Universität St.Gallen

«Diskursive Reibungen zwischen Literatur und Business»

Tagung Business Fiktionen

Centro Latinoamericano-Suizo
de la Universidad de San Gallen

31. Oktober 2014

M. Pombo

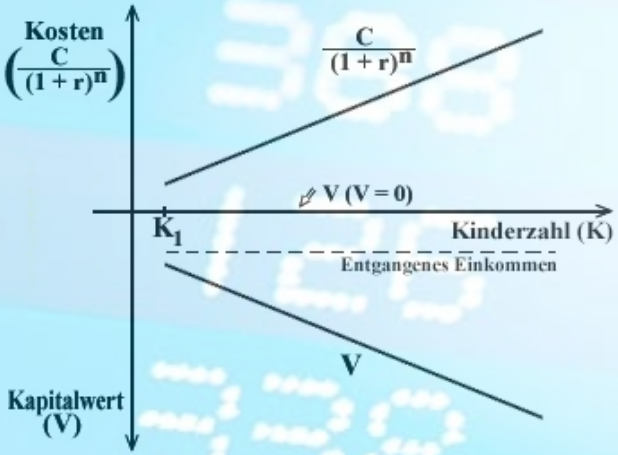
Gianni Motti, *Broker, first day*, 2005 Performance

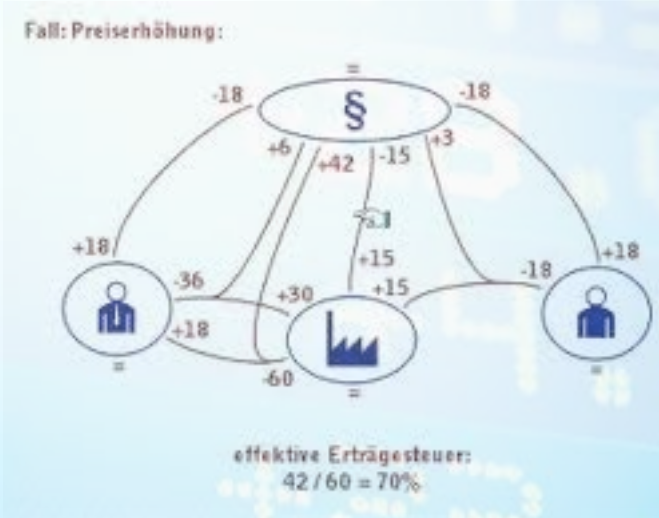
Das Paravent als Metapher des „Trans(a)realen“

Dana Widawski, *Business Break on Sumida River*, 2010.

Universität St.Gallen

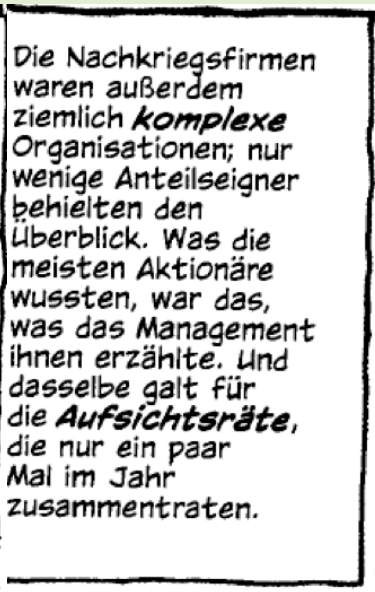
Wirtschaft als rationales Tätigkeitsfeld





Universität St.Gallen

Die Entstehung der Figur des Managers und seine Positionierung innerhalb des ökonomischen Gefüges



POSDCORB

Ein anderes Problem, das sich ergibt, wenn man die Dinge dem Markt überlässt, ist dieses: Die Wall Street feuert Manager, wenn sie keine hohen Profite einfahren, und belohnt sie königlich, wenn es ihnen gelingt.

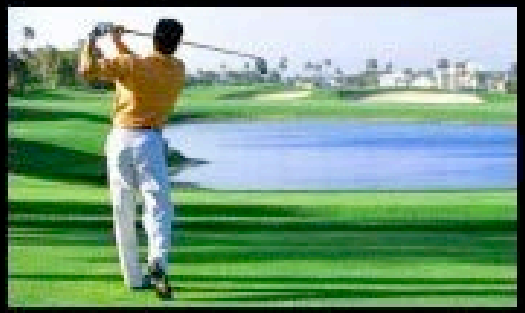
Universität St.Gallen

Goodwin, M. & Burr, D. E. (2014). *Economix: wie unsere Wirtschaft funktioniert (oder auch nicht)* [2012]. Aus dem Englischen übersetzt von Edmund Jacoby. Berlin: Jacoby & Stuart, 145.

General Manager

What my employees thinks I do.

What my wife thinks I do.



What society thinks I do.

What Regional Manager thinks I do.

What I think I do.

What I actually do.

Quelle: http://perceptionvsfact.com/yeh

Vom institutionellen Diskurs propagierte Managerideale

authentisch

rational

Visionär

hartnäckig

inspiriert

unbescholten

verantwortungsbewusst

männlich

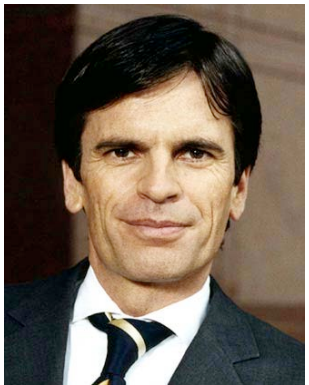
Kämpfer

grosszügig und bescheiden
(«Spread the fame and take the blame»)

begeisterter Rhetoriker

charismatisch

bescheiden



Universität St.Gallen

Managermythen

Räumliche Hierarchisierung: Vertikalität (Chef im obersten Stockwerk, in Japan: Mitte), Ausdehnung (grösstes Büro), Exklusivität(Dirketionsaufzug, Privatparkplatz, Chauffeur, First Class Flüge).

Kleidung/Uniform: Anzug, Kravatte, Manschettenknöpfe, aufgestickte Monogramme, Hosenträger (*Wall Street*: Realität ahmt Fiktion nach)

Hedomat: Whisky, Cohibas, Limousine, Yacht, Jet...

Baumann, S., *Earthboy*, 2004

huber.huber, *Capitalis (Nr. 1)*, 2009

Universität St.Gallen

Idealisierung des Managers

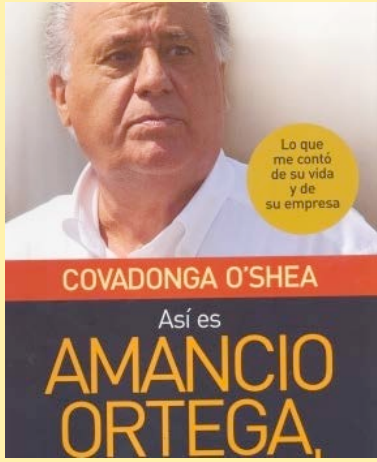
„Leaders are adopted as symbols or mental shortcuts to explain an otherwise complex and confusing world.“ (Lee Iacocca)

Mythifizierung und Ikonisierung (Hero Man Theory): Die persönlichen Eigenschaften werden in eine metonymische Beziehung zum Unternehmen gestellt.

„Apple is Steve Jobs, Steve Jobs is Apple and Steve Jobs is innovation.“

„I bleed Microsoft“ (Steve Ballmer)

Managerbiografien: moderne Hagiographien?



Biografien werden, ausgehend von (selektiven) Erinnerungen des Porträtierten, von externen Chronisten konstruiert (doppelter Filter).

Mischung aus Erlebtem und Erdachtem, rückblickende legitimierende Funktion.

Greifen auf eine klischeehafte Bilderwelt zurück, gespickt mit Metaphern aus der Mythologie, des Tierreichs, des Sports, der Seefahrt oder des Kriegs.

Eindimensionale Geschichten, stark idealisierend und mythenbildend:

Carlos Slim als Philanthrop und König Midas.

Amancio Ortega als Entdecker, Eroberer und Seefahrer.

Beide kulturell konnotiert: Typus Patriarch; Ortega in den historischen Kontext der Entdeckung und Eroberung der Neuen Welt gesetzt.

Universität St.Gallen

Management: Fiktion und Realität

In seiner berühmten *Work Activity School* (1973), hat Henry Mintzberg den beruflichen Alltag der Manager mit der Theorie verglichen :

- Demaskiert das Bild des Manager als Strategen, (Vor-)Denker und Unternehmenskapitän als Mythos.
- Das traditionelle Managerprofil und das in der Allgemeinheit verankerte Bild unterscheiden sich grundlegend von seinem tatsächlichen Tun und Handeln.
- Grossteils reaktiv, arbeitet in unstrukturierten Umfeldern, muss auf unvorhergesehene Situationen reagieren, begeht keine grossen Taten.
- Im Mittelpunkt steht die verbale Kommunikation (65%).
- Entscheidet und handelt auf Grund von Annahmen, Gerüchten und Mund-zu-Mund-Informationen.
- Weniger rational-analytisch, vielmehr intuitiv und kreativ.

Management: Fiktion und Realität II

- "The Manager is more evangelist than accountant" Weick (1979: 63).
- Management is, above all, a practice where art, science and craft meet. (Henry Mintzberg)
- "Management is nothing more than motivating other people." Iacocca (2006: 53).
- "Die wichtigste Diskussion, vor der der Manager heute steht, ist […] nicht mehr diejenige um Arbeitsteilung, Hierarchie und Projektorganisation, sondern diejenige der Gestaltung und Kontrolle von Netzwerken." Baecker (2010: 273).
- "Symbolic outcomes will suffice if those in contact are unable to discriminate reality from symbol." Pfeffer (2010: 28).

Manager müssen über sprachliche, dramaturgische und politische Fertigkeiten verfügen.

Sie müssen *a posteriori* Erklärungen geben, für Dinge, auf die sie keinen Einfluss hatten.

Manager, Beruf, Stellung, Status?

- Die *Harvard Business Review* hat eine Diskussion entfacht, ob Management ein Beruf ist: «Business management is not a true, a distinct profession. […] True professions have codes of conduct.»
- Ist Management eine lehr- und erlernbare Aktivität ? In welchem Masse kann man es mit traditionellen Berufen wie Medizin oder Jurisprudenz vergleichen ?
- Khurana/Nohria (2009) fordern Professionalisierung basierend auf:
  - gemeinsame Wissensbasis
  - Zertifizierungssystem (Vertrauensbildend)
  - persönliches commitment
  - ethischem Verhaltenskodex

Rhetoric Turn
D. McCloskey, *The rhetoric of economics*

- Entmythifiziert das rationale, wissenschaftliche Bild der Wirtschaftswelt zugunsten einer diskursiven, rhetorischen Konzeption der Businesspraktiken.
- Deirdre McCloskey (1985: 75): “[e]ach step in economic reasoning [...] is metaphoric”.
- Gewisse Metaphern haben in der Geschichte des ökonomischen Denkens eine zentrale Rolle gespielt, z. B. die “invisible Hand” (A. Smith, 1776).
- Die Schlüsselbegriffe des ökonomischen Feldes (Produktion, Konsum...) beziehen sich auf abstrakte Konzepte.
- Mit dem Abstraktionsgrad steigt auch die Metapherndichte. In gewissen Managerdiskursen zählt man bis zu drei Metaphern pro Minute.

Gesteigerte Metaphernproduktion seit den Wirtschaftskrisen

Metaphern sind bildliche Vereinfachungen von abstrakten Vorgängen, die unsere Wahrnehmung beeinflussen und somit die Realität entscheidend mitprägen (picture superiority effect): «Metaphors do have an effect on people's decision-making processes regarding socioeconomic issues» (Boers 1997)

Die Mediatisierung der Businesswelt beschleunigt und bereichert den Metaphorisierungsprozess.

Tendentzell findet eine Antropomorfisierung der ökonomischen Konzepte und Phänomene statt.

Universität St.Gallen

Ökonomischer vs. literarischer Diskurs über Wirtschaft

Ökonomischer Diskurs

- rechtfertigt, stabilisiert
- potemkinsches Dorf
- apotropäische Funktion
- bringt Komplexität
- siedelt die ökonomische Realität auf einer abstrakten, mythischen Ebene an.
- losgelöst von weltlichen Belangen
- keine Verantwortung / Gespür für Konsequenzen

Literarischer Diskurs

- kritisiert, entlarvt
- zeigt fiktiven, irrationalen Charakter
- schlägt alternative Szenarien vor
- kathartische Funktion
- vereinfacht, karikiert, ironisiert
- macht menschlich erklärbar
- geht auf die Lebenswelt der Betroffenen ein (Probleme, existentielle Fragen, Ängste) und sensibilisiert.

Bild der Manager in Literatur und Film

- Menschlich gescheitert (Scheidungen; flüchtige, oberflächliche zwischenmenschliche Begegnungen; Einsamkeit; emotionale Labilität; Depressionen; Neurosen; Burnouts; Selbstmorde)
- Egoismus, Gier („Greed is good“), skrupellos, zynisch, inkompetent, herablassend
- Angestellte werden wie Figuren auf einem Spielbrett behandelt, Kanonenfutter (Spiel- u. Kriegsmetapher)
- Mangelnde Wertschätzung der Frau (keine Frauen als Chefs; Sekretärinnen, Ehefrauen, Geliebte, Störfaktoren), allgemeine Misanthropie.
- Selbstdarstellung als hermetische, Stark kodifizierte Gesellschaft (Symbole, Rituale)

Ökonomische Modelle und Theorien in Literatur und Film: Kritische Auseinandersetzung mit der Wirtschaft

Maslowsche-Bedürfnishierarchie

Hero-Man vs. Loser-Man, Manager als Opfer, Marionette, Golem, Frankenstein des Systems

Corporate Raiders (*Wall Street I und II, Wolf of Wall Street)*

Netzwerktheorie (der Manager als Informationsknotenpunkt; alles funktioniert über Koalitionen, Pakte)

Peter- resp Dilbert-Prinzip. „In a hierarchy every employee tends to rise to his level of incompetence."

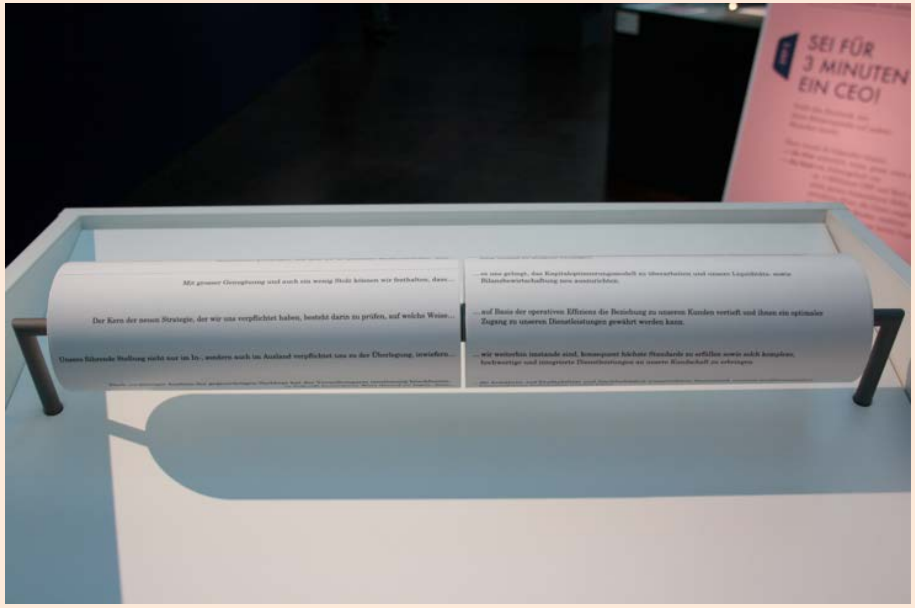
Infragestellung von Unternehmensstrategien (in Landeros *Zauberlehrling*: Wichtigkeit des Standorts, der Distribution, des Marketings, Nachfrage und Angebot, Alter des Managements, Business Plan); Gewinnmacimierung, Motivation, Vertrauen, Loyalität.

Sprache und Rhetorik des Managements in literarischen Fiktionen

- Raue, burschikose Sprache, steht für mangelnde Sensibilität
- Klischees, Euphemismen, Anaphern, Ellipsen (Auslassung, Tabuisierung)
- Jargon, Anglizismen, schneller Rhythmus (Film: Kameraführung),
- Übertreibung, Ironie, Satire, Doppeldeutigkeit, Absurdität
- Die Literatur gibt die Prekarität des wirtschaftlichen Diskurses wieder, sowohl auf formaler als auch auf Inhaltsebene
- Röggla / Quintreau: Aneinandergekittete innere Monologe, nebeneinander reden, via eine dritte Person reden, kein Dialog, Typographie.
- Beigbeder: Personalpronomen

Sprache und Rhetorik des Managements in literarischen Fiktionen

- Businesssprache hat ihren semantischen Wert verloren.
- Austauschbarkeit der Worte: kommunikative Einschränkungen.



Rollodicto

Friktion Zwischen Literatur und Business I: Theater

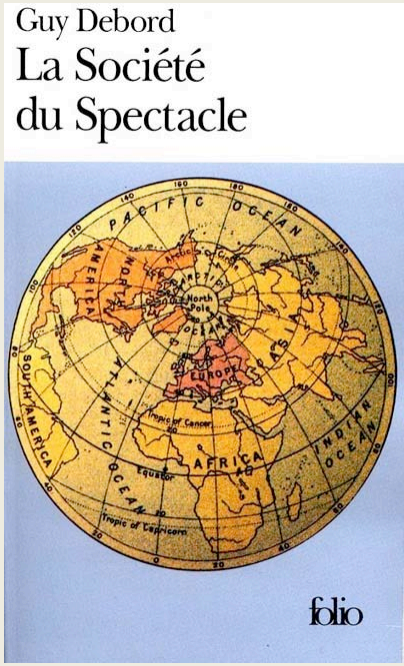
Vous entrez dans une grande famille United Paper Company est implantée dans soixante et un pays et partout le même esprit de famille *the Youpico spirit* comme nous disons l'esprit Youpico on reconnaît un homme Youpico n'importe où dans un aéroport sur une plage il a le regard clair le maintien assuré vous avez montré que vous avez de la fibre il ne vous a manqué que les poumons pour inspirer plus et aspirer mieux nous c'est seulement ça que nous vous apportons une capacité thoracique véritablement formidable à vous de jouer bien sûr nous serons *around* on vous conseillera vous bénéficierez du *financial planning* et du *marketing* on prendra les grandes décisions ensemble mais *you're on your own* la société que nous achetons ça n'est pas les machines ni les bâtiments ni les produits *it's the people* ce sont les gens **c'est vous** tous que nous voulions **c'est vous** que nous avons **c'est vous** vous Youpico youpico ra ra Youpico youpico ra ra.

Michel Vinaver, *Par-dessus bord*, 1972, 253.

Debord und die „Gesellschaft des Spektakels“ als grundlegender Text der literarischen Kritik

„Le spectacle est le discours ininterrompu que l‘ordre présent tient sur lui-même, son monologue élogieux.“

Debord, G., *La société du spectacle*, 1967, 26.



Universität St.Gallen

Friktion Zwischen Literatur und Business II: Poesie

Itzíar López Guil, *Valores Nominales*, 2014.

- Lyrische Reise durch drei Kontinente mit Augenschein auf die Schäden, welche die globalisierte Wirtschaft flächendeckend anrichtet.
- Kombiniert poetische Texte mit Titeln, welche Konzepte der Finanzwelt bezeichnen.
- Zwei Rahmengedichte (Herbst – Frühling): Texte implizit im Winter angesiedelt, in einer wirtschaftlichen und emotionalen Kälte.
- Selbst der Frühling bringt keinen Trost. Die Mauersegler, die aus Uganda zurückkehren, bringen Bilder von Soldatenkindern und Gewalt.
- Starke Bilder; Personifizierung der Natur, wodurch die ihr zugefügte Gewalt noch nachempfindbarer wird.
- Prekäre familiäre und allgemein zwischenmenschliche Beziehungen.
- Globales Panorama: Uganda – Ecuador (Cotopaxi) – Schweiz (Zürich)

Universität St.Gallen

Itzíar López Guil, *Valores Nominales*, 2014.

Derecho de Braceaje

El autocar entra triunfal en el
paseo de eucaliptos y expele
su aliento aerodinámico frente a
la
blanca fachada de la hacienda.
Un revuelo mestizo uniformado
se apresura a dar destino al equi-
paje. Llega la ciencia europea.

A lo lejos, taita Cotopaxi luce sus
barbas reclamando la atención de
los turistas. Mañana medirán en
sus faldas el paso anodino del
insecto. El suave ulular de la
flora. La historia que hoy inventa
para ellos el indio tras la cerca.

Seigniorage

Siegreich hält der Reisebus Einzug in der
Allee von Eukaliptusbäumen und haucht
seinen aerodynamischen Atem vor
der weissen Fassade der Hacienda aus.
Ein Schwarm uniformierter Mestizen
eilt herbei, um das Gepäck zu verstauen.
Die europäische Wissenschaft ist da.

In der Ferne zieht Vater Cotopaxis Bart
die Aufmerksamkeit der Touristen an.
Morgen werden sie in seinen Hängen den
unscheinbaren Gang des Insekten messen.
Das sanfte heulen der Flora.
Die Geschichte, die heute der Indio
hinter dem Zaum für sie erfindet.

Business in Theater und Film I

James Allen Smith, *Floored*, 2005.

Marcelo Piñeyro, *El Método*, 2005

Carmen Losmann, *Work Hard Play Hard*, 2001

Business in Theater und Film II – Friktionen mit der Realität

Marc Bauder, *Master of the Universe*, 2013

A. Veiel, *Das Himbeerreich*, 2013.

Realitätsnähe als wichtiges Postulat: Veiel arbeitet ausschliesslich mit Interviewmaterial.

Rainer Voss erzählt aus eigener Anschauung, wie es in der glitzernden Finanzwelt zugeht.

Müssen sich vor legalen Konsequenzen schützen

Business in Theater und Film III

Charles Ferguson, *Inside Job*, 2010.

Beschreibung Finanzakteure:

risk-takers, impulsive, cocaine-users, prostitution

„They make a lot of money and think they are smart.“

Zauberlehrlinge: ignorant oder kriminell?

„Es war ein Spiel, sie waren sich der Konsequenzen nicht bewusst.“

„They wanted to dance until the music stopped but the music had stopped already.“

„Man wusste es, wollte es aber nicht verhindern.“

(z.T. aggressive Abwehrhaltung der Befragten)

Charles Ferguson, *Inside Job*, 2010.

No, lets talk...

Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Universität St.Gallen