

Ein Muss für die Bibliothek jedes Amerikanisten, bietet dieses Übersichtswerk (wie die "Handbook"-Serie insgesamt) für Wissenschaftler, Studierende und interessierte Laien eine unschätzbare Fundgrube an Informationen und weiterführender Literatur zur Ethnologie des amerikanischen Südostens. Auch wenn der vorliegende Band – wie die Herausgeber in ihrer Einleitung betonen – angesichts intensiver Forschungstätigkeit und der Vitalität der modernen indigenen Gemeinschaften in der Region nicht das letzte Wort zum Thema darstellt, wird er doch zweifellos auf Jahre hinaus ein beispielloses Standard- und Nachschlagewerk bleiben.

Sylvia S. Kasprzycki

Foster, Robert J.: *Materializing the Nation. Commodities, Consumption, and Media in Papua New Guinea.* Bloomington: Indiana University Press, 2002. 202 pp. ISBN 0-253-21549-8. Price: £ 19.95

Gibt es nationale Fleischkonserven? Ist jemand, der statt Betelnuss Kaugummi kaut, ein besserer Bürger? Lassen sich weltweit verbreitete Softdrinks wie Coca-Cola zu Emblemen einer bestimmten Nation hochstilisieren? Alles ist möglich im "Land of the Unexpected" (Papua New Guinea, PNG), werden manche vermuten; aber beileibe nicht nur "dort", behauptet Robert J. Foster, dessen Interesse am Thema Nation in PNG schon weiter zurückreicht und nicht mehr ganz unbekannt sein dürfte (z. B. *Nation Making. Emergent Identities in Post-colonial Melanesia.* Ann Arbor 1995). In seinem handlichen Buch "Materializing the Nation" geht er auf die Suche nach den alltäglichen, ja banalen Prozessen, durch die nationale Gemeinschaften entworfen, gefestigt oder auch geschwächt und verworfen werden. Der Aufbau einer Nation (*nation making*) vollzieht sich für Foster nicht nur über staatlich organisierte Programme (von denen es im vergleichsweise "schwachen" Pazifikstaat PNG nur wenige gibt), sondern auch über so profane Dinge wie die Wahl einer bestimmten Tabaksorte und den alltäglichen Umgang mit Zeitung, Radio und Fernsehen. Der analytische Blick auf scheinbar Triviales deckt vielfache Querverbindungen zwischen Nationalismus, Konsumpraktiken und Medien auf und zeigt, wie stark die "Nation" als Modell und Deutungsrahmen im alltäglichen Leben vieler Menschen präsent ist – selbst im ethnisch überaus fragmentierten PNG und im Zeitalter intensiver Globalisierung.

Das Buch ist eine Sammlung sieben verschiedener Aufsätze, die Foster zwischen 1991 und 2000 geschrieben und auf ebenso viele Kapitel aufgeteilt hat. Fünf der Aufsätze waren schon einmal veröffentlicht, in Zeitschriften (drei) und Sammelbänden (zwei). Das Buch erscheint dennoch wie aus einem Guss, ist übersichtlich in drei Teile gegliedert und mit einer allgemeinen Einführung versehen, in der Foster an wichtige Studien zu Nation und Nationalismen anknüpft und damit seine eigenen Untersuchungen aus PNG in einen größeren Forschungs- und Theorienzusammenhang stellt.

Im ersten Teil ("State-Sponsored Nation Making") untersucht Foster zunächst "staatliche" Programme zum

Aufbau der Nation. Er analysiert darin u. a. die moralische Erziehung zu modernen Staatsbürgern im Rahmen der jährlich abgehaltenen "National Law Week" (Kap. 1) und die Versuche des 1975 unabhängig gewordenen Staates, über das Medium der Landeswährung eine nationale Gemeinschaft zu bilden (Kap. 2). Was in diesen Beispielen deutlich wird ist nicht nur der schwierige Brückenschlag zwischen Tradition und Moderne, der etwa im Design der Banknoten und Münzen ausdrücklich angestrebt wurde, sondern auch die Tatsache, dass der staatliche Entwurf einer nationalen Gemeinschaft immer auch der scharfen Konkurrenz einer Fülle von Gegenentwürfen auf lokaler und regionaler Ebene ausgesetzt ist und diese Entwürfe einander durchdringen und transformieren.

Im zweiten Teil ("Commercial Nation Making") entfaltet Foster das zentrale Thema seines Buches: die Rolle kommerzieller Medien und des Marketings von Konsumgütern für die Entwicklung eines Nationalbewusstseins. Foster richtet sein Augenmerk insbesondere auf Werbungen in den Printmedien sowie in Radio- und TV-Sendungen des Landes, einem bislang eher vernachlässigten Feld ethnographischer Analyse in PNG. Dabei beschränkt er sich methodisch gesehen weitestgehend auf eine textuelle Analyse der Werbung und lässt den wichtigen Aspekt ihrer Rezeption unberücksichtigt – ein Desiderat weiterer Forschungen, wie er weiß. Seine Untersuchungen, in drei Kapiteln ausgebreitet, werfen Licht auf das geradezu symbiotische Verhältnis zwischen kapitalistischer Produkt- und Konsumentenwerbung und dem (alltäglich-banal) Aufbau einer Nation, die im Grunde als Konsumgemeinschaft gefasst wird. In einer durchweg differenzierten Argumentation spricht Foster dabei verschiedene spannende Problemereiche an, wie etwa das dem nationalen und kapitalistischen Projekt zugrunde liegende Konzept von individualisierten, autonomen Personen, dem das melanesische Verständnis eines "dividualen" oder relationalen Selbst entgegensteht; damit hängen auch unterschiedliche Auffassungen von Körper und Objekten zusammen. Foster konstatiert hier, soweit ihm Daten über die Rezeption vorliegen, ein komplexes, synkretistisches Durchdringen der verschiedenen Konzeptionen.

Des Weiteren macht Foster deutlich, dass kapitalistische Produktwerbung auch das Zeug hat, ein nationales Zusammengehörigkeitsgefühl zu schwächen, weil es gleichzeitig *subnationale* und *supranationale* Konsumgemeinschaften bilden kann, also konkurrierende Gemeinschaften innerhalb und jenseits der nationalen Grenzen. Durch Werbung und Konsum aufgebaute nationale Gemeinschaften sind deshalb instabil, was für Foster aber nicht heißt, dass sie nur ein diffuses Nationalitätsbewusstsein und nicht auch einen Nationalismus hervorbringen können. Foster denkt hier etwa an die nationalen Proteste gegen eine vom Staat PNG angeheuerte südafrikanische Söldnertruppe (im Kontext des Bürgerkriegs auf Bougainville), ein Beispiel von mehreren, die einen weiteren Punkt illustrieren: Die Nation formiert sich in PNG nicht selten auch gegen den Staat.

Im dritten Teil ("Nation Making in This Era of Globalization") stellt Foster die Nationalisierung ausdrücklich in Beziehung zur Globalisierung, die andere Modelle kollektiver Identitäten jenseits der lokalen und nationalen bereitstellt – kosmopolitische. Foster diskutiert hier u. a. das Beispiel einer marginalen Ethnie (Urapmin), die ihr millenaristisches Christentum als einen kosmopolitischen Gegenentwurf zum Nationalismus versteht, für die Teilnahme an dieser weltumspannenden Gemeinschaft aber den hohen Preis der Selbsterniedrigung zahlt. Im abschließenden Kapitel zeigt Foster anhand der Marketing- und Werbestrategien des Softdrink-Konzerns Coca-Cola in PNG, wie globale Produkte zur Konstruktion nationaler Identitäten benützt werden können und die Bedeutung dieser Produkte ständig neu verhandelt wird zwischen Konzernleuten einerseits und Konsumenten andererseits. Der Artikel wird abgeschlossen durch kurze Überlegungen allgemeinerer Art über die Herausforderungen ethnologischer Feldforschung im Zeitalter der Globalisierung, wobei Foster für ethnologische Teamarbeit und das Zurücklassen des Images heldenhafter Selbstgenügsamkeit plädiert.

Fosters Buch belegt eindrücklich die bleibende Attraktivität des Modells "Nation" und zugleich die ungeheure Vielfalt an Aneignungen und Transformationen dieses Modells, ohne damit einer naiven lokalen Kreativität das Wort zu reden oder konkurrierende Modelle kollektiver Identitäten aus dem Blick zu verlieren. Durch den Fokus auf alltäglich-banale Prozesse von *nation making* ist es auch eine methodische und theoretische Bereicherung für die Erforschung von Nationalisierungen und Nationalismen, gerade auch – aber nicht nur – in schwachen Staaten. Das Buch zeigt auch den dringenden Bedarf an weitergehenden Untersuchungen auf: Inwieweit und in welcher Weise wird die so elegant analysierte nationale Rhetorik kommerzieller Produktwerbung von den Konsumenten des Landes tatsächlich rezipiert – und nicht nur im urbanen Umfeld? Darüber kann Foster leider sehr wenig sagen.

Fosters Buch hat sich, dank der in sich abgeschlossenen Kapitel und der anschaulichen Fallstudien, im Übrigen auch im akademischen Lehrbetrieb bestens bewährt. Abschließend sollte vielleicht darauf hingewiesen werden, dass die eingangs angedeutete nationale Kampagne "Kaugummi statt Betelnuss" für zeitgemäßeres Bürgertum eher erfolglos blieb.

Hans Reithofer

Fuentes Guerra, Jesús, y Armin Schwegler: *Lengua y ritos del Palo Monte Mayombe. Dioses cubanos y sus fuentes africanas.* Frankfurt: Vervuert; Madrid: Iberoamericana, 2005. 258 pp. ISBN 3-86527-153-7; ISBN 84-8489-143-7. Preis: € 24,00

Afrokubanische Religionen erfreuen sich seit einigen Jahren zunehmender Aufmerksamkeit. Waren in Deutschland vor 10 Jahren gerade mal zwei Arbeiten dazu verfasst, so laufen derzeit mehrere Forschungsprojekte an deutschen Universitäten. Die meisten Wissenschaftler (nicht nur in Deutschland) beschäftigen sich mit der Santería genannten Religion, die heute allerdings

eher unter dem Namen Regla de Ocha oder Lucumi-Religion bekannt ist, d. h. mit der Religion, die sich überwiegend auf Yoruba-Traditionen zurückführen lässt. Aber so wie auch in Brasilien derzeit ein Umschwung von der Erforschung von Yoruba-Traditionen hin zur Forschung über Angola-Traditionen zu verzeichnen ist, so lässt sich die gleiche Tendenz auch in Kuba feststellen, wenngleich noch in den Anfängen. Die vorliegende Publikation über die Regla de Palo Monte wird diese Entwicklung unterstützen, liegt doch mit diesem Werk endlich eine solide Monographie zur Palo Monte Mayombe Religion vor.

Bei Palo Monte handelt es sich um eine Religion, die nach ihren Anhängern auf sogenannte Bantu-Traditionen zurückgeht. Kuba-Spezialisten ist sie noch immer vor allem durch die etwas veraltete Arbeit von Lydia Cabrera bekannt, wenngleich sich Robert Farris Thompson auch bereits seit einigen Jahren den Kongo-Einflüssen in afroamerikanischen Kulturen widmet (allerdings nicht schwerpunktmäßig in Kuba). Die Autoren des vorliegenden Werkes gehen nun den Kikongo-Spuren in der Nomenklatura der Religion nach, d. h. sie untersuchen die etymologische Herkunft ritueller Begriffe im Palo Monte. Ihre These ist, dass die Palo Monte Tradition Produkt einer direkten Übertragung aus Afrika ist und von versklavten Bakongo (aus der Region der heutigen Staaten Kongo und Angola) nach Kuba gebracht und bewahrt wurde. D. h. sie widersprechen Thesen einer Vermischung verschiedener sprachlicher Einflüsse aus der Subsahara (132) oder gar der These eines haitianischen Einflusses (92). Desgleichen weisen sie Einflüsse aus anderen afrokubanischen Traditionen zurück und schreiben nachdrücklich, dass es abgesehen von Kikongo keine anderen afrikanischen Einflüsse in Palo Monte gibt (133).

Es handelt sich bei dem vorliegenden Buch nicht um eine religionsethnologische Arbeit, sondern vielmehr um eine soziolinguistische Studie, was nicht nur am Inhalt, sondern auch an einigen methodologischen Aspekten deutlich erkennbar ist. Beispielsweise stellen die Autoren ihren Forschungskontext erst ab der Seite 89 vor. Jesús Fuentes Guerra und Armin Schwegler sind beide Linguisten, Fuentes Guerra hat bereits einige Bücher zu Palo Monte in Kuba veröffentlicht und Schwegler, Linguistik-Professor in Irvine an der Universität von Kalifornien, ist ein bekannter Spezialist für Kreolsprachen mit Studien zu Costa Rica, Kolumbien und nun seit etwa fünf Jahren in Kuba. Im Vordergrund der Abhandlung stehen daher auch nicht eine Beschreibung der religiösen Inhalte von Palo Monte oder eine Analyse, was die Rituale den Gläubigen bedeuten. Vielmehr wird minutiös die rituelle Sprache analysiert und den linguistischen Ursprüngen von Götternamen und anderen religiösen Begriffen nachgegangen. Da Palo Monte, im Unterschied zur Santería, kaum über Texte verfügt (91), sondern allein mündlich tradiert wird, ist eine Analyse der Sprache überaus wertvoll. Das Buch stellt damit wichtiges Material für weitere ethnologische Forschungen zur Verfügung. Vor allem die Wort-für-Wort-Analyse ritueller Dialoge und Lieder beinhaltet wertvolle