

Kulturell Kalldusch

Daniel Jovanovic, Tuva Kraft, Tara Herö Wide, Minou Mohapatra, Sol Felicia Nilsson

Om oss

Vi är en grupp studenter på Linköpings universitet som i en del av en mediekurs bedriver bloggen Kulturell Kalldusch. Idén bakom bloggen kom från den gemensamma uppfattningen om att vi upplever en förändring i medielandskapet där kulturella uttryck i många fall förlorar sin autenticitet när ekonomisk vinst blir det som till största del prioriteras. Följden blir att populärkultur och underhållning allt mer känns som själlösa produkter ämnade för försäljning.

Därför frågade vi oss hur denna förändring kan ta uttryck? Vad kan de långvariga konsekvenserna bli när vinstmaximering är den huvudsakliga drivkraften bakom underhållning som spel, film och litteratur?

Vårt mål med bloggen är att vara kulturfrämjande och inte att demonisera kommersiell vinst, utan att istället belysa hur det kan påverka samhället när kultur och underhållning värderas huvudsakligen efter ekonomisk vinst – och genom detta belysa vikten av mänsklig kreativitet och autenticitet.

Denna ideella blogg bygger därmed på fem studenters personliga åsikter och tankar kring det mediasamhälle vi lever i idag och den förändring inom populärkultur och underhållning som vi skådat.

Om du vill läsa mer djupgående om vad vi tänker att bloggens syfte är, gå till: [Varför behövs en kulturell kalldusch?](#)

Sociala medier

[Instagram](#)

Detta är en återpublicering av bloggen [Kulturell Kalldusch](#).

Ett projektarbete i kursen *Att publicera i den medierade offentligheten* vt 2026 som publicerats av

Linköping University Electronic Press i serien: [Linköping Electronic Press Workshop and Conference Collection](#), Nummer 39

ISSN: 2003-6523

© Författarna. Denna publikation är licensierad under en [Creative Commons Erkännande 4.0 Internationell Licens](#).

Varför behövs en kulturell kalldusch?

Informerande artikel

Vi lever i en tid där populära tv-serier förlängs tills de stupar, där tidigare respekterade aktörer säljer ut sina värderingar för tjockare plånböcker, där trender reproduceras i snabb takt för att säkra klick och försäljning, där kreativ kvalitet och konstnärliga visioner tvingas av scenen medan algoritmer handmatar oss med sked. Populärkulturen och underhållning har på sätt och vis reducerats till en produkt.

Kulturell Kalldusch vill vara en väckarklocka i ett medielandskap där populärkulturen i allt högre grad styrs av algoritmer, marknadsanalyser och vinstmaximering. I takt med globaliseringen av populärkultur vill bloggen belysa hur kulturella uttryck såsom konst, musik, spel, litteratur och film i allt högre grad riskerar att tappa sin autenticitet. En bidragande faktor är att stora medieföretag i allt större utsträckning kontrollerar vad som produceras och publiceras, vilket gör att ekonomisk vinst ofta prioriteras framför konstnärliga och kulturella värden. Syftet är inte att demonisera kommersiell vinst – det är trots allt ofta en förutsättning för att konstnärer ska kunna överleva – utan att problematisera och diskutera de långsiktiga konsekvenserna när vinstoptimering ersätter kreativitet som huvudsaklig drivkraft.

Vi vill synliggöra vad vinstmaximering kan ha för påverkan på kulturella uttryck. Som ett exempel har gissningsvis få undkommit faktumet att uppföljare, remakes och reboots har getts ett växande kommersiellt utrymme det senaste decenniet. Ser man enbart till IMDbs lista från förra året över "Reboots, Remakes & Sequels 2025" föreslås man 31 titlar. Det är måhända kanske inte så underligt när statistik påvisar att det i många fall är ett relativt riskfritt sätt att generera stora vinster. Men var finns då utrymmet för att skapa nytt och vad är riskerna med att utbudet blir homogent?

Vi vill styrka värdet av kreativitet och originalitet inom det mänskliga samhället. Vad kreativitet och originalitet betyder för människan är en pågående debatt och för många kanske det inte är mycket mer en underhållning. Men ser man över historien tycks det finnas ett mönster som påvisar att människan tycks tillägna kreativitet och originalitet någon form av värde, se bara till alla hyllade konstnärer, författare och regissörer. Många moderna studier påvisar även att kreativa uttryck är främjande för den mentala hälsan och bygger identitet – två aspekter som är viktigt för att bygga ett funktionellt samhälle. Sedan får man inte glömma att kulturella uttryck i många fall har varit ett verktyg för att våga ifrågasätta ett samhälles inskränkta värderingar och normer.

Vi vill belysa vikten av oberoende skapare och autenticitet. Vi tror att kultur som skapas ur passion, nyfikenhet och ett behov av att uttrycka något äkta har en annan kraft än kultur som primärt formas av marknadsstrategier. Därmed är ambitionen att uppmuntra både konsumenter och skapare att reflektera över sina val: Vad väljer man att stödja? Vad efterfrågar man? Och hur kan man bidra till ett klimat där konstnärlig integritet värderas högre än kortsiktig vinst?

Kulturell Kalldusch vill därmed vara en ideell, kulturfrämjande blogg där kulturintresserade kan reflektera om den pågående utvecklingen i vårt samtida mediasamhälle. Alla utlåtanden är personliga och vi representerar ingen grupp eller ideologi.

Skribent: Tara Herö Wide

Kan AI skapa konst? – En reflektion kring egenvärdet av mänsklig kultur

Essäistisk krönika

Den 15:e februari skrev Expressens kulturchef Victor Malm en krönika vid namnet "[SVT:s experiment med barn är farliga](#)". Krönikan handlade om hur SVT har börjat sända barnserier som är genererade av AI. Serierna som nämns av Malm är *En zombies beklännelser*, *Gudarnas berg*, och *Rita äventyr*. Själv reagerade jag starkt på grund av mitt egna kritiska förhållningssätt till AI, men Malms känsloladdade språk, vilket givetvis inte är oväntat inom genren, fick mig ändå att tänka på den återkommande moralpanik mot teknologisk utveckling och ungdomskultur. Till exempel uppstod det en diskussion om huruvida serietidningar skulle vara skadliga för ungas läskunnighet och ordförråd när mediet etablerades i Sverige på 50-talet, och en liknande debatt uppstod kring våld i datorspel, och om det fanns en koppling till våldsamt beteende – en debatt som till viss del fortfarande pågår idag. Denna insikt fick mig att reflektera kring mina egna värderingar om AI. Har innehåll som har skapats av människor ett slags 'mänskligt' egenvärde? Hur viktigt är det ens att innehåll har skapats av en människa?

Det går inte att prata om mina egna värderingar av AI utan att även nämna dess konsekvenser utanför just en kulturkontext – dess stora avtryck på miljön, och hur AI används för att kränka mänskliga rättigheter:

Det exponentiellt ökande behovet av datacenter som krävs för maskininlärning förbrukar väldigt mycket energi både för att underhålla och träna AI-modellen, vilket har orsakat allt högre kostnader för människor som är bosatta på platser där datacentren byggs. Det kräver dessutom mängder av vatten för kylningen under träningsprocessen eftersom datacenter ofta använder vattenkylning eller vattenbehjälplig nedkylning. Enligt den amerikanska icke-vinstdrivande organisationen Environmental and Energy Study Institute (EESI) [används främst sötvatten för nedkylningen](#). Denna process "förbrukar" vatten genom avdunstning vilket innebär att vattnet inte kommer tillbaka till dess källa – något som redan orsakar problem för både [människor och utsatta ekosystem](#).

Samtidigt beror mina negativa åsikter också på de som äger och driver AI. Techmiljardärer som Sam Altman och Elon Musk har de senaste åren drivit en allt mer reaktionär politik, vilket även har speglats i deras finansieringar. Både Altman och Musk har donerat miljontals dollar till Donald Trump, och även samarbetat direkt med Trumps regering som har kränkt människorätten: Musk, inom Trumps "Department of Government Efficiency" (DOGE) som aktivt motarbetade inkludering av marginaliserade grupper och finansiering av departement och organisationer som förespråkade dem. Altman gjorde en deal med Pentagon så sent som i februari för användandet av AI i USA:s militär. Avtalet är hemligstämplat, men avslutades hastigt, kort efter AI-företaget Anthropic vägrade göra ett avtal med Pentagon om deras AI-verktyg "Claude" skulle användas för autonoma vapensystem och övervakning av amerikaner. Enligt en [artikel](#) av The Guardian yttrade sig Altman att han hade gjort avtalet med samma krav som Anthropic. Men att Anthropic vägrade avtalet med Pentagon tyder på att det finns alternativ till exempelvis ChatGPT. Innebär det att det handlar om företagen bakom AI-modellerna istället för tekniken i sig?

Något som återkommer i diskursen för ökad integrering av AI i samhället är konceptet att inte vilja hamna efter i den teknologiska utvecklingen. AI kan behandla mycket större mängder data än människor på mycket kortare tid. Därför anses verktyget kunna effektivisera mänskliga processer i hela samhället. Men varför ska effektiviseringen även appliceras på kulturen? För mig betyder kultur ett utbyte av skapande och uppskattande – där skapandet är ett unikt uttryck för allt som har format

skaparen till den hen är, och kontexten hen befinner sig i just då. Samtidigt uppskattar jag särskilt att se personliga uttryck i kultur jag tar del av. Det behöver inte innebära att alla skapare borde ha en egen "stil" eller uppnå perfektion. Även verk som försöker efterlikna andra verk, eller anammar dem för att skapa något eget (till exempel "sampling" i musikskapandet), är unikt mänskliga eftersom de är en produkt av skaparens tillvaro – vare sig det är med avsikt eller ej. Även AI "anammar" existerande verk för att generera material: För att träna en AI-modell krävs enorma mängder träningsdata. Eftersom de tränas på data för att lära sig vad de ska generera, kan generativ AI inte skapa något som inte finns i träningsdatan. De senaste åren har det orsakat mycket motstånd från konstnärer och skapare eftersom de stora AI-modellerna hade tränats med upphovsrättskyddat material utan tillstånd eller kompensation. Detta ledde till rättsfall med till exempel Anthropic, där de dömdes till kompensation till författare av ca. [500 000 böcker](#) som hade använts för att träna AI-modellen Claude.

Det går såklart att ifrågasätta mänsklig originalitet också – om ett verk är produkten av skaparens tillvaro, vare sig det är medvetet eller omedvetet, måste verket nödvändigtvis förhålla sig till alla verk som har skapats innan, men mängden och det breda urvalet av datan som används för att träna AI gör det inte möjligt för AI-modellen att ha ett personligt uttryck eller intention. Den som skriver prompten må ha intention, men det som genereras är fortfarande skapats av AI:n. Ytterligare en konsekvens av bredden i urvalet av träningsdatan är generaliseringen av det som produceras, vilket innebär att det genererade materialet upprätthåller normer av världsuppfattningarna som är mest representerade i datan. SCB visar att 37% av svenskar över 16 hade använt AI inom tre månader av [undersökningen som publicerades 2025](#), och eftersom det är så vanligt att använda AI-verktyg, finns det en risk att minoriteter inte blir representerade.

Om AI-genererad media är "ful" eller "själlös" är såklart en smakfråga, precis som Malm också nämner i sin krönika. Såklart går det att optimera avtrycket AI-datacenter har på miljön, och tekniken i sig borde inte förkastas på grund av hur företagen bedriver den, men jag tycker att användningen av AI inom kultur borde bemötas med försiktighet.

Skribent: Minou Mohapatra

kalldusch?

Står den svenska filmbranschen inför en ekonomisk kalldusch?



Bild av Tuva Kraft. Bilden är tagen på Norrköping Cnema.

Reportage

Gåshud sprider sig utmed kroppen när musiken träffar exakt rätt i scenen på duken. I några sekunder känns det som om hela biosalongen håller andan, popcornen bortglömda i näven. Det är de här ögonblicken filmälskare jagar. Film på bio är en magisk upplevelse – pampig och minnesvärd – och ändå fylls färre och färre salonger upp.

Att filmbranschen har förändrats är tydligt, bara Foodoras senaste reklam uppmanade till att reservera soffan hemma. Streamingjättar som Netflix och Disney har kommit att dominera marknaden genom ett brett utbud av filmer och serier, och traditionella bioupplevelser utmanas på alla håll. Vi har pratat med filmjournalisten Emma Gray för att få perspektiv på filmskapandets framtid – och hur vi som tittare kan hitta de filmer som verkligen berör.

– Det finns ju ett så otroligt mycket större utbud nu, säger hon. Och då måste man ju såklart gräva för att hitta pärlorna.

Passionen runt film och kultur brinner igenom datorskärmen på vårt inklämda teamsmöte. Med en imponerande hängivenhet har Gray arbetat med film i nästan hela sitt yrkesliv. Efter studier i teater och film i Lund arbetade hon i flera år i filmproduktion, både bakom och framför kameran. Så småningom drogs hon allt mer mot att skriva om film – något som skulle bli hennes huvudsakliga

kalldusch?

bana. I dag skriver hon bland annat recensioner, krönikor och streamingtips i Aftonbladet och Femina, samtidigt som hon ofta modererar samtal på filmfestivaler runt om i landet.

Men det som berör mer än hängivenheten är värmen från denna eldsjäl Emma Gray.

– Det är ju svårare som man bara är en mainstream kulturkonsument. Det är klart att man ser en massa skit om man bara flippas mellan det som först dyker upp på Netflix, säger Gray och gestikulerar som att hon har en touchskärm framför sig. Men det finns ju små filmer som är helt fantastiska men som man missar. Trots att jag får hundratals pressmeddelanden. Och om det då går mig förbi så är det ju väldigt mycket som går förbi gemene man.

Men trots att vissa filmpärlor riskerar att falla genom näten är det tydligt att Gray önskar belysa att förändringen inom branschen lett till mycket gott – plötsligt ges det ett allt större utrymme till berättelser med kvinnor och flickor i huvudrollen. Och för att filmerna omsätter produceras sedan fler.

– Finns pengar så görs det ju mer. Oavsett om det är bra eller dåligt – det kommer mer. Och om det kommer mer kommer det också att komma mer pärlor.

I ett växande filmutbud ser hon också en ny sorts publik växa fram.

– Filmintresset har ju ökat något så otroligt bland unga, på Letterboxd och sådär. Mina tonåringar ser indiefilmer som det är helt galet att de ens har hört talats om.

Men om intresset finns för film, varför står så många svenska biografer tomma?

– Svensk film behöver lägga mycket mer pengar på marknadsföring för att man ska veta att de finns. Ser man exempelvis till det amerikanska produktionsbolaget A24 så lägger de många gånger mer pengar på marknadsföring än vad de lägger på själva filmen. De pressar ut filmerna så att folk ser dem. Och de har ju lyckats otroligt bra.

Samtidigt har hon själv sett hur filmer kan nå publiken på andra vägar, genom sitt arbete på filmfestivaler runt om i landet.

– Den typen av evenemang betyder väldigt mycket. Ofta visas filmer som inte får vanlig biodistribution. Och sen finns en filmkärlek i luften. Man är liksom bland människor som älskar film. Bara det är ju fantastiskt, säger Gray med ett leende.

För det är tydligt att det inte bara handlar om filmerna, utan även om människorna runt dem – de som visar, tipsar och samlar en publik som annars kanske aldrig hade hittat till en plats där samtalen fortsätter långt efter att eftertexterna rullat klart.

– Och så finns det ju alla biografägare som har små biografer och bedriver sina filmklubbar – dessa extrema slitvargar som drar folk till sin lilla bioklubb. Det betyder enormt mycket för Filmsverige och Biosverige. Man stärker varandra.

Med inblicken av vad lokala eldsjälar kan åstadkomma, uppmanar Gray svenska biografer och distributörer att försöka tänka nytt och prova nya sätt att få ut sina filmer.

– Jag tror personligen att det är där den största krisen ligger nu. Debatten om svensk film har sett absolut likadan ut i 80 år. Det är alltid för lite pengar. Men branschen måste vända på det och fråga vad de borde göra med pengarna som finns, säger Gray med en suck. Jag tror att man borde lägga en större pott av de här pengarna på marknadsföring så att folk faktiskt ser det som görs. Eller ska man kanske göra lite mer som Danmark och dela ut mindre summor till fler projekt för att odla talang?

kalldusch?

Resonemanget landar i en större fråga om filmens framtid – och om publikens roll i den. För någonstans mellan budgetar, marknadsföring och biopremiärer avgörs det vad som faktiskt når fram till tittarna. Vilka filmer som får synas och vilka som försvinner i jungeln.

Samtidigt finns det, mitt i överflödet, berättelser som hittar sin publik – men ofta först när någon aktivt letar efter dem.

Och kanske börjar det just där, i det lilla.

– Gå på bio minst två gånger om året, uppmanar Gray. Ta med barn, ta med släktingar. Det är nog det bästa man kan göra.

Så dags att slå ett slag för alla välgjorda och berörande små budgetindependent filmer och alla små biografer runt om i landet som knappt överlever. Ta tag i den där vännen du länge tänkt träffa och ta dig till en biosalong eller en filmfestival. För kanske är det just där, i mörkret när ljuset släcks och duken tänds, som verkligheten för en stund ersätts av komponerad magi – och där filmens framtid avgörs, i mötet mellan berättelsen och den som valt att se den.

Emma Gray medverkar för att ge sitt perspektiv på ämnet och delar inte nödvändigtvis Kulturell Kallduschs åsiktstaganden i övrigt.

Skribent: Tara Herö Wide

Har det blivit snabbmakaroner av kulturen?



Bild av [efotowelt](#) från [Pixabay](#). Licens: [CC0](#)

Krönika

Att vi rör oss mot kulturens, kreativitetens och originalitetens död är ett ekande skrik i mediasamhällets vilda djungel. Ett rop som gång på gång dränks i den marknadsföringstunga stormen av snabb, vinstmaximerad underhållning. För alltid är det samma intrig, samma missförstånd, samma skämt. Som att bli tvångsmatad med snabbmakaroner och ketchup till frukost, lunch och middag. Det är inte så underligt att somliga spyr.

Men, går det verkligen hävda att kultur och originalitet håller på att sänkas ner i jorden? Det finns förvisso starka åsikter om att den traditionella kulturen uppslukas av populärkultur, att den kulturella mångfalden utarmas eller att AI och digitalisering infekterar kulturen. Det finns också många som hävdar att algoritmer, remix-kultur och nostalgi tar död på originaliteten och att det inte finns några nya berättelser.

Men trots allt detta, så förblir kultur, kreativitet och originalitet fortsatta fenomen som lyfts upp som värdefulla i det mänskliga samhället, som att det är något vi inte riktigt är redo att släppa taget om, som att det är något värt att bevara. Och det är just därför de starka åsikterna finns? En mänsklig, innerlig önskan att slå vakt om något vi värderar. Det kanske inte går att skapa något helt nytt, men man kan hävda att originalitet och kreativitet handlar om autenticitet, unika perspektiv och förmågan att koppla samman idéer på nya sätt. Och man kan hävda att – i en värld av AI-genererat innehåll – så blir det mänskliga perspektivet, känslomässiga djup och personliga erfarenheter ännu mer värdefulla än tidigare.

Vi vill beröras

Kalla det nostalgi eller konservatism, men jag tror att det är något djupare. Människan har under hundratals år lagt värde på kreativt skapande. Se till Antikens dramatiker eller Michelangelos skulpturer. Vi vill ta del av berättelser. Vi vill se vackra ting. Vi vill väckas till känslor.

Och nu lever vi i en värld med tillgång till så många olika intryck och uttryck att varje nytt tillskott är en fis i rymden. Vår globala samtid begraver oss i underhållning. Inte konst, underhållning. Själlös, lättsmält och smaklös underhållning. Och varför?

För att det är lönsamt. För trots att vi är trötta på torra makaroner kan vi inte leva utan lite krydda i vardagen. Och desperata efter att uppleva historier, skönhet och känslor, slukar vi vad vi får i hopp om att hitta ett litet, vilset pepparkorn.

Problemet är inte att befolkningen är underhållen (eller jo, men zombiefiering via nöje är ett annat bekymmer som inte får plats här) utan att om majoriteten av hyllorna i matvaruaffären är staplade med snabbmakaroner, vad ska då allt annat få plats? Och om allt man någonsin äter är snabbmakaroner, hur ska man då våga sig på mer komplexa smaker?

Mer än nöje

Det fanns en tid när budskap och åsikter började gro i samhället genom konstnärligt uttryck. Och visst är det fortfarande så på sätt och vis, se bara till de starkt feministiska låttexterna av sångaren Paris Paloma som får mer och mer uppmärksamhet, men inom populärkulturen idag finns det trots det en växande känsla att det som säljer prioriteras över det som faktiskt behöver sägas.

För på bioduken ska det vara våra vältränade och sexiga, oftast vita, Hollywoodstjärnor som agerar ögongodis och intrigen ska serveras ljummen så att ingen bränner sig. För vad spelar budskapet för roll när det finns magrutor och klyschiga skämt?

Men det spelar roll. Alla har nog hört 'man blir vad man äter' och om det finns någon sanning bakom det ordspråket innebär det att de flesta av oss är på god väg att bli en förpackning snabbmakaroner.

Börjar det här makaron-snacket bli tjatigt kanske? Repetitivt möjligtvis? Hade det kanske varit trevligt med en ny och originell metafor i stället för en makaron-uppföljare?

Jag kan inget annat än att hålla med. Det är stor tid att göra motstånd mot AI-låtar insmugglade i spotifyslistor, den söndertuggade multiverse trenden, spelbolagens manipulativa "pay-to-win" strategi, samt algoritmernas kvävande grepp om vad som överhuvudtaget får synas.

Men vad kan vi som konsumenterna egentligen göra? Ganska mycket tack och lov. Gå ut och köpa biljetter till traktens band, stötta utvecklingen av ett indiespel som fångar ens intresse, ta modet att hyra en film med ett originellt manus, eller varför inte besöka en filmfestival? Lämna snabbmakaronerna att samla damm i skafferiet.

Skribent: Tara Herö Wide

överger sin integritet

Indiespelen kan stå som vinnare när de stora företagen överger sin integritet



Bild av Tuva Kraft (alla rättigheter tillhör ConcernedApe)

Essäistisk krönika

The Sims är en av världens mest framgångsrika spelserier. Spelare får möjligheten att skapa virtuella personer och familjer vars liv de sedan kan fylla med drama, äventyr, lycka, katastrof eller framgång. Denna typ av öppna livssimulationsspel saknar något i dess like på marknaden och har lockat såväl yngre som äldre spelare sedan det släpptes för första gången år 2000. Sedan dess har spelet släppts i fyra olika utgåvor och idag tycks **expansionerna** släppas i högre grad än någonsin förr. Men är det möjligt att spelet snart möter sin första konkurrent någonsin i en oväntad motståndare?

Så länge jag kan minnas har jag dragits till de smått förvrängda och besynnerliga världarna tillhörande *The Sims*. Första gången jag hittade spelet i en butik drevs jag av extasen till att rusa ut genom dörren med spelet än i hand, vilket naturligtvis aktiverade larmet vid utgången och gav mig ett minne jag aldrig skulle glömma.

Det är inte heller en slump att de första orden jag kan minnas att jag läste högt var "laddar, vänta..." medan jag, fortfarande alldeles för ung, satt fastklitrade framför min TV med en playstationkontroller i min hand. Vilken typ av uppfyllelse jag fick av att spela livssimulatorer innan jag ens kunde läsa vet jag fortfarande inte, men jag är säker på att spelserien har varit formativ för mig och många andra. Det är därför det grämer mig att se den senaste utvecklingen av *The Sims* och vad dess pågående förändringar kan antyda om dess framtid.

överger sin integritet

Ett stormigt förhållande

Spelföretaget [Electronic Arts](#) är inte främmande för kritik och har länge anklagats för [girighet](#). Den fjärde och senaste installationen i serien, *The Sims 4*, har fortsatt pumpa ut expansioner och kostsamma tillägg sedan det släpptes 2014. Till skillnad från dess tre föregångare, som släpptes i relativt regelbundna intervaller, visar *The Sims 4* fortfarande inga tecken på att snart vilja ge vika för en femte installation i serien. Många spelare har yttrat sitt missnöje över spelföretagets till synes evighetslånga urholkande av ett spel som ansågs vara ihåligt och svultet på väsentliga aspekter redan vid sitt släpp.

The point of no return

Otaligt många dyra expansioner och uppdateringar senare känns spelet fortfarande fattigt på den ursprungliga karaktären som charmade dess mest hängivna fans som mig själv från första början. Spiken i kistan tycks dock ha kommit så sent som september 2025 när Electronic Arts avslöjade att de skulle köpas ut av [Saudiarabien](#) och riskkapitalbolag från USA i en historiskt rekorddyr miljardaffär, ett beslut som kom att skaka om såväl privata spelare som de offentliga kreatörer som baserat sina karriärer på att spela och skapa underhållande innehåll relaterat till spelen.

Offentliggörandet av affären väckte minst sagt oro för spelets framtid eftersom *The Sims*, som blivit känt för dess progressiva och [HBTQ-positiva](#) innehåll, nu skulle komma att ägas av en regering där homosexualitet inte ens är lagligt. Utöver politiska orosmoln sände nyheten även en signal till dess spelare – klyftan mellan konsument och producent kunde komma att bli större än någonsin och spelet som betydde så mycket för dess lojala spelare riskerade nu att reduceras till ett själlöst medel endast ämnat för att återbetala företagets oundvikliga skulder.

Indiespelen på frammarsch

Samtidigt som diskussionerna kring *The Sims* och Electronic Arts tycks stå i lågor, bevittnar vi en nästintill oförutsedd utveckling i de andra hörnen av spelmarknaden. I kölvattnet av att de stora företagen tycks förlora sin originalitet och lyhörddhet för konsumenternas önskemål, faller rampljuset på indiespelen som istället fortsätter att växa i popularitet. Exakt vad som definierar ett spel som indie är inte alltid självklart, men oftast innebär termen att spelet har skapats av mindre och självständiga spelutvecklare som har betydligt färre resurser än vad de stora företagen har till sina förfoganden. Drivkraften bakom spelutvecklingen baseras ofta på ren passion och nyfikenhet, sällan med någon garanti om framgång eller vinst för dess skapare.

Det populära indiespelet *Stardew Valley* är en av flera titlar som har tagit spelare världen över med storm. Bakom spelet står en enda man, [Eric "ConcernedApe" Barone](#), tillerkänd som dess upphovsman, utvecklare och designer. Tio år efter att spelet släpptes för första gången fortsätter Barone att publicera kostnadsfria uppdateringar och nytt innehåll. Trots dess relativt enkla premisser bibehåller spelet fortfarande sin relevans och en fortsatt växande skara av fans.

Ny utmanare

I juni 2019 avslöjade spelutvecklaren Alex Massé den påbörjade produktionen av livssimulationsspelet *Paralives*. Sedan dess har det tidigare soloprojektet vuxit till att inkludera en mindre grupp utvecklare som arbetar för att spelet ska finnas tillgängligt för tidiga speltester i maj 2026. Likt *The Sims* ger *Paralives* sina spelare löftet om att kunna skapa karaktärer, liv och världar som de sedan får forma och styra på valfritt sätt. Trots att teamet bakom spelet inte har uttryckt en önskan om att konkurrera med eller ersätta *The Sims*, kommer det bli svårt att inte dra jämförelser mellan den hittills evigt regerande speljätten och den förväntansfulla begynnelsen av denna Goliaths första David.

överger sin integritet

Men det återstår fortfarande att se hur såväl kritiker som spelare tar emot *Paralives*, och vad deras debut på scenen eventuellt kommer att innebära för de större aktörerna på marknaden. *Stardew Valleys* enorma framgång är bara ett av flera exempel på hur autenticitet, passion och originalitet kan jämna ut spelplanen mellan miljonföretagen och enmannaarméerna i branschen, och hur konsumenter har blivit allt bättre på att identifiera vilka produkter som är värda deras pengar. Efter alla år av halvfärdiga produkter, fräcka prissättningar och tvivelaktiga beslut, kan jag inte låta bli att efterlängta en första kaddusch för ett megaföretag som Electronic Arts, och den fortsatta blomstringen av mindre skapare.

Skribent: Tuva Kraft

originalitet

Döende ikoner- om urvattningen av Magic: The Gatherings originalitet



Bild av Daniel Jovanovic.

Essäistisk krönika

***Magic: The Gathering* (MTG)** är ett samlarkortspel som funnits med som spelkulturell ikon sedan 1993 då rollspelsföretaget Wizards of the Coast släppte dess första kortuppsättning, och spelas uppskattningsvis av cirka femtio miljoner spelare världen över. Spelet var det första av sitt slag och har sedan sin första publicering lagt grund för oräkneliga efterträdare, som till exempel *Pokémon* och *Yu-Gi-Oh*. Majoriteten av magickort släpps i så kallade set som oftast har ett tema kring den expansiva värld som Wizards of the Coast skapat, men på senare tid har dessa set expanderat till att även inkludera andra varumärken som *Marvel* och *Avatar: The Last Airbender*.

Visst kan det vara trevligt att besöka världar som slår en nostalgisk ton, som den i *Lord of the Rings*, men av de sju set som släpptes år 2025 så var tre av dessa tillhörande universum från varumärken utanför MTG:s egna, så kallade Universes Beyond. Detta innebär att 43%, nästan hälften av alla set släppta 2025, kommer från världar utanför *Magic: The Gathering*. Nu år 2026 vet vi att fyra av kommande sju set också kommer att tillhöra Universes Beyond. Detta kommer alltså att fortsätta, och till och med expandera, denna siffra.

Det som skaver lite med att MTG expanderar utanför dess egna världar är hur spelet man älskar, som har en egen rik lore med hundratals karaktärer och platser, ett spel där berättelsen tar minst 80 minuter att sammanfatta i en video på Youtube (och detta då genom att skippa stora delar av den),

originalitet

förlorar sin originella utveckling genom att dra in andra varumärken. Det är just via korten som berättelsen skildras.

Som redan nämnt har MTG en otroligt rik lore med hundratals karaktärer och världar. I skrivandets stund är den senaste originella värld vi besökt Lorwyn, en värld inspirerad av keltisk mytologi med alver, kithkins, jättar m.m. Lorwyn är en idyllisk värld där solen aldrig fullständigt går ner och varje dag är som midsommar. På Lorwyn känner karaktärerna inte till något annat än det fridfulla och vackra. Allt är dock inte så gott som det verkar, och var 300e år förvandlas Lorwyn till Shadowmoor genom en cyklisk händelse kallad "The Great Aurora". Shadowmoor är i stället en värld där varelserna lever i ett oändligt mörker där solen aldrig riktigt går upp. Invånarna i Lorwyn förlorar även alla minnen från sitt tidigare liv när förvandlingen har skett. Jag skulle kunna tillbringa timmar med att berätta om olika karaktärer och magisystem, men poängen är att det finns hur mycket material som helst att beta av, och detta är bara en av världarna som tillhör *Magic: The Gathering*.

Fans av MTG blev extremt glada över att få återvända till Lorwyn, en värld som spelet inte riktigt besökt på sex år. Det vi fick var ett sådant set innan det återigen var dags att gå vidare till *Teenage Mutant Ninja Turtles* i mars. Eftersom spelare av MTG fick ett set baserat på Spider-Man i september 2025 är det alltså bara sex månader sedan vi senast befann oss i New York. New York! Sex år mellan ett besök i en originell och expansiv värld som Lorwyn och endast sex månader mellan olika vistelser i New York. Detta är då också utan att nämna att direkt efter *Spider-Man* fick spelarna av MTG ett set baserat på *Avatar: The Last Airbender*. Mellan 26e september 2025 och 23e januari 2026 utkom alltså inget från MTG:s egen expansiva värld. Denna urvattning av MTG berövar spelare på den fantasivärld som har gjort spelet så ikoniskt.

I grund och botten är MTG ett spel. Ett spel som hade fungerat lika bra utan bilderna och namnen på korten och på så sätt spelar det egentligen ingen roll vad bilderna och namnen representerar. Men MTG är samtidigt så mycket mer. MTG är konst; Oona, Queen of the Fae, ett originellt konstverk som avbildas på ett av korten, är ett av de vackraste konstverk jag någonsin skådat. *Magic: The Gathering* är ett narrativ som berättas genom kortnamn, paratexter och konstverk. Detta narrativ har under större delen av dess existens varit något originellt som nu mer och mer bryts upp av andra narrativ. Final Fantasy blir inte en del av MTG:s multiversum – MTG:s värld kliver åt sidan för att berätta historier om Final Fantasy. Föreställ dig att den tredje boken i *Harry Potter* hade handlat om Nalle Puh i sjumilaskogen. På exakt detta sätt bryts narrativet inom Magics värld när originalitet och konstnärlig integritet får ge utrymme åt något annat.

Att dessa Universes Beyond-set implementeras i spelet orsakar ytterligare skada på MTG:s originalitet. Dessa set är inte bara legala inom ett format, som commander, standard eller limited, utan är legala i de flesta, vilket i vissa fall resulterar i att korten från andra världar tar platsen för Magics egna under en väldigt lång tid. Som standard roterar seten ut vart tredje år. Så om Universes Beyond dominerar de senaste seten som publicerats, kommer standard till största del, under lång tid, innehålla majoriteten av icke-originella kort. Commander är ett singelkortsformat som innehåller flest antal spelbara kort och roterar ej. Med tanke på att nyare kort alltid ökar i kraft, spelmekaniskt, och Universes Beyond tycks dominera nutida och kommande publikationer, finns det en stor risk att dessa andra varumärken kommer att armbåga sig in och ersätta MTG:s egna karaktärer och världar.

Nu är det ju så att denna expansion är en stor del av Wizards of the Coasts inkomst, något man får respektera. Kommer inga pengar in, kommer inga produkter ut. Final Fantasy var ett av de bäst säljande seten genom tiderna. Genom att introducera andra kända varumärken får fler upp ögonen för spelet. Det fungerar på så sätt även som en produktimplementerad marknadsföring. Men är det nödvändigt att inkludera så många främmande varumärken för att spelet ska kunna överleva – eller

originalitet

är det här en fråga om vinstdrivande framför bevarandet av en ovärderlig lore och ett konstnärligt värde? Jag skulle kunna gå med på ett Universes Beyond-set per år, men frågan är hur långt det kommer gå och vart det ska sluta. Ska jag behöva sätta mig ner vid ett bord och se Jerry från *Tom & Jerry* på andra sidan? Pengar i all ära, men kreativitet och originalitet har något som är ovärderligt.

Skribent: Daniel Jovanovic