



"העיתונות פספסה את החדשנות"

ממציא המושג "עיתונות חדשנית" ד"ר דיוויד נורדפורס מגיע לארץ כדי להסביר איך אפשר להשתחרר מתפיסות שמרניות בתקשורת ולמה דווקא מדינת ישראל היא מקום מצוי ליישם עיתונות חדשנית. ראיון < **יעל גאוני**

ותשומת לב ציבורית יוצרת את האג'נדה הציבורית. עבור מקבלי החלטות רבים, החדשות הן שעומדות במוקד תשומת הלב הציבורית. אם משהו נמצא בחדשות, הם יטפלו בו, יתייחסו אליו. מה שלא יקרה במקרים שלא נמצאים במוקד תשומת הלב הציבורית.

● **האם אתה יכול לתת מספר דוגמאות לחדשנות שאליה אתה מתייחס?**

"הביטוי 'סיליקון וואלי' (עמק הסיליקון) הופץ באמצעות העיתונות. זה התחיל בתור כינוי למקום - מטפורה. עם הזמן, זה הפך למושג המייצג את הסוג הספציפי של אקור סיסטם חדשני שהפך את איזור המפרץ לאחת הכלכלות המובילות בעולם. מקום שבו חברות סטארט אפ יכולות לקום ולצמוח ללא קושי. כאשר אנשים במקומות אחרים ברחבי העולם רצו לומר שיש להם אקו סיסטם חדשני דומה במדינותיהם - או שהם היו רוצים ליצור כזה -

נות לסקטורים שונים כמו טכנולוגיה, חקלאות, שיווק, מחשבים ועוד.

"כדי לדבוק בתהליך החדשנות, צריך לשלב טכנולוגיה, שיווק, מדע, פוליטיקה, מחשבים ועוד - כולם מרכיבים של החדשנות. אנשים נוטים לחשוב בדרך כלל על חדשנות כמרכיב של חדשות טכנולוגיות או חדשות עסקיות. אין בזה שום רע, וסיפורים מצוינים רבים מגיעים מהכיוון הזה. אני רק חושב שזה יהיה יותר נכון לחשוב על זה מהכיוון ההפוך, שטכנולוגיה ועסקים הם מרכיבים של חדשנות החברה".

● **חדשנות היא דבר טוב, אולם במדינה כמו ישראל האירועים השוטפים אינם מותירים מקום לתיאוריות.**

"אני לא מסכים. אפשר לומר שהקצב מהיר בישראל מונע במידה רבה מהזרם המהיר של חשיבה ותיאוריות קריאטיביות. ישראל היא למעשה המקום האידיאלי לעיתונאות חדשנות,

חשוב, או על ידי עיצוב השפה המקובלת לדיון בחדשנות - אזי שהעיתונות תשלוט במקור רב חשיבות, והיא תהיה מסוגלת להתחבר גם אל מקורות הכסף".

● **מה חסר בעיתונות של היום?**

"סיפור החדשנות חוצה את התחומים המסורתיים המייצגים ניו. תמיד קשה להצות את קווי הייצור בכל ארגון ורטיקלי, וחדר החדשות אינו חריג בעניין זה. אתה נוטה ליפול בין הכיסאות או להיקלע למלחמות טריטוריה. אני לא אומר שזה בלתי אפשרי לכתוב על עסקים או פוליטיקה במדורי הטכנולוגיה, אבל זה יהיה תלוי ביחסים שבין עורך הטכנולוגיה ושאר העורכים.

"כיצד הפכו בלוגרים המסקרים ידיעות חדשנות למשפיעים הרבה יותר מחדר החדשות המיינסטרימי? הבלוגרים מסוגלים לעקוף את תחומי סיקור הניוז המסורתיים כמה שהם רק

"העיתונות המסורתית פספסה את תחום החדשנות", כך טוען ד"ר דיוויד נורדפורס, חוקר בכיר במרכז סטנפורד לחדשנות בלימוד באוניברסיטת סטנפורד. נורדפורס, שיהיה אורח בוועידת ישראל לעסוקים של "גלובס", ידבר בכנס על הרלוונטיות של העיתונות המודרנית ועל הצורך להשתפר בסיקור החדשנות.

● **אתה מאמין שהעיתונות קופאים על השמרים ומחזיקים בתפיסות שמרניות?**

"כן, רבים מהם תקועים בתפיסה השמרנית, אבל אני לא חושב שיש היום מישהו בעסקי העיתונות שעדיין לא הבין את זה. השאלה היא כמה זיהו את הבעיה, גיבשו חזון, בחרו באסטרטגיה אמינה והתחילו לעבוד עליה, לפני שיוכרז 'game over'. זה די מקובל שאנשים נטולי חזון ואסטרטגיה נוטים לדבוק בזהות הישנה שלהם, גם כאשר העולם מסביבם מתחיל להודיע.

"חדשנות היא אתגר כפול לעיתונאים. האתגר הראשון הוא כיצד להפוך חדשני. האתגר השני הוא כיצד לספר את סיפור החדשנות. שני הדברים האלו חייבים לבוא ביחד. חדשנות בעיתונות מציעה לעיתונאים רכיבים חדשים לעבוד ולתקשר עם הקוראים שלהם. העיתונות המסורתית את החדשנות מציעה סיפורים חשובים שימשכו את תשומת לב הקוראים ויגבירו את מעורבותם. עיתון מצליח יגביר את תשומת הלב סביב החדשנות. הוא יעצב שפה משותפת לחדשנות וימיר את תשומת הלב ואת ההשפעה הזו לכסף".

● **כיצד אתה מוגדר עיתונות חדשנית?**

"ככזו המסקרת חדשנות, תהליכי חדשנות ואקו-סיסטמט של חדשנות. עיתונות חדשנית יכולה לדון בשאלה עד כמה תחרותיים אנהנו בחדשנות, בהשוואה לחברות אחרות, מה מונע מאיתנו להיות טובים יותר בזה, או מה עלינו לעשות כדי להשתפר. מנקודת המבט של עסקי העיתונות, יש הרבה מאוד כסף שזורם סביב האקו-סיסטם של חדשנות, ויש הרבה תחרות על תשומת הלב בין השחקנים. אם העיתונות יכולה להשפיע על זרימת תשומת הלב באקו-סיסטם של החדשנות, לדוגמה, על ידי הצגת הדעות הציבוריות בשאלה מי חשוב ומי אינו

יש הרבה מאוד כסף שזורם סביב נושא החדשנות". נורדפורס (צילום: בלומברג)

הביטוי "סיליקון וואלי" הופץ באמצעות העיתונות. עם הזמן, זה הפך למושג המייצג את הסוג הספציפי של אקו-סיסטם חדשני שהפך את איזור המפרץ לאחת הכלכלות המובילות בעולם



הם רמזו לשם הזה. 'סיליקון וואלי' (ואדי הסייליקון) בישראל הוא דוגמה ישראלית טובה. השם לא נבחר בשל הטופוגרפיה שלו, הוא נבחר משום שהוא נשמע כמו 'סיליקון וואלי'. זוהי, למעשה, מעין דרך לומר כי אופי השיטה החדשנית הישראלית דומה לזו הנהוגה בעמק הסיליקון".

● **האם אתה שותף להערכה שהעיתונות המודרנית מות?**

"העיתונות המודרנית תמשיך להידרדר, אלא אם האינטרנט יתארה או עלם מסיבה לא צפויה. הניחוש שלי הוא שהסיפור יגמר כאשר מספיק אנשים יניחו את היד על אייפון או משהו דומה שיעניק להם חווית קריאה. בינתיים, מגוייני כרומו המתמקדים בווהר ולייף-סטייל ימשיכו להיות פרת מזומנים חולבת לפחות לכמה שנים טובות. אבל גם הם יאכלו אותה, כאשר ישתפרו שיטות התצוגה הגראפית".

משום שהיא אחת מהנקודות החמות שמובילות את החדשנות בעולם. כבר היום יש מידה רבה של עיתונות חדשנות בישראל, שנעשית תחת תגיות אחרות ועל ידי כל מיני סוגים של עיתונאים, החל מתרבות וכלה במדע".

● **מה באמת תרומת העיתונות לחדשנות? האם זה אינו דומה להיפ הנוצר סביב המצאת החדשנית שבסוף מתגלה כבישלו?**

"תרומה מספר 1 היא השפה המשותפת. חדשנות דורשת שפה. תקשורת דורשת שפה. ומשהו חדש דורש שם, כדי שאפשר יהיה לדון בו. העיתונות מייצגת את המילים החדשות האלו, כך שניתן יהיה להציג דברים חדשים ולדון בהם. כדי לשפר את הדרך שבה אנו מחשבים, אנחנו צריכים שפה משותפת שתאפשר דיון בדבר החדש עצמו. 'תרומה מס' 2 היא קביעת אג'נדה. עיתונות חדשנית טובה תמקד את תשומת לב הציבור בסוגיות שיש בהן עניין ציבורי.

רוצים, וקל להם להשתמש בכלים המעורכנים ביותר או אפילו להמציא כלים חדשים".

● **המצאת הסיליקון וואלי**

לדברי נורדפורס, צרכני מדיה, כמו כל צרכן אחר, הם שמרנים בדרך כלל. הוא טוען כי זה אולי יהיה קל להכשיר את העיתונאים והעורכים, אבל גם צרכן המדיה צריך לעבור סוויץ' גדול ומשמעותי יותר.

"אני לא חושב שצרכני המדיה במדינות רבות הם שמרנים היום יותר מחברות המדיה המיינסטרימיות. קוראים רבים נמצאים צעד קדימה מהמדיה המיינסטרימית בכל הנוגע לתחומי העניין שלהם או שהם משתמשים בצידוד מודרני יותר מאשר הציוד שעיתונאים משתמשים בו בחדר העיתונות המסורתי".

● **מודע אתה מתייחס לחדשנות כאל משהו העומד בזכות עצמו ולא מייחס את החדש-**