

Mao, mal ganz anders: Vom chinesischen Umgang mit (kultur)revolutionärer Vergangenheit

Ich habe nie ein Bild von Mao aufgehängt. Viele machten das, ich nicht. Ich sammelte die Anstecker, hatte einen Riesenhaufen. Mit Bildern, als Mao jung war, aus Yan'an, die fand ich einfach toll, diesen Mao verehrten alle. [...] Mao ist anders als Stalin, er wollte diese Verehrung nie haben, und trotzdem, irgendwie war er zum Gott geworden, und das ist heute wieder da. Wenn man heute Mao-Bilder aufhängt, dann ist das eher spielerisch, nicht mehr aus Hingabe, obwohl, er ist schon einfach ein Phänomen, aber es ist auch eine Art historisches Gedächtnis, was sich da ausdrückt, denn er war ein großer Mann, er hat China geeint. Es wäre nicht richtig zu sagen, dass er nur schlecht war. (Musiker, geb. 1930er-Jahre)¹

In einem Witz aus dem Deutschland der Vierzigerjahre wird Goebbels an der Himmelspforte zurückgeschickt und in die Hölle gewiesen. Um ihm den Weg zu erleichtern, lässt ihn Petrus durch ein Fernrohr einen Blick in die Hölle tun. Goebbels sieht eine aufs Behaglichste eingerichtete Bar mit teuren Getränken und schönen Mädchen. Als er aber dort ankommt, findet er einen Ort der Schrecken und Qualen. Auf seine entrüstete Frage, was denn das, was er gesehen hatte, gewesen sei, antwortet der Teufel: »Propaganda«.² Der Witz zeigt, wie Propaganda gemeinhin verstanden wird:³ als Vorspiegelung falscher Tatsachen, als manipuliert und manipulativ. Wenn sie Wirkung zeigt, so ist diese negativ, ihr begeistert überzeugter Rezipient ist fehlgeleitet. Ein System, das Propaganda produziert, wird geächtet. Die Zeiten, in denen Propaganda floriert, gelten als Unzeiten. Umso unwohler mag es stimmen, wenn man beobachtet, dass die Propagandaprodukte der Großen Proletarischen Kulturrevolution, deren radikale Politik China für einige Jahre (heute offiziell 1966–76) bestimmte und vielen, vor allem Intellektuellen, großes Leid zufügte, auch Jahrzehnte später immer noch beliebt sind. In Form von »Rote Klassiker«-Ausgaben der Modellstücke,

1 Die als Motti verwendeten Zitate entstammen Interviews, die die Autorin im Frühjahr 2004 in Beijing und Shanghai geführt hat.

2 Siehe Thymian Bussemer: Propaganda und Populärkultur. Konstruierte Erlebnisswelten im Nationalsozialismus. Wiesbaden 2000, S. 133.

3 Siehe den mittlerweile fast klassisch zu nennenden Artikel von Wilhelm Emanuel Süskind: »Propaganda« (Aus dem Wörterbuch des Unmenschen XIV), in: Die Wandlung 5 (1947), S. 437–442. Diese Auffassung von Propaganda lässt sich aber auch bereits Jahrzehnte früher finden, am prominentesten in den Arbeiten des französischen Arztes und Psychologen Gustave Le Bon.

Rock-, Pop- und Jazzversionen von Revolutionsliedern, Mousepads (»Mao's Pads«), Uhren und Porzellanobjekten ist sie ein Verkaufsschlager. Wie kommt das?⁴

Zum ersten Mal mit dieser Frage konfrontiert war ich, als ich Anfang der Neunzigerjahre Interviews mit chinesischen Komponisten führte, die während der Kulturrevolution aufs Land geschickt worden waren. Ihre Aussagen wurden weiter differenziert in Interviews, die ich 2004 mit Vertretern ganz unterschiedlicher Generationen und Berufsgruppen (vom Taxifahrer bis zum Hochschullehrer) führte. Sie erzählten ganz andere Geschichten als die, die ich aus den Lehrbüchern kannte: Einige hatten während der Kulturrevolution ihre Liebe zur Musik entdeckt – als Mitglieder von Propagandatruppen. Viele von ihnen hatten in der Kulturrevolution lesen gelernt, und eben nicht nur Propaganda, sondern auch sogenannte »schwarze Literatur« – Balzac, Rolland, chinesische Klassiker und Philosophie, vor allem während der Anti-Konfuzius-Kampagne in den frühen Siebzigern.⁵ Andere hatten durch Propaganda schreiben gelernt: Auch Wandzeitungen, die der politischen Denunziation dienten, waren, so ihre Aussage, kalligrafische Übungen. Keiner verdamnte die Propaganda der Kulturrevolution offen, viele – und nicht nur die Jüngeren – sangen oder spielten mir Passagen aus Revolutionsliedern zum Lobe Maos vor, andere zeigten mir Bilder, auf denen sie in den dramatischen Posen der Loyalitätstänze, die Passagen aus Maos Werken choreografisch umsetzen, posieren. Viele schlossen, dass diese kulturellen Aktivitäten ihre wichtigsten Erfahrungen aus der Zeit der Kulturrevolution seien: »Viele von uns wären nie Künstler geworden, wäre da nicht die Kulturrevolution gewesen«, meinte etwa ein 1954 geborener Künstler.

Was erklärt den chinesischen Umgang mit der Propagandakunst der Vergangenheit? Sie hat eine lange Geschichte. Ihre Inhalte wurden über mehrere Generationen und über vielfältige gesellschaftliche und politische Veränderungen hinweg kommuniziert. Als zeitresistente semantische Einheiten oder »Propageme«⁶ sind sie wesentliche und strukturierende Bestandteile eines kollektiven kulturellen Gedächtnisses geworden.⁷ Im Folgenden sollen die Entwicklung, die Funktion und die Wirkung solcher Propageme an dem vielleicht prominentesten Beispiel chinesischer Propagandakunst durchgespielt werden: dem Porträt Maos.

Jung Changs 2005 erschienene Mao-Biografie *The Unknown Story* beschreibt Mao als Monster. Die folgenden Seiten sollen (noch einmal) zeigen,⁸ wie problematisch ihre Deu-

4 Siehe dazu auch Elizabeth J. Perrys unlängst erschienenen Aufsatz zum Mao-Porträt »Auf dem Weg nach Anyuan«: Elizabeth J. Perry: Reclaiming the Chinese Revolution, in: *Journal of Asian Studies* 67 (2008), H. 4, S. 1147–1164.

5 Siehe Barbara Mittler: *A Continuous Revolution: Making Sense of Cultural Revolution Culture*, Manuskript in Überarbeitung, Kapitel 3.

6 Rainer Gries definiert »Propageme« wie folgt: »Propagandainhalte«, »rhetorische Figuren«, »semantische Marker politischen Inhalts« oder auch »Erzählungen« begrenzter Komplexität, die wiederholt und über lange Zeit, womöglich über Generationen und gesellschaftliche und politische Systeme hinweg, mit Hilfe von Massenmedien einer breiten Zielgruppe mit Erfolg kommuniziert wurden (Zur Ästhetik und Architektur von Propagemen. Überlegungen zu einer Propagandageschichte als Kulturgeschichte, in: Rainer Gries/ Wolfgang Schmale (Hg.): *Kultur der Propaganda*, Bochum 2005, S. 9–35, hier S. 13 u. 34).

7 Ebd., S. 24.

8 Siehe dazu auch den Beitrag von Susanne Weigelin-Schwiedrzik in diesem Band.

tung ist: Nicht, weil sie falsch wäre, auch nicht, weil sie eine Geschichte als »unbekannt« präsentiert, die schon viele Jahre bekannt ist, auch in China. Dies hat aber dort nicht dazu geführt, dass Mao, das Monster, einen signifikanten Teil der chinesischen Realität darstellt. Der Mao, den Jung Chang beschreibt, ist nicht der Mao, der im gegenwärtigen China eine Rolle spielt. Vielmehr wird ein ganz anderer Mao immer prominenter: Mao als Symbol für eine gute, egalitäre und altruistische Vergangenheit, die für immer passé scheint, seit der »sozialistische Kapitalismus« das Diktat über das Land übernommen hat.⁹

Wie kommt es, dass dieser Mann, nach allem was geschehen ist, heute in China so populär ist? Um diese Frage zu beantworten, mag man zunächst in die Zeit zurückschauen, in der Mao und sein Bild mit Macht populär gemacht wurden: die Kulturrevolution. In dieser Phase war, das suggerieren jedenfalls die Propagandamedien, sein Bild überall zu sehen (persönliche Erinnerungen, wie sie die Zitate aus den Interviews zeigen, vermitteln einen etwas anderen Eindruck). Aber es war eben nicht nur in dieser Periode der chinesischen Geschichte (omni)präsent, sondern auch davor und danach, und das in vielen Variationen. Diese Vor- und Gegenwartsgeschichte, nicht die (Un-)Taten eines historischen Mao bestimmen, wie Mao heute erinnert wird. Sie formen eine bestimmte Art des Umgangs mit Mao, der von diesen frühen Erfahrungen mit der maoistischen Propaganda geprägt ist. Ich werde argumentieren, dass erstens der revolutionäre Mao der frühen Kulturrevolution nicht nur von oben gewollt und vorgeschrieben populär sein sollte, sondern es auch, entgegen herkömmlichen Annahmen über die Möglichkeit der positiven Aufnahme von Propaganda, tatsächlich war, und dass zweitens die Vielfalt und die Gestaltung selbst kritischer und ironischer Versionen von Maos Bild heute zeigt, dass Maos Popularität über die Jahre nicht abgenommen hat. Maokunst mag sich zwar im Stil dramatisch verändert haben, weniger aber in der Emotionalität ihrer Wirkung.¹⁰

Der erste Teil dieses Beitrags beschäftigt sich mit der Maokunst der Kulturrevolution. Sie wird verglichen mit Bildern aus der Zeit davor und danach und befragt nach ihrem impliziten Publikum. Im zweiten Teil beschäftige ich mich mit ihrer Rezeption durch ein tatsächliches Publikum. Ich diskutiere, warum Maos Bild ein wichtiges und attraktives Motiv war und immer noch ist, für Künstler und Produzenten ebenso wie für Rezipienten. Warum woll(t)en sie sich mit Mao beschäftigen? Inwiefern ist das ein performativer Akt, der genauso viel über den Aufführenden aussagt wie über das Aufgeführte? Ich lese die Mao-Porträts auch intertextuell, als Reaktionen auf frühere Bilder; auch dies gibt Hinweise darauf, weshalb Maos Bild immer noch produziert und rezipiert wird.

1. Mao immer gleich? Maokunst und ihr impliziter Betrachter

Kaderfamilien, klar, die hatten solche Mao-Bilder zu Hause hängen. Oder wenn man wusste, dass einen ein Kader besuchen würde, dann hängte man eins auf. [...] Bei

9 Siehe Mobo Gao: *The Battle for China's Past. Mao & the Cultural Revolution*. London 2008, S. 3.

10 Siehe Melissa Schrift: *Biography of a Chairman Mao Badge. The Creation and Mass Consumption of a Personality Cult*. New Brunswick 2001, S. 190.

uns gab es kein Mao-Bild. Ich hätte auch keins aufhängen wollen. (Bibliothekar, geb. 1950er)

Natürlich hatten wir in unserem Schlafsaal ein Bild von Mao. Und heute sammeln wieder viele diese Bilder. (Guqin-Spieler, geb. 1940er)

Nein, Mao-Porträts hat man zu Hause nicht aufgehängt. Das wäre viel zu gefährlich gewesen, man wurde ja zum Konterrevolutionär, wenn die z. B. verschmutzt wurden. (Redakteur, geb. 1930er)

Ja, wir hatten ein Mao-Porträt aufgehängt. Wir nahmen es dann bei irgendeinem Frühjahrsputz herunter, so 1976 oder 1977. Dann war es ganz natürlich, es nicht mehr aufzuhängen. Aber in der Kulturrevolution, selbst in der zweiten Hälfte, gab es sehr viele Maos, überall in den Familien, auch als Porzellanfiguren und so. Wenn man kein Bild hatte, konnte man schließlich zum Konterrevolutionär erklärt werden. (Fotograf, geb. 1960)

Klar, wir hatten ein Mao-Porträt aufgehängt. Aber wir hatten ein besonderes Bild im *guohua*-Stil, nicht einfach das Standard-Bild. In der Kulturrevolution war es eigentlich nur in der ersten Hälfte gängig, dass man die Mao-Bilder aufhängte. In der zweiten Hälfte nicht mehr, es war auch allen ziemlich egal. Obwohl, na ja, ich erinnere mich, einer unserer Nachbarn, der war irgendwann mal so wütend, dass er das Maobild, das sie an der Wand hatten, einfach zerrissen hat! (Dramatiker, geb. 1956)

In seinem einflussreichen Aufsatz »Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit« beklagt Walter Benjamin den Verlust der »Aura« des Kunstwerks durch seine Wiederholung. Anstatt einzigartig zu sein, wird es zu einer unter vielen Reproduktionen. Anstatt für seine Seltenheit geschätzt zu werden, wird es gelobt für seine Verfügbarkeit. Sein Kultwert nimmt ab, während sein Ausstellungswert drastisch zunimmt.¹¹ So wird das Kunstwerk populär – und in Benjamins Begrifflichkeit ist das der Anfang seines Niedergangs. Es dient nicht mehr der »Versenkung«, sondern nur noch der »Zerstreuung«.¹² Und es unterbindet unabhängige Gedanken: An die Stelle seiner Fundierung auf das Ritual tritt seine Fundierung auf die Politik.¹³ Das führt, so Benjamin, je nach System entweder zur Ästhetisierung der Politik oder zur Politisierung der Kunst – beiden Entwicklungen steht er skeptisch gegenüber.¹⁴

11 Walter Benjamin: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Frankfurt a. M. 1963, S. 18 f.

12 Ebd., S. 38–40.

13 Ebd., S. 18.

14 Ebd., S. 44. Benjamin assoziiert die »Ästhetisierung der Politik« mit dem Faschismus, die »Politisierung der Kunst« mit dem Kommunismus. Beide Beschreibungen passen aber auf die Maokunst.

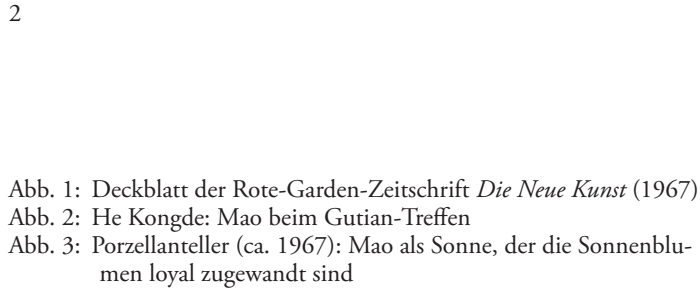
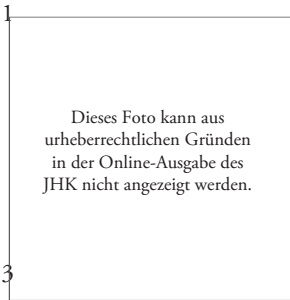
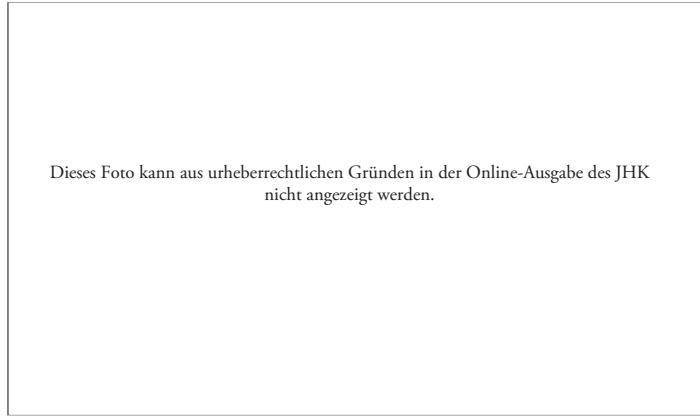


Abb. 1: Deckblatt der Rote-Garden-Zeitschrift *Die Neue Kunst* (1967)

Abb. 2: He Kongde: Mao beim Gutian-Treffen

Abb. 3: Porzellanteller (ca. 1967): Mao als Sonne, der die Sonnenblumen loyal zugewandt sind

All dies hat viel zu tun mit der Maokunst im modernen China. Offensichtlich glaubten die Choreografen der chinesischen Revolution nicht daran, dass ein Kunstwerk durch Wiederholung seine Aura verliere. Allein schon ihr Glaube an die Modernisierung erlaubte nicht, technische Reproduzierbarkeit als etwas zu beurteilen, das den Wert von Kunst herabsetzen könnte. Und in ihrem ideologischen Verständnis war ein Kunstwerk gerade dann wertvoll, wenn es nicht einzigartig war, sondern für jeden zugänglich. In der maoistischen Ideologie, die gängigerweise auf Maos Yan'aner Reden von 1942 zurückgeführt wird,¹⁵ ist dies die *Raison d'Être* aller künstlerischen Produktion: Als populär konzipierte Kunst wird sowohl zur Versenkung als auch zur Zerstreuung geschaffen. Die maoistische Ideologie würde zwar nicht zugeben, dass Maokunst keine unabhängigen Gedanken zulässt, sondern der Interpretationsgemeinschaft bestimmte Deutungen vorschreibt. Sie würde aber der Idee emphatisch zustimmen, dass die Ritualfunktion des einst exklusiv der Bourgeoisie vorbehaltenen Kunstwerks nun in den Dienst der revolutionären Politik gestellt wird. Dabei wird Mao selbst ein rituelles Objekt, und dies eben aufgrund der Tatsache, dass er so oft reproduziert wird – so geschieht die Ästhetisierung der Politik oder die Politisierung der Kunst.

15 Bonnie McDougall (Hg. u. Übers.): Mao Zedong's »Talks at the Yan'an Conference on Literature and Art«. A Translation of the 1943 Text with Commentary (=Michigan Monographs in Chinese Studies 39), Ann Arbor 1980.

Einen Höhepunkt findet diese Praxis während der Kulturrevolution. Mao erscheint hier immer wieder gleich: rot, hell und strahlend. Seine Haut musste in warmen Farbtönen gestaltet werden, kalte Farben waren zu vermeiden. Mao wirkt so wie eine Lichtquelle. In den offensichtlicheren Fällen kommen Sonnenstrahlen direkt aus seiner Gestalt (*Abb. 1 und 3*), in den subtileren sind alle Flächen, die ihm zugewandt sind, erleuchtet (*Abb. 2*).¹⁶ Mao wird als stattliche Figur gezeigt, aufgerichtet, mit prägnanten, ebenmäßigen Gesichtszügen; vor allem hier sollte die Pinselarbeit möglichst wenig auffällig sein. Er ist Fokuspunkt des Bildes. Seine Gesten drücken Selbstbewusstsein und Entschlossenheit aus: Er formt die Hand zur Faust, hebt sie in die Höhe, faltet die Hände entspannt (*Abb. 1, 2 und 4*). Diese Darstellungen vermitteln immer dieselbe Botschaft: Mao als Superlativ, der wichtigste Führer der chinesischen Revolution. Die Bilder sprechen ein implizites Publikum an, das an diesen strahlenden, brillanten, starken Mao glaubt. Um diese Botschaft zu vermitteln, tendieren sie dazu, Mao zu »verallgemeinern«. In den extremeren Fällen wird er zu einem dekorativen Symbol: der gütigen Sonne (*Abb. 1 und 3*). Es gibt eine Art, den jungen, und eine Art, den gereiften Mao darzustellen. Selbst auf Gemälden, die sich auf bestimmte historische Momente beziehen, wird Mao als Muster porträtiert und vor stereotype Hintergründe gestellt. So erhalten Bilder wie »Mao auf dem Weg nach Anyuan« (*Abb. 4*) eine transzendente Qualität. Indem ein dekontextualisiertes Stereotyp wiederholt wird, wird Maos Attraktivität verallgemeinert. So wird er zu jener übermenschlichen Figur aus dem wohlbekannten Lied »Der Osten ist rot, China hat einen Mao Zedong hervorgebracht, hurra, er ist der Retter des Volkes«.

Die Bilder können als Wiederholungen ein und desselben stereotypen Musters beschrieben werden. Man kann aber andererseits zeigen, dass zwischen ihnen jeweils große Unterschiede bestehen, vor allem im künstlerischen Stil. Liu Chunhuas (*1944) »Mao auf dem Weg nach Anyuan« von 1967 (*Abb. 4*) ist Ölmalerei, die nach Aussage des Künstlers auf klassischen europäischen Vorbildern basiert: Der Faltenwurf von Maos Gewand ähnelt nicht zufällig dem der Sixtinischen Madonna von Raffael. Mao auf dem Deckblatt der ersten Ausgabe der Rote-Garden-Publikation *Die Neue Kunst* (新美术) aus dem gleichen Jahr ist dagegen eine kolorierte Holzschnittarbeit (*Abb. 1*), die ausländische und chinesische Vorbilder hat. Mao als Sonne (*Abb. 3*) kombiniert einen populären Malereistil (Bauernmalerei), der sich durch hoch stilisierte naive Darstellungen von Pflanzen und Tieren auszeichnet, mit einer Art Fotorealismus. Aber Mao wird in der Kulturrevolution auch als Aquarell gemalt oder in chinesischen Tuschestilen. Maobilder dieser Zeit können Beispiele für die chinesische Adaption europäischer Historienmalerei unter dem Einfluss des sozialistischen Realismus (*Abb. 2*) oder eine sozialistische Kombination unterschiedlicher chinesischer Malereistile, u. a. der Neujahrsbilder, sein und vieles mehr. Jedes dieser Bilder ist in einer anderen Technik hergestellt. Hier wird nicht ein und derselbe Mao immer wieder reproduziert, sondern jedes Mal erscheint ein anderer Mao, passend für jeden Geschmack. In den Worten Lothar Ledderoses wäre Mao ein »Modul«, das immer wieder neu variiert werden kann.¹⁷

16 Julia Andrews: *Painters and Politics in the People's Republic of China, 1949–1979*. Berkeley 1994, S. 360.

17 Lothar Ledderose: *Ten Thousand Things: Module and Mass Production in Chinese Art*. Princeton 2000.

Allerdings waren nicht alle Variationen zulässig: Wo die Grenzen des ästhetischen Diskurses lagen, lässt sich an einigen Beispielen, die nicht in den kulturevolutionären Kanon der offiziell propagierten Bilder eingegangen sind, zeigen. Unkanonisch ist etwa ein Holzdruck Shi Lus (1919–1982) von 1946 (*Abb. 5*): Mao sitzt hier zwar in der Mitte, ist aber dennoch nicht Mittelpunkt des Bildes, nicht alle hören auf ihn oder sind ihm zugewandt. Mao ist nicht der charismatische Geschichtenerzähler, der er dem Mythos nach war, sondern wird, in einer linkisch-unbeholfenen Pose, eher als geduldiger Zuhörer gezeigt.¹⁸ Er ist nicht die stattliche, ernste und vor allem dominierende Figur typischer kulturevolutionärer Darstellungen. Ähnliches gilt auch für Mao auf einem Neujahrsbild von 1950, das ihn, mit überdimensionalem Kopf, leicht derangiert erscheinen lässt (*Abb. 6*): Das implizite Publikum solcher Bilder kann nicht überzeugt sein von Maos überragenden Fähigkeiten.

Bei diesen frühen Werken waren Unvollkommenheiten – gemessen an kulturevolutionären Standards – in den seltensten Fällen beabsichtigt. Anders ist das bei Han Xins (*1955) und Wei Jingshans (*1943) »Wenn Du übernimmst, dann bin ich beruhigt«, das 1978 entsteht (*Abb. 7*). Es ist eine dem Realismus verpflichtete Darstellung Maos kurz vor seinem Tod, gemalt nach einer der letzten publizierten Fotografien. Sein linkisch frohlockender designerter Nachfolger, Hua Guofeng, steht, das Bild dominierend und in starkem Kontrast zu dem hilflosen Mao, der neben ihm sitzt und dessen Hand er hält. Mao wirkt umso ohnmächtiger, als er seinen Kopf recken muss, um zu erkennen, was Hua, der einen Zettel in der Hand hält, liest.¹⁹ Maos Debität wird noch dadurch unterstrichen, dass er mitleiden will, obwohl er doch wissen müsste, was er selbst geschrieben hat. Keinem der Standards »rot, hell und strahlend« entspricht dieses Bild. Mao gibt hier keine stattliche Figur ab. Sein Gesicht scheint gezeichnet von Todesnähe – es ist keine Lichtquelle mehr. Das Bild

Dieses Foto kann aus urheberrechtlichen Gründen in der Online-Ausgabe des JHK nicht angezeigt werden.

4

Dieses Foto kann aus urheberrechtlichen Gründen in der Online-Ausgabe des JHK nicht angezeigt werden.

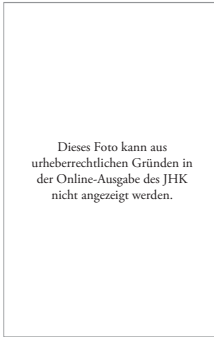
5

Dieses Foto kann aus urheberrechtlichen Gründen in der Online-Ausgabe des JHK nicht angezeigt werden.

6

18 Siehe David E. Apter/Tony Saich: *Revolutionary Discourse in Mao's Republic*. Cambridge, Mass. 1994. Zum Bild: Andrews: *Painters and Politics* (Anm. 16), S. 106.

19 Andrews: *Painters and Politics* (Anm. 16), S. 382.



7



8



9

vorige Seite

Abb. 4: Liu Chunhua: »Mao auf dem Weg nach Anyuan« (1967)

Abb. 5: Holzschnitt von Shi Lu (1946)

Abb. 6: Neujahrsbild von 1950

diese Seite

Abb. 7: Han Xin / Wei Jingshan: »Wenn Du übernimmst, dann bin ich beruhigt« (1978)

Abb. 8: Zhang Hongtu: »Quaker Oats Mao« (1987)

Abb. 9: Yu Youhan: offizielles Mao-Porträt (1989)

war zunächst in einer Vorzeichnung für eine Shanghaier Ausstellung akzeptiert worden, obwohl es dem »neuen Realismus« des »neuen Zeitalters« Deng Xiaopings entsprach; in seiner endgültigen Form wollte man es dann jedoch nicht der Öffentlichkeit präsentieren. Die Einschätzung der Künstler, dass das Bild die Zensur passieren könnte, macht klar, dass das implizite Publikum von Maokunst nach dem Ende der Kulturrevolution nicht mehr so eindeutig zu definieren war wie zuvor.

Andere Maobilder der gleichen Zeit spielen absichtlich mit der idealisierten, perfektionierten Form des Mao der Kulturrevolution, indem sie diese zitieren. Bei dem blumenverzierten offiziellen Porträt Maos von Yu Youhan (*1943), einem Ölbild von 1989, ist es natürlich nicht die Form, sondern es sind die Farbe und die künstlerische Technik, die das Bild nach kulturrevolutionären Standards inakzeptabel gemacht hätten (Abb. 9). Zwar wird Mao hier ästhetisiert, ist sogar »hell und strahlend« (allerdings blau, grün und gelb), aber ganz anders als bei Darstellungen aus der Zeit der Kulturrevolution ist die Ästhetik dieses Bildes nicht von den Prinzipien der revolutionären, sondern der kapitalistischen Populärkunst bestimmt. Das gilt auch für Zhang Hongtus (*1943) »Quaker Oats Mao« von 1987 (Abb. 8). Wir sehen eine Dose mit »Old Fashioned Quaker Oats«, die aber nicht vom *Quaker Oats Man* mit seinem schwarzen Hut und langen weißen Haar präsentiert wird: Der neue *Quaker Oats Man* trägt eine grüne Mao-Mütze, und rote Sonnenstrahlen umgeben seinen Kopf. Die Verbindung der angebotenen sozialistischen Sonne mit einem Produkt des amerikanischen Kapitalismus wirkt frivol.

links

Abb. 10:
Liu Wei: »Die neue
Generation«
(1991)

Dieses Foto kann aus
urheberrechtlichen Gründen
in der Online-Ausgabe des
JHK nicht angezeigt werden.

rechts

Abb. 11:
»Mao« von
Yan Peiming
(1992)

Dieses Foto kann aus urheberrechtlichen Gründen in der
Online-Ausgabe des JHK nicht angezeigt werden.

Noch deutlicher ist »Die neue Generation«, gemalt 1991 von Liu Wei (*1963). Hier schwingt der Monster-Mao, den Jung Chang beschreibt, mit: Das offizielle Mao-Porträt erscheint hier zerdellt (*Abb. 10*). Noch deformierter aber sind die beiden Babys, die vor dem Bild »posieren« – die »neue Generation«, wie es der Titel suggeriert. Was ist die Botschaft eines solchen Bildes? Wer ist das implizite Publikum? All jene, die durch Mao in ihrem Entwicklungsgang behindert worden sind – die sogenannte »verlorene Generation«? Der kritische Inhalt dieses Gemäldes mag offensichtlich sein. Wesentlich schwieriger ist es, die Botschaft der beiden vorangegangenen Bilder zu entziffern: Sind solche Zitate von Kulturrevolutionsmustern in widersprüchlichen Zusammenhängen ein Versuch, den Mythos Mao zu zerstören? Oder zeigen Kunstwerke wie diese eben auch, dass Mao im Kapitalismus ebenso wie im Kommunismus bestehen kann? Die Zweideutigkeit der Botschaften ergibt sich immer aus dem Spiel mit dem kulturrevolutionären Standard als Gegentext. So auch in Yan Peimings (*1960) Porträt Maos von 1992 (*Abb. 11*). Eine Kombination von kalten Farben und besonders betonter grober Pinselarbeit lässt hier Maos Gesicht alles andere als glatt erscheinen. Bereits diese beiden Elemente hätten die Arbeit während der Kulturrevolution inakzeptabel gemacht, und erst recht die abstrahierende – und geradezu verunstaltende – Manier, in der das Porträt ausgeführt ist. Dennoch bleibt das Bild zweideutig, denn das implizite Publikum ist eines, für das Mao, auch wenn sein Gesicht etwas unscharf geworden ist, immer noch eine (bedrohlich?) imposante Persönlichkeit ist, zumindest in einem Sinn: Das Bild ist riesig, etwa zwei mal drei Meter groß.

2. Mao mal ganz anders? Maokunst und ihr Publikum

Jede Familie hatte so ein Mao-Bild bei sich zu Hause hängen. Die Anstecker waren total in Mode und wurden als »göttliche Bilder« (*baoxiang*) bezeichnet! Wir wollten die alle unbedingt haben. Ich erinnere mich, wie wir im Dezember 1966 eine Straße entlangliefen und auf Rote Garden trafen: Einer von ihnen rutschte aus, fiel hin, genau auf seinen Mao-Anstecker. Das fand der schlimm, er fing gleich an zu heulen. Ja, das waren »göttliche Bilder«! [...] Manche der Statuen wurden abgebaut, nach Lin Biaos Tod fing das an. Aber wirklich verschwinden taten sie eigentlich erst in den Achtziger-

jahren. Allerdings war keiner so richtig dafür. Mao hatte es geschafft, den Menschen ein sicheres Leben zu garantieren, denken die Leute. Der Marxismus ist eine Religion, und Mao ist einer ihrer Götter. (Historiker, geb. 1950er)

Zu Hause hatten wir kein Maobild. Wir hängten eins auf, als wir heirateten, an unserem Hochzeitstag, 1972, aber das blieb nicht hängen. Nur, wenn es unbedingt gebraucht wurde. Im Kindergarten und in allen öffentlichen Räumen, da gab es natürlich überall so ein Bild. Aber zu Hause, nein, vielleicht eher in den Arbeiter- und Bauernhaushalten, aber sicher nicht bei den Intellektuellen. Und die Taxifahrer heute? Die denken, dass Mao Leben retten kann, ja, für die ist er eine Art Gott. (Ethnomusikologe, geb. 1940)

Ihren Höhepunkt erlebte die politische Ästhetik der Wiederholung, in der Mao zum rituellen Objekt wurde, während der Kulturrevolution. Damals war Mao offensichtlich populär – zumindest in der Hinsicht, dass er überall zu sehen war: in der Öffentlichkeit am Platz des Himmlischen Friedens, im privaten Bereich zu Hause (wie oft, da widersprechen sich die Zeitzeugen), in den Städten, auf dem Land, in den Fabriken und den Universitäten.²⁰ Doch vor und nach der Kulturrevolution war Mao ebenso sichtbar.²¹ Und seine permanente Präsenz wird wiederum bis heute in der Kunst reflektiert: In Wang Guangyis »Chinese Touristmap-Beijing« von 1989 (Abb. 12) sieht man den Platz des Himmlischen Friedens, übersät mit roten und gelben Flecken, die Wolken sein könnten, aus denen der Regen läuft, den die Wettervorhersage ankündigt, die aber auch wie Blut (der Demonstranten, die im Juni 1989 erschossen wurden?) anmuten mögen. Alles auf diesem Bild ist klar gezeichnet, die Wolken, der Platz selbst, sogar der Slogan im Bildhintergrund, doch Maos Porträt ist verwischt: Will man ihn nicht mehr sehen, weil er verantwortlich gemacht wird für das, was dort geschah? Oder kann man ihn nicht mehr sehen, weil er, ob der neuen Politik eines »sozialistischen Kapitalismus«, nicht mehr als Vordenker erkennbar ist? Wird das bedauert?

Mao ist unscharf geworden in vielen neueren Darstellungen, aber er ist immer noch da, auch im Privaten. Das suggeriert Zhang Hongtus interaktives Kunstwerk »Front Door« von 1995 (Abb. 13): Klickt man auf das Guckloch in der Tür, so erscheint, verzerrt, eine bekannte Visage: *Big Brother Mao watching you!* Solche Bilder setzen sich, sowohl im Stil als auch in der Botschaft, deutlich ab von denen, die während der Kulturrevolution zu sehen waren. Sie hinterfragen den Mythos Mao und geben Hinweise auf (s)eine schwierige Vergangenheit, die durch die offizielle Version der Geschichtsschreibung, die in einer Partei-Resolution von 1981 festgelegt wurde und Mao als zu 70 Prozent gut und zu 30 Prozent schlecht deklariert, nicht hinreichend erklärt wird. In den Worten des chinesischen Kunsthistorikers Wang

20 Für eine ausführliche Dokumentation dieser repetitiven Bilderwelten siehe 杨克林 [Yang Kelin]: 文化大革命博物馆 [Wenhua dageming bowuguan, Kulturrevolutionsmuseum], Hongkong 1995.

21 Eine Dokumentation findet sich in 张忠龙 [Zhang Zhonglong]: 毛泽东历史视觉 经典海报画册 [Mao Zedong lishi shixiang Jingdian haibao huace, Historische Porträts von Mao Zedong: Eine Sammlung klassischer Posterbilder], Hongkong 1994.

Dieses Foto kann aus urheberrechtlichen Gründen in der Online-Ausgabe des JHK nicht angezeigt werden.

Abb. 12:
Wang Guangyi:
»Chinese Touristmap-Beijing«
(1989)

Yuejin: »*Chinese eyes had been tuned to Mao's frontal portraits for decades.*« Diese Porträts seien erfüllt gewesen von einem »devotional imperative«. ²² Das aber, so Wang, sei zu Ende: »*The death of Mao marked the end of the age of icon.*« ²³ Meine Lesung der Maokunst vor, in und nach der Kulturrevolution kommt zu einem etwas anderen Ergebnis – ich würde formulieren: Maos Tod hat nur scheinbar zum Ende des »age of icon« geführt.

Die Verehrung Maos und die Verbreitung von Maokunst war während der Kulturrevolution Gesetz. Später gab es dagegen immer wieder Versuche der Regierung, diese Praxis einzudämmen. In einem Parteidokument von 1981 heißt es: »Porträts des Großen Vorsitzenden Mao dürfen in der Öffentlichkeit aufgehängt werden, aber nur mit der nötigen Zurückhaltung und Würde, sodass man nicht internationale Sensibilitäten beleidigt. Es ist zu beachten, dass nicht zu viele Porträts aufgehängt werden, allerdings ist es auch nicht passend, das Hängen von Porträts ganz zu untersagen. Es ist jedem freigestellt, Porträts bei sich zu Hause aufzuhängen. Es ist den Organisationen der Partei, des Staates und des Militärs ausdrücklich verboten, sich hier in individuelle Vorlieben einzumischen.« ²⁴ Die über vorsichtige Sprache des Dokuments spricht Bände. Auch der offizielle Aufruf zum Abriss von Maostatuen hatte im November 1980 zurückgenommen werden müssen, weil er zum öffentlichen Ärgernis geworden war. ²⁵ Ganz offensichtlich erhielt sich nach der Kulturrevolution nicht nur Maos Präsenz als Ikone, sondern auch deren Aura, und das trotz aller Wiederholung und mechanische Reproduktion, die seinem Bild widerfuhr.

Warum? In der maoistischen Theorie wird angenommen, die Konfrontation mit einem Vorbild bewirkte, dass Menschen sich ändern wollen. ²⁶ Chen Xiaomei sagt von Propa-

22 Wang Yuejin: Anxiety of Portraiture. Quest for / Questioning Ancestral Icons in Post-Mao China, in: Liu Kang/Tang Xiaobing (Hg.): Politics, Ideology, and Literary Discourse in Modern China. Theoretical Interventions and Cultural Critique, Durham, NC 1993, S. 242–272, hier S. 243.

23 Ebd., S. 244.

24 Übersetzung der Parteidokumente in Geremie R. Barmé: Shades of Mao. The Posthumous Cult of the Great Leader, New York 1996, S. 134.

25 Siehe ebd., S. 128–134, insbes. S. 133 u. S. 134, Anm. 6.

26 Stefan Landsberger: The Deification of Mao: Religious Imagery and Practices during the Cultural Revolution and Beyond, in: Woei Lien Chong (Hg.): China's Great Proletarian Cultural Revolution. Master Narratives and Post-Mao Counternarratives, Lanham 2002, S. 139–184, hier S. 147.

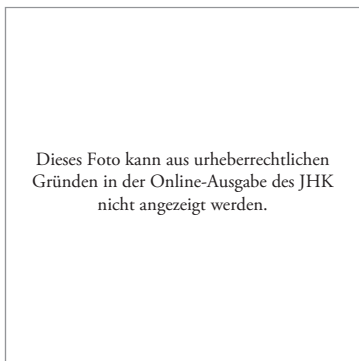
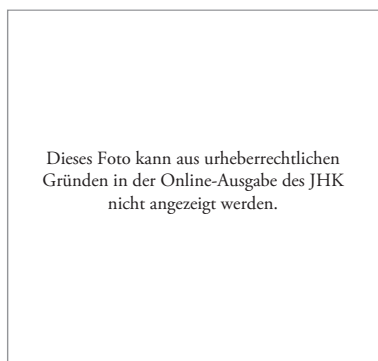


Abb. 13 a/b:
Zhang Hongtu:
»Front Door«
(1995)

gandapostern dieser Zeit: »[...] *they constructed and reconstructed who I was and what was socially expected of me.*«²⁷ Der implizite Betrachter von Maokunst während der Kulturrevolution sollte Mao als uneingeschränkten Helden sehen. Hinweise in Rote-Garden-Publikationen und Tagebüchern aus der Zeit der Kulturrevolution selbst sowie in Memoirenliteratur, die seit den Achtzigerjahren vor allem außerhalb, aber seit etwa einem Jahrzehnt vermehrt auch innerhalb der Volksrepublik China publiziert wird, zeigen, dass und wie sich künstlerische Konstruktion mit Realität verband. Diese Quellen beschreiben Maos Bilder manchmal mit Gleichmut, selten mit Abscheu, oft mit Faszination und Bewunderung.²⁸ Nur scheinbar unterscheiden sich diese Reaktionen von Avantgarde-Interpretationen des Maobilds. Denn neben der Kritik an Mao spielt in diesen Werken auch eine andere Komponente eine wichtige Rolle: »Mao war ein großer Mann«, heißt es immer wieder. Zhang Hongtu erklärt: »Als ich aufwuchs, war Mao überall. Er war wie ein Gott. Nach 1989 hatte ich Lust, mit diesem Bild zu spielen, es zu verändern, aus dem Gesicht eines Gottes das Gesicht eines menschlichen Wesens zu machen.«²⁹ Seine Wiederholungen Maos sind also inhaltlich ganz anders zu verstehen als die Andy Warhols. Für diesen war die Verarbeitung Maos durch Wiederholung eine Inhaltsentleerung,³⁰ für Zhang ein emotionaler Akt: Mao wird vom Gott zum Menschen.

27 Chen Xiaomei: Growing Up with Posters in the Maoist Era, in: Harriet Evans/Stephanie Donald (Hg.): Picturing Power in the People's Republic of China. Posters of the Cultural Revolution, Lanham 1999, S. 101–122, hier S. 105.

28 Siehe bspw. Rae Yang: Spider Eaters, Berkeley 1997, S. 111 und 知青日记书信选编委员会 [Zhiqing riji shuxin xuanbian bianweihui, Herausgeberkomitee für ausgewählte Tagebucheinträge von landverschickten Jugendlichen]: 知青日记选编 [Zhiqing riji xuanbian, Ausgewählte Tagebucheinträge von landverschickten Jugendlichen], Beijing 1996, S. 24.

29 www.momao.com; zit. nach: Orville Schell: Mandate of Heaven. New York, 1994, S. 290 f. Alle in diesem Aufsatz zitierten Internetquellen sind im Digital Archive for Chinese Studies (DACHS) Heidelberg archiviert: <http://sun.sino.uni-heidelberg.de/dachs>.

30 Um die Bilder von ihrem emotionalen Inhalt zu trennen, wiederholte Warhol ihren Druck ad infinitum. Siehe Herbert Read: A Concise History of Modern Painting, New York 1974, S. 298. Dieser Interpretation schließen sich heute allerdings nicht mehr alle Spezialisten an.

Dieses Foto kann aus urheberrechtlichen Gründen in der Online-Ausgabe des JHK nicht angezeigt werden.

Dieses Foto kann aus urheberrechtlichen Gründen in der Online-Ausgabe des JHK nicht angezeigt werden.

Abb. 14:
Zhang Hongtu: »The Last Banquet« (1989)

Abb. 15: »Wer die Welt in der Hand hat«
(Propagandaposter von 1978)

Am Ende der Kulturrevolution war es eine Konvention geworden, von den Bildern Maos so zu sprechen, als stellten sie einen Gott dar.³¹ Vor allem Liu Chunhuas Anyuan-Bild ist immer wieder als »heiliges Bild« (*baoxiang*) bezeichnet worden. Dazu passt, dass es in den späten Sechzigerjahren eine Bewegung zum Bau von Mao-Schreinen gab.³² Auch die Kampagne »Sich am Morgen Rat holen und am Abend Bericht erstatten« – vor dem Porträt Maos –, die Loyalitätstänze und Zitatelieder haben religiösen Charakter. Viele der kulturrevolutionären Poster und Anstecker von Shaoshan, Maos Geburtsort, zeigen eine aufgehende Sonne über seinem Elternhaus und geben so eine religiöse Interpretation der Geschichte Maos und der kommunistischen Partei Chinas.³³ Der gottgleiche Mao lebt aber auch nach seinem Tod weiter. Immer noch zeigt er imposant Präsenz, weiß und strahlend wie die Sonne, z. B. als offizielle Gedächtnisstatue im Mausoleum am Platz des Himmlischen Friedens, mit dem Titel »Mao wird immer in unseren Herzen leben«. In neuen Propagandapostern erscheint er über den Wolken schwebend. Das Poster »Wer die Welt in der Hand hat« (1978) zeigt, ähnlich der Anyuan-Darstellung, den jungen Mao in Gedanken versunken vor einer weiten Landschaft (Abb. 15).

Zur gleichen Zeit wird diese gottgleiche Figur aber auch ironisch reflektiert. Wang Kepings (*1949) Maostatue von 1978/79 etwa, die das Abbild des gereiften Mao mit dem einer korpulenten buddhistischen Gottheit verbindet, heißt »Idol«.³⁴ Das Kunstwerk parodiert offen die kommunistische Kritik am sogenannten »religiösen Aberglauben« und entlarvt Mao, die kommunistische Ikone, als Objekt eines ebensolchen Aberglaubens. Hier schwingt Bitterkeit mit, der Vorwurf der Verblendung. Es gibt aber auch den eher spielerischen Umgang mit der Mao-Verehrung, wie in Li Liguos Darstellung Maos als freundlich lachender Buddha, auf dem glückliche Kinder herumturnen. Zhang Hongtus Version der »Roten Sonne« als »Kapitalistische Sonne« in »Quaker Oats Mao« (Abb. 8) oder sein Gemälde mit dem Titel »The Last Banquet« (1989) sind andere entlarvende Variationen des religiösen Themas (Abb. 14). Das Bild ist eine Parodie auf Leonardo da Vincis »Das

31 Andrews: Painters and Politics (Anm. 16), S. 342.

32 Ebd., S. 345.

33 Schrift: Biography of a Chairman Mao Badge (Anm. 10), S. 86.

34 Andrews: Painters and Politics (Anm. 16), S. 399.

letzte Abendmahl«. Alle Figuren, also Jesus und seine Apostel, haben Maos Gesicht. Auch an der Stelle des Judas sitzt ein Mao, vorgebeugt, mit seinem Kleinen Roten Buch in der Hand und wirft, im Übereifer, den Reispfopf vom Tisch. Wen spricht ein solches Bild an, mit wem kommuniziert es? Ist sich ein chinesisches Publikum des christlichen Hintergrunds bewusst? Spielt Zhang Hongtu nur deshalb mit Mao, weil ihm klar ist, dass er in den USA, in die der Künstler Ende der Achtzigerjahre emigriert ist, en vogue ist? Kann andererseits ein amerikanisches Publikum verstehen, welcher Verrat historisch hinter dem Kleinen Roten Buch und dem umgestürzten Reispfopf steht? Sind die durch den Großen Sprung mitverursachte Hungersnot und die Kulturrevolution also Teil der kritischen Botschaft dieser Mao-Judas-Figur, wird Mao so eben doch für die Gräueltaten in der chinesischen Geschichte verantwortlich gemacht?

Die Bilder bleiben mehrdeutig. Sie sind Reflexionen darüber, dass der kulturrevolutionäre Maokult als Religion wahrgenommen und erlebt wurde. Sie sind kritische, emotionale Verhandlungen dieser Vergangenheit. Ihre populären Gegenstücke – der Mao-Talisman, den man noch bis vor ein paar Jahren in fast allen chinesischen Taxis finden konnte, weil man ihn für mächtig genug hielt, Unfälle zu verhindern; der Mao, der (im Gegensatz zu seinen Nachfolgern) rechtzeitig vor SARS warnte; der Mao, der Glück und Geld bringt, wie es sich für einen Neujahrsgott auf einem Neujahrsbild gehört (*Abb. 16*) – zeigen deutlich, dass Mao, der Gott, neben Mao, dem Menschen (und Monster?), weiterhin eine wichtige Rolle spielt.

3. Zum Schluss: Immer noch Mao? Kunst und Kult

Keiner zwang uns, die Maobilder aufzuhängen. Klar, in den Schulen und den Arbeitseinheiten, da hatten wir solche Bilder hängen. Und ich sammelte diese Anstecker, die fanden überhaupt alle toll, aber niemand zwang uns dazu. Wir sammelten die auch eher zum Spaß und nicht unbedingt, weil wir Mao so liebten. (Historiker, geb. 1957)

Wir wurden in eine Fabrik geschickt und wohnten alle zusammen, lauter junge Leute. Das war ein Spaß! Zwischen 1968 und 1971. Und, ja klar, wir hatten Maobilder in unseren Zimmern, wir hatten die von uns aus aufgehängt. Wir mochten Mao, er war einfach ein großer Mensch. (Musiker, geb. 1942)

Die vielen Bilder Maos, ob sie nun den Einzelnen tatsächlich überzeugten oder nicht, haben Spuren hinterlassen, die bis heute weiterwirken. Aus der Analyse von Rotgardistenpublikationen, Tagebüchern und Memoiren kann man schließen, dass das Bild des revolutionären Mao der Kulturrevolution nicht nur populär sein sollte, sondern es auch war. Die bereits davor einsetzende und nach der Kulturrevolution fortgesetzte Blüte immer neuer Wiederholungen des Bildes suggeriert, dass seine Popularität nicht abgenommen hat. Der göttliche Retter der chinesischen Nation ist ein erfolgreiches ikonisches Propagem

Dieses Foto kann aus
urheberrechtlichen Gründen in der
Online-Ausgabe des JHK nicht
angezeigt werden.

Abb. 16:
Neujahrsbild 2003

geworden, hineinkonstruiert in das kollektive chinesische Gedächtnis, das im individuellen Gedächtnis unterschiedlicher Klassen und Generationen auf vielfältige Weise weiterwirkt.

In *Shades of Mao* erklärt Geremie Barmé, dass der postume Maokult sich erheblich unterscheide von dem Persönlichkeitskult der frühen Jahre der Kulturrevolution:³⁵ Der neue Kult, der sich in den späten Achtziger- und frühen Neunzigerjahren formierte, sei eben nicht, wie die Propaganda früherer Jahrzehnte, von oben initiiert gewesen. Er sei, auch in seinen internationalen Dimensionen (die der frühe Propagandakult durchaus teilte, die Visualität der Achtundsechziger weltweit war ja deutlich mitgeprägt von Maos Bild), eine extrem kommerzielle Angelegenheit – alte Mao-Memorabilia würden zu Rekordpreisen bei Sotheby's verhökert und neue in Nobelläden wie Shanghai Tang auf der ganzen Welt vertrieben.³⁶

Und doch sind da wichtige Ähnlichkeiten zwischen beiden Kultbewegungen, gerade auch in ihrer kommerziellen (als ein Beispiel seien der Verkauf und die Massenproduktion von Mao-Ansteckern während der Kulturrevolution genannt)³⁷ und ihrer internationalen Dimension.³⁸ Beide Bewegungen spielen mit dem Bild des »Großen Vorsitzenden und Führers«, manipulieren es. In beiden Fällen wird es von den unterschiedlichsten Gruppen

35 Barmé: *Shades of Mao* (Anm. 24), S. 5 u. 13.

36 Shanghai Tang wurde 1995 von David Tang in Hongkong gegründet und hat heute Zweigstellen in vielen größeren Städten (Barmé: *Shades of Mao* [Anm. 24], S. 35). Das Mao-Mousepad, das in der Einleitung erwähnt wurde und von China Books and Periodicals in San Francisco vertrieben wird, ist ein weiteres Beispiel, das die populären und internationalen Dimensionen des heutigen Kults demonstriert.

37 Barmé gibt selbst ebendieses Beispiel des Ansteckertauschs: »the new rate of exchange (for badges) had nothing to do with revolutionary credentials and everything to do with commerce« (*Shades of Mao* [Anm. 24], S. 40 f.).

38 Laura Diehl: Die Konjunktur der Mao-Images in der bundesdeutschen »68er«-Bewegung, in: Sebastian Gehrig/Barbara Mittler/Felix Wemheuer (Hg.): *Kulturrevolution als Vorbild? Maoismen im deutschsprachigen Raum*, Frankfurt 2008, S. 179–201.

benutzt. Und damals wie jetzt zeigt die Verbreitung seines Bildes an, dass Mao eine gewisse Popularität besitzt, wobei er den Status als autoritative Figur nie verlor.³⁹ In beiden Fällen demonstriert die Maokunst, die ihn nur selten offen als den Verantwortlichen für die Gräueltaten in der modernen chinesischen Geschichte heranzieht, dass und wie er bewundert wurde, als der »Große Führer«, ja sogar als beschützender Gott. Was hier stattfindet, ist eine durch die Partei-Resolution von 1981 mitgetragene Entkopplung Maos von seiner Politik, die strukturell an ein Phänomen erinnert, das auch im Nationalsozialismus zu beobachten war: Dort hieß es im Volksmund nicht selten »Wenn das der Führer wüsste«, wenn Handlungen der NSDAP oder ihrer Organisationen allzu sehr dem Rechtsempfinden der Bevölkerung widersprachen.⁴⁰

Die hier analysierten Bilder (und Interviews mit Zeitzeugen) suggerieren, dass Mao weiterhin eine Rolle spielt im Leben der Menschen, auch in Zeiten offiziell verschriebener Amnesie wie den frühen Achtzigerjahren: *Mao matters*. Selbst kontroverse und kritische Stücke der chinesischen Avantgarde können als Produkte einer offensichtlichen Besessenheit von Mao gelesen werden, als Zeichen für eine Fixierung, die die populäre Psyche gefangen hält und auch in den Zeitzeugenberichten eine prominente Rolle spielt. Selbst in den offen kritischen oder zumindest ironischen (In-)Versionen Maos wird die Kraft des Propagems deutlich. Zhang Hongtu schreibt 1989: »Das Maobild hat sein eigenes Charisma. Es ist immer noch so mächtig, dass ich, als ich zum ersten Mal ein offizielles Porträt Maos auseinanderschneide für eine Collage, von Schuldgefühlen geplagt war, das nagte an mir.«⁴¹ Jahre nach seiner Emigration in die USA notiert er 1995: »Es wird mir erst jetzt klar, dass ich, obwohl ich China schon vor mehr als fünf Jahren verlassen habe, das Maobild einfach nicht aus meinem Hirn entfernen konnte.«⁴²

Der politische Mao-Pop kann auf unterschiedliche Weise erklärt werden: als soziale und kulturelle Nachwehen des eigentlichen Kults, und damit als ernst gemeinte und ehrlich gefühlte Kritik; als Strickmuster einer chinesischen Postmoderne, die das Bild des Großen Vorsitzenden durch alle Variationen von Pastiche und Appropriation hindurchwindet; und schließlich als marktorientierter Dissens.⁴³ Die Künstler werden genauso von Mao (dem Propagem) aufgeführt, wie sie, nicht ohne Hintersinn, Mao aufführen. Die Tatsache, dass Maos Bild als Strukturelement im kulturellen Gedächtnis nun nicht mehr nur eine einzige Bedeutung hat – die es einst in der Kulturrevolution haben sollte –, dass dieses Bild heute multiple Interpretationen zulässt, dass es kritisiert, verhöhnt wird, ja, dass ihm sogar offen widersprochen werden kann und es so, durch die Annahme seiner Fehler, vermenschlicht wurde, mag neue Gefühle der Verehrung möglich gemacht haben. So kommt es, dass Mao, der Mensch, und Mao, der Mythos, seltener jedoch Mao, das Monster (nach Jung Chang), nach der Kulturrevolution Teil der chinesischen Populärkultur wurde und immer

39 Barmé gibt diese Charakterisierung nur für den neuen Kult (*Shades of Mao* [Anm. 24], S. 46).

40 Bussemer: *Propaganda und Populärkultur* (Anm. 2), S. 123.

41 Zit. in Jeremie Barmé / Linda Jaivin (Hg.): *New Ghosts, Old Dreams: Chinese Rebel Voices*, New York 1992.

42 www.momao.com; siehe auch DACHS Heidelberg (Anm. 29).

43 Barmé: *Shades of Mao* (Anm. 24), S. 45.

noch ist. Die Transformation Maos von der »Revolutionären Ikone« der Propaganda zur »Pop(ulären) Ikone« der Werbung ist so drastisch nicht, wie manche meinen.⁴⁴ Auch wenn es kein offiziell vorgeschriebenes Emblem allgemeiner Loyalität mehr ist, bleibt das Mao-bild ein mächtiges Motiv im täglichen (Er-)Leben der meisten Chinesen: Einmal von oben und einmal von unten inszeniert, war und ist Mao Chinas Pop.

⁴⁴ Robert Benewick: Icons of Power: Mao Zedong and the Cultural Revolution, in: Evans / Donald: Picturing Power (Anm. 27), S. 123–137, hier S. 134.

