

NEGOTOVI ČASI IN OPTIMIZEM PONUDKOV

Kratki znanstveni prispevek | 1.03

Datum prejema: 4. 8. 2020

Izveček: V času karantene sem se (pretežno) na daljavo sestel s štirimi osebami, ki jih povezuje podjetništvo mladih, za pogovor o ekonomiji v času epidemije koronavirusa kakor tudi o zadnji globalni gospodarski krizi, ko so omenjeni začeli svoje podjetniške projekte. Krize ustvarjajo ekonomske spremembe; prejšnja je spodbudila podjetništvo mladih. Akterji pa so razmišljali v duhu etike, ki ne le v času »krize«, ampak načeloma predpostavlja negotovost in nagle spremembe ter posledično pripisuje velik pomen zmožnosti refleksije trenutnih okoliščin in prepoznavanju ponudkov za ustvarjanje boljših časov. Članek oriše tako etiko, pogoje njenega obstoja in določeno slepo pego njej lastnega optimizma.

Ključne besede: podjetništvo mladih, negotovi in prehodni čas, etika, optimizem, optimizem ponudkov

Abstract: During the quarantine, the author held (mostly) remote meetings with four persons who have connections to youth entrepreneurship to discuss economy in the time of the Covid-19 pandemic and the last global economic crisis, during which the actors commenced their entrepreneurial projects. Crises generate economic change; the last one launched youth entrepreneurship. The actors considered the spirit of ethics, which presumes uncertainty and rapid change not only in times of "crises", but in principle; consequently, it ascribes substantial meaning to the capacity to reflect on current circumstances and identify affordances for generating better times. The article outlines this type of ethics, the necessary conditions for its existence, and a certain blind spot of its inherent optimism.

Keywords: youth entrepreneurship, uncertain and transitional times, ethics, optimism, optimism of affordances

Počutil sem se etnografsko privilegirane, ko se mi v času karantene leta 2020 ni bilo treba zateči v avtoetnografijo, saj se raziskovalno posvečam osebami, večim spletne komunikacije. Gre za »mlade podjetnike«, to je mlade osebe,¹ ki poskušajo svoje zamisli in veščine pretvarjati v blago. Začel sem z organizatorico »sodela« (*coworking*) Elo, ki me je povezala z nekdanjim »sodelavcem« Janijem, ta me je usmeril na svojega »podjetniškega mentorja« Nejcja, ta pa na svojega varovanca, »zagonskega podjetnika« (*startaperja*) Naceta.²

Snežna kepa, kot pravimo postopku pridobivanja sogo- vornikov, se je torej zakotalila v znamenju podjetništva. Z oznako »podjetnik« pa se omenjeni štirje identificirajo različno: izrazito se Nace in Nejc, deloma tudi Jani, ki je v osnovi oblikovalec, medtem ko je Ela do tega pripisa kritična in raje govori o »samozaposlenih«. Rekla mi je, da je podjetnik »nevarna beseda«, saj se danes lepi na vse samozaposlene, čeprav niso vsi podjetniki, ampak so nekateri ustvarjalci, prevajalci, delavci. Strinjam se z njeno kritično- stjo; neoliberalizem spodbuja samoprepoznavanje v podje- tniški vlogi celo pri tovarniških delavcih (Vodopivec 2012). Danes podjetništvo uspešno naslavlja mlade po vsem sve- tu, uporablja se kot identifikacijska platforma in jih pove-

zuje v nove družbene formacije (Freeman 2014: 218, op. 11; Honeyman 2016; Kanna 2010; Magee 2019; Yurchak 2003). Ta pojav raziskujem v kontekstu Slovenije (Kozorog 2018a, 2018b, 2019) in namen pogovorov je bil zbrati dodatne življenjske zgodbe za nadaljevanje analiz. Zaradi epidemije pa smo se dotaknili tudi aktualnih vprašanj o nji- hovah poslovnih dejavnostih v tem izjemnem času, pričako- vanju verjetne recesije in spominov na gospodarsko krizo, ki se je na globalni ravni začela leta 2008. Njihovemu po- gledu na negotove čase, kakršna sta epidemija in gospodar- ska kriza, se nameravam posvetiti v tem prispevku.

Sogovorniki imajo različne dejavnosti: sodelo (Ela), raz- voj, proizvodnja in prodaja dodatkov za kolesa (Jani), marketing in podjetniško mentorstvo (Nejc), razvoj, proi- zvodnja in prodaja modnih dodatkov (Nace). Prav tako so si različni po starosti, in sicer v istem zaporedju: 41, 36, 36 in 25 let.³ Povezuje pa jih relativna tržna uspešnost in jav- na prepoznavnost (o njihovih dejavnostih so že poročali mediji). Vsi so tudi predstavniki srednjega razreda z ideologijo »kreativnega razreda« (glej Bajič 2017).⁴ Vsi

1 Okvirno sem starost predvidel med 18 in 35 let, a ta okvir upoštevam ohlapno.

2 Imena so izmišljena; z vsakim od njih sem se pogovarjal na način narativnega intervjuja.

3 V času gospodarske krize so bili »mladi« (glej opombo 1), danes pa so bodisi to bodisi v stiku s podjetništvom mladih (ali pa oboje hkrati). So pripadniki različnih generacij, torej so se oblikovali v različ- nih zgodovinskih okoliščinah in imajo različno dolgo sled izkušenj. Zato so tudi zgodovinske dogodke videli različno. Kljub temu čas, v katerem živijo, v nekaterih vidikih doživljajo in razumejo podobno.

4 Razredni pogled na svet opredeljujem s tem, da imajo visoko izo- brazbo in da so jim bili starši zmožni eksistenčno pomagati, ko je

* Miha Kozorog, dr. etnologije, izredni profesor, Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta, Oddelek za etnologijo in kulturno antropologijo; ZRC SAZU, Inštitut za slovensko narodopisje; miha.kozorog@ff.uni-lj.si.

delujejo v Ljubljani, ki velja za urejeno in perspektivno podjetniško okolje (Poljak Istenič 2015: 25), posebej glede na druge, manjše slovenske kraje (Kozorog 2018b). Ti dejavniki zagotovo vplivajo na njihov pogled na negotove čase (domnevamo lahko, da bi oseba, ki bi ji epidemija porušila vizije, okolje pa bi jo pustilo samo, razmišljala drugače). Skupno pa imajo tudi, da so svoj trenutni projekt začeli med ali kmalu po gospodarski krizi.

Strukturne krize (Duménil in Lévy 2012: 87) so sprožile političnoekonomskih sprememb. Ko je bila stopnja brezposelnosti mladih v Sloveniji visoka, leta 2013 kar okoli 25-odstotna (Spletni vir 1), so se na primer okrepili diskurzi o podjetniških zmožnostih mladih ljudi in državni programi za uresničitev te vizije (Kozorog 2019). Pomislimo le na leta 2013 ustanovljeno vladno agencijo za podjetništvo Spirit (Spletni vir 2), katere poslanstvo je bilo med drugim spodbujanje podjetništva v osnovnih in srednjih šolah (posebej o slednjem Benak Cvijanović in Dopler 2020). To pa je bil tudi čas, ko so z dejavnostmi začeli obravnavani akterji: Ela je januarja 2012 soorganizirala domnevno prvi javni dogodek sodela pri nas, Nejc se je v podjetništvu najprej preizkusil v ZDA, v času krize pa se je vrnil v Slovenijo in leta 2012 začel s praktičnim svetovanjem slovenskim *startaperjem*, leta 2013 je pomagal Janiju v kampanji za množično financiranje (*crowdfunding*) njegovega projekta, Nace pa je do ideje za svoj proizvod prišel leta 2014, v prvem letniku študija ekonomije.

Glede na čas začetka njihovih dejavnosti bi lahko pomislili, da so jih prav neugodne ekonomske razmere z omejenimi možnostmi zaposlovanja in s tem povezane politike vodile v podjetništvo. Delno to drži: kot strukturni pogoj je kriza gotovo imela določen vpliv na njihove kariere kot tudi na kariere mladih nasploh. A v četvorki moramo bolj kot ekonomske akterje iz nuje prepoznati mlade srednjega razreda, ki so v prvi vrsti udeleževali izbrane življenjske stile. Ti stili so del dinamičnega materialnega-digitalnega-sistemskega-družbenokulturnega itn. translokalnega okolja in tesno povezani s trgov. Vsebinsko jih zaznamuje popularna kultura: popularna glasba, trendovski športi, ustvarjalne prakse in nenazadnje samo podjetništvo.

Podkrepimo to trditev s primeri. Ela svojo dejavnost razume v tesni povezavi s sodobnim negotovim časom, ko (po njenem) skupnosti sodela izboljšujejo pogoje dela in blažijo stiske samozaposlenih. Toda čeprav je njen projekt neposredno odgovarjal na prekarizacijo dela v času gospodarske krize, je bil v osnovi projekt, ki se je porodil iz njenega življenjskega stila. Bila je namreč pripadnica različnih subkultur (od adrenalinskih športov do elektronske glasbe) in je vedno sledila novim trendom. Na nekem mednarodnem dizajnerskem festivalu je naletela

(ali če bi) bilo to potrebno, ter da se identificirajo s kreativnimi industrijami in/ali sodobnimi podjetniškimi modeli (*startup*, množično financiranje, podjetniške skupnosti itn.).

na koncept sodela.⁵ A če bi ne odkrila ravno tega, bi verjetno nekaj drugega iz nabora sodobnih, hkrati stilnih in preživetvenih praks ter iz tega naredila svoj projekt. Pri seznanjanju s kreativnimi industrijami je spoznala skupino mlajših industrijskih oblikovalcev, ki je prav tako razvijala načine sodela, njen član pa je bil Jani. Skupina se je ob oblikovanju posvečala različnim trendovskim dejavnostim (od elektronske glasbe do hipsterskega kolesarjenja). Jani je na moje vprašanje o vplivu gospodarske krize nanj in njegove sodelavce odgovoril, da krize niso niti opazili, čemur se danes nekoliko čudi, saj je bil zaradi usihajoče industrije oblikovalski sektor močno podhranjen:

O tem sem že razmišljal. Nas ta kriza ni ... Mi smo bili mladi in smo bili ful pozitivni in smo videli samo opcije, imeli samo voljo. In delali ogromno, ogromno smo delali, res, se prekurili takrat. Ampak je bilo v redu, z veseljem smo to počeli. Pozitivno smo bili naravnani vsi, kljub temu, da smo vedeli, da je težko pa da smo podplačani [...]. Kar smo uspeli ustvariti okoli tega, je bila ta community, ki se je ful močna tu ustvarila, in to je bilo dovolj.

Sicer pa so Janijevo zanimanje takrat pritegnila stalna preoblikovanja razmer in načinov dela. Ko se je na primer njegova skupina umaknila in so njihov prostor sodela prevzeli nekaj let mlajši, so takoj uvedli novosti, še mlajši naslednji nasledniki pa imajo spet nove potrebe, vrednote, miselnost, vizije, pristope in orodja. Zaradi stalnega preobražanja materialnega-digitalnega-sistemskega-družbenokulturnega itn. okolja Jani pravi, da ne želi soditi o mlajših, zanima ga le, kam (se) stvari razvijajo. Tudi Nejcovo delo lahko opredelimo kot projekt življenjskega stila. Med bivanjem v ZDA ga je osupnila tamkajšnja dinamična *startup* scena, zato je želel postati podjetnik tudi sam. Krizo po letu 2008 pa mi je opisal kot spodbudo za nastanek *startup* scene pri nas, ki so jo on in njegovi kolegi pomagali dejavno graditi. V tem vidi svoje poslanstvo, torej biti uspešen podjetnik in pomagati ustvarjati podjetniško skupnost, ki bi temeljila na načelih vzajemnosti (*sharing*) (prim. Kozorog 2018b). Po tem načelu širi svoja spoznanja o poslovanju v izrazito dinamičnem okolju informacijskih tehnologij in svetuje mladim, kot je tudi Janiju in Nacetu. Nace pa je bil med krizo še srednješolec in se je o tem podučil šele kasneje. Pravi, da je postal podjetnik, ker je ambiciozen in ker hoče biti »sam svoj šef« (prim. Freeman 2014: 16; Kozorog 2019: 24; Magee 2019). Čeprav gospodarske krize ni občutil, vidi čas, v katerem živi, kot v celoti zaznamovanega z negotovostjo:

Mi smo rojeni v ful bolj tako okolje, ki se hitro spreminja. Moramo se skozi prilagajati. Ko sva prej govorila o mar-

5 Šlo je za Design Week 2011; takoj za tem se je s konceptom sodela seznanila še na evropski konferenci na temo sodela. Take platforme v mednarodnem prostoru širijo nove modele kreativnih industrij in z njimi povezanih življenjskih stilov, ki temeljijo na delu, druženju in etičnih načelih (prim. Irani 2013).

ketingu: pet let nazaj je bil Facebook, zdaj prek Facebooka se ful težko dela, zdaj imaš Instagram, kaj bo naslednja stvar? Skoz se moraš nekaj učiti, naprej iti. Včasih se mi zdi, da je bil nek klasičen koncept: našel si fizične trgovine in si dal notri svoje produkte in si pač čakal. Zdaj je pa nek tak, res tak kaos, okolje, kjer moraš biti skoz ozaveščen, kaj se dogaja. Skoz spreminjati malo koncept.

Trije vmesni sklepi: prvič, kriza po letu 2008 za obravnavane akterje osebno ni bil prelomni dogodek, projekte so opredelili kot svojo izbiro, ki je bila primarno izbira življenjskega stila in ne izbira iz nuje. Drugič, vseeno so pri svojem delu reflektirali spremembe na področju dela, ki so po njihovem mnenju deloma izvirale iz krize, deloma pa iz dinamičnega materialnega-digitalnega-sistemskega-družbenokulturnega itn. okolja. Tretjič, hitre spremembe vidijo kot stalnico tega časa: okolje se hitro spreminja (posebej zaradi informacijskih tehnologij), je zelo nestabilno (pogosto zaradi globalne ekonomije, danes še epidemije), zato je celoten sodobni čas (in ne le čas uradno oznanjenih kriz) prežet z negotovostjo in prehodnostjo. Glede zadnjega obstaja podobnost s tem, kar je glede občutenja gospodarske krize v Mongoliji, ko je kriza sicer nastopila kot izjema, a hkrati v splošno nestanovitnih časih ni bila izjemna, zapisala Rebecca Empson, in sicer da je »občutek, da stvari visijo na tanki niti, v mnogih sferah postal 'nova vsakdanjost' [...]. Včasih se zdi, da *ne*-kriza ne obstaja« (Empson 2020: 17). Negotovost in prehodnost zato ljudje retorično sprejemajo kot normalno, kar v nekaterih okoljih zaznamuje splošno stanje duha (glej Petrovič-Šteger 2018).

Epidemija je za tukaj obravnavane akterje prinesla le še eno razsežnost negotovosti v nasploh negotov in prehodni čas. Toda imajo različne dejavnosti – dva sta proizvajalca (Jani in Nace), dva pa se tudi sistemsko ukvarjata z ekonomijo (Ela in Nejc), zato so zdravstveno in predvideno bodočo strukturno krizo v nekaterih pogledih doživljali različno. Medtem ko sta prva dva govorila o lastnih težavah na trgu (nevarnost upada prodaje, težave z dobavitelji, primerjava lastne panoge z drugimi), sta se druga dva bolj posvetila sistemu. Ela pravi, da je to, kar počne, že v osnovi iskanje novih modelov za spopadanje s krizami:

Mi smo recesivni model. Mi smo v bistvu NGO, ki najboljše dela v recesiji. Zaradi tega, ker rešujemo probleme tistim najšibkejšim. In to probleme, kako boljše delati. In zdaj spet za nas prihaja dobro obdobje. [...] Za [korporacije] prihaja slabo. [...] Če smo mi s prejšnjo krizo naredili enega najboljših modelov v Sloveniji, kako pomagati mladim delavcem, 10, 8 ali 9 let nazaj, smo takrat imeli precej manj know-howa. Zdaj imamo ful več know-howa. Zdaj imamo tudi več partnerstev. [...] In sem rekla, dajmo mi zdaj izkoristiti to, da še boljše postavimo naše programe.

Medtem ko je Ela poudarila socialni dejavnik spopadanja z epidemijo, je Nejc poudaril nove podjetniške priložnosti. V času karantene je močno narasla uporaba interneta, delo

na domu je ustvarilo nove želje in potrebe, zato pričakuje odziv podjetnikov: »Spet bodo novi startapi, spet bodo novi ljudje, ki bodo nove rešitve dobili pa dali ven, tako kot je bilo leta 2009 pa 2012 pa tako naprej.«

Kljub razlikam v razmišljanju o epidemiji je njihovo razumevanje sodobnega časa (pred, med in po epidemiji) podobno: čas je ob naglih spremembah izrazito prehodni, kar zahteva njihovo dejavno iskanje rešitev, ki bodo narekovale prihodnost.

Štirje akterji so se o kriznih in nasploh negotovih časih izrazili v duhu etike, ki jo zaznamujejo prožnost, odgovornost in optimizem. Poglejmo to etiko z analizo omenjenih pojmov. Z etiko razumemo samorefleksijo in presojo lastnih dejanj po določenih kriterijih pravega ali dobrega (Kozorog 2018a; Laidlaw 2014; Lambek 2010); to ljudje počnemo tudi kot subjekti ekonomije (Boltanski in Chiapello 2005; Weber 2002). Prožno in ustvarjalno odzivanje na nove okoliščine velja za vrlino podjetnikov (Schumpeter 1947; Strathern 1972), torej izbranih posameznikov, a je ta vrlina danes širše, celo splošno pričakovana. Da so v neoliberalni državi (Foucault 2015) državljani podvrženi različnim režimom prilagodljivosti in da je posameznikova prožnost tam moralna norma, so z različnih koncev sveta in domen življenja poročali številni avtorji (Bourdieu 1998; Freeman 2014; Gershon 2016; Kanna 2010; Ong 1999). Tudi pri nas se prožnost uveljavlja kot osebno odgovornost (Vodopivec 2012, 2017). Odgovorna oseba je dejavna pri sprotne premisleku o okoliščinah, v katerih deluje, in v preobražanju sebe – svoje (samo)podobe, znanj, načrtov, želja itn. – glede na trenutne ponudke. Koncept »ponudka« (angl. *affordance*) se v izvorni ekološki definiciji (glej Ingold 1994) nanaša na elemente materialnega in živega okolja, ki jih žival prepozna kot potencialne (oprijemališča) za lastno delovanje; tukaj s ponudki razumemo dosegljive potencialne večplastnih materialnih-digitalnih-sistemske-družbenokulturnih itn. okolij, ki so skladni s posameznikovo etiko, da se jih oprime v nadaljevanju življenjske (ali karijerne) poti (Keane 2016: 27–32). Takšni ponudki-potenciali so lahko marsikaj: informacija, zakonski predpis, posebno znanje, obleka, prostor, čustvo, skratka karkoli, kar je dosegljivo, etično sprejemljivo in oprijemljivo (v smislu, da si s tem lahko pomagamo) v okviru določene dejavnosti. Ta koncept bo ključen za določevanje njihovega optimizma (v nadaljevanju).

Vrlina odgovornosti zadeva delujočega posameznika (zvestoba sebi; presoja posledic nekega dejanja zame) in druge, na katere vpliva naše delovanje (Keane 2016; Kozorog 2018a; Laidlaw 2014; Lambek 2010). V okviru konkretnih dejavnosti obravnavanih akterjev se kaže takole: sami so izbrali svojo dejavnost, ki je njihov osebni projekt; hkrati pa to, kar počnejo, razumejo kot družbeno dobro. Ela sodelo povezuje z urejanjem pravic samozaposlenih; Jani omenja skupnost, ki so jo ustvarili sodelavci; Nejc po principu vračanja podjetniškega uspeha okolici organizira brezplačne

delavnice o zagonskem podjetništvu; Nace pa v duhu splošno priljubljenih nacionalističnih diskurzov, značilnih za današnje Slovenijo, pravi, da bi proizvodnjo lahko preselili na Kitajsko, a želi zaposlovati v svoji bližini in pošteno plačevati delo. Odgovornostna ideologija, ki spodbuja hkratno delovanje zase in za korist okolice, ni posebnost slovenskega podjetništva, ampak raje generacijski in razredni odnos do podjetništva v naši in sorodnih družbah (prim. Muehlebach 2012; Petrovič-Šteger 2018).

Poleg prožnosti in odgovornosti obravnavano etiko zaznamuje še odločenost za pozitiven pogled na stanje stvari (prim. Empson 2020; Petrovič-Šteger 2018). Z drugimi besedami, zaznamuje jo optimizem, prepričanje, da bo naše delovanje pripeljalo do nečesa dobrega, boljšega. Tako je na primer Ela, ki je tik pred epidemijo izgubila prostor za svojo dejavnost, težavo komentirala, da je imela celo srečo, saj v času karantene, ko sodelo pač ni bilo možno, ne bi mogla plačevati najemnine, hkrati pa jo je to spodbudilo k izumljanju novih modelov sodela. Nova naročila kolesarske opreme in modnih dodatkov v času epidemije so po drugi strani delovala kot ponudek za Nacetov in Janijev optimizem. Velik optimist je ostal Nejc, ki je o epidemiji razmišljal kot o svežem gorivu *startup* ekonomije. Pri njihovem optimizmu ne gre preprosto za optimizem, ki ga je Schumpeter (1947) vtikal v lik podjetnika kot ustvarjalnega iskalca poti iz kriz. Prav tako to ni »kruti optimizem« (Berlant 2011), ki se nanaša na upajoče prakse, ki so hkrati ovira za dosego cilja, h kateremu stremimo.⁶ V našem primeru gre za »veseli optimizem« (Irani 2013: 18) eksistenčno manj ogroženih sorazmerno mladih ljudi, ki v urejenem okolju osrednje Slovenije stremijo k izboljšavam tega okolja, za katere verjamejo, da se porajajo (tudi) iz njihovih dejavnosti (prim. Poljak Istenič 2015; Vodopivec 2017). Za razliko od krutega optimizma, ki je krut zato, ker se nekdo oprime prav določene dejavnosti (ki tako postane njegovo breme), se ta optimizem ne zasidra toliko v dejavnost, kot se v prepoznavanje ponudkov, ki jih razgibano, nepredvidljivo in prehodno okolje neprestano naplavlja predenj. Negotovi in prehodni čas zato ni vir skrbi, ampak je ravno obratno vir optimizma, saj se v takšnem času nove možnosti porajajo neprekinjeno, znova in znova. Ker spremembe ne ogrožajo obstoja, ampak so dojete kot potencial za nekaj novega,

predvidoma nečesa boljšega, bi ta optimizem lahko imenovali optimizem ponudkov.

Materialno-digitalno-sistemska-družbenokulturno-poslovno itn. okolje se nenehno spreminja, s čimer se zato odpirajo vselej novi ponudki za nadaljevanje akterjevega projekta. Ker je prehodnost osnovno občutenje časa, se mora akter osrediniti na svoj projekt (da ga pripelje v prihodnost) in ponudke pred sabo. To ne pomeni, da se obravnavani akterji nad opisano prekamnostjo navdušujejo. Zanje obstaja kot dejstvo, zato menijo, da naj tisti, ki to lahko, delujejo odgovorno, torej optimistično. Opisani optimizem pa ima slepo pego: akter lastni projekt postavlja v izhodišče delovanja, zato je to delovanje vselej parcialno. Iz tega optimizma ne vznikajo večji in trajni projekti, temveč kapilarni, ker se napajajo iz projekta in vselej prehodnih okoliščin.⁷

Zahvala

Članek je plod projekta *Mladi podjetniki v času negotovosti in spodbujenega optimizma: etnološka študija podjetništva in etike mladih v sodobni Sloveniji*, ki ga denarno podpira Javna agencija za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije (projekt J6-1804). Hvala Saši Poljak Istenič in Maji Petrovič-Šteger, dvema anonimnima recenzentoma ter urednicama tega sklopa za komentarje k prvim inačicam besedila.

Literatura in viri

- BAJIČ, Blaž: Against Creativity: Loosely Structured Thoughts on a Loosely Defined Topic. *Traditiones* 46/1–2, 2017, 189–207.
- BENAK CVIJANOVIĆ, Vanessa in Rene Dopler: Podjetništvo v šolskih klopeh: etnografija spodbujanja podjetniške kreativnosti na šoli v Novem mestu. *Glasnik SED* 60/2, 2020, 30–41.
- BERLANT, Lauren: *Cruel Optimism*. Durham in London: Duke University Press, 2011.
- BOLTANSKI, Luc in Ève Chiapello: *The New Spirit of Capitalism*. London in New York: Verso, 2005.
- BOURDIEU, Pierre: The Essence of Neoliberalism. *Le Monde Diplomatique*: <https://mondediplo.com/1998/12/08bourdieu>, 1998.
- DUMÉNIL, Gérard in Dominique Lévy: *Marksistična ekonomija kapitalizma*. Ljubljana: Založba Sophia, 2012.
- EMPSON, Rebecca M.: *Subjective Lives and Economic Transformations in Mongolia: Life in the Gap*. London: UCL Press, 2020.

6 Koncept omenjam, ker je pritegnil pozornost antropologov (glej npr. Empson 2020). Antropologija je načeloma sicer optimistična veda, saj dopušča možnost in spodbuja zamišljanje drugačnega sveta od tistega, ki ga dojemamo kot samoumevnega (glej Hage 2012). A tako kot tukaj obravnavani optimizem temelji na nišnem delovanju in ne na večjih projektih pravičnejših družbenih razmerij, tako se tudi del antropologov vse bolj izrazito usmerja v iskanje »konkretnih rešitev«. Zato ne preseneča, da se je oznaka »optimistična antropologija« (Spletni vir 3) pojavila kot metoda prenosa antropoloških znanj v podjetniške time, ki v sodobni kompleksnosti iščejo rešitve za »konkretno probleme«.

7 Za konec še ena opomba. Na začetku tega eseja sem zadovoljno zapisal, da sem se v času trenutne etnografske krize, ko imamo zaradi epidemije omejen dostop do ljudi, uspel izogniti avtoetnografiji. Na koncu pa se sprašujem, ali nisem izjav svojih sogovornikov spontano tlačil v lastno občutje sodobnega časa, negotovosti in kariere. V zgornjih analizah namreč zlahka prepoznam svoje lastno iskanje ponudkov, podjetnost in optimizem ter parcialnost dosežkov prekarne znanosti, zato se mi zdi čisto možno, da sem ob opisovanju drugih pravzaprav opisoval samega sebe.

- FOUCAULT, Michel: *Rojstvo biopolitike: kurz na Collège de France, 1978–1979*. Ljubljana: Krtina, 2015.
- FREEMAN, Carla: *Entrepreneurial Selves: Neoliberal Respectability and the Making of a Caribbean Middle Class*. Durham in London: Duke University Press, 2014.
- GERSHON, Ilana: "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, 2016, 223–246.
- HAGE, Ghassan: Critical Anthropological Thought and the Radical Political Imaginary Today. *Critique of Anthropology* 32/3, 2012, 285–308.
- HONEYMAN, Catherine A.: *The Orderly Entrepreneur: Youth, Education, and Governance in Rwanda*. Palo Alto: Stanford University Press, 2016.
- INGOLD, Tim: Introduction. V: Tim Ingold (ur.), *What is an Animal?* London in New York: Routledge, 1994, 1–16.
- IRANI, Lilly: The Cultural Work of Microwork. *New Media & Society* 0/0, 2013, 1–21.
- KANNA, Ahmed: Flexible Citizenship in Dubai: Neoliberal Subjectivity in the Emerging "City-Corporation". *Cultural Anthropology* 25/1, 2010, 100–129.
- KEANE, Webb: *Ethical Life: Its Natural and Social Histories*. Princeton in Oxford: Princeton University Press, 2016.
- KOZOROG, Miha: »Normalen podjetnik« vs. »poseben aktivist«: Iskanje ravnovesja med osebo in prihodnostjo. *Glasnik SED* 58/3–4, 2018a, 51–63.
- KOZOROG, Miha: The Ecosystem Ideal and Local Neoliberalism of the Young Entrepreneur: The Millennials' Entrepreneurial Environment in Slovenia. *Etnološka tribina* 41/48, 2018b, 259–80.
- KOZOROG, Miha: Trije časi podjetništva mladih v Sloveniji. *Glasnik SED* 59/2, 2019, 19–32.
- LAIDLAW, James: *The Subject of Virtue: An Anthropology of Ethics and Freedom*. Cambridge: Cambridge University Press, 2014.
- LAMBEK, Michael: Introduction. V: Michael Lambek (ur.), *Ordinary Ethics: Anthropology, Language, and Action*. New York: Fordham University Press, 2010, 1–36.
- MAGEE, Siobhan: "To be One's Own Boss": Exceptional Entrepreneurs and Products that Sell Themselves in Urban Poland. *Ethnos* 84/3, 2019, 436–457.
- MUEHLEBACH, Andrea: *The Moral Neoliberal: Welfare and Citizenship in Italy*. Chicago in London: University of Chicago Press, 2012.
- ONG, Aihwa: *Flexible Citizenship: The Cultural Logics of Transnationality*. Durham in London: Duke University Press, 1999.
- PETROVIĆ-ŠTEGER, Maja: O »odprtem pogledu«: miselne pokrajine in doživljanje časa družbenih podjetnikov in vizionarjev v današnji Srbiji. *Glasnik SED* 58/3–4, 2018, 7–24.
- POLJAK ISTENIČ, Saša: Kolo kot akter ustvarjalne urbane regeneracije. *Glasnik SED* 55/3–4, 2015, 23–37.
- SCHUMPETER, Joseph A.: The Creative Response in Economic History. *The Journal of Economic History* 7/2, 1947, 149–159.
- Spletni vir 1: Trading Economics: Slovenia Youth Unemployment Rate; <https://tradingeconomics.com/slovenia/youth-unemployment-rate>, 28. 10. 2018.
- Spletni vir 2: SPIRIT: podjetništvo, inovativnost in tehnološki razvoj; <https://www.spiritslovenia.si/spirit-slovenija/podjetnistvo-inovativnost-in-tehnoloski-razvoj>, 9. 8. 2019.
- Spletni vir 3: Optimistic Anthropology: What is Optimistic Anthropology (in Honor of #Anthroday); <https://www.optimisticanthro.com/blog/2020/2/20/what-is-optimistic-anthropology>, 20. 2. 2020.
- STRATHERN, Andrew: The Entrepreneurial Model of Social Change: From Norway to New Guinea. *Ethnology* 11/4, 1972, 368–379.
- VODOPIVEC, Nina: Samoodgovornost – paradigma sodobne modernizacije: izziv ali grožnja. V: Andrej Studen (ur.), *Pomisli na jutri: o zgodovini (samo)odgovornosti*. Ljubljana: Inštitut za novejšo zgodovino, 2012, 223–245.
- VODOPIVEC, Nina: Creativity in Production and Work: Experiences from Slovenia. *Traditiones* 46/1–2, 2017, 127–147.
- WEBER, Max: *Protestantska etika in duh kapitalizma*. Ljubljana: SH, 2002.
- YURCHAK, Alexei: Russian Neoliberal: The Entrepreneurial Ethic and the Spirit of "True Careerism". *The Russian Review* 62, 2003, 72–90.

Uncertain Times and the Optimism of Affordances

The article is based on discussions with four actors in the field of youth entrepreneurship who operate in the tidy environment of central Slovenia. The four actors strive to improve the said environment, believing that their projects (also) foster such improvements. Discussions with them took place during the Covid-19 crisis and so touched upon the current crisis, the economic crisis following 2008 (at which time the actors started undertaking their activities), and times of crisis in general. The article established that the actors in question viewed the contemporary period in general as a time of transition, uncertainty, and rapid change, to which they must be able to respond with speed and flexibility. This is why they also approach the current crisis with optimism, i.e. as just another dimension of uncertainty in an already uncertain time, one which mainly presents new challenges. The article posits that their optimism stems precisely from their perception of time as uncertain and fast-changing; the article defines the said optimism as the “optimism of affordances”. Affordances are defined as attainable potentials of complex material-digital-systemic-social-cultural-etc. environments, onto which an actor latches in continuing their life or career path (provided these conform to her/his ethics). Because the fast-changing environment provides a constant stream of affordances, the uncertain and transitional period is viewed as a cause for optimism. As it is anchored in the said affordances, the actors’ optimism itself has staying power.

