

Hanne Tang Grödal og Kirsten Busck Mellor:

Barmfagre blondiner og hyggelige husmødre:

Ideologiske kvindebilleder i 40'ernes og 50'ernes USA

Der er flere grunde til, at vi har valgt at skrive om de ideologiske kvindebilleder i 40'ernes og 50'ernes USA. Perioden er et meget klart eksempel på, hvordan markante ændringer i den sociale, økonomiske og politiske virkelighed afsætter tilsvarende ændrede – og ofte modsætningsfyldte – ideologiske kvindebilleder, og på hvorledes massemedierne fremmer og udnytter disse billeder. Desuden mener vi, at det er vigtigt at få en generel forståelse af den periode, der ligger umiddelbart før ungdoms- og protestbevægelserne i 1960'erne. Sluttelig føler vi periodens indflydelse på vores egen baggrund, idet vore mødres bevidsthed på afgørende måde er blevet formet af den tids herskende kvindeopfattelse – ganske vist ikke i USA, men dog i en kultur med tilsvarende ideologiske og økonomiske udviklingstendenser.

I følgende fremstilling kommer vi til at henvise til »den amerikanske kvinde«. Vi er selvfølgelig klar over, at dette er en abstraktion, som kun i et vist omfang har rod i virkeligheden, dvs. har et fysisk modstykke. Grunden til at vi alligevel opererer med en sådan størrelse er, at vi behandler de *ideologiske* kvindebilleder, dvs. billeder, der fremstilles i en samfundsmæssig selvforståelse. I ideologien bliver klasse modsætningerne ophævet. Der eksisterer ingen klasser. Alle er frie og lige, og alle kvinder har de samme muligheder. I forhold til den samfundsmæssige virkelighed er dette både sandt og falskt, idet den på den ene side er et udtryk for en kollektiv bearbejdning af visse mekanismer i den samfundsmæssige overflade – en borgerlig selvforståelse – men på den anden side fornægter den virkeligheden, som afhængig af folks placering i produktionsprocessen betinger deres livsvilkår og lægger kimen til en klassespecifik bevidsthed. Ideologien bliver herved et redskab i hænderne på den herskende klasse til

tilsløring af de samfundsmæssige modsætninger i et kapitalistisk samfund. Dette sker bl.a. gennem de kapitalstyrede massemedier, f.eks. med det resultat, at størstedelen af den amerikanske befolkning (her undtaget de ringest stillede arbejdere og etniske minoriteter, som oftest danner bunden af den sociale lagdeling) opfatter sig som middelklassen, og derved er i stand til at identificere sig med f.eks. massemediernes virkelighedsopfattelse.¹ Når vi altså skriver »den amerikanske kvinde« er det ud fra den betragtning, at amerikanske kvinder enten føler sig beslægtede med eller direkte identificerer sig med de omtalte kvindebilleder.

For at belyse kontinuitet, udvikling og ændring i 40'ernes og 50'ernes kvindebilleder vil vi gå tilbage til perioden omkring 1920 for kort, historisk at forklare grundelementerne i disse kvindebilleder. Desværre tillader pladsmæssige hensyn os ikke at gå i dybden med mange væsentlige aspekter, herunder generel økonomisk og politisk baggrund; og visse diskussioner er vi helt nødt til at udelade. Her tænkes især på betydningen af fraværet af en organiseret feministisk bevægelse i den behandlede periode – et fravær som i sig selv kan give anledning til lange afhandlinger.

Den første kvindebevægelses blide død

Da stemmeret for kvinder omsider efter en lang og sej kamp² blev vedtaget på føderalt plan i USA i 1920, herskede der i stemmeretsbevægelsen en optimistisk tro på, at den nyvundne politiske førlighed ville medføre en radikal ændring af kvinders bevidsthed og sociale situation. Ligeledes mente man, at kvinder ville stemme som gruppe og således primært solidarisere sig med andre kvinder uanset klasse eller national herkomst. Frygten for at de kvindelige vælgere skulle agere som gruppe – og således udgøre en potentiel politisk trussel mod de herskende (hvide) mænd, resulterede i begyndelsen af 20'erne i en række lovforslag vedrørende kvinder og børns forhold, som f.eks. ERA.³ For stemmeretsbevægelsen⁴ blev det dog på længere sigt en historie om bristede forhåbninger. Og det er der flere grunde til. For det

første var bevægelsen – især efter 1900 – overordentlig parlamentsfikseret. Et fundamentalt borgerligt samfundssyn hos dem, der *officielt* tegnede bevægelsen⁵ og en voksende konservatisme, der antog racistiske overtoner, bl.a. på grund af emigrantproblematikken, var medvirkende til en afgørende indsnævring af det kvindepolitiske perspektiv: stemmeretten var nu ikke længere et middel, men blev et endemål i sig selv. Desuden betød afhængigheden af og tilliden til den politiske offentlighed en fatal negligeren af vigtige aspekter af den kvindelige livssammenhæng, såsom børnepasning og arbejdsforhold, der især var af stor betydning for arbejderkvinder.

Efter stemmerettens indførelse reduceredes den organiserede feminisme radikalt – den »nye kvinde« havde tilsyneladende ikke brug for at kæmpe.

20'ernes og 30'ernes nye kvinde

Efter 1. verdenskrig stod USA som den førende økonomiske og politiske magt i den vestlige verden. Men den produktionsforøgelse, der var sket under krigen krævede nu nye markeder til afsætning. Disse nye markeder blev primært opdyrket inden for det private konsum, og det var her reklameindustrien kom ind som en afgørende faktor. Oprindelig opstået omkring 1890 voksede denne industri betydeligt efter 1920, hvor man kan tale om skabelsen af en egentlig *forbrugsideologi*, hvis budskab lovede frihed, lykke og seksuel tilfredsstillelse gennem anskaffelse af varer. Den primære målgruppe for reklamer for forbrugsgoder var naturligvis kvinderne, der som husmødre sørgede for indkøb til familien, og for at opnå størst mulig afsætning kunne producenterne basere sig på undersøgelser af gennemsnitsfamiliens forbrugsvaner.⁶

Et kvindebillede, der således blev skabt gennem forbrugerreklamer, var billedet af *husmoderen* og *moderen*, og det drejede sig om at få hende til at købe husholdningsudstyr, masseproducerede fødevarer og babyartikler. Disse reklamer afspejlede desuden den øgede industrialisering af fødevareproduktionen – og dermed implicit husmoderens ændrede funktion. Hendes ar-

bejde bestod nu i at *udvælge* de rette varer til familiens forbrug, snarere end selv at fremstille dem. Dette er f.eks. tilfældet i en reklame for dåsemad, »Er skovture fornøjelser for mødre?«. ⁷

Sprog og terminologi i reklamerne var ofte hentet fra stemmeretskvindernes friheds-retorik, ⁸ idet der blev sat lighedstegn mellem frihed til at vælge vare og frigjorthed i det hele taget.

Ikke alene afspejlede disse reklamer en stigende samfundsmæssiggørelse af dele af kvindens funktioner i familien og en vækst i konsumsektoren, de formidlede også en kvindeopfattelse, der – sammen med det øvrige indhold i gennemsnitsdamebladene – var medvirkende til dannelsen af begrebet »den nye kvinde«. Den nye kvindetypes egenskaber var beslutsomhed, selvstændighed, ansvarsfølelse over for familien, og til en vis grad uafhængighed, hvilket ikke mindst blev fremhævet i et andet af 20'ernes herskende kvindebilleder: *forretnings- eller karrierекvinden*.

Karrierекvinden var som regel *ugift*, økonomisk uafhængig og arbejdede på et kontor. ⁹ De frigjorte aspekter i den nye kvindetype afspejlede i påklædningen, der var præget af lange løse linier *uden* korsetter og afslørede tidligere tabuerede legemsdele som ankler og senere knæ. Tøjet skulle være funktionelt, men også perfekt og kvindeligt. I en modeartikel *Forretningskvinden arbejder og holder fri i sportstøj* understreges det, at tøjet er en vigtig del af den kvindelige personlighed, og forretningskvinden ved, »at er hun ulasteligt klædt, er hun sikker på at skabe respekt«. ¹⁰

Det kvindebillede, der dog primært kom til at stå som eksponent for 20'er-perioden, var »the Flapper«. Ung, fri og uafhængig var hun indbegrebet af dristighed, når hun brød med hævdevundne normer for kvinders seksuelle udfoldelse, sminkede sig, røg offentligt og klippede håret kort. Denne begyndende frigørelse afspejlede 20'ernes virkelighed, hvor man oplevede en bemærkelsesværdig stigning i antallet af skilsmisser (af hvilke næsten 2/3 blev begæret af kvinder), ¹¹ et fald i fødselstallet, og en mere udbredt anvendelse af prævention – i hvert fald blandt middel- og overklassen. I denne forbindelse er det interessant at bemærke sig den voksende beskæftigelse med seksualitet. Det, at kvinder selv vendte sig fra det 19. århundredes repressive hold-

ning til seksualitet, blev understreget af psykoanalytiske teorier i USA i begyndelsen af det 20. århundrede. I reklamer og massemedier blev disse tendenser udnyttet og forvrænget til stadig mere seksuelt ladede billeder af kvindekroppen, hvilket fik den omtalte seksuelle frigørelse til at se ret tvivlsom ud. Og i det populære nye medium, filmen, blev frigørelsen gjort endnu mere overfladisk. Her blev »the Flapper's« udskejelser oftest dirigeret mod anskaffelsen af en mand. Således kunne man uskadeliggøre »the Flapper's« frigørelsesbestræbelser. Denne styring af den kvindelige seksualitet vidnede dels om nogle mænds frygt og usikkerhed overfor de emancipationstendenser, der lå i det nye kvindearbejde, og dels om en uskyldiggørelse af seksualiteten.

Kvinderne bevægede sig ganske vist uden for intimsfæren, men dette udgjorde ikke nogen basal trussel for kernefamiliens eksistens, da de oftest ved ægteskabets indgåelse opgav denne tilværelse til fordel for familien. På mange punkter var »flapper«-typen sammenfaldende med billedet af forretnings- eller karrierkvinden, dog omfattede det primært perioden i en kvindes liv fra hun flyttede hjemmefra til hun giftede sig. Hollywood var da også særdeles rundhåndet i sine fremstillinger af kvinder i socialsfæren i 20'erne såvel som i 30'erne. Disse fremstillinger betonedes især kvindernes indtræden i de lavere funktionærkategorier, som f.eks. ekspeditricer,¹² men også fabriksarbejdere og tjenestepiger (et traditionelt kvindearbejde, der var stærkt på retur, dels p.gr. af øgede muligheder for arbejde i produktionen, dels p.gr. af mekanisering og rationalisering af husarbejdet)¹³ var repræsenteret.¹⁴ I filmene viste kvindernes tilstedeværelse i socialsfæren sig dog at være af kortere varighed, og det egentlige mål for de arbejdende filmheltinder var at blive gift (f.eks. med chefens søn) og derigennem opnå social opstigning. Vejen *fremad* for de unge, ugifte arbejder-/lavere funktionær-kvinder gik uvægerligt *tilbage*, nemlig til familien, og de ideologiske medier fremstillede en slags kvindelig version af den amerikanske drøm.

Krakket i 1929 og de efterfølgende depressionsår betød en brat død for den frigjorte (frivole) »Flapper«. Reklamernes seksuelle overtoner blev dæmpet, og der blev nu appelleret til kvindernes fornuft og ansvarsbevidsthed. »Kvindelige bilister tager

ingen chancer« lød en reklame for Texaco benzin i 1930;¹⁵ »den kvindelige bilist er omhyggelig med sin egen bil og kører betænksomt. . .« De økonomiske nedgangstider og sociale elendigheder krævede fornuft og mådehold hos alle, og paradoksalt nok kunne det opnås gennem forbrug:

»I 30'erne fik kvinderne fremstillet forbruget som en simpel måde at holde familien sund og skadesløs gennem den store depressions krise.«¹⁶

Samtidig med denne type appel til kvinderne – især de gifte kvinder – genopdyrkede massemedierne de traditionelle kvindelige dyder:

»Vi er på vej ud af en periode præget af jordnærhed, som har afspejlet sig i kvindernes tøj, tanker og adfærd. Alt for længe har en spade nu været en spade og et ben noget man går på. . .«¹⁷

Således lød teksten til et modebillede i *Ladies' Home Journal*, 1930, hvor forfatteren fortsatte med at fordømme 20'ernes selvstændige kvinde og hylde den feminine, romantiske kvindes tilbagevenden. Dette billede blev dog på ingen måde dominerende i offentligheden, men kom snarere til at understrege hjemmet som kvindens sfære, og legitimerede herved 30'ernes kvindearbejdsløshed.

Den polit-økonomiske baggrund for 40'ernes og 50'ernes kvindebilleder

På sin vis virkeliggjorde 2. verdenskrig den kvindetype, som var dukket op i 20'erne – den »nye kvinde«.

Omlægningen til våbenproduktion førte til en gevaldig opblomstring i den amerikanske industri, som endnu i begyndelsen af 40'erne var mærket af 30'ernes depression. Med sit intakte produktionsapparat¹⁸ blev landet hovedleverandør af krigsmateriel til de europæiske allierede, og som resultat heraf mangedobledes industriernes profiler.¹⁹

For første gang i det 20. århundrede oplevede man fuld beskæftigelse, en situation som fik særdeles stor betydning for den store arbejdskraftreserve, hvoraf kvinderne har særlig interesse for os. I løbet af krigen blev 13 millioner amerikanske mænd

sendt til Asien og Europa som soldater, hvilket bevirkede, at masser af arbejdspladser måtte udfyldes af andre – især kvinder. Regeringen gjorde igennem »The War Manpower Commission« et stort arbejde for at få kvinderne ud på arbejdsmarkedet, først og fremmest ved at appellere til deres patriotisme og samfundssind.²⁰ Men for mange arbejderkvinder var det først og fremmest økonomisk nødvendighed, der fik dem til at tage arbejde uden for hjemmet. Den understøttelse, som de modtog af myndighederne i mandens fravær, var ofte utilstrækkelig til familiens underhold, og da lønningerne i industrien var steget i de første krigsår, var det mere attraktivt at få børnene passet²¹ og tage arbejde uden for familién. Det er i den forbindelse værd at mærke sig, at andelen af *gifte* kvinder på arbejdsmarkedet steg 9 % fra 1940 til 1945 (fra 15 % til 24 %).²²

De højere lønninger²³ og mulighederne for bedre jobs var osse medvirkende til, at kvinder tog arbejde i produktionen. Tidligere var arbejderkvinder hovedsageligt ufaglærte, uorganiserede og dårligt lønnede, men kampen i 30'erne for at organisere arbejderne på deres arbejdspladser²⁴ og oprettelsen af CIO²⁵ bevirkede, at fagbevægelsen stod relativt stærkt i begyndelsen af krigen. Endskønt dens ledere afstod strejkeretten under krigen og dermed tillod en forringelse af arbejdsforholdene i den hellige patriotismes navn,²⁶ skal man ikke undervurdere organiseringens betydning for kvinderne.

Der hersker en del uenighed om, hvorvidt krigsafslutningens »hjemsendelse« af en del af de hvervede kvinder skyldtes kvindernes eget ønske om at vende tilbage til familiens skød eller mændenes ønske om samme, men i hvert fald blev det efter krigen i en årrække mindre glørværdigt for kvinder at arbejde ude. Det er dog en myte, at *alle* kvinder blev sendt hjem igen, idet deres andel af arbejdsstyrken kun faldt fra 37 % i 1945 til 31 % i 1946.

Flere faktorer spiller afgørende ind her: i 1945 gennemførte senatet »The Selective Service Act«, som gav hjemvendte soldater førsteret til jobs. Desuden syntes familiestrukturen at ændre sig drastisk; mange par, som havde udsat familieførøgelsen til bedre tider, tog nu revanche, og fødselstallet steg mærkbart (man taler om efterkrigstidens »baby boom«). Kvinderne, som hele ti-

den havde været dobbeltarbejdende, mødte nu større krav fra hjemmet, hvilket gjorde dobbeltarbejde vanskeligere. Yderligere faldt lønningerne igen efter krigen og kvinderne blev i stor stil trængt tilbage til traditionelt kvindearbejde – hvilket alt i alt formindskede det attraktive i udearbejde for de unge kvinder, som tilsyneladende blev præsenteret for et valg mellem ægteskab og karriere.

Efter 2. verdenskrig vedblev produktionen sit opsving til trods for nedtrapningen i våbenindustrien. I første omgang gjaldt det leverancer af varer til det private konsum, som var blevet tilsidet under krigen – i denne forbindelse blev reklameindustrien atter betydningsfuld for at skaffe nye markeder. En økonomisk afmatning hos befolkningen medførte dog, at markedet for konsumvarer hurtigt blev »mættet«, og den efterfølgende stagnation ville have ført landet ud i en ny økonomisk krise, hvis ikke den politiske verdenssituation havde legitimeret en genoptagelse af krigsproduktionen. I årene fra 1949 til 1953 vedtog senatet stadig større forsvarsbudgetter (fra 12 til 50 milliarder dollars²⁷), angiveligt for at ruste sig mod den nye fjende »kommunismen«. Revolutionen i Kina i 1949, Koreakrigen, Sovjetmagts besættelse af Østtyskland m.m. fremstod som trusler imod kapitalismens »fredelige« ekspansion. På hjemmefronten resulterede denne situation i en hets mod venstrefløjsfolk – den såkaldte »Red Scare« – som kulminerede i McCarthy-periodens meneskejagt og i henrettelsen af Rosenberg-parret i 1953. Reaktionen, som således slog igennem, fik en omfattende betydning for kvinderne, idet den ikke blot fik konsekvenser i det politiske liv, men på alle områder af livssammenhængen. Således forstærkedes i denne periode (dvs. slutningen af 40'erne og begyndelsen af 50'erne) forherligelsen af familielivet og de traditionelle kønsrollemønstre.

1940'erne og 50'erne

Kvindens arbejde: Krigsproduktion og modernyte

Den 2. verdenskrig ændrede midlertidigt strukturen i mange amerikanske familier. Mere end 13 millioner mænd blev sendt

ud til de dele af verden, hvor krigen blev ført, og en stor del af disse mænd forlod hustru og børn derhjemme. På denne måde blev en mængde kvinder med et slag enlige forsørgere. Ganske vist fik de en del af deres mænds soldaterløn, men dette var kun et ringe beløb, som slet ikke slog til, hvis de havde børn. For disse kvinder, hvoraf hovedparten havde været beskæftiget i hjemmet p.gr. af massearbejdsløsheden i 20'erne og 30'erne, var der kun ét at gøre: at få lønnet arbejde! Og dette var da heller ikke så vanskeligt i betragtning af de mange arbejdspladser mændene havde efterladt sig og den voldsomme udvidelse indenfor våbenindustrien.

Ser man på offentlighedens fremstilling af disse arbejdende kvinder, får man det indtryk, at de alle er draget ud i produktionen for at yde deres bidrag til krigens positive udfald – m.a.o. at de arbejder p.gr. af deres patriotisme. På den ene side opfattedes kvinder i denne periode som stærke – som det er fixeret i Norman Rockwell's berømte tegning på forsiden af en 1943 udgave af *The Saturday Evening Post*.²⁸ Kvinden – Rosie The Riveter – »nitteren Rosie« – er fremstillet stor og kraftig med veludviklede armmuskler. Hendes påklædning er også præget af hendes »maskuline« arbejde: skjorte og overalls, og over hendes lår ligger hendes værktøj; hendes venstre arm hviler på hendes madkasse, og hun spiser en stor solid sandwich. Hendes fødder hviler på *Mein Kampf*. Tegningen udstråler kraft og selvsikkerhed (Rosie kigger køligt og overlegent ned langs sin næse), ikke blot p.gr. af Rosies maskuline bygning, men netop i kombinationen af denne bygning med et særdeles kvindeligt, buttet og ganske kønt hoved. Samme styrke og selvstændighed – her koblet med en tydelig *glæde* – finder man hos Mrs. Casey Jones²⁹ i reklamen for Pennsylvania Railroad, også fra 1943. Udover arbejdstøjet – skjorte og overalls – har Mrs. Jones bundet et tørklæde om hovedet for at holde på håret. Hun bærer sit værktøj, nogle store hamre og en skruenøgle, over skuldrene. Reklamens tekst begynder således: »Casey er draget ud i krigen. . . så fru Jones arbejder ved jernbanen!« Dernæst opremses de mange forskellige jobs, som Mrs. Jones varetager (ikke blot traditionelt kvindearbejde, nej også hårde mandejobs) og reklamen afsluttes med ordene: »Vi er sikre på, at den amerikanske offentlighed er stolt

over den måde, hvorpå amerikanske kvinder tager fat for at holde sejrstogene i gang.«

Disse to billeder viser en kvindeopfattelse, hvor der lægges vægt på selvstændighed og kompetance i arbejdet. Arbejdet er manuelt og hårdt – kvinderne er kraftige og har typisk mandearbejdstøj på. Men kvinderne er *ikke* fratrækket deres kvindelighed (ansigterne, håret), hvilket bl.a. ses ved deres navne: Rosie og Mrs. Casey Jones. Udenfor arbejdet er de stadig kvinder, hustruer (Mrs. er understreget og hun har ikke sit eget fornavn). Som Leila Rupp skriver ligger det latent i denne kvindeopfattelse, at kvinderne blot behøver at klæde sig om, vaske sig og pudre deres næser for at være så smukke som en hvilken som helst kvinde i en aftenkjole.³⁰ Til trods for den fremstillede selvstændighed understreges det altså stadig, at kvinderne har en binding til deres mænd, følelsesmæssigt, positionelt, som objekter, der handles med, og ultimativt som husmødre. Den følelsesmæssige binding til manden er især tydelig i regeringens plakater (U.S.Employment Service), som havde det formål at rekruttere kvinder til arbejdsmarkedet. Her appelleres til kvinderne i deres egenskab af elskerinder, hustruer, mødre, dvs. at manden (eller familien) fungerer som overjæg. *Han* bliver stolt af *hende*, hvis hun er patriotisk. Ved at påtage sig arbejde sætter hun *ham* i stand til at gøre mere; der er således en betoning af kvindens position som »helpmate«. Den kvindelige version af patriotisme er således officielt indskrumpet til primært at omfatte *familien* og kun i anden potens »konge og fædreland«. Krigen medfører en splittelse af den hellige familie, og dette uvæsen opfordres kvinderne til at komme til livs, således at nationen atter kan vende tilbage til »normale« tilstande.

De omtalte billeder rummer kvindernes to hovedroller under 2. verdenskrig: arbejderen og husmoderen, og man skal ikke undervurdere denne dobbeltrolles betydning for kvinderne. Ikke færre end 8 mill. kvinder lykkedes det at få arbejde³¹ – og hovedparten af disse (75 %) var gifte med børn, i modsætning til mellemkrigsperioden. Ydermere var det nu til betydeligt højere lønninger³² og i faglærte stillinger. Overalt i medieverdenen blev denne kompetente, dobbeltarbejdende kvinde glorificeret. *Ladies' Home Journal*, et af de største amerikanske dameblade,

bragte noveller og artikler om sådanne kvinder (f.eks. Eleanor Roosevelt: *Women at War in Great Britain*, *Ladies' Home Journal*, April 1943), side om side med krigsrapporter. Der var en gennemtrængende stemning af sammenhold imod fjenden og alle kvinder og mænd – uden hensyn til alder – var respekterede led i fællesskabet. Imidlertid lurede den traditionelle opfattelse af kvinden i baggrunden, og fra de sidste krigså, hvor de allierede vandt frem, blev dette kvindebillede gradvist mere fremherskende.

I begyndelsen kom dette til udtryk i reklamer, som under dække af rekrutteringsbestræbelser solgte kvindelighed til amerikanske kvinder. *Life Magazine* bragte i september 1943³³ en reklame for kosmetikfirmaet Dubarry. På billedet sidder en ung kvinde på kanten af en himmelseng. Hun er iført en lækker natkjole, som kyskt understreger hendes former og hun ordner sit hår. Teksten lyder: »En kvinde kan afkorte denne krig! De er den kvinde. Ja, *Dem!* Ikke nabokvinden eller fru Jones fra klubben, som altid er med i alt. Men *Dem*. Ved at få et job i en våbenfabrik eller i nødvendigt civilt arbejde frigør De en mand, som kan kæmpe og afslutte denne krig hurtigt! Man skal ikke pjatte med behovet for kvindelig arbejdskraft. Deres land har brug for 18 mill. kvinder i denne krig. . . til at køre busser, arbejde i varehuse og ved samleband, til at organisere lokale børneinstitutioner. *De kan gøre det . . . hvis De lærer at spare tid. For at hjælpe Dem . . . selv i det små . . . har man forberedt en serie tidsbesparende skønhedspræparater fra Dubarry's successkole til Dem, så De kan arbejde for sejr og forblive så dejlig, som De nu er.*« (vores kursivering). Dernæst følger nok en opfordring til krigsarbejde og tre hurtige råd om skønhedspleje. Et af disse lyder: »Tag tid til at smøre læbestift på . . . det sparer tid senere . . .« Et andet råder kvinder til at lægge sig, når som helst det er muligt! Forsøget på at tilsløre modsætningerne mellem ideologien om kvinden som ung og smuk med oceaner af tid til sig selv (den specielle kvindelige narcissisme) og den kompetente selvstændige kvinde bliver mere og mere klodset, som krigen nærmer sig sin afslutning.

Ved krigens slutning var det magtpåliggende at skaffe arbejde og psykisk harmoni for de hjemsendte soldater, og billedet af

den gode mor, den seksuelt tiltrækkende feminine kvinde overtog så godt som hele medieverdenen. Ugebladene fyldtes med historier om kvinder, som indså, at deres rette plads var i hjemmet, under mandens beskyttende vinger. *The Feminine Mystique* holdt atter sit indtog. *Ladies' Home Journal* bragte i April 1945 en novelle (*What's happened to Mary?*), som indledtes: »Han tænkte: Kvinder forandrer sig aldrig. Lad dem iføre sig overalls, lad dem køre bus. De kan stadig blive ulykkelige over bagateller.« Det er netop det, der overbeviser manden om, at han er den stærkeste, at kvinden kun er til for hans fornøjelse, villig til at opgive et arbejde, som kan true hans status. Skønt billedet af den uafhængige, kompetente, udearbejdende kvinde dominerede i krigsperioden, blev hun imidlertid sjældent fremstillet utvetydigt. Efter krigen kunne de seksuelle træk ved kvinderoollen – dvs. kvindens intimsfærefunktioner – som følge heraf lettere fortrænge de træk, som knyttede an til socialsfæren.

Hovedparten af statens krigspropaganda for kvinder definerede dem primært som hustruer og mødre. Til trods for eftertrykket på deres kompetance uden for hjemmet ansås kvinder for følelsesladede skabninger, som var afhængige af deres mænd og ansvarlige for familien. Kvindernes deltagelse i krigsproduktionen kom til at forstærke modsætningerne i deres liv. I rekrutteringsmaterialet krævede staten kvindernes helhjertede deltagelse i arbejdet *uden for* hjemmet, men samtidig forholdt regeringen sig tvetydigt eller direkte fjendtligt til lønarbejdende kvinder.³⁴ Denne fjendtlighed blev åbenbar efter krigen, hvor kvinderne blev udsat for et ideologisk bombardement, som understregede deres primære funktion som hustruer og mødre.

Familien genoprettes: Ægteskabet som karriere

Kvindernes rette livsmål blev altså at få mand og børn. I reklamerne udskiftedes billederne af enlige kvinder (der venter!) med billeder af familier. I 1946 udgav Benjamin Spock sin bog om barnepleje (*Baby and Child Care*), og alene fra april til december udkom den i 5 oplag – to indbundne og tre billigbogsudgaver.³⁵ Denne bog giver et klart indtryk af tidens familieideologi.

Efter at have talt om forældrenes ansvarsfulde rolle i forhold til det nyfødte barn trækker dr. Spock straks i land for faderens vedkommende. »Selvfølgelig mener jeg ikke, at faderen skal give ligeså mange flasker eller skifte ligeså mange bleer som moderen. Men det er godt for ham at gøre disse ting nu og da. Han kan lave mælkeblandingen om søndagen.«³⁶ Men, selv *fædre* bør være en del af familien, siger dr. Spock og fortsætter med at berolige mændene: »De kan være en god fader og en rigtig mand samtidig.«³⁷ Imidlertid var interessen for børn i bund og grund kvindens og jo flere børn, jo mere var kvindeligheden bevist. Betty Friedan³⁸ citerer U.N. Demographic Yearbook for befolknings-tilvækst og peger på den usædvanlige stigning i børnefødsler i USA efter krigen (i årene 1955-59 overstiger den selv Indiens!). Ifølge Betty Friedan fordobledes antallet af familier med tre eller flere børn i perioden 1940-60. Dette må ses i sammenhæng med et drastisk fald i ægteskabsalderen. I 50'erne og 60'erne blev det stadig mere populært for kvinder at gifte sig som teenagere. Så populært blev det, at de selvsamme medier, som efter krigen slog på tromme for at give familieinstitutionen en ny glansperiode, nu så med bekymring på de unge ægteskaber.³⁹ Men påskynnelsen var så kraftig, at der skulle mere end bekymrede udbrud til for at stoppe tendensen. Overalt blev det indpodet kvinderne (og mændene), at deres (kvindernes) primære – ja, eneste legale – mål i tilværelsen var at stifte familie. Den primære socialisation foregik i *hjemmet* med en tydelig forskel på pige- og drengeroller. I skolen fortsatte denne forskelsbehandling i og med, at pigerne blev sluset over i typiske kvindefag som husgerning og barnepleje, fag der fik et kraftigt opsving i perioden. Men indtil de tidlige teenageår var det dog stadig muligt for piger at gøre sig gældende på lige fod med drenge. Alix Kates Shulman fortæller i bogen *Burning Questions* om, hvordan pigen Zane gør sig intellektuelt gældende i sin skoletid i 50'ernes amerikanske »Middle-town« – men hun gør det samtidig klart, at dette var et *oprør* og ikke normen. Og som de fleste af den slags oprørere endte hun i et traditionelt ægteskab.

Betty Friedan skildrer adskillige kvinder, som har stået over for valget mellem arbejde eller hjem, og som har valgt hjemmet fordi det »jo var det bedste og rigtigste for en kvinde«. Betty

Friedan behandler overvejende *middelklassekvindens* situation. For arbejderklassens kvinder var der ofte ikke noget valg, idet de var nødt til at arbejde både ude og hjemme. Men blandt kvinder i middelklassen, som teoretisk set havde et valg, blev det tydeligt, hvor stor gennemslagskraft ideologien havde. Den ideologiske opfattelse af kvinden som hustru og moder blev legitimeret af efterkrigstidens og 50'ernes Freud-populariseringer. I store værker, såvel som i forkortede versioner i massemedierne, hentedes man skyts til kampen mod de forhadte »karrierekvinder«. »De nye kvinder«, som i 20'erne og til en vis grad i 30'erne havde været lysende eksempler for kvinders udvikling, blev her beskrevet som følelsesmæssigt og seksuelt amputerede, *unaturlige* individer. *Modern Woman: The Lost Sex* hed et af tidens mest citerede kvindepsykologiske værker,⁴⁰ som lagde veluddannede kvinder for had. Resultatet af denne massive indoktrinering var, at selv i højere uddannelser sneg den traditionelle kvindeopfattelse sig ind. Tusindvis af kvinder gik på college for at beskæftige sig med »valget af ægtemand«, »tilpasning til ægteskab« osv.⁴¹

Ægteskabet, børnepasningen, husførelsen fik en aura af videnskabelighed. *Mandlige eksperter* underviste kvinder i, hvordan de tilrettelagde arbejdet i hjemmet. Det blev til en *karriere* at være husmoder. I en serie om dagligdagen i USA bragte *Ladies' Home Journal*⁴² en artikel om en operasangerinde med en lovende fremtid som opgav sin karriere »for at redde sit ægteskab«. »Jeg skulle synge i Metropolitan Operaen«, husker Lois. »Jeg vidste, at med min stemme kunne jeg tjene langt flere penge end min mand, og det gjorde jeg rent faktisk. Det havde nær ødelagt mit liv.« Lois når til følgende indsigt: »jo hurtigere en kvinde skaber et rigtigt hjem for en mand, jo hurtigere vil han få succes og være i stand til at give hende et bedre hus, tjenestefolk, smukt tøj, og så videre. Den kvinde, som insisterer på at gøre karriere er ikke fremsynet. Hun giver bare sig selv en dom på livstid«. I stedet har Lois fundet sig en anden karriere. I en tekst til et billede står der flg.: »Ved at gøre 4 m høje lofter rene når Lois til toppen af sin karrierestige!« (Lois er rent bogstaveligt afbilledet på toppen af en trappestige med en svamp i hånden).

Hvis kvinderne (specielt middelklassekvinderne) alligevel viste sig kompetente i traditionelle mandefag, dvs. forfulgte en

karriere, var de genstand for kritik, beklagelser og morsomheder. I filmen *Woman of the Year* (1941) med Katherine Hepburn og Spencer Tracy viser den dygtige kvindelige journalist sig som en ren analfabet udi husførelsen. Mens hun jonglerer med æggene i køkkenet, står *han* på lur med et smøret grin. Endelig noget hun ikke er god til! Og det endda selveste kvindelighedens essens. . .

Alt i alt var tiden fra 2. Verdenskrig op til begyndelsen af 60'erne karakteriseret ved dette skisma mellem hjem og arbejde. Veluddannede kvinder i tusindvis opgav deres arbejde for at helleg sig familien, ofte på bekostning af deres egen psykiske balance.⁴³ Massemediernes⁴⁴ konstante påvirkning overbeviste dem om, at dette var det rigtige – kvindelige – valg, og at de kunne få afløb for deres ubrugte ressourcer ved at konsumere: forbrugsgoder og seksualitet.

»Damned if you do, and damned if you don't«

Men samtidig med forherligelsen af hustru/moderrollen undslap der også visse suk i anledning af den status det gav kvinden i hjemmet. Latterliggørelsen af kvinder, der gik op i rollen med liv og sjæl (vi husker herhjemme Raquel Rastennis: »Her kommer mutter med kost og spand. .«, hvor omkvædet lyder »For tiden er så kort og det ku' hælde, hun kom for sent, for sent til livets ende«.) gav sig udslag i snak om rengøringsvanvid – uden forståelse for at dette jo netop var et eksempel på den efterlevede ideologi. Kvinder, som ikke havde fået lov til at leve deres eget liv, kanaliserede ofte deres energi over på mænd og børn, levede gennem familien, som måske var deres eneste mulighed for kontakt med omverdenen. Disse forhold gav anledning til det amerikanske skrækbillede af »Mor« (»Momism«), beskrevet og angrebet i samtidens litteratur (f.eks. Hemingway), i film og fjernsyn, men det mest ondskabsfulde eksempel er nok Philip Wylies *Generation of Vipers* (1942). Denne bog indeholder en voldsom fordømmelse af tidens sentimentale forgudelse af moderen. Mor er en mid-aldrende søfugl med øjne som en høg, der lige har set

en kanin bevæge sig langt nede. . . Hun. . . bruger flere hundrede dollars om året på at få håret permanentet, på pomader, renscremer, rouge, læbestift og lignende – og hun narrer ikke andre end sig selv. . . hun overlever i utroligt mange år for at stå og skabe sig blandt mænd, et støjende intetkønsvæsen ved naturens forsømmelse, eller en kønsløs videnskabelig frembringelse, holdt i live af teknikken . . .lutter mundtøj og bryst og gas.«⁴⁵

Ideal hustru/moderen viede sit liv til husholdning og børn, men havde også interesse uden for hjemmet.⁴⁶ Det ovenfor omtalte kvindebillede fra slutningen af 40'erne og 50'erne fokuserer på en bestemt gruppe af (hvide) middelklassekvinder, og er således en stærkt fordrejet fremstilling af de fleste amerikanske kvinders virkelighed.

Efterkrigstidens overgang til konsumvareproduktion resulterede i hjemsendelsen af en del af den kvindelige arbejdsstyrke. Men da man igen i slutningen af 40'erne og begyndelsen af 50'erne slog ind på våbenproduktion i stor stil, fik man atter brug for kvinderne. Samtidig skete der en kraftig ekspansion af servicesektoren, som medførte en betydelig stigning i antallet af kvindelige kontorarbejdere. Uddannelsesinstitutioner begyndte igen at interessere sig for kvindelige studerende – ja, alt i alt var der mange flere kvinder i arbejde *uden for* hjemmet end tidens massemedier lader ane. Men livet var ikke lettere for disse. Dels var de som regel dobbeltarbejdende,⁴⁷ dels dårligt lønnede, på poster uden synderligt spændende fremtidsudsigter, og endelig var de altså skydeskive for ideologiens fortalere – så som Farnham og Lundberg.

»Blondes have more fun«⁴⁸

I det foregående har vi set på hustru/moderrollen som ideologiske varianter af tidens kvindeideal. Imidlertid var kvinderne *før* de indgik ægteskab underlagt to modsatrettede opfattelser: på den ene side den respektable, kyske kvinde, og på den anden side den seksuelt tiltrækkende kvinde. 1940'ernes og 50'ernes sex-symboler formede sig som polære modsætninger: den mørke, farlige »femme fatale« og den barmfagre, dumme blondine,

kvindetyper, der i sig selv var modsætningsfyldte og reflekterede 40'ernes driftfortrængninger og 50'ernes intimisering af kernefamilien. På sin vis blev femme fatale typen foregrebet af stumfilmens vamp og 30'ernes mystiske kvinde – personificeret af Marlene Dietrich og Greta Garbo. Med 40'ernes femme fatale var vampen imidlertid blevet farlig og den mystiske kvinde blevet destruktiv og ikke længere passiv. Denne mørkets fristerinde fik sit mest manifeste udtryk i film noir genren⁴⁹ og i de antikommunistiske propagandafilms. I *The Red Menace* fra 1947 blev troskyldige og naive amerikanske mænd forført og vildledt af mørke (men særdeles tiltrækkende) kvindelige sovjetagenter.

I *Sternwoodmysteriet* (1944, en filmatisering af Raymond Chandlerromanen *The Big Sleep*) fristes den mandlige hovedperson, privatdetektiven Philip Marlowe (Humphrey Bogart) af forskellige udgaver af »the femme fatale«: sexkillingen; den farlige/beregnende kvinde; den mystiske kvinde, der har noget at skjule. Karakteristisk for kvindeskikkelserne i denne som i andre af genrens film er deres styrke, intelligens og relative grad af selvstændighed som individer. De er aktive, styrende og velartikulerede, i lige så høj grad part af filmens dialog og billede som mændene. I nogle tilfælde sker det endog, at den kvindelige hovedperson overtager/tilpasser sig den maskuline adfærd og stil.⁵⁰ De er med andre ord »aggressive« kvinder. (Bogart og Bacalls mundrappe meningsudvekslinger på det hvide lærred blev jo legendariske).

Imidlertid udgør disse kvinder i kraft af deres seksualitet en potentiel trussel mod helten – og mænd generelt. Den hårdkogte rigmandsdatter (Lauren Bacall) forsøger fra første færd at forføre helten, og dermed lede ham på vildspor; lillesøsteren Carmen, fremstillet som moralsk korruperet og indbegrebet af infantil seksualitet, forårsager direkte og indirekte mænds død. En anden kvindelig biperson, Agnes, er hård og beregnende, og viser tilsyneladende ingen tegn på dybere følelser, da hun får at vide, at hendes ven lige er blevet skudt. I den mørke storbyverden kan man ikke stole på nogen, og da slet ikke på kvinder. I det hele taget er der i filmen en kobling af seksualitet og destruktivitet og moralsk korruption, f.eks. i den gamle Sternwoods bemærkning til Philip Marlowe om, at hans amoralske døtre er prisen for

seksuelle udskjelser i en sen alder. Det er *kvindernes* seksualitet, der er potentiel destruktiv, og de optræder fristende, og dermed truende, i forhold til manden. Han må derfor afvise den kvindelige seksualitet, indtil han kan kontrollere den, som Janey Place er inde på.⁵¹ I *Sternwoodmysteriet* ender den kvindelige hovedperson (Lauren Bacall) da også med at acceptere – og underlægge sig – mandens (Philip Marlowes) moralbegreber, mens lillesøsteren Carmen stemples som mentalt syg. Imidlertid repræsenterer slutscenen i denne film en betydelig mere positiv holdning til femme fatale'n end i genren normalt.

Som før nævnt havde kvinderne i disse film en tendens til at »stjæle billedet«, at dominere mænd – også visuelt. Femme fatale'ns fysiske fremtoning var da også særdeles bemærkelsesværdig. I et billede fra *Gilda* (1946)⁵² ses Rita Hayworth i fuld gang med at demonstrere sin seksuelle tiltrækningskraft. Hun er iført en lang og stram sort satinkjole – udfordrende stropløs – og lange sorte handsker. Den ene handske har hun taget af og holder den – på striptease facon – løftet over hovedet, og det lange, overdådigt krøllede hår falder ned over hendes hvide skuldre, en lok er gledet forførende hen over højre øje. Der er bevægelse i billedet, og hun udstråler sensualitet og selvsikkerhed, en bevidsthed om, at hun er uimodståelig.

Femme fatale'en, eller »The dark Lady«, den træske, forførende, uafhængige kvinde, var tydeligvis et produkt af brud på de sociale strukturer forårsaget af krigen. Med kvindernes inddragelse i krigsproduktionen og mændene ved fronten blev der skabt brudflader i myten om den statiske, stabile kernefamilie, hvor kvinden indtog rollen som hustru og moder. Kvinderne viste sig at være i stand til at forlade hjemmet og at bryde med de hævdundne traditioner om kønsbestemt arbejde. Sammen med den almindelige desillusion efter 1945 forårsagede disse forandringer usikkerhed og frygt hos mange mænd, fænomener, der reflekteredes ideologisk på forskellige måder. I 'film noir' således: »Helten mistede den optimisme, han havde haft i krigsperioden, og i et af de vigtigste udtryk for denne tendens, film noir, blev maskulin adfærd karakteriseret ved sin mangel på selvtillid.« (Joan Mellen, p. 139). I film noirs univers, som ofte er en storbyunderverden, er manden tit alene, usikker og truet,

en tilstand, der symboliseres visuelt af mørke skygger. I kraft af den destruktive karakter hendes seksualitet tillægges bliver femme fatale'en i film noir i en vis forstand identificeret med den disharmoniske omverden, det andet, det ukendte. Den trussel, som kvindernes tilstedeværelse i produktionen udgjorde, fremstilles således som en *seksuel* trussel mod manden, med koblinger til dominans/underkastelse. Film noir er blevet betegnet som »en mandlig fantasi«.⁵³ Vi vil gå videre og postulere, at genre som sådan repræsenterer middelklassemandens driftsside, og at disse drifter – specielt seksualdriften personificeret af femme fatale'en – må kontrolleres/fortrænges, for at manden atter kan have kontrol over omverdenen.

Femme fatale'en indtog imidlertid en relativt beskedne plads som sexsymbol. Denne kvindetypes modsætning, krigs- og efterkrigstidens pin-up, havde klart føringen som mændenes seksualfantasi om kvinder. I medierne blev hun fremstillet som den barmfagre blondine, lidt forvirret, naiv og med et hjerte af guld. Hun udstrålede en spontan og ukompliceret seksualitet, som gjorde hende til genstand for mænds ønskedrømme, ligesom Marilyn Monroe, der blev prototypen på dette billede.

I modsætning til femme fatale'en repræsenterede hun således ikke noget mystisk og farligt, men snarere en tilbagevenden til den romantiske kærlighed. Hun var, som Marjorie Rosen⁵⁴ er inde på, tilgængelig og sårbar, og hendes seksualitet havde et skær af barnlig uskyld over sig, (f.eks. i *Asfaltjunglen*, 1950). Hvor femme fatale'en var mørk, var hun lys – hun farvede sit hår platinblondt. Den ekstreme varian af »The Dumb Blonde« blev eksemplificeret af Jayne Mansfield. Hendes mest iøjnefaldende træk var en næsten overdimensioneret barm og en kvindelig hvæpsetalje. En scene fra filmen *The Girl can't help it* (1957) viser Jayne Mansfield⁵⁵ i en objektgørende og passiv attitude med barmen skudt godt frem og armene drejet unaturligt tilbage for at vise den bedst mulige profil. Hun er iklædt en stram, nedringet kjole, kæmpehat og højhælede sko. Denne kvindetype blev i stigende grad genstand for latterliggørelse og foragt. Playboys pin-up billeder⁵⁶ fra 50'erne er slående eksempler på denne »brystmani«, og på en stigende objektgørelse af den kvindelige krop. En af disse Playboy-modeller bliver ovenikøbet

lanceret som Barmen («The Bosom»). Kvinden er kroppen, og den eksisterer til mænds fornøjelse, syntes budskabet at være.

Sexsymbolets udvikling sporede både i kosmetik- og modeindustri. 50'ernes mode lagde stor vægt på at understrege det feminine, og bh-en kom for alvor på markedet. Allerede i 1950 brugte 85 % af amerikanske kvinder over 15 både bh og hoftelholder.⁵⁷ Kvindekroppen blev nok engang indkapslet i en form, som skulle passe til den amerikanske mands fantasibillede. Det funktionelle ved kvindernes tøj i 20'erne og 40'erne forsvandt, og med det *bevægelsesfriheden*. Nok engang blev der lagt ekstra vægt på kvinden som *ornament*.

Sexgudinden skabtes i et klima af konformitet, konservatisme og antifeminisme, og hun reflekterede nu mænds sikkerhed i forhold til kvinders sociale position. Hendes seksualitet var ikke truende eller destruktiv – måske fordi den havde infantile træk, og fordi hun var *passiv*, hvor femme fatale'en var aktiv: hun blev beskuet.⁵⁸ Snart holdt hendes afløser da også sit indtog: teenageren, den uskyldige, sunde og rene *pige*. (På film fremstilledes hun bl.a. af Debbie Reynolds og Audrey Hepburn). Denne udviklingstendens hang også nøje sammen med opdagelsen af, at teenagere udgjorde et hidtil uopdyrket marked for forbrug,⁵⁹ og det stadige fald i giftealderen bestyrkede denne opdagelse.

Konsumideologi og forstadstilværelse⁶⁰ dannede baggrunden for 50'ernes kvindeidealer, der indskrænkede kvinders formåen til et minimum på andre områder end lige hjemmets. Det blonde sexsymbol afspejlede også til en vis grad denne »tæmning« af kvinden (i de fleste film var hendes ultimative mål at få fat i en mand), som således gav sig udslag i en passivisering og uskadeliggørelse af seksualiteten, en tendens, der blev styrket med uskyldiggørelsen i teenagepigens fremkomst og dermed idealiseringen af »ungdommen«.

Således blev seksualiteten en accepteret del af kvinders liv i 50'erne. Fra teenage-årene til ægteskabet blev kvindernes seksualitet udtrykt gennem udseendet. Unge piger skulle *være* seksuelt tiltrækkende, men måtte ikke *handle* seksuelt, da dette skulle vente til ægteskabet. Livet var meget vanskeligt for teenagepigens, når de sådan skulle reklamere for deres køn. På den ene side afhang deres popularitet og status af deres ud-

seende. På den anden side førte et tiltrækkende ydre ofte til en farlig tilværelse i »dating-systemet«,⁶¹ hvor teenagepigen blev fanget i det ældgamle »valg« mellem at være narrefisse (»cock-teaser«) eller ludder (»to go all the way«). I den offentlige moral var kønsakten reserveret til ægteskabet, og det var ikke tilfældigt, at det var *gifte* kvinder, der var genstand for Kinseys rapport i 1953. Men selv inden for ægteskabet blev kvinders seksualitet ikke fri. Tværtimod blev den anset for at være et middel til at opfylde hustru-moderrollen. Ligesom ved dating udfoldedes seksualiteten i ægteskabet helt og holdent på mændenes præmisser, og manglende evne til at leve op til idealet var årsag til dyb skyldfølelse hos mange kvinder.

Hvorfor forsvandt billederne af den harmoniske, stærke, udearbejdende kvinde i 50'erne på trods af, at der var næsten ligeså mange kvinder i arbejde, som under 2. Verdenskrig, ja, at den kvindelige arbejdsstyrke voksede støt fra begyndelsen af 50'erne? Og hvorfor blev disse billeder erstattet af stereotype moderidealer og karikaturer af kvindelig seksualitet? Hvordan har den voksende modsætning mellem opvurderingen af kvindekønnet og den udbredte kvindeforagt påvirket kvindernes bevidsthed? Hvad med de *gifte* kvinder på arbejdsmarkedet, hvordan var deres betingelser, og hvordan så de på deres egen situation? Og hvordan oplevede de hjemmegående husmødre mænds glorificering og definering af hustru-moderrollen, samtidig med at enhver udvist kompetence fra kvinders side blev mødt med ringeagt? Med andre ord, hvad skete der i det øjeblik kvinder forsøgte at handle og definere sig selv som *subjekter*? Nok et spørgsmål, som presser på, er hvorledes man på en og samme tid kan have »den seksuelle revolution« og en stærkt repressiv seksualmoral. I et overfladisk tilbageblik kan det se ud som om Rhythm 'n Blues musikkens og rock 'n roll'ens skiltning med seksualiteten var udtryk for en virkeliggjort livskraft. Men for det første manifesterede den en næsten udelukkende mandlig seksualitet, for det andet viser det sig, når vi analyserer 50'ers kvindernes seksualitet, at den snarere begynder at ligne en ny, ufarlig form for vareæstetik, som skulle sikre kvinderne bedre afsætningsmuligheder på ægteskabsmarkedet. Således med baggrund i en stigende voyeurisme og objektgørelse. Dette hænger

igen sammen med den begyndende anerkendelse af *gifte* kvinders *aktive* seksualitet, som Kinsey-rapporten signalerer, samt den accepterede udbredelse af prævention blandt 50'ernes *gifte* kvinder. Alt i alt kan man se, at den gradvise ændring af familiens funktioner fra det 19. århundrede bliver tydelig i 50'erne, hvor kvinderne i familien ikke længere i så høj grad producerer brugsværdier til familiens *fysiske* reproduktion, men snarere skal varetage den *psykiske* reproduktion.

Litteraturen fra perioden belyser på sin måde disse spørgsmål. Massemedierne taler deres tydelige sprog. Alt sammen vidner det om, at mange kvinder fuldt accepterede, at familien var deres skæbne, og enhver utilfredshed blev forklaret med den enkelte kvindes mangel på tilpasningsevne. Dog vil et meget større efterforskningsarbejde end vi har haft ressourcer til formodentlig afsløre mangan en protest mod undertrykkelsen fremsat mere eller mindre direkte.

En del af svarene og forklaringen på ovennævnte problemer må søges blandt de samfundsøkonomiske kræfter, som var interesseret i at fokusere al offentlig opmærksomhed på familien. Denne *intimisering* af kernefamilien havde nemlig to hovedformål: dels bevirkede den en *afpolitisering* af individerne, og dels opfordrede den til *kapitalfremmende forbrug*. En anden del af forklaringen kan findes i offentlighedens og statens forflygtigelse af ansvaret for de hjemvendte soldaters psykiske ve og vel. Rehabiliteringen blev pålagt kvinderne, hvis arbejdsmæssige indsats under krigen man nu – fra 1945 – begyndte at bagatellisere og fordømme. De udearbejdende kvinder blev anklaget for at have forsømt familie og hjem, til trods for at deres reelle børnepasningsproblemer under krigen var forårsaget af statens manglende daginstitutionsfaciliteter. Både i massemedierne og i »videnskabelig« litteratur spillede man derfor i høj grad på kvindernes skyldfølelser over for mand og børn. Selv et sjældent forsvaret for den udearbejdende kvinde formede sig som en solid cementering af kvinden i *dobbeltarbejdsrollen*.⁶² Bl.a. af disse årsager så man i 50'erne en dyrkelse af kernefamilien, i eget hus i forstæderne, hvor middelklassekvinder i isolation, intimitet og forbrug tilbagte deres liv.

50'ernes kvinde billeder vidnede om ideologiens magt, og først

den voksende modsætning mellem kvinders virkelighed og ideologien forårsagede brud, der med den nye kvindebevægelses spiring og blomstring blev uddybet til åben kamp mod både ideologisk og materiel undertrykkelse.

Noter:

1. Dette er en stærk forenkling af problemstillingen, men en uddybning er ikke mulig her. En kort redegørelse herfor kan findes i *Information*, 29.-30. juli, 1978.
2. Se Eleanor Flexner og Aileen Kraditor.
3. ERA: Equal Rights Amendment, som i øvrigt endnu ikke er vedtaget.
4. Den største organisation var NAWSA (National American Women Suffrage Association), der efter 1920 fungerede – omend decimeret – under betegnelsen League of Women Voters.
5. Stemmeretsbevægelsens rekrutteringsgrundlag var først og fremmest den hvide middelklasse, og det var kvinderne herfra, der i offentligheden blev identificeret med bevægelsen. Imidlertid foregik der også samarbejde med f.eks. kvinder fra Socialist Party of America.
6. Mary Ryan, p. 300: Studier i indkøbsvaner i New York City indicerede, at ægtemændene kun var ansvarlige for 12,2 % af familiens indkøb.
7. *Ladies' Home Journal*, juni, 1921, p. 39.
8. Stuart Ewen nævner et eksempel på »commercial feminism« i 1929, hvor en reklame for American Tobacco skulle bestå i »en række kvinder der tænder frihedsfakler – altimens de ryger cigaretter«, p. 160.
9. Kvindelige funktionærer var i stærk vækst i perioden. Se Carl Degler: 'The changing place of women in America', p. 197 i Robert J. Lifton.
10. *Ladies' Home Journal*, maj, 1924.
11. Carl Degler, p. 199 (se note 9).
12. Marjorie Rosen, p. 78.
13. Elektricitetens indførelse spillede her en stor rolle: i 1921 havde 24,3 % af amerikanske hjem elektricitet. I 1925 53,2 %. Se Ruth S. Cowan, p. 159.
14. Et par eksempler fra filmtitler: *The Girl from Woolworth's*, 1929; *Five and ten cent Annie*, 1928; Marjorie Rosen, p. 81.
15. *Ladies' Home Journal*, maj 1930.
16. Mary Ryan, p. 297.
17. *Ladies' Home Journal*, maj 1930, p. 14: »John Lagatta, with Brush and Pen, pictures the Return of the Feminine Charm.«
18. USA var i den specielle situation i forhold til sine europæiske allierede, at krigen ikke blev udkæmpet på amerikansk grund og derfor ikke forvoldte skader på fabrikker og produktionscentre.

19. Se *Björn Kumms* efterskrift i den svenske udgave af *Leo Huberman*; samt kap. 15 i *Carroll og Noble*.
20. Som vi skal se det senere tog dette sig lidt anderledes ud for kvinderne end for mændene.
21. Daginstitutionspladser forøgedes betydeligt i krigsårene, skønt de dog ingenlunde slog til (se *Paddy Quick*), hvorfor man da også stadig betjente sig af familie og venner.
22. *William H. Chafe*, p. 144.
23. Generelt steg arbejderens realløn med 50 % i løbet af krigen. Se *Carroll og Noble*, p. 349.
24. Interviewfilmen *Union Maids* beskriver 3 Chicagokvindes erfaringer fra den tid.
25. CIO = Congress of Industrial Organizations, dannet i 1935.
26. Se *Stan Weir* og *Paddy Quick*.
27. *Björn Kumm* i *Leo Huberman*.
28. *The Saturday Evening Post*, 29. maj, 1943 (set i *Leila Rupp*).
29. Casey Jones var en berygtet skruerækker. Se i øvrigt Joe Hills sang »Casey Jones – the Union Scab« (1912).
30. *Leila Rupp*, p. 150.
31. *Mary Ryan*, p. 317.
32. *Paddy Quick*, pp. 115-133.
33. Se *Leila Rupp*, p. 159.
34. Som en parallel til War Manpower Commission blev Women's Advisory Commission dannet. Denne kommissions funktion var at klare problemerne for kvindelige arbejdere i krigsproduktionen, og at foreslå lovgivningsreformer. Men dens arbejde blev til stadighed obstrueret af bl.a. the War Manpower Commission. Desuden gjorde den udtalte mangel på daginstitutioner livet dobbelt besværligt for lønarbejdende kvinder.
35. I 1950 havde bogen opnået en sådan status, at alle nybagte forældre (mødre!) måtte have den som håndbog. Ja, det var næsten umuligt at få børn uden den. Selv her i Danmark var den kendt (omend ikke oversat), og således slog den ene af vore mødre krølle på sig selv og nogle amerikanske bekendte for at fremskaffe et eksemplar.
36. *B. Spock*, p. 15.
37. *Ibid.*, p. 14.
38. *Betty Friedan*, p. 370, note 1, samt p. 175.
39. *Ladies' Home Journal*, *Betty Coe Spicer: Teenage Secret Marriage Epidemic*, Marts, 1960.
40. *Farnham og Lundberg*.
41. *Betty Friedan*, kap. 7.
42. *How America Lives*, *Ladies' Home Journal*, april, 1945.
43. *Betty Friedan*s bog blev skrevet i et forsøg på at skildre »The Housewife Syndrome«, og på at gøre op med »den kvindelige mystik«.
44. TV holdt for alvor sit indtog i middelklassen i 50'erne, hvilket understregede intimiseringen af kernefamilien. Udsendelsernes indhold cementerede husmorrollen og stimulerede til konsum. Se *Stuart Ewen*, p. 208.
45. *Philip Wylie: Generation of Vipers*, New York, Pocket Books, 1959, pp. 185-92, citeret fra *Katharine Rogers: The Troublesome Helpmate*.
46. Som beskrevet af *Oliver Jensen* i hans bog fra 1952 om amerikanske kvinder.
47. Andelen af gifte kvinder i arbejde var steget fra 15 % i 1940 til 30 % i 1960. I

1960 udgjorde mødre med børn næsten en tredjedel af alle kvinder i arbejde.
William Chafe, p. 218.

48. Vi har valgt her primært at fokusere på filmen, fordi dette var et vigtigt medium til fremstilling af denne kvindetype.
49. Film noir kan siges at omfatte perioden 1941-1958. (*Sylvia Harvey* i *E. Ann Kaplan*, p. 22). Karakteristisk for denne type film er dels en tematisering af det unormale, disharmoniske og ødelæggende, dels en markant visuel stil med effektfulde lys/skygge virkninger. En præcis og uddybende definition er ikke mulig her. Se nærmere i *Women in film noir*.
50. *Joan Mellen*, kap. 5.
51. *Janey Place: Women in film noir*, p. 36.
52. Billedet findes i *Marjorie Rosen*.
53. *Janey Place*, p. 35.
54. *Marjorie Rosen*, p. 291.
55. Billedet findes i *Marjorie Rosen*.
56. *Playboy*, 25th Anniversary Issue, januar, 1979, pp. 152-153. Bemærk den lyserøde baggrund for kvinderne i disse 50'er billeder.
57. *Marjorie Rosen*, p. 267.
58. Det er nok ikke tilfældigt, at *Playboy* – et konkret udslag af objektgørelse og voyeurisme – begyndte at udkomme i 1950'erne, første gang i 1953.
59. *Betty Friedan*, p. 192.
60. Se *Chafe*, p. 217 om den massive udvandring til forstæderne mellem 1950 og 1968. Det drejede sig primært om middelklassen.
61. »To date« betyder »at gå ud med«. I USA havde (/har) man en sindrig kode man skulle følge for at begå sig i dette system. Se *Lisa Alther: Kinflicks og Alix Kates Shulman: Memoirs of an Ex-Prom Queen*.
62. Se *Harper's Magazine*, juli, 1956, *David Yellin: I'm married to a working mother*, pp. 34-38.

Bibliografi:

- Baxandall, Gordon. Reverby, ed.: *America's working women. A documentary history – 1600 to the present*, Vintage Books, New York, 1976.
- Carroll and Noble: *The free and the unfree*, Penguin, New York, 1977.
- Cavanaugh, Gerald: *USAs middelklasse: Et lille, men velhavende mindretal*, INFORMATION, 29.–30. juli, 1978.
- Chafe, William H.: *The American woman. Her changing social, economic and political roles, 1920-1970*, Oxford Univ. Press, New York, 1976.
- Cowan, Ruth S.: *Two washes in the morning and a bridge party at night: The American housewife between the wars* in *Women's Studies*, vol. 3, no. 2, 1976, pp. 147-172.
- Ewen, Stuart: *Captains of consciousness. Advertising and the social roots of the consumer culture*, McGraw-Hill, New York, 1976.
- Flexner, Eleanor: *Century of struggle. The woman's rights movement in the United States*, Harvard Univ. Press, Cambridge, 1976.

- Friedan, Betty: *The feminine mystique*, Dell, New York, 1973.
- Harpers' Magazine, årg. 1945-56.
- Hartman, Susan M.: *Prescriptions for Penelope: Literature on women's obligations to returning World War II veterans*, in *Women's Studies*, vol. 5, no. 3, 1978, pp. 223-241.
- Harvey, Sylvia: *Woman's place: The absent family of film noir*, in E. Ann Kaplan, ed.: *Women in film noir*, British Film Institute, London 1978, pp. 22-35.
- Haskell, Molly: *From reverence to rape. The treatment of women in the movies*, New English Library, London, 1975.
- Huberman, Leo: *Det amerikanska Folkets historia*, Raben og Sjögren, Stockholm, 1973.
- Jensen, Oliver: *The revolt of American women*, Harcourt Brace Jovanovich, New York, (1952), 1972.
- Kraditor, Aileen S.: *The ideas of the woman suffrage movement. 1890-1920*, Anchor Books, New York, 1971.
- Lifton, Robert J., ed.: *The woman in America*, Houghton Mifflin, Boston, 1965.
- Lundberg, F. & Marynia Farnham: *Modern Woman, the lost sex*, Harper & Brothers, New York, 1947.
- Mellen, Joan: *Big, bad wolves. Masculinity in the American film*, Pantheon, New York, 1977.
- Place, Janey: *Women in film noir*, in E. Ann Kaplan, ed.: *Women in film noir*, British Film Institute, London, 1978, pp. 35-68.
- Playboy*, 25th Anniversary Issue, January, 1979.
- Quick, Paddy: *Rosie the Riveter: Myths and realities*, in *Radical America*, vol. 9, nos. 4-5, July-August, 1975.
- Rogers, Katharine M.: *The troublesome helpmate. A history of misogyny in literature*, Washington Paperbacks, Seattle, 1966.
- Rosen, Marjorie: *Popcorn Venus. Women, movies and the American dream*, Avon, New York, 1974.
- Rupp, Leila J.: *Mobilising women for war. German and American propaganda 1939-1945*, Princeton Univ. Press, Princeton, 1978.
- Ryan, Mary P.: *Womanhood in America, from colonial times to the present*, New Viewpoints, New York, 1975.
- Shulman, Alix Kates: *Burning Questions*, Alfred A. Knopf, New York, 1978.
- Songs of the workers to fan the flame of discontent*, IWW, Chicago, 1976.
- Spock, Benjamin: *The pocket book of baby and child care*, Pockets Books, New York, 1949.
- The Ladies' Home Journal*, årg. 1918-1960.
- Weir, Stan: *American Labor on the defensive: A 1940's Odyssey*, in *Radical America*, vol. 9, nos. 4-5, July-August, 1975.