

Fremstillinger af alkohol og alkoholkultur

Mange unge går op i fællesskabet. Deres selvfremstilling er det centrale for deres identitet. Dette gælder også når selvfremstillingen kræver, at de skal gå på kompromis med hvad de har lyst til. Det gælder om at fremstå som typen der har lyst til det hele, imens man dækker for det skrøbelige indre. Kampagnefilmen *"man kan da aldrig få for meget pølse!?!"* fra 2019 som har til formål at italesætte og derved få modtageren til at reflektere over deres egen brug af alkohol. Kampagnefilmen er et led i *Kræftens bekæmpelse og Trygfondens kampagne "Fuld af liv"*

Kampagnefilmen er opdelt i 3 faser. Den første fase præsenteres vi med et fugleperspektiv af en nøgen ung mand, hvor de ædle dele kun lige er tildækket med røde pølser. Manden er glad og ligger dermed også omringet af røde pølser. Filmen starter i slowmotion, med røde pølser der regner ned over manden. Den musiske baggrund er et kirkekor. Dette skaber et billede af noget guddommeligt, og med manden udtryk, fremstiller en formaning om hans paradys. Scenen fortsætter i denne dur indtil scenens hastighed skrues op, musikken slukkes og pølserne falder med store plask på mandens krop. Mandens ansigtsudtryk skifter til at være anstrængt, og det står nu klart, at hans paradys er ødelagt. Ødelæggelsen af paradiset er grundet en overflod af røde pølser.¹ I den næste scene, ser vi den samme unge mand i normalt perspektiv. Scenen er opstillet som et interview med en blank baggrund, der tvinger modtageren til at fokusere på manden og giver derfor mulighed for at identificere ham. Med et skævt smil og en halvt åben skorte appellerer manden til modtagerens patos. Han er ung, han ser godt ud, og giver dermed også en indikation af, at være en frisk ungkarl. Han siger, at han hedder Mads og han er 24 år. Vi kan derfor uddrage, at kampagnen hovedsageligt er rettet imod unge mennesker i alderen omkring de 24 år. Han fortsætter med at sige *"Det der betyder mest for mig, det er sku vennerne"* der her omtaler fællesskabets betydning for ham.² Kampagnefilmens første fase skifter til scene i bylivet, der her uddyber og leder op til kampagnens konflikt. Byturen er med mandens venner, der med høj musik spiller terninger. De råber og ser ud til at have det sjovt. Scenen spilles i korte klip med forskellige vinkler, der giver indtrykket af sjovt kaos og efterlader modtageren med flygtige billeder af deres bytur. Der efterlades ikke meget tid til eftertanke med denne klipning, hvorfor modtageren kun kan

¹ *Kræftens bekæmpelse og Trygfondens kampagne "Fuld af liv"* – 00:00 – 00:05

² *Ibid* 00:05-00:10

uddrage at de har det sjovt.³ En bartender kommer gående med en kande røde pølser til forsamlingens bord. Vi ser et kort klip af Mads med et normalt perspektiv ved bordet. Mads er filmet halvtotalt, som fremhæver et tomt blik og et stivnet smil, der tegner et billede af en indre konflikt i ham. På det ydre anstrenger han sig til at virke glad, hvor han i det ændre muligvis er konflikt med hvad pølserne nu skal bruges til. Pølserne er en satire, der symboliserer alkohol og i dette tilfælde, er øl.⁴ Kampagnefilmen skifter tilbage til interviewet af mads, og klipningen er her faldet til ro. Mads fremstår fortsat som glad *"vi har hængt sammen siden gym"*⁵ der her fortsat maler et billede fællesskab og gode tider. Hurtigt bliver vi herefter kastet ind i mandens minde om sin studenterkørsel, hvor han får kastet pølser i hovedet. Her er han igen filmet halvtotalt, som fremmer et utilfreds ansigtsudtryk. Kampagnefilmens første fase afsluttes med et ironisk *"jeg syntes vi er vildt gode til at respektere hinandens grænser"*⁶ der subtilt pointerer imod kampagnens centrale konflikt om at respektere hinandens grænser og man kan få for meget af den samme ting. I kampagnefilmens anden fase, repræsenteres vi et point of no return. Mads forsøger at snige sig ud fra en fest, da han gerne vil hjem. Han bliver stoppet af sin ven, der her presser ham til en *"pølse"* mere *"Nej, nej. Sidste og så går vi hjem."*⁷ scenen er filmet i halvtotalitær, som får os til at fokusere på de 2 mænd. Mads er helt fra den i ansigtet og det er tydeligt, at han har fået nok. Han vil gerne hjem og sove. Vennen til mads er til gengæld slet ikke træt. Vennen manipulerer og presser Mads til at tage en *"en sidste."* dette er kampagnefilmens point of no return, da Mads tager imod pølserne og derfor ikke kan komme hjem. Scenen skifter igen til interviewet, hvor Mads ironisk kommentere på sin sidste udtalelse om at respektere *"Det er også bare super vigtigt, at man kan det i et venskab."*⁸ Nu sættes kampagnefilmens hastighed ordentligt i gang. Musikken spiller hurtigere og højere. Filmen klippes i korte klip, af fest og alkohol. Forskellige pølser præsenteres som helflasker og andet alkohol med isterninger og lignende, som rigtigt sætter scenen af festligt byliv.⁹ Det er en konfliktoptrapning, det ved vi fordi scenen kort skifter til en tur på standen med vennerne. Vi kan se mads sidde på stranden. Musikken er væk og der tales her med en voiceover *"selvfølgelig er der også bare de dage, hvor vi har brug for at slappe af."*¹⁰ Mads udtrykker

³ Ibid 00:10 – 00:17

⁴ Ibid 00:17

⁵ Ibid 00:21

⁶ Ibid 00:29

⁷ Ibid 00:32

⁸ Ibid 00:46

⁹ Ibid 00:40

¹⁰ Ibid 00:53

et ønske om at slappe af. Det gør han på stranden sammen med sine venner, der hurtigt aflyser afslapningen med pølser og sjove lege med pølser på stranden. Musikken hurtige musik sættes i gang på ny og scene skiftes kort til Mads der sidder til interviewet og sukker.

¹¹Flere hurtige klip med fest scene skyder fobi, imens musikken spiller og en bestemt skinger lyd bliver højere og højere. Den første scene af Mads der før var i paradiset, hvor han ligger og har det godt, er udskiftet med at han forsøger at skubbe pølserne væk. I kampagnens side fase har for meget af en god ting ført til, at Mads skriger "STOOOOOP"¹² da hans venner presser ham til cocktailpølser, efter at han har takket nej fordi han skal køre. Musikken er stoppet og scenen skifter til interviewet af Mads der ikke længere fremstår selvsikker. Han siger "Nogle gange kan man godt få det sådan lidt at man måske ikke altid har lyst til pølse."¹³ Det er bare ærgerligt, da Mads fortsat bliver presset til at tage den sidste cocktailpølse. Efter at Mads har råbt stop, bliver han nemlig bedt i en fast tone "Er du sød at tage den sidste pølse lige nu."

¹⁴Mads stilles her et ultimatum, om at tage den sidste pølse og forblive en del af fællesskabet, eller takke nej og dermed forlade fællesskabet. Mads tager pølsen og fremstår glad, men imens der tykkes på pølsen, zoomer kameraet ind på Mads, der tydeligt ikke er glad for situationen, i baggrunden er musikken igen tændt og vennerne synger "kan Mads, Kan Mads spise pøls." Mads har grænser, som hans venner ikke kan respektere, men han er desværre magtesløs overfor fællesskabet.

Kampagnefilmen afspejler de unges alkoholkultur. Det er svært at slappe af og bare nyde en tur på stranden eller generelt bare fællesskabet, da fællesskabet kræver at du drikker. Der tegnes et tydeligt billede af mangel på respekt af ordet nej. Den satiriske fremstilling af unges alkoholkultur, er et forsøg på humor, der italesætter respekten for ordet nej. Kampagnefilmen er en del i et led for at bryde den giftige alkohol kultur, og derved åbne op for muligheden at forblive et fællesskab, selvom der takkes nej til alkohol. Kampagnefilmens budskab er, at man kan få for meget af det gode, og det er derfor okay at takke nej.

Digtet "Tømmermænd" fra digtsamlingen "Under vejr med mig selv" fra 1956 af den Danske forfatter Klaus Rifbjerg, glorificeres den anden side af fest og farver, nemlig tømmermænd. Digtet finder sted efter "Hjertets anstrengte tappenstreg"¹⁵ som er kort efter værtshuset har kaldt sin sidste omgang. Her beretter jegpersonen om sine tømmermænd.

¹¹ Ibid 01:07

¹² Ibid 01:36

¹³ Ibid 01:42

¹⁴ Ibid 01:50

¹⁵ Under vejr med mig selv – Tømmermænd strofe 1