

Allemansrätten – vem äger rätten till det offentliga rummet?

(Midlanda Konsthall, t.o.m. 6 juni)

Adams & Akay heter två konstnärer, vilka också bildar gruppen GuiltyGuilty. De har kanske mest blivit kända genom de fejkade löpsedlar som de började sprida i Stockholm för en handfull år sedan. De klippte delar ur Aftonbladets och Expressens löpsedlar för att sätta ihop dem till nya provokativa och i vissa fall obscena sammanhang. Sedan klistrade de upp dem på olika platser i stan. På så sätt ville man underminera den prägel av sanningssägande och sensation som löpsedlar ger sken av, en sanning med modifikation eftersom dessa också ofta skruvas hårt mot det förljugnas gränser. Tydligt var det många som inte såg skillnaden. Det är också ett oroande tecken på det offentliga ordets ihålighet och brist på egentlig betydelse, i affischer, reklam och talarstolar, På utställningen i Midlanda Konsthall visas en hel vägg med gruppens egna affischer, och det går inte undgå att roas av vissa rubriker: "Så fixar du själv vin i tvättstugan" – "Tala om vanlig pappa" – "12 barn födde åtta barn, förlorade 4 barn" – "Ny forskarrapport: Kvinnor som har man vill oftare skiljas". Men merparten av deras klipp handlar genomgående om grova anspelningar på sex, våld och olyckor, och där blir eftersmaken lite torr. Humorn får ge vika för råflabbet. Själva menar de att det bara speglar löpsedlarnas rätta och grova ansikte.

En mera social aktivitet som Adams arbetat med, är att bygga tillfälliga och experimentella bostäder av rivningsvirke och material från containrar. Idén är att ge plats för vem som helst som behöver en bädd i det offentliga rummet. I Berlin, Åbo och Köpenhamn har han uppfört enkla men också undangömda krypin, så den övernattande också kan känna ostördhet. Akay å sin sida sprider en visuell logotype kallad "akayism", ett ord uppmaalat var som helst på byggnader och annan offentlig miljö, med anspråket att skapa förundran och egna undersökningar vad ordet kan betyda i motsats till reklamspråkets inriktning på snabba överenskommelser.

Utställningen innehåller en mängd stora färgfoton, arrangerad på samma slagkraftiga och collagemässiga sätt som reklamen i den urbana miljön. Det gör att utställningens intention som alternativ något tappar sin udd, då vi möter samma klaustrofobiska intryck som i storstadsmiljön. Det finns möjligtvis en desperation bakom förhållningssättet, att på samma braskande sätt som hos reklamen och media föra ut den lilla människans rop på hjälp om livet. Men själva tanken om var och ens allemansrätt, inte bara som gäst i naturen utan också som kommunicerande medborgare med yttranderätt i det offentliga rummet är sympatisk för att inte säga en självklarhet. Det borde finnas en slags allemansrätt att delta i det offentliga visuella samtal som vi möter dagligdags. Det samtal som blir alltmer konsumistiskt enkelriktat och där marknadskrafterna har de starkaste rösterna. Och kanske måste denna nya allemansrätt hitta egna småskaliga vägar där alla kan delta. I Italien, där Berlusconi styr praktiskt taget alla media, har man i Bologna börjat med gatu-teve. Alla får säga sin mening om

vad som helst (dock ej sexistiska, rasistiska och fascistiska inlägg) och utsändningarna har kvarteret som räckvidd. På den nya snabba, digitala tekniken och Internet ställs nu alla förhoppningar. Men även en liten oansenlig lapp uppklistrad i ett gatuhörn kan få den mest stressade att stanna upp. Det är inte storleken på budskapet som är det viktiga, det är innehållet.

Jan K Persson