



# Porträtteringen av entreprenörer i lantbrukspress

– en befästning och frigörelse av stereotypa  
mönster

---

*The portrayal of entrepreneurs in agricultural press – a support and  
rejection of stereotypical patterns*

Josephine Andersson

Lovisa Ek

Självständigt arbete • 15 hp

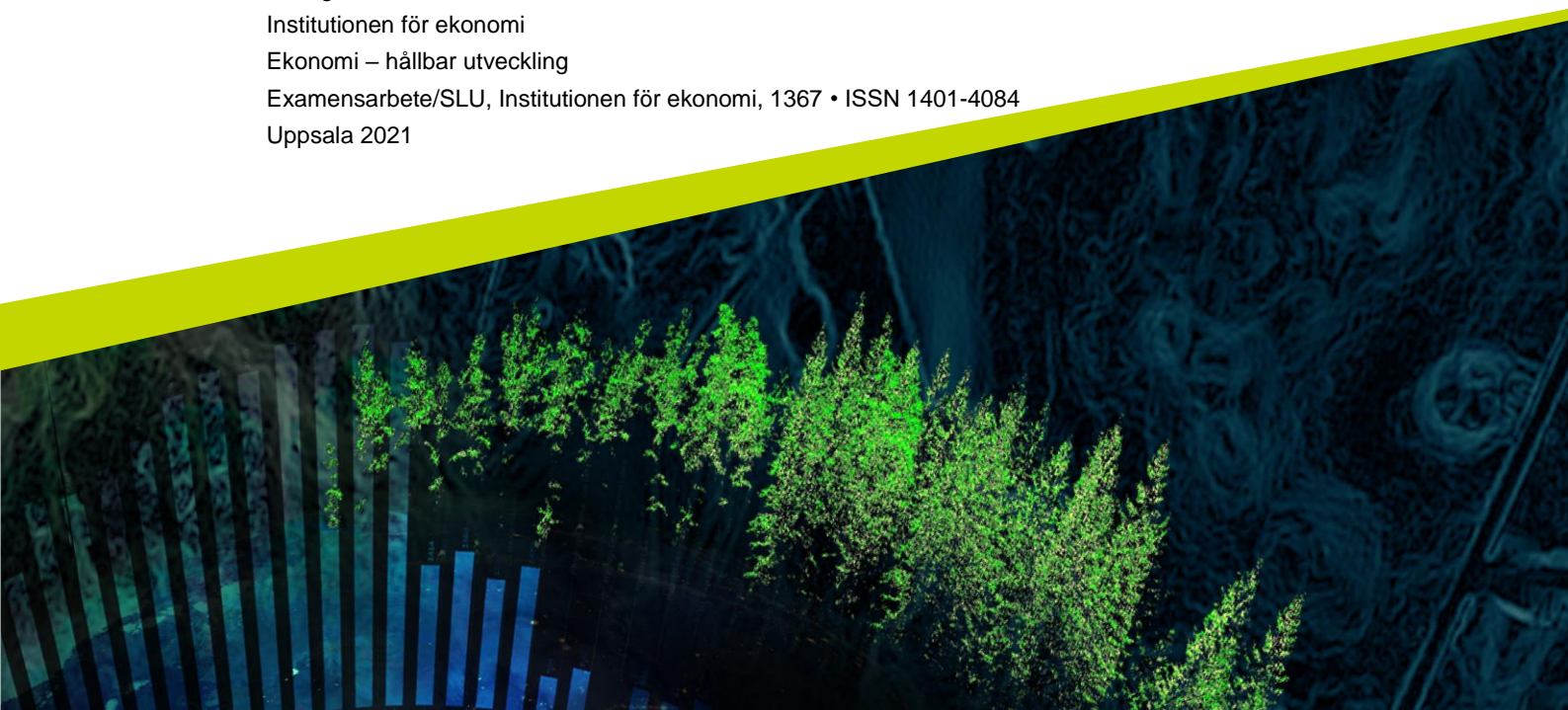
Sveriges lantbruksuniversitet, SLU

Institutionen för ekonomi

Ekonomi – hållbar utveckling

Examensarbete/SLU, Institutionen för ekonomi, 1367 • ISSN 1401-4084

Uppsala 2021





# Porträtteringen av entreprenörer i lantbrukspress – en befästning och frigörelse av stereotypa mönster

*The portrayal of entrepreneurs in agricultural press – a support and rejection of stereotypical patterns*

Josephine Andersson  
Lovisa Ek

**Handledare:** Annie Roos, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för Ekonomi  
**Examinator:** Karin Hakelius, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för ekonomi

**Omfattning:** 15 hp  
**Nivå och fördjupning:** Grundnivå, G2E  
**Kurstitel:** Självständigt arbete i företagsekonomi  
**Kurskod:** EX0902  
**Program/utbildning:** Ekonomi – hållbar utveckling  
**Kursansvarig inst.:** Institutionen för Ekonomi

**Utgivningsort:** Uppsala  
**Utgivningsår:** 2021  
**Serietitel:** Examensarbete/SLU, Institutionen för Ekonomi  
**Delnummer i serien:** 1367  
**ISSN:** 1401-4084

**Nyckelord:** entreprenör, genus, lantbrukare, mediebilder, stereotypa mönster

**Sveriges lantbruksuniversitet**  
Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap  
Institutionen för ekonomi

## Publicering och arkivering

Godkända självständiga arbeten (examensarbeten) vid SLU publiceras elektroniskt. Som student äger du upphovsrätten till ditt arbete och behöver godkänna publiceringen. Om du kryssar i **JA**, så kommer fulltexten (pdf-filen) och metadata bli synliga och sökbara på internet. Om du kryssar i **NEJ**, kommer endast metadata och sammanfattning bli synliga och sökbara. Fulltexten kommer dock i samband med att dokumentet laddas upp arkiveras digitalt.

Om ni är fler än en person som skrivit arbetet så gäller krysset för alla författare, ni behöver alltså vara överens. Läs om SLU:s publiceringsavtal här: <https://www.slu.se/site/bibliotek/publicera-och-analysera/registrera-och-publicera/avtal-for-publicering/>.

JA, jag/vi ger härmed min/vår tillåtelse till att föreliggande arbete publiceras enligt SLU:s avtal om överlåtelse av rätt att publicera verk.

NEJ, jag/vi ger inte min/vår tillåtelse att publicera fulltexten av föreliggande arbete. Arbetet laddas dock upp för arkivering och metadata och sammanfattning blir synliga och sökbara.

## Sammanfattning

Entreprenörer och lantbrukare är manligt kodade koncept med manliga konnotationer. När lantbrukare studeras som företagare finns det en risk att den maskulint kodade entreprenören i samklang med den maskulint kodade lantbrukaren blir dubbelt stereotypiserad. För att nå en mer jämställd bild över lantbrukaren behöver bilden av lantbrukare som företagare problematiseras. Denna studie ämnar undersöka huruvida stereotypa mönster av manliga och kvinnliga entreprenörer befästs eller frigörs i lantbrukspress. Studien utgörs av en diskursanalys av tidskriften Land Lantbruk där artiklar om manliga och kvinnliga lantbrukare, vilket vi i denna studie likställer med entreprenörer, avkodades till nyckelord för att analyseras. Nyckelorden grupperades i kategorier som sedan kom att utgöra mönster för hur mannen respektive kvinnan som entreprenör porträtterades i de studerade artiklarna.

De fem mest framträdande mönstrena för kvinnan och mannen konstaterades vara stereotypa mönster vilka, efter analys utifrån teori om genus och mediebilder över entreprenören och lantbruket, visade sig antingen befästa eller frigöra stereotypa mönster om mediebilder över entreprenören och lantbruket i teorin. De stereotypa mönstren av mediebilder över den manliga entreprenören och mannen i lantbruket i teorin befästes av samtliga stereotypa mönster av mannen som entreprenör i Land Lantbruk; en arbetsamhet och framåtanda; en självsäkerhet; ett ekonomiskt intresse; en framgångssaga samt mannen tillsammans med mannen. De stereotypa mönstren av mediebilder över den kvinnliga entreprenören och kvinnan i lantbruket i teorin befästes av tre av de stereotypa mönstren av kvinnan som entreprenör i Land Lantbruk; ett omhändertagande; rollen som kvinna och i relation till en man och ett behov av andra och en känsla av oro. Resterande två mönster för kvinnan som entreprenör i empirin; en självsäkerhet och normbrytning samt en arbetsamhet och framåtanda, frigjorde stereotypa mönster av kvinnan i teorin. Dessa två mönster gick snarare i linje med stereotypa mönster i teorin om den manliga entreprenören och mannen i lantbruket.

Detta påvisar en dubbel stereotypisering i porträttering i lantbrukspress, framförallt för den manliga, men även till viss del för den kvinnliga entreprenören. Media har en potential att påverka de diskussioner som förs i samhället samt sättet att forma innebörden av maskulinitet och femininitet. Därmed kan denna studies resultat vara en indikation på att en förändring av porträtteringen behöver ske för att nå en mer jämställd bild över lantbrukare som företagare.

*Nyckelord:* Entreprenör, lantbrukare, genus, mediebilder, stereotypa mönster

## Abstract

Within research, both entrepreneurs and farmers are male-coded concepts with male connotations. When studying farmers as entrepreneurs, there is a risk that the masculine-coded entrepreneur together with the masculine-coded farmer will be doubly stereotyped. In order to achieve a more equal image of the farmer, the image of the farmer as an entrepreneur needs to be problematized. This study aims to examine whether stereotypical patterns of male and female entrepreneurs are being supported or rejected in the agriculture press. This was done performing a discourse analysis of the journal *Land Lantbruk*, where articles about male and female farmers were decoded into keywords which then was analysed. In this study we equate farmers with entrepreneurs. The keywords were grouped into categories which was discovered to represent patterns for the portrayals of the female and male entrepreneurs in the articles.

The five most prominent patterns for both women and men were found to be stereotypical patterns which proved to either support or reject stereotypical patterns in theory of media images of the entrepreneur and agriculture. The stereotypical patterns of media images of the male entrepreneur and farmer in theory were supported by all the stereotypical patterns of men as entrepreneurs in *Land Lantbruk*; an industriousness and ambition; a self-confidence; an economic interest; a story of success and the man together with the man. The stereotypical patterns of media images of the female entrepreneur and farmer in theory were supported by three of the stereotypical patterns of women as entrepreneurs in *Land Lantbruk*; a caring aura; the role as a woman and in relation to a man as well as a need of others and a sense of anxiety. The remaining two patterns of the woman as an entrepreneur in *Land Lantbruk*; a self-confidence and norm-breaking as well as an industriousness and ambition, rejected stereotypical patterns in theory. These two patterns rather corresponded to stereotypical patterns of the male entrepreneur and farmer in theory.

This demonstrates a double stereotyping in portrayal in the agriculture press, especially among the male, but also to some extent among the female entrepreneurs. Media has the potential to influence the discussions that takes place in society and an opportunity to influence the way in which the meaning of masculinity and femininity is shaped. Hence, the result of this study could serve us an indication that a change in portrayal needs to take place in order to achieve a more equal image of farmers as entrepreneurs.

*Keywords:* Entrepreneur, farmer, gender, media images, stereotypical patterns

# Förord

Vi vill börja med att rikta ett stort tack till vår handledare Annie Roos för stor hjälp, snabb återkoppling och värdefull vägledning genom hela processen, från val av ämne till de sista små justeringarna. Annies engagemang har stöttat och hjälpt oss som författare mycket genom hela uppsatsskrivandet.

Ett stort tack riktas även till bibliotekarierna på Sveriges lantbruksuniversitets bibliotek i Uppsala för vägledning av åtkomst till tidskrifter, samt Anna Nilsson, chefredaktör på Land Lantbruk, som gav oss tillgång till de utgåvor i arkivet som vi behövde. Detta möjliggjorde vår uppsatsidé.

Slutligen vill vi tacka alla opponenter som har läst och bidragit med konstruktiv kritik under processens gång vilket har hjälpt oss att utveckla och förbättra vår uppsats. Era synpunkter och tips har varit värdefulla.

Stort tack!

**Uppsala, 17 maj 2021**

**Josephine Andersson och Lovisa Ek**





# Innehållsförteckning

<b>Tabellförteckning .....</b>	<b>11</b>
<b>Figurförteckning.....</b>	<b>12</b>
<b>1. Introduktion.....</b>	<b>13</b>
1.1. Bakgrund .....	13
1.2. Teoretiskt problem.....	15
1.3. Empiriskt problem.....	15
1.4. Syfte och frågeställning .....	16
1.5. Uppsatsens struktur.....	16
<b>2. Teori.....</b>	<b>17</b>
2.1. Genus .....	17
2.2. Mediebilder .....	18
2.2.1. Mediebilder över entreprenören.....	18
2.2.2. Mediebilder över lantbruket .....	19
2.3. Teoretisk syntes .....	20
<b>3. Metod .....</b>	<b>21</b>
3.1. Litteraturgenomgång .....	21
3.2. Urval av tidskrift och artiklar .....	22
3.3. Kodning av artiklar.....	23
3.4. Analys av data .....	25
3.5. Trovärdighet och äkthet.....	27
<b>4. Empirisk analys .....</b>	<b>29</b>
4.1. Kvinnan som entreprenör .....	30
4.1.1. Ett omhändertagande .....	31
4.1.2. En självsäkerhet och normbrytning.....	32
4.1.3. En arbetsamhet och framåtanda .....	33
4.1.4. Rollen som kvinna och i relation till en man .....	34
4.1.5. Ett behov av andra och en känsla av oro .....	36
4.2. Mannen som entreprenör .....	37
4.2.1. En arbetsamhet och framåtanda .....	37

4.2.2.	En självsäkerhet.....	39
4.2.3.	Ett ekonomiskt intresse.....	40
4.2.4.	En framgångssaga.....	40
4.2.5.	Mannen tillsammans med mannen.....	41
<b>5.</b>	<b>Diskussion.....</b>	<b>43</b>
5.1.	Stereotypa mönster i empirin som frigör mönster i teorin .....	43
5.2.	Stereotypa mönster i empirin som befäster mönster i teorin.....	44
5.3.	Dubbel stereotypisering.....	47
<b>6.</b>	<b>Slutsatser .....</b>	<b>48</b>
	<b>Referenser.....</b>	<b>50</b>
	<b>Bilaga 1 - Alla nyckelord.....</b>	<b>52</b>
	<b>Bilaga 2 – Mönster i porträtteringen av kvinnan som entreprenör i Land Lantbruk</b>	<b>58</b>
	<b>Bilaga 3 – Mönster i porträtteringen av mannen som entreprenör i Land Lantbruk</b>	<b>61</b>

## Tabellförteckning

Tabell 1. Två exempel på hur stycken har avkodats i artiklar i tidningen Land Lantbruk. * Borttaget namn för anonymitet. ....	24
Tabell 2. Mönster för hur entreprenörerna porträtterades samt frekvens (avrundat till två decimaler). Fetstilta mönster är de framträdande.....	26

# Figurförteckning

Figur 1. Uppsatsens struktur. ....	16
Figur 2. Stereotypa mönster i porträtteringen av kvinnan som entreprenör i empirin. .....	29
Figur 3. Stereotypa mönster i porträtteringen av mannen som entreprenör i empirin. .....	30

# 1. Introduktion

Tidigare forskning om entreprenörer ur ett genusperspektiv har ofta fokuserat på endera kvinnor eller män (Ahl 2006). Inom de gröna näringarna finns det få studier som fokuserar på företagande och genus, och de studier som faktiskt har berört detta ämne har främst behandlat kvinnor som företagare (LRF 2009). Således finns det behov av forskning om både kvinnor och män som entreprenörer generellt, samt kvinnor och mäns företagande ur ett genusperspektiv inom de gröna näringarna och lantbruksbranschen. Med anledning av detta, och som ett bidrag till litteratur på området, har vi i denna studie studerat hur media framställer manliga och kvinnliga entreprenörer inom lantbruksbranschen genom att göra en diskursanalys på artiklar ur tidningen Land Lantbruk.

## 1.1. Bakgrund

Ett viktigt koncept för det samhället betraktar som maskulinitet och femininitet har historiskt sett varit det arbete män och kvinnor utför (Brandth 1995). Detta koncept går att koppla till begreppet genus som enligt Hirdman (1988) kan förstås som tankefigurer om män och kvinnor, vilka är föränderliga men som alltid utnyttjar den biologiska skillnaden. Dessa tankefigurer leder till sociala praktiker och föreställningar, och genus kan också ge förståelse för hur manligt och kvinnligt görs. I denna definition av genus finns det enligt Hirdman (1988) systematiserande drag vilka innefattar principer som bland annat tyder på ett isärhållande mellan manligt och kvinnligt samt en hierarki med det manliga som norm.

Ett forskningsfält där detta isärhållande och denna hierarki går att urskilja är det om entreprenörskap och entreprenörer, vilket har erhållit stor uppmärksamhet. Entreprenörskap förknippas ofta med företagsetablering, där en entreprenör ses som någon som startat ett företag och någon som driver en verksamhet framåt (Landström & Löwegren 2009). Ahl (2006) menar att tidigare forskning på entreprenörskap och entreprenörer har beskrivit dessa personer med ord som har manliga konnotationer, och en entreprenör och entreprenörskap har således varit och är manligt kodade koncept. Det har bland annat handlat om användning av manligt pronomen, som inom forskning var standard till och med 1980-talet. Beskrivningen av en entreprenör går i linje med ord som används för att beskriva

maskulinitet, och ord som beskriver femininitet matchar inte med beskrivningen av en entreprenör (ibid). Till detta har även kvinnor som företagare, vilket i denna studie likställs med entreprenörer, osynliggjorts i tidigare litteratur (Sundin 1988; Ahl 2006; Hamilton 2013). I praktiken visar statistik på att färre kvinnor driver företag än män, då andelen kvinnliga företagare i Sverige år 2019 uppgick till knappt 27 procent (Ekonomifakta 2020).

En typ av entreprenörer som idag och historiskt sett mer eller mindre alltid har varit företagare, men däremot inte betraktats som- eller identifierat sig helt med det, är lantbrukare (LRF 2009). Mot bakgrund av detta har lantbrukare och företagandet inom de gröna näringarna i mindre utsträckning studerats som just företagande och inte lyfts fram som entreprenörskap i media, inom forskning eller generellt i samhället.

Dessutom är lantbruksbranschen sedan länge mansdominerad (LRF 2019). En idealbild av diskursen om ett familjelantbruk är att lantbruket ärvs från far till son vilket har lett till att sådana verksamheter sedan länge ofta har ägts och kontrollerats av just män (Brandth 2002). Kvinnors förvaltningsrätt av bland annat skog och jord har inte historiskt sett heller varit självklar eller av samhället bekräftad (Jordbruksdepartementet 2004). De få områden som kvinnan ansågs ha huvudansvar för vid 1900-talets början var kreaturen, ystningen samt mjölkningen (ibid). Dessa områden kom att bli mannens ansvar i takt med industrialiseringens gång där jordbruket började mekaniseras. Samtidigt gick de här områdena från att ha störst betydelse för hushållets direkta behov till att få ökad betydelse för hela lantbrukets ekonomi. Detta kom att kallas maskuliniseringsprocessen (ibid).

Vad gäller hur diskurser om lantbrukare och entreprenörer förs och formas i samhället har media en viktig roll (Liepins 1998; Anderson & Warren 2011). Media har även generellt en betydlig påverkan på samhället och en makt vad gäller vad som diskuteras och hur (Bjursell & Bäckvall 2011). Hamilton (2013) menar att bland annat media med dess representationer av entreprenörer är med och bevarar den dominant diskursen av entreprenörer och entreprenörskap som en maskulin porträttering. Här menar Hamilton (2013) att entreprenören i media representeras av ett begränsat intervall av manliga stereotyper, på samma gång som kvinnor är underrepresenterade. Hamilton (2013) hävdar även att akademiska studier teoretiserar entreprenörskap utifrån manliga erfarenheter samtidigt som kvinnor inom detta område studeras utifrån deras skillnader och avvikelser. Mot bakgrund av detta är det intressant att studera framställningen av manliga och kvinnliga entreprenörer i en svensk lantbrukstidning, för att undersöka huruvida dessa stereotypa mönster frigörs eller befästs.

## 1.2. Teoretiskt problem

Forskning om entreprenörskap och entreprenörer har historiskt sett varit “av män, om män och för män” (Holmquist & Sundin 1988 i Marlow 2020, s.40), vilket även har inneburit att entreprenören och entreprenörskapet har varit manligt kodade koncept med manliga konnotationer (Ahl 2006). På liknande sätt representerar lantbruk ett område med starka associationer till maskulinitet och liksom entreprenören har även lantbruket och lantbrukare i litteraturen maskulina konnotationer (Brandth & Haugen 2000; Brandth 2002). Trots att lantbrukare är och alltid mer eller mindre har varit företagare, har de inte, i till exempel forskning, betraktats eller studerats som sådana (LRF 2009).

Bilden över lantbrukare som företagare behöver därmed problematiseras. Det finns en risk att den maskulint kodade entreprenören i samklang med den maskulint kodade lantbrukaren blir dubbelt stereotypiserad, och framförallt att traditionell maskulinitet reproduceras när jordbrukare studeras och betraktas som en företagare (Ní Laoire 2002 i LRF 2009, s.40). Denna dubbla stereotypisering borde vara aktiv för kvinnor och män som är lantbrukare. För att få bilden av lantbrukaren mer jämställd behöver alltså bilden problematiseras utifrån genusmönster.

## 1.3. Empiriskt problem

För att nå en förändring i linje med jämställdhet som är ett av FN:s globala mål för hållbar utveckling (Globala målen 2021) är det viktigt att förändringen sker på alla plan och hur diskurser om ett fenomen förs är en del av detta. Både diskurser om entreprenörer och lantbrukare i media har historiskt dominerats av en maskulin porträttering (Brandth 1995; Hamilton 2013). Media har idag stor makt i samhället vad gäller vad som lyfts upp och hur det diskuteras (Bjursell & Bäckvall 2011).

Tidskrifter specifikt är en stark producent, återgivare och spridare av diskursen om entreprenörskap (Macdonald 1995 i Achtenhagen & Welter 2011, s.765). Denna makt skapar möjligheter att bekräfta förväntningar och fördomar vad gäller kvinnligt och manligt entreprenörskap vilket i sin tur skulle kunna påverka jämställdhetsarbetet. Då både entreprenören och lantbrukaren historiskt är manligt kodade koncept är det av intresse att studera hur representationen och framställningen av manliga och kvinnliga entreprenörer i lantbruksbranschen sker i media idag för att studera huruvida stereotypa mönster frigörs eller befästs.

## 1.4. Syfte och frågeställning

Syftet med denna studie är att undersöka huruvida stereotypa mönster av manliga och kvinnliga entreprenörer befästs eller frigörs i lantbrukspress. För att skapa en utgångspunkt och en grund för studiens syfte kommer följande frågeställningar att användas:

- Hur porträtteras kvinnor respektive män som entreprenörer i tidskriften Land Lantbruk?
- Finns det någon skillnad i porträtteringarna av män och kvinnor som entreprenörer i Land Lantbruk? Och i sådana fall: hur skiljer de sig åt?

## 1.5. Uppsatsens struktur

Figur 1 visar en överblick av uppsatsens struktur. Uppsatsen börjar med en introduktion till studien innehållande en introducerande bakgrund till ämnet, problemformulering samt syfte och frågeställningar. Andra kapitlet består av den teori som författarna använder sig av för att undersöka frågeställningarna samt en teoretisk syntes. Vidare följer en beskrivning av metod där litteraturgenomgång, urval av tidskrift och artiklar, kodning av artiklar, analys av data samt trovärdighet och äkthet presenteras. Efter detta följer empirisk analys bestående av den data författarna har samlat in analyserat utifrån teorin, följt av diskussion. Slutligen presenteras de slutsatser som författarna har kommit fram till.



Figur 1. Uppsatsens struktur.



## 2. Teori

I detta kapitel presenteras valda teorier som anses vara relevanta för studiens syfte och frågeställningar. De valda teorierna är genusteori samt teori om mediebilder kopplat till entreprenören och lantbruket.

### 2.1. Genus

Genusforskare conceptualiserar genus allt mer som en social konstruktion vilken inte är en fast identitet utan en produkt som utförs och konstrueras genom interaktion (Berkowitz et al. 2010). Det som betraktas som maskulinitet och femininitet är således också konstruerat och rekonstruerat genom samspel (Connell 1987 i Berkowitz et al. 2010, s.133). Detta snarare än normer som redan existerar och passivt internaliseras genom socialisering i tidig ålder (ibid). Genus kan också ses som ett institutionaliserat system av sociala beteenden för att kategorisera människor i två olika grupper - män och kvinnor, och sedan organisera ojämlika relationer utifrån dessa skillnader (Ridgeway & Correll 2004).

Hirdman (1988) föreslår att ordet genus bör innefatta den komplexa kunskap samhället har om manligt och kvinnligt samt en förståelse av hur manligt och kvinnligt görs. Detta leder bland annat till föreställningar och förväntningar (ibid). Vidare definierar Hirdman (1988) genus som tankefigurer om kvinnor och män, vilka är föränderliga men som i grunden alltid utnyttjar den biologiska skillnaden. I denna definition av genus finner Hirdman (1988) systematiserande drag vilket hon benämner som ett genussystem. Att benämna de systematiserande dragen som genussystem medför att det går att problematisera genus. Genussystemet innefattar två logiker där den ena fastställer dikotomin och den andra hierarkin. Dikotomin innebär ett isärhållande av manligt och kvinnligt och hierarkin innebär att det manliga ses som norm. Systemet kan ses som ett stereotypt mönster och ska enligt Hirdman (1988) förstås som en dynamisk struktur och ett nätverk av bland annat förväntningar och föreställningar vilka i sin tur leder till regelbundenheter och mönstereffekter. Detta har utgjort en bas för samhällets sociala, politiska och ekonomiska ordningar.

## 2.2. Mediebilder

Media har en stor potential att påverka samhällets vardagliga samtal och diskussioner och därigenom även de ageranden samt ställningstaganden som görs (Bjursell & Bäckvall 2011). Media är därmed med och sätter ramar för vilka ämnen som representeras. Flera studier har påvisat den makt som media besitter vad gäller just skapandet av publika diskurser (Rindova, Pollock & Hayward 2006 i Achtenhagen & Welter 2011, s.765), vilket i dagligt tal är de samtal som förs i samhället (Nationalencyklopedin u.å.).

En flitigt använd metafor inom medieforskning handlar om att betrakta medierna som en typ av offentlig arena (Asp 1987, Petersson & Carlberg 1990 i Engström 2008, s. 40). Denna offentliga arena har möjlighet att skapa samt förmedla tankar och idéer genom bild och språk, vilket således kan formulera viktiga problem och samhällsfrågor (Engström 2008). Eftersom konsumtionen av media har ökat i samhället, får det som beskrivs i media en större betydelse i vår kultur (ibid). Utan kunskap eller erfarenhet inom ett visst område kan medierepresentation, genom bland annat tidningar, beskrivas som utgångspunkten kring hur människor uppfattar omvärlden (Gerbner 1973, Strömbäck 2005:29ff, Ljuslinder 2002:18 i Engström 2008, s. 41). Konstruktionen av roller i media reflekterar även de strukturer som finns i samhällsdiskursen i stort (Bjursell & Bäckvall 2011).

Vad gäller innebörden av maskulinitet och femininitet har medierepresentationer en viktig roll (Brandth & Haugen 2000). Å ena sidan har medias representationer en möjlighet att påverka och strukturera sociala relationer och på det sättet forma innebörden av maskulinitet och femininitet. Å andra sidan baseras medias representation på den faktiska sociala verkligheten. Hur medierepresentationen sker beror även på vilket område det handlar om. Nedan följer teori om mediebilder över entreprenören och lantbruket.

### 2.2.1. Mediebilder över entreprenören

Media har en viktig roll i hur diskursen om entreprenörer och entreprenörskap formas (Anderson & Warren 2011). Tidskrifter specifikt är en kraftfull producent, återgivare och spridare av diskursen om entreprenörskap (Macdonald 1995 i Achtenhagen & Welter 2011, s.765). Det som dagligen skrivs och rapporteras om entreprenörskap formar samhällets förståelse, attityder och intresse för entreprenörskap och entreprenörer som fenomen (Anderson & Warren 2011). Hamilton (2013) hävdar att media är ett forum som har varit med och bevarat den dominanta diskursen och således det stereotypa mönstret av entreprenörskap och entreprenörer som en form av maskulinitet. Denna bevaring har skett genom att entreprenören i media ofta har representerats av ett snävt intervall av manliga

stereotyper, där kvinnan har varit underrepresenterad och många gånger osynliggjord.

Den manliga entreprenörens porträttering i media består bland annat av en representation av framgångsfaktorer som kan länkas till finansiella mått och ekonomisk prestation (Jernberg et al. 2020). Representationen utgörs utöver detta även av att entreprenören har ett bra och lyckat privatliv samt en stöttande familj. Familjens roll, till skillnad från hos den kvinnliga entreprenören, är inte problematisk och det är inte inom den manliga entreprenörens ansvar att försöka balansera privatlivet och arbetet (ibid).

Ett exempel på hur den kvinnliga entreprenören porträtteras i media framgår ur Bjursell och Bäckvalls (2011) studie om mediebilderna av kvinnor i familjeföretag. Där beskrivs hur ett vanligt förekommande, och därmed stereotyp, mönster i mediediskursen är en porträttering av kvinnan som sällsynt, överraskande och söt, där en motstridig framställning av yrkesrollen och mammarollen ofta förekommer. I porträtteringen av kvinnan i hennes yrkesroll är det vanligt förekommande att media lyfter fram tillfällena då kvinnan bryter en norm och där det beskrivs som en sensationell händelse, till exempel att hon är den första att ta sig an ett, för kvinnan, nytt område (ibid). Mammarollen nämns ofta i relation till hur kvinnan ska kombinera och hantera rollen hon har i familjen med den professionella rollen, där en spänning mellan de två alternativen speglas (ibid).

### 2.2.2. Mediebilder över lantbruket

Brandth (1995) studie om genusbilder i annonser för traktorer är ett tidigt bidrag i litteraturen om mediebilder över lantbruket och lantbrukare. Mot bakgrund av att arbete som karaktäriseras av tunga maskiner och teknologi har associerats med en traditionell maskulin ideologi, samt att teknologi och maskulinitet har varit starkt sammankopplat, undersöker studien vad representationer i media säger om definitionen av maskulinitet i lantbruk. Ett resultat från studien är att media kommunicerar ideologier om maskulinitet i syfte att nå ut till manliga lantbrukare om vilka egenskaper de bör sträva efter. Brandth (1995) menar att media därigenom bidrar till den sociala utformningen, och således det stereotypa mönstret, av maskulinitet i lantbruket. Samtidigt har resultat av studier parallellt framhållit en diskurs av femininitet som bland annat marginaliserad och underordnad (Oldrup 1999). I Liepins (1998) studie om hur genus i lantbruk görs och framställs genom media i Australien och Nya Zeeland, presenteras även beskrivningar om hur manliga lantbrukare via hegemonisk maskulinitet porträtteras som robusta, manuellt arbetande och aktiva där de ofta behöver kämpa mot olika element i deras utövande av kontroll av omgivningen.

Idealbilden av en lantbrukare som en stark, manuellt arbetande man med smuts under naglarna har i allt större utsträckning ersatts med en mer affärsinriktad maskulinitet i och med att digitalisering och ny teknologi har hamnat på tapeten (Brandth 1995). Istället för fokus på den fysiska styrkan och uthålligheten har betoning i media skett på konkurrenskraftigt affärsdriv. Detta påvisar även Liepins (1998) studie genom att presentera att innebörder av konkurrens och tävlingar har beskrivits i samband med framställningen av manliga lantbrukare. Denna växling från idealbilden av lantbrukaren som en stark, orubblig man som utför tungt arbete, till en ung, handlingskraftig, administrativ man med effektiva och högteknologiska maskiner, har även påvisats av Brandth och Haugen (2000) i deras studie om hur maskuliniteter representeras i norsk skogspress. Trots denna utveckling och förändring som påvisas i dessa studier, består kopplingen mellan män, maskulinitet och lantbruket.

### 2.3. Teoretisk syntes

Studiens syfte är att undersöka huruvida stereotypa mönster av manliga och kvinnliga entreprenörer befästs eller frigörs i lantbrukspress. Teori om mediebilder över entreprenören och lantbruket förmedlar båda en maskulin dominans inom dessa områden, där män och kvinnor även representeras på olika sätt (Hamilton 2013; Brandth 1995; Oldrup 1999; Bjursell & Bäckvall 2011). Detta relaterar till teori om genus och genussystem och gör det intressant att studera dessa tillsammans. Teori om genus används för att förstå genus, maskulinitet och femininitet som något socialt konstruerat och rekonstruerat genom samspel (Berkowitz et al. 2010; Connell 1987 i Berkowitz et al. 2010, s.133). Vidare används i samband med detta även teori om genussystem för att skapa en förståelse för de stereotypa mönster med systematiserande drag i definitionen av genus som Hirdman (1988) presenterar. Genussystemet som innehåller två logiker, vilka innefattar isärhållandet av manligt och kvinnligt samt hierarkin av dessa med det manliga som norm, är användbara för studiens syfte.

Då denna studie ämnar undersöka framställningen av manliga och kvinnliga lantbrukare som entreprenörer i media blir dessa teorier relevanta då det utifrån teorierna finns en tanke om att lantbrukare som entreprenörer i media skulle kunna utsättas för en dubbel stereotypisering. Denna dubbla stereotypisering skulle då kunna innebära att mediebilden av entreprenören som maskulint kodad i samklang med den maskulint kodade mediebilden av lantbrukaren, påverkar porträtteringen av manliga och kvinnliga lantbrukare i media.

## 3. Metod

Utifrån studiens syfte att undersöka huruvida stereotypa mönster av manliga och kvinnliga entreprenörer befästs eller frigörs i lantbrukspress ligger fokus på hur ett fenomen porträtteras och således hur språket fungerar. Studien fokuserar därmed på ord och detaljer snarare än kvantifiering och siffror och en kvalitativ forskningsstrategi med en induktiv ansats tillämpades (Bryman & Bell 2017). Vi valde en induktiv ansats då undersökningen grundades i den empiri som samlades in vid litteraturgenomgången för att leda fram till ny teori. Den induktiva ansatsen är teorigenererande och innebär att teorin blir resultatet av en studie där slutsatser kan dras med observationer som underlag (ibid). Som en del av den kvalitativa strategin valde vi att utföra en diskursanalys för att besvara studiens forskningsfrågor.

Kvalitativa studier antar en ontologisk ståndpunkt som är konstruktionistisk vilket innebär att sociala företeelser betraktas som något som sociala aktörer ständigt skapar i samspel med varandra (Bryman & Bell 2017). Sociala objekt uppfattas därmed inom konstruktionismen som socialt konstruerade vilket även går i linje med den teori om genus som användes i studien, där genus konceptualiseras som en social konstruktion (Brandth & Haugen 2000; Berkowitz et al. 2010).

### 3.1. Litteraturgenomgång

Studien grundades i en litteraturgenomgång av narrativ karaktär för att skapa en bred och initial bild av det vi skulle studera och öka vår förståelse av (Bryman & Bell 2017). En narrativ litteraturgenomgång lämpade sig i denna studie då vi använde oss av en kvalitativ forskningsstrategi vilken bygger på ett tolkningsperspektiv vad gäller hur kunskap om verkligheten erhålls (ibid). Då forskare utifrån tolkningsperspektivet oftare kan komma att ändra tolkningen av litteratur eller teori under processens gång, krävs mer flexibilitet i insamlingen och vad gäller hur gränserna för det som studeras sträcker sig.

En fördjupad litteraturgenomgång som utgjordes av vetenskapliga artiklar, rapporter, böcker och andra internetbaserade källor låg till grund för att svara på de forskningsfrågor som denna studie ämnade undersöka. När vi sökte vetenskapliga

artiklar valde vi ut väsentliga nyckelord ut för att sökresultatet inte skulle bli för omfattande. Vid sökningen använde vi oss av Google Scholar, Web of Science och Sveriges lantbruksuniversitets biblioteks sökmotor.

### 3.2. Urval av tidskrift och artiklar

För att undersöka framställningen av manliga och kvinnliga entreprenörer i media med fokus på lantbruksbranschen valdes en tidskrift med tydlig inriktning på denna bransch. För att genomföra den avsedda diskursanalysen ville vi göra en insamling av empiri från en aktuell tidskrift som regelbundet ges ut och som har en stor och bred läsarkrets. Därför valdes tidskriften Land Lantbruk som är LRF:s medlemstidning som ges ut en gång i veckan och är den största lantbrukstidningen i Sverige (Land Lantbruk 2021). Mot bakgrund av att Land Lantbruk förmedlar olika händelser i nyhetsflödet samt rapporterar om ett brett spektrum av lantbruksverksamheter antogs det att tidskriften gav förutsättning att analysera framställningen av olika manliga och kvinnliga entreprenörer i artiklar i en tidskrift inom lantbruksbranschen. Studien är därmed avgränsad till att analysera framställningen av manliga och kvinnliga entreprenörer i Sverige.

Avgränsningen till enbart tidskriften Land Lantbruk kan komma att betraktas som relativt snäv där generaliserbarheten, som redan kritiserats inom kvalitativ forskning (Bryman & Bell 2017), kan bedömas som liten. Vi har dock för avsikt att genom studien bidra till forskning på området för att även uppmäna och öppna upp för ytterligare forskning och således är denna studie enbart ett första steg. Detta är i linje med konstruktionismen och tolkningsperspektivet då olika subjektiva meningar och verkligheter behöver studeras.

Vi är också medvetna om att andra debatter om kön och genus än de om män och kvinnor samt hur manligt och kvinnligt görs, äger rum i samhället. Vi valde dock att göra denna avgränsning då representationen i teori på området samt i media, när studien utfördes, var störst här.

Urvalet av empiri avgränsades till att vi började med den senaste utgåvan av tidskriften vid empiriinsamlingens start vilket var utgåva nummer 15 som gavs ut 2021-04-09, för att sedan arbeta oss bakåt i kronologisk ordning av utgåvor. Utgåvor som gavs ut senare än det datum empiriinsamlingen startades togs således inte med eller analyserades i studien. Anledningen till att vi valde att börja med den senaste utgåvan grundar sig i att skapa samtidsrelevans och en insyn i hur framställningen av manliga och kvinnliga entreprenörer sker idag. Insamlingen av empiri fortskred tills mönster av nyckelord kunde urskiljas. Detta kan relateras till begreppet teoretisk mättnad som är ett verktyg inom grundad teori (Bryman & Bell

2017). Teoretisk mättnad innebär att forskaren fortsätter med urvalet tills den valda kategorin har mättats med data, vilket är en tidpunkt där ny insamlad data inte längre ger ny information.

Vid urvalet av artiklar i utgåvorna av Land Lantbruk valdes de artiklar som behandlade endera en man eller en kvinna som drev lantbruk. Vi likställde lantbrukare som företagare och entreprenörer i denna studie då en definition av en entreprenör och en entreprenöriell person är någon som driver en verksamhet framåt (Landström & Löwegren 2009). Artiklar där huvudfokus inte var på entreprenören eller dennes verksamhet valdes bort, liksom artiklar som fokuserade på fler än en entreprenör. I de artiklar där någon annan utöver entreprenören kom till tals men där huvudfokus fortfarande var på entreprenören, togs beslutet att avkoda artikeln ändå. Samma avvägning gjordes med artiklar där det framgick att entreprenören drev lantbruket tillsammans med någon annan, men där det enbart var en av dessa som kom till tals. I de studerade utgåvorna valde vi att utöver artiklar studera notiser och krönikor men inte enkätsvar eller kortare frågor med svar, även om de handlade om en manlig eller kvinnlig entreprenör. Detta beslut togs då enkätsvaren och de kortare frågorna med svar ansågs ge ensidig och för knapphändig information om den enskilde entreprenören. Notiserna och krönikorna ansågs dock av författarna ge tillräckligt och användbar information om entreprenörerna.

Totalt studerades 38 artiklar i 13 utgåvor mellan datumen 2021-01-08 och 2021-04-09, varav elva handlade om kvinnliga entreprenörer och 27 handlade om manliga entreprenörer. Av de studerade utgåvorna var det en utgåva som inte hade några relevanta artiklar för studien.

### 3.3. Kodning av artiklar

Det empiriska materialet till studien samlades in genom kodning av artiklar i tidskriften Land Lantbruk och det empiriska materialet utgjorde således de nyckelord som kom att bli ett resultat av denna kodning. Kodning innebär att sammanhängande delar av det empiriska materialet, här stycken i artiklar, granskas för att sedan betecknas med ett eller flera ord som sammanfattar innehållet (Skjott Linneberg & Korsgaard 2019). Kodning bidrar således till att minimera en omfattande mängd empiriskt material för att göra det lättillgängligt för analys, samtidigt som det även kan betraktas som ett tidigt bidrag till analys. Denna metod kritiserar bland annat för att just dela upp data i olika element vilket kan göra att det holistiska perspektivet, som är centralt i kvalitativa analyser, går förlorat (ibid). Således var det av vikt för oss vid kodning att skapa förståelse för detta samt ha en

helhetsbild i åtanke, för att säkerställa att resultatet från kodningsprocessen blev relevant.

Vi valde att göra kodning av induktiv karaktär, vilket innebär att nyckelord utvecklas direkt från det empiriska materialet för att spegla vad det presenterar (Skjott Linneberg & Korsgaard 2019). Däremot skedde viss tolkning för att sammanfatta ett styckes innehåll och nyckelorden formulerades därmed inte enbart utifrån fraser och termer som ordagrant användes i artiklarna. Tabell 1 exemplifierar hur vi gjorde den initiala avkodningen av två stycken i två olika artiklar, en om en manlig och en om en kvinnlig entreprenör. Eftersom kodningsprocessen till viss del blir subjektiv utifrån de som kodar handlar ytterligare en kritik mot kodning om subjektivitet (ibid), vilket även är en kritik mot kvalitativ forskning i stort (Bryman & Bell 2017). Detta är å ena sidan en nödvändig konsekvens inom kvalitativa studier men vars nackdelar kompenseras upp med den detaljrikedom som kvalitativ forskning bidrar med (Skjott Linneberg & Korsgaard 2019). Å andra sidan är det av vikt att ha denna subjektivitet i åtanke, vilket vi i denna studie hade genom att anta ett reflexivt förhållningssätt genom hela processen.

Tabell 1. Två exempel på hur stycken har avkodats i artiklar i tidningen Land Lantbruk. \* Borttaget namn för anonymitet.

<b>Analyserat stycke (manlig entreprenör):</b>	<b>Identifierade nyckelord:</b>
- Jag ser det inte som en förlust utan som utvecklingspengar. Forskning och utveckling kallas det i andra näringar. Jag vill tidigt vara med och lära mig och målet när vi kommit till någon form av linjeproduktion är att det ska var [sic] mer lönsamt än den odling vi bedriver idag.	Ser möjlighet i utmaning Fokuserar på lönsamhet Vill utvecklas
<b>Analyserat stycke (kvinnlig entreprenör):</b>	<b>Identifierade nyckelord:</b>
På en maskinauktion tvekade spannmålsodlaren [...] * inför att höja sitt bud på en såmaskin. Då undrade auktionsutroparen om hon saknade mandat från gubben att bjuda mer.	Tas inte på allvar Har mött fördomar

Kodningen utfördes av båda författarna tillsammans där vi hade möjlighet att diskutera fram lämpliga nyckelord om det uppstod någon osäkerhet. När kodning utförs av fler än en person möjliggörs även för en större dimensionalitet av resultatet, vilket kan öka tillförlitligheten (Skjott Linneberg & Korsgaard 2019). Vid kodning letade vi främst efter ord eller uttryck som sade något om entreprenören som person samt dennes roll och agerande i relation till sin verksamhet. Vidare valde vi att inte koda de stycken i en artikel som inte handlade om entreprenören i fråga. I de fall då någon annan utöver entreprenören kom till



tals, kodades inte heller det som den personen sade. Liksom i studien av Jernberg et al. (2020) utgick vi även i denna studie från att den slutgiltiga porträtteringen i en artikel uppstår genom ett samspel mellan entreprenören, journalisten, omgivningen och tidningen, och att en artikel således är ett samproducerat material. Därmed valde vi att koda både det journalister skrev och det som entreprenören själv uttalade sig om.

Vi har valt att i största möjliga mån anonymisera de identiteter som förekom i artiklarna. Det är länkat till etiska aspekter där fokus bland annat läggs på hur forskare ska behandla de individer som studeras (Bryman & Bell 2017). Exempel på etiska principer som inom samhällsforskning kan komma att brytas mot är inkräkning på individers privatliv och skada för deltagare i form av till exempel sämre självkänsla eller förhindrande av personlig utveckling. I denna studie studeras inte några specifikt utvalda individer som författarna var i kontakt med. Men, för att öka generaliserbarheten samt säkerställa att forskningens fokus blev att studera den generella framställningen av manliga och kvinnliga entreprenörer i den valda tidskriften, och inte kritiskt granska de entreprenörer eller journalister bakom porträtteringen, valde vi att anonymisera personerna i artiklarna. Detta minskade även risken för att etiska principer bröts mot. Anonymiseringen skedde genom att vi utelämnade namn på de entreprenörer som utgjorde objekt i artiklarna, namn på journalister samt sammanställning av de artiklar som ingick i analysen.

### 3.4. Analys av data

I denna studie utförde vi en diskursanalys som innebär att man fokuserar på skapandet av olika versioner av verkligheten med hjälp av språket (Bryman & Bell 2017). För att studera hur genus är socialt konstruerat inom just lantbruk är diskurser ett användbart verktyg (Liepins 1998). Det finns kritik som riktas mot diskursanalys som bland annat handlar om att diskursanalytiska praktiker kan uppvisa en antirealistisk tendens (Bryman & Bell 2017). Detta grundar sig i att diskursanalys fokuserar på representationspraktiken och inte i lika stor utsträckning på den materiella verkligheten. I vår studie fokuserade vi på att undersöka just representationen och framställningen av manliga och kvinnliga entreprenörer i media inom lantbruksbranschen och därmed kan denna kritik tänkas vara mindre relevant för just denna undersökning.

Efter insamlingen av empiri sammanställde vi alla nyckelord och dess frekvens i en lista som återfinns i Bilaga 1. Därefter gjordes en sällning och hopslagning av de nyckelord som enligt oss betydde eller förklarade samma sak, dessa skrevs om till en benämning. Vidare i analysen och efter diskussion mellan författarna om vad nyckelorden sade om entreprenörens porträttering, kom sju kategorier av nyckelord

för de kvinnliga entreprenörerna att ta form och sex kategorier för de manliga (se Tabell 2). Dessa kategorier konstaterades vara mönster för hur entreprenörerna porträtterades i de studerade artiklarna i tidningen Land Lantbruk. För att se vilka mönster som var mest framträdande och således stereotypa i porträtteringen, dividerades antalet gånger som nyckelorden i respektive mönster för de manliga och kvinnliga entreprenörerna förekom med det totala antalet artiklar som studerades av manliga respektive kvinnliga entreprenörer (se uträkning för respektive mönster i Bilaga 2 och 3). Detta gav en frekvens för hur många gånger i genomsnitt olika nyckelord som tillhörde ett specifikt mönster nämndes per artikel för kvinnorna respektive männen och det blev synligt vilka mönster för de manliga respektive kvinnliga entreprenörerna som var mest framträdande. Då vi avkodade fler artiklar som behandlade manliga entreprenörer än kvinnliga var denna uträkning nödvändig då det annars hade gett ett snedvridet resultat. Vi valde att se de fem mest framträdande mönstren för männen respektive kvinnorna som stereotypa (se Tabell 2). Vi är medvetna om att mönstrena för kvinnan som entreprenör generellt har högre frekvens. Detta kan tyda på att kvinnan i denna porträttering har snävare och starkare mönster.

Tabell 2. Mönster för hur entreprenörerna porträtterades samt frekvens (avrundat till två decimaler). Fetstilta mönster är de framträdande.

Kvinnan som entreprenör:		Mannen som entreprenör:	
Mönster:	Frekvens:	Mönster:	Frekvens:
<b>Ett omhändertagande</b>	3,45	<b>En arbetsamhet &amp; framåtanda</b>	3,85
<b>En självsäkerhet &amp; normbrytning</b>	3,18	<b>En självsäkerhet</b>	3,19
<b>En arbetsamhet &amp; framåtanda</b>	2,45	<b>Ett ekonomiskt intresse</b>	1,11
<b>Rollen som kvinna &amp; i relation till en man</b>	2,45	<b>En framgångssaga</b>	0,96
<b>Ett behov av andra &amp; en känsla av oro</b>	1,09	<b>Mannen tillsammans med mannen</b>	0,56
Ett ekonomiskt intresse	0,73	Ett omhändertagande	0,52
En framgångssaga	0,45		

För de kvinnliga entreprenörerna visade sig följande stereotypa mönster förekomma i porträtteringen; ett omhändertagande, en självsäkerhet och normbrytning, en arbetsamhet och framåtanda, rollen som kvinna och i relation till en man samt ett behov av andra och en känsla av oro. För de manliga entreprenörerna visade sig följande stereotypa mönster förekomma i porträtteringen; en arbetsamhet och framåtanda, en självsäkerhet, ett ekonomiskt intresse, en framgångssaga samt mannen tillsammans med mannen. I kapitel 4

Empirisk analys kopplas respektive mönster till teori för att studera huruvida stereotypa mönster i teori befasts eller frigörs genom empirin.

### 3.5. Trovärdighet och äkthet

Det finns två grundläggande kvalitetskriterier som inom kvalitativ forskning kan användas för bedömning av undersökningen, dessa är trovärdighet och äkthet (Bryman & Bell 2017). Trovärdighet utgörs av de fyra delkriterierna tillförlitlighet, överförbarhet, pålitlighet och konfirmering. Delkriteriet tillförlitlighet handlar om att det ska finnas tillförlitlighet i resultaten (ibid). Kvalitativ forskning behandlar vanligtvis studier om en mindre grupp alternativt enskilda individer vilket gör att det snarare blir ett djup istället för en bredd. Således kritiseras kvalitativ forskning ofta för svårigheterna med att generalisera resultat av en undersökning vilket kan kopplas till delkriteriet överförbarhet som undersöker om resultatet av en studie kan överföras till andra kontexter (ibid). Syftet med denna studie är dock i linje med Guba och Lincoln (1985 i Bryman & Bell 2017, s. 382) att ge fylliga redogörelser som sedan andra personer kan ta del av och i sin tur bedöma överförbarheten till en annan miljö.

Ett annat delkriterium är pålitlighet som innebär att forskare bör anta ett granskande synsätt för att kunna bedöma undersökningen (Bryman & Bell 2017). Detta gör vi genom att presentera en tydlig redogörelse av alla olika faser av forskningsprocessen. En ytterligare aspekt som kan bidra till ökad pålitlighet i denna studie grundas i transparens i hur våra slutsatser är relaterade till insamlad data (Skjott Linneberg & Korsgaard 2019) då samtliga kodade nyckelord samt grupperingar av dessa finns tillgängliga för läsaren i Bilaga 1, 2 och 3.

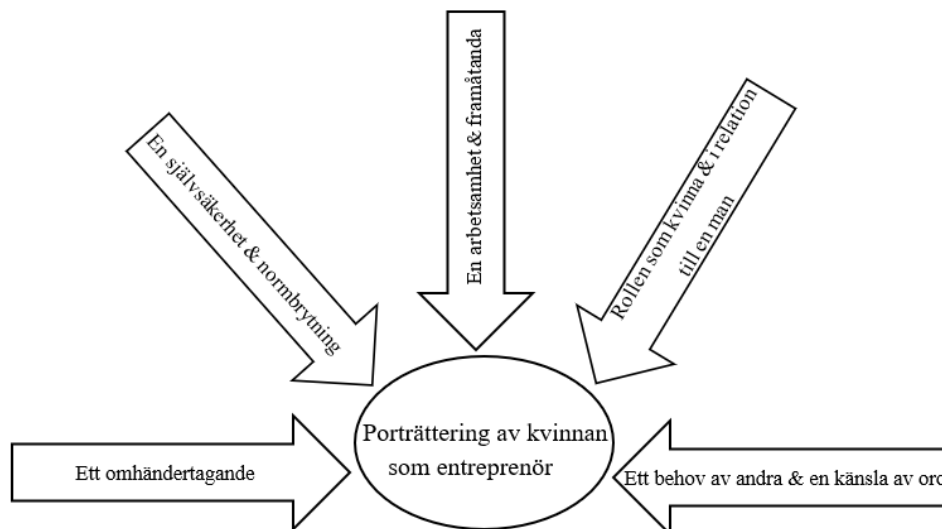
Vidare nämns konfirmering som ytterligare ett delkriterium kopplat till trovärdighet (Bryman & Bell 2017). Detta delkriterium handlar om att forskarna med insikt om att det inte går att uppnå fullständig objektivitet inom kvalitativ forskning ska säkerställa att de ändå har agerat i god tro. I denna studie har författarna genom hela processen haft i åtanke att vara medvetna om sina personliga värderingar för att säkerställa ett så neutralt resultat som möjligt.

Det andra huvudsakliga kvalitetskriteriet inom kvalitativ forskning är äkthet som också består av ett antal delkriterier (Bryman & Bell 2017). Ett delkriterium handlar om att studien ska ge en tillräckligt rättvis bild av de åsikter som medverkande människor i studien besitter. För att säkerställa detta baseras denna studie på ett tillräckligt stort antal artiklar av både manliga och kvinnliga entreprenörer. Eftersom individer uppfattar saker olika (ibid) var vi som författare även medvetna om att det i denna studie delvis handlar om hur journalisten uppfattar de individer

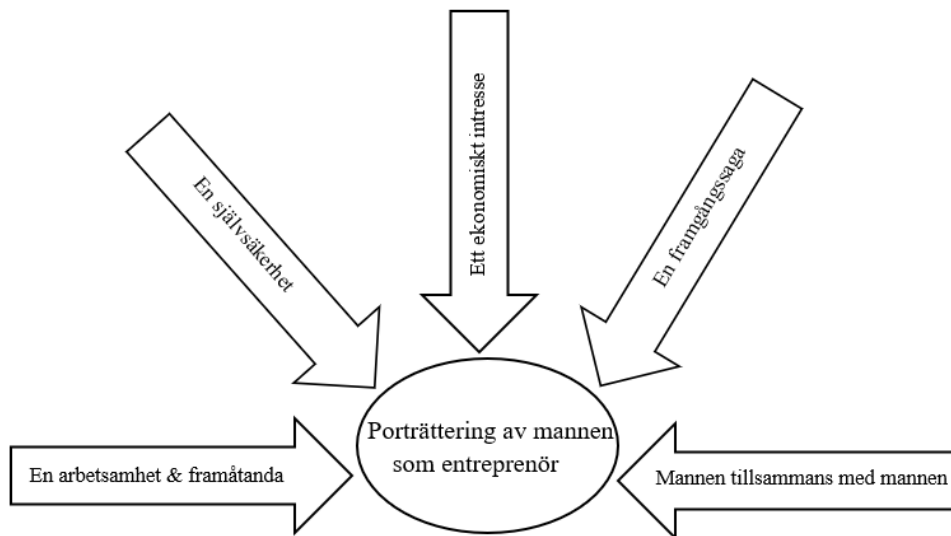
som intervjuas. Vidare berör resterande delkriterier kopplade till äkthet autenticitet, som handlar om i vilken utsträckning studien kan påverka och hjälpa de individer som bidragit till insamling av empiri (ibid). Det handlar bland annat om hur studien kan möjliggöra förändring samt öka förståelsen om ett fenomen, vilket denna studie bidrar med i och med att genom resultatet visa på att en förändring behöver ske samt i vilken riktning.

## 4. Empirisk analys

Vi har valt att presentera de fem mest framträdande mönstrena av porträtteringen av kvinnan och mannen som entreprenör i Land Lantbruk. Samtliga mönster och dess frekvens går att se i Tabell 2 i kapitel 3. För de kvinnliga entreprenörerna visade sig följande stereotypa mönster förekomma i porträtteringen; ett omhändertagande, en självsäkerhet och normbrytning, en arbetsamhet och framåtanda, rollen som kvinna och i relation till en man samt ett behov av andra och en känsla av oro (se Figur 2). För de manliga entreprenörerna visade sig följande stereotypa mönster förekomma i porträtteringen; en arbetsamhet och framåtanda, en självsäkerhet, ett ekonomiskt intresse, en framgångssaga samt mannen tillsammans med mannen (se Figur 3).



Figur 2. Stereotypa mönster i porträtteringen av kvinnan som entreprenör i empirin.



Figur 3. Stereotypa mönster i porträttering av mannen som entreprenör i empirin.

Avkodningen skedde av artiklar i kronologisk ordning bakåt i tiden med start från den utgåva som senast hade getts ut vid empiriinsamlingens start, vilket var nummer 15 som gavs ut 2021-04-09. Den sista utgåvan som avkodades var nummer två som gavs ut 2021-01-08. Totalt avkodades 38 artiklar i 13 utgåvor, varav elva behandlade kvinnliga entreprenörer och 27 behandlade manliga entreprenörer. Redan här går det att konstatera en underrepresentation av kvinnliga entreprenörer i den media som har studerats, i likhet med resultat från (Hamilton 2013).

Nedan presenteras den empiriska analysen utifrån varje stereotyp mönster i empirin för kvinnan respektive mannen som entreprenör. I den empiriska analysen presenteras enbart ett urval av nyckelord till respektive mönster. Samtliga nyckelord går att se i Bilaga 2 och 3.

#### 4.1. Kvinnan som entreprenör

I detta avsnitt kommer de fem mest framträdande mönstren, som således utgjorde stereotypa mönster för den kvinnliga entreprenören i Land Lantbruk, att presenteras och analyseras. De fem stereotypa mönstren för kvinnan som entreprenör var; ett omhändertagande, en självsäkerhet och normbrytning, en arbetsamhet och framåtanda, rollen som kvinna och i relation till en man samt ett behov av andra och en känsla av oro. Samtliga nyckelord för respektive mönster går att se i Bilaga 2, i detta avsnitt presenteras ett urval baserat på de med högst frekvens samt andra nyckelord som enligt författarna belyser mönstret väl.

### 4.1.1. Ett omhändertagande

I detta stereotypa mönster framgår det bland annat att kvinnliga entreprenörer värnar om miljö och djurens välmående, har ett etiskt tänk samt är måna om kommunikation av ekologiska värden. Följande utdrag ur Land Lantbruk åskådliggör den kvinnliga entreprenörens värnande om miljön "Jag vill sköta odlingen så bra som möjligt för miljön och på sikt förbättra både jorden och vattendragen och sparar alltid lite av grüngödslingen som får stå kvar och blomma på hösten"<sup>1</sup>. Hur kvinnan är mån om kommunikationen av ekologiska värden belyses i följande citat där hon "... betonar vikten av att de värden som produceras på ekogårdarna kommuniceras hela vägen till matbordet"<sup>2</sup>.

I detta stereotypa mönster skildrades även den kvinnliga entreprenören som någon som värnar om andra människor. Bland annat beskrevs entreprenören i ett flertal artiklar värna om sina anställda.

Jag kan inte tänka mig att behöva sätta mina anställda i den situationen, det är så himla...

Hon tystnar, vänder bort blicken en kort stund.

Den sitsen önskar jag inte någon och jag vet att det faktiskt kan hända.

Nu håller hon journalmet själv i så stor utsträckning som möjligt under perioder med mer aktivitet från djurrättsaktivister<sup>3</sup>.

Vidare framgick det i flertalet artiklar att den kvinnliga entreprenören lyfter upp *vi:et* hos bönder vilket, bland annat synliggörs i utdraget "Vi ekobönder producerar fantastiska råvaror som värnar om både människor och miljö, det ska vi vara stolta över"<sup>4</sup>. I flera artiklar framställdes även kvinnan som någon som lyfter andra entreprenörer i branschen, "Nej vet ni vad bondekolleger, sträck på er och var stolta. Det är inte många i dagens samhälle som skulle fixa det vi gör"<sup>5</sup>. Och utöver detta beskrevs även entreprenören värdesätta god arbetsmiljö, hylla samarbetspartners, värna om människor samt tänka på andra och vara mån om andras välmående. Detta framgår ur citatet i Land Lantbruk "Att få ställa frågan hur de ser på livet och att jobba igen kan bli ett startskott på en värdefull process, och för mig är det positivt att se att folk mår bättre och bättre..."<sup>6</sup> som nämns i en kontext där den kvinnliga

---

<sup>1</sup> Ellström, A. (2021). Hon är en av få kvinnor inom växtodling. *Land Lantbruk*, 5 mars. s. 6.

<sup>2</sup> Ellström, A. (2021). Hon är ny ordförande för Ekologiska Lantbrukarna. *Land Lantbruk*, 9 apr. s.9.

<sup>3</sup> Söderqvist, J. (2021). Höjd säkerhet för att skydda de anställda. *Land Lantbruk*, 12 mars. s. 8.

<sup>4</sup> Ellström, A. (2021). Hon är ny ordförande för Ekologiska Lantbrukarna. *Land Landbruk*, 9 apr. s. 9.

<sup>5</sup> Gustawson, A. (2021). Bondekolleger, sträck på er och var stolta. *Land Lantbruk*, 22 jan. s. 5.

<sup>6</sup> W-Borg, M. (2021). Rehabilitering på landsbygden - miljö och djur ger ro i själen. *Land Lantbruk*, s.30.

entreprenören har öppnat sin verksamhet för rehabilitering för personer med psykisk ohälsa. Vidare har det även i detta stereotypa mönster gått att urskilja hur en kvinnlig entreprenör belyste frågan ojämställdhet samt hur kvinnan framställdes som medkännande, mån om rättvisa och ödmjuk.

Denna framställning av kvinnan i en omhändertagande roll skulle kunna kopplas till hur konstruktionen av roller i media reflekterar strukturer som finns i samhällsdiskursen i stort samt att representationen baseras på den faktiska sociala verkligheten (Bjursell & Bäckvall 2011; Brandth & Haugen 2000), där detta mönster reflekterar diskursen om kvinnan som just omhändertagande.

#### 4.1.2. En självsäkerhet och normbrytning

Det stereotypa mönstret om en självsäkerhet och normbrytning förekom i olika former i artiklar som behandlade kvinnliga lantbrukare. Avkodningen visade sig bland annat spegla handlingar som påvisade en självsäkerhet i form av att entreprenören var någon som agerar utefter förutsättning, kritiserar fenomen, var självständig, självsäker samt någon som manar till förändring på något sätt, vilket bland annat framgår ur citatet "Det är dags att jobba med och inte mot lokalbefolkningen"<sup>7</sup>.

Det porträtterades även i relation till detta mönster att den kvinnliga entreprenören ifrågasatte beteende och normer samt beskrevs som att hon gick mot normen. Att kvinnan ifrågasatte en norm och ett beteende i branschen framgår bland annat i citatet ur Land Lantbruk "Får också män beröm när de lastar av utsäde vid mottagningen? undrar hon"<sup>8</sup>, där kvinnan syftar på kommentarer som hon har fått i sitt dagliga arbete från personal på mottagningar. Att kvinnan beskrevs som någon som går mot normen förekom bland annat i en artikel där följande citat ur Land Lantbruk kunde avläsas i ingressen "Att kvinnor driver växtodlingsgårdar på egen hand hör till undantagen"<sup>9</sup>. I samma artikel uttrycker även den kvinnliga entreprenören sig om att hon går mot denna norm och upplever sig vara ensam i branschen, "Ska jag vara ärlig känner jag ingen annan kvinna som ensam driver en växtodlingsgård"<sup>10</sup>. Att kvinnan lyftes fram som att hon är ensam i branschen förekom även i en artikel där kvinnan beskrevs som "... Eda kommuns enda grisproducent"<sup>11</sup>.

Den normbrytning som kvinnan porträtteras med går i linje med teori om mediebilder över kvinnliga entreprenörer där ett vanligt förekommande mönster är

---

<sup>7</sup> Henningsson, M. (2021). "Vargstammen ett hot mot fårnäringen". *Land Lantbruk*, 5 feb. s.13.

<sup>8</sup> Ellström, A. (2021). Hon är en av få kvinnor inom växtodling. *Land Lantbruk*, 5 mars. s.6.

<sup>9</sup> Berglund, G. (2021). "Jag valde att fortsätta driva familjens växtodlingsgård". *Land Lantbruk*, 12 mars. s.14

<sup>10</sup> Berglund, G. (2021). "Jag valde att fortsätta driva familjens växtodlingsgård". *Land Lantbruk*, 12 mars. s.14.

<sup>11</sup> Sedenius, J. (2021). Friska djur nyckeln till bättre ekonomi. *Land Lantbruk*, 12 feb. s. 24.



att kvinnan porträtteras som sällsynt och att hon i sin yrkesroll lyfts fram i kontexter där hon bryter mot en norm, tar sig an ett nytt område eller gör något som kan betraktas som en sensationell händelse (Bjursell & Bäckvall 2011). Media med fokus på lantbruk har också historiskt framhållit en diskurs av femininitet där kvinnan beskrivs som marginaliserad (Oldrup 1999), vilket vår empiri till viss del genom detta stereotypa mönster påvisar stämna överens med. Att normen i detta fall är det manliga går att koppla till genus och vilka föreställningar och förväntningar det finns om manligt och kvinnligt, samt genussystemet som påvisar logiken om isärhållandet av manligt och kvinnligt där det manliga betraktas som norm (Hirdman 1988).

Avkodningen visade även i linje med detta stereotypa mönster att kvinnliga lantbrukare beskrevs som någon som är stolt över sitt arbete, "Vi odlar rotsaker på myrjordar med bleke i botten och vi odlar med stolthet och älskar det vi gör"<sup>12</sup>. I en artikel porträtterades även en kvinna som någon som inte skäms över sitt yrke och sin verksamhet vilket presenterades i kontexten av att en tv-granskning av bönder hade ägt rum, "... försvara mig mot vad då? Att vi varje dag tar hand om alla damerna i ladugården? Att vi försörjer Sverige med bra mat? Nä, vi har verkligen inget att skämmas för"<sup>13</sup>. Denna självsäkerhet och normbrytning i detta mönster kan tänkas ses som något som avviker mot det teori om mediebilder över entreprenören framhåller om att den kvinnliga entreprenören vanligtvis porträtteras som söt (Bjursell & Bäckvall 2011). Här framställs snarare en kvinna som står upp för sig själv och som är säker i det hon gör.

#### 4.1.3. En arbetsamhet och framåtanda

Vid avkodning av artiklar som behandlade kvinnliga entreprenörer gick det att konstatera att ett stereotypt mönster i framställningen av dessa var beskrivningar som tydde på en arbetsamhet och framåtanda. Entreprenören framställdes bland annat som strategisk, analytisk och som någon med professionellt tänk. Att entreprenören även var noggrann i denna arbetsamhet var också något som framställdes, vilket bland annat framgår i citatet "I kampen mot ogräsen är hennes noggrannhet en styrka, vid sidan av växtföljdens tvååriga gröngödslingsvallar"<sup>14</sup>. Den kvinnliga entreprenören porträtterades även i detta avseende som någon som utvecklar- eller har ägnat sig åt utveckling av verksamheten, har effektiviserat verksamheten och som har diversifierat verksamhet.

---

<sup>12</sup> Gustafsson, Å. (2021). Bakom varje grönsak finns ett djur. *Land Lantbruk*, 12 mars. s.30.

<sup>13</sup> Gustafsson, A. (2021). Bondekolleger, sträck på er och var stolta. *Land Lantbruk*, 22 jan. s. 5.

<sup>14</sup> Ellström, A. (2021). Hon är en av få kvinnor inom växtodling. *Land Lantbruk*, 5 mars. s. 6.

Vidare porträtterades även entreprenören med beskrivningar om att hon var lösningsorienterad, målmedveten och framåtsträvande, vilket bland annat följande citat belyser “Man måste fortsätta att utvecklas. Jag har en veterinär på gården var sjätte vecka. Det ger konkret information om hur saker kan förbättras”<sup>15</sup>. Det tyder på en framåtsträvande lantbrukare som vill utvecklas och förbättras. Det skildrades även hur entreprenören hade framförhållning, ett framtidstänk samt såg möjligheter där en kvinna uttalade sig om att “Det här är framtiden bara myndigheterna vill dra åt samma håll. Vi har alla förutsättningar att producera ett miljö- och klimatsmart livsmedel”<sup>16</sup>. Denna framåtanda kan tänkas avvika från teori om hur ett vanligt förekommande mönster i mediediskursen är en porträttering av den kvinnliga entreprenören som överraskande och söt (Bjursell & Bäckvall 2011). Att kvinnan bland annat är framåtsträvande och målmedveten i detta avseende kan till exempel hävdas gå emot bilden av henne som överraskande i det hon till exempel gör.

#### 4.1.4. Rollen som kvinna och i relation till en man

Det stereotypa mönstret om rollen som kvinna och i relation till en man förekom vid ett flertal tillfällen i artiklar om kvinnliga entreprenörer som lantbrukare. Rollen som kvinna i artiklarna har bland annat porträtterats genom beskrivning av entreprenören som en av flera systrar och i en artikel lyftes det fram att “Hennes två äldre syskon har andra yrkesbanor”<sup>17</sup>, vilket skulle kunna tänkas skrivas ut för att legitimera kvinnans val, trots att det inte framgår vilket kön dessa syskon har. Denna legitimering skulle då kunna tänkas bero på den manliga dominansen inom diskursen om lantbrukare (Brandth 1995).

Den kvinnliga entreprenören har även framställts i förhållande till sin roll som kvinna och mamma där det till exempel har beskrivits hur en ny person har introducerats i arbetet på gården i samband med den kvinnliga entreprenörens föräldraledighet. I en artikel porträtteras även kvinnan som att hon har dåligt samvete över sin roll som mamma, vilket skildras i citatet ur *Land Lantbruk* “Att jag hade så lite tid för barnen när de var små sitter fortfarande i som en tagg, det ska villigt erkännas”<sup>18</sup>. I en annan artikel lyftes det fram hur kvinnan har påverkats av barn och hushållsarbete, ”Men svårigheten att få ihop tiden har främst hängt samman med barn och hushållsarbete”<sup>19</sup>. I samma artikel framställdes det även hur den kvinnliga entreprenören, till skillnad från hennes manliga kollegor som backats

---

<sup>15</sup>Sedenius, J. (2021). Friska djur nyckeln till bättre ekonomi. *Land Lantbruk*, 12 feb. s. 24.

<sup>16</sup> Sedenius, J. (2021). “Med mycket pappersarbete mister vi de duktiga bönderna”. *Land Lantbruk*, 5 mars. s.17.

<sup>17</sup> Sedenius, J. (2021). “Med mycket pappersarbete mister vi de duktiga bönderna”. *Land Lantbruk*, 5 mars. s.17.

<sup>18</sup> Berglund, G. (2021). ”Jag valde att fortsätta driva familjens växtodlingsgård”. *Land Lantbruk*, 12 mars. s.14.

<sup>19</sup> Ellström, A. (2021). Hon är en av få kvinnor inom växtodling. *Land Lantbruk*, 5 mars. s.7.

upp av sina fruar, ”... själv fått ordna barnvakt från sina föräldrar och sällan mötts av dukat bord efter en lång arbetsdag”<sup>20</sup>. Denna framställning av den kvinnliga entreprenören i hennes roll som mamma går i linje med teori om hur den kvinnliga entreprenören porträtteras i media där en motstridig framställning av hennes yrkesroll och mammaroll vanligtvis förekommer (Bjursell & Bäckvall 2011). Kvinnans roll som mamma lyfts vanligtvis upp i relation till hur denna ska kombineras med rollen i sitt arbete, där det ofta råder en spänning mellan dessa, vilket återfinns i vår empiri. Att konstruktionen av roller i media även reflekterar strukturer som finns i samhället och samhällsdiskursen i stort, bekräftas genom detta stereotypa mönster (ibid).

Ur avkodningen av artiklar om kvinnliga entreprenörer synliggjordes det även i detta stereotypa mönster hur kvinnan på olika sätt porträtterades i relation eller förhållande till en man. Här beskrevs det bland annat att kvinnan i kontexten av sin verksamhet driver denne med sin make och att hon tog över driften efter hennes far. I en artikel där det framgick att kvinnan fick hjälp av sin man belystes det dock att mannen arbetar utanför gården vilket tydligt illustreras i citatet “Hennes man arbetar heltid som ekonom och bidrar med enklare sysslor i mån av tid”<sup>21</sup>. I ytterligare en artikel beskrevs det hur kvinnans make, som ej hade erfarenhet av lantbruk, jobbar utanför gården och att ”Han hjälper till med harvning och att köra spannmålstransporter men jag gör det mer avancerade...”<sup>22</sup>. Att kvinnan porträtteras i relation till, samt att männen kommer väl till tals i artiklar om de kvinnliga lantbrukarna, påvisar den dominanta diskursen om män och maskulinitet i media både vad gäller entreprenörer och lantbruk (Hamilton 2013; Brandth 1995). Att det tydligt lyfts fram att den kvinnliga entreprenörens man inte har huvudsakligt ansvar för verksamheten utan arbetar med något annat, ställs däremot i kontrast till den manliga dominansen inom lantbruket.

Ytterligare exempel på detta stereotypa mönster framgår i en artikel där det beskrevs hur entreprenören hade avundats manliga kollegor. Kvinnan har även porträtterats som någon som är i behov av hjälp, som ej tas på allvar och som någon som har mött misstro och fördomar där kontexten har varit i förhållande till män. Detta åskådliggörs bland annat i följande utdrag ur *Land Lantbruk* “Kommentarer som ‘det där gick ju bra’ visar att de förväntat sig något annat. Jag undrar om de brukar säga så till karlarna också”<sup>23</sup>. Vidare har även beskrivningar av entreprenören där hon konkret har ställts i förhållande till en man, upplevt särbehandling och känt sig nedvärderad förekommit, ”Det kan vara

---

<sup>20</sup> Ellström, A. (2021). Hon är en av få kvinnor inom växtodling. *Land Lantbruk*, 5 mars. s.7.

<sup>21</sup> Berglund, G. (2021). ”Jag valde att fortsätta driva familjens växtodlingsgård”. *Land Lantbruk*, 12 mars. s.14.

<sup>22</sup> Ellström, A. (2021). Hon är en av få kvinnor inom växtodling. *Land Lantbruk*, 5 mars. s.6.

<sup>23</sup> Ellström, A. (2021). Hon är en av få kvinnor inom växtodling. *Land Lantbruk*, 5 mars. s.6.

maskinauktioner där utroparen kan ha antagit att hon bara är ett ombud för sin make”<sup>24</sup>. Detta mönster relaterar väl till teori om genussystemet där det som är manligt och kvinnligt hålls isär och där det manliga, i detta fall lantbruket, betraktas som en norm och det som är högst upp i hierarkin (Hirdman 1988). Att kvinnan avundas och ställs i relation till mannen på detta sätt porträtterar den underordnade position som det kvinnliga i genussystemet innehar.

#### 4.1.5. Ett behov av andra och en känsla av oro

Ett ytterligare stereotypiskt mönster som gick att urskilja ur den avkodning som skedde av artiklar som behandlade kvinnliga entreprenörer är hur kvinnan porträtterades som någon som var i någon sorts behov av andra samt upplevde eller talade om en känsla av oro. Här beskrevs det bland annat hur lantbrukaren tar hjälp av andra genom att hon har “... tagit till sig konkreta tips och råd från personer med erfarenhet på området”<sup>25</sup> samt har backats upp av andra. I specifikt en artikel om en kvinnlig entreprenör beskrevs det hur hon fasar för att klara arbetet själv och önskar avlastning i sitt arbete vilket belyses i utdraget “För att orka i längden funderar [...]”<sup>26</sup> också en hel del på hur hon ska kunna få avlastning i arbetet på gården”<sup>27</sup>. I samma artikel porträtterades kvinnan med att hon önskar större trygghet och hjälp vid till exempel sjukdom, “Det skulle behövas någon som hjälper till med de dagliga rutinerna. ... jag vill ha en större trygghet kring själva produktionen om jag exempelvis skulle bli sjuk några dagar”<sup>28</sup>. Det framgick även hur kvinnan arrenderade produktionen och odlingen.

Vad gäller känsla av oro porträtterades dessa känslor hos kvinnorna bland annat i samband med oro för kollegor i branschen samt oro och obehag för sig själv och anställda. Ett citat i *Land Lantbruk* som belyser detta är ”Det är obehagligt att veta att de varit här, känt på dörrarna, men att inte veta exakt när...”<sup>29</sup> som förekommer i en kontext där lantbrukarens verksamhet har drabbats i och med djurrättsaktivism. Det beskrevs även hur den kvinnliga entreprenören hade släppt sin oro och samt att hon inte skulle låta sig oroas, ”Det blir helt ohållbart för mig att oroa mig konstant. Där får jag vara hård och tuff mot mig själv”<sup>30</sup>. Tillhörande detta citat beskrevs det även i artikeln hur den kvinnliga entreprenören istället måste lita på sin egen förmåga.

---

<sup>24</sup> Berglund, G. (2021). ”Jag valde att fortsätta driva familjens växtodlingsgård”. *Land Lantbruk*, 12 mars. s.14.

<sup>25</sup> Sedenius, J. (2021). Friska djur nyckeln till bättre ekonomi. *Land Lantbruk*, 12 feb. s. 24.

<sup>26</sup> Borttaget namn för anonymitet

<sup>27</sup> Sedenius, J. (2021). Friska djur nyckeln till bättre ekonomi. *Land Lantbruk*, 12 feb. s.24.

<sup>28</sup> Sedenius, J. (2021). Friska djur nyckeln till bättre ekonomi. *Land Lantbruk*, 12 feb. s.24.

<sup>29</sup> Söderqvist, J. (2021). Höjd säkerhet för att skydda de anställda. *Land Lantbruk*, 12 mars. s.6.

<sup>30</sup> Söderqvist, J. (2021). Höjd säkerhet för att skydda de anställda. *Land Lantbruk*, 12 mars. s.8.

Denna framställning av kvinnan som i behov av andra och i relation till en känsla av oro, kan kopplas till hur konstruktionen av roller i media reflekterar strukturer som finns i samhällsdiskursen i stort samt att representationen baseras på den faktiska sociala verkligheten (Bjursell & Bäckvall 2011; Brandth & Haugen 2000). Detta mönster skulle då kunna tänkas reflektera diskursen om kvinnan som det svagare könet.

## 4.2. Mannen som entreprenör

I detta avsnitt kommer de fem mest framträdande mönstren, som således utgjorde stereotypa mönster för den manliga entreprenören i Land Lantbruk, att presenteras och analyseras. De fem stereotypa mönstren för mannen som entreprenör var; en arbetsamhet och framåtanda, en självsäkerhet, ett ekonomiskt intresse, en framgångssaga samt mannen tillsammans med mannen. Samtliga nyckelord för respektive mönster går att se i Bilaga 3, i detta avsnitt presenteras ett urval baserat på de med högst frekvens samt andra nyckelord som enligt författarna belyser mönstret väl.

### 4.2.1. En arbetsamhet och framåtanda

Det stereotypa mönstret om en arbetsamhet och framåtanda framkom i olika kontexter vid kodningen av de manliga artiklarna i Land Lantbruk. Entreprenören framställdes i stor utsträckning som noggrann, analytisk och taktisk, vilket bland annat synliggörs i utdraget "Han odlar redan chipspotatis för OLW och ser stärkelsepotatisen som ett komplement men också för att variera sorter och som en strategi mot sjukdomar..."<sup>31</sup>. Utöver detta beskrevs entreprenören i två artiklar som att denne ville ha kontroll och har kontroll vilket belyses i utdraget "Jag tänker ibland på tiden före 1984 när far och jag inte hade en aning om vad som fanns nere i jorden. Numera har jag full koll på alla täckdiken på gården"<sup>32</sup> som framförs i kontexten av att lantbrukaren har digitaliserat en karta över täckdiken och ledningar på sin mark som traktorns GPS förstår. Vidare porträtterades entreprenören även med beskrivningar som att denne är effektiv, arbetar hårt samt är handlingskraftig och ihärdig. Detta skulle i viss utsträckning kunna gå i linje med hur manliga lantbrukare genom hegemonisk maskulinitet framställs som bland annat manuellt arbetande, aktiva, robusta och i samband med deras utövande av kontroll av omgivningen (Liepins 1998).

Vidare framställdes entreprenören också med beskrivningar som att denne hade framförhållning, var framåtsträvande, innovativ och målinriktad. Det förekom även

---

<sup>31</sup> Gianuzzi, M. (2021). "Vi skruvar kanske ner insatserna lite". *Land Lantbruk*, 19 mars. s.27.

<sup>32</sup> Söderqvist, J. (2021). Full koll på åkrarnas täckdiken med digital karta. *Land Lantbruk*, 9 apr. s. 16.

beskrivningar om att den manliga entreprenören var lösningsorienterad samt att denne besatt ett framtidstänk och ville utvecklas, vilket följande citat i *Land Lantbruk* belyser “Jag vill tidigt vara med och lära mig och målet när vi har kommit till någon form av linjeproduktion är att det ska var [*sic*] mer lönsamt än den odling vi bedriver idag”<sup>33</sup>.

En annan form av detta mönster framkom även när manliga entreprenörer i förhållande till sin verksamhet beskrevs ha utvecklat, eller strävar efter att utveckla sin verksamhet, samt underlättat och effektiviserat sitt arbete. Entreprenören beskrevs även som någon som har diversifierad verksamhet och som försvarar sin verksamhet. I kontrast till detta mönster beskrevs det i ett fall en manlig entreprenör som hade skalat ner sin verksamhet och hade småskalig verksamhet, “För fem år sedan var Fåröbonden [...]”<sup>34</sup> storskalig odlare av ekologisk lök och potatis. Efter växling till småbruk har nattsömnen blivit bättre...”<sup>35</sup>. Och i en annan artikel beskrevs på liknande sätt en manlig entreprenör som enbart hade en typ av verksamhet, “[...]”<sup>36</sup> och hans son [...]”<sup>37</sup> är fortfarande lantbrukare men numera är det enbart växtodling”<sup>38</sup>. Denna framställning av den manliga lantbrukaren avviker till viss del från porträtteringen av den manliga lantbrukaren som via hegemonisk maskulinitet ofta har porträtterats som stark och robust (Brandth 1995; Liepins 1998). Denna avvikelse går även att urskilja i en artikel där det framgick att entreprenören hade avvecklat sin verksamhet för eget välmående “Men jag orkade inte springa fortare utan började avveckla för att komma tillbaka till ett liv”<sup>39</sup>.

I relation till sin verksamhet och i linje med mönstret att vara arbetsam och framåtsträvande har även mannens förhållande till- och användning av teknik och digitala hjälpmedel lyfts fram. Här har det bland annat beskrivits hur entreprenören ska satsa på robot, använder sig av robotar, använder sig av teknik samt har digitaliserat. Detta faller väl in under den mediebild över lantbrukaren som allt mer har ersatts med en affärsinriktad maskulinitet till följd av digitalisering och ny teknologi (Brandth 1995; Brandth & Haugen 2000).

I detta stereotypa mönster har det även förkommit beskrivningar av den manliga entreprenören som skulle kunna tyda på dennes relation till familjen och att arbetet har prioriterats i vissa avseenden. Detta går även att koppla till det stereotypa mönstret i empirin av mannen tillsammans med mannen som presenteras nedan.

---

<sup>33</sup> Sedenius, J. (2021). Pilotodlaren: Rimligt att fler hjälper till. *Land Lantbruk*, 5 mars. s. 27.

<sup>34</sup> Borttaget namn för anonymitet

<sup>35</sup> Ellström, A. (2021). “Nu kan jag producera med en rimlig arbetsinsats”. *Land Lantbruk*, 15 jan. s.10.

<sup>36</sup> Borttaget namn för anonymitet

<sup>37</sup> Borttaget namn för anonymitet

<sup>38</sup> Henningsson, M. (2021). Bygger hus på åkern men räddar jorden. *Land Lantbruk*, 19 feb. s.14.

<sup>39</sup> Ellström, A. (2021). ”Nu kan jag producera med en rimlig arbetsinsats”. *Land Lantbruk*, 15 jan. s. 10.

Här har vi dock valt att fokusera på att arbetet prioriteras och således presenterar detta här. I en artikel förekom det en beskrivning av hur den manliga entreprenören sedan en nedskalning av verksamheten hade mer tid för familjen, ”Även om familjen kanske inte håller med har jag mer tid för dem än om jag fortfarande varit med på tåget”<sup>40</sup>. Denna framställning tyder på att den manliga lantbrukaren tidigare, och kanske även fortfarande, inte har haft ett huvudansvar när det kommer till familj och hushållssysslor. Det skulle kunna kopplas till porträtteringen av hur den manliga entreprenören inte behöver balansera privat- och arbetslivet (Jernberg et al. 2020) och hur konstruktionen av roller i media reflekterar strukturer som finns i samhället och samhällsdiskursen i stort (Bjursell & Bäckvall 2011; Brandth & Haugen 2000). Att mannen är den med huvudsakligt ansvar för arbetet på gården där familjen i viss bemärkelse åsidosätts men finns som stöttning, kunde även urskiljas i en artikel där det beskrevs att verksamheten specifikt drevs av entreprenören “... med god hjälp av familjen”<sup>41</sup>.

Den manliga entreprenören framställdes vidare med framåtsträvande och arbetsamma egenskaper som bland annat att entreprenören var transparent, vilket framkommer i utdraget “Vi gjorde en stor tjänst åt svensk djurproduktion när vi valde att låta gården vara öppen och visade vår djurhållning...”<sup>42</sup>. Entreprenören framställdes också som uppmärksam och ansvarsfull samt att denne drivs av personligt intresse och får energi av väl utfört arbete.

#### 4.2.2. En självsäkerhet

När artiklar avkodades kunde ett stereotypt mönster utläsas genom flertalet beskrivande egenskaper som tydde på en sorts självsäkerhet hos den manliga entreprenören. Bland annat beskrevs entreprenören som någon som är kunnig, insiktsfull och har stora planer samt vill lära och inspirera andra. Denna självsäkerhet illustreras bland annat i detta citat i Land Lantbruk, “Tillsammans med grundaren [...]”<sup>43</sup> har han stora tillväxtplaner för framtiden. Ytterligare producenter har anslutits och målsättningen är att med en logisk lösning erbjuda leveranser av kött, fågel, fisk, ägg, rotfrukter och grönsaker över hela Skåne till påsk”<sup>44</sup>. Detta kan kopplas till teori om hur konstruktionen av roller i media reflekterar de strukturer som finns i samhällsdiskursen i stort (Bjursell & Bäckvall 2011) vilket till exempel skulle kunna vara att den manliga entreprenören framställs som självsäker och i förhållande till vad en machokultur innebär.

---

<sup>40</sup> Ellström, A. (2021). “Nu kan jag producera med en rimlig arbetsinsats”. *Land Lantbruk*, 15 jan. s.10.

<sup>41</sup> Ellström, A. (2021). Fritt spelrum för klöver med låg kvävetillförsel. *Land Lantbruk*, 9 apr. s.14.

<sup>42</sup> Gohde, H. (2021). När galna ko-sjukan kom till Sverige. *Land Lantbruk*, 12 mars. s. 20.

<sup>43</sup> Borttaget namn för anonymitet

<sup>44</sup> Berglund, G. (2021). Han är ny delägare i e-handeln Mylla Mat. *Land Lantbruk*, 12 mars. s. 13.

Entreprenören porträtterades även som någon som aktivt gör eller har gjort egna bedömningar, som på något sätt manar till en förändring samt ifrågasätter och kritiserar fenomenen som system, vilket exemplifieras i detta citat "Frågan man måste ställa sig är om det är vi småföretagare som ska subventionera statens lekstuga med vargar"<sup>45</sup>. Ytterligare kodade nyckelord som kan relateras till detta mönster av en självsäkerhet var att entreprenören var säker på sin sak, uttryckte missnöje, såg andra lösningar samt agerade utefter förutsättning.

Det stereotypa mönstret om en självsäkerhet framkom även när känslor hos entreprenören porträtterades. Avkodningen synliggjorde en framställning där entreprenören bland annat var nöjd över sin verksamhet, entusiastisk över eget åstadkommande samt stolt över sin verksamhet och sitt arbete, "I fjol landade skörden i stället på 55 ton per hektar vilket var ett resultat i det absoluta toppskiktet"<sup>46</sup>. Utöver detta beskrevs en manlig entreprenör som att denne litar på sin egen förmåga vilket också tyder på en självsäkerhet.

#### 4.2.3. Ett ekonomiskt intresse

Porträtteringen av den manliga entreprenören påvisar ett stereotypt mönster kring ett ekonomiskt intresse. Det har bland annat redogjorts hur entreprenören innehar ett ekonomiskt tänk, får avkastning från investeringar samt har gjort stora investeringar. Utöver detta porträtterades även den manliga entreprenören med att han drivs av lönsamhet, utnyttjar ekonomiska möjligheter, fokuserar på lönsamhet samt är mån om avkastning, vilket åskådliggörs genom följande citat i Land Lantbruk "Så länge stärkelsepotatisen bara är lönsammare än alternativen så är det inget snack"<sup>47</sup>. En skildring av entreprenören med ett generellt fokus på lönsamhet har även förekommit och i två olika artiklar skrevs det om hur entreprenören riskerar att förlora i omsättning samt nu är mindre skuldsatt. Detta stereotypa mönster kan kopplas till hur porträtteringen av den manliga entreprenören representerar framgångsfaktorer som kan länkas till finansiella mått och ekonomisk prestation (Jernberg et al. 2020). Mönstret går även i linje med en mer affärsinriktad maskulinitet, där fokus i media allt mer ligger på ett konkurrenskraftigt affärsdriv istället för den fysiska styrkan och uthålligheten (Brandth 1995; Brandth & Haugen 2000).

#### 4.2.4. En framgångssaga

Detta stereotypa mönster åskådliggjordes av kodningen då flertalet beskrivningar av den manliga entreprenören gick i linje med framgång, som bland annat följande

---

<sup>45</sup> Berglund, G. (2021). Lars går miste om ersättning efter rovdjursangrepp. *Land Lantbruk*, 19 mars. s.18.

<sup>46</sup> Gianuzzi, M. (2021). "Vi skruvar kanske ner insatserna lite". *Land Lantbruk*, 19 mars. s.27.

<sup>47</sup> Gianuzzi, M. (2021). "Vi skruvar kanske ner insatserna lite". *Land Lantbruk*, 19 mars. s.27.



citat belyser "Produktionen på Persgård några kilometer utanför Varberg tillhör det svenska toppskiktet och var 2015 den första som sprängde den magiska gränsen med 30 avvanda grisar per sugga och år"<sup>48</sup>. Även beskrivningar som att entreprenören lyckades, har fått utmärkelse och var i framkant framhölls. Citatet i *Land Lantbruk* "Förra året förärades han också Nötkreatursstiftelsen Skaraborgs årliga stipendium på 10 000 kronor"<sup>49</sup> illustrerar hur den manliga entreprenören har fått utmärkelse. Vidare beskrevs även den manliga entreprenören med andra ord kopplade till framgång som till exempel, att entreprenören fått erkännande, fått upprättelse, tog revansch och vunnit en tvist. Vissa av dessa beskrivningar kan tänkas gå i linje med hur innebörd av konkurrens framhålls i porträttering av den manliga lantbrukaren (Liepins 1998). Ytterligare exempel på beskrivningar kopplade till framgång i artiklar om manliga entreprenörer beskrevs genom konkreta framgångsfaktorer som till exempel att entreprenören har certifierad verksamhet, har fått ett kvalitetsintyg av jury samt att en entreprenör har varit Sveriges största odlare inom sitt område. Dessa skulle även kunna tyda på någon sorts framställning av den manliga entreprenören i en kontext med innebörder av tävlingar (Liepins 1998).

I kontrast till framgång har det dock i några artiklar framställts en typ av motgång där entreprenören till exempel har beskrivits befinna sig i en utsatt position och att denne har mött motgångar. Följande citat belyser hur entreprenören mötte sådana motgångar och även gick in i väggen:

Under de snart 30 åren har han varit med om flera dramatiska händelser. Sommaren 1997 slog åskan ner på gården i Uddesbo och 29 kor dödades. Tio år senare svämmade Svartån över och dränkte åkrarna. 2018 var det den svåra torkan som på olika sätt påverkade honom så mycket att han året efter gick in i väggen. Han kunde knappt ta sig ur sängen och få på sig kläderna<sup>50</sup>.

#### 4.2.5. Mannen tillsammans med mannen

Ett ytterligare stereotypt mönster som framkom ur kodningen av artiklar som behandlade manliga entreprenörer var mannens framställning tillsammans med andra män i dennes omgivning. Här skildrades det i ett flertal artiklar hur entreprenören drev sin verksamhet tillsammans med sin far, med sin bror eller med sin son. Det beskrevs även att entreprenören hade och ägde gården tillsammans med sin bror samt att söner och svärfadern till entreprenören hjälpte till i verksamheten. Utöver detta förekom även beskrivningar om att entreprenörens pappa var bonde och att entreprenören hade lärt sig av sin far, vilket bland annat följande citat belyser

---

<sup>48</sup> Berglund, G. (2021). Potatismjöl och havre till heders när zinken ska bort. *Land Lantbruk*, 26 mars. s. 6.

<sup>49</sup> Berglund, G. (2021). SRB-kossan har blivit stjärnkockarnas favorit. *Land Lantbruk*, 9 apr. s. 6.

<sup>50</sup> Henningsson, M. (2021). "Livsmedelsstrategin viktigast nu så vi kan producera mer livsmedel". *Land Lantbruk*, 8 jan. s. 13.

“Årsskiftet bjöd på barmark och jag följde min far till skogen i mellandagarna för att för första gången avverka”<sup>51</sup>.

I en artikel beskrevs det hur den manliga entreprenören hade en son och en dotter med intresse för lantbruk och vidare har kopplingen till kvinnor förekommit, men inte i lika stor utsträckning. Det har ett fåtal gånger skildrats hur den manliga entreprenören äger gården tillsammans med sin hustru och tog över gården med sin hustru. Att den manliga entreprenören och dennes verksamhet i störst utsträckning framställts tillsammans med män påvisar den dominanta diskursen om maskulinitet och män i media gällande både lantbruk och entreprenörer (Hamilton 2013; Brandth 1995). Denna dominanta diskurs tillsammans med idealbilden av diskursen om ett familjelantbruk där lantbruket ärvs från far till son (Brandth 2002), går även att urskilja i en artikel där det skildrades hur den manliga entreprenören upplevde förväntningar från sina föräldrar att ta över gården efter att hans äldre bror, som egentligen var den självklara arvtagaren, hade avlidit, ”Utan att det sades rakt ut kände jag föräldrarnas förväntan om att ta över”<sup>52</sup>.

---

<sup>51</sup> Lindström, A. (2021). Ingen bonde utan tidningen Land. *Land Lantbruk*, 8 jan. s.5.

<sup>52</sup> Lindström, A. (2021). Ingen bonde utan tidningen Land. *Land Lantbruk*, 8 jan. s.5.

## 5. Diskussion

Genom insamlad empiri i form av kodning av artiklar i tidskriften Land Lantbruk samt analys av dessa data framkom ett antal stereotypa mönster i porträtteringen av kvinnliga respektive manliga lantbrukare som entreprenörer. Genom att koppla dessa till teori om genus, genussystem samt mediabilder över entreprenören och lantbruket, går det att diskutera huruvida stereotypa mönster av manliga och kvinnliga lantbrukare som entreprenörer i teorin stämmer överens med de mönster vi har funnit i empirin. Det vill säga om de stereotypa mönstren i teorin befasts eller frigörs i lantbrukspress, vilket är syftet med denna studie att undersöka.

### 5.1. Stereotypa mönster i empirin som frigör mönster i teorin

Av de stereotypa mönstren i porträtteringen av kvinnan som entreprenör i Land Lantbruk frigjorde två av dessa de stereotypa mönster av kvinnan som entreprenör och lantbrukare i teorin. Av de stereotypa mönstrena i porträtteringen av mannen som entreprenör i empirin frigjorde däremot inte något av dessa de stereotypa mönster av mannen som entreprenör och lantbrukare i teorin. Kontraster förekom i mönster hos både den kvinnliga och manliga entreprenören i empirin, dessa presenteras dock i samband med den huvudsakliga frigörelsen eller befastningen av respektive mönster.

Det stereotypa mönstret i empirin om att kvinnan framställs i samband med arbetsamhet och framåtanda avviker till viss del från teori om hur ett vanligt förekommande mönster i mediediskursen är en porträttering av kvinnan som överraskande och söt (Bjursell & Bäckvall 2011). Kvinnan som någon som har framförhållning och är målmedveten går emot bilden av henne som överraskande, till exempel i syfte att hennes åstadkommanden skulle vara av överraskande slag. Att kvinnan är framåtsträvande, målmedveten och arbetsam går också emot det stereotypa mönstret i teorin om att hon porträtteras som söt, vilket skulle kunna innebära att hon inte gör mycket ljud ifrån sig, är tillbakadragen eller liknande. Detta medför att bilden och det stereotypa mönstret av att kvinnan som entreprenör är överraskande och söt, via mönstret av en framåtanda och arbetsamhet hos den

kvinnliga entreprenören i lantbrukspress och vår empiri, till viss del frigörs. Denna arbetsamhet och framåtanda kan snarare tänkas gå i linje med stereotypa mönster i teorin om den manliga entreprenören och mannen i lantbruket som manuellt arbetande, aktiv och robust (Liepins 1998).

Ytterligare ett stereotypt mönster i porträtteringen av de kvinnliga entreprenörerna i empirin var att de beskrevs med en sorts självsäkerhet och i förhållande till en normbrytning. Normbrytningen valde vi att slå samman med självsäkerheten i detta mönster då det presenterades på ett förhållandevis självsäkert sätt, där det inte skedde i syfte att hänga ut eller måla upp kvinnan som underordnad i denna position. Denna framställning av kvinnan som normbrytande går å ena sidan i linje med teori om vanligt förekommande mönster i mediediskursen där kvinnan i sin yrkesroll lyfts fram i kontexter där hon just bryter en norm och till exempel är den första att ta sig an ett nytt område (Bjursell & Bäckvall 2011). Detta innebär således att det stereotypa mönstret av kvinnan som någon som bryter normer till viss del befästs i porträtteringen av kvinnliga lantbrukare som entreprenörer i Land Lantbruk. Att detta porträtteras i relation till en sorts självsäkerhet och att självsäkerhet i sig framställs, är å andra sidan något som avviker från teorin. Ett stereotypt mönster av att media bland annat konstruerar en diskurs av femininitet som marginaliserad och söt (Oldrup 1999; Bjursell & Bäckvall 2011) är något som skulle kunna tänkas frigöras av att den kvinnliga entreprenören i denna studie påvisas porträtteras som självsäker.

## 5.2. Stereotypa mönster i empirin som befäster mönster i teorin

Av de stereotypa mönstrena i porträtteringen av kvinnan som entreprenör i Land Lantbruk befäste tre av dessa de stereotypa mönster av kvinnan som entreprenör och lantbrukare i teorin. Av de stereotypa mönstrena i porträtteringen av mannen som entreprenör i empirin befäste mer eller mindre samtliga av dessa de stereotypa mönster av mannen som entreprenör och lantbrukare i teorin.

De kvinnliga entreprenörerna i Land Lantbruk porträtterades med ett stereotypt mönster av dem som i behov av andra samt i relation till en känsla av oro. Ett stereotypt mönster i teorin som skulle kunna tänkas relateras till denna porträttering av den kvinnliga entreprenören i lantbrukspress, är hur konstruktionen i media reflekterar strukturer i samhällsdiskursen i stort och representerar den sociala verkligheten (Bjursell & Bäckvall 2011; Brandth & Haugen 2000), vilket skulle innebära att ett stereotypt mönster av kvinnan som det svagare könet befästs.

Ytterligare ett stereotypt mönster i porträtteringen av de kvinnliga entreprenörerna i empirin var hennes roll som kvinna och i relation till en man. Den kvinnliga lantbrukaren framställdes bland annat med motstridighet och spänning mellan hennes yrkesroll och rollen som mamma, vilket stämmer överens med teori om hur den kvinnliga entreprenören vanligtvis porträtteras (Bjursell & Bäckvall 2011) och därmed leder till att detta stereotypa mönster i teorin befasts. Mönstret i teorin att konstruktionen av roller i media reflekterar strukturer som finns i samhället och samhällsdiskursen i stort, bekräftas också genom detta stereotypa mönster i empirin av att kvinnan förväntas ta ansvar för familjen. Att den kvinnliga lantbrukaren i empirin även porträtterades i relation till en man leder till att det stereotypa mönstret i teorin, om att den dominanta diskursen om entreprenörer och lantbrukare är maskulin och om män (Hamilton 2013; Brandth 1995), befasts. Att den kvinnliga lantbrukaren även har mött fördomar från män och avundats manliga kollegor, medför att det stereotypa mönstret och logiken i genussystemet, där manligt och kvinnligt hålls isär och där det manliga ses som norm (Hirdman 1988), befasts.

Ett tredje mönster i porträtteringen av de kvinnliga entreprenörerna i Land Lantbruk som befäster mönster i teorin, var att det förekom beskrivningar av kvinnan i förhållande till ett omhändertagande. Ett stereotypt mönster som skulle kunna tänkas relatera till denna porträttering av den kvinnliga entreprenören i lantbrukspress, är även det hur konstruktionen i media reflekterar strukturer i samhällsdiskursen i stort och representerar den sociala verkligheten (Bjursell & Bäckvall 2011; Brandth & Haugen 2000), vilket skulle innebära att ett stereotypt mönster av kvinnan som omhändertagande befasts.

Vad gäller den manliga entreprenören framkom ett stereotypt mönster om självsäkerhet i olika former i empirin vilket, liksom för flera mönster för kvinnan som entreprenör, kan kopplas till teori om hur konstruktionen av roller i media reflekterar de strukturer som finns i samhällsdiskursen i stort (Bjursell & Bäckvall 2011). Denna framställning av den manliga entreprenören i lantbrukspress kan tänkas spegla de strukturer som finns i samhället om att mannen till exempel skulle ses som mer självsäker och i förhållande till vad en machokultur innebär. Detta betyder att det stereotypa mönstret i empirin därmed kan tänkas befasta detta stereotypa mönster av strukturerna i samhället i stort.

I empirin framkom även ett stereotypt mönster av en arbetsamhet och framåtanda hos den manliga entreprenören genom bland annat beskrivningar av entreprenören som att denne var effektiv, ihärdig och handlingskraftig samt arbetade hårt. Utöver detta framställdes mannen även som att denne ville ha kontroll. Detta kan kopplas till teori om hur manliga lantbrukare genom hegemonisk maskulinitet porträtteras som bland annat manuellt arbetande, aktiva, robusta och med ett utövande av kontroll av omgivningen (Liepins 1998). Då empirin stämmer överens med detta

stereotypa mönster i teorin går det att konstatera att mönstret i teorin befästs genom porträtteringen av manliga lantbrukare som entreprenörer i lantbrukspress. Det fanns dock exempel som tyder på att detta stereotypa mönster även frigörs. I ett mindre antal artiklar framgick det hur den manliga entreprenören hade skalat ner eller enbart drev en typ av verksamhet och där det i en artikel framkom att denna nedskalning gjordes för eget välmående. Detta kan således tänkas gå emot teori om en porträttering av den manliga entreprenören som stark och robust (Brandth 1995; Liepins 1998).

En annan form av arbetsamhet och framåtanda framkom genom porträttering av mannen i förhållande till och användning av teknik och digitala hjälpmedel. Detta kan kopplas samman med teori som beskriver hur idealbilden av lantbrukaren allt mer har gått från att beskriva lantbrukaren som en stark, manuellt arbetande man till att ersättas med en mer affärsinriktad maskulinitet i och med att ny teknologi och digitalisering har blivit mer aktuellt (Brandth 1995; Brandth & Haugen 2000). Därmed kan detta stereotypa mönster i empirin tänkas befästa teori om att idealbilden av en lantbrukare i större utsträckning ersätts av en mer affärsinriktad maskulinitet.

Empirin har belyst ytterligare ett stereotypt mönster, där en frekvent framställning av mannen tillsammans med andra män i dennes omgivning har förekommit. Detta stereotypa mönster kan således kopplas till teori som påvisar den dominanta diskursen om män och maskulinitet i media i samband med såväl lantbruk som entreprenörer (Hamilton 2013; Brandth 1995). Detta gör då att mönstret i empirin kan tänkas befästa denna dominanta diskurs. Liknande kopplingar till kvinnor i artiklar om manliga entreprenörer har även förekommit men inte i lika stor utsträckning vilket ytterligare påvisar denna befästning av detta stereotypa mönster.

Vidare återfanns i empirin ett mönster som tyder på ett ekonomiskt intresse hos den manliga entreprenören, bland annat vad gäller ett generellt fokus på lönsamhet. Teori om den mer affärsinriktade maskuliniteten där fokus i media istället för den fysiska styrkan ligger på ett konkurrenskraftigt affärsdriv (Brandth 1995; Brandth & Haugen 2000) går således i linje med detta stereotypa mönster i empirin och kan därmed tänkas befästas i lantbrukspress. Det stereotypa mönstret om ett ekonomiskt intresse befäster även mönster i teorin om hur porträtteringen av manliga entreprenörer i media representerar framgångsfaktorer som kan länkas till finansiella mått och ekonomisk prestation (Jernberg et al. 2020).

Det framgick även att den manliga entreprenören i stor utsträckning framställdes i linje med framgång vilket kom att utgöra ett stereotypt mönster. Porträtteringen i empirin går i linje med teori om hur det i framställning av den manliga lantbrukaren framhålls innebörd av konkurrens (Liepins 1998), vilket de identifierade

nyckelorden till detta mönster även påvisar. Vidare beskrevs även den manliga entreprenören med konkreta framgångsfaktorer som till exempel att entreprenören fått ett kvalitetsintyg av jury, vilket även går i linje med teori där Liepins (1998) menar att en kontext med innebörd av tävlingar framhålls i porträtteringen av den manliga entreprenören. Således kan dessa två kopplingar till det stereotypa mönstret i teorin tänkas befästas genom porträtteringen av manliga entreprenörer i lantbrukspress.

### 5.3. Dubbel stereotypisering

Att stereotypa mönster av mediebilder över den manliga entreprenören och mannen i lantbruket i teorin befästs av samtliga stereotypa mönster av den manliga entreprenören i Land Lantbruk, påvisar tanken om en dubbel stereotypisering med den maskulint kodade entreprenören i samklang med den maskulint kodade lantbrukaren (Ahl 2006; Brandth & Haugen 2000; Brandth 2002). Vad gäller stereotypa mönster och mediebilder över den kvinnliga entreprenören och kvinnan i lantbruket i teorin, befästs dessa av tre av de fem mest framträdande mönstren hos den kvinnliga entreprenören i empirin.

De stereotypa mönstrena av den kvinnliga entreprenören och lantbrukaren i teorin frigörs dock av två av mönstrena i Land Lantbruk, nämligen en arbetsamhet och framåtanda samt en självsäkerhet och normbrytning, där dock själva normbrytningen stämmer överens med teorin om kvinnan som entreprenör och därmed befästs. Dessa mönster som frigörs kan snarare tänkas gå i linje med stereotypa mönster i teorin om den manliga entreprenören och mannen i lantbruket och går i linje med de mönster i teorin som befästs av den manliga entreprenören. Detta påvisar en dubbel stereotypisering med den maskulint kodade entreprenören i samklang med den maskulint kodade lantbrukaren (Ahl 2006; Brandth & Haugen 2000; Brandth 2002) även hos kvinnan i empirin.

## 6. Slutsatser

Syftet med denna studie var att undersöka huruvida stereotypa mönster av manliga och kvinnliga entreprenörer befästs eller frigörs i lantbrukspress. De forskningsfrågor som låg till grund för att svara mot detta syfte var hur kvinnor respektive män som entreprenörer porträtteras i tidskriften Land Lantbruk samt om det finns någon skillnad i porträttering mellan dessa och hur de i sådana fall skiljer sig åt.

Kvinnan som entreprenör porträtterades med stereotypa mönster bestående av ett omhändertagande, en självsäkerhet och normbrytning, en arbetsamhet och framåtanda, rollen som kvinna och i relation till en man samt ett behov av andra och en känsla av oro. Mannen som entreprenör porträtterades med stereotypa mönster bestående av en arbetsamhet och framåtanda, en självsäkerhet, ett ekonomiskt intresse, en framgångssaga samt mannen tillsammans med mannen.

Resultatet av de stereotypa mönstrena för kvinnorna och männen innebär att porträtteringarna av män och kvinnor som entreprenörer i Land Lantbruk har både likheter och skillnader. För både de manliga och kvinnliga entreprenörerna förekom ett stereotypt mönster av arbetsamhet och framåtanda i porträtteringens samt en självsäkerhet. Däremot går det att konstatera att det inom dessa mönster återfanns vissa olikheter, till exempel att det i samband med de manliga entreprenörernas arbetsamhet, till skillnad från de kvinnligas, lyftes upp användningen av teknik samt att kvinnan i förhållande till sin självsäkerhet beskrevs gå mot normen, vilket inte porträtterades hos mannen. En likhet återfanns även i porträtteringens tillsammans med andra män för både de kvinnliga och manliga entreprenörerna, dock skedde denna porträttering till viss del ur olika aspekter. Mannen porträtterades många gånger driva sin verksamhet tillsammans med andra män och för kvinnan förekom det porträttering av att hon hade särbehandlats eller ställts i relation till en man. I resterande mönster hos de manliga respektive kvinnliga entreprenörerna återfanns skillnader där olika mönster porträtterades.

Utifrån de stereotypa mönstrena i teorin om genus samt mediebilder över entreprenören och lantbruket går det att konstatera att dessa till viss del befästs och till viss del frigörs av de mönster vi har funnit i porträtteringens av manliga respektive kvinnliga entreprenörer i tidningen Land Lantbruk. Två av de fem



stereotypa mönstrena för den kvinnliga entreprenören i empirin frigjorde mönster i teorin och de resterande tre mönstrena i empirin befäste mönster i teorin. För den manliga entreprenören befäste samtliga stereotypa mönster i empirin mönstrena i teorin. Detta påvisar en dubbel stereotypisering i porträttering i lantbrukspress, framförallt hos den manliga men även till viss del den kvinnliga entreprenören.

Då media har en potential att påverka de samtal och diskussioner som förs samt sättet att forma innebörden av maskulinitet och femininitet, kan denna studies resultat vara en indikation på att en förändring behöver ske för att nå en mer jämställd bild över lantbrukaren som företagare och således bidra till en hållbar utveckling inom detta område. Däremot bör läsaren, vid betraktning av studiens resultat, ha i åtanke det antal artiklar med manliga respektive kvinnliga entreprenörer som ligger till grund för studien. Hade fler artiklar studerats hade resultatet byggt på en djupare analys och möjligtvis sett delvis annorlunda ut. Vissa utgåvor av tidningen eller enskilda artiklar kan även ha haft ett specifikt tema eller inriktning som därmed kan ha gjort ett mönster mer framträdande. Hade fler utgåvor och artiklar studerats skulle detta ha kunnat jämnats ut mer och minskat risken för en påverkan på resultatet.

I befintlig forskning behövs problematisering av bilden över lantbrukare som företagare, vilket denna studie ämnar bidra till. Utrymme finns dock för vidare problematisering, i större utsträckning och ur olika perspektiv. Bland annat hade det för vidare forskning varit intressant att studera huruvida befästningen eller frigörelsen av stereotypa mönster av manliga och kvinnliga entreprenörer i de gröna näringarna skiljer sig åt mellan den yngre och äldre generationen av lantbrukare, då olika synsätt och värderingar skulle kunna tänkas råda mellan dessa.

## Referenser

- Achtenhagen, L och Welter, F (2011). "Surfing on the ironing board" - the representation of women's entrepreneurship in German newspapers. *Entrepreneurship and regional development*. 23 (9-10), ss. 763-786.
- Ahl, H. (2006). Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 30 (5), ss.595-621.
- Anderson, A.R. och Warren, L. (2011). The entrepreneur as hero and jester: Enacting the entrepreneurial discourse. *International small business journal*. 29 (6), ss. 589-609.
- Berkowitz, D., Manohar, N.N., och Tinkler, J.E. (2010). Walk Like a Man, Talk Like a Woman: Teaching the Social Construction of Gender. *Teaching sociology*. 38 (2), ss. 132-143.
- Bjursell, C. och Bäckvall, L. (2011). Family business women in media discourse: the business role and the mother role. *Journal of Family Business Management*. 1 (2), ss.154-173.
- Brandth, B. (1995). Rural masculinity in transition: gender images in tractor advertisements. *Journal of Rural Studies*. 11 (2), ss.123-133.
- Brandth, B. (2002). Gender identity in European family farming: A literature review. *Sociologia Ruralis Journal of the European Society for Rural Sociology*. 42 (3), ss.181-200.
- Brandth, B. och Haugen, M.S. (2000). From lumberjack to business manager: masculinity in the Norwegian forestry press. *Journal of rural studies*. 16 (3), ss. 343-355.
- Bryman, A. och Bell, E. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. 3 uppl., Stockholm: Liber.
- Ekonomifakta (2020). *Företagare - internationellt*. <https://www.ekonomifakta.se/Fakta/Arbetsmarknad/Jamstalldhet/Foretagare---internationellt/> [2021-04-28].
- Engström, K. (2008). *Genus och Genrer - forskningsanknutna genusdiskurser i dagspress*. Diss. Umeå Universitet. <http://umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:141476/FULLTEXT01.pdf>
- Globala målen (2021). *Mål 5: Jämställdhet*. <https://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-5-jamstalldhet/> [2021-06-02].

- Hamilton, E. (2013) The discourse of entrepreneurial masculinities (and femininities), *Entrepreneurship & Regional Development*. 25 (1–2), ss.90–99.
- Hirdman, Y. (1988). Genussystemet - reflexioner kring kvinnors sociala underordning. *Kvinnovetenskaplig tidsskrift*. 3, ss.49-63.
- Jernberg, F., Lindbäck, A. och Roos, A. (2020). A new male entrepreneur? Media representation of male entrepreneurs before and after #metoo. *Gender in management*. 35 (2), ss. 211-224.
- Jordbruksdepartementet (2004). *Det går långsamt framåt – jämställdheten inom jord och skogsbrukssektorn*. Ds 2004:39.
- Land Lantbruk (2021). *Om oss*. <https://www.landlantbruk.se/om-oss/> [2021-04-08].
- Landström, H. och Löwegren, M. (2009). *Entreprenörskap och Företagsetablering: från idé till verklighet*. 1:7 uppl., Lund: Studentlitteratur.
- Liepins, R. (1998). The gendering of farming and agricultural politics: a matter of discourse and power. *Australian geographer*. 29 (3), ss. 371–388.
- LRF (2009). *Den osynliga entreprenören Genus och företagande i de gröna näringarna*. Stockholm: LRF.  
<https://www.lrf.se/globalassets/dokument/om-lrf/uppdrag-vision--vardegrund/jamstallldhet/debatt--forskning/den-osynliga-entreprenoren.pdf>
- LRF (2019). *Jämställdhet i det gröna näringslivet - en guide från LRF:s Jämställdhetsakademi*. Stockholm: LRF.  
<https://www.lrf.se/globalassets/dokument/mitt-lrf/fortroendevald-i-lrf/valberedning/jamstallldhet-i-det-grona-naringslivet.pdf>
- Marlow, S. (2020). Gender and entrepreneurship: past achievements and future possibilities. *International journal of gender and entrepreneurship*. 12 (1), ss. 39–52.
- Nationalencyklopedin (u.å.). *Diskurs*.  
<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lang/diskurs> [2021-04-07].
- Oldrup, H. (1999). Women Working off the Farm: Reconstructing Gender Identity in Danish Agriculture. *Journal of the European Society for Rural Sociology*. 39 (3), s. 343-358.
- Ridgeway, C.L. och Correll, S.J. (2004). Unpacking the Gender System: A Theoretical Perspective on Gender Beliefs and Social Relations. *Gender & society*. 18 (4), ss. 510–531.
- Skjott Linneberg, M. och Korsgaard, S. (2019). Coding qualitative data: a synthesis guiding the novice. *Qualitative research journal*. 19 (3), ss. 259–270.
- Sundin, E. (1988). Osynliggörandet av kvinnor—exemplet företagare. *Kvinnovetenskaplig tidsskrift*. 9 (1), ss.3–15.

## Bilaga 1 - Alla nyckelord

<u>Kvinnan som entreprenör</u>	<u>Mannen som entreprenör</u>
Nyckelord x frekvens:	Nyckelord x frekvens:
*Dramatisk och känslös framställning*	"Enbart växtodling"
14:e generationen som driver släktgården	"Har bara höstsådd"
Agera utefter förutsättning x 3	Agera utefter förutsättning x 5
Agronom	Agronom
Analytisk	Analytisk x 5
Andra gläds med hennes framgång	Ansvarsfull
Arbetat deltid med annat projekt	Använder robotar
Arrenderar produktion & odling	Använder sig av teknik x 2
Avundats manliga kollegor	Arbetar hårt
Backats upp av andra	Avveckla verksamhet för eget välmående
Betraktats som i behov av hjälp	Besitter information
Civilstånd: Singel	Besviken på andra x 2
Dela med sig	Chef
Diversifierad verksamhet	Civilingenjör
Driva	Delägare
Driver med föräldrar	Detaljerat arbete
Driver med sin make	Digitaliserat
Driver tillsammans med hennes man	Diversifierad verksamhet x 2
Driver tillsammans med sin affärspartner	Drev tillsammans med bror på föräldragård
Driver verksamhet på familjegård	Driven
Dåligt samvete över mammarollen	Driver ihop med sin far
Effektivisera verksamhet	Driver med god hjälp av familjen
En av fyra systrar x 2	Driver med son
Ensam i branschen lokalt	Driver själv

Erkänner brister <b>x 2</b>	Driver tillsammans med familj
Etiskt tänk	Driver tillsammans med kvinna
Fokus på lönsamhet	Driver tillsammans med sin bror <b>x 2</b>
Fokuserar på lönsamhet	Driver tillsammans med sin far
Framförhållning	Drivs av ekonomiskt resultat
Framtidstänk	Drivs av lönsamhet
Framåtsträvande <b>x 2</b>	Drivs av personligt intresse
Fritid: spela piano och lyssna på musik. Vandra i skogen, läsa och skriva.	Effektiv <b>x 2</b>
Får enklare hjälp av sin man i mån av tid	Effektivisera
Försvaret sin verksamhet	Eget varumärke
Föräldradighet	Ekonomiskt tänk <b>x 7</b>
Gjort investering <b>x 2</b>	Engagemang för att utveckla verksamhet
Går mot normen <b>x 3</b>	Entreprenör
Har fått utmärkelse <b>x 3</b>	Entusiastisk över eget åstadkommande <b>x 2</b>
Har huvudansvar	Erkänna brister <b>x 2</b>
Har mött fördomar <b>x 3</b>	Experimentell
Hylla samarbetspartner	Fick erkännande
Hyllar andra i branschen	Flera verksamheter
Hyllar sin mamma	Fokus på lönsamhet <b>x 5</b>
Ifrågasätter beteende	Fokus på tillväxt
Ifrågasätter norm	Fokuserar på lönsamhet <b>x 2</b>
Inte låta sig oroas	Framförhållning <b>x 6</b>
Jämför med manliga kollegor	Framgång <b>x 5</b>
Kritisera <b>x 12</b>	Framtidstänk <b>x 3</b>
Kvantitet nämns <b>x 6</b>	Framåtsträvande <b>x 3</b>
Känner obehag	Fritidsintressen: Fritidspolitiker. Hjälper flyktingar
Känner oro <b>x 2</b>	Fritidsintressen: Teknik, musik och historia
Känslor <b>x 10</b>	Får avkastning från investeringar <b>x 3</b>
Känt sig nervärderad	Får energi av väl utfört arbete
Köpte fastigheten	Fått upprättelse
Lantbruksutbildning	Försvaret sin verksamhet <b>x 5</b>
Lita på sin egen förmåga	Försvaret sitt arbete

Lita på teknik	Förtroendevald i många organisationer
Lyfter andra i branschen <b>x 2</b>	Förväntningar från föräldrar att ta över gård
Lyfter frågan om ojämställdhet <b>x 2</b>	Förändring av verksamhet <b>x 2</b>
Lyfter upp "vi:et" hos bönder <b>x 3</b>	Gick in i väggen
Lyfter upp "vi:et" i "vår bondekår"	Gick tillsammans med sin fru med i svärfaderns bolag
Lyfter upp "vi:et" som ekobönder	Gjorde något bra
Lösningorienterad	Gjort stora investeringar
Löst utmaningar	Gått från storskalig odlare till småbruk
Maken hjälper till	Göra bedömning <b>x 8</b>
Maken jobbar utanför gården	Ha invändning mot rekommendation
Manar till förändring av system <b>x 2</b>	Hade andra planer för sitt liv
Manar till förändring <b>x 6</b>	Handlingskraftig
Medkännande	Har ansvar för daglig drift
Minoritet	Har certifierad verksamhet <b>x 2</b>
Målmedveten	Har det inte helt lätt
Mån om andras välmående <b>x 2</b>	Har fått utmärkelse <b>x 2</b>
Mån om djur, miljö & personal	Har förtroendeuppdrag <b>x 2</b>
Mån om djurens välmående	Har gården tillsammans med sin bror
Mån om djuromsorg	Har kontroll
Mån om kommunikation av ekologiska värden	Har mer tid för familjen
Mån om resultat	Har mindre i skuld
Mån om rättvisa	Har mött farhågor från andra
Mångsidig verksamhet	Har skalat ner verksamhet
Mött misstro	Har småskalig verksamhet
Mött utmaningar	Har son och dotter med intresse för lantbruk
Noggrann <b>x 3</b>	Har stora planer
Omsättning <b>x 3</b>	Har varit Sveriges största odlare inom sitt område
Optimistisk	Hyllar samarbetspartner
Ordförande i förbund	Idérik
Professionellt tänk	Ifrågasätter <b>x 4</b>
Påverkats av barn & hushållsarbete	Ihärdig
Respekt för system	Innovativ <b>x 2</b>

Ser möjligheter <b>x 2</b>	Insiktsfull <b>x 4</b>
Ser samband i god ekonomi och djuromsorg <b>x 3</b>	Inte helt okontroversiell verksamhet
Sitter i styrelse	Karriär
Självständig	Kemiingenjör
Självsäker	Kritisera norm/system
Skyller på sig själv	Kritisera system <b>x 3</b>
Skäms inte	Kritisera <b>x 18</b>
Släppa oro	Kunnig <b>x 5</b>
Stolt över sitt arbete <b>x 3</b>	Kvalitetsintyg av jury
Stor föreningserfarenhet i flera branscher	Kvantitet nämns <b>x 23</b>
Strategisk	Känner oro för branschen
Strategisk	Känslor <b>x 5</b>
Ställts i förhållande till en man	Köpte släktgård
Syskonen har andra yrkesbanor	Ledamot i styrelse
Särbehandling	Litar på sin egen förmåga
Tar ansvar	Lyckades <b>x 2</b>
Tar hjälp från andra	Lång erfarenhet <b>x 2</b>
Tar över driften efter hennes far	Lärt sig av sin far
Tas inte på allvar <b>x 2</b>	Lösningsorienterad <b>x 2</b>
Tog över	Manar till förändring <b>x 8</b>
Tog över driften	Mediaövervakad <b>x 2</b>
Tog över föräldragård	Målinriktad <b>x 2</b>
Transparent	Mån om avkastning <b>x 6</b>
Trivs med sitt arbete <b>x 2</b>	Mån om djurens välmående <b>x 3</b>
Tänker på andra	Mån om sitt välmående
Universitetsexamen i företagsekonomi	Mött motgångar
Utsatt position	Nettoomsättning
Utveckling av verksamhet <b>x 3</b>	Noggrann <b>x 6</b>
Vald till ny ordförande	Nått framgång
VD	Nöjd med sin verksamhet
Vidta åtgärder	Omsättning <b>x 2</b>
Visa stolthet	Ordförande i kommungrupp
Värderar personligt välmående	Ordförande <b>x 2</b>
Värdesätter god arbetsmiljö	Oroad inför framtiden

Värnar om anställda <b>x 5</b>	Orolig för samhällets utveckling
Värnar om djur och miljö	Pappa var bonde
Värnar om djurens välmående <b>x 2</b>	Position med ansvar <b>x 2</b>
Värnar om landsbygden	Positivt tänk efter utmaningar
Värnar om miljö <b>x 3</b>	Resultat <b>x 3</b>
Värnar om människor och miljö	Resultatorienterad
Värnar om relationer	Riskera att förlora i omsättning
Älskar sitt arbete <b>x 3</b>	Riskförebyggande
Ödmjuk	Rutinmässig
Ömsesidigt beroende av andra	Samarbeta med högklassig aktör
Önskar avlastning i arbetet	Samarbeta
Önskar hjälp i dagligt arbete	Satsa på robot
Önskar större trygghet och hjälp vid t.ex. sjukdom	Ser andra lösningar <b>x 2</b>
	Ser möjlighet i utmaning
	Ser sig lyckligt lottad
	Skuldkänslor vid dålig affär
	Son hjälper till
	Stipendium
	Stolt över sin verksamhet
	Stolt över sitt arbete <b>x 8</b>
	Strävar efter utveckling av verksamhet
	Står upp för sig själv
	Står upp för sin sak
	Säker på sin sak <b>x 4</b>
	Söner och svärfar hjälper till
	Tagit plats i styrelse
	Taktisk <b>x 9</b>
	Tar vara på resurser
	Testa nya saker
	Tillsammans med grundaren
	Tog initiativ
	Tog revansch
	Tog över gård med hustru



	Transparent <b>x 3</b>
	Trivs med livssituation
	Trivs med sitt arbete <b>x 2</b>
	Tveksam till fastställt resultat
	Tänker på andra <b>x 3</b>
	Underlätta arbete <b>x 3</b>
	Underlätta för andra
	Uppfinningsrik
	Uppmärksam <b>x 2</b>
	Uppmärksamrad
	Uppnådde mål
	Utveckla arbete
	Utnyttja ekonomiska möjligheter
	Utsatt position <b>x 3</b>
	Uttryckt missnöje <b>x 2</b>
	Utveckla verksamhet <b>x 2</b>
	Utvecklat verksamhet <b>x 5</b>
	Utveckling
	Valberedare i förening
	Vara i framkant <b>x 2</b>
	Vara ute i god tid <b>x 2</b>
	Vill ha kontroll <b>x 2</b>
	Vill inspirera andra
	Vill lära andra
	Vill utvecklas
	Vunnit en tvist
	Värdesätter god arbetsmiljö
	Värnar om kontakter
	Värnar om miljö <b>x 4</b>
	Värnar om personal
	Återhämtat sig
	Äger tillsammans med bror
	Äger tillsammans med en man
	Äger tillsammans med hustru

## Bilaga 2 – Mönster i porträtteringen av kvinnan som entreprenör i Land Lantbruk

Mönster: Ett omhändertagande	Mönster: En självsäkerhet och normbrytning
Etiskt tänk	Agera utefter förutsättning x 3
Hylla samarbetspartner	Går mot normen x 3
Lyfter andra i branschen x 3	Ifrågasätter beteende
Lyfter frågan om ojämställdhet x 2	Ifrågasätter norm
Lyfter upp "vi:et" hos bönder x 5	Kritisera x 12
Medkännande	Manar till förändring x 8
Mån om andras välmående x 2	Självständig
Mån om kommunikation av ekologiska värden	Självsäker
Mån om rättvisa	Skäms inte
Tänker på andra	Stolt över sitt arbete x 4
Värdesätter god arbetsmiljö	<b>Frekvens: 35/11 ≈ 3,18</b>
Värnar om anställda x 6	
Värnar om djurens välmående x 6	
Värnar om miljö x 6	
Värnar om människor	
<b>Frekvens: 38/11 ≈ 3,45</b>	

Mönster: En arbetsamhet och framåtanda	Mönster: Rollen som kvinna och i en relation till en man
Analytisk	Avundats manliga kollegor
Diversifierad verksamhet x 2	Betraktats som i behov av hjälp
Driva	Driver med sin make x 2
Effektivisera verksamhet	Dåligt samvete över mammarollen
Framförhållning	En av fyra systrar x 2

Framtidstänk	Ensam i branschen lokalt
Framåtsträvande x 2	Får enklare hjälp av sin man i mån av tid
Försvaret sin verksamhet	Föräldraledighet
Har huvudansvar	Har mött fördomar x 3
Lösningorienterad	Jämför med manliga kollegor
Målmedveten	Känt sig nervärderad
Noggrann x 3	Maken hjälper till
Professionellt tänk	Maken jobbar utanför gården
Ser möjligheter x 2	Minoritet
Stor föreningserfarenhet i flera branscher	Mött misstro
Strategisk x 2	Påverkats av barn & hushållarbete
Tar ansvar	Ställts i förhållande till en man
Transparent	Syskonen har andra yrkesbanor
Utveckling av verksamhet x 3	Särbehandling
<b>Frekvens: 27/11 ≈ 2,45</b>	Tar över driften efter hennes far
	Tas inte på allvar x 2
	Utsatt position
	<b>Frekvens: 27/11 ≈ 2,45</b>

Mönster: Ett behov av andra och en känsla av oro	Mönster: Ett ekonomiskt intresse
Arrenderar produktion & odling	Fokus på lönsamhet
Backats upp av andra	Fokuserar på lönsamhet
Inte låta sig oroas	Gjort investering x 2
Känner obehag	Mån om resultat
Känner oro x 2	Ser samband i god ekonomi och djuromsorg x 3
Lita på sin egen förmåga	<b>Frekvens: 8/11 ≈ 0,73</b>
Släppa oro	
Tar hjälp från andra	
Önskar avlastning i arbetet	
Önskar hjälp i dagligt arbete	
Önskar större trygghet och hjälp vid t.ex. sjukdom	
<b>Frekvens: 12/11 ≈ 1,09</b>	

Mönster: En Framgångssaga
Andra gläds med hennes framgång
Har fått utmärkelse <b>x 3</b>
Löst utmaning
<b>Frekvens: 5/11 <math>\approx</math> 0,45</b>

## Bilaga 3 – Mönster i porträtteringen av mannen som entreprenör i Land Lantbruk

Mönster: En arbetsamhet & framåtanda	Mönster: En självsäkerhet
Analytisk <b>x 5</b>	Agera utefter förutsättning <b>x 5</b>
Ansvarsfull	Entusiastisk över eget åstadkommande <b>x 2</b>
Använder robotar	Göra bedömning <b>x 8</b>
Använder sig av teknik <b>x 2</b>	Ha invändning mot rekommendation
Arbetar hårt	Har stora planer
Detaljerat arbete	Ifrågasätter <b>x 4</b>
Digitaliserat	Insiktsfull <b>x 4</b>
Diversifierad verksamhet <b>x 3</b>	Kritisera <b>x 22</b>
Driven	Kunnig <b>x 6</b>
Driver med god hjälp av familjen	Litar på sin egen förmåga
Driver själv	Manar till förändring <b>x 8</b>
Driver tillsammans med familj	Nöjd med sin verksamhet
Drivs av personligt intresse	Ser andra lösningar <b>x 2</b>
Effektiv <b>x 2</b>	Stolt över sin verksamhet
Effektivisera	Stolt över sitt arbete <b>x 8</b>
Experimentell	Står upp för sig själv
Framförhållning <b>x 8</b>	Står upp för sin sak
Framtidstänk <b>x 3</b>	Säker på sin sak <b>x 4</b>
Framåtsträvande <b>x 3</b>	Tog initiativ
Får energi av väl utfört arbete	Tveksam till fastställt resultat
Försvara sin verksamhet <b>x 6</b>	Uttryckt missnöje <b>x 2</b>
Förändring av verksamhet <b>x 2</b>	Vill inspirera andra
Handlingskraftig	Vill lära andra

Har ansvar för daglig drift	<b>Frekvens: 86/27 ≈ 3,19</b>
Har kontroll	
Ihärdig	
Innovativ <b>x 4</b>	
Lång erfarenhet <b>x 2</b>	
Lösningsorienterad <b>x 2</b>	
Målinriktad <b>x 2</b>	
Noggrann <b>x 6</b>	
Positivt tänk efter utmaningar	
Resultatorienterad	
Rutinmässig	
Satsa på robot	
Ser möjlighet i utmaning	
Strävar efter utveckling av verksamhet <b>x 2</b>	
Taktisk <b>x 9</b>	
Transparent <b>x 3</b>	
Underlätta arbete <b>x 3</b>	
Uppmärksam <b>x 2</b>	
Utveckla verksamhet <b>x 3</b>	
Utvecklat verksamhet <b>x 5</b>	
Utveckling	
Vill ha kontroll <b>x 2</b>	
Vill utvecklas	
Värnar om kontakter	
<b>Frekvens: 104/27 ≈ 3,85</b>	

Mönster: Ett ekonomiskt intresse	Mönster: En framgångssaga
Drivs av lönsamhet <b>x 2</b>	Fick erkännande
Ekonomiskt tänk <b>x 7</b>	Framgång <b>x 6</b>
Fokus på lönsamhet <b>x 5</b>	Fått upprättelse
Fokus på tillväxt	Gjorde något bra
Fokuserar på lönsamhet <b>x 2</b>	Har certifierad verksamhet <b>x 2</b>
Får avkastning från investeringar <b>x 3</b>	Har fått utmärkelse <b>x 2</b>

Gjort stora investeringar	Har varit Sveriges största odlare inom sitt område
Har mindre i skuld	Karriär
Mån om avkastning <b>x 6</b>	Kvalitetsintyg av jury
Riskera att förlora i omsättning	Lyckades <b>x 2</b>
Utnyttja ekonomiska möjligheter	Samarbeta med högklassig aktör
<b>Frekvens: 30/27 ≈ 1,11</b>	Stipendium
	Tog revansch
	Uppnådde mål
	Vara i framkant <b>x 2</b>
	Vunnit en tvist
	Återhämtat sig
	<b>Frekvens: 26/27 ≈ 0,96</b>

Mönster: Mannen tillsammans med mannen	Mönster: Ett omhändertagande
Drev tillsammans med bror på föräldragård	Hyllar samarbetspartner
Driver med son	Mån om djurens välmående <b>x 3</b>
Driver tillsammans med sin bror <b>x 2</b>	Tänker på andra <b>x 3</b>
Driver tillsammans med sin far <b>x 2</b>	Underlätta för andra
Förväntningar från föräldrar att ta över gård	Värdesätter god arbetsmiljö
Gick tillsammans med sin fru med i svärfaderns bolag	Värnar om miljö <b>x 4</b>
Har gården tillsammans med sin bror	Värnar om personal
Har son och dotter med intresse för lantbruk	<b>Frekvens: 14/27 ≈ 0,52</b>
Lärt sig av sin far	
Pappa var bonde	
Son hjälper till	
Söner och svärfar hjälper till	
Äger tillsammans med bror	
<b>Frekvens: 15/27 ≈ 0,56</b>	