wurden.<sup>3</sup>

Ebenso beruht die expressive Mimik des Mannes auf einer kulturellen Manifestation der Maori. Hätte man im Werbeplakat nämlich nicht nur das Gesicht, sondern den ganzen Körper gezeigt, wäre es wahrscheinlich erkennbar gewesen, dass der Maori einen *haka*-Tanz<sup>4</sup> ausführt, der im Englischen auch als “posture dance” (Te Hiroa 1962: 243) bezeichnet wird. In solch einem *haka* wird oftmals die Zunge weit herausgestreckt und ebenso werden die Augen weit aufgerissen und gerollt.<sup>5</sup>

Obgleich man durch den selektiv ausgewählten Bildausschnitt entsprechend zur “Verdunkelung” des gezeigten Sachverhalts beiträgt, wird im Plakat expressis verbis darauf hingewiesen, dass es ausgeschlossen sei, den Maori jemals ganz “ver-

- 2 Die Flagge der heutigen Maori-Unabhängigkeitsbewegung konstituiert sich ebenso aus den drei genannten Farben.
- 3 Die Tätowierungen der Maori unterscheiden sich von jenen anderer polynesischer Völker nicht nur durch ihren kurvilinearen Stil, sondern insbesondere durch die Art des Einbringens der Tätowierfarbe in bzw. unter die Haut. Im Gegensatz zu Rest-Polynesien hat man die Farbe nämlich nicht nur in die Haut gestochen, sondern diese und das darunter liegende Fleisch zuerst mit dem *uhi*, einem dechselähnlichen Gerät, aufgebrochen, um den Farbstoff anschließend in die Wunden einzutragen (Schifko 2007: 561).
- 4 Der *haka*, von dem es viele Varianten gibt, ist ein traditioneller Tanz der Maori, bei dem unter ruckartigen Bewegungen oftmals mit den Füßen auf den Boden gestampft wird. Der von einem einschüchternden Sprechgesang begleitete, und mit wilden Grimassen ausgeführte Tanz ist heutzutage vor allem durch die neuseeländische Rugby-Nationalmannschaft, den “All Blacks”, weltbekannt geworden, die ihn am Anfang eines jeden Spiels aufführt (Gardiner 2001: 91–94). Ursprünglich wurde der *haka* zu unterschiedlichen Anlässen, wie z. B. bei einer Begrüßung von Gästen oder auch vor dem Auszug in eine Schlacht, aufgeführt.
- 5 Timoti Kāretu (1996: 30) vermerkt, dass im *haka* “Tane-rore” die Frage gestellt wird, was die Kennzeichen eines *haka* seien. Ein Teil der dort ebenfalls gegebenen Antwort besteht im Hinweis, dass die Augen ausdrucksstark sein sollen und die Zunge in ihrer ganzen Länge hervorgestreckt werden muss.

stehen“ zu können und den vollen Sinngehalt der hier präsentierten fremdkulturellen Manifestationen zu erfassen. Zum Teil wird sogar verschleiert, dass es sich hier überhaupt um ein in einen kulturellen Kontext eingebettetes Verhalten handelt. Anstatt den Sachverhalt zu erklären und konsequenter darauf hinzuweisen, dass das Erlernen von Fremdsprachen einen Brückenschlag zu anderen Kulturen bildet, wird suggeriert, das hier Dargestellte sei derart irrational,<sup>6</sup> dass es sich letztlich jedem noch so bemühten Verstehensversuch entziehe. In dieser, speziell auf den westlichen Konsumenten zugeschnittenen Werbebotschaft vermisst man aber nicht nur eine Erklärung des Gezeigten, sondern auch jeglichen kulturrelativistischen Ansatz. Mit der Feststellung, dass man manche Dinge “nie ganz verstehen” werde, ist nämlich keineswegs nur ein kognitives Erfassen gemeint, denn “nicht verstehen” nimmt hier unterschwellig auch die Bedeutung von “nicht gut-heißen” an. Wenn man im “Duden. Deutsches Universalwörterbuch” unter dem Begriff “verstehen” nachschlägt, steht dort unter Punkt 3b) folgendes: “(jmds. Verhaltensweise, Haltung, Reaktion, Gefühl von dessen Standpunkt gesehen) natürlich, konsequent, richtig [sic!], normal [sic!] finden” (Duden 2003: 1724). Von einer Sprachschule hätte man doch erwarten können, dass sie beim Werbeplakat mit dem bemalten und eine Grimasse schneidenden Maori sich der fluktuierenden – und in diesem Fall z. T. auch Ablehnung signalisierenden – Bedeutung von “nie ganz verstehen” bewusst sein sollte.

Meines Erachtens dürfte es insbesondere die in unserem Kulturkreis unbekanntere Gesichtstätowierung sein, die den Maori einerseits zwar sehr exotisch erscheinen lässt, andererseits beim Betrachter aber auch eine gewisse Ablehnung hervorrufen kann. Solch eine ambivalente Haltung war auch der Grund dafür, dass man bei der 1857–1859 durchgeführten Weltreise des österreichischen Forschungsschiffes *Novara* zwar sehr darauf bedacht war, möglichst reich tätowierte Maori mit nach Hause zu bringen (von Scherzer 1862: 137; Schiffko 2005: 187f.),<sup>7</sup> diese kulturelle Manifestation dann aber zum Teil sehr abschätzig kommentiert hat. So machte man sich z. B. in einer Zeitungs­karikatur (Abb. 2) über die Gesichtstätowierungen der Maori lustig, indem man sie mit Pockennarben verglich und dadurch mit einer Krankheit in Verbindung brachte.

Die westliche Instrumentalisierung von Maori-Tätowierungen wird heutzutage von den Indigenen

## Einem der Neuseeländer in Wien



begegnet einer hiesigen blatternarbigten Fleischselcherin und hält sie für eine tätowierte Landsmännin.

Abb. 2: Eine Karikatur aus der Zeitung *Der Telegraph* vom 25. September 1859 (aus Sauer 2002: 325).

Neuseelands aufgrund solch schlechter Erfahrungen mit zunehmendem Argwohn und Verärgerung betrachtet (Schifko 2009: 162f.). Dies war z. B. aus einer von Maori gestalteten Internetseite ersichtlich, in der mehrere Beispiele einer Vereinnahmung ihrer Tätowierungen präsentiert wurden.<sup>8</sup> Man hat dort unter anderem auch auf eine in Amerika gezeigte Werbung hingewiesen, in der für eine Reality-Sendung geworben wurde.<sup>9</sup> Diese Werbung zeigte einen Mann, dessen Gesicht zur Gänze tätowiert war, und daneben stand die Frage “Are you human?” (Schifko 2002: 78). Somit ist die bereits im *Inlingua*-Plakat angedeutete Andersartigkeit hier sogar zu einem grundsätzlichen Infragestellen der menschlichen Natur des Tätowierten gesteigert worden.

Im Gegensatz zur *Inlingua*-Sprachschule hat der multinationale Konzern Coca-Cola einen Weg aufgezeigt, wie man mit Maori-Tätowierungen konstruktiv Werbung betreiben kann und diese kulturelle Manifestation dabei sogar als verbindendes Element einsetzt. Auf einem Bild (Abb. 3) sieht man einen amerikanischen Soldaten, der einem Maori in entspannter Atmosphäre seinen auf der Brust tätowierten Adler zeigt. Der interessierte Maori weist ebenso eine ornamentale Tätowierung auf der Brust auf. Selbst wenn diese Werbung im ethnografischen Sinne nicht ganz korrekt ist,<sup>10</sup> ist sie viel sympathischer

6 Ein Bekannter von mir hat tatsächlich geglaubt, dass es sich hier um einen “verrückten Amerikaner” handle (Schifko 2002: 79).

7 Trotz dahingehender Bemühungen war nur einer der beiden mitreisenden Maori tätowiert.

8 Leider existiert diese Internetseite nicht mehr.

9 Es ist anzunehmen, dass auch diese Werbung in der Zwischenzeit nicht mehr existiert.

10 Die traditionellen Maori haben sich nämlich nur sehr selten die Brust tätowiert.

**Abb. 3:** Eine Werbung für Coca-Cola (aus Te Awekotuku 2007: 216).



als die Inlingua-Werbung, die unterschwellig auch anhand der Gesichtstätowierung ein herablassendes Bild von den Maori vermittelt und das Trennende vor das Verbindende stellt. Im englischen Sprachraum wird solch eine Distanz schaffende Betonung der Andersartigkeit sehr treffend als “othering” bezeichnet. Es versteht sich von selbst, dass in Neuseeland das Affichieren solch unsensibler, die Maori und ihre Kultur diskriminierenden, Werbungen nicht möglich wäre und vielleicht sogar eine Welle der Entrüstung hervorrufen würde.

Die Inlingua-Werbung dürfte für die Kultur- und Sozialanthropologie gleich in zweierlei Hinsicht eine Herausforderung darstellen. Im Gegensatz zu der im Plakat getätigten Aussage, dass man “manche Dinge [= kulturelle Manifestationen] nie ganz verstehen wird”, ist es doch geradezu die Hauptaufgabe der Ethnologie “das Fremde verständlich und verstehbar zu machen, zu ‘übersetzen’” (Fischer 1998b: 17) und somit “Dolmetscher zwischen der eigenen und den fremden Kulturen zu sein” (Schott 2002: 24). Ebenso sollten Vertreter dieses Faches auch gegen die dort zur Schau gestellte Instrumentalisierung und Vereinnahmung der Maori-Kultur Stellung nehmen, denn “globale Koexistenz funktioniert nur auf dem wechselseitigen Respekt vor den unterschiedlichen Sinngebungen, die man Dingen und Handlungen zuschreibt” (Feest 2008: 83).

Ich möchte mich bei Mag. Veronika Knoll, Dr. Thomas Schmuck, Mag. Walter Lechner und Mag. Thomas Schwaha für ihre Unterstützung beim Verfassen des Manuskripts bedanken. Ebenso danke ich Dr. Gerfried Mandl für eine Photographie.

### Zitierte Literatur

#### Cowan, James

1921 Maori Tattooing Survivals. Some Notes on Moko. *The Journal of Polynesian Society* 30/120: 241–245.

#### Duden

2003 Duden. Deutsches Universalwörterbuch. (Hrsg. von der Dudenredaktion.) Mannheim: Dudenverlag. [5., überarb. Aufl.]

#### Feest, Christian

2008 Museum für Völkerkunde neu. *Die Maske* 2: 82–84.

#### Fischer, Hans

1998a Protokolle, Plakate und Comics. Feldforschung und Schriftdokumente. Berlin: Dietrich Reimer Verlag.

1998b Was ist Ethnologie? In: H. Fischer (Hrsg.), *Ethnologie. Einführung und Überblick*; pp. 3–20. Berlin: Dietrich Reimer Verlag. [4., überarb. Aufl.]

#### Forster, Johann Georg A.

1967 Reise um die Welt. (Hrsg. von Gerhard Steiner.) Frankfurt: Insel-Verlag.

#### Gardiner, Wira

2001 Haka. A Living Tradition. Auckland: Hodder Moa Beckett.

**Kāretu, Timoti Sam**

1996 Haka! The Dance of a Noble People = Te tohu o te whe-nua rangatira. Auckland: Reed.

**Prenzel, Fritz, und Barbara Mullins**

1991 Neuseeland. Wien: Anton Schroll.

**Sauer, Georg**

2002 Der Aufenthalt zweier Maoris aus Neuseeland in Wien in den Jahren 1859–1860. Eine ethnohistorische Darstellung. Wien. [Unveröffentlichte Dissertation an der Universität Wien]

**Scherzer, Karl von**

1862 Reise der österreichischen Fregatte Novara um die Erde in den Jahren 1857, 1858, 1859 unter den Befehlen des Commodore B. von Wüllerstorff-Urbair. Bd. 3. Wien: K. Gerold's Sohn.

**Schifko, Georg**

2002 Maori-Rezeption und Imagologie. Eine Untersuchung zum Bild der Maori in Europa. Wien. [Unveröffentlichte Diplomarbeit an der Universität Wien]

2005 Das Moko im Spiegel von Jules Vernes Romanen. Ein Beitrag zur ethnographischen Rezeption und Imagologie der Maori in der Literatur. *Mitteilungen der Anthropologischen Gesellschaft in Wien* 134/135: 177–190.

2007 Anmerkungen zur Vereinnahmung von Maori-Tätowierungen in einem europäischen Spielfilm. Eine ethnologische Kritik. *Anthropos* 102: 561–565.

2009 Überlegungen zur Verwendung einer tätowierten Maori-Spirale als Institutslogo. *Anthropos* 104: 161–165.

**Schott, Rüdiger**

2002 Mein Weg zur und in der Ethnologie. *Paideuma* 48: 7–31.

**Te Awakotuku, Ngahuia**

2007 Mau Moko. The World of Māori Tattoo. Rosedale: Penguin Viking.

**Te Hiroa, Rangi** [Peter Henry Buck]

1962 The Coming of the Maori. Wellington: Maori Purposes Fund Board; Whitcombe and Tombs.

## Sorcery, Witchcraft, and Christianity in Papua New Guinea

### A Review Essay

Hans Reithofer

Media reports on sorcery and witchcraft accusations leading up to witch-hunts, torture and brutal killings appear with increasing regularity in Papua New Guinea's (PNG) newspapers. While the dearth of reliable data makes it debatable whether this reflects an actual increase in sorcery-related killings as compared to earlier times, editorials and public responses illustrate that the phenomenon has caught

the attention of the general public and become a national issue of grave concern, a challenge to legislators, the police and judiciary, the churches and civil/human rights organizations. In a timely response to this challenge, the ecumenical Melanesian Institute (MI) has carried out a five year research project into sorcery and witchcraft beliefs and practices in PNG from 2003 to 2007, the results of which have been published in the two volumes that are the subject of this review (and referred to by indicating the respective year of publication).<sup>1</sup>

The project had a social science objective – research into contemporary sorcery/witchcraft beliefs and practices, the underlying causes for their apparent upsurge and their consequences for individuals and communities – but also an applied missiological and pastoral one, as it inquired about the counteracting strategies of various churches in past and present and aimed to offer some suggestions on “how to face this evil phenomenon” (2008: 6). The findings urge the publishers to call for a more united effort “to put an end to sorcery and witchcraft beliefs and practices as well as the violence related to them” (2008: back cover). The methodology comprised a review of the pertinent literature from a wide range of sources and field research in six provinces in order to arrive at a somewhat representative picture of the national situation. The provinces and field research sites, selected on the basis of criteria such as long-established ethnographic record and lengthy presence of Christian churches, were the following: Simbu (Kuman, Golin and Siane speakers), East Sepik (Plains and Mountain Arapesh, among others), Morobe (Kote/Kate speakers), Central (Roro and Mekeo), Milne Bay (Goodenough Island), and East New Britain (Tolai). Field research methods focused on personal and group interviews, complemented in some instances by questionnaires and workshops. The Institute also organized the “Sanguma in Paradise” Seminar in 2004, in which representatives of the civil administration, the churches, police, and judiciary discussed the highly precarious situation in Simbu, the province with by far the most incidents of witchcraft accusations and attendant killings. The research team consisted of two longtime resident expatriate missionaries with sociological and anthropological expertise (Franco Zocca, Philip Gibbs) and four national researchers

1 Zocca, Franco, and Jack Urame: Sorcery, Witchcraft, and Christianity in Melanesia. Goroka: Melanesian Institute, 2008. 188 pp. ISBN: 9980-65-011-7. (Melanesian Mission Studies, 5); Zocca, Franco (ed.): Sanguma in Paradise. Sorcery, Witchcraft, and Christianity in Papua New Guinea. Goroka: Melanesian Institute, 2009. 359 pp. ISBN: 9980-65-013-3. (Point, 33)