

Agitprop im Miniformat: Zur Vermittlung von Leitbildern durch Briefmarken aus der Zeit der „Kulturrevolution“

Dorothee Schaab-Hanke

Briefmarken haben bekanntlich, neben ihrer simplen Funktion als Postwertzeichen, oft auch einen ästhetischen Aspekt. Dabei beschränkt sich dieser jedoch meist nicht darauf, einfach nur dekorativ zu sein, sondern es werden auf diesen Briefmarken auch die für den jeweiligen Staat bedeutenden Ereignisse, berühmte Personen, Kunstwerke etc. als etwas zu Erinnerndes festgehalten. Briefmarken dienen somit auch der Vermittlung von Werten und lassen sich als Visitenkarte einer Nation verstehen. Die besondere Herausforderung bei der Konzeption einer Briefmarke besteht dabei darin, angesichts ihrer meist geringen Größe die auf ihr dargestellten Inhalte so klar und präzise wie möglich zu gestalten. Als omniprésente Gegenstände des täglichen Gebrauchs bieten sie sich, gerade in Zeiten, in denen verstärkt Agitation und Propaganda zur Beeinflussung der öffentlichen Meinung betrieben werden, in besonderer Weise als Medien zur Vermittlung und massenhaften Verbreitung ideologischer Inhalte an.

Im folgenden seien Briefmarken, die in den zehn Jahren jener „Großen Proletarischen Kulturrevolution“ (kurz: „KR“) von der zentralen chinesischen Post- und Telekommunikationsbehörde ausgegeben wurden, genauer unter dem Aspekt betrachtet, welche Idole und Leitbilder, also Personen, die „von vielen Menschen sehr bewundert und verehrt“ werden und mit denen „die Menschen sich identifizieren“,¹ damals propagiert wurden. Dabei sei, so weit mir dies in dieser ersten Annäherung möglich war, nicht nur eine Beschreibung dessen gegeben, was auf den Markenmotiven zu sehen ist,² sondern auch ein Blick „hinter die Kulissen“ geworfen und durch Verweise auf den historischen Hintergrund, vor dem die Ausgabe einer bestimmten Marke erfolgte, darüber reflektiert, wie die Erinnerung des Be-

trachters an das betreffende Ereignis durch die Auswahl des Markenmotivs und die Art der Darstellung geprägt werden sollte.³

Grundlage dieser Studie sind 81 Sätze mit zusammen 365 Postwertzeichen, die in der Zeit zwischen Mai 1966 und Oktober 1976 ausgegeben wurden. Im Einzelnen handelt es sich dabei um die letzten vier Sätze der sog. „alten“ Gedächtnismarken, die auf den Marken selbst dem Zeichen *ji* 纪, in westlichen Sammlerkatalogen mit „C“ (wohl nach der Wade-Giles-Schreibung des Zeichen: *chi*) bezeichnet werden (C.121–C.124), aus den Jahren 1966–1967; sodann die aus 19 Sets mit zusammen 80 Marken bestehenden eigentlichen „Kulturrevolutionsmarken“, die auf den Marken selbst weder durch eine Nummer noch durch eine Jahreszahl gekennzeichnet sind, aber in chinesischen Katalogen mit dem Zeichen *wen* 文, Kurzform für „*wen*“-*zi youpiao* 文字邮票 (Briefmarken mit dem Schriftzeichen für „Kultur“) bezeichnet werden und, daran angelehnt, in westlichen Katalogen ein „W“ tragen, aus den Jahren 1967–1970; ferner die in der westlichen Philatelie mit „N“ bezeichneten Marken, bei denen die Marken eine durchlaufende Nummer (*bianbao youpiao* 编号邮票) und eine Jahreszahl tragen (N.1–N.95, bezogen auf die Jahrgänge 1970–1973); sodann die sog. „neuen“ Gedächtnismarken, bezeichnet sowohl auf den Marken selbst als auch in den Katalogen als J-Serie (J.1–J.27, 1974–1978) und schließlich die „Sondermarken“ (chin. *te* 特, in westlichen Katalogen mit „S“ bezeichnet), von denen nur ein Satz, nämlich S.75, in die Zeit der „KR“ fällt, und fortgesetzt durch die auch auf den chinesischen Marken dann mit „T“ gekennzeichnete Sondermarkenserie (T.1–T.18, 1974–1976).

Idole und andere Leitfiguren für das Volk

Befasst man sich mit den „Idolen“ jener „KR“-Zeit, so drängt sich einem natürlich in erster Linie das Bild Mao Zedongs 毛泽东 (1893–1976) selbst auf. Darstellungen von Mao waren damals allgegenwärtig, ob als Foto, als Ölgemälde oder als Skulptur, als Kopf oder in ganzer Größe, auf öffentlichen Plätzen und Gebäuden oder auch in privaten Räumen. Idole konnten neben Individuen aber auch kollektive Leitbilder sein, beispielsweise eine bestimmte Arbeitergruppe oder eine bäuerliche Produktionsgemeinschaft. Die Helden der „KR“ stammten dabei durchgehend aus dem „Proletariat“, waren also

Bauern, Arbeiter oder Soldaten. Und wenn es Soldaten waren, dann handelte es sich entweder um Angehörige der Volksbefreiungarmee (*jiefang jun* 解放军, kurz: VBA) oder aber der Roten Garden (*hongwei bing* 红卫兵). Bei den Mitgliedern der VBA unterschied man diese wiederum nach Tätigkeitsbereichen, also Zugehörige der Armee, Marine und Luftwaffe. Auch unter den Geschlechtern wurden natürlich Leitbildgruppen gebildet, wie beispielsweise für die Sache der Revolution kämpfende „neue“ Frauen oder entsprechend engagierte Kinder und Jugendliche.

Mao als das Leitbild no. 1

Die Omnipräsenz Maos, die besonders für die ersten Jahre der „KR“ so bestimmend war, gilt natürlich auch für die Briefmarken jener Zeit. Von den erwähnten 19 Sätzen mit insgesamt 80 Marken der „W“-Serie, die zwischen dem 20.5.1967 und dem 21.1.1970 ausgegeben wurden, zeigen allein 11 Sätze mit insgesamt 26 Marken Maos Konterfei. So ist gleich auf der ersten Marke von W.1 Mao in der typischen Pose mit der zum Gruß der Massen erhobenen rechten Hand und mit der roten Armbinde, Emblem der Roten Garden, am linken Oberarm abgebildet.



W.1: Mao auf der Balustrade des Tian'anmen⁴

Die zweite Marke von Satz 2 zeigt Mao in einer goldenen Gloriole, darunter ein von ihm verfasstes und in seiner Kalligraphie niedergeschriebenes Gedicht mit dem Titel „Der ganze Fluss wird rot“ („Manjiang hong“ 满江红). Die dritte Marke zeigt Mao, wieder mit grüßend hochgestrecktem rechtem Arm, inmitten seiner jugendlichen „Roten Garden“, von denen etliche die „Worte des Vorsitzenden Mao“ (*Mao zhuxi yulu* 毛主席语录, kurz: das Rote Buch) schwenken und andere Mao begeistert zuklatschen. Zwei Marken dieses Satzes zeigen Mao mit seinem Chefideologen und damals noch engen Vertrauten Lin Biao 林彪 (1907–1971). Eine der Marken von Satz W.5, der am 18.10.1967 ausgegeben wurde und den von Mao geförderten revolutionären Opern gewidmet ist, zeigt das Porträtfoto

to von Mao wiederum in einer strahlenden Gloriole über einem „revolutionären“ Orchester; ähnliche Gloriolen-Darstellungen mit Mao finden sich in W.6 und W.8. Die Beischrift zu Marke 1 dieses Satzes lautet: „Der Vorsitzende Mao ist die rote Sonne im Herzen der revolutionären Völker der Welt!“ (*Mao zhuxi shi shijie geming renmin xinzhong de hong taiyang!* 毛主席是世界革命人民心中的红太阳!)



W.6 (1-1): „Mao, die Rote Sonne im Herzen der Völker der Welt“

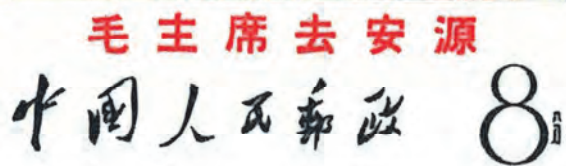
Marke 2 desselben Satzes zeigt Mao inmitten einer Gruppe von Menschen unterschiedlicher Nationalitäten, alle (einschließlich Mao selbst) mit dem Roten Buch in Händen, und am unteren Rand der Marke verläuft ein Spruchband des Inhalts: „Die Revolutionäre in der Welt lieben den Vorsitzenden Mao grenzenlos und innig!“ (*Shijie geming renwuxian re'ai Mao zhuxi!* 世界革命人民无限热爱毛主席).

Die erste Marke des insgesamt 15 Postwertzeichen umfassenden Satzes W.7 zeigt Mao am Schreibtisch, Reispapier und Pinsel vor sich; die übrigen Marken geben Gedichte Maos in seiner eigenen Kalligraphie wieder.



W.7 (15-1): Mao am Schreibtisch beim Schreiben von Gedichten

Die Einzelmarke von W.12 gibt ein von mehreren Mitgliedern der Roten Garden konzipiertes und von Liu Chunhua 刘春华 in Öl realisiertes Gemälde wieder, auf dem der junge Mao zu sehen ist, wie er sich im Jahr 1921 in wehendem Mantel auf den beschwerlichen Fußmarsch nach Anyuan 安源 macht, um dort den Aufstand der Minenarbeiter anzuführen.



W.12: Mao geht nach Anyuan

Das der Marke zugrundegelegte Bild – vermutlich das bekannteste Gemälde der „KR“ überhaupt – wurde von Maos vierter Frau, Jiang Qing 江青 (1814–1991), sehr gerühmt und in Bezug auf seine erzieherische Funktion mit den von ihr angeregten „KR“-Modellopern als gleich wertvoll bezeichnet. Von Liu Chunhua selbst ist eine ausführliche Erläuterung zu der Ikonographie dieses Bildes überliefert, aus der deutlich wird, wie stark jedes Detail den Zwecken der ideologischen Propaganda unterworfen wurde:

Um ihn zum Zentrum der Darstellung zu machen, haben wir den Vorsitzenden Mao im Vordergrund des Gemäldes platziert, wie er sich uns nähert gleich einer aufsteigenden Sonne, die dem Volk Hoffnung bringt. Jede Linie der Figur des Vor-

sitzenden verkörpert das großartige Denken Mao Zedongs, und indem wir seine Reise im Bild festhielten, strebten wir danach, jedem kleinsten Detail Bedeutung zu verleihen. Sein beim Blick über die Landschaft hoch erhobener Kopf zeugt von seinem revolutionären Geist, unerschrocken gegenüber jeglicher Gefahr und mutig in seinem Kampf und seinem Bestreben, den Sieg davonzutragen. Seine geballte Faust zeigt seinen revolutionären Willen, der keine Opfer scheut [...] Der alte Regenschirm unter seinem rechten Arm demonstriert die strapaziöse Art seiner Reise, bei jedem Wetter und über große Entfernungen, Berge und Flüsse überquerend, für die revolutionäre Sache. Sein Haar, das angesichts seines stets beschäftigten Lebens lang geworden ist, weht im Herbstwind. Sein langer einfacher Mantel, der im Winde flattert, ist ein Vorbote des herannahenden revolutionären Sturms. [...].⁵

Auch Maos Rotes Buch, sozusagen als Stellvertreter für Mao und seine Ideen, ist auf den Marken ziemlich präsent. Man erkennt es auf mindestens zehn der 19 Sätze der „W“-Serie – meist gleich in großen Mengen, da ja bei großen Massenauftritten jeder ein Exemplar in der Hand hält und damit begeistert Mao zuwinkt, oder in der Hand eines einzelnen „Revolutionärs“, der darin liest, um sich für seine Aktionen davon inspirieren zu lassen, oder zumindest erkennbar in der Tasche eines Helden der „KR“ steckend und aus dieser herauslugend.

Beliebt ist auch auf den Briefmarken das „Bild im Bild“. So zeigt die Gedächtnismarke C.121, ausgegeben anlässlich des 1. Sportfests der Neuen Asiatischen Bewegung am 31.12.1966, strahlende Athleten verschiedener asiatischer Nationen, alle leuchtend rot gekleidet, die meisten mit der „Mao-Bibel“ in den Händen, die sie hoch über ihren Köpfen schwenken, und die zwei vordersten Athletinnen halten vor sich, freudig lächelnd, einen Bilderrahmen mit dem Porträt Mao Zedongs.



C.121 (4-1): Asiatische Athletinnen und Athleten mit dem Bild Maos

Was beim Betrachten dieser Marken auffällt, ist, dass – mit Ausnahme von W.15, wo noch einmal die Vertreter der drei Gruppen des Proletariats vereint das Rote Buch

in die Höhe strecken, das Ganze bestrahlt von der Roten Sonne, dem Sinnbild für Mao – der Personenkult um Mao mit einem Schlag endet.

So ist auf den Marken der Kulturrevolutionssätze W.14 bis W.19 kein einziges Bild von Mao mehr zu sehen. Dagegen rücken jetzt andere Motive in den Vordergrund, die die Leistungen der KPCh, der Arbeiter und der – revolutionären – Künstler preisen: Die erfolgreiche Fertigstellung der Brücke über den Yangzi bei Nanjing wird von Satz W.14 mit vier Marken gefeiert; die Aufführung des revolutionären Stücks „Rote Laterne“ wird anhand einer von Klavier begleiteten Aufführung in Szene gesetzt; Arbeiter und Bauern studieren während ihrer Arbeit das Rote Buch, aber Mao selbst bleibt verschwunden, bis zu dem am 9.9.1977, also nach dem Ende der „Viererbande“ (*siren bang* 四人帮), ausgegebenen Satz von Gedächtnismarken (J.21), der Mao anlässlich seines 1. Todestag in verschiedenen Phasen seines Lebens zeigt.



J.21 (8-6): Mao bei einer Truppeninspektion

Weitere Idole der „KR“-Phase

Neben Mao selbst wurden in den Jahren der „KR“ nur ganz wenige Politiker auf Marken abgebildet. Der oben schon erwähnte Lin Biao, der in den ersten Jahren der Kulturrevolution einer der engsten Vertrauten Maos war und wohl zu Recht als dessen Chefideologe bezeichnet werden kann, ist auf zwei Marken des W.2-Satzes zusammen mit Mao zu sehen, und zwar einmal neben ihm sitzend und auf ein Blatt Papier sehend, das Mao in Händen hält und aus dem dieser Lin Biao laut vorzulesen scheint, und das andere Mal neben Mao oben an der Brüstung des Tores des Himmlischen Friedens stehend, von wo aus dieser die Roten Garden empfängt. Eine am 26.12.1967 ausgegebene Marke (W.8) gibt ein Exzerpt aus einer Rede Lin Biaos wieder, die dieser an die Marinesoldaten gerichtet hatte. Eine weitere Einzelmarke (W.11), ausgegeben am 1.8.1968 anlässlich des 41. Jahrestags der VBA, zeigt ein Zitat aus einer Rede, die Lin Biao für die Soldaten der VBA gehalten hatte und in der er diese als „die mit Mao Zedongs Gedanken bewaffnete Armee“ (毛泽东思想武装起来的队伍) bezeichnet, deren Sinnen ganz und gar auf das Wohl des Volks gerichtet sei und die daher im Kampf unbezwingbar seien. Ob Lin Biao allerdings – selbst in der Zeit, als er noch

nicht bei Mao in Ungnade gefallen war – wirklich als Leitfigur anzusehen ist, ist fraglich. Da er selbst da, wo er im Bild festgehalten ist, nur in untergeordneter Position neben Mao auftritt⁷ und ansonsten mit Redeausschnitten zitiert wird, die ihrerseits Mao in den Mittelpunkt stellen, dienen auch die Marken, auf denen Lin Biao abgebildet ist, vor allem der Huldigung Maos und seiner Direktiven.– Nur am Rande sei hier noch erwähnt, dass die zentrale Postbehörde noch eine weitere Marke mit Lin Biao konzipiert hatte, die aber – infolge des zunächst politischen und dann auch physischen Absturzes von Lin Biao (er kam am 13.9.1971 auf der Flucht in die Sowjetunion über der Mongolei bei einem Flugzeugabsturz ums Leben) – noch vor der offiziellen Ausgabe gestoppt wurde.

Anders verhält es sich bei dem Schriftsteller Lu Xun 鲁迅 (1881–1936), der posthum von der maoistischen Propaganda zu einer „Speerspitze der Revolution“ (*geming de xianfeng* 革命的先锋) aufgebaut wurde. Gleich zweimal während der „KR“-Phase wurde ihm ein Briefmarkensatz gewidmet. Am 31.12.1966 gab die chinesische Postbehörde anlässlich von Lu Xuns 30. Todestag einen aus drei Marken bestehenden Satz (C.122) heraus. Auf der ersten Marke ist

ein Exzerpt aus einer Schrift Maos abgedruckt, in dem er die Verdienste Lu Xuns erläutert, die zweite zeigt ein Foto des Schriftstellers, und die dritte zitiert eine Verszeile aus Lu Xuns Gedicht „Selbstverspottung“ („Zichao“ 自嘲),⁸ in dessen eigener Handschrift.

Das zweite Mal widmete man Lu Xun an seinem 40. Todestag (19.10.1976) einen ebenfalls aus drei Marken bestehenden Satz (J.11) Besonders interessant ist dessen dritte Marke gestaltet: Vor einem übergroßen Bild Lu Xuns sind zwei junge Männer und eine junge Frau zu sehen, erkennbar als Mitglieder der Roten Garden: Sie haben Büchlein und Stift in der Hand und sollen wohl ermutigt werden, aus Lu Xuns Schriften zu lernen.

Erwähnt sei in diesem Zusammenhang noch eine Einzelmarke, die Sun Yat-sen 孙逸仙 (= Sun Zhongshan 孙中山, 1866–1925) anlässlich dessen 100. Geburtstag, am 12.11.1966, gewidmet wurde (C.120). Auch er wurde

von der maoistischen Propaganda natürlich als „Ahn“ und geistiger Vorreiter der „KR“ vereinnahmt.



J. 11 (3-3): Arbeiterin, Bauer und Soldat vor einem Bild von Lu Xun

Bauern, Arbeiter und Soldaten als Leitbilder

Arbeiter, Bauern und Soldaten, als die Vertreter des Proletariats, sind ein häufiges Motiv der Briefmarken jener Zeit, schließlich waren sie ja die tragenden Pfeiler der revolutionären Bewegung. Im Beschluss des Zentralkomitees der Kommunistischen Partei Chinas über die Große Proletarische Kulturrevolution, angenommen am 8.8.1966, heißt es:

Die Massen der Arbeiter, Bauern und Soldaten, der revolutionären Intellektuellen und Funktionäre bilden die Hauptkraft in dieser großen Kulturrevolution. Eine große Anzahl revolutionärer junger Leute, die vorher völlig unbekannt waren, sind zu mutigen und wagenden Bahnbrechern geworden. Sie sind energisch in der Tat und intelligent. Durch die Medien der Wandzeitungen mit großen Schriftzeichen und der großen Debatten bringen sie ihre Meinungen frei zum Ausdruck, entlarven und kritisieren sie die Dinge gründlich und greifen entschlossen die offenen und versteckten Vertreter der Bourgeoisie an. [aus: *China im Bild* 9/66]

Alle drei Marken eines am 10.3.1967 ausgegebenen Satzes (C.124) tragen das Motto „Nehmt euch das heldenhafte Brunnenbohrteam Nr. 32111 zum Vorbild!“ (*xiang 32111 yingxiong zuanjingdui xuexi!* 向 32111 英雄钻井队学习). Hintergrund war ein verheerendes Feuer, das beim Bohren in einer Erdölplattform ausgebrochen war. Am Morgen des 22.6.1966 stieg von dort eine riesige Stichflamme auf. Als die Arbeiter diese sahen, sollen sie sich sogleich unerschrocken an die Löscharbeit gemacht und einen dreißigminütigen Kampf um Leben und Tod ausgefochten haben. Am Ende sollen sechs der Arbeiter dem Unglück zum Opfer gefallen sein und 21 Verletzungen davongetragen haben. Die erste Marke des Satzes zitiert aus den Worten des Vorsitzenden Mao, in der die Menschen angehalten werden, mit entschiedenem Herzen und ungeachtet etwaiger Opfer voranzuschreiten, denn am Ende des Kampfes winke der

Sieg. Die zweite Marke zeigt die Bohrmannschaft im Kampf gegen Feuer, das durch Erdgasausbruch entstanden ist. Die dritte Marke hält im Bild fest, wie ein Mitglied der Bohrmannschaft, in nasse Decken gehüllt, versucht, das Ventil der Bohrung zu schließen.

Während in dem vorstehenden Beispiel der Helden jener unter schweren Opfern bewerkstelligten Erdölbohrung nur kollektiv gedacht wurde, erscheint ein namentlich genanntes Vorbild mehrfach auf den Briefmarken, nämlich Wang Jinxi 王进喜 (1923–1970).



N.44: Wang Jinxi – ein Vorbild aller Arbeiter

Eine am 25.12.1972 ausgegebene Marke zeigt Wang Jinxi bei der Arbeit auf einer Ölbohrplattform. Aus seiner rechten Jackentasche schaut ein Buch – vermutlich wiederum das Werk Mao Zedongs – heraus. Die Marke (N.44) wurde anlässlich des 10. Jahrestags der Erdölgewinnung in der VR China herausgebracht.

Zum zweiten Mal ist Wang Jinxi auf einer Sondermarke (T.4) abgebildet, die am 30.9.1974 herausgebracht wurde. Es ist die erste Marke eines aus fünf Marken bestehenden Satzes, die sich alle mit Arbeitern befassen, die in wichtigen Schlüsselbereichen der chinesischen sozialistischen Produktion durch Tapferkeit hervortraten. Wang Jinxi, der damals allgemeine Bekanntheit unter dem Namen „Eisenmann“ (*tieren* 铁人) erlangte, trägt auf dem Kopf die für ihn offenbar typische Fellmütze. Im Hintergrund sind wieder die Fördertürme der Ölbohrplattform zu sehen, deren Vorarbeiter Wang war.⁹



T.4 (5-1) Wang Jinxi, der „Eisenmann“

Die unter das Motto „Kritisiert Konfuzius und Lin Biao“ (*pi* Lin *pi* Kong 批林批孔) gestellte Bewegung, die 1974 begann und sich gegen den nun als Reaktionär und Konterrevolutionär gebrandmarkten Lin Biao richtete, war der Anlass für die Herausgabe eines aus vier Marken bestehenden Sondermarken-Satzes am 20.8.1975 (T.8). Alle Markenmotive dieses Satzes basieren auf Ölgemälden. Auf ihnen ist je ein Vertreter der Arbeiter, Bauern und Soldaten sowie der „Befreiten Sklaven“ (*fanshen nu* 翻身奴) dargestellt. Allen gemeinsam ist, dass sie sich – entweder durch das Verfassen oder das Vorlesen eines – offenbar im Sinne der Kampagne kritischen – Schriftstücks hervortun.

Die erste Marke zeigt, wie durch die Grubenlampen erkennbar wird, die die darauf abgebildeten Personen auf der Stirn tragen, eine Versammlung von Bergleuten. Mit geballter rechter Faust und in Arbeitskluft, erkennbar u.a. an den schweren Gummistiefeln, Maos Rotes Buch in der Linken, tritt einer der Arbeiter ans Rednerpult. Auf einem Transparent, das quer über dem Podium hängt, steht geschrieben: „Im Klassenkampf bilden wir eine riesige Armee der marxistischen Theorien“ (*Zai douzheng zhong jianshe yizhi hongda de Makese zhuyi lilun duiwu* 在斗争中建设一个宏大的马克思主义理论队伍).¹⁰



T.8 (4-1): Ein Bergarbeiter bei einer „Kritikversammlung“

Marke 2 des Satzes zeigt einen Bauern, der, auf dem Boden eines spärlich eingerichteten Raums hockend, eine Wandzeitung schreibt. In der linken Hand hält er ein Schälchen mit roter Farbe, in der rechten einen Pinsel. Hinter ihm liegt eine Hacke auf dem Boden. Eine einfache Lampe hängt von der Decke herab und beleuchtet den Raum. Rechts hinter ihm steht ein kleines Mädchen, vor ihr hockt ein noch kleinerer Junge. Links neben dem schreibenden Bauern liegt eine bereits fertiggestellte Wandzeitung.¹¹



T.8 (4-2) Ein Bauer schreibt eine Wandzeitung

Auf der dritten Marke dieses Satzes ist ein Soldat der VBA (erkennbar an seinem grünen Tarnanzug, dem ebenfalls zur Tarnung dienenden Blätterkranz auf seinem Kopf und dem hinter ihm erkennbaren Panzer) zu sehen. Links neben ihm auf dem Wiesenboden liegen Maos Schriften, aus seiner Tasche schauen weitere Schriften heraus. Unter dem linken Arm hält er eine Holzstange mit zwei gekrümmten Drähten, offenbar eine recht einfach gehaltene Panzerfaust. Auf einer weiteren Tasche, die er sich als Unterlage auf das rechte Knie gelegt hat, liegen mehrere Blatt Papier, die er eifrig mit einem Stift beschreibt.¹²



T.8 (4-3) Ein VBA-Soldat schreibt während seiner Freizeit eine Kritik

Die vierte Marke dieses Satzes schließlich zeigt, wie schon erwähnt, einen „befreiten Sklaven“. Wie man aus seiner besonderen Tracht schließen kann, handelt es sich um einem Tibeter. Er trägt ein Gewehr an der Seite und entrollt gerade ein Schriftstück, bei dem es sich wohl ebenfalls um eine Wandzeitung handelt. Das am unteren Rand der Marke befindliche Motto lautet: „Wenn die befreiten Bauernsklaven das Schlachtfeld betreten, so werden diese die Speerspitze der Kritik(bewegung) an Lin und Kong sein! (*fanshen nongnu shang zhanchang, pi Lin pi Kong dang chuanjiang* 翻身农奴上战场, 批林批孔当闯将).¹³

Leitbildfunktion hatten in der „KR“-Phase auch ganze Produktionsgemeinschaften, wie z. B. die Vorzeige-Brigade Dazhai. Das Motto „Lernt von Dazhai“ (*xue Dazhai* 学大寨) war damals in aller Munde, und natürlich wurde Dazhai auch ein eigener Briefmarkensatz gewidmet, ausgegeben am 30.9.1974 anlässlich einer nationalen Konferenz, mit dem erklärten Ziel, die Bauern anzuspornen, sich die Genossen der Volksbrigade Dazhai zum Vorbild zu nehmen.

Die erste Marke des Satzes zeigt zwei Bauern mit roter Fahne und Mao-Büchlein als Beispiel für revolutionäre Gesinnung. Auf der zweiten Marke halten Bauern in einem Schneesturm mutig die Stellung. Auf der dritten lässt sich ein junges Mädchen im Kaderanzug, mit Notizblock und Stift bewaffnet, von zwei Landarbeitern belehren. Auf der

vierten sieht man eine Lasterkarawane, alle mit Getreidesäcken auf der Ladefläche, jeder Laster hat die Rote Fahne gehisst. Die fünfte hat den Titel „Landarbeiter ziehen aufs Feld“. Stolz trägt der Vorarbeiter eine Hacke mit Holzstiel über der linken Schulter – man meint förmlich die dazu geschmetterten Lieder zu hören; und auch eine rote Fahne, die im Winde flattert, fehlt natürlich nicht.



T.5 (5-5): Landarbeiter ziehen ins Feld.

Auch der aus drei Postwertzeichen bestehende Gedenkmarkensatz J.7, ausgegeben am 13.10.1975, gedenkt der nationalen Konferenz zum „Lernen von Dazhai“ (die vom 15.9. bis zum 19.10. andauerte, dabei in Xiyang 昔阳 (Shanxi) begann und in Peking abgeschlossen wurde. Das gemeinsame Motto aller drei Marken lautet: „Nationale Konferenz zum Lernen der Landwirtschaft von Dazhai“ (*Quanguo nongye xue Dazhai huiyi* 全国农业学大寨会议). Das Motto „Die Landwirtschaft möge sich Dazhai zum Vorbild nehmen“ ist auf der ersten Marke des Satzes auch in die rote Fahne eingeschrieben, die ein Bauer trägt, der neben einem Kader steht, der Maos Direktiven zur Landwirtschaft in der Hand hält.

Auch auf der zweiten Marke ist ein Kader zu sehen, der sich ein Ende einer Bambustragegestange aufgeladen hat und sich mit seiner Last recht abzuplagen scheint. Im Hintergrund des Bildes ist das Motto ebenfalls zu sehen, in riesigen weißen Zeichen inmitten der Felder.



J.7 (3-2) Ein Kader schleppt Lasten, gemeinsam mit den Bauern

Auf der dritten Marke ist eine Frau dabei, mithilfe eines modernen Mähreschers – Marke „Ostwind“ (*Dongfeng* 东风), wie auf der Maschine deutlich zu erkennen ist, ein riesiges Getreidefeld abzuernten – im Hintergrund sind zwei weitere solcher Erntemaschinen zu erkennen.



J.7 (3-3) Getreideanbau in großem Maßstab

Als besonderer Held galt Liu Yingjun 刘英俊 (1945–1966), auch bekannt als der „gute Krieger des Vorsitzenden Mao“ (Mao zhuxi de hao zhanshi) 毛主席的好战士). Ein am 25.3.1967 ausgegebener Satz von sechs Gedächtnismarken (C.123) verherrlicht die Leistungen dieses Kanoniers der VBA. Auf der ersten Marke sieht man Liu Yingjun in Soldatenumiform, eine Fellmütze auf dem Kopf, an der der rote Mao-Stern befestigt ist. Auf der zweiten Marke hält er, mit geschultertem Gewehr, die Schriften Maos mit beiden Händen hoch. Auf der dritten Marke verteilt er, ein Pferd am Zügel haltend, Flugblätter. Auf der vierten Marke sitzt er im Soldatenmantel am Tisch und führt sich Fotos anderer Helden der „KR“ vor Augen. Auf der fünften Marke unterrichtet er Soldaten – die Direktiven Mao Zedongs sind hinter ihm auf

einer Tafel an der Wand zu sehen. Auf der letzten Marke sieht man ihn mit einem scheuenden Pferd, vor ihm mehrere Kinder. – Liu Yingjun soll sechs Kinder aus einer ihnen drohenden Gefahr gerettet und sich dabei selbst schwer verletzt haben.



C.123 (6-3) Liu Yingjun beim Verteilen von Flugblättern

Berufstätige Frauen als „KR“-Vorbilder

Einen wichtigen Pfeiler des revolutionären China bildeten auch die Frauen, und zwar solche, die sich in Berufen bewährten, die es früher entweder noch gar nicht gab oder aber die Frauen zuvor nicht ausgeübt hatten.

So zeigt der aus 10 Postwertzeichen bestehende Satz von Sondermarken S.75, ausgegeben am 10.5.1966, eine Eisenbahnschaffnerin, eine Rotkreuz-Helferin, eine Kindergärtnerin, eine Straßenfegerin, eine Friseurin, eine Busschaffnerin, eine reisende Verkäuferin, eine Kantinebedienung und eine Briefträgerin. Auf der ersten Marke des Zehnersatzes stehen alle neun Frauen wie zu einem Gruppenfoto aufgereiht, alle mit Schriften Maos in Händen, und der Leitspruch, der den oberen Rand der Marke durchzieht, lautet: „Alle Arbeiten dienen der Revolution!“ (*yiqie gongzuo dou shi weilie geming* 一切工作都是为了革命).

Das sind die Frauen des „Neuen China“ – und egal, welche Arbeit sie verrichten, sie strahlen und scheinen sehr zufrieden zu sein!



S.75 (10-1): Gruppe von Arbeiterinnen mit Maos Schriften

Aufschlussreich ist auch ein aus vier Marken bestehender Satz, der sogenannte „Barfußärztinnen“ (*chijiao yisheng* 赤脚医生) thematisiert, also Frauen, die nach Absolvierung einer „Blitzausbildung“ in den Beruf geschickt

wurden, bei ihrer Arbeit. Der Satz wurde am 26.6.1974 ausgegeben (N.82–N.85). Da ist die Landärztin – tatsächlich barfuß – durchs Wasser wadend auf dem Weg zu einem Patienten. Eine junge Frau wird beim Impfen von Kindern gezeigt, wieder eine andere klettert auf der Suche nach Kräutern auf steilen Gebirgshängen herum. Eine vierte kniet mit ihrem Erste-Hilfe-Kasten bei einem Bauern, der am Feldrand sitzt.



N.82: „Barfußärztin“ beim Impfen von Kindern

Anlässlich des Weltfrauentags gab die zentrale Postbehörde 1975 zwei Sondermarkensätze aus. Der eine widmet sich den „Landschullehrerinnen“ (*xiangcun nü jiaoshi* 乡村女教师).



T.9 (4-4) Eine Lehrerin unterrichtet Kinder in einem Ruderboot

Die erste der vier dazu gehörigen Marken zeigt eine Lehrerin beim Lernen (genaugenommen scheint sie fleißig aus dem Roten Buch Maos abzuschreiben), unter dem Buch auf dem Tisch sieht man die *Volkszeitung* liegen. Auf der zweiten Marke sieht man eine Lehrerin, die ein Pferd mit sich am Zügel führt, in Begleitung mehrerer kleiner Kinder, alle mit Mappen im Arm, über das Land ziehen. Auf der dritten Marke ist eine Lehrerin mit Kindern beim Rechenunterricht zu erkennen, und auf der vierten Marke hält sie Unterricht in einem Ruderboot ab, das am Rande eines Sees vertäut ist.

Der zweite anlässlich des Weltfrauentags 1975 herausgegebene Markensatz (T.10), ausgegeben am 8.3.1977, widmet sich den „Volkskämpferinnen“ (*nü minbing* 女民兵). Die insgesamt drei Marken befassen sich mit Frauen, die als Scharfschützinnen, Reiterinnen und bei der Arbeit in unterirdischen militärischen Tunneln tapfer „ihren Mann“ stehen. Auch hier liegen den Markenmotiven bekannte Ölgemälde zugrunde. Auch ein Satz der sogen. N-Serie ehrt die berufstätigen Frauen – die Motive zeigen eine Untertage-Arbeiterin, eine Managerin und eine Telekommunikationstechnikerin, die bei ihrer Arbeit an einem Telegrafmast hängt (N.63–N.65).

Den „Barfußärztinnen“, von denen oben die Rede war, sei hier als Kontrast eine Serie gegenübergestellt, die diverse chirurgische Maßnahmen ins Bild setzt und damit den Stolz der Nation auf große erzielte Fortschritte im Bereich der Medizin zum Ausdruck bringt. Der am 9.5.1976 ausgegebene, aus vier Marken bestehende Sondermarkensatz zeigt eine Herzoperation unter Akupunktur-Anästhesie, Annähen einer abgetrennten Hand, Behandlung einer Unterarmfraktur und eine Staroperation.



T.12 (4-1): Eine unter Akupunktur-Anästhesie durchgeführte Herzoperation

Revolutionäre Kinder und Jugendliche

Wie nicht anders zu erwarten, kommen auf den Markenmotiven schließlich auch vorbildliche Kinder zu Ehren. Ein am 1.1.1975 herausgegebener Satz von fünf Sondermarken zeigt ein Mädchen, das einem kleineren Jungen das rote Halstuch (das Erkennungszeichen der „Jungen Pioniere“) um den Hals bindet; zwei Kinder, die eine Wandzeitung verfassen (auf dem Boden sind Papierquadrate zu erkennen, die zusammengesetzt wieder die Zeichen für die Kritikkampagne an Lin Biao und Konfuzius enthalten); Kinder beim Lernen; Kinder bei der Erntearbeit und schließlich Kinder beim Tauziehen.



T.14 (5.2): Kinder beim Verfassen einer Wandzeitung

Ebenfalls in die Gruppe der jugendlichen Helden zählt ferner ein gewisser Jin Xunhua 金训华, der bei einem

Hochwasser in der Provinz Heilongjiang furchtlos in die Fluten gesprungen sein soll, um einen Telegraphenmast, der vom Wasser mitgerissen worden war, zu retten, mit den Worten „Wenn man zum Vorteil des Volkes stirbt, dann hat der Tod seinen Sinn!“. Um diesem Helden ein ehrendes Andenken zu geben, gab das Verkehrs- und Postministerium am 21.1.1970 eine Einzelmarke aus, die den jungen Mann in den Wellen zeigt, kurz vor dem Erreichen des Telegraphenmasts. Die Marke trägt die Beischrift: „Ein Vorbild für die revolutionären Jugendlichen“ (*geming qingnian de bangyang* 革命青年的榜样).



W.19: Jin Xunhua, ein Vorbild für die revolutionären Jugendlichen

Erziehung mit Hilfe von Leitfiguren – für China nur ein „Fremdimport“?

Wie die angeführten Beispiele belegen, spielen Idole und Leitfiguren auf den chinesischen Briefmarken der Jahre zwischen 1966 und 1976 eine zentrale Rolle – und man wird nicht lange suchen müssen, um Vergleichbares auch auf Postern der „KR“ visualisiert und in Wandzeitungen in anderen Zusammenhängen aus jener Zeit in geschriebener Form massenhaft wiederzufinden. „Lernen von ...“ war ein zentrales Agitprop-Thema, und die zugleich erzieherische wie bevormundende Haltung, die sich hinter solchen Slogans verbirgt, passt natürlich wunderbar zu der Idee, die Angehörigen des Proletariats zu den neuen Erziehern der ehemals höherrangig bewerteten Schichten zu machen.

Man kann beim genaueren Vergleich übrigens feststellen, dass diese aus dem Proletariat rekrutierten neuen Kräfte in allen möglichen Bereichen brillieren – in der bildenden Kunst (nämlich besonders diejenigen, die nach der Konferenz von Yan'an loszogen, um die neue Linie der proletarischen Kunst zu verfolgen), als Mediziner (etwa in Form von „Barfußärzten“), oder auch als neu eingearbeitete Frauen, beispielsweise als Lehrerinnen auf dem Lande. Dabei fällt auch auf, dass etwa ab 1974 Fachkräften wieder mehr Gewicht beigemessen wird als in der Zeit davor, etwa Fachärzten für diverse Krankheiten, ebenso wie Facharbeitern und -arbeiterinnen.

Doch ist diese – zugegebenermaßen recht platte – Leitbild-Propaganda, wie man sie in allen sozialistischen Staaten betrieben hat, für China wirklich eine neue Errungenschaft der „KR“ gewesen? Gewiss hat beim Aufbau des Personenkults um Mao der sowjetische Kult um Lenin und Stalin eine wichtige Rolle gespielt. Doch sollte man bei Leitbildern wie Wang Jinxi, Liu Yingjun und all den anderen nicht vergessen, dass auch schon in der chinesischen Vergangenheit die Schaffung von Leitbildern eine große Rolle spielte.

Schriften, in denen zumindest dem des Lesens fähigen Teil der Bevölkerung Verhaltensnormen anhand von

leuchtenden Beispielen beigebracht wurde, finden sich schon in der frühen Literatur zuhauf. Bereits in der Han-Dynastie (206 v. Chr.–220 n. Chr.) gab es eigens zusammengestellte Schriften über vorbildliche Beamte, desgleichen über vorbildliche Frauen, auch über pietätvolle Kinder, selbst Einsiedler wurden zu Gruppen zusammengefasst und zu pädagogischen Zwecken eingesetzt. Man kann somit die These aufstellen, dass zumindest ein Teil dieser Propaganda, wie sie auf den hier behandelten Motiven der chinesischen Briefmarken aus der Phase der „KR“ erkennbar wurde, eine Synthese von neuen und sehr alten chinesischen Elementen darstellt.

Schlussbemerkung

Zu Beginn dieses Beitrags wurde das Bestreben formuliert, bei der Betrachtung von Briefmarkenmotiven aus der Zeit der chinesischen „KR“ nach Möglichkeit auch einen Blick „hinter die Kulissen“ zu werfen und darüber nachzudenken, wie die Erinnerung des Betrachters an das betreffende Ereignis sowohl durch die Auswahl des Markenmotivs als auch durch die Art der Darstellung geprägt werden sollte. Was bei den hier vorgestellten Bildmotiven durchgängig als Eindruck entsteht, ist, dass in jenen Jahren der „KR“ ständig Massen von Menschen von einem regelrechten Begeisterungsrausch erfasst waren und bei allem, was sie taten, stets nur Mao und seine Ideen vor Augen hatten. Doch sollte man sich stets vor Augen halten, dass diese

„Lächelpropaganda“ Teil des Gesamtsystems war, Teil des Gesamteindrucks, der nach innen wie nach außen hin eben vermittelt werden sollte. Von dem anderen, das nicht Teil dieser durchorganisierten Propagandamaschinerie war, gab es meist gar nicht erst Bilder, und wenn, dann nur im Geheimen oder für Archivierungszwecke.

Insofern gilt auch hier – wenn auch nur im „Miniformat“ – , was Ni Shaofeng und Deng Huaidong mit ihren Monumentalkunstwerken zu ihrer künstlerischen Mission gemacht haben: Uns bleibt nichts anderes übrig, als die Bilder, die zu Propagandazwecken gemacht wurden, zu nutzen, um eben diese Propaganda nachhaltig zu hinterfragen und in der eigenen Erinnerung neu zu bewältigen.

Verwendete Literatur

Li Shizhen: *Red-Color News Soldier*. Phaidon: London, 2003.

Sha Sha 沙沙: *Wenge youpiao shihua 文革邮票史话* (Zum historischen Hintergrund der Kulturrevolutionsmarken).

Huhot: Neimenggu renmin, 1993.

Zhang Kun 张昆, Zhang Xiong 张勇: „Youpiao de tuxiang fenceng yu guojia xingxiang de zhengzhijia biao da – yi “wenhua da geming” shiqi faxing de youpiao we lie” 邮票的图像分层与国家形象的政治化表达—以“文化大革命”时期发行的邮票为例 (On the Political Narration of Chinese State Image from the Image Stratification and Codification Theory), *Hubei daxue xuebao 湖北大学学报* (zhexue shehui kexue ban) 41.4 (2014), 95-98.

Anmerkungen

- 1 Siehe etwa die Definition von „Idol“ in: „The Free Dictionary“ [de.thefreedictionary.com/idolen].
- 2 Zur Gewinnung von Informationen über den Hintergrund dessen, was auf den Marken zu sehen ist, war mir die detaillierte Darstellung von Sha Sha (1993) sehr hilfreich.
- 3 Als weiterführende Analyse dazu, wie sich die chinesischen Briefmarken der „KR“-Zeit als Spiegel des nationalen Images begreifen lassen, sei auch auf den Artikel von Zhang Kun und Zhang Xiong 2014 verwiesen.
- 4 Um möglichst viel Raum für das jeweilige Markenmotiv zur Verfügung zu haben, wird nur das erste in der Originalform einer Briefmarke abgebildet; die Zähnung ist bei den übrigen Motiven ausgeblendet.
- 5 Zitiert aus: <http://chineseposters.net/themes/mao-anyuan.php>. Zu einer guten Reproduktion des Originalbildes von Liu Chunhua siehe www.jxcdcn.gov.cn:7080/Files/Photo/2009-9/2009091213155326562.jpg.
- 6 Zum „Bild im Bild“ als eines für die Zeit der „KR“ typischen Fotomotivs siehe auch die Erläuterungen von Bernd Spyra in diesem Band, 61.
- 7 Auch hierzu siehe den Beitrag von Spyra, 61.
- 8 Ein am 12.10.1932 entstandenes Gedicht.
- 9 Wang Jinxi ist auch noch ein drittes Mal auf einer Briefmarke abgebildet, und zwar auf einer am 8.1.1977 ausgegebenen Marke, auf der zu sehen ist, wie Zhou Enlai 周恩来 (1898–1976) ihm die Hand schüttelt (J.13). – Zu diesem Zeitpunkt war Zhou Enlai schon gestorben, die „Viererbande“ war gestürzt, und das Photo bezieht sich offenbar auf das Jahr 1966.
- 10 Vorlage des Motivs von Marke T.8 (4.1) ist ein von Ölgemälde von Li Yansheng 李延声 (geb. 1943) und Hou Jie 侯杰 (geb. 1937) mit dem Titel „Wir kritisieren die jahrtausendealten Verdienste und Verbrechen“ (Qianqiu gongzui women pingshuo) (千秋功罪我们评说). Beide Künstler hatten eine professionelle Ausbildung durchlaufen.
- 11 Das zugrundeliegende Gemälde stammt von Xiao Sirui 肖斯锐.
- 12 Die Vorlage für dieses Briefmarkenmotiv ist ein Ölgemälde von Shang Ding 尚丁 (geb. 1945) mit dem Titel „Der Kampf geht weiter“ (*lianxu zuo zhan* 连续作战).
- 13 Das zugrundeliegende Gemälde stammt von Qian Laizhong 钱来忠 (geb. 1942).