

# Økonomiske effekter av religiøse holdninger til arbeid og næringsvirksomhet:

## Et overblikk og et rammeverk for videre forskning

Magne Supphellen

Professor ved seksjon for økonomi og administrasjon  
(Hauge School of Management), NLA Høgskolen

*Magne.Supphellen@nhh.no*

På den internasjonale forskningsarena ser vi en tiltagende interesse for sammenhenger mellom religiøse og økonomiske variabler. Flere studier viser interessante koblinger mellom religion og økonomisk kognisjon eller atferd på individnivå. Vi tar utgangspunkt i disse studiene, samt relevant teori, og utvikler et konseptuelt rammeverk for hvordan religiøse holdninger til arbeid/næringsvirksomhet påvirker kognisjon og atferd i økonomiske virksomheter. Fokus rettes mot tre holdningstyper: (1) Kallsorientering, (2) belønningsorientering og (3) økonomisk fatalisme. Gjennomgangen antyder at *kallsorientering* kan være en positiv drivkraft i økonomiske virksomheter. Når arbeid og næringsvirksomhet forstås som et kall fra Gud, kan motivasjonen, selvbestemmelsen og yteevnen styrkes under gitte betingelser. De to andre orienteringene; belønningsorientering og økonomisk fatalisme, vil kunne lede oppmerksomheten vekk fra arbeidsoppgavene, redusere selvbestemmelsen, og derved svekke betingelsene for å lykkes med de økonomiske aktivitetene. Diskusjonen av rammeverket har relevans for teologer, religionspsykologer og forskere på det økonomisk-administrative området.

**R**eligion spiller utvilsomt en sentral rolle som premissleverandør og motivasjonsfaktor for menneskelig atferd. Derfor er det rimelig å forvente at religiøse verdier og holdninger gjør seg gjeldende på de fleste av livets arenaer, også i arbeids- og næringslivet. Fagteologene har imidlertid vist liten interesse for religionens rolle og betydning på den økonomiske arena. Tilsvarende har økonomer og forskere innen administrasjon- og ledelsesfag vært lite opptatte av mulige

sammenhenger mellom religion og økonomi.<sup>1</sup> Et viktig unntak er den såkalte weberdebatten, som etterfulgte utgivelsen av Max Webers bok *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*.<sup>2</sup> I boken lanseres tesen om den protestantiske (spesielt den kalvinistiske) etikkens positive betydning for fremveksten av moderne kapitalisme. Tesen er omstridt. Flere har hevdet at den kausale sammenheng er uklar; at kildene ikke gir grunnlag for å konkludere i spørsmålet om etikken var årsak til,

eller resultat av, den økonomiske utviklingen.<sup>3</sup> Andre mener dokumentasjonen i hovedsak støtter tesen.<sup>4</sup> I nyere tid er det gjennomført en rekke empiriske studier av sammenhengene mellom protestantisme og økonomiske variabler.<sup>5</sup> Disse studiene lider imidlertid av samme begrensning som den klassiske weberdebatten: Analysene er basert på konfesjonell tilhørighet. Protestanter sammenlignes med katolikker og ortodokse. Dermed tas det ikke hensyn til den betydelige variasjonen *innen* konfesjonene. Det er behov for forskning som går bak konfesjonstilhørigheten og fokuserer på religiøse holdninger og prinsipper for økonomisk atferd som er relevante på tvers av konfesjonene.<sup>6</sup> Dette vil gi grunnlag for analyser som gir bedre svar på hvorfor og hvordan religion påvirker økonomisk tenkning og atferd.

Internasjonalt ser vi en stigende interesse for denne typen forskning, særlig innen utviklingsforskning, psykologisk forskning og økonomisk-administrativ forskning.<sup>7</sup> Den ledende organisasjonen for forskning innen ledelsesfag internasjonalt, Academy of Management, opprettet for noen år siden en egen forskningsgruppe på temaet religion og ledelse. Den årlige fagkonferansen har egne sesjoner om temaet. Foreløpig er forskningen begrenset i omfang, men de studiene som er publisert, viser interessante koblinger mellom religion og økonomisk tenkning og atferd på individnivå. Vi skal ta utgangspunkt i disse studiene, samt relevant teori, og utvikle et tentativt konseptuelt rammeverk for sammenhengene mellom religiøse holdninger til arbeid/næringsvirksomhet og atferd i økonomiske organisasjoner (se figur 1). Siden tidligere forskning i hovedsak er gjennomført i kristne kulturer, er vårt fokus rettet mot individuelle økonomiske aktører med et kristent livssyn. Rammeverket gir forelø-

pige svar på spørsmålene: (1) Hvilke religiøse holdninger til arbeid og næringsvirksomhet gjør seg gjeldende blant kristne aktører på den økonomiske arena? (2) Hvordan påvirker disse holdningene tenkning og atferd i økonomiske virksomheter? (3) Er de religiøse holdningene ressurser eller barrierer for økonomisk lønnsomhet og vekst? Formålet er å bidra med struktur og oversikt på et ungt og uryddig forskningsfelt, samt antyde nye sammenhenger, for derved å stimulere til ny forskning.

I første del presenteres tre typer religiøse holdninger til arbeid og næringsvirksomhet. Videre utvikles 14 proposisjoner for hvordan de tre holdningstypene påvirker økonomisk motivasjon og atferd. I den påfølgende diskusjonen pekes det på teoretiske implikasjoner, styrker og begrensninger ved analysen og retninger for videre forskning. Diskusjonen har relevans for teologer, religionspsykologer og forskere på det økonomisk-administrative området.

### Tre religiøse holdninger til arbeid og næringsvirksomhet

Før vi går nærmere inn på ulike religiøse holdninger, kan det være nyttig å definere hva vi legger i begrepene religion og holdninger. Religion kan betraktes fra flere synsvinkler og defineres på ulike måter. Siden vi er opptatt av religiøse holdninger og økonomisk tenkning på individnivå, velger vi en definisjon fra religionspsykologien: Religion forstås som *kognisjoner, emosjoner og atferd som har opphav i bevisstheten om, eller opplevelsen av interaksjon med, høyere makter* ("supernatural forces").<sup>8</sup> I en oversiktsartikkel om psykologiske effekter av kristen tro tar Michael McCullough og Brian Willoughby<sup>9</sup> utgangspunkt i samme definisjon.

Religiøse kognisjoner og emosjoner gir opphav til holdninger. Holdninger er vurderinger av objekter, personer, hendelser eller handlinger.<sup>10</sup> For å forstå holdningenes natur, er det nyttig å beskrive de kognisjoner og emosjoner holdningene bygger på. I denne artikkelen er vi opptatt av religiøse holdninger til økonomisk aktivitet, det vil si *religiøse vurderinger av arbeid og næringsvirksomhet og de religiøse kognisjoner og emosjoner vurderingene bygger på*.

Siden det er et stort mangfold av religioner og konfesjoner, finnes det antagelig et stort spekter av religiøse holdninger til økonomisk aktivitet. Arbeidet med å definere og måle slike holdninger er i støpeskjeen. Vi skal konsentrere oss om tre holdningstyper, eller orienteringer, som er diskutert og studert i nyere forskning blant kristne i Afrika og USA: kallsorientering, belønningsorientering og økonomisk fatalisme.<sup>11</sup> Selv om resultatene i disse studiene er kulturbetingede, vil vi hevde at holdningstypene er relevante for kristne i mange kulturer. Diskusjonen avgrenses til holdninger blant kristne fordi forskningen i liten grad har inkludert andre religiøse grupper. Det må understrekes at de tre holdningsbegrepene vi gjør rede for er utviklet for å *beskrive* hvordan økonomiske aktører i kristne kulturer tenker, uten å ta stilling til holdningenes "teologiske holdbarhet".

*Kallsorientering* innebærer at arbeid betraktes som et hellig kall. Amerikanske religionspsykologer operer med begrepet "sanctification of work".<sup>12</sup> Holdningen er at alle talenter og ferdigheter, også dem som gjør seg gjeldende i arbeids- og næringslivet, er gitt av Gud og skal forvaltes etter beste evne, til ære for Gud og velsignelse for medmennesket. Lignelsen om talentene (Matt. 25,14–30) er en sentral referanse i denne tenkningen, også Kolos-

serbrevet 3,23: "Alt arbeid skal dere gjøre helhjertet, for det er Herren og ikke mennesker dere tjener" (jf. Ef. 6,7). Økonomiske aktører betraktes som ansvarlige overfor Gud for hvordan arbeidsoppgavene løses og hvilke resultater man oppnår. I dette perspektivet på økonomisk aktivitet ligger også tanken om at Gud er nærværende i arbeidet og en kilde til kraft og støtte. Vi vet lite om hvor vanlig denne kallsorienteringen er i norsk arbeidsliv i dag, men den var et sentralt kjennetegn ved de haugianske virksomhetene i Norge på 1800-tallet.<sup>13</sup> Haugianerne etablerte et stort antall bedrifter over hele landet og var sentrale i etableringen av misjonsorganisasjonene i Norge. Siden mange av disse organisasjonene fortsatt er aktive i Norge, og mange bedrifter, særlig langs kysten på Vestlandet, har røtter tilbake til haugianerne, er det grunn til å tro at kallsorienteringen fortsatt gjør seg gjeldende i norsk arbeidsliv.<sup>14</sup> Store deler av Afrika sør for Sahara er påvirket av misjonsorganisasjoner av lignende støpning som de norske. Det er derfor ikke overraskende at studier viser relativt sterk kallsorientering blant kristne småbedriftsledere i dette området.<sup>15</sup>

*Belønningsorienteringen* beskriver en forventning om at innsats i menigheten vil gi privatøkonomisk uttelling. Holdningen er at villigheten til å ofre tid og penger på menigheten vil belønnes finansielt. Økonomisk vinning får dermed to hovedkilder; aktiviteter i markedet som arbeidstaker eller næringsdrivende – og finansiell belønning for offervilje i menigheten. Paul Gifford<sup>16</sup> beskriver ekstreme varianter av belønningsorienteringen i flere afrikanske land (her benyttes begreper som prosperity gospel og winning Christianity). Ifølge Gifford<sup>17</sup> er den amerikanske evangelisten Kenneth Copeland blant de fremste inspiratorene for denne

tankegangen. En sentral referanse for Copeland skal være Markus 10,29, hvor det heter at den som ofrer seg for evangeliets skyld, “skal få hundre ganger så mye igjen”. Med utgangspunkt i denne teksten og en materiell fortolkning av Guds vel-signelser, utvikler Copeland en økonomisk teologi hvor det hevdes at gaver til menigheten vil gi privatøkonomisk gevinst tilsvarende 100 ganger innsatsen i kroner og øre. Gifford<sup>18</sup> beskriver hvordan denne tankegangen, som vi kjenner fra enkelte retninger innen pinsebevegelsen i USA og Europa, brer seg på det afrikanske kontinentet.

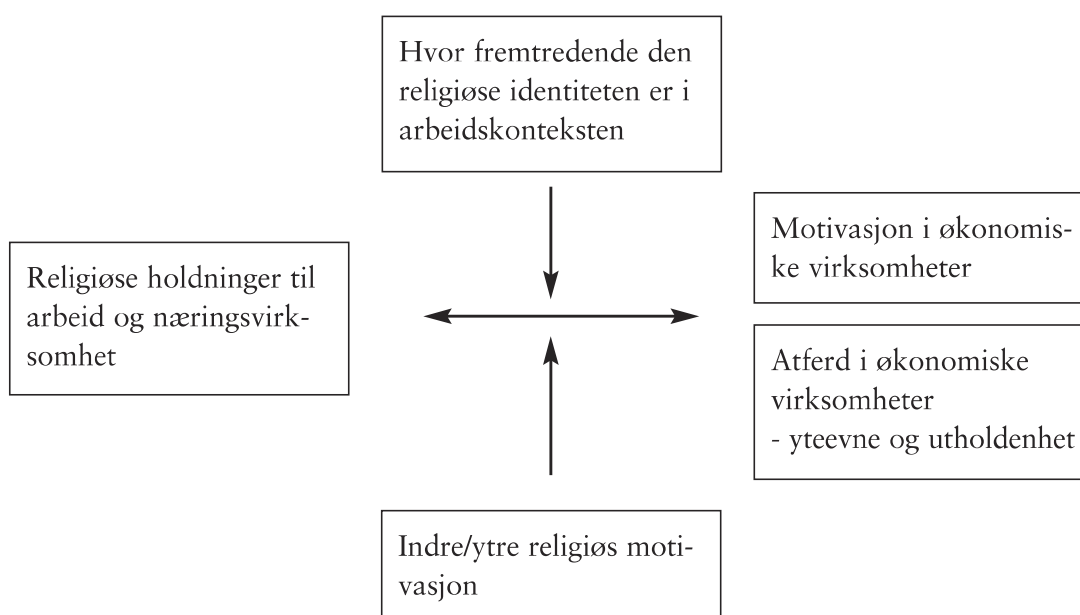
*Økonomisk fatalisme* handler om fortolkning av årsak-virkningsforhold på det økonomiske området: Hvorvidt man lykkes med en nyetablering, eller går konkurs, er forutbestemt av høyere makter. I denne tenkningen blir den økonomiske aktøren en brikke i et spill hvor spillets gang i stor grad er bestemt på forhånd. Det er dokumentert spor av økonomisk fatalisme blant kristne entreprenører i Kenya.<sup>19</sup> Antagelig spiller denne tenkningen også en rolle i vestlige markeder

siden fatalisme er relativt utbredt også i vår del av verden.<sup>20</sup>

Økonomiske aktører kan være preget av de tre holdningstypene i større eller mindre grad, og de kan ha flere orienteringer samtidig. Noen kombinasjoner er mer sannsynlige enn andre. Kallsorienteringen harmonerer for eksempel dårlig med sterk økonomisk fatalisme, men kan lettere kombineres med moderat belønningsorientering.

### Hvordan påvirker holdningstypene økonomisk motivasjon og atferd?

Det forventes at de tre holdningstypene vil ha ulike effekter på økonomisk motivasjon og atferd. Foreløpig er det gjennomført få empiriske studier. Forskningen er i startgroen. Vi skal ta utgangspunkt i de få studiene som foreligger, samt relevant teori, og utvikle et sett med proposisjoner for sammenhengene mellom de tre holdningstypene og økonomisk motivasjon og atferd. Sammenhengene er oppsummert i figur 1.



Figur 1.

Holdningene vi diskuterer er knyttet til konteksten ”arbeid og næringsvirksomhet”. Denne konteksten dekker mange ulike roller og aktiviteter i økonomien. De fleste av proposisjonene er grunnleggende og prinsipielle og gjelder økonomisk aktivitet generelt. Noen proposisjoner handler spesielt om entreprenører.

### Effekter på motivasjon

Tidligere forskning indikerer at de religiøse holdningstypene kan ha effekt på minst tre motivasjonsfaktorer som alle har stor betydning på den økonomiske arena: opplevelsen av mening i arbeidet, selvbestemmelse og entreprenøriell mestringstro.

#### Mening i arbeidet

Amerikanske studier viser at når arbeid betraktes som et hellig kall (”sanctification of work”), oppleves arbeidsoppgavene som *mer meningsfulle*.<sup>21</sup> Noe av forklaringen knytter seg antagelig til det grunnleggende ønsket økonomiske aktører har om å opptre målrettet.<sup>22</sup> Kallsorienteringen kobler arbeidsoppgavene til en høyere hensikt som er personlig relevant for individet. I tillegg kan kallsorienteringen bidra til å systematisere aktørenes målsettinger for arbeidet. Målsettinger organiseres naturlig i mentale hierarkier, hvor høyere ordens mål er mer abstrakte og fokuserer på *hvorfor* bestemte målsettinger er ønskelige, mens mål på lavere nivå i hierarkiet er mer konkrete og sier noe om *hvordan* de overordnede målene kan nås.<sup>23</sup> McCullough og Willoughby<sup>24</sup> argumenterer for at religiøs tro kan bidra til å skape orden og redusere målkonflikter i slike mål-middelhierarkier fordi målene kobles opp mot en høyere hensikt med arbeidet. Når det er orden i målhierarkiet, er det lettere å være målrettet i tanke og atferd. Dette gjør arbeidet mer meningsfullt og dermed mer motiverende.<sup>25</sup> De

amerikanske studiene av sammenhengene mellom kallsorientering og opplevd mening i arbeidet er gjennomført i utdanningssektoren, men det er ingen grunn til å forvente at sammenhengene er begrenset til denne sektoren.

P1: Kallsorientering bidrar positivt til at økonomiske aktører opplever arbeidet som meningsfullt.

Vil de to andre holdningstypene ha lignende effekter på opplevd mening i arbeidet som kallsorienteringen? Det er lite sannsynlig. Belønningsorienteringen vil antagelig kunne skape en midlertidig positiv effekt på opplevd mening i arbeidet. Forventningen om guddommelig belønning kan muligens fungere som et høyere ordensmål, men dette målet kan fort svekkes eller helt miste sin funksjon dersom belønningen uteblir. For entreprenører vil det ofte være tilfellet; de opplever som regel motgang og tilbakeskritt før de lykkes.<sup>26</sup> Dessuten er det grunn til å anta at belønningsorienteringen i liten grad bidrar til å systematisere mål-middelhierarkier for arbeidet fordi tanken om guddommelig belønning er frikoblet fra selve arbeidsoppgavene. Det samme gjelder økonomisk fatalisme. Denne tenkningen kobler ikke troen til selve arbeidsoppgavene, men fungerer som en tolkningsnøkkel for vurdering av resultatene i etterkant. Det er grunn til å anta en *negativ* sammenheng mellom økonomisk fatalisme og opplevelsen av mening i arbeidet fordi denne tenkningen gjør det lite relevant å opptre målrettet og svekker betydningen av egen arbeidsinnsats. Vi antyder følgende sammenhenger:

P2: Belønningsorientering kan ha en midlertidig positiv effekt på opplevd mening i arbeidet, men denne effekten svekkes over tid.

P3: Økonomisk fatalisme har negativ effekt på opplevd mening i arbeidet.

### Effekter på selvbestemmelse

Teorien om selvbestemmelse bygger på antagelsen om at mennesker har tre grunnleggende psykologiske behov: behovene for kompetanse, tilhørighet og autonomi.<sup>27</sup> *Kompetanse* handler om forståelse for hvordan arbeidsoppgaver skal utføres, og behovet for mestring når man utfører dem. *Tilhørighet* dreier seg om opplevelsen av å høre hjemme i trygge og givende sosiale relasjoner, og *autonomi* refererer seg til behovet for å ta egne, frie valg og styre hvordan oppgaver utføres. Når disse tre behovene tilfredstilles, styrkes selvbestemmelsen og derved ytelsen.<sup>28</sup> Det skilles mellom fem motivasjonsnivå. På lavere nivå er motivasjonen diktert av ytre faktorer (“extrinsic motivation”), på mellomnivåene styres den av en blanding av ytre og indre faktorer, mens motivasjonen på det høyeste nivået er indrestyrt (“intrinsic motivation”). I en studie av kristne afrikanske entreprenører rettes fokus mot de to sterkeste formene for selvbestemmelse: *integreert ytre motivasjon* (IYM) og *indre motivasjon* (IM).<sup>29</sup> IM, det høyeste nivået av selvbestemmelse, kjennetegnes ved at selve aktiviteten oppleves som givende i seg selv. Det er gleden og stimulasjonen ved selve handlingen som motiverer, mer enn forventningene om ytre belønning. IYM er svakere enn IM, men den sterkeste formen for ytrestyrt motivasjon. Handlinger drevet av IYM er konsistente med individets verdioppfatninger og integreres derfor i selvbildet og identiteten. Dette tilfører handlingen mening og en opplevelse av autonomi. Den primære drivkraften er ikke gleden over å utføre selve handlingen, men psykologisk belønning i form av bekreftelse av egne verdier og selvbilde. Resultatene i studien av afri-

kanske entreprenører viser positive sammenhenger mellom kallsorientering og både IM og IYM (men bare for kvinner). Ingen av de andre holdningstypene (belønnings- eller fatalistisk orientering) har signifikant effekt på IM, mens belønningsorienteringen har en svak positiv effekt på IYM.

Hvorfor assosieres kallsorienteringen med høyere motivasjonsnivå enn de andre orienteringene? Det argumenteres for at kallsorienteringen i vesentlig større grad enn de andre orienteringene bidrar til å tilfredsstille de tre behovene som styrer selvbestemmelsen.<sup>30</sup> Siden kallet knyttes til ideen om gudgitte talenter, bidrar kallsorienteringen til å styrke opplevelsen av å være kompetent. Tanken om at Gud er nærværende i arbeidet som en kilde til kraft og inspirasjon, vil kunne styrke opplevelsen av å være godt rustet for konkurransen i markedet. Guds nærværet vil dessuten kunne tilføre en relasjonell dimensjon i arbeidet som styrker selvbestemmelsen (jf. tilhørighetsbehovet). Det hevdes også at kallsorienteringen stimulerer opplevelsen av autonomi i arbeidet. En skulle kanskje forvente at tanken om å være forpliktet på et guddommelig kall ville *svekke* følelsen av autonomi, men det er lite som tyder på at så er tilfelle; tvert imot. Den psykologiske opplevelsen av autonomi handler ikke om å være ensom eller frikoblet i arbeidet, men om å ha tilgang til nødvendige ressurser for å kunne styre utviklingen og påvirke utfallet av arbeidet.<sup>31</sup> Med Gud på laget styrkes ressursbasen. Dette får antagelig den økonomiske aktøren til å føle seg mindre bundet av eksterne faktorer (internt versus eksternt kontrollfokus). Det er også et poeng at Gud har en *støttefunksjon* i denne tenkningen; det er den økonomiske aktøren selv som sitter i førersetet og tar beslutningene.

P4: Kallsorientering har positiv effekt på (a) integrert ytre motivasjon og (b) indre motivasjon for økonomisk aktivitet.

Belønningsorienteringen var i noen grad assosiert positivt med IYM i studien av kenyanske entreprenører.<sup>32</sup> Dette resultatet er i tråd med Paul Giffords observasjoner av medlemmer i “prosperity gospel churches” i Kenya, som er preget av belønningstankegangen:

Nevertheless, talking to members after services and functions, one cannot miss the sense of determination and confidence many have derived from the church. Members will freely talk of the ‘vision’ they have caught which has given purpose to their lives.<sup>33</sup>

Studien av entreprenører i samme område tyder altså på at det kun er IYM som stimuleres, og effekten er vesentlig svakere enn for kallsorienteringen. Det er også grunn til å anta at effekten vil være kortvarig, spesielt for entreprenørene, fordi mange nyetableringer feiler, og fordi suksessen for de øvrige først kommer etter flere uforutsette problemer og tilbakeslag.<sup>34</sup> Når belønningen uteblir mange nok ganger, vil motivasjonen etter hvert svekkes blant de belønningsorienterte. Den avgjørende forskjellen mellom belønningsorienteringen og kallsorienteringen er at sistnevnte motiverer i forhold til selve arbeidet, mens førstnevnte primært motiverer i forhold til utfallet. Belønningsmekanismen er helt frikoblet fra arbeidsopp-gavene. Konsekvensen vil være at belønningsorienteringen i vesentlig mindre grad enn kallsorienteringen bidrar til å dekke behovene for kompetanse, tilhørighet og autonomi i utførelsen av arbeidet.

Økonomisk fatalisme fokuserer i likhet med belønningsorienteringen på utfallet av de økonomiske aktivitetene, men i denne tenkningen er utfallet helt frikoblet

fra egeninnsatsen. Verken innsatsen i bedriften eller menigheten har betydning for resultatene av arbeidet. På kort sikt er effekten på selvbestemmelsen av økonomisk fatalisme uklar. Dersom resultatene er gode, vil den økonomiske aktøren tenke at hun er forutbestemt til suksess. Det kan styrke selvbestemmelsen på kort sikt. Over tid vil imidlertid alle økonomiske aktører møte motgang og nederlag. Da vil både gleden over selve arbeidet (IM) og koblingen mellom arbeidet og aktørens identitet og selvbilde (IYM), som begge er ensidig forankret i utfallet av arbeidet, svekkes.

P5: Belønningsorientering har positiv effekt på integrert ytre motivasjon for økonomisk aktivitet på kort sikt, men ikke på lengre sikt.

P6: Fatalistisk orientering har negativ effekt på både integrert ytre motivasjon og indre motivasjon på lengre sikt.

### Effekter på entreprenørers mestringstro

Mestringstro er en motivasjonsvariabel som knytter seg til kompetansebehovet i selvebestemmelsesteorien. Mestringstro handler om troen på at man har de evner og ressurser som skal til for å lykkes, og har stor betydning for hvor proaktivt og utholdende individet opptrer.<sup>35</sup> Entreprenøriell mestringstro (EMT) dreier seg spesifikt om entreprenørers tiltro til egne evner og ressurser.<sup>36</sup> Siden nyetableringer er svært krevende og vanligvis krever stor innsats over tid for å lykkes, er EMT en avgjørende suksessfaktor. Av de tre religiøse holdningstypene er det antagelig bare kallsorienteringen som kan bidra til dette. Tanken om gudgitte talenter og forventningen om guddommelig støtte i arbeidet med bedriften vil kunne styrke EMT. Foreløpig bekreftelse for denne antagelsen finnes i en annen empirisk studie

av entreprenører i Kenya.<sup>37</sup> I denne studien hadde kallsorientering signifikant positiv effekt på EMT. Den fatalistiske orienteringen hadde ingen effekt, mens belønningsorienteringen hadde negativ effekt på EMT.

Vi vil også forvente at kallsorienterte entreprenører har en EMT som er mer robust i krisetider. Tanken om at næringsdriften er et hellig kall og at Gud er tilgjengelig for hjelp og støtte, vil kunne holde oppe EMT-nivået i vanskelige tider. De andre orienteringene er ensidig knyttet til utfallet av arbeidet og er derfor mer sårbare i krisetider.

P7: Kallsorientering har positiv effekt på entreprenøriell mestringsstro (EMT).

P8: Entreprenører som er kallsorienterte har mindre tap av EMT i økonomiske kriser enn belønningsorienterte og fatalistisk orienterte entreprenører.

### Effekter på atferd

De motivasjonsmessige effektene av de tre religiøse orienteringene vi har diskutert ovenfor (P1-P8) vil påvirke den økonomiske atferden. Fordi kallsorienteringen skaper mening i arbeidet og styrker selvbestemmelsen og mestringsstroen, vil den typen holdning kunne ha positiv effekt på både yteevnen og utholdenheten i arbeidet. Større mening og motivasjon vil kunne føre til at arbeidere med mindre, temporære helseproblemer velger å arbeide, og dermed redusere sykefraværet. En studie av amerikanske helsearbeidere viser nettopp en negativ sammenheng mellom kallsorientering og sykefravær.<sup>38</sup>

P9: Kallsorientering har positiv effekt på yteevne og utholdenhet i økonomiske aktiviteter.

P10: Kallsorientering har negativ effekt på sykefraværet.

Den utholdenheten kallsorienteringen stimulerer er særlig viktig for entreprenører fordi deres egeninnsats er avgjørende samtidig som usikkerheten og turbulensen i arbeidssituasjonen er stor. Kallsorienteringen motiverer aktørene til å holde ut fordi denne tenkningen gir mening og motivasjon til utøvelsen av næringsvirksomheten *uavhengig av utfallet*. Over tid, etter mange nok nederlag, vil rimeligvis også de kallsorienterte miste motivasjon og kanskje begynne å tvile på kallet. I de fleste tilfeller vil imidlertid de kallsorienterte klare seg bedre i vanskelige situasjoner og kriser enn entreprenører som preges av de andre to orienteringene. Både de belønningsorienterte og de fatalistiske vil miste mye motivasjon i krisetider fordi motivasjonsgrunnlaget ligger i resultatene av de økonomiske aktivitetene. Det vil høyne risikoen for at de gir opp.

P11: Kallsorientering høyner sannsynligheten for at entreprenører klarer seg gjennom kriser.

P12: Belønningsorientering og fatalistisk orientering reduserer sannsynligheten for at entreprenører klarer seg gjennom kriser.

Effektene av kallsorientering på motivasjon og selvbestemmelse vil også kunne styrke graden av proaktivitet og kundeorientering blant entreprenørene. *Proaktivitet* innebærer i denne sammenheng at entreprenøren ser fremover, søker aktivt etter nye muligheter og lanserer nye produkter og tjenester før konkurrentene.<sup>39</sup> Dette er en egenskap som høyner sannsynligheten for å oppnå god lønnsomhet over tid.<sup>40</sup> *Kundeorientering* handler om virksomhetens fokus på kundenes behov og atferd. Kundeorienterte bedrifter søker aktivt informasjon om kundene og bruker denne informasjonen til å justere og



utvikle produkt- og tjenestetilbudet.<sup>41</sup> En rekke studier viser positive lønnsomhets-effekter av kundeorientering.<sup>42</sup>

Det er to hovedgrunner til at kallsorienteringen vil kunne ha positiv effekt på proaktivitet og kundeorientering. For det første vil den kallsorienterte entreprenøren være opptatt av å gjøre arbeidet profesjonelt fordi arbeidet er et kall og forretningstalentet skal forvaltes etter beste evne. Dette motiverer for proaktivitet og høyner sannsynligheten for at disse entreprenørene søker å tilegne seg ferdigheter og prosedyrer som assosieres med profesjonell forretningsdrift. Dette gjør dem i stand til å være proaktive i praksis. Videre vil den antatte verdien av markeds- og kundeinformasjon antagelig være større for entreprenører med en sterk kallsorientering. Større mestringstro (EMT) gjør at de kallsorienterte har større forventninger om å kunne utnytte markeds- og kundeinformasjonen til å skape fortrinn for virksomheten. Mer bruk av kundeinformasjon vil gjøre dem mer kundeorienterte. I tråd med dette resonnementet viser studien av kenyanske entreprenører sterke positive effekter av EMT på både proaktivitet og kundeorientering.<sup>43</sup>

P13: Kallsorientering har positiv effekt på (a) proaktivitet og (b) kundeorientering blant entreprenører.

### Modererende variabler

Effektene av de religiøse holdningene vi har diskutert ovenfor vil kunne påvirkes (modereres) av en rekke forhold. I vestlige markeder er det særlig to forhold som er relevante: (1) hvor fremtredende den religiøse identiteten er i arbeidskonteksten, og (2) hvilken type religiøs motivasjon som driver de økonomiske aktørene<sup>44</sup>, se figur 1. Økonomiske aktører har flere identiteter fordi de har flere gruppetilhørigheter, definert med basis i f.eks. kjønn,

nasjonalitet, yrke, tro, fritidsinteresser, osv. Disse gruppetilhørighetene er i likhet med atferdsmålene ordnet i hierarkier; noen er mer fremtredende enn andre.<sup>45</sup> Jo mer fremtredende en gruppetilhørighet er, jo mer sannsynlig er det at den blir aktivert i sosiale situasjoner og jo mer sannsynlig er det at atferden vil bli påvirket av de rolleforventninger som knytter seg til denne gruppetilhørigheten. Dette betyr at effekten av de religiøse holdningene vi har diskutert ovenfor vil påvirkes av hvorvidt den religiøse identiteten er fremtredende i arbeidskonteksten. I mange afrikanske land er den religiøse identiteten så grunnleggende og dominerende at den antagelig har sterk innvirkning på tvers av situasjoner og aktiviteter.<sup>46</sup> I Vesten er det større variasjon i hvor fremtredende den religiøse identiteten er på ulike arenaer. Flere studier viser at den yrkesmessige identiteten kan fortrenge den religiøse identiteten. Konsekvensen er at de rolleforventninger og verdier som knyttes til bedriften eller næringsvirksomheten blir mer fremtredende enn de religiøse rolleforventningene.<sup>47</sup>

Motivasjonen for å tilhøre et religiøst fellesskap kan ha en *indre eller ytre forankring*.<sup>48</sup> For den indre motiverte er religiøs tilhørighet og praksis et mål i seg selv. For den ytre motiverte er religiøs tilhørighet primært et middel for å dekke andre behov enn religiøse: sosialt fellesskap, adgang til nettverk, etc. Det er å forvente at religiøse holdninger til arbeid og næringsliv vil ha større effekt på motivasjon og atferd blant dem som er indre motiverte.<sup>49</sup> Ytre motiverte vil lettere påvirkes av eksterne faktorer som utfordrer eller kommer i konflikt med de religiøse holdningene.

P14: Effektene av religiøse holdninger på økonomisk motivasjon og atferd (P1-

P13) er størst når (a) den religiøse identiteten er fremtredende i arbeidskonteksten og (b) den religiøse motivasjonen er internt forankret.

## Diskusjon

### Implikasjoner for teori og fremtidig forskning

Sammenhengene uttrykt i P1–P14 har implikasjoner for teori og fremtidig forskning på flere fagområder. De positive effektene av kallsorientering vi har diskutert kaster nytt lys over weberdebatten. Mer spesifikt gir diskusjonen innspill til forklaringen på hvorfor næringsvirksomheten blomstret så sterkt i protestantiske miljøer på sytten- og attenhundretallet. Weber antydte at predestinasjonslæren, som hevder at mennesker er forutbestemt for himmel eller fortapelse, var en sentral forklaringsfaktor.<sup>50</sup> Økonomisk vekst og lønnsomhet var et tegn på positiv forutbestemmelse og derfor en sterk motivator for de økonomiske aktørene som var preget av denne tenkningen, hevdet Weber. Denne forklaringsmekanismen harmonerer dårlig med moderne entreprenørskapsforskning. Som nevnt opplever de fleste entreprenører tilbakeskritt og motgang før de lykkes. Entreprenører som jakter på signaler om positiv forutbestemmelse i form av gode økonomiske resultater, vil derfor kunne bli skuffet og demotiverte på et tidlig stadium. Landes argumenterer for en annen mekanisme, som er mer sannsynlig.<sup>51</sup> Han hevder at det utviklet seg sterke normer om flittighet og rasjonalitet i mange protestantiske miljøer og et sterkt gruppepress for å etterleve normene.<sup>52</sup> Vår analyse antyder at kallstanken kan ha spilt en viktig rolle: De driftigste miljøene med den sterkeste økonomiske veksten kan ha vært drevet av forretningsmenn med en sterk kallsoriente-

ring. Vi oppfordrer til en re-analyse av de historiske kildene for å teste denne proposisjonen. Studier av de haugianske virksomhetene i Norge på 1800-tallet viser at kallstanken var sentral blant haugianske forretningsmenn.<sup>53</sup> Selv om disse studiene støtter antagelsen om at kallsorienteringen spilte en rolle, gir de ikke grunnlag for å konkludere at kallsorienteringen var drivkraft for den økonomiske veksten. Nye studier bør gjennomføres hvor både ikke-religiøse og religiøse faktorer (inklusive holdninger til arbeid), studeres på tvers av konfesjoner og i miljøer med henholdsvis lav og høy økonomisk aktivitet.

Resultatene har også implikasjoner for forskning på bistand og økonomisk utvikling i den tredje verden. Synet på religionenes rolle er i sterk endring innen dette fagområdet. Mens religion tidligere ble betraktet som en barriere mot økonomisk utvikling og modernisering, er perspektivet i dag mer sammensatt<sup>54</sup>: Religion kan skape konflikter og holde tilbake utviklingen, men kan også være en positiv ressurs i utviklingsarbeidet.<sup>55</sup> Våre analyser av religiøse holdninger til arbeid og næringsvirksomhet støtter dette sammensatte perspektivet. Kallsorienteringen kan være en viktig ressurs, mens belønningsorientering og økonomisk fatalisme vil kunne ha negativ effekt på den økonomiske utviklingen. Myndiggjøring (*empowerment*) er et sentralt tema i moderne bistandsforskning. Forskingen på dette temaområdet har imidlertid i liten grad vært opptatt av den psykologiske siden av fenomenet. Her er mestringsstro generelt, og entreprenøriell mestringsstro spesielt, sentrale begreper. Analysen ovenfor antyder at religiøse holdninger har betydning for mestringsstroen. Vår holdningstypologi er selektiv. Det vil finnes flere religiøse holdninger til arbeid, og flere varianter av de tre vi har fokusert på,

for eksempel ulike typer fatalisme. Religionspsykologer, teologer og forskere på entreprenørskap og bedriftsutvikling bør samarbeide om å kartlegge nye holdningstyper og studere nye sammenhenger mellom religiøse holdninger og økonomiske motivasjonsvariabler i tillegg til de sammenhengene vi har antydnet.

De positive effektene av kallsorientering har også relevans for ledelsesforskning på betydningen av å operere med en høyere hensikt enn profit i økonomiske virksomheter.<sup>56</sup> Kallsorienteringen er et tydelig eksempel på at en høyere hensikt kan motivere, styrke selvbestemmelsen og dermed yteevnen. Et viktig spørsmål er om kallsorienteringen har kjennetegn eller egenskaper som gir den en særstilling som ”høyere hensikt”, eller om andre formål eller hensikter for økonomiske virksomheter har lignende kjennetegn og effekter.

Det er behov for forskning som kartlegger og studerer effektene av ulike forståelser av, og dimensjoner ved, kallsbegrepet blant økonomiske aktører. En aktuell dimensjon i dette er *kallets kilde*; hvem (eller hva) som gir opphav til kallsopplevelsen. I den kallsorienteringen vi har diskutert er det Bibelens Gud som kaller. Finnes det andre kilder til kallsopplevelser blant økonomiske aktører? Et av spørsmålene i denne sammenheng er om kallsbegrepet har relevans uten en religiøs referanse. En annen aktuell dimensjon ved kallsforståelsen er om den knytter seg til spesifikke personlige opplevelser eller primært har en dogmatisk forankring. Det kan også ha betydning om kallsforståelsen for de økonomiske aktivitetene er integrert i en bredere og mer generell forståelse av *livskallet*. En slik overordnet kallsforståelse kaller finner vi i den klassiske reformatoriske tradisjonen. Os Guinness er en av eksponentene for denne tradisjonen:

Calling is the truth that God calls us to himself so decisively that everything we are, everything we do, and everything we have is invested with a special devotion and dynamism lived out as a response to his summons and his service.<sup>57</sup>

I dette perspektivet blir arbeidet en oppgave som utføres for Gud på lik linje med alle andre aktiviteter og oppgaver i livet.

Holdningstypene vi har diskutert er av beskrivende karakter. Vi kjenner ingen arbeider som kritisk evaluerer disse eller andre religiøse holdninger til økonomisk aktivitet fra et normativt, teologisk ståsted. En grundig teologisk analyse av hvilke holdninger til arbeid og næringsvirksomhet som finnes i Bibelen og andre hellige skrifter, vil både kunne tydeliggjøre den normative forankringen til de tre holdningene vi har diskutert, og identifisere nye holdningstyper.

### Metodemessige utfordringer

Vi har i analysen ovenfor diskutert mulige effekter av de tre holdningstypene. Effektbegrepet indikerer at holdningene er årsaksfaktor i de sammenhengene vi har analysert. Her må det tas forbehold. Den forskningen vi har referert er ikke basert på kontrollerte eksperimenter, men på analyser av samvariasjon i data fra tverrsnittsundersøkelser. Det betyr at årsaksvirkningssammenhengene er usikre i disse studiene. Det kan tenkes at entreprenører som er motiverte og gjør det godt tiltrekkes av menigheter som har en kallsorientert forkynnelse. Sannsynligvis er det et *samspill* mellom de religiøse holdningene og resultatene: Kallsorienteringen skaper mening, utholdenhet og positive økonomiske resultater som i neste omgang bekræfter og forsterker kallsforståelsen. For å komme nærmere en forståelse av årsaksvirkningssammenhengene, trenges tidsrivedata fra undersøkelser som følger entre-

prenørene over tid. Ideelt sett burde vi også teste effekter eksperimentelt. Det kan muligens la seg gjøre å påvirke holdninger i konsentrerte læringsopplegg og undersøke effektene over tid innenfor rammen av standardiserte eksperimenter.

### Konklusjon

Både religion og økonomi er områder av stor betydning for samfunn og enkeltindivider. De to områdene er representert i tunge fagdisipliner med lange tradisjoner som er opptatt av kognisjon, motivasjon og menneskelig atferd. Likevel finnes det forbausende lite forskning på sammenhenger mellom religiøse og økonomiske variabler.<sup>58</sup> Vi har oppsummert resultatene av de første spadestikene og utviklet nye proposisjoner om mulige sammenhenger. Hensikten har vært å vekke ny interesse og invitere skandinaviske forskere inn i dette spennende feltet.

Gjennomgangen har sannsynliggjort at religiøse holdninger til arbeid og næringsvirksomhet (a) har betydning for aktørenes motivasjon og atferd, og (b) vil kunne påvirke positivt eller negativt avhengig av hvilke holdninger det er tale om. Vårt fokus har vært rettet mot tre holdningstyper: kallsorientering, belønningsorientering og økonomisk fatalisme. Gjennomgangen antyder at *kallsorientering* kan være en positiv drivkraft i økonomiske virksomheter. Når arbeid og næringsvirksomhet forstås som et kall fra Gud, kan motivasjonen, selvbestemmelsen og yte-

evnen styrkes under gitte betingelser. Dette vil gi positive økonomiske resultater. Til forskjell fra de to andre orienteringene, har kallsorienteringen fokus på selve arbeidet, og motiverer og myndiggjør de økonomiske aktørene i utførelsen av de økonomiske aktivitetene. *Økonomisk fatalisme* og *belønningsorientering* drar fokuset vekk fra arbeidsoppgavene, og svekker dermed betingelsene for å lykkes.

Vi har diskutert 14 proposisjoner om sammenhenger mellom religiøse holdninger og økonomiske variabler. Noen av disse sammenhengene har støtte i empiriske studier, andre kun i teoretiske resonneringer. Det er et stort behov for mer forskning som kan videreutvikle de sammenhengene vi har diskutert, identifisere helt nye sammenhenger og studere og etterprøve disse i ulike kontekster og kulturer. Siden de etablerte fagområdene i stor grad har vært ensidig opptatt av enten religion eller økonomi, vil det være nødvendig med flerfaglige tilnærminger hvor teorier og innsikter fra ulike fagfelt kombineres. I denne artikkelen har vi kombinert elementer fra kognitiv psykologi, religionspsykologi, teologi og økonomisk-administrativ forskning. Vi inviterer flere forskere med i jakten på nye kombinasjoner av teorier og modeller som kan bidra til ny og dypere innsikt i sammenhengene mellom religion og økonomi.

### Noter

1. James E. King jr., "(Dis)Missing the obvious: Will mainstream management research ever take religion seriously?", *Journal of Management Inquiry* 17(3/2008), 214-224.
2. Max Weber, *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism* (New York: Free Press, 1958). Oversatt av Talcott Parsons. Originalutgivelse på tysk 1905.
3. Laurence R. Iannaccone, "Introduction to the economics of religion", *Journal of Economic Literature* 36 (Sept. 1998), 1465-1496.
4. David S. Landes, *The Wealth and Poverty of Nations* (London: Abacus/Time Warner Books, 1998).
5. Se f.eks. Robin Marie Grier, "The effect of religion on economic development: A cross national study of 63 former colonies", *Kyklos* 50 (1997), 47-62.

6. King, "(Dis)Missing the obvious".
7. Se f.eks. King, "(Dis)Missing the obvious"; Michael E. McCullough og Brian L.B. Willoughby, "Religion, self-regulation, and self-control: Associations, explanations, and implications", *Psychological Bulletin* 135(1/2009), 69–93; Magne Supphellen, "Effects of Religious Attitudes on the Self-Determination of Small-Scale Entrepreneurs in the Slum Areas of Nairobi" i *Religion and Society in Africa*, Tomas Drønen, red. (Bern: Peter Lang, 2014), 43–56; Gary R. Weaver og Bradley R. Agle, "Religiosity and ethical behavior in organizations: A symbolic interactionist perspective", *Academy of Management Review* 27(1/2002), 77–97.
8. William James, *The Varieties of Religious Experience* (New York: Penguin, 1958); James B. Pratt, *The religious consciousness: A Psychological Study* (New York: Macmillan, 1934; først publisert 1920).
9. McCullough og Willoughby, "Religion, self-regulation, and self-control".
10. Anthony A. Pratkanis, "The cognitive representation of attitudes", i *Attitude Structure and Function*, Anthony A. Pratkanis, Steven J. Breckler og Anthony G. Greenwald, red. (Hillsdale, NJ: L. Erlbaum Associates, 1989), 71–98; Russell H. Fazio, "On the power and functionality of attitudes: The role of attitude accessibility", i *Attitude Structure and Function*, Anthony A. Pratkanis, et al., 153–179.
11. Supphellen, "Effects of religious attitudes"; Magne Supphellen, Sven Haugland og Ove Oklevik, "Entrepreneurial orientation, self-efficacy, and religious attitudes in small third-world enterprises", paper fremlagt på den 30. årlige konferansen til Strategic Management Society, Roma, 12.–15. sept. 2010; Amy Wrzesniewski, Clark McCauley, Paul Rozin og Barry Schwartz, "Jobs, careers, and callings: People's relations to their work", *Journal of Research in Personality* 31(1/1997), 21–33.
12. Robert A. Emmons, *The Psychology of Ultimate Concerns: Motivation and Spirituality in Personality* (New York: Guilford Press, 1999); Amy Wrzesniewski m.fl., "Jobs, careers, and callings".
13. Bruce R. Dalgaard og Magne Supphellen, "Entrepreneurship in Norway's economic and religious nineteenth-century transformation", *Scandinavian Economic History Review* 59(1/2011), 48–66; Ola Grytten, "The protestant ethic and the spirit of capitalism: Entrepreneurship of the Norwegian puritan leader Hans Nielsen Hauge", *Review of European Studies* 5(1/2013).
14. Se Grytten, "The protestant ethic".
15. Supphellen, "Effects of religious attitudes"; Supphellen m.fl., "Entrepreneurial orientation".
16. Paul Gifford, *Christianity, Politics, and Public Life in Kenya* (London: Hurst & Company, 2009).
17. Ibid.
18. Ibid.
19. Supphellen, "Effects of religious attitudes"; Supphellen m.fl., "Entrepreneurial orientation".
20. World Values Survey 2004; se <http://www.worldvaluessurvey.org>.
21. Wrzesniewski m.fl., "Jobs, careers, and callings".
22. Murray R. Barrick, Michael K. Mount og Ning Li, "The theory of purposeful work behavior: The role of personality, higher-order goals, and job characteristics", *Academy of Management Review* 38(1/2013), 132–153.
23. James T. Austin og Jeffrey B. Vancouver "Goal constructs in psychology: Structure, process, and content", *Psychological Bulletin* 120 (3/1996), 338–375.
24. McCullough og Willoughby, "Religion, self-regulation, and self-control", 79.
25. Barrick m.fl., "The theory of purposeful work behaviour".
26. Paul Burns, *Entrepreneurship and small businesses: Start-up, growth and maturity* (London: Palgrave Macmillan, 2011, 3. utg.).
27. Edward L. Deci og Richard M. Ryan, *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior* (NY: Plenum, 1985); Edward L. Deci og Richard M. Ryan, "The what and why of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behaviour", *Psychological Inquiry* 11(4/2000), 227–268.
28. Deci og Ryan, "The what and why of goal pursuits".
29. Supphellen, "Effects of religious attitudes".
30. Ibid.
31. Deci og Ryan, "The what and why of goal pursuits", 74.
32. Supphellen, "Effects of religious attitudes".
33. Gifford, *Christianity, Politics, and Public Life in Kenya*, 125.
34. Burns, *Entrepreneurship and Small Businesses*.
35. Albert Bandura, *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory* (Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1986).
36. Hao Zhao, Scott E. Seibert og Gerald E. Hills, "The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions", *Journal of Applied Psychology* 90(6/2005), 1265–1272.
37. Supphellen m.fl., "Entrepreneurial orientation".
38. Wrzesniewski m.fl., "Jobs, careers, and callings".
39. G. Thomas Lumpkin og Gregory G. Dess, "Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm

- performance: The moderating role of environment and industry life cycle”, *Journal of Business Venturing* 16(5/2001), 429–451.
40. Jeffrey G. Covin, Kimberly M. Green og Dennis P. Slevin, “Strategic process effects on the entrepreneurial orientation – sales growth rate relationship”, *Entrepreneurship Theory and Practice* 30(1/2006), 57–81.
41. John C. Narver og Stanley F. Slater, “The effect of a market orientation on business profitability”, *Journal of Marketing* 54(4/1990), 25–35.
42. Se for eksempel Charles H. Noble, Rajiv K. Sinha og Ajith Kumar, “Market orientation and alternative strategic orientations: A longitudinal assessment of performance implications”, *Journal of Marketing* 66(4/2002), 25–39; og Ahmet H. Kirca, Satish Jayachandran og William O. Bearden, “Market orientation: A meta-analytic review and assessment of its antecedents and impact on performance”, *Journal of Marketing* 69(2/2005), 24–41.
43. Supphellen m.fl., “Entrepreneurial orientation”.
44. Weaver og Agle, “Religiosity and ethical behavior”.
45. Sheldon Stryker, *Symbolic Interactionism: A Social Structural Version* (Menlo Park, CA: Benjamin/Cummings, 1980).
46. Gerrie Ter Haar og Stephen Ellis, “The role of religion in development: Towards a new relationship between the European Union and Africa”, *The European Journal of Development Research* 18(2006), 351–367.
47. Robert Jackall, *Moral mazes: The World of Corporate Managers* (Oxford: Oxford University Press, 1988).
48. Gordon W. Allport, “The religious context of prejudice”, *Journal of the Scientific Study of Religion* 5(3/1966), 447–457; Gordon W. Allport og J. Michael Ross, “Personal religious orientation and prejudice”, *Journal of Personality and Social Psychology* 5(4/1967), 432–443.
49. Weaver og Agle, “Religiosity and ethical behavior”.
50. Weber, *The Protestant Ethic*.
51. Landes, *The wealth and poverty of nations*.
52. Ibid, 177.
53. Dalgaard og Supphellen, “Entrepreneurship in Norway’s economic and religious nineteenth-century transformation”; Grytten, “The protestant ethic”.
54. Ter Haar og Ellis, “The role of religion in development”.
55. Gerrie Ter Haar, “Religion: Source of conflict or source of peace?” i *Bridge or Barrier: Religion, Violence, and Visions for Peace*, Gerrie Ter Haar og James J. Busuttil, red. (Leiden: Brill, 2005), 3–34.
56. Se f.eks. John B. Bingham, Bret W. Mitchell, Derron G. Bishop og Natalie J. Allen, “Working for a higher purpose: A theoretical framework for commitment to organization-sponsored causes”, *Human Resource Management Review* 23(2/2013), 174–189.
57. Os Guinness, *The Call: Finding and Fulfilling the Central Purpose of Your Life* (Nashville, TN: Thomas Nelson, 2003), 4.
58. King, “(Dis)Missing the obvious”.