

PLASTIK UND ROSEN

Ethnische Minderheiten und Moderne in Yunnan, China

Seraina Hürlemann

Schlagwörter: *Ethnische Minderheiten, Yunnan China, Ortsschaffung, Identität, Tourismus*

Keywords: *ethnic minorities, Yunnan China, place making, identity, tourism*

Frühling 2017: Es ist ein strahlend schöner Tag und wir fahren entlang der neuen Ringstrasse nahe der Uferlinie des Lashi Sees. Hingerissen von der malerischen Landschaft schaue ich aus dem Fenster, wir sind umgeben von Feldern, weiter hinten folgt Sumpfgebiet, und in der Ferne ist die blau schimmernde Oberfläche des Sees zu erkennen. Dazwischen tauchen immer wieder kleine Dörfer auf, eingebettet am Fusse der dicht bewaldeten Hügel. Im Norden kann man von einigen Stellen aus sogar einen Blick auf die leuchtend weissen, vergletscherten Gipfel des Jadedrachen-Berges erhaschen. Die Idylle scheint perfekt. Dank der neuen Umfahrungsstrasse funktioniert der Verkehr nun einwandfrei, da sich die grossen Tourismusbusse nicht mehr durch die engen Gassen der Dörfer zwingen müssen. Hier und da überholen wir eine Gruppe von Tourist:innen, die auf den kleinen stämmigen Pferden reiten und von einem lokalen Guide geführt werden. Auch sehen wir mit bunten Fahnen und Blumen geschmückte Eingangsporten, die zu den unzähligen Besuchszentren führen. Dort warten die Guides mit ihren Pferden auf Kundschaft. Die Pferdetouren folgen den schmalen Pfaden, auf welchen man zwischen den Feldern und üppigen Gärten hinauf in die Wälder und Hügel gelangt. Auf einmal scheinen mir meine Augen einen Streich zu spielen – vor uns erscheint eine rosarote Plastikskulptur eines riesigen Stöckelschuhs, mehrere Meter hoch, einfach aus dem Nichts, inmitten der Felder. Während ich noch an meiner Wahrnehmung zweifle, erreichen wir schon unser Ziel: das Dorf, in dem ich während der nächsten Monate die Feldforschung für meine Dissertation weiterführen werde. Obwohl ich mir dessen noch nicht bewusst bin, hat sich ein neuer Fokus meiner Arbeit in diesem Moment festgesetzt. Ich werde mich mit Prozessen der Ortsschaffung (*place making*) auseinandersetzen und analysieren, wie diese für den Tourismus erschaffenen Orte entstanden sind. Die folgenden Ausführungen basieren auf Daten, welche mittels ethnographischer Feldforschung während mehrerer Forschungsaufenthalten zwischen 2015 und 2018 in den Dörfern am Lashi See erhoben wurden. Dabei habe ich einen induktiven Forschungsansatz verfolgt und meine Fragestellungen stark von Beobachtungen im Feld bestimmen lassen.

Ortsschaffung und Identität

Als theoretische Grundlage dient mir das Co-Produktionsmodell von Low (2014), welches die Ortsschaffung als zirkulären Prozess konzipiert. In diesem kontinuierlichen Vorgang tragen

soziale Prozesse, welche in der materiellen Gestaltung des Orts resultieren, sowie die soziale Konstruktion der Orte gleichermaßen zur Schaffung bei. Materielle Elemente des Ortes stimulieren die Art und Weise, wie dieser von Individuen erlebt wird. Durch Erlebnisse werden den Orten Bedeutungen zugeschrieben, welche wiederum durch Interaktion mit anderen Individuen mittels Narrativen geteilt werden (Low 2014). Diese geteilten Erfahrungen, Erlebnisse, Erinnerungen und Geschichten eines Ortes erschaffen ein Ortsgefühl (*senses of place*) und konstruieren ihn somit innerhalb dieser sozialen Gruppe (Feld und Basso 1996). Die soziale Konstruktion des Ortes verleiht diesem eine bestimmte Bedeutung und schreibt ihm gewisse Werte zu. Gleichzeitig ist die materielle Gestaltung des Ortes ebenfalls ein sozialer Prozess, an welchem Agierende mit unterschiedlichen Interessen beteiligt sind. Die materielle Gestaltung stimuliert mittels bestimmter Symbole und Elemente, wie dieser Ort erlebt wird. Insbesondere in Tourismusorten wird durch das Erleben dieser Orte in der Vorstellung der Besuchenden ein Bild der lokalen Kultur und Bevölkerung kreiert (Leite und Graburn 2009).

In diesem Prozess der materiellen Ortsschaffung wird unter den Beteiligten ausgehandelt, in welcher Art und Weise und anhand welcher Symbole eine lokale Identität kommuniziert werden soll. Während sich etliche Studien zum ethnischen Tourismus mit der Kommerzialisierung der lokalen Kultur beschäftigen, interessiere ich mich in meiner Forschungsarbeit für die emische Perspektive auf die kommerzialisierte Version der ethnischen Kultur und Identität. Entgegen der häufig vertretenen Ansicht, dass die kommerzielle, touristische Version zu einem Bestandteil der lokalen Kultur wird, habe ich festgestellt, dass sich die lokale Bevölkerung davon entfremdet und in manchen Fällen auch bewusst distanziert. Ethnische Identität wird im Alltag jedoch individuell geschaffen und gelebt, ausgehandelt und angepasst. Identitäten können demnach nicht als kohärente, einheitliche Systeme verstanden werden (Massey 2010), sondern sollten als situativ und performativ betrachtet werden (Abu-Lughod 2008). Alle Beteiligten haben ihre persönliche Vorstellung davon, welche Werte die lokale Kultur am besten repräsentieren (Okamura 2008). Diese decken sich jedoch nicht unbedingt mit jenen, die von der Tourismusindustrie als ethnische Kultur verkauft werden. Die Ortsschaffung ist ein Prozess, in dem bestehende Ideen von Kultur, Ethnizität und Identität angefochten und immer wieder neu ausgehandelt werden (Rodman 1992). Touristische Orte haben aus dieser Perspektive einen besonderen Reiz, da sie in der Interaktion zwischen den lokalen Bewohnenden und den Besuchenden geschaffen werden. Im Prozess der Ortschaffung werden Stereotypen und touristische Wunschbilder mit der persönlichen Vorstellung von ethnischer Identität der Beteiligten konfrontiert. Dabei werden stets neue Arten der Repräsentation von Kultur und Identität ausgehandelt und materialisiert.

Tourismus und Entwicklung

Der Tourismus wurde in der Provinz Yunnan Mitte der 1990er-Jahre als nachhaltige Entwicklungsstrategie von der Zentralregierung eingeführt (Litzinger 2004). Der Nordwesten Yunnans ist für seine artenreiche Fauna und Flora bekannt und ein Grossteil der Region wurde auf Grund dessen als UNESCO-Weltnaturerbe deklariert. Doch nicht nur für seine Artenvielfalt ist die Region bekannt, auch kulturell hat die Gegend einiges zu bieten: 25 von 55 ethnischen

Minderheitengruppen, welche in China offiziell von der Regierung als solche klassifiziert worden sind, leben in der Provinz Yunnan (Mullaney 2011). Diese sowohl kulturellen als auch landschaftlichen Attraktionen locken immer mehr Besuchende in diese entlegenen Gebiete. Grossangelegte Infrastrukturprojekte im Bereich von Strassen-, Schienen- sowie Luftverkehr ermöglichen eine stets komfortablere, kostengünstigere und schnellere Erreichbarkeit der Region und führten zu einem rasanten Wachstum der Besuchszahlen.

In vielen ehemals landwirtschaftlich geprägten Gebieten ist heute der Tourismussektor der federführende Wirtschaftszweig. Für grosse Teile der Bevölkerung hat dies gewichtige finanzielle Vorteile gebracht, welche sich auf viele Lebensbereiche, insbesondere die Bildung und Gesundheitsversorgung, auswirken (Hürlemann 2014). Die ökonomische Entwicklung der Region hat die Lebensweise, wie auch den Lebensstandard der Bevölkerung am Lashi See bedeutend verändert. Von der jungen Generation sind heute nur noch wenige in der Landwirtschaft tätig, da diese Arbeit nicht nur einen sehr niedrigen Gewinn einbringt, sondern auch gesellschaftlich keine sonderlich gute Stellung genießt.

Tourismus am Lashi See

Mein Forschungsgebiet, die Dörfer am nördlichen Ufer des Lashi Sees sind nur etwa eine halbe Stunde Autofahrt von Lijiang – ebenfalls UNESCO Weltkulturerbe und eine der meistbesuchten Tourismusdestinationen Chinas – entfernt. Um die überfüllten Strassen der Altstadt etwas zu entlasten, hat die lokale Regierung beschlossen, in den umliegenden Gebieten eine Auswahl an touristischen Angeboten zu entwickeln. Eines davon ist der Tagesausflug zum Lashi See.

Selbstredend lassen sich «Tourist:innen» und «Einheimische» nicht so einfach in zwei entgegengesetzte Gruppen einteilen. Es gibt beispielsweise unter den Besuchenden am Lashi See auch Leute aus Lijiang, die gerne ihre Freizeit an diesem Ort verbringen. Sie gehören, wie auch ein Grossteil der Anwohnenden vom Lashi See, ebenfalls der ethnischen Minderheit der Naxi an. Ausserdem leben am See viele Yi und es gibt schon seit langer Zeit eingewanderte Han von weit und weniger weit her, welche sich in den Dörfern rund um den Lashi See niedergelassen haben – sei es um die ländliche Ruhe zu geniessen, ein Business aufzubauen, oder einen Job im Tourismussektor zu finden. Der Grossteil der Besuchenden stammt aus den wirtschaftlich stark entwickelten Metropolen des Landes.

Macht und Vorurteil

In der chinesischen Gesellschaft ist das Bild von ethnischen Minderheiten in ruralen Gebieten seit jeher von tiefgreifenden Vorurteilen geprägt (Harrell 2012). Basierend auf staatlich gesteuerten Diskursen, beschreibt es ethnische Minderheitengruppen als rückständig, ungebildet, barbarisch und unhygienisch. Dieser Diskurs dient vor allem dazu, die Identität der ethnisch dominanten Gruppe der Han als fortschrittlich, modern und zivilisiert zu definieren (Schein 2000, Harrell 2012). Ebenfalls rechtfertigt diese staatliche Hierarchisierung unterschiedlicher ethnischer Kulturen, Entwicklungsprojekte in den Gebieten der sogenannten «unterentwickelten» ethni-

schen Minderheiten durchzuführen und legitimiert staatliche Grossprojekte. Als Gegenleistung wird vom Staat Loyalität und Dankbarkeit von Seiten der profitierenden Bevölkerungsgruppen erwartet (Yeh 2013). Viele der ethnischen Minderheiten sind in Grenzgebieten wohnhaft, welche in der chinesischen Geschichte seit jeher schwer kontrollierbare Problemzonen darstellen (Mullaney 2011). Da sich in diesen Gebieten jedoch unzählige wichtige natürliche Ressourcen befinden, ist die Bereitstellung von Infrastruktur nicht nur eine selbstlose, wohlwollende Tat von Seiten der Zentralregierung, sondern eine Bedingung für deren Abbau und Transport (Davis 2005). Kontrolle über dieses Gebiet zu festigen und zu legitimieren ist daher ein absolut zentraler Gedanke, welcher die Minderheitenpolitik in China mitbestimmt (Yeh 2013).

Im Tourismussektor ist jedoch ein etwas anderer Stereotyp weit verbreitet. Dieser zeigt eine einfache und fröhliche Landbevölkerung, die naturnah einen ursprünglichen, traditionellen Lebensstil verfolgt und einen starken Gemeinschaftssinn lebt. Der Regierung dient er vor allem dazu, das Bild einer harmonischen, multiethnischen Nation zu erzeugen (Chio 2014). Das nostalgische Bild der ethnischen Minderheiten in China wird von unterschiedlichen Medien, Filmen und Serien untermauert und in Musikvideos und Werbungen für Tourismusdestinationen zelebriert (Notar 2006). Da diese Verniedlichung jedoch von einem staatlichen Diskurs gesteuert wird, hat dies zur Folge, dass die betroffenen Bevölkerungsgruppen jeglicher Mündigkeit beraubt werden, indem sie als apolitisch, unzeitgemäss und meinungslos dargestellt werden (Schein 2000, Davis 2005, Walsh 2005).

Tourismusorte schaffen

Das nostalgische Bild der fröhlichen, bunt gekleideten Minderheiten inmitten ursprünglicher, intakter Natur hat sich jedoch als äusserst effektiver Tourismusmagnet erwiesen. In den Dörfern am Lashi See hat sich so das Pferdetouren-Business etabliert und zur Schaffung unterschiedlicher Tourismusorte geführt. Einer davon ist die Heilige Quelle, welche sich auf einer Waldlichtung in den Hügeln hinter den Dörfern befindet. Tourist:innen werden auf den Rücken der Pferde zu diesem besonderen Ort hinaufgetragen. Die Besuchenden können sich selbstständig amüsieren und die Beine vertreten. Auch gibt es verschiedene Aktivitäten, welche den spirituellen Charakter des Ortes hervorheben. So können beispielsweise rote Koi Fische gekauft und im Teich freigelassen werden oder man kann Räucherstäbchen kaufen und angezündet in einen kleinen Altar stecken. Solche Aktivitäten existieren in vielen touristischen Orten in China. Hier an der Heiligen Quelle tragen diese Handlungen zu einem bestimmten Gefühl von Heiligkeit bei, welches diesen Ort für die Besuchenden besonders macht. Tatsächlich dient der Ort bis zum heutigen Tag als Ort für gewisse spirituelle Rituale der Lokalbevölkerung. Dabei werden den in den nahen Gewässern wohnhaften Geistern Opfer erbracht. Gewässer und insbesondere Quellen geniessen in der religiösen Lokaltradition eine besondere Stellung und viele Aktivitäten, wie beispielsweise das Fällen von Bäumen, sind in deren Nähe untersagt. Dies hat zur Folge, dass sensible Ökosysteme rund um Gewässer nicht überbeansprucht wurden und bis heute in einem guten Zustand sind – oder es zumindest waren: «Als ich klein war, konnte man das Wasser direkt aus dem Bach vor dem Haus trinken. Jetzt geht das nicht mehr, die Wasserquellen sind verschmutzt» (Herr Zhang aus Nanyao, 2017).

Rosen und Plastik

Neue Tendenzen in der Tourismusbranche stellen die Existenz von traditionellen Orten, wie der Heiligen Quelle, jedoch in Frage. Nicht nur ich habe in meinen Interviews mit Tourist-innen festgestellt, dass deren Interesse für die lokale Minderheitenkultur relativ gering ist; die Tourismusagenturen haben dies schon lange erkannt. Neue Tourismusorte müssen attraktiver und extravaganter sein. Warum also nicht beispielsweise übergrosse Plastikobjekte in die Felder stellen und diese, anstatt mit Mais und Kartoffeln, mit üppigen Rosenbüschen bepflanzen? Dieser neue Park, in welchem unterschiedliche, bunte Skulpturen aus Plastik über den Rosenfeldern thronen, bietet eine beliebte Abwechslung zu den sonst etwas gleichförmigen Tourismusorten. Besuchende finden darin aufregende Sujets und Hintergründe für ihre Fotos. Zudem gibt es gemütliche Lounges und Teestuben, die zum Verweilen, Entspannen und Bestaunen dieser unwirklich erscheinenden Landschaft einladen. Die Strategie, sowie Finanzkraft für die Schaffung solcher Orte stammt von einem Grossunternehmer aus Shenzhen. Ähnliche Projekte wurden bereits in anderen Tourismusdestinationen in China getestet und umgesetzt.

Der Nachteil dieser neuen, offensichtlich äusserst erfolgreichen Strategie der Ortsschaffung ist, dass die illegal gegrabenen Brunnen, welche für die Bewässerung der Rosenfelder benötigt werden, den Wasserpegel der Heiligen Quelle und anderer Gewässer in der Gegend sinken lassen. Viele der Anwohnenden äussern Besorgnis über diese Tendenz und erklären, dass der Tourismusboom am Lashi See viele negative Konsequenzen für die Umwelt mit sich bringe. Bedeutet die Etablierung dieses neuen Wirtschaftszweigs nun einen Austausch der traditionellen Orte und ethnischen Kultur durch Rosen und Plastik?

Die vorläufigen Erkenntnisse aus meiner bisherigen Forschung ergeben, dass ein solcher Schluss die Situation äusserst vereinfacht darstellen würde. In den sozialen Prozessen, welche hinter der Schaffung von Tourismusorten, wie der Heiligen Quelle oder dem Park mit den Rosen und Plastikskulpturen stehen, wird zwischen unterschiedlichsten Beteiligten ausgehandelt, welche Werte wie und für wen materiell dargestellt werden. Es wäre jedoch falsch, diesen Wertekonflikt auf Moderne versus Tradition zu reduzieren. Vielmehr hat sich gezeigt, dass lokale, ethnische Identitäten individuell und situationsbezogen gestaltet werden, und sich keinesfalls auf die Symbolik der Tourismusindustrie oder der staatlichen Propaganda reduzieren lassen. Identitäten sind nicht kohärent und können durchaus unterschiedliche Moral- und Wertvorstellungen beinhalten, sodass beispielsweise die Plastikskulpturen nicht im Kontrast zur eigenen Ethnizität stehen müssen (Okamura 2008). Insbesondere für die junge Generation gehört die bunte, traditionelle Kleidung der Vergangenheit an. Anstatt als zeitlose, rückständige, naturverbundene Einheit betrachtet zu werden, wünschen sich viele, sich von diesen Stereotypen lossagen zu können. Oftmals unterscheidet sich das Alltagsleben junger Naxi, wie sie selber erzählen, kaum von dem gleichaltriger Han. Dennoch werden sie vielmals mit negativen Vorurteilen konfrontiert: «Sie denken, dass wir naiv und engstirnig sind, und ziemlich arm, und dass wir nie zur Schule gingen. Doch heute haben viele von uns hier Geld und die Jungen studieren an den Unis» (Frau Wen aus Junliang, 2017). Ein Ort wie der Park mit den Rosen und den Plastikobjekten verkörpert für viele der Anwohnenden Modernität, Fortschritt und eine Alternative zu den abgedroschenen, vorurteilbehafteten Stereotypen bezüglich ihrer Kultur. Obwohl diese Objekte keinen direkten symbolischen Bezug zur lokalen Kultur aufweisen,

repräsentieren sie möglicherweise besser, was lokale Anwohnende über sich selbst kommunizieren möchten, als die folkloristischen Bilder, derer sich die Tourismusindustrie bedient. Entgegen der Vorurteile repräsentiert dieser Park für die Anwohnenden, dass ihre lokale Kultur genauso mit globalen Geschehnissen vernetzt ist, internationale Tendenzen widerspiegelt und sich unabhängig von der Staatspropaganda stets weiterentwickelt.

Literaturverzeichnis

- Abu-Lughod Lila.** 2008. "Writing Against Culture", in: Oakes Timothy, Price Patricia (eds.) *The Cultural Geography Reader*, p. 62–71. London, New York: Routledge
- Chio Jenny.** 2014. *A Landscape of Travel: The Work of Tourism in Rural Ethnic China*. Seattle: University of Washington Press.
- Davis Sara.** 2005. *Song and Silence: Ethnic Revival on China's Southwest Borders*. New York: Columbia University Press.
- Feld Steven, Basso Keith.** 1996. *Senses of Place*. Santa Fe, New Mexico: School of American Research Press.
- Harrell Stevan.** 2012. *Ways of Being Ethnic in Southwest China*. Washington D. C.: University of Washington Press.
- Hürlemann Seraina.** (2014). *Sustainable Development through Tourism: A Case Study from Lashi Hai*. Unpublished Master Thesis. Geneva: University of Geneva and Graduate Institute of International and Development Studies (IHEID).
- Leite Naomi, Graburn Nelson.** 2009. "Anthropological Interventions in Tourism Studies". *The Sage Handbook of Tourism Studies*, p. 35–64. Los Angeles: Sage.
- Litzinger Ralph.** 2004. "The Mobilization of 'Nature': Perspectives from North-West Yunnan" *The China Quarterly* 178: 488–504.
- Low Setha.** 2014. *Spatializing Culture: An Engaged Anthropological Approach to Space and Place*. New York: Routledge.
- Massey Doreen.** 2010. "A Global Sense of Place", in: Massey Doreen (ed.) *Space, Place and Gender*. p. 146–156. Cambridge: Polity.
- Mullaney Thomas.** 2011. *Coming to Terms with the Nation: Ethnic Classification in Modern China*. Berkeley: University of California Press.
- Notar Beth.** 2006. *Displacing Desire: Travel and Popular Culture in China*. Honolulu: University of Hawaii Press.
- Okamura Jonathan.** 2008. *Ethnicity and Inequality in Hawaii*. Philadelphia: Temple University Press.
- Rodman Margaret.** 1992. "Empowering Place: Multilocality and Multivocality". *American Anthropologist* 94(3): 640–656.
- Schein Louisa.** 2000. *Minority Rules: The Miao and the Feminine in China's Cultural Politics*. Durham, London: Duke University Press.
- Walsh Eileen.** 2005. "From Nü Guo to Nü'er Guo: Negotiating Desire in the Land of the Mosuo". *Modern China* 31(4): 448–486.
- Yeh Emily.** 2013. *Taming Tibet: Landscape Transformation and the Gift of Chinese Development*. Ithaca, New York: Cornell University Press.

Autorin

Seraina Hürlemann ist Doktorandin und Assistentin am Institut für Geographie und Nachhaltigkeit der Universität Lausanne. Ihre Doktorarbeit verfasst sie im Fachgebiet der Sozial- und Kulturanthropologie als Mitglied der Interdisziplinären Forschungsgruppe «Cultures et natures du tourisme» in Sion. Ihre Forschung beschäftigt sich mit ethnischen Minderheiten in ländlichen Gebieten Yunnan's (China). Insbesondere werden Prozesse der Identitäts- und Ortschaffung im Kontext des dominanten

Staatsapparats, sowie der rasanten Tourismus-
entwicklung analysiert.

seraina.hurlemann@unil.ch

Université de Lausanne

Institut de géographie et durabilité

Site de Sion

Chemin de l'Institut 18 – Bramois

Case postale 4176

CH-1950 Sion 4