

# Kulturkrig och Populism:



Vilken roll spelar  
de journalistiska  
medierna?

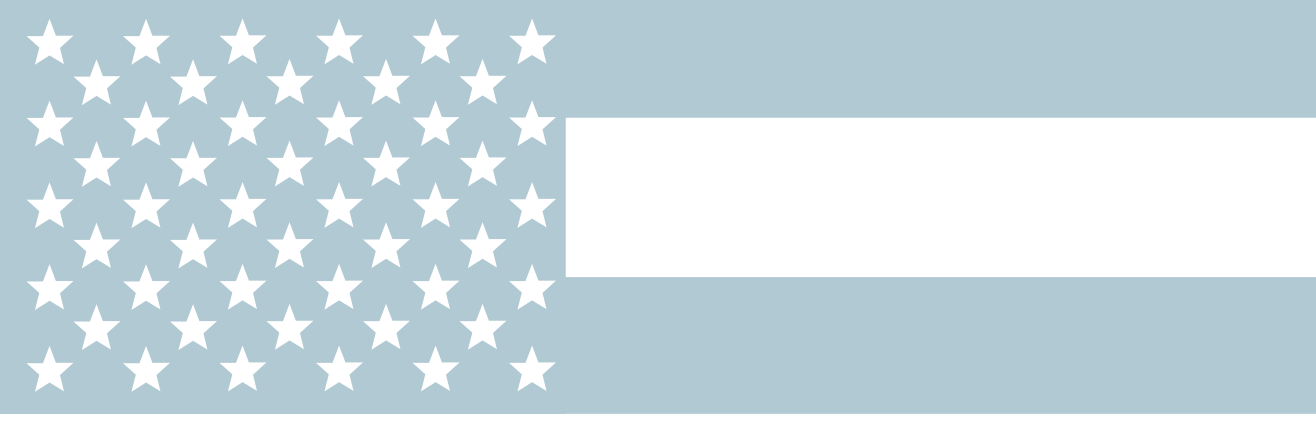
## KRISTOFFER HOLT

Begreppet "kulturkrig" har starka kopplingar till populistiska utspel. Det är ett krig som till stor del utspelar sig på den mediala arenan, ofta med politiska syften. Kristoffer Holt skriver om de beroendeförhållanden som råder mellan populismen, kulturkriget och de journalistiska medierna. Där populisterna använder medierna för att synliggöra sitt budskap, skördar medierna i sin tur frukterna av både den genklang och det motstånd som populistens budskap möter – reaktioner som ytterligare förstärks av de känslor som den hetsiga kulturkrigsdebatten utmynnar i.

*Politics is downstream from culture.*

Ovanstående citat attribueras ofta till den konservativa mediepersonligheten **Andrew Breitbart** (grundare av Breitbart News Network), och ligger till grund för det som brukar kallas "the Breitbart Doctrine". Tanken är att det inte går att förändra politiken om inte den jordmån i vilken politiker och väljare formas i först förändras. Därför blir det kulturella området och dess institutioner (universiteten, skolor, Disney, rättsväsendet, musikindustrin, nyhetsmedierna etc.) centrala i såväl den politiska som den kulturella kampen. I USA, och många delar av västvärlden, har detta blivit en viktig inspirationskälla för konservativa opinionsbildare. I mångt och mycket är det en slags konservativ version av den italienske kommunisten **Antonio Gramscis** tankar om kulturens roll i upprätthållandet av en hegemoni.

Under senare år har begreppet kulturkrig börjat användas allt oftare i samhällsdebatten, som en metafor för ett of-



fentligt samtal som börjat röra sig mer och mer åt ett håll som inte främst berör konkreta politiska sakfrågor, som skattesatser och bidragsnivåer, utan mer har att göra med identitet och livsåskådning. Metaforens sista led, ”krig”, syftar i synnerhet på den hätskhet och intensitet med vilket det utkämpas – vilket i sin tur har att göra med vad som är på spel. Kulturkrigslogiken driver nämligen debatten åt ett uppskruvat känslomässigt håll. Det skapar en känsla av att apokalypsen väntar om hörnet om ”den andra sidan” vinner, det vill säga att den egna existensen, eller åtminstone existensberättigandet, är hotat om de andra får sin vilja igenom.

I ett alltmer internationaliserat kultur- och medielandskap, inbyggt i de sociala mediernas nätverk och algoritmer – har det mullrande kulturkriget blivit en aldrig sinande källa till nya saker att bli upprörd och förfasas över: drag-show story hours, cancel-culture, trigger warnings, wokeism, white-guilt, etc. Det är uppenbart att kulturkriget i högsta grad är medialiserat. Det utkämpas främst på mediala arenor och även fysiska manifestationer av kulturkriget, som protester, sittstrejker, parader, och nerskrikning eller tårtande av personer med fel åsikt eller identitet, kännetecknas ofta just av att de egentligen i första hand genomförs med det mediala efterspelet i åtanke, och den uppmärksamhet och synlighet som kan bli effekten.

Kulturkriget har också politiserats på sistone. Ett exempel är Floridaguvernören och numera även aspiranten på att företräda republikanerna i nästa presidentval i USA, **Ron de Santis**, som gjort kulturkriget till en av de viktigaste beståndsdelarna i sin kampanj och varumärke som politiker: ”Florida is where woke goes to die!”. Kulturkrigets politisering, i kombination med dess medialisering, är som att mixa en väldigt stark eftermiddagsdrink. Här enrolleras nämligen svartvita och svepande sloganer som anspelar på viktiga existentiella frågor om till exempel religion, tradition, sexuella begär och barnuppfostran (vilka är centrala men komplexa frågor som behöver diskuteras ingående och

inte riktigt låter sig sammanfattas på ett plakat) i kampen om reellt politiskt inflytande – ofta på ett populistiskt sätt. Situationen är komplicerad, och det finns många infallsvinklar här som behöver belysas. I det kommande vill jag dock zooma in på medierna som nödvändig förutsättning för denna process (eller cirkus). Vilken roll spelar de journalistiska medierna i kulturkriget?

### **MEDIER, KULTURKRIG OCH POPULISTISK STIL**

För att förstå dynamiken i detta förhållande, kan vi lära oss en del av förhållandet mellan medier och populism. Populism är inte en ideologi i sig själv, utan beskrivs ofta som en politisk ”stil” som framställer ”folket” som moraliskt goda och eliten som korrupt och fränkopplad från folkets behov och önskemål. Denna stil kan knytas till mer uttalade ideologier, såväl till höger som till vänster, och just i kombination med kulturkrigsfrågor drar det ofta mot den destruktiva identitetspolitiken. Det är en stil som utnyttjar enkelhet, direkthet och emotionell dragningskraft för att förmedla budskap och vinna stöd. Men vad händer när denna stil kombineras med mediernas makt och populariseringspotential? Medier har en dubbel roll i detta sammanhang. Å ena sidan kan de vara allierade till rörelser och politiker på olika sidor om skyttegravarna i kulturkriget och genom att popularisera och förenkla politiska budskap kan medierna och journalistiken rapportera på ett sätt som bidrar till att göra dessa budskap mer tillgängliga och lockande för allmänheten. Å andra sidan kan de agera hårdnackade motståndare och bemöta påståenden och utspel från den andra sidan på olika sätt. Det paradoxala är att populisterna får uppmärksamhet i båda fallen. I det första fallet på grund av aktivt stöd och medvetna försök att popularisera och sprida budskapet. I det andra fallet genom att ge uppmärksamhet och utrymme åt skandaler och uttalanden, även om de är av negativ art. Här sammanstrålar politikerns och medieföretagens intresse – båda eftersträvar maximering av allmänhetens intresse.

Populism och kulturkrig har länge varit fenomen som väcker både fascination och förundran, ängslan och även förväntan. Det är dock tydligt att intresset har ökat under det senaste decenniet. I samband med en hetsig kulturdebatt i Sverige kring om det verkligen är lämpligt att låta drag-show artister med vulgära artistnamn låsa sagor för barn på offentliga tillställningar, twittrade Sverigedemokraten **Björn Söder**:

*Kulturkriget har börjat. Och nu ska konservatismen vinna. Den dekadenta vänsterns kulturpolitik ska snart vara ett minne blott. Allt för länge harden varit förhärskande som ett resultat av ohämmat socialistiskt inflytande och en kastrerad borgerlighet. Men nu är det slut.*

– Björn Söder på Twitter, 8 maj

Här blir det tydligt att populism är mer än bara ett politiskt begrepp – det är ett kulturellt och socialt fenomen som rör sig genom samhällets olika lager och som påverkar vårt sätt att tänka, kommunicera och interagera. Därför har populistiska aktörer och uttrycks-sätt ett komplext förhållande till medier, journalistik och populariserad opinionsbildning via sociala medier: Populistiska politiker behöver medierna för att lyckas nå breda lager av medborgare. Detta lyckas de ofta med genom en form av intentionell ”självskandalisering” som strategi – det vill säga att medvetet säga eller göra sådant som ”man inte får”, som inte är ”politiskt korrekt” eller på annat sätt bryter mot elitens normer. Exemplet *parexcellence* på detta är naturligtvis hur **Donald Trump** under flera år dominerade medierapporteringen oavsett vad han tog sig för. Han lärde sig konsten att ”trolla”, och även respektabla journalistiska institutioner gick (och går fortfarande ofta) i fällan nästan varje gång. Det är samma taktik som ligger bakom drag-show sagostunderna som fick Björn Söder att reagera så kraftigt – fast med andra förtecken.

Effekten blir ofta, på grund av den klick- och uppmärksamhetsjagande medielogik

som är allmänt förhärskande, att skandaliseringen sensationaliseras och blir föremål för fördömanden och offentlig upprördhet från diverse håll – i synnerhet i ljuset av den kulturkrigslogik som beskrevs ovan – vilket är som godis för det bottenlöst sötsugna mediala kakmonstret. Så utkämpas kulturkriget. Lojalitet och underkastelse utkrävs i utbyte mot erkänt existensberättigande, vilket gör att olika grupper inom samhället ställs mot varandra baserat på religiös tillhörighet och övertygelse, värderingar, livsstil och identitet. Precis som politiker och medier befinner sig i ett ömsesidigt beroendeförhållande, så är de olika sidorna i kulturkriget beroende av varandra – för att ha något att bli upprörd på, och för att kunna göra någon upprörd. Det spär på en känsla av vi-och-dom, vilket leder till ökad misstänksamhet, fientlighet och ovilja att överhuvudtaget acceptera att andra ser på världen på ett annorlunda sätt.

#### **DEMOKRATISK RESPEKT FÖR ORDETS OCH TANKENS FRIHET**

Men här står vi inför ett demokratiskt dilemma. Trots det politiserade och medialiserade kulturkrigets potentiellt skadliga effekter, är möjligheten för dess uttryck också, till synes paradoxalt, men helt centralt, en oundviklig konsekvens av demokratisk respekt för ordets och tankens frihet. Populistiska utspel ger trots allt röst åt breda segment av befolkningen och utmanar ofta etablerade maktstrukturer. Den appellerar till det populära och står därför nära demokratins hjärta och kan alltså aldrig helt uteslutas från demokratisk styrning. Det är ett dilemma vi måste lära oss att leva med. Det är dessutom så att högljudda röster i dessa sammanhang ofta tillhör något läger i det politiska, kulturella eller ekonomiska etablissemangen – vilket ger privilegierade möjligheter att nå ut och synas. Kulturkriget kan då användas som en strategi för medlemmar av eliten att främja sina egna syften gentemot motståndare ur den egna gruppen.

Men vad kan vi då göra åt detta dilemma? Det finns ingen snabb lösning, ingen trollfor-

mel att uttala. Istället måste vi investera i långsiktiga lösningar som utbildning och kritiskt tänkande, även om det kostar. De skärmytslingar som nu uppmärksammas mest i kulturkriget rör sig ofta på ett ytligt plan – vilken skylt som ska sitta på en toalettdörr, eller om det är rätt eller fel att ett gäng gubbar poserar i löjliga rosa hattar för att ”godhetssignalera” – men under det planet finns verkliga och existentiellt laddade frågor som behöver få diskuteras seriöst, och med respekt för att det finns olika sätt att förstå tillvaron, dess mening och individens plats i den. Genom att ge människor verktygen att granska och ifrågasätta information, kan vi försöka skapa utrymme för ett politiskt och kulturellt klimat där sådana samtal kan äga rum. Det behövs även en mediekunnig publik som kan förstå, analysera och kritiskt granska mediernas budskap. Detta innebär en investering i utbildning, både i skolor och utanför dem. Utbildning och kritiskt tänkande handlar inte bara om att lära sig fakta eller att förstå logiska argument. Det handlar också om att förstå hur information produceras, sprids och konsumeras i samhället. Det handlar om att förstå mediernas roll i dessa processer och att vara medveten om deras potential att både informera och vilseleda, samt elda på upprördhet och animositet hos olika grupper i samhället.

Medierna har också en roll att spela. En förutsättning för kulturkrigslogikens genomslag är att medierna, inklusive de mer etablerade journalistiska medierna, låter sig göras till skådeplats och förstärkare av medvetet provocerande, symboliska och omsorgsfullt iscensatta kvasi-händelser. Genom att sträva efter ansvarsfull rapportering och genom att aktivt motverka förenkling och sensationssökande, kan medierna bidra till att skapa en mer nyanserad och balanserad bild av den politiska och kulturella verkligheten. Det innebär att de behöver tänka kritiskt om sin egen roll.

## LITTERATUR

Holt, Kristoffer (25 jul, 2022) ”Importera inte kulturkriget”. *Barometern*. <https://www.barometern.se/ledare/importera-inte-kulturkriget-39070818/>.

Moffitt, Benjamin, & Tormey, Simon (2014). ”Rethinking Populism: Politics, Mediatisation and Political Style”. *Political Studies*, 62(2), 381–397. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12032>.

Haller, André (2015). ”How to Deal with the Black Sheep? An Evaluation of Journalists’ Reactions towards Intentional Self-scandalization by Politicians”. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 4(3), 435–451. [https://doi.org/10.1386/ajms.4.3.435\\_1](https://doi.org/10.1386/ajms.4.3.435_1).