

Conference

„Communicating Russian Business in Fictional Discourses”

22-23 November 2018

WU Vienna University of Economics and Business
1020 Wien, Welthandelsplatz 1, Building LC

22 November, LC.0.004 Galerie, 09:00-18:30 Uhr

23 November, LC.0.004 Galerie, 09:00-16:30 Uhr

Organisation: Angelika Hechtl, Edgar Hoffmann &
Katharina Klingseis

Programme

Thursday, 22 November 2018 (LC.o.004, Galerie)

09:00 – 09:30 Registration

09:30 – 09:45 Welcome Address

09:45 – 10:30 Morning Keynote

The regional and urban entrepreneurial practices in Alexey Ivanov's fiction (Elena Trubina, Ural Federal University)

10:30 – 11:05

A City Where Some Are More Equal Than Others? Power Relations Between the Sexes in Sergei Minaev's Portrayal of Moscow Business Life (Tatiana Klepikova, University of Passau, Germany)

11:05 – 11:40

The Birth of an Industrial Novel from the Spirit of Socialism [Рождение производственного романа из духа социализма] (Evgeny Dobrenko, University of Sheffield)

11:40 – 12:10 Coffee Break

12:10 – 12:45

Mafiabosse und Menschenhändler – zum Bild russischer Geschäftsleute in der neueren deutschsprachigen Literatur (Angelika Hechtl, WU Vienna University of Economics and Business)

12:45 – 14:50 Lunch Break

14:50 – 15:35 Afternoon Keynote

Фикциональность и ономастическая норма: «мир бизнеса» романа Владимира Сорокина «Манарага» в ономастическом освещении (Nataliya Vasilyeva/ Наталия Васильева, Institute of Linguistics, Russian Academy of Science)

15:35 – 16:10

Glamorous new corporate world? The function of English in fictional discourses on Russian business (Manuela Kovalev, University of Graz and University of Applied Sciences Burgenland)

16:10 – 16:30 Coffee Break

16:30 – 17:05

Средства изображения женщины-бизнесмена в романе Оксаны Робски «Casual. Повседневное» (Maria V. Turilova/ Мария В. Турилова, Калуга)

17:05 – 17:40

Intelligentes Business vs. Business Intelligentsija – Elena Chizhova and Die Terrakottafrau (Anne Liebig, University of Heidelberg and University of Edinburgh)

17:40 – 18:15

Business as a topic of friction: the new novels by Liudmila Petrushevskaja and Ol'ga Slavnikova (Christine Engel, University of Innsbruck)

19:00 Conference Dinner (for conference speakers)

Friday, 23 November 2018(LC.o.004, Galerie)

09:00 – 10:00 Guided Campus Architectural Tour

10:00 – 10:30 Coffee

10:30 – 11:15 Morning Keynote

Vorbildfiguren vs. Volksfeinde. Zum musikalischen Image von Oligarchen und Managern (Marina Scharlaj, TU Dresden)

11:15 – 11:50

Бунт клерка: нарративы корпоративной культуры в творчестве группировки Ленинград (Olga Caspers/ Ольга Касперс, Humboldt University of Berlin)

11:50 – 12:25

Корпоративная культура в музыкальном творчестве - профессионалы и любители об офисных буднях и праздниках (Victoria Merzliakova/ Виктория Мерзлякова, RSUH and RANEPА)

12:25 – 13:45 Lunch Break

13:45 – 14:20

The dissident oligarch as a topos in Russian literature and Russian business (Konstantin Kaminskij, Humboldt-University of Berlin)

14:20 – 14:55 Бизнес без клиента. По материалам современной российской массовой культуры (Stanislav Chernyshev/ Станислав Чернышев, University of Graz, Austria)

14:55 – 15:30

Von der Tragödie zur Farce: Dorota Masłowska's (Handels-)Krieg mit Russland (Gernot Howanitz, University of Passau, Germany)

15:30 – 16:05 Business and the "The Sweet Life": Entrepreneurs in the Serial "Сладкая жизнь" (TNT 2014) (Katharina Klingseis, WU Vienna University of Economics and Business)

16:05 – 16:30 Final Discussion

Бизнес без клиента. По материалам современной российской массовой культуры
Chernyshev, Stanislav (Станислав Чернышев, University of Graz, Austria)

В современных образах бизнесменов, создаваемых в российской массовой культуре (популярные фильмы и сериалы, песни и музыкальные клипы), отсутствует какое-либо представление бизнес-процессов, в особенности ориентированных на клиента, основанных на производстве товаров и предоставлении услуг. Представление о бизнесмене формируется атрибутами богатства и роскошного образа жизни, но практически исключает собственно предпринимательскую деятельность. Основные виды деятельности бизнесмена состоят в переделе бизнеса с партнёрами или мафией, но не в конкуренции или удовлетворении запросов клиентов. Среди причин можно назвать как традиции советской культуры в изображении капитализма, так и реальное положение дел, когда при более чем сотне миллиардеров только 3 российских бренда входят в рейтинг 500 наиболее известных брендов мира, и 2 из них представляют собой госкорпорации. (...) В глазах зрителя такого рода презентация бизнеса способна вызвать зависть, но вряд ли способна мотивировать. Согласно данным социологических опросов, привлекательность бизнеса и предпринимательства в глазах молодёжи значительно упала.

Бунт клерка: нарративы корпоративной культуры в творчестве группировки Ленинград
Caspers, Olga (Касперс, Ольга, Humboldt University of Berlin)

За двадцать лет своего существования группировка Ленинград стала культовым явлением российской музыкальной сцены, а ее бессменный лидер Сергей Шнуров одним из самых успешных представителей шоу-бизнеса во всем постсоветском пространстве. В последнее время к творчеству фронтмена группы проявляют интерес серьезные исследователи из разных областей, выходят научные статьи и проводятся конференции, анализирующие его творчество с точки зрения философии, лингвистики, гендерных стереотипов, ключевых мифов русской литературы и т.д. (Александр Эткинд, Андрей Россомахин, Виталий Куренной). (...) В данном докладе предполагается обратить внимание на современные видеоклипы группировки Ленинград, рассматривая их как своеобразную/ концептуальную энциклопедию российской деловой культуры. На материале клипов В Питере – пить (2016) и Экстаз (2017) анализируются основные векторы постсоветской деловой жизни в ее развитии от криминальных субкультур 90-х к гламурным нулевым и обратно (М. Эпштейн), а также их репрезентации в контексте массовой культуры. Подробно будут представлены основные особенности современной российской корпоративной культуры (артефакты, символы, структуры иерархий в рабочем коллективе, аксиология) и их визуализация в клипах,

а также рассмотрены социальные нормы и практики в повседневной культуре делового общения. (...)

**The Birth of an Industrial Novel from the Spirit of Socialism
[Рождение производственного романа из духа социализма]
Dobrenko, Evgeny (University of Sheffield)**

Modern Russian literature on entrepreneurship and business is only at first glance completely new and unique. It was preceded by a tradition of the main genre of Socialist Realism - the Soviet industrial (production) novel, which asserted socialist values. The production novel was born in Soviet literature in the second half of the 1920s and flourished in the 1930s, at the time when Maxim Gorky initiated a literary mega-project of the "History of Factories and Plants," which was to become the history of the Russian/Soviet proletariat. The paper examines the relationship of the production novel with socialist ideology and with modern literature on entrepreneurship and business.

**Business as a topic of friction: the new novels by Liudmila Petrushevskaja and Ol'ga Slavnikova
Engel, Christine (University of Innsbruck)**

In their latest novels, two famous Russian female writers express a mainly distanced attitude towards the world of business and commerce – an attitude to be found frequently in contemporary Russian literature. In *Nas ukrali. Istoriia prestuplenii* (2017) Liudmila Petrushevskaja contrasts a male world of business with the female world of reproduction which – in spite of all adversities and losses – overall proves its strength. In Ol'ga Slavnikova's novel *Pryzhok v dlinu* (2017) the main protagonist is an athlete with one leg amputated. This Oblomov-figure, more reflective than actively involved in action, is surrounded by "people of action" who are involved in dubious business deals. The world of business with its glamour and its unrealistic promises in advertising is reflected as a diabolical counter world. In my talk, I will especially deal with the context in which these two novels broach the issue of business.

Christine Engel is professor em. at the University of Innsbruck (Austria). Her scholarly interests are in contemporary Russian film, literature and culture with a focus on semiotics. Moreover, she is concerned with literary translation and, in a broader sense, with cultural translation. For more information and a list of publications see

<https://www.uibk.ac.at/slavistik/institut/mitarbeiterinnen.html>.

Mafiabosse und Menschenhändler – zum Bild russischer Geschäftsleute in der neueren deutschen Literatur

Hechtl, Angelika (WU Vienna University of Economics and Business)

Auf der Basis eines Korpus von 200 Texten gegenwärtiger österreichischer Regio-Kriminalromanen wird untersucht, wie häufig Figuren aus einem russischen Kontext vorkommen und welche Rolle diese einnehmen. Besonderes Augenmerk wird auf russische Geschäftsleute gelegt und deren Stellung im Handlungsgefüge der Romane. In der Untersuchung wird ferner aufgezeigt, welche stereotypisierenden Zuschreibungen besonders häufig im Korpus

anzutreffen sind und wie ein prototypischer russischer Geschäftsmann in der neueren deutschsprachigen Literatur beschrieben wird. Einer näheren Analyse werden in diesem Zusammenhang zwei Romane unterzogen, nämlich Eva Rossmanns "Russen Kommen" (2008) und Wolf Haas' "Brennerova" (2014). Eva Rossmann beschreibt in ihrer Mira-Valensky-Reihe den brutalen Mord an einem russischen Oligarchen in Wien, in Wolf Haas' Roman fungieren die russischen Figuren als Menschenhändler.

Имидж российского бизнеса в немецкоговорящих странах Hoffmann, Edgar (WU Vienna University of Economics and Business)

Доклад посвящается жанру „Non Fiction“. На примере печатных СМИ немецкоговорящих стран анализируется образ российского бизнеса в западноевропейском мире и выявляются ключевые моменты для сравнения образа российского бизнеса в СМИ с его образом в художественных произведениях. Образ российского бизнеса в значительной степени основывается на историческом и настоящем образе России в целом и, в меньшей степени, на реальном контакте с представителями российского бизнеса, начиная с бурного роста российско-западноевропейских экономических связей в самом начале этого тысячелетия. Формирование образа бизнеса в России строится не только на реальных политических и экономических процессах и событиях, но также на механизмах генерализации и типизации на основе коллективных стереотипных представлений, которые пробуждаются и используются в разных целях. Основной семантической сетью образа российского бизнеса является (необоснованный) страх перед русскими.

Von der Tragödie zur Farce: Dorota Masłowskas (Handels-)Krieg mit Russland Howanitz, Gernot (University of Passau, Germany)

Dorota Masłowskas Debutroman *Wojna polsko-ruska pod flagą biało-czerwoną* (dt. Schneeweiß und Russenrot) spielt vor dem Hintergrund eines imaginären polnisch-russischen Kriegs Anfang des 21. Jahrhunderts. Geschichte scheint sich zu wiederholen, anders als die polnische Tragödie im 19. Jahrhundert wird die Auseinandersetzung mit Russland diesmal aber zur Farce: Polen blickt neidisch gen Westen, verfällt den Heilsversprechungen des Kapitalismus amerikanischer Prägung, scheint aber wenig Verständnis für Marktmechanismen zu haben. So machen Legionen findiger ‚Russkis‘ schnelles Geld mit unbedarften Polinnen und Polen. Der geplante Beitrag setzt sich zum Ziel, diesen Handels-,Krieg` mit der polnisch-russischen, oftmals kriegerischen Verflechtungsgeschichte in Bezug zu setzen und andererseits mit der Situation um die Jahrtausendwende kurzzuschließen. (...) In diesem Zusammenhang erscheint es als vielversprechend, insbesondere die polnische Selbstverortung zu analysieren: Polen sieht sich in Masłowskas Text zwischen kapitalistischem Westen und kapitalistischem Osten eingeklemmt und tritt die Flucht in nationalkonservative Stereotypen an. Als Vergleichsfolie soll Xawery Żuławskis Verfilmung *Wojna polsko-ruska* aus dem Jahr 2009 dienen, in dem die wirtschaftliche Komponente des „polnisch-russischen Kriegs unter rot-weißer Flagge“ noch pointierter dargestellt wird.

The dissident oligarch as a topos in Russian literature and Russian business.

Kaminskij, Konstantin (Humboldt-University of Berlin)

The aim of my presentation is to unpack the image of the dissident oligarch in the popular culture. After providing a short historical and theoretical background, I am going to analyze the feature movies *Tycoon* (2002), based on the novel *The Big Slice* by Yuli Dubov and *The PyraMMid* (2011), based on the autobiographic novella by Sergei Mavrodi. Finally, I am going to demonstrate, how the notion of dissident oligarch is perpetuated in the (non-)fictional works by Mikhail Khodorkovsky and Boris Berezovsky.

A City Where Some Are More Equal Than Others? Power Relations Between the Sexes in Sergei Minaev's Portrayal of Moscow Business Life

Klepikova, Tatiana (University of Passau, Germany)

Tatiana's paper analyzes several of Sergei Minaev's novels that reflect on the changes in the individual induced by the newly arisen and continuously evolving Moscow business landscapes. It focuses on the construction of new gender roles as an important part of these changes and elucidates the hierarchies of the sexes that Minaev envisions in his works by studying narrative and linguistic tools that the writer uses to assert these masculinities and femininities in his novels. Finally, the paper also explores the issues of the life in the "post-truth" era that Minaev raises in many of his novels of the period by uncovering which role the notions of "fakeness" and "truth" play in redefining masculinities and femininities of the new Russia.

Business and the "The Sweet Life": Entrepreneurs in the Serial "Sladkaya zhizn'" (TNT Channel 2014)

Klingseis, Katharina (WU Vienna University of Economics and Business)

It is a commonplace by now that Russian TV is an instrument in the hands of the governing political elite and self-censorship is ubiquitous in all kinds of media productions (Burrett 2011, Hutchings 2017, Hutchings/Rulyova 2009, Brassard 2017). In a sensational (concluding from viewer reactions) serial aired on channel TNT, which elicited enthusiasm as well as moral outrage by a permissiveness unseen until then on state-owned Russian TV, the audience in spring 2014 was confronted with the trials and tribulations of a bunch of upper middle class women (format and visual realization reminiscent of "Sex and the City", "Desperate Housewives", "Vorstadtweiber") and their respective fathers, (ex-)partners and husbands (in spe). The latter were presented as the ones who provided for the material basis of "The Sweet Life" – some by their resourcefulness as civil servants, others by their entrepreneurial efforts, and even by cooperation of the formers with the latter. The paper is an inquiry into the part the entrepreneurial characters play within this narrative about the Russian upper middle class and those who are ambitious to get in there: character painting (casting; mise-en-scène, character motives; actions, 'ideology'); characters' trajectories: who – which type of enterprise – is bound

(by the narrative) to survive and thrive (by the way under conditions of EU and US sanctions), and who/ which one is bound to perish (and how); and what is this story supposed to tell the audience about the (upper) middle class – and about Russian business?

Glamorous new corporate world? The function of English in fictional discourses on Russian business

Kovalev, Manuela (University of Graz and University of Applied Sciences Burgenland)

This paper looks into the function of English in fictional texts about Russian business published after the fall of the Iron Curtain. Taking Viktor Pelevin's cult novel Generation "П" (Generation P, 1999) as a point of departure, the paper moves on to discuss Sergei Minaev's bestseller Духless. Повесть о ненастоящем человеке (Soulless, 2006). The paper analyses to what end the English language is used to help (de)construct these new corporate worlds, looking into its semantic and intercultural functions, as well as its performative potential. With regard to the latter, the paper argues that, in both fictional texts, English serves as a (visual) manifestation of non-Russian (corporate) values and norms, exposing the moral degradation and emptiness of the seemingly glamorous corporate world. The paper concludes with a discussion of the shift in the perception of this (linguistic) 'otherness'.

Intelligentes Business vs. Business Intelligentsija – Elena Chizhova

Die Terrakottafrau

Liebig, Anne (University of Heidelberg and University of Edinburgh)

„Die Franzosen haben Freiheit, Gleichheit, Brüderlichkeit. Wir haben Freiheit und Diebstahl.“ Elena Chizhova's 2011 veröffentlichter Roman Die Terrakottafrau widmet sich dem Konflikt zwischen sowjetischem Intelligenzlerium und postsowjetischem Businessdenken. In diesem Vortrag werden Chizhova's Gegenüberstellung von geisteswissenschaftlichem Idealismus vs. marktwissenschaftlichem Pragmatismus sowie die Frage nach dem Erfolg oder Misserfolg der Umerziehung des homo sovieticus gestellt. Anhand ausgewählter Textbeispiele werden außerdem die folgenden Fragen diskutiert: Kann postsowjetisches Business als Anfang einer neuen Intelligentsija-Kultur gesehen werden? Wie unterscheiden sich Geschäftspraktiken zwischen West und Ost, und wo sieht Chizhova – selbst ehemalige Dozentin für Produktionsmanagement – die Zukunft des russischen Business?

Корпоративная культура в музыкальном творчестве - профессионалы и любители об офисных буднях и праздниках

Merzliakova, Victoria (Мерзлякова, Виктория, RSUH and RANEPА)

Офисную жизнь и корпоративную культуру можно рассматривать, как некий усредненный концепт, описывающий более-менее общие условия, ценности, коммуникативные паттерны поведения людей среднего класса разных профессий, обитателей разных городов, представителей разных культур. Об офисных буднях снимают фильмы и сериалы. В популярной музыке тема корпоративной культуры также востребована, причем, как в

плане содержательном, когда работник офиса или бизнесмен становится лирическим героем, так и в бизнес-стратегиях продвижения артистов и музыкантов - опыт российского шоу-бизнеса 2000-х годов закрепил за праздниками, проводимыми компаниями, репутацию главных источников дохода и мерила успешности артиста. Эстетика и притягательность корпоративной жизни офисного работника и его социальный статус претерпевали существенные изменения на протяжении нескольких десятилетий постсоветской культуры, породив семантические поля позитивных и негативных метафор и образов, связанных с бизнес-средой, о которых хотелось бы поговорить подробнее на материале профессиональной популярной и любительской музыки.

Vorbildfiguren vs. Volksfeinde. Zum musikalischen Image von Oligarchen und Managern **Scharlaj, Marina (TU Dresden)**

Das Verhältnis zu den Oligarchen ist im heutigen Russland von einer starken Ambivalenz geprägt. Die politische Elite im Kreml ist eng mit der ökonomischen Elite verbunden. Während der Staatschef V. Putin im offiziellen medialen Diskurs als ein kalkulierender, kühler und fairer Manager dargestellt wird, werden seine politischen Opponenten, die ihre Karriere in wirtschaftlichen Institutionen begannen und einst der Regierung nahe standen, als kriminelle Geschäftsmänner und ‚Volksfeinde‘ dämonisiert (so etwa M. Chodorkovskij). Auch in der Gesellschaft prallen die antiökonomischen Werte der (neuen) Konservativen und kapitalistische Einstellungen aufeinander. Wurden solche Wertekonflikte früher in der russischen Literatur und Publizistik dargelegt, so werden sie heute zunehmend mehr über multimediale Produkte der Kulturindustrie thematisiert. Der Vortrag setzt sich exemplarisch mit dem musikalischen Diskurs auseinander, in dem das Unternehmerbild gestaltet und tradiert wird, und zeigt davon ausgehend auf, wie Businessfiguren konterkariert und im gesellschaftlichen und politischen Diskurs für eigene Zwecke und Werteinstantiierungen instrumentalisiert werden.

The regional and urban entrepreneurial practices in Alexey Ivanov's fiction **Trubina, Elena (Трубина, Елена, Ural Federal University, Yekaterinburg)**

Does it make sense to look for the regional and urban specifics when it comes to the post-Soviet Russian business organization and practices? The popular Russian writer Alexey Ivanov makes the case of the present, post-Soviet history of the Ural region and the ways in which the specific urban business cultures emerged and interacted. He thus not only offers an useful alternative to the predominant way of depicting the Russian business life as directed from and implemented predominantly in Moscow but creates both a temporal and a thematic breadth that is particularly valuable for our examination of the links between the Russian culture and contemporary business studies and organization studies. In Russia there are fifteen cities with populations over one million people and Ivanov looks mostly at two urban centres on the Ural Mountains: Ekaterinburg and Perm. Ivanov's fiction allows to study organizational and business life in the form of symbolic imagery, myths and

narratives, including the contrast between what people do and what they pretend to do and the power of a “fictional” image of a city and a region. My paper contributes to a pronounced trend in social sciences and humanities, namely, an interest towards the validity of fiction as a mode of knowledge that can exist in close reciprocity with non-fictional work (Fisher 1984, 1994; Knowles and Cole 2008; Leavy 2009; Norris 2009).

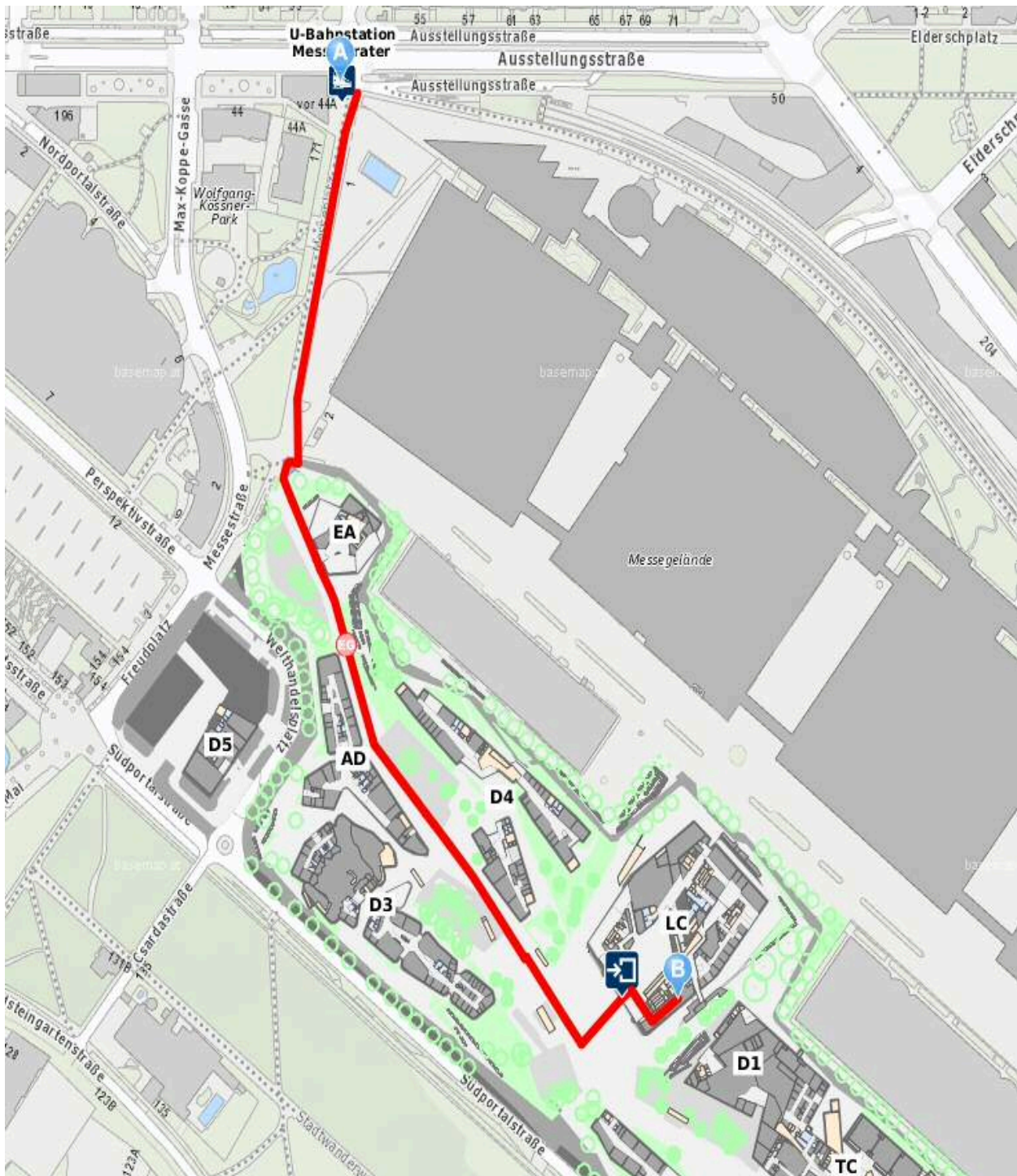
Фикциональность и ономастическая норма: «мир бизнеса» романа Владимира Сорокина «Манарага» в ономастическом освещении Vasilyeva, Nataliya (Наталья Васильева, Institute of Linguistics, Russian Academy of Science, Moscow)

В романе «Манарага», если взять его чисто сюжетную схему, можно обнаружить все слоты маркетинговых фреймов 4P (Product – Place – Price – Promotion) и 4C (Consumer – Convenience – Cost – Communication) и, соответственно, представить нарративное пространство как реализацию – и одновременно деконструкцию – бизнес-формулы B2C (Business-to-Consumer). Интересующие нас собственные имена в мире этого романа относятся к разным ономастическим классам и демонстрируют различную степень привычности/ стереотипности, т.е. соответствия принятым в данной лингвокультуре прагматическим нормам. В докладе раскрываются семиотические стратегии и языковые тактики, применяемые В. Сорокиным для деконструирования существующей ономастической нормы, а также для профетического конструирования ономастикона будущего.

Наталья Владимировна Васильева – доктор филологический наук, профессор. После окончания Московского государственного университета и аспирантуры работает в Отделе теоретического и прикладного языкознания Института языкознания РАН (г. Москва). Сферы научных интересов – лингвистика текста, стилистика, ономастика, терминоведение, терминологическая лексикография. Автор монографии «Собственное имя в мире текста» (Москва, 2009), двух словарей лингвистических терминов и более 150 статей по указанным направлениям.

How to get to the conference venue by public transport

Subway Line U2 to station „Prater/Messe“, Exit “Messe”,
5-8 min walk (marked red) from A (subway exit) to B (conference venue)



Contact Phone(s)

Edgar Hoffmann +43 1 31336 4124

Angelika Hechtl +43 1 31336 4129

Katharina Klingseis +43 1 31336 4115

Wifi Internet

eduroam-wu: for visitors from EU Universities

wu-conference: for all other visitors the access code will be provided in the conference bags

Besonderer Dank geht an:



DEPARTMENT FÜR
FREMSPRACHLICHE
WIRTSCHAFTSKOMMUNIKATION
DEPARTMENT OF FOREIGN LANGUAGE
BUSINESS COMMUNICATION

Austrian 
Official Carrier

ÖFG // ÖSTERREICHISCHE
FORSCHUNGSGEMEINSCHAFT

VIENNA
CONVENTION BUREAU