

Magne Lindholm:

## **FUCK LAW**

Klassekampen "I dag" 11.06.2005

I bil. Pøsregn. De lettkleddede damene på reklameplakatene strever med å få sine lettkleddede kroppsdeler til å trenge gjennom vannflommen på ruta. Men noe må ha slått gjennom, for jeg kvekker til og glemmer bilkøen et øyeblikk. FUCK LAW står det med store bokstaver, tvers over bildet av en radmager svart modell. Se det, sier jeg til ungdommene i baksetet: Så langt går de i dag for å forvandle opprørsenergi til kjøpelyst. Først var det Benneton. Så kom IKEA. Nå er det sommergarderoben som skal sjokkere seg til oppmerksomhet.

Men det er noe som ikke stemmer. Plakatene høyere oppe på veggen er også en slags knulleplakater, men de er helt uberørt av juridiske termer. Der spreller lettkleddede jenter på gamlemåten, for å innbille håpefulle kvinner at de kan forvandle menns seksuelle energi til egen sosial suksess for et utlegg på kun kr 49,50 pr plagg.

Adbusting, sier min sønn, som er ung og derfor oppdatert. Men hva har loven med kleskjeder å gjøre? Og hva kan Adbusters mene med den generelle upfuckinga på veggen?

Bilkøen tvinger oss ut av eksponeringsfeltet, og ned mot lysene på Carl Berners plass. På vei hjem parkerer jeg ved pizzarestauranten og tar plakaten nærmere i øyesyn. Dette er definitivt adbusting, av høyst privat karakter. Busteren har skåret sin private motvilje mot samfunnet inn i reklameplakaten, og revet av papiret så det hvite underlaget kommer til syne. Jeg fører fingeren langs snittet. Han har ført en skarp kniv, gjennom fire lag papir. Men han nådde bare opp til den nederste plakaten.

Det er dette som kalles subversiv virksomhet, av akademikere som later som om det er samfunnskritikk å skrive på latin. Det finnes bedre begreper. Som frustrasjon og avmakt. Men stakkaren har tross alt fått utløp for en smule aggresjon. Dessuten klarte han å hensette et helt billass kulturelt interesserte middelklassemennesker i noen minutters postmoderne forvirring. Det var faktisk helt umulig å avgjøre om dette var reklamebransjens nyeste påfunn for å skape oppmerksomhet, eller om vi var vitne til et desperat forsøk på systemkritikk.

Noen dager seinere er alt som før. Den radmagre modellen henger ubeskåret på veggen, til samme pris. Raseriet er sunket ned i byens dyp. Ingen får lov til å legge rusk i røret til det internasjonale reklamebyrået Clear Channel.