

Rainer Polak

Die Kommerzialisierung der Hochzeitsfestmusik in Bamako

Publiziert (2004) in: Beck, Kurt, Till Förster und Hans Peter Hahn (Hrsg.), *Blick nach vorn. Festgabe für Gerd Spittler zum 65. Geburtstag*. Köln: Köppe, S. 235–249.

Zusammenfassung

Die Musikethnologie neigt dazu, Kommerzialisierung mit Musikindustrie gleichzusetzen und im Bereich handwerklicher Arbeit und Leistungen zu übersehen. In der Ethnologie der Waren und des Markts ist die Untersuchung von gewerblichen Dienstleistungen, im Unterschied zu Sachgütern, zurückgeblieben. Lediglich in Bezug auf (post-)industrielle Gesellschaften wird ersteren zentrale Bedeutung beigemessen (Appadurai 1986: 55, Marcus 1990: 341ff). Handel, Transport, Heilung, Ritual, Gastronomie, Performance und andere Dienstleistungen mehr sind jedoch auch in anderen Gesellschaften von großer Bedeutung, so z.B. in Bamako und vielen anderen urbanen Zentren in Afrika.

Dieser Artikel untersucht ökonomische, soziale und kulturelle Aspekte der Kommerzialisierung einer musikalischen Dienstleistung, nämlich der Live-Musik, die in Bamako von Jenbe-Trommelensembles für Familienfeste gespielt wird. Zunächst wird der Begriff der Kommerzialisierung problematisiert. Es folgen vier ethnographische Abschnitte über die Produktion und Distribution der Musik, ihren institutionellen Wandel, die Rationalität des beruflichen Handelns und die Vermittlung der musikalischen Form. Zum Schluss diskutiere ich die Ergebnisse in den Begriffen der Rationalisierung (Max Weber), Ausbettung (Karl Polanyi) und Entfremdung (Karl Marx), die für die Untersuchung des vorliegenden Falles von Kommerzialisierung nicht weniger relevant erscheinen, als für den Industriekapitalismus.

1. Einleitung

In der Ethnologie wird der Untersuchung von Dienstleistungen lediglich in Bezug auf (post-)industrielle Gesellschaften zentrale Bedeutung beigemessen (Appadurai 1986: 55, Marcus 1990: 341ff). Kommerzialisierung von Musik wird meist mit Musikindustrie gleichgesetzt. Die hier untersuchte kommerzielle musikalische Dienstleistung ist aber in der betreffenden, nicht industriellen Gesellschaft durchaus von grundlegender Bedeutung. Es handelt sich um Livemusik, die in Bamako, der Hauptstadt der Republik Mali, von Trommelensembles auf Familienfesten gespielt wird.¹

Unter Kommerzialisierung ist der Prozess der Verwarenförmigung und Vermarktung zu verstehen. Waren sind Güter oder Leistungen, die neben ihrem Gebrauchswert auch einen Tauschwert aufweisen und zum Austausch bestimmt sind (Marx 1961: 14–48, 1962: 49–61, Hart 1982: 39). Sie müssen nicht von vorneherein als solche produziert werden und für immer welche bleiben (Appadurai 1986, Kopytoff 1986). Verwarenförmigung heißt, dass Güter und Leistungen mit dem Ergebnis neu bestimmt werden, dass sie in den Warentausch einbezogen werden. Die Reichweite und Bedeutung der Warenform hat im Zuge der weltweiten Expansion der industriekapitalistisch geprägten Marktwirtschaft enorm zugenommen (Hart 1982, Wolf 1990). Allerdings ist sie nicht auf diese beschränkt.

Jedes Tauschsystem ist nach Karl Polanyi (1978: 71–112, 1979: 219ff) in dauerhafte und übergreifende soziale Institutionen und Beziehungen eingebettet. In der Regel schließen sich dabei die Prinzipien der Reziprozität, der Redistribution und des Markttauschs nicht gegenseitig aus, sondern mischen und komplettieren sich. Dabei nimmt die Marktwirtschaft jedoch eine Sonderstellung ein: Sie kann die anderen Prinzipien zurückdrängen, das wirtschaftliche Handeln aus sozialen Beziehungen und Institutionen weitgehend herauslösen und die Gesellschaft mit ihrem eigenen, dem Marktprinzip durchdringen, sprich: zu einer Marktgesellschaft transformieren.

¹ Die Untersuchung basiert auf insgesamt 18 Monaten Feldforschung (1991–2000) bei Berufstrommlern in Bamako sowie ländlichen Gebieten nördlich und südlich der Hauptstadt. Der Hauptteil der Forschung (1997/98) fand im Rahmen des von der Deutschen Forschungsgemeinschaft finanzierten Graduiertenkollegs »Interkulturelle Beziehungen in Afrika« an der Universität Bayreuth statt. An einer früheren Version des Artikels leistete Hans Peter Hahn konstruktive Kritik.

Der Markt stellt nach Max Weber (1980: 381–36) insofern eine besonders rationale Vergesellschaftungsform dar, als in seinem Rahmen das Handeln im Wesentlichen am Interesse an den Tauschgütern orientiert ist und persönliche Gemeinschaften sowie traditionelle Orientierungen in den Hintergrund geraten. Marktintegration bedeutet demnach die Tendenz zur Rationalisierung im Sinne der planmäßigen Anpassung des wirtschaftlichen Handelns am Erwerbsinteresse.

Waren erscheinen den Menschen laut Karl Marx (1962: 85–97) weniger als Teil ihrer selbst und ihrer sozialen Beziehungen, denn als relativ fremde, veräußerbare Gegenstände, deren Tausch mit relativ unabhängigen Partnern Beziehungen nicht zwischen den Menschen, sondern zwischen den Waren herstellt. Insbesondere die Verwarenformung von Arbeit führt dazu, dass die Menschen ihrem Handeln, ihren Dingen und ihren Mitmenschen zunehmend entfremdet gegenüberstehen (Marx 1968: 510–522, Hart 1982: 40f, Gregory 1982: 12–15, 71, 100f).

Allerdings bedeutet Kommerzialisierung nicht Ausbettung, Rationalisierung und Entfremdung allein. Zum einen zielen in jeder Gesellschaft bestimmte kulturelle oder religiöse Traditionen, staatliche Gesetze oder andere Normen darauf, bestimmte Bereiche vom Markt auszuklammern. Zum anderen impliziert selbst die kapitalistische Marktwirtschaft Prozesse, die der Ausbettung, Rationalisierung und Entfremdung zuwiderlaufen: Die globale Ausbreitung von Waren bringt (a) Prozesse der Aneignung von zuvor fremd oder entfremdet erschienenen Gütern oder Leistungen mit sich (Carrier 1990, 1995, Beck 2001, Spittler 2002, Hahn 2004). Die Ausweitung des Markttausches bringt (b) Prozesse des Selbstschutzes der Gesellschaft bzw. gesellschaftlicher Gruppen hervor. Berufsverbände, Gewerkschaften, Monopole, Kartelle u.a. formelle und informelle Organisationen versuchen z.B. den Markt mit wirtschaftlicher oder bürokratischer Macht zu schließen (Weber 1980: 201) bzw. zu »vermachten« (Elwert et al. 1983). Schließlich werden auch marktwirtschaftliche Transaktionen (c) institutionell (wieder-)eingebettet, etwa im Rahmen von Kundschaftsbeziehungen, Haushalten, ethnischen Netzwerken und Firmen. Das fördert Vertrauensbildung, mindert Risiken (und damit Kosten, wie die neue Institutionenökonomie betont) und ergänzt das Prinzip des freien Markts beim Funktionieren tatsächlicher Märkte (Granovetter 1985, Plattner 1985, 1989, Elwert 1987).

Die Tendenz jüngerer wirtschaftsethnologischer und -soziologischer Ansätze geht dahin, binäre Oppositionen, wie Ware und Gabe, Markt und Gemeinschaft, Kommerz

und Kultur, individuelle Rationalität und soziale Verbindlichkeit, kurzfristige Eigeninteressen und langfristige Moral, nicht mehr als exklusive Prinzipien zu verstehen, deren Vorherrschen jeweils ganze Gesellschaftstypen prägt, sondern als variable und kontingente Aspekte des Wirtschaftens in jeder Gesellschaft, deren spannungsreiche Beziehung es zu erforschen gilt (Appadurai 1986, Granovetter 1985, 1990, Parry und Bloch 1989, Friedland und Robertson 1990, Marcus 1990, Gudeman 2001, Slater und Tonkiss 2001).

Im Rahmen der Urbanisierung der Festkultur in Bamako seit etwa 1960 sind verschiedene Erwerbsberufe neu entstanden, so etwa ambulante Küchen, Stuhl- und Tonanlagenverleih, Videofilmproduktion und eben Trommelfestmusik. Bereits bestehende, traditionelle Dienstleistungsgewerbe, wie das der Griots, wurden kommerzialisiert (Schulz 1998, 2001: 89, 151–59). Andererseits wird weiterhin viel Arbeit zur Vorbereitung jedes Familienfestes unbezahlt, im Rahmen des veranstaltenden Haushaltes, verrichtet. Einen Teil ihrer finanziellen Ausgaben erhalten die Veranstalterinnen von Verwandten, Freundinnen und Nachbarinnen wieder.² Auch existieren Frauenvereinigungen, welche die Familienfeste ihrer Mitglieder ausrichten helfen (Modic 1996). Die Festkultur wurde also keineswegs total kommerzialisiert, sondern nur in Teilaspekten. Ihre Einbettung in Subsistenz-, Reziprozitäts- und Redistributionsbeziehungen ist nach wie vor grundlegend, und zwar nicht zuletzt auch, um für die kommerziellen Dienstleistungen finanziell aufkommen zu können.

Im Gegensatz dazu ist in Bezug auf das Festmusik-Gewerbe eine einseitige Entwicklung zu konstatieren: Die Einbettung des vor 30 bis 40 Jahren entstandenen Auftrags- und Arbeitsmarkts in dauerhafte, übergreifende soziale Beziehungen und Institutionen nahm ab und erfährt keine neuen Anregungen. Versuche zur Schaffung korporativer Strukturen bleiben auch in Ansätzen aus. Kooperative Strukturen werden in ihrer Dauerhaftigkeit und Verbindlichkeit so weit als möglich reduziert. Die Organisation der musikalischen Arbeit ist geprägt von kurzfristiger Nutzenmaximierung, wie sie heute nicht einmal mehr in den neoklassischen Wirtschaftswissenschaften postuliert wird. Das Erwerbsstreben der urbanen Berufsmusiker hat zu einem Zusammenhang sozialer Emanzipations- und ökonomischer Liberalisierungsbestrebungen geführt. Die Handlungsstrategien

² Siehe Vaa et al. (1989) zur Bedeutung der Gabenwirtschaft für Frauen in Bamako.

verschiedener Gruppen – Meister, Begleitmusiker und schließlich Lehrlinge – wirkten trotz teils konfligierender Interessen in dieselbe Richtung, indem sie im Hinblick auf ihre Erwerbchancen wiederholt relativ festgefügte soziale Beziehungen durch relativ offene und unpersönliche Marktbeziehungen ersetzten. Lagen sozioökonomischer Unsicherheit scheinen demnach nicht automatisch zu Prozessen der Vergesellschaftung und Vergemeinschaftung zu führen. Strategien des gesellschaftlichen Selbstschutzes vor dem Markt und der Wiedereinbettung bilden offenbar keine zwangsläufige Reaktion auf Kommerzialisierungsprozesse.

2. Zur Ökonomie urbaner Festmusik

Dörfliche Jenbe-Festmusik wird im südlichen Mali im Rahmen verwandtschaftlicher, kommunaler oder religiöser Institutionen organisiert. Die Musiker sind zumeist Bauern. In Bamako bildet das Spiel der Jenbe (auch: *jembe*, *dyembe*, *djembé*) und Dunun, einer begleitenden Zylindertrommel, ein Gewerbe. Die Berufsgruppe der selbstständigen Trommler umfasste bei ihrer Entstehung um 1960 etwa zehn bis zwanzig Personen, heute sind es mehrere Hundert. Sie leben überwiegend von Auftritten bei Hochzeitsfesten.

2.1. Distribution

Festmusikauftritte werden mit einem Honorar sowie einem sog. Zigarettenpreis und sog. Festplatzgeldern vergütet. Das Honorar macht mit Abstand den größten Anteil aus. Seine Höhe hängt ab von der Dauer des Festes, der Anzahl der Instrumente und den Verhandlungsstrategien der Beteiligten. Außerdem spielt die Marktlage eine Rolle. So haben seit den 80er Jahren ein Überangebot an Arbeitskraft und stagnierende Nachfrage zu real gesunkenen Preisen geführt.

Auftragsvermittlung durch Agenturen o.ä. ist unbekannt. Die Trommler selbst betreiben keine aktive Auftragsakquisition und keine Werbung; sie warten, bis sie zu Hause oder während Auftritten von Nachfragern angesprochen werden. Sie versuchen allerdings, ihr Glück mit magischer Hilfe zu vermehren, kooperieren in Seilschaften mit professionellen Sängerinnen und Tänzerinnen und versuchen, Kundschaftsbeziehungen aufzubauen und zu pflegen. Aus letzterem Grund sind manche Trommler an auftrittsfreien Tagen viel unterwegs, um sich sehen zu lassen und Umgang mit ›ihren‹ Leuten zu pflegen. Die Bindung einer Familie an einzelne Trommler kann Jahre währen, aber in Institutionen oder Bräuche eingebettet und verbindlich ist sie nicht. Unter anderem kommen fremde Trommler zum Zuge, wenn sie sich unterhalb der

durchschnittlichen Preisstandards verkaufen, was besonders jugendliche Nachwuchsmusiker auch tun.

Unabhängig vom marktpreislichen Honorar ist es üblich, den Musikern vor Beginn des Auftritts eine bestimmte Anzahl Zigaretten bereitzustellen. Vergleichbare Werte können auch in Geld oder Bonbons gegeben werden. Die Trommler nehmen dieses Einkommen durchaus ernst. Jede Schachtel wird genau berechnet und aufgeteilt. Manche Musiker tragen eigens leere Schachteln bei sich, um ihren Anteil sicher nach Hause zu bringen. Sie versuchen jedoch nicht, möglichst hohe Zigarettenpreise auszuhandeln. Die Einrichtung des Zigarettenpreises erinnert an die Zeit, als die Vergütung der Trommler noch als rituelle Gabe im Rahmen von Subsistenz- oder Reziprozitäts-Beziehungen erfolgte. Darauf verweist auch, dass der heutige Zigarettenpreis bis in die 70er Jahre hinein noch in Kolanüssen gegeben worden war.

Die Marktbeziehung zwischen Veranstalterinnen und Trommlern ist entscheidend für die Distribution von Festmusik. Mit dem Festplatzgeld existiert jedoch auch im Verhältnis zwischen Gästen und Trommlern ein kommerzieller Aspekt. In bestimmten Momenten, die in der Regel von den Preisliedern der Griot-Sängerinnen vorgegeben werden, gehen die Trommler auf Honoratorinnen zu, stellen sich vor diesen auf und spielen sie so lange aus nächster Nähe möglichst mitreißend an, bis sie mit einem Geldschein herausrücken. Die Trommler haben auf guten Festen die Chance, mit dem Festplatzgeld ihren Verdienst beträchtlich aufzustocken. Sie rechnen damit im Sinne einer Erwerbsmöglichkeit, die sie auch gezielt herausfordern. Dazu ein Beispiel:

»Lasst uns aus dieser Hochzeit ein wirklich gutes Fest machen«, fordert der Solist und Leiter des Ensembles seine Mitarbeiter zu Beginn eines Festes auf. Er spielt von Anfang an im Stehen, mit höchstem Einsatz, und geht bei jeder Gelegenheit auf die Leute zu, die gerade in den Preisliedern der Griot-Sängerinnen angesprochen werden, um sie anzuspielden. Als er zum ersten Mal einen 500-FCFA-Schein als Festplatzgeld erhält, kommentiert er trocken: »Numéro un.« Sämtliche Musiker reichen das Festplatzgeld, das sie im Lauf des Tages erhalten, an einen Vertrauten des Ensembleleiters weiter, der die Scheine ordentlich gefaltet in seiner Hemdtasche verschwinden lässt. Einige der mitwirkenden Musiker zählen den ganzen Tag über mit. Sie wissen bei der Verteilung der Gelder nach Feierabend genau, wie viel Festplatzgeld gesammelt wurde, noch bevor es ausgezahlt ist: dreizehn Gaben à 500 FCFA. (Bamako, 28. 12. 1997)

Es handelt sich nicht um einen reinen Warentausch: Die Trommler spielen die Leute zwar im Hinblick auf den Tauschwert dieser Leistung an, aber ohne zuvor ihren Verkauf zu einem bestimmten Preis vereinbart zu haben. Genausowenig handelt es sich aber um eine reine Gabe:³ Zwar existiert eine persönliche Verpflichtung zur Erwidierung. Auch der symbolische Charakter des Festplatzgeldes, das idealerweise nur aus druckfrischen Banknoten besteht und demonstrativ übergeben wird, indem man dem Trommler den Schein auf die schweißnasse Stirn klebt oder zwischen die Zähne steckt, verweist auf eine Gabe. Darin manifestiert sich jedoch keine persönliche Beziehung, wie die lakonische Nummerierung seitens des Trommlers zum Ausdruck bringt. Auch von dauerhafter Bindung kann keine Rede sein. Meist kennen Musiker und Geberin einander nicht einmal.

2.2 Produktion

Festveranstalterinnen erteilen einen Festmusikauftrag immer an einen einzelnen Trommler. Der Auftragnehmer ist für die Bereitstellung der Instrumente und Ensembleaufstellung, die Durchführung und das Eintreiben und Verteilen der Vergütung verantwortlich.

Das Honorar, der bei weitem größte der drei Vergütungsposten also, wird vom Auftragnehmer im Tausch gegen Arbeitskraft an jene freien Mitarbeiter verteilt, die er verbindlich engagiert hat. Die Anteile werden der musikalischen Rolle, dem Alter und Ausbildungsstand sowie dem eingebrachten Instrumentenbesitz der Musiker gemäß gestaffelt. Der Zigarettenpreis und das Festplatzgeld werden dagegen unter allen anwesenden Musikern zu genau gleichen Anteilen verteilt. Auch freiwillige Helfer werden berücksichtigt. Selbst Musiker, die keine Trommel in die Hand nahmen, z.B. weil sie schon zu den Senioren zählen, werden bedacht: Ihre Anwesenheit am Festplatz gilt allein schon als dankenswerter Beitrag. Bei der Verteilung der Vergütung greifen also marktliche, redistributive und reziproke Aspekte ineinander.

Jenbe-Festmusik ist Ensemblesmusik. Gearbeitet wird in ständig fluktuierenden Besetzungen, die die Auftragnehmer für jeden Auftritt aus einem offenen Netzwerk von Musikern eigens zusammenstellt. Sie besetzen das ausführende Ensemble dabei in aller Regel rational im Sinne maximalen Nutzens, d.h. mit nicht mehr und nicht höher

³ Zum Begriff der Gabe siehe Mauss (1990 [1925]); zur Kritik der überspitzten Unterscheidung von Gabe und Ware etwa durch Gregory (1982), siehe u.a. Appadurai (1986: 11f) und Bloch und Parry (1989: 8ff).

qualifizierten Musikern als unbedingt nötig. Wenn mit den Auftraggebern ein Ensemble von drei Trommeln vereinbart ist, werden in der Regel auch drei Musiker besetzt, obwohl es zu viert, mit einem Auswechsellspieler, ein schöneres Arbeiten wäre. Doch sinken mit jedem zusätzlich engagierten Mitarbeiter die Honoraranteile. Wenn der Auftragnehmer ein hoch qualifizierter Trommler mittleren Alters ist – dies ist der häufigste Fall –, dann wird er typischerweise keine anderen Trommler derselben Generation und Güte engagieren, weil man erstens die Gagenanteile jüngerer, schwächerer Musiker niedriger halten kann und zweitens Musiker von Rang einander als persönliche Rivalen wahrzunehmen neigen.

Bei vielen Auftritten kommen allerdings Berufskollegen spontan hinzu und bieten sich zur Mithilfe an. Sie spekulieren dabei auch auf das Festplatzgeld und den Zigarettenpreis, was die Freude und Dankbarkeit derer dämpft, denen geholfen wird. Diese empfinden die Helfer oft als aufdringlich, obwohl das stundenlange Trommeln in knapp besetzten Ensembles äußerst strapaziös ist.

Nicht wenige und gerade die erfolgreichsten Auftragnehmer halten Informationen über erhaltene Aufträge möglichst lange zurück. Trotz ihres Bedarfes an zumindest vorläufiger Planung sagen sie auch ihren engsten Ensemblepartnern nur uneindeutig und spät, oft erst am Abend vorher, Bescheid, denn je weniger Musiker von einem Auftritt wissen, desto weniger werden ungefragt erscheinen, und desto besser fällt die Vergütung pro Kopf aus. Vereinzelt, meist verhaltene Versuche der Zurückweisung freiwilliger Mithilfe zeigen, dass den Musikern deren ambivalenter, gleichzeitig solidarischer und eigennütziger Charakter durchaus bewusst ist. Allerdings erweist es sich als schwierig, jemanden von der freiwilligen Mithilfe abzuhalten, ohne damit sich selbst als Verächter des Gruppengeistes zu disqualifizieren. In der Regel wird die Aushilfe vor Ort vom Auftragnehmer und den Engagierten wie selbstverständlich hingenommen.

Die Musikinstrumente stellen als Arbeitsgeräte die Produktionsmittel und neben der Arbeit den zweiten grundlegenden Produktionsfaktor dar. Die Rolle der Auftragnehmer korreliert bis zu einem gewissen Grad mit dem Eigentum der Instrumente: Viele erfolgreiche Auftragnehmer besitzen drei bis fünf, Begleitmusiker dagegen oft nur ein bis zwei und Lehrlinge gar keine Trommeln. Allerdings besitzen auch die erfolgreichsten Auftragnehmer nicht mehr als die fünf, sechs Instrumente, die man für das größte gängige Ensemble braucht. Zwar wirft der Besitz Profit ab, indem man die

Trommeln gegen einen Mietzins von etwa 10% der erzielbaren Vergütung verleiht, aber dadurch erhalten eben auch kapitalschwache Marktteilnehmer die Möglichkeit zu selbstständiger Arbeit. Schon ein durchschnittlicher Wochenlohn eines Begleitmusikers entspricht den Anschaffungskosten einer Trommel. Der Kapitalbedarf ist zwar keineswegs unerheblich für die einzelnen Musiker, aber doch relativ gering, wenn man z.B. das Equipment von Popmusikern zum Vergleich nimmt, von industrieller Tonträgerproduktion ganz zu schweigen. Kein Eigentümer von Trommeln lebt überwiegend vom Profit; jeder ist darauf angewiesen, durch eigener Hände Arbeit seinen Anteil am Honorar zu verdienen. Die Instrumenteneigner vermögen weder den Auftragsmarkt noch die Arbeitsorganisation zu kontrollieren. So ist zwar von kapitalistischer Produktionsweise zu sprechen, insofern als Privateigentum der Produktionsmittel eine Rolle als Erwerbskapital spielt, aber die Trennung von Arbeit und Kapital kaum ausgeprägt. Die Kommerzialisierung der Festmusik fand und findet zwar im historischen Rahmen der zunehmenden Integration Westafrikas in den modernen, industriekapitalistisch geprägten Weltmarkt statt (Bohannan und Dalton 1962, Meillassoux 1971), ist jedoch selbst von anderen, eher handwerklich-kleinstgewerblichen Strukturen gekennzeichnet.

3. Institutioneller Wandel

Nicht alle, aber doch wesentliche Aspekte der Dienstleistung von Jenbe-Festmusik wurden im urbanen Kontext kommerzialisiert. Wie ist es dazu gekommen? Zunächst war mit dem Austausch der musikalischen Dienstleistung gegen Honorar nur das Verhältnis zwischen Veranstalterinnen und Auftragnehmern betroffen. Erst daraufhin durchdrang die Warenform die Produktionsbeziehungen. Die Kommerzialisierung erfolgte von außen nach innen, d.h. von den Tauschbeziehungen her in die Organisation der Arbeit hinein. Dies entspricht im Kleinen, auf eine entstehende Berufsgruppe bezogen, der großen These, dass Marktwirtschaft im Rahmen von Außenkontakten entsteht, an den Grenzen von Gemeinschaften oder Gesellschaften, wo Restriktionen des Warentauschs schwächer sind, und sich von dort nach innen ausweitet (Marx 1961: 35, Weber 1980: 383, Polanyi 1978: 91, Meillassoux 1971: 82f).

3.1 Distribution

Verwandtschaftliche, kommunale und religiöse Körperschaften, z.B. Lineage-Verbände, Jugend-Vereinigungen und sog. Geheimbünde, verloren in Bamako an Bedeutung oder verschwanden ganz. Damit entfiel ein Großteil der Institutionen, die in der bäuerlichen

Gesellschaft Festmusik organisierten und teils bis heute organisieren. Einen ersten Schritt in Richtung Kommerzialisierung und Professionalisierung der städtischen Festmusik gingen die Musiker der freiwilligen Assoziationen in den 50er Jahren. Diese urbanen Verbände, die in der Ethnologie v.a. unter den Gesichtspunkten der sozialen Integration und Modernisierung untersucht wurden (Meillassoux 1968, Little 1965), spielten auch bei der Ausgestaltung und Popularisierung urbaner Festkultur eine wichtige Rolle. Sie steuerten mit Geld, Geschenken, Arbeit und nicht zuletzt mit Musik und Tanz zu den Familienfesten ihrer Mitglieder bei. Mit den monatlichen Mitgliedsbeiträgen wurden Instrumente gekauft und Musiker entlohnt (Villien-Rossi 1966: 355). Im Rahmen einiger Bamakoer Assoziationen, und nicht zuletzt solcher, in denen Jenbe gespielt wurde, stellte sich eine Differenzierung ein zwischen jungen Aufführenden aus der Unterschicht, die als Spezialisten Geld zu verdienen begannen, und reicheren Mitgliedern, die die Vereins-Truppe gegen Bezahlung auf ihre Familienfeste engagierten (Meillassoux 1968: 90–112).

In den 60er Jahren erblühte die Festkultur u.a. im Rahmen großzügig ausgestatteter Hochzeiten in Händlers- und Funktionärsfamilien. Diese bedachten ›ihre‹ Trommler in unregelmäßigen Abständen mit größeren Geldsummen, Wohnrechten oder Immobilien, die nicht einen Gegenwert einzelner musikalischer Leistungen darstellten, sondern generalisierte Gaben. Dies ist als Versuch der neuen Elite zu deuten, Jenbe-Spieler nach dem Vorbild der traditionellen Patron-Klient-Beziehung zwischen Freien und Griots dauerhaft an sich zu binden.

Das Marktverhältnis zwischen einzelnen Familien als Nachfragern und freiberuflichen Trommlern als Anbietern setzte sich im Verlauf der 70er Jahre durch. Die etablierten Jenbe-Spieler begannen, Preise zu verlangen statt, wie vorher, abzuwarten, was ihnen nach erbrachter Leistung gegeben wurde. Stadtweit bildeten sich in etwa einheitliche Grundpreise heraus, die von einzelnen, besonders begehrten Trommlern übertroffen, aber in der Regel nicht unterboten werden konnten. Vergütungen jenseits der Marktpreise verloren ihre Bedeutung, die persönlichen Beziehungen zwischen Musikern und Auftraggebern verloren, im Vergleich zu Dorf-, Verbands- und Haus-Trommlern, an Komplexität, Dauer und Enge. Dafür wuchs der Kundenkreis der Musiker. Heute erhält kaum einer mehr als 5–10% seiner Aufträge von einem einzelnen Auftraggeber. Einer der Pioniere des beruflichen Jenbe-Spiels erinnert sich:

Modibo⁴ meinte, wir sollten kein Geld verlangen. Es wurde kein Preis genannt. Jetzt konnte ich meinen Preis sagen, zu Moussas⁵ Zeiten, wenn [die Veranstalterin] zustimmte, dann hast du ihn bekommen. (Yamadu Dunbia, 8. 1. 1998)

Der Verweis auf die anti-kommerzielle Richtlinie, die in der Regierungszeit Präsident Modibo Keitas galt, deutet darauf hin, dass die Ablösung der sozialistisch orientierten kulturpolitischen Ideologie dieser Jahre für die Marktorientierung der Berufstrommler eine Rolle gespielt hat. Ein weiterer Anreiz war die Schrumpfung der staatlichen Kulturförderung als einer wichtigen Nebenerwerbsquelle für Musiker (Schulz 2001: 194ff). Ein drittes Moment bestand in der erheblich gestiegenen Nachfrage. In den 70er Jahren wuchs die Bevölkerung rapide an und die Engagements von Jenbe-Spielern nahmen noch überproportional zu, was auf neue Anlässe, zum Beispiel die Feste von Kindern und Jugendlichen, und auf die Urbanisierung ihres Stils und Repertoires zurückzuführen war.

Die Kommerzialisierung der Distribution von Festmusik, der in den 70er Jahren einsetzte, schritt auch in den 90ern noch voran. Zum Beispiel war es Anfang der 90er Jahre noch ungebräuchlich, einen Auftrag anzunehmen, wenn man die Ausführung nicht selbst organisieren konnte. Heute schlägt man zu, gibt den Auftrag an andere Trommler weiter und behält eine Provision für sich. Verwerflich finden das nur noch wenige Trommler. In der Praxis ist es bereits soweit eingebürgert, dass sich ein Preisniveau gebildet hat: Eine Provision von 10% des Honorars einzubehalten gilt als recht und billig, 20% als unanständig hoch gegriffen.

3.2. Produktion

Die erste Generationen hauptberuflicher Jenbe-Spieler, die sich um 1960 in Bamako etablieren konnte, bestand aus erfahrenen Musiker zwischen 35 und 50 Jahren, ausgeprägte Individualisten zumeist, die schon weit gereist waren und verschiedene Berufe kannten. Es gelang ihnen, den entstehenden Markt zu kontrollieren: Sie übten im Rahmen einer strengen Lehre Autorität über Auszubildende aus, monopolisierten den Instrumentenbesitz und verteidigten Reviere, indem sie mit hexerischem Terror Konkurrenten vom Auftritt im eigenen Umkreis abhielten. In den 70er Jahren erhielten sie so viele Aufträge, dass sie viele weitere, meist jüngere Musiker mit Arbeit versorgen und an sich binden konnten. Diese bekamen wenig Geld, aber Essen und Unterkunft,

⁴ Modibo Keita, erster Präsident der Republik Mali (1960 – 1968).

⁵ Moussa Traoré, Militärdiktator und später Präsident Malis (1968 – 1991).

und arbeiteten auch im Alltag für ihre Meister. Sie traten regelmäßig im Namen und mit den Instrumenten ihrer Meister auf. Somit entstanden kapitalistische Wirtschaftsbetriebe, deren Unternehmer monopolistische Interessen verfolgten.

Im Verlauf der 80er Jahre begann dieses System sich aufzulösen. Die Marginalisierung der Hexerei in der islamisch bestimmten öffentlichen Sphäre und die marktliche Distribution in der immer größeren Stadt ließen die persönliche und ortsabhängige Marktkontrolle schwieriger werden. Eine größere Anzahl von Musikern der zweiten Generation machte sich selbstständig und hielt, trotz der nach wie vor großen Furcht vor ihren Meistern, vor Ort und im arbeitsorganisatorischen Verbund aus, statt wegzuziehen und andernorts neu anzufangen.

Gleichzeitig begann eine dritte Generation von Berufstrommlern, die Bestrebungen der zweiten insofern zu radikalieren, als sie ihre Ausbildung aus der übergreifenden Institution der Lehre zunehmend emanzipierten. Diese jungen, allesamt in Bamako geborenen Nachwuchstrommler wohnten nicht, wie noch die durchwegs vom Land zugezogenen Musiker der zweiten Generation, bei ihren Meistern, sondern bei ihren Familien und später in eigenen Wohngemeinschaften. So waren sie der quasi-familiären, alle Lebensbereiche umfassenden Autorität der Meister von Haus aus wesentlich weniger ausgesetzt. Sie bekamen kein Dach überm Kopf und keine drei Mahlzeiten mehr beim Meister, waren somit aber auch nicht mehr verpflichtet, unentgeltlich zu arbeiten, nicht als Begleitmusiker und im Haushalt schon gleich gar nicht. Vielmehr etablierten nun die Lehrlinge Preisvorstellungen für ihre Arbeitsleistung, so wie die Meister zuvor mit den Festveranstalterinnen Preise für die musikalische Gesamtleistung ausgehandelt hatten. Arbeit wurde zur Ware auf einem relativ freien Markt, die Institution der Lehre beschränkte sich zunehmend auf die musikalische Ausbildung und die Macht der Meister über die Lehrlinge schwand.

Mit der Auflösung der Reviere und dem Wandel der Lehre wurde die marktbeherrschende Stellung der ersten Generation unterlaufen. Später wurden auch seitens der Alten selbst Machtmittel zugunsten des kurzfristigen Gelderwerbs aus der Hand gegeben. Zum Beispiel dient der Besitz von Instrumenten, der auch heute noch überwiegend in den Händen der älteren Musiker liegt, nicht mehr, wie früher, dem monopolistischen Interesse, sondern dazu, die Trommeln tageweise für ein paar hundert Franc CFA zu vermieten. Nachwuchsmusiker –20 Jahre und jünger – treten nunmehr

mit geliehenen Instrumenten auf eigene Rechnung auf, engagieren Altersgenossen und bilden sich dabei gegenseitig aus.

Mit dem Machtschwund der Meister und der Öffnung der Auftrags- und Arbeitsmärkte wandelte sich auch die Betriebsstruktur. Die arbeitsorganisatorischen Verbände haben heute nicht mehr den Charakter fester Betriebe, sondern offener, fluktuierender, polyzentrischer Netzwerken. Die sozialen Beziehungen zwischen den Trommlern sind von hartem Wettbewerb, Individualisierung und scharfen Generationenkonflikten geprägt.

4. Kommerzielle Rationalität

Das Handeln der Berufsmusiker ist in erster Linie auf den unmittelbaren Gelderwerb ausgerichtet. Sie halten lieber eine Summe Geldes in der Hand als in langfristige Projekte oder Beziehungen zu investieren. Sie lassen z.B. Auftritte mit Ballett-Truppen verstreichen, obwohl dies langfristige Chancen etwa auf Auslands-Tourneen bietet, wenn sie am selben Tag Gelegenheit zur kommerziellen Arbeit auf einem Hochzeitsfest haben. Trommler, die für denselben Tag den Auftrag eines Geistbesessenheitskults und einer Hochzeitsgesellschaft vorliegen haben, ziehen die besser bezahlte Hochzeit entschieden vor, auch wenn sie die kultische Festmusik kulturell und musikalisch sehr wertschätzen. Fragt man einen Trommler nach Feierabend, ob sein Auftritt gut verlaufen ist, kann man mit einem von zwei Typen der Antwort rechnen: Entweder wird bewertet, ob gute Tänzerinnen da waren, oder eben, ob gutes Geld zu holen war. Das Arbeitshandeln der Berufsmusiker ist zwar nicht vollständig warenförmig und marktlich-gewinnorientiert, die Aussicht auf Gelderwerb ist jedoch für alle befragten Musiker das wesentliche Motiv ihrer Berufswahl und der Bewertung ihrer Arbeit im Allgemeinen sowie jedes Auftritts im Einzelnen.

4.1. Gelderwerb und Respekt

Zum Respekt,⁶ den Trommler erwiesen bekommen, zählen die Begrüßung, die Bewirtung, der Dank und die Gabe von Gütern. Im Rahmen von Dorffesten begrüßt man die Trommler förmlich, man bietet ihnen einen Raum zur Ruhe und eventuell zur Übernachtung an und reicht ihnen warmes Wasser zum Waschen. Während des Auftritts wird mindestens einmal innegehalten, damit sich die Veranstalterinnen in

⁶ Respekt überträgt hier das Bamana-Wort *bonya*, das u.a. auch Größe, Ehre und Geschenk bedeuten kann, ins Deutsche.

förmlicher Rede bei den Musikern für ihre Arbeitsleistung bedanken und ihnen öffentlich Gaben überreichen können. Die Trommler antworten dann ebenso förmlich, dass man doch eins sei, die Arbeitsleistung also eine Selbstverständlichkeit usw. Wenn einer dieser Punkte nicht erfüllt wird – nicht jeder Gastgeber entspricht den Idealen –, so gibt dies Anlass zu Verstimmung, Geschimpfe und auch Hinhalt- und Verweigerungstaktiken der Musiker.

Der Respekt gegenüber Jenbe-Spielern gebietet auch in der Stadt, dass diese während ihrer Auftritte zu keiner Geldausgabe genötigt werden. Die meisten Auftraggeberinnen strecken den Musikern das Fahrtgeld für das billigste öffentliche Verkehrsmittel vor oder erstatten es. Vor allem für Essen sollten die Trommler unter keinen Umständen zahlen müssen, wenn die Veranstalterinnen etwas auf sich halten. Doch sind in der Stadt die respektsbezogenen Aspekte der Vergütung von Jenbe-Spielern relativ unbedeutend geworden. Noch heute ist den Bamakoer Berufstrommlern die Speisung am Auftrittsort recht und billig. Dass man aber den Auftritt nach der Qualität der gebotenen Speisen bewertet, dass man sich beschwert, wenn kein Fleisch im Reis ist, und dass man vom Festessen mit nach Hause trägt, soviel man kann, das alles ist *passé*. Man sieht es alten Männern nach und schmunzelt. Die Gabe von Naturalien ist ganz verschwunden, ebenso die öffentliche Verlautbarung der sozialen Beziehungen und kulturellen Zusammenhänge, in deren Rahmen die Musiker ihre Leistung erbringen. Die Namen, Genealogien und Leistungen der Veranstalterinnen und ihrer Verwandten und Unterstützer werden ausgerufen, sie werden von den Griot-Sängerinnen gepriesen und von den Trommlern angespielt. Die Namen und die Herkunft der Trommler aber, die im Rahmen von Dorffesten ebenfalls ausgerufen und gepriesen werden, bleiben im urbanen Kontext unerwähnt. Auch ihr Lohn wird nicht mehr öffentlich verhandelt und überreicht. Leistung und Honorar sind im vereinbarten Warentausch geregelt und gelten damit offenbar bereits als abgeglichen, sodass es zu ihrer Anerkennung keiner öffentlichen Bezeugung mehr bedarf. Selbst die Begrüßung der Musiker bei ihrer Ankunft wird in Bamako nicht mehr formal ausgestaltet. Die Trommler kommen unauffällig an und lassen lediglich bei der verantwortlichen Veranstalterin vermelden, dass sie da sind. Sie nehmen sich eigenhändig ihre Sitzgelegenheiten, niemals wird ihnen ein eigener Raum zur Ruhe angeboten. Sie sitzen und essen abseits, unbeachtet von den Familienmitgliedern, meist auf der Straße vor dem Eingang, nicht im Gehöft. Niemand kümmert sich um sie, wenn sie nicht gerade spielen. Die städtischen Berufstrommler ficht das alles jedoch nicht an. Sie beschweren sich nicht und

schimpfen nicht darüber, sondern betrachten diese Art einer relativ unpersönlichen, weitgehend auf Leistung und Lohn reduzierten Beziehung zu ihren Auftraggeberinnen vielmehr als normal. Sie fühlen sich ausreichend respektiert, wenn sie zu Essen bekommen, den allgemeinen Höflichkeitsstandards gemäß behandelt werden und nicht versucht wird, sie um das Honorar zu prellen.

4.2. Eigeninteresse und Berufsgemeinschaft

Auch im Bereich der Produktion zeigen sich Zusammenhänge zwischen der kommerziellen Rationalität und dem institutionellen Wandel: Die individuellen Musiker empfinden keine berufliche Interessengemeinschaft und betrachten Versuche, sich als Verein oder Verband zu organisieren, als aussichtslos. Dies widerspricht der These, dass unter den Bedingungen der Waren- und Marktwirtschaft die Schließung und Steuerung des Markts eine zentrale Funktion von Berufen sei (Weber 1980: 201–204, Beck et al. 1980: 35–41, 75–87) und der Mangel an Sicherheit insbesondere im sog. informellen Sektor Versuche der (Wieder-)Einbettung wirtschaftlichen Handelns in korporative Institutionen hervorrufe (Elwert et al. 1983).

Tatsächlich mindern das Überangebot an Arbeitskraft und der harte Wettbewerb unter Jenbe-Festmusikern deren Erwerbchancen. Gegenüber der Nachfrageseite herrschen Unsicherheit und ein Gefühl der Abhängigkeit. Die ökonomische Lage vieler Musiker und ihrer Haushalte ist prekär, die Konflikte zwischen einzelnen Musikern und den verschiedenen Generationen sehr intensiv. Vor diesem Hintergrund erkennen die Trommler durchaus den potentiellen Sinn von Zweckvereinen oder Berufsverbänden an. Wie ist also zu verstehen, dass die Berufstrommler stets in erster Linie ihre individuellen Eigeninteressen verfolgen? Zum einen vermögen sie durch flexibles Handeln, z. B. in Form von Erwerb Bündelungsstrategien, fatale Marktfolgen meistens abzufedern. Die Quersubvention des Festmusikberufs erfolgt durch zusätzliche Einkünfte aus dem Bereich des afrikanischen Balletts, des internationalen Markts für afrikanische Perkussionsmusik oder aus ganz anderen, nebenberuflich ausgeübten Tätigkeiten. Dies und ein großer Zweckoptimismus reduziert den Druck, den institutionellen Rahmen zu verändern. Zum anderen hegen die Individuen gegenüber der Durchsetzbarkeit bzw. Finanzierbarkeit von Gemeinschaftsinteressen in ihrem Beruf starke Zweifel. Den Konkurrenten wird eine ausgeprägte Neigung zu eigennützigem Handeln unterstellt. Wegen der angeblichen Eigenbrötlerei und Trittbrettfahrerei der Berufskollegen würde die eigene Vorleistung gegenüber dem geringen erwartbaren

gemeinschaftlichen Vorteil als sinnlos empfunden. Deshalb sind die Musiker sind kaum geneigt, Autorität und Ressourcen an eine zu gründende Organisation abzugeben.⁷ Hinzu kommt, dass zunächst eher die schwächeren Marktteilnehmer vom Zusammenschluss profitieren würden (Olson 1968: 8–15, 32–35), zur Gründung eines Berufsverbands aber gerade die Beteiligung der stärkeren gefragt wäre.

Die Individualisierung und das kurzfristige Erwerbsstreben der Musiker mag angesichts der resultierenden ökonomischen Risiken und sozialen Härten irrational anmuten.⁸ Aus Sicht der Musiker ist ihr Handeln jedoch rational. Sie sehen keine besseren Strategien für ihren Lebensunterhalt vor Augen und erwarten auch in absehbarer Zukunft nichts Neues.

5. Schluss

Jenbe-Festmusik ist eine nicht industrialisierte und nur gering kapitalisierte Dienstleistung. Ihr Sinn liegt in erster Linie in der unmittelbaren Wahrnehmung durch die Anwesenden. Ihre Produktion und Konsumtion sind zeitlich, räumlich und sozial unmittelbar verbunden, d.h. sie bilden Aspekte einer persönlichen Interaktion und nicht, wie bei industriellen Waren, relativ getrennte Handlungsbereiche, die erst über einen komplexen wirtschaftlichen Kreislauf zusammenhängen. Ausbettungs-, Rationalisierungs- und Entfremdungs-Prozessen sind durch diese Strukturen zwar Grenzen gesetzt, haben sich aber dennoch auch im Fall der Jenbe-Festmusik in Bamako als typische Aspekte des Prozesses der Kommerzialisierung herausgestellt.

Die Musiker interagieren nach wie vor persönlich miteinander, mit den Veranstalterinnen und mit den Teilnehmerinnen, die Bedeutung dauerhafter sozialer Beziehungen und Institutionen ist jedoch hinter dem individuellen Gewinnstreben deutlich zurückgetreten. Zwischen den Trommlern herrschen nicht nur Rivalität und Wettbewerb, sondern auch Vereinzelung und scharfe Generationenkonflikte. Sie sind vor ungünstigen Marktlagen ungeschützt und haben der Nachfrageseite wenig Macht entgegenzusetzen. Zweifelsohne ist die Kommerzialisierung der urbanen Festmusik in Bamako insgesamt als ein nachhaltiger und erfolgreicher Prozess zu sehen, da sich in ihrem Zusammenhang ein Dienstleistungsberuf etablierte, der zum Lebensunterhalt

⁷ Granovetter (1990: 102ff) diskutiert dasselbe Problem auch als Hemmnis der Gründung von Firmen.

⁸ Schrankenloses Streben nach möglichst hohem Geldgewinn ist z.B. für Max Weber (1980: 378f, 1986a: 4f) ein irrationaler Trieb, wohingegen der Geist des modernen Kapitalismus gerade in dessen Bändigung, in Form des kontinuierlich rentablen Dauerbetriebs, zum Ausdruck kommt.

mehrerer hundert Haushalte direkt beiträgt und großen Teilen der Bevölkerung Gelegenheit zu Unterhaltung, Interaktion und Identitätsbildung verschafft. Die Fixierung aufs unmittelbare individuelle Erwerbsinteresse scheint aber der Integration, Autonomie und langfristigen Reproduktion der Berufsgruppe nicht zuträglich zu sein.⁹

Dies führt auch zu Entfremdung: Während die urbanen Berufsmusiker die Wünsche der Veranstalterinnen und Festteilnehmerinnen in ihre eigenen Vorstellungen und Maßstäbe bis in die 80er Jahre hinein, als sie sozioökonomisch noch recht gut gestellt waren, offenbar problemlos integrieren konnten, trug die zu Gunsten der Nachfrage und zu Ungunsten der Musiker veränderte Marktlage dazu bei, dass die Anpassung der Musikform an die Nachfrage heute als ein äußerer Zwang empfunden wird, der die Qualität der Leistung radikal mindere. Die Erfahrung vom Verlust ästhetischer und kultureller Werte durch die Kommerzialisierung stellte sich erst im Zusammenhang mit dem Verlust ökonomischer Erwerbschancen ein.¹⁰ Heute ist sie allerdings sehr verbreitet und vorherrschend. Die Berufstrommler mittleren und fortgeschrittenen Alters erkennen sich in ihrem Beruf und ihrer Musik nicht wieder. Sie schimpfen und schimpfen. Dass die Alten schimpfen und die Vergangenheit glorifizieren, ist sicher auch durch gruppen- und interessenbedingte Strategien motiviert, die eher struktur-funktionalistisch als historisch zu interpretieren sind. Doch ist das Geschimpfe auch Ausdruck eines Wandels der Beziehung zwischen Menschen und ihrer Arbeit und zwischen Generationen, nämlich einer drastisch intensivierten Entfremdung, zu deren Verständnis der hier analysierte jüngere Kommerzialisierungsprozess den Schlüssel darstellt.

Entfremdung und Aneignung bilden dabei einen engen, antagonistischen Zusammenhang: Die Vermittlung der Musik über den Markt verschafft zwar den Käuferinnen und Konsumentinnen Mittel und Wege zur Aneignung, bringt aber für die Musiker gerade Entäußerung und Entfremdung mit sich. Die Entfremdung vor allem der gewerblichen Dienstleister – neben den Trommlern betrifft dies auch berufliche Sängerinnen und Tänzerinnen – äußert sich u.a. darin, dass kommerzialisierungskritische Diskurse zwar nicht ausschließlich, aber doch besonders

⁹ Vergleiche dagegen Colloredo-Mansfeld (2002: 113f, 123), der im Wettbewerb zwischen kommerziellen Kunsthandwerkern in Mexiko nicht in erster Linie Individualisierung und kurzfristige Vorteilsmaximierung sieht, sondern soziale Beziehungen und Positionierungsinteressen, die dem gemeinsamen Markt und Beruf langfristig gut tun.

¹⁰ Auf den komplexen Zusammenhang musikalischer Form, kommerzieller Praxis und kultureller Bewertung gehe ich an anderer Stelle ausführlich ein (Polak im Erscheinen, 2004).

ausgeprägt und zugespitzt auf ihrer Seite vorherrschen, obwohl gerade sie es sind, die finanziell von der Kommerzialisierung profitierten.

Die jüngere Konsum-Ethnologie hat es verstanden, die frühere Dominanz einseitig produktionsorientierter Perspektiven zu überwinden. Fürs Verständnis von Kommerzialisierung wäre jedoch ein Verlust, den Bereich der Produktion ganz aus den Augen zu verlieren. Eine besondere Stärke einer Ethnologie der Verwarenformung und Vermarktung von Arbeit und Dienstleistungen könnte sein, nicht nur Möglichkeiten und überwiegend positive Effekte, sondern auch Voraussetzungen, Beschränkungen und Kehrseiten von Identitätsbildung und Aneignung ins rechte Licht zu rücken. Womöglich sogar, Grundlagen einer neuen Konsumkritik zu schaffen, sollte letztere einmal wieder gefragt sein.

Literaturhinweise

Appadurai, Arjun, 1986: Introduction: commodities and the politics of value, in: Appadurai, A. (ed.), *The social life of things. Commodities in cultural perspective*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 3–63.

Beck, Kurt, 2001: Die Aneignung der Maschine, in: Kohl, Karl-Heinz und Nicolaus Schafhausen (Hgg.), *New Heimat*. New York: Lukas & Sternberg, S. 66–77.

Beck, Ulrich / Brater, Michael / Daheim, Hansjürgen, 1980: *Soziologie der Arbeit und Berufe*. Reinbek: Rowohlt.

Bohannan, Paul / Dalton, George, 1962: Introduction; in: Bohannan, P. / Dalton, G. (eds.), *Markets in Africa*. Evanston: Northwestern University Press, S. 1–26.

Carrier, James G., 1990: Reconciling Commodities and Personal Relations in Industrial Society, in: *Theory and Society*, 19: 579–598.

—, 1995: *Gifts and Commodities. Exchange and Western Capitalism since 1700*. London: Routledge.

Colloredo-Mansfeld, Rudi, 2002: An Ethnography of Neoliberalism. Understanding Competition in Artisan Economies, in: *Current Anthropology* 43: 113–137.

Elwert, Georg, 1987: Ausdehnung der Käuflichkeit und Einbettung der Wirtschaft. Markt und Moralökonomie, in: Heinemann, Klaus (Hgg.), *Soziologie Wirtschaftlichen Handelns*. Opladen, Westdeutscher Verlag, S. 300–321.

Elwert, Georg / Evers, Hans-Dieter / Wilkens, Werner, 1983: Die Suche nach Sicherheit. Kombinierte Produktionsformen im sogenannten Informellen Sektor, in: *Zeitschrift für Soziologie* 12: 281–296.

Friedland, Roger / Robertson, A.F., 1990: Beyond the Marketplace, in: Friedland, R. / Robertson, A.F. (eds.), *Beyond the Marketplace. Rethinking Economy and Society*. New York: de Gruyter, S. 3–52.

Granovetter, Mark, 1985: Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness, in: *American Journal of Sociology* 91: 481–510.

—, 1990: The Old and the New Economic Sociology: A History and an Agenda, in: Friedland, R. / Robertson, A.F. (eds.), *Beyond the Marketplace*. New York: de Gruyter, S. 89–112.

Gregory, Chris A., 1982: *Gifts and Commodities*. London: Academic.

Gudeman, Stephen, 2001: *The Anthropology of Economy. Community, Market, and Culture*. Oxford: Blackwell.

Hahn, Hans Peter, 2004 (im Erscheinen): Global Goods and the Process of Appropriation, in: Spittler, G. / Probst, P. (eds.), *Explorations of Local Vitality in Africa*. Münster: LIT.

Hart, Keith, 1982: On Commoditization, in: Goody, E. (ed.), *From Craft to Industry. The Ethnography of Proto-industrial Cloth Production*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 38–49.

Kopytoff, Igor 1986: The cultural biography of things: commodization as process, in: Appadurai, Arjun (ed.), *The social life of things. Commodities in cultural perspective*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 64–91.

Little, Kenneth, 1965: *West African Urbanization. A Study of Voluntary Associations in Social Change*. Cambridge Uni Press: Cambridge.

Marcus, George, E., 1990: Once more into the Breach between Economic and Cultural Analysis, in: Friedland, R. / Robertson, A.F. (eds.), *Beyond the Marketplace*. New York: de Gruyter, S. 331–352.

Marx, Karl, 1962 [1867]: *Das Kapital. Band I*; in: Marx., K. / Engels, F., *Werke*, Bd. 23: Berlin: Dietz, S. 11–802.

—, 1961 [1859]: Zur Kritik der Politischen Ökonomie; in: Marx., K. / Engels, F., *Werke*, Band 13: Berlin: Dietz, S. 3–160.

—, 1968 [1844]: Ökonomisch-philosophische Manuskripte aus dem Jahre 1844, in: Marx., K. / Engels, F., *Werke*, Bd. 40; Berlin: Dietz, S. 465–588.

Mauss, Marcel, 1990 [1925]: Die Gabe. Form und Funktion des Austausches in archaischen Gesellschaften. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Meillassoux, Claude, 1968: Urbanization of an African Community. Voluntary Associations in Bamako. Seattle: University of Washington Press.

—, 1971: Introduction; in: Meillassoux, C. (ed.), *The development of indigenous commerce in West Africa*. London: Oxford University Press, S. 3–86.

Modic, Kate, 1996: Song, Performance and Power: The bèn ka di Women's Association in Bamako, Mali. Ph.D. diss., Indiana University.

Olson, Mancur, 1968 [1965]: *Die Logik des kollektiven Handelns*. Tübingen: Mohr Siebeck.

Parry, Jonathan / Bloch, Maurice, 1989: Introduction: Money and the Morality of Exchange; in: Parry, J. / Bloch, M. (eds.), *Money and the Morality of Exchange*. Cambridge: University of Cambridge Press, S. 1–32.

Plattner, Stuart, 1985: Equilibrating Market Relationships; in: Plattner, S. (ed.), *Markets and Marketing*. Lanham: University Press of America, S. 133–152.

—, 1989: Economic Behaviour in Markets, in: Plattner, S. (ed.), *Economic Anthropology*. Stanford: Stanford University Press, S. 209–221.

Polak, Rainer 2004 (im Erscheinen): Rhythmen der Großstadt. Urbanisierung und Kommerzialisierung der Jenbe-Festmusik in Bamako. Berlin: Reimer.

Polanyi, Karl 1978 [1944]: The Great Transformation. Politische und ökonomische Ursprünge von Gesellschaften und Wirtschaftssystemen. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

—, 1979 [1957]: Die Wirtschaft als eingerichteter Prozeß; in: Polanyi, K., *Ökonomie und Gesellschaft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 219–243.

Slater, Don / Tonkiss, Fran 2001: *Market Society. Markets and Modern Social Theory*. Oxford: Blackwell.

Schulz, Dorothea, 1998: *Morals of Praise: Broadcast Media and the Commoditization of Jeli Praise Performances in Mali*, in: *Research in Economic Anthropology* 19: 117–132.

—, 2001: *Perpetuating the politics of praise: jeli singers, radios, and political mediation in Mali*. Köln: Köppe.

Spittler, Gerd, 2002: *Globale Waren – Lokale Aneignungen*, in: Hauser-Schäublin, B. / Braukämper, U. (Hgg.), *Ethnologie der Globalisierung. Perspektiven kultureller Verflechtungen*. Berlin: Reimer, S. 15–30.

Vaa, M. / Findley, S.E. / Diallo, A., 1989: *The gift economy: A study of women migrants in a low-income Bamako neighbourhood*, in: *Travail, société et capital* 22/2: 234–60.

Villien-Rossi, Marie-Louise, 1966: *Bamako, capitale du Mali*, in: *Bulletin de l'Institut Fondamental d'Afrique Noire*, B,1/2: 249–380.

Weber, Max, 1980 [1921–22]: *Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriß der verstehenden Soziologie*. Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck).

—, 1986a [1920]: *Vorbemerkung*, in: Weber, M., *Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie*. Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck), S. 1–16.

—, 1986b [1920]: *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus*; in: Weber, M., *Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie*. Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck), S. 17–206.

Wolf, Eric, 1990 [1982]: *Europe and the People Without History*. Berkely: University of California Press.