

I et af bogens sidste kapitler træder forfatteren i lægefaglig karakter, idet han eftersøger forklaringer på, hvorfor „Danmark slap billigere“. Det er velkendt, at sygdommen stort set ikke påvirkede den samlede dødelighed hertilands. Det adskiller Danmark fra de fleste andre lande. Af de relativt detaljerede statistikker over dødsårsager står det klart, at influenzaen må have taget mange af dem, der ellers ville være døde af andre luftvejssygdomme – først og fremmest tuberkulose – men det udgør langt fra en udtømmende forklaring. Trier berører en række forklaringsmuligheder for disse særlige danske forhold, både socioøkonomiske og epidemiologiske, men holder sig tilbage fra at konkludere entydigt. Men i lyset af de forudgående kapitler lægges der implicit op til, at en systematiseret sygepleje hørte og hører til det beredskab, der skal afbøde skadevirkningerne af den pandemi, mod hvilken der kendes hverken vaccine eller medicinsk behandling.

Hans Trier er meget forsigtig med at drage konklusioner, og det efterlader nogle åbne spørgsmål, især hvad angår årsagen til, at Danmark skiller sig ud fra nabolandene. Men undersøgelsen danner under alle omstændigheder det selvfølgelig grundlag for enhver fremtidig videnskabelig beskæftigelse med den spanske syge i Danmark.

*Jes Fabricius Møller*

| NILS ARNE SØRENSEN (RED.): *Postordrecowboys og andre fortællinger om danskernes møde med Amerika*, Syddansk Universitetsforlag, Odense 2017, 272 s., 275 kr.

Ikke mindre end 22 fortællinger om danskernes møde med Amerika er det blevet til i denne bog på 272 sider, som Nils Arne Sørensen har redigeret. Resultatet er en række stykker à 10-15 sider, der på én undtagelse nær – Anne-Marie Mais bidrag – er skrevet af akademikere med tilknytning til historiefaget, idet flere oven i købet har deltaget i forskningsprojektet „Amerika på dansk,“ som Sørensen stod i spidsen for 2008-11. Sørensen skriver, at fælles for den brede vifte af temaer er, „at de alle er tænkt som brikker til den meget større og vigtige fortælling om amerikanisering af Danmark og danskerne hen over de sidste næsten 150 år“ (s. 15). Kronologien bestemmer bogens fremadskriden, fra slutningen af 1800-tallet til 1980'erne, med hovedvægten lagt på de to årtier efter 2. Verdenskrig, en periode, hvor „den amerikanske påvirkningskraft“ var „særlig stor“ (s. 15). Groft sagt kan bogens 22 kapitler samtidig opdeles i tre kategorier.

Den første kategori handler om kultur. Anne-Marie Mai skriver om amerikanske inspirationer i dansk digtning, lige fra H.C. Andersen til

Klaus Høeck og fra Walt Whitman til Lyn Hejinian, idet Mai eksempelvis noterer, at Dan Turèlls generation voksede op „med en amerikanisering, som gik dem i blodet“, så Turèll ligefrem gik så langt som til at erklære sig for „amerikaner-dansker“ (s. 50). Langt mere plads vies danske møder med amerikansk populærkultur. Detektivfiguren Nick Carter dukkede op i Danmark i 1908 og blev – trods etableringen samme år af Foreningen mod Smudspressen – hængende som kioskbasket frem mod 1970'erne, om end med visse pauser (Søren Hein Rasmussen). Da amerikanske tegneseriefigurer for alvor gjorde deres indtog i Danmark i 1950'erne, blev de mødt med hård kritik af debattører som skolemanden Christian Winther og den populærvidenskabelige Tørk Haxthausen. I 1954 karakteriserede sidstnævnte denne angivelige trussel mod børn og unge som en vel at mærke *amerikansk* inspireret „Opdragelse til terror“ – selvom i øvrigt hverken han eller andre kritikere havde ulejliget sig med at læse tegneserierne endsige vidste, at de ikke alle havde amerikansk ophav. Stillet over for kritikernes kampiver måtte både *Superman* og *Fantomet* strække våben: Carl Aller opgav at udgive dem netop i 1954 (Søren Hein Rasmussen).

Også danskernes møde med amerikansk populærmusik – især jazzen – tages under behandling. Under 1930'ernes store depression var den amerikanske jazzmusik ikke så vanskelig endda at komme i kontakt med herhjemme, som det ellers ofte er blevet antaget. I biografmørket kunne danskerne nemlig ikke blot drømme sig til et rigt og fascinerende USA, således som det blev portrætteret i en lind strøm af musicals, men også stifte bekendtskab med jazzmusikken og derved faktisk blive del af en globaliseret ungdomskultur baseret på netop Hollywood og jazz. Selv i sin mattere danske afglans – musicalen *Mille, Marie og mig* (1937) med Marguerite Viby i hovedrollen – udfordrede musicalgenren traditionelle kønsroller (Rasmus Rosenørn). Til gengæld var det vanskeligere at opleve tidens store jazzstjerner live. Dog gæstede både Louis Armstrong og Josephine Baker Danmark i 1933. I Odense blev de modtaget af begejstrede unge jazzentusiaster, men især Armstrong af et vredladent – og ældre – anmelderkorps. Var anmelderne blidere stemt mod den letpåkledte Baker, portrætterede de hende dog ud fra samme racistiske skala som Armstrong. Først under 2. Verdenskrig gik jazzen hen og blev „stueren“ (Poul Duedahl). Selvom danske *swingpjatter* vakte en del furor under besættelsen, blev amerikansk jazz og swing frem mod 1950'erne præget af en trivialisering, der kom til at sætte sit præg på annamelsen af rock'n' roll. I Danmark blev rocken i 1956 nemlig lanceret som en ny tids jitterbug. Dermed blev den ikke for alvor farlig og bør snarere ses som swingkulturens svanesang end som indledningen til 1960'ernes ungdomsoprør (Rasmus Rosenørn).

En stor del af de møder mellem det amerikanske og det danske, der udspillede sig på den kulturelle front, havde journalistikken som mellemlid. Mens danske ugeblade frem mod 1930 kun udviste begrænset interesse for det amerikanske stof – og gjorde det med lige dele nedlæthed og fascination og somme tider med et andet europæisk land som mellemlid – steg dækningen af amerikansk populærkultur med lanceringen af ungdomsbladet *Tempo* (1932) og siden med ugebladene *Billed-Bladet* (1938) og *Se og Hør* (1953), der begge blev præget af fotobårne reportager med Hollywoodstof og præsidentfamilier som amerikanske omdrejningspunkter. Her blev positive fremstillinger af USA's rolle under Den Kolde Krig efterhånden komplementeret af negativ omtale af racisme og kriminalitet (Søren Hein Rasmussen og Rasmus Rosenørn). Ser man på selve den journalistiske metode herhjemme, fandt den trods lejlighedsvis rynkede næser også inspiration i USA, lige fra Henrik Cavling mod slutningen af 1800-tallet lancerede interview- og reportageformen i *Politiken*, til Mogens Berendt i 1970'erne og 1980'erne introducerede den litterært inspirerede *new journalism* for danske journalister og avislæsere (Anders Bo Rasmussen).

Den anden kategori af bidrag i *Postordrecowboys* fokuserer på politik og/eller køn. I Danmark førte mordet på præsident John F. Kennedy i 1963 til, at flere borgere stiledede kondolencebreve enten til ambassaden i København eller direkte til enkefru Jacqueline. I omtrent 150 udvalgte breve fremstår skribenterne – med en overvægt af kvinder og unge – som optaget ikke bare af tragedien, men af Kennedy både som håbets repræsentant i kampen mod USA's skyggesider og som et aftryk af den glansbilledagtige *celebrity*, der var blevet fejret i den kulørte presse. En del breve har ligefrem karakter af fanpost (Nils Arne Sørensen). Inden sin død nåede Kennedy til gengæld gennem skabelsen af *Peace Corps* at inspirere danske græsrodder og Folketinget til etableringen af Dansk Ungdoms U-landsarbejde (DUU) under Mellemfolkeligt Samvirke. I september 1963 sendte DUU de første 20 ulandsfrivillige afsted til Tanzania. Selvom Mellemfolkeligt Samvirke havde politiske rødder, mens amerikanske hjælpeorganisationer historisk set havde religiøse rødder, blev DUU ingenlunde et våben i Den kolde Krig, på samme måde som Kennedys Fredskorps blev det (Anne Mørk). En noget parallel koldkrigsproblematik havde udspillet sig allerede fra 1949 og ind i 1950'erne: Amerikanske diplomater tilbød Statens Filmcentral at finansiere en række kortfilm med Marshallplanen som omdrejningspunkt. Men mens amerikanerne ønskede, at filmene skulle fremstille USA i et positivt lys og i sidste instans bidrage til, at amerikanisere europæernes økonomiske tænkesæt, var danskerne mere interesserede i at bruge filmene som led i et salg fremstød for danske va-

rer – hvortil kom, at flere af de danske deltagere repræsenterede venstrefløjten (Sissel Bjerrum Fossat).

Andre bidrag i denne kategori har kvinder som omdrejningspunkt. I 1950'ernes København blev en række kvinder, der indledte kortvarige – og gerne økonomisk lukrative – affærer med besøgende amerikanske soldater fra Vesttyskland, kendt som „amerikanerpiger“. Betegnelsen havde langtfra så negative konnotationer som besættelsestidens „tyskerpiger“, og selvom en politiinspektør klistrede prædikatet „halvprostituerede“ på dem, ser flertallet ud til ikke at have haft rødder i det københavnske prostitutionsmiljø. Måske skal man snarere konkludere, at disse kvinder, der ofte havde middelklassebaggrund, var fascinerede af et amerikansk forbillede, de gennem soldaterne kunne komme i direkte kontakt med – også selvom hovedfortællingen om dem blev, hvor ilde det kan gå pæne piger (Nils Arne Sørensen). Skal vi tro 1950'ernes danske rejseskildringer, var amerikanske kvinder derimod hjemmegående husmødre alle til hobe. Alligevel deler skildringerne sig i to. I en værdineutral eller respektfuld tone blev nogle kvinder fremstillet som centrale elementer i forbrugerkulturen, nemlig som husholdningens og det moderne elektrificerede amerikanske køkkens naturlige midtpunkt. I et mere negativt toneleje blev andre kvinder, der bevægede sig uden for hjemmets rammer – og dermed i rejseskribenternes optik blev for moderne – portrætteret som overfladiske, unødigt travle og barnlige (Iben Vyff). Danske køkkener gennemgik i øvrigt i 1950'erne og frem mod 1970'erne en vis amerikansering, men det handlede i højere grad om fløjtekedel og dåseåbner og om at „forbedre forholdene og optimere arbejdsgangene for husmoderen“ (s. 152) end om realisering af idealerne om det åbne spisekøkken med køkkenmaskiner, masser af plastic og store køleskabe. Tilmed var der en tendens til at rynke lidt på næsen ad den rene amerikanske vare og udvise mere begejstring for det amerikaniserede svenske køkken (Iben Vyff). Amerikanske *New Left*-feministers (*Redstockings*) oprør mod blandt andet indespærringen i køkkenet udgjorde en væsentlig inspirationskilde for 1970'ernes danske rødstrømpebevægelse. Da feminister i Boston udgav *Our Bodies, Ourselves* (1971), fulgte et dansk forfatterkollektiv snart trop med *Kvinde kend din krop*. Fra et amerikaniseringsperspektiv er lokalvariationerne i måden, hvorpå en række europæiske lande modtog og omfortolkede det amerikanske forlæg, bemærkelsesværdige. Her viste den danske udgave sig i særlig grad præget af *New Left*-originalen fra Boston (Sissel Bjerrum Fossat).

Den tredje og sidste kategori i *Postordrecowboys* handler om amerikansk kapitalisme på dansk, lige fra research- og investeringsfasen til varesalget. Nogle danske teknikere og ingeniører rejste til USA for at lade sig inspirere af amerikansk ingeniørmæssig og produktionsor-

ganisatorisk knowhow. Mod slutningen af 1800-tallet arbejdede både H.P. Prior og Thomas B. Thrige i virksomheder under selveste Thomas A. Edison, mens Peder Andersen Fisker efter århundredskiftet fik job på en elmotorfabrik i Chicago. Væbnet med deres amerikanske erfaringer – og med viljen til at tænke innovativt – grundlagde de siden hver især deres egne betydningsfulde danske virksomheder. Mads Clausen lod sig ligeledes inspirere af det amerikanske, men drog dog først på en længere rundrejse i USA i 1950, mange år efter han havde grundlagt Danfoss. Selv i dag er det ikke urimeligt at antage, at Danmark er nettoimportør af amerikansk knowhow, om end i et stærkt reduceret omfang (Per Boje). Også inden for reklamebranchen blev amerikansk knowhow af stor betydning. I en branche præget af for meget plattenslageri forsøgte en stadig mere velorganiseret dansk reklamebranche i løbet af 1920'erne at lancere „god“ og „ærlig“ reklame ud fra amerikanske koncepter. Det amerikanske reklamebureau J. Walter Thompson etablerede et dansk kontor i 1927, der dog lukkede under 1930'ernes depression, og Max Kjær-Hansens kamp for at institutionalisere og videnskabeliggøre reklamen i Danmark var stærkt inspireret af det amerikanske forbillede. Påfaldende mange danske reklamepionerer i mellemkrigstiden blev dog kun i mindre grad påvirket af eksisterende amerikaniseringstiltag herhjemme. I stedet rejste de selv til USA og vendte tilbage med mere knowhow, som de så implementerede i Danmark med en vis tidsforskydning (Morten Bendix Andersen og Nils Arne Sørensen). I Kalundborg søgte byens driftige konservative borgmester Jørgen Hagemann-Petersen mod slutningen af 1950'erne ikke så meget knowhow som amerikansk kapital – måske tilmed inspireret af, at økonomi- og arbejdsminister Jens Otto Krag i 1956 havde lanceret en national kampagne med netop et sådant formål. I Kalundborg kronedes bestræbelserne med held, da Tidewater Oil Company etablerede byens olieraffinaderi i 1961. Alligevel må hovedlæren være, at „det ikke var direkte amerikanske investeringer, der er forklaringen på, at Danmark og dansk erhvervsliv ... er blevet stærkt påvirket af USA“ (s. 218). Symptomatisk nok endte raffinaderiet i Kalundborg på norske Statoils hænder efter først at være blevet overtaget af Esso (Kenn Tarbensen).

Andre artikler fokuserer på amerikaniseringstendenser i vare- og salgsløbet. „Cowboybukser“ var en betegnelse, der øjensynlig blev opfundet af tøjfirmaet Troelstrup mod slutningen af 1940'erne, og de første sådanne bukser blev importeret fra Sverige. Alligevel kom cowboybukserne fra 1950'erne til at repræsentere en amerikanisering – eller et kulturmøde – på tre niveauer: for det første som en kopiering af amerikanske jeans; for det andet som en særlig type fritidsbukser, der blev forbundet med cowboymytens amerikanske værdisæt, og som

man kunne se i postordrekatalogerne; og for det tredje som en kropsmatrice – baseret på buksernes stadig snævrere snit – der rejste hurtigere end sin egen begrebsliggørelse, og som fra 1960'erne og i de følgende årtier blev fast ingrediens i en række skiftende ungdomskulturer (Dorthe Gert Simonsen). Endnu en vare med stærke amerikanske konnotationer er selvfølgelig Coca-Cola, hvis vej til det danske marked blev lang. Drikken fik sit internationale gennembrud under 2. Verdenskrig; men i Danmark blev dens ankomst forsinket først af sukkerrationeringen og umiddelbart derefter af en særlig colaafgift, som Folketinget vedtog i 1953 efter lobbyarbejde fra den danske drikkevarebranche. Siden forsvarede branchen afgiften med antiamerikanske argumenter. Også efter colaskattens ophævelse i 1959 holdt drikkevarebranchen stand med lanceringen af danske Jolly Cola, der først for alvor måtte vige pladsen for Coca-Cola og globaliseringen mod slutningen af 1980'erne (Klaus Petersen og Nils Arne Sørensen). Hvis danske købmandsbutikker i 1950'erne endnu ikke solgte Coca-Cola, gennemgik de dog alligevel en form for amerikanisering, idet selvbetjeningskonceptet blev overtaget fra USA; butikkerne udviklede sig derimod ikke til amerikanske forbrugstempler. Selvom danske branchefolk ville have forsvoret det, fandt kvinderne supermarkederne nemme, bekvemme og ikke mindst tidsbesparende i deres søgen efter en tredje vej mellem „the American way of life“ og den traditionelle danske husmoderrolle, nemlig som udearbejdende deltidshusmødre (Marianne Rostgaard).

Bogen skal først og fremmest roses. I de mange korte, sprudlende kapitler – der, som Nils Arne Sørensen fortæller, tydeligvis „var sjove at skrive“ (s. 15) – opnår læseren hurtige og letlæste indblik i en lang række konkrete måder, hvorpå mødet mellem det amerikanske og danske fandt sted, lige fra det subtile til det nærmest vulgære, fra amerikanske jeans' forbegrebslige påvirkning af tøj- og kropskulturen til amerikanske diplomaters anmassende og ikke særlig vellykkede forsøg på gennem pengetilførsler til Statens Filmcentral at skabe positive Amerikabilleder herhjemme og i resten af Europa i den tidlige fase af Den kolde Krig. Samtidig går to temaer igen i de fleste skildringer. For det første var mødet mellem det danske og det amerikanske ofte præget af en blanding af fascination og væmmelse, som når rødstrømperne og andre dele af den danske venstrefløj lod sig inspirere af amerikanske feminister og af *New Left*, men samtidig væmmedes ved Coca-Cola og kapitalisme, eller når danske pressefolk på én og samme tid blev „frastødt og fascineret“ af amerikansk journalistik (s. 278). Det er vel netop i, hvad Fossat kalder „dette krydsfelt mellem afvisning og fascination“, at mødet mellem det amerikanske og det danske skal analyseres (s. 246). På nogle områder var fascinationen særlig udtalt,

eksempelvis når det drejede sig om amerikansk knowhow i industriproduktionen og reklamebranchen. På andre områder var væmmelsen tydelig, som når det for eksempel handlede om bekymringen over tegneseriernes og kiosklitteraturens ødelæggende og fordummende indvirkning på danskerne eller om angsten for sproglig invasion. For det andet viser fortællingerne, hvor snørklet den vej var, som „det amerikanske“ og „det danske“ trådte på deres rejser frem mod hinanden – og hvor kompliceret selve mødet blev. Langt hen ad vejen bidrog de danske rammer til at forme amerikaniseringen. Drikkevareindustrien herhjemme gjorde åbenlys modstand mod Coca-Cola, men endte med at måtte strække våben. Danske unge lod sig derimod tydeligvis inspirere af Kennedys fredskorps; men i en koldkrigs kontekst endte den danske pendant hertil med at blive noget helt andet end det amerikanske forbillede.

*Postordrecowboys* består af en række velskrevne, formidlende vignetter, der giver læseren korte indblik i den udforskning af amerikaniseringsprocesser, der gennem det sidste årti er blevet bedrevet herhjemme med Nils Arne Sørensens projekt „Amerika på dansk“ som det centrale omdrejningspunkt. Derimod leder man på en enkelt undtagelse nær – Marianne Rostgaards diskussion af Volker Berghahns amerikaniseringsbegreb – forgæves efter diskussioner af kulturmødets teoretiske dimension. Det rækker jo eksempelvis ikke helt, at Nils Arne Sørensen – utvivlsomt med et smil på læben – bruger karakteristikken „fuldt og helt amerikaniseret“ om en dansk-amerikansk kvinde ud fra hendes udgave af en *Thanksgiving Dinner* (s. 182). Anne-Marie Mai har utvivlsomt ret, når hun skriver: „Amerikaniseringen blev også en globalisering“ (s. 50); men hun forklarer ikke, hvad hun egentlig mener hermed. Iben Vyff lader til gengæld begrebet „den danske mentalitet“ hænge og svæve i luften uden nærmere forklaring (s. 156). Man kunne også godt have ønsket sig en større kronologisk spredning i bogen. Selvfølgelig har Sørensen ret i, at efterkrigstiden er vigtig for amerikaniseringsprocesserne i Danmark; men mødet mellem det danske og det amerikanske begyndte allerede i 1800-tallet, ikke blot med danske indvandreres ankomst til USA – hvoraf måske en fjerdedel vendte tilbage til Danmark – men også med en lille skare danske rejseskribenters opdukken (og faktisk foretog allerede Henrik Cavling i 1897 i sit tobindsværk *Fra Amerika* den sammenligning mellem Rundetaarn og amerikanske bygningsværker, som det oplyses, at *Hjemmet* foretog i 1923, jf. s. 88).

Her og der fristes man til at udfordre den konkrete argumentation. Dorthe Gert Simonsen fremhæver, at 1950'ernes danske cowboybukser var forskellige fra de benklæder, amerikanerne forbandt med cowboynen *to årtier tidligere*, nemlig i 1930'erne, hvorudfra hun konkluderer

derer: „I USA er „cowboybukser“ således noget andet, end de er i Danmark“ (s. 187). Det kan hun selvfølgelig have ret i; men samtidig hævder hun, at 1950'ernes danske cowboyreference ikke var „grebet ud af luften, for også de amerikanske producenter var i efterkrigstiden begyndt at kæde jeans sammen med cowboyen“ (s. 191). Når Marianne Rostgaard skriver, at danske kvinder i 1950'erne valgte „en tredje vej“ som udearbejdende husmødre og derfor bød supermarkederne velkommen som en tidsbesparende måde at gøre indkøb på, stiller hun dette op som en kontrast til amerikanske kvinders motiver og handlinger: „Sat på spidsen blev selvbetjeningsbutikker i Danmark et led i at frigøre kvinder fra husmorrollen, hvor de i USA var med til at cementere denne rolle“ (s. 133). Rostgaard synes her ikke at være opmærksom på, at andelen af amerikanske kvinder på arbejdsmarkedet 1940-1960 faktisk steg fra 25 procent til 40 procent, og at stigningen især gjaldt gifte kvinder med små børn (William H. Chafe, *Women and Equality: Changing Patterns in American Culture*, 1978, s. 94-95). Undertegnede anmelder kunne ikke undlade at smile lidt over, at Søren Hein Rasmussen i sit kapitel om den danske modstand mod *Superman* understreger, at de danske debattører ikke ulejlignede sig med at læse tegneseriehæfterne. I sit kapitel om detektivfiguren Nick Carters skæbne i Danmark forklarer Rasmussen nemlig læseren, at han selv som ung i 1970'erne investerede i en enkelt Nick Carter-roman, men husker meget lidt fra den, idet det var en fortælling, „som jeg aldrig fik læst færdig den efterårsdag, da jeg lå feberamt i min seng“ (s. 39).

Krydret med mange fine illustrationer og litteraturhenvisninger og dertil et noteapparat – der dog her og der fremstår lidt nødtørftigt – er *Postordrecowboys* en glimrende introduktion til litteraturen om amerikaniseringsprocesser i Danmark og samtidig en fornøjelse at læse. Også selvom det kan være lidt forstemmende at reflektere over, hvor stor en rolle *Billed-Bladet* og *Se og Hør* synes at have haft for skabelsen af mange danskeres billeder af det amerikanske.

Jørn Brøndal

| OLE BRANDENBORG JENSEN: *Landesgruppe Dänemark. NSDAPs udlandsorganisation i Danmark ca. 1932-1945* (*University of Southern Denmark Studies in History and Social Sciences*, 547), Syddansk Universitetsforlag, Odense 2017, 536 s., 398 kr.

Litteraturen om besættelsestidens tabere er vokset dramatisk siden 1990'erne. Blandt de grupper, der i 1945 var skrevet ud af det store danske fællesskab som led i den nationale renselsesproces, har de fleste efterhånden fået skrevet deres historie. Det gælder f.eks. de døm-