

B KULTURWISSENSCHAFTEN

BD LITERATUR UND LITERATURWISSENSCHAFT

BDD Slawische Literaturen

Russische Literatur

Unternehmer <Motiv>

- 14-4** *Von Čičikov bis Chodorkovskij* : Unternehmer im Literatur- und Mediendiskurs Russlands / Maria Smyshliaeva. - Berlin : Frank & Timme, 2013. - 296 S. ; 21 cm. - (Ost-West-Express ; 17). - Zugl.: Frankfurt (Oder), Univ., Diss., 2011. - ISBN 978-3-86596-542-4 : EUR 34.90
[#3699]

Daß Unternehmer im öffentlichen Diskurs in Rußland, und zwar insbesondere in der russischen Literatur nicht gerade den besten Ruf genießen, ist allgemein bekannt und hat eine lange Tradition. Sie reicht vom negativen Romanhelden in Gogols berühmtem Roman *Die toten Seelen*, Čičikov, bis zu Chodorkovskij, dem umstrittenen Oligarchen unserer Tage, der zu langjähriger Lagerhaft verurteilt wurde und nach deren Verbüßung in den Westen ausreisen durfte. Mit diesen beiden markanten Vertretern des Unternehmertums, einer wenig geachteten sozialen Schicht, markiert Maria Smyshliaeva gleich im Titel ihrer Dissertation an der Viadrina in Frankfurt a.d. Oder den zeitlichen Rahmen für die Untersuchung. Sie verfolgt den Ausbau dominanter Aspekte in der Überlieferungslinie vom 19. bis 21. Jahrhundert, die das weiterhin negative Image höchstens am Rande etwas korrigiert hat.

Die gesellschaftliche Marginalisierung der russischen Unternehmer hatte verschiedene Ursachen. Im öffentlichen Bereich, der früher vom Adel, dem Beamtentum und der Kirche dominiert wurde, spielten Unternehmer eine wesentlich geringere Rolle als im Westen, und sie strebten auch nicht danach, soziale Barrieren zu überwinden. Der Beitrag der Wirtschaft und des Unternehmertums zur Entwicklung des Landes wurde kaum erkannt oder anerkannt. Zur gesellschaftlichen Isolation trugen neben dem von der Intelligenzija und der Kirche verachteten Profitstreben dieser Schicht ferner ihr Festhalten an überlebten Traditionen, der Konservatismus und die Bildungsferne ihrer Vertreter bei. Für die schreibende, die öffentliche Meinung bestimmende Intelligenzija fehlte den Unternehmern vor allem das Streben nach höheren moralischen und religiösen Werten, so daß man sie als „unaufgeklärte Russen“ letztlich sogar zu den unteren Schichten rechnete.

Das von der russischen Intelligenzija verbreitete Negativimage ist immer noch nicht überwunden, wenn auch, wie die Untersuchung zeigt, bereits gewisse Differenzierungen in der öffentlichen Meinung zu erkennen sind. Dazu beigetragen haben sicherlich der ziemlich fragwürdige Prozeß gegen

Chodorkovskij, der bei kritischen Intellektuellen eher gewisse Sympathien für ihn geweckt hat, oder, zumindest lokal, die erfolgreichen praktischen Maßnahmen zur Verbesserung der Lebensverhältnisse in Tschukotka durch den Gouverneur und Oligarchen Roman Arkadjewitsch Abramowitsch, der zu den reichsten Männern der Welt gehört. Aber auch die ablehnende Haltung des Westens gegenüber den ungehobelten „neuen Russen“ hat ihnen eher Sympathien gebracht. Denn nach dem Motto „er ist zwar ein Schweinehund, aber es ist unser Schweinehund“ gewinnt man ihm letztlich positive Züge ab, weil er es den verweichlichten, dekadenten Europäern zeigt.

Die Untersuchung¹ beginnt mit der Erläuterung des für die Analyse gewählten theoretischen Rahmens. Die Autorin geht primär von Foucaults Diskursbegriff aus und wendet ihn auf ihr Thema an, um so Ansätzen zu Veränderungen im Bild des Unternehmers in der Literatur besser auf die Spur zu kommen sowie dann die allmähliche Übernahme der Thematik in den medialen Diskurs nachzuzeichnen. Im ersten Schritt werden die *Ökonomischen Diskurse in der russischen Literatur* analysiert, welche seit Puschkina die überwiegend negative Einstellung zum Unternehmertum bestimmen. Ansätze zur Korrektur des Bildes bei Gogol, Gontscharow oder Gorkij bewirken keine Wende, da man ihre positiv konzipierten Figuren aus diesem Milieu nicht annimmt. Wie die überkommenen literarischen Bilder in den neuen Medien weiterleben, belegt die kritische Diskursanalyse der Zeitschrift **Ogonjok** im nächsten Kapitel. Den negativen Typen des *neuen Russen*, des *Oligarchen*, des *ausländischen Unternehmers*, der *Unternehmerin*, des *Kriminellen* werden immerhin schon positive Figuren gegenübergestellt, wie der *private Landwirt*, der *mittelständische Unternehmer (entrepreneur)* und der *intellektuell orientierte Geschäftsmann*, der nicht allein nach dem Gewinn schießt, sondern die moralische Komponente seines Handelns für wichtiger hält.

Auf das kurze *Resümee* am Schluß der Untersuchung folgen im Anhang eine Art Glossar wichtiger Schlüsselbegriffe (*Privatisierung*, *russische Finanzkrise* usw.), das *Literaturverzeichnis* und das *Tabellenverzeichnis* sowie die *Danksagung*.

Wie schwierig es ist, an dem in der Literatur entworfenen negativen Bild des Unternehmers in Rußland Korrekturen vorzunehmen und zu differenzieren, zeigt sich deutlich in der Auseinandersetzung von Akunin, Strugackij und Ulickaja mit Chodorkovskij, den man nämlich in erster Linie als Märtyrer und nicht als Unternehmer würdigt (S. 9). Smyshliaeva gelingt es, mit ihrer Dissertation, ein wichtiges Thema im aktuellen Diskurs in Rußland zu durchleuchten und uns verständlicher zu machen.

Klaus Steinke

QUELLE

Informationsmittel (IFB) : digitales Rezensionsorgan für Bibliothek und Wissenschaft

¹ Inhaltsverzeichnis: <http://d-nb.info/1041354479/04>

<http://ifb.bsz-bw.de/>

<http://ifb.bsz-bw.de/bsz395890683rez-1.pdf>