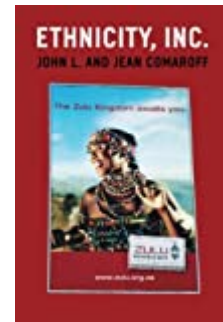


John L. Comaroff, Jean Comaroff. *Ethnicity, Inc.* Chicago: University of Chicago Press, 2009. 236 S. \$52.00 (cloth), ISBN 978-0-226-11471-2; \$19.00 (paper), ISBN 978-0-226-11472-9.



Reviewed by Regina Bendix

Published on H-Soz-u-Kult (April, 2010)

J. Comaroff u.a.: *Ethnicity, Inc.*

Vielleicht begann dieses Buch im Umschlagen einer wachsenden Irritation mit der Inwertsetzung von Kultur all Überall in die Gewissheit, dass dieses Phänomen sowohl der empirischen wie der theoretischen Zuwendung bedarf. Zumindest lesen sich manche ironisch bis scharf gehaltenen Beobachtungen, als ob es dieses weltweit zu den renommiertesten Fachvertretern gehörende Paar streckenweise Überwindung gekostet hat, diesen Komplex wissenschaftlich zu konfrontieren, obwohl diverse frühere Publikationen bereits eine Auseinandersetzung mit der kapitalistischen Transformation kultureller Systeme aufweisen. Dass John L. und Jean Comaroff sich dieser Aufgabe dann mit einer kompromisslosen Vehemenz stellen, macht das Buch zu einer Muss-Lektüre für alle, die sich mit Fragen der Verwirtschaftlichung und Verrechtlichung kultureller Identitäten, kulturellen Erbes und damit letztlich kulturellen Eigentums befassen.

Die Comaroffs promovierten an der London School of Economics und haben seit den späten 1970er-Jahren eine jeweils eigene Professur in *Anthropology and Social Sciences* an der University of Chicago in-

ne. John Comaroff ist zusätzlich Forschungsprofessor an der American Bar Association. Ihre Arbeiten haben sich sowohl aus ethnographischer wie historischer und vergleichender Perspektive mit Kolonialismus und Postkolonialität, Neoliberalismus, Politik und Recht sowie sozialwissenschaftlicher Theorie auseinandergesetzt. Sie bezeichnen *Ethnicity, Inc.* („Ethnizität AG“) als einen Essay, intendiert als „Provokation, als ein Stück ungewöhnlicher Sozialanthropologie“ (S. 151). Wie die Autoren selbst konstatieren, wartet dieses Buch mit Erkenntnissen auf, die gerade für Sozialanthropolog/innen unbequem bleiben: vielleicht ist die Vermarktung ethnischer Identität seitens der Teilnehmer selbst eine logische, keine verwerfliche Konsequenz spätmoderner Selbstbehauptung des „globalen Südens“ vis-à-vis des „globalen Nordens“ (S. 139ff.).

„Fragen der Theorie“ heißt das dritte Kapitel, das neben dem Schlusskapitel am schwersten wiegt und in die Aspekte geleitet, die die Comaroffs als wesentlichste theoretische Anliegen betrachten, unter welchen diese Phänomene betrachtet werden sollten. Dieses Kapitel endet wie folgt: „Project the cultural subject on-

to the terrains of the market and the law, add the reduction of culture to (naturally copyrighted) intellectual property, mix it with the displacement of the politics of difference into the domain of jurisprudence, and what is the result? It is, to close the circle that we opened at the beginning, *Ethnicity, Inc.* (S. 59). Um zu dieser pointierten Aussage zu gelangen, bewegen sich die Autoren schrittweise vorwärts, beginnend mit einer kritischen Reflexion zur Kommodifikation von Kultur von der Frankfurter Schule bis zu Fragen des *intangible cultural property regimes*. Die Veräußerbarkeit von Kultur verbindet sich mit der Möglichkeit des *ethno-preneurship*, in welchem der Künstler zugleich Produzent und Arbeitskraft ist und somit auch ein Maß an Befreiung konstatiert werden könnte (S. 51f.). Angesichts der Position vieler indigener Gruppen – ohne eigenes Territorium, ohne eigene Staatshoheit, ohne wirtschaftliches Kapital – bedarf das Erreichen ethnowirtschaftlicher Ziele der juristischen Kundigkeit. Hier lassen sich die Autoren hinreißen zu fast scharf formuliertem Erstaunen über den Anstieg gesellschaftsregulierender Prozesse über das Gesetz. *Homo juralis* wird als allgegenwärtige Spezies heraufbeschworen, die mittels *lawfare* zu erreichen versucht, was außergerichtlich, gesellschaftspolitisch nicht denkbar wäre. Diese Dynamik, hier kann man nur zustimmen, ist sozialtheoretisch zu durchdenken und mit spätmodernen und postkolonialen Gesellschaftsmodellen in Verbindung zu bringen; Ethno-Unternehmen bieten hierfür einen geeigneten Ausgangspunkt.

Das vierte Kapitel stellt sieben Prinzipien der Kommodifikation von Abstammung vor. In dem Bemühen, Prinzipienhaftigkeit innerhalb in vieler Hinsicht scheinbar unendlicher Entwicklungen herauszuarbeiten, erinnert der Aufbau an Barbara Kirshenblatt Gimblett's fünf Thesen zu *Heritage* von 1993. Sie ist, trotz der Nähe an theoretisch verwandten Arbeiten aus diesem Bereich, eine der ganz wenigen *Heritage*-Theoretiker/innen, die, wenn auch nur marginal, herangezogen werden. Was die Comaroffs unterscheidet von den hauptsächlichlichen Argumentationslinien in der Kulturerbe Diskussion ist die Schwerpunktsetzung auf die juristischen Weichenstellungen, die die kommerziellen Phänomene überhaupt erst legitimieren. Das Kapitel nutzt Fallbeispiele von *Native North American* Gruppen: Etwa deren Weg als Gruppen Landrechte geltend zu machen, die gewonnene territoriale Souveränität beispielsweise zur Errichtung von Casinos zu nutzen, um dann bisweilen parallel zum ökonomischen Aufschwung auch eine kulturelle Revitalisierung anzu-

streben. Das Kapitel ist vielschichtig recherchiert aus Gerichtsakten, stammeseigenen und Mainstream Medien sowie Sekundärliteratur. Während die ersten sechs Prinzipien die Wieder-Entdeckung von Abstammung im Sinne beweisbarer Blutlinien beschreiben, die Möglichkeiten für eine Ökonomisierung auf der Basis von erkämpften Rechten und die Formation ethnisch basierter Kooperationen eröffnen, steht das siebte Prinzip diametral dazu: hier beginnt der wirtschaftlich grundierte Gruppenfindungsprozess mit dem geistigen Eigentum. Zitiert wird hier der Fall des Zia Pueblos, bereits von Michael Brown in seinem *Who owns native culture* (Cambridge, 2003) exemplarisch vorgestellt: Die Zia erhoben erfolgreich Klage gegen den Bundesstaat New Mexico, weil dieser ihr Sonnendesign auf der Flagge nutzte, und bauten von hier aus weitere monetäre Ansprüche auf die Fremdnutzung ihres *cultural property* aus. Das fünfte Kapitel nutzt sodann diese Unterscheidung – Inkorporierung über biologisch legitimierte Gruppenzugehörigkeit oder Inkorporierung über die Vermarktung ausgewählter kultureller Elemente der eigenen Kultur als *cultural property* – um weitere Beispiele zu deuten. Hier wird etwa die erfolgreiche Rückgewinnung von Pharmapatenten seitens der südafrikanischen San für die Nutzung ihres Wissens um die *hoodia* Pflanze geschildert. Bei ihnen erwachsen über dieses Stück geistigen Eigentums Bestrebungen der kulturellen Rückbesinnung wodurch ein Weg in Richtung einer im Tourismus darstellbaren *Ethnicity, Inc.* beschreibbar wurde.

Das Buch ist außergewöhnlich und ausgezeichnet, nicht zuletzt weil es auch Irritationen zurückklappt. Kultur- und Sozialwissenschaftler/innen, die außerhalb der USA tätig sind, dürften bei manchen Passagen dieses Essays denken, dass man noch weit weg ist von einer internationalisierten *scientific community*. Beim Vorwurf der mangelnden Internationalisierung kann man sich zwar in Europa oft selbst an die Nase fassen, doch gerade Fragestellungen zur Kommodifizierung und Instrumentalisierung von Kultur werden meist unter Einbezug von Fachdiskursen über den eigenen Sprachraum hinaus behandelt – sei dies im *Heritage* Bereich oder auch etwa in der älteren Forschung zu Kulturnationalismen, die wenn einmal erfolgreich oder gesättigt sehr gern in Kommerz umschlagen. Selbst das von den Comaroffs eingangs genutzte „Scotland, the Brand“ deutet darauf hin. Wenn etwa moniert wird, dass es trotz einiger weniger Stimmen bis in die Gegenwart gedauert habe, bis die Vermarktung von kultureller Identität kulturwissenschaftlich ernst genommen worden sei (S. 5).

22f.), so würde man sich wünschen, dass die immerhin in Exzerpten auch ins Englische übersetzten deutschen Arbeiten zur Instrumentalisierung von Kultur rezipiert worden wären.

Was bei aller theoretischen Brillanz nur ganz am Rande notiert wird, ist die Rolle sozialanthropologischen Forschens und dem daraus gesellschaftlich wiederum inkorporierten Wissenstransfer von Begrifflichkeiten und Abstraktionen, die der Inwertsetzung von kulturellen Exzerpten oder auch ganzer kultureller Identitäten Vor-schub leisten (S.  61). Um diese Dynamik deutlich zu benennen und selbst in Grundlagenwerke empirischer Kulturwissenschaft einzubeziehen, wie dies etwa Hermann Bausinger seit 1965 tut, bedarf es vielleicht einer seit gut vierzig Jahren mit Vergangenheitsbewältigung befassten wissenschaftshistorischen Aufarbeitung und wissenschaftlichen Selbstreflexion, die anders als die anglo-amerikanische *Writing Culture* Bewegung über Fragen der Legitimation ethnographischer Repräsentation hinausgehend stets die Folgen solcher Repräsentation im gesellschaftspolitischen Konnex im Blick behalten muss.

Comaroff und Comaroff wenden sich primär an eine sozialanthropologische Leserschaft und das Provozierende des Werkes stammt auch daher, dass die juristisch-ökonomische Versatilit t indigener Gruppierungen einen Affront darstellt angesichts einer Fachidentität, die sich zwar Globalisierungs- und Transkulturalit tsdynamiken längst gestellt hat, die aber, im Sinne des auch mehrmals zitierten *Cultural Survival Quarterly* sich latent immer noch als ein Schutzwall oder ein Sprachrohr für Indigenit t und deren Rechte versteht. Eine Disziplin, die genau wie andere empirisch angelegte Kulturwissenschaften seit Jahrzehnten das identitätsstiftende Element von Kultur belegt und von politischer ebenso wie wirtschaftlicher Vereinnahmung zu sch tzen sucht, wird hier mit dem Entgleiten dieser F rsprecherrolle konfrontiert. Nur, und hierfür legen die in *Ethnicity, Inc.* verarbeiteten Daten in einschneiden-

der Weise Zeugnis ab: das ethnographische ebenso wie das kulturtheoretische Geschäft bleibt auch in einer zunehmend der *lawfare* statt der *warfare* zugewandten Welt erhalten, und wenn die erstere die Reduktion der letzteren bedeutet, so ist dem auch Positives abzugewinnen.

Eine letzte Frage richtet sich an den Titel des Werks: Warum wird als vereinendes Dach der Begriff *Ethnizität* verwendet und nicht die im innersten Kern berührte Frage der * Identity, cultural or otherwise, Inc.* mitthematisiert? Die vorgelegte Definition von *Ethnizität* (S.  38-9)  berzeugt zwar in ihrer Prozesshaftigkeit, liegt dennoch nahe an *kultureller Identität* und wird von letzterer eigentlich nur durch die beobachteten Praxen innerhalb des untersuchten Phänomens, welches dann zu der statischeren *Ethnicity, Inc.* f hrt, differenziert: eine sich als AG neukonzipierende kulturelle Gruppe kann * Blut *, heißt genetischer Daten, nutzen, um den Ein- bzw. Ausschluss aus einer die eigene ethnische Identität bewirtschaftenden Gruppe zu bestimmen. Nicht alle verarbeiteten Beispiele sind jedoch ethnisch konnotiert, und angesichts der F lle von semantisch mit ethnisch nicht deckungsgleichen Adjektiven, die von *tribal*  ber *indigen* bis *aboriginal* reichen, und unter welchen ethnisch entsprechend nur eine von vielen Möglichkeiten der emisch-relevanten Identifizierung darstellt, ließe sich sehr wohl argumentieren, dass Comaroff und Comaroff eine von verschiedenen Modalitäten der Inwertsetzung von Identität durchleuchten. Das Faszinosum der *corporate ethnicity* besteht vielleicht gerade darin, dass den spätmodernen, hyperindividualisierten Abkömmlingen einstiger Kolonialmächte marktt chtige kollektive Identitäten entgegenstehen, die alle rechtlichen Wege erkunden, um sich, wenn nicht *Souveränität*, so zumindest * Futures * im doppelten Sinne des Wortes zu erkaufen. Zumindest aus einer Vogelperspektive zeichnet sich hier, bei aller Ambiguität und Ungewissheit (vgl. S.  52), eine gewisse Hoffnung auf Ausgleich ab.

If there is additional discussion of this review, you may access it through the network, at:

<http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/>

Citation: Regina Bendix. Review of Comaroff, John L.; Jean Comaroff, *Ethnicity, Inc.* H-Soz-u-Kult, H-Net Reviews. April, 2010.

URL: <http://www.h-net.org/reviews/showrev.php?id=30196>

Copyright   2010 by H-Net, Clío-online, and the author, all rights reserved. This work may be copied and redistributed for non-commercial, educational purposes, if permission is granted by the author and usage right holders. For

permission please contact H-SOZ-U-KULT@H-NET.MSU.EDU.