

## 6. Vackra och välklädda: Konstruktioner av respektabla svenska kvinnor under 1950-talet

Emma Severinsson

### Inledning

I slutet av 1950-talet tog författaren Josef Almqvist kontakt med Bertil Lundman, docent i fysisk antropologi vid Uppsala universitet, för att be om hjälp med att hitta lämpliga bilder av olika "rasskönheter". Han efterfrågade bland annat skarpa fotografier av kvinnor av nordsvensk typ och av östbaltisk, alpin, dinarisk och mediterransk ras (Brev från Almqvist till Lundman 24/7 1957). Anledningen till att Almqvist var intresserad av ett sådant material var att han vid tillfället var redaktör för en serie bestående av fyra rådgivningsböcker med titeln *För oss kvinnor* som sedan publicerades 1958. Böckerna var tänkta att vägleda kvinnor i allt från hemarbetet och arbetslivet till relationer och skönhets- och modefrågor. Verken gavs ut i en exklusiv utgåva i skinnband med förgyllt snitt men även i klotband.

I denna artikel undersöks hur mode- och skönhetsrådgivning, utifrån ovannämnda böcker, annan rådgivningslitteratur och svenska modetidningar under 1950-talet, användes som ett medel för att formera och konservera svenskhet genom instruktioner för kroppsvård och klädsel. Det fanns en vilja att bevara det genuint svenska men samtidigt en strävan efter att utveckla svenskarna till deras fulla potential såväl vad gällde kropparna som klädseln. Mode och skönhetsvård var fenomen som främst knöts till kvinnorna vars uppgift var att utgöra tilltalande och välvårdade representanter för folkhemmets faktiska hem. Fokus för denna artikel är därför konstruktioner av svenska kvinnor i populärkulturen.

Almqvist var redaktör för *För oss kvinnor* men de som författade de olika avsnitten om skönhetsvård var övervägande kvinnor, de övriga rådgivningsböckerna är författade av kvinnor och de flesta artiklarna i modepressen var likaså skrivna av kvinnliga journalister. Ibland finns ett mer personligt tilltal i form av ett "vi kvinnor" men i andra fall betraktar

skribenten de svenska kvinnorna med distans. Kvinnorna som uppmanades sträva efter en välklädd, vacker och välvårdad kropp skulle inte enbart göra det för att leva upp till männens förväntningar. Vackra, välklädda och välvårdade svenskor var något som hade en vidare betydelse och skapade stolthet och trivsel i ett större sammanhang än så. Materialet är ett utsnitt ur det som ingår i ett forskningsprojekt om folkhemmets mode.

Den modeteoretiska pionjären John Flügel menade redan 1930 att kläder kommunicerar social tillhörighet och nationalitet (s. 15). Trots det har konstruktioner av nationalitet ofta förbisetts i historisk forskning om mode till förmån för ett klass- respektive genusperspektiv. Hur nationalitet uttrycks genom klädseln kan enkelt undersökas genom till exempel militära uniformer och skoluniformer men finns även uttryckt på ett mer underliggande sätt i mer vardagliga typer av kläder (Maxwell 2019, s. 2–3). Även i den svenska modehistoriska forskningen har kategorin nationalitet varit styvmoderligt behandlad även om det finns några undantag (Bagerius 2019; Blomberg 2006). Hur svenska kvinnokroppar har använts som nationella symboler är däremot mer utforskat (Andersson 2006; Blomberg 2006; Mattsson & Pettersson 2007; Salomon 2007; Severinsson 2018; Tolvhed 2008).

Syftet med denna artikel är att visa hur mode och skönhetsrådgivning, som historiskt sett kodats som ytligt, spelade en betydande roll i skapandet av normer för hur svenskarna, och i synnerhet de svenska kvinnorna, förväntades se ut och hur detta i förlängningen ansågs påverka deras beteenden. Jag undersöker hur föreställningar om ras och svenskhet formulerades i dåtidens mode- och skönhetsrådgivning. Utgångspunkten är att kläder är en central markör för nationalitet och användes som en form av moralisk kompass för hur väl kvinnor passade in i den "svenska kulturen". Nationell identitet kan definieras som en föreställd gemenskap som bland annat formeras genom tryckta medier och även genom mode, teater, musik, tv, film, radio och arkitektur (Edensor 2002, s. 7). Den nationella identiteten och den nationella gemenskapen manifesteras också i vardagliga rutiner så som när vi talar, äter och sover liksom i valet av språk, religion, klädsel och musik (Ehn, Frykman & Löfgren 1993, s. 13–14).

1950-talet har beskrivits som en guldålder för folkhemmet och även som en blomstrande tid för modeindustrin och modepressen. Konfektionsindustrin förändrades och billigare produkter gjorde moderiktiga kläder tillgängliga för

en större del av befolkningen. Det var också en tid då fler modetidningar startades och när de redan etablerade veckotidningarna ägnade allt fler sidor åt de senaste trenderna. Valet att undersöka 1950-talet baseras på den växande konsumtionskulturen som brukar tillskrivas perioden och det större utrymme som mode fick i den tidens populärkultur, vilket inte minst speglades i att modejournalistiken tog mer plats. Kvinnor tilltalades som och tillskrevs vidare aktörskap som konsumenter under folkhemsperiodens första årtionden. Det är därför fruktbart att undersöka hur kvinnor som konsumenter av mode förväntas förhålla sig till inköp av kläder.

I 1950-talets folkhem konstruerades en ny kollektiv identitet kring idén om den vanliga, ordinära svensken (Salomon 2007, s. 191). Ett föreställt "vi" som en enhet är en central del i processen av formerandet av en nation (Edensor 2002, s. 7). Längtan efter det moderna skapade en homogenisering av vanor, rutiner och preferenser. Efterkrigstidens vardagliga hembyggen bidrog också till en viss inställning till konsumtion, stil, smak och familjeliv som kom att uppfattas som "något typiskt svenskt" (Ehn, Frykman & Löfgren 1993, s. 65). Kulturgeografen Irene Molina menar att nationen och hemmet kan "sägas befinna sig mitt i skärningspunkten mellan makten och de sociala konstruktionerna kön, ras och klass" (Molina 2007, s. 15). Den svenska välfärdspolitiken handlade om att tillrättalägga samhället och inte minst familjelivet skulle anpassas efter folkhemmets ideal (Salomon 2007, s. 205). För att få de svenska medborgarna att uppfylla dessa krav behövdes fostran genom upplysning och rådgivning. Både politiska och kommersiella aktörer arbetade med att sprida kunskap om de nya funktionalistiska och rationella principer som skulle styra hur hemmen utformades och därmed även hur konsumtionen skulle hanteras (Alexius & Löwenberg 2012; Broberg & Sandström 2018).

Historikern Karin Carlsson (2013) visar i sin studie om hemvårdarinnor hur hemmet sågs som en samhällelig och politisk angelägenhet och hur de sociala ingenjörerna och andra professionella aktörer skulle arbeta för god hygien och hälsa i hemmen. Familjerna ansågs behöva höja sin hygieniska standard och därmed bli goda medborgare (Carlsson 2013, s. 41–48). Jag menar att de här resonemangen även bör inkludera mode och hur kläder användes för att skapa respektabla medborgare. Nya roller och nya krav på människor kräver ofta även nya klädkoder som tydligt avspeglas i synen på mode (Edwards 2015, s. 8–9). Det är allmänt vedertaget att kläder är ett socialt fenomen men

det har också poängterats att förändringar i klädseln *är* social förändring. De plagg vi väljer eller uppmanas att klä oss i har således en potential att även vara medskapare i olika sociala förändringsprocesser (Hollander 1994, s. 4, 13). På samma vis menar modeteoretikern Elizabeth Wilson att mode ska förstås som ett kulturellt fenomen som har förmåga att uttrycka idéer, begär och tro (Wilson 2003, s. 9).

Den teoretiska utgångspunkten för studien är förankrad i Beverly Skeggs respektabilitetsbegrepp. Respektabilitet kan beskrivas som ett kluster av tecken, ekonomi och praktiker som är tätt sammanlänkade med klasstillhörigheter (Skeggs 2000, s. 31). Den förutsätter alltid ett motsatspar för att kunna upprätthållas, det vill säga de som uppfattas som respektabla och de som inte gör det. Respektabiliteten konstrueras av godtagbara former för beteende, språk och utseende som fungerar som sociala regler och moralkoder (Skeggs 2000, s. 78). Skeggs studie av respektabilitet grundar sig i en analys av brittiska kvinnor som tillhörde arbetarklassen under 1980- och 90-talen. Kontexten som jag undersöker skiljer sig från den som Skeggs utgår ifrån, men jag menar att respektabilitet kan användas som en ram för att identifiera vad en respektabel medborgare är. Respektabilitet blir då ett begrepp för att ringa in vilka egenskaper och aspekter som konstruerar respektabla medborgare vid en viss tidpunkt och i en viss kontext. Respektabilitetsbegreppet har också använts i flera svenska studier som till exempel i relation till barnbegränsandets idé och praktik från sent 1800-tal till 1940-talet och till hur svenska sexualitetsideal möter föreställningar om ras, etnicitet och klass hos unga kvinnor med bakgrund i Latinamerika under 2000-talet (Kling 2007; Lundström 2010).

Anledningen till att jag i första hand använder begreppet respektabilitet och inte det svenska skötsamhet är att Skeggs begreppsapparat utgår från skapandet av godtagbara femininiteter. Vi föds med olika ekonomiska, kulturella och sociala förutsättningar och till detta för Skeggs också kroppsliga förutsättningar som "inte nödvändigtvis passar in i de teckensystem som definierar vad det är att vara attraktiv" (Skeggs 2000, s. 164). En viktig del i att vara en respektabel kvinna är också att ha kunskap om vilka kläder som är rätt vid ett visst tillfälle, hur de ska bäras och var de ska köpas och så vidare (Skeggs 2000, s. 166). Begreppet kan därför användas för att förstå och förklara hur mode bidrog till att konstruera en önskvärd svensk kvinnlighet. Detta är starkt beroende av den samhälleliga kontexten

där 1950-talets folkhem är viktigt för att förstå hur klädseln bidrog till att upprätthålla och formera önskvärda medborgare. Klädsel och mode-medvetenhet liksom god smak sågs som viktiga komponenter i vad som kunde anses vara respektabelt eller inte.

Processen att skapa en viss typ av medborgare kan också beskrivas med begreppet kulturell kloning, som innebär ett systematiskt reproducerande av likhet. Ras- och rasismforskarna Philomena Essed och David Theo Goldberg (2002) menar att kloningen är starkt förankrad i relation till ras/etnicitets-, genus- och klasstrukturer. Kloningskulturen baseras på att en viss typ av människa konstrueras som önskvärd. Idealet etableras och reproduceras inom politiken, juridiken och inom militären, utbildningssystemet, estetiken, massproduktionen och populärkulturen. Processen bygger på att patriarkala strukturer upprätthåller och bevarar normer som befäster privilegier för vita medelklassmän. Det beskrivs som ett explicit val att upprätthålla denna struktur av hegemonisk konsensus där likhet är önskvärd. Produktion, konsumtion och estetik kan används som medel för standardisering och homogenisering av människor och även utesluta de som inte passar inom normen (Essed & Goldberg 2002).

Cultural cloning is predicated on the taken-for-granted desirability of certain types, the often-unconscious tendency to comply with normative standards, the easiness with the familiar and the subsequent rejection of those who are perceived as deviant. (Essed & Goldberg 2002, s. 1070)

I likhet med respektabilitetsbegreppet finns det, menar jag, en allmängiltighet i begreppet kloning som kan användas för att visa hur man vid en viss tidpunkt arbetar med att föra vidare och implementera olika normer och ideal och inte bara som Essed och Goldberg framhåller på olika platser utan även i skilda tider. Termen kloningskulturer används här för att skapa en djupare förståelse för hur modetidningar och rådgivningsböcker användes för att konstruera en viss typ av svensk medborgare under 1950-talet. Jag ser således både klonings- och respektabilitetsbegreppen som ett ramverk vars komponenter är föränderliga över tid. Med utgångspunkt i 1950-talet undersöker jag vilka kvinnokroppar som vid tiden uppfattades som svenska för att sedan analysera vilken betydelse klädseln spelade i konstruktionen av svenskhet. Det handlar om vilka kroppar och vilken klädsel som ansågs passa in i folkhemmet och hur den kulturella kloningen och skapandet av respektabilitet tog sig uttryck.

## Svenska kvinnokroppar

I *För oss kvinnor* betonas att den svenska typen är ”den som genom sin, starka, sunda kropp, sitt klara, friska ansikte med milda färger och hela sin fräscha, naturliga atmosfär gjort den svenska kvinnans skönhet världsberömd” (Almqvist band 3 1958, s. 34). Detta ligger i linje med att vissa påstådda särdrag brukar pekats ut för att ringa in vem som kan betraktas som svensk. Bland annat brukar hud-, hår- och ögonfärg liksom formen på huvud, näsa, ögon och läppar användas för att beskriva svenskars utseende. Blont hår, reslighet och en rak kroppsform är viktiga element för att konstruera föreställningar om hur svenskar ser ut (Werner 2014, s. 46).

I band ett av *För oss kvinnor* utreds hur kvinnors skönhet kan förstås i relation till olika nationaliteter och rasgrupper. Läsarna får bland annat veta att det finns olika premisser för hur skönhet har upplevts historiskt men även hos olika folkgrupper. Det innebär, förklarar skribenten, att vad som uppfattas som vackert kan skifta och skönheten påverkas av miljö, landskap, klimat, föda, arbete, motion och själsliga uppgifter. I denna tankefigur räcker inte ras till för att avgöra vem som är vacker utan även psykologiska orsaker behöver vägas in (Almqvist 1958 band 1, s. 31). Trots detta resonemang fokuserar en betydande del av *För oss kvinnor* som bär underrubriken ”Hälsa – hållning – skönhet” på just diskussioner om ras. I kapitlet ”Skönhet över hela jorden” framhålls att det finns vissa medfödda förutsättningar för att kunna anses som vacker:

Naturen måste ge oss några tilltalande ansiktsdrag och några vackra figurlinjer för att vi över huvud skall ha något att utveckla från spirande anlag till verklig skönhet. Vi talar här om en människas ras eller hennes biologiska arvstyp. (Almqvist 1958 band 1, s. 145)

De flesta svenskar pekades ut som tillhörande den nordiska rasen vilken identifierades genom lång- och högskallighet, smärt kroppsbyggnad, guldblont eller askblont hår och blå ögon (Almqvist 1958 band 1, s. 31). Föreställningen om en nordisk ras etablerades när den svenska rasforskningen tog fart från och med slutet av 1800-talet. En stor undersökning gjordes vid tiden för att utreda hur utbredningen av den nordiska rasen såg ut och inom Statens institut för rasforskning var tankegångarna om den nordiska rasen centrala. Begreppet användes också av nazityska rasforskare. Redan under 1930-talet började dock relevansen av att

kategorisera människor som tillhörande den nordiska rasen ifrågasättas även om klassificeringen inte övergavs (Ericsson 2020, s. 158–161).

I *För oss kvinnor* konstateras dock att det finns stora missuppfattningar vad gäller ras så som till exempel att många tror att alla individer är renrasiga och att enbart renrasiga personer kan vara vackra. Sverige beskrivs som det rasmässigt mest enhetliga landet i hela Europa och den nordiska rastypen sägs dominera starkt i landet. Endast 15 procent av svenskarna ansågs dock vara helt renrasiga medan de resterande hade större eller mindre inslag av östbaltisk och alpin typ: "Att vi inte är 100 procent nordras syns redan av exempelvis att genomsnittssvenskan har något mörkare hår än vad vi finner hos den oblandade nordtypen" (Almqvist 1958 band 1, s. 145).



*Rank, frisk, stolt... genom tusende år har nordisk hållning präglat den svenska kvinnan*



*Fin dotter av ett bondeland — en naturligare kvinna än den norska finner man sällan*

Den svenska och den norska kvinnan.

Kapitlet är illustrerat med tolv sidor med sammanlagt 45 fotografier av kvinnor av olika nationaliteter och raser med förklarande bildtexter, vilket indikerar att Almqvist fick ett positivt svar på sin förfrågan om fotografier. Upplägget för tankarna till de böcker som Herman Lundborg publicerade under 1920-talet när han kartlade olika rastyper (Lundborg 1927). Under ett fotografi av en leende kvinna med mellanblont står "Rank, frisk, stolt... genom tusende år har den nordiska hållningen präglat den svenska kvinnan" (Almqvist 1958 band 1, s. 146). Med andra fotografier följer beskrivningar som "Bakom ungerskans runda, breda drag lovar traditionen oss

temperament och hetsighet” och ”Modern kubanska... hon tycks veta att ett drag av spotskhet kan locka många män” (Almqvist 1958 band 1, s. 156). Här synliggörs ett antagande om att det utifrån kvinnornas nationalitet och utseende gick att identifiera vilka egenskaper som utmärkte dem. Fotografierna av de europeiska kvinnorna visar enbart deras ansikten medan indonesiska och tahitiska kvinnor och ”flickor från zulustammen” porträtteras avklädda med exponerade bröst eller fullständigt nakna (Almqvist 1958 band 1, s. 146–157). Under bilden av ”en flicka från Chile” får läsaren veta att ”vi gissar på mediterrän skönhet och nordisk friskhet bland förfäderna” (Almqvist 1958 band 1, s. 156).



*Ovisst om med rätta utläser vi allvar och tungsinne ur dessa mongoliska kvinnors ansikten*      *Det nya Kina vill visa världen en frisk och effektiv typ, samtidigt är rasens vänlighet kvar*

Mongoliska och kinesiska kvinnor. Bildtexten till höger konstaterar att ”Det nya Kina vill visa världen en frisk och effektiv typ, samtidigt är rasens vänlighet kvar”.

Författaren menar vidare att synen på ras har förändrats och att ”vi nu ser skönhet i den alpina typens runda, mjuka, färgstrålande ansikte, i negrernas primitiva, kraftfulla drag och hos mängder av raskorsningar med oregelbundna, intressanta och personliga särmärken” (Almqvist 1958 band 1, s. 158). Det framhålls också att det finns en förlegad syn på ras som författaren vill ta avstånd ifrån genom att betona att ”vi i Europa lärt oss uppskatta vissa negertyper som fulländade vilket var otänkbart för några 100 år sedan då negern betraktades som ett monstrum” (Almqvist 1958 band 1, s. 27). Under 1920-talet letade sig rasbiologiska tankegångar in i populärkulturen och svenska veckotidningar tog inspiration från dem som

utgångspunkt för att föra fram en mall för svenska ideala kvinnor (Severinsson 2018, s. 143). Tabeller med precisa mått efter vilka läsarna uppmanades förändra sina kroppar publicerades, det vill säga att rasbiologin populariserades. Även om resonemangen om skönhet rymde en större problematisering i *För oss kvinnor* än under mellankrigstiden fanns föreställningarna om raser delvis kvar. Även exotiseringen och objektifieringen av icke-vita och utomvästerländska kvinnors kroppar var påtaglig. Det finns exempelvis ett avsnitt som handlar om afrikanska folkslag där kvinnokroppar beskrivs ingående och vissa kvinnor sades ha "getbröst" (Almqvist 1958 band 1, s. 34, 160). En illustration avbildar en naken kvinna och kompletteras med texten "Hottentottkvinnan har av naturen en benägenhet för steatypogi, dvs. fettstjärt" (Almqvist 1958 band 1, s. 34).

I rådgivningsboken *Våga vara vacker* framhölls att det inte finns några universella skönhetsmått och att om en "en hottentott kom hit skulle han ha det ledsamt i ett land där han aldrig kunde hitta en riktig, riktig fettstjärt" (Bjurström 1952, s. 14). "Redan i Europa finns det ju flera olika raser" betonade författaren Betty Bjurström och fortsatte som följer:

Vi har till exempel högvuxna och slanka nordbor och lågvuxna och slanka medelhavsfolk och så undersätsiga mellaneuropéer. Var och en av dess raser har väl skönhetsideal som är naturliga för dem. (Bjurström 1952, s. 21)

Baserat på undersökningen av *För oss kvinnor* och *Våga vara vacker* fanns det i skönhetskulturen fortfarande, om än inte lika utpräglat som tidigare, föreställningar och antaganden om att ras kunde användas som förklaringsmodell för vad som var vackert, men också att rastillhörigheten var avgörande för vad man uppfattade som vackert.

Johan Fornäs (2004) menar att rasdiskurser utgår från kroppsliga distinktioner som uppfattas som naturliga medan etniska diskurser i stället utgår från skillnader i traditioner och livsmönster. Båda dessa diskurser kan dock användas som strategier för att "frysa fast kulturell identitet till ett närmast evigt och inneboende väsen" (Fornäs 2004, s. 194). I resonemangen ovan blandas dessa två diskurser samman för att bilda en föreställningsvärld där människor skiljs åt både kulturellt och kroppsligt.

Ett lands befolkning förutsattes vidare ge ett visst enhetligt intryck som baserades på rasproportioner och de psykiska egenskaper som följde av dessa. Svenskarna beskrivs som ett blont, storvuxet och lugnt folk och italienarna som mörka, kortvuxna och livliga (Almqvist 1958 band 1, s. 145, 158). Trots att det inte finns en uttalad värdering i jämförelsen mellan svenskar och italienare är det ändå svenskarna med sitt lugn, blonda hår och storvuxna kroppar som underförstått var idealet. Trots resonemangen om att det inom samtliga rasgrupper finns skönheter och att vad som anses vara vackert skiljer sig från folk till folk, är det ändå den nordiska rasen som värderas högst. Slanka, friska och stolta svenskor av nordisk ras framställdes helt enkelt som överlägsna alla andra kvinnor. Även om den rasdiskussion som fördes tidigare under 1900-talet kritiserades och trots att en viss grad av rasblandning accepterades syns ändå spår av att det önskvärda var en viss ras i en viss nation – det vill säga rasblandningen fick inte gå för långt och hota det genuint svenska. I de flesta rådgivningsböcker och modetidningar som innefattas i denna studie förekommer inte denna form av direkta och explicita kopplingar mellan ras och skönhet men det finns vissa undantag. I den första svenska modetidningen för tonårsflickor *Ton-års-ton*, 1962, dök exempelvis rasbegreppet upp. Utomlands sades de svenska flickorna vara beundrade för att "det är stil och ras" över dem. De utmärktes av sina långa, graciösa, vackra och smäckra linjer. En svensk tonårsflicka var "som ett fullblod" enligt redaktören som också var ägare till Värnamo Konfektions AB, som stod bakom utgivningen av tidningen (*Ton-års-ton* 1962, s. 6).

Trots att den svenska skönheten gång på gång framhölls uppmanades läsarna att följa de mängder av råd som fyller böckernas sidor. De handlade om bantning, sminkning, grace, kroppshållning, träning, skönhetsvård med mera. En mängd detaljrika beskrivningar av hur kroppen skulle se ut presenterades:

Kroppenslängd =  $7 \frac{3}{4}$  gånger huvudets höjd", "Från hjässan till blygdhårens övre gräns skall vara lika med halva kroppslängden. Brösten skall sitta mellan 3:e och 7:e revbensparet: vårtorna uppskjutna över vårtgården, ej längre ned än 5:e revbensparet och ett inbördes avstånd på minst 20 cm. (Almqvist 1958 band 1, s. 288)

I rasbiologisk anda framhölls att "om vi voro riktigt stränga, skulle vi för det första arbeta fram ett proportionsschema för varje enskild ras och för det andra ytterligare findela detta schema". I boken finns en utvikbar plansch som visar modeller av olika kvinnokroppar ordnade efter fem typer: "liten och slank", "liten och fyllig", "medeltyp", "lång och slank" och "lång och fyllig".

Rådgivningen som är anpassad efter svenskornas olika kroppstyper visar att det fanns en medvetenhet om att alla svenska kvinnor trots allt inte rymdes inom samma mall och inte heller skulle ha möjlighet att transformera kropparna i tillräckligt hög grad för att kunna göra det. I en tabell angavs dock precisa mått på flera olika kroppsdelar som lår, ankel och hals för de olika kvinnotyperna medel, lång och slank, liten och fyllig och så vidare (Almquist 1958 band 3).



"Fördelaktigt för figuren". Guide med anpassade råd om mönster och övrigt lämpliga för olika kroppstyper.

Dessutom fanns en detaljerad guide för vilka kläder som bäst passade respektive kroppstyp. "Den lilla fylliga figuren" sades orsaka flest problem eftersom konfektionen sällan erbjöd alternativ för denna kroppstyp. De små runda kvinnorna uppmanades att klä sig i raka plagg som inte markerade höftpartiet och de rundryggade modellerna var i det närmaste förbjudna eftersom "de kan få henne att rulla fram som en fotboll" (Almquist 1958 band, 3 s. 23–32). Det var alltså möjligt att dölja sin icke-respektabla kropp under

respektabla kläder för att närma sig idealet så mycket som möjligt. Kloningen av ideala kvinnor hade således sina naturliga begränsningar men såväl rådgivningslitteraturen som modetidningarna arbetade för att de kvinnor som föll utanför den kroppsliga normen skulle kunna dölja sina skavanker.

Kroppstyperna knöts även samman med olika rastillhörigheter, exempelvis beskrevs små och fylliga kvinnor som pykniska varianter inom alpin och östbaltisk ras, medan långa slanka kvinnor i huvudsak placerades inom den nordiska rasen. Läsarna uppmanades att identifiera sin typ för att sedan mäta den egna kroppens olika delar; allt från vaderna till huvudhöjden till axelbredden, halsens omfång, låren, ovanför knäna och andra kroppsdelar. Det fanns en påtaglig och tydlig vilja att klona en viss typ av kvinnokropp efter precisa mått. Under mellankrigstiden blev denna typ av tabeller och precisa mått vanliga i veckotidningarna och hade tydliga rasbiologiska konnotationer (Severinsson 2018, s. 144–145). Det fanns fortfarande spår av denna rasbiologiska skönhetskultur i 1950-talets mode- och veckotidningar även om den inte längre var lika stark som under 1920- och 30-talen. I *Femina* fanns till exempel en spalt där läsarna kunde ställa frågor till skönhets-experten Margit Bergwall. Kvinnor skickade in måtten på sina olika kroppsdelar för att få svar på om de var "normala". En läsare fick veta att hennes mått behövde justeras och att de proportioner som hon borde sträva efter var: "byst: 84 á 85m, midja 62 á 63 och höfter 86 á 87" (*Femina* nr 4 1957, s. 45). Samma tidning uppmanade läsarna under rubriken "Bli en ny kvinna" att skicka in beskrivningar av sina kroppstyper och erbjöd dem sedan hjälp att klä sig rätt för att komma så nära idealtypen som möjligt (*Femina* nr 5 1957, s. 19). I denna dubbeltydighet, där svenskorna å ena sidan ansågs ha naturligt vackra kroppar men å andra sidan ständigt behövde förbättra dem för att fullt ut accepteras, spelar de kommersiella drivkrafterna också in. Försäljningen av rådgivningslitteraturen som modetidningarna var beroende av att upprätthålla var beroende av att de svenska kvinnorna ville förändra sina kroppar. Den påstådda medfödda svenskheten underordnades också möjligheterna att transformera kropparna efter idealet.

Johan Fornäs har undersökt jazzmusikens inträde i det svenska folkhemmet. Han menar att "efter andra världskriget har rasbegreppet förvisso trängts undan i åtminstone den svenska kulturmiljön och blivit i det närmsta tabubelagt utanför begränsade sekter" (Fornäs 2004, s. 195). I de modetidningar jag har undersökt från 1950-talet användes, med ett par

undantag, inte rasbegreppet explicit men det är tydligt att inspirationen från rasbiologin levde kvar så långt även om just denna studie enbart kan säga något om ett utsnitt av dåtidens skönhetsrådgivning. Almqvist uttrycker en viss tveksamhet kring om han kommer att få hjälp att ta fram de bilder, av kvinnor av olika ras, som han efterfrågade. Han förmodade dock att hans "gamle vän" Jan Arvid Böök, som var dåvarande chef för Rasbiologiska institutet, skulle ställa sig välvillig till att låta honom låna bilder ur institutets arkiv, men avslutade brevet med följande rader:

Fast jag vet naturligtvis inte, huruvida han under den våg av miljöintresse, som f.n. på ett rent egenartat sätt behärskar antropologin, uppfattar idén att avbilda rasskönheter. (Brev från Almqvist till Lundman 24/7 1957)

Det går utifrån detta brev att se en avmattning eller tveksamhet till självklarheten i att använda rasbegreppet. Vid tiden pågick en vetenskaplig diskussion om huruvida rasbegreppet var fortsatt fruktbart att bruka eller inte och på vilket sätt det i så fall borde användas (Ericsson 2020). Lundmans syn på ras kan i stället kopplas samman med det tidiga 1900-talets rasforskning och hans tankesätt kring ras ska inte ses som allmängiltigt för tiden. Samtidigt publicerades trots allt sida upp och sida ner i *För oss kvinnor* om skönhet där rasbegreppet användes och det fanns även tydliga spår av det förkrigstida rastänkandet i *Ton-års-ton* och *Våga vara vacker*. Böckerna och tidningen riktade sig till en bred publik, vilket bör indikera att det fanns, i alla fall en viss, acceptans för att tänka kring ras även mer allmänt.

Det fanns, som konstaterats, en glidning eller dubbelhet i tankesättet om vackra kroppar inom skönhetskulturen. Å ena sidan fanns en grundläggande övertygelse om att den biologiska skönheten var baserad på ras. Å andra sidan räckte inte biologin till för att de svenska kvinnokropparna skulle värderas som vackra. Skönheten behövde vårdas och till hjälp fanns de olika tränings-, bantnings- och skönhetsråden som i nästintill oändlig mängd återfanns i den tidens tidningar och rådgivningsmaterial. Svenskheten framställdes på en och samma gång som biologisk och konstruerad. Här syns en vilja att klonas svenska kvinnor efter en viss modell. Biologiska förutsättningar räckte inte till för att kropparna skulle anses som genuint svenska fullt ut. Kloningen tar sig uttryck i en rådgivning om inte lämnade mycket utrymme för individualitet. En nyckel till att vara en "riktig" svensk

innebar dock inte enbart att tillhöra en viss ras och uppvisa en viss kroppstyp, utan det ansågs vara lika viktigt att vara välklädd.

## **Väklädda svenska kvinnor**

Hemmet sågs som navet i det svenska folkhemmet både utifrån hur det skulle användas och inredas. Det skulle utformas enligt funktionalistiska principer där enkelhet och rationalitet var eftersträfvansvärt. Historikern Ronny Ambjörnsson (2017) har identifierat hur ett ideal om den skötsamme arbetaren växte fram under 1800-talet för att sedan leva vidare under folkhemsperioden. Skötsamhetsidealet utgjordes kortfattat av ingredienser som bildning, pliktkänsla och ansvar. Kärnfamiljen, som gärna skulle bosätta sig i tidens moderna funkisvillor, bestod av den pålitliga arbetaren och den ordentliga husmodern (Ehn, Frykman & Löfgren 1993, s. 204). Historikern Maria Göransdotter menar att under 1930-talets lades grunden för den hempropaganda som förordade en ny sorts kvinna som skulle inreda, arbeta och bo i de nya hemmen. Kvinnan kom att ses som hemmets galjonsfigur som skulle ha förmågan att vara funktionell och modern inom vissa gränser (Göransdotter 1999, s. 51, 53). Svenskarna skulle dock inte enbart kännetecknas av välskötta hem och ett korrekt uppförande – de behövde också klä sig på rätt sätt. Just därför är det viktigt att undersöka hur rådgivningen om moderiktig klädsel förhöll sig till tidens ideal om likhet, funktion och rationalitet. 1950-talets folkhem hade, enligt en skribent i *För oss kvinnor*, bidragit till att de flesta svenska familjer kunde kosta på sig stilfulla kläder och ett vårdat yttre (Almqvist 1958 band 1, s. 22). I *Eva – Bonniers månadstidning* framhölls att det går att piffa upp en garderob genom noggrann planering även med små medel och att väkläddheten inte behövde begränsas genom en kringkuren ekonomi (Eva – Bonniers månadstidning mars 1958, s. 63). Utvecklingen som betydde att fler svenskar hade möjlighet att konsumera kläder väckte alltså en insikt om att detta nya konsumtionsmönster behövde hanteras.

Det var inte enbart klädernas snitt som var viktiga att ha kunskap om utan även att plaggen skulle matcha svenskornas hår- och hudfärg. I *Eva – Bonniers månadstidning* konstaterades att svenskorna redan klädde sig smakfullt och balanserat. Svenskorna utmärktes av "slankheten, fräschören, charmen, den magnifika hållningen och därtill ett klädurval utan konkurrens i världen" (Eva – Bonniers månadstidning maj 1956, s. 43). De tillskrevs vidare en utsökt

smak, vilket förstärktes av att de valde rena linjer utan bjäfs i nyanser som klädde dem och framhöll deras egna milda färger (Eva – Bonniers månadstidning maj 1956, s. 43). I *Våga vara vacker* betonades att svenska kvinnor klädde sig i diskreta toner och förstod att måttfullhet utan rysch och pysch var det rätta (Bjurström 1956, s. 9, 50). Tankarna om att ljusa toner och måttfullhet passade de svenska kvinnornas färger särskilt väl kan kopplas till det vithetsideal som gällde i en bredare kontext. Konstvetaren Jeff Werner har identifierat en liknande uppfattning när det gällde synen på svensk design under 1930-talet. Den ljusa designen ansågs kort och gott harmonisera med det blonda och bleka svenska, det vill säga på samma vis som klädseln skulle matcha hudfärgen förväntades även inredningen göra det (Werner 2014, s. 208). Svenskorna beskrevs som "bleka" och "milda" i hud- och hårfärgen, men det finns också mer explicita kopplingar mellan svenskhet och vithet. I *Konsten att bli vacker* varnas läsarna för att lockas till att bli alltför solbrända under semestern och därmed "brun som en neger" utan i stället bör de sträva efter att få en "lagom solgyllen frisk sommarfärg" då en brunbränd hud uppfattades som grövre och rynkigare (Jörge 1956, s. 64). Det ljusa och vita var en viktig komponent för att kvinnorna skulle uppfattas svenska. Filmvetaren Richard Dyer (1997) menar att vithet innefattar en dubbelhet genom att den på en och samma gång är osynlig och synlig. Vithet har historiskt sett kopplats till renhet, renlighet och oskuldsfullhet (Dyer 1997, s. 45, 47, 70). I exemplet från *Eva – Bonniers månadstidning* ovan kopplas svenskornas milda färger samman med fräschör och "rena linjer". Helheten konstruerar en vit och respektabel svensk kvinna som har förmåga att klä sig enkelt, men vackert.

Ett rationellt förhållningssätt till moderiktig klädsel utgjorde ett nav i konstruktionen av svenskhet i modetidningarna. Svenskornas slanka kroppar, hållning, charm och fräschör utgjorde grunden för att kunna bära upp de moderna plaggen. Detta visar att det fanns en enhetlig syn på hur svenskorna såg ut. Svenskorna berömdes för att de hade öga för vad som passade sig och inte – de valde aldrig bjäfs utan rena linjer. I tidningen *Evas modespegel* diskuterades varför just dräkten blivit så populär bland svenskorna och även här framhölls deras fysiska fördelar "ty här i landet finns ju många slanka, välväxta kvinnor som både passar i och trivs i dräkt" (*Evas modespegel* nr 1 1950, s. 14). Även i *För oss kvinnor* fördes det fram att den långa slanka typen var den som oftast kallades för mannekängfigur och att det också var denna som enklast kunde bära upp de kläder som "enligt vår smak

kallas exklusiva". Tankar om en enhetlig svensk smak framträder här och det understryks också att det svenska klädidealet oftast baserades på den smärta nordiska rasen. En kritik riktades samtidigt mot standardiseringen, och även globaliseringen, inom klädindustrin som ansågs ha gjort att hundratals miljoner östasiater gick runt oestetiskt förklädda till västerlänningar (Almqvist 1958 band 1, s. 287–288). En anpassning av klädseln baserad på rastillhörighet fördes fram som lösningen på denna problematik.

Trots de översvallande orden om svenskornas redan fulländade smak och klädsel rådde inte konsensus om de redan var fullärda. "Om man med friska ögon tittar på en medelsvensk folksamling, så är varken männen eller kvinnorna, särskilt vackert klädda" menade en skribent i *Evas modespegel* (Evas modespegel nr 1 1950, s. 13). I stället såg de lite slappt brokiga och obestämda och alltför massiva ut. Detta skulle kunna betyda att konfektionen ännu inte kunnat ge sitt bästa. Men det kan också betyda att vanlig, normal god smak är något som är ganska sällsynt. I *För oss kvinnor* betonades att den som var svag för tingeltangel borde strama upp sig och ta avstånd från en sådan irrationell klädsel (Almqvist 1958 band 3, s. 22). Etnologerna Billy Ehn, Jonas Frykman och Orvar Löfgren skriver om de svenska hemmen under 1950-talet att "[d]en frodiga vulgaritet med rysch och pysch i storblommigt eller knallfärgat, som återfanns i tyska, engelska och amerikanska vardagsrum drevs på flykten i Sverige" (Ehn, Frykman & Löfgren 1993, s. 63).

Samma idéer som fanns om heminredning återspeglades i hur klädseln skulle utformas för att passa svenska förhållanden. Råden och pekpinnarna om att undvika det extravaganta och pråliga visar att det fanns en önskan om att klona en viss typ av svensk kvinna. Detta gjordes genom att avgränsa vad som var respektabelt och inte. Det icke-respektabla personifierades i kläddockan som hade sin motsvarighet i det manliga modelejonet och som symboliserade vad som ansågs vara en alltför flärdfull klädsel vid tiden (Severinsson 2020). Svenska kvinnor fostrades helt enkelt till god smak baserad på rationalitet och funktionalitet. Det fanns heller inga ursäkter för att inte vara respektabelt klädd oavsett hur den egna ekonomin såg ut. I stället sattes ett värde i att även med en begränsad ekonomi kunna uppvisa ett smakfullt och välvårdat yttre. En viktig pusselbit till att vara välklädd låg i att undvika "planlösa inköp" (Hagdahl 1954, s. 89). Garderoben skulle i stället planeras noga och för den som var osäker kunde rådgivningsböckerna och modetidningarna vara behjälpliga. I dessa fanns nämligen klädscheman som visade vilka plagg som

borde finnas i svenskornas garderober för att de skulle kunna vara presentabla i olika sammanhang (Bonniers månadstidning nr 8–9 1952, omärkta sidor; Almquist 1958 band 3, mittuppslag, omärkta sidor; Söderlund 1951, s. 74–75).

För att vara välklädd behövdes heller ingen exklusiv elegans utan "poplinkappan från i våras kan vara lika smakrik och uppslagsgivande som en nysydd skraddardräkt bara den ... klär sin bärarinna" (Eva – Bonniers månadstidning mars 1958, s. 6). Även i rådgivningsboken *Hög klack till långbyx?* poängterades att ingen skulle behöva vara generad över att gå klädd i samma kappa eller klänning i sju-åtta år utan det tydde på ett sinne för kvalitet och en utvecklad smak (Söderlund 1951, s. 49). En varaktigt moderiktig klädsel förespråkades, vilket egentligen går emot hela grundprincipen där föränderligheten i själva verket är det som utgör mode, och läsarna uppmanades att inte falla för flyktigheten. De välklädda, och därmed rätt klädda, svenska kvinnorna skulle vara moderiktiga men rationella, lägga tid på sitt yttre men utan att vara ytliga. De skulle göra förnuftiga, medvetna och ekonomiska val och därmed välja plagg som kunde hålla i flera säsonger i stället för ett uppblossande "dagslänmode" (se till exempel Eva – Bonniers månadstidning januari-februari 1956, s. 35).

En skribent delade med sig av en händelse då hon helt förförts av en kappa efter parisisk design, som inte alls var särskilt klädsam vid närmare eftertanke. Därför ifrågasatte hon sitt eget och andra kvinnors självständiga omdöme och undrade om det inte fanns en tydlig norm för vad elegans var och om kvinnor enbart var benägna att "endast se genom det dagsaktuella modets magiska glasögon?" (Bonniers månadstidning nr 2 1952, s. 6). Skribenten lyckades här skapa ett "vi" av svenska kvinnor som borde kunna värja sig mot den parisiska flärdfullheten och samtidigt markera vikten av att följa tidningens tips. Strävsamhet och gemenskap som var tydliga ideal för 1950-talet ansågs inte vara förenliga med ytlighet och kommersialism (Salomon 2007, s. 223). Även här syns ett avståndstagande från det ytliga och kommersiella. I stället betonades vikten av att stå emot impulsen att följa modet alltför slaviskt och därmed falla för kommersiella krafter.

"Klädlyx kan köpas för pengar", betonades i rådgivningsboken *Att vara välklädd* från 1954, "men det kan inte klädkultur, som är en kombination av egenskaper och kunskaper" (Hagdahl 1954, s. 8). Ingen borde bli slav under

modet eller sträva efter att vara hypermodern, enligt råden i boken, utan välja diskreta, praktiska och klädsamma plagg för att främja "egen och andras trevnad" (Hagdahl 1954, s. 9). För att tillägna sig förmågan att vara välklädd betonades att kvinnorna var i behov av vägledning. Modetidningarnas roll var att ta ansvar för att svenska kvinnor skulle lära sig att navigera i det parisiska modet och helst skulle de också klä sig i plagg från den svenska konfektionsindustrin. Den kritiska blicken på det mode som spreds från Paris var långt ifrån ny vid tiden, utan det franska modet hade sedan lång tid tillbaka betraktats med tveksamhet i Sverige. Under 1700-talet förlöjligades de franska modenyheterna bland annat i pjäsen *Den svenska sprätthöken* och det var tydligt att den överdrivna lyxen inte ansågs passa in i Sverige. I slutet av 1800-talet vände sig i sin tur dräktreformrörelsen mot det alltför utsvävande parisiska modet som ansågs vara ohygieniskt. I stället förespråkades en enklare dräkt som skulle vara vacker men inte alltför flärdfull och originell utan att vara spektakulär, ett mode som skulle passa fria svenska kvinnor bättre (Bagerius 2019, s. 235).

I 1950-talets modetidningar intogs en medelväg där tidningarna tillsammans med den svenska konfektionsindustrin tog ansvar för att anpassa det franska modet för de svenska kvinnorna. Tidningarnas roll var således att översätta modenyheterna från Paris till svenska förhållanden och hjälpa läsarna att välja ut det som var klädsamt för just svenska kvinnokroppar och därmed lämpade för den enkla medborgaren i folkhemmet. "Klädförståendet" som tillskrevs svenska kvinnor sattes som motpol till flyktigheten (Eva – Bonniers månadstidning januari-februari 1956, s. 35). Det svenska folkhemmet präglades under 1950-talet av ett avståndstagande från flärd och lyx till förmån för trygghet och strävsamhet (Salomon 2007, s. 218). Detta lyste igenom i artiklar och reportage om mode där utsvävningar och det extravaganta inte platsade i svenskornas garderober. I stället förespråkades en välavvägd ekonomisk och hållbar uppsättning plagg som passade vid flera olika tillfällen.

Kulturgeografen Katarina Mattsson och sociologen Katarina Pettersson menar att Fröken Sverige-tävlingarna under 1950-talet blev till en arena där rädslor och hopp för nationens framtid aktualiserades och där en särskild skönhetsnorm bekräftades. De ser även hur nationella myter skapades och återskapades och att frågor om nationell tillhörighet befastes i samband med tävlingen. Det var ett sätt att konstruera en svensk nationalitet och på samma

gång hitta strategier för att förhålla sig till modernitetens påverkan (Mattsson & Pettersson 2007, s. 234, 243). I Fröken Sverige-tävlingarna användes kvinnokroppar som bevis för svenskarnas överlägsenhet vad gällde skönhet. I *Eva – Bonniers månadstidning* utlystes i stället en tävling för att finna den mest välklädda svenska kvinnan (*Eva – Bonniers månadstidning* december 1958, s. 80–81). Även om denna tävling långt ifrån fick samma uppmärksamhet som skönhetstävlingarna visar den att även klädseln var central för att passera som en fulländad svensk kvinna. Välkläddheten var en viktig komponent i skapandet av kvinnor som nationella symboler. Medarbetare från tidningen besökte olika städer och sökte efter svenska kvinnor som kunde belönas med en utmärkelse för sin välkläddhet. Det går således att se modetidningarna och rådgivningsböckerna som ett område där nationaliteten förhandlades, formulerades och reproducerades på en och samma gång. Det skapades en samhörighet och en föreställd gemenskap om hur svenskarna var och borde vara. Modet var egentligen bara ytterligare ett sätt att befästa normer för hur en svensk medborgare förväntades uppföra sig. Även här återspeglades förväntningarna om skötsamhet, rationalitet och enkelhet som var betydelsefulla för 1950-talets folkhem. Det var nämligen skötsamhetens utsida som konstruerades och befästes. Här syns även idealet om den "vanliga svensken", som inte strävade efter det ouppnåeliga utan i stället helst höll sig till det mer ordinära modet. Sammantaget kan detta ringas in av begreppet respektabilitet där skarpa gränser drogs för vad som var respektabelt och inte.

I tidningarna liksom i rådgivningslitteraturen påpekades att kvinnor behövde olika garderober beroende på vilken livssituation de befann sig i. I rådgivningsboken *Att vara välklädd* från 1954 varnades hemmafruarna för att tro att det inte var så noga vad de hade på sig i hemmet. Det konstaterades att många husmödrar i stället lade all möda och alla pengar på att ge barnen något för dyra kläder och såg till att de var hela och rena. Läsaren förmanades och vikten av att husmodern tänkte på sitt eget utseende poängterades:

Även hemmens kvinnor har rättighet, ja skyldighet att tänka en smula på sitt yttre. Det kommer hela familjen till godo på många sätt. En husmor som ger sig tid att sköta sina egna kläder, att alltid – även i vardagslag, som nästan är viktigast – vara ren och välklädd på ett enkelt, praktiskt och smakfullt sätt, är en prydnad för hemmet och sprider trivsel i familjen. (Hagdahl 1954, s. 8)

Här befästes förväntningarna på den skötsamma husmodern som skulle ha en helhetssyn och ansvar för hemmets samtliga delar. Det går även att skönja en förändring i rådgivningslitteraturen från 1950-talet i jämförelse med mellankrigstiden rådgivning där gifta kvinnor i stället uppmanades att klä sig vackert på det vis som hennes make önskade för att han inte skulle börja leta efter någon mer attraktiv kvinna (Severinsson 2018, s. 105). Husmödrarna framställdes sällan i första hand som attraktiva i 1950-talslitteraturen och tidningarna utan deras uppgift var att använda sin kropp och klädsel för att bevara hemmets trivsel. Deras respektabilitet konstruerades genom att funktionen som hemmets nav även avspeglades i det yttre. Tilltron till de svenska kvinnorna som verkade i hemmet var låg när det gällde skönhetsvården och för att de skulle kunna passa in i folkhemmet behövde de vägledas precis som i fråga om hemmets skötsel.

Historikern Kim Salomons (2007) studie av veckopressen under 1950-talet visar hur berättelserna om den svenska kvinnan genomsyrades av en stolthet över hennes utseende och stil. Skönheten kopplades till det svenska men också till folkhemmet och välfärden (Salomon 2007, s. 235). I mitt material går det i stället att se en större ambivalens kring och en vacklande tro på kvinnornas förmåga att leva upp till en viss standard. Ett kluster av olika komponenter bildade önskvärda och respektabla svenska kvinnor; nämligen en välvårdad slank kropp efter en viss mall samt en välkläddhet baserad på logik, rationalitet, funktionalitet och en ekonomisk livshållning. Det fanns en ambivalens i förhållande till hur svenska kvinnor klädde sig. Å ena sidan framställdes de som världens mest välklädda kvinnor och å andra sidan beskrevs svenskorna som i behov av vägledning och beskrivningarna av dem var inte alltid positiva. En vilja att arbeta bort de brister som de svenska kvinnorna ansågs ha i klädkunnande och stil- och smakfrågor tyder på en låg tilltro till den personliga smaken, trots att även den sågs som viktig. Här fanns helt enkelt en tydlig strävan efter kompetenshöjning. Den kloningskultur som går att identifiera här bygger på att skapa enhetliga svenska kvinnor som passade in i det svenska folkhemmets ideal om måttfullhet och enkelhet som kunde uppnås om klädköpen rationaliserades.

## **Konfektionsindustrins roll**

Svenska konsumenters köpkraft ökade påtagligt under 1950-talet. Den industriella massproduktionen sågs som en demokratiserande kraft men

förutsättningen var att svenskarna skulle lära sig att konsumera på ett rationellt sätt, vilket har beskrivits som en indoktrinering (Ehn, Frykman & Löfgren 1993, s. 58, 60, 61). Sedan 1930-talet hade den svenska konfektionsindustrin expanderat och möjliggjort för fler att investera i en moderiktig garderob. Redan under 1950-talet stod det klart att det fanns utmaningar på textilmarknaden som sedan skulle ta sig uttryck i tekokrisen under de kommande årtiondena. En växande import av beklädnadstyger och kläder gjorde att efterfrågan på svenska konfektionskläder gradvis minskade (Gråbacke 2015, s. 170–171).

Modetidningarnas roll var, som nämnts ovan, att förmedla, tolka och översätta modet från Paris åt sina läsarinor. Det handlade också om att begränsa vilka nyheter som svenskarna kunde tänkas ta efter. Under 1950-talet fanns en tydlig vilja att lyfta fram fördelarna med den svenska konfektionsindustrin. Här syns en länk mellan modetidningarna och industrin. Tidningarna hade under 1900-talet en central roll för att sprida mode och förhållandet till modeindustrin har beskrivits som ett symbiosförhållande där de båda parterna var beroende av varandra för att existera (Nelson Best 2015, s. 6). Det är därför inte konstigt att svenska modetidningar lyfte fram och proklamerade den svenska konfektionens fördelar. Ett tecken på detta täta samarbete och beroende var när *Bonniers månadstidning* 1950 stod som värd för den första svenska modevisningen där samtliga plagg var svensktillverkade och producerade av svenska tyger. Tanken bakom visningen med titeln "Svenska linjer" var att visa upp plagg för de svenska vardagskvinnorna (*Bonniers månadstidning* 1950 nr 8–9, s. 6, 96–99). Dessutom var *Evas modespegel* som gick att köpa första gången 1950 helt tillägnad svenskproducerat mode:

Detta är en tidskrift om bra svenska kläder. Det är en tidskrift som vill ge råd och tips om vad den svenska konfektionsindustrin har att bjuda för hösten och vintern. Vår avsikt är att ge en något så när fullständig översikt av olika klädesplagg samt uppgifter om modeller, färger och priser. Vår avsikt är däremot inte att snobba med exklusiviteter eller att konstra till modet eller vår rådgivning, utan i stället att hjälpa de tusentals svenska kvinnor som arbetar i hemmen eller på andra platser och som tycker om att vara bra och smakfullt klädda även om de inte alltid skulle ha råd eller lust att offra för mycket på sin utrustning. (*Evas modespegel* 1950 nr 1, s. 5)

Den svenska klädproduktionen ställdes alltså upp som en motpol till snobbighet och kunde i stället, med *Evas modespegel* som förmedlare, erbjuda

just de eftersträvaransvärda smakfulla kläderna. I *Dammodet* underströks att svensk konfektion plockade upp nyheter från Paris och anpassade dem efter svensk smak och svenska behov (Dammodet våren 1950, omärkt sida). Samma inställning syntes i *Det nya modet* åtta år senare:

De svenska konfektionärerna har den här säsongen ställt om sina blickar med en viss försiktighet och anpassar det nya och avancerade så att det skall passa vår smak i vår miljö och vårt klimat. (Det nya modet vintern 1958, s. 43)

Det förutsattes att det fanns en svensk enhetlig smak som tydligt skiljde sig från den franska. Tidningarna var också snabba med att föra fram att svenskorna klädde sig väl i de franska nyheterna. Exempelvis sades det i *Eva Bonniers månadstidning* att den nya Trapezelinjen, som lanserades av Yves Saint Laurent för modehuset Dior under våren 1958, passade de svenska kvinnorna särskilt väl (Eva Bonniers månadstidning maj 1958, s. 60).

Innan och under veckotidningarnas storhetstid arbetade redaktionerna ofta med olika typer av tävlingar för att etablera en direkt kontakt med läsarna och göra tidningarna attraktiva. *Bonniers månadstidning* utlyste exempelvis 1953 tävlingen "Är ni svenskan med god smak?". Vinsten var en resa till Amerika och för att vinna den skulle de tävlande sätta ihop en drömgarderob bestående av svenska konfektionsplagg och motivera sina val (Bonniers månadstidning nr 8 1953, s. 13, 41). Denna tävling visar på symbiosen mellan industrin och modetidningarna. Det är påtagligt att den svenska konfektionsindustrin användes som ett sätt att formera en viss svenskhet och även en nationell gemenskap. Redan under 1930- och 40-talen befastes en föreställd svensk gemenskap genom att den svenska konfektionen visades upp i veckotidningarna (Blomberg 2003, s. 202–203; Kyaga 2017, s. 219). Den svenska gemenskapen konstruerades både genom att företagen ansågs ha kunskap om svenska kvinnors kroppar och genom att svenskproducerade plagg ansågs vara av högsta kvalitet. Modeskribenterna tog inte avstånd från Paris som ett mode-Mekka utan menade att de parisiska nyheterna behövde justeras och anpassas efter svenskornas kroppar, smak och behov. Genom modetidningarna och konfektionsindustrins standardisering av kläder klonades en specifik svensk kvinnotyp som var rationell men även vackert klädd i det som passade den svenska kulturen. Genom att välja svenska konfektionstillverkade plagg kunde kvinnorna enkelt bli respektabla eftersom kläderna i sig redan ansågs hålla en viss standard. Eftersom

konfektionsindustrin i slutet av 1950-talet stod inför stora utmaningar kan modetidningarnas engagemang även ses som ett verktyg för att upprätthålla och utöka konsumtionen av svenskproducerade kläder.

## Hel och ren

Sedan 1800-talet har frågor om hygien och renlighet diskuterats och kommit att bli en del i vad som förstås som svenskt. Frykman och Löfgren (1979) har identifierat en kultiveringsprocess i samhället vid denna tid som syftade till att skapa tydliga normer för renlighet. Renligheten och känslan för vad som var hygieniskt knöts till borgerligheten medan arbetarklassen och bönderna var de som främst sågs som i behov av renlighetsfostran. Ludvig "Lubbe" Nordströms berömda reportage *Lort-Sverige* från 1938 visade att många svenskar inte hade tillgång till den levnadsstandard som ansågs vara passande i folkhemmet. Renlighet och ett välskött hem blev ett starkt ideal i folkhemmets ideologi. Efterkrigstidens husmodersfilmer framhöll till exempel vikten av ett välstädat och prydligt hem.

I 1950-talets veckotidningar och rådgivningslitteratur betonades den kroppsliga hygien och det fanns en påtaglig oro för att denna hos de flesta svenskar var bristande. Inte minst i rådgivningsböcker som specifikt riktade sig till tonåringar betonades kroppsvården. I Kerstin Thorvall-Falcks *Boken till dig* uppmanades ungdomarna att slösa med tvål och vatten. "Att tvätta sig i stjärten borde vara en självklar sak" skriver hon "men det slarvas med det, om det nu beror på blyghet eller lättja" (Thorvall-Falck 1959, s. 84). Läsaren som följde de detaljerade råden utlovades att bli vackrare och "aptitlig som ett friskt grönt äpple" (Thorvall-Falck 1959, s. 84). I band tre av *För oss kvinnor* som ägnas helt åt klädsel och kroppsvård framträdde likaså en oro över svenskarnas renlighet:

Det borde inte behöva sägas i det standardmedvetna Sverige, men med tanke på alla gråvita axelband, som avslöjas i provhytterna, måste pekfingret fram: hemligheten med att hålla underkläder fina är den att de aldrig får bli smutsiga, bara lätt solkiga. (Almqvist 1958 band 3, s. 48)

Det framhålls också att välkläddheten kräver moral och karaktär och under rubriken "Farliga förbiseenden" får läsarna veta följande:

Att vara välklädd är att vara strängt kritisk mot sig själv. Just den lilla ovårdade detaljen kan spolia helhetsintrycket på ett särskilt sätt. En enda försummelse kan räcka till att ge andra en negativ bild av er person. Det kostar så litet tid och pengar att vara välvårdad. Se därför upp i tid. (Almqvist 1958 band 3, s. 110)

På tre sidor kan läsarna sedan ta lärdom av illustrationer som visar hur lätt respektabiliteten utmanades. Till exempel hotade "transpirationsfläckar" intrycket av fräschhet (Almqvist 1958 band 3, s. 110–112). "Välstruken, och välpressad, fläckfri och väldoftande" var kriterierna för att uppfattas som välklädd enligt uppmaningarna i rådgivningsboken *Konsten att bli vacker* (Jörge 1956, s. 27).

Den kultiveringsprocess som identifierats för 1800-talet där renligheten var ett moraliskt problem och ett hinder för utjämning och förbättring levde således kvar under 1950-talet (Löfgren & Frykman 1979, s. 149). Rådgivningslitteraturen och modetidningarna var i sammanhanget en viktig kanal för att nå ut till kvinnorna. Skapandet av respektabilitet var starkt länkad till renligheten. Dock bar tanken på den svenska orenligheten inte på några explicita klasskonnotationer utan samtliga kvinnor uppmanades att se över sin kroppsliga hygien. När det gällde hygien påtalades även att amerikanska kvinnor hade ett försteg gentemot svenska eftersom de redan insett behovet av att ofta byta underkläder såsom korsetter. De svenska kvinnorna kontrasterades mot amerikanskorna vilka annars beskrevs som lite väl utsvävande när det gällde mode. Smuts platsar inte i det svenska samhället och den som är oren, eller smutsig, kan inte heller anses fullt ut som svensk var budskapet.

Klädvård var en annan aspekt av det privata livet som svenska kvinnor antogs behöva vägledning i. En kvinna kunde aldrig anses som välklädd om hon inte vårdade sina kläder oavsett garderobens omfattning meddelades det i *Att vara välklädd*. Kvinnorna borde lägga lika mycket tid på klädvård varje dag som på kroppsvård (Hagdahl 1954, s. 89). Den sjaskigt klädda hemmakvinnan sades ha gått till historien och det var inte längre ett problem för varje kvinna "att se vårdad ut i vardagslag" (Söderlund 1951, s. 66). Hemligheten sades vara att ständigt vårda garderoben och vara lika noga med handväskor som blusar.

Devisen "hel och ren" går som en röd tråd genom hela det undersökta materialet. De önskvärda svenska kvinnorna skulle inte bara ha en garderob

bestående av välavvägda och klädsamma plagg utan de skulle också vara beredda att ständigt vårda den in i minsta detalj. Respektabiliteten skapades på så vis genom ett oklanderligt yttre, lika blänkande och rent som tidens funktionella kök. Och på samma sätt som att köken standardiserades skulle även kvinnornas yttre klonas efter en viss modell.

## **Vardagliga, välklädda och välvårdade**

Medborgarna i 1950-talets folkhem förväntades vara skötsamma och bo i välstädade, välordnade och hygieniska hem. En viktig aspekt för att passa in i det dåtida samhället var även att kropparna kunde godtas som svenska. I tidens modetidningar och rådgivningsböcker fanns mängder med råd om hur de svenska kropparna skulle vårdas och vid behov transformeras. I boksviten *För oss kvinnor*, tidningen *Ton-års-ton* och rådgivningsboken *Våga vara vacker* har vi sett hur rasbegreppet delvis levde kvar och användes för att positionera svenska kvinnor som de vackraste kvinnorna i världen. Svenskheten beskrevs å ena sidan som biologisk, baserad på rastillhörighet och på de särdrag som ansågs prägla svenskarna som starka, sunda kroppar, milda, ljusa färger och blont hår. Å andra sidan behövde svenskheten skapas och upprätthållas genom skötsel av kroppen och genom val av rätt kläder. I denna artikel har jag visat hur modetidningarna och rådgivningslitteraturen ger en inblick i att det fanns en vilja att klonas svenska kvinnor för att skapa respektabla medborgare – från insidan och ut. Det går vidare att identifiera en paradox i konstruktionen av kvinnlig svenskhet i 1950-talets folkhem, nämligen att en kvinna *var* en biologisk, svensk, kropp men samtidigt skulle hon *göras* till en svensk kvinna genom kroppsvård, kläder, mode och stil.

I beskrivningarna av de svenska kvinnorna fanns ofta en stolthet över deras stil men tilltron till deras val av rätt klädsel var inte fullständig. Svenskorna ansågs därför behöva instruktioner för att utföra och visa upp svenskheten på rätt sätt. Konsumtionen av moderiktiga plagg krävde upplysning, kompetenshöjning och uppfostran, precis som när det gällde hemmets skötsel. Det fanns nämligen hela tiden en risk vad gäller att göra avsteg från att betraktas som en fullgod svensk och här stakade tidens modetidningar och rådgivningslitteratur ut en medelväg mellan det extravaganta, pråliga och flärdfulla och det ovårdade, omoderna och slarviga. De fungerade som manualer för att läsarna skulle kunna navigera kring hur en välklädd svensk medborgare borde se ut. För att uppnå en lagom, ordinär och ändå moderiktig

garderob uppmanades svenskorna att rationalisera sina klädinköp och gärna köpa plagg av god kvalitet från den svenska konfektionsindustrin. Kvalitetsmedvetenhet liksom ett rationellt förhållningssätt till konsumtion var det som premierades. Åtskilliga gånger poängterades det att det inte var ekonomin som i första hand avgjorde vem som kunde vara välklädd eller inte. Även om tidningarna inte förespråkade en enhetlig uniform utan betonade att en viss personlig touch alltid var av godo var detta samtidigt något av en dimridå eftersom gränserna för vad som var acceptabelt var mycket snäva. Modetidningarna presenterade inte i första hand plaggen som en valbar möjlighet utan snarare som en begränsning.

En annan viktig ingrediens för att fullborda respektabiliteten var den personliga hygien. Med tanke på de noggranna och detaljerade beskrivningarna av hur kroppen skulle tvättas och skötas är det tydligt att hygien sågs som ett allmänt problem i dåtidens Sverige. Den sista komponenten i kloningen av respektabla svenska kvinnor var just hygien och här lyste tilltron till de svenska kvinnorna med sin frånvaro. På samma vis skulle garderoben vårdas in i minsta detalj och en saknad knapp eller en lös tråd skapade sprickor i det respektabla.

Tidningarna och rådgivningsböckerna visar också att det fanns en föreställd svensk gemenskap och en uppfattning om att alla svenskar "är lika" samtidigt som de som inte passade in uppmanades att förändra sig både kroppsligen och i valet av kläder för att kunna uppnå just denna likhet. Själva navet i arbetet med att befästa respektabiliteten kan sammanfattas med att de svenska kvinnorna skulle vara välvårdade, vardagliga och välklädda. Det handlade om att befästa ett ideal för skötsamhetens utsida som passade in i det svenska funktionella och rationella folkhemmet där välklädd var detsamma som att vara rätt klädd.

## Referenser

Alexius, S. & Löwenberg, L. (2012). *Drömmen om den kloka konsumenten. En historisk belysning av kunskapsideal och organisering av svensk konsumentvägledning, ca 1900–2012*. Stockholms universitet: Stockholms centrum för forskning om offentlig sektor.

- Almqvist, J., brev till Lundman 24/7 1957. *Bertil Lundmans brevsamling*, mappen med påskriften "A", material insamlat av Martin Ericsson, Uppsala universitetsbibliotek.
- Almqvist, J. (red.) (1958). *För oss kvinnor*, band 1 och 3. Stockholm: Medén.
- Ambjörnsson, R. (2017). *Den skötsamme arbetaren. Idéer och ideal i ett norrländskt sågverkssamhälle 1880–1930*. Stockholm: Carlssons.
- Andersson, T. (2006). *Beauty box. Filmstjärnor och skönhetskultur i det tidiga 1900-talets Sverige*. Stockholms universitet: Institutionen för filmvetenskap.
- Bagerius, H. (2019). *Korsettkriget. Modeslaveri och kvinnokamp vid förra sekelskiftet*. Stockholm: Natur & kultur.
- Bjurström, B. (1952). *Våga vara vacker*. Stockholm: Carl B. Svensson.
- Blomberg, E. (2006). *Vill ni se en stjärna. Kön, kropp och kläder i Filmjournalen 1919–1953*. Lund: Nordic Academic Press.
- Bonniers månadstidning* nr 8–9, 1950, nr 2, 4, 8–9 1952, nr 8, 1953.
- Broberg Å. & Sandström, B. (2018). Hushållningens pedagogiska innehåll – en analys av *Ica-Kuriren* 1942. *Historisk tidskrift*, 138(2), 255–285.
- Carlsson, K. (2013). *Den tillfälliga husmodern. Hemvårdarinnekåren i Sverige 1940–1960*. Lund: Nordic Academic Press.
- Dyer, R. (1997). *White. Essays on race and culture*. London: Routledge.
- Edensor, T. (2002). *National identity, popular culture and everyday life*. Oxford: Berg.
- Edwards, N. (2015). *Dressed for war. Uniform, civilian clothing and trappings, 1914– 1918*. London: I.B. Tauris.
- Ehn B., Frykman, J. & Löfgren, O. (1993). *Försvenskningen av Sverige. Det nationellas förvandlingar*. Stockholm: Natur & kultur.
- Ericsson, M. (2020). Vi måste ha ett namn på dessa skillnader. Rasbiologen Gunnar Dahlberg och rasbegreppet. *Personhistorisk tidskrift*, 116(2), 154–172.
- Essed P. & Goldberg, D. T. (2002). Cloning cultures. The social injustices of sameness. *Ethnic and Racial Studies*, 25(6), 1066–1082.
- Eva – Bonniers månadstidning* januari–februari 1956, mars, maj, december 1958.
- Evas modespegel* nr 1, 1950.
- Femina* nr 4, 5, 1957.
- Flügel, J. (1930). *The psychology of clothes*. London: Hogarth Press & The Institute of Psycho-Analysis.

- Fornäs, J. (2004). *Moderna människor. Folkhemmet och jazzen*. Stockholm: Norstedts.
- Frykman, J. & Löfgren, O. (1979). *Den kultiverade människan*. Lund: Liber.
- Göransdotter, M. (1999). Från moral till modernitet. Hemmet i 1930-talets svenska funktionalism. *Nordisk arkitekturforskning*, 12(2), 45–54.
- Hagdahl, E. (1954). *Att vara välklädd*. Stockholm: KF.
- Hollander, A. (1994). *Sex and suits*. New York: Alfred A. Knopf.
- Jörge, G. (1956). *Konsten att bli vacker. Om skönhetsvård hemma*. Stockholm: Lindqvist.
- Kling, S. (2007). *Vi våga ej helt leva. Barnbegränsning, sexualitet och genus under den svenska fertilitetstransitionen*. Umeå universitet: Institutionen för historiska studier.
- Kyaga, U. (2017). *Swedish fashion 1930–1960. Rethinking the Swedish textile and clothing industry*. Stockholms universitet: Institutionen för mediestudier.
- Lundborg, H. (1927). *Svensk raskunskap*. Uppsala: Almqvist & Wiksell.
- Lundström, C. (2010). Vit respektabilitet. Den svenska nationens könade symbolik och unga kvinnors kulturella praktiker. *Tidsskrift for kjønnsforskning*, 33(4), 295–308.
- Mattsson, K. & Pettersson, K. (2007). Crowning Miss Sweden. National constructions of white femininity. *NORA– Nordic Journal of Feminist and Gender Research*, 15(4), 233–245.
- Maxwell, A. (2019). Analyzing nationalized clothing: Nationalism theory meets fashion studies. *National Identities*, 23(1), 1–14.
- Molina, I. (2007). Intersektionella rumsligheter. *Tidskrift för genusvetenskap*, 3, 7–21.
- Nelson Best, K. (2015). *The history of fashion journalism*. London: Bloomsbury.
- Salomon, K. (2007). *En femtiotalssberättelse. Populärkulturens kalla krig i folkhemssverige*. Stockholm: Atlantis.
- Severinsson, E. (2018). *Moderna kvinnor. Modernitet, femininitet och svenskhet i svensk veckopress 1920–1933*. Lunds universitet: Historiska institutionen.
- Severinsson, E. (2020). Lättleda modelejon och stilfulla män. Svenska herrmoderådets arbete med att styra och vägleda mäns konsumtion. *Arr: idéhistorisk tidskrift*, 32(1–2), 53–64.
- Skeggs, B. (2000). *Att bli respektabel. Konstruktioner av klass och kön*. Göteborg: Daidalos.

- Söderlund, K. (1951). *Hög klack till lång byx?* Stockholm: Atlantis.
- Tolvhed, H. (2008). *Nationen på spel. Kropp, kön och svenskhet i populärpressens representationer av olympiska spel 1948–1972*. Umeå: h:ström.
- Ton-års-ton*, hösten 1962.
- Thorvall-Falk, K. (1959). *Boken till dig*. Stockholm: Bonnier.
- Werner, J. (red.) (2014). *Blond och blåögd. Vithet, svenskhet och visuell kultur*. Skiascope 6. Göteborg: Göteborgs konstmuseum.