



ROSA - från rebell till kommersiell

Färgen Pantone 219 – i folkmun barbierosa – är något som flickor i hela världen växer upp med och lär sig att älska. Men det har inte alltid varit så. För hundra år sedan var rosa en ljusare variant av den kraftfulla och typiskt manliga färgen röd, och ansågs därför passa pojkar. Blått däremot, var en vänlig och oskuldsfull färg som flickor skulle bära. Så hur hamnade vi egentligen på den rosa planeten? Filmen ROSA handlar om hur flickor fostras i faser till att vara prinsessor, popstjärnor och sexbomber, allt i en förutbestämd ordning. Den visar också hur de kvinnliga egenskaper som flickor förväntas eftersträva konstrueras och återskapas varje dag i köpcenter, media och populärkulturen.

"Filmen "ROSA - från rebell till kommersiell" är en subjektiv betraktelse, tänkt att väcka tankar och skapa diskussioner i klassen. Texten nedan är skriven som en subjektiv betraktelse på samma tema, och inte som en faktatext.

När ett litet barn börjar undersöka sin egen identitet är en av de första sakerna som ska definieras vilket kön barnet tillhör. För barnen har det inget med sex att göra, men även små barn uppfattar och underordnar sig samhällets starkaste normer – som att uttrycka sin könsidentitet. De senaste 30 åren har vi dessutom sett en explosion på marknaden för leksaker och barnkläder, affärerna svämmar numera över av blått och rosa. Man kan se det som att konsumtions-samhället har upfunnit blått och rosa för att dubbla sin försäljning. Nu måste föräldrar med ett barn av varje kön köpa dubbelt av allt. En flicka kan ju inte gärna ära en blå cykel! Istället vill flickor ha rosa leksaker och kläder som markerar deras könsidentitet.

Den första fasen som en flicka förväntas äntra är prinsessfasen. Då ska allt vara rosa och fluffigt, och leksakerna ska uppmuntra traditionellt kvinnliga handlingsmönster. Redan som fyraåring ska en flickas lekar handla om skönhet, hushåll och familj. Hon ska också lära sig att vara söt, omvårdande och kanske till och med lite sexig. Dockan Barbie har fått motta både ris och ros från feminister. Å ena sidan står hon för omänskliga kroppsideal och en överfeminiserad livsstil, men å andra sidan är hon också en självständig kvinna som kan göra sin grej utan att tänka på hus och hem. Vissa hävdar till och med att Barbie är feminist.

När en flicka har tröttnat på att drömma om prinsesslivet ska hon vilja bli popstjärna. Popstjärnekulturen ger nästa mall för hur en flicka i yngre tonåren ska vara, alltså duktig och oskyldigt söt. Popstjärnan Miley Cyrus är ett bra exempel. I Disneys tv-serie Hannah Montana spelar hon ett ungt stjärnskott som lever ett roligt, men oskyldigt liv. Serien är fortfarande populär och når ut till flickor i hela världen. Men skådespelerskan Miley Cyrus har blivit äldre, och för henne blev det till slut dags att gå vidare till nästa fas – den sexiga. Det enda sättet för henne att visa att hon hade växt upp var genom att sexualisera sig själv. Det är symptomatiskt och visar på något som kvinnor fått leva med sedan biblisk tid: hora-madonna-komplexet. Det innebär att kvinnor inte kan vara både tänkande och kännande individer samtidigt som de uttrycker sin sexualitet, de måste välja. I dagens populärkultur

Speltid: 53 min.

Från: 15 år

Ämne: Jämställdhet, Samhällskunskap, Bild, Musik, Media, Sociologi

Produktionsland:

© Frankrike 2014

Svensk version:

© Filmo, 2015

Ansvarig utgivare:

Mia Lund Arnell

Filmnr: 7298

För ytterligare källinformation:

Kontakta Filmo
08-445 25 50

FILMO

En del av Swedish Film AB

Box 6014 • 171 06 Solna • SWEDEN • Tel: 08-445 25 59 • Fax: 08-445 25 60
info@filmo.se • www.filmo.se

framställs kvinnor ofta som sexobjekt, och sexighet är den allra högst värderade egenskapen hos en kvinna. Från barnsben lär sig alltså flickor att vara medvetna om och anpassa sig efter den manliga blicken.

Men det finns rörelser som vill förändra. Riot Grrrl var en feministisk undergroundrörelse som med sin punkrock ville förändra kvinnors situation. De var arga, och bad inte om ursäkt för sig själva. Skivbolagen såg något som kunde sälja, och snart föddes Spice Girls. Det var "girl power", men med de politiska aspekterna strategiskt bortskalade. Girl power blev ett slags ny tjejidentitet som var lite argare än den klassiskt omvårdande kvinnan, men precis som tidigare baserades den makt som kvinnan kunde ha över mannen på att hon var sexig. Girl power-identiteten för också med sig ett budskap som säger att det är kul att vara kvinna, att kampen är över. Det är ett strategiskt avväpnande av tjejer som inte trivs i den klassiska kvinnorollen.

De roller som tilldelas flickor är starkt begränsande för deras identitet. Stora kommersiella intressen och starka samhällsliga normer har redan stakat ut vägen. Först än en flicka prinsessa, sedan är hon popstjärna, och sista stoppet på resan som utgör en kvinnas identitetsutveckling är sexigheten. Som följeslagare på vägen finns Disneys prinsessor, duktiga popstjärnor och slutligen vuxna kvinnor som aldrig kan vara lyckliga eller hela utan det manliga godkännandet. Narrativet är alltid detsamma, och det återskapar hela tiden de könsroller som sedan styr män och kvinnor i hur de formar sina identiteter för resten av livet.

Nyckelord

Genus, rosa, könsroller, göra kön, socialt kön, könsidentitet, binär könsidentitet, normer, könstillhörighet, sexism, flickor, marknadsföring, kommunikation, media, sociologi.

Diskussionsfrågor

1. Vilka tre faser förväntas en flicka gå igenom enligt filmen?
2. Vad tror du menas med hora-madonna-komplexet?
3. I filmen citeras John Berger: "En kvinna är både sig själv och sig själv betraktad av någon". Vad menas med detta?
4. Kontakta valfri inköpsansvarig av barnkläder (H&M, Åhléns, Polarn och Pyret, Lindex m.fl.) och fråga hur hen resonerar kring färger i samband med försäljning av barnkläder. Påverkar färgen försäljningen kläder? Hur resonerar de själva kring vilka färger de väljer att köpa in?

5. Vad är "girl-power" för dig? Vad är skillnaden mellan "girl-power" och "vanlig power"?
6. Varför tror du att populärkulturen har konstruerat ett särskilt sätt för tjejer att utöva makt på? Varför kan de inte ha samma slags makt som killar?
7. Vad menas med könsroller?
8. Vad menas att kön är socialt konstruerat? Vad är motsatsen?

Övningar att göra i grupper eller helklass

1. Titta på dessa två reklamvideor. Går det att se om de är riktade till tjejer respektive killar? I så fall hur då?
 - <https://www.youtube.com/watch?v=jpJNcZxCx0I> - Reklam på engelska för Barbiedockor.
 - <https://www.youtube.com/watch?v=PS85ycXBm0> - Reklam på engelska för leksaken Bionicle.
2. På RFSUs hemsida finns två bra värderingsövningar för att förstå och lära sig att se genus. <http://www.rfsu.se/sv/Sexualundervisning/Amnen/Att-arbeta-med-genus/>
3. Den här filmen har vi döpt till "ROSA - från rebell till kommersiell". Men vad skulle en film med titeln "BLÅ" handla om? Vilken undertitel skulle du ge en sådan film? Testa att skriv ett synopsis (kort beskrivning av filmen på ca 1/2 A4:a).
4. ROSA handlar mycket om tjejernas upplevelser. Nu är det dags att vända på perspektivet! Tillverka ett par glasögon i rosa och/eller blått. Sätt på dig dem och testa att se omvärlden med en kvinnlig respektive manlig blick. Läs en tidning. Surfa musikvideor på Youtube. Kolla ett urval annonser. Diskutera sen om ni upplevde någon skillnad, beroende på vilka glasögon du satt på dig.

Internetkällor

<http://www.svd.se/den-svarfangade-fargen> - Recension och referat på Svenska Dagbladets hemsida av Fanny Ambjörnssons bok "Rosa – Den farliga färgen".

<http://www.alltomhistoria.se/q-a/har-rosa-alltid-varit-en-tjejfarg/> - Tidskriften Allt om historias hemsida om färgens rosas historia.

<http://www.genusfokus.se/om/vad-ar-genus/> - Genusfokus.se om vad genus är. Bakom sidan står Uppsalas, Linköpings, Umeås och Örebro universitet samt Mittuniversitetet.

<http://www.dn.se/insidan/vi-ser-det-vi-forvantar-oss/> - Dagens Nyheter om hur genustänk ger fler möjligheter för barn.

<http://www.dn.se/insidan/hur-skapas-konsidentiteten/> - Dagens Nyheter om hur könsidentitet skapas hos barn.

<http://www.dn.se/insidan/en-blomma-pa-overall-en-betyder-flicka/> - Dagens Nyheter om hur barns könsidentitet markeras från tidig ålder.

<http://www.regeringen.se/sb/d/2593> - Om jämställdhet på regeringens hemsida

<http://www.umo.se/jag/jamstalldhet/> - UMO om jämställdhet och genus

<http://www.scb.se/jamstalldhet/> - Statistiska centralbyråns hemsida med jämställdhetsstatistik

<http://www.rfsu.se/sv/Sexualundervisning/Amnen/Att-arbeta-med-genus/> - RFSU om begreppet genus. 2 övningar

http://www.genus.se/meromgenus/ordlista/#k_nsmaktsordning_k_nsmaktssystem_ - Ordlista där bland annat begrepp som könsmaktsordning, genus, normer, kön, feminism och heteronormativitet. Bakom sidan står Nationella sekretariatet för genusforskning vid Göteborgs universitet.

www.ne.se - Nationalencyklopedin

www.google.se - Användbar sökmotor

www.dn.se - Dagens nyheter

<http://factlab.com/#lo=1> - Dagens nyheter skolsajt

www.wikipedia.se - Bra nätencyklopedi

www.filmo.se - Filmos hemsida

Kapitelindelning

Du kan välja att visa hela filmen eller ett speciellt avsnitt. För starttider till respektive kapitel, se nedan.

Nr	Kapitel	Starttid:
1	Att "tänka rosa" Inledning. När flickor växer upp översköls de med rosa kläder, leksaker e dyl. Hur kommer det sig? Hur har det sett ut historiskt? I avsnittet tar man bl.a. upp Barbie-kulturen samt ser exempel på konst med detta som tema.	00:00
2	Den rätta förpackningen Om utseendefixering och "illusionen av val" (med exemplet "American girl"). Vad händer när prinsesskultur omvandlas till kändis-kultur (och "hellylle" byts mot "sex appeal"). Exemplet Hannah Montana.	13:08
3	Kraften hos Marie Antoinette Om superkvinnor och tjejkultur. Avsnittet ger exempel på hur Disney arbetar för att behålla intresset hos sin kvinnliga publik, från att de är barn tills de blir vuxna. Exempel från "The Bachelor" och parodin "Reality Rehab".	25:52
4	Revolutionen som kom av sig Avsnittet tar upp hur det såg ut för ca 20 år sedan, med "Riot Grrrl"-rörelsen, och berättar hur begreppet "girl power" föddes. Exemplet Spice Girls.	32:38
5	Den rosa planetens begränsningar. Om hur "girl power" skapade en ny strategi för frigörelse. Exemplet Legally Blonde. Om vad som händer när kommersiell popkultur glider över till porrkultur. Exempel med bl.a. Rihanna, Nicki Minaj och Britney Spears samt videon Blurred Lines. Avslutning.	40:27
	Sluttid:	53:16



ROSA är perfekt för diskussion kring hur kön konstrueras i samhället. Här enligt det centrala innehållet i Lgr11 och Gy11:

I årskurs 7-9, samhällskunskap, sid 203, LGR11

Individer och gemenskaper:

"Ungdomars identiteter, livsstilar och välbefinnande och hur detta påverkas, till exempel av socioekonomisk bakgrund, kön och sexuell läggning"

Information och kommunikation:

"Hur individer och grupper framställs, till exempel utifrån kön och etnicitet"

Samhällsresurser och fördelning:

"Skillnader mellan människors ekonomiska resurser, makt och inflytande beroende på kön, etnicitet och socioekonomisk bakgrund. Sambanden mellan socio- ekonomisk bakgrund, utbildning, boende och välfärd. Begreppen jämlikhet och jämställdhet"

I årskurs 7-9, religion, sid 190, LGR11

Etik:

"Vardagliga moraliska frågor som rör flickors och pojkars identiteter och roller, jämställdhet, sexualitet, sexuell läggning samt utanförskap och kränkning"

I gymnasiet, Samhällskunskap 1b, Gy11

"Grupper och individers identitet, relationer och sociala livsvillkor med utgångspunkt i att människor grupperas utifrån kategorier som skapar både gemenskap och utanförskap" och "Massmediers och informationsteknikens roll i samhället. Deras möjligheter att påverka människor och samhällsutvecklingen samt de möjligheter de ger människor att påverka. Mediers innehåll och nyhetsvärdering"