

# Koks-utstillingen vil avsløre det glatte og innholdsløse

Søndag åpner Trondheim Kunstforening en ny og spennende utstilling. For første gang i Norge er et reklamebyrå invitert til å presentere seg selv i lokaler som tradisjonelt er forbeholdt kunsten. Med dette har Trondheim Kunstforening igjen vist evnen til å tenke i nye baner.

For de som måtte finne veien til Kunstforeningens lokaler søndag kan vi love en allsidig utstilling. Søndagens program er i alle fall tettepakket med presentasjon av ulike KOKS-produkter som KOKS-Lp og KOKS video. Kort sagt er stikkord for søndagen KOKS.

- Bakgrunnen for utstillingen er at Trondheim Kunstforening i fjor vår spurte reklamebyrået Haugen & Maning om ikke de ville stille ut sine arbeidere i våre lokaler, forklarer indentant i Kunstforeningen Svein Christiansen. - Samtidig ba vi om deres ideer til hvordan vi som institusjon skulle klare å markedsføre oss bedre. Resultatet er blitt denne utstillingen som vi har gitt navnet KOKS sier Christiansen. - KOKS?

- Ja, KOKS skyter Per Maning inn. - Koks er et materiale de fleste mennesker kjenner til. Koksen gir varme og skaper energi. I denne sammenhengen bruker vi koksen som et symbolsk begrep. Koks-utstillingen har mange aspekter. En side ved utstillingen er at vi setter lyset på språket som anvendes i massemedia. Jeg tenker her både på verbale og visuelle uttryksmåter, sier Per Maning.

- Kan du gi noen konkrete eksempler?

- Ta for eksempel uke og dagspressen. Store deler av pressen overgår hverandre i fete oppslag og sensasjoner. Et trekk ved store deler av pressen i dag er at de har overtatt mange av de samme uttrykkene vi finner igjen i det etablerte reklamespråket. Resultatet er blitt en glatt og innholdsløs presse.

Avisene og ukebladene skal selge. Arbeidsplasser står i fare hvis de ikke gjør det. De som forsvare dagens søppeljournalistikk peker på at det er jo dette folk vil ha. Jeg er ikke så sikker på at folk er så dumme som den-

ne form for journalistikk prøver å gjøre dem til. Det må gå an å få i stand en annen form for kommunikasjon mellom pressen og leseren. Jeg har inntrykk av at det i dag har oppstått en tillitskrise mellom leseren og de ulike ukeblad og aviser. Denne tillitskrisen bør de selv komme ut av. Ingen gjør det for dem.

- Gjennom KOKS-utstillingen prøver vi som reklamemenn å være kritiske til vår egen bransje. Vi mener det er på tide at noen begynner å reagere mot det jeg vil kalle dumheter i reklamen og massemedia generelt. Vi vil vise reklamen fra en positiv side. I vår KOKS-annonse «Til kvinnen som har alt» parodierer vi de holdninger og livssyn som denne form for reklame formidler. Store deler av reklamen brukes i dag til å manipulere leserne istedenfor å opplyse, åpne og frigjøre mennesker. Derfor er det viktig at alle som driver med en eller annen form for massekommunikasjon stiller seg spørsmålene:

Hva vil vi med det vi gjør og Hvilke mennesker vil vi skape?

PO

## Jonsvatnet Sangkor

### med revver KOR F' VI

Skogran, U-... tre steder v/John Mauritzen.