

STORBRITANNIENS STÖRSTA HÖGEREXTREMA PARTI BRITISH NATIONAL PARTY HAR AKTIVT HÅLLITS TILLBAKA AV MEDIERNA

GLÅPORD HAR INTE BARA VARIT FÖRBEHÅLLET TABLOIDERNÄR DET GÄLLER
LANDET MEST HATADE PARTI
SAMTIDIGT BÖRJAR EN FÖRÄNDRING MÄRKAS HOS VISSA MEDIER.
FRÅGAN ÄR OM MEDIERNAS SÄTT ATT RAPPORTERA
HJÄLPER ELLER STJÄLPER
ETT RASISTPARTI PÅ SNABB FRAMVÄXT

British National Party har växt markant under de senaste åren. Partiet har nu 49 kommunfullmäktigeledamöter, ett rekordhøgt antal. Den 3 maj gick 292 911 briter till valurnorna för att lägga sin röst på BNP – det största stödet för fascism på lokalnivå i Storbritanniens historia. Det var 97 gånger så många röster som i kommunalvalet år 2000, då partiet endast fick omkring 3 000 röster. När BNP innan valet fick möjlighet att komma till tals i pressen sa de om och om igen att stödet för deras politik ökade och att de var på väg att bli ett "mainstream political party". Det verkar som om en del av läsarna så småningom började ta dessa uttalanden för sanning.

Högerextrema partier över hela Europa har gjort det till sin strategi att nå makten via lokalpolitiken. I Sverige har detta varit tydligt, och till och med uttalat i fallet Sverigedemokraterna (och även Nationaldemokraterna). Som en del i denna strategi använder de sig av lokala snarare än nationella medier för att sprida sitt budskap, vilket har många uppenbara fördelar.

DEN STÖRSTA fördelen med lokala medier är att fokus ligger på lokala skeenden som kan ha betydelse för just det geografiska område man bevakar. Ett enda brev, fax eller mejl, inskickat av en flitig BNP-aktivist, resulterar med lite tur i stora rubriker i lokalpressen. Man väljer ämnen som lokalbefolkningen lätt kan engagera sig känslomässigt i, ämnen där de kan sympatisera med BNP:s ståndpunkt, till exempel en hård attityd mot dömda pedofiler i området eller ilska mot ett bråkigt in-

vandragång på områdets gymnasieskola. Det är en effektiv strategi; i en allt mer globaliserad värld blir det lokala så småningom nationellt. Numera skickar man dessutom ut pressmeddelanden som vid första anblicken ser seriösa och professionella ut. Alltför ofta väljer den ansvarige redaktören att uppmärksamma utskicket.

KAMPANJEN "Hope not hate" startades i syfte att hindra BNP:s framfart i lokalvalen. *Daily Mirror* ledde tillsammans med antirasistiska *Searchlight magazine* den ambitiösa kampanjen, som turnerade landet runt för att informera om BNP. "Hope not hate" prisades av Storbritanniens premiärminister Gordon Brown, då finansminister: "Jag vill gratulera Searchlight och *Daily Mirror* för att ni organiserade den här fantastiska nationella turnén", skrev Brown i *Daily Mirror* den 7 april.

"Sanningen är uppenbar. BNP är inte ett vanligt politiskt parti utan en grupp extremister som försöker röra upp splittring och hat i områdena de siktar in sig på. Vi vet alla att det finns problem i Storbritannien. Vårt land är inte perfekt och vi har fortfarande mycket jobb att göra, men BNP har inte svaren", menade Brown.

I en ledare med rubriken "Hoppet vinner" skrev *Daily Mirror* triumferande den 5 maj: "'Hope Not Hate' besegrade det onda BNP och väljarna vände de vidriga extremisterna ryggen

[...] Nu återstår uppgiften att befria varje kommun från sjukdomen BNP".

Men om spaltmeter hade skrivits om dem under tiden som ledde fram till valet, då BNP fortfarande var "hotet från höger", krympte bevakningen till praktiskt taget noll efter det att BNP hade misslyckats med att vinna det stora antal platser de hade siktat på. Nu fyllde de inte längre sin funktion som hotfullt fascistparti; ett uppgivet BNP sålde inga lösnummer.

DÄREMOT ÄGNAR sig den brittiska pressen gärna åt grävande journalistik och längre reportage om BNP. Ett scoop om BNP och deras kontakter med utländska grupper inom extremhögern anses mer nyhetsmässigt än ett liknande avslöjande i Sverige, och ges därmed en mer prominent plats i tidningen – ofta till och med på löpsedeln. Antirasism är fortfarande ett hett ämne i Storbritannien, trots att det lika ofta talas om fall då integrationen har misslyckats, exempelvis 7 juli-terroristerna och hedersmord.

British National Party är outsiders i brittisk politik och så ska de förbli, tycks budskapet vara. I en typisk tidningsartikel kallas BNP till exempel för "det rasistiska BNP" eller "det fascistiska extremhögerpartiet". Läsaren påminns konstant om skillnaderna mellan BNP och etablerade partier. Även de seriösa morgontidningarna använder en ton som i Sverige är förbehållen tabloiderna. Ett tydligt exempel är *The Guardians* rubrikval "Inside the secret and sinister world of the BNP" ("Inifrån BNP:s hemliga och mörka värld", 21 december 2006).



Premiärminister Gordon Brown har hyllat Searchlight och *Daily Mirror*s kampanj mot BNP.



JOHN FERGUSON/DAILY MIRROR

”HOPE NOT HATE”-kampanjen har åkt landet runt för att informera om BNP. Men den engelska medieattityden mot BNP kan förändras. BBC tror att BNP kommer att få komma till tals på ett helt annat sätt i framtiden.

Men hur är det med TV, radio och internet? Expo kontaktade mediejätten BBC för att höra hur de resonerar kring partiet. Vad är deras policy när det gäller bevakningen av BNP?

– Generellt sett så måste vi ibland rapportera om eller intervjua personer vars åsikter kan verka mycket stötande för många i vår publik, berättade BBC:s talesman Mark Burey.

– Vi måste hursomhelst vara övertygade om att ett tydligt allmänintresse uppväger den anstöt inslaget ifråga kan tänkas väcka.

Ser ni några problem med att ni i nuläget länkar direkt till BNP:s hemsida när partiet uppmärksammas i nyhetsartiklar på BBC News?

– Vi länkar till BNP:s hemsida i artiklar där BNP har en central roll i storyn, menade Burey.

– Vi behandlar BNP:s webbsajt som vilken annan sajt som helst som vi länkar till; med andra ord måste den vara klart textmässigt relevant, och sajten ifråga får inte bryta mot vare sig våra egna riktlinjer rörande eventuell skada och anstöt, eller lagen om förtal eller hets mot folkgrupp.

STEGET FRÅN ”som vilken annan sajt som helst” till ”som vilket annat parti som helst” kan dock vara kortare än vad BBC har räknat med – om de nu har tagit med denna olyckliga eventuella bieffekt av likabehandlingen i sin beräkning. När etablerade partier bestämmer sig för att rakrygga möta sina rasistiska motparter och ”ta debatten”, riskerar de tyvärr att ge rasistpartierna ifråga just den legitimitet de eftersträvar. Dansk Folkeparti är ett tydligt exempel på detta. Partiet stod tidigare utanför den politiska arenan men

” SANNINGEN ÄR UPPENBAR. BNP ÄR INGET VANLIGT POLITISKT PARTI UTAN EN GRUPP EXTREMISTER

lyckades, efter att andra partier hade gläntat på dörren, ta plats i såväl Folketinget som i Europaparlamentet.

Inom en snar framtid kommer BNP:s öde på den politiska arenan att avgöras. De är redan förberedda inför nästa års val till London Assembly. Året därefter, 2009, kommer de att inrikta sig på valet till Europaparlamentet. Det är med andra ord av yttersta vikt att man vet vad man gör när man släpper in BNP i artiklar, TV-reportage, webbsajter och radioprogram.

KANSKE KOMMER brittiska medier att välja den väg som BBC:s nyhetschef Peter Horrocks stakade ut i ett tal på Reuters journalistiska institut vid Oxford University den 28 november förra året:

– Tiden av den gyllene medelvägens opartiskhet och balanserande mellan höger och vänster

är död. I stället tror jag att vi behöver överväga att börja använda vad jag ser som en mycket vidare ”radikal opartiskhet”; behovet av att höra hela åsiktspektrumet, storyns alla sidor. Så vi behöver fler talibanintervjuer, fler BNP-intervjuer – självklart utsänt i etern med visst beaktande – och hela skalan av icke-extrema åsikter, hävdade Horrocks.

– De dagar är förbi då BBC behandlade vänstervidna eller mångfaldsomhuldande åsikter som ”knasiga” eller intervjuade immigrationsmotståndare alltför sällan. Vi förlorade oerhört mycket trovärdighet hos vissa i vår publik genom att exkludera åsikter som betydande delar av vår befolkning hyser. – Så, vänj er vid att höra fler åsikter ni ogillar i våra sändningar.

Lisa Bjurwald
lisa.bjurwald@expo.se