

Schauplatz Russland

Schwierigkeiten mit der Marktwirtschaft

Glanz, Hochglanz und Elend der Literaturzeitschriften

Nach dem Zusammenbruch der Sowjetunion erlebten die russischen Literaturzeitschriften einen regelrechten Boom. Einige Titel konnten ihre Auflage wegen der enormen Nachfrage vervielfachen. Mittlerweile hat sich Katzenjammer breitgemacht. Viele Zeitschriften kämpfen ums Überleben, die meisten der zahlreichen Neugründungen sind wieder verschwunden.

Die Tradition der Literaturzeitschriften kann in Russland auf eine eindruckliche Geschichte zurückblicken: Die meisten berühmten Romane von Dostojewski, Tolstoi und Turgenjew erschienen zunächst in einem der sogenannten «dicken Journale» – eine Buchausgabe erfolgte in der Regel erst später. Diese Publikationsart bot mehrere Vorteile. Die Autoren konnten auf diese Weise den Erfolg ihrer Werke mit vermindertem Risiko abschätzen, davon profitierten natürlich auch die Buchverleger. Ausserdem war es einfacher, eine Druckerlaubnis für eine Zeitschriftenpublikation zu erwirken: Heikle Textstellen konnten die Zensur portionenweise passieren. Der vielleicht wichtigste Vorzug lag aber in der unerreichten Breitenwirkung der Zeitschriften.

Der Kulturbetrieb im grossen Zarenreich konzentrierte sich auf zwei Zentren, St. Petersburg und Moskau. Bücher wurden fast ausschliesslich hier gedruckt und vertrieben. Vor allem gute Bücher waren schnell ausverkauft und fanden nur selten den Weg in die Provinz. Reisen in die Hauptstadt dienten nicht zuletzt auch dazu, Neuerscheinungen zu erwerben und auf die Landsitze der russischen Adligen zu bringen. Zuverlässigeren Lektürenachschub versprach jedoch ein Abonnement einer der grossen Literaturzeitschriften, in denen die wichtigsten Neuerscheinungen abgedruckt wurden. Die Schlüsselfunktion der «dicken Journale» blieb auch den russischen Schriftstellern nicht verborgen. Deshalb ist es kein Wunder, dass viele erstklassige Autoren sich aktiv um die Qualitätssicherung der Literaturzeitschriften kümmerten: Zhukowski und Karamsin gaben den «Boten Europas» heraus, Puschkin den «Zeitgenossen», Dostojewski die «Zeit» und später die «Epoche».

Instrumentalisierung

Kurz nach der Jahrhundertwende erschien in Russland eine ganze Reihe anspruchsvoller Literaturzeitschriften, die sich durch hohe Preise und niedrige Auflagen auszeichneten. In Periodika mit stilisierten Titeln wie «Das Goldene Vlies», «Die Waage» oder «Apollon» stellten die russischen

Symbolisten ihr anspruchsvolles Werk vor. In der Aura von Exklusivität, die hier dominierte, spiegelt sich der Kastengeist eines Künstlertums, dem das breite Publikum wenig bedeutete.

Anders definierte natürlich die junge Sowjetliteratur ihre Aufgabe. Nach der Oktoberrevolution besannen sich die Kulturfunktionäre auf den hohen gesellschaftlichen Stellenwert der Literaturzeitschriften und machten sie ihren sozialpädagogischen Zielen dienstbar. Die Effizienz dieses Kommunikationskanals lässt sich auch an seiner rigiden Kontrolle ermessen: Es ist bezeichnend, dass unter Stalin die Anzahl der Literaturzeitschriften stark zurückging. Einzelne Titel wurden wegen politisch unkorrekter Publikationen verboten. 1946 erging der berühmte Parteierlass gegen die Zeitschriften «Stern» und «Leningrad», der die Redaktionen wegen der Veröffentlichung von Achmatowa- und Soschtschenko-Texten massregelte.

Nach Stalins Tod wurden im Umfeld des 20. Parteitages von 1956 zahlreiche Zeitschriften neu gegründet – dieser Zuwachs trug entscheidend zur Vielfalt der sowjetischen Presselandschaft bei. In den sechziger Jahren legten sich einzelne Zeitschriften ein deutlich liberales bzw. konservatives Profil zu. Die Extrempositionen im ideologisch möglichen Spektrum wurden von den Zeitschriften «Neue Welt» einerseits und «Oktober» andererseits markiert: Während «Oktober» im wesentlichen Werke veröffentlichte, die zur sogenannten «Sekretärliteratur» gehörten und ein rosiges Bild des real existierenden Sozialismus zeichneten, setzte der Chefredaktor von «Neue Welt» im Jahr 1962 mutig die Publikation von Solschenizyns Lagererzählung «Ein Tag im Leben des Iwan Denissowitsch» durch.

Die mit der Perestroika verbundene Lockerung der Zensur hatte dramatische Auswirkungen auf die sowjetischen Literaturzeitschriften. In den meisten grossen Zeitschriften wurden die Chefredaktoren ausgewechselt – an die Stelle der Breschnew-Apparatschiks traten Persönlichkeiten der Tauwetter-Generation. Viele berühmte Autoren, die während Jahrzehnten verboten waren,

konnten nun plötzlich gedruckt werden: Zu ihnen gehörten Nabokov, Bulgakow, Pasternak, Platonow und vor allem Solschenizyn, der die Auflagen in Millionenhöhe schnellen liess. Die meisten Zeitschriften erreichten im Jahr 1990 ihre grösste Popularität: Die «Völkerfreundschaft» vergrösserte ihre Auflage von 150 000 Exemplaren im Jahr 1987 auf 1 095 000, das «Banner» von 175 000 auf 500 000, die «Neue Welt» von 496 000 sogar auf 2 710 000.

Die drei Jahre von 1987 bis 1990 sind als wichtigster Zeitraum der Wiederentdeckung des eigenen literarischen Erbes in die russische Literaturgeschichte eingegangen. Allerdings ist dieses Ereignis nicht uneingeschränkt positiv zu bewerten: Der forcierte Abdruck der verbotenen Klassiker des 20. Jahrhunderts blockierte auf Jahre hinaus eine wichtige Publikationsmöglichkeit für junge russische Autoren. Die wendige russische Umgangssprache hat für diesen Effekt sehr bald einen eigenen Begriff geprägt: Es war eine *Nabokowschtschina*, die alle anderen Texte aus den Spalten der Literaturzeitschriften verdrängte.

Das Glück der Literaturzeitschriften währte nicht lange. Im Juni 1990 trat ein neues Pressegesetz in Kraft, das die Zeitschriften von den Schriftstellerverbänden und gesellschaftlichen Organisationen loslöste. Der Preis der Freiheit war allerdings hoch: Staatliche Subventionen wurden gestrichen, gleichzeitig kletterten die Papierpreise nach der marktwirtschaftlichen Freigabe auf das Vierfache des sowjetischen Ansatzes. Die Auflage der «Neuen Welt» stürzte innerhalb eines Jahres um 80 Prozent auf 200 000 und hat sich heute bei 15 000 eingependelt. Seit dem Anfang der neunziger Jahre herrschen auf dem russischen Zeitschriftenmarkt harte Verhältnisse. Periodika, die keinen festen Leserkreis für sich gewinnen können, verschwinden in kurzer Zeit. Meistens sind neugegründete Zeitschriften, die wegen ungewisser Finanzierung oft in der Form von Almanachen erscheinen, von diesem Schicksal betroffen. – Eine gewisse Erleichterung bedeutet das Förderprogramm des amerikanischen Milliardärs George Soros, das auf sinnvolle Weise im Bereich der Distribution ansetzt und seit 1993 landesweit den Bibliotheken Mittel zur Abonnierung verschiedener Zeitschriften zur Verfügung stellt. Jedoch kämpfen nicht nur neue Titel ums Überleben, auch die bekannten Literaturzeitschriften können die neuen ökonomischen Bedingungen nicht ignorieren. Am deutlichsten lässt sich der radikale Wandel einer sowjetischen Zeitschrift am

Beispiel des «Banners» beobachten. Während Jahrzehnten verfolgte der säbelrasselnde Titel eine parteitreu-konservative Linie, bis er 1986 nach einem personellen Wechsel in der Redaktion zu einem der wichtigsten Organe der Perestroika wurde. Das «Banner» ist bisher auch die einzige grosse Literaturzeitschrift, die auf die sowjetische Titeltypographie verzichtet hat und mit einem neuen, ansprechenden Umschlag erscheint.

Der «Playboy» als Literaturzeitschrift

Nicht konkurrieren kann das Outfit des «Banners» allerdings mit dem einer anderen Zeitschrift, die als westlicher Kulturimport nach dem Zusammenbruch der Sowjetunion unvermeidbar geworden ist: Seit 1995 erscheint in Russland eine eigene Ausgabe des «Playboy». Darin findet man neben dem Centerfold-Model des Monats auch anspruchsvolle Literatur hochkarätiger Autoren. Viktor Jerofew hat eine feste Kolumne über Männer (ein Essayband mit demselben Titel ist letztes Jahr in Moskau erschienen), Vasilij Aksjonow, Andrei Bitow und Igor Jarkewitsch veröffentlichen hier ihre neueste Prosa.

Der eindrucksvolle Aufmarsch bekannter Namen in einem Blatt von zweifelhafter Reputation zeugt nicht nur vom gelassenen Umgang der Russen mit westeuropäisch-prüden Moralnormen, sondern darf auch als Ausdruck der ökonomischen Verhältnisse gewertet werden. Die Autorenhonorare, die der «Playboy» ausrichtet, übersteigen die üblichen Hungerlöhne um ein Vielfaches. Ausserdem kann die russische Gegenwartsliteratur auf diese Weise ein Bevölkerungssegment erreichen, das laut neueren Statistiken kaum je ein Buch zur Hand nimmt: Die unmittelbare Zielgruppe des in Holland gedruckten Hochglanzjournals bilden die sogenannten «neuen Russen». Die erfolgreichen Jungunternehmer werden als Kunden für die im Inserateteil angepriesenen Luxusartikel – vom englischen Whisky über die Schweizer Markenuhr bis zum amerikanischen Jeep – anvisiert; darüber hinaus könnten sie sich aber in Zukunft für den russischen Buchmarkt interessieren. Daher ist gegenüber den literarischen Ambitionen des russischen «Playboy» nicht elitäres Naserümpfen, sondern Anerkennung für eine ungewöhnliche Form der Kulturförderung angebracht.

Ulrich M. Schmid