



Handelshøyskolen BI - campus Bergen

ENT 36701

Bacheloroppgave - Entreprenørskap

Bacheloroppgave

Det må bli kult å feile!

Navn: Carl Emil Henning Søderstrøm Solvang,
Kristian Hofseth Televik

Utlevering: 11.01.2021 09.00

Innlevering: 02.06.2021 13.00

Det må bli kult å feile!

Hvilken effekt har janteloven på den norske entreprenørskapskulturen?



Bacheloroppgave

ENT 3670 Entreprenørskap
Handelshøyskolen BI Bergen

Vår 2021

Abstract

Hensikten med denne studien er å undersøke den norske entreprenørskapskulturen, og belyse temaet fra et psykologisk perspektiv. Hvorfor er det ikke fler som satser stort i Norge, når vi har et unikt velferdssystem som tilrettelegger for gründervirksomhet på veldig mange måter.

Hvorfor har vi ikke et norsk svar på Silicon Valley eller Silicon Roundabout? Nettopp her kommer psykologien inn - er det slik at den iboende kulturen vi nordmenn besitter har en hemmende funksjon når det kommer til det å "ta en annen vei", og satse på seg selv?

Forskningen ble utført gjennom en metodisk tilnærming - og totalt stilte syv gründere som intervjuobjekter til et personlig dybdeintervju. Intervjuene bar preg av et eksplorativt design, som åpner for at man kan avdekke nyttig informasjon underveis i intervjuet, og bevege seg rundt intervjuguidens satte forskningsområder. Videre ble meningsinnholdet dedusert til fem koder; «nettverk/kunnskapsdeling», «selvstendighet», «komfort», «presse» og «engasjement». Grunnet studiets psykologiske tilnærming ble personlighetsteori vektlagt for å gi leseren et innblikk i intervjuobjektene, samt etterstrebe relevante sammenhenger som kan gi en forklaring på hvordan janteloven påvirker entreprenørskapskulturen i Norge.

I løpet av studiet ble en rekke interessante påvirkningsfaktorer introdusert - blant annet hvordan pressens enorme påvirkningskraft hemmer norsk entreprenørskapskultur og hvordan det å bedrive entreprenøriell virksomhet i Norge er mindre foretrukket grunnet graden av komfort nordmenn generelt har uten entreprenørskap. Avslutningsvis ser janteloven ut til å ha en positiv innvirkning på den individuelle entreprenøren, og fenomenet oppleves faktisk å fungere som en motivasjonsfaktor. Situasjonen er derimot annerledes på makronivå, der janteloven anses å ha en svært negativ funksjon. Det å bedrive entreprenørskap fremstilles, spesielt gjennom media, som et enormt usikkert, risikabelt og selvsentrert yrke som de færreste behersker. Studiets resultat gir derfor en indikasjon på at janteloven har en negativ effekt på den norske entreprenørskapskulturen, men likevel fungerer som en motivator på et individuelt plan.

Innholdsfortegnelse

1.0 INTRODUKSJON	4
1.1 BAKGRUNN TIL PROBLEMSTILLING	5
1.2 PROBLEMSTILLING	6
2.0 TEORETISK RAMMEVERK	6
2.1 JANTELOVEN	6
2.2 NORSK ENTREPRENØRSKAPS- OG ORGANISASJONSKULTUR.....	7
2.3 PERSONLIGHETSKARAKTERISTIKKER	8
2.3.1 Åpenhet	9
2.3.2 Planmessighet.....	10
2.3.3 Ekstroversjon.....	10
2.3.4 Omgjengelighet.....	11
2.3.5 Nevrotisme	12
3.0 METODE	12
3.1 KVALITATIV METODE	13
3.2 FORSKNINGSPROSESSEN.....	13
3.3 FORSKNINGSDSIGN	14
3.4 UTVALG.....	16
3.5 INTERVJUGUIDE.....	17
3.6 KVALITETSSIKRING	17
3.6.1 Reliabilitet	17
3.6.2 Validitet	18
3.6.3 Personlighetstestens reliabilitet og validitet	18
3.6.4 Overførbarhet.....	19
4.0 ANALYSE	19
5.0 EMPIRI	21
5.1 DEMOGRAFISKE VARIABLER	21
5.2 PERSONLIGHET	23
5.3 KODING.....	27
<i>Nettverk/kunnskapsdeling</i>	27
<i>Selvstendighet</i>	28
<i>Komfort</i>	29
<i>Presse</i>	31
<i>Engasjement</i>	32
<i>Oppsummering</i>	33
6.0 DISKUSJON	35
<i>Maskulinitet, engasjement og janteloven</i>	35
<i>Presse, komfort og janteloven</i>	36
<i>Begrensninger</i>	37
7.0 RESULTATER	37
7.1 ENTREPRENØRSKAPSKULTUREN.....	38
7.2 PRESSEN	39
7.3 KONKLUSJON.....	39
7.4 JANTELOVENS PROBLEM.....	40
7.5 HVA INNEBÆRER DET AT DET SKAL BLI KULT Å FEILE?	40
7.6 ANBEFALING TIL VIDERE FORSKNING	41
LITTERATURLISTE:	42
VEDLEGG:	45

1.0 Introduksjon

Nr. 1: “Jeg tror “esprit de corps” og janteloven finnes i andre kulturer også. Det er jævlig lett å snakke dritt om noen som forsøker. Dette er ikke bare et norsk fenomen, men faktisk et menneskelig fenomen. Vi ønsker lykke til på ferden, men vi klapper først når de er i mål”.

Nr. 2: “Janteloven er en “feature” i mennesker. Skal du ha status må du kreve det, og derfor vil du møte sosial motstand. Jeg tror vi trenger å se andre lykkes, fordi det inspirerer andre. Det er en positiv konsekvens for norsk startup miljø.”

Nr. 3: “Nå er kulturen heldigvis på bedring. Vi har enda ingen unicorns i Norge, altså ingen private selskaper under 13 år som er verdt mer enn 1 milliard dollar. Det vi sliter med her i Norge er å lage de skikkelig store selskapene utenom fra råvarer som fisk og olje. I tillegg gikk vi glipp av “dot com-boblen”, så vi mistet det første kullet som f.eks. Sverige hadde med Spotify, Skype og Klarna”.

Nr. 4: “Personlig så er jeg redd for å skille meg ut, jeg vil egentlig bare bli likt. De tre personene som hadde tro på oss på begynnelsen av 2000-tallet var avgjørende for oppstartsselskapet vårt. Slik jeg opplever janteloven så er det enklere for nordmenn å snakke om de stygge skoene enn den fine kjolen”.

Nr. 5: “Jeg føler jeg ble møtt med det sosiale stigmaet i forhold til satsingsområdet mitt, ikke nødvendigvis selve forslaget om å være gründer. Jeg følte at folk respekterte at jeg ville være gründer”.

Nr. 6: “Om vi ønsker å endre en kultur, så må vi se at det er mulig å endre den. Da trenger vi rollemodeller! Kahoot for eksempel er en fantastisk rollemodell.”

1.1 Bakgrunn til problemstilling

Bakgrunnen til den valgte problemstillingen forløper fra studentenes egen erfaring rundt det å være gründer. Studentene har selv jobbet med et oppstartprosjekt i halvannet år, og stiftet et aksjeselskap i 2019. I den forbindelse har det blitt oppdaget at det eksisterer et sosialt stigma knyttet til det å satse på seg selv - de ble ofte møtt med tvil og hån i stedet for god tro og kudos. Derav kan det fort bli foretrukket å holde planene sine for seg selv, med et ønske om å motbevise disse menneskene som uttrykker negative holdninger. Men hvorfor skal det være slik? Av den grunn er det ønskelig å knytte dette opp mot janteloven for å undersøke om den forankrede, norske tankegangen har en innvirkning på det norske entreprenørskapsmiljøet.

Det som gjør forskningsområdet enda mer interessant er det faktum at Norge er ansett som et av de beste landene å starte eget selskap (Mejia, 2018). Grunnene til dette er mange. Vi har statlige organer som Innovasjon Norge som målbevisst ønsker å fremme norsk næringsliv ved å tilby bl.a. finansiering og rådgivning (Innovasjon Norge, u.å.), for ikke å nevne NAV som tilbyr dagpenger til gründere som er tidlig i utviklingsfasen (NAV, u.å.). I tillegg er Norge en velferdsstat hvor utdanningsinstitusjoner, helsetjenester og sosialpolitiske ordninger er av verdensklasse - og oljen har gjort oss til et av verdens rikeste land (Linnes, 2021). Da skulle man jo tro at alt er tilrettelagt for et norsk svar på Silicon Valley. Likevel er det relativt få mennesker som i stor skala bedriver entreprenørskap i Norge.

Et annet merkbart funn i utforskning av dette fagområdet er den såkalte “Esprit de Corps”, som handler om en felles stolthet og lojalitet som deles mellom en gruppe mennesker. Vi nordmenn er eksperter på å heie hverandre frem, men dette skjer sjelden før individet faktisk har oppnådd noe. Det oppleves sterk grad av nasjonalisme innenfor sjakk, ski, oljenæring, damehåndball og 400m hekk, men samtlige er områder hvor vi er i verdenstoppen. Avant og Knutsen (1993) trekker også frem dette - nettopp at skuespilleren Liv Ullmann og oppdageren Thor Heyerdahl ble elsket for deres oppnåelser, men raskt kritisert når ting ikke gikk like bra. Det virker som suksess er fantastisk, men feiling møtes med en “det var det jeg visste”-holdning. Hvorfor kan ikke nordmenn utøve samme form for

nasjonalisme og heie frem mennesker som prøver å få det til? Hvorfor hyller nordmenn bare de som klarer det, mens det knyttes et stigma til de som prøver?

1.2 Problemstilling

“Hvilken effekt har janteloven på den norske entreprenørskapskulturen?”

2.0 Teoretisk rammeverk

2.1 Janteloven

Janteloven ble skrevet av Aksel Sandemose, en dansk-norsk forfatter som levde på begynnelsen av 1900 tallet. Sandemose så på janteloven som de uskrevne “lovene” som preger mange skandinaviske småsamfunn (Hagen, 2019), noe også mange kjenner seg igjen i. Avant & Knutsen (1993) argumenterer for at denne “likestillingen” i den norske kulturen delvis kommer av sjalusi og frykten for at noen får en større del av velferds-kaken, heller enn å komme fra å være storsinnet. Janteloven kan fungere som en kraft som prøver å skape en form for balanse og harmoni på innsiden, men ved å gjøre dette, fremmedgjør man dem som ikke skaper komfort (Beltaoui & Schmidt, 2017).

Janteloven går som følger (Hagen, 2020):

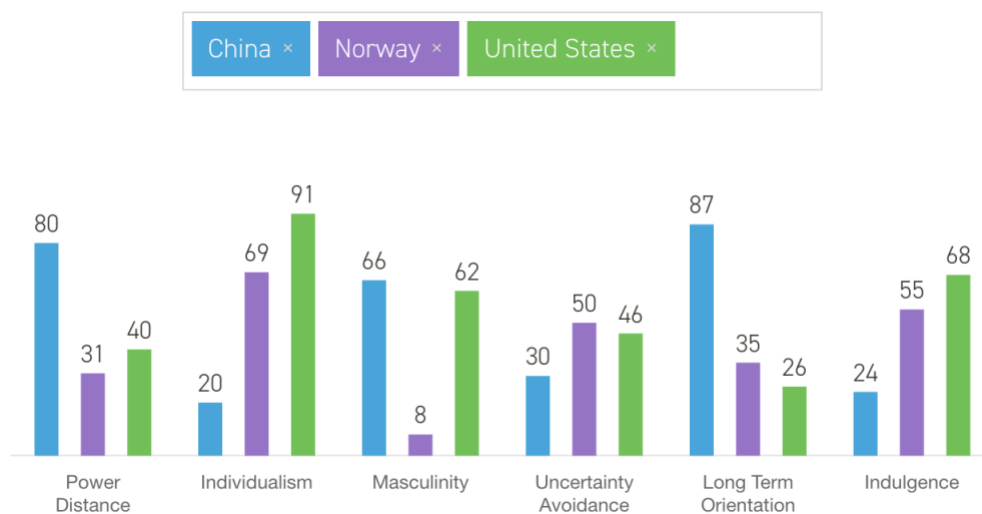
1. Du skal ikke tro at du *er* noe.
2. Du skal ikke tro du er like meget som *oss*.
3. Du skal ikke tro du er klokere enn *oss*.
4. Du skal ikke innbille deg du er bedre enn *oss*.
5. Du skal ikke tro du vet mer enn *oss*.
6. Du skal ikke tro du er mer enn *oss*.
7. Du skal ikke tro at *du* duger til noe.
8. Du skal ikke le av *oss*.
9. Du skal ikke tro at noen bryr seg om *deg*.
10. Du skal ikke tro du kan lære *oss* noe.

2.2 Norsk entreprenørskaps- og organisasjonskultur

Det var for nesten hundre år siden at Schumpeter (1934) etter en rekke analyser konkluderte med at entreprenørskap og innovasjon var en av de viktigste elementene for verdensøkonomiens fremgang. Ikke bare legger det til grunn for sunn konkurranse der utdaterte løsninger og tjenester blir byttet ut med bærekraftige og bedre alternativer, men entreprenørskap og innovasjon gir også utløp for nye, viktige arbeidsplasser. Det samme sa adm.dir. Ole Erik Almlid på Næringslivets Hovedorganisasjon sin årskonferanse tidlig 2021: Man har nemlig regnet seg frem til at Norge er nødt til å ha 250 000 nye arbeidsplasser innen 2030, og av den grunn var jobbskaperne temaet under årets årskonferanse (NHO, 2021, 7:14). Med andre ord er entreprenører og innovative sjeler svært ettertraktet i dag.

Videre hevdes det at den nordiske modellen øker viljen og evnen til innovativ risk taking (Stiglitz, 2015). Vi har gode systemer for sosial beskyttelse, tunge offentlige investeringer i utdanning og teknologi - for ikke å nevne en rekke "coworking-spaces", inkubatorer og andre entreprenørskapsfremmende tilbud. Hofstede Insight beskriver organisasjonskulturer på tvers av landegrenser, og grafen under bidrar til å beskrive den norske organisasjonskulturen satt opp mot både USA og Kina. Det første punktet, "Power Distance", tar for seg forholdet mellom arbeidere og leder. Den norske organisasjonskulturen scorer lavt på variabelen for maktdistanse, noe som betyr at det er relativt flat struktur innad i norske selskaper. I tillegg scorer norske arbeidere høyt på individualisme, noe som sikter til at en selv settes høyere enn fellesskapet. Scoren på 69 viser til at Norge er ansett som et individualistisk samfunn. Her er selvet viktig, personlige meninger blir verdsatt og uttrykt, kommunikasjon fremkommer direkte og arbeidernes privatliv er respektert. Videre viser Norge til en svært feminin organisasjonskultur. Dette tyder på at signaleffekten av suksess reflekteres gjennom livskvalitet fremfor konkurranse, med andre ord så er det viktigere å like det man gjør fremfor å være best på det man gjør. Den neste variabelen kalles "Uncertainty Avoidance" og tar for seg hvordan samfunnet stiller seg til faktumet av at fremtiden har en ukjent status. Det handler rett og slett om hvordan man stiller seg til spørsmålet: "Skal vi prøve å kontrollere fremtiden, eller skal vi bare la fremtiden skje?". Norge scorer 50 her, som gir en indikasjon på at organisasjonskulturen ikke har noen preferanse på denne variabelen. Norge scorer

også relativt lavt på variabelen for “Long Term Orientation”. Denne variabelen tar i bunn og grunn for seg om en bedrift er normativ eller pragmatisk. Det at Norge har en normativ organisasjonskultur handler om at individene har stor respekt for tradisjoner, liten tilbøyelighet for å spare til fremtiden og fokuserer heller på raske resultater. Til slutt har vi variabelen for “Indulgence” som kort fortalt handler om at man tillater ting selv om man er uenig uten å gripe inn og motparten til dette er “behersket”. Norge scorer 55 på denne variabelen, og gjør at det er vanskelig å si noe om variabelen (Hofstede Insights, 2021).



(Figur 1: Sammenligning av organisasjonskulturer (Hofstede Insights, 2020)).

2.3 Personlighetskarakteristikk

Grunnen til at det er interessant å se på effekten av sosialt stigma i lys av personlighetsteori, er nettopp fordi det er et individs personlighet som avgjør om man lar seg påvirke av stigmaet, for ikke å nevne *hvordan* man påvirkes. Den trekkpsykologiske tilnærmingen benyttes for å skape et innblikk i hvordan hvert enkelt intervjuobjekt reagerer på janteloven. Formålet med dette er å gi leseren en bedre forståelse av hvem respondentene er, og prøve å forstå de ulike fordelene og ulempene knyttet til hver enkelt personlighetsfaktor. Dessverre er det ikke mulig i denne sammenheng å sette to streker under svaret når det gjelder korrelasjon mellom personlighetstrekk og jantelovens innvirkning, men det er likevel betydningsfullt å avdekke og vurdere eventuelle sammenhenger.

Ekstroversjon	Planmessighet	Åpenhet	Omgjengelighet	Nevrotisme
Aktivitet	Betenksomhet	Estetikk	Altruisme	Angst
Positive følelser	Kompetanse	Fantasi	Beskjedenhet	Depresjon
Selvmarkering	Orden	Følelse	Følsomhet	Fiendtlighet
Sosiabilitet	Plikttroskap	Handlinger	Føyelighet	Impulsivitet
Spenningsøkning	Prestasjonsstreben	Ideer	Rettfremhet	Selvbevissthet
Varme	Selvdisiplin	Verdier	Tillit	Sårbarhet

(Figur 2: Femfaktormodellen med tilhørende fasetter (Kennair, 2020a)).

2.3.1 Åpenhet

Dette personlighetstrekket handler om å være åpen overfor nye opplevelser, ideer og erfaringer, det bidrar også til å måle grad av intellekt. Mennesker som scorer høyt på dette trekket er ofte svært åpne mennesker som liker å prøve ny mat, oppleve nye steder og får ofte glede av og har interesse for ulike kunstformer. Motparten er derimot mer her-og-nå orientert, motvillig til endring og har lavere grad av nysgjerrighet og interesse for nye ideer (Kennair, 2021). Psykolog Brian Little (2016, 3:10) snakker om at åpenhet er en god indikator på suksess, der mennesker som scorer høyt på dette trekket ofte er suksessfulle, men også kan oppfattes som merkelige og til en viss grad absurde.

Estetikk er dette trekkets første fasett og tar for seg om personen har glede av og interesse for forskjellige kunstarter, fremfor manglende fascinasjon av musikk, billedkunst og poesi. Videre er fantasi en fasett som tar for seg hvor rikt det indre livet er og at personen har en aktiv fantasi, fremfor at personen er mindre drømmende og mer konkret. Tredje fasett kalles følelse og tar for seg interessen overfor eget følelsesliv. Den fjerde heter handlinger og her er det snakk om at personen er glad i å prøve uvant mat, reise til nye steder eller delta i nye aktiviteter, fremfor å være en motstander av endring og nye opplevelser. Neste fasett kalles ideer og tar for seg om personen har interesse for nye og uvanlige ideer, har et åpent sinn og generelt sett er intellektuelt nysgjerrig. Til slutt handler det om verdier og om personen utfordrer både sosiale, religiøse og politiske holdninger (Kennair, 2021).

2.3.2 Planmessighet

Planmessighet er et personlighetstrekk som ofte verdsettes i arbeidslivet. Dette trekket tar for seg hvorvidt et menneske er velorganisert, ryddig, til å stole på og har høye aspirasjoner. Et menneske som scorer høyt på dette trekket vil ofte være selvstendig og disiplinert i arbeidet sitt, og er derfor ofte ettertraktet i enkelte bedrifter. Et individ som scorer lavt her vil derimot anses å være mer kaotiske, mindre ryddige og vanskeligere å stole på (Kennair, 2018a). I likhet med åpenhet, sier Little (2016, 3:10) at planmessighet også er en god indikator på suksess. Planmessige mennesker oppnår suksess gjennom å holde seg til frister, være utholdende og lidenskapelige. Dette trekket er i følge Kennair (2018a) av høy interesse i utvelgelse av personell, da det kan forutsi noe om yrkesprestasjoner på tvers av mange områder.

I dette trekket finnes det også seks fasetter, hvor det første kalles ubetenksomhet og tar for seg om personen tenker seg om før hen handler. Det andre trekket viser til kompetanse, der en person som scorer høyt ofte vil være dyktig, fornuftig og effektiv i sitt kompetanseområde. Videre er det snakk om grad av orden, og dermed om personen er ryddig og organisert. Den fjerde fasetten handler om pliktroskap som tar for seg om mennesket er etisk og samvittighetsfull, fremfor amoralsk. Den neste fasetten kalles prestasjonsstreben og viser til et menneske som er målrettet, har høye aspirasjoner, er hardtarbeidende vil score høyt på planmessighet. Sist, men ikke minst er det snakk om selvdisciplin, og handler om at mennesket fullfører oppgaver tross motgang (Kennair, 2018a).

2.3.3 Ekstroversjon

Ekstroversjon er et trekk som beskriver hvor et menneske henter energi fra og er med på å forklare hvordan et menneske trives i sosiale omgivelser. En person som scorer høyt på ekstroversjon vil som regel like å møte seg med andre mennesker og fyller energinivået sitt gjennom andre, mens motparten (introversjon) vil derimot trives bedre i eget selskap og ofte hente energi fra å ha alenetid (Kennair, 2018b). Det finnes også en tredje versjon, som kalles ambivert. Dette er mennesker som er en hybrid av ekstrovert/introvert. Entreprenøren scorer som oftest høyt på dette personlighetstrekket (Antoncic et al, 2015), selv om vi har eksempler på suksessfulle entreprenører – blant annet Steve Wozniak og Steve Jobs som scorer ganske ulikt hverandre (Cain, 2014).

Under ekstroversjon finner vi også seks fasetter. Det første heter aktivitet og viser til at et ekstrovert mennesker vil foretrekke et raskt tempo, ha høyt nivå av energi og gjerne vil være produktiv. Videre vil en ekstrovert person ofte oppleve positive følelser som glede, være optimistisk og ha lett for å le. Den tredje fasetten kalles selvmarkering, og viser til at den ekstroverte ofte er sosialt dominant, viser selvhevdende atferd og ofte tar på seg lederoppgaver. Videre vises det til sosiabilitet som viser til at et menneske som scorer høyt på ekstroversjon ofte vil være sosial, snakkesalig, selskapelig og holde folk nærme seg. Den femte kalles spenningsøkning og tar for seg hvilken grad menneske oppsøker spenning og stimulering, og om man liker støyende og fargerike omgivelser. Sist, men ikke minst handler det om varme: et ekstrovert menneske er ofte likandes, varm og medfølende, vennlig, uformell og lite kritisk (Kennair, 2018b).

2.3.4 Omgjengelighet

Dette trekket handler mye om et menneske har høy grad av sjenerøsitet, tillit og empati. En person som scorer høyt på dette trekket vil ofte være lite opptatt av sosial konkurranse og ha lav grad av selvhevdelse. En slik person vil være svært imøtekommende og generelt sett være medmenneskelig. Motparten til den omgjengelige personen er mennesker som har større grad av fiendtlighet, ofte uttrykker sinne og møter sosiale konflikter. Ofte er trekket omgjengelighet noe mennesker verdsetter når de skal velge romantisk partner (Kennair, 2020b).

I likhet med de andre personlighetstrekkene har også dette trekket seks underordnede fasetter. Først er det altruisme som handler om at personen er hjelpsom, omsorgsfull og sjenerøs. Videre er det beskjedenhet, der en person som scorer høyt på denne fasetten ofte vil være ydmyk og beskjeden fremfor arrogant og selvgod. Følsomhet er den tredje fasetten og handler om personen er sympatisk, empatisk og omsorgsfull overfor andre mennesker. Videre handler det om føyelighet der personen ikke er glad i sosial konkurranse, er mild og gir seg i en konfrontasjon. Nest sist handler det om rettfremhet og tar for seg om personen er ærlig og tydelig, fremfor manipulerende og smigrende. Til slutt handler det om tillit og i hvilken grad personen stoler på, og tror på andre (Kennair, 2020b).

2.3.5 Nevrotisisme

Nevrotisisme er det siste av de fem personlighetstrekkene i femfaktormodellen og måler grad av emosjonell stabilitet. En person som scorer høyt på dette trekket vil anses å være ustabil, oppleve psykisk ubehag og møter vedvarende negative emosjoner. Ofte vil en slik person være engstelig og nervøs, og kan ha tendenser til depresjon og angst. En person som scorer lavt her vil derimot være psykisk stabil og ha kontroll på sitt eget følelsesliv. En slik person vil klare å være mer rolig, avslappet og tilbakelemt (Kennair, 2018c).

Den første fasetten heter angst, og tar for seg om personen er bekymret, anspent, engstelig og nervøs, fremfor å være rolig og avslappet. Den andre fasetten kalles depresjon og handler om personen føler på skyldfølelse, tristhet og ensomhet, eller om personen har fravær av slike følelser. Videre har vi fiendtlighet som går på grad av sinne, frustrasjon og bitterhet. Neste fasett heter impulsivitet og går på om personen lett gir etter for lyster og behov, og har det vanskelig med å motstå fristelser. Selvbevissthet er den neste fasetten og går på skam, flauhet og ubehag i sosiale settinger. Slike personer vil ofte være sensitive mot krenkelser og oppleve en følelse av mindreverdighet. Den aller siste fasetten kalles sårbarhet og viser til om en person lett blir stresset, avhengig eller lett blir satt ut av kriser, og takler vanskelige situasjoner med annet enn ro (Kennair, 2018c).

3.0 Metode

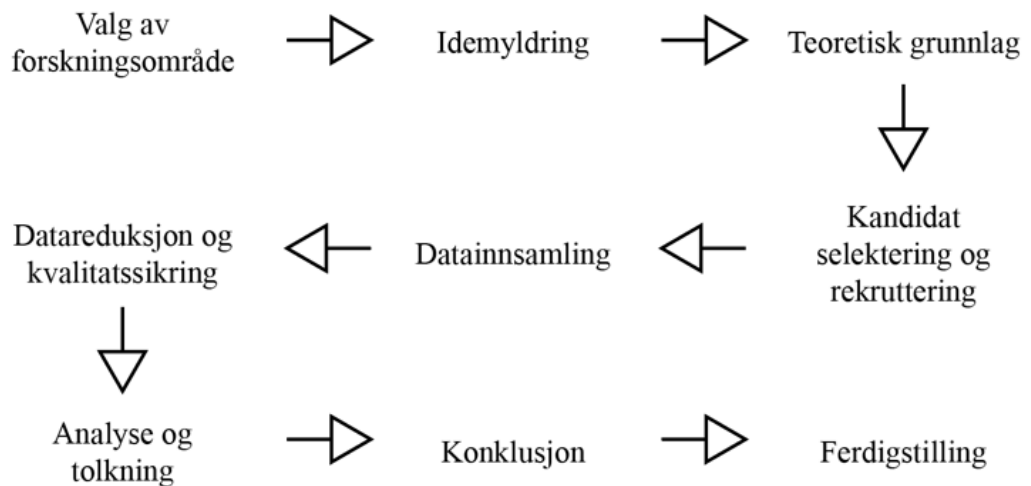
Metode er en planmessig fremgangsmåte, især vitenskap og filosofi, gjerne grunnet på regler og prinsipper (Askheim & Grennes, 2019). I følgende avsnitt vil metoden presenteres gjennom en systematisk gjennomgang av hvordan prosessen har foregått. Forskningen har hatt en kvalitativ tilnærming, da denne metoden anses å være en måte å tilnærme seg virkeligheten på som bidrar til å produsere beskrivende data. Det er benyttet personlig dybdeintervju med et eksplorativt design, noe som åpner opp for at intervjuet kan blir utforskende slik at man kan avdekke nyttig informasjon underveis i prosessen. Formålet med dette kapittelet er å beskrive hvilken metode som er brukt for å svare på oppgavens problemstilling, samt å begrunne valget og forstå fordelene som kommer med denne metoden.

3.1 Kvalitativ metode

Forskningsartikkelen tar i bruk kvalitativ metode, og totalt har syv gründere deltatt i personlige dybdeintervju. Det er også verdt å nevne at alle intervjuobjektene har gjennomført en gratis personlighetstest fra truity.com, ergo tar forskningen i bruk metodetriangulering. Dette gjør også at det er mulig å gi en bedre indikasjon på validiteten av denne forskningen i senere forskning.

3.2 Forskningsprosessen

Forskningsprosessen baserer seg på fire ulike faser som beskrevet av Christoffersen et al. (2010). Første fase innebærer research, der man starter med et tema eller en idé som man bruker for å finne relevant litteratur, sette en problemstilling, definere formålet og valg av forskningsdesign. Videre går man i fase to der valg av metode, utvelging av respondenter og datainnsamling fremkommer. Fase tre går på databehandling, eller rettere sagt handler det om datareduksjon, kvalitetssikring av data, analyse og tolkning av funn. Til slutt fremkommer skriftlig rapportering, konklusjoner og presentasjon av forskningsdata. En visuell beskrivelse av forskningsprosessen vises i figuren under.



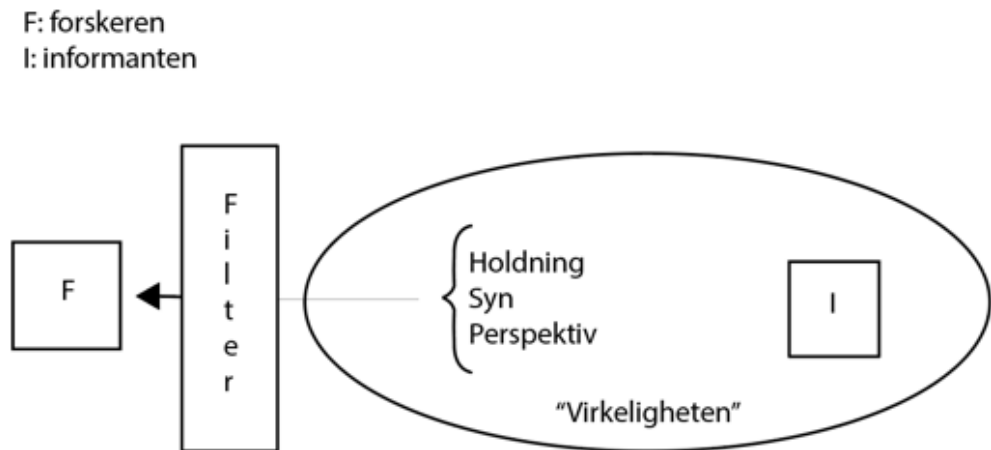
(Figur 3: Beskrivelse av vår forskningsprosess)

3.3 Forskningsdesign

Forskningsdesign har som formål å støtte opp under det man ønsker å finne ut av i en undersøkelse. Hovedformålet med et hvilken som helst design er å sikre at vi når våre forskningsmål. Å designe betyr egentlig å planlegge (Askheim & Grennes, 2019). Under kvalitativ forskningsdesign finnes det mange ulike varianter. Askheim & Grennes (2019) skiller kvalitative design inn i fire ulike kategorier. Dette er fenomenologisk design, casedesign, etnografisk design og Grounded Theory-design, der vi benytter både først- og sistnevnte.

Et fenomenologisk design defineres ut ifra at man undersøker hvordan et fenomen oppleves av oss som mennesker. *“Det fenomenologiske vitenskapssynet kan oppsummeres som læren om det som viser seg, det vil si at man er opptatt av fenomenene slik de oppleves av oss, eller mer presist: slik de umiddelbart oppfattes av sansene”* (Askheim & Grennes, 2019, s. 69). I filosofien defineres et fenomen som en betegnelse for tingene, den ytre verden, som de viser seg eller fremtrer for oss, eller som vi erkjenner dem, i motsetning til tingene som de “egentlig” eller “i virkeligheten” er (Holmen, 2019).

Vår forskning ønsker å kartlegge ulike entreprenørers holdninger, synspunkt og perspektiver på janteloven. På denne måten kan vi tilnærme oss et helhetlig synspunkt på hvordan fenomenet opptrer i gründerkulturen, og skape en forståelse for hvordan entreprenøren håndterer det sosiale stigmaet. Undersøkelsen vil skje i form av personlig dybdeintervju, noe som åpner opp for at man underveis i prosessen og det kvalitative dybdeintervjuet kan fange opp og utforske områder og meninger som ikke er forutsatte, som ikke er tilfellet ved for eksempel kvantitative spørreskjemaer.



(Figur 4: Fenomenologisk design (Askheim & Grennes, 2019))

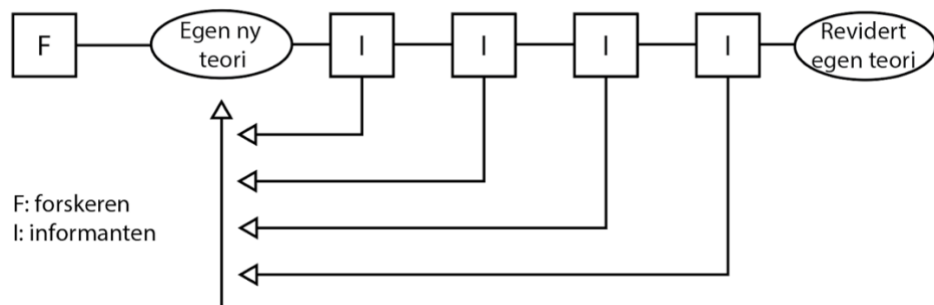
Ved å gjennomføre dybdeintervju i form av et eksplorativt design åpner dette også opp for uoppdagede eller ikke-forutsatte meninger/tanker/holdninger.

Intervjuobjektet får muligheten til å “spinne” videre på de planlagte spørsmålene slik at nye spørsmål kan stilles, og besvares. Noe vi ser en gjenganger av er det at mange av spørsmålene blir besvart uten at de en gang er stilt. Respondentene trekker selv frem janteloven og dens innvirkning uten at vi som intervjuere introduserer temaet - hvilket viser en av de mange fordelene ved kvalitativ studie.

Professor i psykologi, Albert Mehrabian, har laget en regel kalt “7-38-55 prosentregelen”, og handler om at bare 7 prosent av kommunikasjon baserer seg på det verbale, altså ordene som blir uttalt, mens 38 prosent kommer fra tonefallet i stemmen, og de resterende 55 prosentene kommer fra kroppsspråket til den som snakker (Voss, 2016, s. 176). Ved å bruke forskningsdesignet som er beskrevet over får vi derfor muligheten til å bli kjent ytterligere med respondentene, og ikke kun høre ordene som blir sagt. Toneleie og kroppsspråk har en fatal rolle i kommunikasjon, og derav vil et eksplorerende dybdeintervju gi større innsikt og en videre kontekst enn om man skulle samle data gjennom for eksempel spørreskjema. Likevel satt pandemien en begrensning for dette, da fysisk oppmøte ikke var like aktuelt.

Grounded Theory-design er også verdt å trekke frem i henhold til denne oppgaven. Dette forskningsdesignet går ut på at man definerer en egen teori, ofte kalt en substansiell teori, som kan brukes for å senere definere en formell teori (Svartdal, 2018). Dette gjøres i oppgaven, men for å spare på kruttet vil teorien

defineres avslutningsvis. Gjennom kvalitativ metode er det derimot ikke mulig å skape en formell teori, men med et Grounded Theory-design kan vi som forskere åpne opp for et nytt fagområde innenfor den norske entreprenørskapskulturen og deretter komme med forslag til senere forskning der det er mulig for andre å teste teorien opp mot kvantitative data og dermed skape en formell teori rundt fenomenet.



(Figur 5: Grounded Theory-design (Askheim & Grennes, 2019))

3.4 Utvalg

Med forbehold om at all datainnsamling fremkommer gjennom personlige dybdeintervjuer er det flere hensyn som må tas for at utvalget skal være relevant. I tillegg ligger fokuset i den norske entreprenørskapskulturen, og derav utgår en rekke nordmenn fra vår undersøkelse. Vi har derfor satt noen generelle kvalifikasjonskrav før respondentene har kunnet delta som intervjuobjekter i intervjuene: 1. Du er nødt til å være gründer, 2. Du er nødt til å jobbe med din egen bedrift per nå, 3. Du må ha erfaring fra å operere i andre land og 4. Du er nødt til å vite hva janteloven er.

For å hente relevante deltakere tok vi derfor i bruk eget nettverk for å rekruttere relevante informanter, i tillegg til å bruke nyhetskanaler som shifter.no. Vi sendte deretter ut mail til de vi anså som relevante deltakere for å høre om de kunne tenke seg å stille til intervju, der vi til slutt dobbeltsjekkerte med dem at de faktisk var relevante deltakere (Vedlegg 1: Mail til respondenter).

3.5 Intervjuguide

Intervjuguiden er designet etter relevant litteratur på emnene janteloven og personlighetspsykologi. Personlighetsfaktorene legges til i forkant av intervjuet, der respondentene svarer på en personlighetstest fra truity.com. Videre testes janteloven gjennom et dybdeintervju med fem deler. De fem delene er: demografiske variabler om gründeren, demografiske variabler om bedriften, hva gründeren tror hindrer den norske entreprenørskapskulturen i å blomstre, skjulte spørsmål om janteloven og til slutt direkte spørsmål om janteloven. I tillegg er det satt av tid for informantene å komme med tilleggskommentarer etter at intervjuet er gjennomført.

Før selve intervjuene startet, ble det gjennomført testintervju for å sikre at intervjuguiden holdt stand med det som var forventet å hente av empiri. Testintervjuet ble gjort på en entreprenørskapsstudent på tredjeåret som både har kunnskap på områdene vi undersøker, men også har kunnskap om hvordan et dybdeintervju burde foregå. På denne måten var det mulig å både utelukke ikke-relevante spørsmål, redefinere spørsmål som gjorde intervjuene mest mulig eksplorative og få ytterligere innsikt på fagområdet. Det ble gjort flere endringer etter dette, noe som viser at testintervjuet utgjorde en positiv forskjell. (Vedlegg 2: Intervjuguide).

3.6 Kvalitetssikring

3.6.1 Reliabilitet

Reliabilitet, også referert til som pålitelighet, handler om graden av reproduserbarhet: i hvilken utstrekning andre forskere, ved en eller annen anledning, vil være i stand til, under gjennomføring av et tilsvarende sett datainnsamlingsprosedyrer, å oppnå tilsvarende resultat (Askheim & Grennes, 2019, s. 22). Det handler altså om at funnene kan gjenskapes med like resultater. Måten reliabiliteten testes på i kvalitative intervjuer er gjennom kontinuerlig kommunikasjon mellom forsker og intervjuer. Det er nettopp dette som er gjort i denne sammenhengen også. Etter fullført intervju og transkribering, ble teksten sendt over til intervjuobjektene for å sikre at den innsamlede dataen stemmer overens med informantenes meninger og holdninger. På denne måten kan vi vite at funnene faktisk stemmer overens med virkeligheten, og dermed gjør forskningen mer reliabel.

3.6.2 Validitet

Validitet, også referert til som gyldighet, handler om at forskeren faktisk har målt det som forskeren ønsker å måle. Som Askheim & Grennes (2019, s. 23) påpeker, så er den klassiske definisjonen på måling følgende: “*måling innebærer å tallfeste noe i henhold til et sett av regler.*” Det dreier seg med andre ord om å gjøre atferd eller holdninger om til talluttrykk. Kvalitativ forskning er derimot vanskelig å tallfeste ettersom dataen kommer i form av muntlig kommunikasjon og deretter transkriberes. Da dette er vanskelig å måle er det derfor mer relevant å spørre seg selv hvorvidt våre data faktisk avspeiler de fenomener eller variabler vi er interessert i (Askheim & Grennes, 2019, s. 23).

3.6.3 Personlighetstestens reliabilitet og validitet

Når det gjelder personlighetstestens validitet og reliabilitet, var det noe vanskeligere å sette to streker under svaret. I følge truity.com (2020) selv så er testen både reliabel og valid, noe de selv informerer i FAQ seksjonen nederst på nettsiden sin. På sin egen “About Us” side så trekker de selv frem at de ønsket å fylle gapet mellom en gratis test og en valid, reliabel test, og derfor er de en av de eneste sikre personlighetstestene som også er gratis.

Tiwari (2021) går også god for testens reliabilitet, noe som også gir en indikasjon på at testen er reell. Som de sier selv så er testen rask og reliabel. Likevel ser man splittede meninger på diskusjonsforumer som Quora, der noen påstår at gratis tester aldri kan anses å være helt til å stole på (Quora, u.å.).

Etter å ha gjennomgått en researchfase på dette, har vi selv valgt å stole på at testen er det nærmeste man kommer en gratis personlighetstest som er reliabel og valid. Respondent nr. 3 legger også ved at resultatene hans stemmer overens med tidligere resultater fra lignende tester, hvilket gir enda en indikasjon på at resultatene er nokså riktige. Det finnes også mange personlighetstester som også kan brukes i næringslivet og i profesjonelle rekrutteringsprosesser, og mange av disse (f.eks. Myer-Briggs Type Indicator) er bygget på, samme eller liknende teoretisk fundament, som er basert på Carl Gustav Jungs teori. Truity-testen er en enkel og billig versjon av femfaktormodellen (The Big Five) som har vist seg å være stabil over tid, og i en rekke kulturer (Costa & McCrae, 1991).

3.6.4 Overførbarhet

Vitenskapelig kunnskap er ofte likestilt med generaliserbar kunnskap. Det er med andre ord et poeng at de resultater vi kommer frem til, skal være generaliserbare, det vil si gyldige også i andre situasjoner enn akkurat den vi har undersøkt (Askheim & Grennes, 2019, s. 20). I en kvalitativ undersøkelse er det ikke så vanlig å hente inn nok respondenter til å kunne kalle det for et representativt utvalg, og derfor er det vanskelig å si at man kan generalisere funnene. Per 1. Januar 2021 var det registrert 606 642 virksomheter i Norge, og vi intervjuet bare syv gründere til oppgaven. Om man tar som forutsetning at hver enkelt av virksomhetene har en gründer hver, er derfor syv undersøkelsesobjekter ikke representativt for en populasjon som er tilnærmet 100.000 ganger større. Likevel kan resultatene sies å være et sett med uttrykk og meninger, og derfor mener vi at resultatene har en grad av overførbarhet ved at funnene kan overføres som meninger og ikke generalisering, og slik gi innsikt.

4.0 Analyse

I følgende del vil vi ta for oss analysene av forskningen. Hos hvert enkelt individ har vi definert personlighetsvariabler og demografiske variabler. Dette er gjort for å gi leseren en bredere forståelse av intervjuobjektene, samt forstå janteloven i kontekst av likheter og ulikheter i individene. De syv intervjuobjektene har nemlig svært ulike historier og erfaringer fra å bedrive entreprenørskap, og det er derfor essensielt at både skribentene og leserne av oppgaven forstår hvem intervjuobjektene er. Det vi har analysert er demografiske variabler, personlighet, samt deduktive koder som har fremkommet i intervjuene.

I analysen av personlighetsvariablene er det gjort følgende funn:

	Nr. 1	Nr. 2	Nr. 3	Nr. 4	Nr. 5	Nr. 6	Nr. 7
Åpenhet	62,5%	83%	77%	65%	83%	83%	77%
Planmessighet	67%	73%	58%	65%	50%	75%	52%
Ekstroverisjon	71%	60%	87,5%	60%	50%	100%	62,5%
Omgjenglighet	62,5%	29%	54%	60%	62,5%	71%	58%
Nevrotisme	31%	50%	17%	50%	35%	31%	37,5%

(Figur 6: Personlighetskarakteristikk).

I analysen av demografiske variabler er det gjort følgende funn:

	Nr. 1	Nr. 2	Nr. 3	Nr. 4	Nr. 5	Nr. 6	Nr. 7
Alder	53	29	37	50	42	25	41
Sivilstatus	Gift	Singel	Gift	Gift	Singel	Singel	Singel
Kjønn	Mann	Mann	Mann	Mann	Kvinne	Kvinne	Kvinne
Antall oppstartsselskaper	50	2	3	6	1	1	2
Antall suksesser	10	2	2	3	1	1	1

(Figur 7: Demografiske variabler).

Vi gikk induktivt til verks for å for å grovkode dataen, og kom frem til fem emner: Kunnskapsdeling mellom individer, evne til å være selvstendig/gå imot normer, graden av komfort i norsk organisasjonskultur, pressens påvirkning og engasjement overfor egne prosjekter. Vi erstattet disse emnene med de henholdsvis kodene; "nettverk/kunnskapsdeling", "selvstendighet", "komfort", "presse" og "engasjement". Å dedusere meningsinnholdet vil si at vi har definert koder som har fremkommet fra de kvalitative intervjuene. Disse fem emnene viste seg å være aktuelle faktorer i henhold til intervjuets formål - å se det norske entreprenørskapsmiljøet i lys av janteloven. I følgende del vil de ulike emnene analyseres med utgangspunkt i intervjuobjektens tanker og holdninger tilknyttet det gitte emnet.

Videre ser vi på sammenhenger og forskjeller mellom intervjuobjektene, der ekstrovertsjon er spesielt aktuelt, men der også omgjengelighet og nevrotisme avgjør jantelovens innvirkning på entreprenører. Når det gjelder de deduktive kodene har samtlige innvirkning når det gjelder janteloven og entreprenører, men i ulik grad. Likevel har pressen størst innvirkning på jantelovens effekt, selv om komfort og engasjement også spiller en viktig rolle.

5.0 Empiri

5.1 Demografiske variabler

“Min største hobby er jobben min” - Nr. 1

Intervjuobjekt nr. 1 er en 53 år gammel trebarnsfar. I tillegg til musikk og instrumenter, er hans største hobby jobben hans. Han er nemlig en seriegründer som til sammen har vært med på å starte rundt 50 selskaper. Denne reisen startet i en alder av 25 år, og innen fylte 32 år hadde intervjuobjekt nr. 1 startet et av landets fremste selskaper innen telefoni, før han tre år senere solgte dette for den nette summen av MRDNOK 2,4. For å forstå hvilken grad av suksess dette intervjuobjektet har opplevd, bør det legges til at han startet ytterligere et selskap som kun noen få år senere ble solgt for MRDNOK 1,8. Utdanningsmessig kan han referere til NHH og det daværende Kjøpmannsinstituttet hvor han utdannet seg innen varehandel.

“Jeg ser på utførelse av entreprenørskap som en blanding mellom kunst og forskning” - Nr. 2

Nr. 2 er en 29 år gammel mannlig gründer. Intervjuet utføres fra et såkalt “Hacker House” i Oslo hvor han og hans kollegaer har etablert senge- og kontorplasser. Han har for øyeblikket oppstartsselskapet sitt som fulltidsokkupasjon, og har i dag syv ansatte. Business og finans har alltid interessert han, og planen var i utgangspunktet å fullføre en mastergrad i siviløkonomi, selv om han ga seg med studier etter endt bachelorgrad. Det unge selskapet han nå holder på med er innen eiendomssektoren, med et innsnevret fokus på Oslo, selv om planen på sikt er å ekspandere. Foruten om dette selskapet har han tidligere startet et selskap med stor gevinst, samt reddet to andre fra å gå konkurs.

“Hadde det ikke vært for McKinsey, hadde jeg bare vært en mann med en sprø idé” - Nr. 3

Intervjuobjekt nr. 3 er en 37 år gammel mann, han er gift og har fire barn. Med samfunnsøkonomisk bachelorgrad i Norge og mastergrad i konkurranseøkonomi i England, har gründeren lagt et godt rammeverk for å bedrive entreprenørskap. Likevel startet han karrieren sin som intraprenør i et av Norges største mediekonsern, og før det i McKinsey. Han legger ikke skjul på at utdanningen hans har vært svært relevant iht. jobbene han hadde, men at det allikevel ble noe annerledes når han skulle starte noe selv. I dag kan han også inkludere tre startups

på CV-en - én med milliardomsetning, en over middels bra og en som ikke har gått særlig bra.

“Jeg liker ikke å faile” - Nr. 4

Nr. 4 er en 50 år gammel mann med en veldig interessant historie. Han er født og oppvokst på en liten plass utenfor Oslo, og hadde store drømmer om å bli pilot. Pilotdrømmen ble aldri en realitet, men han opparbeidet seg likevel høy rang i militæret. Han bedrev deretter intraprenørskap i en norsk bank, før karrieren som entreprenør startet i 2005 - og han har siden den gang startet seks selskaper. Nå har derimot den erfarne gründeren valgt å starte eget inkubatorprogram/ “coworking-space”, og har hjulpet flere bedrifter siden 2017. Han er også såkalt engleinvestor, og har investert i 18 selskaper. Selv mener han “coworking-spaces” er et idiotprosjekt, men ønsket likevel å realisere dette lokalt i Norge, etter at han fikk erfare hvor stor betydning det hadde for han da han var gründer i USA.

“Jeg ble lei av å bli diktert på hva jeg skulle lage” - Nr. 5

Intervjuobjekt nr. 5 er en 42 år gammel dame fra Vestland. Hun utdannet seg som fotograf, før hun tok videreutdanning innenfor mote, og deretter jobbet med barneklær mesteparten av sitt liv frem til hun ble arbeidsledig i 2011. Det var da, i romjulen 2012, at hun bestemte seg for å starte for seg selv. Nr. 5 har ingen utdanning innen forretningsvirksomhet, økonomi o.l. og fant det derfor veldig utfordrende i startfasen, men fant motivasjon i at hun ikke lenger ønsket å bli fortalt hva slags klær hun skulle lage av ledere i et dårlig organisert selskap. Hennes seneste sjef hadde hun derimot et godt forhold til, og da hans selskap hadde vært gasellebedrift ni år på rad valgte hun å inkludere han i reisen sin, og han har fungert som en mentor i tillegg til å være styreformann i selskapet. I år budsjetterte selskapet for en omsetning på MNOK 21, og de har ni ansatte.

“Det er skummelt å melde for høyt her i Norge” - Nr. 6

Dette intervjuobjektet er kun 25 år gammel. Likevel har hun en svært innholdsrik bakgrunn med mastergrad i samfunnsøkonomi, jobberfaring fra DnB, samt en tech-startup fra Silicon Valley der fokuset lå mot etisk hacking. Hun var også med på å arrangere et av de største hacker-eventene i Las Vegas. Utdanningen hennes mener hun derimot kun har gitt hun kredibilitet blant eksterne aktører som investorer etc. I november 2020 lanserte hun sin første startup. Selskapet har

mottatt statlig støtte for deres visjon om å bidra til å kutte matsvinn og bedre den norske helsen. Likevel er selskapet i tidlig fase, så det er ikke å anse som en formell, økonomisk suksess enda.

“Det å bo i flere land gjør at man tenker veldig annerledes og ofte mer kreativt enn andre, og det får jeg mye igjen for” - Nr. 7

Vårt siste intervjuobjekt er en 41 år gammel dame av nederlandsk opprinnelse, som har bodd i Norge mer eller mindre kontinuerlig siden hun dro hit på utveksling i forbindelse med sine studier. Hun er utdannet siviløkonom, og har i ettertid videreutdannet seg med en mastergrad i teknologi og innovasjon samt en mastergrad i medisinsk forskning. Etter utdannelsen havnet hun i venturebransjen, hvor hun har vært med på å finansiere og investere i en rekke oppstartbedrifter, før hun deretter tilbrakte en liten periode i et medisinsk firma. I dag er hun foreleser, og bruker mye av tiden sin på sosialt entreprenørskap i tillegg til å bedrive et lite konsulentselskap.

5.2 Personlighet

“Når jeg var yngre tok jeg mye feil, men nå tar jeg svært lite feil” - Nr. 1

Nr. 1 beskriver seg selv som en munter og glad gutt, noe som stemmer overens med vårt inntrykk. Han stilte gladelig til intervju og åpner intervjuet med en vits etterfulgt av en liten latter - mens han satt i bilen på vei til sitt neste møte. Intervjuobjektet viser åpenbare antydninger til at han verken er usikker eller ukomfortabel når intervjuet utvikler seg mot et mer personlig nivå. Dette er en mann som som regel har hatt sjefsrollen i selskaper, og det kommer tydelig frem i intervjuet. Han forteller selv at han uavhengig av tittel kun opptrer som sjef når det er nødvendig, og at hans hovedkvalifikasjoner heller ligger i relasjonsbygging og strategi. Etter over tretti år som forretningsmann trekker han frem det å lære av egne erfaringer som hans viktigste læringspunkt når det kommer til selvutvikling. Som det ovennevnte sitatet sier, har det resultert i betydelig færre feiltakelser, og han har blitt flinkere til å åpne dører for andre mennesker, og når det er nødvendig; sette egoet sitt til side, og la andre få rett.

Åpenhet = 62,5% Planmessighet = 67% Ekstrovertsjon = 71% Omgjengelighet = 62,5% Nevrotisme = 31%

“Jeg blir stadig kalt crazy, men jeg vet jeg er det så jeg bryr meg ikke” - Nr. 2

Intervjuobjekt nr. 2 gjennomførte som nevnt intervjuet fra et “Hacker-House”, noe som i seg selv sier mye om den unge gründeren. Han har valgt å eliminere samtlige utenforstående forstyrrelser, for å utelukkende fokusere på oppstartsselskapet. Det er heller ikke første gang - han valgte å legge utdanningen til side til fordel for en start-up. Det gir et helhetlig inntrykk av en eksepsjonell arbeidslyst og ikke minst motivasjon. Hittil har han opplevd mye medvind med sine prosjekter, og arbeidstimene har lønnet seg - selv om det har gått på bekostning av sosialt liv og utdanning. Likevel mener han at utdanning i bunn og grunn kun er informasjon, og ettersom informasjon er tilgjengelig på internett, kan man fint klare seg uten utdanning. Totalinntrykket forteller oss at dette individet uansett vil jobbe mot sine mål, som forklarer hans høye score på planmessighet og lave score på medgjørighet.

Åpenhet = 85% Planmessighet = 73% Ekstroversjon = 69% Omgjengelighet = 29% Nevrotisme = 50%

“Jeg er mer som en industribygger enn en idégenererer.” - Nr. 3

Akkurat som med det første intervjuobjektet ble vi nødt til å gjennomføre intervjuet med nr. 3 på farten mellom to møter. I løpet av intervjuet ble vi nødt til å holde linjen mens han svipper innom en kafé før han kjører videre mot arbeidsplassen og slår av en rask prat med resepsjonisten - det er ingen tvil om at dette er en travel mann. Likevel klarer han fint å holde flere baller i luften, og sier han presterer bedre når hverdagen er hektisk og folk har forventninger til han. Han er svært målrettet og ambisiøs, hvilket CV-en reflekterer med store bragder fra prestisjetunge utenlandsstudier og internasjonale selskaper som McKinsey. Han karakteriserer heller seg selv som en industribygger, enn idégenererer, men er likevel avhengig av høylytt tenkning, intellektuell sparring og brainstorming for å tenke smart og riktig.

Åpenhet = 77% Planmessighet = 54% Ekstroversjon = 87,5% Omgjengelighet = 54% Nevrotisme = 17%

“Jeg er redd for å skille meg ut. Jeg vil egentlig bare bli likt.” - Nr. 4

Denne mannen ble født i indre Østfold, gjorde karriere i militæret og var tech-gründer i Silicon Valley men likevel valgte å returnere til Norge for å hjelpe norske gründere. Han forteller selv at han kun var opptatt av business og prestisje da han var yngre, men etter mange opp- og nedturer forstod han at dette ikke var av like stor betydning som han trodde. Han har vært en av frontfigurene i flere av prosjektene, og håndterer rollen godt. Likevel har han sine tøffe perioder, hvor han virkelig har vært nede i kjelleren. Måten han håndterer samtals utvikling i intervjuet gir et inntrykk av en mann som kjenner seg selv på godt og vondt, kjenner sine styrker og svakheter, og tør å stå i det selv i svært utfordrende tider.

Åpenhet = 65% Planmessighet = 65% Ekstroversjon = 60% Omgjengelighet = 69% Nevrotisme = 50%

“Jeg har alltid vært annerledes enn alle andre” - Nr. 5

Nr. 5 er oppvokst i en bygd på Vestlandet, og returnerte raskt til hjembygda etter endte studier i hovedstaden. Hun var i lang tid ansatt hos diverse klesprodusenter, men ble til slutt lei av å bli fortalt hvordan hun skulle designe klær. Forståelsen for valget øker da hun beskrev seg selv som veldig impulsiv, og hun vil gjerne ha en arbeidsdag bestående av flere ulike arbeidsoppgaver. I intervjuet får man et inntrykk av at hun til slutt kom til et punkt, der hun ble nødt til å prioritere seg selv og egne ønsker - noe hun gjorde. Det virker ikke som om det var et enkelt valg ettersom hun, av økonomiske årsaker, var nødt til å pantsette leiligheten for å finansiere prosjektet - og i tillegg møte svært mye motstand iht. hva hun ønsket å gjøre. Nr. 5 er lett påvirkelig av hva andre mener, og klarte ikke utestenge hånet. Likevel henter hun seg tilbake ved å fokusere på de positive tilbakemeldingene.

Åpenhet = 83% Planmessighet = 56% Ekstroversjon = 56% Omgjengelighet = 62,5% Nevrotisme = 35%

“Jeg var nødt til å få anerkjennelse, for at det skulle være kult å satse på meg selv” - Nr. 6

Petter Stordalen sier at å være ung og uerfaren, er det perfekte utgangspunktet (Stordalen, 2015). Intervjuobjekt nr. 6 reflekterer Stordalens utsagn - hun uttrykker en enorm vilje, motivasjon og utstråling. Den unge damen er kun 25 år, men har rikelig tro på oppstartsbedriften hennes og *vet* at det vil resultere i suksess. Hun forteller at hun gjerne prater før hun tenker, og er lite risikoavers. Nr. 6 forteller at hun ikke er redd for å gå sine egne veier, men legger likevel til at hun hadde et stort behov for anerkjennelse rundt sin egen forretningsmodell før hun turte å satse på den videre.

Åpenhet = 83% Planmessighet = 75% Ekstroversjon = 100% Omgjengelighet = 71% Nevrotisme = 31%

“I det store og det hele så møter jeg ikke sosial motstand, men så er jeg heller ikke interessert i de meningene, så kanskje jeg bare ikke får de med meg” - Nr. 7

Det siste intervjuobjektet har møtt mye motstand i løpet av karrieren hennes, for det meste forbundet med kjønnsdiskriminering og seksuell trakassering. Da hendelsene inntraff forsøkte hun å bekjempe motpartene juridisk, men innså at det ikke ville gå, og flyttet til Sør-Amerika uten mål og mening. I dag er kjønndiskriminering og seksuell trakassering blitt en hjertesak for nr. 7, og hun bruker mye av tiden sin på å belyse slike aktuelle temaer sammen med andre her i Norge. Hun bruker mye av tiden sin på å hjelpe andre, enten om det er relatert til kjønnsbaserte utfordringer i arbeidslivet, entreprenørskap eller annet. Å si at hun ikke blir påvirket av sosial motstand ville vært uriktig, men hun tar likevel opp kampen om rett og galt selv om det kan gå på bekostning av annet.

Åpenhet = 77% Planmessighet = 52% Ekstroversjon = 52,5% Omgjengelighet = 58% Nevrotisme = 37,5%

5.3 Koding

Nettverk/kunnskapsdeling

Mange lever i den oppfatning av at man må holde sine idéer skjult. Dette er også noe forretningsmogul, Sara Blakely, presiserer i sin MasterClass (Blakely, S. 2021, 9:20). Kunnskaps- og idédeling kan tenkes å ha en destruktiv innvirkning for ens eget arbeid og egen motivasjon, der det er fare for kopi, plagiering og tyveri, ifølge Blakely. Blakely har selv en filosofi der hun ikke deler noen ideer før det er gått iallfall et år mens hun har fått jobbet, tenkt og drøftet idéen med seg selv. Det vi derimot ser i den norske gründerkulturen er at kunnskaps- og idédeling anses å være essensielt for suksess, og man trenger å snakke om idéene sine for å realisere konseptene. Flere av gründerne viser derimot til at negativt ladede ord ikke påvirker motivasjonen de selv har overfor sine egne prosjekter, der de heller ikke er redd for at noen skal “stikke av” med disse.

Nr 1.: *“Det er definitivt fordelaktig å inkludere riktige mennesker i idégenerering- og utvikling, men vi nordmenn er alt for dårlige på dette! Det er som om det er en slags ukultur å spørre om hjelp - folkesjela er alt for stolte og reserverte”.*

Nr. 5.: *“Nordmenn er litt for tilbakeholdne - redd for å bli kopierte, dele informasjon o.l. Det perfekte gründermiljøet mener jeg kun er perfekt dersom alle hjelper og støtter hverandre, noe som blir vanskelig når nordmenn har en tendens til å holde kortene til seg selv. Likevel merket jeg en stor forskjell mellom mennesker fra Oslo og hjembygda - byfolk skulle alltid ha betalt for å hjelpe til, noe som var mye av grunnen til at jeg valgte å starte selskapet mitt i hjembygda”.*

Nr. 6.: *“Vi har mye å lære av hvordan de gjør det i statene - der er det lov å tenke stort. Jeg møtte stadig mennesker på networking-eventer som fortalte at deres bedrift skulle bli den neste enhjørningbedriften - noe ingen tør å melde i Norge. Her hjemme føler jeg nesten man er nødt til å unnskyld seg dersom man har fått til noe stort - og det er en uting! Å konsultere seg med medmennesker- og gründerne kan virkelig være avgjørende i det lange løp. Det er litt som en anekdote jeg ble fortalt om en mann som ikke nådde opp til epletreet, men fikk hjelp av en nabo - han stod på skuldrene til mannen, og kunne dermed plukke epler til begge”.*

Selvstendighet

Et av synonymene til det å være gründer, er selvstendig næringsdrivende. Som det indikerer, er en gründer i stor grad nødt til å opptre selvstendig. Dette involverer også egenskapen av å kunne gå imot sosiale normer, og trekkes frem av intervjuobjektene som en suksessfaktor. Det å se bort fra, eller til og med utnytte janteloven til sin fordel vil kunne anses å være det som skiller gründerne fra ikke-gründerne. Flere av intervjuobjektene snakker om at de har møtt motstand i form av det sosiale stigmaet, der det ofte kommer fra nær familie, venner og bekjentskap. Intervjuobjektene snakker ikke bare om janteloven i den grad at folk ikke har tro på dem, men det viser seg faktisk at etter å ha oppnådd suksess vil andre mennesker spille på lag med gründerne. En nesten ironisk tilnærming til det å satse på seg selv, der skillet mellom fiasko og suksess viser til stor kontrast mellom hvordan andre opplever og møter entreprenøren.

Nr. 1: *“Det er ingen tvil om at man er nødt til å ha evnen til å gå mot strømmen. Når jeg først startet mobilbutikk, gikk familie og venner imot meg. Når mobilbutikken ved senere anledning viste seg å være en stor suksess, ville familien og vennene være med på reisen. Dette kaller jeg derimot ikke et norsk fenomen, men et menneskelig fenomen. Derimot er det kun i Norge det ikke er greit å stikke seg ut av mengden. Nordmenn ser ofte ned på de som skiller seg ut, men dersom de lykkes med det, så er det kult! Rett og slett janteloven i praksis. På den andre siden blir jeg ekstremt motivert av hån og hat, det gir meg et ekstra insentiv til å lykkes. Sosial motstand er som nitroglycerin på tanken min!”*

Nr. 2: *“Jeg hadde egentlig tenkt å utdanne meg som siviløkonom, men valgte å legge bort planene etter bachelorgrad til fordel for gründerlivet. Da ble jeg ansett som gal som prioriterte entreprenørskap ovenfor en utdanning som ville sikret meg fast jobb og stabil lønn. Janteloven mener jeg derimot er et menneskelig trekk, ikke typisk norsk. Men man skal ikke legge skjul på at det er til stede i norsk kultur, og denne kulturen spiller inn på hvorfor entreprenørskapskulturen ikke blomstrer slik jeg skulle ønske.”*

Nr. 4: *“Det er drittøft å være gründer i Norge! Nordmenn prater heller om de stygge skoene, enn den fine kjolen. Jeg er egentlig den typen som er redd for å*

skille meg ut, og vil helst bare bli likt av alle. Men jeg er også veldig sta - så jeg kom meg gjennom den perioden, og er veldig glad for det i dag!”

Komfort

Velferdsstaten Norge forsøker å tilrettelegge for et samfunn der alle har mulighet til å sitte på toppen av næringskjeden uten å ta særlige risikoer. Skolesystemet er lagt opp til at individer kan opparbeide seg en akademisk erfaring som kan resultere i god lønn, komfortable arbeidstider og sosial status uten en altomveiende personlig risiko. Gjennomsnittslønnen i Norge ligger på rundt NOK 600.000 (SSB, 2021), noe som er tilnærmet det som regnes som optimal lønn i forhold til lykke (Finansforbundet, 2021). Investorkulturen er preget av relativt trygge rammer, der det skal mye til før en investor kaster bort pengene sine. Eiendomsforvaltning og plassering av finansielle midler i fond og børs utgjør en stor andel av disse rammene, og historisk sett består finanselitens formue av investeringen i disse markedsområdene. Dette skaper en hemmende effekt for oppstartsselskaper, der gründere opplever at individer med kapital velger bort risikofylte investeringer (les: oppstartsselskaper) til fordel for tryggere investeringer. Dette hindrer også enkeltindivider i å satse på seg selv og ta store personlige risikoer, og kan derfor igjen hemme nordmenn i å starte for seg selv. Slik det oppfattes gjennom intervjuene, deler gründerne en filosofi om at graden av komfort i seg selv er en destruktiv faktor som står i veien for innovasjon, nyskaping og verdiøkning.

Nr. 2: *“Janteloven har en innvirkning på norsk kultur, og den norske kulturen har innvirkning på entreprenørskapskulturen. Men jeg tror at denne kulturen, sammenlagt med det at det økonomiske perspektivet av livet i Norge er relativt greit uten å måtte bedrive entreprenørskap, gjør at spranget fra et “alminnelig arbeidsliv”, dvs. å være ansatt, til å være entreprenør, forlenges. På et vis er livet i Norge rett og slett for godt. Når det er sagt tror jeg også at entreprenørskapskulturen vil blomstre når vi får flere suksesshistorier å strekke oss etter - da tror jeg flere gründerspirer vil tørre å prøve.”*

Nr. 3: *“Det er noe galt med ambisjonsnivået i Norge, og jeg tror dette kommer av mangelen på kollektiv erfaring av at det er mulig å skape milliardindustri her til lands. Dette igjen tror jeg kommer av at det hittil ikke har vært så mange*

suksesshistorier på nettopp det, og at investorer heller har tjent sine penger på eiendom og børs. Det er svært mange gode idéer som krever at selskapet starter med store kostnader, som da er nødvendig for å bygge et selskap som kan generere stort nok volum - og dette gjør norske investorer nervøse. I Norge er det veldig lett å starte små selskaper, men det er dessverre for vanskelig å finansiere større og tyngre prosjekter. I tillegg til at vi gikk vi glipp av dot com-boblen fra '95 til '01, har det lave ambisjonsnivået gjort at det ikke anses som mulig å skape slike store bedrifter som Sverige har fått til med bl.a. Spotify, Skype, SoundCloud, Klarna etc.”

Nr. 4: *“Nordmenn har ikke det samme behovet for å skape vår egen arbeidsplass og derav tjene penger, slik som det er i mange andre land. I tillegg møter man på mange byråkratiske motbakker som kan gjøre gründerlivet litt for slitsomt.”*

Nr. 5: *“... også er samfunnet rett og slett nødt til å bli flinkere på å løfte frem alle gründere som sitter hjemme med gode idéer. Av erfaring har jeg i Norge opplevd at det som regel er de som skriker høyest som får støtte og medhold, selv om det ikke alltid er de som har de beste idéene. Utover det mener jeg tilretteleggingen for gründervirksomheten i Norge er grei, men det er alt for mange kriterier og krav som må oppfylles, hvilket resulterer i at et fåtall gründere faktisk kvalifiserer seg til diverse tiltak som finansiering, kontorplasser etc. Dette fikk jeg selv erfare med Innovasjon Norge, hvor jeg ikke fikk støtte til tross for at bransjekompetansen min var unik, og forretningsplanen min var presis og meget gjennomførbar.”*

Nr. 6: *“Norge trenger rollemodeller som motvirker jantelovens effekt og beviser for gründerspirene at det er mulig. Likevel tror jeg vi er på riktig vei - blant annet er Kahoot! et fantastisk eksempel på dette.”*

Presse

Den norske presse omtales som den fjerde statsmakt, og har som formål å kritisere og overvåke de andre statsmaktene (Orgeret, 2020). I moderne tid har pressen også dekket større deler av kjendis- og underholdningsbransjen, der kritikk av mennesker appellerer til leserne. Nylig ble intervjuobjekt nr 1. frontet på akkurat denne måten, der hans nysatsning ble diskutert i norsk presse med en negativ tilnærming, der omtalen nesten kan oppfattes som et forsøk på å ydmyke gründeren. Journalisten valgte å fremme gründerens nysatsning med bakgrunn i hans tidligere mislykkede prosjekter, fremfor å presentere oppstartprosjektets potensiale. I henhold til gründeren selv, kan dette ha svært negative innvirkninger da artikkelen legger føringer for potensielle investorers vurdering av prosjektet og dermed skape implikasjoner tilknyttet bl.a. innhenting av kapital. For den norske gründerkulturen vil derfor pressen ha stor innvirkning på å skape dette etterlengtede paradigmeskiftet vi snakker om, og bidra til at Ola Nordmann skal få en oppfatning av at det faktisk er kult å feile.

Nr. 1: *“jeg vil også peke en finger mot media. Media har alt for mye fokus på tapsprosjekter, gjeld og generelt entreprenører som feiler. Det er helt naturlig å gå i underskudd de første årene, og nokså naturlig for en entreprenør å gå konkurs et par ganger - men det skal ikke være skambelagt.”*

Nr. 2: *“Pressens innvirkning er et uunngåelig faktum. I mitt tilfelle har det vært positivt - vi ble tidlig fanget opp av media, og det resulterte i at mange aktuelle investorer fikk øynene opp for oss. I senere tid benyttet vi oss av folkefinansiering - hvilket gikk langt bedre enn forventet, noe som også kan skyldes eksponeringen vi fikk gjennom media.”*

Nr. 3: *“Jeg har absolutt følt på jantelovens effekt i forretningslivet, og da spesielt fra pressen. Selskapet mitt opplevde raskt stor medvind, hvilket var et faktum, men til tross for dette gikk media ut med en svært skeptisk innfallsvinkel og mente selskapet brant investorenes penger. På den måten oppmuntrer pressen jantelovens effekt ved å skrive artikler som folk liker å lese for å godte seg på andres vegne.*

Engasjement

Energisk, motivert, kreativ, pågangsmodig. Store ord å bruke om et menneske, men det er akkurat disse egenskapene som trekkes frem i intervjuene når det snakkes om egenskapene som assosieres med det å være entreprenør. Det å ha pågangsmot er kanskje den viktigste formen for engasjement, og er også en type engasjement som er nødt til å vedlikeholdes tross sosial motstand. Engasjementet oppleves mer gjennom dialog med respondentene, der moderatorene opplever intervjuobjektene som energiske, motiverte, kreative og engasjerende mennesker. Engasjement er også kjent fra ledelsesfaget, der det ikke bare er viktig å selv være engasjert, men også engasjere andre. Dette opplever vi under dialogen, der moderatorene selv blir engasjerte av samtalene.

Batista-Taran et al. (2009) snakker om at engasjement oppstår når ansatte vet hva de kan forvente, har ressursene til å gjennomføre arbeidet sitt, deltar i muligheter for vekst og tilbakemelding, og føler at de bidrar betydelig til organisasjonen. Disse tingene er ofte vanskelig å tydeliggjøre i en oppstartsbedrift, og egenskapen av å skape engasjement og det å skape engasjement i andre kan derfor antas å være vanskeligere i slike miljøer.

Nr. 1: “Det aller viktigste er at man har sjukt mye energi, pågangsmot og at man fester seg et mål som man gir alt for å nå!”

Nr. 4: “Det stoppet meg aldri fra å starte for meg selv, men på et tidspunkt da jeg var alene om prosjektet og økonomien var utilstrekkelig, var den sosiale motstanden såpass ødeleggende for motivasjonen at jeg holdt på å ta mitt eget liv. I utgangspunktet er jeg redd for å skille meg, og vil egentlig helst bare bli likt. Likevel er jeg også veldig sta, så jeg kom meg gjennom den tøffe perioden. For å bli en suksessfullgründer er man til en viss grad nødt til å sette seg selv foran andre, man må være litt kynisk.”

Nr. 5: “Skal du være gründer må du tørre å gutse – jeg pantsatte leiligheten min for å starte selskapet mitt. Det var ingen som trodde på meg da jeg fortalte hva jeg skulle gjøre, men jeg stod i det og ville motbevise disse folkene.”

Nr. 6: "Hvis du ikke selv tror på det, så er det ingen andre som gjør det heller. Derfor er man bare nødt til å bestemme seg for å klare det – og så klare det."

Oppsummering

For å oppsummere trekkes variablene frem i en tabell som viser til hvilken innvirkning janteloven har på de ulike variablene. Som det leses av tabellen, har janteloven ikke særlig innvirkning på trekkene for åpenhet og planmessighet. Noe av grunnen til dette kan være at åpenhet er et trekk som viser til mennesker som liker å utfordre vante sosiale normer og har interesse for nye og uvanlige ideer.

Når det kommer til planmessighet kan det lettere knyttes til fasetten om selvdisciplin, der slike mennesker lettere klarer å utføre oppgaver på tross av motgang. Dette er også trekkene som trekkes frem av Brian Little som gode indikatorer på suksess, noe som også videre kan bidra til å forklare hvorfor janteloven har lav effekt på disse trekkene. Ekstrovertsjon og omgjengelighet viser seg å ha litt høyere betydning, noe som kanskje kan kobles mot at trekkene innebærer sosiale faktorer. Ekstroverte mennesker avhenger av sosial kontakt, og et ønske om å passe inn kan derfor gjøre at janteloven får den innvirkningen den gjør. Omgjengelige mennesker er også gjerne mer beskjedne og ydmyke, og kan derfor anses å være mer påvirkelige i den grad av at de ikke ønsker å skille seg ut, men heller ta del i de sosiale normene. Hva det gjelder nevrotisisme scorer individene ganske ulikt, der høyeste score er 50%. Standarden er derfor senket under dette trekket, og vi ser til at janteloven kan bidra til å skape mer negative følelser i mennesker som scorer over gjennomsnittet på dette trekket. Skam, flauhet og mindreverdighetskomplekser kan stå i veien for at entreprenøren skal kunne nå sitt fulle potensiale. Samtidig er dette trekket vanskeligst å tolke. Ser vi for eksempel mot nr. 2, settes han til å påvirkes negativt av janteloven, samtidig som han kan vise til 100% suksessrate i sine to selskaper.

Når det kommer til selve kodene, er det satt at alle påvirkes av janteloven. Nettverk er en indikator på hvor mye gründere liker å snakke om, og fortelle om sine idéer og planer. Janteloven er satt til å ha lav innvirkning under denne faktoren ettersom ingen av intervjuobjektene har noen spesielle innvendinger mot å dele sine tanker og idéer. Janteloven er derimot ansett til å ha større innvirkning på selvstendighet, men dette er satt i positiv forstand. Vi ser at entreprenøren har

en egenskap til å ignorere og utnytte janteloven til sin fordel, der for eksempel nr. 1 snakker om at sosial motstand fungerer som nitroglyserin på tanken hans. Vi knytter dette mot selvstendighet fordi det krever nettopp selvstendighet for å kunne gå imot slike sosiale normer.

Både komfort og presse trekkes frem å ha negativ innvirkning, men som en ytre påvirkningskraft. Komfort knyttes til at både den norske organisasjonskulturen og investorkulturen har havnet i en *for* komfortabel boble, fordi risikofaktoren forbundet med investering i oppstartsselskaper er større. Av nettopp denne grunn vil komfort være et hinder for norsk entreprenørskapskultur, og janteloven hjelper heller ikke på. Pressen anses også til å være en av de som tillater janteloven å florere i norsk næringsliv. Det negative synspunktet og den negative omtalen som ofte knyttes til gründere gjennom media, skaper en hemmende effekt for slike mennesker. Samtidig gjør pressen det enklere for Ola Nordmann å kritisere entreprenøren fremfor å heie individet frem. Til slutt viser vi til engasjement som en faktor som påvirkes av janteloven, men i ulik grad. Pågangsmot trekkes frem som den viktigste faktoren under denne koden, og det å ha pågangsmot er en viktig faktor for en suksessfull gründer. Likevel kan janteloven hindre gründeren i å holde engasjementet og pågangsmotet oppe, der sosial motstand over tid kan stå i veien for at entreprenøren får blomstre.

	Personlighetstrekk				
	Åpenhet	Planmessighet	Ekstroversjon	Omgjengelighet	Nevrotisme
1	Lav	Lav	Lav	Lav	Lav
2	Lav	Lav	Medium	Lav	Høy
3	Medium	Medium	Høy	Medium	Lav
4	Høy	Medium	Høy	Høy	Høy
5	Lav	Lav	Lav	Høy	Medium
6	Medium	Lav	Medium	Lav	Lav
7	Medium	Lav	Høy	Medium	Medium

	Koder				
	Nettverk	Selvstendighet	Komfort	Presse	Engasjement
1	Lav	Medium	Medium	Høy	Lav
2	Lav	Lav	Lav	Lav	Lav
3	Medium	Medium	Medium	Høy	Medium
4	Lav	Høy	Høy	Høy	Høy
5	Høy	Medium	Høy	Medium	Medium
6	Lav	Lav	Lav	Lav	Lav
7	x	Høy	x	Høy	Høy

(Figur 8: Cross-Case Analysis)

6.0 Diskusjon

Da hensikten med forskningen var å vurdere jantelovens innvirkning på norsk entreprenørskapskultur, ønsker vi heretter å drøfte empiriens mest interessante funn, og diskutere relevante sammenhenger som har vekket interesse. Etter å ha sett empirien i lys av det teoretiske rammeverket, har det nemlig blitt oppdaget en viss koherens mellom ulike deler av forskningen.

Maskulinitet, engasjement og janteloven

I følge Hofstede Insights (2021) har Norge den nest laveste scoren på maskulinitet i organisasjonskultur, hvilket vil si at Norge har en feminin organisasjonskultur. En feminin organisasjonskultur kjennetegnes ved at livskvalitet er et tegn på suksess, og at det *ikke er ønskelig å skille seg ut fra mengden*. På et vis forklarer dette hvorfor janteloven fortsatt er et såpass dagsaktuelt tema. Videre kjennetegnes feminin organisasjonskultur ved at mennesker motiveres av å like hva man driver med, fremfor å ville bli best (maskulin organisasjonskultur).

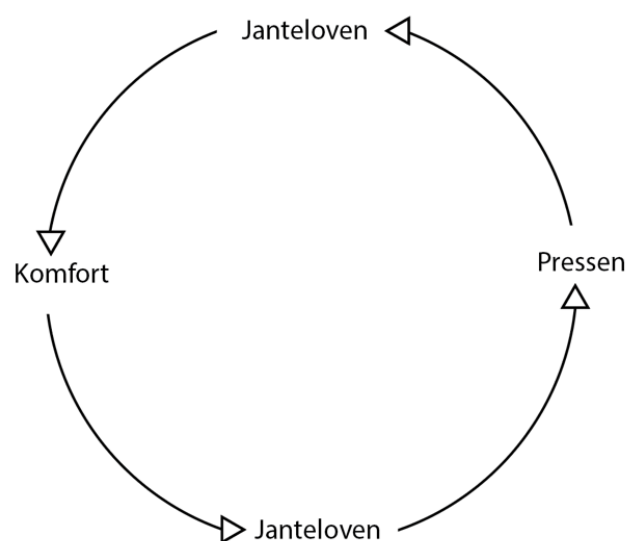
Vil dette da si at janteloven utøves mot entreprenører rett og slett fordi nordmenn på generell basis antar at entreprenører drives av at de kun vil bli best, fremfor at de bedriver entreprenørskap fordi de liker jobben? I så tilfelle gir det en viss forståelse for hvorfor janteloven utøves mot entreprenører - de er nemlig nødt til å like jobben sin, og nokså viktig; de er nødt til å sette seg mål om å bli best, da det ikke foreligger særlige sikkerhetsnett rundt individet slik det gjør for en ansatt. Interessant nok forklarer dette hvordan den deduktive koden *engasjement* kom frem under de kvalitative undersøkelsene. Som entreprenør er du nødt til å være selvdreven, engasjert, og stå i prosjektet gjennom opp- og nedturer. Det er nærmest en avgjørende faktor for hvorvidt du blir suksessfull eller ikke - vinnermentaliteten er nødvendig.

Presse, komfort og janteloven

I den kvalitative undersøkelsen er det tydelig at samtlige av intervjuobjektene har opplevd janteloven i praksis. Det foreligger noe variasjon iht. hvilke kanaler og plattformer janteloven utøves gjennom, men særlig en kanal viste seg å være spesielt utøvende - pressen.

Slik en kan forstå av den kjente betegnelsen om pressen - den fjerde statsmakt - er pressens innvirkning enorm. Nr. 2 forteller gladhistorier om hvordan eksponering i media resulterte i høy etterspørsel blant investorer. På den andre siden har vi nr. 1 og nr. 3 som nærmest har opplevd fatale konsekvenser av medieoppslag omhandlende dem og deres virke. Begge intervjuobjektene påpeker pressen som den største utøveren av janteloven i entreprenørskapskontekst. Ikke bare resulterer det i at publikum tenker på entreprenører som “eventyrlystne gamblere”, men det kan også ha store implikasjoner iht. det omtalende selskapets fremtid slik det gjorde for nr. 3 - pressen publiserte artikler på feil grunnlag, som gjorde at investorer ble usikre på selskapets ledelse.

Den deduktive koden *komfort* omhandler som nevnt Norge generelt, men spesielt investorkulturen, og hvordan risikotaking vedrørende investering i norske oppstartsselskaper er oppsiktsvekkende lav. I den store sammenhengen kan man jo da stille seg spørsmålet om hvorvidt denne mangelen på norske ressurssterke, risikovillige investorer skyldes nettopp denne vinklingen pressen gir publikum.



(Figur 9: Presse, komfort og janteloven)

Begrensninger

I henhold til forskningen er det satt formelle begrensninger fra utdanningsinstituttet, samt implikasjoner tilknyttet gjennomførelse av den kvalitative undersøkelsen. Først og fremst var planen å legge opp til en triangulær tilnærming på forskningsdesignet, der det var ønskelig fra studentenes side å gjennomføre datainnsamling gjennom kvantitative spørreundersøkelser. Formålet med dette var å generalisere funnene, for å kunne undersøke ytterligere hvordan gründere skiller seg fra ikke-gründere.

Videre har det oppstått implikasjoner iht. intervjuobjekt nr. 7 da den innsamlede dataen sporet for mye av, hvilket resulterte i at majoriteten av dataen ikke ble relevant for forskningen. Likevel har intervjuobjektet gitt noe relevant data, og siden et polarisert utvalg likevel er ønsket vil hennes rolle ha innvirkning på resultatene.

Det var også ønskelig å kontakte mennesker som har valgt bort livet som gründer, og knytte dette mot janteloven. Men det er vanskelig å finne ikke-gründere som har lagt entreprenøriell virke til side grunnet sosialt stigma, noe som har gjort at slike mennesker ikke inngår i utvalget.

Den siste og største begrensningen for forskningen er det å knytte personlighetene opp mot funnene som har fremkommet. Eksempelvis er det vanskelig å konstatere at en gründer ikke bryr seg om janteloven basert på funnene i personlighetstrekkene til intervjuobjektene. Derfor har personlighetstesten heller hatt som formål å gjøre det mulig for leseren å skape en oppfatning av hvordan menneskene fungerer og dermed forstå dette i konteksten til empirien.

7.0 Resultater

Heretter vil vi presentere det vi har valgt å kalle forskningens resultater. Forskningen har vært svært givende, både i forhold til problemstillingens svar, men også i henhold til norsk entreprenørskapskultur generelt. Vi vil derfor introdusere kapittelet med å presentere våre viktigste resultater forbundet med nettopp norsk entreprenørskapskultur. Deretter har som sagt pressen vist seg å spille en uunngåelig rolle i denne sammenhengen og av den grunn vil vi vie et

delkapittel til pressen før vi tilnærmer oss et svar på problemstillingen. Avslutningsvis vil vi introdusere et nytt teoretisk begrep vi mener fortjener belysning, før vi gir anbefalinger for videre forskning rundt emnet.

7.1 Entreprenørskapskulturen

Innledningsvis fortalte vi om Ole Erik Almlid, adm.dir i NHO, som presenterte jobbskaperne som *den viktigste faktoren* for at næringslivet i Norge skal fortsette sin positive fremgang. Det er derfor utrolig viktig å belyse temaet, og finne ut av hva som må til for at entreprenørskapskulturen i Norge skal utvikles positivt. Det skal sies at vi har et veldig godt utgangspunkt, men det er fortsatt et stort forbedringspotensial.

Dette knyttes mot flere forskjellige faktorer. Først og fremst mot at den norske organisasjonskulturen er for komfortabel. Med dette menes det at man i dette landet kan gjøre “suksess” uten å innføre store risikomomenter i livet sitt. Ola & Kari Nordman kan dermed tjene godt uten å pålegge seg noen form for personlig risiko. Dette går videre til investorkulturen i Norge, der investeringen i børs, fond og eiendom foretrekkes fremfor oppstartsselskaper. Risikomomentene ved en investering i oppstartsselskaper anses som høyere enn i disse markedene, og investorer virker mer interesserte i å legge trygge rammer for sin personlige økonomi.

En annen fremtredende faktor som er kritikkverdig ved entreprenørskapsmiljøet i Norge, er at flere av intervjuobjektene opplever kravene som stilles for å bl.a. få finansiell støtte, er for spesifikke. Dvs. at mange faller gjennom systemet, og ikke får tilgang på ressurser som ofte er avgjørende for at et prosjekt skal bli suksess. Nr. 5 mener at det, siden så mange ikke kvalifiserer til støtteordninger, derfor blir slik at det er de som skriker høyest som får hjelp - noe som igjen eliminerer entreprenører som er av den mer beskjedne typen.

7.2 Pressen

Som oppgaven har tatt for seg, så florerer janteloven som et sosialt stigma over den norske kulturen. Gjennom oppgaven har det fremkommet at vi trenger et paradigmeskifte i landet. Det må bli kult å prøve, og enda viktigere: **DET MÅ BLI KULT Å FEILE!**

For å skape dette paradigmeskiftet, trekkes norsk presse frem som en av de partene som er hovedansvarlige for endringen. Den norske pressen oppleves som en erkefiende for de norske entreprenørene, der pressen kan oppleves som en destruktiv talsmann for oppstartsselskaper. Hovedsakelig består dette av at oppstartsselskaper som går igjennom helt normale faser med mye utgifter og bisarre idéer blir stemplet som urealistiske og mislykkede før de i det hele har fått vist seg som realistiske prosjekter. Dette forsterker jantelovens kraft overfor den norske entreprenørskapskulturen, noe som igjen fører til at det blir vanskeligere for gründeren å hente kapital fra potensielle investorer, møter motgang på gaten og gjør at Ola Nordmann slår fra seg tankene om å selv starte egne bedrifter.

7.3 Konklusjon

“Hvilken effekt har janteloven på den norske entreprenørskapskulturen?”

Som det fremkommer fra den kvalitative analysen, kan det se ut som janteloven faktisk har en positiv innvirkning på den individuelle norske entreprenøren. Fenomenet oppleves å gi entreprenøren en *“pokker ta deg, jeg skal vise deg”* mentalitet, men dette oppleves også som en individuell motivasjonsfaktor. På et makronivå ser vi derimot janteloven som en negativ variabel. I den forstand av at det å bedrive entreprenørskap fremlegges som et svært usikkert, risikabelt og selvsentrert yrke som kun passer de færreste. Det er klart at det sikkerhetsnettet man ofte får ved å være ansatt bortfaller, men det bør likevel ikke være slik at mennesker implisitt frarådes å være entreprenør - entreprenøriell virksomhet er som nevnt et svært viktig ledd i næringslivet.

Janteloven har derfor en negativ effekt på den norske entreprenørskapskulturen, men fungerer likevel som en motivator på et individuelt plan.

7.4 Jantelovens problem

Etter gjennomført forskning ser vi at jantelovens effekt på entreprenørskapskulturen er reell. Det vi derimot oppdaget var at denne kraften ikke nødvendigvis er av den negative varianten i denne sammenhengen. Da janteloven både kan fungere som et hinder for enkelte, ser vi tendenser til at entreprenøren utnytter janteloven som en drivkraft for å nå målene sine. Av denne grunn introduserer vi et nytt begrep; “*Jantelovens problem*”. Bakgrunnen til begrepet ligger i at skribentene ser på janteloven som en polariserende kraft som både kan fungere som et hinder og som en driver for ulike mennesker. Den ene siden prøver å belyse de sidene av janteloven som driver individet i en konstruktiv retning der “presset” utenfra er med på å øke sannsynligheten for suksess innenfor det kompetanseområdet individet opptrer i. Eksempelvis en fotballspiller som ønsker å ende opp i Champions League, en kunstner som ønsker å åpne sin første utstilling eller en entreprenør som ønsker å starte en bedrift. Den andre siden tar for seg janteloven som et hinder for å nå et ønsket stadiet, eller at det hindrer individet i å utforske et kompetanseområde hen finner interessant. Jantelovens problem er inspirert fra det kjente begrepet, egeninteressens problem, og har som formål å stille det samme filosofiske spørsmålet i kontekst til det skandinaviske fenomenet, janteloven.

Jantelovens problem kan oversettes i ulike sammenhenger, men det er her satt i kontekst til det å bedrive entreprenørskap i Norge. Dette gjøres for å prøve å avdekke hvilken effekt janteloven har på den norske entreprenøren, og hvordan den påvirker norske oppstartsbedriften.

7.5 Hva innebærer det at det skal bli kult å feile?

Toleransen for fiasko må settes som et krav for at entreprenørskapskulturen skal blomstre. For at det skal bli kult å feile, er det nødvendig å informere Ola & Kari Nordman om hvorfor vi trenger fiasko for å vokse kollektivt. Det er helt naturlig å lære gjennom å feile - noe vi som mennesker har gjort siden vi tok våre første steg, og sa våre første ord. For å lære seg å feile ønsker vi å se at mennesker tør å bryte komfortsonene sine (*komfort*), pressen må vinkle oppstartprosjekter på en positiv måte (*pressen*), engasjementet som vises i gründerne må implementeres i den norske organisasjonskulturen (*engasjement*), vi må bli mer selvstendige (*selvstendighet*) og vi må tørre å snakke høyere (*nettverk/kunnskapsdeling*).

Videre forskning vil gi mulighet for at nettopp dette realiseres. Det viktigste steget for å skape et paradigmeskifte er å komme med informasjon og kunnskap på fagområdet, og vi tror derfor at bevisstgjørelse er det første steget i riktig retning.

7.6 Anbefaling til videre forskning

Janteloven i norsk entreprenørskapskultur er et nytt fagområde, og det finnes lite litteratur på dette området. Vi anser derfor videre forskning som essensielt for å hjelpe gründermiljøet å blomstre. Fagfeltet er mer omfattende enn antatt, og det er derfor mye potensiale for videre forskning på fagfeltet. Først og fremst anbefaler vi å kvantifisere funnene i denne oppgaven. Dette ønskes for at man skulle klare å konstatere funnene som er gjort i oppgaven. På denne måten vil man åpne opp for innsikt i entreprenørskapskultur, men også for at entreprenøren selv skal forstå hvordan man kan utnytte fenomenet til sin fordel.

Videre er det relevant å forske mer på mennesker som vi omtaler som “ikke-gründere” (de som har hatt en tanke eller et ønske om å starte egen bedrift, men som ikke tør å gjøre dette). Ikke-gründere er et stort effektivitetstap for Norge, og om man kan kartlegge jantelovens innvirkning på slike mennesker, vil det åpne opp til forståelse for hvordan vi kan eliminere en potensiell negativ innvirkning fra janteloven. På denne måten vil Norge igjen få muligheten til å la sine innbyggere blomstre, og bidra til verdiskapningen i landet.

Det er også mulig, gjennom videre forskning, å skape en større forståelse av pressens innvirkning, noe vi oppfordrer til. Som det forklares gjennom oppgaven har pressen en negativ effekt på entreprenørskapskulturen i Norge ettersom presseomtalene har en tendens til å vinkle gründere og deres oppstartprosjekter fra en negativ innfallsvinkel. Ved prosjektets oppstart var pressens innvirkning en ukjent variabel, men forskningen har vist at temaet er svært aktuelt i denne sammenheng. Av den grunn er det ønskelig at temaet forskes på videre, med den hensikt om å insentivere pressen til å skape et mer nøyaktig realitetsbilde av det å bedrive entreprenørskap.

Litteraturliste:

- Antoncic, B., DeNoble, A. & Singh, G. (2015). The big five personality-entrepreneurship relationship: evidence from Slovenia. *Journal of small business management*, 53(3), 819-841. Doi: 10-1111/jsbm.12089
- Askheim, O.G.A & Grennes, T. (2019). Kvalitative metoder: for markedsføring og organisasjonsfag (4. Utg.). Universitetsforlaget. ISBN: 978-82-15-01000-7.
- Avant, G.R. & Knutsen, K.P. (1993). Understanding cultural differences: Janteloven and social conformity in Norway. *Institute of general semantics*, 50(4), 449-460. <https://www.jstor.org/stable/42577494>
- Batista-Taran, L.C., Shuck, M.B., Gutierrez, C.C. & Baralt, S. (2009). The Role of Leadership Style in Employee Engagement. *Proceedings of the Eight Annual of Education & GSN Research Conference*, 15-20.
- Beltagui, A. & Schmidt, T. (2017). Why can't we get along? A study of hygge and janteloven in a danish social-casual games community. *Sage*, 12(5), 403-425. DOI: 10.1177/1555412015590062
- Blakely, S. (2021). *Developing you big idea* [Video]. Masterclass. <https://www.masterclass.com/classes/sara-blakely-teaches-self-made-entrepreneurship/chapters/developing-your-big-idea>
- Cain, S. (2014). *Stille* (1. Utg.). Pax forlag. ISBN 9798253037301
- Christoffersen, L., Johannesen, A. & Tufte, P.A. (2010). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode* (4. Utg.). Abstrakt forlag.
- Costa, P.T. & McCrae, R.R. (1991). Adding Liebe und Arbeit: The full five-factor model and well-being. *Personality and social psychology bulletin*, 17(2), 227-232.
- Finansforbundet. (2021). *Så mye må du tjene for å bli lykkelig*. <https://www.finansforbundet.no/folk-og-fag/lonn/sa-mye-ma-du-tjene-for-a-bli-lykkelig/>
- Hagen, E.B. (2020, 10. Juli). *Janteloven*. <https://snl.no/Janteloven>
- Hofstede Insights. (2021). *Compare Countries*. <https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/>
- Holmen, H. (2019, 30. Oktober). *Fenomen*. <https://snl.no/fenomen>
- Innovasjon Norge. (u.å.). *Vi bidrar til bærekraftig vekst og eksport for norsk næringsliv gjennom kapital og kompetanse*. <https://www.innovasjon norge.no/no/>

- Kennair, L.E.O. (2021, 7. Januar). *Åpenhet*. <https://snl.no/%C3%A5penhet>
- Kennair, L.E.O. (2020, 15. November a). *Femfaktormodellen*.
<https://snl.no/femfaktormodellen>
- Kennair, L.E.O. (2020, 13. Mars b). *Omgjengelighet*.
<https://snl.no/omgjengelighet>
- Kennair, L.E.O. (2018, 4. Desember a). *Planmessighet*.
<https://snl.no/planmessighet>
- Kennair, L.E.O. (2018, 3. Desember b). *Ekstroversjon*.
<https://snl.no/ekstroversjon>
- Kennair, L.E.O. (2018, 4. Desember c). *Nevrotisisme*.
<https://snl.no/nevrotisisme>
- Little, B. (2016, 19. Juli). *Who are you, really? The puzzle of personality* [Video]. YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=qYvXk_bqIBk&t=194s
- Linnes, L. (2021, 21. Mai). *Her er de 15 rikeste landene i verden – med Norge i toppen*. <https://financer.com/no/blog/her-er-de-15-rikeste-landene-i-verden-med-norge-i-toppen/>
- Mejia, Z. (2018, 5. Februar) *The top 10 best countries for entrepreneurs in 2018*. <https://www.cnbc.com/2018/02/05/us-world-news-report-2018-top-10-best-countries-for-entrepreneurs.html>
- NAV. (u.å.). *Starte egen bedrift*.
<https://www.nav.no/soknader/nb/person/arbeid/starte-egen-bedrift>
- NHO. (2021, 7. Januar). *Lansering av neste trekk – NHOs veikart for fremtidens næringsliv* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=i-S1pwAopfA>
- Orgeret, K.S. (2020, 3. Juni). *Fjerde statsmakt*.
https://snl.no/fjerde_statsmakt
- Quora. (u.å.) *What is the most reliable personality indicator test online?*
<https://www.quora.com/What-is-the-most-reliable-personality-indicator-test-online>
- Schumpeter, J.A. (1934). *The Theory of Economic Development. An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Cambridge, MA: Harvard university press.
- SSB. (2021, 8. Februar). *Lønn*. <https://www.ssb.no/lonnansatt>

- Stiglitz, J.E. (2015). *Leaders and followers: perspective on the Nordic model and the economics of innovation*. Journal of public economics, 127, 3-16.
- Stordalen, P. (2015). *Jeg skal fortelle deg min hemmelighet* (3. Utg.). Aller forlag. ISBN: 9788232501717
- Svartdal, F. (2018, 20. September). *Grounded Theory*. https://snl.no/grounded_theory
- Tiwari, D. (2021, 10. Mars). *Truity (A complete review)*. <https://optimisminds.com/truity/>
- Truity. (2020). *The Big Five Personality Test*. <https://www.truity.com/test/big-five-personality-test>
- Voss, C. & Raz, T (2016). *Never split the difference: Negotiating as if your life depended on it*. Penguin random house UK. ISBN: 9781847941497.

Vedlegg:

Vedlegg 1: Mail til respondenter

← Entreprenørstuderenter søker intervjuobjekter til bacheloroppgave

Til: [redacted]

Hei [redacted]

Jeg og en medstudent er på vårt siste år av en bachelor innen entreprenørskap ved Handelshøyskolen BI Campus Bergen. Vi skriver bachelor om den norske entreprenørskapskulturen, og ønsker å belyse temaet fra et psykologisk perspektiv - og tror du hadde vært et svært interessant bidrag til oppgaven vår. Vi vil forske på hvorfor det ikke er flere som virkelig satser stort i Norge, når vi har et helt unikt velferdssystem som tilrettelegger for gründervirksomhet som veldig mange måter. Hvorfor har vi ikke et norsk svar på Silicon Valley eller Silicon Roundabout? Nettopp her kommer psykologien inn, og vi ønsker å undersøke om den inneboende kulturen som vi nordmenn besitter har en hemmende funksjon når det kommer til å «ta en annen vei», og satse på seg selv.

Jeg tror at du hadde hatt utrolig mye å bidra med til vår oppgave, i tillegg til at det hadde vært veldig inspirerende, som entreprenørstuderent, å ha en prat med deg rundt entreprenørskapsmiljøet i Norge. Er dette noe som høres interessant ut for deg? Jeg ser for meg at intervjuet vil skje en gang ıla de neste to ukene, og at det tar rundt 30-40 minutter. Du vil bli anonymisert i selve forskningsartikkelen.

Håper denne mailen finner frem til deg, og at du har tid til å inspirere to sultne entreprenørstuderenter.

Ønsker deg en strålende uke videre!

Mvh
[redacted]

[Svar](#) | [Videresend](#)

Vedlegg 2: Intervjuguide

Intervjuguide

Del 1: Demografi grunder (10 min)

1. Kan du starte med å fortelle litt om deg selv?
2. Kan du fortelle litt om din bakgrunn som grunder?

Del 2: Demografi selskap (10 min)

1. Kan du fortelle litt om selskapet/selskapene du jobber med nå?
2. Kan du fortelle litt om din rolle i selskapet/selskapene?

Del 3: Entreprenørskap Norge (10 min)

1. Hva tror du er grunnen til at norsk entreprenørskapskultur ikke blomstrer?
2. Har du erfaring fra å drive business i utlandet?
3. Hvordan skiller dette seg fra Norge? Likheter/ulikheter
4. Tenker du at nordmenn bør besitte visse egenskaper for å være grunder? Isåfall, hvilke?

Del 4: Skjulte spørsmål om janteloven (10 min)

1. Hvordan stiller du deg til å dele nye ideer med andre mennesker?
2. Hvilke mennesker deler/deler ikke du ideene dine med?
3. Føler du noen gang på ubehag ved å snakke om ideene dine?
4. Føler du noen gang at du møter sosial motstand som grunder?
5. Vil du si tittelen "grunder" eller "entreprenør" gjør deg mer eller mindre respektert i?

Del 5: Åpne spørsmål om janteloven (10 min)

1. Hva betyr janteloven for deg?
2. Kan du fortelle litt om hvordan du opplever janteloven?
3. Kan du fortelle en situasjon der janteloven preger deg i jobbsammenheng?
4. Tror du janteloven har påvirket din personlighet?

Del 6: Åpent spørsmål - legg frem oppgavens forskningsområde, og hør om intervjuobjektet har noen tanker, eller vil legge til noe