

客家研究 第五卷第二期  
2012年12月 頁225-228

## 書評

# 族群還重要嗎？

莊雅仲

國立交通大學人文社會學系

J. L. Comaroff & J. Comaroff. *Ethnicity, Inc.* Chicago: University of Chicago Press. 2009.

Comaroff夫婦這本《族群股份有限公司》處理了他們的千禧年資本主義理論的一個延長戰線。對Comaroff夫婦來說，千禧年資本主義作為資本主義2.0版不只是時代變化的問題，而且還是做為某種彌賽亞救贖形式的資本主義的到來。這不只影響歷史與文化的存在形式，也影響我們如何看待和理論化這些形式。在〈千禧年資本主義〉一文（*Public Culture* 12 (2), 2000），Comaroff夫婦檢討舊的魅力形式如國族主義在新千年的延伸變化，而且檢視新的魔力形式如何在國族裂縫中升起，並滲透轉進，成為國族主義的最新助力，但同時也是國家權力最頭痛的課題。

〈千禧年資本主義〉一文沒有直接討論族群問題，但的確提到了所謂神秘經濟，以探討所謂的新認同工業。在《族群股份有限公司》一書，Comaroff夫婦給予「族群」直接的關注，將這個影響深遠卻難以捉摸的概念放在一個新千年理論變革的脈絡中來加以理解。觀察到突然到處都是的族群文化產業與經濟，Comaroff夫婦針對了文化商品化、族群本體論以及新的國族主體等議題提出們的理論觀察。對Comaroff夫婦來說，新千年的時代形成提供了檢討人類學文化概念的

時機，Comaroff夫婦針對這個新消費時代進行批判性閱讀，呼籲人類學必須重新檢視商業與文化合而為一的課題，反省過去對文化真實性或所謂氛圍（aura）的堅持，並給予新的文化產業更多的關注。透過新的文化財產和專利智財權觀念的市場化，這些新的產業形式，提供了原本居於弱勢的群體許多新機會。

Comaroff夫婦指出，這個新文化經濟形式也促使我們重新理解族群和國族的最新轉化。試圖超越過去原初論和建構論的爭辯泥淖，Comaroff夫婦說文化公司化和商品化過程巧妙連結了生物本質論與自我創造的說詞，使得族群的基因論與創生論合而為一。這個新經濟也正在將國族轉變成揉合文化、政治與法律過程的異質主體建構，在這個過程中，民族國家的公民理論正在消退其主體建構的影響力，代之而起的則是不同的族群、語言和宗教連帶。尤其值得注意的是，族群更一躍成為最受矚目的人群連結原則，Comaroff夫婦這麼認為。

這個新時代的族群連結的結果正是Comaroff夫婦所謂的族群有限公司。透過現代形式的法律與市場建構，族群有限公司形成了最新的認同經濟的形式，文化的差異政治被轉化成法律概念下的智慧財產權問題。針對這個文化商品化的問題，Comaroff夫婦在本書裡特別比較了美國和南非的方式，他們認為美國原住民族的「賭場資本主義」帶來的爭議必須要從七個面向來加以考慮，前面六個面向包括歸屬、商業創造族群、資本、文化差異、主權和土地。對Comaroff夫婦來說，第七個面向所指涉的一個辯證過程更是族群有限公司的關鍵力量所在，亦即文化的商品化必須和認同的公司化加以區分，但彼此又保持互動關係。美國案例說明了除了賭場經濟外，原住民族的經濟活動也可以透過文化產品的專利申請來開始運作，然後才加以公司化的持續經緯。Comaroff夫婦更提出了南非的兩個族群案例（San與Bafokeng），他們的族群公司雖起自文化的商品化和認同的公司化的兩個不同方向，但過程中刻意讓文化和經濟相遇，因而保證了族群經濟的開放性的活力。

Comaroff夫婦對美國原住民賭場經濟的討論引來批評，但是他們區分文化的商品化和認同的公司化的做法的確提供了我們了解文化經濟的一條可行之路。Comaroff夫婦指出他們並不想讚揚或貶抑族群有限公司，只想說明與理解認同的公司化和文化的商品化的交互辯證，可以提供我們思考新自由主義經濟底下的族群出路：這不是一條平順之路，路程充滿了血淚和矛盾，但似乎是新消費世界裡不得不走的一條路，雖然結果仍然有待進一步觀察。

莊雅仲

國立交通大學人文社會學系

30272 新竹縣竹北市六家五路一段一號

ycc622@gmail.com