

**Zeitschrift:** Parkett : the Parkett series with contemporary artists = Die Parkett-Reihe mit Gegenwartskünstlern

**Herausgeber:** Parkett

**Band:** - (2007)

**Heft:** 81: Collaborations Ai Weiwei, Cosima von Bonin, Christian Jankowski

**Artikel:** Ai Weiwei : made in China = Tradition & Logo

**Autor:** Merewether, Charles / Schmidt, Suzanne

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-681136>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 04.04.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Made in China

---

CHARLES MEREWETHER

---

## PRICELESS

When Ai Weiwei lived in New York in the 1980s, his artwork was composed mainly of readymades and assemblages. If we compare it to the work he has made in China since 1993, we discover a series of actions and objects whose central issue has to do with the value placed on objects or works of art. What do we value and why? And who is the author of this value, or who authorizes it? What exactly are we taking seriously in Ai's art: the act or the work itself? The answer to these questions is most clearly defined in two key works produced by Ai during the first two years after his return to Beijing: HAN DYNASTY URN WITH COCA-COLA LOGO (1994) and DROPPING A HAN DYNASTY URN (1995).

---

CHARLES MEREWETHER is an art historian, curator, and Deputy Director of the Cultural District, Abu Dhabi. He is currently writing a monograph on Ai Weiwei.

The title of the first work accurately and somewhat laconically describes the object as it is: a simple antique urn on which the artist replicated the Coca-Cola logo in red paint. This recalls the artist's New York readymades and the formative impact of both Marcel Duchamp and Andy Warhol on his thinking. On the one hand, the object Ai uses in this work of 1994 is not simply Chinese but, more importantly, already inscribed with certain cultural, if not aesthetic, Chinese values. Yet, whatever value or authenticity the urn may have held is immediately eradicated by the application of the logo. Leaning on traditions of 1960s Pop Art—especially Warhol—Ai uses the Coca-Cola logo to challenge the distinction between high and low culture, and to point to an object's commodity-based affiliation. This relationship is also highlighted formally by the way the logo's cursive follows the curvature of the vase. Moreover, the work can be read as a remark on how Chinese culture gets subsumed by Western culture, for which the ubiquitous multinational Coca-Cola Company so prominently stands. The application of the logo invokes Coke's advertising slogan, "the real thing," hence stripping the urn of its value so that it is seen as little more than a fabrication, and, at the same time, re-inscribing it as authentic by virtue of its branding.

The experience of living in the consumer-driven culture of the US and taking part in a booming art market in New York must have prepared Ai for what was to come in China. In contrast to when he left for New York, he found, on his return to Beijing, that the government was no longer concerned about those who "worship things foreign or fawn on foreigners," as officials have historically phrased it. Quite the opposite in fact: China was on the road to embracing a Western-style commodity culture and market economy. A profound shift had taken place from an "administration of people" to an "administration of things," based on pragmatic needs. China was ready to engage with the most powerful economy in the Western world, as radically different as its ideological values may have been.

In one of the first pieces Ai made in China, UNTITLED (1993), he placed a Song Dynasty (960–1279) clay sculpture in an empty Johnnie Walker Red Label



AI WEIWEI, HAN DYNASTY URN WITH COCA-COLA LOGO, 1994, urn, paint /  
HAN DYNASTIE URNE MIT COCA-COLA-LOGO, Urne, Farbe.



bottle. While evoking the popular Western tradition of placing miniature sailboats inside bottles, the artist suggests the capture of Chinese culture within the confines of a US-led commodity economy. In a related work, *TANG DYNASTY COURTESAN IN BOTTLE* (1994), he placed a thousand-year-old stone courtesan inside an empty Absolut Kourant bottle. Each readymade, as “authored” by Ai, “combines symbols of two of man’s chief intoxications while playing off the opposites of unique artifact and disposable object, painstaking craftwork and mass production, antiquity and modernity.”<sup>1)</sup> Instead of being exhibited in vitrines, these rare, precious objects, which embody a certain cultural history within China, were “bottled up” for consumption. Seen together, they are simultaneously continuous with and a shift away from his New York style. Made after the artist’s return to China, these pieces also mark the beginning of Ai’s ongoing critical engagement with the history of antique Chinese objects, quintessentially those artifacts defined as such by ceramic and porcelain. The criticality of this engagement is that, in contradistinction to the ideological rhetoric

AI WEIWEI, *DROPPING A HAN DYNASTY URN*, 1995,  
series of 3 black-and-white photographs /  
*EINE HAN-DYNASTIE URNE FALLEN LASSEN*,  
Serie von 3 Schwarzweiss-Photographien.



of the country’s policy towards the West, China—as symbolized by antique objects—has, in fact, become the object of Western consumption.

While these two works anticipate *HAN DYNASTY URN WITH COCA-COLA LOGO*, the subsequent work, *DROPPING A HAN DYNASTY URN*, marks another shift. Here Ai used photography to document a performative action and to make a triptych of himself standing in front of a brick wall—first holding an antique urn, then letting go of it, and finally allowing it to smash to the ground. Taken individually, each

photograph records a particular relation to the urn as a symbol of China's antiquity. The first, one could say, represents the survival of the urn within the present moment, a relic of great symbolic value, as it embodies the material, aesthetic, and cultural history of China. The second is indicative of a gesture of "letting go," not only of the urn but also, symbolically, of history, therefore making it a gesture that could read metaphorically as being carried out by any Chinese person. In the third photograph, Ai's pose remains the same as in the second, even though the urn is seen smashing to pieces at his feet. There is no evident surprise on his face, nor is there an expression of shock or dismay. The urn's destruction is presented as "nothing out of the ordinary," so that whatever response there may be concerning the urn's value is left to the spectator. This attitude is also expressed in the piece's understated title and presentation, suggesting a conscious diminishment of the significance given to the action.

Together these two works capture opposing sides of a single conceptual core that has preoccupied the artist for twenty-five years. On the one hand, the



1994 urn displays a transformation from an antique to a contemporary container, re-branded by the sign of a foreign, capitalist logo. And, while this work questions the concept of "value" by branding, the 1995 urn can be understood as a negation insofar as the action of dropping forces the viewer to consider value as an abstract, autonomous concept. Its application is as much authorized by external interests as informed by an appreciation of aesthetic refinement and craftsmanship.

#### UNDER THE HAMMER

When Ai returned to China, he encountered a place that had both changed and remained the same. He had left shortly after the end of the Cultural Revolution when the material culture of the past—what had belonged to those labeled as the "bourgeoisie" or "intelligentsia"—was looted and destroyed on the grounds that it symbolized the existing order and decadent values of Western culture. This destruction, guided by Mao's adage "destroy the old," ushered in a patricidal movement of utterly laying waste to anything that did not belong to the revolutionary present in the name of the father, the absolute patriarchy of Mao.<sup>2)</sup> In the wake of the Cultural Revolution and through Mao's death, China began to slowly open up to the West while, at the same time, experiencing an internal struggle over the crisis provoked by the immediate legacy of the Cultural Revolution and the appropriate steps needed to implement change. This struggle is most evident in the wave of government rectification programs that followed, which were created to manage the perceived crisis caused by the changes that had been made—as in the anti-spiritual campaign launched in the early eighties.<sup>3)</sup>

When Ai returned to his home country, at a time when China was urging people to participate in a culture shaped by a consumer-based economy, the overwhelming destruction marking an epoch that had ended less than twenty years earlier must have seemed meaningless. What had been the Cultural Revolution's outcome? Had it paved the way for anything new? And, if not, what kind of path had been paved to retain values of the past? And, hence, one may ask, on what terms might the revolution be judged, by whom, and on what grounds?

Given such a scenario, the most significant point of reference to relate to the ongoing changes, especially for Ai and other artists of his generation, is the relationship to the past and to one's own history. For many of them, the challenge was how to escape reverting to the past without persisting in the aesthetic of patricide, destruction, or another patrimonial order. The challenge was to create something new, which implied a shift in how the past had been viewed. How could it be given a different meaning and how could the cultural sphere be liberated from the imposition of ideologically informed values? For Ai Weiwei, the relation to the past—as evident in his conception of the readymade—was neither patricidal nor iconoclastic. Instead, it became a consideration of how one might conceive of the “newness of tradition.”

Soon after his return, when he began visiting the antique markets, Ai discovered the extraordinary achievement of aesthetic refinement produced under different dynasties, but also that the past was now up for sale, and at a high price. However, Ai also discovered that the market was selling vases whose authenticity was impossible to confirm scientifically.



AI WEIWEI, TANG DYNASTY COURTESAN IN BOTTLE, 1994,  
clay sculpture, glass bottle / KURTISANE DER TANG-DYNASTIE  
IN FLASCHE, Tonskulptur, Flasche.

The connoisseurship thus required an equivalent level of expertise to that of the craftsman who had made the object.<sup>4)</sup> Traveling to Jingdezhen—a region famous for its kilns and its production of imperial porcelain during the dynasty period—Ai discovered that such craftsmanship was still alive and capable of producing work of the highest caliber. This is when he conceived of making copies or replicas of porcelain vases from different dynasties that, in many ways, underscored China's long tradition of mass production and, hence, the notion of the copy and of authorship, which was radically distinct from that of Western traditions. And yet, in making replicas, Ai also gave a contemporary valence to the work, insofar as these replicas did not simply provoke a reevaluation of the concept of value but transformed the question of its use and abuse.

Theorist Jacques Rancière has remarked that such a situation doesn't necessarily signify a break from tradition—such as the declaration of autonomy by modernity that serves as a symbolic act of patricide—but rather “a new regime for relating to the past.”<sup>5)</sup> As Rancière continues, “in the aesthetic regime of art, the future of art, its separation from the present of non-art, incessantly restages the past.”<sup>6)</sup> Seen within these terms, Ai's work is made up of a series of restagings that reflect on what constitutes Chinese cultural history or, more pointedly, on China's relation to itself and the way in which its traditions are perceived and determined today.

In 1996, Ai published two photographs: one showed the artist smashing two antique bowls; the other, the subsequent gathering of the pieces. Entitled BREAKING OF TWO BLUE AND WHITE DRAGON BOWLS (from Kangxi Period 1661–1722), it was followed by another pair of photographs showing similar bowls that the artist broke with a hammer.<sup>7)</sup> It is, in a way, a literal visualization of the expression “going under the hammer,” referring to the auction house practice of hitting the lectern with a hammer to confirm the sale of a work. Two years later, in his work DAO GUANG BLUE AND WHITE PORCELAIN AND HAMMER (1998), Ai produced so-called “performance remains,” which he placed into a small vitrine-like frame to mock their museographic preservation.



AI WEIWEI, UNTITLED, 1993, clay sculpture,  
glass bottle / OHNE TITEL, Tonksulptur, Flasche.

While the breaking of the bowls suggests the transmutation of value within the structure of the international art market, the significance is pointedly turned towards China and its policy, in which the acts of destruction and preservation seem to go hand in hand. Even as the Chinese government can speak of the cultural patrimony of the nation—that is, of “national treasures”—it would appear to be oblivious to wide-spread looting and destruction.<sup>8)</sup> Paradoxically, what appears to be an act of iconoclasm is, in fact, Ai’s critique of the ideological appropriation of the objects while, equally, casting an even longer shadow on the imperial despotism of

particular dynasties that made possible some of the highest achievements in the arts and sciences. Seen in this light, Ai’s action underscores the degree to which such skills and refinement could only be fostered under the yoke of oppression, and also the authority of a regime that chose to invest so much time and labor in the production of such a highly demanding craft.

Ai’s gesture doubles the irony of state discourse to expose it as a discourse of power. Rather than seeking the violent overthrow of an aesthetic tradition that symbolically stands in for the past, he proposes an inversion of violence against the past by challenging the ideological construction of aesthetic value. Perhaps the only way of changing the value and meaning of the urns as objects of great beauty is to free ourselves of the values inscribed upon them: to destroy, paint, or copy them. For it is they that propose the possibility of a coexistence with other regimes of art—as opposed to their appropriation or negation—and the values for which they stand. From this perspective, we can see and perhaps also begin to appreciate them differently. By virtue of these actions, Ai seeks to liberate our perception of these objects so that they become visible again.

1) Ai Weiwei, notes on his works in *Ai Weiwei. Works: Beijing 1993–2003*, ed. Charles Merewether (Beijing: Timezone 8 Ltd., 2003), p. 80.

2) See Dai Jinhua, *Cinema and Desire*, eds. Jing Wang and Tani E. Barlow (London: Verso Books, 2002).

3) For a discussion of the impact of this campaign on the cultural sphere, see my article “The Specter of Being Human: Contemporary Chinese Art,” *Yishu* 2 (summer 2003), pp. 58–81.

4) This was no more pointedly instanced than when in 1997 he painted a Coca-Cola logo on a Tang Dynasty vase that was shown at Max Protech Gallery, New York. It was then shipped back to Beijing with an attached letter stating that it was not authentic but a copy. The question of the copy in Ai Weiwei’s work is more fully discussed in the forthcoming book on the artist by the author.

5) Jacques Rancière, *The Politics of Aesthetics* (London: Continuum, 2004), p. 25.

6) *Ibid.*, p. 24.

7) Blue-and-white Kangxi porcelain was extremely popular amongst English and US collectors, notably the painter James McNeil Whistler and, later, the American tycoons John Pierpont Morgan, Henry Clay Frick, and John D. Rockefeller, Jr. Frick’s Chinese porcelain collection can be seen at The Frick Collection in New York.

8) See my article “Looting and Empire,” *Grand Street* 72 (fall 2003), pp. 82–94.

# Tradition & Logo

CHARLES MEREWETHER

## UNSCHÄTZBAR

In den 80er-Jahren, als Ai Weiwei in New York lebte, bestand seine Kunst vorwiegend aus Readymades und Assemblagen. Vergleicht man diese mit den ab 1993 in China entstandenen Arbeiten des Künstlers, so stösst man auf eine Reihe von Aktionen und Objekten, bei denen es im Wesentlichen um den Wert geht, den wir Objekten oder Kunstwerken beimessen. Was schätzen wir als wertvoll ein und warum? Und wer ist der Urheber dieses Wertes oder legt ihn fest? Was genau an Ai Weiweis Werk nehmen wir ernst? Den Akt oder das Werk an sich? Die klarste Antwort auf diese Fragen halten zwei Arbeiten bereit, die Ai innerhalb der ersten zwei Jahre nach seiner Rückkehr nach Peking schuf: HAN DYNASTY URN WITH COCA-COLA LOGO (Urne aus der Han-Dynastie mit Coca-Cola-Logo, 1994) und DROPPING A HAN DYNASTY URN (Eine Urne aus der Han-Dynastie fallen lassen, 1995).

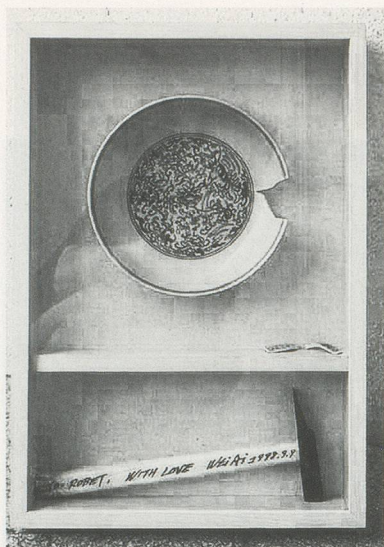
CHARLES MEREWETHER ist Kunsthistoriker, Kurator und stellvertretender Direktor des Kulturdistriktes Abu Dhabi. Gegenwärtig arbeitet er an einer Monographie über Ai Weiwei.

Der Titel der ersten Arbeit beschreibt das Objekt etwas lakonisch, aber genau als das, was es ist: ein schlichtes antikes Gefäss, auf welchem Ai in roter Farbe den Coca-Cola-Schriftzug angebracht hat. Und obwohl es an die Readymades aus der New Yorker Zeit erinnert und vom prägenden Einfluss von Marcel Duchamp und Andy Warhol auf den Künstler zeugt, stammt das hier verwendete Objekt nicht nur aus China, sondern viel wichtiger: Es birgt bereits gewisse kulturelle, wenn nicht gar ästhetische, chinesische Werte in sich. Wie dem auch sei, in dieser Arbeit aus dem Jahr 1994 wird jeglicher Wert oder jegliche «Authentizität», die dem Gefäss ursprünglich innewohnt haben mag, durch das Anbringen des Logos beinahe auf der Stelle ausgelöscht. Gestützt auf die Traditionen der Pop-Art der 60er-Jahre und insbesondere auf Warhol, verwendet Ai das Coca-Cola-Logo, um die Unterscheidung zwischen «Hoch-» und «Populärkultur» zu hinterfragen beziehungsweise um auf deren durch ihren Warencharakter bedingte Verwandtschaft hinzuweisen. Diese Verwandtschaft wird auch formal betont, und zwar



AI WEIWEI, BREAKING OF TWO BLUE AND WHITE  
DRAGON BOWLS, 1996, 2 bowls, Qing Dynasty /  
ZERSCHLAGEN VON ZWEI BLAU-WEISSEN  
DRACHENSCHALEN, 2 Schalen der Qing-Dynastie.





AI WEIWEI, DAO GUANG BLUE AND WHITE PORCELAIN AND HAMMER, 1998, porcelain, hammer, frame / BLAU-WEISSES DAO-GUANG PORZELLAN MIT HAMMER, Porzellan, Hammer, Rahmen.

durch die Art, wie sich die kursive Schrift des Logos der Krümmung der Vase anpasst. Ausserdem kann die Arbeit auch dahingehend verstanden werden, dass die chinesische Kultur möglicherweise bereits Teil jener westlichen Konsumgesellschaft geworden ist, die der allgegenwärtige multinationale Coca-Cola-Konzern (und insbesondere dessen Bedeutung in China) verkörpert. Da man mit dem Logo auch den Werbeslogan «the real thing» assoziiert, wird das Gefäss praktisch bis auf den Produktcharakter seines Wertes beraubt und durch das Markenzeichen doch wieder als «authentisch» kenntlich gemacht.

Durch seine Erfahrungen mit der konsumorientierten amerikanischen Kultur und dem boomenden New Yorker Kunstmarkt dürfte Ai bis zu einem gewissen Grad auf die anstehende Entwicklung in China vorbereitet gewesen sein. Anders als noch bei seinem Weggang scherte sich die Regierung bei seiner Rückkehr nach Peking nicht mehr um Leute, die «alles Fremde verehren oder um Fremde herum-scharwenzeln», wie es von offizieller Stelle seinerzeit hiess. Ganz im Gegenteil schien China auf dem besten Weg zu sein, sich der westlichen Konsumgesellschaft und Marktwirtschaft in die Arme zu werfen. Es hatte eine grundlegende Verlagerung stattgefunden, weg von der Verwaltung von Menschen, hin zur Verwaltung von Dingen, für die ein handfester Bedarf

bestand – was schliesslich zur Angleichung an die mächtigsten Wirtschaftssysteme des Westens führte, so radikal anders dessen ideelle Wertvorstellungen auch sein mochten.

In einer seiner ersten in China entstandenen Arbeiten, UNTITLED (1993), setzte Ai eine Tonskulptur aus der Song-Dynastie (960–1279) in eine leere Johnnie-Walker-Red-Label-Flasche. Damit erinnert er an die beliebte westliche Tradition der Segelschiffe in Flaschen, verweist aber auch auf das Gefangen-sein und die zwangsläufige Vermarktung der chinesischen Kultur im Rahmen einer von den USA dominierten Marktwirtschaft. In einem verwandten Werk, TANG DYNASTY COURTESAN IN BOTTLE (Kurtisane der Tang-Dynastie in Flasche, 1994), platzierte er die über tausend Jahre alte Figur einer Kurtisane in eine leere Absolut-Kourant-Wodkaflasche. Jedes Readymade, wie Ai für die Werkübersicht 1993–2003 erläuterte, «kombiniert Sinnbilder von zwei der wichtigsten Suchtmittel des Menschen und spielt gleichzeitig mit den Gegensätzen von einmaligem Kunstwerk und Wegwerfobjekt, sorgfältigem Handwerk und Massenproduktion, Altertum und Moderne». <sup>1)</sup> Statt in Museumsvitrinen präsentiert zu werden, wurden diese raren und kostbaren Objekte, die ein Stück Kulturgeschichte Chinas verkörpern, zum Konsum «in Flaschen abgefüllt». Zusammen betrachtet stellen diese beiden Werke zugleich eine Fortsetzung und eine Abweichung von Ai Weiwais New Yorker Arbeiten dar. Da sie nach der Rückkehr Ais nach China entstanden sind, signalisieren sie auch den Anfang einer kritischen Auseinandersetzung mit der Geschichte der antiken Objekte Chinas, die sich hauptsächlich anhand von Artefakten aus Keramik und Porzellan erschliessen lässt. Die Erkenntnis dieser kritischen Auseinandersetzung ist vielleicht die, dass China – symbolisiert durch seine Antiquitäten – entgegen der ideologischen Rhetorik, die die Politik

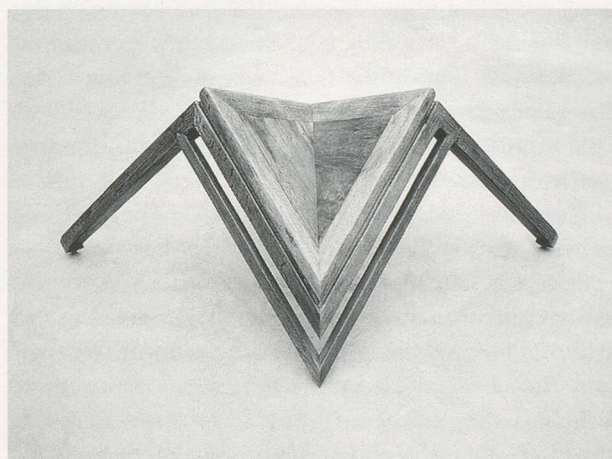
des Landes gegenüber dem Westen bestimmt, in Wahrheit längst Gegenstand des westlichen Konsums geworden ist.

Während diese beiden Werke auf HAN DYNASTY URN WITH COCA-COLA LOGO vorausweisen, kündigt die darauffolgende Arbeit, DROPPING A HAN DYNASTY URN eine erneute Verlagerung an. Hier hat Ai eine Performance photographisch dokumentiert und zu einem Photo-Triptychon verarbeitet; auf den Bildern sieht man ihn vor einer Backsteinmauer stehen: Er hält ein antikes Gefäß, dann lässt er es los, und es zerschellt auf dem Boden. Einzeln betrachtet hält jede Photographie ein besonderes Verhältnis zu dieser Urne als Symbol für Chinas frühe Vergangenheit fest. Man könnte sagen: Die erste stellt das Überleben der Urne im aktuellen Moment dar, ein Relikt mit grossem Symbolwert angesichts ihrer Verkörperung der materiellen, ästhetischen und kulturellen Geschichte Chinas. Das zweite Photo zeigt eine Geste des «Loslassens», nicht nur das Loslassen der Urne, sondern symbolisch auch der Geschichte – eine Geste, die, obwohl vom Künstler inszeniert, ihn weniger als Künstler repräsentiert denn als Individuum und als Chinese. Ais Pose auf der dritten Photographie unterscheidet sich nicht von jener auf dem zweiten Bild, obwohl die Urne vor seinen Füßen zu Bruch geht. Sein Gesicht zeigt keine offensichtliche Überraschung und auch keinen Ausdruck von Schock oder Bestürzung. Die Zerstörung der Urne wird gezeigt als das Normalste der Welt, so dass jede auf ihren Wert Bezug nehmende Reaktion dem Betrachter überlassen bleibt. Dieselbe Haltung kommt auch im betont kühlen, verhaltenen Charakter von Titel und Präsentation zum Ausdruck, was auf ein bewusstes Untertreiben der Bedeutung des Vorganges schliessen lässt.

Die beiden Werke stehen für zwei entgegengesetzte Aspekte von Überlegungen, die Ai seit fünfundzwanzig Jahren umtreiben. Die Urne von 1994 zeigt die Verwandlung eines antiken in ein modernes Gefäß, das nun den Stempel eines fremden, kapitalistischen Markenzeichens trägt. Durch diese Kennzeichnung bricht die Arbeit den Wertbegriff auf, um ihn in Frage zu stellen, wogegen die Urne von 1995 als Negation desselben verstanden werden kann, insofern das Fallenlassen des Gefässes den Betrachter dazu zwingt, den Wert als etwas Abstraktes, Autonomes zu betrachten. Die Wertzuschreibung erfolgt ebenso sehr aufgrund werkfremder Interessen wie aufgrund der Anerkennung von ästhetischer Raffinesse und handwerklicher Kunstfertigkeit.

#### UNTER DEM HAMMER

Ai kehrte in ein China zurück, das sich verändert hatte und zugleich das alte geblieben war. Er hatte das Land kurz nach dem Ende der Kulturrevolution verlassen, die das traditionelle Kulturgut mit allem, was dazu gehörte, als «bürgerlich» oder «intellektuell» gebrandmarkt hatte; mit der Begründung, es symbolisiere die bestehende Ordnung und die dekadenten Werte der abendländischen Kultur, wurde es geplündert und zerstört. Diese Zerstörungswelle, getreu Maos Leitsatz «Zerstört das Alte!», artete in eine vatermörderische Bewegung aus, deren Zerstörungswut sich gegen alles richtete, was nicht Bestandteil der revolutionären Gegenwart im Namen



AI WEIWEI, TABLE WITH TWO LEGS, 2006, table,  
Qing Dynasty, 25<sup>1</sup>/<sub>2</sub> x 72<sup>1</sup>/<sub>2</sub> x 46<sup>3</sup>/<sub>4</sub>" / TISCH MIT ZWEI  
BEINEN, Tisch, Qing Dynastie, 65 x 184 x 119 cm.



AI WEIWEI, *CROSSED TABLES*, 1997, tables,  
Qing Dynasty, 33 <sup>3</sup>/<sub>4</sub> x 79 <sup>1</sup>/<sub>2</sub> x 79 <sup>1</sup>/<sub>2</sub>" /  
GEKREUZTE TISCHE, Tische, Qing Dynastie,  
86 x 202 x 202 cm.

des absoluten Machthabers und Übervaters Mao war.<sup>2)</sup> Nach dem Ende der Kulturrevolution und dem Tod Maos begann China sich gegenüber dem Westen allmählich zu öffnen, während es im Inneren einen Kampf ausfocht aufgrund der Krise, welche die Kulturrevolution als revolutionäres Modell der Veränderung ausgelöst hatte. Am deutlichsten zeigt sich dieser Kampf in der Flut von Korrekturprogrammen, welche die Regierung lancierte, um die mit den Umwälzungen verbundene Krise in den Griff zu bekommen, etwa in der antispirituellen Kampagne der frühen 80er-Jahre.<sup>3)</sup>

Zum Zeitpunkt, als Ai in seine Heimat zurückkehrte, wo die Bevölkerung gerade dazu gedrängt wurde, einen erneuten, konsumorientierten Wandel mitzutragen, müssen ihm die überwältigenden Zerstörungen der zwanzig Jahre zuvor zu Ende gegangenen Epoche sinnlos erschienen sein. Was war das Ergebnis der Kulturrevolution? Hatte sie den Weg für etwas Neues geebnet? Und wenn nicht, welchen

Weg zur Erhaltung der alten Werte hatte sie offengelassen? Und, so könnte man weiter fragen, unter welchen Voraussetzungen sollte die Revolution in Zukunft beurteilt werden? Von wem und auf welcher Grundlage?

Vor diesem Hintergrund wird das Verhältnis zur Vergangenheit und zur eigenen Geschichte zum wichtigsten Anhaltspunkt, um die weiterhin andauernden Veränderungen zur Sprache zu bringen, das gilt insbesondere für Ai und andere Künstler seiner Generation. Für viele von ihnen stellte sich die Aufgabe, einen Weg zu finden, der weder eine Rückkehr zur Vergangenheit bedeutete, noch eine Ästhetik des Vatermords und der Zerstörung verfolgte, noch – wenn wir bei dieser Metapher bleiben wollen – die Erbfolge verfälschte. Vielmehr musste etwas Neues geschaffen werden: eine veränderte Sicht auf die Vergangenheit, die bewirkte und erlaubte, ihr eine andere Bedeutung zuzuschreiben oder die kulturelle Sphäre von den ideologisch geprägten Wertvorstel-

lungen zu befreien. Ais Verhältnis zur Vergangenheit – wie sie in seiner Auffassung des Readymade zum Ausdruck kommt – hatte weder vatermörderische noch bilderstürmerische Züge. Es entwickelte sich vielmehr zu einer Betrachtung darüber, wie diese «neue Qualität der Tradition» aussehen könnte.

Kurz nach seiner Rückkehr, als er begann Antiquitätenmärkte aufzusuchen, entdeckte er die ausserordentliche ästhetische Vollendung der Produkte aus verschiedenen Dynastien, aber auch, dass die Vergangenheit nun ihren Preis hatte. Ai entdeckte jedoch auch, dass Vasen auf dem Markt waren, deren Echtheit wissenschaftlich unmöglich nachgewiesen werden konnte, weil dies eine Sachkenntnis erfordert hätte, die jener des Kunsthandwerkers, der das Objekt geschaffen hatte, gleichkam<sup>4)</sup>. Als er nach Jingdezhen reiste, einer Region, die für ihre Brennöfen und die Herstellung des kaiserlichen Porzellans zur Zeit der grossen Dynastien berühmt ist, realisierte Ai, dass dieses Handwerk nach wie vor lebendig und noch immer in der Lage war, Produkte von höchster Qualität hervorzubringen. Er kam auf die Idee, Kopien oder Repliken von Porzellanvasen aus verschiedenen Dynastien herzustellen, die auf vielerlei Weise Chinas lange Tradition der Massenproduktion verdeutlichten und damit auch ein Verständnis von Kopie und Urheberschaft, das sich radikal von jenem der abendländischen Tradition unterschied. Dabei war dieses Anfertigen von Repliken auch von zeitgenössischer Relevanz, da sie nicht nur ein Überdenken unserer Wertbegriffe verlangten, sondern auch die Frage nach deren Anwendung und Missbrauch neu stellten.

Der Philosoph Jacques Rancière schreibt, dass eine solche Situation nicht unbedingt auf einen Bruch mit der Tradition hindeutet – wie die Unabhängigkeitserklärung der Moderne, die den Vatermord zumindest symbolisch vollzieht –, sondern vielmehr auf «ein neues Regime der Bezugnahme auf das Alte».<sup>5)</sup> Er schreibt ferner: «Im ästhetischen Regime [...] wird die Vergangenheit der Kunst ununterbrochen durch die Zukunft der Kunst, das heisst durch ihre Absetzung von der Gegenwart der Nicht-Kunst, neu inszeniert.»<sup>6)</sup> Vor diesem Hintergrund erweist sich sein Werk als eine Serie von Neuinszenierungen, die reflektieren, was die Kulturge-

schichte Chinas ausmacht, oder noch pointierter ausgedrückt, wie China sich zu sich selbst verhält und wer – und warum – seine Tradition heute geistig erfasst und bestimmt.

1996 publizierte Ai zwei Photographien: Auf der einen zerschlägt Ai zwei antike Schalen, auf der anderen sammelt er die Scherben ein. Die Arbeit trägt den Titel BREAKING OF TWO BLUE AND WHITE DRAGON BOWLS (Zerschlagen von zwei blau-weissen Drachenschalen, Kangxi-Periode, 1662–1722), es folgte ein weiteres Photopaar, auf dem der Künstler ähnliche Schalen mit einem Hammer zerschlägt.<sup>7)</sup> Es ist gleichsam eine bildliche Umsetzung der Wendung «unter den Hammer kommen», die auf die übliche Praxis zurückgeht, dass der Auktionator den Verkauf eines Werkes mit einem Hammerschlag auf sein Pult bekräftigt. Zwei Jahre später schuf Ai sogenannte «Performance-Reste» unter dem Titel DAO GUANG BLUE AND WHITE PORCELAIN AND HAMMER (Blau-weisses Dao-Guang-Porzellan mit Hammer, 1998) und präsentierte sie in einem kleinen vitrinenähnlichen Rahmen, um sich so über ihre museologisch perfekte Konservierung lustig zu machen.

Obwohl im Zerschlagen der Schalen der strukturelle Wertewandel des internationalen Kunstmarktes anklingt, liegt das Hauptgewicht in diesem Fall klar auf China und seiner Politik, in der Zerstörung und Konservierung Hand in Hand zu gehen scheinen. Selbst wenn die chinesische Regierung vom kulturellen Erbe der Nation beziehungsweise von «nationalen Schätzen» spricht, scheint sie sich der Tatsache der weitgehenden Plünderung und Zerstörung derselben nicht bewusst zu sein.<sup>8)</sup> Was bei Ai Weiwei auf den ersten Blick wie ein bilderstürmerischer Akt aussieht, entpuppt sich erstaunlicherweise als Kritik an der ideologischen Besetzung der Objekte und wirft einen Schatten auf die kaiserliche Gewaltherrschaft bestimmter Dynastien, die einige der höchsten künstlerischen und wissenschaftlichen Errungenschaften erst ermöglichten. Mit anderen Worten wird hier deutlich, in welchem Masse sich solche Kunstfertigkeit und Raffinesse nur unter den spezifischen Bedingungen und unter der Herrschaft eines Regimes entwickeln konnten, das so viel Zeit und Mühe in die Entwicklung eines derart anspruchsvollen Handwerks investierte.

Ai Weiwei

Ai Weiweis Geste verdoppelt die Ironie der Statusdebatte und entlarvt sie als Machtdebatte. Statt den gewaltsamen Umsturz einer ästhetischen Tradition anzustreben, welche die Vergangenheit symbolisiert, propagiert er eine Umkehrung der Gewalt gegen die Vergangenheit, indem er das ideologische Konstrukt des ästhetischen Wertes hinterfragt. Die einzige Möglichkeit, den Wert und die Bedeutung, die diesen Urnen als Objekte von erlesener Schönheit zukommt, zu verändern, besteht vielleicht darin, uns von den ihnen zugeschriebenen Werten zu befreien und sie zu zerstören, zu bemalen oder zu kopieren. Sie stehen für die Möglichkeit der Koexistenz – im Gegensatz zur Appropriation oder Negation – verschiedener Kunstsysteme und der Werte, die sie verkörpern. Unter diesem Blickwinkel sehen wir sie anders und können sie vielleicht auch neu schätzen lernen. Mit seinen Aktionen versucht Ai unsere Wahrnehmung dieser Objekte zu befreien, damit sie wieder sichtbar werden.

(Übersetzung: Suzanne Schmidt)

1) Ai Weiwei, Bemerkungen zu seinen Arbeiten, in: *Ai Weiwei, Works: Beijing 1993–2003*, hrsg. v. Charles Merewether, Timezone 8 Ltd., Peking 2003, S. 80.

2) Siehe Dai Jinhua, *Cinema and Desire*, hrsg. v. Jing Wang und Tani E. Barlow, Verso Books, London 2002.

3) Eine Erörterung der kulturellen Folgen dieser Kampagne findet sich in meinem Artikel «The Specter of Being Human: Contemporary Chinese Art», *Yishu – Journal of Contemporary Chinese Art*, Bd. 2, Nr. 2, Sommer 2003, S. 58–81.

4) Dies wurde nicht mehr explizit thematisiert, bis er 1997 ein Coca-Cola-Logo auf eine Vase aus der Tang-Dynastie malte, die dann in der New Yorker Galerie Max Protech gezeigt wurde. Danach wurde sie nach Peking zurückverfrachtet, begleitet von einem Brief, der beglaubigte, dass es sich nicht um ein Original, sondern um eine Kopie handelte. Das Thema der Kopie in Ai Weiweis Kunst kommt in meiner demnächst erscheinenden Monographie über den Künstler ausführlicher zur Sprache.

5) Jacques Rancière, *Die Aufteilung des Sinnlichen: die Politik der Kunst und ihre Paradoxien*, hrsg. v. Maria Muhle, b\_books, Berlin 2006, S. 42.

6) Ebenda.

7) Das blau-weiße Kangxi-Porzellan war bei englischen und amerikanischen Sammlern ausserordentlich beliebt; insbesondere der Maler James McNeil Whistler begeisterte sich dafür und später auch amerikanische Industriemagnaten, wie John Pierpont Morgan, Henry Clay Frick und John D. Rockefeller, Jr.; die Chinaporzellan-Sammlung von Henry Clay Frick ist in der Frick Collection in New York zu sehen.

8) Siehe dazu meinen Artikel, «Looting and Empire», *Grand Street*, Nr. 72 Herbst 2003, S. 82–94.

AI WEIWEI, TEMPLATE, 2007, 1001 wooden doors and windows from destroyed Ming and Qing Dynasty buildings, installation view Ai Weiwei studio Beijing /  
SCHABLONE, 1001 hölzerne Tür- und Fensterrahmen von zerstörten Gebäuden der Ming- und Qing-Dynastie, Installationsansicht Studio Ai Weiwei, Beijing.



