

## Mreženje, pronicljivost in igrivost – osnova uspeha (tudi v medijih)

Novinar je eden tistih poklicev, ki zavestno ali ne, nosi veliko težo v razvoju družbe. Skozi vibracije novinarskih besed se soustvarjajo vrednote časa in prostora, v katerem delujejo. A kot v vsakem drugem poklicu, je osnova njegovega/njenega uspešnega delovanja stopnja osebnostnega razvoja, zrelosti, vpetosti in nenazadnje informiranosti. In kot v vsakem drugem poklicu so bolj ali manj zrele osebnosti. Bolj ali manj odlični novinarji.



Nataša navzven deluje zadržano, kar malo odsotno. A takoj, ko začuti zgodbo, se v njenih očeh zaiskri in sproži se ognjena energija. Vzame si čas, razišče in skozi sistematična razmišljanja oblikuje misli, ki sežejo dlje. To je njena zgodba.

### Intervju z Natašo Koražija

**VB: Kdo je Nataša Koražija?**

NK: Namestnica odgovorne urednice revije Manager.

**VB: Kako skrbiš za razvoj svojega človeškega kapitala (fizičnega, emocionalnega, intelektualnega, duhovnega)?**

NK: Je za razvoj fizičnega kapitala treba hoditi na fitnes ali kupovati nepremičnine? Imam stanovanje v Savskem naselju. Če bodo cene padle, kot obljublja Jankovič, pa bom kupila nekaj z vrtom ali velikim balkonom, kjer bo sprehajališče za mačka. Veliko je odvisno tudi od tega, kaj se bo v tem času dogajalo z mojimi delnicami v Aziji. Nakupila sem nekaj delnic po Aziji, ker stavim na njihovo legendarno delovno etiko. Morda se bo izkazalo, da niso dovolj inovativni, bomo videli. Potem se bom tolažila, da materialni napredek ni odvisen od materialnih, temveč od moralnih dejanj.

Sicer pa enkrat na teden hodim na jogo in na sprehod po njivah za POP TV-jem. Za vse ostale kapitale skrbim z gledanjem filmov. Včasih gledam toliko filmov naenkrat, da jih med seboj pomešam.

**VB: Ali kakšen film posebej priporočáš?**

NK: Priporočam ogled filma Juno zaradi inovativnega pogleda na družino in starševstvo. Tudi Cronenbergova "Smrtna obljuba" in "Ni prostora za starce" od bratov Cohen imata ob klišejski krutosti in nasilju optimistično sporočilo, vse tri pa povezuje otrok z novimi perspektivami.



Foto: Andrej Križ, Manager

**VB: Pravijo, da so tiskani mediji tista branža, ki jo čas in prostor trenutno pošteno izziva (v smislu poslovnega modela, primernosti, strateškega potenciala). Ali se s tem strinjaš in kako to občutiš pri svojem delu?**

NK: Pri vseh medijih je konkurenca vedno večja. To se ves čas občuti pri delu, kar pa ni nujno slabo, ker omogoča, da splavajo na površje bolj inovativni. Ne zdi se mi verjetno, da bi tiskani mediji izumrli, pa tudi če bodo, se bodo vsebine pretakale skozi nove distribucijske kanale. Vedno bodo obstajali ljudje, ki bodo hoteli vedeti več o ozadju dogodkov, o kontekstu, in hoteli bodo vedeti, kaj mislijo neodvisni ljudje. V kakšni obliki in prek kakšnega poslovnega modela bo ta vsebina prišla do uporabnikov, pa bomo še videli. Smo v paradoksalni situaciji, ker povpraševanje za takšnimi informacijami obstaja, vendar jih ljudje pričakujejo zastonj.

**VB: Kaj pa meniš o geslu cyberpunka »Information Must be Free«?**

NK: Meni osebno je geslo všeč. Eden izmed odgovorov na ta izziv so brezplačniki, vendar imajo pomanjkljivosti.

**VB: Kdo je novinar? Kakšno vlogo v družbi novinar sploh igra?**

NK: Všeč mi je delitev novinarjev na lap doge, watch doge in rotvajlerje. V vsaki družbi najdete vse tri vrste. Eni so bolj salonski tipi in so zlizani z ešaloni moči, vendar so zaradi tega lahko zelo dobro obveščeni. Nekaterim se zdi, da so edini pravi novinarji rotvajlerji, meni pa so blizu psi čuvaji. Seveda boste takoj vprašali, kaj naj čuvajo. Na hitro bi rekla: interese običajnih ljudi, davkoplačevalce pred norostmi politikov in uradnikov, svobodo duha in človekove pravice.

**VB: Pa neodvisnost medijev?**

NK: Neodvisni mediji naj bi bili neodvisni od države, korporacij in političnih strank. V resničnem življenju je to skoraj nemogoče, vendar tudi če so mediji odvisni, morajo biti novinarji neodvisni. To je edini recept za preživetje. Za zdaj so bralci še vedno pripravljeni plačati za neodvisnost in dobro branje, ni pa nujno, da bo tako tudi v prihodnje. To se mi ne zdi grožnja, temveč izziv za izum kakšne novosti. Zanimivo bo tudi opazovati, kako bo ta izziv spreminjal glasbeno industrijo, kjer so razmere zaradi prostega internetnega pretakanja še bolj revolucionarne.

**VB: Ali se vloga skozi čas spreminja, kako? V čem vidiš vlogo novinarja v prihodnje?**

NK: V podrobnostih se vloga ves čas spreminja, ker se spreminjajo tudi okoliščine, bistvo pa ostaja enako. V prihodnje bo večji poudarek na temah, ki bodo postale vedno bolj del našega vsakdanjika: globalizacija in priseljevanje, vse vrste onesnaženje (tudi onesnaževanje miselnega prostora), subtilni in manj subtilni pritiski korporacij in politike itd. To so teme, na katere imamo lahko pesimističen ali optimističen pogled, dobro pa je, da smo o njih čim bolj obveščeni.

**VB: Si prva nagrajenka InJo nagrade v Sloveniji. Od kje ta svojevrsten pristop pri tvojem pisanju, ki je bil prepoznan, še preden se je InJo koncept sploh vpeljal v novinarsko prakso?**

NK: Hvala, da tako mislite. Svoje delo skušam delati, kar se da dobro in vedno poiskati novo perspektivo, ki so jo morda drugi spregledali. Imam srečo, da je to podobno konceptu InJo.

**VB: Ali ti nagrada pomaga pri tvojem delu? Kako?**

NK: Največji čar nagrade je bil zame v tem, da sem zaradi nje navezala veliko znanstev v tujini. Zaradi nagrade so me denimo povabili, da moderiram okroglo mizo na mednarodni konferenci o inovacijah in grozdenju v Stockholmu. Tam sem spoznala ljudi iz Stockholm School of Economics, ljudi iz švedske agencije za promocijo inovativnosti Vinnova in novinarje iz vse Evrope, ki jih zanima to področje. Z novinarji smo se že pred tem srečali na predkonferenčni delavnici v Kopenhagenu. Takšna znanstva so vedno koristna, poleg tega mi je v Stockholmu uspelo narediti intervju s harvardskim profesorjem Michaelom Porterjem, kar je dosežek za v CV. Tako da lahko rečem, da mi je nagrada pomagala pri delu.

**VB: Ali ti je koncept Inovacijskega novinarstva blizu? Ali vidiš smisel v globalnih novinarskih mrežah, ki jih InJo poskuša vzpostaviti?**

NK: Zelo smiselno se mi zdi povezovanje v mreže in na splošno povezovanje ljudi, ki delajo podobne stvari, ker ravno pri povezovanju nastajajo nove »odštekane« ideje. Zanima me tudi izvedeti kaj več, kako natančno prepoznati inovacije v različnih kontekstih, in kako to sistematično spremljati. Če je to koncept inovacijskega novinarstva, potem me to zanima. Zase bi rekla, da sem neofilka, velika ljubiteljica novosti in odbitih pogledov na svet. To je najbrž dobro izhodišče za pisanje o inovacijah.

**VB: Ali vidiš novinarje kot soustvarjalce inovativnega prostora ali kot opazovalce in kritične presojevalce?**

NK: Oboje.



Foto: Andrej Križ, Manager

**VB: Velikokrat slišimo, da novinarji premalo pišejo o pravih zgodbah, da jih zanima le popularizem. Se strinjaš?**

NK: V bistvu se mi te površne ocene zdijo zabavne. Kaj pa je narobe s populizmom? Kdo lahko sodi, kaj so in kaj niso prave zgodbe? Kritika mora biti konkretna, ne pa »kr neki«. Poznam veliko novinarjev, ki odkrivajo prave zgodbe. Na trgu pa seveda obstaja tudi »mašinerija«, ki producira zgodbe o slečenih misicah in za takšne teme bo vedno obstajalo občinstvo. V vsaki dejavnosti obstaja segmentacija trga in to ni nič posebnega. Vedno bolj pomembna pa je sposobnost vsakega posameznika, da loči med zanj relevantnimi informacijami in informacijskimi smetmi oziroma onesnaženjem.

**VB: Za koga pišeš? Ali imaš v mislih kakšno konkretno ciljno publiko, potrebe?**

NK: Večino časa sem pisala za poslovne medije, z izjemo krajšega obdobja v študentskih časih na

Delu. Zato imam večinoma pred sabo poslovneže: izobražene, načitane ljudi, ki spremljajo več medijev hkrati, in ki jih zanimajo hitre, konkretne in uporabne informacije. Za moje delo se mi zdi odločilno, da ne podcenjujem bralcev.

**VB: Ali gre pri pisanju tudi za zaupanje? Kakšnemu viru novinar zaupa, kako se sploh zgradi zaupanje, da ne postane vplivanje?**

NK: Vedno obstaja možnost, da viri vplivajo na novinarja. Zato je koristno, če imaš med viri tudi njihove nasprotnike. Dobro je tudi vedeti, da ti noben vir ne daje informacij, ne da bi imel pri tem interese. Zato je prav, da novinarji razkrivajo informacije in tudi njihovo interesno ozadje.

**VB: Pred kratkim je v Aleš Kristančič izjavil, da če želiš biti uspešen, moraš delati iz strasti. Ali je strast prisotna pri tvojem delu?**

NK: To je zelo dobra PR izjava. Kristančič ve, kaj govori. Vendar sama ne delam iz strasti, ampak z zelo hladno glavo. Pri vsakem članku in vsakem projektu sistematično garam in se »matram«. Strastno pa počnem druge stvari.

*Nataša Koražija, ljubiteljica novosti in odbitih pogledov na svet. To je ne le dobro izhodišče za pisanje o inovacijah, ampak odlična popotnica za čas, v katerem živimo. Skozi proces nastajanja intervjuja, ki ste ga ravnokar prebrali, sem ves čas čutila prepletanje pragmatičnosti, kritičnosti, a kar je najpomembnejše, igrivosti. Morda je ravno slednje tisti vir, ki njene članke naredi zanimive, pronicljive in izvirne. Hvala za navdih.*

Violeta Bulc in Vibacom tim

## Razlaga ključnih pojmov

### Inovacijsko novinarstvo (InJo)

Novinarstvo, ki poroča o inovacijah in pokriva tako inovacijske procese kot inovacijske ekosisteme. Gre za globalno prepoznaven koncept za spodbujanje inovativnega prostora, ki vzpostavlja inovacijo kot vrednoto v družbi in ozavešča javnost, da imajo lahko mediji bistveno aktivnejšo vlogo pri preobrazbi države in regije v inovativno družbo. Slovenija je ena izmed zgodnjih udeleženk v razvoju InJo koncepta v praksi: lokalnih skupnostih, poslovnih okoljih in medijih.

Več: [Več](#).

### InJo nagrada

Nagrada in priznanja za inovacijsko novinarstvo. Pilotski projekt na globalni ravni, ki se podeljuje avtorjem za prispevke v javnih medijih, korporativnih in šolskih glasilih. Njen namen je spodbuditi obravnavanje tem s področja inovativnosti v slovenskih medijih in prispevati h globalizaciji koncepta inovacijskega novinarstva. Izpostaviti se želi avtorje in njihove prispevke, ki poročajo o inovacijah in inovacijskih procesih ter poudarjajo njihov odločilni vpliv na razvoj inovativne družbe. InJo nagrado bosta organizatorja, Vibacom in IPRK, letos podelila drugo leto zapored.

[Več](#).

### **Kdo je Nataša Koražija**



Nataša Koražija je zaposlena na časniku Finance kot namestnica odgovorne urednice revije Manager. Je dobitnica glavne InJo nagrade 2007 za prispevek »Tekstil je lahko high-tech«, ki jo bo popeljala na majsko konferenco "Innovation Journalism" na Stanfordski univerzi v ZDA. Nataša je zadnjih 15 let delala kot novinarka in urednica v tiskanih medijih, večinoma pri gospodarskih revijah.

### **Tematske povezave**

[Revija Manager](#)

[Poslovni dnevnik Finance](#)

[Stanford po Stanfodu 2008 - 3. regionalna konferenca o inovacijskem novinarstvu/komuniciranju](#)

[Red Herring](#)

[IJ5 - 5. Konferenca o inovacijskem novinarstvu, Stanfordska univerza](#)

[Innovation Journalism](#)

[Blog Davida Nordforsa](#)

[Blog Jana Sandreda](#)

[InJo Švedska](#)

[InJo Finska](#)

[Evropski Novinarski Center](#)

[Innovation Beat](#)