

## Programkvällar kring affischutställningen ”Sälja krig som margarin” i Kungl. bibliotekets hörsal

### Av Olof Halldin/utställningskommissarie

I samband med utställningen ”Sälja krig som margarin”, som tillkommit med anledning av Jan Myrdals och Gun Kessles donation av framförallt franska affischer från första och andra världskriget, hölls även en seminarieserie om sex föredrag sammanställd av Eva Dahlman.

1. Jan Myrdal, "Sälja krig som margarin". Ett föredrag om utställningens affischer.
2. Efharis Mascha, "Antiwar Posters and Political Caricatures: laughing with fear".
3. Torsten Jurell, "Kriget som Teater"
4. Olof Halldin, "Anders Beckman - reklamkonstnär. Nyttokonst i krig och fred".
5. Jan Myrdal, "Krigets sånger".
6. Kari Andén-Papadopoulos, "Fotografiet som propagandavapen i 'kriget mot terrorismen'".

Gemensamt för seminarierna var propagandan i krigstider. Bortsett från föredraget om krigets sånger var det bilden och dess funktion som stod i fokus. En slutsats kan vara att den fungerar i stort sett likadant idag som den gjort i alla tider. Och det är framförallt bilden som är bärare av det budskap man vill förmedla. Starka, känslomässiga bilder men även symbolladdade och tankeväckande bilder används för att påverka oss i den ena eller andra riktningen. Bilderna från kriget är grymma och del i den officiella propagandan.

Men det är även viktigt att visa att det fanns en motkultur. Det konstnärliga krigsmotståndet hade dock svårt att göra sig hörd. En av de mest framträdande konstnärerna, som under flera års tid i olika tidskrifter lät publicera sina bilder mot kriget, var Frans Masereel. Det var bilder i svart och vitt. Till skillnad från affischerna utan texter men där bilden innehåller talade för sig självt.



Frans Masereel 1915

Affischbilderna förstärks av de budskap som utformats av de främsta reklam- och propagandamakarna. Myrdal säger att ”God konst är inte alltid god – de vidrigaste bilderna gjordes av de bästa konstnärerna”. Samma konstnärer som vid förra sekelskiftet målade tavlor, gjorde även reklamaffischer, och samma konstnärer som tecknade reklamaffischer för tvål fick folk att reagera på de händelser som följde i krigets spår. En av de många affischkonstnärerna i utställningen är Adolphe Willette. Han tillhörde samma skola som Théophile Alexandre Steinlen och Henri Toulouse-Lautrec. Willette och Steinlen har med tiden hamnat i skymundan medan Lautrec blivit alltmer omhuldad som en av 1900-talets riktigt stora konstnärer.

Det är därför roligt att påminna om att även han en gång i tiden, förutom de berömda och banbrytande kabare'affischerna i Paris, gjorde affischer med reklam för bland annat cykelkedjor.

Valet av titel till affischutställningen är medveten. "Sälja krig som margarin" anspelar på hur obarmhärtigt, och i efterhand avslöjande, reklamspråket fungerar. Studerar man krigens propaganda märker man att språket, retoriken är densamma som i den gängse "vanliga" reklamen. Det handlar om en anpassad övertygande informationskampanj där argumenten kläds i reklamens språkdräkt. Även kriget kan därför marknadsföras som något som behövs - som är nödvändigt. Willette och Steinlen fick tillsammans med många andra konstnärer uppdraget att marknadsföra kriget i Frankrike. Då, precis som idag, kan man inte undgå att den mest skrämmande bilden också är den som man kommer ihåg bäst och som man på något sätt måste bearbeta och förhålla sig till.

Idag ser vi bilderna från Abu Ghraib-fängelset i Irak som är oerhört hemska. De är offentliggjorda och kan ses över Internet och man behöver förstå hur och varför de kom till. Om inte annat för att man mentalt skall kunna lämna bilderna och slippa se dem framför sig som ett ständigt återkommande skräckkabinett. Abu Ghraib bilderna blir ändå obegripliga om man inte ser dem som bilder använda som ett led i tortyren och som därför bör ha varit sanktionerade högre upp i den militära organisationen istället för, som framförts, som en sjuk lek bland soldaterna. Kari Andén-Papadopoulos förfäktar det senare förhållningssättet till bilderna. Det är ett bildernas krig där förnedringen blir ett vapen där fångarnas människovärde decimeras för att på så sätt kanske göra dem mer

samarbetsvilliga. Men krigets bilder är även fundamentalisternas kidnappningar och filmade hot och avrättningar - även de synliga över Internet. Kari Andén-Papadopoulos ställer frågan indirekt vilket som är värst - fundamentalisternas bilder eller bilderna från den demokratiska rättsstaten. Jämförelsen kanske är ointressant men det är svårt att undvika tanken att vi kräver mer av en demokratisk stat, i det här fallet ockupanterna, än av ett land under ockupation.



Anonym 2004

Som om de över hela världen spridda bilderna av förnedringen och tortyren i Abu Ghraib-fängelset inte var nog, fortsätter förnedringen fast i andra former. Den kvinnliga soldatens pekande gest mot en fånge har blivit en gest som senare används i andra sammanhang. Fången har huvudet övertäckt och är inte medveten om gesten. På samma sätt kan gesten användas i förnedringssyfte mot den person som har ryggen mot eller av andra anledningar inte är medveten om vad som sker. Syftet skulle vara en påstådd komisk kommunikation med andra som kan se gesten. Dessa situationer fotograferas och på Internet sprids nya bilder av vänner och bekanta som ett sorts distanslöst inlägg i debatten. Den ursprungliga bilden får med detta fått ett annat innehåll och ser man bilden i medvetande om att förnedringen i och med detta förringas, blir det ännu värre.

Samma sak gäller för företaget Apples iPod-reklam där reklamens välkända bilder kan användas på ett konstnärligt utmanande sätt. "1000 volt i er ficka" blir ett erkännande av hur bra musiken låter från den bärbara musikspelaren.



Anonym/Apple 2004



Forkscrew Graphics 2004

I Torsten Jurells syn på "kriget som teater" iscensätts och exponeras bilden likt ett påstående på en teaterscen för det är där man kan förlusta sig även i det mörka. Förhoppningsvis kan man där förpassa krigens demoner till en värld som bara återberättas från teaterns scen. På något sätt är de bilder som visas från Irakkonflikten teatrala. De visar groteska iscensatta dramatiska skeenden så välregisserade att de blir svåra att se som verkliga. Den konstnärliga bilden når bortom det självklara och kan få oss att se och reflektera över det inte omedelbart uppenbara. Efter hand träder symbolerna fram för oss för att så småningom ge en insikt om konstnärens intention. Det blir en Aha-upplevelse när man ser likheten med Abu Ghraibfångens kroppsställning och kristusgestalten. Bildens möjlighet att få oss att inse och förstå, blir konstens redskap att påverka makten.

I Jurells konstnärskap kan man se konstnärens möjligheter att gestalta tid och rum bortom det direkt självupplevda och om konstens möjlighet att "repa på maktens hinna". Här blir bilden ett redskap till att påverka och ifrågasätta. Jurell indelar den konstnärliga bildens funktion i fyra olika synsätt:



Torsten Jurell 1991

1. Det finns bilder som på ett personligt sätt återberättar skeenden där det berättade inte nödvändigtvis är självupplevt. Utan egen erfarenhet kan konstnären således gestalta skeenden i berättande bilder.
2. Det finns bilder som kommenterar skeenden och vars tolkningar blir olika beroende på situationen och vilken tid man åsyftar.
3. Det finns bilder som metaforer t ex i form av myter och med symboliska detaljer.
4. Det finns bilder som kommer till genom att de tolkar tiden.

Alla dessa synsätt återfinns i utställningens affischer där affischen blir en av aktörerna i det offentliga rummets teater. Jurell menar att konsten är ett påstående av konstnären men som inte nödvändigtvis kräver en reaktion, en feedback där konstnären återkopplar och inspireras. Kriget som teater är också namnet på en relief som tillkom i Jurells arbete med verket "Tyskland och Ossietzky" som är en kommentar till en 1992 orättfärdigt fastställd dom i Tysklands högsta domstol där domstolen ansåg att i vissa fall tysk statsnytta står över internationell rätt.

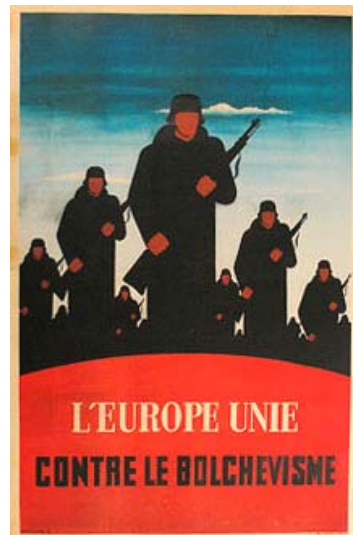
Bortsett från det till synes allt grymmare innehållet i bilderna som når oss via media och Internet är det ändå samma fenomen om igen. Man vill påverka oss att ta ställning. Även affischen som den såg ut under de båda världskriegen var ibland chockartade upplevelser. Chockverkan är stark i bilden av de små barnen som leker med leksaker innehållande bomber där de får händerna bortsprängda.

Men chockverkan behöver inte bara vara exponerat våld. Det kan även vara i form av ansiktslösa soldater som marscherar mot oss där det inte finns möjlighet att möta blicken och vi därför fråntas möjligheten till kommunikation. Budskapet är det enade Europa mot bolsjevismen. Eller bilden av en motsträviga belgiska flickan som inte vill följa med den tyske soldaten. Den som läst på vet att flickorna påstods få sina händer avhuggna av de tyska soldaterna. En skickligt gjord propaganda i syfte att nedsabla fienden moraliskt.

Adolf Hitler imponerades och påverkades av de allierades propaganda under Första världskriget. Hur mycket det påverkade den tyska propagandans utformning är svårt att säga men sant är att tyskarnas affischer från Andra världskriget gick ofta över satirens och det smakligas gräns. Förtal och karikatyrer var här vanliga medel i propagandan vilket blev föremål för kritisk granskning av åklagaren i Nürnberggrättegången. De ansågs vara särskilt brottsliga eftersom de hade för avsikt att utplåna begrepp som "frihet och aktning för den mänskliga individen".



Gino Boccasile 1944



Anonym 1940-tal

Vill man förtala någon sker det gärna med starka ord och tydliga bilder för att undvika missförstånd. Nidbilden blir en del i den politiska propagandan och används ofta mer eller mindre raffinerat. Affischerna från Musée des Horreurs eller Skräckkabinettet, karikerar dåtidens kända politiska gestalter i Frankrike och sålunda får vi se Emil Zola i

skepna av en gris. I sin avhandling "The political cartoon during fascism's rise to power in Italy" och i sitt föredrag "Antiwar Posters and Political Caricatures : laughing with fear" tar Efharis Mascha upp just detta att nidsbilden blir en del i den politiska propagandan. I en särskild avdelning i utställningen ägnad den så kallade "Salo-republiken", som är samlingsnamnet på Mussolinis sista år vid makten, har nidsbilden och karikatyren framträdande roller som tjänar till att avvärja – att marginalisera fienden. Ett förfaringsätt som kan leda fel eftersom det gränsar till lögnen. Kanske är det bättre att inse fiendens kapacitet istället för att dölja den. Mussolini var till skillnad från Hitler konstintresserad och därför kunde han utnyttja den moderna konstens möjligheter till sin egen fördel. Därför påverkade han propagandans utformning vilket avspeglas i affischerna från denna period.



Dante Coscia 1944



Anders Beckman 1943

Bilderna som övertygar fanns även i Sverige under de båda världskrigen. Men de behövde berätta en annan historia. Den om beredskapen inför ett eventuellt krig och om välgörenheten till dem som råkat illa ut i Europa.

En av de främsta affischkonstnärerna i Sverige var Anders Beckman. Han såg på reklam som konst med möjlighet att påverka. Han var nyttokonstnären i krig och fred. Det kunde vara reklam för att man skall köpa den senaste Radiolan eller för att teckna på försvarslånen. Men det var även att medvetandegöra svenska folket om att vår beredskap är god i formen av den stora utställningen Folk och försvar som han var kommissarie för.

Han lät bild och text förstärka varandra där bokstäverna grafiskt samverkar med bildelementet i affischen. Det var så den moderna affischen en gång skapades när dessa två element gjorde gemensam sak och förmedlade budskapen och Beckman odlar denna teknik bättre än de flesta. Anders Beckman har påverkat och bildat skola för svensk reklam - hur den kommer att se ut och hur den kommer att låta. Humorn är hos honom ett oslagbart medel att fånga intresset och Anders Beckman hade humor som han använde och spred i reklamen via bilder och slogans.

Propagandan förmedlas via bilder men visst den kan förmedlas även med musik. Myrdal visade i sitt föredrag hur musiken lät med exempel från de olika krigförande länderna. Såväl första som andra världskriget användes musiken för att ge samhörighet och för att peppa soldaterna till att göra sitt yttersta. I de länder som blev ockuperade skapades även en motståndets musik. Dessa sånger utgör en nödvändig bakgrund till affischerna.

Under perioden före träsnitten, tryckkonsten och flygbladen var det i populärsången som härskande samhällssyn och folklig kritik tog sig publikt uttryck. Vissa perioder kunde kritik sedan uttryckas i massspridda bilder och flygblad men vanligtvis var det även då i sång som striden om det folkliga medvetandet formulerades. Speciellt tydligt blir detta under de perioder som visas i utställningen.

Vid dessa stora samhälleliga kriser under den första delen av nittonhundratalet var sången och musiken det enda område där man verkligen kan tala om att det pågick en konstnärlig kamp på någotsånär lika villkor. Låt vara att de herrar som behärskade murarna (och filmen och så småningom radion) också hade makten över musikindustrin men hela tiden skapades med sång och musik en motkultur!

Avslutningsvis kan sägas att seminarieserien var relativt välbesökt och många intressanta frågor ställdes till föredragshållarna. Bilden, och hur den fungerar i krig som solitär företeelse eller exponerad i en propagandaffisch, kan användas som information eller för att sprida ett avsiktligt budskap - en propaganda som kan vara sann eller falsk. I ett krigstillstånd används lögnen som en del av retoriken och bilden kan representera vad som helst i synnerhet när den framställs av konstnärer. Bilden är alltså ett oerhört viktigt medium för kommunikation och beroende på val av motiv kan man säga saker som i många fall skulle vara mycket svåra att formulera på annat sätt. Den nyligen omskrivna reaktionen på de s.k. Muhammedteckningarna visar detta med all önskvärd tydlighet. Man kan alltså få oerhört starka reaktioner på ”bara en bild”.

2006-02-14