

10/9

En rad forskare har uttalat sig

för förslaget att gåvor från företag och organisationer till vetenskapliga ändamål skulle bli skattefria, och man kan anta att de allra flesta vetenskapsmän delar denna uppfattning. "En fördel med skattefria donationer vore för det första att chansen att få några skulle bli större och för det andra att det skulle bli hopp att jubileumsskrifternas antal minskades", förklarar professor Boalt, som betonar att de sistnämnda skrifterna är av varierande värde, men att i det hela ansträngningarna kunde användas på intressantare ämnen. Från finansdepartementet kommer emellertid den vanliga erinran att saken redan varit före med negativt resultat.

Det är svårt att se varför en ändring här inte skulle kunna genomföras. Då anslagen till jubileumsskrifter blir skattefria beror detta på att skrifterna anses äga reklamvärde, en hypotes som säkerligen i de flesta fall är tvivelaktig eller oriktig; mycket få torde köpa exempelvis möbler eller järnvaror från ett visst företag därför att detta företag publicerat en bok vid 50-årsjubileet. Donationer som gäves till forskning av mera allmänt värde kunde självfallet väntas bli större och talrikare om de gjordes skattefria. Det bör inte vara besvärligt att genom en maximering av beloppen i förhållande till företagets eller organisationernas inkomster eller fonder förekomma missbruk — om nu missbruk i fall som dessa över huvud är att befara.

10/9 39

Radiodebatten om spritreklamen

i förrgår innehöll flera olustiga moment. Ett par av talarna, och särskilt direktör Almeby, syntes utgå från att alla alkoholhaltiga drycker är att betrakta som gifter och att därför egentligen inte annonser och reklam för deras försäljning är anständig. Rent sakligt är detta orimligt; för de flesta människor är dessa drycker ett nöje, en stimulans, som inte socialt eller medicinskt medför någon fara, för ett mindretal är risken för missbruk så stor att särskilda åtgärder blir nödvändiga. Beträktelsesättet är desto mera underligt som staten sköter den centrala försäljningen genom ett särskilt företag; man kan aldrig komma ifrån att därigenom den måttliga förbrukningen erkänns vara legitim. Den nuvarande tillfälliga begränsningen av alkoholreklamen påstods av direktör Nelker (kanslichef för den statliga upplysningskampanjen) vara "tillkommen som en frivillig överenskommelse"; detta är osanning — överenskommelsen är inte frivillig, utan framtvingad — och talaren måste vara medveten om att han talar osanning. Värst var dock direktör Almebys förklaring att om förbud eller begränsning av reklamen är grundlagsstridig, är det bara att ändra grundlagen, "fastän det tar ju litet längre tid än att ändra vanliga lagar". De för hela vår tryckfrihetsrätt grundläggande principerna skulle alltså utan betänkanne sättas ur kraft i den — sannolikt alldeles fåfänga — förhoppningen att därmed konsumtionen av alkoholhaltiga varor skulle nedbringas. Tendensen att betrakta vanligt hyggligt folks vanor som förkastliga, att se folkmajoriteten som en samling tvivelaktiga personer som behöver förmyndare har sällan så grovt demonstrerats som i denna diskussion.