

Kvällens häftigaste frisyr!

*Frisyrdesign som nöje och tvång
bland unga servicearbetare i Alanya*

MARIE NORDBERG är fil.dr i etnologi och forskarassistent på Centrum för Genusforskning, Karlstads universitet. Mellan 2003 och 2006 var hon anställd vid Centrum för konsumtionsvetenskap vid Göteborgs universitet i det av Vetenskapsrådet finansierade forskningsprojektet "Den dekorerade mannen". Den pågående forskningen handlar om pojkar, skola och maskulinitet samt om våld mellan män och mäns upplevelser av våld.



När klockan närmar sig åtta stormar ett gäng unga killar in iförda svarta t-shirts med loggan för en av stadens populära discoklubbar tryckt i vita bokstäver på bröstet och ryggen in. Pratande och skrattande plockar de fram en av salongens stora hårgel-burkar. Från skivbutiken längre upp på gatan dunkar den svenska låten "Boten Anna" och utanför skyltfönstret drar en jämn ström av människor förbi. En av killarna tar plats i frisörstolen och barberaren Mehmet fimpar cigaretten, plockar fram kam, gel, hårfön och en flaska hårspray och börjar forma killens halvlånga mörka hår till en mohawk. Eftersom killarna inte har råd att få håret friserat av Mehmet varje kväll, försöker de själva fixa till en häftig frisyr. De gräver girigt ner fingrarna i burken med hårgel, fördelar produkten i händerna och drar därefter ut hårslingor som fixeras med hjälp av gelen. Under arbetet kollar de noga in både den egna och kompisarnas frisyrskapelser och ger varandra tips. Friserandet sker kollektivt och killarna hjälper ofta varandra för att resultatet ska bli så bra som möjligt. Inför mina ögon förvandlas de vanliga frisyrerna till blänkande och uppseendeväckande mörka hårkonstverk. Ibland går killarna fram till den stora väggspegeln vid kundbänken där jag sitter och betraktar frisyrerna från olika sidor. Är de inte nöjda modelleras håret om. Det blir som en tävling mellan killarna om vem som kan designa kvällens häftigaste och ovanligaste frisyr. Under arbetet blir de alltmer exalterade, ögonen lyser och röstnivån höjs. När några svenska tjejer stannar upp och genom skyltfönstret pekar på den otroligt höga mohawk som Mehmet format på sin kund, öppnar en i gänget dörren och ropar till dem: "Hey! Do you like it!" Han

pekar på disco-loggan på sin t-shirt, delar ut kort med discots namn och adress och uppmanar dem leende att komma till sin arbetsplats: "Then you will see more of this!"

Situationen är hämtad från en av de turkiska barberarsalonger i turistorten Alanyas centrum, som jag vistades i under två fältstudieveckor sommaren 2006.¹ Salongen, som var en av ortens populärare, hade enbart manlig personal, vilket är vanligt i Turkiet där män dominerar i servicesektorn (Bozdogan & Kasaba 1997). Kundkretsen bestod huvudsakligen av turkiska män i serviceyrken, även om salongens ägare också försökte locka in både manliga och kvinnliga turister med hjälp av tysk och engelsk text på skyltfönstret och erbjudanden om extensions, en i många länder dyrbar hårförlängningsmetod.

MANLIG ESTETIK

– NARCISSISM, OBJEKTIVERING ELLER SUBVERSIVT UTTRYCK?

Unga mäns intresse för frisyrier och kläder har i tidigare forskning diskuterats ur en mängd olika perspektiv. Manlig estetik har betraktats som narcissism och självbepegling, förstått som en subversiv praktik, analyserats som ett könsutjämnande närmande till femininitet och även ansetts utgöra ett tecken på kapitalismens segergång (se t.ex. Faludi 1999, Hebdige 1979, Jacobson 1998, Johansson 1998). I denna artikel vill jag istället, med utgångspunkt i ett poststrukturalistiskt perspektiv, diskutera de manliga servicearbetarnas frisyrskapande som upprepade, sinnliga och meningsskapande performancer som skapar kategorin "man" och producerar såväl

positiva som negativa känslor, gemenskap och utanförskap, manlighetsdefinitioner och upplevelser av att vara en viss sorts person.² Den västerländska feminismen och genusforskningen har precis som andra kritiska vetenskaper en historisk barlast, där mode och konsumtion, genom att länkas till patriarkatet och kapitalismens utbredning, huvudsakligen kommit att framställas som ett problem. Härigenom har det sinnliga och de lustfyllda momenten i konsumtion ofta skuldbelagts och underkommunicerats (Nordberg & Mörck 2007). För att utmana denna tunga diskurs kommer jag i det följande att fokusera på hur mohawk-frisyryrerna som kreeras på salongen *används* och hur innebörder och hierarkiserande maktordningar och kategoriindelningar upprepas, skapas, utmanas och fastläggs genom friserandet, samtidigt som jag prövar att fokusera på såväl de *positiva* och som de *negativa* effekterna av de unga turkiska servicearbetarnas lustfyllda frisyrsdesignande och intresse för estetik.

BARBERARSALONGEN,

ESTETIKEN OCH GATAN – VIKTIGA MANLIGA MÖTESPLATSER

En stor andel av servicearbetarna på de turkiska turistorterna kommer från andra delar av landet. Många jobbar enbart i Alanya under turistsäsongen och reser vintertid hem till familj och släktingar på andra orter. Även om den stipulerade arbetstiden i Turkiet är tretton timmar (!) sträcks ofta öppettiderna ut under turistsäsongen. Många barberarsalonger och butiker stänger då, om kundtillströmningen är god, först efter klockan tjugofyra. Genom de diskurser som historiskt knutit individer kategoriserade som män

Fauxhawken, en flexibel frisyr,

och individer kategoriserade som kvinnor till skilda sfärer och sysslor, har den utåt-riktade verksamheten i servicenäringen blivit ett manligt område. De långa arbetstiderna och den rikliga förekomsten av manliga arbetstagare i affärer, restauranger och andra serviceinrättningar har gjort gatan och barberarsalongerna till viktiga homosociala, intimiserade och manlighetsskapande mötesplatser, där livslånga manliga vänskapsband ofta formas: *I have cut my hair and shaved here for*

fifteen years. The barbers are my family. I talk with them about everything, berättade en manlig servicearbetare som arbetade på en restaurang in närheten.

Servicearbetarna besökte ofta barberarsalongen flera gånger per dag. Ibland tittade de in för att rakas och få massage. Ibland kom de bara in för att växla några ord, läsa en tidning, ta del av något program på salongens tv eller för att kolla frisuren i spegeln och med hjälp av salongens produkter och redskap själv fixa till den.

Ofta tittade de också in för att få hjälp att ta bort något hårstrå som växt ut på fel plats i ansiktet eller för att få något kosmetiskt råd. Genom sin öppna karaktär fungerade barberarsalongerna som en sorts halvoffentlig samlingslokal, där både manliga servicearbetare som jobbade i närheten och barberarnas manliga släktingar och vänner sammanstrålade.

EN KOLLEKTIVT OCH LUSTFYLLD IDENTITETSPRODUKTION

Mehmet har stadgat upp kundens höga, glänsande svarta mohawk med ett par kraftiga metallspännen. Han sprayar frenetiskt med hårsprayen och använder hårfönen för att snabbt få håret att stelna. Killen kollar noga i spegeln och pekar på något i frisyren. Han och Mehmet diskuterar en stund, innan Mehmet på nytt fortsätter att forma mohawken. Trots att Mehmet har jobbat i många timmar, gäspade och såg mycket trött ut innan gänget "invaderade" salongen, är han nu upprymd och rör sig på ett helt annat sätt än tidigare. De tidigare ihopdragna axlarna har rätats ut. Han skrattar, pratar och ser lycklig ut. Mehmet är den ende på salongen som kan designa och forma en perfekt och riktigt hög mohawk och killarna samlas runt honom, beundrar kompisens frisyra och kommenterar resultatet. Alla har dock inte råd att låta Mehmet frisera håret. Istället försöker de själva, med hjälp av stora mängder gel från salongens jätteburkar, att forma såväl det egna som kompisarnas hår. Varje frisyra designas noga och ingen frisyra blir den andra lik. De flesta gör dock någon typ av mohawk. En kille tar på sig en vit solskärm som han har med sig. Han får hjälp av en kompis att tvinna hårtestar som

noggrant arrangeras så de hänger ned över skärmen. En annan kille får hjälp att forma nackhåret i små spetsar som läggs fast mot nacken och en kille, med en hög mohawk, står vid en spegel och formar luggen i två spetsar som läggs fast mot pannan. Jag reser mig och viftar med kameran och Mehmet berättar för killarna att jag är intresserad av herrfrisyrer. När jag undrar om jag får ta kort poserar de glatt och kollar sedan intresserat på bilden jag tagit. En kille avböjer dock. Han ler, ser lite generad ut och säger med en lite urskuldande ton: "It's all crazy!"

Det kollektiva och kreativa frisyrdesignandet som upprepades varje kväll, skapade samhörighet bland killarna som var anställda på diskoteket. Genom att killarnas frisyrexperimenteringar knöts samman med discots logo och deras gemensamma anställning, skapades en specifik identifikation och identitetsupplevelse. Den kreativa och sinnliga leken med frisyryrerna var viktig för servicearbetarna. Under frisyrskapandet förändrade deras kroppsuttryck och röster. Det kollektiva friserandet och de extrema frisyrekreationer som skapades producerade gemenskap, njutning och en upplevelse att vara speciell. Det öppnade för en omsorgsriktad vänskap och närhet mellan killarna, som gjorde det möjligt att jobba de långa och lågt avlönade arbetspassen i den hektiska diskoteksmiljön, där de hela tiden förväntades vara aktiva och förmå turister att köpa fler drinkar.

Men även om killarna ständigt hittade på nya frisyrricks och elaborerade frisyryrerna allt mer under mina dagar på salongen, så var det otänkbart för dem att förändra utseendet genom att färga håret eller göra slingor. Det var viktigt att under dagtid ha en mer ordinär herrfrisyr

och smälta in som en "vanlig" turkisk kille. De extrema designade frisyrerna var med andra ord *situationella* och starkt *knutna till salongen och till killarnas arbetsplats*. Ibland distanserade sig dock killarna från de extrema frisyrerna, som killen i situationen ovan. Och poängen med mohawkerna och de andra frisyrer som modellerades fram under kvällstid, är just att de är tillfälliga, extrema och galna och snabbt kan förändras.

FAUXHAWKEN – EN FLEXIBEL FRISYR

Mohawken, eller Mohikan som den också kallas, har rakat sidohår med en strimma längre hår på hjässan. Frisyren, som burits av både indianstammar och av stridsflygare under andra världskriget, blev populär på 1970- och 1980-talen. Den plockades då upp av punkare, musiker och några manliga filmstjärnor och spreds sedan och modifierades. På senare år har frisyren varit vanlig i Goth-kulturen. Den har också burits av fotbollsspelaren och modeikonen David Beckham och kan idag sägas vara del av mainstreammodet. År 2005 gjorde den en tillfällig comeback. I den digitala encyklopedin Wikipedia beskrivs sjutton varianter, varav "Fauxhawken", som uppges vara den vanligaste, ligger närmast de turkiska servicearbetarnas frisyrkreationer (www.en.wikipedia.org, 28 maj 2007). Fauxhawken bygger på en klippning där håret inte rakas, men kortas in och tunnast ut uppåt medan håret på hjässpartiet sparas och behålls i fullängd. Det längre hjässhåret samlas sedan ihop mitt på huvudet och formas och stadgas med hjälp av gel till en mohawk. Poängen med Fauxhawken är att den inte behöver bäras som mohawk hela tiden. När så påkallas kan håret enkelt kammast ned i en

mer ordinär herrfrisyr. Genom sin flexibilitet fungerar alltså Fauxhawken som Beatles-perukerna gjorde på 1960-talet, då manliga arbetstagare genom att tillfälligt bära en långhårsperuk kunde hänga med i modet på fritiden och samtidigt, med en kortklippt frisyr under arbetstid, anpassa sig till arbetsplatsens rådande och mer konventionella frisyrnormer (Jones 1990). I de turkiska arbetstagarnas fall är förhållandet dock det omvända. Här knöts de uppseendeväckande modefrisyrerna till arbetsplatsen, medan de normerade och mer konventionella herrfrisyrerna bars utanför arbetstid. De extrema frisyrkreationer som killarna skapade var också knutna till en viss tid på dygnet och användes enbart under kvällstid, inte vid de tillfällena då killarna arbetade dagtid. De mer ordinära frisyrer som killarna hade på fritiden och under dagspassen knöts till andra betydelser och skapade en upplevelse av att vara en "vanlig turkisk kille". Genom att återkommande praktiseras både under killarnas fritid och på arbetsplatsen under dagtid, kom denna estetiska performance att fungera som "frisyrgalenskapernas" viktiga motpol.

MODEFLÖDEN OCH FÖRSKJUTNINGAR

Genom flöden som media, internet, frisyrmagasin och multinationella företags transnationella marknadsföring av frisyr- och skönhetsprodukter och den ökade charterturismen, som radikalt förändrat Alanya och många andra orter, sprids nya hår- och klädmöden idag mycket snabbt. Detta flöde inbegriper även de föränderliga och de mer stabila diskurser som får frisyrer, klipptekniker och hårvårdsprodukter att framstå som moderna, töntiga, möjliga och omöjliga, feminina eller mas-

kulina (jfr Nordberg 2005a, Nordberg & Mörck 2007). Innebörder förändras dock när frisyr- och klämoden sprids. Modifieringar görs, nya kombinationer skapas och ibland förkastas vissa moden helt (Czarniawska & Sevón 2005, Maynard 2004). Slingor och färgning av håret sågs till exempel som otänkbart av de flesta kunder jag mötte på salongerna. Genom att blekning av håret länkades till andra innebörder än i de länder och grupper där metoden var spridd och accepterad, pro-

ducerades ett motstånd. Under min vistelse i Turkiet såg jag endast några få yngre killar i servicenäringen som hade blekt ljusa slingor och ett par killar som hade färgat en liten tofs av nackhåret mörkrött. Gel var däremot en given produkt och endast en(!) turkisk kund avböjde att få detta i håret under min tid hos barberarna. Flera killar bar också sköldpaddsfärgade plastdiadem som plockats upp från fotbollsspelare som deltagit i fotbolls-VM. Diademen ansågs praktiska

eftersom de effektivt höll både luggen och deras halvlånga hår borta från ansiktet.

På barberarsalongerna i Alanya var frisyrvaryationen stor. Där fanns kunder som rakade huvudet och kroppen helt släta och kunder som genom frisyren skapade och markerade en geografisk tillhörighet. Barberaren Gio hade exempelvis en kund som menade att det endast var Gio som kunde klippa den rätta "asiatiska" looken. Genom att få håret klippt på detta sätt ville han markera att han kom från Turkiets asiatiska del. Frisyren bestod av kortsnaggat hår på sidorna, ett kortklippt hjässpår där kanten ned mot det snaggade partiet markerades och en tjock lugg klipptes in på sidorna så att en liten spets bildades ner mot pannan. En variant av denna frisyrl höll dock på att mainstreamas och klipptes ofta på den populära barberarsalong i Istanbul centrum, där jag vistades tidigare samma sommar. Mainstreamandet av den "asiatiska frisyren" visar hur frisyrmöden hela tidens flödar runt, plockas upp i nya sammanhang, modifieras och ges nya innebörder. De mödeflöden, modifieringar och förkastanden och det ständiga skapandet av platsbundna frisyrler som förekom på de turkiska barberarsalongerna motsäger sociologen och maskulinitetsforskaren R. W. Connells (1995) globaliseringstanke, som är mer statisk och utgår ifrån att ett ensidigt hegemoniskt angloamerikanskt flöde koloniserar världen.

MANLIGA INKLUDERINGAR OCH EXKLUDERINGAR

Men det var inte endast frisyrler som gavs mer eller mindre status. Vissa män exkluderades också från det gemensamma frisyrl designandet och tilldelades en mer pe-

rifer social position. Sam, en färgad kille som dagligen kom in för att få hjälp av damfrisören Lino att förändra frisyren, bjöds exempelvis sällan in i den manliga samvaron. När jag först mötte Sam hade han sitt mörka hår i en frisyrl med flera parallella flätor på sidorna och en längre fläta i nacken. På den ena polisongen, som getts pilform, hade tre vågräta linjer rakats in. Under den period som jag vistades på salongen, klipptes eller friserades Sam aldrig av barberarna. Eftersom flätning hänfördes till damsidan, så var det Lino som fick hjälpa honom. En kväll bad Sam Lino att sätta i en rosa snodd i den hästsvans som Lino hjälpt honom göra. När han sedan visade upp frisyren för barberarna och de servicearbetare som samlats på salongen, möttes han av huvudskakningar, skratt och menande blickar. På salongen skapades på detta sätt dagligen en rangordning av män och av frisyrler. Medan barberarna och de servicearbetare som i klädsel, kroppsbyggnad, kroppsspråk låg nära manlighetsnormerna snabbt inkluderades i den homosociala gemenskapen på salongen, hade både den manlige damfrisören Lino och den färgade killen Sam svårt att få tillträde. Båda hade vekare kroppar och praktiserade inte samma auktoritära kroppsspråk och manlighetspositioner som discokillarna och barberarna gjorde (jfr Connell 1995, Whitehead 2002).

Frisyrlerna var en viktig del av detta pågående och rangordnande manlighetsskapande. Men frisyrlerna gjordes inte endast manliga eller omanliga, de etnifierades också och knöts även till olika sociala positioner. De diskursflöden som gav Sam, hans flätfrisyrer och färgglada hårsnoddar mening, positionerade honom både som inte "riktig" turk och som "mindre manlig." Dessa positioneringar gav å andra si-

dan Sam frihet att använda frisyrier och hårband som undveks av andra män. Men även discokillarnas frisyrskapelser underordnade dem socialt. Genom de innebörder som knöts till deras extrema gelemo-dellerade kvällsfrisyrer och de kläder de bar, skiljdes de, precis som Sam med sin flätfrisyr, byxor och tröja, ut från manliga arbetstagare i mer vävlönade och högre samhällspositioner. I de frisyrmagasin som fanns på barberarsalongerna i Istanbul och de mer fashionabla salonger i Alanya presenterades under beteckningen "Business" kortare herrfrisyrer, ofta med framklippta öron, som varierades genom olika kamningar och genom längden på lugg och hjässa- och nackhåret. Dessa herrfrisyrer saluför ofta som "manliga frisyrer" och som lämpliga för män i högre samhällspositioner (Nordberg 2004, 2005a).³ Det var också denna typ av frisyrer som de unga, kostymklädda turkiska affärslejon, som jag mötte under min tid i Turkiet, oftast bar. På så sätt bidrog det njutningsfyllda och gemensamhetskapande frisyrdesignandet som knöt discokillarna tätt samman, samtidigt till att peka ut och positionera dem som lågavlö-nade servicearbetare.

FRISYRER OCH SKÄGG – ATT HÅLLA SIG PÅ RÄTT SIDA AV DIKOTOMIN

Även om de mest fantasifulla frisyrer kreerades på barberarsalongen i Alanya, så undvek alltså de flesta servicearbetare frisyrer, behandlingar och produkter som positionerades som feminina. Med Butlers (1990) förståelse kan heterosexuallite-tens polariserade könsmodell ses som ett normativt och dikotomiserande raster som frisyrer ges mening och bedöms igenom. Servicearbetarnas val av mohawk-modet och undvikandet av slingor, flåtor, färg-

glada hårsnoddar och diadem i grälla färger blir därmed förstaeligt. Som den danske ungdomsforskaren Niels Ulrik Sø-rensen (2007) påpekat, så återskapas könsdiktomin ofta i utprövandet av nya este-tiska praktiker. Det handlar enligt Sø-rensen om en balansgång där manliga individer, samtidigt som de visar på ny-tänkande, kreativitet, ligger i fronten och prövar att underminera könsgränser, ofta upprättar nya könsmarkeringar och di-stinktioner för att undvika att positioneras som feminina.

Vad som också skilde Sam, den färgade killen, från discokillarna var att han inte använde gel, en produkt som fungerade som en stark manlighetsmarkör. Detta exkluderade hans frisyrskapelser från möj-ligheten att nå den statusfyllda och man-ligt kodade positionen som "Kvällens häf-tigaste frisyr", där hårgele, mohawker och andra spretiga hårformationer var en gi-ven och viktig del av designen.⁴ Inte heller bar han det smala maskulinitetsskapande skägg som markerade hak- och käklinjen, som salongens trendmedvetna kunder lät barberarna raka. På samma sätt som dis-cokillarna varje kväll tävlade om över-glänsa varandra när det gällde att skapa den häftigaste frisyren, tävlade de med andra servicearbetare om vem som hade den smalaste, men ändå tydligt markerade skägglinjen och de spetsigaste och tun-naste polisongerna:

Det är sen kväll och Gio, Mehmet och en tysk kille med turkiskt ursprung som är här på semester med fru och barn, har tillsammans med några andra killar sam-lats längst ner i salongen för att äta. När de ätit klart sätter sig en kille med ett strassörhänge i ena örat i klippstolen och visar Gio hur han vill ha sina redan tråd-smala polisonger inkortade ytterligare. De

Mohawk i tillblivelse.

övriga killarna står hela tiden bredvid och kollar när Gio försöker göra dem och skägget som markerar hakan ännu smalare. När Gio är klar undrar han om jag vill ta kort. Batteriet i kameran är slut och killen i stolen som skulle vilja ha polisongerna dokumenterade blir jättebesviken. "They are really thin!" påpekar han om och om igen.

Leken med polisongerna och skägglinjen var, precis som det kollektiva frisyrska-

pandet, en gemensamhetsskapande aktivitet som servicearbetarna återkommande kunde samlas runt. Servicearbetare kom ofta in på salongen för att få hjälp med att göra skägglinjen ännu smalare och polisongen ännu spetsigare. Frisyrskapandet och det återkommande perfektionsinriktade forandet av skägg och polisonger fungerade som lekfulla tävlingsmoment och gav de likartade och långa dagarna lite extra spänning och mening. Men skägget som markerade haklinjen och de

spetsiga polisongerna var också viktiga *manlighets- och etnicitetsmarkörer*, som precis som frisyren, kroppsspråket, röstläget och kroppsbyggnaden och klädseln, producerade en upplevelse av att vara manlig (jfr Daoud 2006). Discokillarnas friserande kan alltså ses både som en lustfylld och gemensamhetsskapande lek och som en balansgång, där experimenterande och utprovandet av nya och ännu mer extrema frisyrier ger sociala poäng. Samtidigt får de frisyrier som skapas inte underminera den gemensamma maskulinitetsperformansen.

FRISYRER OCH KROPPAR SOM VARUMÄRKEN

Genom att vid upprepade tillfällen koppas samman med diskotekets logo fungerade friserandet och de extrema frisyrierna som ett *varumärke* för diskoteket, som när killen i inledningsexemplet pekar på sin logo och uppmanar tjejerna att besöka diskoteket om de vill se fler häftiga frisyrier. Via logon de ofta bar på sina kläderna knöts killarna och deras häftiga frisyrier samman med det diskotek som var deras gemensamma arbetsplats. Denna sammanlänkning skapade en gemensam identifikation och upplevelse av att vara "en av discots fräcka och trendiga anställda".

Även om friserandet skapade njutning och en nära vänskap mellan killarna, producerade samtidigt designandet av alltmer extrema och konstfulla frisyrier också ett reglerande tvång. Genom att frisyriperformancerna upprepades varje kväll, normaliserades snabbt de fantasifulla frisyriekreationerna.

Denna normalisering skapade en ständig press på killarna att hela tiden hitta på nya och ännu mer extrema och fantastiska

frisyrier och kunde inte enkelt väljas bort, eftersom det utgjorde en del av grunden för diskotekets inkomster och därmed också för killarnas fortsatta anställning och möjlighet till försörjning. Killarna visade dock ibland på en viss medvetenhet om det dubbla spel som de deltog i: "It's all crazy!" konstaterar till exempel en av dem och distanserar sig därmed – i alla fall tillfälligt – från den för discoföretaget lukrativa frisyriperformance, som varje kväll förbereds på salongen och upprepas kväll efter kväll för att locka turister att besöka diskoteket och baren där servicearbetarna med Alanyas häftigaste frisyrier jobbar.

Men samvaron på barberarsalongen och den manliga närhet och gemenskap som skapas runt den manliga estetiken kan också ses som viktiga för servicearbetarnas "coping" och "empowerment". Eftersom de extrema frisyrierna endast är knutna till barberarsalongen och till arbetsplatsen och servicearbetarna genom att använda den flexibla Fauxhawfrisyren snabbt kan återställa frisyren efter kvällens performance, är "Kvällen häftigaste hår" och "frisyri-loggan" endast en tillfällig chimär. Den plats- och situationsbundna performance som servicearbetarna utför varje kväll på sitt jobb, har därmed likheter med den tillfälliga performance som seriefiguren Fantomen återkommande utför. Precis som Fantomen mestadels lever som den ordinära Kip Walker, en vanlig man bland andra vanliga män, och endast när så behövs blir Fantomen, är den manlige servicearbetaren i baren med den häftiga frisyren endast en situationell, gäckande och tillfällig performance. När frisyren visats upp, försvinner den och ersätts nästa kväll av en ny kreation. Och eftersom frisyriperformansen inte behöver iscensättas på dagtid, skiljs – i alla fall

temporärt – arbetstagaren från performancen. (jfr Petersson 2003, Nordberg 2005b:286).

Är de turkiska servicearbetarna då mer ofria än svenska arbetstagare? För att utmana denna förståelse vill jag avslutningsvis förflytta mig till Frisörmässan i Göteborg hösten 2006:

Det är dags för mässans sista visning. Showerna har hela tiden trappats upp. De stora frisörproduktföretagen har formligen öst på med flashiga shower i sina försök att överglänsa varandra. Det gäller att få frisörerna i publiken att förknippa showen med varumärket. För att underbygga denna sammanlänkning är showerna, där företagens loggor visas genom att projiceras på bildskärmar, fyllda av spektakulära moment som skall locka mässbesökarna till företagets mässplats där försäljare väntar för att knyta kontakter och sälja produkter. Mässbesökarna har börjat lämna mässan, men stannar upp en stund då ett antal män iförda vita kaninskinnsbikinis, högklackade vita pumps och långt blont hår i fantastiska uppsättningar marscherar in på scenen till suggestiv musik. De vandrar självsäkert över scenen och stannar då och då en stund och poserar. Mässbesökarna återvänder till scenen och då showen är slut strömmar de mot företagets monter där männen i kaninskinnsbikinis nu finns och försäljarna väntar med företagets visitkort och orderlistor.

Och frågan är om det egentligen är någon större skillnad på den performance som killarna på Frisörmässans scen och den som de turkiska servicearbetarna utför varje kväll på barberarsalongen och i sin anställning på diskoteket i Alanya. Båda performancerna är kopplade till en uppseendeväckande manlig estetik och en företagslogo och utförs för att locka kunder till ett vinstdrivet och konkurrensutsatt företag. Jo, en skillnad finns – i performancen i Göteborg parodieras och exproprieras det kvinnligt kodade i kampen om att presentera "Kvällens häftigaste frisyrdesign". Det gör det inte i den per-

formance som varje kväll utförs av servicearbetarna på i Turkiet.

NOTER

- ¹ Fältarbetet ingick i projektet "Den dekorerade mannen", finansierat av Vetenskapsrådet 2003–2006 där jag tillsammans med etnologen Magnus Mörck och företagsekonomen Maria Tullberg undersökte kopplingen mellan män, maskulinitet, makt och mode. I min delstudie som är inriktad på herrfrisyrmodet har jag utfört observationer på barberarsalonger i Alanya och Istanbul i Turkiet 2006, i Tallinn våren 2006 och i Riga våren 2005. Dessutom har observationer gjorts på svenska frisörsalonger och frisörvisningar. Av utrymmesskäl har jag valt att här inte diskutera metodfrågor och den intrikata frågan om möjligheten att forska utan att kunna tala samma språk som frisörerna.
- ² I min användning av performance-begreppet sammankopplar jag två inriktningar, dels nyare antropologiska och teaterinriktade studier, dels filosofen Judith Butlers tankar om performance och performativitet.
- ³ Frisyren nischas precis som kläder i livsstilar och visas i frisörmagasin under teman som "Business" och "Streetstyle".
- ⁴ Beteckningen "Kvällens häftigaste frisyr" är min, den användes inte av killarna.

REFERENSER

- Bozdogan, Sibel & Kasaba, Resat (eds.), 1997. *Rethinking Modernity and National Identity in Turkey*. Seattle and London: University of Washington Press.
- Butler, Judith, 1990. *Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.
- Connell, R.W., 1995. *Masculinities*. Cambridge: Polity.
- Czarniawska, Barbara & Sevón, Guje, 2005. *Global ideas. How Ideas, Objects and Practices Travel in the Global Economy*. Malmö, Koege, and Herndon: Liber & Copenhagen Business School Press.
- Daoud, Hassan, 2006. "Those Heavy Wings of

- Manhood: On Moustaches." I: Ghousoub, Mai & Sinclair-Webb, Emma (eds.), *Imagined Masculinities. Male Identity and Culture in the Modern Middle East*. London: Saqi.
- Faludi, Susan, 1999. *Stiffed, The Betrayal of The Modern Man*. London: Chatto & Windus.
- Hebdige, Dick, 1979. *Subculture. The Meaning of Style*. London, New York: Routledge.
- Jacobson, Maja, 1998. *Gör kläderna mannen? Om maskulinitet och femininitet i unga mäns bruk av kläder, smycken, dofter*. Stockholm: Carlssons.
- Johansson, Thomas, 1998. *Den skulpterade kroppen. Gymkultur, friskvård och estetik*. Stockholm: Carlssons.
- Jones, Dylan, 1990. *Haircuts. Fifty Years of Styles and Cuts*. London: Thames and Hudson.
- Maynard, Margaret, 2004. *Dress and Globalisation*. Manchester and New York: Manchester University Press.
- Nordberg, Marie, 2004. *Det hänger på håret. Maskulinitet, femininitet, makt, mode och konsumtion*. Cfk-rapport 2004:02c. Centrum för Konsumentvetenskap, Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet. (kan laddas ner från www.cfk.gu.se)
- Nordberg, Marie, 2005a. *Jämställdhetens spjutspets? Manliga arbetstagare i kvinnoyrken, jämställdhet, maskulinitet, femininitet och heteronormativitet*. (Diss.) Göteborg: Arkipelag.
- Nordberg, Marie, 2005b. "Det viktiga är en manlig touche! Maskulinitet som konsumtionsvara i frisörbranschen." I: *Kulturella Perspektiv* 3:2005, s. 7–17.
- Nordberg, Marie & Mörck, Magnus, 2007. "Maskulinitet och mode som genusvetenskaplig och etnografisk utmaning." I: *Tidskrift för genusvetenskap*, nr 1–2, s. 119–140.
- Petersson, Magdalena, 2003. *Identitetsföreställningar. Performance, normativitet och makt ombord på SAS och AirHoliday*. Göteborg: Mara.
- Sørensen, Niels Ulrik, 2006. "På kanten. Æstetisering af det maskuline og heterosexuelle blandt unge mænd i en senmodern storby." I: *Norma*, nr 2, s. 122–149.
- Whitehead, Stephen M., 2002. *Men and Masculinities. New Themes, New Directions*. Malden, Mass: Polity.
- www.en.wikipedia.org/wiki/Mohawk_hairstyle, 28 maj 2007.

SUMMARY

The Coolest Hairstyle of the Night: Hair Design as Pleasure and Compulsion Among Young Service Workers in Alanya

Hair is both biological and cultural and a material for design and pleasure. But hairstyles are also a site of power, used both for inclusion and exclusion. Taking my points of departure in post structural feminism, critical masculinity studies, consumption studies and queer theory I discuss hair-styling both as a regulating power and a pleasure that brings young male Turkish service workers together in an effort to create the most thrilling hairstyle of the night. The creations functions as a brand for the company and force the male employees to create more and more extreme hairstyles. However the hairstyling also create pleasure and the practice constitute a homosocial friendship among the workers that helps them coop with the pain of long working hours. In the last part of the article I compare the Turkish service workers performance with one performance presented in a Swedish Hairstyle Show the same year.