

# בזק מפרסמת את דוח מצב האינטרנט

## בישראל לשנת 2022

- ההתמכרות שלנו הולכת ומחריפה: לראשונה העיניים שלנו רואות יותר מסכים ביממה מאשר כל דבר אחר עם 12.4 שעות ביממה של הצמדות למסך הסמארטפון, המחשב, הטאבלט או הטלוויזיה
- חשיפה מיוחדת: גם בחברה החרדית המצב הולך ונהיה דומה למצב באוכלוסייה הכללית
- טלי פולג, סמנכ"לית השיווק בבזק, "השנה אנחנו בוחרים את עוצמת הדיגיטל שלנו, מתי להגביר ומתי להנמיך את החיבור לרשת. אם עד לאחרונה הרשת ניהלה אותנו, השינוי הגדול בא היום לידי ביטוי בכך שאנחנו בוחרים לעצמינו זמן נטול דיגיטל ועל ידי כך מנהלים את השגרה הדיגיטלית שלנו ולא להיפך. חצי מהיממה שלנו אנחנו אמנם מול המסכים, אבל אם לפני שנה מרבית הזמן יועד לעבודה או לימודים היום אנחנו בוחרים לעשות שימוש ברשת בעיקר לטובת עיסוקי פנאי, גיימינג וקניות ברשת. המגזר החרדי זיהה גם הוא את הגמישות של הרשת ובחר להשתמש בה, אך בתנאים שלו". אין ספק שנמשיך לצרוך יותר ויותר תכני וידאו בסטרימינג ומספר המכשירים המחוברים בכל בית ילך ויגדל, דבר שיוביל לצורך התמידי בתשתיות אינטרנט מתקדמות. בזק ערוכה להמשך הגידול בצריכת האינטרנט עם פריסת סיבים בקצב מהיר ורחב במיוחד".

### עיקרי הדוח:

- המהפכה הדיגיטלית כבר מזמן השתלטה גם על הציבור החרדי: 80% מהמגזר החרדי מחובר לדיגיטל, מתוכם 54% מחוברים לווטסאפ, 46% רוכשים ברשת, 21% צורכים חדשות דרך האינטרנט ולא דווקא באפליקציות ואתרי חדשות חרדים
- האם עדיין מעריצים רבנים? תלוי כמה עוקבים יש להם
- הגולש הממוצע מוריד כיום קבצים בנפח של כ-15 גיגה בממוצע ביום
- התדרדרות נוספת בזמני המסכים למרות שהקורונה מזמן מאחורינו: 12.4 שעות ביום בממוצע
- לפחות יש לנו מודעות עצמית: 74% מבני הנוער מודים שהם לא שולטים בזמן המסך
- נימוס אלמנטרי? אנחנו עושים Phubbing בלי בושה למרות שזה מאוד מעצבן אותנו שעושים את זה לנו
- פיקוח ווטסאפ דוחה הכל – 83% מרגישים שהם חייבים לקרוא הודעות ווטסאפ מייד כשהן מתקבלות
- מנסים להילחם בהתמכרות ובניכור (לפחות זה מה שאנחנו מספרים...): בלי נייד בארוחות, בשינה ועל הבוקר

## • מחזירים לעצמנו את הזמן: יותר משליש מהציבור מחקו אפליקציות שואבות זמן, שוקלים לקחת הפסקה או לסגור פרופיל ברשתות חברתיות

בזק פרסמה היום את היום [הדוח](#) התשיעי למצב האינטרנט בישראל לסיכום שנת 2022. הדו"ח, אשר סוקר את הרגלי השימוש וההתנהגות של הישראלים בעידן הדיגיטלי, מבוסס על מחקר מעמיק שערכה החברה על דפוסי השימוש באינטרנט בישראל, המגמות השולטות בו ושימושו השונים, וכן על נתונים מפעילות החברה ומערכותיה. השנה בוצע הדוח פוסט הקורונה שגרמה לכולנו להיות מחוברים מתמיד ובמקביל האיצה תהליכי דיגיטציה בקרב כלל המגזרים והגילאים. לצורך הדוח, נערך בין השאר סקר בשיתוף מכון המחקר TNS-KANTAR. הסקר בוצע בקרב מדגם 4500 מרואיינים הכולל מדגם ארצי ומייצג (גילאי 18+), מדגם בני נוער (גילאי 13-18), מדגם ילדים (גילאי 8-12) ולראשונה כולל הדוח גם מדגם מהמגזר החרדי.

הסקר ונתוני התשתיות שנאספו ממערכות בזק בצרוף אנליזה של נתוני השוק, כוללים קטגוריות שונות המשקפות את תמונת המצב של החיים בישראל בעידן הדיגיטלי לשנת 2022.

מהדוח עולה כי בסוף שנת 2022 מספר הגולשים באינטרנט בישראל עומד על כ-6.7 מיליון איש, המהווים כ-73.6% ממשקי הבית בישראל. הגולש הממוצע מוריד כיום קבצים בנפח של כ-15 גיגה בממוצע ביום, עלייה של כ-17%, לעומת השנה שעברה.

### לראשונה - יותר זמן ביממה מול מסכים מאשר לא מול מסכים

זוכרים איך נראים שמש ועננים? אולי רק אם הם בתמונת הטפט שלכם בנייד. זמן המסכים שלנו חצה ב-2022 לראשונה את הזמן ביממה שבו אנחנו לא מול מסכים עם 12.4 שעות בממוצע שאנחנו מבלים מול מסכים. עליה של 0.4 שעות לעומת 2020 ו-2021.

העליות הגדולות ביותר נרשמו בזמנים הממוצעים בהם אנחנו מבלים מול הרשתות החברתיות: 3.4 שעות ביום בממוצע ב-2022 מול 2.6, בשנת 2020, מול הטלוויזיה 3.3 שעות בממוצע בשנת 2022 מול 2.6 שעות ב-2020, מול הגיימינג 2.6 שעות ביום מול 2.1 שעות ומול האינטרנט 2.9 שעות ביום מול 2.5.

מי שחושב שהוא יכול להפחית בזמן המסכים בכל רגע נתון, כנראה משכנע רק את עצמו: 53% מהציבור מצהיר כי הוא לא שולט בזמן המסך שלו כאשר הוא ברשתות החברתיות. אצל הנוער המצב חמור עוד יותר 74% מבני הנוער לא מצליחים לשלוט בעצמם. גם אצל הילדים המצב בעייתי כאשר 60% מהם לא עוקבים אחרי הזמן כאשר הם בווטסאפ או ברשתות החברתיות.

כמות נפח הגלישה הממוצעת שאנחנו צורכים על פי נתוני בזק תומכת בנתוני הסקר כאשר צריכת הגלישה הממוצעת ביום עלתה מ-12GB ב-2021 ל-15 גיגה. כשהולכים כמעט עשור אחורה רואים זינוק עצום: ב-2013 צרכנו רק 1.5GB בממוצע ביום.

### רוצה לדבר עם הילד? עדיף בווטסאפ כי במציאות אין סיכוי

במשפט "טול קורה מבין עיניך" צריך מזמן היה להחליף את הקורה בסמארטפון כי זה הדבר הכי מעצבן שעושים לנו ואנחנו עושים לאחרים ולא שולטים בזה. 82% מהציבור בישראל מתעצבן שעושים לו – Phubbing (התעלמות מהסביבה לטובת התרכזות במסך הסמארטפון) אבל גם 82% טוענים שהם מנסים לעשות את זה כמה שפחות ו-52% טוענים שקשה להם להפסיק. המצב אצל דור ההמשך לא יותר מזהיר – ל-61% מהילדים קשה להפסיק עם ה-Phubbing ו-34% מהם עושים את זה רב הזמן כשהם עם משפחה או חברים. זה גם לא יעזור אם תצעקו כי 46% מבני הנוער ו-43% מהילדים מסתובבים בבית עם אוזניות לפחות מחצית מהזמן.

ההתנהגות המנוכרת והלא ממש מנומסת הזאת נתמכת בהרגלים שפיתחנו בשנים האחרונות וגורמים לנו פשוט להתעלם מהסביבה שלנו: 83% מרגישים שהם צריכים לקרוא הודעות ווטסאפ מייד לאחר שהן מתקבלות ו-63%

מאמינים שמצפים מהם לענות מייד להודעות ווטסאפ. בנוסף 70% מעידים כשאפילו שכשהם מבצעים פעולות בנייד, דעתם מוסחת על ידי הודעות בווטסאפ או הרשתות החברתיות.

יש אבל גם חדשות טובות חלקית. בניסיון להשתלט על ההתמכרות ולהפחית את הניכור שהיא גורמת 83% מהציבור לא משתמשים בנייד בזמן ארוחה, 67% מתחילים את הבוקר בלעדיו, 55% מוציאים את הסמארטפון מחדר השינה – לעומת רק 38% שעשו זאת ב-2021 ו-38% לא משתמשים בנייד בשבת שלא מטעמי דת לעומת רק 29% שעשו זאת בשנת 2021.

עוד סימנים מעודדים למלחמה בהתמכרות ובניכור הם כיבוי התראות: 73% מהציבור מכבה או משתיק קבלת הודעות מווטסאפ או מרשתות חברתיות אחרות. 19% ביטלו את אישור הקריאה בווטסאפ (2 וויים כחולים). 37% הגדילו לעשות ומחקו אפליקציות שגזלו מהם יותר מדי זמן (3.5 אפליקציות בממוצע), 33% מכירים מישהו שכבר לקח הפסקה מהרשתות החברתיות ו-37% מעידים שיש סיכוי שישקלו לקחת פסק זמן מאחת הרשתות החברתיות ולסגור את הפרופיל.

אצל בני הנוער המצב טוב יותר, לפחות לפי מה שבני הנוער מעידים על עצמם: 55% מחקו אפליקציות גוזלות זמן, 56% מכירים מישהו שלקח הפסקה מהרשתות החברתיות ו-51% שוקלים לקחת הפסקה מאחת הרשתות החברתיות ולסגור את הפרופיל.

### הפשקווילים עברו לווטסאפ

המהפכה הדיגיטלית לא פוסחת גם על המגזר החרדי והיא מאיימת על מעמדו של אחד הסמלים הוותיקים של החברה החרדית להעברת מידע: הפשקווילים.

מסתבר שבניגוד לתדמית השמרנית, 80% מהמגזר החרדי מחובר לאינטרנט, מתוכם 54% מהציבור החרדי משתמש באפליקציית ווטסאפ, כאשר עבור 72% מהמשתמשים הוא מהווה חלק בלתי נפרד מהחיים ועבור 69% הוא מהווה כלי להתעדכנות וקבלת מידע בנושאים שונים ולא רק אמצעי תקשורת עם משפחה וחברים.

גם נושא המשפיענים (אושיות רשת) הולך וצובר תאוצה במגזר החרדי: 57% מהציבור החרדי עוקב אחרי משפיענים בווטסאפ, כ-8 משפיענים בממוצע, והנושאים שמעניינים במיוחד הם משפיענים שעוסקים באוכל (50%), אופנה ואיפור (50%), משפחה (48%), דת ויהדות (44%), ילדים (35%) וניהול עסק, כלכלה ופרנסה (35%). המשפיענים שזוכים להכי פחות עניין הם אלו שעוסקים בפוליטיקה ואקטואליה, כאשר רק 8% עוקבים אחריהם.

ועד כמה למשפיענים יש באמת השפעה? 50% מבין אלו שעוקבים אחרי משפיענים מאמינים כי יש נושאים שבהם אפשר ללמוד מהם יותר מאשר, חברי הקהילה. 45% מאמינים שדעתם של משפיענים מספיקה כדי ללמוד על נושא מסוים, 35% נעזרים במשפיענים לקבלת מידע והחלטות ו-33% חושבים שלעיתים אפשר להסתפק במשפיענים במקום לפנות לקהילה.

האינטרנט הולך ומשפיע בכל תחומי החיים של החברה החרדית והוא שובר את החומות: סך הכל 46% רוכשים באונליין, כאשר 31% מהציבור החרדי המחובר לאינטרנט מעיד על עצמו כי ביצע יותר קניות ברשת בשנה האחרונה, כאשר 82% רוכשים בדיגיטל מחשבים וסלולר, לעומת 77% בכלל האוכלוסייה, 55% רוכשים בגדים ונעליים מול 60% שעושים זאת באוכלוסייה הכללית.

22% מהציבור החרדי משתמש יותר באינטרנט לצרכי עבודה, 20% לחיפוש בגוגל ו-18% ללימודים. כמו כן, 21% מהציבור החרדי צורכים יותר חדשות בדיגיטל, כאשר 40% מתעדכנים דרך אפליקציות או אתרי חדשות המיועדים למגזר כחדרי, 28% דרך אפליקציות או אתרי חדשות המיועדים לציבור הרחב, 24% דרך קבוצות ווטסאפ ו-10% דרך רשתות חברתיות.

### לדוח המלא לחצו כאן