

Klotter som klotter

Reklam eller graffiti - för mig går det på ett ut. Det är något som finns överallt och som vill mig något. Jag ska bli manipulerad, upplyst eller förbannad. En del reklam gör mig glad och på gott humör, viss gatukonst likaså. Men för det mesta känner jag mig oberörd. Den angår mig inte. Jag vill inte gå en kurs i företagsekonomi, inte köpa den där fula bh:n, och sprayade tags och ballongbokstäver har jag sett i tjugo år. Enda skillnaden mellan de två branscherna är att den ena betalar för sin plats i offentligheten medan den andra tilltvingar sig den.

Tyvär är de flesta människor ungefär som jag. De vänjer sig, ser knappt företagens och klottrarnas utropstecken. Större, storslagnare medel måste till. Varuhusfasader täcks därför av jättelika fiberdukar med bystiga donnor. Filmsekvenser på hur tunnelbandevagnar sprayas och trashas läggs ut på internet. Jag fattar inte varför. Jag kommer ändå inte att köpa den där bh:n och klottret blir bara ännu obegripligare. Men det är klart, oberörd går det inte längre att vara. Allt det jag inte vill ha ska tryckas upp i ansiktet på mig. Inte bara när jag väljer att sätta på TV4:s morgonprogram och Vinyl 107, utan överallt, hela tiden och i jätteformat.

Härommånaden tapetserades baksidan av innerstadsbussarna med en spinkig tjej med särade ben, nån underklädesreklam. Som förare minns jag det som en ansträngande tid. Till exempel när vi stod flera bussar å rad vid vissa hållplatser och det taniga skrevet från framförvarande fordon fyllde hela vindrutan. Det var en närstudie jag och de påstigande passagerarna gärna hade varit utan. I samma veva sprejade något smarthuvud sin signatur över hela min port, vilket fick ungefär motsvarande effekt. Det kändes som att bli våldtagen i hjärnan.

Genom reklam och graffiti tar egoismen över samhället enligt följande mönster: Jag (eller mitt företag) har rätt till all plats som kan synas och höras, och du ska bara svälja det, köpa min grej eller bli som jag (eller mitt företag) och påtvinga alla andra dina idéer. Desto märkligare framstår det därför när nu SL, som är klottrarnas fiende nummer ett, ska satsa på totalreklam. I ett halvår ska ett antal tunnelbanevagnar heltäckas (läs: bombas) med företagsannonsering. Försöket kan komma att permanentas.

Jag förespråkar inga förbud. Marknadsekonomi behövs för välfärden och därmed behövs reklamen. Likaså ideella motkrafter, för att vi inte ska sluta tänka och känna. Klottra därför gärna - men på din egen t-shirt. Visa reklam - men med varsamhet. Det offentliga rummet tillhör alla, inte bara dem som tar sig rätten eller köper den.

© Tina Messing

Även publicerad i Stockholm City 8 december 2004