

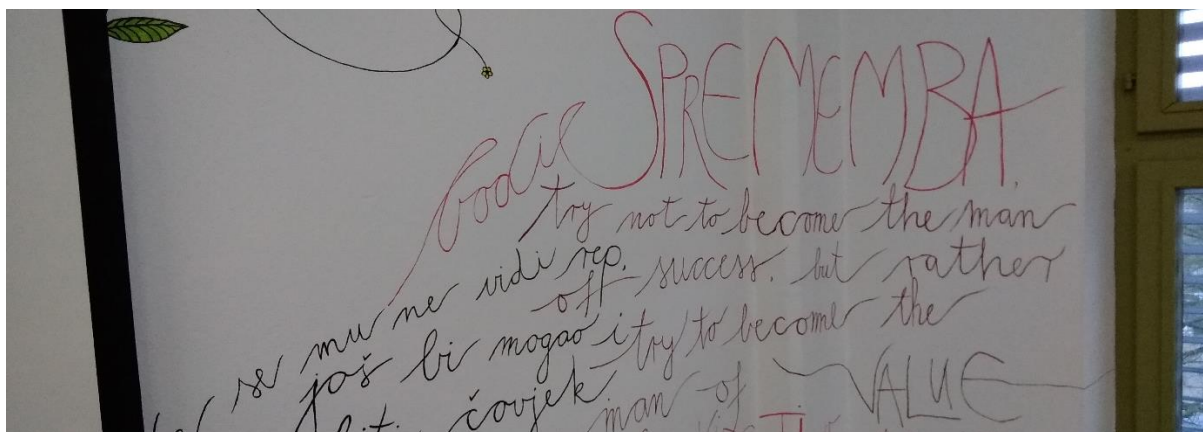


Foto: Motivacijski slogani na stenah prostora sodela; M. Kozorog

Mladost v duhu kapitalizma danes

znanstveni simpozij

Kdaj: četrtek, 12. 11. 2020, 9h–14h

Kje: zoom: <https://uni-lj-si.zoom.us/j/93838642238>

Prireditelji: ZRC SAZU, Inštitut za slovensko narodopisje

Organizacijski odbor: Miha Kozorog in Saša Poljak Istenič

Knjižico uredil: Miha Kozorog

Slovenska javnost lahko danes pogosto sliši optimistične pripovedi o t. i. »mladih podjetnikih«, tj. mladih ljudeh, ki so se odločili za samostojno podjetniško pot ter so z lastnimi idejami in zagnanostjo zmožni preživljati sebe in morda še koga. Ti mladi svoja znanja, veščine, prostočasne dejavnosti in inovativne zamisli spreminjajo v posle, ki jih družba nagraduje s sorazmerno visoko, predvsem pa naklonjeno pozornostjo. S tem povezani procesi so za slovenski prostor novost, javnosti pa vlivajo dobršno mero optimizma, da je prihodnost mladih in družbe nasploh, kljub negotovim časom, vendarle lahko svetla, če bodo le mladi pokazali dovolj poguma in si bodo s svojimi znanji ustvarili trg, dobiček in osebni uspeh. Zgodbe uspešnih mladih, ki nagovarjajo druge mlade, da sledijo njihovi poti, imajo še drugačno moralno noto od tiste, da podjetništvo prinaša osebno korist. Pravzaprav prinašajo enakovredno sporočilo, da poleg osebne koristi podjetništvo ustvarja tudi družbeno korist, da je torej na mladih odgovornost zgodovinskega akterja, ki bo s svojim kreativnim in inovativnim potencialom ter tvorjenjem »podjetniških ekosistemov« popeljal celotno družbo v boljšo prihodnost. Tako pomembne vloge slovenska družba mladim ni pripisovala že dolgo.

Znanstveni simpozij je rezultat projekta *Mladi podjetniki v času negotovosti in spodbujenega optimizma: etnološka študija podjetništva in etike mladih v sodobni Sloveniji (J6-1804)*, ki ga iz državnega proračuna sofinancira Javna agencija za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije.

PROGRAM

9:00-9:10

pozdravni nagovor

Miha Kozorog, vodja projekta *Mladi podjetniki v času negotovosti in spodbujenega optimizma*

9:10-11:00

predavanja z diskusijo

Jurij Fikfak

Habitus slovenskega podjetnika: refleksija

Tatiana Bajuk Senčar

Evropska pojmovanja podjetništva mladih

Saša Poljak Istenič

Ustvariti svojo prihodnost: o izobraževanju mladih bodočih podjetnikov

Dan Podjed in Gregor Cerinšek *Primerjava pristopov za spodbujanje podjetništva med študenti*

11:00-11:30

odmor

11:30-13:30

predavanja z diskusijo

Peter Simonič

Družbena odgovornost in uspešnost mladih podjetnikov v Mariboru

Maja Petrovič-Šteger

O oblačilih kot »drugi koži« in teksturah prostora in časa v organskem oblikovanju

Boštjan Kravanja

Podjetnost in pristranost: o promociji podjetniških vrednot v luči antropologije sreče

Miha Kozorog

Prostorjenje mladih v sodobni Sloveniji

13:30-14:00

zaključek z diskusijo

Habitus slovenskega podjetnika: refleksija

Jurij Fikfak, ZRC SAZU, Inštitut za slovensko narodopisje

Kaj se lahko naučimo iz starejše etnološke raziskave *Habitus slovenskega podjetnika med 1960 in 1990*? Kakšne primerjave lahko naredimo med podjetnikom v jugoslovanskem socializmu (Fikfak in Prinčič 2008) in mladim podjetnikom (Kozorog 2018, 2019) v sodobni Sloveniji? Kako sta dva zelo različna politična in gospodarska sistema – jugoslovanski in slovenski po nastanku samostojne države (če pri obeh upoštevamo tudi različna zgodovinska obdobja) – uokvirjala podjetništvo in kako (če sploh) podjetništvo mladih? Kako so socializacija v zgodnjem obdobju življenja (družina, okolje odraščanja) in medgeneracijski odnosi oblikovali etiko in posebej podjetniško etiko v teh različnih zgodovinskih obdobjih? Kakšen odnos so skozi socializacijo mladi oblikovali do krajev odraščanja in kako se ta kaže pri podjetnikih?

Evropska pojmovanja podjetništva mladih

Tatiana Bajuk Senčar, ZRC SAZU, Inštitut za slovensko narodopisje

S pomočjo ključnih evropskih dokumentov in programov EU bo prispevek predstavil opredelitev in razvoj konceptov podjetništva in podjetništva mladih v zadnjih 10–12 letih v Evropski uniji. Prispevek bo prikazal širši kontekst, v katerem so se razvili koncepta podjetništva in mladega podjetništva kot normativni razvojni prioriteti ter kategorija mladih podjetnikov kot pomembna ciljna skupina. Posebna pozornost bo posvečena analizi normativne vloge, ki je pripisana mladim podjetnikom v okviru evropskih diskurzov o gospodarski rasti in razvoju.

Prispevek temelji na analizi izbranih EU dokumentov in programov, sprejetih po letu 2008. Med njimi so Akt za mala podjetja za Evropo (2008), pobuda Mladi in mobilnost (2010), Jamstvo za mlade (2013) in Akcijski načrt za podjetništvo 2020 (2013), kakor tudi programi, kot so Erasmus za mlade podjetnike, JEUNE (Organizacija mladih podjetnikov Evropske unije), YES (Evropska konfederacija mladih podjetnikov) in EYIF (Evropski forum mladih inovatorjev).

Ustvariti svojo prihodnost: o izobraževanju mladih bodočih podjetnikov

Saša Poljak Istenič, ZRC SAZU, Inštitut za slovensko narodopisje

Kako vzgojiti mlade v podjetnike? Z ustreznimi šolskimi in izvenšolskimi programi, se strinja večina sodobnih držav, tudi Slovenija. Prvi poskusi podjetniškega izobraževanja segajo sicer že v čas tik po drugi svetovni vojni, razmahnilo pa se je v 70. letih prejšnjega stoletja v ZDA in se nato razširilo praktično povsod po svetu. V nekdanjih socialističnih državah sledimo temu pojavu od 90. let dalje; v Sloveniji so že vsaj od leta 1995 po šolah izvajali podjetniške krožke, prvi predlog strategije uvajanja podjetništva v redni šolski sistem pa sega v leto 2006, ko jo je za Javno agencijo RS za podjetništvo in tuje investicije izdelal Center za razvoj podjetništva na Ekonomski fakulteti UL.

Glede na preliminarno raziskavo sta danes v Sloveniji uveljavljeni dve »smeri« podjetniškega izobraževanja. Prva so spodbude, izobraževanja in projekti javne agencije Spirit Slovenija, druga pa je metoda Ustvarjalnika, podjetja, ki pomaga ideje pretvoriti od zamisli na papirju do prvega produkta in začetka posla. Medtem ko prva skuša za podjetništvo navdušiti in o njem poučiti čim večje število učencev osnovnih in srednjih šol, večinoma prek izobraževanja učiteljev in tekmovanj, drugi spodbuja mlade, ki že imajo podjetniško idejo, in jim jo pomaga spremeniti v posel; njihova ciljna skupina so tako predvsem dijaki in študenti – oz. je zanje »'mlad' vsak podjetnik, ki šele začenja svojo pot,« kot navajajo na svoji spletni strani

Prispevek bo na podlagi intervjujev z dvema podjetnikoma, ki sodelujeta s šolami in sta predstavnika obeh predstavljenih »smeri« podjetniškega izobraževanja, razmišljal o značilnostih šolskega izobraževanja in zunajšolskih dejavnosti ter o tem, kakšne etične dispozicije se v teh procesih oblikujejo.

Primerjava pristopov za spodbujanje podjetništva med študenti

Dan Podjed, ZRC SAZU, Inštitut za slovensko narodopisje

Gregor Cerinšek, Inovacijsko-razvojni inštitut Univerze v Ljubljani

Prispevek primerja dva pristopa za spodbujanje podjetništva med študenti. Najprej predstavi analizo projektov iz programa Po kreativni poti do znanja (PKP), ki so povezali študente in mentorje iz univerzitetnega in industrijskega okolja. Zaradi projektne naravnosti, praktične usmerjenosti ter interdisciplinarnosti programa PKP so bila za razumevanje uspešnosti pristopa ključna mnenja naslednjih sodelujočih skupin Univerze v Ljubljani: 1. študentov (296 anketirancev), 2. pedagoških mentorjev (99 anketirancev) in 3. delovnih mentorjev iz (ne)gospodarstva (65 anketirancev). V celoti smo z anketo pridobili odgovore 460 ljudi in analizirali njihovo mnenje o PKP.

Pristop PKP je podoben tistemu, ki so ga uporabili sodelavci mednarodnega projekta PEOPLE (program Erasmus+ Zaveznitstva znanja); tudi ta je bil namreč namenjen spodbujanju razvojnih rešitev po meri ljudi v industrijskih in izobraževalnih okoljih. V tem projektu so študentje Univerze v Ljubljani, ki je bila ena od štirih akademskih institucij, vključenih v projekt, ob podpori akademskih in industrijskih mentorjev eksperimentirali s svojim znanjem, veščinami in metodami ter sodelovali pri razvoju novih rešitev. Med analizo procesa, ki smo jo izvedli s kombinacijo kvalitativnih in kvantitativnih pristopov (anketa, intervjuji, fokusne skupine), se je pokazalo, da so s prenosom učnega procesa iz učilnic v industrijsko okolje študentje pridobili podjetniške in vodstvene izkušnje ter opozorili še na aplikativno vrednost družboslovja in humanistike.

Prispevek izpostavi bistvene razlike med pristopoma, pri čemer ugotavlja, da so v PKP študenti pomagali reševati vnaprej opredeljene industrijske izzive, v PEOPLE pa so te izzive pomagali najprej prepoznati in opredeliti, potem pa so jih reševali. Ključna podobnost pa je, da so v obeh primerih študenti oblikovali inter- in transdisciplinarne skupine ter skušali individualno učenje zamenjati s praktičnim reševanjem dejanskih izzivov. Preseganje meja med znanstvenimi področji ter sodelovanje med akademsko sfero in gospodarstvom sta bila tudi dejavnika, ki sta tako v PKP kot v PEOPLE pomembno prispevala k inovativnosti pedagoškega pristopa.

Družbena odgovornost in uspešnost mladih podjetnikov v Mariboru

Peter Simonič, Univerza v Ljubljani, Oddelek za etnologijo in kulturno antropologijo

V iskanju novih možnosti po gospodarski krizi leta 2008 sta se med aktivnim ali kreativnim delom mladih v Mariboru nakazali dve temeljni usmeritvi razreševanja lastne prihodnosti. Prvo zastopa socialno in zadružno podjetništvo, ki temelji na kritiki neoliberalne družbe in države, njegovi nosilci pa so predvsem sociologi, kulturologi, antropologi ipd. Na tem podjetniškem polju se največ akterjev ukvarja s prehrano, ekologijo in kulturo ter ima podporno okolje v Tkalki in združenju Socialna ekonomija Slovenije. Ta skupina izpostavlja družbene probleme in odgovornost, vendar zanemarja poslovne vidike in motivacije vodenja sodobnih organizacij, zato mnoge pobude hitro zamrejo. Sčasoma sta tej usmeritvi upadla tudi finančna in idejna podpora ter članstvo; člani te skupnosti so se preusmerili v klasično podjetništvo ali povsem zapustili polje podjetništva. Urbani vrtovi, prehranske košarice in participativni proračun so najtrajnejše in zakrite posledice delovanja te skupine.

V drugo skupino spadajo mladi podjetniki, ki se združujejo v skupnosti Start:up Maribor s podporo Univerze v Mariboru. Ta skupina mladih kreativcev izhaja iz individualne odgovornosti in nujnosti poslovnega združevanja za lastno preživetje, po osnovni izobrazbi pa so predvsem ekonomisti, strojniki, informatiki ipd. Prevladujejo projekti s področja razvoja informacijskih tehnologij (digitalizacije) in storitvenih dejavnosti, pri katerih je družbena odgovornost dodana k temeljnemu poslanstvu projektov. Zaradi velike mednarodne in državne finančne in organizacijske podpore ter zaradi zabeleženega povečanega števila uspešnih poslovnih subjektov se ta smer v mariborski družbi vedno bolj uveljavlja, glavni ideolog skupnosti pa je bil vpoklican v mestna strateška telesa.

Avtor bo predstavil nekaj posledic tovrstnega razlikovanja in splošnih spoznanj o podjetniški kulturi v Mariboru.

O oblačilih kot »drugi koži« in teksturah prostora in časa v organskem oblikovanju

Maja Petrović-Šteger, ZRC SAZU, Inštitut za antropološke in prostorske študije

Tekstilna industrija je ena največjih onesnaževalk okolja na svetu. Približno 25 odstotkov vseh kemikalij v industriji je uporabljenih prav v proizvodnji tekstila.

Prispevek premišljuje strategije in etiko t. i. odgovornega modnega oblikovanja in odgovornega potrošniškega modnega vedenja v Sloveniji. Osredini se na delo in filozofijo priznane slovenske oblikovalke, ustanoviteljice blagovnega koncepta, ki s svojimi kreacijami modularnega oblačenja že več let kritizira tekstilno industrijo in prispeva k drugačnim praksam nakupovanja, uporabe in nošenja tekstila. V svojih raziskovanjih »sobivanja telesa, tkanine, giba in prostora« ustvarjalka uporablja naravne materiale in ostanke prehranske industrije, kot so ribja koža, ananasovi listi, rabarbarino usnje in surova platna za izdelovanje oblačil, hišnega tekstila in oblačenje prostora. Oblikovalka svoje delo razume kot angažirano in usmerjeno v preoblikovanje posameznikovega, družbenega, a tudi cehovskega odnosa do mode.

Prispevek bo posvetil pozornost razumevanju sodobnih procesov modnega oblikovanja prek koncepta krožnosti, »zdrave tkanine« in ideje »antimode«. Prav tako bo analiziral oblikovalsko osebnost, njeno razumevanje tkanin, membran, telesa, prostora, avdiovizualne pripovednosti in družbene odgovornosti. Študija poslovnega modela ter ustvarjalnih, etičnih in tehnoloških praks oblikovalke, njenih sodelavk in strank je umeščena v širši okvir antropologije oblačenja in analize kritične produkcije/porabe v času ekonomske in ekološke negotovosti.

Podjetnost in pristranost: o promociji podjetniških vrednot v luči antropologije sreče

Boštjan Kravanja, Univerza v Ljubljani, Oddelek za etnologijo in kulturno antropologijo

Prispevek obravnava vizijo podjetniških vrednot, ki jih promovirajo in spodbujajo številne razvojne, mladinsko-pedagoške in zaposlovalske institucije. Veščine podjetnosti in samoiniciativnosti se v teh okvirih tretira kot priučljive vrednote, ki predvsem pri sodobni mladini, pa tudi širše v družbi, izginjajo in jih je za boljši jutri treba restavrirati. Ker pa te vrednote ne naslavljajo osebne sreče bodočih podjetnih in samoiniciativnih posameznikov, ta naj bi se kvečjemu odrazila v potrošnji dodanih vrednosti tistih idej, ki bodo tržno uspešne, se bom v osrednjem delu predavanja posvetil antropološkemu pojmovanju sreče in njenih kulturnih izrazov. Podjetnost in samoiniciativnost se sicer v marsičem udejanjata v takih aktivnostih, ki so za človeka na splošno blagodejne in osrečujoče (transformacija, majhna skupnost, liminalnost, osredotočenost, samoaktualizacija itd.). Toda subjekti teh aktivnosti so predvsem mladi ljudje, ki so že v osnovi prilagodljivejši od starejših in kot taki hvaležnejša populacija od, denimo, posameznikov, ki svoje vire sreče kultivirajo že skozi daljša življenjska obdobja in v različnih družbeno-kulturnih okvirih, tudi tistih, ki so že minuli. V tem smislu v predavanju predstavim nekaj primerjav, na podlagi katerih je mogoče razmišljati o možnostih za humanizacijo obravnavanih podjetniških vrednot. Predavanje temelji na uvidih iz nedavnega etnografskega terenskega dela med predstavniki ključnih institucij in vplivnimi posamezniki na področju razvoja v Vipavski dolini in na Goriškem (oktober 2020).

Prostorjenje mladih v sodobni Sloveniji

Miha Kozorog, ZRC SAZU, Inštitut za slovensko narodopisje / Univerza v Ljubljani, Oddelek za etnologijo in kulturno antropologijo

Sodobne antropološke raziskave kapitalizma so postale pozorne na razmerja med ekonomijo in etiko, kar nikakor ni nova tema (M. Weber, K. Polanyi, E. P. Thompson). Nekatere se posvečajo (ne)moralnosti neoliberalnih politik in praks kot takih, v našem projektu pa etiko razumemo na ravni samoreflektiranega ravnanja mladih oseb, ki (tudi) z upravljanjem preživetvenih strategij in dostopnih sredstev oblikujejo lastna življenja. Postopki njihovega samooblikovanja pa seveda ne potekajo *ad lib*, temveč so vpeti v sistemske spone, ki usmerjajo k specifičnemu delovanju in spodbujajo želene oblike družbenosti. Del teh sistemskih spodbud predstavljajo mladinski prostori, ki jih ustanavljajo država, občine in zasebniki.

Po H. Lefebvru si produkcijski način prostor prikroji glede na to, kakšna družbena razmerja želi skozenj (re)producirati. Za neoliberalizem je značilna visoka prožnost na vseh ravneh produkcije: stalno ustvarjanje »problemov« in »rešitev«, nestalna organizacija dela, zapoved prilagodljivosti posameznika trenutnim potrebam proizvodnega procesa. Avantgardo te gibljive ekonomije predstavlja izumljanje novih tržnih niš in s tem povezana institucionalizacija inovacij (E. Wilf) na vseh področjih bivanja. Kjer je stalno inoviranje zapoved, je vitalnega pomena etika optimizma, po kateri edino obupati ni legitimna izbira. Za to fleksibilno optimistično ekonomijo so mladi idealno opremljeni z zagonom, poznavanjem novih tehnologij in vodljivostjo. Prispevek bo pokazal, da lahko takšno razumevanje mladih obravnavamo v korelaciji s transformacijo mladinskih prostorov v sodobni Sloveniji.

Etnografski primer, ki bo proces prostorske transformacije obravnaval v izbranem kraju, pa bo splošno opažanje o uveljavljanju specifičnih prostorov produktivne kreativnosti skušal tudi nekoliko zrahljati. Pokazal bo, da spreminjanje mladinskega prostora ne poteka le prek državnih ali občinskih politik, ki »od zgoraj« narekujejo prostorski proces, ampak si po eni strani dogodki sledijo spontano, tj. kot naključna sovpadanja birokratskih postopkov in dominantnih družbenih teženj, po drugi pa se »mladi« kot akterji tega procesa v okviru lastnih praks (in generacijsko) nanj različno odzivajo in tako v pogon spravljajo amalgam starih in novih prostorskih praks.