

Sminkad superhjältinna eller leende lagomföretagare?

Företagarförebilder i pressen



KVINNORS
FÖRETAGANDE
STÄRKER
SVERIGE

**Tillväxtverket underlättar
förnyelse i företag och regioner,
och gör det enklare för företag.**

Mediebilden av företagare

I medieanalysen av hur media gestaltar kvinnor som driver företag identifierar Åsa Kroon Lundell, professor i medie- och kommunikationsvetenskap vid Örebro universitet, två återkommande "arketyper". Den ena är den välsminkade superhjältinnan kring de trettio som är snygg, rebellisk och innovativ, och som tar för sig på en global marknad. Den andra arketyper utgörs av den leende lagomföretagaren som med ett jordnära sätt, realistiska ambitioner och sunda ideal driver det lilla eller medelstora företaget.

Hur fungerar dessa arketyper som förebilder för andra? Hur skiljer sig arketyperna av företagarkvinnor från den etablerade arketyper av män som företagare? Dessa är några av de frågor som diskuteras i rapporten.

Tillväxtverket driver programmet Främja kvinnors företagande, som ska bidra till att skapa tillväxt och förnyelse i svenskt näringsliv genom att fler företag drivs och utvecklas av kvinnor. Läs mer på www.tillvaxtverket.se/kvinnorsforetagande.

Webb-tv

Mediebilden av företagare – en stelnad stereotyp?

Titta på lunchseminariet från 8 mars 2012 där professor Åsa Kroon Lundell presenterar sin medieanalys, som sedan diskuteras av en panel bestående av publicister och företagare.

Se seminariet här: <http://vimeo.com/38185344>

Scanna QR-koden för att se seminariet direkt i mobilen.

