

# Tragikomisk

**D**ET så ut til at det skulle skrives et nytt og kuriøst kapitel i den tragikomiske historie om norsk alkoholpolitikk da det fra NRK's side forleden dag ble antydnet at det norske forbudet mot alkoholreklame kunne medføre at en rekke større TV-overføringer fra idrettsbegivenheter i utlandet måtte stanses fordi det forekommer alkoholreklame på arenaen. Og selv om det trolig ikke var noen som innerst inne trodde at våre myndigheter ville ta chansen på å bringe folket til revolusjonens rand gjennom en slik rigorøs håndhevelse av reklameforbudet, holder vi det for meget sannsynlig at antydningen fra NRK — med referanse til en meget treffende og populær Chat Noir-vise — ble møtt med utbruddet «Pottitland» i tusener av norske hjem. Det er — i denne forbindelse — en karakteristikk de færreste vil være villig til å ta i seg igjen, selv om statsråd Bergfrid Fjose var raskt ute med å uttale at alkoholreklame-infiserte TV-overføringer kommer inn under samme dispensasjonsbestemmelser som de som gjelder for utenlandske publikasjoner med reklame for sterkere drikkevarer enn vorterøl og eplemost.

**A**KK, det er ikke så greit her i verden. Den er på så mange måter anderledes enn hva vi nordmenn ønsker at den skulle være. Det er bare å beklage at vi ikke kan isolere oss fullstendig fra all den vederstyggelighet som finnes på sydligere breddegrader hvor normannafolkets spesielle husflids- og hobbyvirksomhet, kraftig stimulert av vinmonopolpriser og vintermørke, er et ukjent fenomen. Det kan nok være at man på disse breddegrader — etter i denne folketurismens tid å ha lært nordmenns drikkevaner nærmere å kjenne — slo opp en latter ved nyheten om at våre myndigheter prinsipielt helst vil spare oss for den store fristelse som det er å se en fotball bli sparket mot skilt som det står «Cinzano» eller «Dubonnet» på.

**H**ER hjemme ler man ikke av slikt. I almindelighet nøyer man seg med å gremmes. Men det finnes jo også endel ytterliggående mennesker som ved siste valg fant det opportunt å stemme på et parti som bærer navnet til en politiker som åpenlyst drikker eggelikør under TV-overføringer. Det ligger nær å tro at denne mann sterkt beklager at alkoholreklame ikke satte en effektiv stopper for overføring av større idrettsbegivenheter — det ville gitt hans parti minst 100 000 nye tilhengere. Hvorfor snakker man forøvrig bare om alkoholreklame i denne forbindelse — reklame for tobakk kommer, så vidt vi kan forstå, i nøyaktig samme stilling?

**N**ILS Kjær vil kjenne sine landsmenn igjen om han idag fra sin himmel — hvor man må forutsette at vann gjøres til vin ved festlige anledninger — skuer ned på dagens Norge. Han skrev i en epistel «Det lukkede land» — tittelen henspiller på forbudstiden — bl. a.: «Hvis jeg var lovgiver ville jeg fraråde både mig selv og mine kolleger å brenne fingrene på spiritus. Den er en subtil væske som siver gjennom det snedigste nett av lovparagrafer.» Det er en sannhet som efter alt å dømme vil leve så lenge det finnes nordmenn til, at spiritusen siver gjennom det snedigste nett av lovparagrafer. Og sannheten kan visst utvides til å gjelde alkoholreklamen også. Nils Kjær anbefalte sin generasjon å begynne å le litt av lovene. «Ikke av alle, gudbevares, men av de 99 prosent. Og ikke bare i smug, men offentlig. Lovgiverne turde om sider bli opmerksomme på at munterheten i landet tillof sig å leve på offentlig bekostning, på offentlige menns bekostning.»

**D**ET middel han anbefalte, er neppe probat idag — evnen til å le av disse særnorske fenomenene er forlengst forsvunnet. Unntagen i det syndige utland.