

”Genom sitt sanna väsende göra ett hem treffligt”

Könsideal om husmoderlighet och kroppslig omsorg i kontaktannonser 1890–1960

Josefin Englund

Inledning

En flicka

med behagligt utseende, praktiserar uti alla husliga göromål, har ett godt sätt och genom sitt sanna väsende kan göra ett hem treffligt, önskar ingå äktenskap med enkling eller medelålders man.

Svar till ”Trefflig”.¹

Enligt ovanstående kontaktannons från 1890 var den för äktenskapet ideala kvinnan en flicka som kunde praktisera husliga göromål och göra ett hem trevligt. Kopplingen mellan kvinnlighet, trevnad och huslighet lyftes här fram som central.

I andra sammanhang, som i kontaktannonsen nedan från år 1900, kunde kvinnlighet också förknippas med hälsa och renlighet:

Äktenskap.

En stadgad begåfvad Man som vistats mycket utomlands, önskar inleda bekantskap med en fördomsfri svenska, ej öfver 25 år. Framtida utmärkelse kan uppnås, om hon besitter ekonomiskt oberoende. På hälsa, kvinnlighet och renhet fästes förnämsta afseendet²

Från slutet av 1800-talet växte idealet om den moderna husmodern fram i Norden. Detta sammanföll och hängde samman med samhällshygieniska ambitioner samt den vetenskapliga medicinens etablering, genom bland annat bakteriologins genombrott.³ Etnologerna Jonas Frykman och Orvar Löfgren menar att landsbygdens folk under 1800-talet utsattes för "systematisk propaganda" med syftet att uppfostra dem till "svenskar som är rena i tanke och gärning".⁴ Historikerna Lars-Henrik Schmidt och Jens Erik Kristensen påpekar att denna process var könskodad, och visar hur danska kvinnor under 1900-talet fostrades till goda husmodrar bland annat genom tidskrifter och hushållsskolor. Därför kallar de tidens ordnings- och renlighetsprojekt för "projekt husmodern".⁵

Konstruktionerna av kvinnlighet och hushållsarbete förändrades alltså. Särskilt intensiv var perioden kring sekelskiftet 1900. Historikerna Ida Blom och Inger Elisabeth Haavet menar att övergången till en modern välfärdsstat skedde via en familjefokuserad ideologi med husmodern som ansvarig för hemmet.⁶ Socialhistorikern Angélique Janssens skildrar samma utveckling och lyfter fram att föreställningar om kvinnlig särart formulerades i samband med att yrkesarbete alltmer separerades från hushållen.⁷ Schmidt och Kristensen menar att inlemmandet av husmoderligheten som en del i kvinnligheten innebar att kvinnlighet antogs inbegripa en känsla för hur hygien skulle skapas. De ritar upp fyra centrala grundpelare i hushållshygien: sol, ljus, luft och renlighet.⁸ Samtidigt blev, som bland andra ekonomhistorikern Karolina Wiell påpekat, kroppslig renlighet allt viktigare.⁹

Schmidt och Kristensen tar upp ytterligare en komponent i "projekt husmodern". De menar att man i Danmark från statligt håll hade ett befolkningspolitiskt perspektiv som genom omvårdnaden av barnen förstärkte husmoderns uppgift.¹⁰ Även i Sverige fick renlighet och sundhet ett uppsving under mellankrigstiden tack vare växande oro för den svenska nativiteten.¹¹ Av dessa anledningar har tiden 1930–1960 beskrivits som en "husmodersperiod" av bland andra Yvonne Hirdman.¹²

En brist i tidigare forskning om husmoderlig ordningsamhet och renlighet är dock att den i hög grad har utgått från samma slags empiri: statlig och medicinsk samhällsinformation samt handböcker och etikettböcker.¹³ Utifrån sådant material framstår periodens renlighetsiver som

ovanifrånprojekt med familjer och individer som motsträviga objekt.¹⁴ Schmidt och Kristensen beskriver exempelvis hur renlighetsprojektet sipprade ner i vardagslivet.¹⁵ Eva Palmblad och Bengt Erik Eriksson, som studerat material inom den hygienmedicinska diskursen, hör till dem som i sin beskrivning av samhälleliggörandet av hälsoarbetet problematiserar ett paternalistiskt förhållningssätt där ”den stora massans tröghet” varit en utmaning för de ”upplysta”.¹⁶

De upplysningsinsatser och reformprogram som planerades och sjuösattes under första halvan av 1900-talet var alltså till stor del ämnade att omforma vardagsföreställningar hos den breda folkmassan. Själva grundtanken i ”husmodersprojektet” var den heterosexuella, äktenskapliga tvåsamheten. Men trots att familjen, hemmet och vardagen har betraktats som centrum för de tillrättaläggande renlighetsambitionererna har familjebildarna själva sällan fått komma till tals i tidigare forskning. Att undersöka hur relationssökande män och kvinnor förstod och använde renlighet som ideal, genom att närstudera deras egna beskrivningar av sig själva och av sin ideala partner, kommer att kasta mycket ljus på denna förbisedda nivå. Hur stor plats tog renlighet och husmoderlighet egentligen för vanliga människor, när de själva formulerade vad de tyckte var viktigt?

Här kommer kontaktannonser i dagspressen in. Annonserernas beskrivningar av hur de ville inrätta sina liv ger en underifrånbild av ideal för det vardagliga äktenskapliga livet. Detta kapitel undersöker alltså synen på hemmet, huset och kroppen utifrån äktenskapssökandes perspektiv. Tidigare forskning om renlighet och könsideal, baserad på statligt och institutionellt material, hävdar att ideal om hälsa och renlighet genomsyrade hela samhället under denna period. Därmed vore det rimligt att anta att renlighet och husmoderlighet ofta lyftes fram av de kontaktannonserande. Men var det verkligen så? Avspeglades samhällsintresset för renlighet på individnivå när enskilda personer sökte en partner? Hur stor del hade renlighet, och specifikt den husmoderliga renligheten, i äktenskapsidealerna?

Nya ideal etableras inte över en dag. Därför är ett långt tidsperspektiv en fördel när det gäller att tydliggöra vilken betydelse de samhällshygieniska ambitionerna – särskilt ”projekt husmodern” – fick för uppfatt-

ningar om vardagligt liv och äktenskaplig samvaro.¹⁷ Av denna anledning undersöks kontaktannonser från hela 70 år, mellan 1890 och 1960. Dessa år har valts ut just för att de generellt anses vara höjdpunkten för husliga ideal och en överallt genomsyrande samhällsnorm vilken lyfte fram renlighet som avgörande karaktärsegenskap och vana för alla människor.

Undersökningen är baserad på en större studie av tusentals beskrivningar av den ideala livspartner.¹⁸ I detta kapitel läggs som sagt särskilt fokus på hemmets skötsel och kroppens omvårdnad, eftersom beskrivningar av den ideala mannens respektive kvinnans egenskaper i äktenskapliga sammanhang tydliggör vardagliga uppfattningar om relationen mellan kön, huslighet och renlighet. Både män och kvinnor undersöks eftersom ett relationellt perspektiv är viktigt i studier av könsideal – utan att studera vad som beskrevs som idealt för mannen kan vi inte säga huruvida beskrivningarna av kvinnan var specifika för just kvinnan.

Begreppen ”husmoderlighet” och ”renlighet” undersöks utifrån vilka egenskaper gällande hemmet, hushållet och kroppen som kontaktannonserarna i sina beskrivningar av sig själva och den önskade partner lyfte fram som åtråvärda. Undersökningen beskriver historisk förändring i hur kvinnors och mäns roller i skapandet av husmoderlighet, hälsa och renlighet beskrevs, både gällande den egna kroppen och den omgivande miljön i hemmet och hushållet. Kontaktannonser kan alltså visa hur heterosexuella livspartnersökande mäns och kvinnors ideal gällande hushållet och kroppen sett ut och förändrats. Härigenom kan följande frågor besvaras: Ökar antalet omnämningar av renlighet och skötsel av hemmet och kroppen i kontaktannonsernas beskrivningar under åren 1890–1960? I vilka sammanhang nämns renlighet? Kopplas renlighet samman med hälsa, och kan förändring skönjas? Beskrivs förmågan att hålla ett hushåll rent som avgörande för potentiella äktenskap? Hur framställs personlig hygien?

Källmaterialet

Frågorna besvaras med hjälp av kontaktannonser ur den svenska dagstidningen *Dagens Nyheter* hämtade med tio års mellanrum från 1890 till 1960. Studien bygger på en databas som upprättats för detta ändamål,

bestående av de första 250 kontaktannonserna ur tidningen av vardera kön från vardera observationsår, det vill säga totalt 4 000 kontaktannonser.¹⁹

Kontaktannonserna införda i *Dagens Nyheter* har valts ut som empiriskt underlag på grund av tidningens centrala roll som småannonsorgan. För morgontidningen *Dagens Nyheter*, grundad 1864, var annonserna redan från start viktiga då tidningen medvetet satsade på att kapa åt sig småannonsmarknaden.²⁰ Redan innan tidningen kunde kalla sig den upplagemässigt största var den landets mest använda tidning för annonsering.²¹ Att *Dagens Nyheter* kunde erbjuda en stor mängd annonser var viktigt för både läsaren och annonsören. Det är dock inte givet att *Dagens Nyheter*s prenumeranter och läsare är desamma som annonsörerna eftersom den tidning man väljer att annonsera i inte nödvändigtvis behöver vara den man läser. En stor upplaga innebar stor spridning av varje enskild annons, men ännu viktigare var vetskapen hos den stora allmänheten att de flesta typer av småannonser fanns i just denna tidning. Enskilda kontaktannonser har inget attraktionsvärde i sig, det är istället mängden annonser på samma ställe som avgör.²² *Dagens Nyheter* satsade på annonser inte bara när det gällde antalet, utan tidningens annonsredaktion arbetade också tidigt med grafiken runt annonserna.²³ Att upplagan var stor är givetvis också viktigt. Ingen annan tidning under den undersökta perioden nådde fler.²⁴ Redan på 1920-talet blev tidningen för första gången – bland då cirka 230 tidningar – landets största.²⁵

När man ska studera kontaktannonserna är *Dagens Nyheter*s ambition att tidningen skulle vara lättillgänglig och intressera en bredare läsekrets en fördel.²⁶ Generellt var tidningen under de år jag undersökt en medelklass-tidning med ett folkligt redaktionellt innehåll.²⁷ Att tidningen dessutom inte hade någon utpräglad politisk inriktning är fördelaktigt för mångfald bland annonsörerna, även om studier tyder på att en tidnings politiska inriktning inte påverkar kontaktannonserna.²⁸ Under den studerade tiden blev *Dagens Nyheter* inte mindre bred, utan tvärtom kom den att inrymma allt fler röster.²⁹ Man kan förvänta sig att samma sak gällde kontaktannonserna.

När det gäller den geografiska spridningen kom *Dagens Nyheter*s kontaktannonsörer under (särskilt den första delen av) perioden främst

[illegible]

från Stockholm och närliggande landsbygd, även om både andra städer och övrig landsbygd finns representerade.³⁰ Att det främst var stockholmare, med allt vad det innebar av skiftande stadsgränser när staden växte och olika grader av urbanisering, som annonserade kan tänkas ha betydelse för beskrivningar av hushållsarbetet med avseende på till exempel tillgången till hygienfaciliteter och hembiträdens arbetskraft. Bättre tillgång till rinnande vatten och badrum kan minska behovet av att påtala renlighet, men också öka kraven på renlighet. De grupper i samhället som hade hembiträden skulle kunna tänkas ha mindre behov av kunskaper i hushållsskötsel.

Den inblick vi får i annonsörernas sammansättning ger intryck av att de ur ett socialt och ekonomiskt perspektiv var en heterogen grupp. Möjligheterna att annonsera begränsades inte i någon hög grad av kunskapskrav och kostnad. En undersökning av annonsörernas socioekonomiska bakgrund och deras annonstexter uppvisar inga skillnader mellan olika grupper genom antalet omnämnanden av hemmet, hushållet eller kroppen.

Förändringen av annonsörernas sammansättning över tid handlar främst om att de livspartnersökande sammantaget blev något äldre. Detta kan tänkas hänga samman med att antalet skilsmässor i den svenska befolkningen ökade, och att människor därmed ombildade par fler gånger och senare i livet än tidigare. Genomsnittsåldern för kontaktannonserna i undersökningen steg under perioden från 25 år för kvinnor och 30 år för män, till en genomsnittsålder för kvinnor på 44 år och för män på 45 år. När det gäller samtliga av *Dagens Nyheter* läsare under perioden har tidningen generellt haft en yngre publik än andra tidningar.³¹

Hur valet av tidning påverkar undersökningens resultat är naturligtvis svårt att säga. När det gäller skillnaderna mellan olika publikationer har forskning visat att de stora dagstidningarna uppvisar en stor mångfald när det gäller social tillhörighet, särskilt jämfört med veckopressen.³²

Bild 6.1. Del av annonsida i *Dagens Nyheter*. I slutet av 1800-talet placerades kontaktannonserna under rubriken ”Diverse” och oftast, som här, sist på sidan. Källa: *Dagens Nyheter* 19 februari 1890/Svenska dagstidningar, Kungliga biblioteket.

Historiskt sett har småannonser nästan fullständigt koncentrerats till morgontidningarna. Detta faktum stärker valet att studera kontaktannonser i en dagstidning eftersom annonsörssammansättningen därmed kan tänkas vara bredast möjliga. Man kan dessutom enligt teorier om småannonsmarknad och lokal förankring konstatera att den tidning som får den största andelen av denna annonsering generellt är den som haft störst lokal spridning. *Dagens Nyheter* har helt klart haft störst spridning under perioden i Stockholmsområdet och blir på detta sätt Sveriges största lokaltidning, med Sveriges största småannonsmarknad.³³

Lika viktig för undersökningen som annonsmängden, upplagan och läsekretsen är tidningens kontinuitet. *Dagens Nyheter* erbjöd kontaktannonser under hela undersökningsperioden. Tidskrifts- och tidningsmarknaden genomgick under åren 1890–1960 många och omvälvande förändringar när det gäller utformning, finansiering och roll i samhället. Att studera endast en publikation innebär fokus på de förändringar som handlar om renlighet, hälsa, kön, hushållsarbete och kropp, och inte på variationer mellan tidningar och förändring av tidningsbranschen. Varken *Dagens Nyheter* eller medievärlden var densamma 1890 som 1960. *Dagens Nyheter* utkom dock utan avbrott under hela denna period. Oavsett hur läsargruppen såg ut var denna tidning det största kontaktannonsforumet i Sverige under den undersökta perioden.

Syftet med detta kapitel är som redan nämnts att visa hur livspartnersökande i kontaktannonser beskrev sina ideal om hemmet, hushållet och kroppsliga företräden. För att nå detta mål används kvantitativ och kvalitativ analys: kvantitativ i form av ordräkning och kvalitativ i form av textanalys. De delar av kontaktannonserna som analyseras är främst beskrivningar av vem som förväntas ta ansvar för, ha kunskap om samt visa intresse för hemmet och hushållets renlighet. När det gäller kroppsliga företräden undersöks beskrivningar rörande utseende, kroppsbyggnad och hälsa.

Första delen av kapitlet är en djupdykning i vad män och kvinnor skrivit om sina egna och varandras egenskaper rörande hem- och hushållsarbete, medan den andra delen fokuserar på kroppsliga företräden. Avslutningsvis diskuteras kontaktannonsörernas syn på renlighet i relation till tidigare forskning.

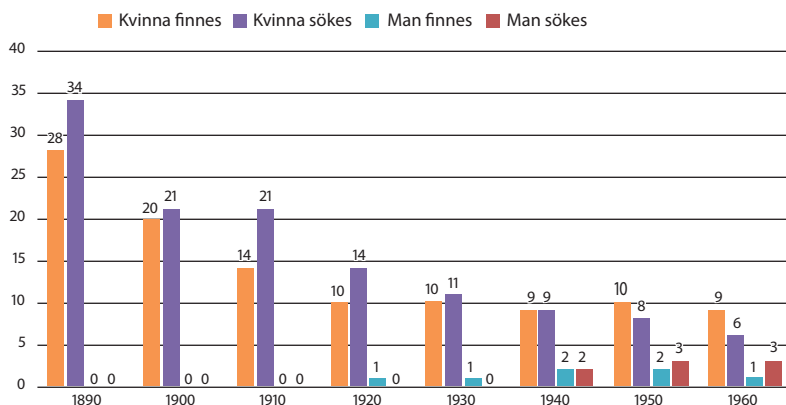
Hur beskrevs då skötseln av hemmets renlighet i kontaktannonser under perioden? Det mest slående när det gäller egenskaper som handlar om hemmets och hushållets skötsel är att de bara berörde kvinnan – se diagram 6.1 som visar hur ofta kvinnors hem- och hushållsegenskaper beskrevs i kontaktannonserna. Till exempel innehöll år 1890 cirka 30 procent av annonserna, 155 av 500, beskrivningar av kvinnans intresse och kunskap om hem och hushåll, medan sådana beskrivningar av män helt saknades. Både manliga och kvinnliga livspartnersökande framställde hem och hushåll som kvinnans domän, särskilt i annonser från åren 1900, 1930 och 1940. Att män och kvinnor var överens om detta betyder dock inte att antalet beskrivningar av kvinnans hem- och hushållsegenskaper dominerade – tvärtom. År 1890 nämnde bara cirka 20 procent av annonsförfattarna kvinnors hem- och hushållsegenskaper, samt cirka 10 procent åren 1930 och 1940.

Antalet egenskaper som handlar om hemmet och hushållet förändrades tydligt mellan 1900 och 1910, och sedan tydligt igen mellan 1960 och 1970.³⁴ Åren 1940 och 1950 var så antalet uppgifter om kvinnans hem- och hushållsegenskaper i stort sett oförändrat. Under 1950 beskrev kvinnliga annonsörer sina egna hem- och hushållsegenskaper oftare än vad de manliga annonsörerna uttryckte önskningsar om dem. Manliga och kvinnliga ideal blev över tid alltmer lika varandra, allteftersom hem- och hushållsegenskaper mer sällan användes för att beskriva den ideala kvinnan.³⁵

Diagram 6.1 återger antalet beskrivningar med uppgifter om hem- och hushållsegenskaper och visar tydligt att dessa över tid i stort sett endast användes i relation till kvinnan. Det visar också den relativt lilla betydelsen dessa egenskaper, även i beskrivningar av den ideala kvinnan, generellt haft. Till och med under de observationsår då hem- och hushållsegenskaper var allra vanligast var det ändå 72 procent av kvinnorna som *inte* tog upp vare sig sina kunskaper eller sina intressen gällande hemmet och hushållet, och 66 procent av männen som *inte* hade några sådana önskemål på den ideala kvinnan.

Fram till 1930 framställdes kvinnor i de annonser där hemmet och hushållet togs upp ofta som husliga. I beskrivningar av huslighet ingick bland annat 1930 att ”stoppa strumpor” och 1890 att vara ”bevandrad

Diagram 6.1. Sammanställning över andelen (%) annonser med beskrivningar av hem- och hushållsegenskaper sorterat på annonstyperna kvinna finnes, kvinna sökes, man finnes och man sökes i 4 000 kontaktannonser i *Dagens Nyheter*, 1890–1960.



Källa: *Dagens Nyheter*, Carolina Mikromedia, Carolina Rediviva, Uppsala universitetsbibliotek.

i kökslitteraturen”.³⁶ Huslig innebar också att kvinnan skulle vara den som ansvarade för trevnaden i hemmet.³⁷ Kvinnan var ansvarig för hemmet, och familjens lycka och trevnad var kopplad till hennes kunskaper om hem- och hushållsskötsel.³⁸ Att sköta sitt hem väl och skapa god stämning kan betraktas som en dygd i ett skötsamhetsideal. Ett trevligt hem kunde, som till exempel idéhistorikern Ronny Ambjörnsson påpekat, ses som ett sätt att minska risken för att mannen skulle falla för dekadenta frestelser.³⁹

Under perioden 1890–1920 handlade beskrivningar av egenskaper kopplade till hemmet och hushållet i flera fall också om ekonomiskt ansvar. År 1900 skrev en ”intelligent, hurtig, bildad Flicka” att hon kunde sköta ett hem ”på äkta gammeldags sätt – utan lyx och öfverflöd”.⁴⁰ Mannen hon sökte skulle vara ”bildad”, ”i god samhällsställning” och ”med sundt och nyktert lefnadssätt”.⁴¹ Det faktum att vikten av att hushålla ingick i ett skötsamhetsideal utesluter inte att de moraliska värdena bottnade i faktiska behov. Hur man hanterade till exempel alkohol, hygien och ekonomi hade konsekvenser för en familj. Som bland andra Olli Lagerspetz påpekat så är smuts och renhet påtagliga

fakta.⁴² Idealen kunde variera utifrån vilken social grupp annonsörerna tillhörde. När det gäller vad olika sociala och ekonomiska grupper skrev går det dock inte att se några generella mönster gällande vad de skrev om, däremot i viss mån *hur* de skrev om det.

För annonsören ”Kalle Pettersson” ”med en egen lönande sysselsättning” var det tydligt att om en man 1890 inte hade någon kvinna vid sin sida måste han förlita sig på andra kvinnor för hemmets skötsel. Den jämgamla ”flicka eller enka” han sökte hade två uppdrag: att göra mannen lycklig och att sköta hemmet:

Ärade Damer!

Mitt namn är Kalle Pettersson, min ålder 30 år,
af fromt och fogligt sinnelag, eger upphöjda
tanksätt, drifver sedan flera år egen, lönande och
angenäm sysselsättning, men saknar en vän, som
delar fröjder och bekymmer. Elden på hemmets
hård vårdas af främmande händer. Säkert finnes
bland eder någon, som skulle vilja göra ett hem
angenämt och en man lycklig⁴³

Medan Kalle Petterssons blivande fru skulle göra ett rikare företagarehem angenämt, är annonsen nedan av fröken Melér en redogörelse för en ”fattig flickas” sysslor. Arbetsbeskrivningen inbegrep flera fysiskt krävande sysslor. Annonsen, som för ovanlighetens skull var på rim, tog upp tillredning av mat och dryck såväl som tillverkning av textilier:

Till alla gamla ungarlar!

En fattig flicka frågar här

Om Ni i henne kan bli kär [...]

Kan sy och väfva – laga husmanskost

Och brygga, baka, göra ”sötmjölksost”.⁴⁴

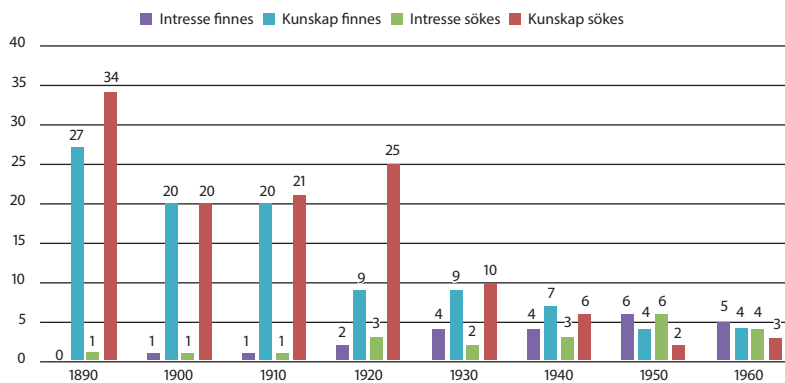
Ett annat exempel på hur idealet varierade utifrån socioekonomisk bakgrund utgör annonsen av den medelålders intelligenta änkefru ”af ansedd familj med fin bildning och gedigen karaktär” som 1920 sökte en ”bildad änkeman eller ungherre, ej under 55 år, med fast och nobel karaktär och i god social ställning” och utlovade att hon ”kan förestå och

sköta ett hem med mönstergill ordning”.⁴⁵ Annonssören sade sig ha både bildning, anseende, talanger inom musik och erfarenhet från resor och ”därpå disponibel förmögenhet, ej så stor”. Hennes uppgifter i hemmet innefattade sådant som krävde att hon var ”glad”, ”sympatisk”, hade ”stilig figur” och ”vana representera”. Till skillnad mot fattiga fröken Melér, som beskrev sig själv som van vid hårt arbete, framställde den ”ansedda” änkefrun sig själv som engagerad i uppgifter vilka istället krävde social kompetens och ett behagligt yttre.

Uppfattningarna om kön och synen på skötsel av hemmet och hushållet förändrades under tidsperioden. Inledningsvis beskrevs kvinnors husliga kunskaper, talanger och förmågor, men från ungefär 1910 började istället deras eget intresse för hemmet lyftas fram. År 1930 är sista observationstillfället i undersökningen då kunskap om hemmet hade någon större betydelse, oavsett vem som beskrev kvinnan. I diagram 6.2 visas andelen beskrivningar med uppgifter om kvinnans olika hem- och hushållsegenskaper.⁴⁶ Denna förskjutning från kunskap till intresse var som tydligast under perioden 1930–1960.⁴⁷ En tolkning är att ett skifte skedde, från en kvinnlighetsnorm där egenskaper kopplade till hemmet och hushållet förvärvades utifrån könad arbetsdelning, till en norm där kvinnan idealt skulle ha ett ”naturligt” intresse för hemmet och hushållet. Husligt arbete knöts hårdare till det biologiska könet, vilket är uttryck för en ny maktdiskurs på området. Detta är i linje med hur Schmidt och Kristensen beskriver försök under det tidiga 1900-talet att göra ”husmodersprojektet” till ett kall för kvinnokönet.⁴⁸ En annan tolkning är förändrade behov. Kunskap om hemmets skötsel kan också tänkas bli mindre avgörande i och med förbättrad levnadsstandard.

Från år 1950 beskrev majoriteten av annonsörerna kvinnans egenskaper rörande hemmet och hushållet via formuleringar som ”hemkär” och ”intresserad av hem”. Till exempel sökte en man ur arbetarklassen 1950 en dam i 38–45-årsåldern som skulle vara ”snäll och hemkär”.⁴⁹ Mer implicita antydningar om att hushållskunskap efterfrågades förekom också, som i en annons där en man eftersökte en ”god matsäck”,⁵⁰ och i en annan där en manlig skribent önskade en flicka ”som kan laga, sy och sticka”.⁵¹

Diagram 6.2. Sammanställning över andelen (%) beskrivningar av kvinnans egenskaper relaterade till hemmet och hushållet sorterat på intresse finnes, kunskap finnes, intresse sökes samt kunskap sökes i 4 000 kontaktannonser i *Dagens Nyheter*, 1890–1960.



Källa: *Dagens Nyheter*, Carolina Mikromedia, Carolina Rediviva, Uppsala universitetsbibliotek.

Män skrev sällan om sina egna egenskaper relaterade till hemmet och hushållet, och det efterfrågades heller inte av kvinnliga annonsörer. 1940 och 1950 var det som mest 3 procent av männen som beskrev sina egna hem- och hushållsegenskaper, och som mest 2 procent av kvinnorna som beskrev sin önskemän i termer av hem och hushåll. Manlig huslighet hade alltså en försumbar betydelse. Först 1920 nämndes egenskaper relaterade till hemmet och hushållet i mäns egna annonser överhuvudtaget. Då kunde en man skriva att han var hemkär, som i följande annons: ”Ungh., städ., snäll o. hemkär, önsk. bek. m. självst. dam.”⁵²

Denna annons visar också på en koppling mellan hemmet och ett skötsamhetsideal. Den städade och snälle ungherren ville nog säga att han inte tillbringade sin tid på krogen. När mannen beskrevs i samband med hemmet och hushållet handlade det om *intresse* för hemmet – aldrig om kunskap eller förmågor. Från 1940 fanns kvinnor som sökte hemintresserade män, och några män som beskrev sig som sådana. När matlagning började nämnas i samband med mannen 1960 är det tydligt att det var i termer av ett fritidsintresse.⁵³

Beskrivningar av egenskaper relaterade till hemmet och hushållet förändrades alltså under undersökningsperioden från att uttrycka en

tydligt kvinnlig kunskap som berörde skötsel av hemmet i form av ordning och skötsamhet till att beteckna ett gemensamt fritidsintresse för paret. Aktiviteter i hemmet fick en ny plats i livspartnerrelationen. Men allteftersom tiden gick nämndes hemmet och hushållet alltmer sällan. Andra egenskaper, som att kunna förvärvsarbeta och därmed bidra till hushållsekonomin, hade – kanske ibland på grund av vardagslivets faktiska behov – större betydelse:

Damer!

En 27 års man söker på detta moderna sätt en
maka. Hon bör vara mellan 25 och 30 år.

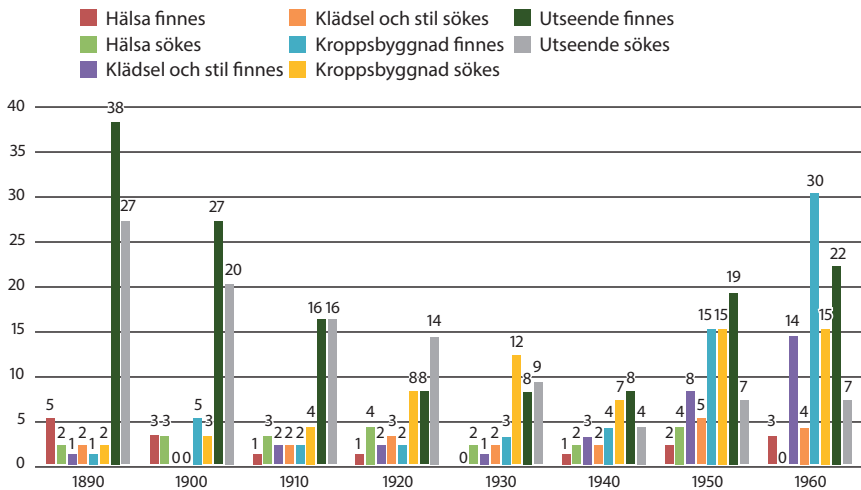
Äfven fordras att hon lärt sig något, så hon kan
förtjena 10 eller 12 kr. i veckan, i fall mannens
förtjenst ej blir tillräcklig. Önskas äfven att hon
skall sköta ett treffligt hem. Är det någon som kan
uppfylla detta, torde godhetsfullt svar, märkt ”Upp-
rättighet” inlemnas å Dagens Nyheters Annonss-
kontor.⁵⁴

Skötsel av hemmet och hushållet förlorade alltså sin plats i kontaktannonsernas beskrivningar under första halvan av 1900-talet. Redan efter 1920 var det ovanligt att efterfråga kunskap och omsorg om hemmet hos en blivande partner. Istället blev kroppsliga egenskaper mer framträdande i annonserna.

Att beskriva kroppsliga egenskaper var under hela undersökningsperioden relativt vanligt.⁵⁵ Diagram 6.3 och 6.4 visar att manliga och kvinnliga annonsörer inte beskrev kroppsliga företräden på olika sätt. Det var också ovanligt att nämna hälsotillstånd. År 1890 underlät minst 96 procent av annonsörerna att beskriva sitt eget hälsotillstånd, och 1950 underlät 97 procent att beskriva den önskade partners hälsotillstånd.

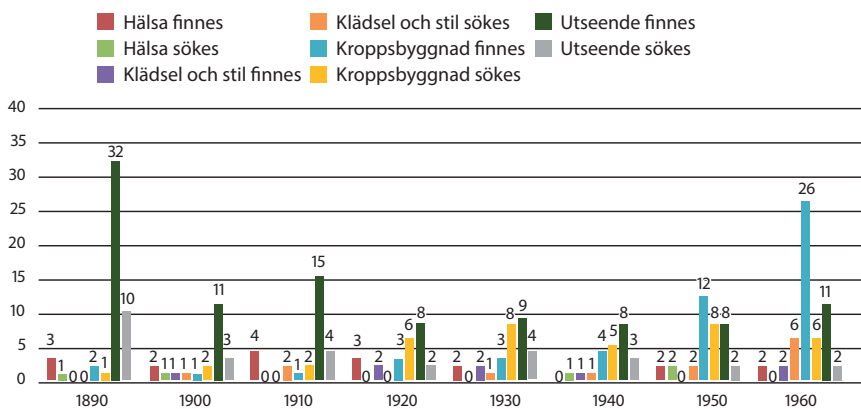
Det enda utmärkande gällande beskrivningar av kroppsbyggnad under första delen av undersökningsperioden var 1930 års ovanliga och enstaka beskrivningar av oönskad magerhet. Formuleringarna skulle kunna vara ett resultat av dåliga tider då magerhet var tecken på bristande hälsa, men skulle också kunna ses som reaktioner mot ett nytt slankare kvinnoideal.⁵⁶ Omnämmanden av kroppsbyggnad under andra halvan

Diagram 6.3. Sammanställning över andelen (%) beskrivningar med uppgifter om kvinnans kroppsliga egenskaper sorterat på hälsa finnes/sökes, klädsel och stil finnes/sökes, kroppsbyggnad finnes/sökes samt utseende finnes/sökes i 4 000 kontaktannonser i *Dagens Nyheter*, 1890–1960.



Källa: *Dagens Nyheter*, Carolina Mikromedia, Carolina Rediviva, Uppsala universitetsbibliotek.

Diagram 6.4. Sammanställning över andelen (%) beskrivningar med uppgifter om mannens kroppsliga egenskaper sorterat på hälsa finnes/sökes, klädsel och stil finnes/sökes, kroppsbyggnad finnes/sökes samt utseende finnes/sökes i 4 000 kontaktannonser i *Dagens Nyheter*, 1890–1960.



Källa: *Dagens Nyheter*, Carolina Mikromedia, Carolina Rediviva, Uppsala universitetsbibliotek.

av undersökningsperioden handlade för kvinnors del om ”slank” och ”fyllig”.⁵⁷ Mannen i kontaktannonserna kunde under undersökningsperioden vara ”stark”⁵⁸, ”reslig”⁵⁹, ”stor”⁶⁰, ”ståtlig”⁶¹ och ”spänstig”.⁶² Kvinnliga annonsörer skrev också i viss mån mer än män om skötsel av kroppen. Detta kan höra samman med att kvinnan som en del i hushållsarbetet i högre grad har fått stå för omsorg om kläder och hygien.

Kroppens paketering var något som blev mer framträdande i annonserna från 1950. Den estetiska dimensionen av kroppen förstärktes bland annat genom uttryck som ”välvårdad”. Denna successiva förändring syns också i hur begreppet ”snygghet” förändrades. I mitten av seklet bytte ”snygghet” betydelse från ”prydlig och ren” till att bli ett estetiskt omdöme. Samtidigt tog ordet ”proper” över betydelsen av det som tidigare betecknats som snygg. Ett exempel på ”snygg” i 1910–1940-talens innebörd syns i annonsen av en 33-års herre som i mars 1930 utlovade ett ”snyggt hem”,⁶³ medan den senare betydelsen finns i annonsen av den mörke snygge herren som 1960 sökte en attraktiv dam.⁶⁴

Hälsa är den kroppsliga egenskap som hade minst betydelse under hela undersökningsperioden – se diagram 6,5 som visar antalet uppgifter rörande hemmets skötsel, hälsa och kroppslig omsorg.⁶⁵ Flest uppgifter om hälsan förekom under den första halvan av undersökningsperioden. En hypotes är att hälsan var mer avgörande i ett fattigare Sverige där de flesta arbetade med kroppen och möjligheterna till vård var dåliga. Att hälsan skulle ha olika stor betydelse i olika samhällsgrupper kan dock inte fastslås utifrån detta källmaterial. Det finns inget i annonserna som tyder på att den socioekonomiska bakgrunden påverkade huruvida annonsörerna tog upp hälsoaspekten; såväl ”fattiga” och ”lärarinnor” som ”godsägare” och ”tjänstemän” beskrev sin hälsa. Detsamma gäller dem som hade önskemål om partners hälsa – även här fanns såväl ”affärsmän” och ”direktörer” som ”folkskollärare” och ”lantbrukare”. Det går inte heller att se att betydelsen av hälsa blev viktigare efter 1910, som till exempel Ulrika Holgersson och Karin Johannisson har skrivit.⁶⁶ Hälsans betydelse i de svenska kontaktannonserna varierade över hela perioden.

Män var generellt mer upptagna av hälsa i sina annonser än kvinnor. Överlag förekom beskrivningarna av hälsan oftare då en person

beskrev sig själv än när den som söktes beskrevs.⁶⁷ Flest beskrivningar av den egna hälsan i annonser av kvinnliga annonsörer förekom 1890 och 1950, och det var som mest ovanligt 1960. Manliga annonsörer beskrev oftast sin hälsa under åren 1890, 1910 och 1950. Minst antal beskrivningar av den egna hälsan förekom 1940, även om det fanns enstaka avvikande exempel, som när en ”läkare” önskade en ”huslig, frisk” kvinna.⁶⁸ Damen uppmanades dessutom att i sitt svar upplysa om sitt hälsotillstånd.

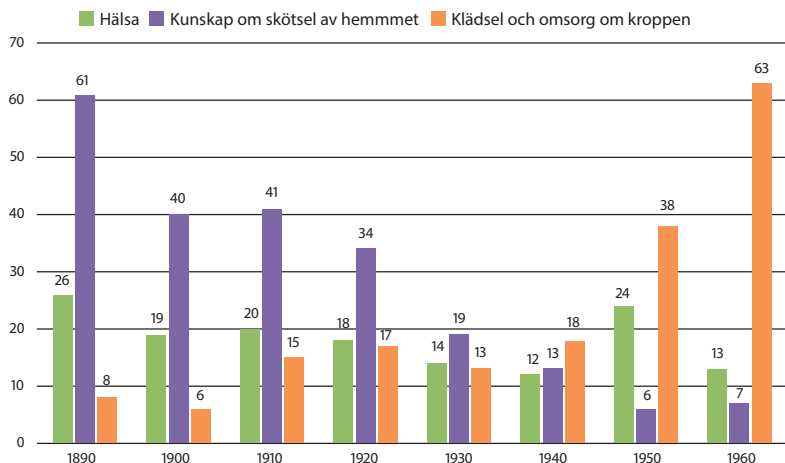
Någon vurm för friskvård och motion under 1930 eller 1940 liknande den som tidigare forskning iakttagit i annat material märks inte i kontaktannonserna, även om man just år 1940 också hittar en man med ”sund närings- och kroppsbasis”.⁶⁹ Annonsören var den första vegetarianen i materialet:

JAG BYGGER LIVET på sund närings- o.
kroppsbasis, är natur- och soldyrkare, intr.
av stud., mus., sinne f. humor, ej eremit,
söker likas. fl. f. tankeutb. o. ev. äkt. Sv.
till ”Vegetarian 27”.⁷⁰

Den vanligaste beskrivningen av hälsotillståndet var att annonsören eller den tilltänkta partnern var ”frisk”, som i en annons av en ”kristligt sinnad” man som 1890 levde i ”goda omständigheter” och önskade sig en ”flicka eller enka med 8,000 kronor, frisk och med lust att bo på landet”.⁷¹ Från 1950 kunde annonsörernas beskrivningar av hälsa också inkludera mer friskvårdsrelaterade uppgifter som hur man skötte om sin kropp och hälsa. Själva ordet ”frisk” användes under hela perioden, men framförallt åren 1910 och 1950. År 1890 och 1950 var som sagt de observationsår då det var viktigast att ta upp hur det stod till med hälsan.

Ordet ”sund” förekom precis som ”frisk” i annonserna under hela perioden. Begreppet ”sund i kropp och själ” var vanligast 1890–1920, men dök också upp i annonser 1960. Dock förändrades den innebörd annonsörerna lade i ordet; 1930 kunde till exempel nöjen vara sunda⁷² och 1940 åsikterna.⁷³ Från mitten av 1900-talet, när fritidssysselsättningar generellt började ta en större plats i annonserna, låg beskrivningar av sunda vanor och fritidsintressen nära varandra i betydelse. Sund

Diagram 6.5. Sammanställning över antalet beskrivningar med uppgifter om mannens och kvinnans egenskaper relaterade till hälsa, kunskap om skötsel samt klädsel och omsorg om kroppen i 4 000 kontaktannonser i *Dagens Nyheter*, 1890–1960.



Källa: *Dagens Nyheter*, Carolina Mikromedia, Carolina Rediviva, Uppsala universitetsbibliotek.

livsaskådning och livsföring fick större plats, särskilt i idealbilderna av mannen från 1960 i såväl mäns som i kvinnors annonser. Mest frekvent användes ordet ”sund” åren 1950 och 1960.

Renhet, sundhet och friskhet framträder som ett sammanhängande ideal i annonserna under åren 1890–1920. Att besitta dessa egenskaper kopplades inte enbart till kroppslig hygien. Fysisk renhet hade också en moralisk aspekt, som dock förlorade betydelse efter hand. Hälso-begreppet kom allt mindre att kopplas till moral och mer till livsstil. Hur hälsa betraktats och inramats kan i detta avseende troligen hänföras till samhällsförändringar rörande levnadsstandard och social utjämning.

Det finns vissa exempel på beskrivningar av hälsa som visar att hälsans innebörd för de livspartnersökande kan ha förändrats under perioden. Ett sådant fall är sjuksköterskan som 1900 explicit ville ha en make att vårda.⁷⁴ Det vi uppfattar som en motsägelse mellan försörjningsmöjlighet och livspartnerskap idag kan ha tett sig annorlunda vid sekelskiftet 1900. I en tid med svagare socialt skyddsnät var individen

mer sårbar och livspartnerskapet mer beroende av att sjukdom och fysisk nedsättning kunde hanteras inom relationen.⁷⁵

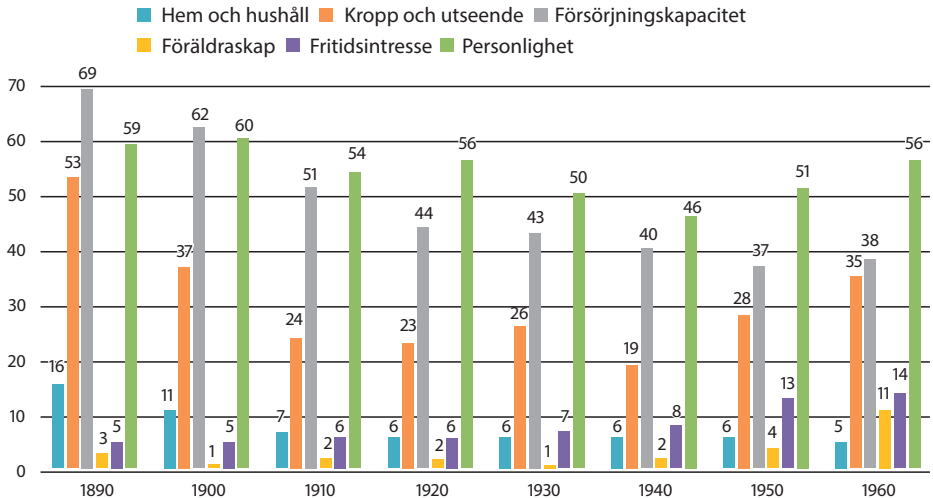
Olika typer av beskrivningar av hälsa förekom under hela perioden, men tog aldrig någon större plats i annonserna. Att hälsotillståndet inte hade någon större betydelse skulle kunna hänga samman med de äktenskapshinder som samhället ställde upp genom att officiellt reglera sanktionerat livspartnerskap utifrån bland annat sjukdom och ”duglighet” för ”kommande släkten”. Reglerna för äktenskap låg under stora delar av perioden som ett bakgrundsfilt för kontaktannonserna. Sårbarheten för sjukdom och ohälsa, parad med tankar om reproduktionens betydelse, uttrycktes exempelvis av annonsören Gustaf 1890 då han skrev: ”OBS! Ingen får anmäla sig som är medveten om ärftliga sjukdomar inom sin familj såsom kräfta, lungsot, fallandesot, galenskap eller dryckenskap.”⁷⁶

Genom sitt sanna väsende göra ett hem trefligt

I många av annonserna från sekelskiftet 1900 beskrevs kärlek till hem och hushåll samt skicklighet i att sköta dem som ett ideal. I en annons framgick att en god husmor skulle ”ha förmåga och vilja att göra ett hem ljus och glatt”,⁷⁷ och vara ”van vid hems behagliga ordnande”.⁷⁸ Den funktionalistiska estetiken med ljus, sol och luft i bostaden kopplat till kvinnan, som flera forskare skrivit om, syns också.⁷⁹ Hemmet som flera kontaktannonser beskrev 1910 och 1920 var ett ordnat och ”solljust”⁸⁰ hem. I annonsmaterialet i sin helhet framkommer att annonsörerna under denna period ansåg att hemmet och hushållet var kvinnans ansvar. Män och kvinnor var överens om denna ansvarsfördelning.

Men beskrivningar som överensstämmer med vad Schmidt och Kristensen kallat för husmoderligheten som ett modernt sanitärt ordningsprojekt är inte särskilt framträdande i kontaktannonserna.⁸¹ Som diagram 6.6 visar var det mycket vanligare att erbjuda och efterfråga kvinnans egenskaper som försörjare, både när det gäller materiella tillgångar och yrkesaktivitet, än kunskap och intresse för hemmet och hushållet. Den huvudsakliga slutsatsen i detta kapitel är därmed att beskrivningar av husmoderlighet och renlighet i hemmet – trots idealens

Diagram 6.6. Sammanställning över andelen (%) annonser som innehåller beskrivningar av önskade egenskaper relaterade till hem och hushåll, kropp och utseende, försörjningskapacitet, föräldraskap, fritidsintressen samt personlighet i 4 000 kontaktannonser i *Dagens Nyheter*, 1890–1960.



Källa: *Dagens Nyheter*, Carolina Mikromedia, Carolina Rediviva, Uppsala universitetsbibliotek.

samhällspopularitet under perioden – aldrig fick ta det största utrymmet i individers sökande efter en äktenskapspartner.

Under perioden då hemmets skötsel betonades lades dessa uppgifter som sagt på kvinnan. Angående personlig hygien samt omsorg om kläder och kroppens yttre ansågs det i högre grad vara kvinnors ansvar. Detta överensstämmer med iakttagelser andra forskare gjort gällande kvinnan som mottagare och förmedlare av information om personlig hygien under denna period.⁸² Ett ytterligare resultat av denna studie är att huslighet övergår från att beskrivas som en arbetsinsats till att bli ett kvinnligt kodat intresse under mitten av 1900-talet.

Beskrivningar av vem som ansvarade för hemmet och dess känslöstämningar försvann redan mellan 1930 och 1950. Efter 1960 efterfrågades inte längre kunskaper i hemmets skötsel. Istället blev hemmet en plats för fritid, och hemmets sysslor, till exempel matlagning, framställdes som fritidssysselsättningar. Kunskaper om hygien, hushållsekonomi och

förmåga att skapa trevnad efterfrågades inte längre i kontaktannonser, vare sig för kvinnan eller för mannen. Studien av kontaktannonsörers beskrivningar antyder också en förflyttning från renlighet fokuserad på omgivning till renlighet fokuserad på kroppen, till det estetiska och yttre bedömningsbara. Från 1950 handlade beskrivningar om sundhet, renlighet, friskhet och hälsa mer om mäns och kvinnors kroppsliga egenskaper, medan beskrivningar kopplat till skötseln av hemmet och hushållet tenderade att minska.

Den intensifiering av renlighetsprojekten i hemmet och för kroppen som beskrivits i tidigare studier med fokus på samhällsupplysning och hygienfrämjande insatser från stat och läkarkår går även att spåra i kontaktannonser. Samtidigt visar annonserna att hemmet, hushållet, hälsan och omsorgen om kroppens renlighet hade en begränsad betydelse i kontaktannonser. Renlighet nämndes sällan. Diagram 6.6 visar olika egenskaper och värden som tas upp i annonserna och hur de förhåller sig till varandra. Trots att renlighet genomsyrat otaliga statliga och institutionella insatser och reformprogram under tidigt 1900-tal gavs hygien alltså inte någon större plats inom människors sökande efter någon att dela vardagen med.

Studien av kontaktannonserna visar att det moderna husmoders- och renlighetsprojektet visserligen lämnar spår i kontaktannonser, men att flit med såpa och tvål inte var centralt i annonsörernas drömmar om en livspartner. Kontaktannonserna nyanserar därmed historieskrivningen av renlighet som ett alltestädes närvarande värde under perioden. Bara för att hygienisk kunskap spreds av stat, läkarkår och politiska förespråkare betyder det inte att den blev till ett ideal för budskapets tilltänkta mottagare. För kärlekstörstande annonsörer kunde i vissa fall husmodern tänkas ”genom sitt sanna väsende göra ett hem trefligt”, men i sökandet efter den äktenskapliga lyckan var hon inte avgörande.⁸³

Noter

1 *Dagens Nyheter* 11 september 1890.

2 Ibid., 7 juli 1900.

3 Frykman, Jonas & Löfgren, Orvar, *Den kultiverade människan*, Malmö: Gleerups, 1994, 148–184; Schmidt, Lars-Henrik & Kristensen, Jens Erik, *Lys, luft og renlighet*:

- Den moderne socialhygienens födsel*, Viborg: Akademisk Forlag, 1986, 115–129, 151; Wiell, Karolina, *Bad mot lort och sjukdom: Den privathygieniska utvecklingen i Sverige 1880–1949*, Uppsala: Uppsala universitet, 2018, 21.
- 4 Frykman & Löfgren, 150.
 - 5 Schmidt & Kristensen, 115.
 - 6 Blom, Ida & Haavet, Inger Elisabeth, "Familjen, staten och välfärden 1800 respektive 1900", *Sekelskiften och kön: Strukturella och kulturella övergångar 1800, 1900 och 2000*, Göransson, Anita (red.), Stockholm: Prisma Bokförlag, 2000, 27.
 - 7 Janssens, Angélique, "The rise and decline of the male breadwinner family? An overview of the debate", *International Review of Social History* vol. 42, nr 5, 1997, 29.
 - 8 Schmidt & Kristensen, 115f., 120, 151.
 - 9 Wiell, 60.
 - 10 Schmidt & Kristensen, 124, 127.
 - 11 Se t.ex. Hatje, Ann-Katrin, *Befolkningsfrågan och välfärden: Debatten om familjepolitik och nativitetsökning under 1930- och 1940-talen*, Stockholm: Allmänna Förlaget, 1974; Palmblad, Eva, *Medicinen som samhällslära*, Göteborg: Daidalos, 1990, 120f.; Palmblad, Eva & Eriksson, Bengt Erik, *Kropp och politik: Hälsoupplysning som samhällspegel*, Stockholm: Carlsson, 1995, 86f., 99–103, 126f.
 - 12 Hirdman, Yvonne, *The Swedish welfare state and the gender system: A theoretical and empirical sketch: Study of power and democracy in Sweden*, Report No. 9 Maktutredningen, Uppsala, 1987, 25–40; Hirdman, Yvonne, "Genussystemet", SOU 1990:4, *Demokrati och makt i Sverige: Maktutredningens huvudrapport*, Stockholm, 1990, 84–86; Hirdman, Yvonne, "Rationalitet, lycka och genus – välfärdsstatens grunddrag", *Jämlikhet från vaggan till graven – på väg in i 2/3-samhället? Rapport från forskarseminariet i Umeå januari 1996*, Stockholm, 1996, 122.
 - 13 T.ex. Karlsson, Lynn & Wikander, Ulla, *Kvinnoarbete och könssegregering i svensk industri 1870–1950: Tre uppsatser*, Uppsala: Uppsala papers in economic history. Research report, 1986; Hirdman, Yvonne, *Att lägga livet tillrätta: Studier i svensk folkhemspolitik*, Stockholm: Carlsson, 1989; Hirdman, Yvonne, *Den socialistiska hemmafrun och andra kvinnohistorier*, Stockholm: Carlsson, 1992; Janssens; Blom & Haavet; Göransson, Anita, "Kön, handling och auktoritet", *Sekelskiften och kön: Strukturella och kulturella övergångar 1800, 1900 och 2000*, Göransson, Anita (red.), Stockholm: Prisma Bokförlag, 2000; Hedenborg, Susanna & Wikander, Ulla, *Makt och försörjning*, Lund: Studentlitteratur, 2003; Hirdman, Yvonne, *Genus: Om det stabila föränderliga former*, Stockholm: Liber, 2003.
 - 14 T.ex. Hirdman, *Att lägga livet tillrätta*.
 - 15 Schmidt & Kristensen, 116.
 - 16 Palmblad & Eriksson, 16–20, 23, 126–130.
 - 17 Schmidt & Kristensen, 116.
 - 18 Englund, Josefin, *Som folk är mest: Könsideal i svenska kontaktannonser 1890–1980*, Uppsala: Studia Historica Upsaliensa, 2018.
 - 19 För en analys av databasen utifrån periodiseringar och studier av könsideal och genusrelationer i ett bredare och längre perspektiv, se Englund.
 - 20 Ljungqvist, Ivar, *Ur Dagens Nyheters historia: D. 3, 1922–1946*, Stockholm: Bonnier, 1954, 84, 483; Boëthius, Sven, "Eftertexten som annonsforum", *Festskrift Harry Bjurström 1905 2/7 1955*, Stockholm: Dagens Nyheter, 1955, 77; Kihlberg, Leif, *I annonsernas spegel: En revy över samhällets förvandling under hundra år*, Stockholm: Bonnier,

- 1964, 56f., 113; Jonsson, Sverker, *Annonser och tidningskonkurrens: Annonsernas roll i tidningsekonomin och betydelse för koncentrationspressen i Stockholm, Göteborg och Malmö*, Göteborg: Meddelanden från Ekonomisk-historiska institutionen vid Göteborgs universitet, 1977, 218, 222–224; Jonsson, Sverker, *Pressen, reklamen och konkurrensen 1935–1978*, Göteborg: Meddelanden från Ekonomisk-historiska institutionen vid Göteborgs universitet, 1982, 154, 156–160, 169; Hadenius, Stig, *Dagens Nyheters historia: Tidningen och makten 1864–2000*, Stockholm: Bokförlaget DN, 2002, 220. Även i jämförelse med övriga stora städers annonsorgan var *Dagens Nyheter* stor på rubrikannonser. Se Jonsson, *Annonser och tidningskonkurrens*, 53, 66, 218, 223f.
- 21 Ljungqvist, 37.
- 22 Jonsson, *Annonser och tidningskonkurrens*, 152, 160f., 174f., 269.
- 23 Boëthius, 67; Kihlberg, 15.
- 24 Kihlberg, 101, 106f.; Hadenius, Stig, Weibull, Lennart & Wadbring, Ingela, *Massmedier: Press, radio och tv i den digitala tidsåldern*, Stockholm: Ekerlid, 2008, 33, 339f.
- 25 Jonsson, *Annonser och tidningskonkurrens*, 45; Engblom, Lars-Åke, Jonsson, Sverker, Gustafsson, Karl Erik & Rydén, Per (red.), *Den svenska pressens historia IV: Bland andra massmedier (efter 1945)*, Stockholm: Ekerlid, 2002, 67.
- 26 Hadenius, Weibull & Wadbring, 60.
- 27 Hadenius, 199, 212, 215–217, 365–367. Läsarna var inte främst pigor eller drängar, utan tillhörde medelklassen. Läsarna kom från den lägre medelklassen, som växte sig allt starkare i slutet av 1800-talet. Under 1900-talets första decennier fortsatte det vara så, och på 1920-talet talar dåvarande annonschefen om läsarna som tillhörande främst arbetarklass och medelklass. Se Hadenius, 33, 37, 61.
- 28 Rolf Dackholt har i sina studier av kontaktannonser 1951–1981 i tre olika tidningar – *Arbetet*, *Kvällsposten* och *Sydsvenska Dagbladet* – konstaterat att det inte är någon större skillnad mellan kontaktannonserna i olika dagstidningar. Se Dackholt, Rolf Åke, ”Studie över kontaktmöjligheter”, otryckt psykologexamensuppsats, Lund: Institutionen för tillämpad psykologi, 1982, 52–55.
- 29 Se Hadenius, 453f.
- 30 *Dagens Nyheter* har aldrig varit en landsortstidning, trots försök under perioder att få en större förankring på landsbygden. Tidningen har sedan mätningar infördes alltid haft mer än hälften av spridningen av nettoppulan inom Stockholmsområdet. Andelen av upplagan som spreds inom området blev dessutom större under undersökningsperioden. Mellan 1942 och 1967 ökade upplagespridningen gällande förhållandet mellan Stockholm och övriga landet från hälften till mer än 70 procent. Det är framförallt på vardagar spridningen utanför området minskade under denna tid. Den stora skillnaden när det gäller tidningens genomslagskraft för Sverige som helhet verkar ha handlat om skillnaden mellan Stockholm och övriga landet. *Dagens Nyheter* blev ju längre fram i tiden vi kommer just stockholmarnas tidning – och samtidigt ett riksorgan. Se Jonsson, *Annonser och tidningskonkurrens*, 46, 58; Gustafsson, Karl Erik, ”För folket eller eliten – *Dagens Nyheter* 1864–1989”, *Dagspressstrategier: Förr och nu*, red. Karl Erik Gustafsson, Göteborg: Informations- och massmediegruppen, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, 1996, 64f.; Hadenius, 44–47, 94, 376; *TS-boken*, Stockholm: Tidningsstatistik AB (TS), 1942, 1944, 1946, 1947, 1949, 1952, 1955, 1956, 1957, 1959, 1960, 1961, 1962, 1965, 1967, 1969.
- 31 Både 1940 och 1950 var *Dagens Nyheter* den tidning som hade flest läsare under 60 år. Se Jonsson, *Annonser och tidningskonkurrens*, 51. Läsarnas medelålder var under

- 1950-talet runt 46 år gällande Stockholmsområdet och gällande övriga områden 47–49 år. Totalt gällande hela landet var medelåldern på *Dagens Nyheters* prenumeranter runt 46 år. Under 1960-talet var genomsnittsåldern för läsarna i Stockholmsområdet 48–49 år. I övriga landet sjönk under denna tid medelåldern på prenumeranten från cirka 49 år till 45,9. Prenumeranten under 1960-talet var cirka 48 år. Under hela perioden 1953–1967 hade tidningen flest läsare i åldrarna 25–39 år och minst andel läsare i de allra yngsta och de allra äldsta grupperna. Se *TS-boken*, 1942, 1944, 1946, 1947, 1949, 1952, 1955, 1956, 1957, 1959, 1960, 1961, 1962, 1965, 1967, 1969.
- 32 Johansson, Eva Marie & Sander, Pia, "Svar till mysiga hemmakvällar", otryckt c-uppsats, Lund: Etnologiska institutionen, 1989, 59–60. Skillnaderna mellan populärpressens och dagspressens annonser anser jag kan förklaras med tidskrifternas mer specifika målgrupper. Syftet med denna studie är dock inte att undersöka eventuella skillnader mellan olika typer av kontaktannonsmedier.
 - 33 Furhoff, Lars, Gerentz, Sven, Tollin, Sven, Frithiof, Lars, Westerberg, Erik & Ljunggren, Olof, *Massmedieekonomi*, Stockholm: Journalistiskt kursbibliotek, 1972, 28.
 - 34 Det är troligt att resultatet avspeglar en förändring av näringsverksamhet, men också i viss mån en förändring av vilka kvinnor som annonserade. När det gäller kvinnor minskade, som diskuterats tidigare, andelen kvinnor som beskrev sig själva som bättre och förmögna. Det var framförallt män som skrev mindre om kvinnors hem- och hushållsegenskaper. Visserligen minskade andelen lantbrukare – som brukar behöva större och mer kunskapsbaserade hushållsinsatser – mellan dessa år, men denna minskning var markant. En undersökning visar att mäns socioekonomiska tillhörighet i viss mån vid en del observationstillfällen kunde ha en liten betydelse när det gällde beskrivningar av kvinnans hem- och hushållsegenskaper, till skillnad mot kvinnors uppgifter om sig själva.
 - 35 Andelen annonser med uppgifter rörande kvinnans hem- och hushållsegenskaper minskade med 92 procent under perioden.
 - 36 *Dagens Nyheter* 15 maj 1930; ibid., 16 januari 1890.
 - 37 Det var främst kvinnor som skrev att de hade ett trevligt, fint eller rart hem, trots att ägande av ett hem under vissa tider var en större möjlighet för män än kvinnor. Fyra kvinnor skrev åren 1910, 1950 och 1960 att de kunde bidra med trivsamma hem.
 - 38 Om kvinnans betydelse som organisatör av familjelycka, god smak och de moraliska konnotationerna av hemmets skötsel, se till exempel Berner, Boel, *Sakernas tillstånd: Klass, kön, teknik och expertis*, Linköping: Linköpings universitet, 1996, 121f.
 - 39 Ambjörnsson, Ronny, *Den skötsamme arbetaren: Idéer och ideal i ett norrländskt sågverksamhälle 1880–1930*, Stockholm: Carlsson, 1988, t.ex. 16f., 147, 194.
 - 40 *Dagens Nyheter* 3 oktober 1900.
 - 41 Ibid.
 - 42 Lagerspetz, Olli, *Smuts: En bok om världen, vårt hem*, Stockholm: Symposion, 2006, t.ex. 103.
 - 43 *Dagens Nyheter* 10 februari 1890.
 - 44 *Dagens Nyheter* 10 juni 1890.
 - 45 Ibid., 6 november 1910.
 - 46 Jämför man perioden 1890–1910 med perioden 1920–1930 går det inte att, tvärtemot det Berner noterat i sin forskning, se någon ökad betoning av hushållning i samband med första världskriget. Det syns inte heller någon mobilisering i hemmen och återupprättande av husliga dygder. Se Berner, 236.

- 47 Perioden såg en förändring av arbetsmarknad och familjebildning, t.ex. med fler förvärvsarbetande kvinnor och en ökad skilsmässofrekvens. Levnadsstandarden kopplad till teknik och konsumtion förändrades också, från 1930-talet. Detta innebar däremot inte att tiden för hushållsarbete i sig minskade, utan som till exempel Anita Nyberg skriver medförde tillgången till hushållsapparater, konstfibrer, färdiglagat och snabbköp istället att hushållsarbetet förändrades genom att kvaliteten höjdes och konsumtionen ökade. Se *Folk- och bostadsräkningarna 1860–1985 (FoB), Bidrag till Sveriges officiella statistik: A, Befolkningsstatistik (BiSOS)*, Stockholm; *Historisk statistik för Sverige: D. 1, Befolkning 1720–1967*, 1969; Nyberg, Anita, *Tekniken – kvinnornas befriare? Hushållsteknik, köpevaror, gifta kvinnors hushållsarbetstid och förvärvsdelagande 1930-talet–1980-talet*, Linköping: Linköpings universitet, 1989, 221f., 259.
- 48 Schmidt & Kristensen, 115f.
- 49 *Dagens Nyheter* 9 januari 1950.
- 50 Ibid., 17 januari 1960.
- 51 Ibid., 5 januari 1960.
- 52 *Dagens Nyheter* 28 september 1920.
- 53 Matlagning blev inte bara populärt, utan kunde nu vara del av ett kulturellt kapital, till exempel önskade en ”reklamkvinna” en man som ”uppskattar seriös musik och gastronomi”. Se ibid. 23 januari 1960.
- 54 *Dagens Nyheter* 22 mars 1890.
- 55 Bortsett från 1890. Detta år innehöll över 60 procent av de undersökta beskrivningarna av sig själv respektive av den som sökes referenser till kroppens utseende, form, paketering eller hälsotillstånd.
- 56 Att kvinnans kropp sågs som ett redskap i reproduktivt syfte, vilket Ann-Katrin Hatje menar var tydligt i statligt material under andra världskriget, syns inte i beskrivningarna av kvinnans (eller mannens) kropp under befolkningskrisens tider. Se Hatje, t.ex. 55, 188–192, 199, 228–231.
- 57 Exempel på ”slank” förekommer i *Dagens Nyheter* 22 februari 1960. Exempel på ”fylig” förekommer i *Dagens Nyheter* 27 januari 1960.
- 58 T.ex. ibid., 26 november 1920.
- 59 T.ex. ibid., 12 april 1910.
- 60 T.ex. ibid., 20 februari 1890.
- 61 T.ex. ibid., 1 mars 1930.
- 62 Ibid., 3 januari 1960.
- 63 *Dagens Nyheter* 7 mars 1930.
- 64 Ibid., 7 januari 1960.
- 65 Generellt var det äldre annonsörer som skrev om sin hälsa, och yngre annonsörer som skrev om sitt utseende.
- 66 Johannisson, Karin, *Den mörka kontinenten: Kvinnan, medicinen och fin-de-siècle*, Stockholm: Norstedts, 1995, 89–94; Holgersson, Ulrika, *Populärkulturen och klass-sambället: Arbete, klass och genus i svensk dampress i början av 1900-talet*, Stockholm: Carlsson, 2005, 209f.
- 67 Kvinnans hälsa lyftes före 1950 fram i högre grad av männen än av kvinnor själva, medan det omvända gäller efter 1950. Mannens egen hälsa togs istället alltid upp mer av mannen själv än av kvinnor som sökte en man.
- 68 *Dagens Nyheter* 31 januari 1940.

- 69 Bland andra Blomberg har skrivit om intresset för kropp och hälsa på 1930-talet. Se Blomberg, 170.
- 70 *Dagens Nyheter* 9 februari 1940.
- 71 Ibid., 27 januari 1890.
- 72 T.ex. ibid., 27 mars 1930.
- 73 T.ex. *Dagens Nyheter* 6 mars 1940.
- 74 Ibid., 30 november 1900.
- 75 Johannisson, 107.
- 76 *Dagens Nyheter* 21 februari 1890. Annonsen är den enda av sitt slag i materialet.
- 77 Ibid., 14 september 1910.
- 78 Ibid., 1 september 1891.
- 79 Schmidt & Kristensen, 7, 120. Se också t.ex. Thörn, Kerstin, "En god bostad för det riktiga livet. Den moderna bostadens ideologiska förutsättningar", *I framtidens tjänst: Ur folkhemmets idéhistoria*, Ambjörnsson, Ronny (red.), Stockholm: Gidlund, 1986, 201, 204f., 208f.
- 80 T.ex. *Dagens Nyheter* 17 januari 1920.
- 81 Schmidt & Kristensen, 115–129.
- 82 Wiell, 23.
- 83 *Dagens Nyheter* 11/9 1890.