



LUND UNIVERSITY

Rosa Bandet - mellan folkrörelse och identitetsmarkör

Schenk, Anett

2012

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Schenk, A. (2012). *Rosa Bandet - mellan folkrörelse och identitetsmarkör*. Abstract från Sociologidagarna 2012.

Total number of authors:

1

General rights

Unless other specific re-use rights are stated the following general rights apply:

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Read more about Creative commons licenses: <https://creativecommons.org/licenses/>

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

LUND UNIVERSITY

PO Box 117
221 00 Lund
+46 46-222 00 00

Rosa Bandet – mellan folkrörelse och identitetsmarkör

*Anett Schenk (Fil dr)
Lunds universitet
Sociologiska institutionen
Box 114
22100 Lund
Anett.Schenk@soc.lu.se*

Sociologidagarna 2012, Stockholms universitet, 15-17 mars 2012

Abstract:

Varje år i oktobermånad blir Sverige rosa – Rosa Bandet fästs vid många kvinnors och mäns jackor. Förutom de Rosa Band i tygform som säljs till föremån för Cancerfonden och Bröstcancerfonden, finns Rosa Bandet också som reflex eller emaljerad brosch eller tryckt på olika produkter såsom t-shirts, sallad eller almanackor. Utan tvivel har Rosa Bandet blivit en etablerad symbol i det svenska samhället men vad är det egentligen vi försöker uttrycka när vi fäster bandet vid våra jackor eller köper olika produkter i rosa förpackning? Att stödja en insamling är inte nödvändigtvis kopplat till att man bär kampanjens symbol för att redogöra att man har bidragit. Att bära symbolen av en viss kampanj säger väldigt lite om det faktiska engagemanget i kampanjen eller kunskapen i frågan kampanjen avser.

Internationell forskning har diskuterat Rosa Bandet som social praktik (Moore 2008) samt dess framgångs konsekvenser för såväl välfärdsattityder såsom för kampen om definitionen av vad kampen mot bröstcancer egentligen innebär (King 2004). Ändå är Rosa Bandet i Sverige ett rätt utforskat område. En anledning är inkompatibiliteten av teoretiska och retoriska referensramar – Rosa Bandet diskuteras internationellt som välgörenhetskampanj (*charity*) medan kampanjen i Sverige mest beskrivs som folkrörelse. Oförenligheten mellan dessa två synsätt inom forskning kring det civila samhället har diskuterats tidigare (Wijkström 2004).

Denna text fokuserar Rosa Bandet kampanjen i Sverige. Diskussionen tar sin utgångspunkt i den internationella forskningsdebatten och baseras på en pågående litteratur- och dokumentanalys. Syftet är att belysa kampanjens potential till både *empowerment* och som identitetsmarkör utan större anknytning till varken politisk eller kunskapsmässig referensram. Diskussionen försöker dessutom att placera kampanjen i relation till polerna ”välgörenhet” och ”folkrörelse”.

Nyckelord:

Rosa Bandet/Pink Ribbon, folkrörelse, välgörenhet/charity, identitetsmarkör, ”invented tradition”