

ממצאים עיקריים של סקר שימושי תקשורת, אמון בתקשורת ואוריינות תקשורת

המכון הישראלי לדמוקרטיה

אפריל 2024

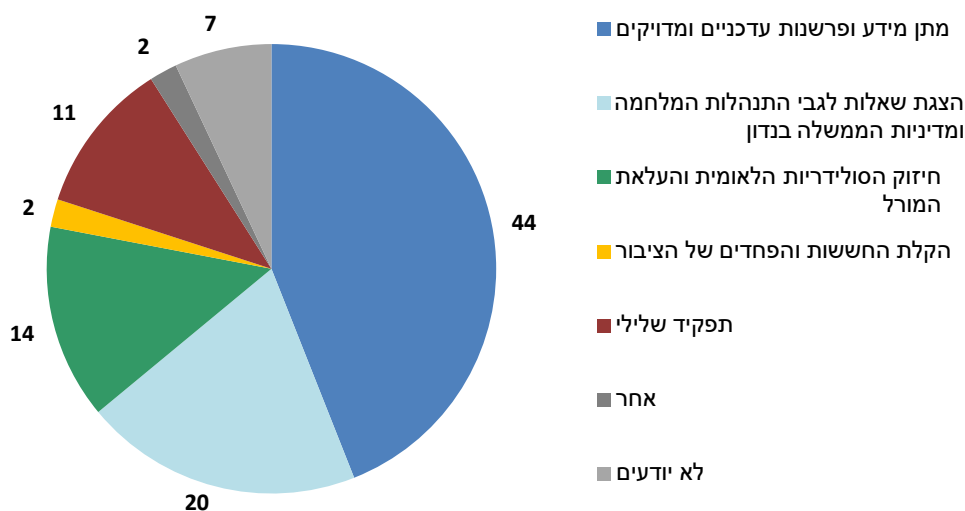
ד"ר תהילה שוורץ אלטשולר ואינה אורלי ספוז'ניקוב

סקר צריכה ואמון בתקשורת בשעת מלחמה בקרב הציבור היהודי בישראל של המכון הישראלי לדמוקרטיה נערך בהובלת ד"ר תהילה שוורץ אלטשולר, עמיתה בכירה במכון ומומחית למשפט, טכנולוגיה ותקשורת, ובשיתוף עם החוקרת אינה אורלי ספוז'ניקוב ממרכז ויטרבי לחקר דעת קהל ומדיניות במכון הישראלי לדמוקרטיה.

1. מהו התפקיד העיקרי של התקשורת?

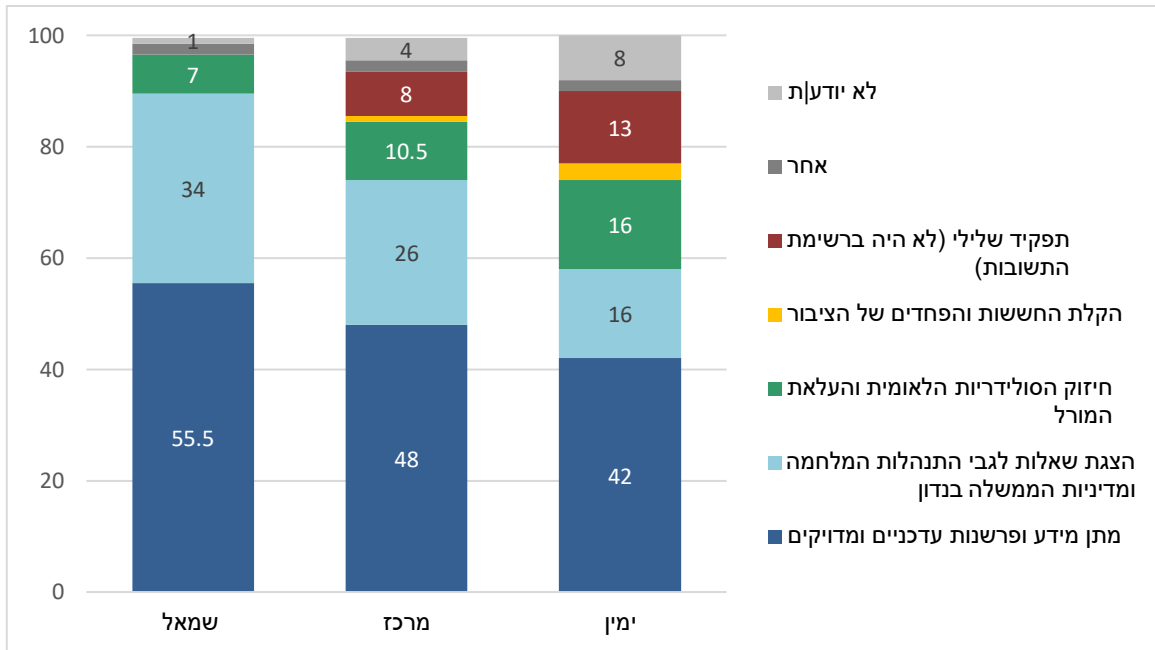
- התשובה השכיחה ביותר (44%) היא "מתן מידע ופרשנות עדכניים ומדויקים". זו היתה התשובה השכיחה בכל המחנות הפוליטיים - במחנה השמאל 55.5%, 48% במרכז ו-42% בימין.
- 20% נוספים הצביעו על "הצגת שאלות לגבי התנהלות המלחמה ומדיניות הממשלה בנדון". כך, 64% מהציבור – בצבעי כחול ותכלת בגרף, סבור שהתקשורת צריכה להיות ביקורתית, עדכנית ומדויקת.

התפקיד העיקרי של התקשורת כיום (% כלל היהודים)



גם בקרב מצביעי הימין מתן מידע ופרשנות עדכניים ומדויקים הוא התפקיד השכיח ביותר, אבל כשמדובר ב"הצגת שאלות לגבי התנהלות המלחמה ומדיניות הממשלה" יש פער גדול בין הימין (16%) לבין המרכז (26%) והשמאל (34%). מצביעי הימין סברו בשכיחות זהה שתפקיד התקשורת הוא להציג שאלות אבל גם לפעול ל"חיזוק הסולידריות הלאומית והעלאת המורל" (16%), מה שנתפס כפחות חשוב בקרב מצביעי המרכז (10.5%) והשמאל (7%).

התפקיד העיקרי של התקשורת כיום (% כלל היהודים, לפי מחנות פוליטיים)



עוד כדאי לשים לב ש-14% מכלל המדגם בחרו ב-"חיזוק הסולידריות הלאומית" כתפקיד של התקשורת, ובהקשר זה נרשמו הבדלים ניכרים בפילוח לפי מיקום עצמי על הרצף חרדים-חילונים.

| חילונים | מסורתיים לא-דתיים | מסורתיים דתיים | דתיים | חרדים | |
|---------|-------------------|----------------|-------|-------|---|
| 9 | 12 | 14 | 20 | 31 | התפקיד העיקרי של התקשורת כיום הוא חיזוק הסולידריות הלאומית והעלאת המורל |

2. צריכת חדשות – כללי

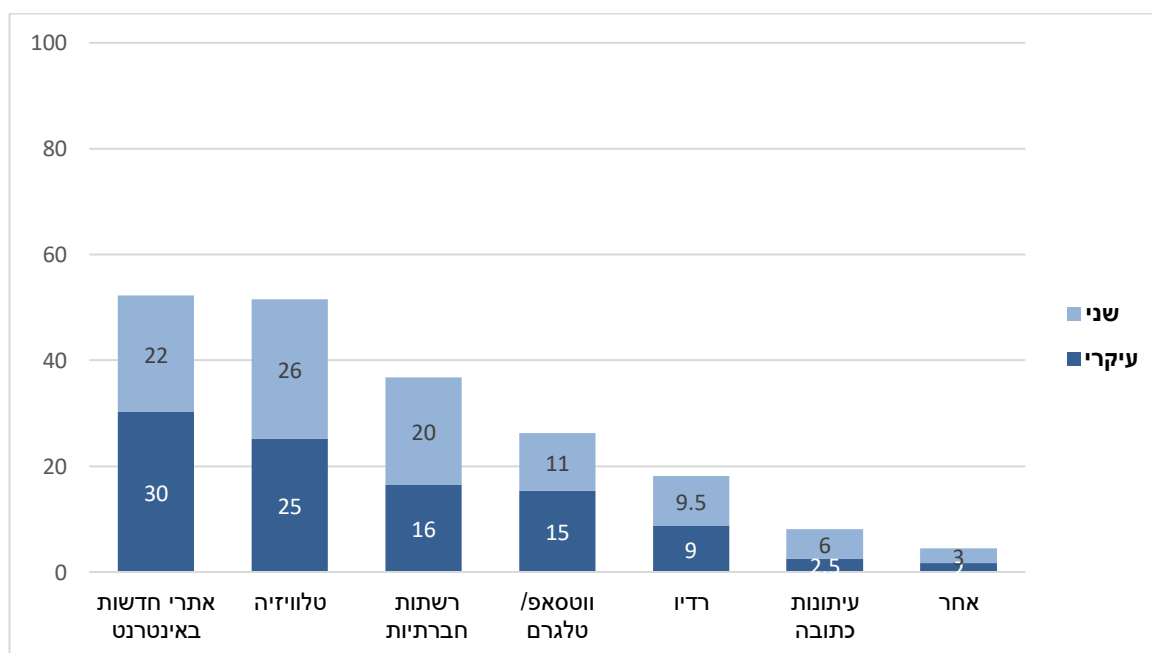
- אתרי חדשות באינטרנט הם אמצעי התקשורת השכיח ביותר לצריכת חדשות. כמעט שני שלישים מהמרוויינים (63%) בודקים חדשות באתרים על בסיס יומי.
- אחריהם נמצאות הרשתות החברתיות וגם הטלוויזיה ולאחר מכן קבוצות הווטסאפ/ערוצי הטלגרם (רשתות חברתיות – 59.5%, טלוויזיה – 58%, קבוצות – 52%).
- רדיו (36% צורכים כל יום) ועיתונות כתובה (16%) הם אפיקי התקשורת הפחות שכיחים לצריכת חדשות ולמעשה הטלוויזיה היא היחידה מכלי התקשורת המסורתיים ששורדת את התחרות עם אמצעי התקשורת הדיגיטליים. עם זאת, כדאי להדגיש כי ניתן להגיע לתוכן המתפרסם בעיתונות דרך הרשתות החברתיות והקבוצות. בנוסף, איחוד המערכות למשל בין ידיעות אחרונות וYNET מוביל לכך שמי שנחשף לחדשות דרך אתרי החדשות אינו זקוק בהכרח לעיתונות כתובה כמקור נוסף מבחינת תוכן. אבל הדבר משמעותי מבחינת הבנת הערעור שהתרחש בעשור האחרון בדרכי הצריכה והמעבר מדפוס לדיגיטל.

באיזו תכיפות אתה צורך תכנים חדשניים מכל אחד מכלי התקשורת הבאים: (% כלל יהודים)

| עיתונות כתובה | רדיו | קבוצות ווטסאפ ערוצי טלגרם | טלוויזיה | רשתות חברתיות (פייסבוק, טוויטר וכד') | אתרי חדשות באינטרנט | |
|---------------|------|----------------------------|----------|--------------------------------------|---------------------|----------------------------------|
| 16 | 36 | 52 | 58 | 59.5 | 63 | כל יום (פעם או כמה פעמים ביום) |
| 25 | 20 | 11 | 15 | 14.5 | 16 | כל שבוע (פעם או כמה פעמים בשבוע) |
| 15 | 11 | 9 | 8 | 4 | 9 | לפעמים (כשיש אירועים מיוחדים) |
| 42 | 32 | 26.5 | 19 | 21 | 11 | בכלל לא צורך |
| 2 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | לא יודעים |

- כאשר מחברים את מה שמרואיינים הצביעו עליהם כמקור העיקרי והמקור השני לצריכת חדשות מקבלים כמעט שוויון בין אתרי החדשות באינטרנט לבין הטלוויזיה. אז גם מגלים שמעל שליש מהציבור צורך חדשות מרשתות חברתיות, ורבע מהציבור – מווטסאפ/טלגרם, שהם אמצעי תקשורת ללא עריכה עיתונאית, שאין בהם תמונה מלאה ובעלת הקשר של המציאות.

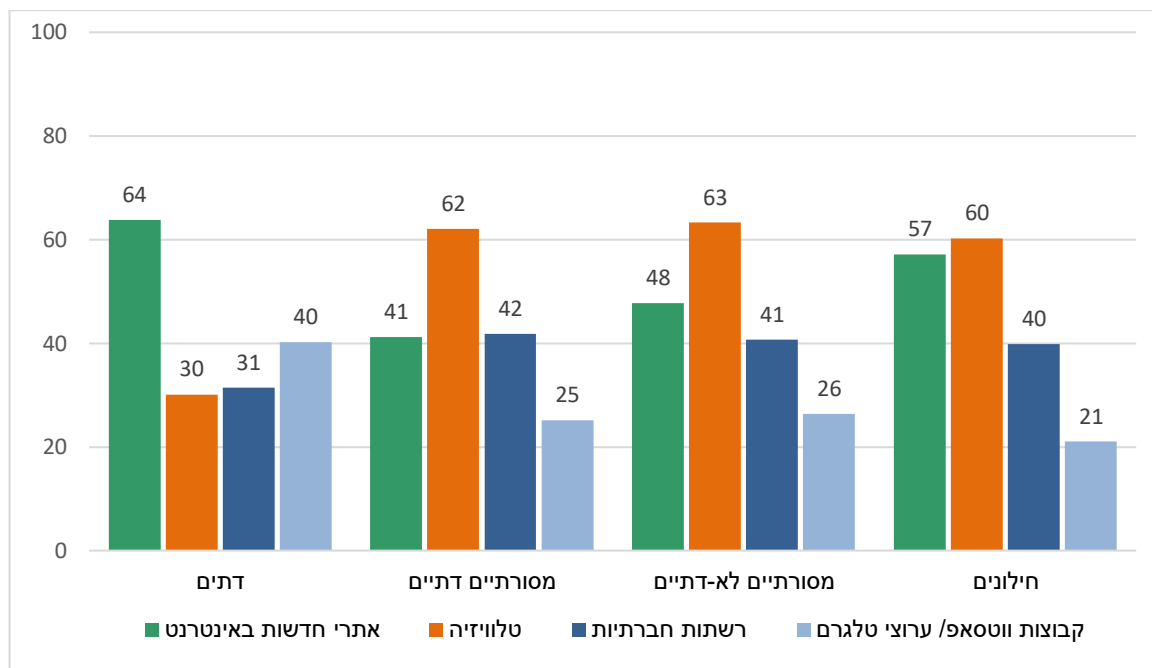
מה המקור העיקרי שממנו אתה צורך מידע חדשותי? והשני בחשיבותו? (% כלל היהודים)



- בקרב דתיים אפיק צריכת החדשות השכיח ביותר הוא אתרי חדשות באינטרנט ולאחר מכן קבוצות ווטסאפ וטלגרם.

- לעומת זאת, בקרב החילונים והמסורתיים האמצעי הנפוץ ביותר לצריכת חדשות הוא הטלוויזיה. בקרב החילונים והמסורתיים הלא-דתיים האמצעי השני הכי שכיח הוא אתרי חדשות באינטרנט, בעוד שבקרב המסורתיים הדתיים קיים כמעט שוויון בין אתרי חדשות באינטרנט לרשתות חברתיות.

טלוויזיה וכלי תקשורת דיגיטליים כמקור העיקרי או השני לצריכת חדשות לפי מיקום על הרצף חרדים-חילונים (%, יהודים לא חרדים)



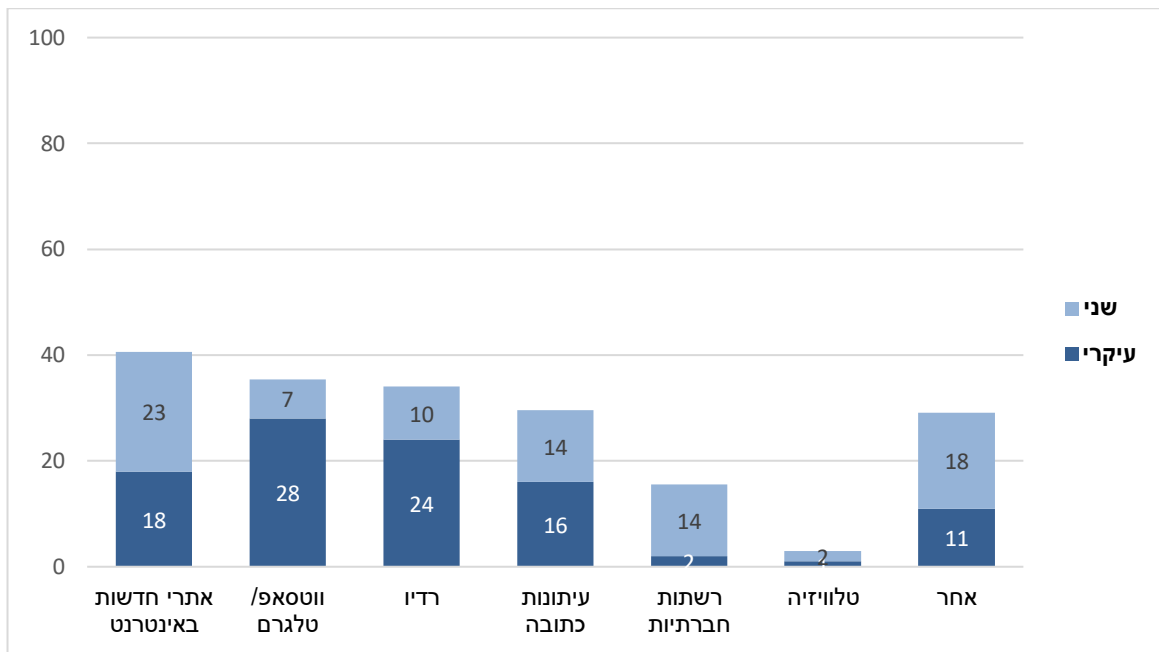
- אצל חרדים מצאנו דפוס צריכה שונה משאר המדגם. בשאלה על מקור העיקרי לצריכת חדשות בקרב חרדים מובילות קבוצות ווטסאפ וטלגרם (28%), בעוד במקום השני נמצא רדיו (24%). אחוז נמוך יותר מציינים אתרי חדשות (18%) ועיתונות (16%) כמקור המידע החדשותי העיקרי, ואחוז זניח בלבד מזכירים רשתות חברתיות (2%) או טלוויזיה (1%).

- אם מחברים יחד שני מקורות לחדשות – העיקרי והשני בחשיבות – בקרב חרדים מובילים אתרי חדשות באינטרנט (40%), ואחרי זה עם פער לא גדול באים קבוצות ווטסאפ וטלגרם (35%), רדיו (34%) ועיתונות הכתובה (30%).

- חשוב לציין כי מידת היציגות של אוכלוסיית החרדים בסקר מוגבלת (באופן כללי מי שנמצא במאגרי סקרים לרוב מתוארים יותר טוב במונח "חרדים מודרניים" נחשפים יותר לטכנולוגיות ואינטרנט).

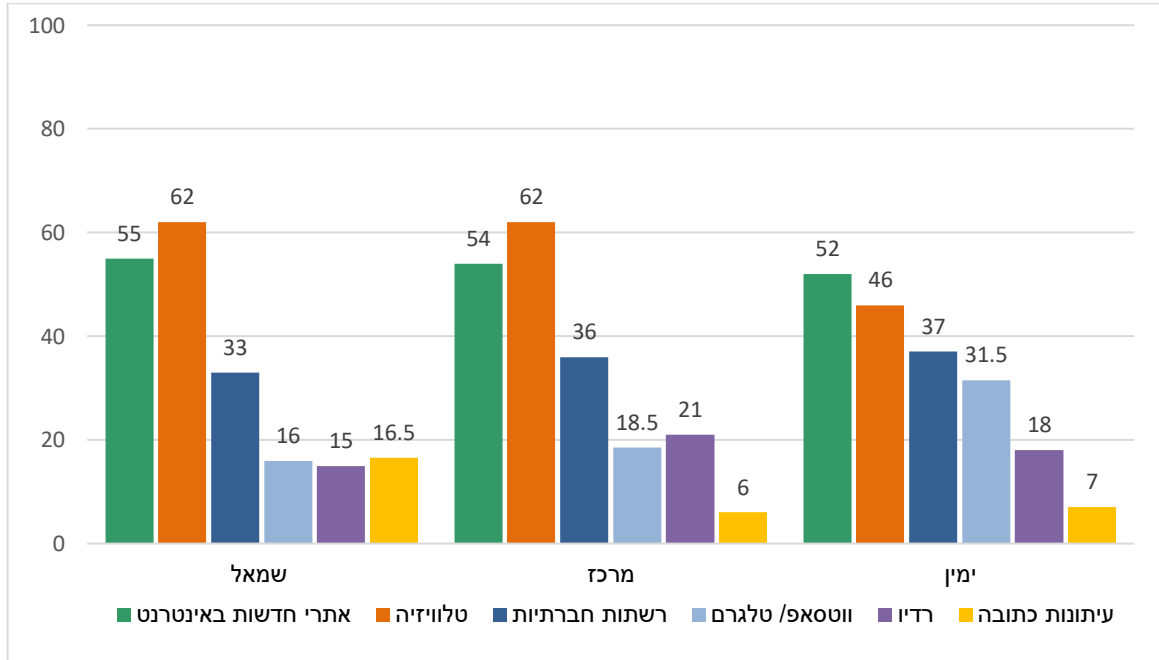
- בכל אופן, למעשה, דווקא האוכלוסייה החרדית היא החשופה ביותר לחדשות לא ערוכות, בשל כך שאינה צופה בטלוויזיה.

מה המקור העיקרי שממנו אתה צורך מידע חדשותי? והשני בחשיבותו? (%, חרדים)



- השמאל והמרכז מציגים תמונת שימושים דומה. בימין לעומת זאת צופים פחות בטלוויזיה וניזונים משמעותית יותר מוטסאפ/טלגרם.

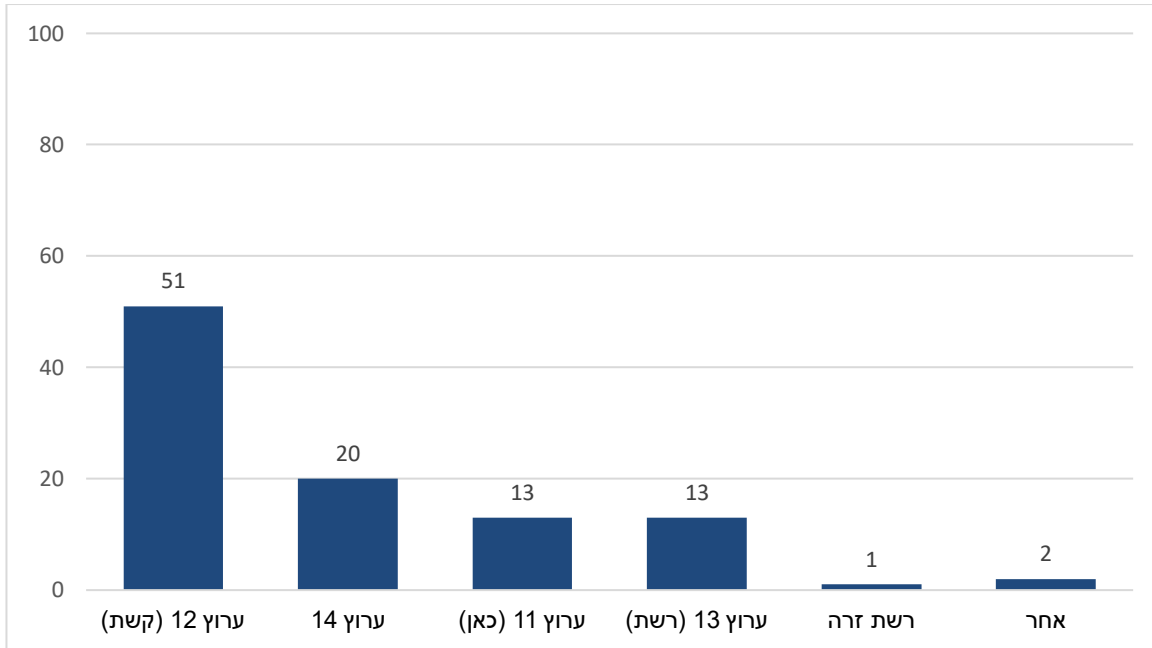
כלי תקשורת שונים כמקור העיקרי או השני לצריכת חדשות (% , כלל היהודים, לפי מחנות פוליטיים)



3. צריכת חדשות בטלוויזיה

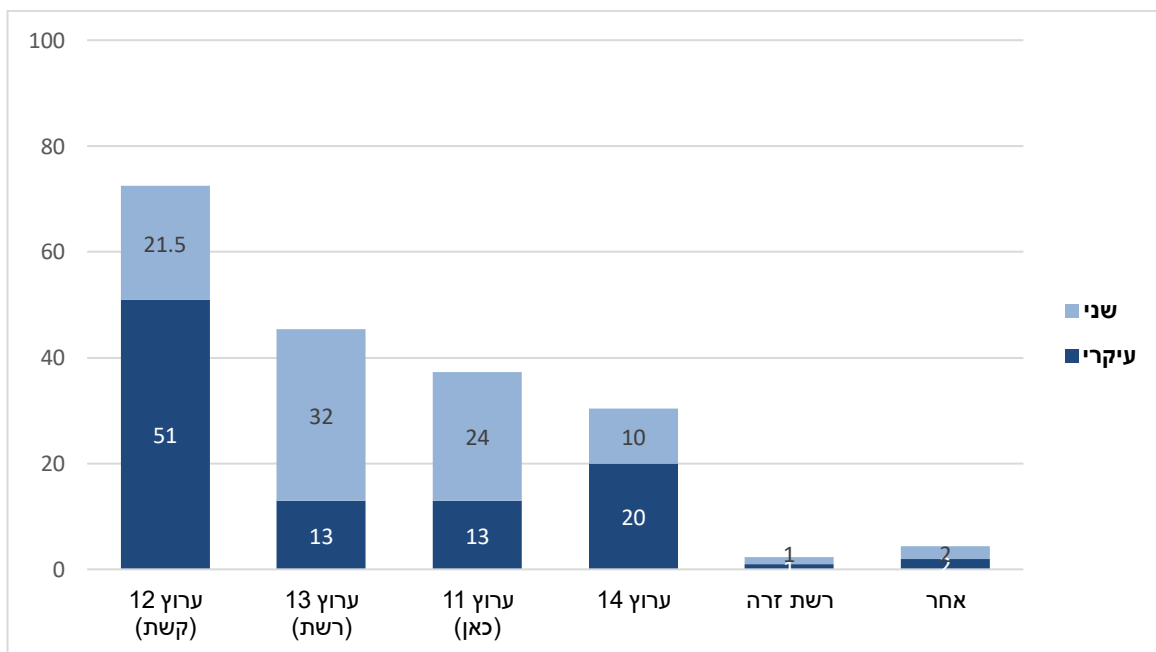
- ערוץ הטלוויזיה הראשון בישראלי לצריכת חדשות הוא ערוץ 12 – כמחצית מכלל הצופי בטלוויזיה ציינו אותו כמקור העיקרי לצריכת החדשות.
- ערוץ הטלוויזיה השני בשכיחות המציינים אותו כמקור העיקרי הוא ערוץ 14 (20%).

ערוצי טלוויזיה כמקור העיקרי לצריכת חדשות (ממי שצופים בטלוויזיה)



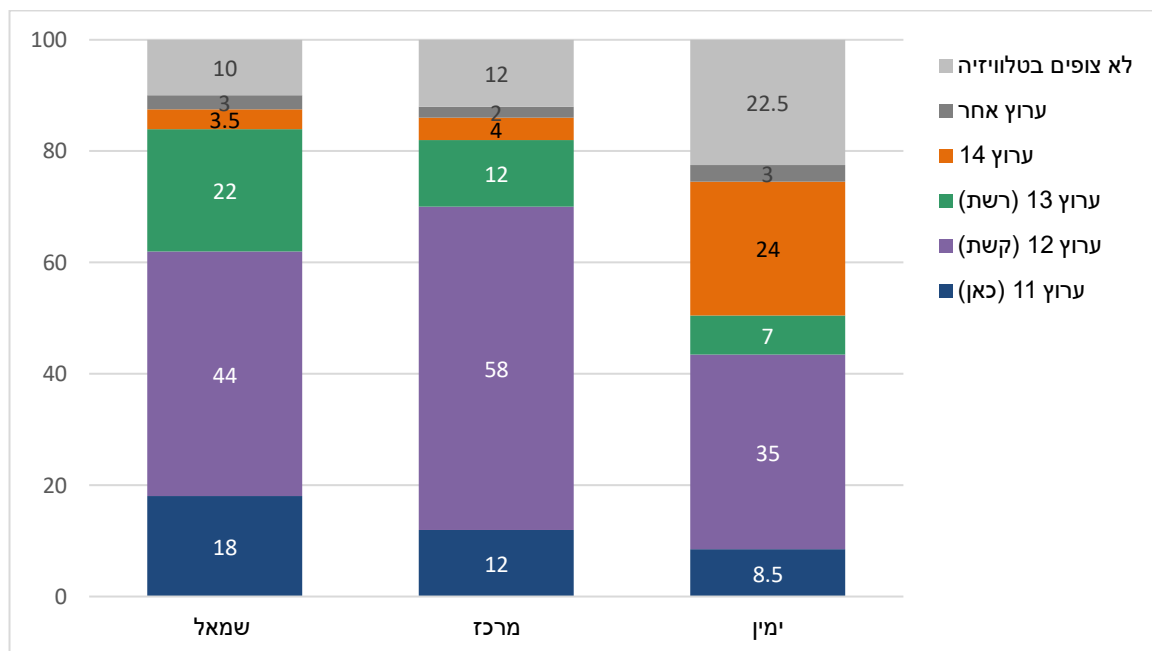
עם זאת, רק 10% מהנשאלים ציינו את ערוץ 14 כמקור השני לצריכת חדשות. לכן, כשמסקלים את שני המקורות – הראשון והשני – ערוץ 12 עדיין מוביל עם כמעט שלושת רבעים מכלל הצופים בטלוויזיה שמציינים אותו, שעה שערוץ 14 נמצא מתחת לערוצים 13 ו-11.

ערוצי טלוויזיה כמקור העיקרי או השני לצריכת חדשות (ממי שצופים בטלוויזיה)

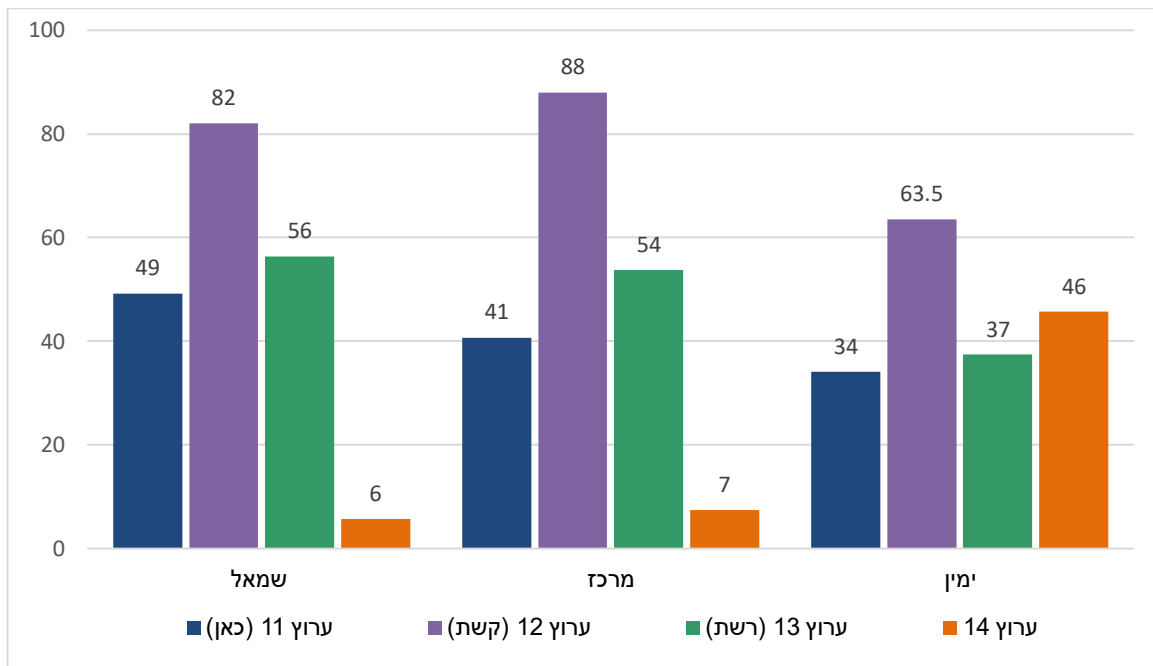


- ערוץ 12 הוא הערוץ העיקרי לצריכת חדשות בקרב שלושת המחנות הפוליטיים, אך ההבדלים בין המחנות משמעותיים: רוב במרכז, מיעוט גדול בשמאל וכשליש בימין צופים בו.
- מעל מחצית מהמשיבים שדיווחו שהערוץ העיקרי שלהם הוא ערוץ 12 בחרו בערוץ 13 כערוץ השני. בקרב צופי ערוצי 13 ו-11 האפשרות השנייה בשכיחותה היא ערוץ 12. מעניין שבקרב צופי ערוץ 14 כמעט רבע דיווחו שאין אף ערוץ שני לצריכת חדשות.
- פילוח לפי מחנות פוליטיים מלמד שאנשי מחנה הימין נחשפים לערוצי המיינסטרים ולערוץ 14 במקביל. בועת המידע: בימין כרבע מצביעים על ערוץ 14 כמקור החדשות העיקרי עבורם, שעה שיותר ממחצית (50.5%) מצביעים על ערוצים 11, 12, 13 במצטבר. לעומת זאת, במחנה המרכז והשמאל לא נחשפים כמעט בכלל לערוץ 14. כך נוצרת "בועת מידע" סביב ערוץ 14, שאליו נחשפים רק מצביעי הימין שנחשפים במקביל לערוצים האחרים; ו"בועת מידע" סביב ערוצים 11, 12, 13 שאליהם נחשפים מצביעי המרכז והשמאל, שאינם נחשפים בכלל לערוץ 14.

ערוצי הטלוויזיה כמקור העיקרי לצריכת חדשות (% כלל היהודים, לפי מחנות פוליטיים)



ערוצי הטלוויזיה כמקור העיקרי או השני לצריכת חדשות (% ממי שצופים בטלוויזיה, לפי מחנות פוליטיים)



מקור שני בחשיבותו לפי המקור העיקרי

| המקור העיקרי - 14 | המקור העיקרי - 13 (רשת) | המקור העיקרי - 12 (קשת) | המקור העיקרי - 11 (כאן) | |
|-------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-----------------|
| 33.5 | 14 | 31 | | המקור השני - 11 |
| 22 | 72 | | 58 | המקור השני - 12 |
| 14 | | 53 | 21 | המקור השני - 13 |
| | 11 | 13 | 18 | המקור השני - 14 |
| 24 | 1 | 2 | 0 | אף אחד/ אין שני |
| 6 | 3 | 1 | 3 | אחר |
| 100 | 100 | 100 | 100 | סך הכל |

פרופיל דמוגרפי של צופי הערוצים השונים:

- מין: ערוץ 12 מאוזן מבחינת ההעדפה של נשים וגברים. בקרב צופי ערוצים 11 ו-14 יש מעט יותר גברים מנשים (בשני המקרים שיעור הגברים – 61%, שיעור הנשים – 39%). לעומת זאת ערוץ 13, להיפך, מאופיין בקהל מעט יותר נשי (גברים – 41%, נשים – 59%).
- גיל: צופי ערוץ 11 נוטים להיות יותר מבוגרים (45% מהם בני 55 ומעלה), צופי שאר הערוצים מאוזנים מבחינת הגיל.
- מיקום על הרצף חרדים-חילונים: מצאנו הבדלים ניכרים בפרופיל צופי ערוץ 14 שיש בו שיעור גבוה יותר של דתיים ומסורתיים דתיים, ושיעור נמוך יותר של חילונים לעומת ערוצים אחרים. עם זאת, קהל ערוץ 14 מתפלג באופן כמעט שווה בין חילונים, מסורתיים לא-דתיים, מסורתיים דתיים ודתיים/חרדים.

- עמדה פוליטית: האופי הימני של קהל ערוץ 14 בולט מאד, לעומת התפלגות דומה להתפלגות כללית באוכלוסיה בערוצים האחרים.

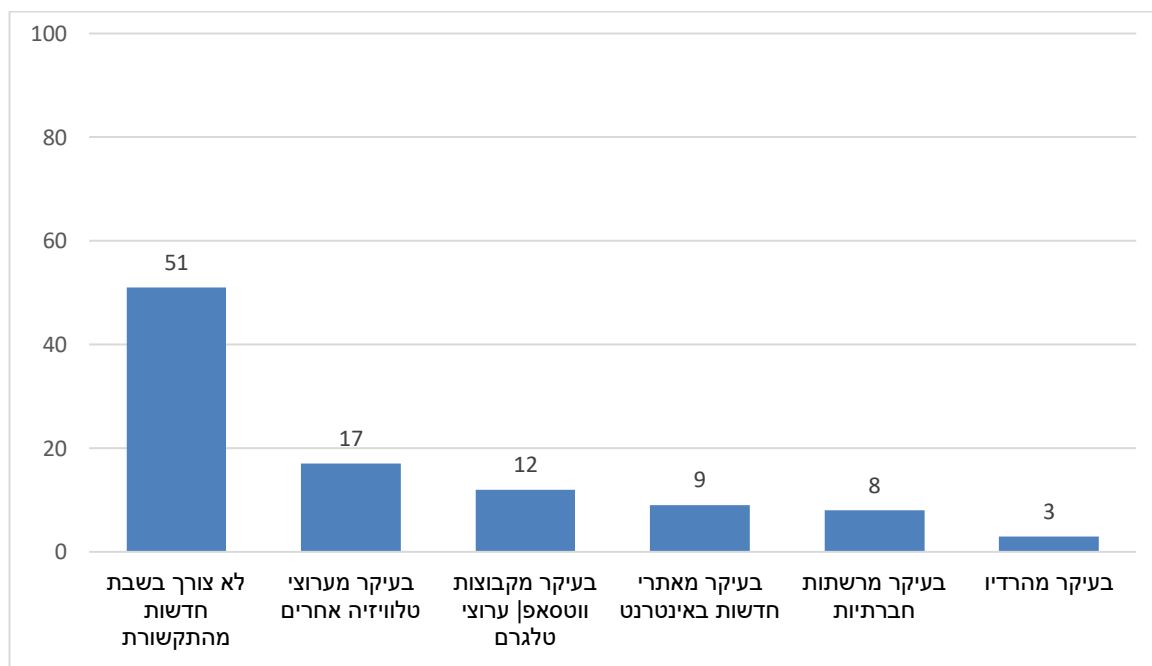
מתוך הצופים בכל ערוץ, כמקור ראשון או שני, באחוזים:

| ערוץ 14 | ערוץ 13 (רשת) | ערוץ 12 (קשת) | ערוץ 11 (כאן) | | |
|---------|------------------|------------------|------------------|-------------------|----------|
| 4 | 1 | 1 | 2 | חרדים | מיקום על |
| 21 | 6 | 7 | 8 | דתיים | הרצף |
| 27 | 9 | 12 | 14 | מסורתיים דתיים | חרדים- |
| 24 | 22 | 21 | 26 | מסורתיים לא-דתיים | חילונים |
| 24 | 63 | 59 | 50 | חילונים | |
| 2 | 14 | 13 | 15 | שמאל | מחנות |
| 7 | 34 | 35 | 31 | מרכז | פוליטיים |
| 86 | 47 | 50 | 52 | ימין | |

מה עושים צופי ערוץ 14 בשבת?

- יותר ממחצית (51%) מצופי ערוץ 14 אינם צורכים חדשות בשבת, כאשר הערוץ לא משדר. מתוך אלה שכן צופים בשבת, כשליש צופים בערוצי טלוויזיה אחרים. למעשה, מהשאלה הזאת עולה שערוץ 14 צודק בהחלטה העסקית לא לשדר בשבת, על אף הפרסומים, למשל, בדבר פניית נתניהו לבעלי הערוץ להתחיל לשדר בשבת בזמן המלחמה. מעניין לראות מה יהיה אם ערוץ ימני אחר ישדר בשבת.

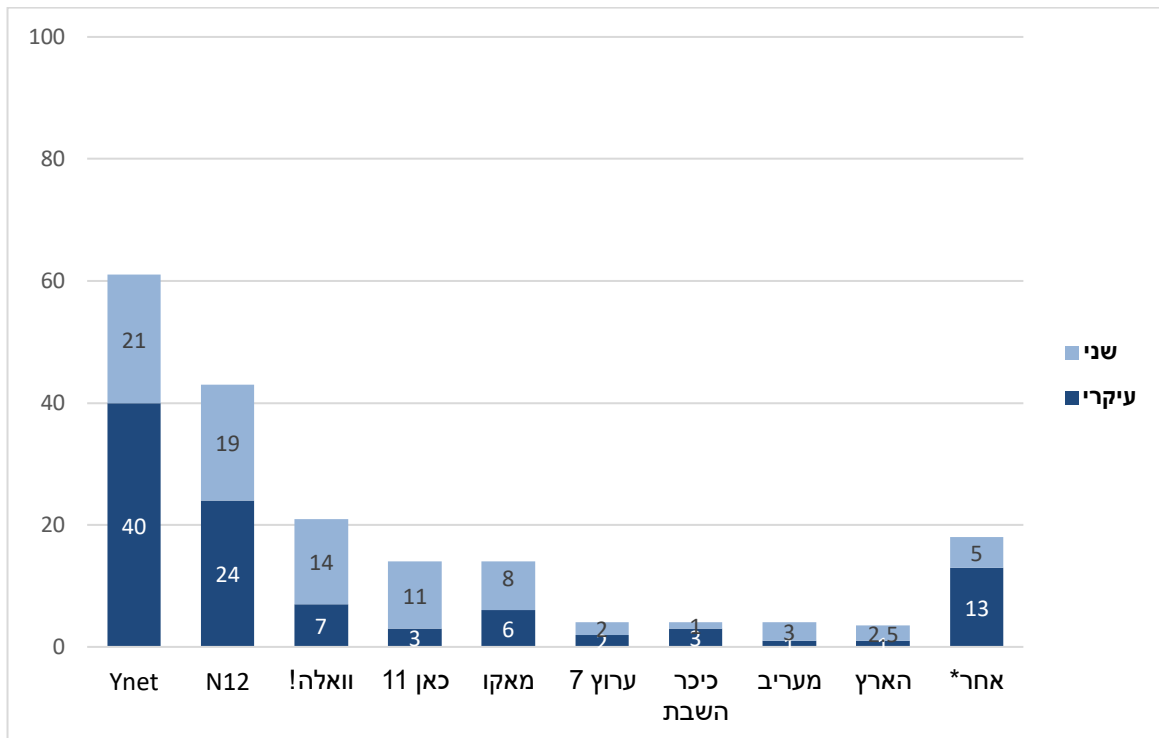
מאילו מקורות אתה צורך חדשות בשבת? (% ממי שערוץ 14 הוא עבורם מקור החדשות העיקרי או השני)



4. צריכת חדשות מאתרי חדשות באינטרנט

- Ynet ואחריו N12 הם אתרי האינטרנט המרכזיים מהם צורכים חדשות כמקור עיקרי או משני. לקבוצת ידיעות אחרונות הישג מבחינת חשיפה, ולמעשה על אף שרגולטורית לא יכלה בשעתו לרכוש רישיון לשידורי טלוויזיה, הצליחה ליצור מוטת שליטה בשוק התוכן החדשותי דרך הדיגיטל, שם לא היה צורך ברישיונות.

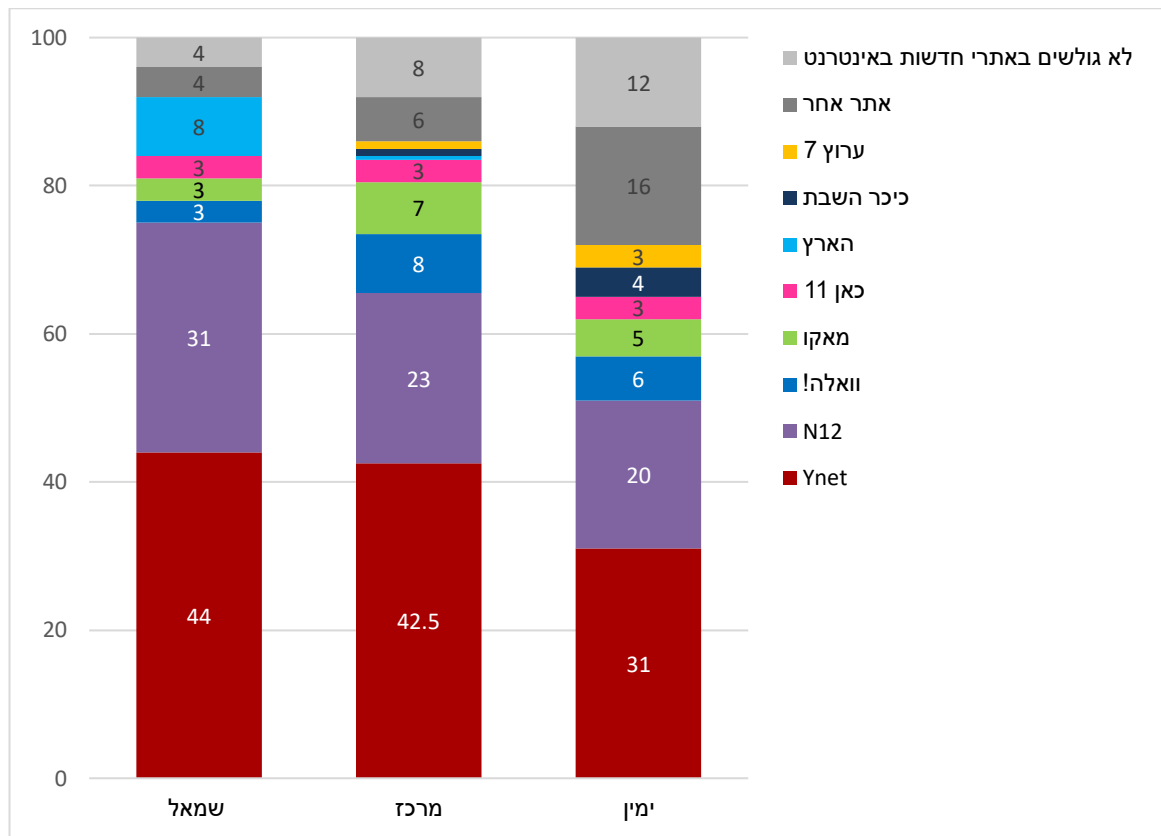
אתר האינטרנט העיקרי והשני לצריכת חדשות (% ממי שגולש באתרי חדשות באינטרנט)



*אתרים שהיו ברשימת התשובות בשאלון שפחות מ-1% מהמראיינים ציינו אותם כמקור העיקרי לצריכת חדשות: מקור ראשון, בחדרי חרדים. אתרים אחרים שלא היו ברשימת התשובות אבל הוזכרו על ידי 1-2% של המראיינים: חמ"ל, עכשיו 14, רוטר.

- בקרב שלושת המחנות הפוליטיים רוב המשיבים דיווחו על Ynet ואחריו N12 כמקור העיקרי לצריכת חדשות באינטרנט, אבל בשמאל שני האתרים מקבלים ביחד 75% ואילו בימין - 51%. את הפער ממלאים עבור הימין אתרים בעלי אופי ימני. כלומר, הימין חשוף לתקשורת המיינסטרים וגם לאתרי ימין. המרכז והשמאל לא חשופים בכלל לתקשורת ימנית.
- חשיפה נמוכה מאד לאתר כאן 11 למרות שתכניו פופולריים בדיגיטל, משום שהם נמצאים בפלטפורמות דיגיטליות למטרות רווח כמו יוטיוב וספוטיפיי.

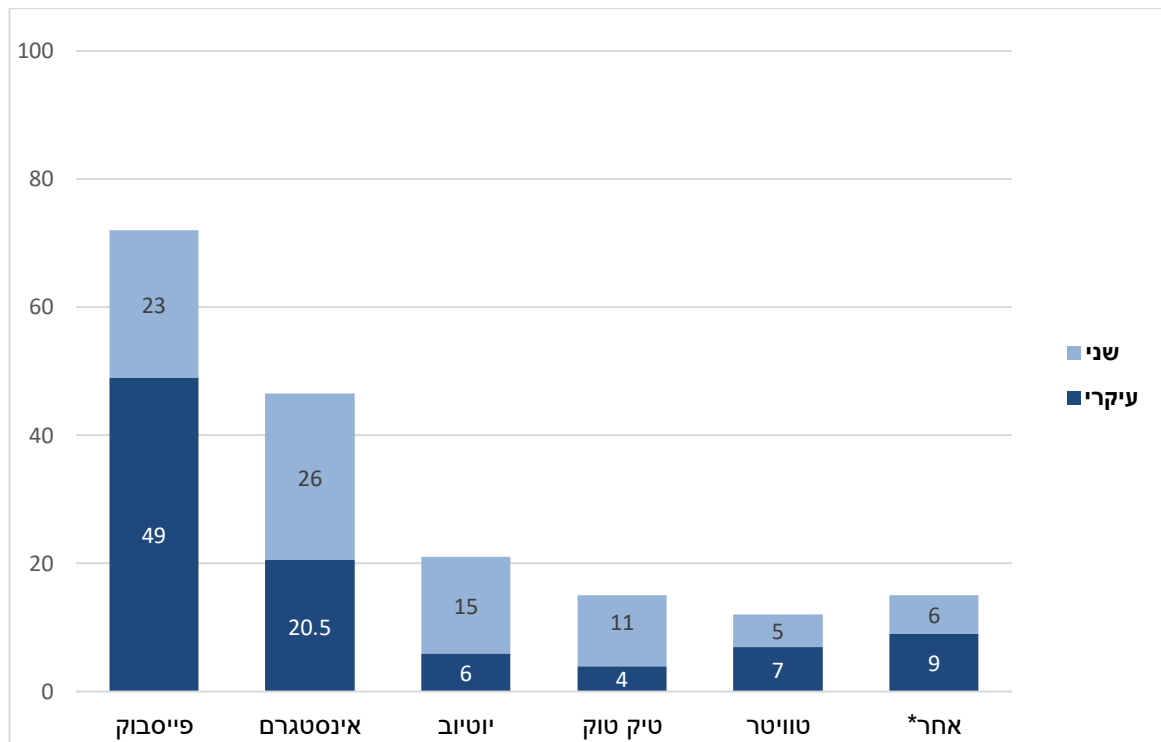
אתרי חדשות באינטרנט כמקור עיקרי לצריכת חדשות (%), כלל היהודים, לפי מחנות פוליטיים)



5. צריכת חדשות מרשתות חברתיות

- פייסבוק היא הרשת החברתית השכיחה ביותר לצריכת חדשות כמקור העיקרי או מקור השני (72%). אינסטגרם במקום השני עם 46.5%. בקרב משתמשי פייסבוק כרשת העיקרית, 40% דיווחו על אינסטגרם כרשת השנייה. בקרב משתמשי אינסטגרם, 65% דיווחו על פייסבוק כרשת השנייה.
- בקרב מי שדיווחו על יוטיוב או טוויטר כרשת העיקרית, האופציה השנייה הכי שכיחה היא פייסבוק. בקרב משיבים שדיווחו על טיק טוק כרשת העיקרית, האופציה השנייה השכיחה היא אינסטגרם.
- מאחר ופייסבוק וגם אינסטגרם שייכות לחברת מטה, מדובר בשליטה עצומה של חברה יחידה ברשתות החברתיות, וזה ללא התייחסות לשימושים בווטסאפ. לשליטה כזאת צריכה להיות השלכה על דיני התחרות, מיסוי ואחריות ציבורית של החברה כלפי רשויות המדינה וכלפי הישראלים בנוגע לפיזור המידע, לתכנים בעייתיים ולרשתות השפעה.
- אחוז המשתמשים הנמוך בטיקטוק משקף את העובדה שהסקר מיועד לבני 18 ומעלה.
- אחוז המשתמשים ב-X (לשעבר טוויטר) כמקור עיקרי ומשני – 12% בלבד. זוהי תופעה של כלי תקשורת בעל חשיפה נמוכה לקהל הרחב אבל עם השפעה חברתית, ציבורית ופוליטית גבוהה בשל הפרופיל של המשתמשים (עיתונאים ופוליטיקאים) מה שגורם לתכנים להתפזר גם בקבוצות מצד אחד ובתקשורת הממוסדת מצד שני. (תופעה דומה אפשר לראות לגבי עיתון "הארץ" וכן במידה מסוימת לגבי ערוץ 14).

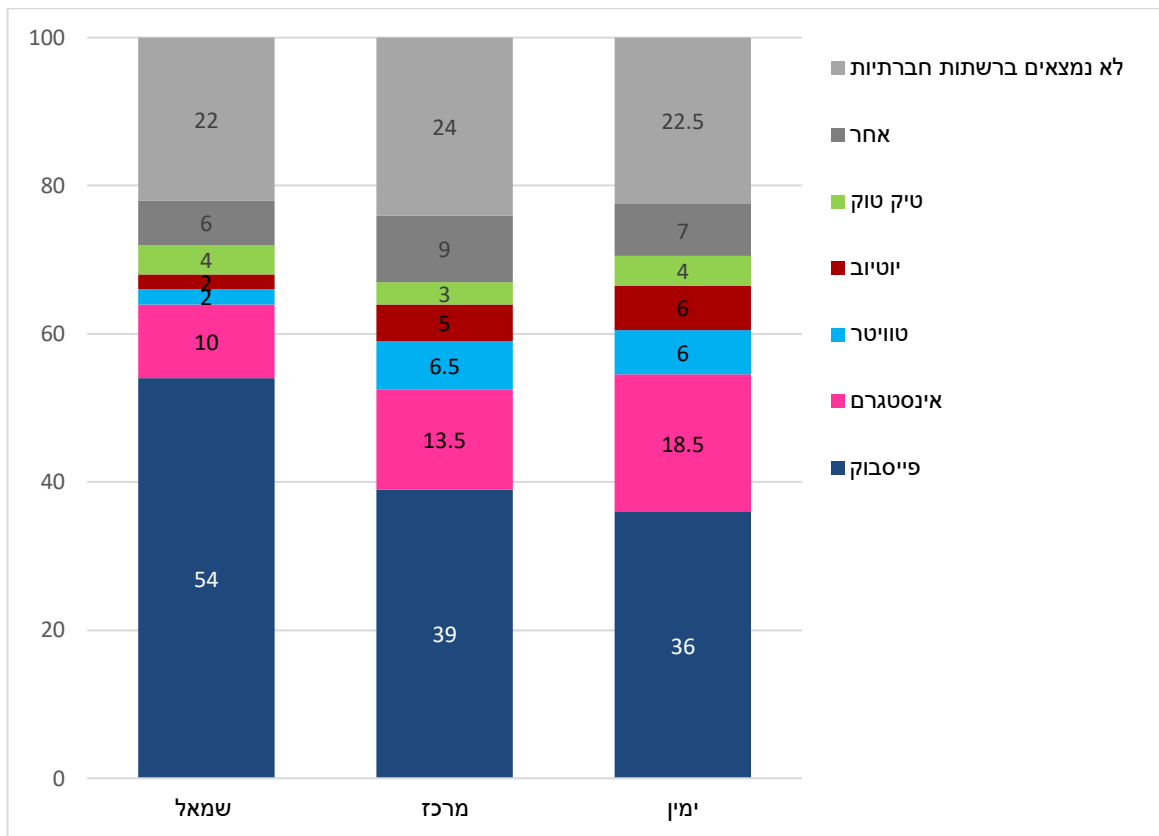
רשת חברתית כמקור העיקרי והשני למידע חדשותי (% ממי שמשתמש ברשתות חברתיות)



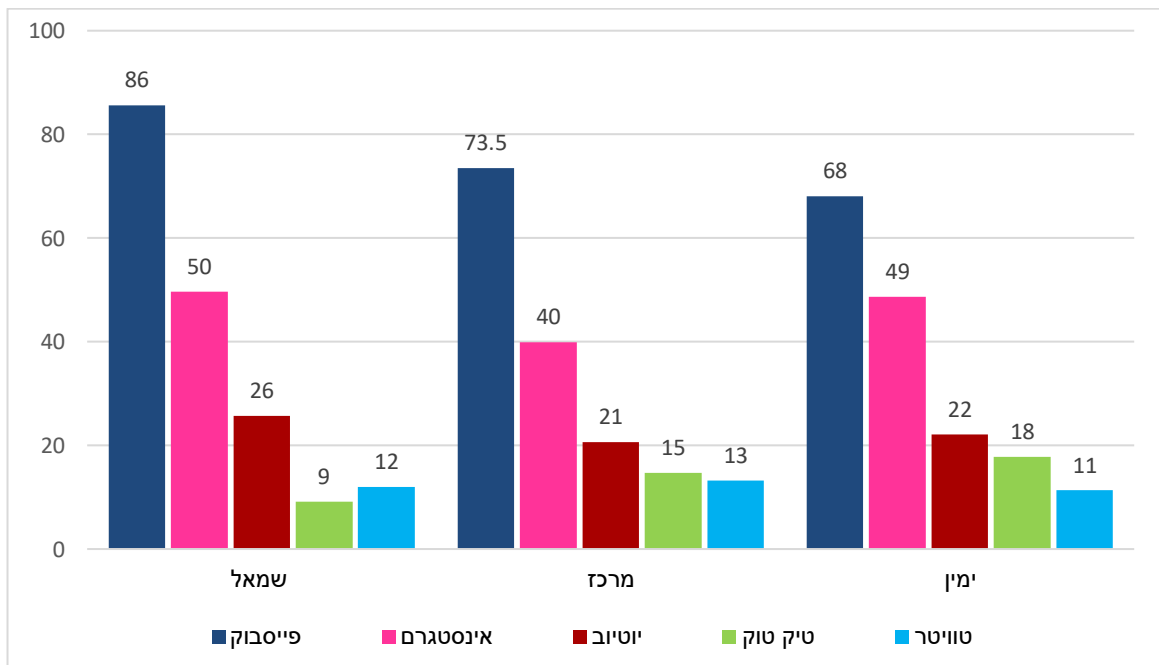
* כולל 14% מהמראיינים שציינו ווטסאפ או טלגרם כרשת החברתית העיקרית או השנייה

- בקרב כל המחנות הפוליטיים, פייסבוק היא הרשת החברתית העיקרית לצריכת חדשות, על אף הבדלים בין השמאל (54%) לבין המרכז והימין (39%-ו-36% בהתאמה). אם מסתכלים על רשתות חברתיות כמקור עיקרי או שני לצריכת חדשות, אפשר לראות התפלגות דומה בין המחנות. אבל, גם אם הפיזור בין הרשתות החברתיות השונות כמעט זהה, כל מחנה רואה בפיד שלו תוכן אחר, כך שהגרף מלמד על השימושים אך לא מלמד על תמונת התוכן החדשותי שהמשתמשים מקבלים.
- שיעור דומה בכל המחנות (בין 22%-ל-24%) כלל לא נמצא ברשתות החברתיות.

רשתות חברתיות כמקור העיקרי לצריכת חדשות (% , כלל היהודים, לפי מחנה פוליטי)



רשתות חברתיות כמקור העיקרי או השני לצריכת חדשות (% ממי שנמצאים ברשתות חברתיות, לפי מחנה פוליטי)



פרופיל דמוגרפי של משתמשי הרשתות החברתיות

- עם העלייה בגיל ישנה ירידה באחוז המשתמשים ברשתות חברתיות באופן כללי (60% מבני 18-34 הצביעו על רשתות כמקור העיקרי או השני לחדשות, לעומת 32% בקרב בני 35-54 ו-19% בקרב בני 55 ומעלה).

- מין: לקהל אינסטגרם אופי נשי יותר באופן ניכר, לקהל של טוויטר – אופי גברי יותר.
- גיל: בקרב בני 35-54 ובני 55 ומעלה, פייסבוק היא הרשת החברתית העיקרית והמשנית לצריכת חדשות בפער ניכר מהאחרות (73%). בקרב קבוצת הצעירים בני 18-34 פייסבוק ואינסטגרם הן הרשתות העיקריות עם אחוז דומה (66%).
- שיעור הצעירים בני 18-34 גבוה יחסית בקרב צורכי חדשות באינסטגרם וטיק טוק (כמחצית בכל אחת מהרשתות). שיעור בני 55 ומעלה מעט גבוה יותר בקהל של יוטיוב לעומת רשתות אחרות. משתמשי פייסבוק וטוויטר די מאוזנים מבחינת הגילאים.
- דתיות: אין הבדלים ניכרים בפרופילים של משתמשי רשתות חברתיות שונות מבחינת מיקומם על הרצף חרדים-חילונים.
- מחנה פוליטי: טיק טוק מאופיין בשיעור גבוהה יחסית של מחנה הימין ושיעור נמוך יחסית של שמאל, ממצא שיכול להיות קשור לפרופיל הגילאים (מצביעי ימין הם צעירים יותר).

פרופיל דמוגרפי של מי שצורכים חדשות מרשתות חברתיות (% ממי שהרשת היא עבורם מקור החדשות העיקרי או השני)

| % | | פייסבוק | אינסטגרם | יוטיוב | טיק טוק | טוויטר |
|----------------|--------------------------|---------|----------|--------|---------|--------|
| מין | גבר | 45 | 35 | 58 | 59 | 64 |
| | אישה | 55 | 65 | 42 | 41 | 36 |
| מחנות פוליטיים | שמאל | 12 | 11 | 12 | 6 | 10 |
| | מרכז | 27 | 23 | 25 | 25 | 30 |
| | ימין | 56 | 63 | 62 | 68 | 58 |
| השכלה* | עד תיכונית מלאה | 27 | 38 | 28 | 41 | 22 |
| | על-תיכונית/ אקדמית חלקית | 24 | 26 | 22 | 25 | 15 |
| | אקדמית | 47 | 34 | 48.5 | 31.5 | 55 |

*מדגם הסקר מכיל יותר בעלי השכלה והכנסה גבוהה בהשוואה לכלל האוכלוסייה היהודית בישראל (לפי נתוני הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה). לכן יש להתייחס בזהירות לשיעורים מוחלטים אך אפשר לראות את ההבדלים בין ערוצים שונים.

6. צריכת חדשות באמצעות קבוצות ווטסאפ/ ערוצי טלגרם

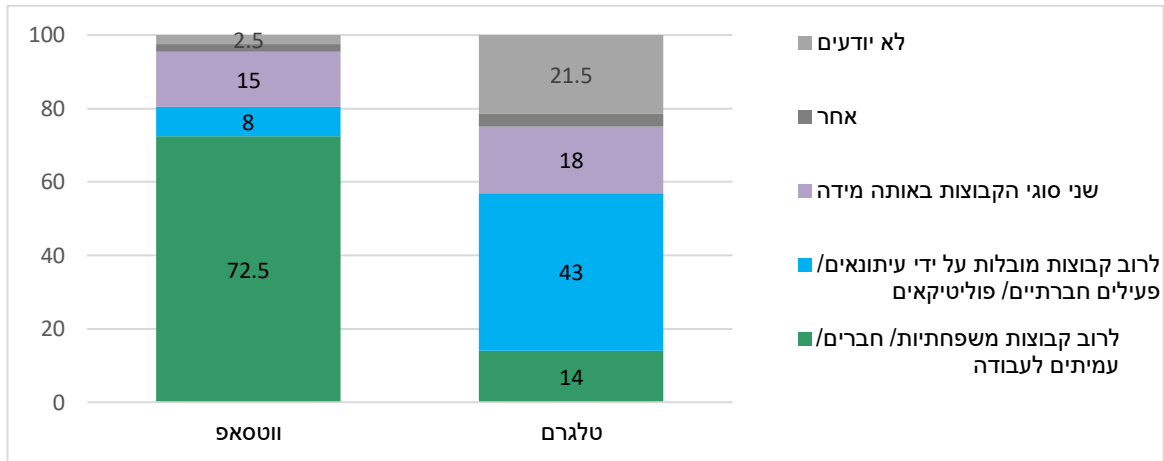
- כשני שלישים (65%) מכלל המדגם משתמשים בווטסאפ לצריכת חדשות, 44% משתמשים בטלגרם לצריכת חדשות – מדובר באחוז גבוה מאד של משתמשי טלגרם בהשוואה לידוע לנו מן העבר, כנראה בעקבות המלחמה. צריכת חדשות דרך קבוצות וערוצים כאלה נעשית ללא עריכה עיתונאית וגם ללא עריכה אלגוריתמית כמו ברשתות החברתיות, והשאלה לאיזה תוכן אנשים נחשפים תלויה בעיקר בקבוצות בהם הן חברים.

- מאחר וכמעט שלושה רבעים (72.5%) מהמשתמשים בווטסאפ דיווחו כי רוב הקבוצות שלהם הם קבוצות של משפחה/ חברים/ עמיתים לעבודה, המתווך העיקרי של החדשות הוא הקבוצות מהסוג הזה. מצד שני, 43% ממשתמשי טלגרם (לעומת 8% בלבד ממשתמשי ווטסאפ) דיווחו שרוב הערוצים שהם עוקבים הם ערוצים מובלים על ידי עיתונאים/ פעילים חברתיים/ פוליטיקאים.
- השימוש הגבוה בטלגרם מציב גם אתגר הואיל ומדובר בפלטפורמה ללא סינון ובקרת תוכן שאינה נענית לשום בקשה שלטונית להסיר תכנים.
- משתמשי ווטסאפ חברים ב-15 קבוצות בממוצע, משתמשי טלגרם עוקבים אחרי 10 ערוצים בממוצע.
- גברים משתמשים בטלגרם יותר מאשר נשים. אין הבדל בין גברים לנשים בשימוש בווטסאפ.
- שימוש בווטסאפ לא משתנה בהתאם לקבוצת גיל. כמחצית מהצעירים בני 18-34 ומבני 35-54 משתמשים בטלגרם, לעומת רק שליש בקרב המבוגרים בני 55 ומעלה.
- בפילוח לפי מיקום על הרצף חרדים-חילונים אחוז החרדים המשתמשים בווטסאפ ובטלגרם נמוך מיתר קבוצות המשנה, כנראה בשל כך שנדרש לשם השימוש טלפון חכם.
- שימוש בווטסאפ גבוה יותר בקרב מחנה השמאל לעומת שני המחנות האחרים ונמוך יותר בקרב הימין. להיפך, שימוש בטלגרם גבוה ביותר בימין ונמוך ביותר בשמאל.

קבוצות ווטסאפ וערוצי טלגרם, שיעור המשתמשים ומספר קבוצות ממוצע בקרב המשתמשים

| טלגרם | | וטסאפ | | % מתוך שורה | |
|-------------------|-----------|-------------------|-----------|-------------------|----------------|
| מספר קבוצות ממוצע | שימוש (%) | מספר קבוצות ממוצע | שימוש (%) | | |
| 10.2 | 44 | 15.4 | 65 | כלל מדגם היהודים | |
| 10.8 | 52 | 13.6 | 66 | גבר | מין |
| 9.2 | 36 | 17.3 | 64 | אישה | |
| 8.9 | 51 | 15.3 | 65 | 18-34 | גיל |
| 10.7 | 47 | 15.3 | 63 | 35-54 | |
| 11.4 | 33 | 15.5 | 67 | 55+ | |
| 8.8 | 19 | 10.0 | 46 | חרדים | מיקום על הרצף |
| 12.3 | 46 | 15.1 | 72 | דתיים | |
| 16.1 | 50 | 16.4 | 63 | מסורתיים דתיים | חרדים-חילונים |
| 9.7 | 49 | 12.2 | 63 | מסורתיים לא-דתיים | |
| 8.2 | 45 | 17.2 | 69 | חילונים | |
| 12.5 | 37 | 17.5 | 71 | שמאל | מחנות פוליטיים |
| 8.3 | 42 | 15.1 | 69 | מרכז | |
| 10.8 | 47 | 15.2 | 64 | ימין | |

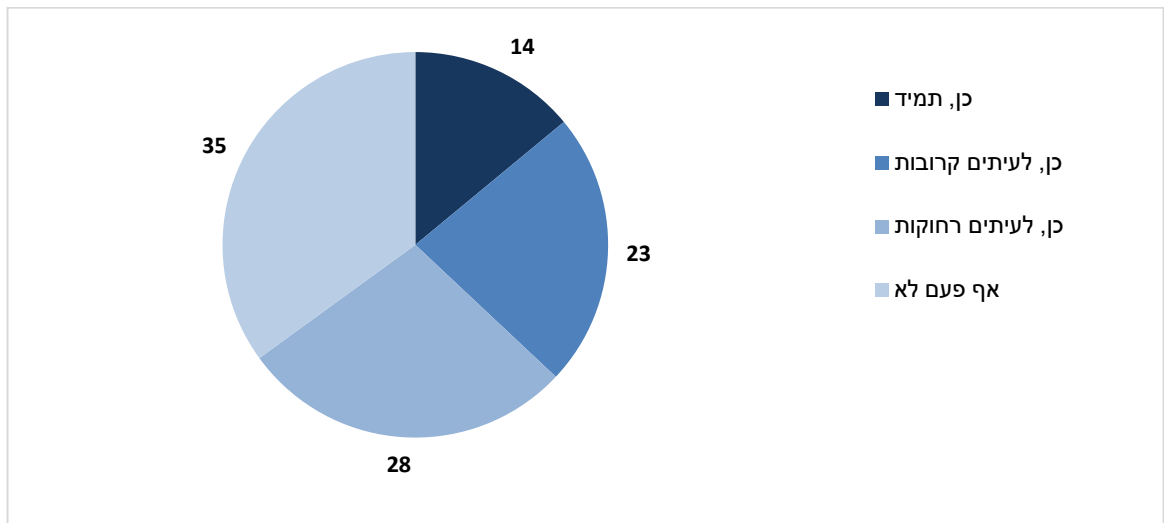
אופי הקבוצות/ הערוצים (% ממי שמשמש בוטסאפ/ טלגרם)



7. צריכת חדשות כחוויה עוטפת מסכים

- מעל שליש מהמרואינים (37%) לעיתים קרובות או תמיד בודקים חדשות בנייד תוך כדי צפייה או האזנה לחדשות בטלוויזיה או ברדיו.
- ההרגל לבדוק חדשות באינטרנט בנייד תוך כדי צפייה בטלוויזיה או האזנה ברדיו לא תלוי במין או בגיל. במחנה השמאל בדיקת חדשות בנייד תוך כדי צפייה/ האזנה לחדשות שכיחה יותר (47%) מאשר בקרב הימין (38%) והמרכז (34%).

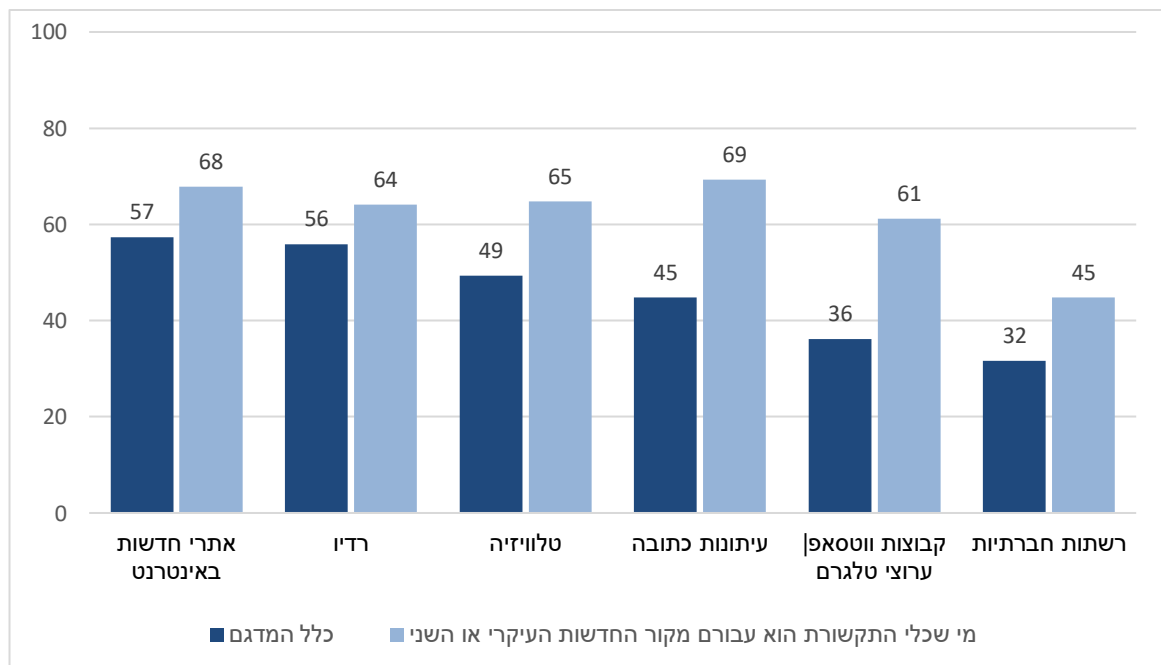
נוהג לבדוק חדשות במכשיר הטלפון הנייד תוך כדי צפייה בחדשות בטלוויזיה או האזנה לרדיו (% כלל היהודים)



8. אמון בתקשורת

- שיעור האמון הממוצע בכלל המדגם עבור כלי התקשורת שמדדנו – 46% (פחות ממחצית). אבל, לדעתנו מדובר בנתון שלא יכול לעמוד בפני עצמו.
- ראשית, נמצא פער ניכר באמון בכלי התקשורת בפילוח לפי מחנות פוליטיים (שמאל – 58%, מרכז – 50%, ימין – 43%).
- שנית, יש קשר ישיר בין מי שציין סוג של מדיום (טלוויזיה ואתרי חדשות) וכן ערוץ התקשורת הספציפי כמקור החדשות העיקרי שאותו הוא צורך, לבין האמון שיש לו באותו כלי תקשורת. כלומר, עבור מרבית כלי התקשורת, האמון שניתן בהם על ידי מי שצורך אותם הוא כ-60% או יותר. נפרט על כך עוד בהמשך לגבי האמון בטלוויזיה.
- יותר ממחצית מכלל המדגם נותנים אמון באתרי חדשות באינטרנט ורדיו כמקור לחדשות, מעט פחות מכך – בטלוויזיה ובעיתונות הכתובה. לכאורה, אין סיבה להבדל בין הטלוויזיה לבין אתרי החדשות כי הם כפופים לאותו סט של מערכת לחצים מסחרית/פוליטית. יתכן שהסיבה לכך היא שהטלוויזיה הפכה להיות הפנים של החבטות בתקשורת והניסיונות לקעקע את האמון בה.
- כשליש בלבד נותנים אמון בחדשות בקבוצות ווטסאפ/ טלגרם או ברשתות חברתיות. נאן קיים פרדוקס עצום משום שמדובר באחוזי שימוש גבוהים מאד בסוגים של אמצעי תקשורת שהאמון בהם נמוך ביחס לשאר סוגי התקשורת.

שיעור נותני האמון בכלי התקשורת השונים כמקור לחדשות – השוואה בין צורכי כלי תקשורת לבין כלל המדגם (%)

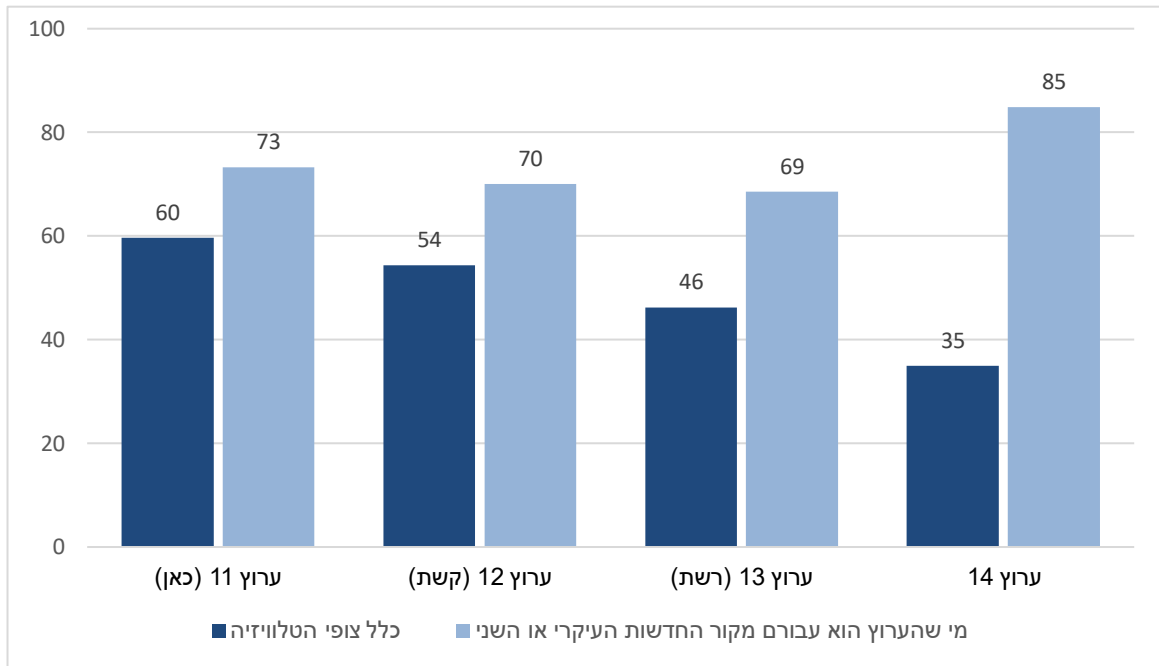


אמון בערוצי הטלוויזיה

- בכלל המדגם השיעור הגבוה ביותר נותנים אמון בערוץ 11 (60%), אחריו ערוץ 12 (54%) וערוץ 13 (46%). כשליש בלבד מכלל היהודים נותנים אמון בערוץ 14. אבל, לפי הממצאים שלנו, נתונים אלה אינם מלמדים על התמונה המלאה.

- אם מוזדדים אמון רק בקרב מי שצופים בערוץ המסוים, מקבלים תמונה מעניינת: 85% מקרב צופי ערוץ 14 נותנים בו אמון. בקרב צופי הערוצים האחרים רמת האמון נמוכה יותר אבל עדיין גבוהה מאד – סביב 70%. מכאן ניתן ללמוד שני דברים: ראשית, הטענות לגבי אמון נמוך בתקשורת אינן נכונות. האמון הנמוך הוא בערוצים שבהם הנשאלים אינם צופים. לעומת זאת, בערוצים שבהם הם כן צופים האמון שלהם גבוה מאד. שנית, אין דבר כזה "התקשורת" אלא יש צורך בחלוקה לפי דפוסי צפיה. אפשר לומר שזוהי החוליה החסרה במחקרי האמון בתקשורת שנעשו עד היום.

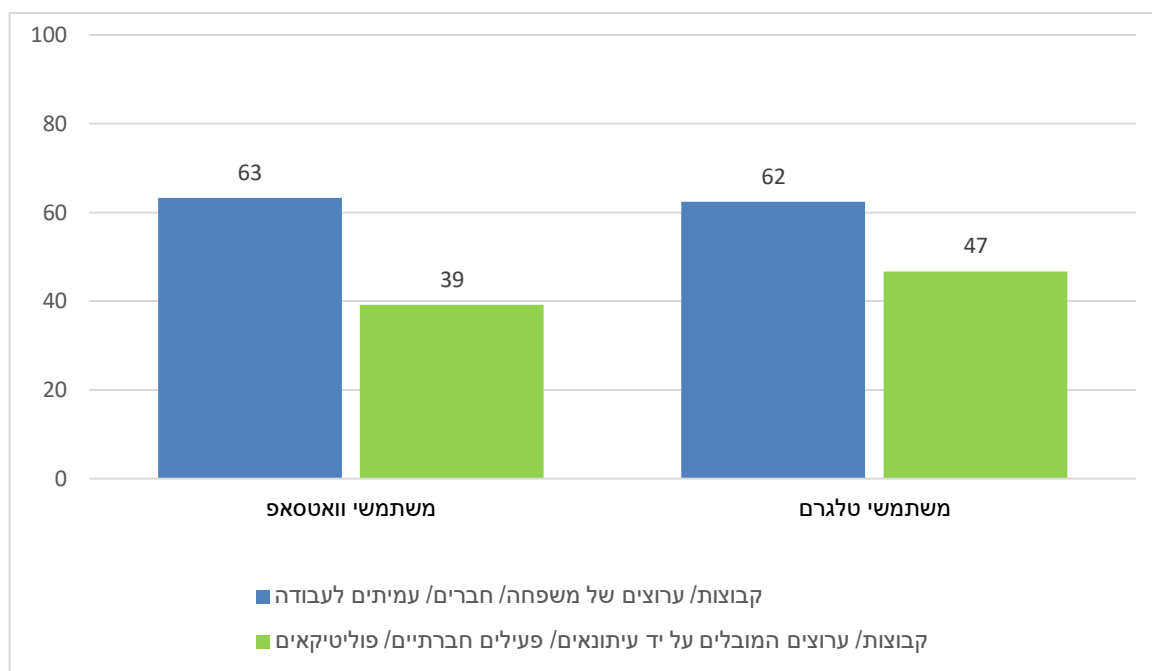
נותנים אמון בערוצי הטלוויזיה השונים – השוואה בין צופי הערוצים לבין כלל הצופים (%)



אמון בקבוצות ווטסאפ/ ערוצי טלגרם:

- מעל 60% ממשתמשי ווטסאפ ומשתמשי טלגרם כאחד נותנים אמון בקבוצות של משפחה, חברים או עמיתים לעבודה. רמת האמון הגבוהה יחד עם רמת השימוש הגבוהה בווטסאפ בקבוצות של משפחה, חברים או עמיתים ורמת האינטימיות שיש בקבוצות אלה, הופכת את מי שצורך תכנים חדשניים דרכן לפגיע במיוחד לתכני דיסאינפורמציה ומיסאינפורמציה.
- האמון בקבוצות/ ערוצים המובילים על ידי עיתונים/ פעילים חברתיים/ פוליטיקאים נמוך יותר. ציון האמון בקבוצות מסוג הזה בקרב משתמשי טלגרם עולה על ציון המקביל בקרב משתמשי ווטסאפ (47%-ו-39% בהתאמה).

נותנים אמון בסוגי קבוצות ווטסאפ/ ערוצי טלגרם שונים (%)

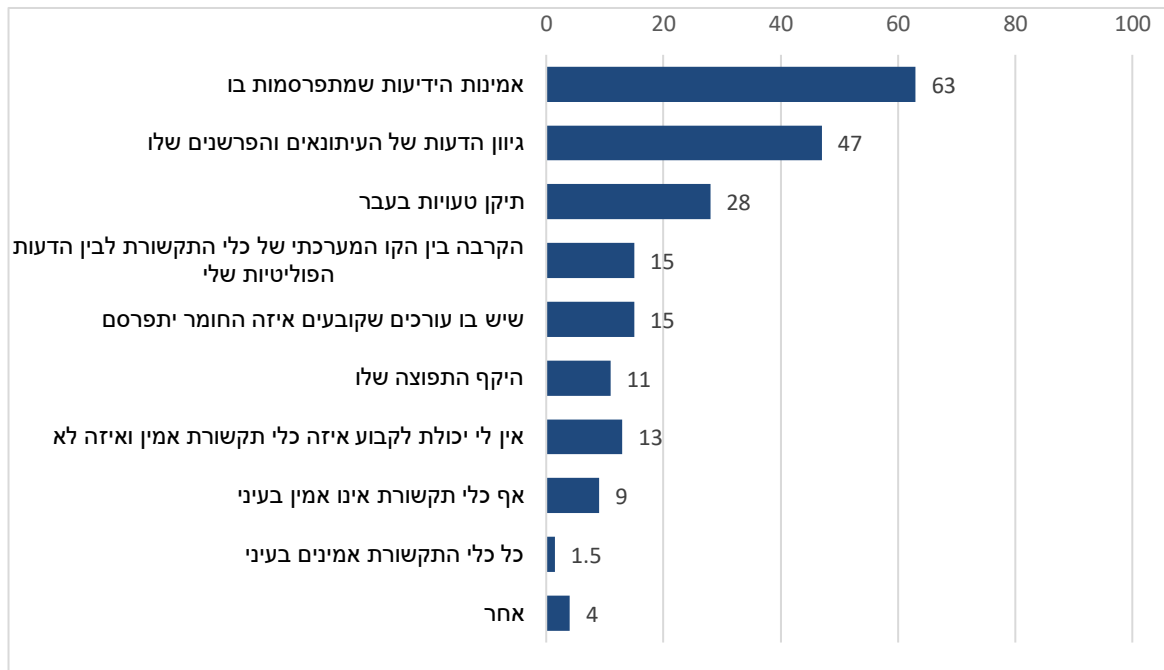


9. אורינות מדיה ודיסאינפורמציה

מה הופך כלי תקשורת לאמין

- בכלל המדגם התשובה השכיחה ביותר על השאלה מה הופך כלי תקשורת לאמין הייתה "אמינות הידיעות שמתפרסמות בו" (63%), ללא הבדלים משמעותיים בין המחנות הפוליטיים. בעלי השכלה אקדמית או על-תיכונית נוטים לציין את הקריטריון הזה יותר מבעלי השכלה נמוכה יותר.
- התשובה השנייה בשכיחותה (47%) הייתה "גיוון הדעות העיתונאים והפרשנים". שיעור אנשי השמאל והמרכז המצביעים על "גיוון הדעות" כקריטריון לכלי תקשורת אמין גבוה מזה שבקרב הימין.
- רק 15% סברו כי הקרבה בין הקו המערכתי לבין העמדות הפוליטיות שלהם היא תנאי לאמינות. כך, אפשר לראות שהמרחאיינים מבקשים תקשורת שתהיה אמינה ומגוונת, אך בפועל, כפי שראינו למעלה – הם צורכים תקשורת בעיקר בתוך בועת המידע הלא מגוונת שלהם ומאמינים לכלי התקשורת שמתאים לעמדה הפוליטית שלהם.

מה הופך כלי תקשורת לאמין בעיניך? * (% כלל היהודים)

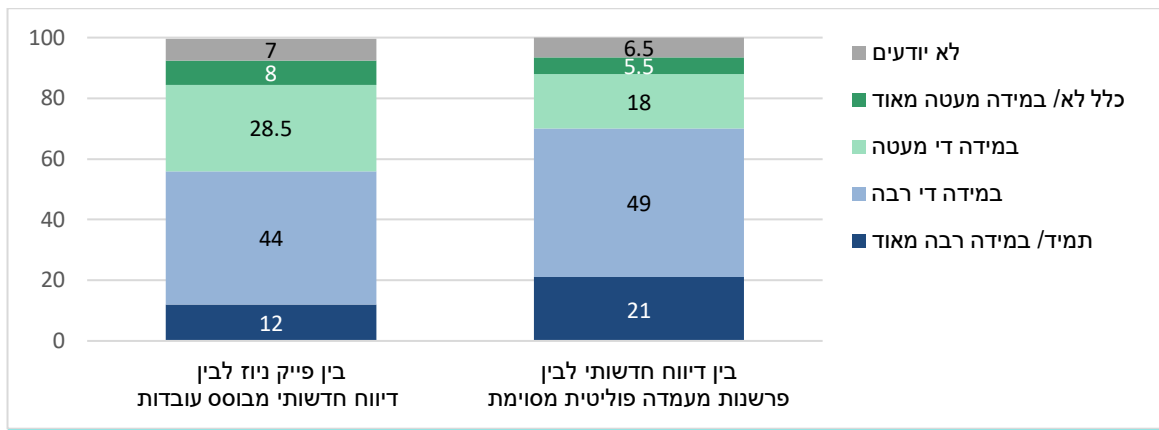


*אפשר היה לסמן יותר מתשובה אחת

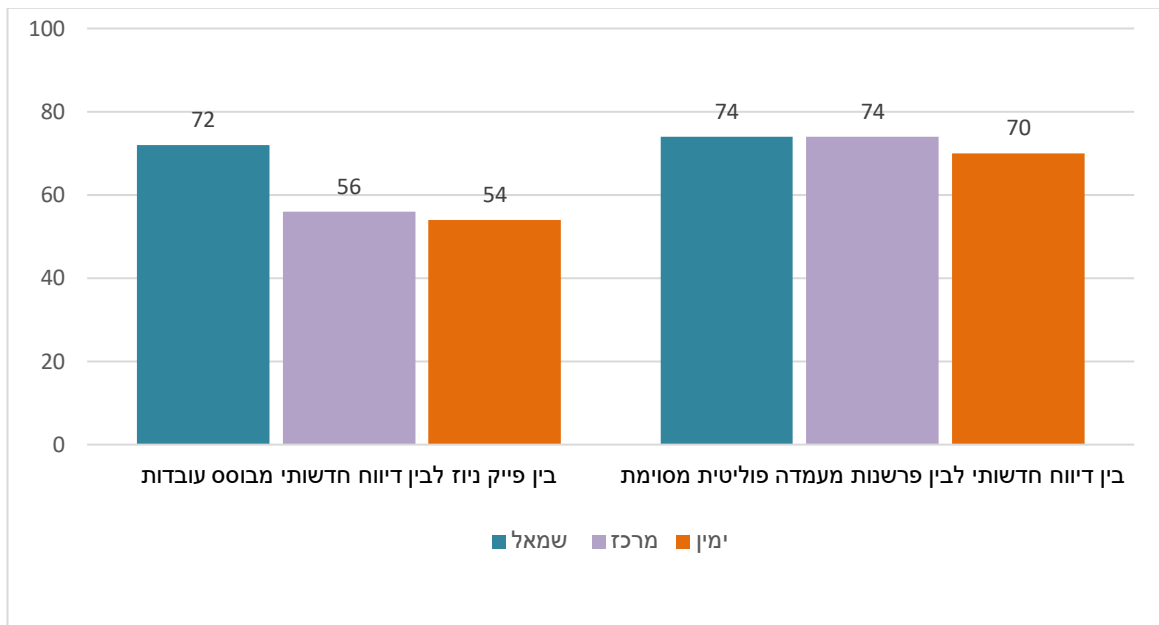
מסוגלות הבחנה בין חדשות לדיעות, זיהוי דיסאינפורמציה

- 70% מהמראיינים סבורים שהם מסוגלים להבחין בין דיווח חדשותי לבין פרשנות. הדבר מלמד על עולם הפוסט-אמת במובן זה שיש רגישות גבוהה מאד לכך שאין כמעט עובדות ויש הרבה פרשנות.
- 56% מאמינים ביכולתם להבחין בין פייק ניוז לבין דיווח חדשותי מבוסס עובדות.
- כך או כך מדובר במספרים גבוהים ביחס למחקרים שמלמדים על היעדר מסוגלות להבחין. כלומר, ההערכה העצמית של הציבור גבוהה מן המסוגלות בפועל.
- שיעור הסומכים על יכולתם להבחין בין חדשות לפרשנות דומה בכל שלושה המחנות. שיעור הסבורים שהם מסוגלים להבחין בין פייק ניוז לחדשות אמת גבוה יותר בקרב מחנה השמאל לעומת המרכז והימין.
- גברים יותר מנשים נוטים להאמין שהם יכולים להבחין בין פייק ניוז לחדשות אמת (60% לעומת 51% בהתאמה).
- חרדים סומכים על עצמם פחות בשתי השאלות (48% בנוגע להבחנה בין פייק ניוז נגד חדשות אמת, 58% בנוגע להבחנה מידע חדשותי נגד פרשנות). מסורתיים דתיים פחות מאחרים מעריכים שהם יודעים להבחין בין דיווח חדשותי לבין פרשנות (דתיים – 77%, מסורתיים דתיים – 57%, מסורתיים לא דתיים – 77%, חילונים – 72%). עם זאת, שיעור המסורתיים הדתיים הסבורים שהם יודעים להבחין בין פייק ניוז לחדשות מבוססות עובדות גבוה יותר בהשוואה לקבוצות אחרות (דתיים – 54%, מסורתיים דתיים – 62%, מסורתיים לא דתיים – 54%, חילונים – 57%).
- אקדמאים סומכים על עצמם יותר מבעלי השכלה נמוכה יותר ביכולת להבחין בין חדשות לפרשנות (בעלי השכלה עד תיכונית מלאה – 66%, על תיכונית – 69%, אקדמאית – 75%), ופחות ביכולת להבחין בין פייק ניוז לחדשות מבוססות עובדות (60.5%, 52%, 54% בהתאמה).

להרגשתך, האם אתה מסוגל כיום להבחין... (% כלל היהודים)



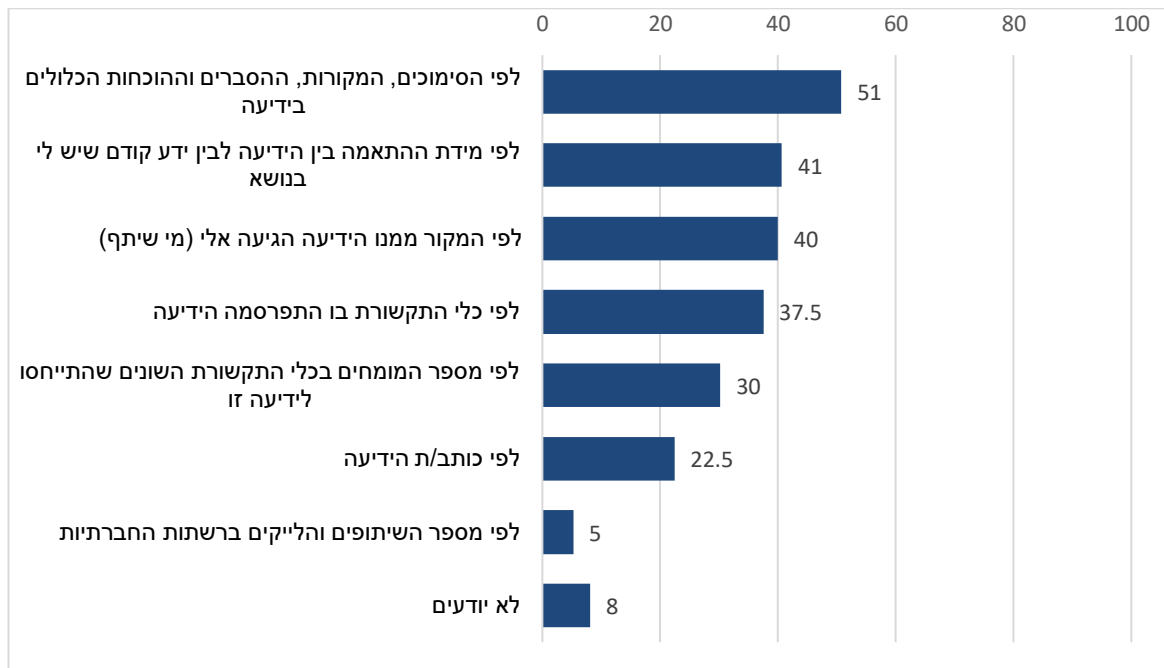
מסוגלות להבחין (% כלל היהודים לפי מחנות פוליטיים)



סימני זיהוי של חדשות כזב:

- כמחצית מכלל המדגם (51%) מדווחים שהם מבחינים בין חדשות אמת לחדשות כזב לפי "הסימנים, המקורות, ההסברים וההוכחות". 41% ציינו גם את "מידת ההתאמה בין הידיעה לבין ידע הקודם שלהם", 40% את "המקור ממנו הגיעה הידיעה" ו-37.5% את "כלי התקשורת בו היא פורסמה". אחוז זניח בלבד (5%) מייחס חשיבות למספר השיתופים והלייקים ברשתות חברתיות כמדד לאמינות.

לפי מה אתה מבחין בין חדשות אמת לחדשות כזב (% כלל היהודים)

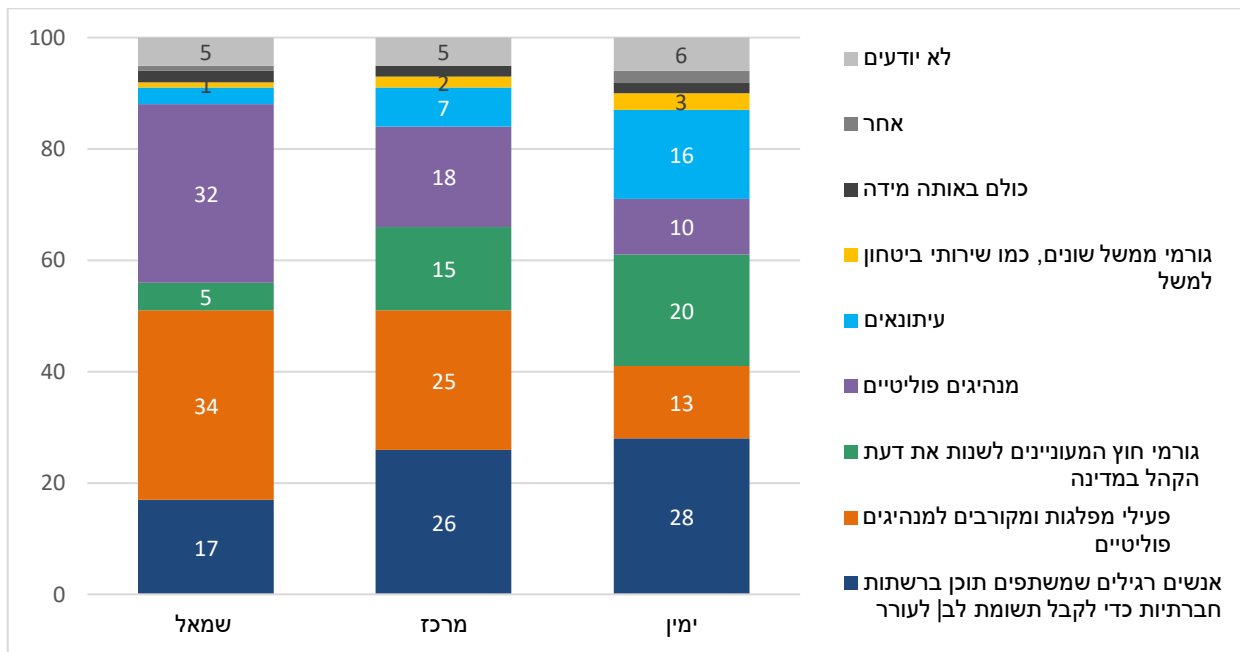


*היה ניתן לסמן יותר מתשובה אחת

אחריות להפצת חדשות כזב

- כרבע מכלל המרואיינים סבורים שאנשים רגילים שמשתפים תוכן ברשתות חברתיות הם האחראיים העיקריים. קרוב לחמישית (18%) הצביעו על פעילי מפלגות ומקורבים למנהיגים פוליטיים, ואחוז דומה – על גורמי חוץ (17%). הבאים מבחינת השכיחות הם מנהיגים פוליטיים (14%) ועיתונאים (12%).
- אבל, יש אי הסכמה משמעותית ביחס לאחריות כאשר הפילוח הוא לפי מחנות פוליטיים. בימין התשובה השכיחה ביותר על שאלה מי האחראי העיקרי להפצת חדשות כזב היא "אנשים רגילים שמשתפים תוכן ברשתות חברתיות" (28%), אחריה – "גורמי חוץ" (20%) והשלישית היא "עיתונאים" (16%). אנשי המרכז מצביעים במידה כמעט שווה על אנשים רגילים ופעילי מפלגות (כרבע כל אחד) והמנהיגים הפוליטיים נמצאים במקום השלישי (18%). בשמאל מטילים את האחריות בעיקר על פעילי מפלגות ומנהיגים פוליטיים (כשליש כל אחד) ורק לאחר מכן על אנשים רגילים (17%).

האחראי העיקרי להפצה של חדשות כזב (% כלל היהודים לפי מחנות פוליטיים)



(אי) חרטה על שיתוף בחדשות כוזב

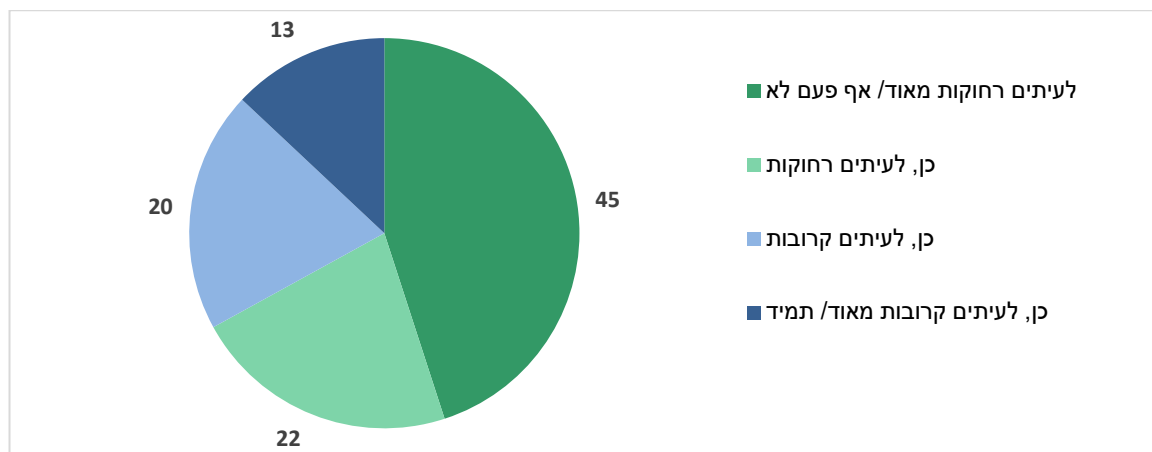
- 70.5% מהמרוויינים טוענים שלא התחרטו אף פעם על שיתוף בקבוצות או רשתות חברתיות של מידע לא מבוסס מספיק, בעוד רק 18% מדווחים על כך שקרה להם מקרה כזה ו12% לא יודעים.
- לא מצאנו הבדלים ניכרים בפילוח לפי מחנות פוליטיים, השכלה, הכנסה מין וגיל.
- לא מצאנו הבדלים בשיעור המתחרטים על שיתוף מידע לא מבוסס בין המרוויינים שמרגישים שהם מסוגלים להבחין בין פייק ניוז לחדשות אמת לבין אלה שלא מרגישים כך.
- כלומר, אנחנו חולים מאד בשתפת. לא ברור האם מדובר בבורות (ככל הנראה התשובה שלילית לאור התפיסה העצמית הטובה מן השאלות הקודמות) או מתוך מודעות.

10. חשיפה לסרטוני זוועה במלחמה (malformation)

צפיה בתכני זוועה

- כשליש מהמשיבים צפו בתכנים הקשורים למלחמה שרשתות הטלוויזיה החליטו שלא לשדר. קרוב למחצית – 45% - נמנעו מכך.
- הצעירים בני 18-34 צופים יותר מאשר קבוצות הגיל האחרות. המסורתיים הלא-דתיים צופים יותר בהשוואה ליתר הקבוצות. המרוויינים ממחנה הימין צופים מעט יותר בהשוואה ליתר המחנות. בעלי השכלה תיכונית או יותר נמוכה צופים יותר מאשר בעלי השכלה גבוהה יותר.

נוהג לצפות באינטרנט בסרטונים ותכנים הקשורים במלחמה שרשתות הטלוויזיה נמנעות מלשדר (%), כלל (היהודים)



נוהג לצפות באינטרנט בסרטונים ותכנים הקשורים במלחמה

| | | % |
|----------------|--------------------------|------|
| גיל | 18-34 | 42 |
| | 35-54 | 32 |
| | 55+ | 25 |
| מחנות פוליטיים | שמאל | 28 |
| | מרכז | 28.5 |
| | ימין | 36 |
| השכלה | עד תיכונית מלאה | 43 |
| | על-תיכונית/ אקדמית חלקית | 32.5 |
| | אקדמית | 27 |

חרטה על צריכת תכני זוועה

- 44% מכלל המרואיינים דיווחו שהתחרטו על צפייה באינטרנט בסרטונים או תכנים הקשורים למלחמה. שיעור דומה, אך גדול במקצת, לא חווה חרטה כזאת (47%). מטבע הדברים 58% אחוז מאלה שדיווחו שהם נוהגים לצפות בסרטונים, דיווח גם שהתחרטו, לעומת 37% מאלה שלא נוהגים לצפות בהם.
- מדובר במספר גבוה של מתחרטים, מה שעשוי ללמד על ההשפעה הפסיכולוגית הקשה וייתכן שגם ארוכת הטווח שהיתה לחשיפה לתכני זוועה.
- אין הבדלים ניכרים בפילוח לפי מחנות פוליטיים, השכלה או הכנסה.
- אבל, נשים יותר מגברים נוטות להתחרט על צפייה בסרטונים. ככל שהמרואיינים צעירים יותר, כך הם מדווחים יותר על חרטות הקשורות לצפייה בסרטונים או תכנים הקשורים במלחמה. שיעור המתחרטים גבוה באופן ניכר בקרב קבוצת הדתיים (64%).

התחרטו על צפייה בסרטוני זוועה:

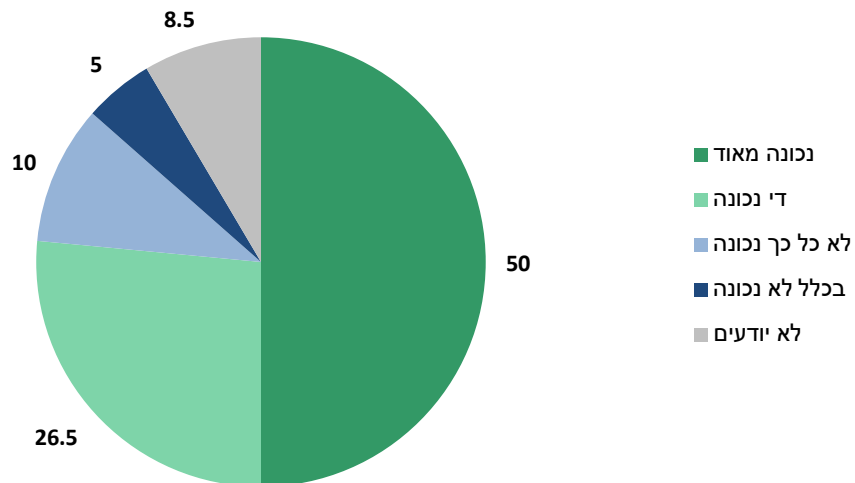
| מין | גברים | 39 |
|-----|-------|----|
| | | |

| | | |
|------|-------|-----|
| 49 | אישה | |
| 60.5 | 18-34 | גיל |
| 49 | 35-54 | |
| 23 | 55+ | |

החלטת ערוצי הטלוויזיה להימנע מלשדר את תכני הזוועה

- מעל שלושה רבעים מכלל המרואיינים, ללא שונות בין המחנות הפוליטיים, סבורים שההחלטה של ערוצי הטלוויזיה לא לשדר את סרטוני החטופים שפרסם חמאס הייתה נכונה. בקרב הדתיים, 88.5% סבורים שההחלטה הייתה נכונה, יותר מאשר ביתר הקבוצות. אקדמאים נוטים לתמוך בהחלטה הזאת מעט יותר מבעלי השכלה נמוכה יותר.

ההחלטה של ערוצי הטלוויזיה לא לשדר את הסרטונים שפרסם חמאס הייתה נכונה או לא



סקר צריכה ואמון בתקשורת בשעת מלחמה בקרב הציבור היהודי בישראל נערך בשיתוף פעולה בין התוכנית לדמוקרטיה בעידן המידע ומרכז ויטרבי לחקר דעת קהל ומדיניות במכון הישראלי לדמוקרטיה. איסוף הנתונים בוצע בתאריכים 15-21/2/2024. המדגם כלל 602 מרואיינים באינטרנט ובטלפון בשפה העברית. טעות הדגימה המרבית למדגם זה היא $\pm 3.99\%$ ברמת ביטחון של 95%.