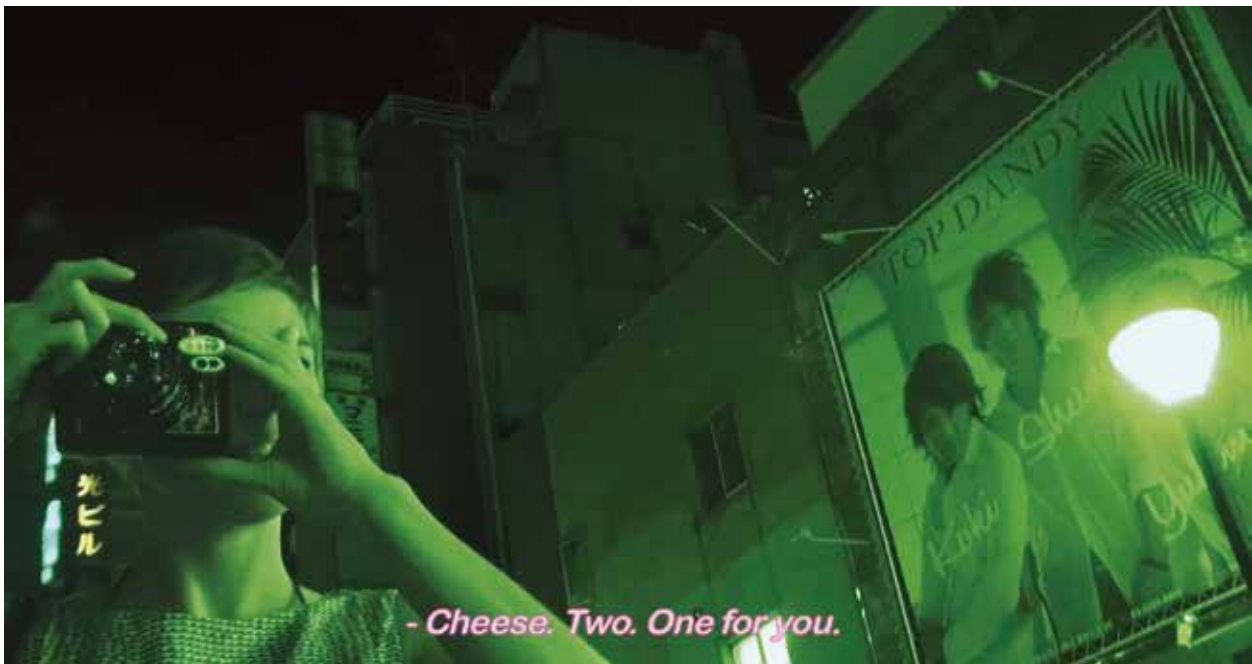


# DEN PERFORMATIVA ARBETAREN

AV: SONIA HEDSTRAND



År 1994 var jag 19 år och hade just flyttat till Paris. Det låter betydligt mer romantiskt än det var. Jag ville bara lämna en trist småstad bakom mig och hade ingenting att se tillbaka på. Sommarjobbets ihopskrapade pengar hade lagts på en dubiös au pair-förmedling och jag placerades i ett borgerligt hem i en välbärgad del av centrala Paris, där jag skulle utföra hushållsarbete och ge barnen omvårdnad. Lönen bestod av boendet i en mögelluktande skrubb på vinden där dammråtorna hängde i klasar från vävtapeten, och en minimal fickpeng som knappt räckte till en fika

på eftermiddagarnas få lediga timmar. Tonårsdottern satt i sitt stora vackra rum med högt i tak, lyssnade på musik och ägnade sig åt konst. Jag stod och diskade när sjuåringen beordrade mig till köksbordet: "Hon kan hålla upp ett glas vatten till mig". Jag gick från diskbänken för att hålla upp ur vattenflaskan, som stod bredvid barnets glas. Hon.

Samma kväll rymde jag.

Utän en franc på fickan gav jag mig ut på stan för att så snabbt som möjligt hitta ett jobb. I min desperata situation blev jag rekommenderad

strippklubbarna uppe vid Pigalle som skyltade med tillgängliga "suedoises" (svenskor) i neonrött. Jag bestämde mig för att tuga om min nationalitet för att slippa sliriga kommentarer och fick till slut jobb som servitris på en snabbmatsrestaurang vid Boulevard Bonne Nouvelle. I servitrisernas arbetsuppgifter ingick att gå i högklackat, ha rött läppstift och låta "souriante", leende, när vi svarade i telefon. Jag fick snart smeknamnet "ma poupée", min docka. När dockan en dag inte var på humör att bära upp ett rött läppstift fick hon en kraftig tillsägelse av en mellanchef. Och lika bra var väl det. Eftersom lönen var omöjligt låg var det dricks från lunchande affärsmän vi levde på. Och dricksen blev inte stor utan leende röda läppar.

Min motvilliga karriär inom kvinnligt kodade serviceyrken tog sin början då jag som 14-åring fick anställning på en restaurang för travkuskar i utkanten av småstaden, och den har fortsatt under åren som fattig konstnär. Servitris, vårdare, butikssäljare. Inom dessa lågbetalda och slitiga arbeten finns alltid jobb, och de har gemensamt att kvinnans utseende, rörelsemönster, klädsel, ordval och röstläge förväntas vara behagligt, omhändertagande och sött. Kunden betalar för kvinnlig omvårdnad. Den billiga feminiserade servicearbetaren framför ett manus i interaktionen med kunden, ett manus som hon inte har skrivit själv.

Drygt femton år senare sitter jag på ett kvällsöppet kafé i Shinjuku, Tokyos nöjeskvarter. Jag är utbytesstudent från Kungliga Konsthögskolan i Stockholm och har uppnått en samhällsposition där jag kan sitta och läsa en svår bok och bli serverad i stället för att servera. Jag ser ut genom fönstret och funderar över min roll som blivande konstnär och på den konsthistoriska relationen mellan den manlige krogbesökaren och den kvinnliga servitrisen. Jag tänker på Édouard Manets målning *Un bar aux Folies Bergère*, som föreställer en barflicka med djupt dekolletage, åtsnörd midja och blanka ögon som trött tittar tillbaka på betraktaren. Tänker på den adlige Henri de Toulouse Lautrecs skildringar av "offentliga flickor" som försörjde sig genom att visa benen på Moulin Rouge. Och på Edgar Degas som i likhet med andra herrar ur den parisiska borgerligheten fick komma in i omklädningsrummen på Operan för att umgås med halvnakna tonårsflickor, vars fattiga föräldrar hoppades att deras skönhet och genom balettstudier erhållna grace skulle kunna

gifta dem uppåt på samhällsstegen.

Från min plats i fönstret på baren i Shinjuku ser jag några unga killar som hänger runt på gatan nedanför. De är pråligt klädda i extravaganta kostymer, som ser billiga ut fast de är dyra, och de har extremt välarbetade blonderade frisyrier. Delar de ut reklam för någon av alla nattklubbar, barer eller restauranger i området? Men de håller inga flyers i händerna. Jag iakttar hur de tar kontakt med kvinnor och flickor, stoppar och försöker charma dem, liksom stranddraggare längs Medelhavet. Jag bestämmer mig för att ta reda på vad det är för arbete de utför.

Även i den japanska konsthistorien skildrade manliga konstnärer offentligt arbetande kvinnor, geishor som var kända för sin skönhet. Dessa träsnitt kallas för ukiyo-e, bilder från den flytande världen, som var det traditionella namnet för glädjekvarteren, eller sorgekvarteren, som japanerna också brukade referera till dem. Under århundraden låg de i Yoshiwara i utkanten av det gamla Edo, ett område omringat av en vallgrav, som numera är en del av centrala Tokyo, och fortfarande är hemvist för så kallade "soap lands", bordeller i form av badhus. Vid entrén till Yoshiwara fanns en *daimon*, en röd port, som besökarna passerade igenom för att kliva in i denna parallellvärld. Endast män hade rätt att besöka Yoshiwara och där fanns all njutning de kunde önska sig. Sakébarer, restauranger, kabuki-teatrar, och kvinnor till salu. Dessa kvinnor var allt från dyra högutbildade geishor som kunde dansa, spela instrument och skriva vackra dikter, till de som var längst ned i hierarkin, prostituerade som hölls inlåsta i burar och fått tänderna utslagna för att bättre kunna tillfredsställa kunderna med munnen. Mellan de geishor som sågs som stjärnor och sexslavarna i bur fanns en bred gråskala av tillgängliga kvinnor i olika prisklasser. Gemensamt för dem var att deras uppgift var service, att tillfredsställa männens behov av bekräftelse, underhållning och sex. Dessa kvinnor skildras romantiserande av dåtidens manliga konstnärer i bilderna från den flytande världen. På väggtexter bredvid museernas gamla träsnitt av japanska skönheter omnämns de förskönande som "kurtisaner".

Traditionen av differentierat servicearbete levde kvar i den japanska kulturen även sedan landet med hot om våld tvingades öppna sig för kommunikation och handel med omvärlden av amerikanska krigsskepp i mitten av 1800-talet. Efter nederlaget vid andra världskrigets slut



stälde Japan snabbt om från fascistisk imperialism till modern kapitalism efter amerikansk förebild. Utvecklingen från ruralt samhälle till postindustriellt gick på några decennier. Den ekonomiska standarden ökade snabbare än någon annan stans i världen, men ojämlikheten mellan kvinnor och män förblev stor, jämfört med andra industriländer. De berömda japanska "sarariimen" (salarymen), kontorsarbetande män som sålde sina liv till företaget för att försörja hemmafru och barn, ville fortsatt roa sig i grupp efter jobbet. Det gör de även i dag genom att gå på allt från bordeller till maiden-caféer, där tonårsflickor i kortkort hembiträdesklämning med litet förkläde i spets lagar deras mat, till kyabakura, nattklubbar där unga så kallade hostesses underhåller männen som dryckessällskap, genom att sjunga karaoke och flörta till ersättning av en låg lön.

År 1989 spricker den ekonomiska bubblan i Japan. Kreditfesten är över och följs av en recession som pågår än i dag. Den japanska arbetsmarknaden förändras. De livslånga trygga anställningarna blir färre, fler arbetare anställs tillfälligt i otrygga korttidsanställningar och det blir allt svårare för ungdomar att få jobb. Samtidigt har fler kvinnor börjat utbilda sig och ta sig ut på arbetsmarknaden. Många är trötta på livet som hemmafru utan tillgång till dagis och med en man som kanske endast kommer hem på helgerna. Kvinnor som börjat tjäna egna pengar vill inte

gifta sig och nativiteten går ned till världens lägsta. För dessa ensamma kvinnor i karriären uppstår också ett behov av lite sällskap. Efterfrågan ger snabbt tillgång i en kapitalistisk ekonomi där allt fler unga är arbetslösa och desperata. Host-klubben är född.

Till dagens flytande värld har alltså även kvinnliga kunder tillgång. I centrala Shinjuku finns en röd neonport med kvarterets namn: Kabuki-cho. Den som passerar under porten kliver in i en värld där det mesta kan köpas för pengar: skönhet, ungdom, bekräftelse, sex och nu även – en deltidspojkvän.

En host är i allmänhet mellan 18 till 28 år, en utbildad kille från en mindre ort som kommit till storstaden för att försörja sig på sin ungdom och sitt utseende. Han får jobb på någon av stadens 300 hostklubbar och en våningssäng tillsammans med andra killar i en trång liten lägenhet. Sex nätter i veckan festar han med kvinnor som kommer till klubben, till en usel grundlön. För att överleva måste han förmå kvinnorna att köpa drinkar till honom. Förstagångskunderna lockas till klubben med *nomihodai*, drick så mycket du kan på en viss tid, oftast två timmar till det fasta priset av 250 kronor. Ett billigt sätt att förfesta, tänker många tjejer, och på köpet får de träffa unga killar som gör sitt bästa för att charma dem och få dem att skratta, samtidigt som de hela tiden fyller på flickornas glas. Men innan kunden



går måste hon välja en favorit, så är systemet. Om hon kommer tillbaka blir hon stamkund hos den kille hon valt. De bygger upp en relation och hon lockas till att betala dyrare och dyrare drinkar. Han får 30 procent av vad hon betalar, resten går till klubben. Hans jobb är att charma henne, få henne att tro att just hon är en speciell kund, hans favorit, och om hon besöker honom lite oftare så kanske de kan komma närmare varandra... Då börjar kvinnan snart att köpa champagne för 10 000 kronor flaskan. 3 000 går direkt i hostens ficka. Ju mer han dricker desto mer tjänar han. Skickliga charmörer kan tjäna riktigt bra. Priset han får betala är sin hälsa, och sitt känsloliv.

När jag som 35-årig blivande konstnär i Tokyo snubblade över fenomenet med host-klubbar, samtidigt som jag funderade över konstnärens historiska relation till kroglivet, fick jag idén till mitt projekt *Ukiyo Diary - One Month in the Floating World*. Jag ville skildra hostklubbar-världen inifrån från min position som konstnär med intresse för förändrade könsroller. För att kunna göra det skaffade jag ett alter ego, den amoraliska pojkfotografen Amanda, som i Christer Strömholms, Paul Gauguins och Helmut Newtons efterföljd ger sig ut på jakt efter en ung vacker musa som kan inspirera henne till storverk. I en månad levde jag undercover som Amanda, och gick som kund till hostklubbar för att förstå systemet. Amanda fotograferade de vackra unga hostkillarna med sin polaroidkamera, samtidigt som hennes assistent Anna smygfilmade allt som hände med hjälp av en videokamera gömd i en liten handväska med hål i. En ytterst fikionaliserad del av verkligheten blev råmaterial i en performativ fiktion då mitt uppdrag som Amanda var att låtsas hysa känslor för min host, och hostens arbete var att låtsas hysa känslor för mig. Resultatet blev en 36-kanalig videoinstallation och en 700-sidig fotoroman som söker problematisera hur dagens råkapitalism inom denna servicesektor exploaterar olika underlägen i en intersektionell väv bestående av ålder, utseende, kön, ras, klass med flera kategorier. Alla aktörer i systemet intar den position som erbjuds dem utifrån givna koordinater.

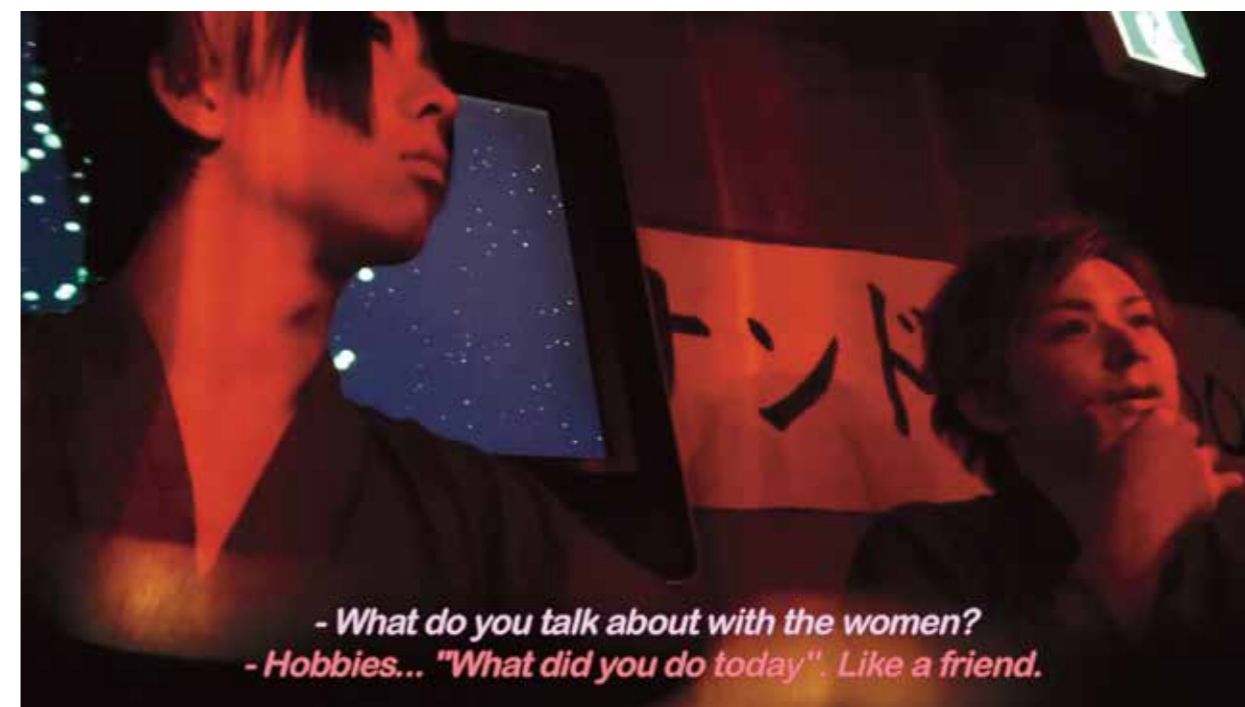
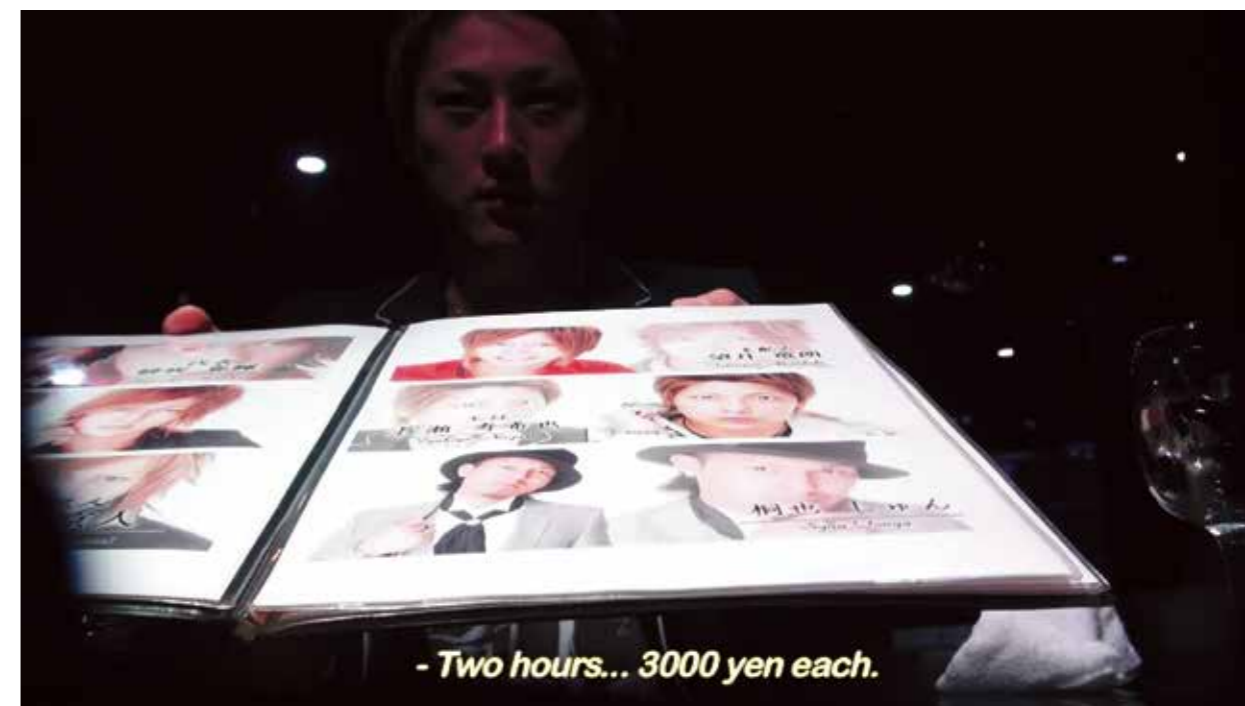
De japanska hostarna säljer inte sex, de säljer känslor. Eftersom de jobbar nästan jämt har de egentligen inte mycket till privatliv, och oftast inte ens en egen lägenhet. De relationer de har är till de andra hostarna på klubben och till kunderna. Flickvänner kan de inte ha, för som några av dem förklarade för mig: Hur skulle hon känna när

hans jobb är att träffa tjejer varje kväll? Men det allra mest bisarra i host-världen är kanske att många av kunderna själva jobbar som hostesses eller som prostituerade. Flickorna spenderar sina nyss intjänade pengar på sin host för att slappna av efter jobbet. De har just sålt sina känslor och köper nu tillbaka någon annans.

Begreppet emotionellt arbete myntades år 1983 av den amerikanska sociologen Arlie Russell Hochschild i boken *The Managed Heart: the Commercialization of Human Feeling*. Hochschild studerar hur flygvärdinnor tränas att undertrycka sina egna känslor och spela upp lugn, trygghet och omvårdnad för att hålla kontroll på passagerarnas rädsla, till exempel vid turbulens. Sedan dess har hon fortsatt att forska om hur olika yrkesgrupper tvingas använda sina känslor i arbetet, och skrivit om nannys som lämnar sina egna barn i Syd för att ta hand om rikare människors barn i Nord, med fler emotionella yrkeskategorier.

Traditionellt sett har det mest varit kvinnor som har förväntats göra detta känslomässiga arbete i sina jobb som vårdare, dagispersonal, sjuksköterska, servitris, prostituerad och andra service- och omsorgsyren. Sedan 1980-talet växer servicesektorn i Japan, Sverige och andra postindustriella ekonomier. Allt fler försörjer sig genom lågavlönat timanställt arbete, och i allt fler yrken förväntas arbetaren använda sina egna känslor, eller spela dem. Bara det senaste året har det skett en förändring i beteende hos butikspersonal i Stockholm. Den som kliver in i en klädaffär kan förbryllande nog få öppningsrepliker som: "Är du ledig från jobbet i dag?" eller "Vad ska du göra för roligt i dag då?" från en helt främmande människa. Dessa säljare har uppenbart blivit tillsagda att bete sig som att de är kompisar med kunderna. Jag minns en host som beskrev sitt jobb så här: "Vi talar om vad hon har gjort i dag och sådant. Som en vän".

Under industrialiseringens tidiga årtionden maximerade kapitalisterna sin profit genom att låta arbetarna arbeta så mycket som möjligt för så låg lön som möjligt, så att de kunde överleva, reproducera sig och knappt något mer. Inte långt ifrån en slavtillvaro. Arbetarrörelsen i Europa och USA förändrade denna situation varpå utsugningen flyttade vidare till andra kontinenter. Den västerländska arbetaren blev en person med ett privatliv, egna intressen och en röst i samhället, som kunde stämpla ut ur fabriken och göra vad hen ville med sin fritid. Kvinnornas arbete fortsat-



te dock efter officiell arbetstid genom hemarbete, och gör så fortfarande i dag. Men numera sträcks lönearbetet återigen ut längs dygnets alla vakna timmar. Den dugliga arbetaren jobbar hemifrån, jobbar gratis åt Google och Facebook, tränar på sin fritid för att jobbet kräver det, framställer sig som önskvärd och attraktiv på sociala medier och är alltid tillgänglig för sms-anställning. Hen utför inte bara ett emotionellt arbete, hen presenterar en personlighet, en trevlig, lättkonsumerad och anställningsbar sådan. Arbetaren utför en ständigt pågående performance.

Japan ligger långt fram i utvecklingen av performativa inslag i arbetslivet. Ett prekärt servicearbete som fått en del uppmärksamhet på senare år kallas Sakura, vilket betyder körsbärsblomma, en symbol för något vackert och kortlivat. Denna växande kategori i arbetslivet har egentligen också gamla anor. I den traditionella Kabuki-teatern händer det ofta att män i publiken högt ropar ut sitt gillande mitt under föreställningen. Lite som på den tiden publiken på operan kastade rosor alternativt ruttna tomater för att visa sina känslor. Särskilt när en känd kabuki-skådespelare strax ska göra entré hörs dessa stärkande rop. En gång i tiden kom en kabukiteater-ägare på idén att anställa personer för att sitta i publiken och ropa ut ett spelat gillande. Det var de första sakura-arbetarna, en teaterpublik som spelar teater.

Sakura betecknar en person vars arbete är att utge sig för att vara någon den inte är. Som ett PR-trick hyrs sakura-arbetaren in för att köa inför öppningen av en ny butik, klubb eller restaurang och därigenom öka intresset hos förbipasserande och potentiella kunder. På nätet är sakura-fenomenet känt under den engelska beteckningen "catfish scams", när någon låtsas vara någon annan i sociala medier för ekonomisk vinning skull. Ett exempel är en stor rättegång förra året i Japan där en grupp män stod åtalade för att i tio års tid drivit en dejting-sajt med vad som uppgavs vara två miljoner ensamma kvinnliga användare som sökte efter kärleken. Egentligen var det några manliga kontorsslavar som satt och chattade med de manliga kunderna, som i sin tur blev avlurade stora summor pengar för dessa tjänster.

Sakuran, en ny sorts emotionellt prekariat i tjänstesektorn, anställs för att med hjälp av sin fantasi, sin personlighet och sin kropp arbeta undercover för ett företag. Den som önskar gifta sig men inte tycker att släkt och vänner är tillräckligt

respektabla kan köpa in några vackrare och mer belevade varianter till kalaset. Dessa arbetare, som ofta är arbetslösa skådespelare, hyrs in för att posera som "äkta" kund, fan, publik eller festdeltagare, att använda sig själv som råmaterial i en performance av autenticitet.

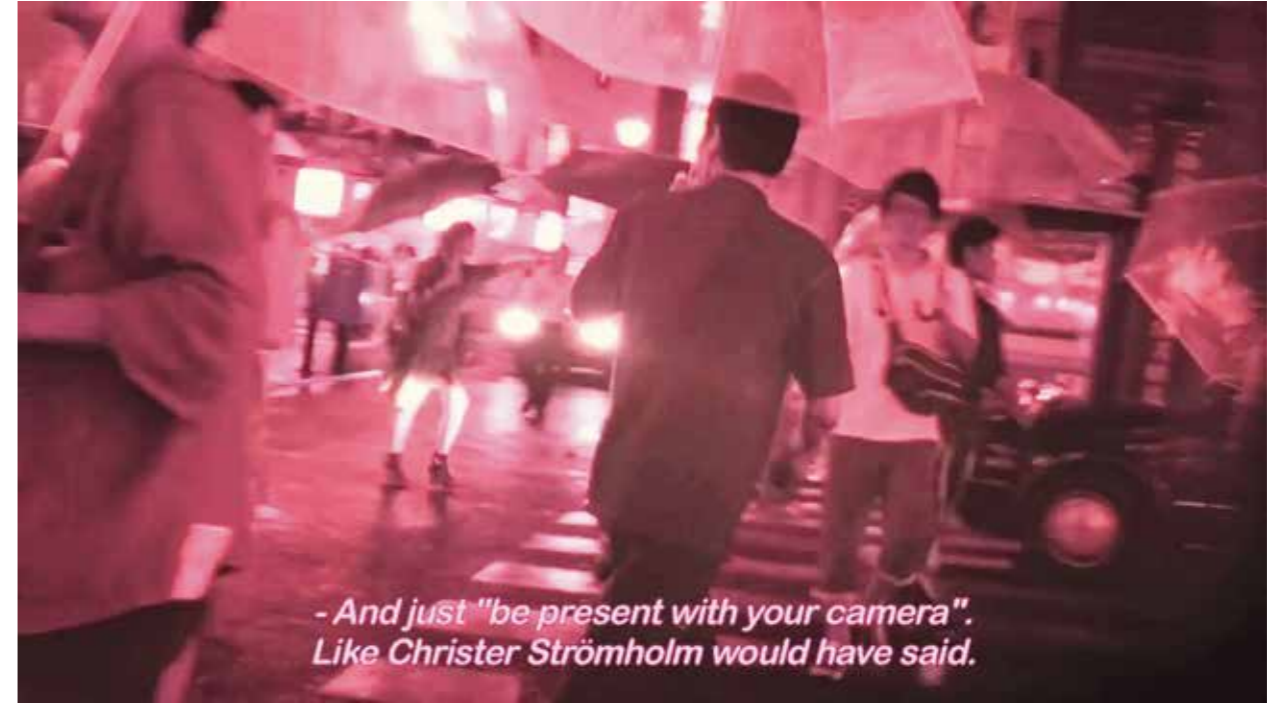
När denna text skrivs befinner jag mig i Tokyo för att undersöka fenomenet sakura i ett pågående konstprojekt om performativt arbete. Min arbetsmetod i Ukiyo Diary var att göra en performance ute i verkligheten utan att andra visste om att jag spelade. Metoden liknar hur en antropolog utför en deltagande observation, med den skillnaden att jag påverkade skeendet på ett sätt som snarast kan kallas manipulativ observation. Egentligen var det jag gjorde samma sak som en sakura: mitt arbete var att spela autenticitet ute i verkligheten.

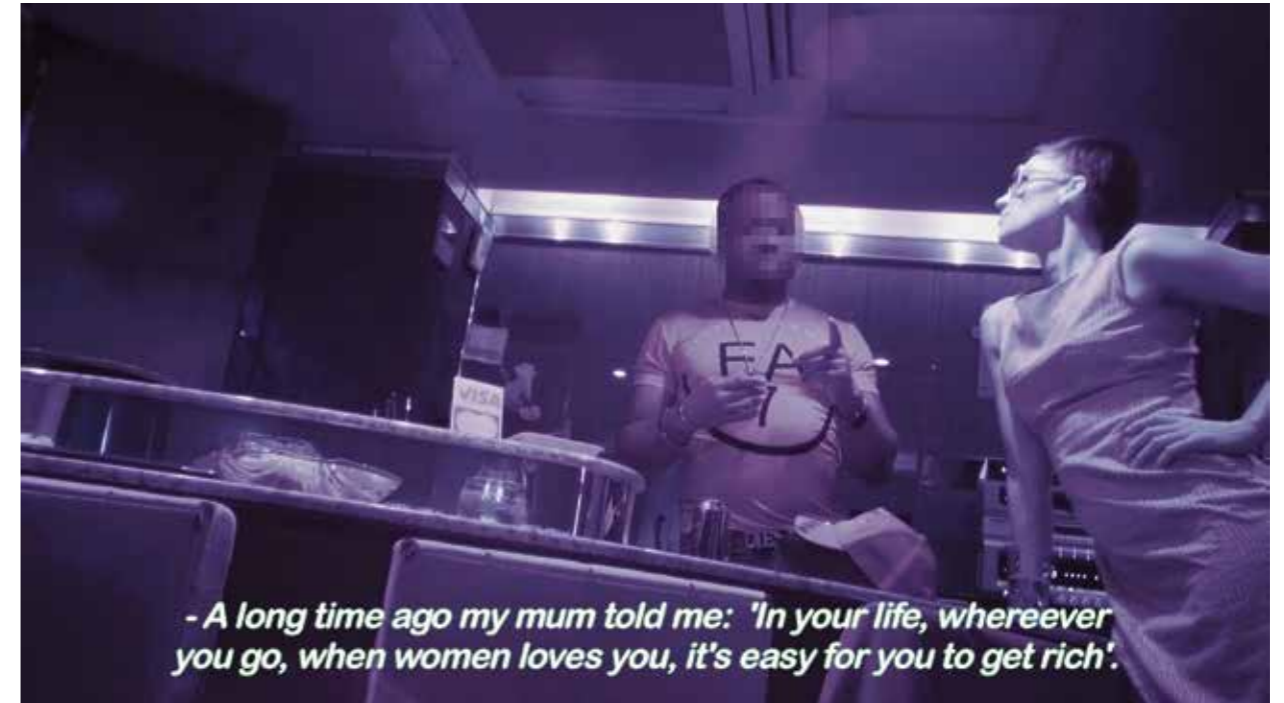
Men vem spelar inte? Går det alls att "vara sig själv"? Är den performativa aspekten av arbetslivet egentligen något nytt? Sociala rollspel har alltid förekommit i klassamhället, där människor på olika positioner tvingats in i roller. Brevbäraren cyklade godmodigt runt och vislade i sin brevbäraruniform, husan neg i sin stärka uniform och överklassen jagade fasan i tweed. Gestaltning och representation har alltid varit en del av yrkeslivet. Särskilt konstnärsyrket har haft en starkt performativ aspekt inte minst sedan modernismen gjorde entré och myten om det manliga outsidergeniet konsoliderades. När överklassen i dag köper dyr konst på galleri ingår det fortfarande i priset att få träffa den förmodat originella och inspirerade konstnären, som liksom Manet, Lautrec och de andra bohemerna hoppat av borgarklassens inrutade liv. Likt ett exotiskt djur på zoo förväntas konstnären än i dag framträda som en projektionsyta för de mer konforma. Samtidigt bygger hela myten om konsten och konstnären på idén om äkthet. En noggrannt framspelad äkthet.

Utvecklingen av dagens arbetsliv mot ökad grad av performativitet drar denna spelade äkthet ännu längre. Husan och brevbäraren kunde ta av sig sina uniformer och ägna sig åt annat under återstoden av dagen. Men dagens performativa arbetsmarknad exploaterar även vårt privatliv, våra utseenden och egenskaper, vi ska spela glada, trevliga, tillgängliga, charmiga dygnet runt sju dagar i veckan på alla plattformar. Det performativa arbetet tränger in i vårt innersta, i känsloliv och i identitet. Vad den typen av arbetsliv gör med människans själ är ännu inte utforskat.







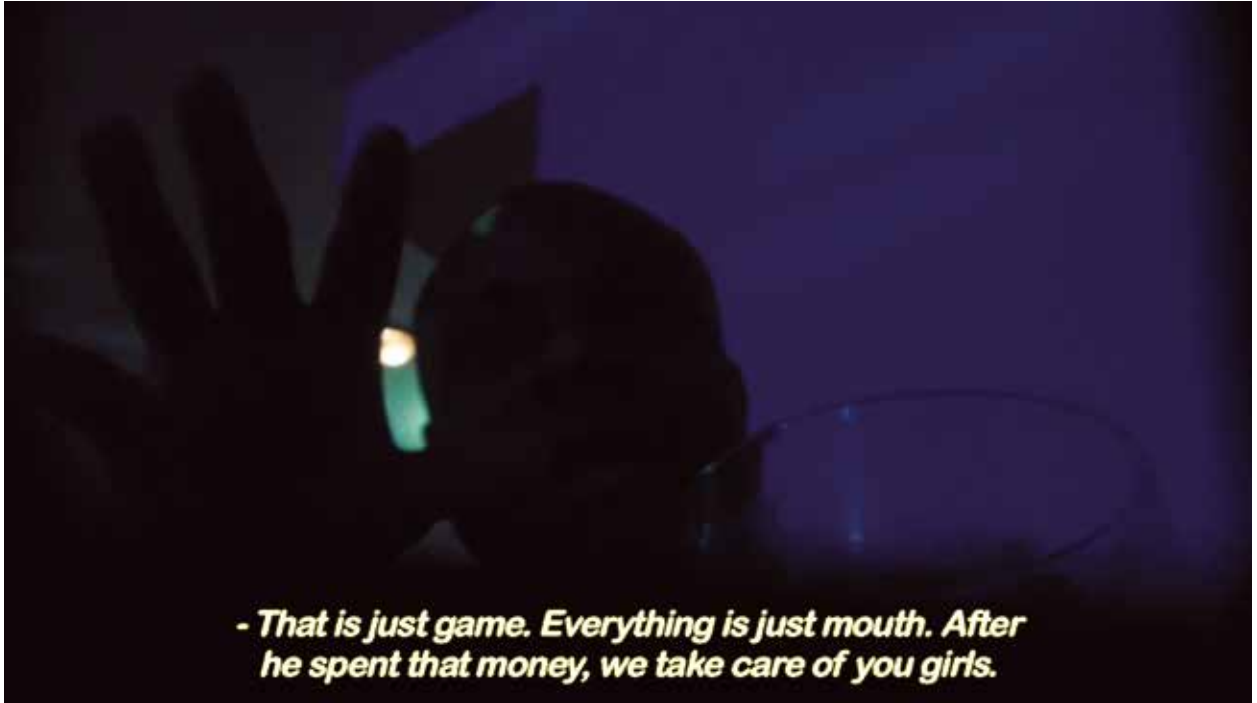




*- You can make a 1000 dollars...*



*- All this is acting. 'Hey, come on baby, I haven't seen such a handsome man like you before'. We are all actors.*



*- That is just game. Everything is just mouth. After he spent that money, we take care of you girls.*



*- Is 3000 yen for 90 minutes ok?*