

# DÄRFÖR ÄR USELT SÅ FANTASTISKT

*Det råder betygshets i kulturkritiken och sågningar säljer bättre än samtal med konsten.*

**VI HAR ALLA** sett dem: getingarna, tärningsprickarna, globerna, solarna och stolarna. Är de fem till antalet brukar de synas på annonsplats i tidningen. Enstaka getingar förpassas snabbt efter publicering till tidningsarkiven.

Betyg är populärt. Inte bara i skolan. Också inom kultur- och nöjesvärlden fungerar betyg som en enkel, lätthanterlig, lättavläst och synlig markering av vad som anses bra eller dåligt. Betyg lämpar sig utmärkt för den som stående plöjer morgontidningen i tunnelbaneträngseln och efter att ha skummat de senaste tendenserna inom politiken snabbt vill orientera sig i teater- eller filmutbudet. Betyg är utmärkta att använda i marknadsföringssammanhang. Men vänta nu – marknadsföring? När började journalister ägna sig åt marknadsföring?

Det fanns en tid när teaterkritiken i första hand förde ett samtal med konsten, kanske till och med utgjorde en del av den. På den tiden skrev *Svenska Dagbladets* teaterkritiker Per Erik Wahlund en Tartuffe-recension på samma versmått som pjäsen – alexandriner. Pretentiöst i överkant kan man tycka även om slutklämmen var rätt skojig: ”För egen del så for jag ändå inte hit/för att beskåda en så torftig hypokrit.” Initierade texter i alla ära, men mer eller mindre ointaglig litterär kritik lämpar sig inte särskilt bra i dagens medieklimat. Med all rätt alltså vänder sig dagens kritiker i första hand till läsarna i stället för en liten bildad elit. Men flirtar via betygen också med teaternas och filmdistributörernas marknadsavdelningar. Vål så? Eller?

**ATT ARBETA SOM** kritiker innebär att vara journalist, men också teoretiker. Att hålla sig till journalistens mantra ”sant, relevant, intressant”, men också komma med akademikers analys. Att med hjälp av teoretisk kunskap och erfarenhet av tidigare kulturupplevelser spåra influenser från andra dramatiker och regissörer. Att söka tidstecken och fornbrott. Att notera om regissören låter element som text, musik, ljud och ljus arbeta med eller mot varandra för att berätta det hon/han vill med sin uppsättning. Att spekulera kring var-

**Av Anna Hedelius**  
Film- och teaterkritiker

för kvinnan i en mansdominerad pjäs bär lila blus (kan det ha något med lidande att göra?) eller varför ensemblen sjunger ”Hej Tomte-gubbar” i ett klassiskt Strindbergdrama där det är synd om människorna.

I dag innebär kritik allt oftare att smälla till med en siffra. Fem! Tre! Ett! Poff! Redaktionerna är gladast för femmorna och ettorna. De är enklast att rubrikätta. De säljer bäst, läses mest. Men en siffra eller symbol i fetstil skymmer sikten och ger effekten att många stressade läsare struntar i texten. När vi dränks i såväl information och alternativ är det fullt begripligt att många tar genvägen till kickarna utan att utsätta sig för analysen.

Det må vara hänt att kritikern i onödan har svettats vid tangentbordet. Men om texterna inte läses – är det då inte både slöseri med tidningsplats och en otjänst mot såväl konsten som läsaren?

**BETYG ÄR SERVICEJOURNALISTIK**, konsumentupplysning. Men det är också ett enkelt sätt för journalisten att bli citerad i bio- eller teaterannonserna. Och vem kan motstå en sådan frestelse? Även kritiker är ute efter minuter i rampljuset. Ingen erkänner det förstås, men hur ofta händer det att vi drämmer till med en slagkraftig formulering för att se vårt namn i tryck i annonseringen? Hur ofta placerar vi mer eller mindre medvetet den nyanserade diskussionen kring stil, uttryck, influenser och tidstecken i bakvattnet för lite gratisreklam för det egna egot? Jag är citerad, alltså finns jag.

Ser vi oss inte för har vi kritiker snart blivit kulturens konståkningsdomare, som med bister min kan gömma oss bakom en siffra för att slippa resonera kring de konstnärliga vurporna. Samma ängsliga värderingssystem vinner mark på alla områden. I morgonsofforna bedöms alltifrån viner till partiledare. *Expressen* delar ut getingar till politikerna och när experterna kommenterar partiledardebatten i samma studio där den nyss har avslutats väntar vi med spänning på om de ska välja rosor eller stiliserade ”M” som betygssymbol? Ett frestande ord är ”snuttifiering”. ∞