

De största besluten är vi förbjudna att förstå

Håkan Lindgren

Jag ska försöka prata om något som är svårt att få grepp om, trots att det påverkar och dominerar den debatt vi har. Jag gillar det just för att det är svårt. Det är sådana saker som intresserar mig – en makt som både finns och inte finns, som är allas och ingens. Den fråga jag vill undersöka är: hur uppstår en tidsanda?

Man kan säga att varje samhälle domineras av en tidsanda – det är den som avgör vilka frågor vi pratar om, och *hur* vi pratar om dem, vilka frågor som är osynliga och frånvarande. Det första och enklaste svaret på frågan ”hur uppstår en tidsanda?” är: någon skrev en bok, och sedan blev det så. Studerar man grundkursen i litteraturvetenskap eller idéhistoria är det vad man brukar få höra. Sartre skrev en bok om existentialismen, och sedan blev alla existentialister – och de som inte blev det var för dumma för att följa med sin tid. För några år sedan var woke en stor grej. Kultursidorna skrev om det, företag och universitet höll kurser för sin personal. Varför började så många prata om rasism – och prata om rasism på ett visst sätt? Det snabbaste svaret är: det har Ibram X. Kendi bestämt.

2019 skrev Kendi en bok som hette *How to be an antiracist*. Den blev snabbt en bestseller, översatt till nio språk, däribland svenska. Men vem bestämde att vi skulle lyssna just till Kendi? Han är inte den enda svarta amerikan som skriver om rasism och andra samhällsfrågor. Om vi var genuint intresserade av svarta amerikanska samhällsdebattörer borde vi också känna till personer som

Thomas Chatterton Williams

Coleman Hughes

Glenn Loury

Cornel West

John McWorther

Thomas Sowell

Tyler Austin Harper

Stanley Crouch

och Musa al-Gharbi. Mer om honom senare.

Hur kommer det sig att de är närmast okända? Det finns hundratals miljoner människor som konkurrerar om uppmärksamhet och inflytande. De flesta hör vi aldrig talas om. Beror det på att de inte var tillräckligt ambitiösa? Några få blir berömda – och angripna – för att det ser ut som om de

bestämmer tidsandan. De blir huvudpersoner för ett tag, som Kendi; andra tilldelas biroller, som Chatterton Williams, och några finns inte ens på kartan.

Mellan opinionsbildarna och deras publik finns en komplicerad process, som avgör vilka budskap som förstärks, och vilka som väljs bort. Berömmelse blir snart självförstärkande – många pratar om den som många andra redan pratar om – och i andra änden av skalan funkar det på samma sätt. Om alltför få människor lyssnar på dig kommer du att försvinna som en droppe i havet. Hur går det till när en tid eller ett samhälle bestämmer vilka röster den ska låta sig påverkas av? Det är en process som jag skulle vilja titta lite närmare på.

Jag tror att det beror på att omgivningen redan har bestämt sig för vad den vill ha. Vi vet i förväg vad vi vill höra och väljer med sömngångaraktig säkerhet ut personer som säger vad vi har tänkt att de ska säga. När någon spelar en tydlig roll och säger något som vi redan har förväntat oss få höra, då känner vi igen det, vi uppskattar det och förstärker budskapet. Den här urvalsprocessen vill förbli osynlig och omedveten, och just därför skulle jag vilja göra oss medvetna om den. Medvetenhet är inte alltid av godo, den kan också vara en förbannelse, men den här urvalsprocessen borde nog utsättas för lite mer medvetenhet. Människor är sociala djur och vi behöver förstå våra egna sociala mekanismer.

Jag misstänker att vi ville ha någon som Kendi redan innan han fanns. Vi hade föreställt oss en sådan person, bestämt vad han skulle säga, och därför kände vi igen honom när han kom, och kunde lyfta upp honom till den status som var förberedd.

Den här misstanken förstärks när jag lyssnar på några av de bortvalda personer som jag räknade upp. Många av dem pratar om rasism på ett annat sätt än Kendi, och flera av dem är starkt kritiska till honom, men när de komplicerar debatten blir de beskyllda för att inte vara svarta på riktigt. Här är Coleman Hughes: ”Jag har träffat folk som säger att man måste vara svart för att ha rätt att uttala sig om rasfrågor. Lustigt nog, så fort de förstår att jag har fel åsikter, då säger de genast att jag inte kan vara svart på riktigt. Deras världsbild är perfekt skyddad mot invändningar: icke-svarta som inte håller med dem avfärdas för att de inte är svarta, och svarta som inte håller med dem kan avfärdas på samma sätt.”

Observera vad som pågår här – det är vi som vägrar lyssna till dem, men vi vill inte att det ska se ut som om vi avsiktligt väljer bort vissa röster. Istället säger vi att det handlar om en defekt inom dem själva: det är inte vi som vägrar lyssna, det är *de* som inte är tillräckligt autentiska. Vi gör det till en fråga om äkthet, vilket är ett elegant sätt att dölja vår egen inblandning i processen, för det är vi som bestämmer vem som är en äkta svart röst. Om du säger vad vi förväntar oss höra är du äkta och representativ; säger du något annat är du falsk, eller konstig, eller bara otydlig, och du försvinner spårlöst.

Och nu tillbaka till Musa al-Gharbi. Förra året gav han ut en bok som hette *We have never been woke*. Här har vi en svart amerikansk akademiker som har spännande saker att säga om de sociala orättvisorna i USA: bostadssegregeringen har ökat sedan 1960-talet, liksom lönegapet mellan svarta och vita. Men samtidigt är han kritisk till woke, som han menar bara handlar om symboler, yta och känslor. Att välutbildade personer går på kurs och lär sig be om ursäkt för slavhandeln kommer inte att förbättra villkoren för folk med lågavlönade jobb, skrev han. Hur kan vi prata så mycket om rasism samtidigt som människorna på samhällets botten har fått det sämre? För att vi inte bryr oss om dem, förstås. Folk har lärt sig att de kan göra karriär genom att skryta om sina skuldskänslor och genom att konkurrera med andra om vem som använder de mest moraliskt rena orden. Det budskapet är tydligen inte lika populärt som Kendis budskap att vi alla är rasister.

Söker man i det svenska tidningsarkivet Retriever hittar man 64 artiklar om Kendi och 5 om al-Gharbi (en av dem har jag själv skrivit). Den som säger vad vi vill höra belönas, och den som säger något annat försvinner.

Det här betyder att man inte lyssnar på al-Gharbi, men det är värre, för man lyssnar egentligen inte på Kendi heller. Allt man vill ha är någon som kan spela en färdigskriven roll, en roll som fanns förberedd långt innan någon av dem hade skrivit sina böcker. Just nu vill massmedia ha en ung svart amerikan som skäller ut publiken och säger att folk är rasister som inte är medvetna om sina privilegier. Om du klarar av att spela den rollen, då kan du gå långt, men om ditt budskap är annorlunda eller lite mer komplicerat, då kommer vi aldrig att höra talas om dig. Och om Kendi misslyckas med att spela den roll som media efterfrågar kommer han också att försvinna och glömmas bort.

Den här urvalsprocessen är lättast att få syn på när branschen begår ett misstag. På 00-talet var den svenska bokbranschen redo för invandrarförfattare. Man letade efter någon som man kunde upptäcka och göra berömd, det vill säga någon som kunde spela den roll som man redan hade en bild av i huvudet, en föreställning om en person som är ung, arg och kommer från förorten. En av de första man hittade var en poet som hette Mohamed Omar. Han erbjöds en plats på scenen, men det visade sig snart att han var fel person. Han var för konstig, och han började umgås med svenskar långt ut på högerkanten, vilket inte ingick i förväntningarna. Därför försvann han från scenen, och nu har det varit tyst om honom i 15 år. Man fortsatte leta efter någon annan, en lite mer välkammad person, som passade bättre för rollen.

Några av er känner säkert till konstnären Makode Linde. 2016 gjorde DN en lång intervju med honom. När han sökte till Konsthögskolan, berättar han, var han intresserad av att göra en tecknad musikal med lesbiska rymdvampyrer. Han hade kanske kunnat bli känd som någon sorts barnförbjuden Staffan Westerberg på LSD, men det blev han inte, för Konsthögskolan släppte inte in honom. Det han gjorde var för främmande för dem. Sju gånger sökte han utan att komma in, och sedan tänkte han: Ska jag ... Måste jag dra raskortet? Han sökte en gång till, med arbetsprover som

handlade om hans hudfärg. Nu var han inte fel sorts rebell, han var en rebell av en sort som de kände igen, och han blev antagen. Sedan visade det sig att han ändå inte spelade den roll som branschen förväntade sig av en svart konstnär, så nu är han borta från scenen och bor i Berlin.

På 1990-talet fanns det en ung och skärpt skribent som hette Åsa Crona. Hon medverkade bland annat i Svenska Dagbladet. 1999 skrev hon en utmärkt sågning av Ulf Lundells roman "Friheten", en text som är så bra att man i princip kan återanvända den varje gång Lundell ger ut en ny bok.

Det här gjorde att hon placerades i facket ung, arg feminist. Medierna älskar konflikter av typen ung, arg feminist mot sur gammal gubbe. Varför älskar man dem? För att man har hört dem förut. Vad händer när man tror att man har hört samma debatt förut? Man slutar lyssna – och det var just det som var problemet med Åsa Crona. Ingen lyssnade på vad hon egentligen sade, och därför blev hon hela tiden missförstådd. Hon passade inte in i branschens mall för vad en ung kvinnlig skribent skulle säga – och det var bra, för genom henne kan man upptäcka att det som pågår är ett rollspel med ett mycket begränsat antal roller. I debatten runt hennes recension förvandlades hon till Lundellhatande feminist, men hon var tvärtom ett av hans fans, hon tyckte bara att han hade skrivit en tråkig bok.

Vid den här tiden fanns det också ett kvinnligt nätverk som kallade sig Stödstrumporna. De fick en hel del utrymme i medierna – de beskrevs som en växande folkrörelse, kanske var de till och med på väg att bilda ett nytt parti. Åsa Crona granskade vad som pågick och avslöjade att folkrörelsen mest bestod av luft. Stödstrumporna var ett litet gäng kompisar i Stockholms mediebransch, men deras vänner och kolleger blåste upp dem till ett massmediefenomen. Då tilldelades hon istället rollen som ung, arg antifeminist, för branschen kunde inte tänka sig att hon kritiserade Stödstrumporna av något annat skäl än att hon hatade feminismen. Att hon gett ut två böcker om utseendefixering och ätstörningar räknades inte längre. Ingen fattade heller att hon inte angrep feminismen, hennes kritik handlade om vänskapskorruption i mediebranschen. Det är som en kasperteater: det finns en feministdocka och en antifeministdocka, och du kan bli en av dem. Någon docka som kritiserar vänskapskorruptionen ingår däremot inte i pjäsen.

Att skaffa sig en plats i offentligheten påminner om att söka sommarjobb på Disneyland. Den som äger nöjesparken vill ha någon som kan gå omkring inuti Musse Pigg-dräkten, och de andra populära figurerna – det finns ett litet antal färdiga roller som väntar på att nästa generations skribenter ska fylla dem. En mängd kända människor har varit Musse Pigg före dig, säger de, och se så framgångsrika de har blivit. Nu har du chansen att bli en av dem.

Den viktiga skillnaden mot Disneyland eller kasperteatern är att i mediebranschen är alla roller hemliga. Ingen kommer att förklara vilken roll du förväntas spela, och vad rollen kräver att du ska säga – eller titta om. Du förväntas förstå det själv – och det otäcka är att människor är mycket bra på att förstå outtalade krav, och anpassa sig efter dem. Det är det som gör att hela systemet fungerar,

utan att någon behöver ge order. Allt det här sker ordlöst och språklöst, som om det var naturligt och oundvikligt. Därför måste du vara uppmärksam på vad du gör med dig själv. Processen pågår inuti dig själv och den rätta platsen att göra motstånd är också inuti dig själv. Vilka förväntningar har du internaliserat? Vilka dolda signaler uppfångar du och anpassar dig till?

Märker ni förresten vad redaktörerna vill göra? De vill inte agera, de vill *reagera*. Människor som bara reagerar på vad andra gör och säger – det är så man sätter en snöboll i rullning, en snöboll som kommer att få en enorm kraft, och samtidigt är ingen ansvarig för att den växer. Snart har den växt till en lavin som är så stor att den verkar vara oberoende av oss, trots att det är våra ömsesidiga reaktioner som fyller den med energi.

Efter femton år som fri skribent kan jag inte avslöja några obehagliga sanningar om mediebranschen, utom en enda. Det enda jag har sett är det här ... Är ni redo? Alla kulturredaktioner vill helst göra samma tidning som igår. Det är tryggt och bekvämt. Och vilken tidning gjorde de igår? Samma som i förrgår. Varje dag vill de publicera samma krönika om samma ämne – inte nödvändigtvis av samma person, för personerna kan bytas ut så länge texterna förblir igenkännliga. De vill ha ungefär likadana recensioner av ungefär likadana romaner, de vill ha intervjuer med folk som tycker ungefär samma sak som förra veckans intervjuperson.

Kommer du med ett artikelförslag till en sådan redaktion får du höra: Det här var mycket intressant, men tyvärr är det inte aktuellt. Vad betyder aktuellt? Det betyder att de fyra andra stora tidningarna redan har skrivit om det. Innan jag började i branschen trodde jag att man blev redaktör för att man ville sätta agendan, men det vill de flesta inte alls. Ingen vill upptäcka nästa trend, eller *skapa* nästa trend; alla vill haka på samma trend som alla andra redan skriver om. Därför förstärker redaktionerna de sociala effekter som jag har beskrivit – istället för att motverka dem.

Man brukar säga att Sverige är extremt amerikafixerat. Vi importerar vår samhällsdebatt från USA, både problemformuleringen och protestreaktionerna. Att påstå det är inte särskilt spännande, det är närmast en kliché. Men det blir spännande om man undersöker den här klichén lite djupare. Då visar det sig nämligen att vi är extremt selektiva när det gäller vilka amerikanska kulturuttryck vi plockar upp och intresserar oss för.

Alla de här namnen som jag nämnde tidigare, det är som om de inte finns. Vi undviker dem noga. Däremot kommer några av er säkert ihåg annonsen ”Sydney Sweeney has great jeans”. En annons som ett amerikanskt klädmärke riktade till en amerikansk publik gav upphov till 19 artiklar i svensk press, plus fem inslag i radio och TV. Min poäng är inte att de som skrev om den här annonsen har fel. Det tror jag inte att de har – den är full av skumma vibbar. Den poäng jag vill göra är att de som skrev om den här annonsen har gjort ett val. Med stor precision väljer de vissa amerikanska kulturuttryck och blundar för andra. Varför var den här annonsen så viktig att den förtjänade sin plats

på kultursidorna? För att den inte kräver att vi tänker någonting nytt. Alla i branschen kan skriva den här typen av artiklar på autopilot.

Mediebranschen belönar skribenter som kan producera sina åsikter i sömnen – men kommer en sådan bransch att kunna försvara sig mot AI-företag som säger att de kan erbjuda en miljard lika medelmåttiga texter varje sekund?

Är det så farligt att det går till på det här sättet? Om vi redan i förväg vet hur viktiga och nyskapande böcker och idéer ser ut, då blir det svårt för verkligt nyskapande och nödvändiga idéer att tränga igenom. Vet vi i förväg vad samtidens viktigaste röster kommer att säga är vi inte villiga att lyssna på något nytt och okänt. Mediebranschen älskar rebeller, men bara om man redan i förväg vet hur rebellerna kommer att se ut, vad de ska säga och vem de kommer att angripa – och då är de inga rebeller. Då är de konformister. Branschen belönar konformister, och försöker få dem att se lagom farliga ut, medan man inbillar sig själv, och sin publik, att man sysslar med att upptäcka nya och spännande röster. Den här processen är inte ägnad att sälla fram det bästa, det mest originella eller de mest angelägna idéerna – den syftar till att bevara och bekräfta det vi vill höra. Vad kallar man en ideologi som sysslar med att bekräfta status quo? Man kallar den *konservatism*. Det är det rätta namnet för vad som pågår, och därför bidrar mediebranschen till att försvåra för nya och angelägna idéer.