

När hjulen snurrar

Det finns ett spår i den fina pudersnön som täcker gräsmattan mellan gångstigen och dagiset. Spåret av en barnvagn som istället för att följa stigens sandade slinga har sneddat bort mot förskolans ingång. Någon har haft bråttom.

Tidsbristen är småbarnföräldrarnas lingua franca. 75 procent av alla föräldrar med hemmavarande barn känner sig ofta eller ibland stressade. Och den viktigaste förklaringen som jag kan se till tidsbristen är konsumtionen. Vi arbetar för att kunna konsumera; att arbeta tar tid. Och dessutom: konsumtionen i sig tar tid. Att hålla reda på vad det är för saker vi förväntas känna att vi behöver, att skaffa dessa saker, att begripa hur de fungerar, att underhålla dem och reklamera eller reparera dem när de går sönder – det är sysselsättningar som koloniserar betydande sjok av vår tid.

Inte bara av de vuxnas tid utan även av barnens. Barn är också konsumenter, de har tillgång till stora summor fickpengar och de har stort inflytande över hur deras föräldrar ska använda sina löner. Undersökningar från USA visar att ett genomsnittligt barn på en genomsnittlig tur till affären kommer med 15 olika förslag på vad som ska köpas och att föräldrarna bejakar hälften av dessa förslag. Jag har svårt att tänka mig att det ser annorlunda ut i Sverige.

Detta vet marknadsförarna. Aldrig blir det så tydligt som en tidig fredags- eller lördagskväll framför TV4 när reklamen får fritt spelrum. Där sitter barn framför rutan och tuggar i sig sjungande värktabletter, roliga gubbar från Ica och klantiga vuxna som pangar fönsterrutor. Nej, TV4 får enligt radio- och tv-lagen inte visa reklam riktad till barn, något som bland annat innebär att reklam inte får visas i eller i anslutning till barnprogram. Som barnprogram räknas de fragment av programutbudet som TV4 väljer att kalla barnprogram, inte de stora barnmagneterna som Idol, Småstjärnorna och Fortet. De programmen är laddade med reklam.

Och det verkar vara helt OK. Konsumentverket har upprepade gånger anmält TV4 till marknadsdomstolen – och förlorat. Verkets pressansvariga säger till mig att det bara är TV4 som tjänar på att fallen drivs i domstol; för varje gång tv-kanalen vinner flyttas gränserna för det tillåtna fram ännu några steg.

Jag förstår inte hur marknadsdomstolen tolkar lagen. Men jag kan ana ett mönster. Politiker från höger till vänster talar om hur reklam stimulerar konsumtion och hur konsumtion ger tillväxt och hur tillväxt ger välfärd. Barnen är en faktor att räkna med när hjulen ska snurra.

Och hjulen snurrar. Det är i själva verket spåren av de snurrande hjulen jag ser i snön.

Katarina Bjärvall

Katarina Bjärvall är journalist och författare till den nyutkomna boken *Vill ha mer. Om barn, tid och konsumtion* (Ordfront förlag).

