

Afghanistan

Sångerna som skär i talibanernas öron

Idol-tävlingen Afghan Star är ett modigt steg mot demokrati.

Av Ivar Andersen

Efter att ha slagit ut elva andra deltagare stod Habibullah Fani slutligen ensam i rampljuset, framröstad av tiotusentals tittare. Runt om i Afghanistan, från Hindu Kush mäktiga krön i norr till Durrandlinjen i söder, hade människor samlats runt sina tv-skärmar för att följa dramat. När jublet slutligen avtagit greppade 23-åringen från provinsen Balkh mikrofonen för att framföra säsongens sista låt. Och kanske kändes det krig som, med varierande intensitet och mellan olika stridande parter, nu rasat i mer än 35 års tid för ett sällsynt ögonblick lite mer avlägset.

Afghanistans överlägset mest populära tv-program är en kopia av det internationella framgångskonceptet Idol. Enligt Moby, mediebolaget som genom sin kanal Tolo TV producerar Afghan Star, tittar halva befolkningen. En helt osannolik täckningsgrad i ett land med Afghanistans rurala demografi. Men vägen dit har varit lång. Massood Sanjer har varit med på hela resan.

– Jag har varit hos Moby i 13 års tid, säger han. Jag var den förste som blev anställd, säger han.

När Moby hösten 2002 tog steget ut i etern var det musikälskaren Massood som satt bakom skivspelarna.



– Under talibanerna var musik förbjuden. Du kunde få fängelse om du försökte föra in kassetter eller dvd-skivor så ingen hade hört ny musik på flera år. Jag minns den dagen vi gjorde vår första sändning. Vi började klockan åtta, några timmar senare

spelades det på varenda marknad.

Inledningsvis blev det mest importerade slagdängor. Den afghanska musikindustrin var ödelagd.

– Nu är 85 procent av musiken vi spelar afghansk, och det mesta har spelats in av deltagare i Afghan Star. Vi har spelat den största rollen i den här förändringen.

Men den förändring Massood pratar om

»De konservativa kommer alltid att försöka tysta oss.«

Massood Sanjer, som varit på mediebolaget Moby i 13 år.



har betingat ett högt pris. Afghan Star började sändas 2005 – fyra år efter att musik avkriminaliserats – i ett land där kampen mellan tradition och modernitet skördar mänskliga offer. Så sent som den 21 januari omkom sju av Mobys anställda i en självmordsattack riktad mot företaget. Talibanerna tog på sig ansvaret för dådet.

Afghan Star har fungerat som ett rött skynke. Många deltagare har hotats till döden. Konservativa mullor har försökt förmå regeringen att släcka ned programmet. Men den stora majoriteten av afghanerna vill inte leva på medeltiden och tycks älska det.

– De konservativa kommer alltid att försöka tysta oss. Men om samhället vill ha musik så måste någon våga trotsa dem och vi har gjort det, säger Massood.

Han är väl medveten om det lättsamma underhållningsformatets politiska sprängkraft. Att den typ av människor som vill bestraffa otrohet med stening skulle uppfatta Afghan Star som en skymf var uppenbart. Att kvinnor tilläts lämna hemmen var ju illa nog. Att de dessutom skulle vicka förföriskt på höfterna till förbjudna toner var uppenbart satans verk.

Men provokationen är avsiktlig. Afghan Star är en form av populärkulturell krigföring. Underhållning på blodigt allvar. Mobys orädda nyhetssändningar har bildat

Idol för demokrati. Sångtävlingen Afghan Star är ständigt hotat. Nyligen dog sju personer i en självmordsattack riktad mot bolaget som producerar programmet.



referenspunkt för såväl etermedier som ett framväxande afghanskt pressväsende, och även tvingat statliga nyhetstjänster att röra sig mot ökad öppenhet. Massood är ansvarig även för både nyheter och nöje och berättar att han tillämpar samma publicistiska principer oavsett innehåll. Det är en slags ideologisk innehållsneutralitet där individens rätt att framföra smäktande kärleksballader jämföras med medborgarnas rätt till saklig och opartisk information.

– Det handlar inte bara om Afghan Star, de försöker även stoppa nyheterna. Och det är inte bara de konservativa utan också regeringen, krigsherrarna och andra grupper och fraktioner. Men vi gör alltid nyheterna, oavsett hotbild. Och vi har samma policy för underhållning. Publikens begär ger oss mod. Vi gör det publiken vill ha och älskar, därför är vi starka.

Mobys satsning är modig. Och besjälad av marknadstro. Det är den liberala drömmen om public service levererad av kommersiella aktörer. En sammansmältning av idealism och intresse där marknaden blir både medel och mål.

– Det här landet var i mörkret länge, säger Massood. Det mörkret tog slut när talibanerna störtades och marknaden kom igång.

Till skillnad från de flesta i den nya afghanska elit som växt fram efter den ame-

rikanska invasionen 2001 har Massood aldrig varit flyktning. Inte utbildats i Pakistan eller Iran i väntan på att kunna återvända hem till en hög lön. Massood är född och uppvuxen i Kabul och har varit sin stad trogen under dåliga som sämre tider.

Under talibanerna var han motvillig medarbetare på regimkontrollerade Radio Sharia.

– Det fanns nyheter under talibanerna, men det var bara propaganda. All musik var förbjuden, säger han.

Massood läste kommunikéer och kunngörelser som översatts till engelska med omvärlden som målgrupp. Vissa var mer smärtsamma än andra att recitera.

– Jag minns när de sprängde Buddasterterna. Dagen innan läste jag upp dekretet från Mulla Omar. Vi fick en text som vi skulle återge ordagrant. Det fanns inget utrymme för att testa gränserna. Gränserna var stängda.

När han fick sin egen radioshow försökte han istället spränga gränserna med aggressivt ansvarsutkrävande nyhetsjournalistik. Fortfarande är publikkontakt och lyssnarinteraktion centrala byggstenar.

– Förra veckan svarade jag på ett slumpmässigt utvalt samtal när vi sände live, det var en man som körde från Kabul till Kandahar och klagade på att poliserna krävde

mutor för att släppa igenom honom. Vi sa »klipp inte samtalet, bråka med honom i direktsändning«. Det här sändes i hela landet, miljoner människor lyssnade när han argumenterade med polisen om 50 afghani. Nästa dag fick vi höra att alla poliserna blivit arresterade. Så vi gör nytta.

På Tolo kan både musikälskarna och affärsmännen glädjas. Företaget äger hela värdekedjan. Från tv- och radiokanaler till produktionsbolag, agenturer, reklambyråer, it-företag, printmedia och internetkaféer.

Men vid sidan av kommersen skapas också samhällsnytta när Tolo försöker snabbspola fram till modernitet. I Afghan Star utser publiken vinnarna genom sina mobiltelefoner. För många utgör omröstningarna en första erfarenhet av kollektivt beslutsfattande.

– Det här är ett sätt för media att hjälpa till att bygga upp landet, säger Massood. Vi bjuder in unga att delta och visar att deras röst betyder något. Det blir en första demokratiupplevelse.

Omröstningarna gäller inte mer än ett skivkontrakt och en prissumma. Men de ungdomar som i dag röstar fram sina favoritartister ska i morgon bära det afghanska samhället. Om de skulle kräva att framtida presidentval var lika rättvisa som Afghan Star vore mycket vunnit. ■