

Teadusajakirjandus ja innovatsiooniajakirjandus

Kui esimene neist ajakirjanduse alaliikidest eksisteerib juba mitu sajandit, siis teine on teadvustatud nähtusena sündinud selle sajandi alguses. Ja nagu alati: vana olija ei taha eriti tunnustada uut tulijat. Seda enam, et tihti kajastavad nad samu asju, siiski erinevast vaatevinklist.

Analüüsiks kõigepealt, milline on nende n-õ majanduspoliitiline funktsioon (jättes siin käsitlemata ajakirjanduse põhifunktsiooni – lugeja uudisvajaduse rahuldamise). Teadusajakirjanduse esmane klassikaline funktsioon on nn teaduse populariseerimine. Ilmselt on loogika selles, et kui teadus on populaarne (pop, sexy jne), soovivad paljud noored saada teadlaseks. Paljud soovivad, parimad saavad, sest nõuded teadlasele on kõrged. Tänu sellele on püramiidi aluspõhi lai ja tipp ulatub kõrgele ning kõige andekamad teevad tiptasemel teadust.

Enamasti tehakse teadust maksumaksja raha eest. Siit ka avalikkuse põhjendatud huvi: millist teadust tehakse ja kas ja kuidas see mõjutab meie elu. Ja nüüd tulebki mängu innovatsioon. Kuna teadustulemuse elumõjutav rakendus ongi üldjuhul innovatsioon. Kas siis selle kajastamiseks on vaja eraldi ajakirjandusharu? Tundub, et on. Innovatsioon seondub eeskätt äriga ning sellega tegelemiseks ei ole doktorikraad vajalik. Eduka äri tegemine eeldab muid oskusi ning isikuomadusi, mille väärtus ei ole sugugi väiksem teaduslikust kraadist. Parimal ning suhteliselt harval juhul on mõlemad omadused esindatud samas isikus. Kokkuvõtteks: kui teadusajakirjandus räägib sellest, millega teadlased tegelevad, siis innovatsiooniajakirjandus peaks rääkima sellest, kuidas need samad teadlased rikkaks said.

Vaadakem asja majandusprotsessi seisukohast. Teaduse tegemine on üks eliitarsemaid inimtegevuse valdkondi. Nagu

teadlased ise ütlevad: ma olen õnnelik inimene, ma saan rahuldada avaliku raha eest oma uudishimu. Teaduses on ka negatiivne resultaat tulemus ja selle eest kedagi ei karistata. Teadlase edukust mõõdetakse avaldatud artiklite ja nende tsiteeringute alusel. Innovatsiooniga on teisiti. Oht kaotada innovaatsilisse projekti investeeritud raha on suur. 86% registreeritud patentidest ei jõua kunagi rakenduseni. Konkurents on suur ja turg volatiilne. Parimad innovaatorid loovad lausa täiesti uue turu või ärimudeli. Samas on preemia riski eest kõrge: tekkivad uued majandusharud, mis annavad tööd miljonitele, paraneb ühiskonna elukvaliteet, rääkimata sellest, et mõned inimesed (firmad, regioonid, riigid) saavad vägagi rikkaks. Innovatsiooniajakirjandus on vahend, mis toob innovatsiooniprotsessi lugejani, õpetab parimaid praktikaid ja näitab, kuidas vältida vigu. See peaks ärgitama innovaatoreid võtma taas riske, olles varustatud adekvaatse informatsiooniga. Ning loomulikult genereerima uusi innovaatoreid, ikka põhimõttel, et kui põhi on lai, ulatub tipp kõrgele.

Vaja on neid mõlemaid ajakirjandusliike ja ei ole mõtet neid vastandada. Kuid oma eesmärgi täidavad nad kahel juhul: kui tegijateks on professionaalid, kes mõistavad seda, millest nad kirjutavad. Ideaalis peaks teadusajakirjandust tegema teadustöö kogemusega inimene ja innovatsiooniajakirjandust endine (praegune?!) innovaator. Teiseks tuleb mõista tänapäeva majanduse paradigmat, mille nimeks on tähelepanumajandus – piire ei sea mitte võime infot toota, vaid võime seda vastu võtta.

Ja igal juhul aitab ühise asja ajamisel kaasa koostöövaim, mis väljendub selles, et teadusajakirjanikud on oma juba aastal 1991 asutatud seltsi meililisti avanud ka innovatsiooniajakirjandusega tegelevatele inimestele. Pluribus unitis, nagu ütlesid vanad roomlased!



Madis Võõras.