

[H. F. Ulrichsen.]

Ret kan karakterisere det som skødesløst, som Dilettantarbejde og som Sjuskeri, og det er ret grimme Bemærkninger at hæfte paa Ting, der udgives fra et af Statsministeriet og Udenrigsministeriet autoriseret Centralkontor.

Paa hver Side af de paagældende Brochurer var der Fejl. Jernbanernes Afgangstider var forkerte, man vidste ikke, hvilke Jernbaner der var Privatbaner, og hvilke der var Statsbaner, Bunker af praktiske Oplysninger var forkerte. Man forsøgte at klare lidt paa det ved at klistre nogle Sedler over de værste Mangler, men dette Materiale var altsaa af en overordentlig slet Karakter. Jeg har den Opfattelse, at for Turistpropagandaens Vedkommende er det ikke selve Reklamen, der er det vigtigste, nej, det vigtigste er, at den Service, der ydes til dem, der kommer, er førsteklassen, af de Folk, der kommer her over, faar rigtige Oplysninger, og at de bliver vel behandlet, og dette Materiale var altsaa ikke af en saadan Karakter, at man kan sige, at Oplysningerne var rigtige, tværtimod, de var, vi kan godt sige det med stærke Ord, fløjtende gale.

Nu synes jeg ikke, man i Almindelighed skal være for nøjeregnende. F. Eks. vil jeg ikke kritisere, hvis Materiale af den Slags ofte faar en banal Karakter, for det er meget vanskeligt at undgaa det. Jeg synes ogsaa, at man somme Tider har hængt sig i rent sproglige Finesser. Man skal være forsigtig med det sproglige, men Hensyn der kan ogsaa overdrives. Jeg skal nævne et lille Eksempel. Der var i sin Tid en udmærket Artikel af en kendt Forfatter, Thorkild Gravlund, der havde faaet sin Artikel oversat af en Specialist, som normalt oversatte hans forskellige Værker, og denne Mand havde oversat en Sætning om Absalon, der var Nordens Høvding, og han havde oversat Ordet Høvding til Tysk med Häuptling. Da jeg saa denne Oversættelse, var jeg ikke sikker paa, at Ordet Häuptling var rigtigt, fordi det for mig havde saadan en lille Smule Klang af Indianerhøvding eller noget i den Retning. Jeg forelagde derfor Spørgsmaalet for nogle tyske Specialister, og de var fuldstændig uenige. Jeg forelagde det i den Form, at jeg sagde, at vi havde ogsaa moderne Høvdinge, vi havde en Mand herhjemme, en Fører for et politisk Parti, som i sit Parti normalt kaldtes for en stor Høvding. Kunde man kalde denne Mand for en Häuptling, uden at man kom til at tænke paa, at Hr. Madsen-Mygdal havde Fjer som en Indianerhøvding? De var, som sagt, over-

ordentlig uenige, og Spørgsmaalet om den rette Oversættelse af en Brochure kunde altsaa sætte mange Penne i Diskussion, fordi man ikke var klar over Klangfarven paa Tysk af det tilsvarende Ord, som altsaa kunde bruges baade om Absalon, om Hr. Madsen-Mygdal og om en Indianerhøvding.

Altsaa, den Slags Ting er ikke de vigtigste, men de Oplysninger, der gives, skal være i alt Fald nogenlunde rigtige, og jeg synes jo, man kan stille lidt større Krav, i det Øjeblik det drejer sig om Statspropaganda, og det er jo det, det gør nu. Men man kan ikke alene kræve, at Oplysningerne er rigtige, men ogsaa, at man maa være lidt finere i sin Reklameform, end hvis det foregaar under privat Flag. Jeg kan f. Eks. ikke se, at det er i Overensstemmelse med pæn Statsreklame, at man nu i dansk Turistpropaganda skriver: København er en livlig By, langt morsommere og livligere end Oslo og Stockholm. Og det skriver man oven i Købet i Skrifter, der er beregnet paa at uddeles til Nordmænd og Svenske! Vi, der har med praktisk Turistpropaganda at gøre, har ikke turdet stikke dem denne Bog, fordi vi var sikre paa, at de vilde blive vrede, hvis de læste, at Oslo og Stockholm var kedelige Byer.

Og man maa ikke alene passe paa, at Reklamen har en nogenlunde fin Karakter, men der er ogsaa andre Ting, man skal passe paa. Jeg hører ikke til dem, der er særlig snerpede, men jeg finder ikke, det er rigtigt, at man i officiel, ministeriel, for det maa man kalde det, Propaganda skriver, at København er bekendt for sine mange intime Bar'er. Det kan være en hæderlig og pæn Næringsvej at drive en intim Bar; men naar man i den officielle Propaganda reklamerer saadan, nærmer man sig de Tryksager, som hedder „Paris ved Nat“ og den Slags Ting, og jeg tror ikke, det er Opgaven for den officielle Statspropaganda at tage saa kraftigt fat paa de Punkter:

Jeg vil i en Parentes sige, at selv om det vistnok er rigtigt, at man har koncentreret sin Interesse om det, om jeg saa maa sige, engelske Turistmarked, saa er det alligevel forkert, at man i den sidste Periode ikke har interesseret sig for de sekundære Markeder. Jeg har under forskellige Rejser i 1936 konstateret, at der ikke paa noget Rejsebureau i Mellem-europa eller i fjernere europæiske Lande fandtes noget som helst af det offentlige Materiale om Danmark, medens det altid før var til at faa. Det eneste, jeg overhovedet har fundet et enkelt Sted, var en Brochure om Danmark, udgivet af en af