

## Aprilsnarr i gamle da' r

Det finnes flere teorier om hvordan fenomenet oppsto. Aprilspøken er en gammel skikk og de tidligste henvisningene til aprilspøk er fra 1500-tallet. En av opprinnelsesteoriene går ut på at tradisjonen oppsto etter overgangen fra den julianske til den gregorianske kalenderen som fant sted i de katolske landene i 1582. Det ble da bestemt at nyttårsdag skulle legges til 1. januar. Da en del franskmenn ikke rettet seg etter pavens påbud og holdt fast ved den tradisjonelle nyttårsfeiringen 1. april, ble de kalt narrer og utsatt for narrestreker.

En annen av teoriene, er at aprilsnarr er en narreskikk som kan spores tilbake til Sør-Europa, og de fleste forskerne mener aprilsnarren har sin opprinnelse i det gamle Roma. Skikken å narre april skal egentlig være knyttet til gamle, kultiske narrefester holdt til vårens ære.

Aviser og TV har hatt mange vellykkete spøker gjennom tiden. Den første aprilspøken i en norsk avis kom i 1908.

En av de mest kjente spøkene, er nok da folk ble lurt til å gå på Vinmonopolet med melkespann og bølter, i den tro at det var billigsalg på eller gratis vin å få. Det er en spøk som er blitt gjentatt flere ganger på forskjellig vis, blant annet i 1969.

Den første vinspøken sto i «Aftenposten» 1. april 1950. Vinmonopolet hadde mottatt et større parti rødvin i tønner, men dessverre var det mangel på flasker i tapperiet. Derfor ville Vinmonopolet denne dagen selge den overskytende vinen med 75 prosents rabatt. Kundene måtte bare ta med seg beholdere å transportere vinen i. Allerede tidlig om morgenen hadde mange grabbet spann og dunker for å komme først i køen på Vinmonopolet. Helt som forventet oppsto det lange køer utenfor polets butikker over hele landet av folk som møtte opp med bølter, kanner og dunker, men de ansatte kunne ikke hjelpe noen med billige varer.

På mange større arbeidsplasser med intranett eller posthyller hvor det er lett å komme i kontakt med alle arbeidstakerne raskt om morgenen, er det også enkelt med aprilspøker. Det vanskeligste er vel kanskje å komme på noe som de ansatte virkelig lar seg lure av.