

# MLADI PODJETNIKI V SODOBNI SLOVENIJI V ANTROPOLOŠKEM OBJEKTIVU

Miha Kozorog

DOI: doi.org/10.3986/9789610507130\_01

**Izveček:** Poglavlje oriše okvire antropološkega raziskovanja mladih, ekonomije in etike, prav tako pa tudi politike in procese, ki so ustoličili mlade kot podjetne subjekte in akterje podjetništva. Posebej so izpostavljeni specifični pogledi na mlade v antropologiji in sorodnih vedah, velik pomen neoliberalnih politik in ekonomije v sodobni družbi ter vprašanje zmožnosti samorefleksije mladih oseb na podjetniškem polju. Omenjene teme so obravnavane teoretsko in z ilustrativnimi etnografskimi primeri iz Slovenije.

**Ključne besede:** mladi podjetniki, antropologija, neoliberalizem, politika, ekonomija, etika, Slovenija

## Štartaj Slovenija!

Leta 2022 je slovenska komercialna televizijska hiša predvajala že sedmo sezono TV oddaje *Štartaj Slovenija*, ki za splošno javnost predstavlja karijerne zgodbe podjetnikov začetnikov in promovira njihove izdelke za prodajo v eni od trgovskih verig.<sup>1</sup> Od začetka predvajanja leta 2016 je v oddaji nastopilo že več kot 50 podjetnikov oziroma podjetniških ekip. *Štartaj Slovenija* ima značilnosti izobraževalne oddaje: na eni strani podjetnikom svetuje pri razvoju in trženju prodajnih izdelkov, na drugi strani pa širšo javnost uči, da lahko podjetnik postane marsikdo. Semantično je naslov oddaje dvopomenski: prvič gre za zapoved, naj Slovenija izbere bolj podjetniško pot (v nekaterih zapisih se ime oddaje zaključuje s klicajem), drugič gre za sklic na *start-up* kot novo in inovativno, tj. »zagonsko« podjetje (glej Rebernik in Jaklič 2014; Grant 2021). Slovenija se v naslovu kaže kot okolje s potencialom za razvoj tovrstnih malih podjetij. Naslov deluje kot slogan, ker kratko in jedrnat izraža določen program in spodbuja z njim povezane vrednote (glej Makovicky, Trémon in Zandonai 2019). Slogan izraža program sodobnega neoliberalnega projekta države (Makovicky

---

1 Zaradi večje preglednosti oziroma berljivosti povsod v besedilu uporabljam moški slovnični spol kot nevtralen. Tako na primer izraz »podjetniki« vključuje podjetnice in podjetnike oziroma oba biološka in vse družbene spole.

2014a), ki na državljana (gledalca oddaje) prenaša odgovornost za uspeh države: več bo Slovencev podjetnikov, hitreje bo Slovenija na cilju, proti kateremu je štartala. Pri tem beseda štartaj (kot tudi beseda *start-up*) zveni slengovsko, s čimer naslov – lahko pa bi omenili še mlade voditelje in načine komuniciranja vsebin – izrazito naslavlja mlade.

Kot je v intervjuju (Križnik 2017) povedal generalni direktor trgovske verige, ki stoji za oddajo, so zasnovali »družbeno odgovoren projekt«, ker so z vključevanjem mladih podjetnikov v javnost vrnili upanje, da je v Sloveniji mogoče uspeti. A zakaj so bili zanje pomembni prav mladi? Mlade je direktor definiral v dveh vlogah. Po eni strani jih veliko »ne verjame, da je v Sloveniji mogoče biti uspešen. Množično odbijajo v tujino. Podatek, da je v letu 2015 odšlo v tujino iskat priložnost trikrat več mladih med 25. in 35. letom kot leta 2010, je zgovoren in strašljivi« (Križnik 2017). TV oddaja naj bi bila »za mlade znamenje, da ni vse brezizhodno, da vendarle obstaja nekdo, ki njihove ideje razume. Še več: da obstaja nekdo, ki jim je pripravljen pomagati in jim stati ob strani« (Križnik 2017). Mladi so v tem pogledu ranljivi, celo obupani, zato jim veliki kapital s to oddajo prinaša vero vase, ki pa mora temeljiti na tržni vrednosti njihovih idej in zmožnosti. Po drugi strani pa je projekt »izhajal iz ocene, da se precejšen del mladih v Sloveniji zaveda, da se morajo znanosti predvsem sami nase, da bi si zagotovili eksistenco in si ustvarili položaj v družbi« (Križnik 2017). Mladi so v tem drugem pogledu razumljeni kot odgovorni državljani, ki tveganja in bremena na poti do morebitnega uspeha prevzamejo nase in jih ne prelagajo na druge, na primer na državo. Mladi so v teh pogledih v marsičem idealni subjekt sodobnega kapitalizma: ne zanašajo se na pomoč drugih, so brez pričakovanj do države, imajo pa pričakovanja do sebe, postavljajo si cilje in cenijo svoje sposobnosti, zato jih – ranljive in (samo)odgovorne, kot so – investitorji rade volje podprejo, saj jim vračajo s svežimi idejami in produkti.

Mladi so bili v času gospodarske krize v začetku drugega desetletja 21. stoletja pogosto portretirani kot ranljivi državljani. Kot je poudaril direktor: ker doma ne vidijo priložnosti, množično zapuščajo Slovenijo. Hkrati – in v nasprotju s to oceno – so veljali za zmožne premagovati ovire, poskrbeti zase in izkazovati odgovornost do drugih. Projekt *Štartaj Slovenija* je nastal v prav tej družbeni klimi gospodarske krize in vere v ponoven podjetniški zagon. Do danes se je občutek krize v slovenski družbi sicer spremenil, a projekt naprej ohranja svoje poslanstvo, ko poudarja, da podjetniki iz oddaje tvorijo »skupnost, v kateri poteka izmenjava znanj, vsi pa so postali zgled mlajšim generacijam. Vsak od njih si je tlačeval svojo podjetniško pot, zavzeli so svojo pozicijo na trgu, začeli za-

poslovati in razvijati nove izdelke ter potrdili, da sami zmoremo veliko, skupaj zmoremo vse» (Štartaj 2021). »Skupnost« Štartaj Slovenija je v tej naraciji pozitiven zgled tega, da je podjetništvo prava pot celotne družbe. Podjetništvo je opredeljeno kot družbeno odgovorna dejavnost, ker poleg novih tržnih niš ustvarja »dobro družbo«: prenaša znanja na mlajše generacije, zaposluje in dokazuje, da »skupaj zmoremo vse«. Ta sodobna naracija kapitalizma poudarja, da je skrb zase hkrati tudi skrb za druge. Tovrstne naracije z močnim moralnim sporočilom privlačijo mlade, ki so do uničujočih sil kapitalizma pogosto sicer kritični.

## Antropologija o mladih podjetnikih

Richard Pfeilstetter je pregled sodobnih antropoloških raziskav podjetništva sklenil z ugotovitvijo, da je »kljub veliki raznolikosti ciljev, vsebin in lokacij terenskih raziskav« vsem skupna ena stvar: etnografi so po vsem svetu »srečevali mlade ljudi, opogumljene, da so podjetniki« (2022: 107). Slovenija ni izjema. Slovenska javnost lahko pogosto sliši optimistične pripovedi o mladih ljudeh, ki so se odločili za samostojno podjetniško pot in so z lastnimi idejami in zagnanostjo zmožni preživljati sebe in morda še koga. V Sloveniji pred dobrim desetletjem (samo)pripis mladi podjetnik še ni bil v rabi, danes pa je del političnega (Mladi podjetniki 2020), javnega (Mladi podjetnik 2022) in strokovnega (Rebernik idr. 2014; Deželan in Lavrič 2021) diskurza, kot tudi kategorija samoopredeljevanja nekaterih mladih ljudi. Ti mladi svoja znanja, veščine, prostočasne dejavnosti in zamisli spreminjajo v posle, ki jih družba nagraduje s sorazmerno veliko, predvsem pa naklonjeno pozornostjo. Naracija o podjetnih mladih naj bi ljudem vlivala dobršno mero optimizma, da je prihodnost mladih in družbe nasploh, kljub negotovim časom, vendarle lahko svetla, če bodo mladi le pokazali dovolj podjetniškega poguma in si s svojimi znanji ustvarili trg, dobiček in osebni uspeh. Na mladih je tako odgovornost zgodovinskega akterja, ki naj bi s svojo podjetnostjo in povezovanjem v podjetniške »skupnosti« (Štartaj 2021) in »ekosisteme« (Kozorog 2018b; Simonič: poglavje v knjigi) popeljal celotno družbo v boljšo prihodnost. Tako pomembne vloge slovenska družba mladim verjetno ni pripisovala v vsej zgodovini samostojne Slovenije. V historični perspektivi je bila med dejavniki, ki so vplivali na takšno pripoznanje mladih, zagotovo ekonomska kriza v začetku drugega desetletja 21. stoletja, katere del je bila brezposelnost mladih (prim. Rubić 2017), ki je spodbudila razmišljanja in ukrepe za njihovo podjetništvo (prim. Tubić 2016); še bolj pa prodor neoliberalne doktrine v slovenske politike, šolstvo (glej Poljak Iste-

nič: poglavje v knjigi) in med prostočasne dejavnosti mladih, ki je vse od nastanka države, predvsem pa v tem stoletju, spodbujala kompetitivno »projektizacijo« sodelovanja in druženja mladih ter krepila pomen vrline »podjetnosti« na področju mladinskih dejavnosti.

Govoriti o mladih podjetnikih kot antropološkem ali etnološkem problemu pomeni izhajati iz etnografskega raziskovanja, ki upošteva »zorni kot« akterjev. Hkrati pomeni primerjati družbeno-kulturne specifike izbranega pojava na različnih koncih sveta in njegovo umeščanje v širše (globalne) procese, ki zadevajo mlade, ekonomijo in druge relevantne komponente pojava. S takšnim pristopom je pričujoča knjiga svež podvig za slovenski prostor. V preteklosti so se slovenski etnologi ekonomiji posvečali predvsem kot načinu preživetja, ki je bil značilen za posamičen kraj in obdobje, redkeje pa so upoštevali širše procese, sistemske ureditve in razmerja moči (toda glej Möderndorfer 1938; Baš 1967; Šmitek 1987). Redkeje so se spuščali tudi v pogled specifičnega ekonomskega akterja (toda glej literaturo o ženskah v produkcijskih procesih: Destovnik 2002; Vodopivec 2007). S podjetništvom pa so se ukvarjali le izjemoma (glej Fikfak in Prinčič 2008). Zato so tukaj postavljena vprašanja in načini njihove obravnave, kot je upoštevanje tako sistemskih kot osebnih vidikov podjetništva, za tukajšnji prostor relativna novost (toda glej nedavno produkcijo znanstvenih člankov: Bajič 2017; Poljak Istenič 2017; Gregorič Bon 2018; Vodopivec 2018; Kozorog 2018a, 2018b, 2019, 2021a, 2021b; Petrovič-Šteger 2021).

Podjetnike tukaj razumem v konvencionalnem pomenu besede (o različnih antropoloških razumevanjih podjetnikov glej Barth 1963; Stewart 1991; Rosa in Caulkins 2013; Pfeilstetter 2022; Pfeilstetter: poglavje v knjigi). To so osebe, ki so (so)lastniki podjetja oziroma ga ustanavljajo – ali pa imajo, kot je primer pri mnogih mladih, vsaj svojo blagovno znamko oziroma *brend* (prim. Gershon 2016), načrt ali vizijo bodočega podjetja. V raziskavi, ki je podlaga za to knjigo, smo se bolj kot na primere, ko so mladi od staršev ali sorodnikov prevzeli podjetje, osredinili na novoustanovljena podjetja. Mlade podjetnike razumemo kot subjekte ekonomije, ki pa se s svojo ekonomsko dejavnostjo tudi aktivno samoursničujejo, identificirajo in tvorijo lastno družbenost. Razumemo jih hkrati kot naslovnike državnih in drugih politik, programov in ureditev (subjekte) ter kot samoreflektirane osebe, ki delajo in delujejo z določenimi cilji (akterje). Obravnavamo jih kot zgodovinske subjekte, tj. kot ljudi, na katere vplivajo specifične zgodovinske okoliščine, in hkrati kot ljudi, ki v teh (nad)nacionalnih politično-ekonomskih, sistemskih, medijsko-mnenjskih

in drugih okoliščinah aktivno ustvarjajo tako svoj jaz kot posebne družbeno-kulturne formacije. Ne želimo jih torej zreducirati na epifenomen družbe in zgodovine, temveč želimo njihovo delovanje razumeti tudi kot samoreflektirano etično delovanje, ker vsakdo tehta med različnimi možnostmi izbire in stremi za določenimi posledicami izbranega dejanja (glej Humphrey 2008; Lambek 2013; Laidlaw 2014; Kozorog 2018a). Kljub temu pa poudarjamo, da na delovanje ljudi pogosto vplivajo politike in ureditve, kot so izobraževalni sistemi na različnih ravneh, množični in družbeni mediji, (novonastale) institucije in prostori za spodbujanje podjetništva (Kozorog 2021b) itn. oziroma – bolj splošno rečeno – različno artikulirana neenaka razmerja moči.

## Mladi po uporu?

V mednarodni literaturi so z izrazom »mladi« (angl. *youth*) včasih mišljeni otroci (prim. Aitken 2001), zato najprej razčistimo morebitni nesporezum: v tej knjigi se ne posvečamo otrokom (o tem glej Turk Niskač 2015, 2020, 2021), temveč mladim. Mladost ni nekaj univerzalnega; način in življenjsko dobo izgradnje samostojne osebe različne družbe razumejo in prakticirajo različno (Mead 1928; Aries 1991 [1960]; Schlegel in Barry 1991; Amit-Talai in Wulff 1995; Muršič 2000; Bucholtz 2002). Tukaj mladost razumemo v konvencionalnem pomenu sodobnih zahodnih družb, tj. kot starostno dobo, ki sledi otroštvu in prehaja v odraslost. Če je otrok še pod izrazitejšim okriljem staršev, se mladostnik od njih osamosvaja, raziskuje in oblikuje svojo osebnost in identiteto, predvsem pa se intenzivno izobražuje za odraslo kariero (Ule in Miheljak 1995: 19–24). Zaradi dolgotrajnega izobraževanja v postindustrijskih družbah (in vseživljenjskega »dela na sebi«), velike izbirnosti in zamenljivosti življenjskih stilov ter rahljanja tradicionalnih mejnikov odraslosti (poenostavljeno rečeno: v preteklosti je bila mejnik zaposlitev, danes so mnogi vse življenje v prekarnih delovnih razmerjih; v preteklosti sta bila mejnika poroka in družina, danes so zveze pogosteje fluidne itn.) ni zares jasno, kdaj se mladost konča. Mejniki pa so po drugi strani postavljeni sistemsko: v Sloveniji in Evropski uniji je mladost zakonsko definirana s starostjo, ki se začne okoli 15. in konča okoli 30. leta (mejnika sta različno postavljena glede na konkretno področje, na katerega se določila nanašajo, z odstopanjem leta ali dveh).

Ko govorimo o mladih podjetnikih, se starostna meja izkaže za še posebej premakljivo navzgor, saj kategorija mladosti ne zadeva le podjetnikov,

ampak tudi podjetja – mlada, začetniška, start-up podjetja. Zato je mladost lahko definirana celo pri 40. letu. Slovenski zavod Mladi podjetnik, ki od leta 2011 podeljuje nagrado Mladi podjetnik leta, kot kandidate za to tekmovanje opredeljuje podjetnike med 16. in 35. letom starosti (Mladi podjetnik leta 2021). V Avstraliji takšno nagrado podeljujejo do 40. leta starosti (Under 40 Awards 2022). Relativno visoka starost, ki jo povezujejo s kategorijo mladih podjetnikov, je morda odraz tega, da mladi pogosto oklevajo, če sploh ustanoviti podjetje, saj je to velika osebna prelomnica, ki močno spreminja njihova življenja – vsakdanjik, odnose z drugimi, organizacijo različnih področij bivanja – nenazadnje pa predstavlja tudi finančno tveganje (glej Kozorog 2019). Kategorija naj bi pritegnila mlade, o čemer pričajo že same nagrade, zato z njo povezana visoka starost »mladim« sporoča, da »še ni prepozno«, da se preizkusijo kot podjetniki. Toda nekateri se za podjetniški podvig odločijo – ali pa se vsaj spogledujejo z njim – že kmalu, zato na drugi strani tega starostnega spektra najdemo srednješolce. Zavedajoč se starostne raznolikosti, ki pomeni precejšnje heterogenost izkušenj, načinov dela, razmišljanja, etičnih presoj, ciljev itn., smo v naši raziskavi upoštevali širok starostni razpon, torej tako srednješolce in študente kot že formirane podjetnike, vse z namenom, da bi čim bolj celovito kvalitativno opisali porajajoče polje mladinskega podjetništva. Nenazadnje ne gre le za starost in stopnjo izkušenosti posameznih akterjev, temveč tudi za specifične oblike socializacij mlajših odraslih ljudi in porajajoče mladinske kulture, katerih vpliv seže onkraj administrativno opredeljenih starostnih mej. Če se na kratko navežem na lastno raziskovanje prostorov sodela (angl. *coworking*) v Sloveniji (Kozorog 2021a), so ti sprva nastali kot specifična oblika sodelovanja mladih, vendar pa so pritegnili tudi pozornost manj mladih posameznikov, nato pa še razvojnih institucij, ki so njihov mladostni elan prepoznali kot sredstvo urbanih politik. Pri preučevanju fenomena mladinskega podjetništva torej ne gre le za starost, temveč tudi za določene (trendovske) oblike socialnosti, vrednot in razmišljanja s pečatom mladosti, torej »mladinske kulture«, ki pogosto zaznamujejo širšo družbo.

Vprašanje mladinskih kultur je že staro družboslovno vprašanje. Zdi pa se, da so bile te kulture pogostejše obravnavane, če so bile odstopajoče od prevladujočih ali zapovedanih norm in uporniške do njih (Amit-Talai in Wulff 1995), kot pa če so te norme vzele za svoje, kar bi lahko veljalo za »podjetnost«, ki je danes splošno cenjena in celo družbeno zapovedana vrlina (glej Sennett 2000; Miller in Rose 2008; Gershon 2017; Muehlebach 2012; Vodopivec 2012; Makovicky 2014a). Čikaška urbana sociologija je tako pred kot po drugi svetovni vojni obravnavala tisti del ameriške mla-

dine, ki se je sam in ki ga je širša družba razumela kot družbeni odklon (Whyte 1993 [1943]; Cohen 1955; Becker 1963). Drugo zgodovinsko pomembno središče raziskovanja mladih je bil marksistično, strukturalistično in semiotično navdahnjen birminghamski Centre for Contemporary Cultural Studies – CCCS (»Center za sodobne kulturne študije«), ki je mednarodni preboj naredil v 70. letih 20. stoletja. Tamkajšnji raziskovalci so bili do ameriške urbane sociologije, ki je zasledovala »deviantnost« mladih, kritični, zato so jih obravnavali kot ustvarjalne v njihovem simbolnem izražanju. Vendar so se tudi sami osredinili na uporniško, družbenokritično mladino, ki se je v njihovi interpretaciji s formiranjem subkultur udeleževala v razrednem boju (Hall in Jefferson 2003 [1975]). Na videz bolj konformne mladinske kulture so raziskovali le poredko (toda glej McRobbie in Garber 2003 [1975]), jemali so jih predvsem kot amorfno razliko glede na jasno profilirane subkulturne upornike.

V 80. letih 20. stoletja je bil koncept subkultur, kot je bil utemeljen pri CCCS, v razpravah o mladih v Sloveniji vpliven (glej Malečkar in Mastnak 1985; prevodi Hebdige 1980 [1979]; Brake 1984 [1980]). Ta vpliv se je – še posebej na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani (FDV), kjer se je s tem ukvarjal Gregor Tomc (1989) – ohranil tudi v 90. letih in kasneje (Stankovič, Tomc in Velikonja 1999). Koncept so uporabljali tudi antropologi (Muršič 2000; Bajič in Protner 2012). V številnih primerih se zdi, da je tudi osebna izkušnja raziskovalcev s pankerskimi, civilnodružbenimi in do jugoslovanske države kritičnimi osemdesetimi močno vplivala na njihovo raziskovanje in percepcijo mladih v Sloveniji. Tako sta na primer Mirjana Ule in Vlado Mihelj (1995) s Centra za socialno psihologijo na FDV, avtorja ključnih kvantitativnih analiz mladih v 90. letih, opažala izgubljenost, neodločenost, eskapizem in potrošniški konformizem takratne mladine, kar jih je prikazalo v precej slabši luči od angažirane mladine predhodnega desetletja. Antropologu Rajku Mušiču pa se je zdelo pomembno poudariti, da »bistvene lastnosti mladosti ostajajo nekonformizem, odklanjanje norm in egalitarizem« (2000: 264). Družbena kritičnost in uporništvo sta bila torej v ospredju domačih raziskav mladosti, pri čemer to velja tudi za etnološke ali antropološke raziskave, osredinjene na lokalno specifične načine mladosti (glej Muršič 1995, 2000, 2011; Muršič idr. 2012; Kozorog 2006, 2009, 2010, 2011; Bajič in Protner 2012).

Uporništvo ostaja pomembna prizma etnografije mladih (glej Mayer 2011; Frederiksen 2013; Greenberg 2014; Rohrer 2014; Tuck in Yang 2014; Magaña 2020). Toda mladinsko uporništvo je v sodobni družbi dobilo nove pomene, privlačnost in čar. Od konca 20. stoletja dalje so v

ZDA (pa tudi v Evropi in Sloveniji) prek nevladnih organizacij institucionalizirali, finančno nagrajevali, profesionalizirali in s tem pacificirali ter samoomejili upor in aktivizem mladih (Kwon 2013). Takšno uporništvo, ki se vrti predvsem okoli izgradnje posameznikove *navidezne* uporniške in družbenokritične identitete, kapitalizem nagrajuje, saj ukvarjanje s (samo)-podobo ljudi odvrča od premisleka o družbi in stvarnega upora, potencialno pa to ustvarja tudi nove tržne niše. Tudi na polju podjetništva se nekateri akterji sklicujejo na mladinsko uporništvo, da bi dali priznanje »drugачnim« idejam in načinom dela kot podlagi ustvarjanja novih tržnih niš. Mlade spodbujajo, da z »uporniškim podjetništvom« delajo drugače od ustaljenih načinov poslovanja, da se izkažejo kot drugačni od velikega kapitala in pripadajočih oblik razkošnega življenja. Takšna sporočila na primer vejejo iz v slovenščino prevedenega priročnika za mlade podjetnike, ki ga je v žargonu, polnem pankovske terminologije napisal (nekdanji) panker, britanski pivovar James Watt (2016).

Kljub spreminjanju pomenov mladinskega uporništva razumem raziskovanje mladinskega podjetništva kot odklon od raziskav uporništva mladih, saj se posvečamo praksam, ki so družbeno močno sprejemljive, celo cenjene, lahko bi rekli konformne. Odklon od obstoječih raziskav pa je še drugačen. V Sloveniji smo se antropologi pogosto identificirali s praksami mladih, ki smo jih raziskovali (glej Muršič 1995, 2000; Kozorog 2010, 2011), v tej knjigi objavljene raziskave pa identifikacije raziskovalcev z raziskovanimi ne kažejo (ali pa ta vsaj ni tako očitna). Izpostavljam tudi premik fokusa s prostočasnih in potrošniških (glasba, samonikli mladinski prostori, druženja, identitete; glej Muršič 1995, 2000; Kozorog 2010, 2011; Bajič in Protner 2012) na produkcijske in preživitvene dejavnosti. Raziskovanje mladinskega uporništva je bilo močno vezano na identitetne prakse mladih (Kako se kažemo sebi in drugim?), medtem ko je v primeru podjetništva poleg identitete postalo pomembno tudi vprašanje dela (Kako bom organiziral svoje delo in druge dejavnosti?). Nenazadnje pa se razlika kaže tudi v razumevanju avtonomije mladih, ki smo jo močno povezovali s samostojnim upravljanjem mladinskih prostorov (glej Bibič 2003; Muršič 2000, 2011; Muršič idr. 2012; Kozorog 2010, 2011, 2021a), v podjetništvu pa se avtonomija – ob romantiziranju svobode mladih (Boltanski in Chiapello 2005) – navezuje na samoiniciativnost, svobodno dajanje pobud, nehierarhično mreženje s sodelavci itn., česar namen je seveda ustvarjanje kapitalsko donosnih tržnih niš (Irani 2019; Wilf 2019). Pod črto: zaradi položaja mladih se je v zadnjem času okrepil pomen ekonomije v raziskavah mladih – mlade veliko bolj kot prej razumemo kot subjekte ekonomije in ne le mladinskih kultur. Gmotne razmere in trg



dela jih namreč pogosto silijo v zavzemanje bolj pragmatičnih drž prilaganja razmeram na trgu. Včasih to pomeni tudi odločitve za podjetništvo. Slednje pa nagrajuje s podjetništvom povezan mladinskokulturni milje, ki spodbuja določene (samo)priloge, kot so »hipsterski podjetnik« (Crockett 2014; Hipster 2014), »kreativec« (Krašovec 2012; Bajič 2017), »napravi sam podjetnik« (Pfeilstetter 2022: 114; prim. Muršič 2011), *start-up CEO* (glej TV serijo *Silicon Valley*, HBO 2014–2019) itn.

Tvegajmo tezo o genealogiji mladosti v Sloveniji v zadnjih desetletjih. V 80. letih naj bi tempo mladosti narekovala samozavestna, emancipirana mladina, ki je igrala zgodovinsko vlogo pri spreminjanju politične ureditve in nastanku države Slovenije ter se je v tej perspektivi tudi sama prepoznavala kot zgodovinski subjekt (Ule 2010). V 90. letih je bila mladina osredinjena nase in na lastne dobrobiti (status, standard, vsakdanje ugodnosti, »žur« ipd.) ter je predvsem iskala svoje mesto v družbi (Ule in Miheljak 1995). Nosilci oblasti so takrat mladim dali tudi nekaj avtonomije: Urad Republike Slovenije za mladino od leta 1991 kot vladna služba sofinancira izbrane mladinske projekte; Zakon o skupnosti študentov iz leta 1994 je okreplil študentske organizacije na lokalni in nacionalni ravni; v številnih krajih so takrat ustanovili mladinske centre itn. Novo tisočletje pa je – posebej z uvedbo bolonjske reforme visokega šolstva – prineslo poudarek na zaposljivosti, mobilnosti, karieri in kompetitivnosti mladih, s čimer je bil globoko zasejan tudi diskurz o vrlni podjetnosti, ki naj bi jo mladi (oziroma pri mladih) gojili (prim. Poljak Istenič: poglavje v knjigi). Nato je ob koncu prvega desetletja 21. stoletja prišel finančni zlom in za njim večletna gospodarska kriza, ki je mlade pahnila v občutek nemoči in izgube prihodnosti. Slednje je po drugi strani okrepilo potrebo po optimističnih zgodbah o uspešnih karierah mladih, o mladih kot pomembnih akterjih novotehnološkega, digitaliziranega in v marsičem posebnega stanja sveta, ki lahko z inovacijami spreminjajo vse od razsežnosti svetovnih trgov do vsakdanjih vidikov (lastnega) življenja. Mladi so v tej perspektivi dobili izrazito podjetniško družbeno vlogo.

V zgornjem razdelku sem razlikoval med starejšimi in pogostejšimi študijami mladosti, ki so mladim pripisovale upor proti dominantnim diskurzom, ter raziskovanjem mladinskega podjetništva, ki ga dominantni diskurzi podpirajo. Ali to pomeni, da so mladi postali le nekakšen vijak v kapitalističnem stroju, da nimajo več ničesar opraviti s politiko ali uporom? Takšna sodba bi ne bila upravičena. Številni mladi so namreč v podjetništvu iskali priložnost za uveljavljanje bolj pravičnih družbenih odnosov (vsaj v okviru podjetja in dela, če ne tudi širše) in celo metodo

za ustvarjanje »boljšega sveta«. Svoje podjetniško delovanje so pogosto kritično reflektirali in prevpraševali v odnosu do družbenih in okoljskih učinkov (glej Kozorog 2021a, 2021b). V tem oziru so obravnavani akterji etične osebe, do česar bomo še prišli; etično, torej samoreflektirano delovanje pa je po definiciji politično in potencialno uporniško, ker pogojev in načinov delovanja ne sprejema za samoumevne.

## Mladi in neoliberalna ekonomija

Pričujoče raziskovanje poteka na presečišču antropologije mladosti, ekonomske antropologije in antropologije etike. O mladih smo nekaj že povedali, o etiki bomo več spodaj, tukaj pa bo osrednja tema ekonomija. Slednja ni imela vidnejšega mesta v klasičnih študijah mladosti, razen v razumevanju mladih kot potrošnikov (glej Hebdige 1988; Thornton 1995). Zaradi upoštevanja kapitalističnega sistema proizvodnje je pomembna izjema iz tradicije CCCS (glej zgoraj) znamenita etnografija učencev neke šole v Angliji, ki je delo Paula Willisja (1977; glej tudi Davidson 2011; Tuck in Yang 2014). Willis je ugotavljal, da so fantje ob druženju v šolskih klopek gojili razredno specifično etiko, ki je zavračala izobraževanje in s katero so se pripravljali na nižje plačana dela v industriji. To je izjemen prispevek o ujemanju med življenjsko naravnostjo mladih in potrebami ekonomije.

Raziskovanje mladih podjetnikov je neločljivo povezano z vprašanji ekonomije, saj ti mladi z lastnimi produkti delujejo na trgu. Kot bomo ugotavljali v nadaljevanju, njihovo delovanje ne zadeva le ekonomije, ampak tudi etiko, in sicer zato, ker je njihovo podjetništvo tudi osebno formativno. Vezi med ekonomijo in etiko pa so še drugačne. Vsak preživetveni način je po eni strani povezan z zadovoljevanjem družbenih in individualnih (kakor koli že opredeljenih) potreb (ekonomija), po drugi pa z izbirami (etika) (Hann in Hart 2011; Gibson-Graham, Cameron in Healy 2013; Carrier 2021; Simonič: poglavje v knjigi). Proizvodnji, distribuciji in porabi (ekonomiji) – ter s tem povezani podjetnosti – kot garanciji funkcionalne (etične) družbe se je posvečal že utemeljitelj sodobne antropologije Bronislaw Malinowski (2017 [1922]). Antropološke študije tradicionalnih skupnosti so pogosto kazale na etični podstat ekonomije: ker ekonomija zagotavlja preživetje, je na prvem mestu moralno poskrbeti za preživetje ljudi (Polanyi 2008 [1957]; Thompson 2010 [1991]), šele nato za dobičkonosnost, ki je sicer lahko eden od rezultatov ekonomije. Tudi starogrški *oikos* (beseda je osnova za besedi »ekonomija« in »ekologija«) predstavlja

etično delujočo produkcijsko-porabniško skupnost (Finley 1987 [1973]). Pojemovna nerazdružljivost etike in ekonomije je po nekaterih interpretacijah (glej Finley 1987 [1973]) v Evropi zgodovinsko vztrajala vse do Adama Smitha v 18. stoletju, ki je pisal tako o etiki (*The Theory of Moral Sentiments*) kot o ekonomiji (*Bogastvo narodov*; Smith 2010 [1776]). Smith je po drugi strani opredelil tržna razmerja kot področje, ki naj bi ga dojemali kot ločeno od družbenih razmerij. Tako je za pojasnjevanje tržnih fenomenov nastalo tudi posebno polje vednosti s pripadajočimi doktrinami – ekonomska veda. Če sta bili torej v večjem delu človeške zgodovine in v zelo različnih družbah ekonomija in družba predstavnostno in praktično nerazdružljivi, je rojstvo te nove doktrine omogočilo pojmovno ločevanje ekonomskih zadev od življenj ljudi in usode družbe kot celote (Polanyi 2008 [1957]). Desubstanciacija ekonomije, tj. predstava o njeni avtonomiji glede na družbo, je – ob predpostavki, da je vsaka ekonomija v resnici vselej družbena – ideološka predstava, ker nam pomaga videti svet na prav določen način. Lahko tudi na način, da prednosti nimata preživetje in dostojanstvo ljudi, ampak ekonomska rast in dobiček. Ekonomija kot vednost in ideologija pa je z izvzetjem iz družbenih razmerij dobila tudi velikansko družbeno moč. Denimo moč, da v imenu zagotavljanja rasti dobička narekuje vladne politike zaposlovanja, odpuščanja delavcev in njihove podjetizacije (glej Vodopivec 2012). V moderni državi je ekonomija postala merilo družbenega razvoja, zato lahko narekuje družbene spremembe, in sicer tudi na najbolj osebni ravni – tj. kakšne vrednote, prepričanja, znanja in veščine naj država spodbuja pri državljanih.

Neoliberalizem kot političnoekonomska doktrina in globalno aktualna praksa kapitalizma je moč ekonomije pri narekovanju družbenih ureditev in etike posameznikov izrazito okreplil in globaliziral (Harvey 1993 [1989], 2005; Mastnak 2019). Ta prilagodljivi nauk svobodnega trga, na katerega vse in vsakdo vstopa kot ponudba in konkurenca, ta politična agenda za uveljavitev tega nauka v praksi in ta sklop praktičnih mehanizmov za usmerjanje populacij (Foucault 2015 [1978–1979]) in posameznikov (Foucault 1988; Rose 1996; Miller in Rose 2008) k ponotranjenju določenih vrlin, ki jih zahteva prosti trg, je v zadnjih desetletjih kot pomembnega akterja za doseganje svojih ciljev prepoznal prav mlade (glej Elyachar 2005). Mladi so zaradi različnih pripisanih kvalitete (glej spodaj) postali simbol nove, prožne ekonomije in cenjeni akterji podjetniške kulture, ker (samo)odgovorno – s prožnim odzivanjem na spremembe, delom na sebi in prevzemanjem tržnih tveganj – poskrbijo zase in s tem za druge (če ne drugega zato, ker tem drugim, kot so starši in država, ni potrebno (več) skrbeti zanje). Mayssoun Sukarieh in Stuart Tannock (2015) sta ta model

mladosti ter z njim povezano izrazito povečanje zanimanja vlad, zasebnega sektorja, nevladnih organizacij in raziskovalcev za mlade poimenovala »neoliberalni objem mladih«. Ta objem je bil spodbujen s političnimi pretresi, kot sta bila »arabska pomlad« leta 2010 in gibanje Occupy po letu 2011, v katerih so imeli vidno mesto mladi, z globalno reorganizacijo prostorov mladinskega dela, potrošnje, komunikacije in mobilnosti (glej Farrugia 2018), z rastočo demografijo mladih in s tem povezano »socialno bombo« v nekaterih delih sveta (glej Roche 2016) ter z globalno finančno krizo, ki je številnim mladim prinesla nezaposlenost in »temne čase« (Pina-Cabral 2018). Toda ta objem ni bil le reakcija na omenjene dogodke in procese, ampak še bolj namerni in ciljni sprožilec novih dogodkov in procesov – takšnih, ki so ustrezali neoliberalnemu projektu. Z drugimi besedami, bil je *tudi* odgovor na ljudska gibanja in ranljivost mladih v nedavnih krizah, a predvsem je bil proaktivna intervencija elit, ki so v mladih odkrile človeški resurs s specifičnimi kvalitetami, ki jih je v prožnem in digitalno-tehnološkem kapitalizmu vredno negovati. Objem je bil torej »pozitivno« dejanje pripoznanja. Eden od konkretnih vidikov tega pripoznanja je bilo

vcepljanje neoliberalnih subjektivnosti med mlade prek izobraževanja, usposabljanja in programov za razvoj mladih, ki promovirajo koncepte, kot sta mladinsko podjetništvo in finančna pismenost. Zares, ena ključnih smeri hitre ekspanzije mladinskih politik in programiranja širom planeta v zadnjih nekaj desetletjih je bila pomnožitev organizacij in programov, izrecno usmerjenih na zagotavljanje podjetij in podjetniškega usposabljanja za mlade, kot tudi rastoči interes organizacij, ki se v prvi vrsti posvečajo poslu, trgov in ekonomiji (npr. Svetovna banka in Svetovni ekonomski forum), za neposredno vključevanje v razvojno programiranje mladih. (Sukarieh in Tannock 2015: 24)

Sukarieh in Tannock (2015: 27–29) prek konkretnih organizacij in povezav začrtata genealogijo tega t. i. »pozitivnega mladinskega razvojnega gibanja«, ki izvira iz ZDA 80. let 20. stoletja in še posebej 90. let, od tam pa se je prek različnih – s strani ameriške vlade podprtih – mednarodnih organizacij širil na t. i. »tranzicijske trge« nekdanjih socialističnih evropskih držav (za konkreten primer vpliva ameriškega investicijskega sklada na mladinsko podjetništvo v Sloveniji glej Kozorog 2018b: 268–269) ter na t. i. »porajajoče trge« sveta (za Afriko glej na primer Elyachar 2005; Honeyman 2016).

Neoliberalizem v resnici v koncept prožne proizvodnje, ki s prožnostjo zagotavlja stalno živost in rast trgov, vključuje čedalje bolj različne segmente prebivalstva, torej ne le mladih. Ti segmenti naj bi vsak na svoj način, z lastnimi dispozicijami, pomagali ustvarjati nove tržne niše. V

zadnjih nekaj desetletjih so neoliberalne politike podjetniški potencial tako prepoznale pri številnih populacijah, opredeljenih glede na starost, svetovni nazor (Muehlebach 2012), spol (Freeman 2014), premoženje (Elyachar 2005), razred (Kanna 2010), etničnost (Makovicky 2014b), religijo (Osella in Osella 2009) in druge karakteristike svetovnega prebivalstva. Antropologija je posledično na različnih koncih sveta odkrila vrsto družbeno-kulturno specifičnih načinov systemske produkcije in praktične realizacije podjetniškega jaza. Zato je tudi nekoliko presenetljivo, da je bilo antropoloških raziskav mladih podjetnikov relativno malo (njihovo število sicer narašča). Presenetljivo zato, ker so za neoliberalno ekonomijo še posebej atraktivni, saj veljajo za kreativne, prožne, učljive in dojemljive za moralna sporočila. Vseeno nekaj raziskav obstaja (glej tudi Pfeilstetter 2022: 107–113): Ahmed Kanna (2010) je na primer pisal o vladnem naslavljanju mladih v vlogi etičnih in ekonomsko »koristnih« državljanov v Dubaju. Catherine A. Honeyman (2016) je raziskovala protislovja izobraževanja mladih podjetnikov v šolskem sistemu postkonfliktne Ruande. Julia Elyachar (2005) v Egiptu in Lilly Irani (2019) v Indiji sta razkrivali vladne politike, ki so mladim podjetnikom pripisale vlogo družbenih mobilizatorjev in reformistov. Richard Pfeilstetter (2017, 2022: 110–113) je mlade spodbujevalce sodela (angl. *coworking*) v Manchestru opisal kot lokalne heroje z ene in kot instrument vladnih politik z druge strani. Elsa Davidson (2011) se je ukvarjala z mladimi, ki jih spodbujajo k podjetništvu v Silicijski dolini v ZDA, a so njihove podjetniške aspiracije močno razredno pogojene. Siobhan Magee (2019) pa je pisala o želji številnih mladih Krakovčanov, da bi postali podjetniki, ker bi tako delali zase in po svoje – fenomen želje »biti sam svoj šef« (angl. *being your own boss*; prim. Pfeilstetter 2022: 32).

Ivo Boscarol, slovenska javna ikona na inovacijah temelječega podjetništva, je sodobno mladino pohvalil takole: »To so mladi, ki ne tečejo, ampak skačejo, in imajo možgane, ki delajo 300 na uro« (Husejnović 2017). V tej in podobnih naracijah, ki niso le naracije o mladih, ampak tudi o sodobnem kapitalizmu, veljajo mladi za: prožne v mišljenju in delovanju; hitro učeče se; dinamične v prilagajanju na naglo spremenljive ekonomske okoliščine; zmožne misliti zunaj okvirov (čemur se popularno reče *out-of-the-box*) in zato zmožne proizvajati tržno zanimive sveže ideje (Wilf 2019); polne energije za premagovanje kariernih ovir; večje novih tehnologij, novih spletnih orodij in novih spletnih medijev ter s tem samoznamčenja (*self-branding*); in še bi lahko naštevali. Po teh kriterijih so mladi idealni subjekti neoliberalnega ustroja, ki širi nauk, da je ključ do uspeha fleksibilnost, da je pri tem v veliko pomoč samouprizarjanje s

socialnimi mediji (Gershon 2017) in da je morebitni neuspeh treba predelati, se ponovno postaviti na noge in začeti znova.

Ideologija kreativnosti, samooblikovanja, prožnosti in zmožnosti – pogosta slogana tega miljeja sta *Just do it!* in *Do it yourself!* (kot zanimivost: prvega je lansirala korporacija, drugi je pankerski) – je pustila močan pečat na mladih po vsem svetu. Ustvarila je nove mladinske kulture, ki temeljijo prav na podjetništvu. Če odmislimo gospodarsko krizo, ki je marsikoga pahnila v položaj, da je moral odpreti podjetje (status samostojnega podjetnika – s. p.; prim. Rubić 2017), če torej odmislimo negativne, prisilne (angl. *push*) dejavnike, ugotovimo, da so (bili) na delu tudi močni pozitivni, privlačni (angl. *pull*) dejavniki, ki so mlade vlekli v podjetništvo. Direktorji tehnoloških podjetij, kriptobogataši in nastopači v (spletnih) medijih so postali vplivneži, ki so na številne mlade naredili pozitiven vtis. Na nekatere je seveda večji vtis naredilo družbeno in okoljsko odgovorno podjetništvo. A v vsakem primeru je podjetništvo postalo pomembna identitetna platforma in osnova nekaterih novih mladinskih kultur: digitalnih nomadov, *coworkerjev*, zagonskih podjetnikov, spletnih investitorjev, akterjev skupnostne (angl. *sharing*) ekonomije itn. Hkrati pa so nekatere domnevne vrline mladih postale sestavni del določenih oblik podjetništva, denimo start-up pristopa, ki poudarja mladostniško zagnanost, korajžo, energijo in predanost lastni ideji. Z drugimi besedami, podjetništvu je med mladimi postalo *kul*, pa tudi samo podjetništvo je postalo *kul*, ker je dobilo pečat mladosti.

Že Max Weber je z delom *Protestantska etika in duh kapitalizma* (2002 [1905]) pokazal, da akumulacija kapitala ne temelji le na golem zasledovanju dobička, ampak tudi na kulturnih zgledih, predstavah in prepričanjih. Predstave o Bogu in sebi, ki v osnovi nimajo zveze z akumulacijo kapitala, temveč z etiko bivanja v svetu, so v Webrovem delu gonilo procesa ustvarjanja dobička kot gonila zgodnjega kapitalizma. Webrovo delo je pomembno, ker govori o tem, da ljudje za svoje delovanje pogosto potrebujejo trdna neekonomska, moralna načela, da upravičijo svoje sodelovanje v kapitalistični akumulaciji, ki sama po sebi zaradi svoje (z vidika družbenih in ekoloških odnosov) pogosto destruktivne plati in posledično javnega neodobravanja ne žanje nujno simpatij (glej tudi Boltanski in Chiapello 2005). Kritičen odnos do uničujočih učinkov kapitalizma je danes dokaj splošen, ljudje se zavedajo ekoloških posledic kapitalistične rasti, predvsem pa so do tega ostri mladi (na primer gibanje Fridays for Future / Petki za prihodnost). Hkrati pa so mladi ranljivi, ker se dolgo izobražujejo za to, da se bodo nekoč samostojno preživljali s svojim zna-

njem, preživetje pa je močno odvisno od delovanja trgov. Njihov odnos do kapitalizma je zato protisloven: zavedajo se družbenih in okoljskih posledic nenehne rasti, hkrati pa se jim zdi, da za trg pogosto ni alternative, zato se morajo na njem prebiti – in podjetništvo jim ponuja prav to priložnost.

## Dileme mladinskega podjetništva

Na kaj mislimo, ko pravimo, da mlade podjetnike obravnavamo kot etične osebe? Etiko ali moralo (besedi jemljem kot sopomenki; prim. Cassanti in Hickman 2014) lahko razumemo kot sistem vrednot in predpisanih norm, ki skupini ljudi ali posameznikom daje usmeritev, kako naj živijo. Hkrati pa sodobna antropologija poudarja, da posameznik družbenih norm ne sprejema brezglavo, ampak jih ob izvajanju lastnih dejanj reflektira in preobraža ter tako gradi lastne vrline, ki ga v lastnih očeh delajo za življenja vredno osebo (Howell 1997; Robbins 2004; Humphrey 2008; Zigon 2008; Lambek 2010, 2013; Faubion 2011; Fassin 2012; Mattingly 2012; Laidlaw 2014; Keane 2016; Kozorog 2018a, 2021b).

Prvega vidika etike smo se že dotaknili zgoraj, ko smo neoliberalno ekonomijo prikazali kot ekonomijo, ki potrebuje politično pomoč vlad in praktično pomoč nevladnih ustanov pri ustvarjanju takšnih subjektov in družbenega okolja, ki ekonomijo prostega trga doživljajo kot samoumevno in tako »slepo« sprejemajo njena pravila. V zvezi s tem je v zadnjih letih nastala vrsta analiz produkcije t. i. »podjetnega jaza« (angl. *entrepreneurial self*), torej analiz političnopraktičnih prijemov za formiranje takšnih oseb, ki sebe razumejo kot »podjetje« oziroma ponudnike lastnih veččin na trgu delovne sile (Sennett 2000). Takšno samodojemanje je Ilana Gershon (2017) poimenovala »jaz, podjetje« (*Me Inc.*). Diskurz podjetništva v tem primeru ne zadeva le »pravih« podjetnikov, ampak slehernike, ki jih neoliberalna vladnost (fr. *gouvernementalité*) – kakor je vzajemno povezanost tehnik systemskega vladanja in osebnega samoobvladovanja definiral Michel Foucault (1988, 2015; glej tudi Rose 1996; Miller in Rose 2008) – oblikuje za »podjetno« delovanje na trgu dela in v življenju nasploh (Douglas 1992). O kulturno specifičnih načinih oblikovanja in potezah takšnega neoliberalnega jaza na vseh koncih sveta so nastale bogate etnografije s fokusom na transnacionalne (Ong 1999), geohistorične (Yurchak 2003; Makovicky 2014a), poklicne (Wilson 2004; Elyachar 2005; Ho 2009), življenjsko nazorske (Muehlebach 2012), spolne (Freeman 2014) in druge populacije.

Že omenjeni neoliberalni objem mladih je gojenje podjetnosti kot ži-

vljenjske vrline prinesel tudi v šole (Davidson 2011; Honeyman 2016; Benak Cvijanović in Dopler ter Poljak Istenič: poglavji v knjigi). Ob bolj splošnem spodbujanju »podjetnosti« pa so nastali tudi sistemi, institucije in ukrepi za še bolj konkretno usmerjanje mladih v ustanavljanje podjetij – v podjetništvo. Z drugimi besedami, spodbujanje podjetnega jaza in podjetništva je bil prepleten proces. Leta 2004 je na primer Univerza v Ljubljani ustanovila Ljubljanski univerzitetni inkubator, da bi spodbudila podjetništvo med študenti (prim. Cerinšek, Podjed in Arko: poglavje v knjigi). Leta 2006 je bil s podobnim namenom ustanovljen zasebni zavod Mladi podjetnik. Oba akterja so financirale tako domače kot mednarodne agencije za spodbujanje podjetništva. Nadalje je slovenski akademski think tank na Univerzi v Mariboru (Simonič: poglavje v knjigi) kot partner globalnega think tanka Global Entrepreneurship Monitor opozoril na spregledani podjetniški potencial mladih (Rebernik idr. 2014) in startupov (Rebernik in Jaklič 2014). Leta 2013 je bila ustanovljena vladna agencija za podjetništvo SPIRIT, ki je začela spodbujati podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah (Poljak Istenič: poglavje v knjigi). Nekatere osnovne šole so uvedle izbirni predmet UPI: ustvarjalnost, podjetništvo, inovativnost. Ustanovljeno je bilo nacionalno šolsko tekmovanje podjetniških idej POPRI (Popri 2022; Benak Cvijanović in Dopler: poglavje v knjigi). Obstaja razvejana mreža mentorjev, ki jih javna agencija za podjetništvo SPIRIT plačuje za usmerjanje start-upov (SPIRIT 2022). Ustanovljenih je bilo več zasebnih zavodov, ki ponujajo izobraževalne delavnice podjetništva po srednjih šolah (Poljak Istenič: poglavje v knjigi), za učence nekaterih poklicnih srednjih šol pa je ustanovitev podjetja obvezni del študijskih obveznosti (Mladi podjetniki 2020). V procesu ustvarjanja mladih podjetnikov in njihovega družbenega ugleda igrajo pomembno vlogo množični mediji; značilen, ne pa edini primer tega je zgoraj obravnavana TV oddaja *Štartaj Slovenija*. Skratka, obstaja obsežen aparat, ki med mladimi spodbuja prav določene vrednote in jih usmerja v kariero podjetnika.

Takole mi je o tem aparatu kritično pripovedoval sogovornik, mladi podjetnik, ki je kot svetovalec in zgled (angl. *role-model*) uspešnega podjetnika sodeloval z institucijami za spodbujanje podjetništva med mladimi:

*[Nosilci programov za spodbujanje mladinskega podjetništva] ustvarijo pogoje, v katerih si ljudje izmišljujejo nove probleme in potem – vau, rešitev zanje. Jaz tega ne smatram kot inovacijo. Zame je to novi onesnaževalec tega planeta in zajedavec v pragozd. Ker mi imamo toliko problemov, ki so realni in so tukaj, ampak so težki za reševanje. Vzeli bi veliko časa. Dejansko pa razni hekatoni in [podjetniški] vikendi, takšni in drugačni, za mlade podjetnike ustvarjajo v bistvu nove onesnaževalce. [...] Ampak namesto da bi se mi ukvarjali in si vzeli čas za diskusije, da bi razpravljali o tem, kaj lahko mi kot skupnost,*



*ali pa skupina posameznikov, ali pa skupina poslovrmežev, ali kakor bočes že imenovati, naredimo za to, da realne, prave probleme spremenimo, ne, mi naredimo vikend, kejer si ljudje izmišljujejo nove probleme, za katere bodo tudi seveda takoj ponudili plačljivo rešitev. In to je zdaj vau, velika inovacija. [...] In na teh start-up vikendih, ko grejo [udeleženci] domov, [so vsi]: »Yes we will, we will achieve!« Pol čez šest mesecev je pa ena bolj kot ne revščina. In zdaj še to – fora je, da ta start-up koncept ima celo to varovalko, da ni panike, če failaš [če ne uspeš], [ker] to je del procesa. [...] Neke čudne mantre so tukaj.*

Kot priča ta vpogled v »sceno«, t. i. start-up vikendi, hekatoni, tekmovanja in drugi družabnodelovni dogodki, ki jih različne institucije prirejajo za spodbujanje podjetništva med mladimi, slednjim posredujejo moralna sporočila, da so njihove domnevno »inovativne« ideje (prim. Cerinšek, Podjed in Arko: poglavje v knjigi) prevedljive v posle, da so lahko samozavestni, ker so zmožni inovativnega reševanja »problemov«, da s svojimi idejami lahko uspejo, da pa ne smejo prehitro obupati, temveč naj poskusijo vsakič znova in bolje. To je etika trdoživosti in optimizma (glej Kozorog 2021b), ki pa po mnenju tega sogovornika ne prinaša ničesar dobrega, ampak le megli pogled na realne probleme in ustvarja nove, saj so t. i. »rešitve« za t. i. »probleme« pogosto le smeti in nov porabnik naravnih virov. Opazil je torej banalni mehanizem prepričevanja mladih v podjetništvo: ker ima vsakdo zagotovo vsaj kakšen problem, ki potrebuje rešitev, je iznajdba *nekakšne* rešitve lahko učinkovit način za usmerjanje mladih v prav določeno mišljenje, delovanje in pogled na svet. Sogovornik se je zato odločil, da v tem kolesju ne bo več sodeloval. Umaknil pa se je tudi zato, ker ni želel kvariti vzdušja, da »*nekaj grenim, ker tam je nek cel bajp dobre volje*«.

Ta ilustracija nas je pripeljala do drugega vidika etike, po katerem ljudje niso le subjekti politik in vrednostnih sistemov, ampak se nanje odzivajo tvorno, še posebej mladi, ki so v dobi iskanja in ustvarjanja svoje vloge pod soncem (Bucholtz 2002). Uprizarjanje optimizma – »*cel bajp dobre volje*« – ki je spremljalo dogodke, je sogovornika zmotilo, ker ni videl razloga za dobro voljo. Po njegovem bi morale vse skupaj kvečjemu zbujati skrb zaradi tvorjenja napačnih rezultatov (tako na ravni morale mladih oseb kot na ravni svetovne ekonomije in ekologije). Ker promovirana življenjska drža ni bila skladna z njegovim osebnim prepričanjem, se je zaradi ohranjanja integritete lastne osebe iz tega kolesja umaknil. Deloval je torej samoreflektirano, odgovorno in svobodno (glej Laidlaw 2014).

V zgodovini humanistike in družboslovja je socializiran posameznik najpogosteje nastopal kot izvršitelj družbenih vrednot, norm in pravil. Predpostavka, da ljudje podrejamo svoja dejanja skupnosti, je vpisana v

temelje družboslovja, kot jih je definiral Émile Durkheim: človek deluje moralno in dela dobro, ko izpolnjuje družbena pričakovanja. Po antropologu Jamesu Laidlawu (2014) je ta pogled obvladoval družboslovje 20. stoletja, zato je pozival k premisleku o svobodi zunaj kolesja družbene reprodukcije. Postavil si je vprašanje, kako ljudje izbiramo in interpretiramo svoja dejanja, da se nam zdi vredno živeti, ter kdaj in kako smo pri izbiri svojih dejanj svobodni. Več antropologov je možne odgovore na to vprašanje iskalo v pisanju Michela Foucaulta (1988) o samorefleksiji in tehnologijah jaza (glej Robbins 2004; Zigon 2008; Faubion 2011; Laidlaw 2014). Drugi pa so raje govorili o »običajni etiki«, ki zadeva sprotno, praktično in odgovorno individualno presojanje o »najbolšem dobrem« v partikularnih okoliščinah in ki je vselej podvrženo tudi osebnostnim dvomom in negotovim okoliščinam (glej Lambek 2010; Mattingly 2012). Etična oseba tako stalno vzdržuje pogled nase in deluje skladno z vrlinami, ki osmišljajo njeno življenje (Lambek 2013). Torej ne vrednote in norme kot take, temveč soočenje z njimi ob nuji izbire dejanja v konkretnih okoliščinah je tisto, kar usmerja človeka v izbiro takšnih dejanj, da se (bo) počuti(l) kot dobra, izpolnjena, etična oseba. Etiko v tem pogledu torej razumemo kot stalno človekovo motrenje samega sebe kot dobre osebe (Fassin 2012).

Tako kot smo zgornjega sogovornika opredelili kot moralno, torej v lastnih očeh dobro osebo, moramo poskusiti razumeti tudi druge mlade ljudi, ki jih potiskajo v podjetnost ali so postali podjetniki. Prav zato jih ne moremo videti le kot subjekte neoliberalnih politik, ampak (tudi) kot aktivne tvorce lastnih življenj (glej Lambek 2010, 2013; Faubion 2011; Fassin 2012; Keane 2016). Čeprav so med etnografskimi srečanji, ki sem jih imel s petnajstimi mladimi podjetniki, slednji skoraj po nekakšnem pravilu izražali samozavest in so optimistično govorili pretežno o svojih uspehih (nedvomno že zaradi samega miljeja, kjer delujejo in v katerem je pričakovan »*bajp dobre volje*«), so nekateri tudi bolj odkrito in kritično spregovorili o lastnem podjetništvu in se razkrili kot premišljevalci, dvomljivci in preizpraševalci svojih vlog in dejanj. Čeprav je torej podjetniška dejavnost izrazito povezana z nujo po uprizarjanju lastnih uspehov, se nekateri mladi podjetniki zelo aktivno samopreizprašujejo (glej Poljak Istenič in Squizani Rodriguez: poglavji v knjigi).

Najbolj odkrita v teh pogovorih je bila podjetnica (rojena 1989), ki je po treh letih trdega dela doživljala izgorelost. Povedala je, da okolja za spodbujanje podjetništva mladih niso tudi okolja, kjer bi se odkrito pogovarjali o sebi in svojih življenjskih dilemah. Ko se mladi podjetniki srečajo, si po

njeni izkušnji pripovedujejo zgodbe o uspehih, tako kot so jih številni tudi meni kot etnografu. Ne govorijo pa o težavah:

*[Se] mi zdi, da podjetniki mogoče za zaščito svojega brenda, da se jim zdi, da morajo dati ven neko uspešno zgodbo, pa neke take pozitiven obraz. [...] Da [si] ne bi škodovali, pa sebe naredili mogoče preveč ranljive, kaj šele, da bi škodovali brendu, in se res, res ne govori o tem. Ne govori se o izčrpanosti [ki je] zdaj in o vsem, kar pride. Ful ne, žal. Jaz si želim, da bi se to bolj [govorilo], pa da bi se to destigmatiziralo [...].*

Ko sva se srečala, je vodila dve finančno uspešni, rastoči podjetji, a o dejanskosti svojega uspeha je dvomila:

*[N]i mi všeč, ko mi nekdo reče: »Joj, ti si pa ful uspešna« ali pa karkoli. Kaj za tebe pomeni uspešnost? Ker jaz se po eni strani ... Ja, mogoče na zunaj izgledajo stvari, a veš, ful uspešne. Jaz sama sebe trenutno v tem stanju ne gledam kot uspešno, zaradi tega, ker koliko sem še jaz zdaj v vse stvari vpletena in koliko je vse še vedno na meni, ker se stvari niso prav razdelile, ali so prišli neki premiki, karkoli, saj je več stvari – ne morem gledati na sebe kot na, a veš, neko uspešno, če sem jaz decembra preživela tule pač dnevno 12, 14 ur na dan in delala in reševala stvari. Tako da uspešnost je ful relativen pojem.*

Vloga, ki jo je izbrala, ji je nalagala veliko odgovornost in breme poskrbeti za podjetje in hkrati zase:

*[V]eš kaj je ful velik problem mladih podjetnikov? Da se mi ful bitro začnemo zavedati, da brez nič ni nič. In če ti hočeš nekaj doseči, boš moral to narediti. Samo od sebe se ne bo zgodilo. In pol, kaj se dogaja, sploh, če imaš mogoče bolj tako kreativno glavo, je, da si skozi ... Ne vem, prideš do neke nove ideje in pol se skozi v glavi tepeš sam s sabo, ker je še nisi zrealiziral, pa nisi naredil [tega]. In veš, da če je ti ne boš, je itak pač noben drug ne bo. [...] In je pol ta konstantna, konstantna slaba vest bila pri meni prisotna [...]. In take stvari, se mi zdi, da se ful premalo opozarja mlade podjetnike. Ker so vsi skozi, veš skozi si v tem kapitalističnem dubu, pol pa še razni profili [IT aplikacije za uravnavanje življenja]: Wake Up 5 AM, pa Hustle, pa Wake Up in Hustle, pa ne vem kaj. [...] Ja, pač [te aplikacije spodbujajo]: »Stisni iz sebe, daj iz sebe, pač, noben drug ne bo, če ne boš [ti].« To ne pomaga. Profili ali pa knjige, kao da moraš vstajati ob petih zjutraj in delati in do sedmih zjutraj že odlašati, pa ne vem kaj vse. To ne pomaga, to je napačno. Kdo kdaj reče: »Ustavi se!« Jaz tega nisem slišala zares velikokrat. [...] A veš, v tistem, ko si ti v pogonu, pa najbolj vesel, te pustijo, da valda, ja, pač, če imaš glavo na tisoč projektih, jo pač imej, če vidiš, da vse zdaj kar deluje. Ful premalo se pa govori o tem drugem delu, da pač v bistvu, če tebe ne bo, tudi podjetja ne bo [...].*

V času pogovora je doživljala osebno krizo, zato je reflektirala tako svojo podjetniško vlogo kot širši smisel življenja:

*In zdaj sem se ustavila in se mi je zgodilo to, kar v bistvu ni dobro, da se podjetniku zgodi, da izgubiš drive, da izgubiš ta ... Veš, to nekaj, ko te žene, ta želja po razvoju, ki sem [jo] jaz skozi imela, razvoj, kreativno, ne vem kaj vse. V bistvu sem prišla do tega, da sem se vprašala: »A je vredno? Kaj je tukaj zdaj?« V bistvu sem se začela spraševati. Nikoli*

*prej se nisem vprašala »zakaj«, zdaj sem se pa začela resno spraševati: »Pa zakaj?«*

Odgovorila si je, da želi nadaljevati kot podjetnica, vendar drugače:

*Ne moremo zdaj zaspati na tem, ker če bomo na tem zaspali, pač, podjetje, ki se ne razvija, po mojem mnenju ne bo zares obstalo. Nekaj časa še mogoče, ja, pol pa ne. Ampak vseeno je pa premalo poudarka, da to ni vedno nujno oziroma da včasih je s tem, kar imaš, mogoče kaj optimizirati, kaj spremeniti, pa mogoče iti v nižjo prestavo. Ne skozi ... Ne rabiš biti skozi on the top of your game, ali kako ti naj rečem. [...] Ampak trenutno se mi zdi, da jaz zdajle res moram sama sebe malo bolj objeti, pa se imeti malo rajši, in si to dokazat s tem, da se kakšni stvari odrečem, ali pa ne naredim tako, kot si jo zamislim.*

Ta iskrena samoizpoved kaže na osebne borbe in včasih stiske, s katerimi se spopadajo mladi, ki izberejo podjetniško pot. Čeprav je bila ta izpoved drugačna kot pri večini sogovornikov, ki so iz zgoraj navedenega razloga raje poudarjali svoje uspehe, ne bi smeli dvomiti, da se tudi ostali prepričujejo, če na pravi način delujejo v svetu ter osmišljajo svoje življenje in življenja drugih. Kot se izhaja iz pogovora, podjetništvo nekaterim mladim osmišlja življenje, in s tem ni čisto nič narobe, težava pa nastane, ko določeni načini samoizčrpavanja postanejo normativni, ker jih promovirajo tako vladne kot nevladne ustanove in popularni potrošni artikli, kot so aplikacije, ki jih je omenila sogovornica.

## Namesto sklepa

Pričujoča knjiga je zamišljena kot poskus antropološke analize sistemskega (nad)nacionalnega okolja, v katerem se širijo »mante«, kot jih je zgoraj imenoval sogovornik, o mladem podjetniku. Zagotovo pa se posamezniki na »mante« aktivno odzivajo, jih premišljajo ter kritično in selektivno prevzemajo. Za mlade nikakor niso enostavni časi, ko trg dela od njih zahteva podjetnost, ko je biti podjetnik postalo celo atraktivno, a jih premislek samoudejanjanja, iskanja dobrega življenja, sobivanja z drugimi ljudmi in neljudmi ter bivanja na planetu, katerega prihodnost je v veliki meri že »požrl« kapitalizem (česar se dobro zavedajo), ne pušča ravnodušnih. Zato podjetniške vloge kritično premišljajo in jih ne zgolj slepo prevzemajo.

V naslednjem poglavju Richard Pfeilstetter predlaga klasifikacijo antropoloških obravnav podjetnikov, in sicer predstavi afirmativne obravnave, ki so pripoznale tvorno vlogo podjetnikov pri ustvarjanju družbenih sprememb; kritične obravnave, ki so opozarjale na nekritično spodbujanje podjetništva v družbi zaradi služenja partikularnim interesom elit; ter pragmatične obravnave, ki so se etnografsko osredinile na posebne oblike podjetništva. Lahko

bi rekli, da je ambicija te knjige poiskati presek vseh treh: v pragmatičnem smislu smo izbrali starostno skupino, ki jo kapital, vlade in drugi zainteresirani akterji zadnje čase prepoznavajo kot »pravo« življenjsko dobo podjetništva – mlade; v kritičnem smislu želimo razkrivati neoliberalne politike, ki mladim nalagajo podjetniško vlogo brez premisleka o škodljivih izidih te ideologije; v afirmativnem smislu pa poskušamo mlade razumeti kot tvorne akterje lastnih življenj, aspiracij in vrednot, torej ne le kot subjekte omenjenih politik. Menim, da lahko prav s takšnim kompleksnim pristopom dosežemo najbolj natančne in najbolj kritične uvide v pojav mladinskega podjetništva.

## Reference

- Aitken, Stuart C. 2001. *Geographies of Young People: The Morally Contested Spaces of Identity*. Routledge: London in New York.
- Amit-Talai Vered in Helena Wulff (ur.). 1995. *Youth Cultures: A Cross-Cultural Perspective*. London: Routledge.
- Aries, Philippe. 1991 [1960]. *Otrok in družinsko življenje v starem režimu*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- Bajič, Blaž. 2017. Against Creativity: Loosely Structured Thoughts on a Loosely Defined Topic. *Traditiones* 46 (1–2): 189–207.
- Bajič, Blaž in Beja Protner. 2012. »Trenirke« in »oranžne face« – »vidiš ga pa več« diskurz o zunanji podobi čefurja. *Etnolog* 22 (73): 93–110.
- Barth, Fredrik. 1963. Introduction. V: Fredrik Barth (ur.), *The Role of the Entrepreneur in Social Change in Northern Norway*. Oslo: Universitetsforlaget, 5–18.
- Baš, Angelos. 1967. *Gozdni in žagarski delavci na južnem Pohorju v dobi kapitalistične izrabe gozdov*. Maribor: Obzorja.
- Becker, Howard S. 1963. *Outsiders: Studies in the Sociology of Deviance*. Chicago: Free Press.
- Bibič, Bratko. 2003. *Hrup z Metelkove: tranzicije prostorov in kulture v Ljubljani*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Boltanski, Luc in Ève Chiapello. 2005. *The New Spirit of Capitalism*. London in New York: Verso.
- Brake, Mike. 1984 [1980]. *Sociologija mladinske kulture in mladinskih subkultur*. Ljubljana: Krt.
- Bucholtz, Mary. 2002. Youth and Cultural Practice. *Annual Review of Anthropology* 31: 525–552.
- Carrier, James G. 2021. *Economic Anthropology*. Newcastle upon Tyne: Agenda.

- Cassanti, Julia L. in Jacob R. Hickman. 2014. New Directions in the Anthropology of Morality. *Anthropological Theory* 14 (3): 251–262.
- Cohen, Albert. 1955. *Delinquent Boys: The Culture of the Gang*. Chicago: Free Press.
- Crockett, Zachary. 2014. Why You Should Love Hipster Entrepreneurs. *Time*: <https://time.com/3644520/why-you-should-love-hipster-entrepreneur/>, pregledal 4. 3. 2022.
- Davidson, Elsa. 2011. *The Burden of Aspiration: Schools, Youth, and Success in the Divided Social Worlds of Silicon Valley*. New York in London: New York University Press.
- Destovnik, Irena. 2002. *Moč šibkih: ženske v času kmečkega gospodarjenja*. Celovec: Drava.
- Deželan, Tomaž in Miran Lavrič (ur.). 2021. *Youth 2020: The Position of Young People in Slovenia*. Maribor: University of Maribor Press; Ljubljana: University of Ljubljana Press.
- Douglas, Mary. 1992. The Person in the Enterprise Culture. V: Shaun Hargreaves Heap in Angus Ross (ur.), *Understanding the Enterprise Culture*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 41–62.
- Elyachar, Julia. 2005. *Markets of Dispossession: NGOs, Economic Development, and the State in Cairo*. Durham in London: Duke University Press.
- Farrugia, David. 2018. *Spaces of Youth: Work, Citizenship and Culture in a Global Context*. London in New York: Routledge.
- Fassin, Didier. 2012. Introduction: Toward a Critical Moral Anthropology. V: Didier Fassin (ur.), *A Companion to Moral Anthropology*. Chichester: Wiley-Blackwell, 1–17.
- Faubion, James D. 2011. *An Anthropology of Ethics*. Cambridge idr.: Cambridge University Press.
- Finley, Moses I. 1987 [1973]. *Antična ekonomija*. Ljubljana: ŠKUC in Filozofska fakulteta.
- Foucault, Michel. 2015 [1978–1979]. *Rojstvo biopolitike: kurz na Collège de France, 1978–1979*. Ljubljana: Krtina.
- Foucault, Michel. 1988. Technologies of the Self. V: Luther H. Martin, Huck Gutman in Patrick H. Hutton (ur.), *Technologies of the Self*. London: Tavistock, 16–49.
- Frederiksen, Martin Demant. 2013. *Young Men, Time, and Boredom in the Republic of Georgia*. Philadelphia: Temple University Press.
- Freeman, Carla. 2014. *Entrepreneurial Selves: Neoliberal Respectability and the Making of a Caribbean Middle Class*. Durham in London: Duke University Press.

- Gershon, Ilana. 2016. "I'm Not a Businessman, I'm a Business, Man": Typing the Neoliberal Self into a Branded Existence. *HAU: Journal of Ethnographic Theory* 6 (3): 223–246.
- Gershon, Ilana. 2017. *Down and Out in the New Economy: How People Find (or Don't Find) Work Today*. Chicago: University of Chicago Press.
- Gibson-Graham, J. K., Jenny Cameron in Stephen Healy. 2013. *Take Back the Economy: An Ethical Guide for Transforming Our Communities*. Minneapolis in London: University of Minnesota Press.
- Grant, Mitchell. 2021. Startup. *Investopedia*: <https://www.investopedia.com/terms/s/startup.asp>, pregledal 6. 6. 2022.
- Greenberg, Jessica. 2014. *After the Revolution: Youth, Democracy, and the Politics of Disappointment in Serbia*. Stanford: Stanford University Press.
- Gregorič Bon, Nataša. 2018. Poskus tlakovanja prihodnosti: preoblikovanje mišljenjskih matric v praksah družbeno odgovornega podjetništva v Albaniji. *Glasnik Slovenskega etnološkega društva* 58 (3–4): 25–38.
- Hall, Stewart in Tony Jefferson (ur.). 2003 [1975]. *Resistance through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain*. London: Routledge.
- Hann, Chris in Keith Hart. 2011. *Economic Anthropology: History, Ethnography, Critique*. Cambridge in Malden: Polity Press.
- Harvey, David. 1993 [1989]. *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Cambridge in Oxford: Blackwell Publishers.
- Harvey, David. 2012 [2005]. *Kratka zgodovina neoliberalizma*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- Hebdige, Dick. 1980 [1979]. *Potkultura: značenje stila*. Beograd: Rad.
- Hebdige, Dick. 1988. *Hiding in the Light: On Images and Things*. London in New York: Routledge.
- Hipster. 2014. *Hipster Business Models: How to Make a Living in the Modern World*. ZDA: Pricconomics Inc.
- Ho, Karen. 2009. *Liquidated: An Ethnography of Wall Street*. Durham in London: Duke University Press.
- Honeyman, Catherine A. 2016. *The Orderly Entrepreneur: Youth, Education, and Governance in Rwanda*. Palo Alto: Stanford University Press.
- Howell, Signe (ur.). 1997. *The Ethnography of Moralities*. London in New York: Routledge.
- Humphrey, Caroline. 2008. Reassembling Individual Subjects: Events and Decisions in Troubled Times. *Anthropological Theory* 8 (4): 357–380.
- Husejnović, Karmelina. 2017. Boscarol o milenijcih. *24ur.com*: <https://www.24ur>.

- com/novice/slovenija/boscarol-in-milenijci.html, pregledal 20. 8. 2018.
- Irani, Lilly. 2019. *Chasing Innovation: Making Entrepreneurial Citizens in Modern India*. Princeton in Oxford: Princeton University Press.
- Kanna, Ahmed. 2010. Flexible Citizenship in Dubai: Neoliberal Subjectivity in the Emerging "City-Corporation". *Cultural Anthropology* 25 (1): 100–129.
- Keane, Webb. 2016. *Ethical Life: Its Natural and Social Histories*. Princeton in Oxford: Princeton University Press.
- Kozorog, Miha. 2006. Where Subcultures and Tourism Meet. V: Dragan Stanojević (ur.), *Roaming Anthropology: zbornik radova sa konferencije na Avali održanoj od 16. do 19. maja 2004. sa temom Proučavati potkulture*. Beograd: Klub studenata etnologije i antropologije, 16–39.
- Kozorog, Miha. 2009. *Antropologija turistične destinacije v nastajanju: prostor, festivali in lokalna identiteta na Tolminskem*. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete.
- Kozorog, Miha. 2010. »Pa Tminu se patiepaje«: življenjski svet lokalne skupnosti mladih v uglasbenih besedilih. Prvi del: uglaševanje. *Glasnik Slovenskega etnološkega društva* 50 (3–4): 33–41.
- Kozorog, Miha. 2011. »Pa Tminu se patiepaje«: življenjski svet lokalne skupnosti mladih v uglasbenih besedilih. Drugi del: ustvarjanje lokalnosti. *Glasnik Slovenskega etnološkega društva* 51 (1–2): 10–16.
- Kozorog, Miha. 2018a. »Normalen podjetnik« vs. »poseben aktivist«: iskanje ravnovesja med osebo in prihodnostjo. *Glasnik Slovenskega etnološkega društva* 58 (3–4): 51–63.
- Kozorog, Miha. 2018b. The Ecosystem Ideal and Local Neoliberalism of the Young Entrepreneur: The Millennials' Entrepreneurial Environment in Slovenia. *Etnološka tribina* 41 (48): 259–280.
- Kozorog, Miha. 2019. Trije časi podjetništva mladih v Sloveniji. *Glasnik Slovenskega etnološkega društva* 59 (2): 19–32.
- Kozorog, Miha. 2021a. The Making of Coworking Spaces in Slovenia: Spatialization By and Of Youth as (Not) Trusting Them. *Studia Ethnologica Croatica* 33: 97–120.
- Kozorog, Miha. 2021b. Negotovi časi in optimizem ponudkov. *Glasnik Slovenskega etnološkega društva* 61 (2): 45–50.
- Krašovec, Primož. 2012. Never Trust a Hipster: kritika kreativnog malogradanstva i koncepta nove klase. V: Miloš Jadžić, Dušan Maljković in Ana Veselinović (ur.), *Križa, odgovori, levica: prilozi za jedan kritički diskurs*. Beograd: Rosa Luxemburg Stiftung, 223–238.
- Križnik, Božena. 2017. Intervju z Igorjem Mervičem: Po četrtoletja uspeha smo želeli Sloveniji vrniti vero v to, da se da. *Delo*: <https://old.delo.si/>



- gospodarstvo/podjetja/po-cetrst-stoletja-uspeha-smo-zeleli-sloveniji-vrniti-vero-v-to-da-se-da.html, pregledal 7. 3. 2022.
- Kwon, Soo Ah. 2013. *Uncivil Youth: Race, Activism, and Affirmative Governmentality*. Durham in London: Duke University Press.
- Laidlaw, James. 2014. *The Subject of Virtue: An Anthropology of Ethics and Freedom*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lambek, Michael. 2010. Introduction. V: Michael Lambek (ur.), *Ordinary Ethics: Anthropology, Language, and Action*. New York: Fordham University Press.
- Lambek, Michael. 2013. The Continuous and Discontinuous Person: Two Dimensions of Ethical Life. *Journal of the Royal Anthropological Institute* 19: 839–858.
- Magaña, Maurice Rafael. 2020. *Cartographies of Youth Resistance: Hip-hop, Punk, and Urban Autonomy in Mexico*. Oakland: University of California Press.
- Magee, Siobhan. 2019. “To Be One’s Own Boss”: Exceptional Entrepreneurs and Products that Sell Themselves in Urban Poland. *Ethnos* 84 (3): 436–457.
- Makovicky, Nicolette. 2014a. *Neoliberalism, Personhood, and Postsocialism: Enterprising Selves in Changing Economies*. London in New York: Routledge.
- Makovicky, Nicolette. 2014b. Old Minorities in a New Europe: Enterprising Citizenship at the Polish-Czech Border. V: Nicolette Makovicky (ur.), *Neoliberalism, Personhood, and Postsocialism: Enterprising Selves in Changing Economies*. London in New York: Routledge, 163–185.
- Makovicky, Nicolette, Anne-Christine Trémon in Sheyla S. Zandonai (ur.). 2019. *Slogans: Subjection, Subversion, and the Politics of Neoliberalism*. Abingdon in New York: Routledge.
- Malečkar, Nela in Tomaž Mastnak. 1985. *Punk pod Slovenci*. Ljubljana: Krt.
- Malinowski, Bronislaw. 2017 [1922]. *Argonavti zabadnega Pacifika: pripoved o podjetnosti in dogodivščinah domačinov v arhipelagih melanezijske Nove Gvineje*. Maribor: Aristej.
- Mastnak, Tomaž. 2019. *Črna internacionala: vojna, veliki biznis in vpeljava neoliberalizma*. Ljubljana: Založba /\*cf.
- Mattingly, Cheryl. 2012. Two Virtue Ethics and the Anthropology of Morality. *Anthropological Theory* 12 (2): 161–184.
- Mayer, Danila. 2011. *Park Youth in Vienna: A Contribution to Urban Anthropology*. Münster: LIT Verlag.
- McRobbie, Angela in Jenny Garber. 2003 [1975]. Girls and Subcultures: An Exploration. V: Stewart Hall in Tony Jefferson (ur.), *Resistance through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain*. London: Routledge, 209–222.

- Mead, Margaret. 1928. *Coming of Age in Samoa: A Psychological Study of Primitive Youth for Western Civilisation*. New York: William Morrow & Company.
- Miller, Peter in Nikolas Rose. 2008. *Governing the Present: Administering Economic, Social and Personal Life*. Cambridge: Polity Press.
- Mladi podjetnik. 2022. *Mladi podjetnik*: <https://mladipodjetnik.si/>, pregledal 17. 2. 2022.
- Mladi podjetniki. 2020. Mladi podjetniki dobro čutijo Slovenijo. *Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje*, 11. 5. 2020: <https://www.gov.si/novice/2020-05-11-mladi-podjetniki-dobro-cutijo-slovenijo/>, pregledal 5. 1. 2023.
- Mladi podjetnik leta. 2021. *Mladi podjetnik*: <https://mladipodjetnik.si/mp-leta>, pregledal 17. 2. 2022.
- Möderndorfer, Vinko. 1938. *Slovenska vas na Dolenjskem*. Ljubljana: Merkur.
- Muehlebach, Andrea. 2012. *The Moral Neoliberal: Welfare and Citizenship in Italy*. Chicago in London: University of Chicago Press.
- Muršič, Rajko. 1995. *Center za dehumanizacijo: etnološki oris rock skupine*. Pesnica: Frontier in ZKO.
- Muršič, Rajko. 2000. *Trate naše in naše mladosti: zgodba o mladinskem in rock klubu*. Ceršak: Subkulturni azil.
- Muršič, Rajko. 2011. *Napravi sam: nevladna samonikla prizorišča, tvornost mladih in medgeneracijsko sodelovanje*. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete.
- Muršič, Rajko idr. 2012. *Na trdna tla: brezsranni pregled samoniklih prizorišč in premislek nevladja mladinskega polja*. Tolmin in Koper: Ustanova nevladnih mladinskega polja Pohorski bataljon.
- Ong, Aihwa. 1999. *Flexible Citizenship: The Cultural Logic of Transnationality*. Durham: Duke University Press.
- Osella, Filippo in Caroline Osella. 2009. Muslim Entrepreneurs in Public Life between India and the Gulf: Making Good and Doing Good. *Journal of the Royal Anthropological Institute* 15 (1): 202–221.
- Petrović-Šteger, Maja. 2021. The Textures of Touch: A Study of Sensory Journey into Creativity, Fashion and Entrepreneurship. *Studia Ethnologica Croatica* 33: 121–145.
- Pfeilstetter, Richard. 2017. Silicon Utopias: The Making of a Tech Startup Ecosystem in Manchester (UK). *Suomen Antropologi* 42 (1): 91–102.
- Pfeilstetter, Richard. 2022. *The Anthropology of Entrepreneurship: Cultural History, Global Ethnographies, Theorizing Agency*. London in New York: Routledge.
- Polanyi, Karl. 2008 [1957]. *Velika preobrazba: politični in ekonomski viri našega časa*.

Ljubljana: \*cf.

- Poljak Istenič, Saša. 2017. Creativity: An Introduction to Popular Concepts, Topics, and Discussions. *Traditiones* 46 (1–2): 103–125.
- Popri. 2022. *Popri*: <https://popri.si/>, pregledal 7. 6. 2022.
- Rebernik, Miroslav in Marko Jaklič. 2014. *Start:up manifest: Slovenija, pripravljena na prihodnost 2014–2020+*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta Maribor.
- Rebernik, Miroslav idr. 2014. *Sprejeman podjetniški potencial mladih: Global Entrepreneurship Monitor Slovenija 2013*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
- Robbins, Joel. 2004. *Becoming Sinners: Christianity and Moral Torment in a Papua New Guinea Society*. Berkeley, Los Angeles in London: University of California Press.
- Roche, Sophie. 2016. *Domesticating Youth: Youth Bulges and Their Socio-Political Implications in Tajikistan*. New York in Oxford: Berghahn.
- Rohrer, Ingo. 2014. *Cohesion and Dissolution: Friendship in the Globalized Punk and Hardcore Scene of Buenos Aires*. Freiburg: Springer.
- Rosa, Peter in Douglas D. Caulkins. 2013. Entrepreneurship Studies. V: Douglas D. Caulkins in Ann T. Jordan (ur.), *A Companion to Organisational Anthropology*. Chichester: Blackwell, 98–121.
- Rose, Nikolas. 1996. *Inventing Our Selves: Psychology, Power, and Personhood*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rubić, Tihana. 2017. *Nezaposleni u gradu: antropologija rada i neformalne ekonomije*. Zagreb: Hrvatsko etnološko društvo.
- Schlegel, Alice in Herbert Barry. 1991. *Adolescence: An Anthropological Inquiry*. New York: Free Press.
- Sennett, Richard. 2000. *The Corrosion of Character: The Personal Consequences of Work in the New Capitalism*. New York: W. W. Norton.
- Smith, Adam. 2010 [1776]. *Bogastvo narodov*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- SPIRIT. 2022. *SPIRIT Slovenija*: <https://www.spiritslovenia.si/razpis/337>, pregledal 7. 6. 2022.
- Stanković, Peter, Gregor Tomc in Mitja Velikonja (ur.). 1999. *Urbana plemena: subkulture v Sloveniji v devetdesetih*. Ljubljana: ŠOU – Študentska založba.
- Stewart, Alex. 1991. A Prospectus on the Anthropology of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory & Practice* 16 (2): 23–46.
- Sukarieh, Maysoun in Stuart Tannock. 2015. *Youth Rising? The Politics of Youth in the Global Economy*. New York in London: Routledge.

- Šmitek, Zmago. 1987. Delitev dela v gospodarstvu. V: Duša Krnel-Umek in Zmago Šmitek (ur.), *Kruh in politika: poglavja iz etnologije Vitanja*. Ljubljana: Partizanska knjiga, 49–252.
- Štartaj. 2021. *Štartaj Slovenija*. <https://www.startaj slo.si/vsebina/o-projektu>, pregledal 1. 3. 2022.
- Thornton, Sarah. 1995. *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*. Cambridge: Polity Press.
- Tomc, Gregor. 1989. *Druga Slovenija: zgodovina mladinskih gibanj na Slovenskem v 20. stoletju*. Ljubljana: Krt.
- Thompson, Edward Palmer. 2010 [1991]. *Navade, plebejska kultura in moralna ekonomija*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- Tubič, Maja. 2016. *Brezposelnost mladib in podjetništvo v Sloveniji in primerjava z EU*. Magistrsko delo. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za upravo.
- Tuck, Eve in K. Wayne Yang (ur.). 2014. *Youth Resistance Research and Theories of Change*. New York in London: Routledge.
- Turk Niskač, Barbara. 2015. Otroci in otroštvo v etnologiji in antropologiji. *Glasnik Slovenskega etnološkega društva* 55 (1–2): 32–40.
- Turk Niskač, Barbara. 2020. Drobtinice prostega časa: prosti čas otrok med produkcijo in potrošništvom. *Etnolog* 30 (81): 15–28.
- Turk Niskač, Barbara. 2021. From Educational Work to Companionship: Juxtaposing Adults' and Children's Perspectives on Work and Play in Early Childhood. *Childhood: A Global Journal of Child Research* 28 (1): 42–55.
- Ule, Mirjana. 2010. Fragments on Young People in Slovenia: The End of Utopias in the Era of Transitions. *Annales* 20 (1): 57–70.
- Ule, Mirjana in Vlado Miheljak. 1995. *Pri(e)hodnost mladine*. Ljubljana: DZS.
- Under 40 Awards. 2022. Under 40 Awards. *Solstice Media*. <https://solsticemedia.com.au/40-under-40/>, pregledal 17. 2. 2022.
- Vodopivec, Nina. 2007. *Labirinti postsocializma: socialni spomin tekstilnih delavk in delavcev*. Ljubljana: ISH publikacije.
- Vodopivec, Nina. 2012. Samoodgovornost – paradigma sodobne modernizacije: izziv ali grožnja. V: Andrej Studen (ur.), *Pomislj na jutri: o zgodovini (samo)-odgovornosti*. Ljubljana: Inštitut za novejšo zgodovino, 223–245.
- Vodopivec, Nina. 2018. Vizije prihodnosti in družbene spremembe v Sloveniji: podjetništvo, socialno podjetništvo in družbeno eksperimentiranje. *Glasnik Slovenskega etnološkega društva* 58 (3–4): 39–50.
- Watt, James. 2016. *Startup d. o. o.: manifest drznega podjetništva za 21. stoletje*. Ljubljana:

na: Totaliteta.

- Weber, Max. 2002 [1905]. *Protestantska etika in duh kapitalizma*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- Whyte, William Foote. 1993 [1943]. *Street Corner Society: The Social Structure of an Italian Slum*. Chicago in London: University of Chicago Press.
- Wilf, Eitan Y. 2019. *Creativity on Demand: The Dilemmas of Innovation in an Accelerated Age*. Chicago: University of Chicago Press.
- Willis, Paul. 1977. *Learning to Labour: How Working Class Kids Get Working Class Jobs*. New York: Columbia University Press.
- Wilson, Ara. 2004. *The Intimate Economies of Bangkok: Tomboys, Tycoons, and Avon Ladies in the World City*. Berkeley, Los Angeles in London: University of California Press.
- Yurchak, Alexei. 2003. Russian Neoliberal: The Entrepreneurial Ethic and the Spirit of "True Careerism". *The Russian Review* 62: 72–90.
- Zigon, Jarrett. 2008. *Morality: An Anthropological Perspective*. Oxford: Berg.

## Zahvala

Raziskava, na kateri temelji pričujoče poglavje, je bila izvedena v okviru raziskovalnega projekta *Mladi podjetniki v času negotovosti in spodbujenega optimizma: etnološka študija podjetništva in etike mladih v sodobni Sloveniji* (J6-1804) ter raziskovalnega programa *Etnološke, antropološke in folkloristične raziskave vsakdanjika* (P6-0088), ki ju je iz državnega proračuna sofinancirala Javna agencija za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije.