



Introduksjon: Komparative perspektiver på entreprenørskap og sosial endring

Introduction: Comparative perspectives on entrepreneurship and social change

Benedicte Brøgger

Professor, Institutt for kultur og kommunikasjon, Handelshøyskolen BI

Benedicte Brøgger ble Dr.Polit fra Sosialantropologisk institutt, UiO, i 2001 med avhandlingen: *Occasions and Connections. Chinese clan association in Singapore as part of civil society*. Hun har drevet egen bedrift, jobbet både i offentlig sektor og privat næringsliv, men har i størstedelen av yrkeslivet jobbet i akademien. Hun har lang feltarbeids-erfaring fra Sørøst-Asia og Kina og kortere feltarbeid i bedrifter, hovedsakelig i Norge. Siden 2013 hun hatt et profes-sorat innen forretningsutvikling og innovasjon ved Institutt for kultur og kommunikasjon, Handelshøyskolen BI.
benedicte.brogger@bi.no

Carla Dahl-Jørgensen

Professor, Institutt for sosialantropologi, NTNU

Carla Dahl-Jørgensen er dr. art. i sosialantropologi (1993) og professor ved NTNU, Institutt for sosialantropologi (fra 2003). I perioden 1993-2003 var hun ansatt som seniorforsker ved Sintef Teknologiledelse. Hun har feltarbeids-erfaring fra Latin-Amerika og Norge. Hennes faglige interesser er organisasjonsstudier, bedriftskultur, arbeidsmigrasjon og internasjonalisering av arbeidslivet.
carla.dahl-jorgensen@ntnu.no

Tone Danielsen

Førsteamanuensis, Institutt for ledelse og organisasjon, Kristiania

Tone Danielsen er førsteamanuensis ved Kristiania. Hun jobber med organisasjonskultur, med faglig interesse for hverdagens diskurser og praksiser, innovasjon, endringer, lederskap og makt. Hun har gjort feltarbeid blant sykeplei-ere, en lang rekke feltarbeid gjennom 20 år på militær kultur, og er nå på feltarbeid i Oljefondet.
Tone.Danielsen@kristiania.no

Sammendrag

Dette er introduksjonen til et spesialnummer om entreprenørskap. Det forteller hvordan entreprenørskapsbegrepet kom inn i antropologien på 1960-tallet og dets betydning for antropologiens kjernevirksomhet – å frembringe kunnskap om hvordan mennesker skaper mennesker og samfunn. Deretter følger en kritisk vurdering av fremveksten av en global entreprenørskapsdiskurs, fra proto-økonomenes spede forsøk på å modellere de økonomiske prosessene i landbruket til et verdensomspennende neoliberalt regime for økonomisk vekst. Deretter situerer vi entreprenørskap i både den norske og den internasjonale antropologien, gjennom drøfting av teori og empiri i tre verker fra ulike tids-epoker: Fredrik Barth (1963), Eldar Bråten (2013) og Richard Pfeilstetter (2022). Den siste delen introduserer de åtte artiklene som følger, og avsluttes med to innsikter om hva antropologiske studier av entreprenørskap bidrar med.

Nøkkelord

entreprenørskap, antropologi, mennesker, samfunnsendring, økonomisk vekst

Abstract

This is the introduction to a special issue on entrepreneurship. It describes how this term entered anthropology in the 1960s, and its importance for anthropology's core business, generating knowledge about how people create people and society. Then follows a critical assessment of the emergence of a global entrepreneurship discourse, from the proto-economists' meagre attempts to model the economic processes of agriculture to a worldwide neoliberal regime of economic growth. We then situate entrepreneurship in both Norwegian and international anthropology through a discussion of theory and empirical findings in three works from different eras: Fredrik Barth (1963), Eldar Bråten (2013) and Richard Pfeilstetter (2022). The final section introduces the following eight articles and concludes with two insights about anthropological contributions to studies of entrepreneurship.

Keywords

entrepreneurship, anthropology, humanity, societal change, economic growth

Innledning

For 60 år siden kom en banebrytende antologi om entreprenørskap, Fredrik Barths *The role of the entrepreneur in social change in Northern Norway* (1963). Temaet var gjenreisningen i Nord-Norge på 1950-tallet, hvor folk med kreativ bruk av begrensede ressurser bygget opp lokalsamfunn etter ødeleggelsene under andre verdenskrig. I antologien beskrives entreprenørers mange ulike roller og hvordan disse ble formet og definert gjennom resiprositet i relasjoner. I årene som fulgte har det vært en trend mer mot å forstå entreprenørskap som individualistisk og selvcentrert. Entreprenører blir i dag ofte definert som nyliberale subjekter (Pfeilstetter, 2022). Veldig kort sagt er en entreprenør i dagens dominerende forestilling en person som starter forretningsvirksomhet for egen regning og risiko – og fortjeneste. I disse nyere fortellingene om individer blir forholdet til og samspillet med omgivelsene ikke så sentralt. Enkeltpersoner og deres økonomiske driv, deres selvskapende identitetspraksiser, blir analysert uavhengig av naturforhold, bygder, arbeidsmiljøer og andre typer felleskapstilhørigheter. Samtidig har etnografiske studier av lokalt og sosialt entreprenørskap beskrevet empiriske variasjoner av entreprenørers art og rolle, som ikke nødvendigvis kun økonomisk nyttemaksimerende. Som sådan er entreprenørskap både omstridt og empirisk differensiert.

For å forstå forholdet mellom antropologi, entreprenørskap og sosial endring i dag går vi tilbake til klassikerne så vel som å nærme oss dagens entreprenørskapsdiskurs med kritisk refleksivitet. Antropologien har blitt flerstedlig (*multi-sited*), selvrefleksiv, og undersøker (nesten) like gjerne kapitalistiske multinasjonale selskaper som jeger- og sankersamfunn. Omgivelsene har også forandret seg betraktelig. I Nord-Norge er gjenreisningen for lengst over. Overgangen til mekanisert jordbruk og pengeøkonomi har skjedd. Globaliseringen med dens sammenpressing av tid og rom har hendt (Harvey, 1989; Robertson, 1992; Eriksen, 2016). Landsdelen og landet er koblet på effektive globale forsyningskjeder slik det har skjedd over store deler av verden. Det har oppstått en global samfunnsorden og markeds plass, ikke uproblematisk, men en realitet (Stiglitz, 2017), men, som vi vil beskrive og diskutere i dette spesialnummeret, bærer en globalisert verden verken preg av sammenpressing av tid og rom som en singularitet eller noe sømløst kontinuum. Det har tvert imot blitt kontradiktoriske tid- og rom-*muligheter* og flere krysningspunkter mellom det lokale og det globale. Det har derfor blitt større kompleksitet og flere «glideskalaer» for kategorisering av hva som er lokalt og hva som er globalt. Entreprenørskap har spilt en ikke ubetydelig rolle i denne prosessen, både som analytisk begrep og i betydningen oppstart av nye virksomheter som har virkeliggjort et globalisert økonomisk system.

Entreprenørskap (og innovasjon) ble et eget satsingsområde for nasjonal nærings-, forsknings- og utdanningspolitikk fra 1990-tallet av, som politisk virkemiddel for økono-

misk vekst (Essers et al., 2017). Antropologer derimot er interessert i en annen type vekst: den som skjer fordi mennesker har forsynt seg og gitt fra seg, koblet og blandet ulike kulturelle elementer. Ikke bare for å skaffe seg et utkomme, men for å bli gagns mennesker i egne og andres øyne. Det er disse prosessene antropologien dokumenterer bedre enn noen andre fag. Vårt hovedargument er at entreprenørskap skaper mennesker, og når antropologien er nettopp læren om mennesker, er studier av entreprenørskap et godt utgangspunkt for å finne ut av hvordan dette foregår. Den tidlige Foucault påpeker at «anthropology has an epistemological structure of its very own» (2008, s. 116) fordi mennesket både er ide, kontekst og metode på samme tid. Han legger senere til at faget «ceaselessly ‘unmake’ that very man who is creating and recreating his positivity» (1994, s. 379). Foucault påpeker sentrale vitenskapsteoretiske problemer, men overser et viktig forhold. De mange antropologiske fortellingene om forskjellighet er ikke uttrykk for noen ambisjon om å «unmake» menneskeheten, men å anerkjenne nettopp dens «positivitet». Ikke ved å fortape seg i det partikulære, men gjennom komparasjon, ved å speile en virkelighet i en annen, igjen og igjen. Den antropologiske kunnskapen blir dermed nettopp ikke lukket inne om seg selv, men åpne, relativ, foreløpig, som god forskning skal være.

Problemet vårt er et annet, nemlig at kunnskapen må være oversettbar. Her kommer de analytiske begrepene inn. I antropologien er de ikke uttrykk for teorier som skal bevises eller motbevises. De er språk som gjør ting sammenlignbare, aldri helt og fullstendig, men nok til å skape forståelse og gjenkjenning. I dette spesialnummeret er det entreprenørskapsbegrepet som gjør oversettelsen mulig i de åtte artiklene som utgjør hoveddelen av det. Vi forteller mange forskjellige historier, fra Norge, Sudan, Kina, Peru, USA og Sør-Afrika. Hver av dem er en «positiv» historie i foucauldiansk forstand, men vi bruker aspekter ved entreprenørskap som speil i et kaleidoskop. Hver gang det snurres på med nye fargede biter, les empiri, vises et nytt, men likevel gjenkjennelig mønster. Utvalget av steder er ikke planlagt for å bekrefte eller avkrefte hypoteser om entreprenørskap. Nettopp derfor er det påfallende hvordan hver av historiene som de åtte artiklene forteller, formidler gjenkjennelige erfaringer, av marginalitet og sårbarhet, av tilfredshet og å være i sentrum av eget liv. Nettopp etnografiske studier av hva mennesker skaper viser at det er mulig å si noe fornuftig om hva som skaper mennesker. Ved å bidra med finkornet etnografi kan antropologer belyse kakofonien og kompleksiteten i folks hverdag (Danielsen, 2018).

I resten av denne introduksjonen gir vi et kritisk tilbakeblikk på fremveksten av en global entreprenørskapsdiskurs, fra proto-økonomenes spede forsøk på å modellere de økonomiske prosessene i landbruket til et verdensomspennende neolibertalt regime for økonomisk vekst. Deretter situerer vi entreprenørskap i både den norske og den internasjonale antropologien, gjennom drøfting av teori og empiri i tre verker fra ulike tidsepoker: Fredrik Barth (1963), Eldar Bråten (2013) og Richard Pfeilstetter (2022). Den siste delen introduserer de åtte artiklene og avslutter med to innsikter om hva antropologiske studier av entreprenørskap bidrar med.

Fremveksten av den globale entreprenørskapsdiskursen

Frem til slutten av 1900-tallet ble begreper om entreprenørskap hovedsakelig brukt til å løse intellektuelle problemer med å begrepsfeste hva økonomi er og hvordan det kunne studeres. Fra da av vokste det frem et fellesskap av praktikere med egne teknikker og kriterier for bedømmelse av sannhetsverdi, en ekte diskurs slik Foucault definerer det (1994). Diskursen er ikke blitt noen egen akademisk disiplin, slik som medisins-, økonomi- eller språkfagene i sin tid ble, men eksisterer som et eget fagområde på universiteter og høyskoler. Begrepene

entreprenørskap og innovasjon lever varierende liv i ulike akademiske fag parallelt med at fellesskapet av praktikere håndterer mer tekniske problemer. Diskursen har fått empirisk realitet.

Entreprenøren som økonomifagets pangolin

Entreprenøren er økonomifagets pangolin, som Mary Douglas kunne ha sagt. Entreprenørfiguren er en anomali i de økonomiske modellene. Den lar seg ikke begrepsfeste av kategorier som pris, tilbud eller etterspørsel. Til nød kan den defineres som å ha en slags moral-funksjonell, utilitaristisk nytteverdi. Dens funksjon i de økonomiske modellene er å skape uorden, en uorden som igjen er grunnlag for økonomisk vekst og en ny og bedre økonomisk orden. Et kulturhistorisk tilbakeblikk kan gi litt av forklaringen på denne forunderlige konfigurasjonen.

Entreprenørskap og innovasjon er eksplisitt eller implisitt knyttet til vekst. Vekst kan defineres på mange måter, men særlig i økonomifaget er vekst et analytisk begrep (Penrose, 2009). Bruken av ordet vekst i studier av økonomi antyder en overlevning fra proto-økonomiske modeller fra 1700-tallet. Den første som modellerte entreprenøren som en nødvendig funksjon i et moderne økonomisk system var den irsk-franske bankieren Richard Cantillon (1755). Han var en av de mange som på den tiden strevde med å begrepsfeste overgangen fra jordbruks- til industrisamfunnet. På hans tid sirkulerte en masse pamfletter og manuskripter med lange utlegninger om ulike sider av økonomien, om alt fra gull og krydder, skattlegging og toll til skipsfart og utenrikspolitikk. Cantillons manuskript inneholder et enkelt og elegant flytskjema over den økonomiske prosessen. Her dukker entreprenøren opp som en nødvendig kobling mellom by og land, bønder og adel, offiserer og geistlige. En megler, eller «broker» som Barth kalte mellommannen, og som denne rollen fortsatt kalles i finansverdenen.

I Cantillons skjema er entreprenøren en som lever av å koble kapital med produksjon og distribusjon, og som selv er frikoblet fra tilhørighet til noen stand. Cantillon modellerer det økonomiske systemet på jordbruket. Økonomien ansees som jordbruket, som syklisk, noe vokser, høstes, visner og vokser igjen med riktig stell og pleie. Den er også avhengig av jordsmonn og værforhold, slikt som ligger utenfor menneskelig påvirkning. Cantillons flytskjema er et produkt av sin tid. Jordbruket sekulariseres og forklares ved hjelp av naturvitenskap heller enn guder og makter, og var fremdeles den mest nærliggende næringslivsaktiviteten å tenke økonomi med. Det er først senere at markedet kommer inn som rotmetafor for økonomisk aktivitet.

I proto-økonomenes tid er det også eksempler på at økonomiske systemer ble modellert på observasjoner og analyser av faktiske markedstransaksjoner. En nesten samtidig og mye mer anerkjent økonom regnes som foregangsmannen her, den skotske adelsmannen og tolleren Adam Smith (1759, 1776). Han var fascinert av det merkelige faktum at kongen av Spania, som hadde mange og store gull- og sølvgruver, fikk landet sitt så dundrende konkurs, flere ganger. I tillegg til utenriksregnskaper brukte han også et annet, konkret datagrunnlag, nemlig oversikter over markedstransaksjoner i en nærliggende by. Det er derfor han skriver om bakere, bryggere og slakters aktiviteter og deduserer mer generelle økonomiske lover ut fra dem. I århundrene som fulgte ble økonomifaget mer basert på statistisk modellering av og predikasjoner for de økonomiske prosessene, og abstraherte markedsplasser til funksjon av pris, tilbud og etterspørsel. Entreprenøren forsvant ut i disse modellene. Det uventede, grenseoverskridende lar seg dårlig modellere.

Antropologien har derimot videreført den mer kontekstuelle, originale forståelse av markedsplasser som faktiske steder, og entreprenørene som faktiske personer. I de senere år

har det blitt publisert flere meget innsiktsfulle antropologiske studier av hva som faktisk skjer der folk handler (se for eksempel Hansen, 2000; Roitman, 2005; Pradelle, 2006; Ho, 2009; Tett, 2016).

Pangolinen forlater hulen

Økonomifaget balet i sin tid med det samme intellektuelle problemet som antropologien: Hvordan studere endring? Et stort problem var at de grunnleggende teoriene var statiske. Økonomier var ansett som systemer opprettholdt av balansen mellom tilbud og etterspørsel, marginalnytte og rasjonelle aktører. Enten er det ubalanse, som korrigerer seg selv på et eller annet vis, eller så er det balanse, som er tingenes idealtilstand. Hvordan da forklare overgangen fra en ekvilibriumstilstand til en annen?

Entreprenørskap, og nå også innovasjon, var svaret på disse spørsmålene, formulert først av Joseph Schumpeter (1912, 1934, 1942, 1996), ofte regnet som entreprenørskaps- og innovasjonsdiskursens intellektuelle opphav (Scherer & Perlman, 1992). Schumpeter utviklet en alternativ økonomisk teori så tidlig som 1911. I hans teori betyr entreprenørskap og innovasjon endring innenfra et økonomisk system. Personer med ideer til bedre eller billigere produkter eller tjenester arbeider seg gjennom motstanden fra etablerte interesser og utkonkurrerer dem over tid. Dette er en kvalitativt annerledes endring enn den som følger av tilpasning til ytre forhold. Det første kalte han utvikling, det andre tilpasning (Swedberg, 2006). I videreutviklingen av teoriapparatet for å analysere utvikling skilte han etter hvert mellom entreprenørskap (kalt Schumpeter mark I), som utbredelse av nye ideer gjennom små selskaper, og innovasjon, som mer er endringer basert på ny teknologi og FoU-innsats i store bedrifter (Schumpeter mark II) (Fagerberg, 2018). Det er særlig det siste som endrer infrastrukturen i økonomien gjennom det Schumpeter med inspirasjon fra marxistisk teori kalte «kreativ destruksjon» (Malerba & Orseni, 1996). I motsetning til Barth fikk Schumpeters elegante analyseapparat ikke særlig gjennomslag på mange år. For det første var boken fra 1912 skrevet på tysk. Det var ikke før den ble kortet ned og oversatt til engelsk og ble tilgjengelig for amerikanske økonomer i 1934 at den fikk et bredere publikum. Vel så viktig var at kombinasjonen av marxistiske ideer og heltedyrkelse av entreprenørfiguren gjorde den lite populær i etablerte økonomkretser.

Schumpeter har et viktig poeng som ofte har blitt oversett: Entreprenøren forblir ikke entreprenør. En person er entreprenør i de prosessene der valg og aktivitet fører til noe nytt, som altså er grenseoverskridende, men etter hvert blir entreprenøren bedriftsleder, fordi hen skal vedlikeholde de innovative prosessene som er satt i gang for å kunne høste verdiene av innovasjonene sine over tid.

Pangolinens vei ut av hulen gikk via neoliberalismen. Denne ideologien tok fart som en politisk bevegelse sent på 1940-tallet, basert på ideer om at velstand og frihet best blir sikret om markedet overtar så mange som mulig av statens oppgaver (Mirowski & Plehwe 2015). I disse fortellingene var hovedpersonen entreprenøren, investoren og bedriftseieren som trengte å utdannes, derav drivet for å vinne legitimitet som akademisk diskurs (Wadhvani og Viewbig, 2021). Entreprenørskap fortsatte å vekke interesse som en sidegren av økonomifaget, men det var ikke noe hovedanliggende der (Fredona & Reinert, 2017). Neoliberalismen på sin side ga legitimitet til deregulering for flyt av varer, mennesker, kapital og informasjon over landegrensene, og var dermed et grunnlag for de globale forsyningskjedene som vokste frem på 1990-tallet. Globalisering ble både et eget institusjonelt felt som koblet det universelle og det partikulære og skapte behov for egne analytiske termer (Robertson, 1992). Mye er sagt om begge deler innen antropologien (for en oversikt se Ganti, 2014 for neoliberalisme og Eriksen, 2014 for globalisering), men da heller som noe upersonlig, ofte

destruktivt noen andre holder på med andre steder enn der vi driver vår forskning. Uten å avvise at både neoliberalisme og globalisering har vært og er sterke drivkrefter for omfattende og til dels ødeleggende samfunnsendringer, behandler vi dem i dette temanummeret både som noe som omformer det lokale livet vi deltar i, og som noe mennesker er delaktige i å forme. Entreprenørskap gir en inngang til å forstå disse prosessene som foregår i markedet. Vi nyanserer ved å synliggjøre mening og tillit som på mange måter definerer både de lokale og globale sammenhengene entreprenører handler innenfor.

Med tiden fant ideer om entreprenørskap og innovasjon gehør utenfor academia, blant annet innen næringslivet, hvor man var opptatt av bedriftsutvikling (Drucker, 1985), og strategifaget (Tidd et al. 1992). I byråkratier opptatt med administrative reformer (Hood, 1991) var det særlig innovasjonsbegrepet som slo an. Her ble det nærmest synonymt med teknologiske nyvinninger. Studier av teknologiens betydning for økonomisk utvikling var sentralt i utviklingsstudier, og herfra stammer andre tilnærminger til innovasjon. Her var ett av de store spørsmålene hvordan teknologiske nyvinninger sprer seg, i fattige områder (Rogers, 1962), såvel som rike (Saxenian, 1990, 2007). Kan kunnskapen overføres? Kan samfunnsordener kopieres med samme resultat? Slike spørsmål er man fortsatt opptatt av innen entreprenørskaps- og innovasjonsforskningen, men ikke bare der. Pangolinen – entreprenøren – hadde forlatt hulen.

Livet som (a)nomali

Entreprenørskaps- og innovasjonsbegrepene har, som antropologiens kulturbegrep, funnet veien «ut på gata» og der er det et helt annet liv. Det som begynte som intellektuelle problemer, ble opphavet til en toneangivende diskurs med merkbare virkelighetseffekter som nærmest tok form som et sosialt felt i grønhaugsk forstand. Sosialt felt, som definert av Reidar Grønhaug (Grønhaug, 1974, 1978; Vike, 2011), er en «kjede av sammenhenger» som kan observeres empirisk. Gjennom kjedene kobles mikro og makro, lokale og globale forhold. Grønhaugs feltbegrep gjør det mulig å fange inn både det lokale og det universelle i samme analyse. Mens Grønhaugs feltbegrep er mer institusjonelt, sosiologisk, bruker Barth et nisjebegrep (1963), som mer denoterer økologiske og naturgitte forhold og sfærer (1967), om transaksjonsgenererte sosiale rom. Disse begrepene representerer alle forsøk på å gjøre kontekstuelle forhold om til analytiske termer. Alle halter de litt, men gir hver på sitt vis en innramming som gjør det mulig å studere entreprenørskap som noe mer enn aggregerte resultater av individuelle handlinger.

Ett eksempel er hvordan begrepene entreprenørskap og innovasjon fant veien til Silicon Valley. Her var et sammentreff av betingelser som skapte det unike miljøet som har vært en driver for entreprenørskap og innovasjon: sterke universitetsmiljøer med tung offentlig støtte til grunnforskning, så vel som jordbruks-, teknologi- og militær forskning, samt motkulturbevegelsen med vekt på frihet og deltagelse. Det offentlige tilførte finansiell kapital, mens motkulturbevegelsen tilførte intellektuell kapital i form av et eget «etos». Fremtredende personer innen motkulturbevegelsen frontet for eksempel utvikling av den personlige datamaskinen, PC'en, som motsats til store datamaskiner kontrollert av myndigheter og korporasjoner (Rozsak, 1986; Anders, 1990).

Etter hvert ble Silicon Valley mer kjent for de såkalte «garasjeentreprenørene». Ifølge myten var det unge menn, stort sett, som startet små bedrifter i garasjer, skapte store teknologibedrifter og ble styrtrike på veien. Det stemte i noen tilfeller, som Apple, Microsoft, Facebook, Xerox og Cisco, men mange andre selskaper etablerte hovedkontorene sine i området fordi det både var tilgang på kapital og kunnskap. Området ble senteret for de store teknologiselskapene som kom til å dominere den digitale verdensorden. Næringslivledere

og politikere andre steder ønsket å skjønne hvordan noe slikt kunne skje for å gjenskape det samme hjemme i egne land. I motsetning til akademikere som nøyde seg med å spørre om kunnskapen kunne overføres, satte man i Silicon Valley i gang med å eksperimentere, teste, utvikle produkter og etablerte bedrifter. Det førte til utbredelse av inkubatorer, næringsparker og teknologiparker. Alle overnasjonale institusjoner som IMF, Verdensbanken, FN, EU og OECD har nå entreprenørskap og innovasjon på sin dagsorden. Enkeltstater har nasjonal entreprenørskaps- og innovasjonspolitik, de påvirker skattesystemer, utdanningsystemer, forskningsmiljøer og næringsorganisasjoner (Alsos & Ljungren, 2018). Her kan vi legge til at også finansieringsinstitusjonene som vi antropologer er underlagt, som Norges forskningsråd og EUs forskningsråd (European Research Council), premierer innovasjon som kan fremme næringslivet. Det er også et vell av plattformer, stiftelser og fond til støtte for ulike typer entreprenørskap og bedriftsetablering, gjerne blant økonomisk marginale grupper, som småbønder, ungdom, kvinner, kunstnere og andre grupperinger (Brøgger 2017, 2022).

Dette er det omfattende settet av nye huler for pangolinen, bortsett fra at den har blitt en anomali også der. Entreprenørene selv har noen steder blitt mer mottakere av utviklingshjelp heller enn drivere av utviklingen, og selv om entreprenørskap blir promotert som løsningen på samfunnsmessige utfordringer som fattigdom og sosial uro, endrer entreprenørskapet lite på historiske og strukturelle omstendigheter.

Antropologiske perspektiver på entreprenørskap

Barth og «the economic man»

Barths antologi om entreprenørskap i Nord-Norge var den første samlede analyse av entreprenørskap innen antropologi (Barth, 1963). Da den kom ut var begrepet entreprenørskap så å si ukjent utenfor en liten krets av spesielt interesserte økonomer. At begrepet skulle vekke gjenklang hos antropologer, skyldtes flere forhold. Kanskje viktigst var muligheten det ga for å få grep om, og begrep for, sosial endring. Til tross for omfattende dokumentasjon om hvordan urfolks samfunnsorden ble brutt ned i møte med moderne pengeøkonomi, var fagets samfunnsanalyser grunnleggende statiske. De dominerende paradigmene på den tiden, (struktur-) funksjonalismen og strukturalismen, var lite egnet til å forklare endring fra en samfunnstilstand til en annen. Det etablerte teoriapparatet, evolusjonismen og diffusjonismen, var da også først utviklet for å studere menneskeheten, sivilisasjonens opprinnelse og dens forbløffende evne til å etablere samfunnsorden, men etter hvert som faget utviklet seg, ble endring er mer påtrengende intellektuelt problem. Antropologene var da også blitt ekspertene på studier av marginene, «eksotiske», «primitive» grupper av mennesker som ikke hadde egenverdi i vestlige, les kolonimaktens, øyne. Et annet viktig forhold var at faget var i ferd med å drukne i fakta (Tett, 2022). Som Tett beskriver kan tidsånden på 1950-tallet illustreres med en replikk fra *Dragnet*, en populær krimsåpeserie i USA. Her sa etterforskerne «just the facts, ma'am», for å få en mistenkt til bare å fortelle om det som faktisk hadde hendt og ikke pynte på historien. En slik impuls preget også antropologien på den tiden. Resultatet var oppramsende, etterrettelige, men akk så kjedelige monografier.

Inn i dette kommer Barths friske bruk av spillteoretiske begreper. Nytt var også hans teoretisering om enkeltmennesker. I økonomisk antropologi hadde fremtredende antropologer prøvd å løse de intellektuelle problemene med sosial endring ved å modellere økonomier på Malinowskis ide om sirkulasjonssfærer (Firth, 1957; Bohannan, 1959; Epstein, 1964). I deres fotspor fulgte grundige studier som dokumenterte at sosial endring fant sted når gjenstander ble brukt i en annen sfære enn den de hørte til i, gitt lokale verdier og nor-

mer for akseptabel sosial oppførsel. Detaljert empiri dokumenterte endringer. Likevel var årsakene til at gjenstander skiftet sfære tilsynelatende kun introduksjonen av pengeøkonomi, modernitet og kapitalisme, altså påført av eksterne (vestlige) aktører. Det reduserte mennesker til marionetter for krefter sterkere enn dem selv. Barth bragte inn entreprenøren for å «accommodate terminology and viewpoints, mainly developed in the study of 'Western economies', to the needs of anthropologists wishing to analyse the social life of small communities» (1963, s. 5).

Begrepet entreprenør gjorde det mulig å analysere hvordan mennesker endret sine omgivelser og relasjoner. Ikke kun fordi de hadde institusjonelle roller, men også ved at de gjorde ting på nye måter. Riktignok er aktørgrepet noe han ble sterkt kritisert for, men at det var banebrytende er det liten uenighet om.

Antologien består av en kort introduksjon og fire etnografiske kapitler som viser hva Barths modell kan brukes til for å studere entreprenørskap. I det første sammenlignes entreprenørskap i tre bygder, noe som viser at økologi og sosiale strukturer nok er viktigere enn entreprenørskap alene for å skape sosial endring (Brox, 1963). Det andre handler om tre entreprenører som på ulikt vis bruker sosiale relasjoner til å befeste sin posisjon og skaffe seg fortjeneste (Paine, 1963). Det tredje sammenligner to karriereforløp, i komplekse naturalhusholdsøkonomier med kryssende lojaliteter (Rudie, 1963) og i det siste strategiske valg for å posisjonere det samiske fellesskapet i den norske offentligheten, altså den første bruken av begrepet politisk entreprenør i norsk antropologi (Eidheim, 1963).

En kritikk av Barths modell er at den gir økonomenes idealfigur «economic man» innpass i faget. Denne kritikken treffer bare delvis, fordi entreprenøren er en annen figur enn «economic man». Den «økonomiske mannen» er en rasjonelt kalkulerende aktør som handler for å oppnå egen profitt hele tiden og uansett omstendigheter. Entreprenøren derimot er en som tar risiko for å få fortjeneste, et «veddemål om et fremtidig overskudd», avhengig av at det blir et overskudd. Det er altså innebygget en annen normativ betoning i begrepet entreprenør enn i det om den grenseløst grådige «economic man».

En annen kritikk av Barths modell var at den ikke problematiserer makt. Det er som om hvem som helst kan sette i gang med hva som helst. Denne kritikken treffer bedre, men også bare delvis. Barth teoretiserer ikke maktforskjeller eller politiske institusjoner, så det er riktig at dette er størrelser som ikke har plass i entreprenørskapsmodellen hans. Den er da heller ikke ment som universell modell. Som sitatet ovenfor viser, gjør han et poeng av at han ønsker å tilføre nye begreper i antropologien, som gjør det mulig å analysere sosial endring i små lokalsamfunn. Mellom linjene leser vi også at han slår et slag både for folk i marginene og for antropologifaget ved å vise at entreprenørene i slike samfunn, og de som studerer dem, er like gode som dem i «Western economies», jfr. sitatet ovenfor. I dette lille tekstlige grepet ligger et implisitt forsvar av den «eksotiske» delen av verden antropologene var kjent for å studere, og kritikk av et verdensbilde hvor det bare er folk i vestlige økonomier som opptrer økonomisk rasjonelt.

Barths definisjon av entreprenørskap som bedriftsledelse, innovasjon, profittmaksimering og risikohåndtering er mer i tråd med denne mer kontekstualiserende forståelsen. Nettopp andre sammenhenger fremhever Barth når han skriver at «The goods which are obtained through entrepreneurial activity are clearly not restricted to purely monetary, or even material, forms, but may also take the form of power, rank, or experience and skills» (1963, s. 8).

Entreprenørbegrepet slik Barth og kollegene bruker det, bringer altså inn andre, både indre og ytre, omstendigheter som nødvendig forutsetning for en analyse, det være seg fremtidig overskudd, maktforskjeller eller erfaring. Dette er empiriske forhold som ikke

kan modelleres a priori. Det var begrepet *entreprenør*, ikke «*economic man*», Barth brakte inn i antropologien. *Entreprenør*begrepet i økonomifaget gir da også grunnlag for en type analyser antropologer er mer fortrolige med og gjorde det mulig å vise hva som drev frem samfunnsendringene i Nord-Norge på den tiden.

Barth og «*tomatmannen*»

Barth går teoretisk enda grundigere til verks i sin neste *entreprenør*skapsartikkel, fra Darfur-regionen i Sudan (Barth, 1967). Denne artikkelen regnes som det innledende verket til økonomisk antropologi (Firth, 1967). Her dokumenterer Barth nitidig hvordan «*valuta*»-transaksjoner mellom ulike sfærer foregår. Hvordan en arabisk handelsmann utnyttet sin posisjon som utenforstående og kunnskap om verdiforskjeller mellom arbeid, hirse og øl i ulike sfærer, til å få gratisarbeid til å dyrke tomater som han så solgte med fortjeneste. Dette er en klassisk *entreprenør*skapsanalyse. «*Tomatmannen*» følger lokale spilleregler, fortjenesten avhenger av avlingen, og analysen er forankret i en partikularistisk samfunnsforståelse. Kombinasjonen har gjort artikkelen til en klassiker. Det partikulære er tilført et begrepsapparat som gir bedre muligheter for sammenligning og generalisering (Strathern, 1972). Begrepet *entreprenør*skap gjør det mulig å studere sosial endring som en egen type fenomen, ikke kun som sammenbrudd i en eksisterende orden. Verken individider eller profitt var altså Barths hovedanliggende, men hvordan antropologien bidrar med vitenskapelig holdbare studier. Artikkelen om *tomatmannen* har en vitenskapsteoretisk agenda for å kunne studere sosial endring i marginale lokalsamfunn.

Med fremveksten av marxistisk inspirert kapitalismekritikk fra 1970-tallet av, ble denne *entreprenør*skapstilnærmingen kritisert for å være formalistisk, modellert på vestlig individualistisk kulturarv eller økonomisk hegemoni. Faget rettet seg mot å forstå sosial endring i lys av økologi og klasseforskjeller, ikke *entreprenør*skap.

Bråten og «*New economic sociology*»

Det skulle ta 50 år før den neste antologien om *entreprenør*skap i norsk antropologi kom ut, *Embedded entrepreneurship* redigert av Eldar Bråten (2013). Den handlet ikke om Norge, men hovedsakelig om økonomiske disposisjoner i malay-samfunn i Sørøst-Asia. Selv om tittelen på antologien er *Embedded entrepreneurship*, handler den mer om innebygdhet og markedstransaksjoner enn *entreprenør*skap. I vår drøfting nedenfor konsentrerer vi oss om *entreprenør*skapsperspektivene.

Entreprenør og *entreprenør*skap er svært bredt definert: «the terms will be used in the Weberian sense of individual persons and social collectives that organize economic undertakings ('enterprises') to utilize opportunities in the market" (2013, s. 12).

Gjennom å nevne Weber og hans oppfordring til «forstående» vitenskap, greier Bråten å bringe inn det som kanskje er den minst forståtte aspektet ved *entreprenør*skap og det sterkeste bidraget av boken, nemlig mening. For å kunne gjøre dette må han først ta veien om kulturbegrepet. Etter at kulturbegrepet har vært kritisert nesten til utslettelse av fremtredende antropologer siden 1980-tallet (se Røyrvik, 2019), var dette et modig grep. Boken inneholder så en rekke systematiske studier av hvordan *entreprenører* kobler for dem meningsfulle kulturelle uttrykk og omdefinerer spillereglene.

Bråten drøfter også «*New Economic Sociology*» og begrepet «innebygdhet» nærmere. Med det menes at det økonomiske er «innebygd» i det sosiale (Granovetter, 1985). Bråten referer til utgangspunktet for Granovetter i hans artikkel, nemlig at et skisma mellom økonomifaget og sosiologien hadde ført til at hvert av fagene tok for seg hver sin del av samfunnslivet. Økonomene konsentrerte seg om bedrifter, markeder og næringsliv, sosiologene

om grupper og stater. Bråten påpeker så at skismaet har ført til en «slipping from epistemology to ontology» (s.2), altså en reifisering av begrepene. Samfunnsorden blir ikke lenger et vitenskapsteoretisk problem: Hva er orden, hvordan kan vi vite noe om den? Den blir tatt for gitt, og man analyserer stater og etniske grupper, bedrifter og markeder ukritisk som faktiske empiriske størrelser. Hensikten med antologien er nettopp å de-reifisere markeder og markedstransaksjoner. Antropologien er det faget som har holdt på helhetsperspektivet, skriver Bråten, men fordi faget har konsentrert seg om marginene, samfunn og grupper som ikke har funnet særlig plass i sosiologi eller økonomi, har også fagets bidrag blitt marginalisert.

Bråten imøtegår en reduksjonistisk forståelse av markeder ved å problematisere fire ulike aspekter ved dem. Først drøfter han hva som gjør markedstransaksjoner meningsfulle, deretter hvordan de foregår, så hvordan grenser settes og til slutt hvordan verdier overføres på tvers av de satte grensene. Alle kapitlene i boken berører disse temaene på ulikt vis. Alle studiene i boken er gjennomført i perioden 2000–2006, altså i årene etter den asiatiske finanskrisen i 1997, og inkluderer studier fra Thailand, Indonesia, Malaysia og Singapore. Hver av artiklene pakker ut de sosiale og kulturelle betingelsene for, og konsekvensene av, entreprenørskap.

En ung kulturell entreprenør i en provinsby på Java og hans krets produserer for eksempel nyskapende musikk, tekster og «opplevelsesinnhold» til sin og andres bedrifter (Gjellstad, 2013). Entreprenørskapet til to unge, ugifte malay-kvinner fra Kuala Lumpur trekkes i ulike retninger av den globale, neoliberale, den statlige religiøst-ideologiske og den lokale *kampung* (landsby)-forståelsen av hva som sømmer seg (Olsen, 2013). På Bali driver en eldre Hadramat-araber et healingforetak som kombinerer islamske og hinduistiske elementer (Jacobsen, 2013).

Tre av kapitlene, om et bureisningsprosjekt på Borneo (Smedal, 2013), gatebarn på Java (Solvang, 2013) og rike, indiske familiebedrifter i Malaysia (Hidle, 2013), får frem at mulighetene for entreprenørskap ikke er uendelige og at det kan være like nødvendig å frigjøre seg fra som å følge etter kulturelle koder og sosiale forpliktelser utenom markedsplassen.

Tre andre kapitler viser derimot behovet for å hensynta lokale kulturelle og moralske koder, kanskje nettopp fordi entreprenørskapet innebærer å ikke følge dem. (En sidekommentar er at alle tre er fra strender. Det er kanskje tilfeldig at studiene foregår på strender, eller så er det fordi strender i seg selv er en type ikke-steder og ikke båndlagt av noen enkelt gruppe). I Malaysia var batiktekstiler hovedsakelig produsert og brukt av malayer, men på en strand i Penang driver også entreprenører med kinesisk og indisk bakgrunn batikforetak knyttet til egne etniske produksjons- og distribusjonsnettverk (Rudie, 2013). Turistnæringen gir nye inntektsmuligheter til en liten familiebedrift på Bali, men entreprenørskapet er styrt av underliggende ideer om sosialt akseptabel arbeidsfordeling mellom kvinner og menn (Fagertun, 2013). På en strand i Thailand møter thailandske kvinner sine slektningers fordringer og vestlige menns ideer på måter som både overskrider moralske normer, kulturelle forskjeller og økonomiske kalkyler (Ervik, 2013).

Betydningen av kapital og penger tydeliggjøres også. Bråten viser hvordan overskudd fra en liten familiebedrift på Java brukes som bidrag til livshendelser hos andre familier i nabolaget (Bråten, 2013). I Singapore klarer en gruppe arabiske handelsfolk å konvertere kulturell kapital til sosial og økonomisk kapital og omvendt (Manger, 2013), mens blant Chewong i Malaysia, holdes pengetransaksjoner adskilt fra andre transaksjoner og gir grunnlag for nye økonomiske sfærer og sosial ulikhet (Howell & Lillegraven, 2013).

I form minner Bråtens antologi om Barths. Kapitlene byr på rik etnografi, tar lokalbefolkningens transaksjoner på markedsplassen på stort alvor, og kobler entreprenørskap og innebygdhet. De innbyr på samme måte og på særegent antropologisk vis til forståelse av

entreprenørskap som noe fellesmenneskelig og gjenkjennelig, til tross for både geografisk og tematisk kompleksitet og variasjon.

Pfeilstetter og det globale overblikket

Den siste boken om entreprenørskap vi vil trekke frem, er Ricard Pfeilstetters bok *The anthropology of entrepreneurship* fra 2022. Pfeilstetter påpeker at antropologien har tilført begreper om kultur, etnografi og det eksotiske til studier av entreprenørskap, men er mest opptatt av hva antropologien har *fått ut av* studier av entreprenørskap. Pfeilstetter drøfter hvordan antropologi og entreprenørskapsstudier gjennom faghistorien har berørt hverandre på to måter. Den ene er antropologi i entreprenørskapsstudier («anthropology in entrepreneurship studies», s. 56, hans utheving) og den andre er antropologiske studier av entreprenørskap («anthropology of entrepreneurship», s. 57, hans utheving).

Han gjør også en nylesing av noen av de mest internasjonalt kjente antropologiske arbeidene om entreprenørskap. Først må han, i likhet med Bråten, ta en omvei om kulturbegrepet for å problematisere det han kaller «entrepreneurship-as-capitalist-culture» (s. 74), og peker på reifisering av entreprenørskap som han finner eksempler på i noen nyere antropologiske studier. Så skiller han mellom aktør (*agency*)- og strukturtilnærminger, som han forenklet dikotomiserer som aktør- og kulturteori. Som eksempel på aktørorientering bruker han Fredrik Barth og viser til hans modell om aktører som handler for å oppnå profitt, men hvis handlinger også resulterer i sosiale, les strukturelle, endringer (Barth 1963). Som eksempel på struktur og kulturteori bruker han Clifford Geertz og Mary Douglas. Geertz berømte sammenlignende studium av «prinser og gateselgere» på Java er informert av det han kaller deskriptiv historisk kulturteori, mens Douglas' inndeling av tre idealtypiske bedriftskulturer med den individuelle entreprenøren som en anomali kaller han strukturell og normativ (Geertz, 1963; Douglas 1992, 2005). Hans inkludering av hennes arbeid er en påminnelse om at ambivalensen, bruddene og brytningene også gjør at entreprenøren fremtrer som noe eget, noe som unndrar seg modellering og bestemt posisjonering.

Pfeilstetter bruker ulike aspekter ved entreprenørskap som filter for å se nærmere på de sosiale sidene ved økonomiske prosesser. Der han er mest original er i drøftingen av det han kaller «the social life of entrepreneurship» og «global contemporary entrepreneurialism». Disse perspektivene henger sammen, men er likevel forskjellige nok til at vi drøfter dem hver for seg nedenfor.

Han skriver at han undersøker entreprenørskapets sosiale liv ved hjelp av kritisk sosiologi, uten at han spesifiserer hva det spesifikt kritiske eller sosiologiske består i. Kritisk kan bety mye forskjellig. Innen sosiologien kommer den i mange former, influert av Kant så vel som Marx, Bourdieu og Habermas, alle med engasjement for frigjøring gjennom å avdekke forhold som betinger tankens, materialitetens eller sosialitetens tvang (Østerberg, 2008). Pfeilstetter refererer ikke eksplisitt til kritisk antropologi, som er godt oppsummert i Nugent (2012), men nevner for eksempel Wolf, Sahlins og Trouillot. Han er ikke opptatt av politisk økonomi som disse, men nærmer seg entreprenørskapsdiskursen med samme kritiske holdning for å avdekke hvilke sosiale realiteter den utgjøres av – og hva den tildekker. Han bruker en rekke antropologiske eksempler, inkludert fra sitt eget feltarbeid blant entreprenører i Spania, til å dokumentere at til tross for at entreprenørskap er eksplisitt assosiert med kreativitet, muligheter og handlefrihet, er det ikke så enkelt. Det er valgfrihet, ja, men denne er ikke frigjørende for alle. Den skaper nye forpliktelser og avhengigheter. Entreprenørskapsdiskursen blir dermed en ny form for «opium for folket», de tror de blir frelst, og ser ikke at de blir utbyttet. Her nærmer Pfeilstetter seg sterkt nymarxistisk teori, men i avdekkingen av det faktiske sosiale livet fortalt gjennom de etnografiske eksemplene på

entreprenørskap, snur han i svevet. I en nærmest aristotelisk vending plasserer han entreprenørskapsdiskursen midt mellom kreativitet og kritikk, ikke som en syntese av disse to, men i midten, som en egen vei. Så går han videre i dette sporet og påpeker at forskning, undervisning og innovasjon, kort sagt, *akademia*, både kan sees som prototypen på entreprenøriell virksomhet i seg selv, og som virkemidler for statlig entreprenørskap- og innovasjonspolitik. Vi sitter altså i glasshus. Ved å bringe inn slike metakommentarer om forskernes egen praksis, får han på et underfundig vis bevisstgjort leseren om farene ved ureflekterte tilnærminger, enten de er kreative eller kritiske.

I drøftingen av det han kaller global entreprenørisme, hvor entreprenørskap er blitt et normativt ideal, trekker han først linjene tilbake til Mauss og viser hvordan resiprositet har vært et gjennomgangstema i antropologers analyse av økonomiske transaksjoner og implisitt også i entreprenørskapsstudiene. Han bruker Comaroffene og deres begrep *ethno-preneurship* som et eksempel på nyskapende perspektivering, om hvordan turistnæringen kommersialiserer identitet og tilhørighet, at institusjoner og diskurser får en form for agens (Comaroff & Comaroff, 2009). Han fortsetter sitt dialektiske prosjekt ved å la stemmer fra Sør nyansere forståelsen av entreprenørskap, og når han drøfter hvordan feminisme-litteraturen har åpnet for et alternativ og kritisk syn på entreprenørskap som undertrykkende. Dermed bekreftes kreativiteten, positiviteten, i foucauldiansk forstand, ved entreprenørskap i Sør, og kritikken, negativiteten, ved påvisningene av at diskursen har vært dominert av perspektiver fra Nord. Det reiser et spørsmål han ikke svarer på, og som har ligget ubesvart siden formalisme/substativisme-debatten forstummet på 1980-tallet, finnes det formelle spilleregler, noen slags økonomiske naturlover, som er universelt gyldige? Eller finnes det noen sosiobiologiske, genetiske disposisjoner som bestemmer transaksjonenes form? Eller universelt gyldige normer for verdisetting? Pfeilstetter spør ikke eksplisitt, men svaret vi leser er at det ikke finnes noe universelt entreprenørskap. Her er han tilbake i det samme modus som når han diskuterer entreprenørskapets sosiale liv, at han nok heller mer mot det kritiske enn det kreative. For mange er ikke entreprenørskap et valg mellom alternativer som veies mot hverandre, men en tvingende nødvendighet for å skaffe seg et utkomme. Ikke bare det, han antyder at entreprenørisme er et premiss for prekariatet ved å holde unge eller fattige mennesker i troen på at de har en økonomisk fremtid ved å starte egen bedrift. Han viser til at det ikke mangler studier som viser hvordan systemet er rigget slik at det tilslører elitenes maktutøvelse og hvordan de styrer ressurser inn i egne lommer. Pfeilstetter påpeker at disse studiene, implisitt eller eksplisitt, retter kritikken mot nyliberalisme og global kapitalisme og dette er temaer som han i bunn og grunn er mer opptatt av enn entreprenørskap for sin egen del.

Argumentasjonen til Pfeilstetter er tidstypisk for antropologisk teoridannelse i dag. Pfeilstetter kobler sammen både empiri, et mangfold av røster og analytiske perspektiver på nye måter. Drøftingen er bygget opp med lag på lag med overraskende, iblant tilsynelatende umulige berøringspunkter, inntil han lar tingene falle på plass igjen. Han viser hvordan antropologiske blikk og analyser gir ny innsikt og hvordan antropologi kan praktiseres på en ny måte.

Entreprenørskapsdiskursen og praksis innen norsk antropologi

I norsk sammenheng ble entreprenørskap utdanningssektorens ansvar, og (teknologisk) innovasjon en jobb for forskning og næringsliv (Meld. St. 7 (2008-2009); Brøgger, 2010). Dette er en institusjonell todeling som er gjengs over hele verden, og som peker tilbake på styrken i de ulike intellektuelle posisjonene og problemene som lar seg adressere gjennom henholdsvis entreprenørskaps- og innovasjonsbegrepet. Også her er Barths entrepre-

nørskapsmodell fortsatt levende (Ringholm, Teigen & Aarsæther, 2013, s. 17). Innen innovasjonsdiskursen er det ikke en norsk antropolog, men en norsk samfunnsøkonom som har vært toneangivende, som med en kollega fikk oppgaven med å samle kunnskapen om innovasjon i en altomfattende håndbok som kom til å få enorm innflytelse (Fagerberg & Mowery, 2006), men ikke på verken antropologiske diskurser eller praksiser.

Antropologien har i liten grad latt seg engasjere av spørsmål om innovasjon, men begynte med og har fortsatt å tematisere entreprenørskap som vitenskapsteoretisk problem. Når entreprenørskap som praksis ikke har vekket særlig interesse blant antropologer, kan det skyldes at utviklingsdiskursen overtok interessen, altså store, programmessige institusjonelle satsinger for sosial og økonomisk utvikling. Barth og andres interesse for entreprenørskap hadde bakgrunn i programmer finansiert for å skjønne hva som førte til utvikling (Sørbø, 2018), og antropologien holdt seg langs det sporet (Nustad & Kaarhus, 2002).

Det har kommet nye studier jevnt og trutt, om bedrifter, bransjer og land (Brøgger, 1989, 2013, 2016), eller i bransjer og etniske grupper (Krogstad 2001, 2002, 2003 a, b, 2004). Entreprenørskap er også tema, om ikke hovedtema, i flere nyere arbeider, om dominikansk forretningsliv i New York (Krohn-Hansen, 2013), i bruk av sosiale medier og digital teknologi i Afrika (Storm-Mathisen, 2020), i en kulturhistorisk analyse av norsk sjøfart og kolonihandel i Afrika og Oceania (Kjerland & Bertelsen, 2016) og utvikling av militær teknologi (Danielsen & Valaker, 2012; Danielsen 2018). Alt i alt har likevel entreprenørskaps- og innovasjonsdiskursen ikke egentlig tatt av i faget.

Også antropologer er entreprenørielle. For å lære om andre verdener, overskrider antropologer selv grenser, både personlige og institusjonelle. Vi bare kaller ikke dette entreprenørskap. Entreprenørskapets *differentia specifica*, definerende kjennetegn, er som nevnt ifølge Barth innovasjon, profittmaksimering, risikohåndtering og bedriftsledelse (Barth 1963, 1). Også for oss handler det om å finne nye løsninger, om livsopphold og økonomi, om å bli gagns mennesker, om å ta risiko. At vi er bedriftsledere er kanskje å dra det litt langt, men vi driver i det minste organisert virksomhet på måter som er åpne for det ukjente og lykkes når vi klarer å skape koblinger som også gir mening og videre bruksverdi for andre. Kanskje overser antropologien det entreprenørielle ved egen praksis og dermed verdifull kunnskap om den.

Noen antropologer har også bedrevet entreprenørskap i betydningen bedriftsetablering, med antropologisk kompetanse som viktigste ressurs; som Kulturell Dialog (KUDI) og Kulturstudier, som startet med studiepoenggivende kurs på Bali (lorenz, 2005; Kulturstudier, u.å.), Rett Øst (lorenz, 2005) og Byantropologene (u.å) for å nevne noen. Historiene deres er like rike på grenseoverskridelser og ambivalens som alle andre eksempler på entreprenørskap. Disse er eksempler på antropologer som plasserer seg i midt i etnografien, og det er betegnende for hvor marginalt begrepet har blitt i det norske fagmiljøet at de selv ikke legger vekten på entreprenørskapet, men snarere på ambivalensen og motstanden de møtte ved å bruke faget til å starte bedrifter.

Å skape mennesker og samfunn – introduksjon til artiklene

Dette spesialnummeret startet som en feiltagelse. På vårparten i 2021 mente en av gjesteredaktørene å huske at *The Role of the Entrepreneur in Social Change in Northern Norway* ble utgitt i 1972. Det måtte feires. Da kunne det passe med et panel om «50 år med antropologisk entreprenørskapsforskning» på årskonferansen, gjerne med et spesialnummer påfølgende år, 2022. Panelet ble noe av og spesialnummeret er blitt noe av, men 50-årsjubileum var det nok ikke. Antologien kom ut allerede i 1963 og spesialnummeret tok lengre tid enn

planlagt, så det var et 60-årsjubileum som skulle feires. Den opprinnelige feiltagelsen ga altså helt konkrete resultater. Energien kom først fra overraskelsen over at en bok som hadde gitt mye leseglede faktisk var blitt 50 år gammel (at den er 60 år gjør egentlig ingen forskjell).

Tanken var opprinnelig å bruke perspektivene i Barths antologi som startpunkt og så legge dem bak oss etter som entreprenørskapslandskapet åpnet seg gjennom vår felles skriveprosess. Gitt at teorier avgrenser horisonten, forutsatte vi at antologien var verdt å feire for det faglige gjennombruddet den representerte i sin tid, men heller ikke mer. Antologien handler om enslige mannlige helter som står oppreist i sterk motvind, og det er alt for snevert for hva entreprenørskapsbegrepet favner i dag. Vi tok feil igjen. Barths modell viste seg fremdeles egnet til å forstå en virkelighet som er en helt annen enn den i Nord-Norge på 1950-tallet. Modellen er generativ ved at den lar empirien fremtre på sine egne, ofte kontradiktoriske og alltid mangesidige premisser selv om den selv er logisk stringent. For oss er dette antropologi på sitt beste, en type fenomenologisk, nesten sanselig ekthet i fremstillingene av hva folk rundt omkring holder på med. Entreprenørene som fremstilles i dette spesialnummeret holder på med mye forskjellig. Likevel er det noen fellesnevnerne som viser til noe generisk, fellesmenneskelig i disse erfaringene, oppdagelser som ga oss stadig ny energi.

De åtte artiklene som følger kan leses uavhengig av hverandre, men de utgjør også et sammenhengende hele og kan leses etter hverandre som følger:

Først kommer en rapport direkte fra innsiden av den globale entreprenørskapsdiskursen, slik den arter seg i Johannesburg, Sør-Afrika. I artikkelen «Undertrykkende entreprenørskap og sosial endring: Entreprenørskapspraksiser i en Sørafrikansk teknologi-inkubator» viser Sjødin at det som hovedsakelig skapes når unge, håpefulle entreprenørskapselever er på kurs i en amerikansk-støttet inkubator, er nye økonomiske avhengigheter. De unge, fattige og håpefulle elevene kommer i gjeld til inkubatoren og slekt og familie som har støttet dem. Sjødin finner ikke tegn på verken nye bedrifter eller sosial endring, snarere reproduksjon av etablerte sosiale forskjeller fra apartheid-tiden i Sør-Afrika.

Den neste artikkelen er fra en bedrift som er delvis innebygd i den globale entreprenørskapsdiskursen, denne gangen fra Raufoss, Norge. Danielsens «Militære veteraner som entreprenører», handler om veteraner som starter en bedrift for trening i håndtering av eksplosiver. Tjenesten veteranene tilbyr er nyskapende på flere måter, blant annet ved at politi og forsvar trener sammen, at ny teknologi tas i bruk for simuleringer, og at yoga er en integrert del av treningen. Danielsen finner altså både en ny bedrift og sosiale endringer, som ikke bare berører lokalsamfunnet på Raufoss, men også tunge nasjonale og internasjonale hierarkier, og entreprenører som ikke selv identifiserer seg med diskursen.

To store forskjeller mellom entreprenørene i Sjødins og Danielsens artikler er entreprenørenes sosio-økonomiske status og entreprenørskapsdiskursens lokale form. I begge er entreprenørskapet et virkemiddel, for egen fremtid så vel som andres økonomiske politikk, men bare i det siste eksempelet ser det ut til å føre til sosial endring. Dette indikerer at konteksten for entreprenørskapet er like viktig som kvalitetene ved entreprenøren eller entreprenørskapet selv.

De kontekstuelle faktorenes betydning kommer frem i de to neste artiklene til Brøgger og Dahl-Jørgensen og Manger, men her utvides perspektivene til å inkludere henholdsvis lokalsamfunn, byer og etniske og religiøse fellesskap. Artiklene er også rapporter fra marginene av den globale entreprenørskapsdiskursen. Den er i bildet, men naturlig nok ikke like sentral. Vi skriver «naturlig nok» fordi ingen av artiklene er basert på studier av diskursen for sin egen del. Den dukker derfor «naturlig» frem som en av flere faktorer i analysene av

sosial endring, men er ikke på noen måte selve «Drivkraften» med stor D, som er dens funksjon i de rene økonomiske modellene.

Urfolket i Brøgger og Dahl-Jørgensens «Kollektivt entreprenørskap i Altiplano i Peru» er definitivt ikke på innsiden av entreprenørskapsdiskursen. Snarere tvert imot har et lite quechua-talende lokalsamfunn ikke langt fra Titicaca-sjøen klart å holde på egne livsformer og prioriteringer, selv om de er påvirket av den. Lokalsamfunnet har etablert flere bedrifter, som ikke lykkes helt. Brøgger og Dahl-Jørgensen som spør om det kollektive entreprenørskap for å opprettholde lokalsamfunnet kan forklare det som etter peruansk neoliberalistisk økonomisk politikk er å regne som mislykkede bedriftsetableringer.

Mangers første artikkel «Sudanesiske meklarar (brokers) i Yiwu» er fra en by i Kina. Yiwu har etablert seg som sentrum for internasjonal handel med småvarer. Selv i det kommunistiske Kina har den globale entreprenørskapsdiskursen funnet plass ved at Yiwu har definert sin egen entreprenørskapsmodell. For de sudanesiske handelsfolkene er hensynene til sitt muslimske fellesskap likevel det viktigste. Det er posisjoneringen i dette felleskapet som gjør det mulig for dem både å etablere seg i Yiwu og handle med kundene i Sudan på måter som er sosialt og kulturelt akseptable, og som gjør dem til gagns mennesker.

Heyses artikkel «Mellom administrasjon og innovasjon – om entreprenørskapets begrensninger i en alaskansk kontekst» speiler både innsiden og utsiden av entreprenørskapsdiskursen. Den er fra innsiden av en enkeltbedrift, og er et tydelig eksempel på hvordan markeds mekanismer brukes politisk for å løse interessekonflikter. Artikkelen handler om en såkalt «landsbykorporasjon». Denne selskapsformen er basert på en føderal USA-lov fra 1971 som ga urfolk i Alaska kontroll over utvinning av naturressurser i sine områder. Urfolkene har stemmeflertall i styrene og dermed direkte beslutningsmyndighet. Heyse forteller om hvilke begrensninger en hvit, ikke-lokal direktør møter. Blant annet strever han med å få styremedlemmene til å møte på generalforsamling midt i laksesesongen. Laksefisket spiller en helt avgjørende rolle i det lokale sosiale liv, like viktig som generalforsamlingen er i markedsøkonomien.

Heyses poenger om innovasjon danner en logisk overgang til de to neste artiklene av Sørtømme og Puijk, som begge handler om innovasjon i store statsbedrifter. Dette er i tråd med den schumpeterianske distinksjon mellom entreprenørskap som etablering av småbedrifter, og innovasjon som systemendring gjennom at store selskaper kommersialiserer teknologiske nyvinninger. Riktignok handler både Sørtømmes og Puijks artikler like mye om politiske som teknologiske betingelser, men viser også hvordan enkeltpersoner i sine institusjonelle roller klarer å mobilisere fellesskap til å finne nye løsninger som skaper systemendringer

Sørtømme påpeker i sin artikkel «Horisontalt arbeid i vertikal statsforvaltning» at den formen for entreprenørskap som ledere og saksbehandlere i norsk statsforvaltning utøver, også kunne defineres som intraprenørskap. Uansett hva det kalles, viser hun i artikkelen hvordan enkeltpersoner som følger spilleregler, men som likevel, med stor personlig risiko, tar initiativer for å bryte dem ved samarbeide på tvers, finner løsninger på presserende samfunnsoppgaver. Artikkelen er eksempel på en type «dobbelts entreprenørskap», fordi hun kobler innsikt som ansatt med innsikt som antropolog for å fortelle om hvordan endringene skjer og hva som står på spill.

Puijks artikkel «Innovasjon i NRKs TV-fakta-produksjon» analyserer hvordan en stor og politisk styrt organisasjon gjennom mer enn 35 år har greid å lage internasjonalt anerkjente TV-programmer i tråd med sin tid. Han har fulgt arbeidet med tre faktaprogramserier fra ide og til det endelige møtet med publikum. Konteksten har vært preget av store endringer. Artikkelen får frem spenninger og konfliktlinjer som har vært håndtert på måter

som gjør at de tre programmene har bidratt til å fornye og opprettholde NRKs samfunnsnyttige tilbud innenfor stadig endrede politiske og teknologiske kontekster.

Spesialnummeret lander i Mangers andre artikkel «Frå Barth sitt aktørperspektiv og Geertz sin kulturhistorie til Pfeilstetter sitt omgrep 'entrepreneurilization'. Ei drøfting av nyttige perspektiv til forståinga av politiske entreprenørprosessar i Sudan». Den er en vakker pendant til herværende introduksjon. Artikkelen er en parallell lesing av utviklingen i den antropologiske faghistorien om entreprenørskap, solid forankret i empiri fra området hvor Barths «tomatmann» opererte og frem til i dag. Manger tilfører et kritisk tilbakeblikk på utviklingen i Sudan i lys av Barths, Geertz' og Pfeilstetters ulike tilnærminger til entreprenørskap. Så avslutter han med en drøfting av hvordan entreprenørskap i dag finner sted i langt mer komplekse samfunnsformasjoner, og hvordan «det gamle» finner sin form i «det nye».

En liten sidekommentar om interessen for entreprenørskap i norsk antropologi: Rudie publiserte om temaet både i Barths og Bråtens antologier, mens Manger har publisert både i Bråtens antologi og i dette spesialnummeret. Det er noe betryggende i denne kontinuiteten i en verden som er så forskjellig fra den Barth og kollegene skrev om i den første antologien.

Avslutningsvis vil vi trekke ut to innsikter om hva studier av entreprenørskap bidrar med i antropologifaget.

Den ene innsikten er at studier av entreprenørskap gir inntak til forståelse av kompleksitet og skala i en globalisert verden. Skala og kompleksitet er gjennomgangstemaer i alle artiklene og et viktig grunnlag for komparasjon. I alle er en spesifikk meningsbærende emisk «tidshorisont», et tidsskille eller hendelse sentral. For eksempel i Sjødins artikkel opprettelsen av en inkubator, i Danielsens om ny teknologi som gjør simulering av eksplosjoner mulig og i Brøgger og Dahl-Jørgensens en flom. Videre analyserer alle artiklene trender og utviklingstrekk i institusjonelle sammenhenger som griper inn i hverandre, på globalt, nasjonalt, regionalt og lokalt nivå. For eksempel i Mangers artikkel fra Kina etableringen av en ny type handelsby, i Heyse en ny type urfolkskorporasjon, i Sørtømme nye samfunnsproblemer staten står overfor og i Puijk nye medier og kommunikasjonsformer. Dermed får skala en utstrekning både i tid og rom, med ulike former for kompleksitet, som lokale entreprenører håndterer på så mange vis.

Artiklene gir også innsikt i hvordan entreprenørskap skaper sosial endring i dag, ovenfra, nedenfra og sideveis. De gir et blikk på oss selv, en kontrast, et sammenligningsgrunnlag som ikke er dømmende. Denne måten å produsere kunnskap på løser det foucaldianske dilemma med at mennesket er både ide, kontekst og metode på en gang. Den «andre» i sin «positivitet» er alltid til stede gjennom empirien, som er frembragt gjennom deltagende tilstedeværelse og gitt mening gjennom samtalene om begrepene. Antropologiske studier av entreprenørskap gjør det mulig å svare noe mer allment på spørsmålet om hva som skaper mennesker. Bare mennesker skaper mennesker, det gjør verken naturen, guder eller gener.

Referanser

- Alsos, G. A. & Ljunggren, E. (2018). Betydningen av innovasjon og entreprenørskap i norsk arbeidsliv – kunnskapsstatus og veien videre. *Søkelys på arbeidslivet*, 35, 38–153. <https://doi.org/10.18261/issn.1504-7989-2018-03-01>
- Anders, J. (1990). *Beyond counterculture: The community of Mateel*. Washington State University Press.
- Barth, F. (Red). (1963). *The Role of the Entrepreneur in Social Change in Northern Norway*. Universitetsforlaget.
- Barth, F. (1967). Economic spheres in Darfur. I R. Firth (Red.). *Themes in Economic Anthropology* (s. 149–174). Tavistock.

- Bohannon, P. (1959). The Impact of Money on an African Subsistence Economy. *The Journal of Economic History*, 19(4), 491–503. <https://doi.org/10.1017/s0022050700085946>
- Brox, O. (1963). Three types of North Norwegian Entrepreneurship. I F. Barth (Red). *The Role of the Entrepreneur in Social Change in Northern Norway* (s. 19–32). Universitetsforlaget.
- Brøgger, B. (1989). *Business as usual. Morality and adaptation among Chinese family businesses in Penang, Malaysia*. Upublisert magisteravhandling, Sosialantropologisk institutt, Universitetet i Oslo.
- Brøgger, B. (2010). Kjeder, entreprenørskap og antropologisk kunnskapsdannelse. *Norsk antropologisk tidsskrift*, 2(3), 129–142. <https://doi.org/10.18261/issn1504-2898-2010-02-03-05>
- Brøgger, B. (2013). Entrepreneurship and culture. The rise and demise of a supply chain. *Journal of Business Anthropology*, 2(2), 232–253. <https://doi.org/10.22439/jba.v2i2.4160>
- Brøgger, B. (2016). Creation of a social media social venture. I M. Skerlavaj, M. Cerne, A. Carlsen & A. Dysvik (Red.). *Capitalizing on Creativity at work. Fostering the implementation of creative ideas in organizations* (s. 320–332). Edward Elgar.
- Brøgger, B. (2017). *Sosialt entreprenørskap i Norge*. Cappelen Damm.
- Brøgger, B. (2022). *Social enterprise in China*. Routledge.
- Bråten, E. (Red.) (2013). *Embedded Entrepreneurship: Market, Culture, and Micro-business in Insular Southeast Asia*. Brill.
- Bråten, E. (2013). Embedded micro-businesses: Trust, Incorporation and Scaling in Japanese ‘Family firms’. I E. Bråten (Red.). *Embedded Entrepreneurship: Market, Culture, and Micro-business in Insular Southeast Asia* (s. 253–274). Brill.
- Byantropologene (u.å.). Byantropologene. <https://www.byantropologene.no/>
- Cantillon, R. (1755/2018). *An essay on economic theory*. Ludwig von Mises Institute.
- Comaroff, J.L. & Comaroff, J. (2009). *Ethnicity, Inc.* University of Chicago Press.
- Danielsen, T. (2018). *Making Warriors in a Global Era – An Ethnographic study of the Norwegian Naval Special Operations Command* Lexington Books/ The Rowman & Littlefield Publishing Group.
- Danielsen, T. & Valaker, S. (2012). *Teknologisk innovasjon med fart og retning i spesialstyrkene – en antropologisk studie*, FFI-rapport 2012/00816.
- Douglas, M. (1992). The person in an enterprise culture. I S. H. Heap, & A. Ross (Red.). *Understanding the Enterprise Culture*, (s. 41–62). Edinburgh University Press.
- Douglas, M. (2005). Workshop on Complexity and Cultural Theory in Honour of Michael Thompson. Held at the LSE on 27 June. <http://emk-complexity.s3.amazonaws.com/events/2005/MaryDouglas.pdf>
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship. Practice and Principles*. Harper & Row.
- Eidheim, H. (1963). Entrepreneurship in politics. I F. Barth (Red). *The Role of the Entrepreneur in Social Change in Northern Norway* (s.70-83). Universitetsforlaget.
- Epstein, S. (1964). Personal Capital Formation among the Tolai of New Britain! I R. Firth & B. Yamay (Red.). *Capital, Saving and Credit in Peasant Societies: A Viewpoint from Economic Anthropology* (s.53-68). Routledge.
- Eriksen, T. H. (2014). *Globalization. The key concepts*. Routledge.
- Eriksen, T. H. (2016). *Overheating – An Anthropology of Accelerated Change*. Pluto Press.
- Ervik, K. (2013). The superior Thai-Western relationship. A culturally negotiated re-embedded practice. I E. Bråten (Red.). *Embedded Entrepreneurship: Market, Culture, and Micro-business in Insular Southeast Asia* (s.125–146). Brill.
- Essers, C., Dey, P., Tedmanson, D. & Verduyn, K. (Red.) (2017). *Critical Perspectives on Entrepreneurship: Challenging Dominant Discourses*. London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Fagerberg, J. (2018). *Chapter 1. Innovation: A guide to the literature*. EE Elgar online (s.3–23). <https://doi.org/10.4337/9781788110266.00007>.
- Fagerberg, J & Mowery, D.C. (Red.) (2006). *The Oxford Handbook of Innovation*. Oxford University Press.
- Fagertun, A. (2013). Gender and moralities of work on Jimbaran Bay, South Bali. I E. Bråten, (Red.). *Embedded Entrepreneurship: Market, Culture, and Micro-business in Insular Southeast Asia* (s.83–102). Brill.
- Firth, R. (Red.). (1957). *Themes in Economic Anthropology*. Tavistock.
- Foucault, M. (2008). *An Introduction to Kant’s Anthropology*. Semiotext(e).
- Foucault, M. (1994). *The Order of Things: An Archaeology of the Human Sciences*. Vintage reissue.

- Fredona, R. & Reinert, S.A. (2017). The Harvard Research Center in Entrepreneurial History and the Daimonic Entrepreneur. *History of political economy*, 47(2), 267–314. <https://doi.org/10.1215/00182702-3876481>
- Ganti, T. (2014). Neoliberalism. *Annual Review of Anthropology*, 43(1), 89–104. <https://doi.org/10.1146/annurev-anthro-092412-155528>
- Geertz, C. (1963). *Peddlers and princes. Social development and economic change in two Indonesian villages*. University of Chicago Press.
- Gjelstad, L. (2013). Young professionals in urban Java: Youth cultures and the imaginary forms of the 'New economy'. 161-82, i E. Bråten (Red.). *Embedded Entrepreneurship: Market, Culture, and Micro-business in Insular Southeast Asia* (s.61–82). Brill.
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3),481–510. <https://doi.org/10.1086/228311>
- Grønhaug, Rr. (1974). *Micro-macro relations: social organization in Antalya, Southern Turkey* (No. 7). Department of Social Anthropology, University of Bergen.
- Grønhaug, R. (1978). Scale as a Variable in Analysis: Fields in Social Organization in Herat, Northwest Afghanistan. I F. Barth (Red.). *Scale and Social Organization*, (s.78–121). Universitetsforlaget.
- Hansen, K. T. (2000). *Salaula: The World of Secondhand Clothing and Zambia*. University of Chicago Press.
- Harvey, D. (1989). *The condition of postmodernity. An enquiry into the origins of cultural change*. Wiley.
- Hidle, N. (2013), Malaysian Indian enterprises – the means to other business. I E. Bråten (Red.). *Embedded Entrepreneurship: Market, Culture, and Micro-business in Insular Southeast Asia* (s.219-234). Brill.
- Ho, K. (2009). *Liquidated. An ethnography of Wall Street*. Duke University Press.
- Hood, C. (1991). A public management for all seasons? *Public administration*, 69(1),3–19.
- Howell, S. & Lillegraven, A. (2013). Cash, culture and social change: Why don't Chewong become entrepreneurs? I E. Bråten (Red.). *Embedded Entrepreneurship: Market, Culture, and Micro-business in Insular Southeast Asia* (s.275–296). Brill.
- Jacobsen, Frode (2013). Muslim healers in Hindu context: A Hadrami Arab healing group on Bali. IE. Bråten (Red.). *Embedded Entrepreneurship: Market, Culture, and Micro-business in Insular Southeast Asia* (s.147-165). Brill.
- Kjerland, K. A.& Bertelsen, B. E. (2016). *Navigating Colonial Orders: Norwegian Entrepreneurship in Africa and Oceania*. Berghahn Books.
- Krogstad, A. (2001). Entreprenører med innvandrerbakgrunn. Tre lokalsamfunn, fire markeder. *Søkelys på arbeidsmarkedet*, 18,7–39.
- Krogstad, A. (2002). *En stillferdig revolusjon i matveien: etniske minoriteter og kulinariske entreprenørskap*. Institutt for samfunnsforskning.
- Krogstad, A. (2003a). Integrasjon via smaksløkene Kulinarisk entreprenørskap i Oslos matbransjer. *Norsk Tidsskrift for migrasjonsforskning*, 4(1),8–31.
- Krogstad, A. (2003b). Tre motiver for å starte egen forretning: Nød, valg eller vedlikehold av livsform? *Søkelys på arbeidsmarkedet*,20(1), 113–116.
- Krogstad, A. (2004). From Chop Suey to Sushi, Champagne, and Vip Lounge: Culinary Entrepreneurship through Two Generations. *Social Analysis*, 48(1),196–217. <https://doi.org/10.3167/015597704782352708>
- Krohn-Hansen, C. (2013). *Making New York Dominican: Small Business, Politics, and Everyday Life*. University of Pennsylvania Press.
- Kulturstudier (u.å.). Studere i Afrika, Asia og Latin-Amerika. <https://www.kulturstudier.no/>
- lorenz (2005, 10. januar). Rett Øst kulturrådgivning. Enda et antropologisk firma. https://www.antropologi.info/blog/nyheter/2005/rett_ost_kulturradgiving_enda_et_antropo
- lorenz (2005, 5.oktober). – Godt marked for antropologiske firmaer. Antropologi.info. Sosialantropologi i Norden blogg. https://www.antropologi.info/blog/nyheter/2005/godt_marked_for_antropologiske_firmaer
- Malerba, F. & Orsenigo, L. (1996). Schumpeterian patterns of innovation are technology-specific. *Research Policy*, 25(3),451–478. [https://doi.org/10.1016/0048-7333\(95\)00840-3](https://doi.org/10.1016/0048-7333(95)00840-3)

- Manger, L. (2013). Building a moral economy. The historical success of Hadrami Sada in Singapore. I E. Bråten (Red.). *Embedded Entrepreneurship: Market, Culture, and Micro-business in Insular Southeast Asia* (s.235–252). Brill.
- Meld. St. 7 (2008-2009). *Et nyskappende og bærekraftig Norge*. Nærings- og handelsdepartementet. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/stmeld-nr-7-2008-2009-/id538010/>
- Mirowski, P. & Plehwe, D. (Red.) (2015). *The road from Mont Pèlerin: The making of the neoliberal thought collective, with a new preface*. Harvard University Press.
- Nugent, S. (2012). *Critical anthropology. Foundational works*. Routledge.
- Nustad, K. & Kaarhus, R. (2002). Introduksjon: Om antropologi og utvikling. *Norsk antropologisk tidsskrift*, 13(1-2),5–13. <https://doi.org/10.18261/issn1504-2898-2002-01-02-02>
- Olsen, S. F. (2013). Approaching entrepreneurship: Female ambivalence towards expectations of modernity in Malaysia. I E. Bråten (Red.). *Embedded Entrepreneurship: Market, Culture, and Micro-business in Insular Southeast Asia* (s.103–124). Brill.
- Paine, R. (1963). Entrepreneurial activities without its profit. I F. Barth (Red). *The Role of the Entrepreneur in Social Change in Northern Norway* (s.33–55). Bergen: Universitetsforlaget.
- Penrose, E. (2009). *The theory of the growth of the firm* (4. utgave). Oxford University Press.
- Pfeilstetter, R. (2022) *The Anthropology of Entrepreneurship: Cultural history, Global Ethnographies, Theorizing Agency*. Routledge.
- Pradelle, M. de la. (2006). *Market Day in Provence (Fieldwork Encounters and Discoveries)*. University of Chicago Press.
- Ringholm, T., Teigen, H. & Aarsæther, N. (Red.) (2013). *Innovative kommuner*. Cappelen Damm Akademisk.
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social Theory and Global Culture*. SAGE.
- Rogers, E. (1962). *Diffusion of innovation*. Simon and Schuster.
- Roitman, J. (2005). *Fiscal disobedience. An Anthropology of Economic Regulation in Central Africa*. Princeton University Press.
- Roszak, T. (1986). *From Satori to Silicon Valley. San Francisco and the American Counterculture*. Don't Call it Frisco Press.
- Rudie, I. (1963). Two entrepreneurial careers in a small local community. I F. Barth, (Red). *The Role of the Entrepreneur in Social Change in Northern Norway* (s. 56–69). Universitetsforlaget.
- Rudie, I. (2013). Ethnic experience and global horizons. I E. Bråten (Red.). *Embedded Entrepreneurship: Market, Culture, and Micro-business in Insular Southeast Asia* (s. 13–60). Brill.
- Røyrvik, E. (2019). Kulturbegrepet og representasjonskrisen. *Norsk antropologisk tidsskrift*. 30(2),99-120.
- Saxenian A. (1990). Regional Networks and the Resurgence of Silicon Valley. *California Management Review*. 33(1),89–112.
- Saxenian, A. (2007). *The New Argonauts: Regional Advantage in a Global Economy*. Harvard University Press.
- Scherer, F. M. & Perlman, M. (1992). *Entrepreneurship, Technological Innovation, and Economic Growth: Studies in the Schumpeterian Tradition*. University of Michigan Press.
- Schumpeter, J. A. (1912/2006). *Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung/ Duncker & Humblot*.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development. An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard Economic Studies 46.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. Harper and Brothers.
- Schumpeter, J. A. (1996). *Theory of Economic Development* (edited by E. B. Schumpeter) (revised edition). Oxford University Press.
- Smedal, O. H. (2013). Courage and trust. From penniless transmigrant to affluent smallholder (and back) in Indonesian Borneo. I E. Bråten (Red.). *Embedded Entrepreneurship: Market, Culture, and Micro-business in Insular Southeast Asia* (s.167–194). Brill.
- Smith, A. (1759/2010). *The theory of moral sentiment*. Penguin Classics.
- Smith, A. (1776/2000). *The wealth of nations*. Penguin Classics.
- Solvang, I. (2013). Struggle for progress. Street youth entrepreneurship in Yogyakarta, Indonesia. I E. Bråten (Red.). *Embedded Entrepreneurship: Market, Culture, and Micro-business in Insular Southeast Asia* (2.195–218). Brill.

- Stiglitz, J. E. (2017). *Globalization and Its Discontents Revisited: Anti-Globalization in the Era of Trump*. W. W. Norton & Co.
- Storm-Mathisen, A. (2020). New ways to make ends meet? On Batswana Women, their uses of the mobile phone – and connections through education. IJ. Helle-Valle & A. Storm-Mathisen (Red.), *Media Practices and Changing African Socialities: Non-media-centric Perspectives* (s.148–172). Berghahn Books.
- Strathern, A. (1972). The Entrepreneurial Model of Social Change: From Norway to New Guinea. *Ethnology*, 11(4), 368–379. <https://doi.org/10.2307/3773068>
- Swedberg, R. (2006). Social entrepreneurship. The View of the young Schumpeter. I C. Steyaert & D. Hjort (Red.). *Entrepreneurship as social change. A third new movements in entrepreneurship book* (s. 21–34). Edward Elgar.
- Tett, G. (2016). *The Silo Effect. Why Every Organisation Needs to Disrupt Itself to Survive*. Abacus.
- Tett, G. (2022). *Anthro-Vision: A New Way to See in Business and Life*. Avid Reader Press.
- Tidd, J., Bessant, J. & Pavitt, K. (2001). *Managing innovation: Integrating technological market and organizational change*. Wiley.
- Vike, H. (2011). Reidar Grønhaugs metode -- en kraftlinje i norsk sosialantropologi. *Norsk antropologisk tidsskrift*, 21(4), 211–222. <https://doi.org/10.18261/issn1504-2898-2010-04-03>
- Wadhvani, D.R. & Viebig, C. (2021). Social imaginaries of entrepreneurship education, the United States and Germany, 1800–2020. *Academy of Management Learning & Education*, 20(3), 342–360. <https://doi.org/10.5465/amle.2020.0195>
- Østerberg, D. (2008). Sosiologisk årbok og kritisk sosiologi. *Sosiologisk årbok* 1–2,9–14.