

Tone Rasch, Ingrid Haugsrud og Kirsi Laitala

Da klær ble av plast

Nylonstrømpenes vekst og fall

Plast er i dag et av verdens mest brukte materialer og inngår i et bredt spekter av forbruksvarer. Materialet er hovedsakelig basert på petrokjemiske stoffer som olje. Klær er et område hvor plastmaterialer i stor grad har erstattet naturmaterialer, og tynne strømper for kvinner var de klærne som først ble laget av oljebaserte fibre, etterfulgt av nylonskjorter for menn.¹ Etter hvert ble nylon brukt i det fleste typer klær, enten som ren fiber eller i blanding med andre fibre. Andre syntetiske fibre kom også på markedet, som polyester og akryl. Disse syntetifibrene utgjør hoveddelen (64 prosent) av dagens tekstilproduksjon.² Andelen forventes å øke.

Nylonstrømpenes historie startet for alvor i etterkrigstiden. De ble produsert av en voksende, forbruksrettet industri, og snart ble de et av de mest brukte plaggene for kvinner.

Strømpene ble solgt som par, der enkeltstrømpene ble festet til en hofteholder. Sammen med BH-en utgjorde disse transparente og glatte nylonstrømpene et ettersittende og formende undertøy, og de dannet basisen for den moderne kvinnens klesstil. «Alle» brukte nylonstrømper. Samtidig har plast blitt mottatt med ambivalens over hele den vestlige verden. Det har blitt oppfattet som et vidundermateriale, men også sett på med misnøye siden det ofte har fremstått som en billig og dårlig etterligning av mer verdsette naturmaterialer. I tillegg har plasten blitt et stadig større miljøproblem.³ Nylonstrømper lages fortsatt selv om deres posisjon i motebildet har endret seg. Tynne nylonstrømpebukser er fremdeles en del av mange kvinners antrekk og selges i klesbutikker og dagligvarebutikker. I en nylig utført studie av tekstiler i

norske husholdninger utgjorde nylonstrømpebukser hele 11,2 prosent av kvinneklær som skulle kastes.⁴ Det viser at nylonstrømpene fortsatt spiller en viktig rolle i norske kvinners garderobe. Men fra å være et moteprodukt har strømpene i økende grad blitt en vanlig forbruksvare, og de blir i mange tilfeller ansett som et engangsprodukt.⁵

Vi vil se nærmere på hvordan nylonstrømpene ble en del av dagliglivet og hvordan forestillingene om disse ble skapt og endret. Tidsrammen for undersøkelsen er etterkrigstiden, fra slutten av andre verdenskrig til omkring 1970. Tiden var preget av store samfunnsendringer, som også fikk betydning for nylonstrømpenes posisjon i Norge. Gjennomslagskraften til nylonstrømpene viser hvordan plast relativt raskt ble en integrert del av forbrukerkulturen. Vi mener at nylonstrømpene derfor er særlig egnet til å forstå hvordan innføringen av syntetiske tekstiler endret bruk av, vedlikehold av og levetid for klær – og hvordan olje ble til noe vi kler på oss.

En ny tekstilfiber

De syntetiske fibrenes historie startet på slutten av 1800-tallet da kjemikere begynte å eksperimentere med tekstiler utvunnet av trevirke.⁶ På 1930-tallet ble cellulosefibrene, som ble kalt viskose, stadig mer utbredt.⁷ Viskosen etterlignet den glatte natursilken og hadde en lavere pris. Damestrømper og undertøy var en del av gjennombruddet. Tynne strømper laget av viskose erstattet strømper av natursilke, og i sin tur erstattet nylon viskosestrømpene. Prosessen fra naturmateriale via cellulose til oljebaserte fibre gikk over noen tiår fra 1920-tallet til omkring 1950. I hovedsak var det tekstilfibrene som hadde endret seg. Strømpene var foreløpig som før.

Nylon var en amerikansk oppfinnelse gjort av selskapet DuPont og lansert for forbrukerne i 1939.⁸ Opprinnelig var nylon et varemerke for polyamidfiber. Kjemisk forklares det som et materiale med gjentatte amidbindinger. Startingrediensen er diaminsyre, som vanligvis utvinnes fra råolje – selv om det i dag finnes nye løsninger med biobaserte materialer.⁹ Flere industriland startet rett etter andre verdenskrig egen produksjon av fiberen. I Norge hadde produksjonen av viskose blitt satt i gang på 1930- og 1940-tallet. Da var argumentet om kontroll med innenlandsk produksjon og råvarer til industrien viktig. Norge hadde en veletablert celluloseindustri basert på et stort tilfang av trevirke.

Arbeidsledigheten var høy på 1930-tallet, og etablering av ny industri ble ansett som viktig for å skaffe folk arbeid og hindre at penger forsvant ut av landet gjennom import. Diskusjonene gikk helt opp på regjeringsnivå, og ved etableringen i 1936 var Kunstsilkefabrikken på Notodden den første private produksjonsbedriften som fikk statsstøtte.¹⁰ Produksjon av petrokjemiske fibre var i en annen posisjon. Oljen i Nordsjøen var ennå ikke funnet, og det ble ikke etablert en norsk råvarebasert industri for produksjon av nylon.

Ryktene om de fantastiske nylonstrømpene spredte seg raskt fra opprinnelseslandet USA til det krigsherjede Europa. De ble et symbol på den amerikanske livsstilen, i likhet med tyggegummi og filmer fra Hollywood. De første strømpeparene kom til landet ved hjelp av nordmenn i USA. Men den norske økonomien var svak, og importrestriksjoner førte til at de raskt ble mangelvare. For å møte etterspørselen begynte norske fabrikker å produsere strømpene basert på importert nylongarn. Ved starten var produksjonen i gang ved fem fabrikker: P. Christensen i Drammen, Samnanger i Tysse, Stephansen i Espeland ved Bergen, Lauritsen & Sørensen og Haakon Wengers strømpefabrikk, begge i Oslo. Produksjonen lå sommeren 1950 på om lag 4000–5000 par strømper per måned, mens håpet var at «norske fabrikker en gang skal kunne dekke markedet med nylonstrømper».¹¹ Norsk kvalitet skulle være like god som den amerikanske, og strømpene ble produsert med samme typer maskiner som i utlandet.

Den største nylonstrømpeprodusenten i Norge i 1950 var A.S. Stephansen, også kjent som Janusfabrikken. Denne strikkefabrikken var blitt grunnlagt i 1895 utenfor Bergen. Her ble det laget strømper med varemerket Janus fra 1910 og Jalon nylonstrømper fra 1950.¹² Fabrikken samarbeidet tett med DuPont som del av den pågående Marshallplanen. Hjelpesprogrammet var igangsatt av amerikansk industri og myndigheter etter andre verdenskrig. Marshallhjelpen gikk i Norge delvis til å modernisere industrien ved innføring av ny teknologi fra USA,¹³ og igangsettelsen av norsk produksjon av nylonstrømper kan sees som et resultat av dette.

Informasjon om nylonstrømper

Industrien sto for innovasjon og produksjon gjennom flere industrielle aktører. Kjemisk industri, som DuPont, laget råvaren, i dette tilfellet nylonfiberen. Den syntetiske fiberen

er plastmaterialet som erstatter naturlig fiber som silke eller ull. Det er i syntetfiberproduksjonen at det nye ved nylonstrømpene ligger. Fiberen ble spunnet til garn, og av garnet ble det strikket strømper. Spinningen og strikkingen var en fortsettelse av produksjonen slik den foregikk i tekstilindustrien. Strømpene ble ferdigprodusert på trikotasjefabrikkene. Nylonstrømpene var altså et produkt av både den kjemiske industrien og tekstilindustrien. Men det holdt ikke bare å produsere strømpene. For at de skulle tas i bruk, måtte forbrukerne læres opp. Tekstilindustrien publiserte opplysningsmaterieell om de syntetiske fibre. Materiellet rettet seg dels mot forhandlerne og dels mot konsumentene, og informasjon ble publisert i blader, aviser samt i egne hefter. Den inneholdt forbruksråd og opplysninger om fiberens kjemiske sammensetning, ulike strikketeknikker, og om hvordan konsumentene skulle ta i bruk og vedlikeholde strømpene. Illustrerte reklamer for nylonstrømper i ukeblader og aviser støttet opp under denne normative informasjonsflyten fra industrien til forbrukerne.

I 1950 publiserte Stephansen et 45 siders informasjonshefte om sitt nye produkt. Heftet var beregnet på norske forhandlere og utarbeidet av fabrikkens. Målet var at de butikkansatte skulle formidle kunnskap om de nye strømpene videre til kundene. Det ble i heftet gitt en grundig presentasjon av nylonfiberens egenskaper, ulike strømpeskaliteter og vedlikehold. Illustrasjonene og de forklarende tabellene var hentet fra E.I. DuPont de Nemours & Company (Inc.) som var «oppfinner og største produsent av Nylon».¹⁴ Heftet inneholdt disse overskriftene: «Har vi bruk for mer opplysning om strømper», «Facts' om nylonstrømper», «Strømpen skal passe» og «Ta vare på strømpene». I kapitlet «Og her er historien» ble produksjonen av nylonstrømper hos Stephansen beskrevet. Strømpene ble laget på spesiellagede amerikanske strikke- og symaskiner tilpasset nylonfiberen. Hver strømpe ble kontrollert for slitestyrke og dampet for å bli strykefrie. Deretter ble de farget og til sist påført logo og numre som viste til kvalitet og størrelse. Til sist ble de pakket og var klare for salg.

Nylongarnets gode egenskaper ble gjennomgått i heftet. Fordelene var blant annet knyttet til strikketeknikkene og etterbehandlingen av produktet. Jalon-heftet viser at strømper skulle være ettersittende også før oppfinnelsen av elastiske fibre. Det skjedde først senere på 1950-tallet med oppfinnelsen av stretchmaterialet Lycra, som markerte fiber-

produsentenes definitive inntog i motefeltet.¹⁵ Fibrenes viktigste egenskaper – styrke, slitestyrke og elastisitet – ble forklart slik:

Styrke – for å motstå sprekning når det brukes i de spindelvevtynne strømper folk vil ha i dag. *Slitestyrke* – som gjør at den tåler det stadige gnag i skoene. *Elastisitet* – slik at varen kan «gi etter» og vende tilbake til sin opprinnelige form etter stadige bevegelser over kne og ankel.¹⁶

Nylon scoret altså høyt både på funksjon og eleganse. Raknede og hullete strømper hadde vært et stort problem da det ble brukt natursilke og viskose. Nylon var en forbedring med tanke på holdbarhet og dermed også vedlikehold. Samtidig ble elegansen ivaretatt gjennom elastisitet og ved at strømpene var ettersittende uten folder og skrukker.

Heftet inneholdt også informasjon om bruksområder for de ulike strømpeskalitetene. Jalon-strømpene kom i 1950 i fem varianter. Tre av disse var knyttet til garntykkelse; jo lavere såkalt denier dess tynnere strømpe. De tynne Selskaps-Jalon hadde garn av 15 denier, All-round-Jalon 30 denier og de kraftige Husmor-Jalon 50 denier. Navnene Selskap, All-round og Husmor beskriver bruksområdene. I tillegg fantes det to varianter, en tynn og en kraftig, i en annen strikketeknikk, Nett-strikk, som ga mer holdbare strømper enn glattstrikk. De nettstrikkede strømpene var imidlertid vanskeligere og dyrere å lage og ble etter hvert faset ut. Informasjonsheftet instruerte forbrukeren i riktig bruk av strømper til ulike anledninger. Denne måten å drive markedsføring på harmonerte med etterkrigstidens kvinneideal.

Strømpene var en del av kvinners antrekk, og gjennom reklamen ble kjønnsperspektivet forsterket. I mellomkrigstiden formidlet reklame gjerne et bilde av menn som produserer og kvinner som konsumerer.¹⁷ Riktignok fantes det unntak der menn også var forbrukere, som for eksempel av barbermaskiner og biler, men hovedregelen var den kvinnelige forbrukeren. Nylonstrømpene passet inn i denne stereotypen.

Strømpereklamen fungerte som et utstillingsvindu for en moderne, feminin livsstil. Det ble lagt vekt på eleganse. Tidligere hadde velkleddhet i hovedsak vært et uttrykk for økonomisk velstand og middelklassens smak. Med billigere, syntetiske fibre var dette i endring. Det kostet mindre å kle seg elegant. For mange forbrukere var lav pris et

viktig incitament for å ta seg råd til å kjøpe nylonstrømper. Samtidig la markedsføringen vekt på at strømpene hadde lang levetid. De skulle dessuten være behagelige og funksjonelle. Mange kvinner utførte praktiske gjøremål, og holdbare strømper var derfor viktig. De typisk «kvinnelige aktiviteterene» hadde to tydelige retninger. Eleganse og festbruk hørte sammen, mens husarbeid, praktisk bruk og holdbarhet dannet en forståelig enhet. Idealene gikk altså i motstridende retninger for etterkrigstidens kvinner.

Forbruk og vedlikehold

Både de internasjonale syntetfiberprodusentene og de innenlandske tekstilfabrikkene jobbet for å øke lønnsomheten gjennom økt produksjon. Og de lyktes i stor grad. Etterspørselen etter nylonstrømper var stor på 1950-tallet. De ble raskt en integrert del av voksne kvinners daglige antrekk, og det var denne kundegruppen moten i stor grad var rettet mot. Det franske motehuset Dior hadde stor suksess med kleskolleksjonen New Look i 1947, som fortsatte å prege moten de neste årene, ikke bare i luksussegmentet, men innenfor alle samfunnslag.¹⁸ Stilen var kjennetegnet av smale midjer og vide skjørt som sluttet midt på leggen. De fleste kvinner gikk kledd i skjørt og bluse, eller kjole, til hverdag og fest. På beina var det pensko – og hudfargede tynne nylonstrømper mellom foten og skjørtokanten gjorde kvinnene velkledde. Nylonstrømpene var altså en viktig del av konsumentenes antrekk, enten det var til hverdagsbruk eller til fest, og strømpenes tykkelse var avgjørende.

Hva mente forbrukerne om nylonstrømpene? De fleste reportasjer i ukeblader og aviser er basert på ekspertenes uttalelser, hentet fra tekstilindustrien selv. Forbrukerne kom i liten grad til orde i den typen kildemateriale som vi har brukt i undersøkelsen av 1950-årene og er derfor vanskeligere å finne. Et unntak er en spørreliste om klær fra 1990. Den er utført av Norsk etnologisk granskning (NEG), som forvalter et stort kulturhistorisk arkiv og samler inn, formidler og forsker på fortellinger fra folks dagligliv. Spørreliste nr. 154 har et spørsmål om folks oppfatninger og bruk av strømper og strømpebukser.¹⁹ Omkring 130 personer sendte inn svar som dels omhandler deres brukererfaringer og praksiser. Mange av informantene var eldre mennesker som skildret sine første minner om produktene. Det er derfor vanskelig å vite om svarene samsvarer med opplevelsene førte år tidligere,

eller om holdningene har endret seg i ettertid. Men til tross for denne usikkerheten er det likevel tydelig at de nye nylonstrømpene var viktige for konsumentene. Flere kvinner som var unge i perioden, beskriver nylonstrømpenes betydning, mens nylonstrømper ikke nevnes av kvinner som var unge på 1970-tallet og senere. Svarene fra spørrelisten bidrar derfor til å illustrere hvordan forbrukerne tok imot og brukte nylonstrømpene da produktet var nytt.

Forbrukere som svarte på NEG-undersøkelsen om bruk av strømper og strømpebukser gir rike beskrivelser av hvordan det var da nylonstrømpene kom, og mange av historiene er nokså like. Strømpene var dyre, ble verdsatt høyt og tatt godt vare på av informantene:

Nylonstrømpene kom vel for alvor til Norge etter krigen. De som hadde slekt i USA, fikk blant de første. Vi snakket om disse vidunderstrømpene som var svært dyre til å begynne med. Men så var de til gjengjeld svært sterke. De ble også behandlet svært så forsiktig av eierne; vi brukte ofte hanske når de skulle på. Kom det likevel rakninger, kunne vi levere dem inn til oppmasking. Men de fleste kjøpte nok det utstyret som skulle til for å maske opp selv. Fabrikantene forsto nok snart at det ikke svarte seg med altfor sterke strømper. Senere ble det mer «kjøp og kast»-utgaver og til lavere pris. (Kvinne, f. 1922).²⁰

Informanten beskriver hvordan nylonstrømpene kom til Norge fra USA, og sitatet minner om hvordan Janusfabrikken beskrev nylonstrømpene i sitt hefte. Betydningen av styrke og god kvalitet samsvarer med hvordan industrien fremhevet strømpenes egenskaper. I tillegg tar informanten opp spørsmål rundt vedlikehold. Reparasjon av strømper kunne gjøres både profesjonelt og på egenhånd. Til sist blir lavere pris og dårligere kvalitet nevnt som et senere ledd i utviklingen. Denne uttalelsen peker frem mot den lavere statusen nylonstrømpene kom til å få på 1970-tallet, som vi kommer til å se nærmere på i delen om kulturkritikk.

Forbrukerinformasjonen om nylonstrømper handlet både om mote, velkledthed og vedlikehold. Et av de tolv absolute kravene til kvinner i en skikk-og-bruk-bok fra 1960 sier det tydelig: «Ikke strømper som rakner eller sitter med sømmen skjevt! Alle ser det med en gang.»²¹ Det ble tatt for gitt at kvinnene brukte strømper, og de måtte være hele og rene. Vedlikehold var derfor et viktig tema. Strømpene

skulle behandles på en måte som gjorde at de holdt lenge. Det var mye som kunne gjøres av forbrukeren selv, og industrien var også klar til å bidra. Vaskemiddelfirmaet Lilleborg ga ut informasjonsbrosjyrer om vask rettet mot forbrukere. Husmoren ble anbefalt å skylle strømpene i kaldt vann etter hver gangs bruk for å ivareta holdbarheten og elastisiteten.²² Viktigheten av renhold ble bekreftet av informantene i spørreundersøkelsen.

Raknede strømper skulle bøtes, og den vanlige måten var å bruke nål og tråd. Det glatte nylongarnet var ikke alltid lett å jobbe med, og det ble oppfunnet maskiner for å profesjonalisere arbeidet og gjøre reparasjonen så usynlig som mulig. Flere av de kvinnelige informantene fra NEG-listen beskrev hvordan de reparerte strømpene sine. En kvinne født i 1921 skrev: «Rakning var en ren ulykke. Vi kjøpte noen små nåler som var spesielt laget til å reparere rakninger. Men det var tungt og sent arbeide.»²³ Profesjonelle nylonstrømpe-reparatører etablerte seg i denne perioden i mange europeiske byer,²⁴ også i Norge. Noen av NEG-informantene fortalte hvordan de kunne gå til en forretning i nærheten og få de raknede strømpene masket opp. Det fantes altså egne bedrifter eller verksteder der forbrukerne kunne levere strømper til reparasjon. Det er ikke gjort noen undersøkelse av dette i Norge, men fra Danmark vet vi at det i byen Århus fantes tolv bedrifter med dette som hovedbeskjeftigelse på 1950-tallet, og en slik bedrift kunne reparere 6000–8000 par strømper i året. De siste av disse forretningene i Danmark ble lagt ned på 1970-tallet.²⁵ Vedlikehold og reparasjon var viktige verdier, og innsatsen som ble lagt i dette arbeidet, bidro til at nylonstrømpene ble verdifulle i seg selv.

Nylonstrømpenes flertydighet

Nylonstrømpenes materialitet og design hadde endret seg på slutten av 1960-tallet. Den karakteristiske sømmen bak var for lengst forsvunnet, strømpepar ble byttet ut med strømpebukser, og elastiske fibre hadde gjort strømpene enda mer figurære. Men i hovedsak var produktet som før. Holdningene, derimot, var i endring. Moten vendte seg mot ungdom i stedet for mot voksne. De tynne nylonstrømpene hadde hatt en sterk posisjon på 1950-tallet ved å være en etablert del av kvinners antrekk. Mange voksne kvinner fortsatte å kle seg slik. Men 1960-tallets tenåringsjenter og unge kvinner tok ikke nylonstrømpene i bruk på samme måte som deres eldre

medsøstre hadde gjort. Dette skyldtes blant annet at bukser ble en viktigere del av jenter og kvinners antrekk.²⁶ Da var ikke nylonstrømpene lenger så relevante. Skjørt og kjoler hadde riktignok fortsatt en sterk posisjon. Miniskjørtet ble et signaturplagg for den unge motebevisste kvinnen. Minimoten var en del av den britiske popkulturen der designeren Mary Quant (1930–2023) var sentral. Hun lanserte også tette strømpebukser i moteriktige farger under sin egen merkevare, produsert av The Nylon Hosiery Company.²⁷ Disse ble sett på som mote, mens de tynne gjennomsiktige strømpene fremsto som gammeldagse. Materialet var likt, for også de tette strømpene var laget av nylon. Det var altså designet som avgjorde om strømpene var mote eller ikke.

Strømpebuksene var en viktig forutsetning for miniskjørtet, men ble tatt i bruk av kvinner i alle aldre. Flere NEG-informanter fortalte at strømpebuksene ble møtt med noe skepsis, men mest begeistring. To sitater viser dette:

Jeg husker at jeg og også andre vegret oss mot å begynne med strømpebukser. Vi mente at det ble mye dyrere enn strømper. For – kjøpte vi to eller flere par like strømper og en strømpe ikke lot seg reparere – ja, så hadde vi flere like strømper som kunne pares. Men etter hvert så sluttet vi med hofteholdere. (Kvinne f. 1925).²⁸

En annen kvinne skrev: «Jeg husker jeg syntes det var en fantastisk oppfinnelse – slippe å ha hofteholder med stropper, og 'glippen' som ble så kald om vinteren» (Kvinne f. 1942).²⁹

De to kvinnene kom fra ulike generasjoner, der den eldste hadde tatt i bruk nylonstrømper først da hun var voksen, mens den andre kvinnen var vokst opp med dem. Det kan forklare de ulike holdningene. Uansett skepsis dominerte strømpebuksene raskt markedet og gjør det fortsatt i dag.

En annen årsak til at nylonstrømpene mistet sin posisjon i motebildet kan være at den norske produksjonen av nylonstrømper forsvant. Dermed var det også slutt på den massive markedsføringen som var ment å støtte norsk tekstilindustri. Optimismen hadde vært stor tidlig på 1950-tallet rundt innenlandsk produksjon av nylonstrømper. Men etter få år opphørte importrestriksjonene på utenlandske tekstilvarer. Det lønte seg ikke lenger å produsere i Norge, særlig ikke etter at landet ble med i Det europeiske frihandelsforbund (EFTA) i 1960.³⁰ *Norsk tekstil- og konfeksjonsindustri* utga oversikter over hvilke tekstil- og konfeksjonsfabrikker som

produserte hva. I 1962 var det åtte fabrikker i Norge som produserte nylonstrømper.³¹ I 1970 var det bare én fabrikk, Sætre strømpefabrikk på Ørsta, som hadde «strømpebenklær for damer i crepenylon» blant sine produkter, og det er usikkert om det med dette menes det vi har omtalt som tynne nylonstrømper.³² Samtidig som innenlandsk produksjon av nylonstrømper ble lagt ned, økte importen, og prisene fortsatte å falle.

Også nylonstrømpenes nyhetsverdi forsvant. Det ble ikke lenger skrevet om nylonstrømpene i norske medier på samme måte som noen år tidligere. I de digitaliserte utgavene av norske aviser på Nasjonalbiblioteket er det tydelig at nylonstrømper ble omtalt ulikt da de ble lansert og i tiårene etter. Vi søkte på nylonstrømper i norske aviser i Nasjonalbibliotekets base over n-gram (ordsekvenser).³³ Resultatet viser at nylonstrømpene dukket opp rundt 1940 og at de fort ble populære i nyhetsbildet. Frekvensen nådde toppen i 1949, og nylonstrømpene ble fortsatt skrevet om frem til 1960-tallet. Etter 1970 er det kun sporadiske treff. I avisene på 1940- og 1950-tallet kunne man lese råd til forbrukerne og informasjonsartikler fra Tekstilfabrikkenes konsulent- og opplysningskontor, som ble trykket i flere aviser. Et eksempel er saken «Nyttig å vite om nylonstrømper – og gode råd om damestrømper for øvrig»,³⁴ som omhandlet nylonmaterialet, anledninger og vedlikehold. Interessen for nylonstrømper hadde i starten vært mangfoldig og omhandlet materialets sammensetning, produksjon, forbruk og mote. De påfølgende tiårene var det ikke lenger nyhetsstoff. Nylonstrømpene og strømpebuksene ble hovedsakelig nevnt i annonser som tilbudsvare. De hadde mistet sin kulturelle verdi.

Kulturkritikk

Fordi nylonstrømpene ikke lenger var noen nyhet, er det færre kilder som direkte beskriver nylonstrømpenes status i perioden etter 1960. Det er likevel en rekke endringer i samfunnet som kan kaste lys over hvordan oppfatningene om nylonstrømper skiftet. Et generelt trekk var at levestandarden økte jevnt i etterkrigstiden. For eksempel gikk gjennomsnittlig årslønn fra 7060 kroner i 1950 til 30760 kroner i 1970.³⁵ Selv om det må korrigeres for prisstigninger, viser det at husholdningene hadde fått mye mer å rutte med, og mye av veksten gikk til materielt forbruk som mat, klær, bil og bolig. Økningen i det private forbruket hadde sammenheng

med en industriell utvikling som gjorde flere varer billigere. I begynnelsen vakte de syntetiske fibre begeistring hos forbrukerne rett og slett fordi de muliggjorde økt produksjon av klær til en rimeligere pris. Flere kunne skaffe seg moteriktige klær. Det syntetiske var ikke bare et substitutt for mer kostbare naturmaterialer, men ble en integrert del av folks garderobeskap.³⁶ Men samtidig fantes det en uttalt og økende motstand mot syntetifibre.

Du verden så stas det var med Nylon-skjorter, hvite til festbruk. I dag henger noen av typen, litt slasket i fasongen i mitt garderobeskap. De er ikke i bruk – hvorfor? Jo – plasten er tett og klam og ubehagelig på kroppen. Plasten «fører» seg heller ikke, den siger – nei bomull er bedre (Mann f. 1914).³⁷

Herrskjortene, et annet nylonprodukt, mistet i denne beskrivelsen sin praktiske og estetiske verdi for eieren. Informanten la særlig vekt på bruksegenskaper han ikke likte og benyttet negativt ladede ord som «tett og klam og ubehagelig». I tillegg til de fysiske beskrivelsene, trakk han frem en preferanse for bomull.

Sitatet kan sees i sammenheng med en idealisering av det naturlige på 1960-tallet. Teknologioptimismen ble avløst av en skepsis mot økt forbruk. Det førte til en dreining mot «autentiske» naturfibre og en motstand mot den kunstige, menneskeskapte plasten.³⁸ De negative holdningene forsterket seg utover 1970-tallet. Da gikk utviklingen innen plast og syntetifibre i retning av overproduksjon, lavere priser og dårligere kvalitet. Mirakelfibre hadde mistet sin status.³⁹ Ungdommene som på 1960-tallet hadde gjort syntetiske klær til sin mote, vendte seg mot materialet. Som en del av venstrevridningen i politikken omkring 1970, vokste kritikken av det etablerte samfunnet. Den var en del av en gryende miljøbevissthet og en erkjennelse av at jorda har begrensede ressurser. «Bruk-og-kast-samfunnet» ble forstått bokstavelig og knyttet til søppelproblematikk og overforbruk.⁴⁰ Vekst ble ikke lenger ansett som positivt, men noe som stod i veien for idealer om internasjonal solidaritet og bevaring av natur.⁴¹ Periodens generasjonsoppgjør og kulturkritikk besto av motstand mot det borgerlige og konforme.⁴² De beige nylonstrømpene representerte på mange vis dette.

Likevel ønsket ikke forbrukerne seg tilbake til 1950-tallets husmorsidealer. Flere av verdiene fra noen tiår tidligere

var på vei ut. Husarbeidet mistet status og med det den verdsatte kunnskapen som lå i reparasjon av klær. Måtehold hadde vært en viktig verdi i det norske samfunnet i årene etter andre verdenskrig.⁴³ Slik var det ikke lenger. Færre kvinner var hjemmearbeidende, og fritidsaktiviteter ble viktigere enn oppdragelse og opplæring.⁴⁴ Reparasjon av klær som hadde inngått som en del av husarbeidet, ble ikke ansett som nyttig på samme måte som tidligere.⁴⁵ I tillegg egnet de syntetiske materialene seg dårligere til reparasjon ved håndarbeid. Nylonstrømpene var designet for maskinproduksjon, og det var ikke lønnsomt å bruke tid på å reparere de billige forbruksvarene.

Plast i forbrukerhverdagen

Vi har sett nærmere på hvordan nylonstrømpene, som industrielt fremstilte forbruksvarer i plast, ble en del av dagliglivet og hvordan forestillingene om disse ble skapt og endret i perioden 1950–1970 i Norge. Introduksjonen av nylon i strømpeproduksjon skjedde gjennom bevisst markedsføring fra en global industri. Denne var tilpasset tidens mote og en allerede eksisterende etterspørsel. Dette forklarer hvordan nylonstrømpene raskt ble en kommersiell suksess ved å være en del av forbrukernes daglige antrekk. Gjennomgangen har samtidig vist at produksjonen gikk fra norske trikotasje-fabrikker til å bli flagget ut. Det innebar at den norske tekstilindustrien ikke lenger var interessert i å markedsføre nylonstrømpene. At nærheten til produksjonen ble fjernere, kan også ha svekket verdien av nylonstrømpene for forbrukerne. I ettertid fremstår dette som et frempek mot fast fashion, som har en klar sammenheng med plast og syntetiske materialer og er et økende problem med tanke på søppel.

Mot slutten av etterkrigstiden ble nylonstrømpene mer usynlige både i den offentlige diskursen og i kvinnes antrekk. Det handlet i stor grad om en generell kulturkritikk som innebefattet motstanden mot plast og syntetiske fibre, og som falt sammen med politiske, kulturelle og økonomiske samfunnsendringer. Materielt handlet det om at syntetiske fibre ble ansett for å være ubehagelige å ha på. Lavere pris på strømpene gjorde at mengden av søppel økte, noe som igjen ble koblet til en pågående motstand mot det etablerte. Naturfibre ble høyere verdsatt enn syntetifibre. Stadig flere forbrukere stilte spørsmål ved om de virkelig ønsket den plastifiserte hverdagen.

Også praksisen rundt vedlikehold endret seg. På 1950-tallet forsøkte både produsenter og forbrukere å innpasse syntetifiberne i en eksisterende klespraksis ved å reparere raknede strømper. Dette viste seg å være vanskelig og ikke minst ulønnsomt. Nylonstrømpene falt både i kulturell og økonomisk verdi. Men de syntetiske fibrene påvirket også forbrukerpraksisen. Vi mener at etterkrigstidens historie om nylonstrømpenes vekst og fall i kulturelle og økonomiske hierarkier bidrar til å forklare hvordan plast ble en integrert del av vår forbrukerhverdag og vår tids forbruk av engangsplast. Den har verken forsvunnet ut av kjøkkenskap eller garderobes. Nylonstrømpenes bruk har ikke endret seg stort, men måten de blir ivaretatt på, har forandret seg. Dette er viktig for å forstå hvorfor plast er blitt et hittil uløst problem relatert til billige klær og plastsøppel – og hvordan plast også er en del av oljeindustriens utfordringer.

Dette arbeidet er en del av prosjektet «REDUCE – Rethinking Everyday Plastics», finansiert av Norges forskningsråd (prosjekt-ID 326740).

*Norsk Teknisk Museum
tone.rasch@tekniskmuseum.no*

*Forbruksforskningsinstituttet SIFO, OsloMet
ingridha@oslomet.no*

*Forbruksforskningsinstituttet SIFO, OsloMet
kirsil@oslomet.no*

VITENSKAPELIG, FAGFELLEVDERT ARTIKKEL

Noter

- 1 Handley, *Nylon*, 68.
- 2 Textile Exchange, «Preferred Fiber & Materials Market Report: October 2022».
- 3 Meikle, *American Plastic*, 1–10.
- 4 Sigaard, personlig kommunikasjon, 7. september 2023.
- 5 Rasch, Haugrud, Laitala & Hegnes. «The Devaluation of Stockings».
- 6 Handley, *Nylon*, 18–20.
- 7 Rasch, «Ambiguous Artificiality», 195–196.
- 8 Meikle, *American Plastic*, 125–141.
- 9 Son et al., «Recent Advances in Microbial Production of Diamines, Aminocarboxylic Acids, and Diacids as Potential Platform Chemicals and Bio-Based Polyamides Monomers».
- 10 Rasch, «Ambiguous Artificiality», 205.
- 11 *Hamar Arbeiderblad*, «Fem norske fabrikker lager nylonstrømper», 6.
- 12 Grieg, *Norsk tekstil*, bind 2, 320.
- 13 Pharo, «Marshallplanen».
- 14 Janusfabrikken, *Jalon: Strømpehåndbok*, 1.
- 15 Blaszczyk, «Styling Synthetics».
- 16 Janusfabrikken, *Jalon: Strømpehåndbok*, 1950, 5.
- 17 Breazeale, «In Spite of Women», 1.
- 18 Partington, «Popular Fashion and Working-Class Affluence», 156.
- 19 NEG, Spørreliste nr. 154. Klesplagg, smykker, frisyre.
- 20 NEG 154/29606.
- 21 Brøgger, *Skikk og bruk*, 88.
- 22 Lilleborg, «Vaskehåndbok for hjemmet».
- 23 NEG 154/29474.
- 24 Summers, *Fashion on the Ration*.
- 25 Lundskov, «Det gamle Århus – strømper opmaskes i Århus».
- 26 Conradson, *Kontorsfolket*, 131.
- 27 Beward, *Fashion*, 187.
- 28 NEG 154/29324.
- 29 NEG 154/29325.
- 30 Jørstad, *Tekstilhandelen i Norge 1900–2000*, 40.
- 31 Tekstilfabrikkenes konsulent- og opplysningskontor, *Norske Tekstiler*.
- 32 *Norsk tekstil- og konfeksjonsindustri* 6. utgave.
- 33 N-gram-søk med søkeordet «nylonstrømp*» inkluderer ordene nylonstrømper, nylonstrømpe, nylonstrømpene, nylonstrømpen, nylonstrømpens, og nylonstrømpa, både med små og store bokstaver. https://www.nb.no/ngram/#1_1_2_nylonstr%C3%B8mp*_1_1_0_1810%2C2022_2_2_2_12_2
- 34 På trykk i bl.a. *Romsdals folkeblad*, *Arbeidets Rett*, *Akershus Amtstidene* juli–august 1955.
- 35 <https://www.ssb.no/a/histstat/aarbok/ht-0901-lonn.html>
- 36 Handley, *Nylon*, 113.
- 37 NEG 154/29298.
- 38 Nielsen, *Norvegr – Norges Historie. Bind 4: Etter 1914*, 206.
- 39 Meikle, *American Plastic*, 1–10 og Smelik, «Polyester: A Cultural History», 280–289.
- 40 Myrvang, «Fra Knapphet til overflod», 319–320.
- 41 Nielsen, *Norvegr – Norges Historie. Bind 4: Etter 1914*, 202–206.
- 42 Meikle, *American Plastic*, 243–247.
- 43 Myrvang, «Fra knapphet til overflod», 311.
- 44 Myklebust, «Farlig kunnskap?», 370.
- 45 Klepp, «Reparasjon og gjenbruk i 1900-tallets håndarbeidsbøker», 164–165.

Litteratur

- Blaszczyk, Regina Lee. «Styling Synthetics: Dupont's Marketing of Fabrics and Fashions in Postwar America». *Business History Review* 80, nr. 3 (2006): 485–528.
- Breazale, Kenon. «In Spite of Women: *Esquire Magazine* and the Construction of the Male Consumer». *Journal of Women in Culture and Society* 20, nr. 1, 1994.
- Beward, Christopher. *Fashion*. Oxford: Oxford University Press, 2003.
- Brøgger, Waldemar. *Skikk og bruk*. Oslo: Cappelen, 1960.
- Conradson, Birgitta. «Kontorsfolket». Stockholm: Nordiska Museet, 1988.
- Grieg, Sigurd. *Norsk Tekstil*. Bind 2. Oslo: Norske Tekstilfabrikers Hovedforening, 1950.
- Hamar Arbeiderblad*. «Fem norske fabrikker lager nylonstrømper». 10. november 1950.
- Handley, Susannah. *Nylon: The Story of a Fashion Revolution: A Celebration of Design from Art Silk to Nylon and Thinking Fibres*. Baltimore: Johns Hopkins, 1999.
- Janusfabrikken. «Jalon: Strømpehåndbok». 1950.
- Jørstad, Finn R. *Tekstilhandelen i Norge 1900–2000*. Bergen: Kræmmerhuset, 2000.
- Klepp, Ingun Grimstad. «Reparasjon og gjenbruk i 1900-tallets håndarbeidsbøker». *By og Bygd*, 2007.
- Lilleborg. «Vaskehåndbok for hjemmet». n.d. Privatarkiv NTM A-1054 Lehne, Bjørg.
- Lundskov, Kurt. «Det gamle Århus – Strømper opmaskes i Århus». Hentet 10. oktober 2023 fra <https://www.lundskov.dk/text/aarhusbegivenhed/arh-opmaskning.htm>
- Meikle, J.L. *American Plastic: A Cultural History*. Rutgers University Press, 1995.
- Myklebust, Sissel. «Farlig kunnskap?». I *Temmet eller uhemmet: Historiske perspektiver på konsum, kultur og dannelse*, redigert av Myklebust, S.; Myrvang, C.; Brenna, B., 367–424. Oslo: Pax forlag, 2004.
- Myrvang, Christine. «Fra Knapphet til overflod». I *Temmet eller uhemmet: Historiske perspektiver på konsum, kultur og dannelse*, redigert av Myklebust, S.; Myrvang, C. og Brenna, B., 262–320. Oslo: Pax forlag, 2004.
- NEG. «Spørreliste nr. 154. Klesplagg, smykker, frisyre». Norsk Etnologisk Gransking, 1990.
- Nielsen, May-Brith Ohman (red.), *Norvegr – Norges historie. Bind 4: Etter 1914*. Oslo: Aschehoug, 2011.
- Norsk tekstil- og konfeksjonsindustri. «Norsk tekstil- og konfeksjonsindustri 6. utgave». 1970.
- Partington, Angela. «Popular Fashion and Working-Class Affluence». I *Chic Thrills: A Fashion Reader*, redigert av Ash, J. og Wilson, E., 145–61. Berkeley: University of California Press, 1993.
- Pharo, Helge. Marshallplanen i *Store norske leksikon* på snl.no. Hentet 10. oktober 2023 fra <https://snl.no/Marshallplanen>
- Rasch, Tone. «Ambiguous Artificiality». I *Provocative Plastics*, redigert av Lambert, S., 195–214: Palgrave Macmillan, 2020.
- Rasch, Tone, Ingrid Haugrud, Kirsi Laitala og Atle Wehn Hegnes. «The Devaluation of Stockings». Paper presentert på PLATE-konferansen 31 mai–2 juni, Helsinki, 2023. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-64-1367-9>
- Romsdals Folkeblad*. «Nyttig å vite om nylonstrømper – og gode råd om damestrømper for øvrig». 02.08.1955, 4.

- Sigaard, Anna Schytte. *Want Not, Waste Not: Preliminary findings*. SIFO-Project Note 1– 2023. <https://hdl.handle.net/11250/3064950>
- Son, Jina, Yu Jung Sohn, Kei-Anne Baritugo, Seo Young Jo, Hye Min Song og Si Jae Park. «Recent Advances in Microbial Production of Diamines, Aminocarboxylic Acids, and Diacids as Potential Platform Chemicals and Bio-Based Polyamides Monomers». *Biotechnology Advances* 62 (2023): 108070.
- Summers, Julie. *Fashion on the Ration*. London: Profile Books, 2016.
- Tekstilfabrikkenes konsulent- og opplysningskontor. *Norske Tekstiler: Hvem produserer hva*. Oslo, 1962.
- Textile Exchange. «Preferred Fiber & Materials Market Report: October 2022». I *Textile Exchange*, 2022.