

KRÖNIKA

Ingen seger utan snyftbilder

"Den som vill framstå som vinnaren av ett krig måste också vinna kriget om bilderna"

Krigspropagandan väller in över oss från de delar av världen som erövrats av Norra alliansen. Det är tv-er med kvinnor som kastar av sig burqan, kvinnor som vittnar om trakasserier under talibanerna och kvinnor som ställer krav på att få delta i det samhälle som ska byggas på talibanernas patriarkat.

På nätet finns krigspropagandan sedan länge i form av bilder på krigets mest kända aktörer, åtskilligt begåvat och briljant, annat bara plumpet eller smaklöst grovt: Osama bin Ladin som Mr Bean Ladin, Usama bin Ladin andas tidelag med åsne, teletubbies som talitubbies och skägg, turban och Kalashnikovkarbin. Men också snyftbilder på Bush.

Men bildpropagandan är ensidig. Den är genomgående producerad i västvärlden – till och med de bilder som fördrar Bush. Talibanerna och bin Ladins saknas som sändare.

FR DET GÅR med det riktiga kriget är ännu inte klart, dess framgångarna för USA och Norra alliansen. Men opaganda har talibanerna och bin Ladins al-Qaida förlorat sedan länge, och det av två enkla orsaker: förbuden mot avbildningar och förtrycket av kvinnor. Vår tidsålder är den bildmediala. De avbildande medierna har en mycket större och omedelbar genomslags- och obiliseringskraft än de bara skrivna eller talade orden. Men som vill framstå som vinnaren av ett krig måste också vinna kriget om bilderna.

Det säger en del om talibanernas världsfrånvärdhet att tidigt förbjöd tv-sändningar och filmer. En kultur och ideologi som frivilligt använder sig av propagandan som bildmedier utgör får en besvärlig konkurrensöckdel, för att ta det på näringslivslingo.

Vår tidsålder är också den jämställda. En kultur och ideologi som i sina grundläggande utgångspunkter exkluderar hälften av befolkningen, kvinnorna, från det offentliga livet får ytterligare konkurrensnackdelar. Något som te minst märks när ett samhälle ställs på krigsfot.

ÅR DEN NORDVIETNAMESISKA krigsmakten krossade ansmännen vid Dien Bien Phu 1954 befann sig de vietnamesiska matförråden 600 till 700 kilometer bort. En mycket stor del av de 300 000 frivilliga som hanterade understödet var kvinnor. Matttransporterna skedde bland annat på franska Peugeotcyklar, en gång köpta från franska överskottslager. För att de omkringande vietnamesiska soldaterna skulle få i kilo ris per cykel behövde transportören äta 24 kilo ris på vägen.

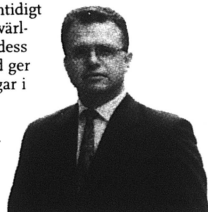
I krigspropagandan kunde kvinnorna förmedla både yrka och sorg. De späda vietnamesiskorna ledde sina tungt lastade cyklar på djungelstigarna och log in i västvärldens pressfotografers kameror. Vietnamesiskor grät vid kropparna av sina dödade anhöriga.

Men talibanernas förbud mot bilder och mot kvinnor i offentlighet medförde tidigt att de, i motsats till Iraks addam Hussein, inte kunde utnyttja kombinationen dödade barn – gråtande kvinnor i bildpropagandan.

De få bilderna på civila offer för USA:s bombningar hade betecknande nog inte talibanska tv-stationer eller ett talibanskt propagand- och informationsministerium som ansvarande, utan fick förmedlas av utomstående yhetsbyråer.

N REGIM vars genuint osympatiska handlingar bland annat omfattar kvinnoförtryck och kvinnoförföljelse samt förstörda konstskatter som ett led i förbudet mot avbildningar, har samtidigt ingen möjlighet att vinna omvärldens sympati just genom att dess kvinnoförtryck och bildförbud ger len så pass usla förutsättningar i propagandakriget.

Att denna regim dessutom har förklarat sig vara gudssända på jorden gör inte saken sämre. Nemesis Divina, skulle Linné ha sagt.



THOMAS GÜR



Från vänster: Takako Nishizaki är Naxos bäst säljande artist, tillika Klaus Heymanns fru. I Maria Kilegel har Naxos världens bäst säljande cellist. Dirigenten Marin Alsop har de senaste åren skördat framgångar i Europa.



Divorna köar hos N

Den klassiska skivindustrin försvinner alltmer in i skuggan. De gamla märkena är på väg ut och framtiden tycks tillhöra uppstickare som Naxos med sina billiga utgåvor. Nu kör förut bortsämda skivartister vid Naxos dörr.

"Håller den klassiska skivindustrin på att falla i glömska?", frågade New York Times nyligen. Det verkar inte bättre. Efter att under 1990-talet ha konsoliderat marknaden upptäcker industrins fem jättar – BMG, Universal, Warner, EMI och Sony – att de sju feta åren är över. De säger upp kontrakt och satsar på crossover. Framtiden verkar i stället tillhöra de där allestädes närvarande ställena med billiga skivor som bär en grekisk ös namn. Naxos har på 14 år blivit branschens mest framgångsrika företag.

Folk brukade se ned på oss, men de vore dumma om de fortfarande gjorde det, säger Klaus Heymann på telefon från hemmet i Hongkong.

Han kan unga sig segerns glädje. När han 1987 startade ett skivbolag under namnet Naxos tog få notis om honom. Han gav ut artister ingen hört talas om, och hade ingen ambition att kämpa med de etablerade bolagen på deras planhalva.

Hellre billig skiva än känt ansikte

Men Heymann, som beskriver sig själv som en vanlig musikalskare, hade förstätt något som gått de etablerade bolagen förbi: priset är avgörande. Folk köper – så länge det gäller klassisk musik – hellre en billig skiva än en dyr skiva med ett känt ansikte. Kunderna köper gärna klassisk musik med okända artister när Naxosskivorna kostar en tredjedel så mycket som hos de traditionella bolagen.

Mun mot mun-metoden och priset etablerade det lilla bolaget på marknaden. Vid starten köpte kunderna Naxos mest för priset, eftersom den konstnärliga nivån var jämförelsevis låg. Fjorton år senare är uppstickaren dock herre på täppan. I år vann Naxos en Gramophone Award, den klassiska musikens Oscar, för sin inspelning av Ralph Vaughan-Williams stråkkvartetter.

Naxos är den mest betydande händelsen inom den klassiska skivindustrin under de senaste 15 åren, säger James Jolly, chefredaktör för den ansedda brittiska musik-tidskriften Gramophone.

De har fullständigt definierat om den ekonomiska sidan av skivproduktion och har dessutom blivit ett av de viktigaste bolagen både inom standardrepertoaren och mer esoterisk musik.



Klaus Heymann, Naxos grundare.

När andra klassiska skivbolag försöker rädda sig med crossover beger sig Naxos på djupt vatten med alltmer vågade inspelningar. Heymanns filosofi att varje verk bara ska spelas in en gång är en del av förklaringen, men Naxos tror också på skivkopären, hur lite musikalisk bildning han än har. Därför har udda repertoar varit framträdande i Naxos utgivning ända sedan begynnelsen.

Folk är mer äventyrslystna i sin musiksmak nu för tiden, och med våra priser har de råd att ta större risker. Jag både följer trenden och skapar den, säger Heymann om sin utgivning.

Han hänvisar till det faktum att Samuel Barbers relativt okända cellokonsert är årets näst bäst säljande Naxos-skiva. Rysk liturgisk musik ligger fyra.

Men Heymann är ingen missionär för okänd musik (årets bästsäljare är Beatles-låtar i orkesteruppförande). Tvärtom: han är affärsman och får enligt egen utsago pengarna tillbaka på investeringen i varje inspelning efter ett eller högst två år.

Som ett vanligt företag

Folk frågar mig vad hemligheten bakom Naxos är, säger han. Jag har egentligen ingen hemlighet. Jag sköter Naxos som vilket företag som helst: begränsa dina utgifter, ordna bra distribution.

Det var just Heymanns hårda grepp om utgifterna som länge gav Naxos ett dåligt konstnärligt rykte. Till skillnad från större bolag betalar Naxos ingen royalty till sina artister. De får en förhållandevis liten klumpsumma och marknadsför heller inte av Naxos.

Andra bolag pryder sina skivor med fördelaktiga bilder av artisten, och samma bilder dyker upp i varje skivaffär. Naxos kör en standarddesign på sina skivor – "mycket tydlig, men kanske inte särskilt uppföringsrik", enligt tidskriften Gramophones James Jolly – och marknadsföringen av dess artister är minimal.

Med andra ord: hos Naxos spelar artisten inte huvudrollen. Det bar artistegot emot att få så ringa uppmärksamhet och att vara Naxosartister betraktades inte heller som fint. Nu är det annat ljud i skällan.

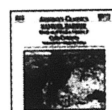
Naxos har flera mycket bra artister och de befinner sig i den lyckosamma situationen att de kan fortsätta att spela in när andra står utan kontrakt, säger James Jolly.

Andra försöker också hoppa på tåget: Vi har bevisat att det inte bara är kända artister som är bra. Nu kan vi få vilka artister vi vill, förklarar Klaus Heymann nöjt.

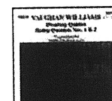
Det har Naxos krisen i den klassiska skivindustrin att tacka för. Artister som tidigare



Säljer bäst.



Säljer näst bäst.



Vann en Gramophone Award i år.

noncha tjänste: lagens färre. N industri - De en nisc sina lp talet, s

65 prc Naxos och Nc bästa r cent av (80 pr Naxos 1,5 mil Nisc och m: överall Artiste manne re.

TV

SVT1 18.00- 18.00 F 18.05 U 18.15 L 18.20 T 18.30 V 19.00 M 19.30 F 20.00 F 21.00 F 22.00 F

SVT2 18.00/ 18.15 (19.00 F 19.10 F 19.30 (20.00 (21.00/ 21.30/ 21.40 I 21.50/ 22.05/