

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Anja Kerin

**INOVACIJSKO NOVINARSTVO: PRIMER
REGIONALNEGA POROČANJA**

Diplomsko delo

Ljubljana 2007

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Anja Kerin

Mentor: doc. dr. Marko Milosavljević

**INOVACIJSKO NOVINARSTVO: PRIMER
REGIONALNEGA POROČANJA**

Diplomsko delo

Ljubljana 2007

Za vso pomoč in nasvete pri pisanju diplomskega dela se zahvaljujem mentorju dr. Marku Milosavljeviću. Hvala tudi Tomiju in Milanu za pomoč pri oblikovanju, Tanji za lekturo in Esteri za nasvete ter članke. Predvsem pa hvala vama mami in oči, da sta mi vsa ta leta stala ob strani in verjela vame.

Inovacijsko novinarstvo: Primer regionalnega poročanja

Inovacijsko novinarstvo je v slovenskem medijskem prostoru še vedno precej neuveljavljeno. Njegova naloga je vzpodbujanje odprtega dialoga med znanostjo, državo, gospodarstvom in lokalnimi skupnostmi. Le tako je namreč lahko dosežen tudi cilj inovacijskega novinarstva, ki se nanaša na skupen in stabilen razvoj vseh vpletenih akterjev, ki sodelujejo v inovacijskih procesih. Analiza besedil je pokazala, da o inovacijskih procesih večinoma poročajo le specializirani poslovni časopisi in revije ter interni časopisi slovenskih podjetij, ki pa jih v primerjavi z najbolj branimi časopisi prebira manjši krog ljudi. Zaradi zahtevnosti in nepoznavanja inovacijskega novinarstva je opazna velika razlika med lokalnimi mediji in mediji, ki so specializirani za področje gospodarstva, znanosti in tehnologije. Projekt Litija – mesto inovativnosti, v katerega so bile vključene tudi delavnice inovacijskega novinarstva, je pri zasavskih lokalnih novinarjih naletel na precej slab odziv, poročanje novinarjev pa se ni bistveno spremenilo. Lokalni mediji sicer namenjajo nekaj svojega prostora tudi inovacijam, vendar pa njihovo poročanje še vedno temelji predvsem na tradicionalnem novinarstvu in poročanju o preteklosti.

Ključne besede: inovacijsko novinarstvo, tradicionalno novinarstvo, lokalno novinarstvo.

Innovation journalism: An exemple of regional reporting

Innovation journalism is still not used by most of the slovenian mass media. It's mision is to stimulate the dialogue between science, state, economy and local communities. Only with their cooperation they can achieve the goal of innovation journalism which relates to joint and stable development of all of them. Analysis reaveled that usually only special bussines newspapers and magazines of slovenian comapanies with smaller readership report about innovation proceses. We noticed big diference between local medias and medias which are specialized to report on economy, science and technology becouse of the lack of knowledge on innovation journalism. The project Litija – city of innovation included innovation journalism workshops but only a few local journalists visited them, so their reportnig has not changed. Local medias in small proportion cover innovations but their reporting is still based on traditional journalism and reporting about the past.

Key words: innovation journalism, traditional journalism, local journalism.

Kazalo

1. UVOD	6
2. SPLOŠNA UMESTITEV POJMA INOVACIJSKO NOVINARSTVO	9
2.1 Razvoj slovenskega novinarstva in tehnološke spremembe v družbi	12
3. NOVINARSTVO KOT POMEMBEN AKTER V INOVACIJSKIH SISTEMIH.....	14
3.1 Model poslovanja medijev in njegov vpliv na ostale akterje	15
3.2 Vzdrževanje kredibilnosti in pozornosti pri bralcih	16
3.3 Novinarstvo in asimetrično znanje	17
3.4 Inovacije v novinarstvu	17
4. MEDNARODNI PROJEKT INOVACIJSKEGA NOVINARSTVA.....	20
4.1 Razvoj področja inovacijskega novinarstva na Univerzi Stanford	21
4.2 Prihodnost inovacijskega novinarstva	23
5. ZGODOVINA SLOVENSКИH MEDIJSKIH PROJEKTOV ZA INOVACIJE.....	25
5.1 Regijski projekti za inovacije	27
6. PILOTSKI PROJEKT »INOVATIVNA LOKALNA SKUPNOST«.....	30
6.1 Prva evropska delavnica o inovacijskem novinarstvu.....	31
7. NAGRADA IN PRIZNANJA ZA POSEBNE DOSEŽKE V INOVACIJSKEM NOVINARSTVU	33
8. ANALIZA BESEDIL	37
8.1 Analiza nagrajenih prispevkov v kategoriji Najboljši novinarski prispevek o inovativnosti v slovenskih medijih, objavljen leta 2006	39
8.1.1 Zeleni podjetniški trendi (Marjana Dremelj, Podjetnik)	40
8.1.2 Bomo s tehnološkimi centri dosegli razvojni preboj? (Matej Peternelj, Profit).....	41
8.1.3 Tekstil je lahko high-tech (Nataša Koražija, Manager)	41
8.1.4 Ključne so notranje inovacije (Primož Kaučič, Podjetnik)	42
8.1.5 Kako utirati pot znanosti in inovativnosti (Samo Kranjec, Finance)	43
8.1.6 Spodbujanje inovativnosti med mladimi (Sara Sonja Lunder, IRT 3000).....	44
8.2 Analiza nagrajenega prispevka v kategoriji Najboljši prispevek o inovativnosti v internih časopisih ali glasilih, ki jih izdajajo slovenska podjetja, objavljen leta 2006	45
8.2.1 Rast je rezultat dobro vodenega inovativnega procesa (Vesna Petkovšek, Pika na G).....	45
8.3 Sklepi po analizi nagrajenih prispevkov o inovativnosti	46
9. SKLEPI PO KONČANEM PROJEKTU LITIJA – MESTO INOVATIVNOSTI	49
10. ZAKLJUČEK.....	52
11. VIRI IN LITERATURA	55
11.1 LITERATURA.....	55
11.2 VIRI.....	56

1. UVOD

Množični mediji obveščajo javnost tudi o dogajanjih v gospodarstvu in spremembah v družbi, a pogosto zanemarjajo pomen inovacij in inovatorjev zaradi komercialnih interesov in nepoznavanja tematike in dogajanja. Inovacijsko novinarstvo prinaša v medije prav tovrstne vsebine, pomembne tako za novinarje kot za gospodarstvo in celotno družbo. Inovativnost je namreč ključ do stabilnega dolgoročnega razvoja in ustvarjanja potrebne dodatne vrednosti, ki pospešuje ta razvoj.

Osrednji cilj diplomske naloge z naslovom Inovacijsko novinarstvo: Primer regionalnega poročanja je analiza razvoja inovacijskega novinarstva v Sloveniji. Mediji so namreč tisti, ki lahko s svojo strokovnostjo in poglobljenostjo pomagajo dvigniti stopnjo splošne družbene zavesti in posledično stopnjo razumevanja dolgoročnih vplivov razvoja in napredka. Diplomska naloga bo vsebovala teoretični del, v katerem bomo po različnih avtorjih povzeli glavne lastnosti različnih programov za izobraževanje na področju inovacijskega novinarstva. Zanimalo nas bo, kako so mediji poročali pred in kako po koncu izobraževanja inovacijskega novinarstva. Ker se tradicionalno novinarstvo ukvarja predvsem s preteklostjo, nas bo zanimalo tudi, katere so glavne značilnosti inovacijskega novinarstva. Primerjali jih bomo s splošno novinarsko teorijo, ki naj bi temeljila na večji konservativnosti in zazrtosti v preteklost.

Naša prva hipoteza je, da slovenski množični mediji obravnavajo inovacije v gospodarstvu, znanosti in tehnologiji le v specializiranih rubrikah oziroma v poslovnih in internih časopisih, ki jih prebira le ozek krog ljudi. Največkrat so to kar ljudje, ki delujejo na prej omenjenih področjih in imajo zato že določeno predznanje o temah, obravnavanih v omenjenih rubrikah. Opazno je tudi pomanjkanje poročanja o inovatorjih oziroma o ljudeh, ki so s svojim inovativnim razmišljanjem pripomogli k razvoju družbe. Naša druga hipoteza je, da v medijih, z izjemo specializiranih poslovnih časopisov in internih glasil, ki jih izdajajo podjetja, primanjkuje poročanja o spremembah in razvoju, ki bi pojasnjevalo dogajanje širšemu občinstvu. Mediji imajo namreč moč, da pospešijo procese obveščanja in na tak način ozaveščajo javnost o najnovejših odkritjih in drugih pomembnih informacijah na jasen, preprost in enostaven način, ki je razumljiv tudi širšim množicam. Naša zadnja hipoteza pa pravi, da se poročanje po seznanitvi z inovacijskim novinarstvom spremeni. Ko novinarji poročajo o informacijah s področja tehnološkega razvoja in inovativnosti, je namreč zelo pomembno, da razumejo vsebino. Mediji oziroma medijski delavci bi tako morali poznati

ključna znanstvena dejstva, ki vplivajo na posameznika in jih podati na razumljiv način, ki bi vseboval tudi, za širšo javnost, privlačen in razumljiv jezik, lahko pisan tudi v obliki zgodbe.

Pri delu se bomo oprli na relevantno in aktualno strokovno literaturo ter na izsledke pilotskega projekta »Inovativna Lokalna skupnost«, v katerega se je vključila litijska lokalna skupnost. V teoretičnem delu bomo predstavili še mednarodni program, ki so ga začeli izvajati v švedski nacionalni agenciji za spodbujanje inovativnosti (VINNOVA) in nadaljevali na ameriški Univerzi Stanford, in ki novinarje uči, kako naj promovirajo in učinkovito spodbujajo inovativnost.

Teoretičnemu delu bo sledila analiza. V empiričnem delu diplomske naloge bomo tako opredelili delovanje sodobnih medijev in v okviru tega razložili pojem inovacijskega novinarstva. Pojasnili bomo tudi, kako je tematika inovacij obravnavana v medijih. Radi bi namreč pokazali, kako izobraževanje na področju inovacijskega novinarstva vpliva na njihovo kasnejše poročanje. Pri tem se bomo osredotočili predvsem na primer zasavske regije in tamkajšnjega mesta Litije. Analizirali bomo poročanje v njihovih lokalnih medijih, ki so bili vključeni v pilotski projekt »Inovativna Lokalna Skupnost« in ga primerjali s prispevki, ki so prišli v ožji krog nagrade za najboljši novinarski prispevek o inovativnosti na področju internih časopisov in glasil oziroma nasploh v slovenskih medijih. Pogovarjali se bomo tudi s posameznimi novinarji, ki delujejo v tem delu Slovenije, saj nas bo zanimalo, kaj so pridobili s tem projektom in ali so zaradi njega spremenili tudi svoje poročanje.

Predvidevamo, da bodo rezultati analize pokazali, da je v Sloveniji poročanje o inovacijah v gospodarstvu, znanosti in tehnologiji in nekaterih ostalih področjih omejeno le na nekatere specializirane poslovne časopise in interna glasila podjetij, ki omenjenih tem ne znajo približati tudi širšemu občinstvu. Menimo namreč, da je v naših medijih zelo opazno pomanjkanje poročanja o spremembah in razvoju, ki bi znalo dogajanje v tehnologiji in gospodarstvu pojasniti ne le strokovnjakom s tega področja, ampak tudi povprečnemu državljanu. Pri klasičnem poročanju je v slovenskih medijih velikokrat opazna tudi izrazita negativnost. Različne afere in škandali v gospodarstvu imajo tako v medijih prednost pred poročanjem o inovacijah in njihovih pozitivnih učinkih za slovensko družbo. Domnevamo pa, da se poročanje novinarjev po seznanitvi s temeljnimi usmeritvami inovacijskega novinarstva spremeni v smeri večjega razumevanja in poznavanja obravnavanih tem.

Omenjene hipoteze in trditve bomo v empiričnem delu dokazali oziroma ovrgli z analizo novinarskih virov in pregledom analiziranih medijev. V prvem delu bomo preučili, kako inovacije in inovatorje obravnavajo finalisti nagrade za najboljši novinarski prispevek o inovativnosti v slovenskih medijih, ki je bil objavljen v lanskem letu. Analizirali bomo tudi

najboljše prispevke o inovativnosti v internih časopisih ali glasilih slovenskih podjetij, ki so bili objavljeni v lanskem letu. V drugem delu pa bomo izsledke primerjali s poročanjem lokalnih medijev na področju Litije oziroma zasavske regije, ki so bili vključeni v izobraževanje inovacijskega novinarstva. Zanimalo nas bo predvsem, kakšno je bilo njihovo poročanje o inovacijah pred in kakšno po končanem projektu. Inovacijsko novinarstvo naj bi bilo namreč temelj za vzpostavljanje inovativnosti lokalnih skupnosti, kar posledično vpliva tudi na njihov hitrejši gospodarski razvoj.

Namen diplomske naloge je torej pokazati, kako inovacijsko novinarstvo vpliva na poročanje o gospodarskih in tehnoloških temah ter temah s področja znanosti, kar bomo dokazali na primeru regionalnega poročanja zasavske lokalne skupnosti in analize nagrajenih novinarskih prispevkov.

2. SPLOŠNA UMEŠTITEV POJMA INOVACIJSKO NOVINARSTVO

V sodobni družbi se odvijajo različni transformacijski procesi. Pri njihovem udejanjanju imajo pomembno vlogo tudi mediji, ki lahko s strokovnimi in poglobljenimi prispevki zagotovijo višjo stopnjo splošne družbene zavesti, višjo ozaveščenost in razumevanje dolgoročnih vplivov razvoja in napredka. Novinarji igrajo vlogo posrednikov med tehnološkimi in inovacijskimi sistemi ter javnostjo. Njihova vloga je prenos informacij s področja inovacij, tehnologije in znanosti v sfero javnosti. Za to seveda potrebujejo tudi ustrezno predznanje, ki ga v ospredje postavlja predvsem inovacijsko novinarstvo.¹

Univerzalne definicije inovacijskega novinarstva ni, saj se razlage tega relativno novega pojma razlikujejo od avtorja do avtorja. Začetnik inovacijskega novinarstva David Nordfors² tako pravi, da je inovacijsko novinarstvo drugo ime za novinarstvo, ki poroča o inovacijah. Inovacijsko novinarstvo se ne nanaša le na nove tehnološke dosežke ampak tudi na inovacije v gospodarstvu, znanosti pa tudi na tako imenovane socialne inovacije. Tehnologija namreč ne more delovati brez znanja ljudi, ki prispevajo svoj delež k razvoju različnih področij življenja. V razvitih gospodarstvih so tako danes po Nordforsovem mnenju politika, izobraževanje, proizvodnja, oglaševanje in finančni sektor povezani v inovacijske sisteme. Z izmenjavo različnih znanj in sodelovanjem med različnimi poklici kot so inženirji, direktorji, akademiki in politiki pa naj bi bili inovacijski sistemi še tesneje povezani.

Eden izmed večjih poznavalcev inovacijskega novinarstva je tudi Jan Sandred. Po njegovem mnenju inovacijsko novinarstvo poroča o inovacijskih sistemih na enak način kot politično novinarstvo poroča o političnih sistemih oziroma gospodarsko novinarstvo o dogodkih in akterjih na borznem trgu.³ Še eno definicijo inovacijskega novinarstva pa lahko najdemo na uradni slovenski spletni strani o inovacijskem novinarstvu, ki jo ureja podjetje Vibacom.⁴ Na njej so zapisali, da je inovacijsko novinarstvo pisanje o inovacijah, ki pokriva tako inovacijske procese (kako se ideje preobrazijo v nove izdelke, storitve in postopke) kot inovacijske ekosisteme (celotno inovacijsko skupnost, ob inovatorjih, industriji ter storitvah

¹ <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-3-2.pdf> (15. 3. 2007).

² <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-1-1.pdf> (13. 3. 2007).

³ <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-1-7.pdf> (11. 9. 2007).

⁴ <http://www.innovationjournalism.si/si/page.php?9> (11. 9. 2007).

tudi, na primer, rizične vlagatelje, patentne pisarne, politike in vse druge udeležence v procesu nastajanja in trženja inovacij).

Novinarstvo in mediji igrajo ključno vlogo v procesih inovacij in institucionalizacije. Glavna naloga inovacijskega novinarstva je tako vzpodbujanje odprtega dialoga med znanostjo, državo, gospodarstvom in lokalnimi skupnostmi. Le tako je namreč lahko dosežen tudi cilj inovacijskega novinarstva, ki se nanaša na skupen in stabilen razvoj vseh vpletenih akterjev, ki sodelujejo v inovativnih procesih. Inovacijsko novinarstvo jih vzpodbuja, da razkrijejo inovativne zgodbe, ki jih povezujejo, pri tem pa poudarja, da morajo pomisliti tudi na pozitivne in negativne posledice inovacijskih rešitev. Novinarji naj bi po končanem projektu inovacijskega novinarstva o inovacijah pisali s prefinjenim občutkom za povezovanje in vpogledom v prihodnost.⁵

V inovacijsko novinarstvo je vključeno tudi poročanje o inovacijah s področja gospodarstva. Slednje je bilo v preteklosti precej zapostavljeno, saj se je z gospodarstvom ukvarjalo le nekaj novinarjev. Vse to pa se je nenadoma spremenilo v osemdesetih letih, ko se je začel hiter vzpon in razvoj poročanja iz poslovnega sveta in gospodarstva. Dnevi, ko so novinarji le povzemali poročila piarovskih služb različnih podjetij, so minili. Novinarji, ki danes poročajo o gospodarstvu, so postavljeni pred velik izziv. Zelo dobro morajo namreč poznati dogajanja v gospodarstvu, hkrati pa morajo znati zapletene gospodarske procese pojasniti na zanimiv način, ki bo pritegnil pozornost bralcev. Ker je takšno delo precej zahtevno, so novinarji v poslovnih časopisih in revijah pogosto kar diplomirani ekonomisti, ki že imajo določena znanja s tega področja. Novinarji pa se morajo neprestano dodatno izobraževati, da lahko sledijo hitremu dogajanju v gospodarstvu (Izard in Greenwald 1982: 242).

Splošna novinarska teorija je v tem pogledu precej bolj konzervativna. Novinarska teorija demokracije tako izenačuje novinarstvo in demokracijo. Pri tem pa po Lippmannovem mnenju dela s takim izenačevanjem nedopustno napako, saj zanemarja omejeno naravo novic in neomejeno zapletenost družbe, hkrati pa precenjuje človeško vzdržljivost, javni duh in vsesplošno sposobnost državljanov (Lippman v Erjavec 2004: 118). Novinarska teorija demokracije prav tako predpostavlja, da novinarji vedno posredujejo resnico. Ettema in Glasser se s tem ne strinjata, saj pravita, da novinarji nimajo dostopa do resnice in zato ne morejo zrcaliti tega, kar se je v resnici zgodilo. Po njunem mnenju pridobivanje različnih mnenj in dokazov o dogodku, še ne dokazuje resnice (Ettema in Glasser v Erjavec 2004: 119).

⁵ http://www.innovationjournalism.si/en/e107_files/downloads/injo_in_mediji_-_zakljucki.pdf (14. 3. 2007).

Tako kot pri inovacijskem novinarstvu so tudi tu pomembni posamezniki – državljani. Novinarska teorija demokracije tako predpostavlja, da želijo biti vsi državljani dobro obveščeni in da imajo od dobre obveščenosti osebne in družbene koristi (Erjavec 2004: 120). Lippmann se s tem ne strinja, saj pravi, da večina državljanov nima niti časa niti sposobnosti in želje, da bi bili obveščeni o pomembnih družbenih vprašanjih. Pomanjkljivosti vidi predvsem v dejstvih, ki naj bi bila preštevilna, preobsežna in nejasna, da bi jih običajni državljani lahko razumeli. Dejstva naj bi bila tako po Lippmannu razumljiva le ozki skupini strokovnjakov (Lippmann v Erjavec 2004: 120). Teorija pri upoštevanju vpliva, ki ga ima na demokracijo družba, upošteva le politični vpliv, pozablja pa na vpliv drugih delov družbe. »Danes ima najpomembnejši vpliv na demokracijo gospodarstvo, nanj pa teorija enostavno pozablja« (Erjavec 2004: 120). Večni izziv novinarjev, ki poročajo o dogajanjih v gospodarstvu, je odločanje, kaj so resnično pomembne gospodarske novice in kaj je le reklama za posamezno gospodarsko družbo. Velike gospodarske korporacije so danes namreč tako vpete v družbo, da je včasih težko uiti njihovim vseobsegajočim lovkam. Gospodarstvo je namreč tesno vpeto tudi v medije, saj je veliko le-teh v rokah velikih gospodarskih družb ali multinacionalk (Keir, McCombs in Shaw 1986: 158).

V sferi inovacijskega novinarstva se nahaja tudi pojem inovativnega novinarstva,⁶ ki uporablja nova orodja in oblikuje nove poslovne modele v novinarstvu. Inovativna družba pa potrebuje za svoj razvoj decentralizirana okolja z ustvarjalnimi, samozavestnimi in razgledani posamezniki. Termin inovacijskega novinarstva je bil oblikovan leta 2003 v švedski tehnološki agenciji (VINNOVA). Dr. David Nordfors, nuklearni fizik, je med delom v agenciji prvi začel s programom inovacijskega novinarstva. Kmalu se je povezal tudi z ameriško univerzo Stanford in področje inovacijskega novinarstva postavil v osrčje programa v okviru Inštituta za inovativno učenje. S tem dejanjem pa je projekt inovacijskega novinarstva presegel meje Švedske in postal mednarodni projekt. Eden njegovih glavnih ciljev je, da inovacijsko novinarstvo postane za inovacijske ekosisteme to, kar je politično novinarstvo za demokratične.⁷

Glavna razlika med tradicionalnim in inovacijskem novinarstvom je v uporabi ustreznega časa. Tradicionalno novinarstvo namreč temelji na preteklem času in se ukvarja s stvarmi, ki so se že zgodile, pisanje o inovacijah pa je povezano s prihodnostjo in stvarmi, ki se šele bodo zgodile.⁸ Razlike so opazne tudi pri poročanju o družbi, saj je tradicionalno

⁶ <http://www.innovationjournalism.si/si/page.php?11> (15. 3. 2007).

⁷ <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-2-5.pdf> (13. 3. 2007).

⁸ http://en.wikipedia.org/wiki/Innovation_Journalism (12. 3. 2007).

novinarstvo precej bolj konzervativno kot inovacijsko novinarstvo. Slednje pa po drugi strani spremlja in tudi vzpodbuja spremembe, ki naj bi bile potrebne za hitrejši razvoj družbe. Novinarska teorija demokracije je tako precej idealistična, saj omogoča prikrivanje nesposobnosti novinarjev, da storijo kaj več za demokracijo. Pomanjkljivosti tičijo predvsem v idealnem slikanju delovanja demokracije in vloge novinarjev v njej. Slednja novinarjem preprečuje vzpostavitev kritičnega odnosa do svojega dela in položaja v komunikacijskem in širšem družbenem procesu. Novinarji namreč ne prepoznajo realnosti, v kateri njihov pogled na demokracijo zadovoljuje predvsem tržne interese (Erjavec 2004: 134).

V globalnem svetu bosta ustvarjalnost in inovativnost še nekaj časa glavna pogoja za uspešno diferenciacijo na trgu. Za njeno polno udejanjanje pa je potrebno sodelovanje vseh elementov družbe: poslovnega sveta, akademsko-raziskovalnega, državnega, medijskega in ne nazadnje tudi civilne družbe.⁹

2.1 Razvoj slovenskega novinarstva in tehnološke spremembe v družbi

Slovensko novinarstvo se je sicer razvijalo znotraj evropskega informacijskega okolja, vendar pa je za njim precej zaostajalo. Razlogi za zaostalost se skrivajo v ozemeljski, cerkveni in upravni razdrobljenosti slovenskega etničnega prostora, ki je potisnila slovensko novinarstvo na obrobje državnega in družbenega vplivanja. Podrejeni položaj medijev je bil značilen tako za življenje Slovencev v habsburški monarhiji (do 1918) kot tudi za življenje v obeh jugoslovanskih državah. Slovensko novinarstvo je bilo v obeh sistemih pod močnim vplivom državne politične oblasti, na katero slovenska javnost ni imela večjega vpliva (Amon 2004: 55).

Novinarstvo, ki ga pojmuje kot poseben način poklicnega zbiranja, razširjanja in produkcije informacij, je v različnih zgodovinskih obdobjih opravljalo različne funkcije. V obdobju razsvetljenstva je imelo vzgojno-izobraževalno, v času oblikovanja politične javnosti politično prepričevalno, v 20. stoletju pa objektivno-nevtralno (Splichal 2000: 47).

Obdobje predhodništva se je začelo v 7. stoletju, ko smo Slovenci naselili današnji širši etnični prostor in se končalo šele ob koncu 18. stoletja. Zanj je značilno, da so bili informacijski pretoki prepuščeni neinstitucionalnim nosilcem, nad celotnim duhovnim življenjem pa je bdela katoliška cerkev. »Klativitezi, romarji duhovniki, krošnjarji in tudi že

⁹ <http://www.innovationjournalism.si/si/page.php?15> (12. 3. 2007).

polpoklicni nouvelisti, gazetanti, zeitungerji idr. so svoje rokopisne informacije in verzne pripovedi prodajali ali zamenjevali za druge dobrine« (Amon 2004: 56).

Drugo obdobje obrtniške stopnje razvoja (od konca 18. stoletja do srede 19. stoletja) so zaznamovala nacionalna prebujanja, literarna javnost, nizke naklade in avtorski značaj periodik. V tem obdobju smo Slovenci dobili tudi prvi slovenski časopis Lublanske novice, ki ga je urejal Valentin Vodnik. V tem obdobju je slovensko novinarstvo za skoraj pol stoletja zaostalo za razvitimi evropskimi sistemi, ki so v tem času z raznovrstnimi in številnimi časopisi gradili meščansko politično javnost, začeli pa so se pripravljati tudi na marčno revolucijo (Amon 2004: 61).

Obdobje industrijskega razvoja (od srede 19. stoletja do konca 2. svetovne vojne leta 1945) je bilo za slovensko novinarstvo najbolj pomembno. V tem času se je slovensko novinarstvo približalo razvitejšemu zahodnoevropskemu novinarstvu, zgledovalo pa se je po sosednjih, zlasti nemških medijih. Kljub temu, da je bilo v tem dolgem obdobju na Slovenskem natisnjeno na tisoče časopisov, pa je bilo za večino značilno, da je bilo novinarstvo podrejeno politični in državni oblasti. Podvrženost se je vlekla še iz Avstro - Ogrske, Kraljevine Jugoslavije in kasneje vse do italijanske in nemške okupacije med 2. svetovno vojno.

Sredi 20. stoletja se je začelo obdobje informacijske družbe, ki traja še danes. Zanj je značilen hiter tehnološki razvoj, ki je zaznamoval tudi slovensko novinarstvo. Pojav filma, radia, televizije in računalništva je spremenil tok komuniciranja. Do osamosvojitve Slovenije je v medijih še prisotna marksističnosamoupravna naravnost novinarstva, ki izgine po prehodu na tržno gospodarjenje na medijskem trgu. Z vzponom interneta se izbrišejo meje med državami in Slovenija se lahko na tak način še hitreje vključi v svetovna gibanja in sisteme (Amon 2004: 66).

Digitalizacija medijev je še pospešila že tako hiter prenos informacij. V času kapitalizma Slovenija tako ni več v službi politike, ampak v službi kapitala. Začetne razvojne zamude v slovenskem novinarstvu se manjšajo in v prihodnosti lahko zato pričakujemo, da jih v obdobju globalnih komunikacij ne bo več. Tu lahko svoje mesto najde tudi inovacijsko novinarstvo, ki lahko s poročanjem o inovacijah pripomore k večji konkurenčnosti in diferenciaciji naše male države na globalnem trgu. V zadnjih letih je tudi Slovenija naredila velik premik naprej v zagotavljanju produktivnosti slovenskega gospodarstva in predvsem v povečanju javnega zavedanja o pomembnosti inovacij in kreativnega mišljenja.

3. NOVINARSTVO KOT POMEMBEN AKTER V INOVACIJSKIH SISTEMIH

Koncept inovacijskega novinarstva se osredotoča na čisto nova področja novinarstva. V ospredju se pojavljata dve vprašanji: kako se pojavi inovacijsko novinarstvo in kako družbena organiziranost novinarstva vpliva na oblikovanje novic.¹⁰

Raziskave o inovacijah svojo pozornost usmerjajo predvsem na interakcijo med oblikovanjem smisla in tehničnimi aktivnostmi. Interakcije med posameznimi akterji ustvarjajo kompleksno dinamiko v širših tehnoloških in inovacijskih sistemih, ki jih danes imenujemo kar ekosistemi. Vloga novinarjev v teh sistemih je vloga posrednikov. Njihova naloga je torej posredovanje informacij in posedovanje ustreznega znanja, hkrati pa morajo tudi nadzorovati in pridobivati informacije o dogajanjih v industriji in na različnih trgih. So torej ključna komponenta v interakcijah med posameznimi ekosistemi.¹¹ Kot pojasnjuje Erjavčeva (1999: 32-33), bi morali novinarji zato posedovati tri vrste kompetentnosti: vsebinsko, strokovno in posredovalno kompetentnost. Prva se navezuje na tematsko področje, ki ga novinar pokriva, druga na znanje o pridobivanju informacij, posredovalna kompetentnost pa obsega sposobnost izražanja in dobro poznavanje različnih novinarskih žanrov. Poleg treh vrst kompetenc pa novinarji potrebujejo tudi socialno orientacijo oziroma zavest o novinarski avtonomiji.

Inovacije pogosto vključujejo prenos rešitev iz enega konteksta v drugega tako, da jih uporabiš v novih aktivnostih. Novinarstvo in mediji imajo ključno vlogo v procesih inovacije in institucionalizacije. Medijsko zanimanje in poročanje namreč vplivata na razvijajoče tehnologije, trge in tudi na industrijo. Povezanost med inovacijami in mediji oziroma novinarji je zato treba preučevati v kontekstu gospodarstva in ekonomije.

V povezavi s terminom inovacijsko novinarstvo se pojavlja kar nekaj vprašanj. Najpogostejša so:

- Kako novinarstvo pokriva inovacije?
- Kakšni so učinki inovacijskega novinarstva?
- Kako sta povezana inovacijsko novinarstvo in politika inovacij?
- Kaj je glavna tema raziskovanja pri inovacijskem novinarstvu?

¹⁰ <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-1-1.pdf> (13. 3. 2007).

¹¹ <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-3-2.pdf> (13. 3. 2007).

Inovacijsko novinarstvo je že v osnovi precej drugačno od tradicionalnega novinarstva, saj predstavlja specifičen pogled na družbeno konstrukcijo, ki vključuje delitev znanja in ustvarjanje skupnosti.¹²

3.1 Model poslovanja medijev in njegov vpliv na ostale akterje

Za množične medije je prodajanje svojih bralcev (občinstva) oglaševalcem prevladujoči model poslovanja, ki jim zagotavlja dobičkonosnost obstoječih publikacij. Prodajanje novic bralcem je torej na nek način delujoči model poslovanja. Če se branost poveča, bo posledično zmanjšana ekskluzivnost posameznih informacij, ki so bile včasih dostopne le ozkemu krogu ljudi. Slednje je bilo značilno predvsem za manjše medije, ki so skozi analitična poročila prenašali unikatne informacije ekskluzivni skupini bralcev. Prav zato je pomembno, da v raziskovanje inovacijskega novinarstva vključimo različne tipe medijev in modelov poslovanja.¹³

Uredniki množičnih medijev želijo objavljati novinarske prispevke, ki bodo pritegnili bralce in jih bodo lahko prodali oglaševalcem. Tu odigrajo svojo vlogo tudi novinarji, ki se želijo izpostaviti v javnosti predvsem z ekskluzivnimi novicami in ustvarjanjem kredibilnosti. Na ta način si prizadevajo ustvariti status spoštovane novinarske avtoritete, ki ima velik ugled tudi pri kritični javnosti. Investitorji in oblikovalci javnega mnenja pa si na drugi strani prizadevajo osvojiti novinarsko pozornost, ki bi jim pomagala prenesti njihove ideje in produkte v javnost.

V inovacijsko usmerjenih gospodarstvih igra inovacijsko novinarstvo s pomočjo komuniciranja odločilno vlogo. Z oblikovanjem ugleda korporacij v družbi namreč pomaga pri ustvarjanju javnega mnenja o posamezni industrijski panogi. Inovacijsko komuniciranje je torej tesno povezano z inovacijskim novinarstvom.¹⁴

¹² <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-2-1.pdf> (13. 3. 2007).

¹³ <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-3-2.pdf> (13. 3. 2007).

¹⁴ <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-2-7.pdf> (13. 3. 2007).

3.2 Vzdrževanje kredibilnosti in pozornosti pri bralcih

Bralci od novinarjev pričakujejo, da predstavljajo njihove interese, viri informacij pa raje omogočajo dostop do informacij tistim novinarjem, ki so pripravljene v javnost posredovati njihove lastne interese. Prav zaradi tega morajo biti novinarji sposobni poiskati ravnotežje med vsemi akterji, da lahko obdržijo svojo kredibilnost v javnosti in imajo hkrati še vedno dostop do informacijskih kanalov.

Z namenom, da bi privabili čim več bralcev, novinarji producirajo veliko zgodb, ki pokrivajo različna področja človekovega življenja. Nekatere od njih so deležne večje pozornosti bralcev, druge pa manjše. Kot pojasnjuje Milosavljević (2003: 51-81) so ključne pripovedne razsežnosti novinarske zgodbe naslednje:

- zgradba dogodek za dogodkom
- dialog
- tretjeosebni pripovedovalec ter odsotnost in prisotnost avtorja oziroma glasu pripovedovalca
- zapisovanje vsakodnevnih kretenj, navad in obnašanja
- doživeto poročanje

Ko novinarji naletijo na zgodbo, ki privlači in zanima bralce, bodo to zgodbo obravnavali toliko časa, dokler bralci ne izgubijo zanimanja zanjo. Na ta način igra novinarstvo pozitivno vlogo, saj ustvarja zanimanje okoli tistih tem, ki nosijo v sebi kolektivni interes. S takšnim delovanjem lahko spreminjajo javno mnenje in zavedanje o določeni tehnologiji ali novem proizvodu. Novinarstvo lahko tako pomaga pri vnosu inovativnih idej in produktov v širšo popularno kulturo.

Klasično novinarstvo temelji na pripovedovanju vedno novih zgodb na vedno iste načine. Veliko novinarjev se zato raje posveča zgodbam, ki so že prisotne v javnosti in jih je občinstvo dobro sprejelo. Tako se jim zdi lažje ustvarjati novice o temah, ki so že prisotne in priljubljene med ljudmi, kot da bi poiskali nove teme, ki bi pritegnile pozornost. To pa se ne nanaša le na novice, ampak tudi na njihovo podajanje. Novinarji se zato v številnih primerih raje odločajo za že preverjene načine podajanja novic, da bi bili bolj varni. Pri pisanju o prihodnosti, ki je temelj inovacijskega novinarstva in poročanja o gospodarstvu, pa lahko prav to pomaga razširjati zavest o določenem novem proizvodu med ljudmi. Novinarstvo ima namreč moč, da lahko vpliva na sprejemanje inovacij pri občinstvu. V praksi pa se ta moč

večinoma ne uresničuje, saj je novinarstvo pogosto revolucionarno le v svojih ambicijah, v praksi pa ostaja še naprej konzervativno.¹⁵

3.3 Novinarstvo in asimetrično znanje

Ljudje sledijo novicam zaradi različnih interesov in ne samo zato, ker jih zanimajo. Novice spremljajo, ker jih spremljajo tudi njihovi sorodniki, kolegi iz službe, sosedje ... Zanima jih vse, kar zanima tudi druge. Novice zato predstavljajo tudi javno znanje. Objava v novicah potrjuje dejstvo, da asimetrično znanje ne obstaja več.

Asimetrično znanje je pomembno predvsem na trgih. Tekmeci namreč intenzivneje in hitreje reagirajo na novice, ki se pojavijo v časopisih, na televiziji, internetu ali v kakšnem drugem mediju. To pomeni, da tekmeci ne reagirajo samo na objavljeno informacijo, ampak tudi na dejstvo, da je informacija vstopila v sfero javnosti. Kot pojasnjuje Koširjeva (2003: 63-64), odgovorno novinarstvo danes izumira, nadomešča pa ga tržno naravnano novinarstvo, katerega cilj je čim večji dobiček. Naslovniki sporočil so tako potrošniki in ne več državljani. Novinarski prispevki pripovedujejo zgodbe, ki morajo zabavati in vznemirjati ljudi, zanemarjajo pa informativni vidik. V ospredju je predvsem pozornost, ki so jo posamezni mediji in njihovi novinarji sposobni pritegniti. Večje zanimanje bralcev, poslušalcev in gledalcev pa posledično pomeni tudi večje zanimanje oglaševalcev, s tem pa se poveča tudi dobiček posameznega medija.

Inovacijsko novinarstvo bi lahko igralo pomembno vlogo pri oblikovanju javne percepcije o posamezni industriji. Z razjasnitvijo problemov in definiranjem pomena inovacij bi lahko dvignilo zavest o pomembnosti inovacij za razvoj družbe.¹⁶

3.4 Inovacije v novinarstvu

Z razvojem informacijske tehnologije in interneta lahko novinarstvo postane področje z intenzivnim raziskovanjem in razvojem. Slednja bosta vplivala tudi na oblikovanje novih novinarskih metod, novih metod oglaševanja in novih metod poslovanja medijev. Pogoj za strukturno preoblikovanje medijev pa bi bilo dramatično preoblikovanje že stoletja starih

¹⁵ <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-2-11.pdf> (13. 3. 2007).

¹⁶ <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-3-2.pdf> (14. 3. 2007).

tradicij v novinarstvu. Poročanje o preteklosti bi tako moralo nadomestiti poročanje o stvareh, ki se bodo zgodile in bodo v prihodnosti vplivale na življenja državljanov.

Danes lahko vsakdo ob vsakem času objavi, kar hoče, ne glede na oddaljenost, za to pa porabi le minimalne stroške. Z napredkom tehnologije in predvsem s pojavom interneta so izginile nekdanje meje. Stroški lansiranja novic so danes majhni in zato lahko več informacij kot v preteklosti doseže tudi veliko večje občinstvo. Novinarstvo je postavljeno pred nov izziv, saj se je konkurenca, na sedaj globalnih trgih, zelo povečala. Profesionalno novinarstvo bo zato še naprej identificiralo svoje bralce, pritegovalo pozornost občinstva in gradilo svojo kredibilnost. Razlika bo le v obsegu, ki se bo zaradi globalnih trgov in odprtih meja verjetno samo še povečal.

Spremenili se bodo tudi modeli poslovanja v medijih. Internet namreč ponuja možnost natančnega definiranja svojih bralcev. Tako lahko v trenutku določi, kdaj in na kateri strani posamezen bralec prebere novico. To je še posebej pomembno za oglaševalce, ki lahko plačajo za neposreden dostop do podatkov in dobijo zanimive informacije o svojih bralcih, ki jih naslavlja s svojimi oglasnimi sporočili. Uredniki bodo zato v prihodnosti investirali še več denarja za raziskave in razvijanje programov, ki bodo natančno določili bralčev okus in vedenje. Rezultati bodo povzročili nastanek novih storitev in posledično tudi prenovljenih modelov poslovanja.¹⁷

Nekateri so ob hitrem razvoju interneta napovedovali hiter propad časopisov. Slednji so danes sicer še vedno prisotni na medijskem trgu, vendar pa so tudi pri nekaterih bolj konzervativnih časopisih že opazne nekatere spremembe. Novice lahko tako prebiramo tudi v elektronski obliki, vendar pa je večina tovrstnih storitev plačljivih. Takšen način branja novic je še posebej priljubljen pri mlajših bralcih, starejša populacija pa še vedno raje poseže po časopisih v stari obliki. Vedno bolj popularni so tudi različni blogi, ki jih pišejo znani in manj znani Slovenci. Slednjim nekateri medijski strokovnjaki že napovedujejo, da se bodo v prihodnosti preoblikovali v nov medij. Potrošniki se tako spreminjajo iz pasivnih bralcev ali gledalcev ponujenih vsebin v udeležence, ki lahko aktivno sodelujejo pri odkrivanju informacij, ki jih potrebujejo in nanje nemudoma odgovorijo preko elektronske pošte. Potrošnik lahko tako prispeva svoj lasten pogled na novico in ga posreduje dobavitelju novic (Frost v Poler Kovačičevi 2005/2000: 48). Časopisi tako stojijo na razpotju. Kakšna bo njihov prihodnost, si ne upa nihče napovedati, jasno je le, da jih čaka temeljito preoblikovanje in redefiniranje.

¹⁷ <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-3-2.pdf> (13. 3. 2007).

Ključno vlogo v prihodnosti novinarskih in predvsem novičarskih organizacij naj bi po mnenju Poler Kovačičeve (2005: 42) igral kibernetški prostor oziroma tako imenovani cyberspace. Ta namreč precej spreminja način novinarskega dela in novinarju omogoča, da dogajanja preiskuje in raziskuje iz svojega računalnika. Z razvojem medmrežja pa se je povečala tudi možnost, da bo novinar delal za večnacionalnega delodajalca v večnacionalni publikaciji. V ospredje naj bi stopile novinarske veščine, saj bo velika količina neobdelanih podatkov, v katerih je veliko napačnih informacij, zahtevala preiskovalce veljavnosti, zaupanja vredne urednike in druge strokovnjake, ki bi ločili zrnje od plevel (Hachten v Poler Kovačič 2005/1996: 70).

Ker je slovenski medijski prostor zelo majhen v primerjavi z nekaterimi našimi sosedomi, je bila zanj v preteklosti značilna tudi relativno večja konzervativnost. Projekt inovacijskega novinarstva pa vzpodbuja inovativnost in temelji na povezovanju različnih akterjev. V projekt inovativne lokalne skupnosti je za sedaj vključena le Litija, zato je prostora za širitev tega koncepta še veliko. Zaradi ozkega področja bi zato veljalo razmisliti o vključitvi celotne Slovenije pri ustvarjanju inovativne družbe. V ta proces se bi morali za uspešno izvedbo vključiti tudi mediji in novinarji, ki bi s pomočjo inovacijskega novinarstva poročali o inovativnih zgodbah, seznanjali ljudi z novostmi v znanosti, gospodarstvu in tehnologiji in na ta način prispevali k večji konkurenčnosti naše države. Pri tem naj bi poročali tako o pozitivnih kot tudi o negativnih posledicah inovacijskih rešitev. Seveda pa bo moral slovenski prostor za prehod v misleča okolja, kjer nagrajujejo ustvarjalnost in inovativnost, storiti še marsikaj. Za uspeh bo potrebno pozabiti na večna nesoglasja med različnimi akterji in začeti sodelovati ter delovati bolj povezano.¹⁸

¹⁴ <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-1-1.pdf> (13. 3. 2007).

4. MEDNARODNI PROJEKT INOVACIJSKEGA NOVINARSTVA

Inovacijsko novinarstvo je novinarstvo, ki je posvečeno predstavljanju novih idej trgu. Posebna pozornost je namenjena tehničnim, poslovnim, legalnim in političnim aspektom inovacij in inovacijskim sistemom. Pri tem pa inovacijsko novinarstvo upošteva tudi njihov vpliv na družbene in kulturne trende. Danes so inovacije glavni vzvod gospodarske rasti in hkrati tudi osrednja aktivnost vodečih svetovnih industrij. Inovativnost je torej tisto orodje, ki zagotavlja stabilen in dolgoročen razvoj. Le z njo lahko dosežemo dodano vrednost, ki pospešuje ta razvoj.¹⁹

Program inovacijskega novinarstva je bil ustanovljen leta 2004 v švedski nacionalni agenciji za spodbujanje inovativnosti (VINNOVI). Sestavljali sta ga dve ključni komponenti:

- Najboljši švedski uredniki in novinarji iz področja tehnologije, znanosti in gospodarstva so skupaj preživeli od štiri do šest mesecev z vodilnimi ameriški izdajatelji pomembnih časopisov, kot so Wall Street Journal, Fortune, Business 2.0 in San Francisco Chronicle. Njihov cilj je bil sodelovanje z ameriški kolegi, ki je temeljilo na principih inovacijskega novinarstva.
- Na kampusu ameriške univerze Stanford vsako leto organizirajo delavnice in konference, ki so dostopne javnosti in gradijo hitro rastočo skupnost inovacijskih novinarjev.

Program inovacijskega novinarstva temelji na prepričanju, da je novinarstvo, ki poroča o inovacijah, ključno za moderno industrijsko gospodarstvo, hkrati pa igra pozitivno vlogo tudi pri družbenih spremembah.

Stanfordska iniciativa je oblikovana po prvem projektu inovacijskega novinarstva, ki so ga začeli v VINNOVI na Švedskem leta 2003. Od takrat naprej se v program inovacijskega novinarstva vključujejo vedno nove države, ki o problemih in prihodnosti inovacijskega novinarstva razpravljajo na različnih konferencah. Ena takšnih se je v lanskem letu odvila tudi v Sloveniji. Odmevna konferenca »Stanford po Stanfordu«²⁰ je bila konec aprila 2006 v prostorih FDV v Ljubljani. V okviru konference je potekala videokonferenca Ljubljana – Stanford, udeleženci pa so razpravljali o pomembnosti inovacijskega novinarstva kot enem

¹⁹ <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-1-1.pdf> (13. 3. 2007).

²⁰ <http://www.innovationjournalism.si/si/page.php?11> (13. 3. 2007).

izmed ključnih akterjev pri ustvarjanju inovativne družbe. Med slovenskimi predstavniki so se konference udeležili vidni predstavniki univerze, raziskovalnih ustanov, podjetij, tiskanih in elektronskih medijev ter predstavniki TIE (Tehnološka agencija Slovenije).

Mednarodni program inovacijskega novinarstva si je zadal naslednje cilje:

- povečanje poročanja o inovacijah, gospodarstvu in tehnologiji, izboljšanje pogojev za inovacije, hitrejši gospodarski razvoj
- priznanje inovacijskega novinarstva
- povečanje razumevanja o vlogi novinarstva v inovacijskih sistemih
- ustvarjanje mednarodne skupnosti inovacijskih novinarjev
- osebna mreža med mednarodnimi kolegi in ameriški gostitelji
- možnost povezav in sodelovanja med kolegi in gostitelji
- prenos inovacij kolegov iz njihovega okolja v domače okolje
- večje razumevanje globalnega inovacijskega gospodarstva
- večje razumevanje gostiteljeve družbe v ameriškem gostujočem mediju
- ustvarjanje večje mobilnosti med mediji in korporativnimi komunikacijskimi družbami na nekaterih trgih sodelujočih kolegov

4.1 Razvoj področja inovacijskega novinarstva na Univerzi Stanford

Pred Švedsko nacionalno agencijo za spodbujanje inovativnosti (VINNOVA) inovacijsko novinarstvo ni bilo priznано kot disciplina. Šele z lansiranjem programa inovacijskega novinarstva v letu 2003 je to postalo tudi mednarodno priznано. Začetnik programa inovacijskega novinarstva je nuklearni fizik, David Nordfors, ki je delal za VINNOVO. Kmalu je ugotovil, da je tradicionalno novinarstvo posvečeno predvsem preteklosti, pisanje o inovacijah pa je po drugi strani povezano s prihodnostjo oziroma s stvarmi, ki se bodo zgodile. S prehodom na Univerzo Stanford v Združenih državah Amerike je inovacijsko novinarstvo postavil v program, ki je potekal v okviru Inštituta za inovativno učenje. S pomočjo številnih somišljenikov je inovacijsko novinarstvo postalo tudi globalni projekt.²¹

²¹ <http://scil.stanford.edu/news/injo4-06.htm> (13. 3. 2007).

Med letoma 2003 in 2004 so izbrali šest starejših inovacijskih novinarjev iz velikih švedskih publikacij in jih za šest mesecev namestili pri velikih ameriških časopisnih publikacijah. Gostujoče ameriške publikacije vključene v projekt so bile Business 2.0, Fast Company, Fortune, San Francisco Chronicle, Technology Review in Wall Street Journal. Sodelujočim so na delavnici na Stanfordu najprej podrobneje predstavili inovacijsko novinarstvo, inovacije in inovacijske sisteme. Ustanovljena je bila tudi posebna elektronska skupina za diskusije med udeleženci v času trajanja programa. Sodelujoči so se razpršili po različnih delih ZDA, kjer so pri svojih gostiteljih opravili najmanj 4-mesečno pripravništvo. Na praksi so poleg seznanjanja z inovacijskim novinarstvom pripravljali tudi časopis za konferenco inovacijskega novinarstva, v katerem so predstavili nekatere poglede inovacijskega novinarstva in kako se slednje navezuje na njihove države. Po končani konferenci so sodelujoči nadaljevali s sodelovanjem z njihovimi gostitelji, na zaključni delavnici na Stanfordu pa so povzeli vse izkušnje in si postavili cilje za prihodnost. Na koncu je vsak udeleženec prejel še uraden certifikat. Sodelujoči in gostitelji so bili uvrščeni tudi v poseben program, ki jih obvešča o razvoju programa, predstavlja nove sodelujoče kolege in gostitelje, hkrati pa jim pošilja vabila na inovacijske konference na Univerzi Stanford.

Sodelujoči kolegi in programski voditelji so bili med seboj povezani s pomočjo elektronskih sporočil. V manj kot letu dni so si med seboj izmenjali skoraj 2000 elektronskih sporočil. Kolegi in velik del gostiteljev so sodelovali skupaj z ostalimi inovacijskimi novinarji, akademiki in oblikovalci javnega mnenja iz ZDA, Švedske in Finske. Vsi naštetih so aprila leta 2004 sodelovali tudi na 1. konferenci inovacijskega novinarstva na Univerzi Stanford.²²

Sodelovanje se je nadaljevalo tudi v letu 2005, ko so ameriški gostitelji iz prvega projekta izrazili željo, da nadaljujejo s projektom, v katerega se je vključilo še nekaj dodatnih časopisov. To so bili: Business 2.0, Fast Company, Fortune, IDG News Service, Nature, San Francisco Chronicle, Science, Technology Review, Wall Street Journal in Wired Magazine. Ker je imel švedski program proračun velik le za šest udeležencev, so program prekinili. Bali so se namreč, da bi bili nekateri gostitelji razočarani, ker je bilo naenkrat kar deset zainteresiranih potencialnih gostiteljev.

Po vzoru švedske iniciative so novembra 2004 ustanovili tudi finski program inovacijskega novinarstva.²³ Udeleženci tega programa so sodelovali na 2. konferenci inovacijskega novinarstva na Stanfordu aprila 2005, kar je bil tudi del programa. Druga

²² <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-1-2.pdf> (13. 3. 2007).

²³ <http://www.innovationjournalism.org/archive/NF-102805.pdf> (13. 3. 2007).

konferenca je bila že veliko večja kot premierna, tretja konferenca, aprila 2006, pa je bila po številu sodelujočih najštevilčnejša.²⁴

V povezavi s švedskim programom je bil izdan tudi časopis »Inovacijsko novinarstvo«, ki je objavil članke za sodelujoče v programu in raziskovalce. Članki so obravnavali različne teme, ki so se nanašale na nasvete, kako preiskovati inovacijsko usmerjene družbe, hkrati pa so ponujali tudi akademske nasvete o vlogi novinarstva v inovacijskih sistemih. Elektronska lista inovacijskega novinarstva vključuje že nekaj sto imen, med njimi je največ tistih, ki so bili v neposrednem stiku s programom, kot so sodelujoči novinarji, gostitelji, udeleženci konferenc ...

Prednost programa je po mnenju sodelujočih povezana z močjo koncepta inovacijskega novinarstva, ki v povezavi s konstrukcijo programa kolegialnosti, ne ogroža same novinarske integritete. Predstavlja namreč pravo ravnotežje med novinarji, njihovimi domačimi publikacijami, gostitelji, vladnimi agencijami in Univerzo Stanford.

4.2 Prihodnost inovacijskega novinarstva

Tradicionalni mediji so danes postavljeni pred velik izziv, ki so ga pred njih postavili novi inovativni mediji, kot so različni viri novic na internetu. Izstopajo predvsem že prej omenjeni blogi, ki jih lahko ustvarjajo čisto navadni državljani. Tradicionalno novinarstvo se bori, ko pokriva področje različnih inovacij. Tehnološke, politične in gospodarske teme novinarji pokrivajo in predstavljajo na iste načine kot ostale zgodbe, zato bralci velikokrat ne dobijo prave slike, kako lahko posamezna inovacija vpliva na njihova življenja in prihodnost. Tu se seveda postavlja vprašanje, na kakšen način naj novinarstvo poroča o inovacijah.²⁵

Napredek v modernih in razvitih gospodarstvih prinaša vedno nove stvari in hitro pozablja na stare. Inovacije so postale najpomembnejša gonilna sila gospodarske rasti. Inovacije v gospodarstvu, tehnologiji in družbi se prenašajo s pomočjo interneta. Tradicionalne in velikokrat še precej konzervativne medije čakajo novi izzivi, med katere spada tudi ločitev tehnologije, gospodarstva in politike. Nove ideje so lahko ob ustreznih podpori danes uresničene v zelo kratkem času. Inovativne izdelke zelo hitro uporablja več

²⁴ <http://www.innovationjournalism.org/archive/NF-011806.pdf> (13. 3. 2007).

²⁵ <http://www.innovationjournalism.org/archive/NF-040306.pdf> (13. 3. 2007).

milijonov ljudi, vlagateljem pa lahko prinesejo na bilijone dolarjev. Tekmovanje med idejami pa je tudi bistvo inovacijskih sistemov.²⁶

Prihodnost inovacijske družbe se skriva tudi v vzgajanju ljudi od otroških let naprej. Švedski strokovnjaki so zato podprli idejo, da bi posameznika že v zgodnji mladosti vzpodbujali k inovativnem razmišljanju. Veliko mladih ima namreč po koncu šolanja dobre ideje, ki pa jih brez ustreznega strokovnega vodenja in denarnih vložkov ne znajo in ne morejo uresničiti. Na ta način bi lahko mladi svoje ideje prenesli tudi v realnost in pomembno vplivali tudi na razvoj gospodarstva in posledično tudi večjo blaginjo družbe.

Demokracije in demokratični sistemi so tesno povezani z inovacijskimi sistemi. Ker je novinarstvo eden izmed temeljev demokracije, je novinarstvo morda ključni element za demokratizacijo inovacij. Mediji imajo namreč moč, da pospešijo procese obveščanja in na ta način ozaveščajo javnost o novih odkritjih, izdelkih in drugih pomembnih informacijah na področju tehnološkega razvoja in inovativnosti. Inovacijski sistemi ponujajo novinarjem različno paleto najnovejših tehnologij, zanimive zaplete, karizmatične voditelje, ostro konkurenco, velike denarne vložke, heroje in hudobneže, vse to pa se odvija na globalnem nivoju.²⁷

Pri poročanju o inovacijskih vsebinah pa je zelo pomembno, da novinarji razumejo vsebino, kar pa je zaradi kompleksnosti znanstvenih in tehničnih terminov zelo zahtevno uredniško delo. Medijem bi zato morali ključna znanstvena dejstva, ki vplivajo na življenje posameznika in na celotno družbo, predstaviti na enostaven, preprost in zanimiv način. Le na tak način bi lahko mediji znanstvena dejstva prevedli v razumljiv in za javnost privlačen jezik oziroma zgodbo. Vse zgodbe namreč niso privlačne za občinstvo, zato je velik izziv za novinarje, da jih predstavijo na čim bolj zanimiv način. Poudariti je pomembno, kako bo določen ukrep v znanosti ali gospodarstvu vplival na državljane na način, da se bodo lahko slednji z njim poistovetili. Poslušalci, gledalci ali bralci se bodo tako lahko seznanili s stvarmi, ki bodo vplivale na njihova življenja, hkrati pa se bo povečala tudi previdnost pri tistih, ki sprejemajo odločitve (Boyd 1993: 47).

²⁶ <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-2-12.pdf> (13. 3. 2007).

²⁷ <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-2-12.pdf> (13. 3. 2007).

5. ZGODOVINA SLOVENSКИH MEDIJSКИH PROJEKTOV ZA INOVACIJE

Inovacija kot gonilna sila je učinkovita samo takrat, ko se usidra v sistem vrednot in zavesti neke družbeno - gospodarske skupnosti. Za družbo je pomembno, da se v ta namen povežejo naslednji akterji: država, znanstvena srenja, administracija in tudi mediji. Ko je pogoj izpolnjen, se lahko poveča zavedanje občinstva. Inovacije lahko ob večjem zanimanju postanejo orodje za večjo tekmovalnost med posamezniki, hkrati pa obetajo tudi večjo blaginjo družbe.²⁸

Stimuliranje inovativnosti se je v Sloveniji pričelo konec osemdesetih let prejšnjega stoletja. Takrat je namreč znani slovenski publicist Jože Vilfan začel izdajati Revijo za razvoj, ki se je kasneje preimenovala v revijo Podjetnik. S pomočjo revije je želel Vilfan promovirati idejo povezovanja in raznolikosti. Inovativnost pa so že v preteklosti s svojimi prilogami spodbujali tudi nekateri dnevni časopisi. Delo je imelo sprva posebno prilogo, ki se je posvečala novostim v znanosti (Znanje za razvoj), danes pa je področje znanosti obsežno obravnavano vsak teden na sedaj že stalnih straneh pod naslovom Znanost. Časnik s posebno prilogo Delo FT vsak ponedeljek podrobno predstavlja tudi inovacije v gospodarstvu. Inovacijam in inovativnosti pa so vseskozi sledili tudi v reviji Življenje in tehnika in Gospodarskemu vestniku, kasneje pa tudi v dnevniku Finance in reviji Manager.

Pobude za vzpodbujanje inovativnega razmišljanja so se udejanile tudi leta 2003, ko je podjetje Vibacom začelo izdajati glasilo Aktualno 1.0. To je bil tudi razlog, da je isto podjetje ustanovilo projekt Moč podjetniške inovativnosti (MPI), v katerem so poleg njih sodelovali še TV Pika in podjetje Mediade. Tri podjetja so se povezala v strateško partnerstvo, ki naj bi v obliki mednarodnega projekta trajalo tri leta. Njihovi cilji so bili usmerjeni v spodbujanje organske rasti poslovnih sistemov in v oblikovanje inovativnih orodij za njihovo dolgoročno rast, s katerimi bi lahko Slovenija uspešno tekmovala in se udejanjala tudi na globalnih trgih. Projekt je potekal pod geslom Ustvarjeno v Sloveniji, Evropi. Njegov namen je bil doseči večjo prepoznavnost slovenske poslovne miselnosti in njenih izdelkov na mednarodnih trgih.²⁹

Projekt, ki se je osredotočil na poslovno skupnost, je za vstop na trg uporabil pojavljanje v različnih medijih. Osrednja točka projekta je tako v prvem letu vključevala

²⁸ <http://www.innovationjournalism.si/en/download.php?view.8> (15. 3. 2006).

²⁹ <http://www.innovationjournalism.si/en/download.php?view.8> (15. 3. 2006).

mesečno poslovno-izobraževalno oddajo Poslovni ritmi.³⁰ 45-minutna oddaja je vsak mesec predstavila uspešno slovensko podjetje, ki je s svojimi izumi dobro konkuriralo na globalnih trgih. S predstavitvijo uspešnih podjetij so hoteli opozoriti na pomembnost inovacij in njihovo vlogo gonilne sile pri dolgoročnem razvoju in uspešnosti podjetja. Prav tako pa so z njihovo predstavitvijo želeli zvišati nacionalno samozavest in vedenje, da lahko s pravimi orodji in ob pravi priložnosti vsakdo ustvari uspešno podjetje. Vsaka oddaja se je tako končala s sloganom: »In ne pozabite: vsakdo je lahko inovativen! Tudi vi!«

Projekt MPI pa je dobil nov zagon novembra 2005, ko je ustanoviteljica projekta Violeta Bulc spoznala ustanovitelja inovacijskega novinarstva, Davida Nordforsa. Po tem sestanku se je v slovenskih medijih in v podjetjih začel promovirati koncept inovacijskega novinarstva. Pozornosti je bil deležen tudi na različnih lokalnih in nacionalnih medijih, intervju z Nordforsom pa je bil objavljen tudi v vodilnem poslovnem časopisu, Manager.³¹ Februarja 2006 je bil projekt uradno objavljen tudi na 1. festivalu inovacij, v njem pa naj bi sodelovali vsi najpomembnejši slovenski mnenjski voditelji. Novembra leta 2005 je bil narejen tudi osebni blog »Inovacije tukaj in zdaj«, ki je bil posvečen ustvarjanju ustreznih pogojev za spodbujanje inovacijskih procesov in inovativnega mišljenja v Sloveniji.

Ker so izkušnje iz tujine pokazale, da je za popularizacijo inovacij pomembna tudi neposredna povezanost s podjetji, je podjetje Mediade maja 2005 izdalo inovativno publikacijo z imenom Podjetniki v podjetju.³² Slednja je mešanica poslovnega izobraževanja in medijev in je namenjena predvsem srednjemu managementu. Osrednji cilj publikacije je tako ustvarjanje učinkovitega poslovnega okolja in tekmovalnih posameznikov. Inovacije in inovativno razmišljanje so postali ključni elementi pri tekmovanju posameznikov v podjetju. Ker je socializem povečeval enakost in je bilo bolje, da si le del množice, imajo ljudje danes s samoiniciativnostjo in ustvarjalnostjo večje možnosti, da uspejo. Tu imajo seveda prednost predvsem tisti, ki imajo inovativne ideje in so jih v prejšnjem sistemu le stežka uresničili. Publikacija Podjetniki v podjetju je s svojo kolumno Slovenska zgodba³³ podjetjem predstavljala primere dobre prakse nekaterih uspešnih in inovativnih slovenskih podjetij. Sestavili so tudi mrežo, v kateri si lahko podjetniki izmenjavajo znanje in svoje izkušnje.

³⁰ http://www.spletna.net/mediade/index.php?sv_path=333,1194 (14. 3. 2007).

³¹ <http://www.manager-on.net/show.php?id=146612> (15. 3. 2007).

³² http://www.spletna.net/mediade/index.php?sv_path=336,892 (14. 3. 2007).

³³ http://www.mediade.si/index.php?sv_path=335&PHPSESSID=c71975a346995f63b914d7eeb200a983 (15. 3. 2007).

Z dnevno oddajo Gospodarstvo v etru³⁴ pa je štirinajst lokalnih radijskih postaj začelo graditi posebno mrežo. Postaje so tako še razširile medijsko zanimanje za projekt MPI v slovenski javni sferi in povečale maso posameznikov, ki so lahko skozi oddaje spoznavali, da je za poslovni uspeh potrebna precejšna samoorganiziranost in samoiniciativnost. Projekt MPI je pokrival tudi različne kritike s področja inovacij. V mesečniku Glas gospodarstva, ki ga izdaja Slovenska gospodarska zbornica, je bilo objavljeno besedilo o inovacijah.

V projekt MPI se vključuje vedno več medijev, med katere sodijo revije Manager, Dnevnik, SBR (Slovenian Business Report) in Gazela. Zanimanje za projekt so pokazali tudi na nacionalnem radiju in TV Piki, ki z oddajo Poslovni ritmi pri projektu sodeluje že od njegovega začetka.

Moč podjetniške inovativnosti pa se ni dotaknila le medijev, ampak je ustvarila tudi nove podprojekte. Regijska gospodarska zbornica je začela s promocijskimi projekti za širjenje zavedanja o inovativnosti, vzporedno pa so začeli teči tudi pilotski projekt Inovativna lokalna skupnost, organizacija nagrade Naj medijski prispevek na temo inovativnosti in 1. evropska delavnica o inovacijskem novinarstvu, ki so potekali v sodelovanju s Tehnološko agencijo Slovenije (TIA).³⁵

5.1 Regijski projekti za inovacije

Inovacije so tesno povezane z neodvisnim in inovativnim življenjskim slogom. Podobne iniciative, kot so v prejšnjem poglavju naštetih projekti, imajo sorodne cilje in vključujejo naslednje projekte:

- Kampanja »Ustvarjeno v Sloveniji« in tradicionalna »Narejeno v Sloveniji« izhajata iz treh projektov: MPI, Japec Jakopin (ustvarjalec najdražjih in najbolj inovativnih jadrnic na svetu) in Jože Vilfan, ki je bil omenjen že prej;
- »Podim« ali konferenca o podjetništvu in inovacijah ima že dolgo tradicijo v nagrajevanju najboljših poslovnih idej, ki jo je dopolnila še z nagrado za najbolj inovativno družbo;

³⁴ <http://www.rgl.si/rgl.php?p=oddaja&id=34> (15. 3. 2007).

³⁵ <http://www.innovationjournalism.si/en/download.php?view.8> (15. 3. 2007).

- »Mesec designa« je projekt, ki ga organizira Zmago Novak. V mesecu dni se dnevno odvijajo različni dogodki, na katerih sodelujejo ustvarjalci s področja designa, poslovni strokovnjaki in najboljši strokovnjaki;
- »Ti povej« je javna pobuda, ki mladim ljudem pomaga pri uresničevanju njihovih inovativnih idej;
- »Inštitut za inovativnost in tehnologijo« pa na čelu z Borutom Likarjem skrbi za spodbujanje in udeleževanje inovativnosti pri mladih.

Večina teh projektov ne bi bila izpeljana, če ne bi bilo zagnanih posameznikov, ki so pomagali ustvarjati poslovne mreže. V štirih letih se je povečalo tudi novinarsko zanimanje za področje inovacij, zaradi tega pa je seveda opazen tudi večji interes javnosti za teme s področja inovacij. V naslednjih letih pa bo moralo novinarstvo tudi na tem področju iti naprej v korak s časom. Za večjo veljavo inovativnega razmišljanja med posamezniki namreč ni dovolj le poročanje o inovacijah, ampak je zelo pomembno, da se novinarji bolj posvetijo tudi poročanju o prihodnosti. Klasično novinarstvo, ki je v večini primerov zazrto le v preteklost, mora v primeru poročanja o temah s področja gospodarstva, tehnologije in znanosti upoštevati tudi kratkoročne in dolgoročne posledice sprejetih ukrepov. Tu igrajo ključno vlogo novinarji, ki lahko le z večjo profesionalnostjo, izkušnjami in željo za znanjem, dosežejo premik pri uveljavljanju standardov inovacijskega novinarstva v Sloveniji.³⁶

Pri uveljavljanju in razširjanju inovativnega mišljenja pa igra pomembno vlogo tudi Tehnološka agencija Slovenije (TIA),³⁷ ki si je že lani zadala cilj, da bo spodbujala inovativnost med mladimi in v medijih. Na agenciji menijo, da lahko Slovenija doseže tehnološko-inovativni preboj le s sodelovanjem vseh glavnih akterjev na področju tehnološkega razvoja in inovativnosti v Sloveniji. Nacionalna politika, lokalne skupnosti, gospodarstvo, univerze, raziskovalne agencije in mediji naj bi le na ta način pripomogli k vzpostavitvi enotnega inovacijskega sistema.

³⁶ <http://www.innovationjournalism.si/en/download.php?view.8> (15. 3. 2007).

³⁷ http://www.tia.si/fin_22/fin_domov.php (15. 3. 2007).

S tem namenom je TIA tudi denarno in vsebinsko pomagala pri udejanjanju treh slovenskih projektov v letu 2006:³⁸

- 1. pilotskega projekta »Inovativna lokalna skupnost«**
- 2. 1. evropske delavnice o inovacijskem novinarstvu in**
- 3. organizaciji nagrade »Naj medijski prispevek na temo inovativnosti« v Sloveniji**

³⁸ http://www.innovationjournalism.si/en/e107_files/downloads/letter_of_intention.pdf (15. 3. 2007).

6. PILOTSKI PROJEKT »INOVATIVNA LOKALNA SKUPNOST«

Decentralizirana okolja, kot so lokalne skupnosti, so za razvoj inovativnosti odločilnega pomena. Ustvarjalnost naj bi bila po mnenju mag. Mateje Dermastia prav tam največja, saj omogočajo oblikovanje idej, njihovo kristalizacijo, kritično presojo in kasnejšo sistematično vpeljevanje v prostor in čas. Z ustvarjanjem privlačnih pogojev za napredna podjetja in posameznike bi lahko v lokalnih skupnostih zagotovili usklajen in celovit razvoj in s tem vstopili tudi v globalno dogajanje. Kljub temu pa se danes vloga lokalnih skupnosti pri razvoju inovativne družbe zanemarljivo. Dermastiova meni, da bi se morali v posameznih lokalnih skupnostih usmeriti predvsem v izboljševanje kakovosti bivanja in dela, večjo pozornost naj bi namenili tudi obnovi starih mestnih jeder, posameznike bi morali spodbujati h kreativnemu mišljenju, hkrati pa bi morali zmanjšati ovire, ki stojijo nasproti povezovanju in sodelovanju. Prednosti, ki jih imajo takšne skupnosti, bi morali vseskozi nadgrajevati z novostmi s področja transporta, organizacije, kulture, arhitekture, športa, umetnosti, vodenja, dostopanja do znanja in informacij ter okolja. Le tako bi lahko skupaj ustvarili nove stvari. Brez napredka lokalnih skupnosti se ne moreta razvijati niti gospodarstvo niti družba.³⁹

Na vprašanja in dileme, ki se pojavljajo pri vlogi lokalnih skupnosti v inovativnih sistemih, je poskušal odgovoriti pilotni projekt inovativne lokalne skupnosti. Temeljni cilj projekta je razvoj učinkovitega poslovnega modela lokalne skupnosti, udeleženci pa so spoznavali priložnosti in ključne ovire povezovanja in sodelovanja prek mreže inovativnih mest. Z upoštevanjem principov trajnostne rasti, visoko transparentnostjo, intenzivno komunikacijo in vključevanjem vseh zainteresiranih v doseganje ciljev za skupno dobro se lahko tudi lokalna skupnost vključi v globalne razvojne trende. Za uspeh projekta je pomembno tudi inovacijsko novinarstvo, ki nastopa kot ključ za zagon in naslednje razvojne faze. S pomočjo pridobljenih izkušenj pa naj bi izpolnili še en cilj projekta, ki je pomoč pri pripravi dolgoročnega programa razvoja mreže inovativnih mest.⁴⁰

V projekt inovativne lokalne skupnosti se je kot prva v Sloveniji vključila litijska lokalna skupnost. Po mnenju Saše Gradišek, direktorice Centra za razvoj v Litiji, v okviru katerega je zasnovala Lokalni podjetniški center, je projekt dobra priložnost za razvoj socialne

³⁹ <http://www.innovationjournalism.si/en/download.php?view.16> (15. 3. 2007).

⁴⁰ http://www.innovationjournalism.si/en/e107_files/downloads/ls_in_gospodarstvo-zakljucki.pdf (15. 3. 2007).

in podjetniške prihodnosti mesta. Z njim želijo svojo lokalno skupnost navdušiti za idejo inovativnosti in ustvariti misleče lokalno okolje, ki bi inovativnost uvrstilo v svoj sistem vrednot. Takšno razmišljanje bo, kot meni Gradiškova, omogočilo boljše in kakovostnejše življenje v skupnosti, hkrati pa bo pomagalo tudi pri spreminjanju ustaljenega in zmotnega razmišljanja med posamezniki o novih delovnih mestih s strani države, podjetij in Evropske unije. Projekt predvideva, da se v lokalni skupnosti ustvari takšno ozračje, ki bo temeljilo na inovativnem razmišljanju posameznikov. Ti naj bi s svojimi inovativnimi idejami pomagali pri ustvarjanju novih, perspektivnih podjetij in tako poskrbeli tudi za prihodnost svoje lokalne skupnosti.⁴¹

Projekt Litija - mesto inovativnosti je v letu 2006 potekal v obliki delavnic pod okriljem podjetij Vibacom in Anteja-ecg. Poleg delavnic o inovacijskem novinarstvu so organizirali tudi delavnice za mlade v litijski gimnaziji, delavnice s prebivalci lokalne skupnosti in delavnice z lokalnimi podjetniki, ki se z inovativnostjo srečujejo v svojih podjetjih. Konec novembra je sledila še tako imenovana evalvacijska delavnica, na kateri so udeleženci analizirali rezultate in določili nove smernice na področju inovativne skupnosti.

6.1 Prva evropska delavnica o inovacijskem novinarstvu

18. oktobra 2006 je potekala 1. evropska delavnica o inovacijskem novinarstvu,⁴² ki je predstavljala nadaljevanje odmevne konference »Stanford po Stanfordu« v Ljubljani. Podpora medijev in novinarjev igra namreč zelo pomembno vlogo pri ozaveščanju javnosti o inovativnosti. Prvi del delavnic je bil posvečen predstavitvi koncepta in namena inovacijskega novinarstva. Na njih je sodelovalo približno 40 udeležencev iz ZDA, skandinavskih držav, srednje in jugovzhodne Evrope ter Slovenije. Osrednji govornik je bil David Nordfords, predavatelj na Univerzi Stanford, sicer tudi začetnik inovacijskega novinarstva. Izkušnje novinarskega komentiranja in poročanja o inovacijah je za njim predstavil Jan Sandred iz stockholmske agencije za inovacijske sisteme VINNOVA.⁴³

Drugi del prireditve je bil namenjen okrogli mizi o aktualnih izzivih, povezanih z novo vlogo medijev pri oblikovanju inovativne družbe. Na njej so o omenjenih izzivih razpravljali gostje iz tujine in domači raziskovalci, predstavniki različnih podjetij, predstavniki

⁴¹ http://www.innovationjournalism.si/en/e107_files/downloads/ls_in_gospodarstvo-zakljucki.pdf (15. 3. 2007).

⁴² <http://www.innovationjournalism.si/si/page.php?12> (15. 3. 2007).

⁴³ http://www.innovationjournalism.si/en/e107_files/downloads/pressslo.pdf (15. 3. 2007).

Tehnološke agencije Slovenije ter poklicni novinarji. V ospredju pogovorov so bili razlogi, ki preprečujejo prehod držav, tudi Slovenije, v inovativne družbe. Po mnenju razpravljalcev je to še vedno velik problem, saj inovativnost, razen v primeru skandinavskih držav, še vedno ni dovolj cenjena.

Sklepni del delavnic pa je bil namenjen iskanju rešitev, ki bi inovatorjem in inovacijam pomagale do boljših pogojev dela in bi bili deležni večjega posluha države. Pomembno vlogo naj bi igral predvsem sistem vrednot, kjer sta najbolj napredovali predvsem Finska in Švedska. Tam se je inovacijsko novinarstvo tudi najbolj uveljavilo, idejo pa sta podprli tudi državi. Slovenijo čaka na tem področju še veliko dela, saj je inovacijsko novinarstvo med stroko deležno precejšnjega skepticizma, država pa premalo naredi za to, da bi inovativnost postala tudi splošno sprejeta vrednota.⁴⁴

V okviru prireditve so se organizatorji odločili, da bodo vsako leto podelili tudi nagrado in priznanja za posebne dosežke v inovacijskem novinarstvu. Najboljše bo izbirala mednarodna komisija, ki bo v sestavi poklicnih novinarjev, raziskovalcev in gospodarstvenikov iz Slovenije ter predstavnikov tehnoloških agencij skandinavskih držav in Univerze Stanford iz ZDA, poskušala spodbuditi razvoj inovacijskega novinarstva v slovenskih medijih in hkrati postopoma tudi prispevala h globalizaciji koncepta inovacijskega novinarstva.

⁴⁴ http://www.innovationjournalism.si/en/e107_files/downloads/dusan.pdf (15. 3. 2007).

7. NAGRADA IN PRIZNANJA ZA POSEBNE DOSEŽKE V INOVACIJSKEM NOVINARSTVU

V okviru lanskoletne prireditve »Stanford po Stanfordu« so se organizatorji odločili, da bodo vsako leto podelili tudi nagrado in priznanja za posebne dosežke v inovacijskem novinarstvu. Iniciativni odbor projekta so sestavljali mag Violeta Bulc, Peter Frankl iz Financ, dr. Marta Svetina, Polona Pibernik in Dušan Snoj. Najboljše naj bi izbrala mednarodna komisija, ki je v sestavi poklicnih novinarjev, raziskovalcev in gospodarstvenikov iz Slovenije ter predstavnikov tehnoloških agencij skandinavskih držav in Univerze Stanford iz ZDA, poskušala spodbuditi razvoj inovacijskega novinarstva v slovenskih medijih in hkrati postopoma prispevati h globalizaciji koncepta inovacijskega novinarstva.

Naloga komisije je, da vsako leto v okviru konference »Stanford po Stanfordu« podeli nagrado in priznanja za izjemne novinarske prispevke na področju inovacijskega novinarstva. Za nagrade se lahko potegujejo posamezniki, ki delujejo v nacionalnih, lokalnih in regionalnih medijih, internih glasilih gospodarskih družb, v šolskih glasilih in glasilih drugih organizacij. Potencialni kandidati se lahko za nagrade prijavijo sami, predlagajo pa jih lahko tudi uredništva, organizacije, posamezniki ter druge skupine.

Kriteriji za ocenjevanje so takšni, da upoštevajo zlasti tiste medijske prispevke, ki spodbujajo inovativnost, razvoj nove kulture poročanja o inovacijah in hkrati prispevajo k celotnemu razumevanju inovacijskih procesov, ki so mešanica tehnologije, poslovne uspešnosti, znanosti, politike, prava, kulture, umetnosti in drugih družbenih in gospodarskih vidikov. Pri podeljevanju priznanj člani komisije upoštevajo tudi prispevek posameznikov k spodbujanju komunikacije in sodelovanja med znanostjo, gospodarstvom, državnimi ustanovami, lokalnimi skupnostmi in drugimi akterji. Le na ta način je po mnenju komisije možno večje razumevanje inovativnosti in ustvarjalnosti v slovenski družbi, ki bi omogočili preobrazbo Slovenije v inovativno družbo. Komisija se je odločila, da bo letno, do meseca maja, praviloma podelila eno nagrado in največ pet priznanj za novinarske prispevke v minulem koledarskem letu.⁴⁵ Glavni namen nagrade naj bi bil promoviranje inovacijskega novinarstva v Sloveniji in vzpodbujanje različnih medijev, da bi nekaj svojega prostora pri poročanju namenili tudi inovacijam.

Slavnostna podelitev nagrad za inovacijsko novinarstvo je bila na letošnji regionalni konferenci o inovacijskem novinarstvu "Stanford po Stanfordu 2007", ki je 14. junija potekala

⁴⁵ <http://www.innovationjournalism.si/si/page.php?10> (15. 3. 2007).

v prostorih Fakultete za družbene vede. O uspešnosti pilotskega projekta na globalni ravni govori število prijavljenih prispevkov o inovativnosti. Za nagrado za najboljši novinarski prispevek o inovativnosti v slovenskih medijih se je potegovalo kar 77 prispevkov, ki so bili lani objavljeni v 11 medijih. Žirija je lahko izbirala med časopisnimi članki, radijskimi in televizijskimi prispevki ter tudi med trenutno zelo popularnimi blogi in videji. Tudi za priznanje za najboljši prispevek o inovativnosti v internih časopisih ali glasilih, ki jih objavljajo slovenska podjetja, je bila konkurenca precejšnja. Za priznanje se je potegovalo 18 prispevkov, ki so bili objavljeni v 7 različnih internih časopisih oziroma glasilih. Člani mednarodne komisije, ki so jo sestavljali mag. Violeta Bulc iz podjetja Vibacom, mag. Miloš Ebner, podpredsednik TIA in član Trima Trebnje d.o.o, dr. Marko Milosavljević iz FDV, dr. David Nordfords iz Stanforda, Jan Sandred iz švedske VINNOVA, Polona Pibernik iz podjetja Mediade in Dušan Snoj iz podjetja Vigeo svetovanje, kot predsednik žirije. Komisija se je pred končno odločitvijo v mesecu maju dvakrat sestala v Ljubljani. Po kriterijih, ki so jih sprejeli 24. septembra 2006 v Ljubljani, so izbrali 12 finalistov v kategoriji Najboljši novinarski prispevek o inovativnosti v slovenskih medijih, objavljen leta 2006 in 7 finalistov v kategoriji Najboljši prispevek o inovativnosti v internih časopisih ali glasilih, ki jih izdajajo slovenska podjetja, objavljen v letu 2006.

V ožji izbor Nagrade za najboljši novinarski prispevek o inovativnosti v slovenskih medijih, objavljen leta 2006, je prišlo dvanajst prispevkov.⁴⁶ Nekateri avtorji so v finale prišli z večimi prispevki, sicer pa je med dvanajstimi finalisti le šest različnih medijev. Prevladujejo predvsem časopisi, ki so specializirani za poročanje o gospodarstvu, znanosti in razvoju.

Sedemčlanska žirija pa je izbrala tudi finaliste za Priznanje za najboljši prispevek o inovativnosti v internih časopisih ali glasilih, ki jih izdajajo slovenska podjetja, objavljen v letu 2006.

⁴⁶ Finalisti so bili: Jože Vilfan: Konec blefa glede Lizbonske strategije (Podjetnik), Leon Korošec: Kako povečati privlačnost znamke s tehnološkimi inovacijami (Manager), Marjana Dremelj: Zeleni podjetniški trendi (Podjetnik), Matej Peternejl: Bomo s tehnološkimi centri dosegli razvojni preboj? (Profit), Nataša Korajžija: Tekstil je lahko high-tech (Manager), Nives Pahor: Povezovanje – samo na projektih (Podjetnik), Polona Pibernik in Violeta Bulc: Oddaja Poslovni ritmi – Trimo (TV Pika: oddaja Poslovni ritmi), Primož Kaučič: Ključne so notranje inovacije (Podjetnik), Samo Kranjec: Kako utirati pot znanosti in inovativnosti (Finance), Samo Kranjec in Edvard Kobal: Brez novih izdelkov ni globalne konkurenčnosti (Finance), Sara Sonja Lunder: Spobujanje inovativnosti med mladimi (IRT 3000) in Sara Sonja Lunder: Odločitev za inovativnost je v rokah vodstva (IRT 3000).

V ožji izbor je prišlo sedem prispevkov.⁴⁷ Tudi v tej kategoriji je bilo nekaj finalistov z več kot enim prispevkom v finalu. Sicer pa je bilo sedem izbranih prispevkov iz le štirih internih časopisov ali glasil, ki jih izdajajo slovenska podjetja.

Žirija je na konferenci svojo končno oceno tudi temeljiteje obrazložila. Finalisti so jih prepričali predvsem s svojim načinom podajanja informacij. Nagrajeni prispevki imajo po njihovem mnenju močan učinek na bralce oziroma gledalce. Temeljijo na pogledu v prihodnost, ki je v nasprotju s tradicionalnim novinarstvom. Slednje se namreč ukvarja predvsem s stvarmi, ki so se že zgodile. Glavno nagrado za najboljši novinarski prispevek o inovativnosti v slovenskih medijih v letu 2006 je tako po soglasni odločitvi žirije prejela Nataša Koražija iz Managerja s prispevkom »Tekstil je lahko high-tech«, ki je bil objavljen v 7. številki revije Manager lanskega leta. Zmagovalka bo za nagrado maja prihodnje leto odpotovala na Konferenco o inovacijskem novinarstvu, ki ga organizira Stanfordska univerza v Kaliforniji.

V kategoriji »Najboljši prispevek o inovativnosti v internih časopisih ali glasilih v letu 2006« pa je priznanje prejela Vesna Petkovšek iz podjetja Gorenje s prispevkom »Rast je rezultat dobro vodenega inovativnega procesa«, ki je bil objavljen v internem glasilu Gorenja d.d., Pika na G. Ker je v glavni kategoriji tekmovalo kar 77 prispevkov, se je komisija odločila, da bo podelila še posebna priznanja. Prislužili so si jih Marjana Dremelj s

⁴⁷ Boro Jerabek: Evropska komisija podprla projekt inteligentnega doma, Pika na G (Gorenje d.d.), Vesna Petkovšek: Rast je rezultat dobro vodenega inovativnega procesa, Pika na G (Gorenje d.d.), Polona Pibernik, Mojca Androjna in Edita Kuhelj Krajnović: Želim se spreminjati, Novice Acroni - Podjetniki v podjetju (Acroni d.d.), Polona Pibernik, Mojca Androjna in Edita Kuhelj Krajnović: Razvoj storitev v tekmi 21. stoletja; Škrjanček - Podjetniki v podjetju (Telekom d.d.), Polona Pibernik: VSAKDO JE LAHKO INOVATIVEN! TUDI VI!, e-novice (Oria Computers d.o.o.), Matej Novak: E-LOGISTIKA: OD BESED K DEJANJEM, e-novice (Oria Computers d.o.o.), Sonja Klopčič: SPODBUDIMO KREATIVNOST VSEH ZAPOSLENIH!, e-novice (Oria Computers d.o.o).

prispevkom Zeleni podjetniški trendi, v Podjetniku, Primož Kaučič s prispevkom Ključne so notranje inovacije, ki je bil objavljen v Podjetniku, Sara Sonja Lunder s prispevkom Spodbujanje inovativnosti med mladimi, ki je bil objavljen v IRT 3000, Matej Peternej s prispevkom Bomo s tehnološkimi centri dosegli razvojni preboj, ki je bil objavljen v Profitu in Samo Kranjec iz Financ s prispevkom Kako utirati pot znanosti in inovativnosti.

Priznanja za najboljše prispevke o inovativnosti pa so dobili tudi osnovnošolci in srednješolci, ki so sodelovali na delavnicah projekta Inovativna lokalna skupnost. V projekt, ki ga vodi Matej Zupančič iz Centra za razvoj Litija, je bilo vključenih skoraj 100 otrok med 12 in 18 letom starosti. Mladi so zelo kreativni in imajo veliko idej, vendar pa ne razumejo koncepta inovativnosti. Na različnih delavnicah so zato izrazili željo, da bi radi razumeli inovacije in inovativnost. Pojma bi jim po njihovem mnenju morali pojasniti mediji, ki naj bi inovativnost predstavljali kot priložnost in vrednoto za prihodnost.

V organizaciji Javnega sklada za razvoj kadrov in štipendije pa je bila na konferenci v Ljubljani podeljena tudi posebna nagrada »Futurum za inovacijsko novinarstvo 2007«. Za dosežke na področju ozaveščanja javnosti o znanstvenih dosežkih z uporabo inovacijskega novinarstva v Sloveniji v lanskem letu je nagrado prejel Sašo Dolenc, ki je po mnenju komisije s svojimi članki na področju poljudne znanosti uspel zapletene znanstvene dosežke razložiti širši javnosti na jasn in zanimiv način s tem, da je ostal pri svoji razlagi natančen in znanstven.

8. ANALIZA BESEDIL

Inovacijsko novinarstvo je mednarodno priznано šele od leta 2003, ko je David Nordfors s prihodom na ameriško Univerzo Stanford projekt tudi globalno predstavil. Slovenska javnost se je s projektom seznanila konec leta 2005, zato je v slovenskem medijskem prostoru še vedno precej neuveljavljen. Koncept inovacijskega novinarstva se v nasprotju s tradicionalnim novinarstvom osredotoča na čisto nova področja novinarstva. Spreminja se tudi vloga novinarjev, ki so v inovacijskem novinarstvu predvsem posredniki. Njihova naloga je posredovanje informacij, biti pa morajo tudi ustrezno izobraženi in razgledani. Pri poročanju o inovacijskih vsebinah je namreč zelo pomembno, da novinarji razumejo vsebino, kar pa je zaradi kompleksnosti znanstvenih in tehničnih terminov zelo zahtevno delo. Inovacijsko novinarstvo je povezano s prihodnostjo. Ključna znanstvena dejstva, ki vplivajo na življenje posameznika in na celotno družbo, naj bi novinarji predstavljali na enostaven, preprost in zanimiv način. Ob tem pa naj bi se še vedno držali temeljnega načela novinarstva, natančnosti.

Ker je področje inovacijskega novinarstva pri nas še vedno precej zapostavljeno in neznano, smo v teoretičnem delu določili glavne značilnosti inovacijskega novinarstva in opisali njegov razvoj v tujem in domačem medijskem prostoru, da lahko nadaljujemo z empiričnim delom.

Najprej bomo analizirali nagrajene prispevke v kategoriji Najboljši novinarski prispevek o inovativnosti v slovenskih medijih, objavljen v lanskem letu, kasneje pa še najboljši prispevek o inovativnosti v slovenskih internih časopisih in glasilih. Tako bomo lahko ugotovili temeljne lastnosti inovacijskega novinarstva v praksi. Analizo bomo opravili glede na uradne kriterije, ki jih je sprejela že v prejšnjem poglavju omenjena sedemčlanska mednarodna komisija 24. septembra 2006 v Ljubljani. Tako bomo lahko preverili, ali veljajo v teoretičnem delu navedene ugotovitve tudi na primerih iz slovenskih medijev in internih časopisov ali glasil. Na koncu bomo povzeli skupne značilnosti analiziranih prispevkov.

Analizirali bomo šest nagrajenih novinarskih prispevkov o inovativnosti, ki so bili lani objavljeni v slovenskih medijih in najboljši prispevek o inovativnosti, ki je bil lani objavljen v internem časopisu enega izmed največjih slovenskih podjetij. Kriteriji za analizo, na podlagi katere bomo zaključili lastnosti inovacijskega novinarstva, so naslednji:

- spodbujanje inovativnosti,
- celovito razumevanje inovacijskih procesov, v katerih se prepletajo tehnologija, poslovna uspešnost, znanost, politika, pravo, finance, kultura, umetnost in drugi družbeni in gospodarski vidiki,
- spodbujanje komunikacije in sodelovanja med znanostjo, gospodarstvom, državnimi ustanovami, lokalnimi skupnostmi in drugimi akterji,
- razvoj inovacijskega novinarstva kot načina poročanja o inovacijah in njihovem odločilnem vplivu na razvoj v prihodnosti,
- razumevanje inovativnosti in ustvarjalnosti kot ključnih orodij za zagotavljanje stabilnega dolgoročnega razvoja Slovenije in k preobrazbi Slovenije v inovativno družbo.

Za vsakega od kriterijev bomo poskušali najti primere v nagrajenih novinarskih besedilih. Če bomo pri večini besedil lahko našli primere za vsakega od zgoraj naštetih kriterijev, bomo lahko prepoznali lastnosti inovacijskega novinarstva in potrdili domnevo, da se poročanje po seznanitvi z inovacijskim novinarstvom spremeni. Novinarji, ki so se prijavili na izbor za nagrado in priznanja za posebne dosežke v inovacijskem novinarstvu, so bili namreč seznanjeni z zgoraj omenjenimi kriteriji, ki definirajo inovacijsko novinarstvo. Zanimalo nas bo tudi, kje so bili nagrajeni prispevki objavljeni. Našo hipotezo bomo lahko potrdili, če se bo izkazalo, da je bila večina prispevkov objavljenih v poslovnih časopisih in internih glasilih ali specializiranih rubrikah, ki jih prebira le ozek krog ljudi. Po opravljeni analizi člankov bomo lahko ugotovili, ali imajo nagrajeni prispevki pogled v prihodnost, ki je značilen za inovacijsko novinarstvo. Novinarji naj bi namreč po seznanitvi s konceptom inovacijskega novinarstva v svoje delo vključili tudi povezovanje in vpogled v prihodnost, hkrati pa vedno poudarili tudi pozitivne in negativne posledice inovacijskih rešitev.

8.1 Analiza nagrajenih prispevkov v kategoriji Najboljši novinarski prispevek o inovativnosti v slovenskih medijih, objavljen leta 2006

Cilj diplomske naloge je pokazati, kako inovacijsko novinarstvo vpliva na poročanje o gospodarskih in tehnoloških temah ter temah s področja znanosti na konkretnih primerih. Naš namen je potrditi domnevo, da v medijih, z izjemo specializiranih poslovnih časopisov in internih glasil, ki jih izdajajo podjetja, primanjkuje poročanja o spremembah in razvoju, ki bi pojasnjevalo dogajanje širšemu občinstvu. Trdimo namreč, da je pri poročanju o informacijah s področja tehnološkega razvoja in inovativnosti zelo pomembno, da novinarji razumejo vsebino. Novinarji bi pri pisanju o inovacijah morali poznati ključna znanstvena dejstva, ki vplivajo na posameznika in jih podati na razumljiv način, ki bi vseboval tudi za širšo javnost privlačen in razumljiv jezik. Pokazati želimo še, da inovacijsko novinarstvo ni usmerjeno samo v preteklost, kot je to značilno za tradicionalne novinarske vsebine, ampak se ozira tudi v prihodnost. Ljudi namreč zanima, kako bodo na njihova življenja vplivale različne inovacije.

Analizirali bomo naslednje novinarske prispevke o inovativnosti, ki so bili v slovenskih tiskanih medijih objavljeni v lanskem letu:

- **Marjana Dremelj** (avgust 2006), Podjetnik: Zeleni podjetniški trendi,
- **Matej Peternelj** (september 2006), Profit: Bomo s tehnološkimi centri dosegli razvojni preboj?,
- **Nataša Koražija** (julij 2006), Manager: Tekstil je lahko high-tech,
- **Primož Kaučič** (marec 2006), Podjetnik: Ključne so notranje inovacije,
- **Samo Kranjec** (oktober 2006), Finance: Kako utirati pot znanosti in inovativnosti,
- **Sara Sonja Lunder** (junij 2006): Spodbujanje inovativnosti med mladimi.

Analizirali bomo še najboljši prispevek o inovativnosti v internih časopisih ali glasilih slovenskih podjetij, ki je bil objavljen v lanskem letu:

- **Vesna Petkovšek** (oktober 2006), Pika na G (Gorenje d.d): Rast je rezultat dobro vodenega inovativnega procesa.

Glede na rezultate analize bomo lahko določili temeljne lastnosti inovacijskega novinarstva v Sloveniji in jo nato še nadgradili z izsledki pilotskega projekta Litija – mesto inovativnosti. Zanimalo nas bo predvsem, ali se je poročanje tamkajšnjih novinarjev po končanem projektu spremenilo. Inovacijsko novinarstvo naj bi bilo namreč temelj za vzpostavljanje inovativnosti lokalnih skupnosti, kar naj bi posledično vplivalo tudi na njihov hitrejši gospodarski razvoj.

8.1.1 Zeleni podjetniški trendi (Marjana Dremelj, Podjetnik)

Besedilo je bilo v reviji Podjetnik objavljeno avgusta lansko leto. Govori o drugačnem pristopu do okolja, ki ga avtorica ponazori tudi na konkretnih primerih. Novinarka bralce spodbuja k inovativnosti na primerih dobre prakse. Omenja primer tovarne Siemens, ki ponuja najem svojih aparatov, ki jih po koncu najema tudi prevzame v reciklažo in tako doda svoj prispevek k čistejšemu okolju. Celovito razumevanje inovacijskih procesov novinarka prikaže na primeru Nemčije. Slednja je namreč že leta 2000 sprejela program, katerega namen je bil izboljšati energetske učinkovitost v domovih in hkrati zmanjšati brezposelnost. Delovna mesta naj bi namreč ustvarjala podjetja, ki proizvajajo izdelke za izkoriščanje obnovljivih virov energije. Nemci so si v programu zadali cilj, da bodo z izvajanjem tega programa prenovili kar 300.000 stanovanj in tako prispevali k ohranitvi okolja. Novinarka se v skladu z načeli inovacijskega novinarstva ozre tudi v prihodnost in podjetjem ponudi možnost donatorstva socialno šibkejšim gospodinjstvom tako, da bi jim omogočili dostop do učinkovitih žarnic. Na ta način bi lahko tudi oni prispevali k znižanju porabe električne energije. Slovenije se avtorica v prispevku sicer ne dotakne, vendar pa na dobrih primerih iz tujine poskuša prikazati, kaj bi lahko z inovacijskim pristopom za okolje naredili tudi sami.

Revija Podjetnik, v kateri je bil objavljen nagrajeni novinarski prispevek, je, kot je zapisano na njihovi spletni strani, medij za podjetnike. Njihovi bralci naj bi bili podjetniki, direktorji in drugi vodilni delavci v malih, srednjih in velikih podjetjih, ki imajo nadpovprečno kupno moč. Revija je znana tudi po priznanju Podjetnik leta, ki nagrajuje

inovativne in uspešne slovenske podjetnike. Po nacionalni raziskavi o branosti v Sloveniji so imeli lansko leto približno 48.000 bralcev.⁴⁸

8.1.2 Bomo s tehnološkimi centri dosegli razvojni preboj? (Matej Peternelj, Profit)

V novinarskem prispevku, ki je bil v reviji Profit objavljen septembra lani, avtor temeljito analizira trenutno stanje slovenskih tehnoloških centrov in jih primerja z uspešnimi primeri iz tujine. Tehnološki centri namreč sestavljajo tako imenovano infrastrukturo za razvoj inovacij in predstavljajo most med akademsko sfero in industrijo. Besedilo tako ustreza vsem kriterijem, ki smo jih postavili kot primer dobrega inovacijskega novinarstva (glej 8. poglavje). Novinar v svojem prispevku pokaže celovito razumevanje inovacijskih procesov, ki jih prikaže na primerih slovenskih in tujih tehnoloških centrov. Ozre se tudi v prihodnost, ko naj bi bili najboljši tehnološki centri tam, kjer bodo posamezna podjetja kapitalsko povezana. S tem je izpolnjen tudi kriterij razumevanja inovativnosti in ustvarjalnosti kot ključnih orodij za zagotavljanje stabilnega dolgoročnega razvoja Slovenije in preobrazbo Slovenije v inovativno družbo. Dotakne pa se tudi problema slovenskih inovatorjev, ki od države prejmejo zelo malo ali skoraj nič sredstev za delovanje, kar dokazuje, da Slovenija še vedno premalo spodbuja inovativnost. Novinarski prispevek celovito zaključita primera dobre prakse iz sosednje Italije in Portugalske, kjer so tehnološki centri tesno povezani z industrijo. Avtor s tem spodbudi slovensko državo k večji komunikaciji in sodelovanju med znanostjo, gospodarstvom, državnimi ustanovami, lokalnimi skupnostmi in drugimi akterji, saj bo naša družba le na ta način lahko napredovala.

Revija Profit, v kateri je bil novinarski prispevek objavljen, je poslovna revija. V njej analizirajo in komentirajo aktualno gospodarsko dogajanje. Po podatkih Nacionalne raziskave branosti v Sloveniji je imela lani približno 14.000 bralcev.

8.1.3 Tekstil je lahko high-tech (Nataša Koradžija, Manager)

Novinarski prispevek, ki je bil julija lansko leto objavljen v reviji Manager, je bil po mnenju strokovne komisije najboljše besedilo o inovativnosti, ki je bil v slovenskih tiskanih medijih objavljen v lanskem letu. Po temeljiti analizi sem ugotovila, da je zmagovalni novinarski prispevek najbolj inovativen med vsemi nagrajenimi članki. Bralcu namreč

⁴⁸ <http://www.nrb.info/podatki/> (17. 7. 2007).

predstavi kar nekaj inovativnih idej v tekstilni industriji, ki se danes množično seli na Kitajsko in zapira tovarne v Evropi. Novinarica tako predstavi primer zelo inovativne tekstilne družbe, Predilnice Litija, kjer so v povezavi z znanostjo našli pravo tržno nišo. Razvili so namreč nevidne preje, ki jih uporabljajo za izdelavo uniform vseh evropskih specialnih vojaških enot, posebej za japonski trg pa so razvili preje za filtracijo plinov v jedrskih elektrarnah in prejo z nanodelci. Novinarica je tako na konkretnem primeru poskušala dokazati, da tekstilna industrija ni nujno povezana s selitvijo delovnih mest v tako imenovane poceni države. Novinarski prispevek bralcem predstavi številne nove proizvode na področju tekstilstva in dobro poroča o inovacijah na tem področju, saj v litijski predilnici uvajajo tudi inovacije z drugih področij, kot sta kemija in biologija in pospešeno iščejo nova področja uporabe tekstila v medicini, gradbeništvu in strojništvu. Na ta način novinarica s svojim novinarskim prispevkom spodbuja komunikacijo in sodelovanje med znanostjo, gospodarstvom, državo in drugimi pomembnimi akterji. Avtorica zelo dobro predstavi tudi odločilen vpliv inovacij na razvoj v prihodnosti. Litijsko podjetje je lahko tako dober zgled ostalim slovenskim podjetjem, saj od 23 milijonov evrov prihodkov skoraj milijon evrov usmeri v razvoj, približno dva milijona evrov pa za naložbe.

Revija Manager, ki jo izdaja časnik Finance, je mesečni poslovni časopis. Zelo odmeven je bil predvsem njihov letošnji spisek najbogatejših Slovencev, ki je v javnosti naletel na različne odzive. Po podatkih Nacionalne branosti v Sloveniji so imeli lani približno 18.000 bralcev.

8.1.4 Ključne so notranje inovacije (Primož Kaučič, Podjetnik)

Novinarski prispevek je bil marca lansko leto objavljen v reviji Podjetnik. Avtor v njem predstavlja inovativno slovensko podjetje Oria computers, ki ne slovi le po svoji zunanji inovativnosti, ampak so inovativni tudi navzven. Bralci v njem izvejo tudi recept za dobre poslovne rezultate, ki naj bi bili v zagorskem podjetju rezultat dobrega vodstva s pravimi sodelavci. Kot dokaz novinar zapiše, da jim je zasavska območna gospodarska zbornica podelila že četrto leto zapored zlato priznanje za najboljšo inovacijo leta. Oria computers je bilo ob podjetju Eti edino podjetje, ki je v zadnjih desetih letih prav vsako leto prijavilo najmanj eno inovacijo na to tekmovanje. Novinar se v svojem prispevku ozre tudi v prihodnost, ki jo direktorica zagorskega podjetja vidi ravno v inoviranju. Le na ta način je po njenem mnenju možno dolgoročno preživetje podjetja. Novinar bralcu v besedilu predstavi tudi nove produkte. V primeru Orie computers ti izhajajo iz notranjih inovacij. Novi izdelki

naj bi bili zato pogosto samo posledica izboljšav procesov v podjetju. V zagorskem podjetju so tako razvili program za motiviranje zaposlenih Victoria, ki je dobil tudi zlato priznanje. Program so v podjetju začeli razvijati za lastne potrebe, ko so mesečno ocenjevali zaposlene na podlagi njihove samostojnosti, samoiniciativnosti, skupinskega dela, delitve znanja in informacij, kakovosti dela, odnosa do sodelavcev in kupcev. Vodje oddelkov so po teh kriterijih vsak mesec ocenjevali svoje ljudi in ocena je vplivala na variabilni del plače. Ker se je ocenjevanje pokazalo za zelo učinkovito, so se v podjetju odločili in ga ponudili tudi na trgu. Na koncu besedila sledijo še nasveti, kako lahko posameznik ustvari inovativno podjetje, ki bralca vzpodbudi k razmišljanju o inovativnih idejah, ki lahko morda nekoč tudi spremenijo svet.

Tudi ta novinarski prispevek izhaja iz revije Podjetnik, ki smo jo podrobneje predstavili že pri analizi enega od prejšnjih nagrajenih člankov (glej poglavje 8.1.1).

8.1.5 Kako utirati pot znanosti in inovativnosti (Samo Kranjec, Finance)

Novinarski prispevek je bil oktobra objavljen v časniku Finance. Bralcem ponuja zanimiv vpogled v svet znanosti in inovativnosti, ki jo predstavi Alasdair Reid, direktor belgijske enote razvojne družbe Technopolis. Slednja upravlja tudi evropski projekt, ki na ravni Evropske unije spodbuja razvoj inovativnosti. Novinar je v analiziranem besedilu izpolnil vse postavljene kriterije dobrega inovacijskega novinarstva. Z besedilom spodbuja inovativnost, saj zapiše, da je z inovacijsko miselnostjo treba prepojiti celotno družbo. Iz prispevka je razvidno tudi novinarjevo celovito razumevanje inovacijskih procesov in spodbujanje sodelovanja med znanostjo, gospodarstvom, državnimi ustanovami, lokalnimi skupnostmi in drugimi akterji. Zavzame se namreč za konkurenco za razvojna sredstva med različnimi raziskovalnimi skupinami. Kot predlaga direktor belgijske družbe, lahko podjetja dodano vrednost ustvarijo že z različnim zavijanjem izdelka ali z drugačnim, inovativnim poslovnim modelom ali pristopom do kupcev. Sicer pa novinarski prispevek izpolnjuje tudi četrti postavljeni kriterij, ko novinar zapiše, da imajo pri krepitevi zavedanja o pomenu inovativnosti velik pomen mediji ter dogodki, ki so namenjeni temu. Razumevanje inovativnosti in ustvarjalnosti kot ključnih orodij za zagotavljanje stabilnega dolgoročnega razvoja Slovenije in preobrazbo Slovenije v inovativno družbo novinar potrdi tudi z vpogledom v prihodnost. Po Reidovem mnenju bi morali začeti že pri najmlajših in vpeljati pouk o inovativnosti v šole ter načrtno gojiti inovativnost v celotnem življenjskem obdobju posameznika. Za hitrejši razvoj pa bi morala Slovenija, ki po inovativnosti za razvitimi

evropskimi državami zaostaja približno deset let, v okviru znanstvene politike strateško financirati dolgoročne raziskave, pri inovacijski politiki pa naj bi spodbujala ustvarjanje inovacijske kulture v podjetjih.

Časnik Finance je poslovni dnevnik, ki je imel lani po podatkih Nacionalne branosti v Sloveniji 59.000 bralcev. S tem so se uvrstili na vrh najbolj branih poslovnih časopisov.

8.1.6 Spodbujanje inovativnosti med mladimi (Sara Sonja Lunder, IRT 3000)

Novinarski prispevek je bil junija lani objavljen v reviji IRT – Inovacije, Razvoj, Tehnologije. Novinarka v njem bralcu predstavi pomemben dejavnik v razvoju vsake družbe, inovacijske potenciale mladih. Mladi strokovnjaki naj bi bili, kot je zapisano, odličen inovacijski potencial, saj so praviloma neobremenjeni z negativnimi izkušnjami iz preteklosti. Problem v Sloveniji nastopi, da mladi nimajo dovolj strokovnega in podjetniškega znanja za uresničitev svojih zamisli, zato bi jim morali biti v pomoč podporno okolje, kot so tehnološki centri in univerzitetni inkubatorji ter povezave z gospodarstvom. Novinarka je s svojim prispevkom zadovoljila vsem kriterijem dobrega inovacijskega novinarstva. Spodbujanju inovativnosti med slovensko mladino je tako namenjen praktično celoten novinarski prispevek. Spremembe bi se po novinarkinem mnenju morale začeti pri temeljih. Več pozornosti naj bi tako namenili spodbujanju inovativnosti v podjetjih, sposobnosti prenosa znanja, zamisli in raziskovalnih dosežkov iz akademske srenje v gospodarstvo. Novinarka odkrito poziva k boljši komunikaciji in sodelovanjem med znanostjo, gospodarstvom, državnimi ustanovami, lokalnimi skupnostmi in drugimi akterji, ko zapiše, da v podpornem okolju primanjkuje izkušenj iz gospodarstva, ki je v tujini veliko bolj povezano. Avtorica nagrajenega besedila pokaže tudi celovito razumevanje inovacijskih procesov. Pomembno vlogo namreč pripiše tudi šoli in učiteljem, ki predstavljajo pomemben faktor v inovacijskih sistemih. Naši učenci naj bi tako po mednarodnih raziskavah v primerjavi z učenci drugih držav poznali več podatkov, vendar jih kasneje ne znajo povezovati med seboj. Prav povezovanje pa je zelo pomembno za ustvarjalnost in inovativnost. Bralci se lahko v novinarskem prispevku seznanijo tudi z načini, s katerimi bi lahko spodbudili učenčevo ustvarjalnost. Novinarka pa s svojim besedilom pokaže tudi svoje razumevanje inovativnosti in ustvarjalnosti kot ključnih orodij za zagotavljanje stabilnega dolgoročnega razvoja Slovenije. Dokončno preobrazbo Slovenije v inovativno družbo naj bi tako dosegli le z ustrežno in dolgoročno podporo države.

Revija IRT naj bi, kot je zapisano na njihovi spletni strani, temeljila na inovacijah, razvoju in najsodobnejših tehnologijah. Revija je relativno nova, saj je prva številka izšla šele februarja lani, zato podatki o njihovi branosti lani še niso bili vključeni v Nacionalno raziskavo branosti v Sloveniji. Revija se posveča predvsem kovinsko-predelovalni industriji, informacijskim tehnologijam in tehnologiji na področju nekovin, v njej pa svoje prispevke objavljajo tudi inovativna slovenska podjetja, ki v reviji objavljajo opise konkretnih rešitev v proizvodnih procesih. Njeni bralci naj bi bili vsi, ki se zavedajo, kako pomembno je slediti tehnološkimi in razvojnim dosežkom in novim tehnologijam v njihovi branži. To naj bi bili zaposleni v gospodarstvu, profesorji, študenti ter zaposleni v državni upravi, ki so aktivni na področju omenjenih dejavnosti.

8.2 Analiza nagrajenega prispevka v kategoriji Najboljši prispevek o inovativnosti v internih časopisih ali glasilih, ki jih izdajajo slovenska podjetja, objavljen leta 2006

Najboljši novinarski prispevek o inovativnosti je žirija izbrala tudi v kategoriji internih časopisov ali glasil, ki so jih v lanskem letu izdala slovenska podjetja. V ožji izbor je prišlo šest prispevkov, žirante pa je najbolj navdušil novinarski prispevek Vesne Petkovšek, Rast je rezultat dobro vodenega inovativnega procesa, ki je bil objavljen v internem časopisu podjetja Gorenje, Pika na G. Novinarski prispevek bomo po istih kriterijih, kot smo jih uporabljali za analizo najboljših prispevkov o inovativnosti v slovenskih medijih, podrobneje analizirali v naslednjem poglavju.

8.2.1 Rast je rezultat dobro vodenega inovativnega procesa (Vesna Petkovšek, Pika na G)

Zmagovalni novinarski prispevek je bil oktobra lani objavljen v internem časopisu Gorenja d. d., Pika na G. Avtorica s poglobljenim in zanimivim pisanjem o inovacijskih procesih v Gorenju ni zaostala za zgoraj analiziranimi besedili, ki so bila lani objavljena v slovenskih medijih. Ravno nasprotno. V novinarskem prispevku, ki je mešanica intervjuja in poročila o inovacijskih procesih v enem najuspešnejših slovenskih podjetij, je predstavila ključne točke inovacijskih procesov in izpolnila vse kriterije dobrega inovacijskega

novinarstva. Bralci se tako lahko seznanijo s tremi temeljnimi skupinami inovativnosti in domačimi primeri zanje, katerih cilj je dvig konkurenčnosti in produktivnosti podjetja. To so inovacije, ki se nanašajo na izdelke in storitve (Gorenjeva pametna miza), organizacijske inovacije in poslovne inovacije, kot je na primer povezovanje z svetovno znanimi oblikovalci pri snovanju dizajna novih izdelkov (sodelovanje Gorenja z italijanskim oblikovalcem Pinnifarino oziroma francoskim Ora Itom). Celovito razumevanje inovativnosti je v besedilu vidno na vsakem koraku. Bralec lahko izve, kakšne so razlike med razvojnimi in radikalnimi inovacijami. Predstavljene so tudi rešitve za enega najpogostejših problemov inovatorjev, ki ga avtorica poimenuje »produktna zanka«. Slednja se pojavi pri podjetjih, ki imajo omejena sredstva za razvijanje inovativnih in dobičkonosnih projektov. Kljub temu pa, kot je zapisala nagrajenka, rast ni najbolj odvisna od finančnih sredstev za R&D (rast in razvoj) ampak od dobro vodenega notranjega inovacijskega procesa. Dober primer za to je velenjsko podjetje Gorenje, ki je po nenadni izgubi tradicionalnih trgov, kmalu poiskalo nova tržišča. Svojo vlogo je pri hitrem vzponu podjetja odigral tudi koncept modernega inovacijskega menedžmenta, na katerem bo tudi v prihodnosti temeljilo to uspešno velenjsko podjetje. O njihovi inovacijski naravnosti pa priča tudi njihova vizija nadaljnjega razvoja, ki bi bila lahko vzor še kakšnemu slovenskemu podjetju. Gorenje si namreč želi postati najbolj ustvarjalen, v oblikovanje usmerjen proizvajalec izdelkov za dom.

Pika na G je Gorenjev interni časopis, ki je namenjen njihovim zaposlenim. Pokriva predvsem teme, ki so povezane s podjetjem in zaposlenimi, predstavlja pa tudi novosti, ki se Gorenju obetajo v prihodnosti.

8.3 Sklepi po analizi nagrajenih prispevkov o inovativnosti

Ob analizi nagrajenih prispevkov o inovativnosti smo ugotovili, da vsi članki izpolnjujejo kriterije dobrega inovacijskega novinarstva, ki smo jih postavili pred začetkom analize. Prispevki so bili vsi po vrsti objavljeni v poslovnih in internih časopisih z relativno ozkim krogom bralcev, zato lahko potrdimo uvodno hipotezo. Zaključimo lahko, da se pri analiziranih člankih kažejo predvsem naslednje temeljne lastnosti inovacijskega novinarstva v Sloveniji:

1. Inovacije v gospodarstvu, znanosti in tehnologiji v slovenskem medijskem prostoru obravnavajo le specializirani poslovni in interni časopisi, ki jih prebira le ozek krog

ljudi. Največkrat so to kar ljudje, ki delujejo na prej omenjenih področjih in imajo zato že določeno predznanje o obravnavanih temah.

2. Za inovacijsko novinarstvo je značilno spodbujanje inovativnosti, ki ga novinarji spodbujajo tudi s predstavitvijo inovativnih slovenskih in tujih podjetij.
3. V prispevkih s področja inovacijskega novinarstva je vedno vključen tudi vpogled v prihodnost. Z njim novinar odgovori na vprašanje, kako bo posamezna inovacija vplivala na življenje povprečnega človeka.
4. Inovacijsko novinarstvo daje velik poudarek na spodbujanje komunikacije in sodelovanja med znanostjo, gospodarstvom, državnimi ustanovami, lokalnimi skupnostmi in drugimi akterji.
5. Inovacijsko novinarstvo temelji na celovitem razumevanju inovacijskih procesov, v katerih se prepletajo tehnologija, poslovna uspešnost, znanost, politika, pravo, finance, kultura umetnost in drugi družbeni in gospodarski vidiki.
6. V prispevkih inovacijskega novinarstva sta inovativnost in ustvarjalnost vedno izpostavljeni kot ključna mehanizma za zagotavljanje stabilnega dolgoročnega razvoja Slovenije, ki naj bi se le tako preobrazila v inovativno družbo.

Ker so tudi v ožji izbor za nagrado za najboljše prispevke o inovativnosti prišli le prispevki ožje specializiranih poslovnih časopisov in revij, ki imajo povprečno okoli 35.000 bralcev na leto, lahko sklepamo, da prispevki inovacijskega novinarstva še vedno niso dostopni širši javnosti. Iz povprečja izstopa le poslovni časnik Finance z 59.000 bralci letno. To je v primerjavi z najbolj branim slovenskim časopisom Slovenske novice, ki so imele lani skoraj 360.000 bralcev, še vedno relativno malo. S tem smo dokazali tudi našo drugo hipotezo, da v medijih, z izjemo specializiranih poslovnih časopisov in internih glasil, ki jih izdajajo podjetja, primanjkuje poročanja o spremembah in razvoju, ki bi pojasnjevalo dogajanje širšemu občinstvu.

Ugotovili smo tudi, da je inovacijsko precej zahtevno. Pri poročanju o informacijah s področja tehnološkega razvoja in inovativnosti je namreč zelo pomembno, da novinarji

razumejo vsebino in poznajo ključna znanstvena dejstva, ki vplivajo na posameznika. Le tako jih namreč lahko podajo na razumljiv način, ki vsebuje tudi za širšo javnost privlačen in razumljiv jezik. Dobro poznavanje inovacijskih procesov pa so pokazali nagrajeni novinarji (glej poglavje 8.1), ki bi bili lahko s svojimi novinarskimi prispevki zgled tudi ostalim novinarskim kolegom.

9. SKLEPI PO KONČANEM PROJEKTU LITIJA – MESTO INOVATIVNOSTI

Litijska lokalna skupnost je prva v Sloveniji začela projekt inovativne lokalne skupnosti. Z njim naj bi ustvarili misleče lokalno okolje, ki bi inovativnost uvrstilo v svoj sistem vrednot. V lokalni skupnosti naj bi ustvarili takšno ozračje, ki bi temeljilo na inovativnem razmišljanju posameznikov, slednji pa naj bi s svojimi inovativnimi idejami pomagali pri ustvarjanju novih, perspektivnih podjetij in tako poskrbeli tudi za prihodnost svoje lokalne skupnosti. Za uspeh projekta pa je imelo pomembno vlogo tudi inovacijsko novinarstvo, ki naj bi nastopalo kot ključ za zagon in naslednje razvojne faze.

Projekt Litija - mesto inovativnosti je v letu 2006 potekal v obliki delavnic pod okriljem podjetij Vibacom in Anteja-ecg. Poleg delavnic o inovacijskem novinarstvu, ki so se jih med drugimi udeležili tudi lokalni novinarji s tega področja, so organizirali tudi delavnice za mlade v litijski gimnaziji, delavnice s prebivalci lokalne skupnosti in delavnice z lokalnimi podjetniki, ki se z inovativnostjo srečujejo v svojih podjetjih.

V diplomski nalogi nas je zanimalo, kako so delavnice o inovacijskem novinarstvu vplivale na poročanje lokalnih novinarjev na tamkajšnjem področju. Sodeč po njihovem obisku, jih inovacijsko novinarstvo ne zanima preveč. Poleg nekaterih študentov novinarstva, tehničnega osebja medijskih hiš in lokalnih simpatizerjev se je delavnic namreč udeležilo le pet novinarjev, ki poročajo iz Zasavja, vabljenih pa jih je bilo več kot dvajset. To so bili dopisnik RTV Slovenija Marko Planinc, dopisnica Radia Slovenija Karmen Štrancar, novinar tukajšnjega Radia Geoss Jože Mahkovec, predstavnik ETV Marjan Šušteršič in novinarka Zrna Ana Vatovec. Kljub našim večkratnim prošnjam pa so bili o svojih izkušnjah z delavnicami pripravljene spregovoriti le predstavnik Regionalnega centra za razvoj iz Zagorja ob Savi in dva tamkajšnja novinarja. Celovitega vpogleda, ali se je njihovo poročanje po končanem projektu spremenilo v smeri večje inovativnosti, zato nismo mogli dobiti.

Na podlagi treh intervjujev smo tako prišli do naslednjih zaključkov:

1. Inovacijsko novinarstvo je med tamkajšnjimi lokalnimi novinarji še vedno precejšnja neznanka, kljub temu da so se nekateri udeležili delavnic. Eden takšnih je tudi Jože Mahkovec iz Radia Geoss, ki je povedal, da kljub udeležbi na delavnici o inovacijskem novinarstvu še vedno ne ve nič oziroma zelo malo.

2. Inovacijsko novinarstvo je precej zahtevno, zato se zasavski lokalni novinarji še vedno raje zatekajo k tradicionalnemu novinarstvu. Roman Rozina iz zagorskega Regionalnega centra za razvoj tako meni, da je težko predstavljati inovacije, saj gre praviloma za tehnološko zelo zapletene procese in postopke ali celo povsem nova polja, ki so zunaj razumevanja in vedenja povprečnega sprejemnika informacij. Ozko tehnično terminologijo naj bi bilo zato po njegovem mnenju težko ali celo nemogoče "prevesti" v berljivo, poslušljivo in predvsem splošno razumljivo sporočilo. Podobno mnenje ima tudi Igor Gošte iz lokalne televizije ETV. Povedal je, da v njihovih oddajah namenjajo prostor tudi inovacijam in inovatorjem, vendar pa sam pri ustvarjanju informativnih novic prisega na klasično poročevalstvo, pri nekaterih drugih oddajah pa poskuša biti bolj inovativen.
3. Profesionalnost ima v lokalnem novinarstvu prednost pred inovativnostjo. Tako vsaj meni Igor Gošte iz ETV. Zaveda se sicer, da je dobro biti do neke meje inovativen, vendar pa je po njegovem mnenju pri lokalnih medijih zelo pomemben vidik obremenjenosti novinarja. Ker so lokalni novinarji pogosto zelo obremenjeni in delajo več stvari naenkrat, je kot meni Gošte pomembno, da inovacijsko novinarstvo ne prinaša mnogo več dela ali v njihovem primeru zasedenost studia.

Na podlagi odzivov zasavskih lokalnih novinarjev, ki so se v zelo majhnem številu udeležili delavnic inovacijskega novinarstva, lahko sklepamo, da jih to področje novinarstva ne zanima dovolj. Presenetil nas je tudi slab odziv novinarjev na naša vprašanja. Iz dobljenih odgovorov pa lahko vseeno sklepamo, da se lokalni novinarji še vedno raje poslužujejo tradicionalnega novinarstva. Inovacijsko novinarstvo je namreč precej zahtevno, saj mora novinar zelo dobro poznati inovacijske procese, o katerih bo poročal in jih predstaviti javnosti na razumljiv in privlačen način. Zasavski lokalni novinarji tako še vedno precej zaostajajo za svojimi kolegi iz poslovnih in internih revij ter časopisov, katerih prispevke smo analizirali. Nagrajeni prispevki namreč bralcem predstavljajo zahtevne inovacije na zelo zanimiv način, ki pritegne in hkrati tudi spodbuja inovativnost Slovencev. Lokalni novinarji na tem področju tako še vedno precej zaostajajo, vendar pa so okoliščine njihovega dela velikokrat precej bolj otežene kot pri nagrajenih novinarskih kolegih. Pogosto morajo biti namreč fotografi, montažerji in novinarji v eni osebi.

Analiza je torej pokazala, da inovacijsko novinarstvo na lokalnem nivoju še vedno ni dovolj uveljavljeno in je še precej v povojih. Naša hipoteza, ki smo jo postavili na začetku zato drži le deloma, saj se poročanje zasavskih lokalnih novinarjev po seznanitvi z inovacijskim novinarstvom ni bistveno spremenilo. Lokalni mediji sicer nekaj prostora namenjajo tudi medijem in inovacijam, vendar pa se še vedno raje poslužujejo tradicionalnega novinarstva, ki temelji večinoma na preteklosti. Pri uveljavljanju inovacijskega novinarstva na lokalnem nivoju se bo tako najprej moral spremeniti način razmišljanja novinarjev in lastnikov medijev. Veliko več ustvarjalnosti so v projektu Litija – mesto inovativnosti pokazali mladi, ki so prav tako sodelovali na delavnicah inovacijskega novinarstva. Najboljši so tako na 2. regionalni konferenci o inovacijskem novinarstvu Stanford po Stanfordu v Ljubljani dobili priznanja za najboljši prispevek o inovativnosti med osnovnošolci in srednješolci.

10. ZAKLJUČEK

Inovacijsko novinarstvo je v slovenskih medijih še vedno precej zapostavljeno, čeprav je inovativnost zelo pomembna za stabilen dolgoročni razvoj. Mediji se poročanju o inovacijah velikokrat izognejo zaradi komercialnih interesov, še bolj pa zaradi nepoznavanja tematike in dogajanja v gospodarstvu, znanosti in tehnologiji. Novinarsko zanimanje za področje inovacij se je v primerjavi s preteklimi leti sicer povečalo, še vedno pa so prisotni stari novinarski vzorci. Novinarji namreč še vedno le poročajo o inovacijah, ne posvetijo pa se vpogledu v prihodnost in posledicam, ki jih imajo določeni inovacijski procesi na življenje posameznika. Klasično oziroma tradicionalno novinarstvo, ki v večini primerov poroča le o dogodkih, ki so se že zgodili, bi moralo v primeru poročanja o temah s področja gospodarstva, tehnologije in znanosti upoštevati tudi kratkoročne in dolgoročne posledice sprejetih ukrepov. Olajševalna okoliščina je v tem primeru relativno kratek čas uveljavljanja standardov inovacijskega novinarstva, ki ga je v Slovenijo pripeljala njegova glavna pobudnica, mag. Violeta Bulc. Premik pri njegovi uveljavitvi je torej v rokah novinarjev, saj inovacijsko novinarstvo od njih zahteva večjo profesionalnost, ki je povezana z izkušnjami in predvsem željo po znanju in učenju. Področje inovacijskih procesov je namreč kompleksno in zato tudi zahtevno.

Z analizo nagrajenih prispevkov smo potrdili našo prvo hipotezo, da o inovacijskih procesih večinoma poročajo le specializirani poslovni in interni časopisi, ki pa jih v primerjavi z najbolj branimi časopisi prebira manjši krog ljudi. Tudi v ožji izbor za nagrado za najboljše prispevke o inovativnosti so prišli le prispevki ožje specializiranih poslovnih časopisov in revij kot so Podjetnik, Manager, Profit, Finance in IRT 3000, ki imajo povprečno okoli 35.000 bralcev na leto, iz česar lahko sklepamo, da prispevki inovacijskega novinarstva še vedno niso dostopni širši javnosti. Iz povprečja izstopa le poslovni časnik Finance z 59.000 bralci letno. S tem pa smo dokazali tudi našo drugo hipotezo, da v medijih, z izjemo specializiranih poslovnih časopisov in internih glasil, ki jih izdajajo podjetja, primanjkuje poročanja o spremembah in razvoju, ki bi pojasnjevalo dogajanje širšemu občinstvu. Ugotovili smo, da nagrajeni novinarji zelo dobro poznajo inovacijske procese, o katerih poročajo, saj so vsi analizirani članki ustrezali kriterijem dobrega inovacijskega novinarstva. V njih je bil tako vedno vključen vpogled v prihodnost, prispevki so spodbujali inovativnost, velik poudarek je bil na spodbujanju komunikacije in sodelovanja med znanostjo, gospodarstvom, državnimi ustanovami, lokalnimi skupnostmi in drugimi akterji, inovativnost

in ustvarjalnost pa sta bili izpostavljeni kot ključni točki stabilnega dolgoročnega razvoja Slovenije.

Glavni problem inovacijskega novinarstva, ki se odraža tudi v slovenskem novinarstvu, se še vedno skriva v vprašanju: Zaposliti novinarja ali strokovnjaka s kakšnega drugega področja? Prvi namreč bolj obvladajo sporočevalno raven, drugi pa vsebinsko. Idealna kombinacija bi tako bila, da imajo novinarji tudi ustrezno predznanje o področju, o katerem poročajo. Pri tem igra pomembno vlogo dodatno izobraževanje, ki je seveda odvisno od pripravljenosti in želje vsakega posameznika. Številni medijski strokovnjaki poudarjajo predvsem pomembnost specializacije novinarjev za posamezno področje, ki naj bi vplivala tudi na kakovost novinarskega poročanja. Ker pa je slovenski medijski prostor zelo majhen, je usmeritev le na eno področje včasih praktično nemogoča, saj morajo predvsem novinarji manjših medijev poročati o zelo različnih temah. Takšno novinarstvo je zato velikokrat manj kakovostno in deležno številnih kritik strokovnjakov, ki delujejo na teh področjih.

V diplomski nalogi pa smo se osredotočili tudi na regionalni vidik inovacijskega novinarstva. Preučili smo, kako se je udeležba na delavnicah inovacijskega novinarstva odražala na poročanju lokalnih novinarjev. Na podlagi skromne udeležbe zasavskih lokalnih novinarjev na omenjenih delavnicah smo sklepali, da jih to področje novinarstva ne zanima dovolj. Slabega odziva smo bili deležni tudi, ko smo jih prosili za odgovore na vprašanja, iz katerih bi lahko zaključili, ali se je njihovo poročanje po končanih delavnicah spremenilo v smeri večjega vključevanja standardov inovacijskega novinarstva v njihovo delo. Po opravljenih pogovorih smo ugotovili, da inovacijsko novinarstvo na lokalnem nivoju še vedno ni dovolj uveljavljeno in je še precej v povojih. Zasavski lokalni novinarji namreč še vedno precej zaostajajo za svojimi kolegi iz poslovnih in internih revij ter časopisov, katerih prispevke smo analizirali, vendar pa so okoliščine njihovega dela velikokrat precej bolj otežene kot pri nagrajenih novinarskih kolegih. Pogosto morajo biti namreč fotografi, montažerji in novinarji v eni osebi.

Naše hipoteze, ki smo jo postavili na začetku, zato ne moremo potrditi v celoti, saj se poročanje zasavskih lokalnih novinarjev po seznanitvi z inovacijskim novinarstvom ni bistveno spremenilo. Inovacije sicer dobijo nekaj prostora v lokalnih medijih, vendar pa slednji še vedno temeljijo predvsem na tradicionalnem novinarstvu. Projekt Litija – mesto inovativnosti tako ni bil uspešen na vseh nivojih, ki so si jih zastavili za hitrejši razvoj tega območja. Inovacijsko novinarstvo v tem prostoru namreč še vedno ostaja precejšnja neznanka. Pri njegovem uveljavljanju na lokalnem nivoju se bo moral po našem mnenju najprej spremeniti način razmišljanja novinarjev in tudi lastnikov lokalnih medijev. Golo poročanje o

preteklih dogodkih brez analize možnih posledic v prihodnosti, ni temelj za kvalitetno novinarstvo. Novinarji bi se morali vseskozi dodatno izobraževati, da bi lahko o zapletenih znanstvenih dosežkih s področja gospodarstva, tehnologije in znanosti poročali na jasnem in zanimiv način, pri tem pa bi morali ostati natančni in še vedno dovolj znanstveni. Ob tem pa ne smemo pozabiti na novinarsko objektivnost in potrebno kritičnost.

Slovenski medijski prostor je v primerjavi s tistimi iz tujine zelo majhen, zato je bil v preteklosti tudi relativno bolj konzervativen. Projekt inovativne lokalne skupnosti bi bil zato lahko dobra osnova za širitev tega koncepta, v katerega je bila sedaj vključena le Litija. Inovacijsko novinarstvo namreč vzpodbuja inovativnost in temelji na povezovanju različnih akterjev. Zaradi majhnega obsega področja bi zato veljalo razmisliti o vključitvi celotne Slovenije v ustvarjanje inovativne družbe. Proces pa bi bil uspešen le, če bi se vanj vključili tudi mediji in novinarji, ki bi s pomočjo inovacijskega novinarstva poročali o inovativnih zgodbah, seznanjali ljudi z novostmi v znanosti in na ta način prispevali k večji konkurenčnosti naše države. Pri tem pa bi novinarji ohranjali tudi svojo objektivnost in poročali tako o pozitivnih kot tudi o negativnih posledicah inovacijskih rešitev. Slovenija bo morala za prehod v misleča okolja, kjer nagrajujejo ustvarjalnost in inovativnost, storiti še marsikaj. Za uspeh pa bo potrebno najprej pozabiti na večna nesoglasja med različnimi akterji na lokalnem in predvsem na državnem nivoju.

11. VIRI IN LITERATURA

11.1 LITERATURA

- Boyd, Andrew (1993): *Broadcast journalism – Techniques of Radio & TV News*. Oxford: Focal Press.
- Dremelj, Marjana (2006): Zeleni podjetniški trendi. *Podjetnik*, 8. 8., 31.
- Erjavec, Karmen (1998): *Koraki do kakovostnega novinarskega prispevka*. Ljubljana: Jutro.
- Erjavec, Karmen (1999): *Novinarska kakovost*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede (Zbirka Media).
- Izard, Ralph S. in Marilyn S. Greenwald (1991): *Public Affairs Reporting*. Washington: Wm. C. Brown Publishers.
- Kaučič, Primož (2006): Ključne so notranje inovacije. *Podjetnik*, 10. 3., 21.
- Keir, Gerry, Maxwell McCombs in Donald L. Shaw (1986): *Advanced Reporting – Beyond News Events*. New York & London: Longman.
- Koražija, Nataša (2006): Tekstil je lahko high – tech. *Manager*, 5. 7., 13.
- Košir, Manca (2003): *Surovi čas medijev*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede (Zbirka Media).
- Kranjec, Samo (2006): Kako utirati pot znanosti in inovativnosti. *Finance*, 9. 10., 21.
- Lambeth, Edmund B. (1997): *Časnikarstvo kot zaveza*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede (Zbirka Media).

- Lunder, Sara Sonja (2006): Spodbujanje inovativnosti med mladimi. *IRT 3000*, 3. 6., 39.
- Milosavljević, Marko (2003): *Novinarska zgodba*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Peternelj, Matej (2006): Bomo s tehnološkimi centri dosegli preboj? *Profit*, 6. 9., 8.
- Petkovšek, Vesna (2006): Rast je rezultat dobro vodenega inovativnega procesa. *Pika na G (Gorenje d.d.)*, 4. 10., 6.
- Poler Kovačič, Melita (2005): *Kriza novinarske odgovornosti*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Poler Kovačič, Melita in Monika Kalin Golob, ur. (2004): *Poti slovenskega novinarstva – danes in jutri*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Splichal, Slavko (2000): Novinarji in novinarstvo. V Slavko Splichal (ur.): *Vregov zbornik*, 47–56. Ljubljana: Evropski inštitut za komuniciranje in kulturo ter Fakulteta za družbene vede.

11.2 VIRI

- Innovation Journalism News Flash (2006): *The Third Conference on Innovation Journalism Stanford*. Dostopno na <http://www.innovationjournalism.org/archive/NF-011806.pdf>, (13. marec 2007).
- Mast Claudia, Simone Huck in Ansgar Zerfass (2005): *Innovation Communication Outline of the Concept and Empirical Findings from Germany*. Dostopno na <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-2-7.pdf>, (13. marec 2007).

- Mediade (2005): *Slovenske zgodbe*. Dostopno na http://www.mediade.si/index.php?sv_path=335&PHPSESSID=c71975a346995f63b914d7eeb200a983, (15. marec 2007).
- Nordfors, David idr. (2006): *Innovation Journalism: Towards Research on the Interplay of Journalism in Innovation Ecosystems*. Dostopno na <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-3-2.pdf>, (13. marec 2007).
- Nordfors, David, Daniel R. Kreiss in Jan Sandred (2005): *Introducing an Innovation Journalism Index Benchmarking the Swedish Market*. Dostopno na <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-2-5.pdf>, (13. marec 2007).
- Nordfors, David (2004): *The concept of innovation journalism and a programme for developing it*. Dostopno na <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-1-1.pdf>, (13. marec 2007).
- Nordfors, David (2005): *The Future of Innovation Journalism*. Dostopno na <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-2-12.pdf>, (13. marec 2007).
- Nordfors, David (2004): *The Role of Journalism in Innovation Systems*. Dostopno na <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-1-7.pdf>, (11. September 2007).
- Pibernik, Polona (2005): *Inovacijsko komuniciranje*. Dostopno na http://www.spletna.net/mediade/index.php?sv_path=336,892, (14. marec 2007).
- Pibernik, Polona (2005): *Moč podjetniške inovativnosti*. Dostopno na http://www.spletna.net/mediade/index.php?sv_path=333,1194, (14. marec 2007).
- Pibernik, Polona (2005): *Vloga medijev pri oblikovanju inovativne družbe*. Dostopno na <http://www.innovationjournalism.si/en/download.php?view.8>, (15. marec 2007).
- RGL (2007): *Gospodarstvo v etru*. Dostopno na <http://www.rgl.si/rgl.php?p=oddaja&id=34>, (15. marec 2007).

- Sandred, Jan (2005): *A Business Model for Innovation Journalism: Biotech Sweden*. Dostopno na <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-2-1.pdf>, (13. marec 2007).
- Sandred, Jan (2006): *InJo workshop 2006*. Dostopno na <http://www.innovationjournalism.si/en/download.php?view.16>, (15. marec 2007).
- Sisätto, Seppo (2005): *Finland Launches National Innovation Journalism Fellowship Program*. Dostopno na <http://www.innovationjournalism.org/archive/NF-102805.pdf>, (13. marec 2007).
- Snoj, Dušan (2006): *1. evropska delavnica o inovacijskem novinarstvu*. Dostopno na http://www.innovationjournalism.si/en/e107_files/downloads/dusan.pdf, (15. marec 2007).
- Stanford Center for Innovations in Learning (2006): *Finnish Innovation Journalism Fellows join top U.S. newsrooms through growing SCIL program*. Dostopno na <http://scil.stanford.edu/news/injo4-06.htm>, (13. marec 2007).
- Tehnološka agencija Slovenije (2006): *Letter of intention*. Dostopno na http://www.innovationjournalism.si/en/e107_files/downloads/letter_of_intention.pdf, (15. marec 2007).
- The Innovation Journalism Fellowship Program (2004): *The first conference on innovation journalism Stanford university*. Dostopno na <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-1-2.pdf>, (13. marec 2007).
- Uskali, Turo (2005): *Paying Attention to Weak Signals - The Key Concept for Innovation Journalism*. Dostopno na <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-2-11.pdf>, (13. marec 2007).
- Valicon (2006): *Nacionalna raziskava branosti, letni podatki*. Dostopno na <http://www.nrb.info/podatki/>, (17. julij 2007).

- Vibacom (2006): *1. evropska delavnica o inovacijskem novinarstvu*. Dostopno na <http://www.innovationjournalism.si/si/page.php?12>, (15. marec 2007).
- Vibacom (2006): *Delavnica za lokalno skupnost (Razvoj lokalnih skupnosti in gospodarstva – Ali obstaja skriti potencial?)*. Dostopno na http://www.innovationjournalism.si/en/e107_files/downloads/ls_in_gospodarstvo-zakljucki.pdf, (15. marec 2007).
- Vibacom (2007): *InJo nagrada 2007*. Dostopno na <http://www.innovationjournalism.si/si/page.php?10>, (15. marec 2007).
- Vibacom (2006): *Innovation journalism v Sloveniji*. Dostopno na <http://www.innovationjournalism.si/si/page.php?15>, (12. marec 2007).
- Vibacom (2006): *Innovation journalism v Sloveniji – Inovativna lokalna skupnost*. Dostopno na <http://www.innovationjournalism.si/si/page.php?11>, (15. marec 2007).
- Vibacom (2006): *Kaj je inovacijsko novinarstvo?* Dostopno na <http://www.innovationjournalism.si/si/page.php?9>, (11. september 2007).
- Wikipedia, The Free Encyclopedia (2007): *Innovation journalism*. Dostopno na http://en.wikipedia.org/wiki/Innovation_Journalism, (12. marec 2007).