

Inovativnost kot temelj uravnoveženega trajnostnega razvoja. Kako je na to pripravljen naš visokošolski sistem?

Violeta Bulc, Estera Lah

1. Izzivi in priložnost za inovativno družbo

V današnjem času in prostoru se je kot ključni vir uravnoveženega trajnostnega razvoja utrdila ustvarjalnost z zagotavljanjem njene sistematične manifestacije v obliki inovativnosti. Jasna je potreba po inovativni družbi, v kateri je inovativnost ena ključnih vrednot, ki predstavlja ključen vzvod za ustvarjanje dodane vrednosti. Vsako družbo pa sestavljamo ljudje in spodbujanje ustvarjalnosti se začne pri nas samih in povezovanju različnih ljudi med seboj.

Za učinkoviti razvoj inovativne družbe je potreben sistematičen in uravnovežen razvoj vseh deležnikov inovacijskega prostora ¹ (Slika 1). Zato je treba spodbujati vsakega od njih, da prilagodi in nadgradi svoja strateška razmišljanja ter vpelje v svojo prakso osnovne principe inoviranja in inovacijskega delovanja, hkrati pa je sposoben medstrukturnega in interdisciplinarnega povezovanja z ostalimi deležniki.

Omenjeno trditev podajamo iz izkušenj zadnjih devetih let, ko nas je delo z različnimi lokalnimi skupnostmi in organizacijami privedlo do spoznanja, da lahko razvijanje inovacijskih sposobnosti samo določenih ali omejenih udeležencev povzroči konflikt ali celo družbeni nemir. Nastajajo namreč meje med tistimi, ki so dobili pozornost in so jim koncepti ter prakse inovativnosti poznane oz. so jim bili rezultati projekta učinkovito sporočani, ter tistimi, ki tega niso bili deležni. Zato je vključevanje in predstavitev vseh protagonistov v projekte ter sistematično inovacijsko komuniciranje ključno za stabilen razvoj inovativne družbe, podprte s konstruktivnim socialnim kapitalom in pozitivnim odzivom na razvoj sam.

2. Pomen mladih pri razvoju inovativnosti

Praksa kaže, da se vse prepogosto pri t.i. "resnih projektih" pozablja na mladino, ki je aktiven deležnik lokalnih skupnosti. Inovativnost zahteva drugačno, nehierarhično delovanje, medstrukturno in inderdisciplinarno povezovanje, predvsem pa posameznike, neobremenjene s predefiniranim in klasičnim razumevanjem načinov delovanja in razvoja. Te značilnosti se nanašajo na mladino in zato je bil za uspešnost naših projektov logičen korak delo z mladimi, kar daje odlično podlago za razcvet ustvarjalnosti in za oblikovanje generacij, v kateri bo inovativnost prepoznana kot vrednota sama po sebi.

Verjamemo, da so vzgojno-izobraževalni sistemi in univerze s fakultetami, se pravi šolstvo nasploh, eden ključnih akterjev oblikovanja inovativne družbe. Štiriletne izkušnje na tem področju in 9 let sistematičnega razvoja inovacijskih okolij iz terena kažejo, da slovenski šolski in visokošolski sistem nimata sistematičnega pristopa k razvoju inovativnosti na nobeni starostni stopnji. Družbene in globalne spremembe kličejo po zgodnjem razvoju ustvarjalne in inovacijske miselnosti. Slovenija ima prav na tem področju idealno priliko, da zagotovi trajnostno inoviranje družbe preko sistematične vzgoje mlade generacije v smer ustvarjalnega

razmišljanja in inovativnega delovanja. Prvi poskusi tovrstnega aktiviranja mladine že obstajajo, a so predvsem podjetniško-civilne narave. Odzivi na te začetne poskuse so pozitivni in kažejo na željo in zavestno potrebo mladine po novih znanjih, drugačnih pristopih k učenju in dojetanju sveta okoli njih. Podpora nekaterih učiteljev in profesorjev, vodstev šol in fakultet ter lokalnega okolja pa dajejo vedeti, da je kritične mase za ustvarjanje zdravih jeder, dovolj, in da se premiki k razvoju inovativne družbe že izvajajo. Z organiziranim in sistematičnim pristopom bi zato lahko že na nivoju ene generacije naredil opazen kakovostni preboj in Sloveniji zagotovili trajnostno inoviranje in stabilen razvoj.

Eden izmed živih projektov na terenu je tudi Vibacomovo delo na področju inovacijskega komuniciranja, katerega namen je krepiti inovacijski potencial in ozaveščenost med mladimi. Gre za projekte, ki poudarjajo celovit proces prepoznavanja, razumevanja in spodbujanja inovativnosti s pomočjo njenega sistematičnega komuniciranja, ki v praksi deluje kot InCo gibanje za inovativni preboj Slovenije, temelječ na združevanju vseh deležnikov inovacijskega prostora in spodbujanju mrežnih interdisciplinarnih povezav ter sodelovanja.

Pred štirimi leti smo v sodelovanju z lokalnimi skupnostmi, ravnatelji in učitelji šol, profesorji, lokalnimi podjetji ter seveda mladimi samimi začeli s sistematičnim spodbujanjem inovativnosti, s poudarkom na inovacijskem komuniciranju in novinarstvu za mlade (Projekt InCo Jr.), pri čemer je bilo delo usmerjeno na več ciljnih skupin, in sicer cicibane (otroci od 5 do 6 let), osnovnošolce (od 11 do 14 let) in srednješolce (od 15 do 18 let). Uspešni rezultati in interes v slovenskem prostoru so vodili v nadgradnjo in razvil se je še nov projekt za študente, imenovan InCo Ba., ki zajema področje visokega šolstva, zato v nadaljevanju prispevka predstavljamo Vibacomove konkretne izkušnje pri delu z študenti na področju spodbujanja ustvarjalnosti in inovativnosti na temelju inovacijskega komuniciranja.

3. Načini spodbujanja inovativnosti v visokem šolstvu

Študentska populacija skozi zgodovino predstavlja kritično javnost, ki jo zanima razvoj družbe in njena prihodnost, saj je od tega odvisna tudi kakovost njihovega življenja. Vse pre pogosto pa slišimo, da našim študentom ni več mar, da mislijo samo nase, in da jim družba kot celota ne pomeni nič več. Ali gre za razkol vrednot ali kaj drugega, ni predmet tega prispevka, želeli pa bi poudariti, da je spodbujanje odprtega in ustvarjalnega razmišljanja ter aktivnega delovanja študentov eden pomembnih korakov za razvoj inovativne družbe. Študente je treba navdušiti za novo, drugačno, napredno, kar jim lahko pokažemo tudi s predstavitvijo uspešnih inovativnih zgodb in prebujanjem zavesti o njihovih ključnih sposobnostih ter dvigovanjem njihovega znanja na področju inovacijskih procesov. Začetek tovrstnega razvoja študentske populacije pa je sistematično komuniciranje inovativnosti same z vidika celostnega inovacijskega prostora in njih samih kot fokusne skupine.

To lahko dosežemo z različnimi iniciativami in koraki, kot so:

- vključevanje inovacijskega ozaveščanja v način delovanja šolskega sistema, študijske programe in v obštudijske aktivnosti,
- zagotavljanje podpornega sistema, ki omogoča razvoj mladih inovatorjev z učinkovito integracijo študijskih vsebin v inovativne prototipne projekte,
- promocija raziskav in analiz s področja inovativnosti,
- spodbujanje mladih generacij k odkrivanju inovativnosti in inovativnih zgodb na lokalni in globalni ravni,
- motiviranje mladih h kritični presoji inovativnosti in vplivu na družbo,

- spodbujanje javnega komuniciranja mladih s klasičnimi in inovativnimi komunikacijskimi orodji, mediji
- javne predstavitve najboljših inovativnih idej in prototipov itd.

Prav slednje, razvoj inovacijskih komunikacijskih sposobnosti pri mladih - študentih je ključna tema omenjenega programa InCo Ba.

Namen programa je sistematično izobraževanje izvajalcev študijskih programov in študentov samih o temeljih inovativnosti, inovacijskih procesih in inovativni družbi, o razumevanju vpliva inovativnosti na ustvarjanje dodane vrednosti in trajnostno rast nekega prostora. Hkrati program dviguje interes za različne pojavne oblike inovativnosti in mladino spodbuja, da razvijejo svoje komunikacijske sposobnosti v smeri inovacijskega komuniciranja in inovacijskega novinarstva. V ta namen je bil razvit tudi poseben natečaj in sistem nagrad za najboljše študentske prispevke na temo inovativnosti.

4. Projekt INCO BA. za spodbujanje inovativnosti pri študentih

Eden prvih korakov predstavljanja inovativnosti pri študentih je bil Vibacomovo organiziranje Konference o inovacijskem novinarstvu Stanford po Stanfordu 2006 na Fakulteti za družbene vede, kamor so bili brezplačno povabljeni tudi študenti novinarstva te fakultete, in kjer je veliko vlogo odigral tudi doc. dr. Marko Milosavljevič, ki je spodbujal študente, da začnejo razmišljati tudi o teh konceptih. Pod njegovim mentorstvom je leta 2007 nastala tudi prva diplomska naloga o inovacijskem novinarstvu študentke Anje Kerin z naslovom Inovacijsko novinarstvo: primer regionalnega poročanja.

Izkušnje iz terena so kmalu pokazale, da je smiselno pristopiti v visokošolski sistem bolj sistematično, in da je potrebno delovati širše, na različnih fakultetah, tako družboslovnega kot tudi naravoslovnega značaja. Inovativnost je namreč lateralni pojem, ki zahteva medstrukturno in interdisciplinarno povezovanje, ki za svoje delovanje potrebuje kritično maso ljudi.

Nadaljnji razvoj se je začel v sodelovanju med Vibacomom in Visoko poslovno šolo Maribor (DOBA), ki sta skupaj razvila izbirni predmet Inovativni in inovacijski management, ki ga od leta 2007 vodita mag. Violeta Bulc kot predavateljica, in Estera Lah kot asistentka. Predmet je na voljo tako študentom na daljavo kot tudi tradicionalnim študentom in zajema od 150 do 200 študentov letno. Namen predmeta je ozavestiti študente o vlogi inovacij kot vzvodih dodane vrednosti, jim podati orodja za inovacijsko in inovativno upravljanje organizacij ter uspešnih primerov zgodb o inovativnosti. Posebnost predmeta je v tem, da je bil prvič na svetu v študijskem programu poučevan koncept inovacijskega novinarstva in komuniciranja. V prvih dveh letih so študentje opravljali seminarske naloge, v katerih jim je bil omogočen sistem do baze časnika Finance, po katerem so iskali članke o inovativnosti in opravljali analizo le-teh. V lanskem letu pa je v sklopu predmeta vpeljana izdelava individualnih seminarskih nalog v obliki InJo prispevkov, ki govorijo o inovacijah, inovativnih podjetjih ali osebah po principu InJo kriterijev. Omenjeni predmet ozaveščanje in spodbujanje inovativnosti dosega tudi z lastnimi inovativnimi pristopi, ki združujejo različne pristope, kot so interaktivno delo v medstrukturnih timih, okrogla miza s strokovnjaki iz prakse, video predstavitve seminarskih nalog preko skypa, spodbujanje ustvarjalnih predstavitev

seminarskih nalog v obliki video posnetkov ali odrskega nastopa, interaktivna priprava študijskega gradiva, podkrepljenega s povezavami na zunanje vire in ostale predmete itd.

V letu 2008 se je koncept predstavil tudi na Visoki šoli za design v Ljubljani, kjer je bil v predmetu Management inovativnosti in tehnologij, nosilke mag. Ladeja Godina Košir, predstavljen koncept inovacijskega novinarstva in komuniciranja, v sklopu individualnih seminarskih nalog pa so študenti pripravili prispevke o inovacijah na izviren, ustvarjalen način.

V januarju in oktobru 2008 je Estera Lah na Slovenskem forumu inovacij v sklopu programa za mlade predstavila v delavnica za dijake in študente o inovacijskem novinarstvu.

V letu 2008 se je razvilo sodelovanje z Ljubljanskim univerzitetnim inkubatorjem (LUI), ki je želel v okviru InCo gibanja skupaj z Vibacomom pristopiti k razvoju nagrade za inovacijsko novinarstvo za študente. LUI je organiziral "Študentsko tekmovanje za naj prispevek o inovativnosti«, v okviru katere so potekale promocijske aktivnosti izobraževanja o inovacijskem novinarstvu in predlogov iz prakse. V sodelovanju z Vibacomom je bila izvedena predstavitev na FDV pri predmetu Novinarsko sporočanje doc. dr. Milosavljeviča in organizirana posebna okrogla miza na to temo s priznanimi gosti. S časnikom Finance je hkrati dogovorjena elektronska objava prijavljenih prispevkov na njihovem e-portalu www.finance.si.



Na podlagi različnih dejavnosti za pripravo prispevkov za nagrado je InJo komisija izbrala 10 finalnih prispevkov, med katerimi je bil zbran zmagovalec, Žiga Vavpotič iz FDV-ja, ki je pod pokroviteljstvom [LUI-ja](http://www.finance.si) maja 2009 odpotoval na Konferenco o inovacijskem novinarstvu, ki ga organizira Stanfordska univerza v Kaliforniji, ZDA.

Odzivi javnosti in študentov samih kažejo na zanimanje za poglobljanje projekta InCo Ba., zato tudi že potekajo razgovori z določenimi slovenskimi fakultetami in profesorji. Vsekakor je zaželeno k temu pristopiti sistematično, kontinuirano in v širšem obsegu z različnimi fakultetami, pri različnih študijskih programih in predmetih.

Razvoj projekta za spodbujanje ustvarjalnosti in inovativnosti s poudarkom na inovacijskem komuniciranju med študenti se tako nadaljuje na naslednjih področjih:

- predstavitev koncepta pri obstoječih predmetih (gostujoča predavanja, seminarji,...),
- umestitev koncepta kot predmeta v rednem ali izbirnem študijskem programu,
- predstavitev koncepta, aktivnosti in nagrade v okviru programa na obstoječih dogodkih.

5. Zaključek

Projekta InCo Jr. in InCo Ba. kažeta, da je razvoj podobnih projektov živa stvar, ki se začne v zdravih jedrih, v katerih je podpora razvoju in napredku. Vsekakor pa je potrebno črpati moč iz teh uspešnih zgodb in projekte vsebinsko nadgrajevati in širiti med ljudi, predvsem pa te ljudi med sabo povezovati.

6. Viri in literatura:

- Bulc, Violeta (2006): Ritmi poslovne evolucije: sistemi, orodja in izkušnje za viharne razmišljanja. Vibacom: Ljubljana.
- Bulc, Violeta, Godina Košir, Ladeja, Lah, Estera, Štepic, Mojca (2008): Manifest InJo-InCo 2008. IPRK: Ljubljana.
- Bulc, Violeta, Lah, Estera (2008): Priročnik za predmet Inovativni in inovacijski management. VPŠ Doba: Maribor.
- www.incogibanje.si/incoba

¹Inovacijski prostor je okolje, ki zagotavlja pogoje in podaja ustrezne pristope, orodja in metode za razvoj inovativnosti. Deležniki inovacijskega prostora so akterji (posameznice/ki, organizacije, organizirane skupine), ki s horizontalnim povezovanjem soustvarjajo pogoje in vsebine inovacijskega prostora (v organizaciji, lokalni skupnosti, regiji, državi). Aktualna definicija vključuje sledeče deležnike: podjetja, država, inštituti, univerze, lokalne skupnosti, vzgojno-izobraževalni sistemi, umetniki in ustvarjalna industrija, nevladne organizacije, mediji.

O avtoricama

mag. Violeta Bulc in Estera Lah, Vibacom

www.vibacom.si

www.incogibanje.si