

צריכת תוכן אודיוויזואלי- אוקטובר 2024

מטרת הסקר

הרשות השנייה לטלוויזיה ורדיו בוחנת מדי פעם את התמורות והמגמות בשוק התוכן האודיוויזואלי בכדי לכוון את פעילותה ברגולציה בשוק זה.

לפיכך ערכנו סקר מקיף כדי להבין את דפוסי הצריכה של תוכן זה בקרב בוגרים ובני נוער, השינויים המתרחשים, העמדות והצרכים.

דו"ח זה מספק ניתוח מקיף של מגמות צריכת תוכן אודיוויזואלי בישראל כולל ניתוחים דמוגרפים, מגמות אימוץ טכנולוגיה והעדפות צופים: שידור חי, צפיה נדחית ושירותי סטרימינג.

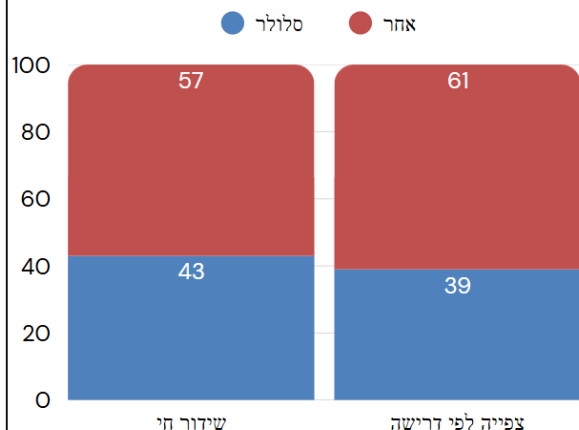
תובנות מדו"ח זה ישמשו לגיבוש מדיניות רגולטורית ברשות השנייה לטלוויזיה ורדיו.

תמצית ממצאים ומסקנות

- מהסקר ניכרים שינויים מהותיים בדפוסי הצפייה של הקהל בתוכן טלוויזיוני.
- אמנם, בדומה לממצאים מסקרים קודמים כמות שעות הצפייה בתכנים כאלה היא בין שעה לשלוש שעות ביום, אך חלק ניכר מהצפייה נעשה בזמן ובמקום שמתאים לצופה, במכשירו האישי, בצפייה על פי דרישה, כלומר הצופה "מושך" תוכן על פי רצונו, בכל מכשיר שיבחר, בזמן ובמקום הנוח לו.
- צפייה זו נעשית באמצעות שירותי ה-catch up (66% מהבוגרים ו-76% מהנוער יותר מפעם אחת בחודש) הקלטות (31% מהבוגרים ו-28% מהנוער יותר מפעם בחודש) או שירותי VOD שונים- בין אם של הפלטפורמות המסורתיות או של שירותי סטרימינג שונים (67% מהבוגרים ו-69% מהנוער יותר מפעם בחודש).

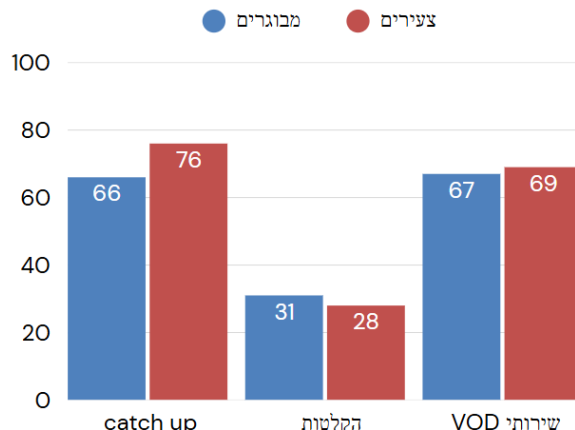
הנוער צופה דרך מכשיר הסלולר

מכשיר הטלוויזיה הוא עדיין הכלי העיקרי לצפייה, אך צפייה רבה של נוער מתרחשת גם בסלולרי.



צפייה לפי דרישה

חלק ניכר מהצפייה נעשית לפי דרישה.

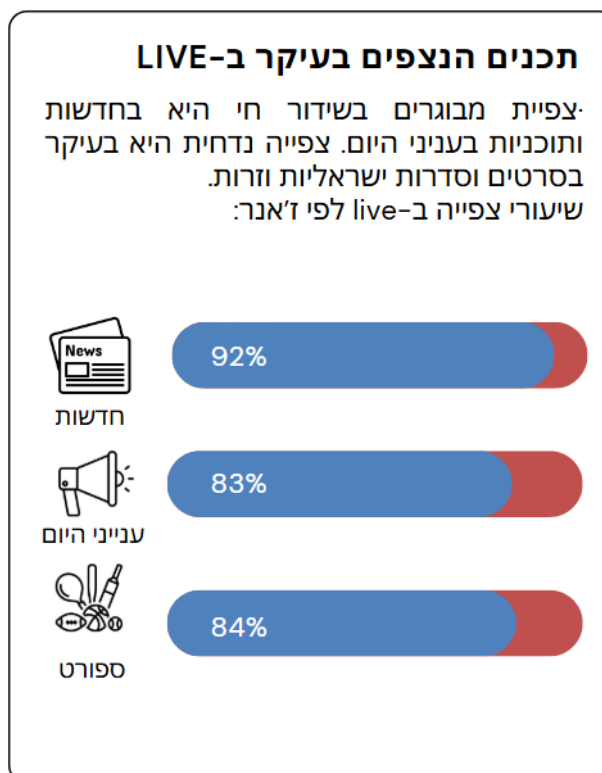


- מכשיר הטלוויזיה הוא עדיין הכלי העיקרי לצפייה הן בשידור חי והן בשידור נדחה (88% מהבוגרים ו-81% מהנוער צופים בשידור חי במכשיר הטלוויזיה, 75% מהבוגרים ו-71% מהנוער צופים בשידור נדחה במכשיר הטלוויזיה), אבל צפייה רבה של נוער מתרחשת גם בסלולרי (43% מהנוער בשידור חי ו-39% מהנוער בשידור נדחה), במחשב (38% מהנוער בשידור חי ו-34% מהנוער בשידור נדחה) ובטאבלט.

- בני נוער גם אוהבים אינטראקטיביות עם השידור ומשתתפים יותר ממבוגרים בתוכניות והצבעות.
- באשר להעדפות צפיה בז'אנרים השונים נמצא כי מבוגרים מעדיפים חדשות וסרטים



- ואילו נוער מעדיף סרטים, סדרות ישראליות, ריאליטי ובידור כשבוחנים את אופן הצפיה בז'אנרים השונים נמצא כי צפיית מבוגרים בשידור חי היא בחדשות ותוכניות בענייני היום, צפייה נדחית היא בעיקר בסרטים וסדרות ישראליות וזרות. צפיית נוער : סרטים וסדרות נצפים יותר בשידור נדחה וריאליטי ובידור נצפים גם בשידור חי וגם בצפיה נדחית



- כ-85% מבני הנוער וכ-70% מהמבוגרים צופים בתכנים טלוויזיוניים דרך יוטיוב או פלטפורמות דיגיטליות אחרות. בני נוער יותר משתמשים בפלטפורמות הדיגיטליות מאשר מבוגרים.

- הצופים נמנעים במידת האפשר מפרסומות שמפריעות לחווית הצפיה ולפיכך מדלגים עליהן הן בתוכניות מוקלטות והן בשירותי Catch UP. יחד עם זאת הם מעדיפים שירותי תוכן חינמי עם פרסומות על פני תשלום דמי מנוי וצפיה ללא פרסומות

ממצאים נוספים

- 01 כ – 85% נוהגים להשתמש בשירות ה VOD, כרבע עושים זאת פעם ביומיים-שלושה.
- 02 כ – 90% מהבוגרים וכ – 80% מבני הנוער צופים בשידור חי בטלוויזיה, בני נוער נוטים לצפות גם בסלולר ובמחשב.
- 03 כמחצית מהבוגרים מעדיפים לצפות בתוכנית בשידור חי בטלוויזיה, כרבע מעדיפים VOD.
- 04 70% מהבוגרים וכ – 75% מבני הנוער מריצים תמיד את הפרסומות קדימה.

שינויים אלה בדפוסי הצפייה מחייבים את ערוצי הברודקאסט המסחריים להתאים את פעילותם כדי להתמודד כראוי עם האתגרים הנלווים. התאמה נדרשת בתוכן המשודר, בפרוגרמינג ובסידור לוחות השידורים, ובעיקר במדידת הצפייה ובמודלים הכלכליים על פיהם הם פועלים.

פירוט הממצאים

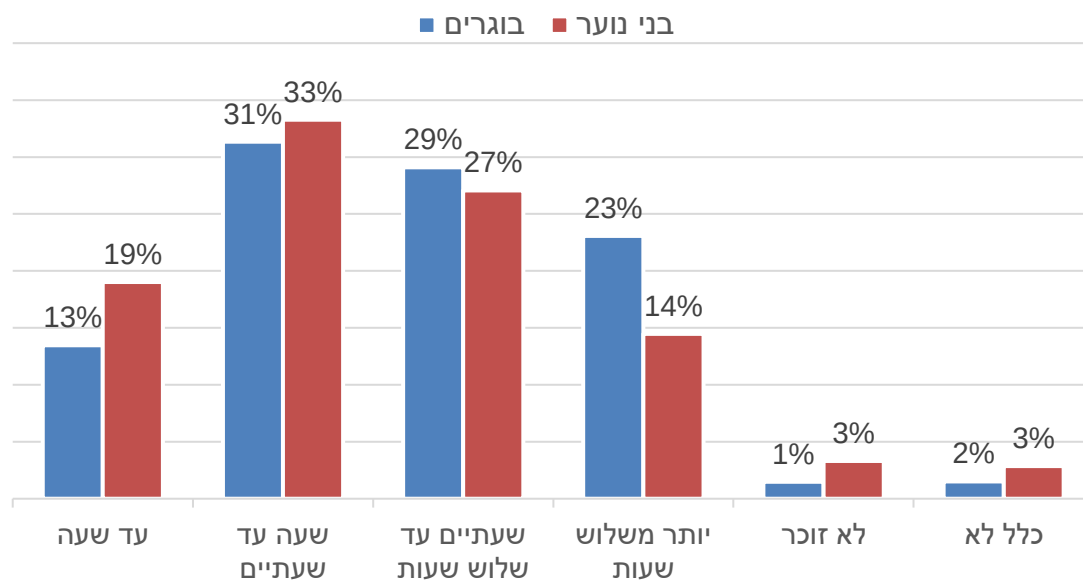
דפוסי צפיה והעדפות

1. משך הצפייה בתכנים טלוויזיוניים

בדומה לממצאים מסקרים קודמים רוב הקהל צופה בתכנים טלוויזיוניים ביום חול בין שעה לשלוש שעות

שאלה: ביום חול ממוצע, כמה שעות אתה נוהג לצפות בתכנים טלוויזיוניים?

N = 1003 בוגרים, 316 בני נוער



בימי חול כשליש מהמראיינים נוהגים לצפות שעה עד שעתיים בתכנים טלוויזיוניים מבוגרים צופים יותר שעות מבני נוער..

בני 75 ומעלה צופים הרבה יותר- למעלה ממחציתם (52%) צופים יותר משלוש שעות ביום חילונים ומסורתיים (27%-26%) צופים יותר מדתיים-חרדים (13%-12%) למעלה משלוש שעות ביום חול ממוצע.

יהודים (25%) יותר מערבים (11%) וותיקים (27%) יותר מעולים (16%) צופים בטלוויזיה למעלה משלוש שעות ביום חול ממוצע.

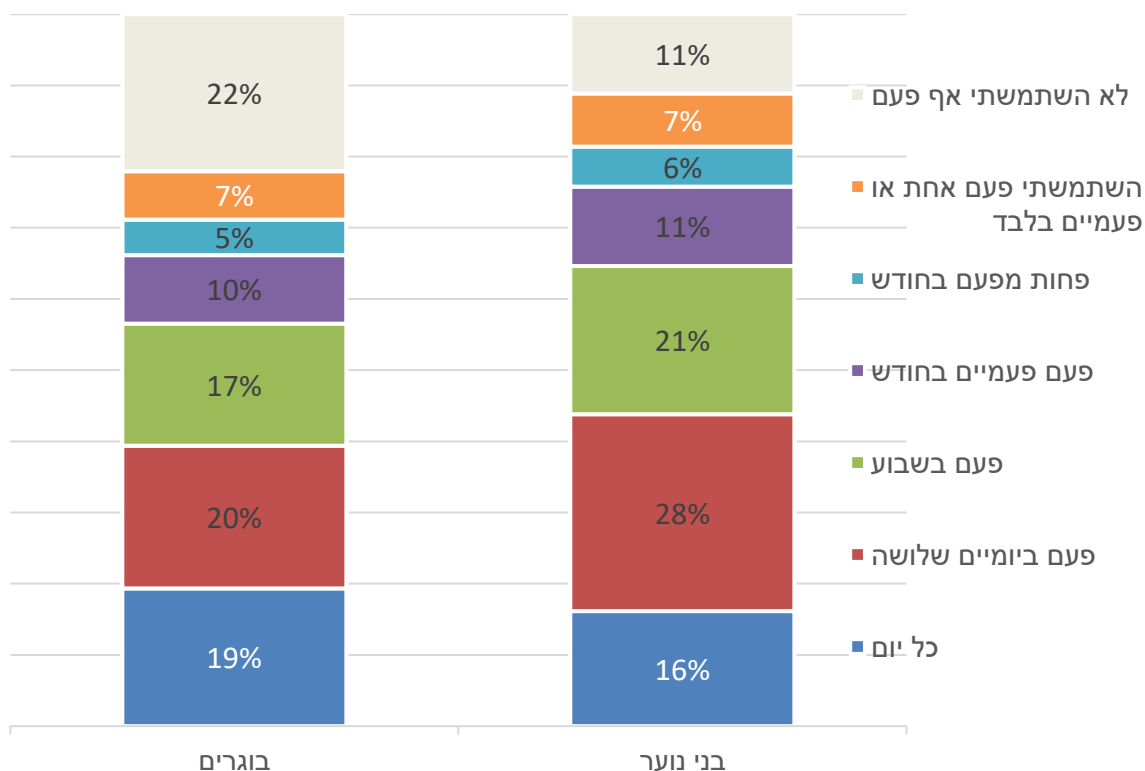
• שירותי Catch Up

שירותי Catch Up תפסו מקום משמעותי בצפייה כנראה בשל הגמישות והנוחות שהם מאפשרים אם רוצים לצפות בתוכנית כלשהי זמן מה לאחר שידורה

שאלה: במידה ויש לך אפשרות ל CatchUP בטלוויזיה שלך (לצפות בתוכנית ששודרה לאחר שהתחיל השידור החי שלה ובמשך שבוע לאחר השידור), האם אתה משתמש בשירות זה? ואם כן באיזו תדירות?

N = 634 בוגרים, 316 בני נוער

(בקרב בעלי אפשרות ל CatchUP – 81% מהבוגרים, 74% מבני הנוער)



כ- 80% מהבוגרים וכ- 90% מבני הנוער משתמשים בשירות ה- CatchUP.

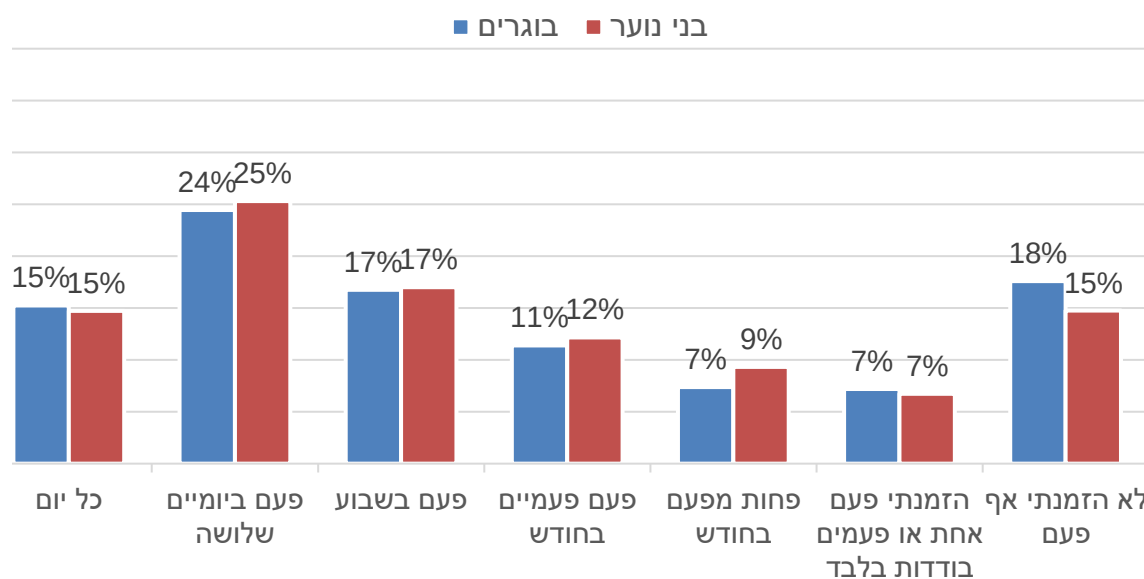
כ- 40% משתמשים כל יום או פעם ביוםיים-שלושה.

שיעורים גבוהים של 35% מהנשים (לעומת 29% מהגברים), 34% מהיהודים (לעומת 21% מהערבים) ו- 35% מהוותיקים (לעומת 28% מהעולים), משתמשים כל יום או פעם ביוםיים-שלושה.

מרבית האוכלוסיה משתמשת בשירותי ה- VOD של הפלטפורמות הגדולות

שאלה: (ללקוחות הוט, YES, פרטנר TV וסלקום TV – 71% מהבוגרים, 74% מבני הנוער) האם אתה נוהג לצפות בסרטים, סדרות או תוכניות באמצעות שירותי ה- VOD של חברת הטלוויזיה הרב ערוצית שלך? ואם כן, באיזו תדירות?

N = 709 בוגרים, 234 בני נוער



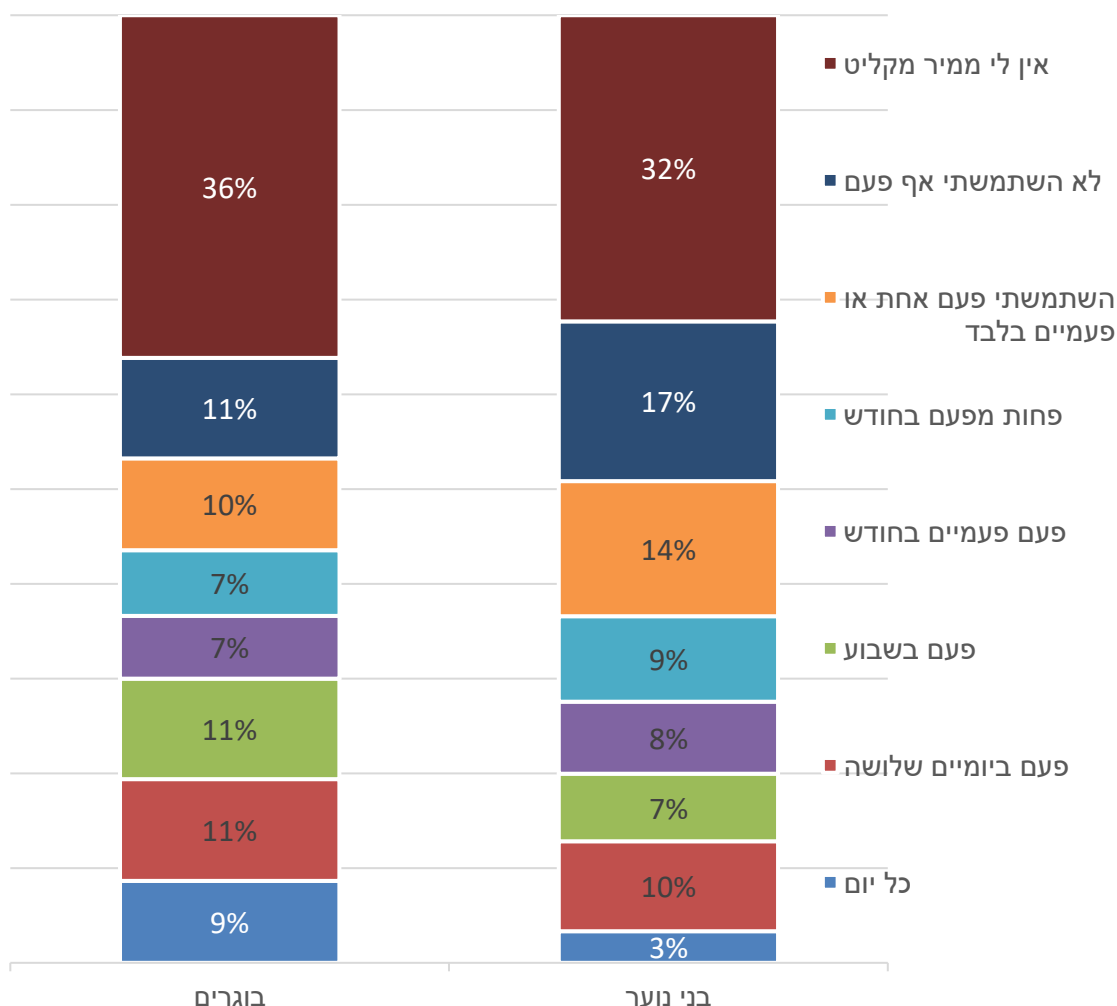
כ – 85% נוהגים להשתמש בשירותי ה- VOD, כרבע עושים זאת פעם ביומיים-שלושה. שיעורים דומים בקרב מבוגרים ובקרב בני נוער.

• אמצעי הקלטה

אף שלרבים אמצעי הקלטת תוכניות וצפיה מאוחרת, רק מחצית משתמשים בכך, כנראה בשל אופציות מובנות של צפייה מאוחרת בשירותי ה-vod catch up. הצפייה בתוכנית המוקלטת מתרחשת לרוב למחרת ההקלטה או תוך יומיים שלושה

שאלה: האם יש לך ממיר המאפשר לך הקלטה של תוכניות וצפיה מאוחרת בהן? + באיזו תדירות אתה נוהג להקליט תכניות באמצעות הממיר כדי לצפות בהן בזמן אחר?

N = 640 בוגרים, 214 בני נוער



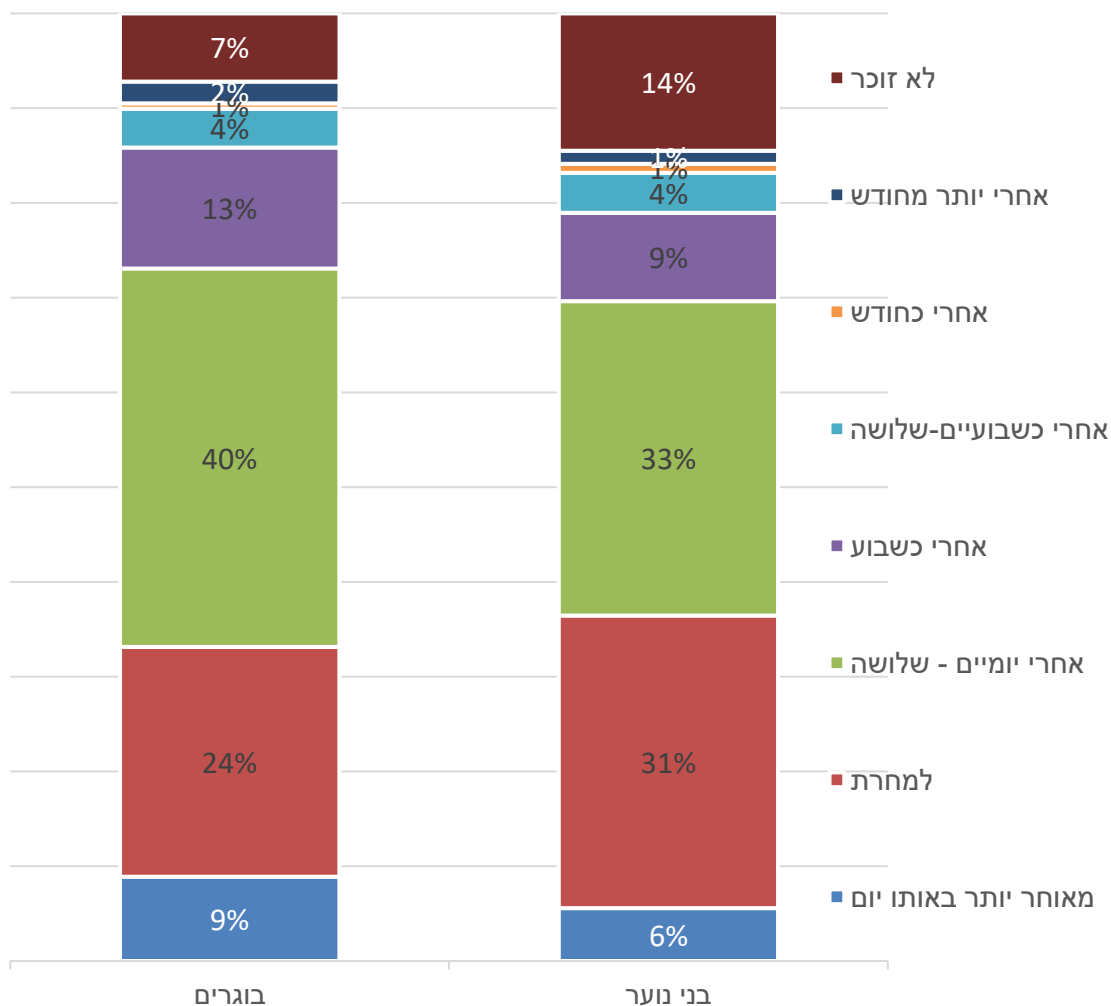
לשני שלישים מהמראיינים יש ממיר מקליט, כמחצית משתמשים בו. שיעורים גבוהים של בעלי ממיר מקליט בקרב בני 65 ומעלה (74%) כרבע מבני 65-74 שלהם ממיר מקליט משתמשים בו כל יום.

שיעורי שימוש גבוהים יחסית בקרב יהודים (ל – 69% יש ממיר מקליט, 14% מבעלי ממיר משתמשים בו כל יום) לעומת ערבים (ל – 30% יש ממיר מקליט, 4% מבעלי ממיר משתמשים בו כל יום).

שאלה: כמה זמן בדרך כלל אחרי ההקלטה אתה צופה במה שהקלטת?

(בקרב משתמשים בממיר מקליט – 53% מהבוגרים, 51% מבני הנוער)

N = 640 בוגרים, 214 בני נוער

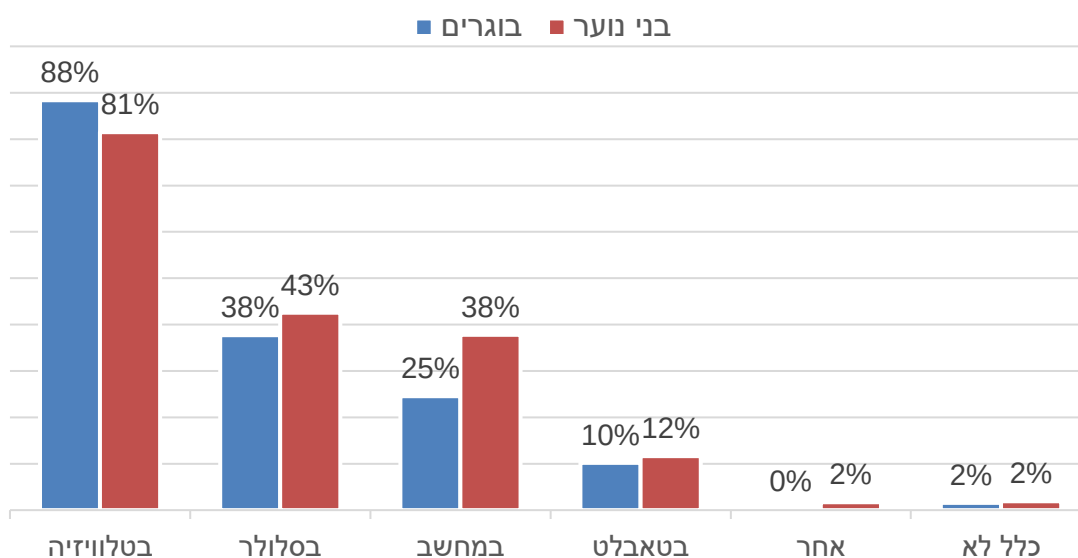


כ – 40% מהבוגרים וכשליש מבני הנוער צופים בהקלטה אחרי יומיים-שלושה, כשליש צופים באותו יום או למחרת.
שיעורים גבוהים של 44% מבני +75 צופים בהקלטה באותו יום או למחרת.

עדיין המכשיר המועדף לצפייה בשידור חי או בשידור נדחה על ידי רוב הבוגרים והנוער הוא מכשיר הטלוויזיה. בני נוער גם מרבים להשתמש בסלולרי ובמחשב לצפייה בטלוויזיה

שאלה: באילו מכשירים אתה נוהג לצפות בשידור חי?

N = 1003 בוגרים, 316 בני נוער

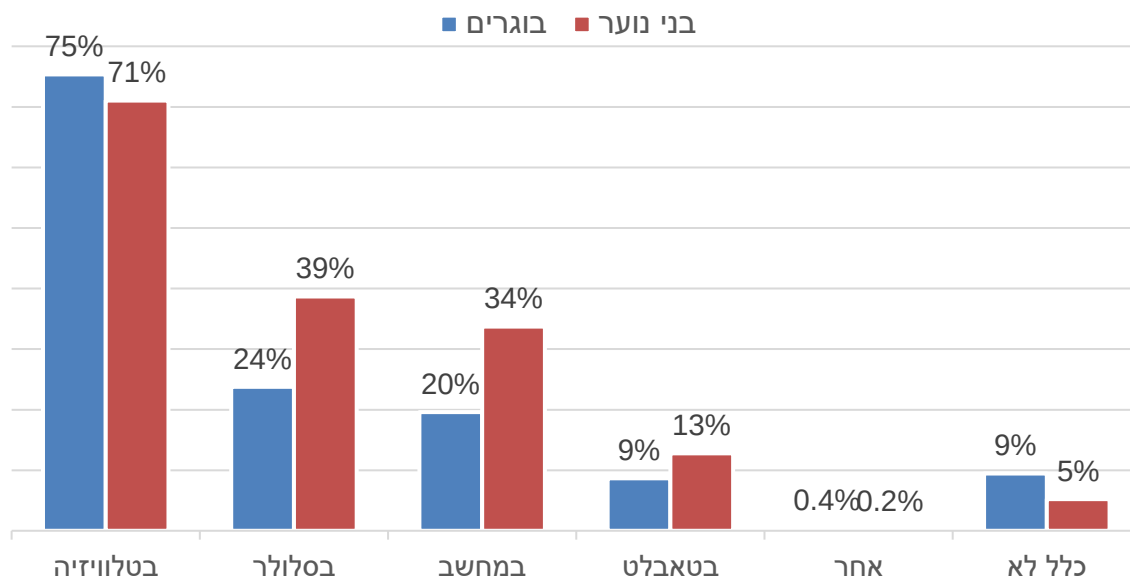


כ – 90% מהבוגרים וכ – 80% מבני הנוער צופים בשידור חי בטלוויזיה, בני נוער נוטים לצפות גם בסלולר ובמחשב.

96% מבני 55+ נוהגים לצפות בשידור חי בטלוויזיה, רק 80% מהדתיים צופים בשידור חי בטלוויזיה, כשהם יחסית מעדיפים את הסלולר והמחשב (43%-42%), 90% מהיהודים צופים בשידור חי בטלוויזיה לעומת 79% מהערבים, המעדיפים לצפות בסלולר (47%).

שאלה: באילו מכשירים אתה נוהג לצפות בשידור נדחה?

N = 1003 בוגרים, 316 בני נוער



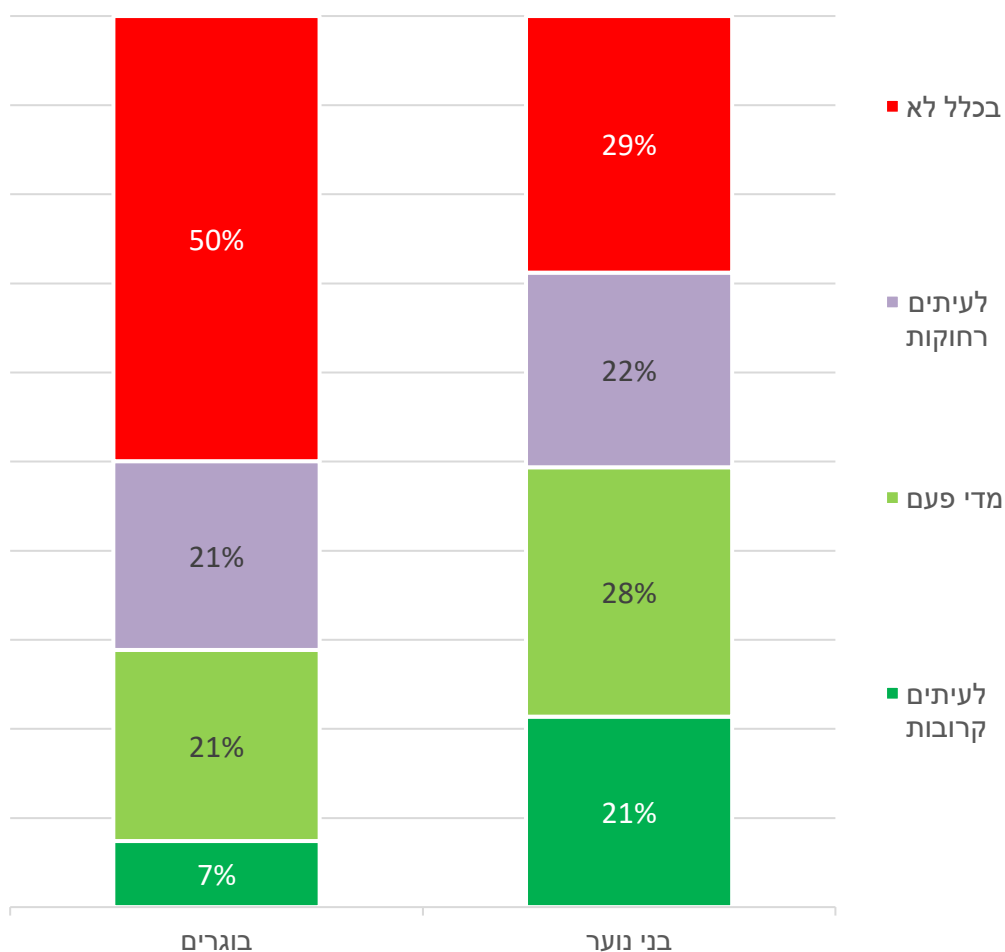
כ – 75% מהבוגרים וכ – 70% מבני הנוער צופים בשידור נדחה בטלוויזיה, בני נוער נוטים לצפות גם בסלולר ובמחשב.
רק 64% מהדתיים צופים בשידור נדחה בטלוויזיה, כשהם יחסית מעדיפים את הסלולר והמחשב (32%-37%), 80% מהיהודים צופים בשידור נדחה בטלוויזיה לעומת 46% מהערבים, המעדיפים לצפות בסלולר (38%).

4. השתתפות אינטראקטיביות

מעורבות בני נוער בתוכניות בהצבעות או השתתפות גבוהה מזו של המבוגרים

שאלה: כשישנה אפשרות להשתתף מהבית בתוכנית טלוויזיה או להצביע עבור מתמודדים, האם אתה משתתף?

N = 1003 בוגרים, 316 בני נוער



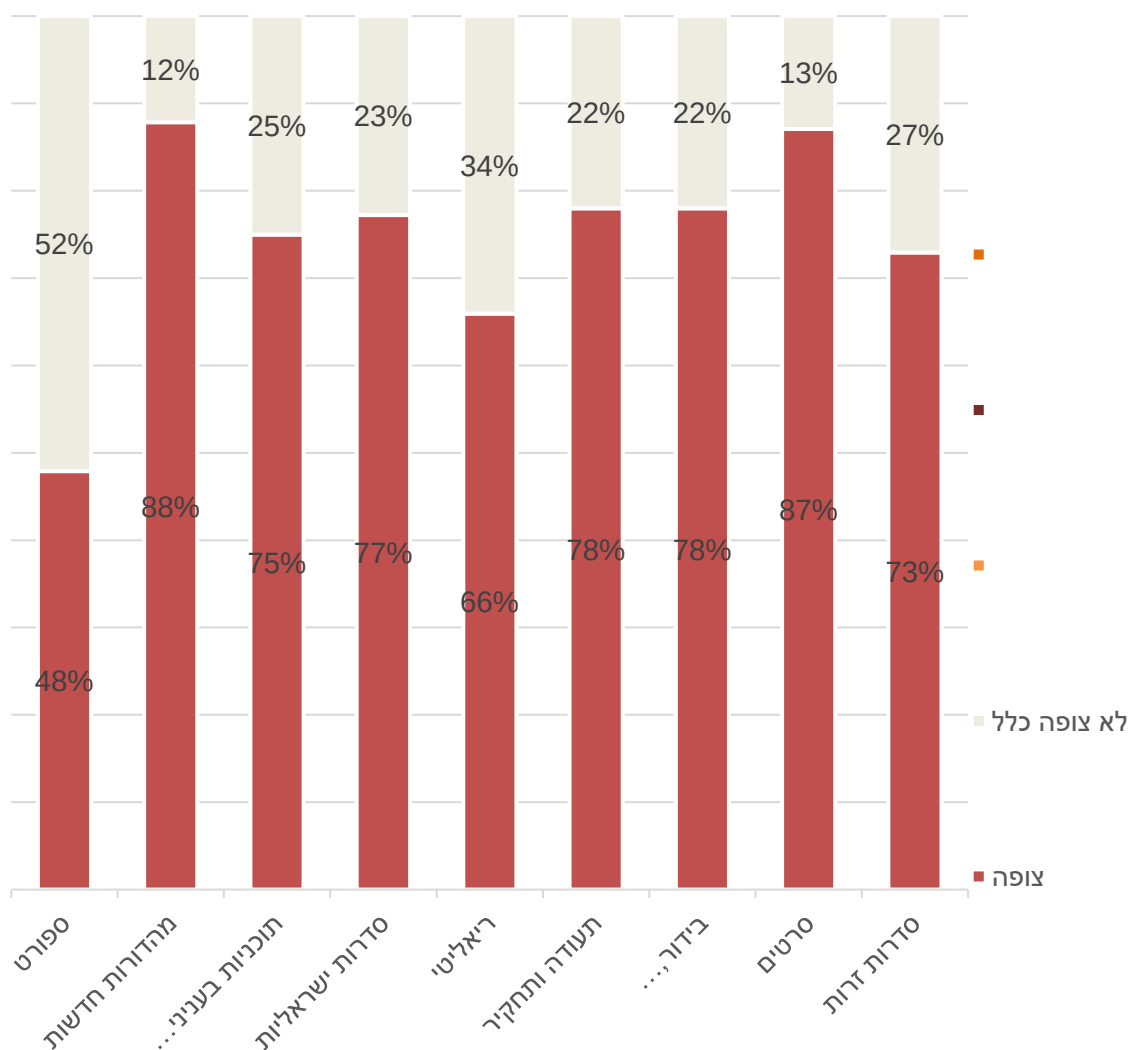
כ – 30% מהבוגרים (כמחצית בתדירות כלשהי) משתתפים מהבית בהצבעה בתוכניות טלוויזיה, בהם רק 7% לעיתים קרובות.
 כמחצית מבני הנוער (למעלה מ – 70% בתדירות כלשהי) משתתפים מהבית בהצבעה בתוכניות טלוויזיה, בהם כ – 20% לעיתים קרובות.
 שיעורים נמוכים יחסית של 39% מבני +75 מצביעים בתדירות כלשהי.

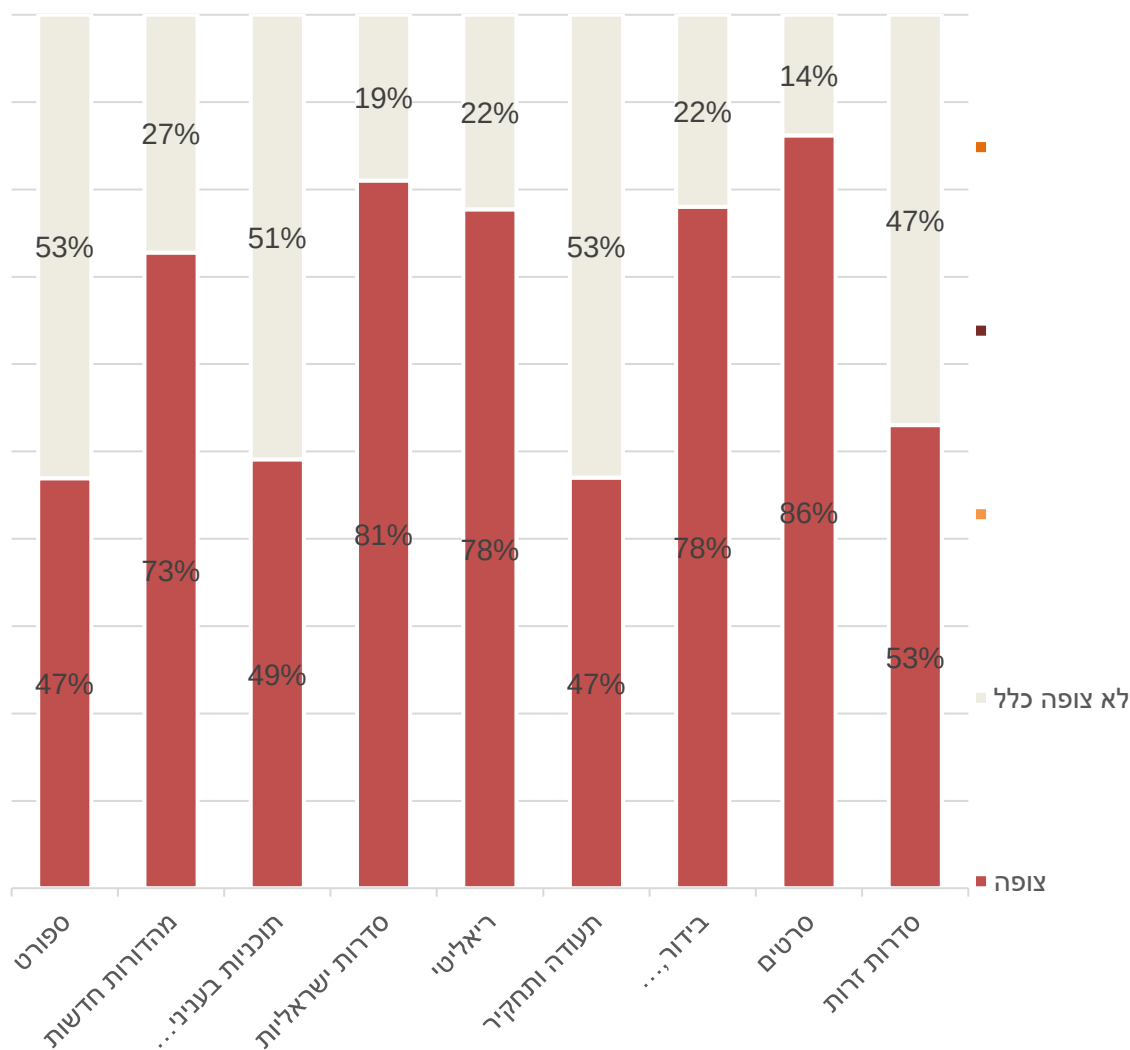
5. סוגי תוכן וז'אנרים

מבוגרים מעדיפים חדשות וסרטים. נוער מעדיף סרטים, סדרות ישראליות, ריאליטי ובידור

שאלה: מבין סוגי תכני הטלוויזיה (ז'אנרים) הבאים, באילו אתה נוהג לצפות?

בוגרים (N=1003)





ספורט - נצפה על ידי 48% מהבוגרים - בעיקר גברים (67%), יותר בני 65-74 (56%), יותר בני מגזר ערבי (66%).

מהדורות חדשות - נצפה על ידי 88% מהבוגרים - בעיקר בני 55-74 (95%).

תוכניות בענייני היום - נצפה על ידי 74% מהבוגרים - בעיקר גברים (78%), בעיקר בני 65-74 (91%), בעיקר יהודים (76%), בעיקר ותיקים (77%).

סדרות ישראליות נצפות על ידי 77% מהבוגרים - בעיקר בני 35-44 (82%), בעיקר יהודים (80%), בעיקר ותיקים (81%).

ריאליטי - נצפה על ידי 66% מהבוגרים - בעיקר נשים (70%), בעיקר בני 18-24 (78%), בעיקר יהודים (68%), בעיקר ותיקים (70%).

תעודה ותחקיר - נצפה על ידי 77% מהבוגרים - בעיקר גברים (81%), בעיקר בני 65-74 (91%), בעיקר יהודים (79%), בעיקר ותיקים (79%).

בידור, שעשועונים וסאטירה - נצפה על ידי 77% מהבוגרים - בעיקר בני 55-74 (81%), בעיקר יהודים (79%).

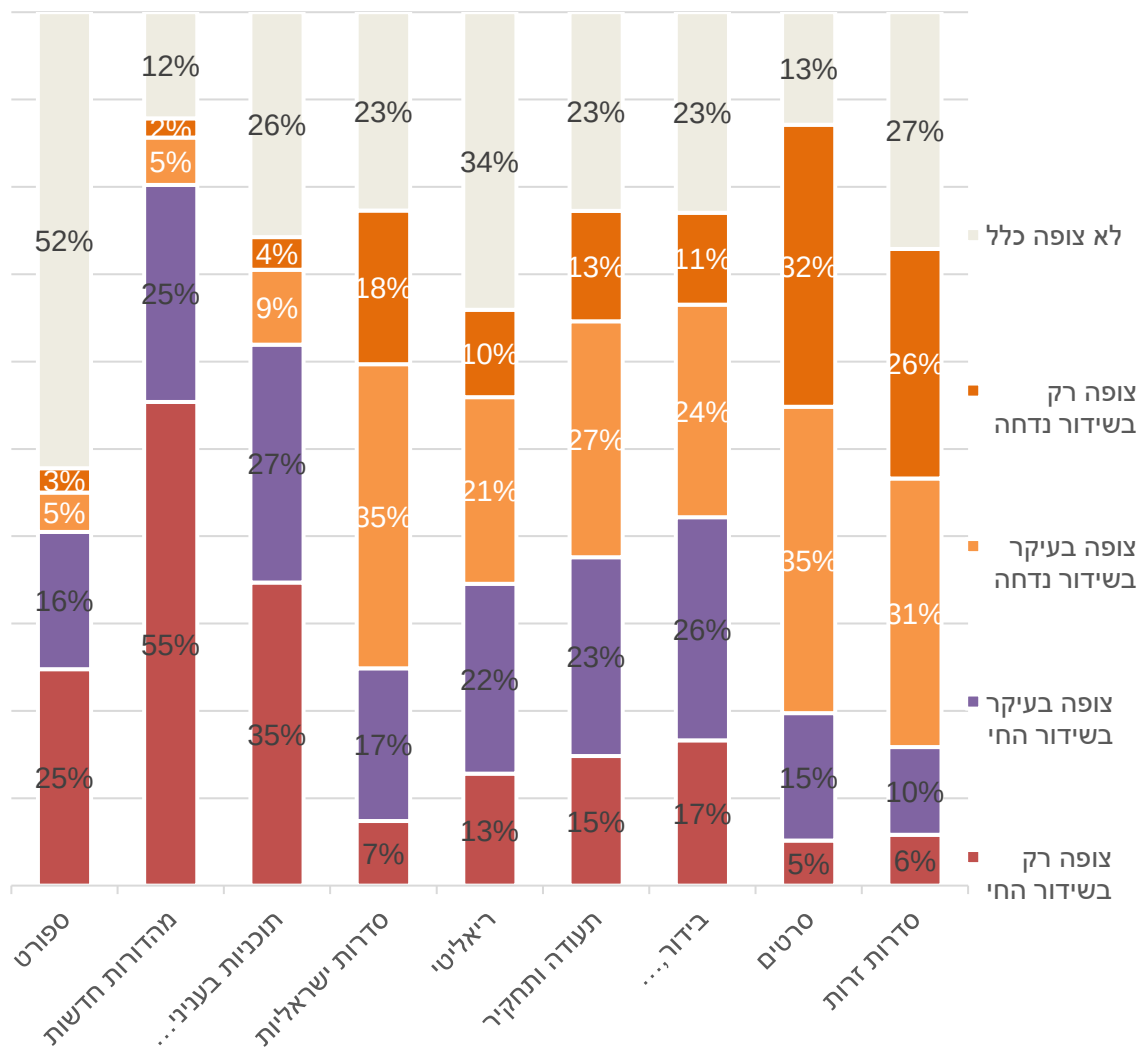
סרטים - נצפה על ידי 87% מהבוגרים - פחות בקרב בני 75+ (74%).

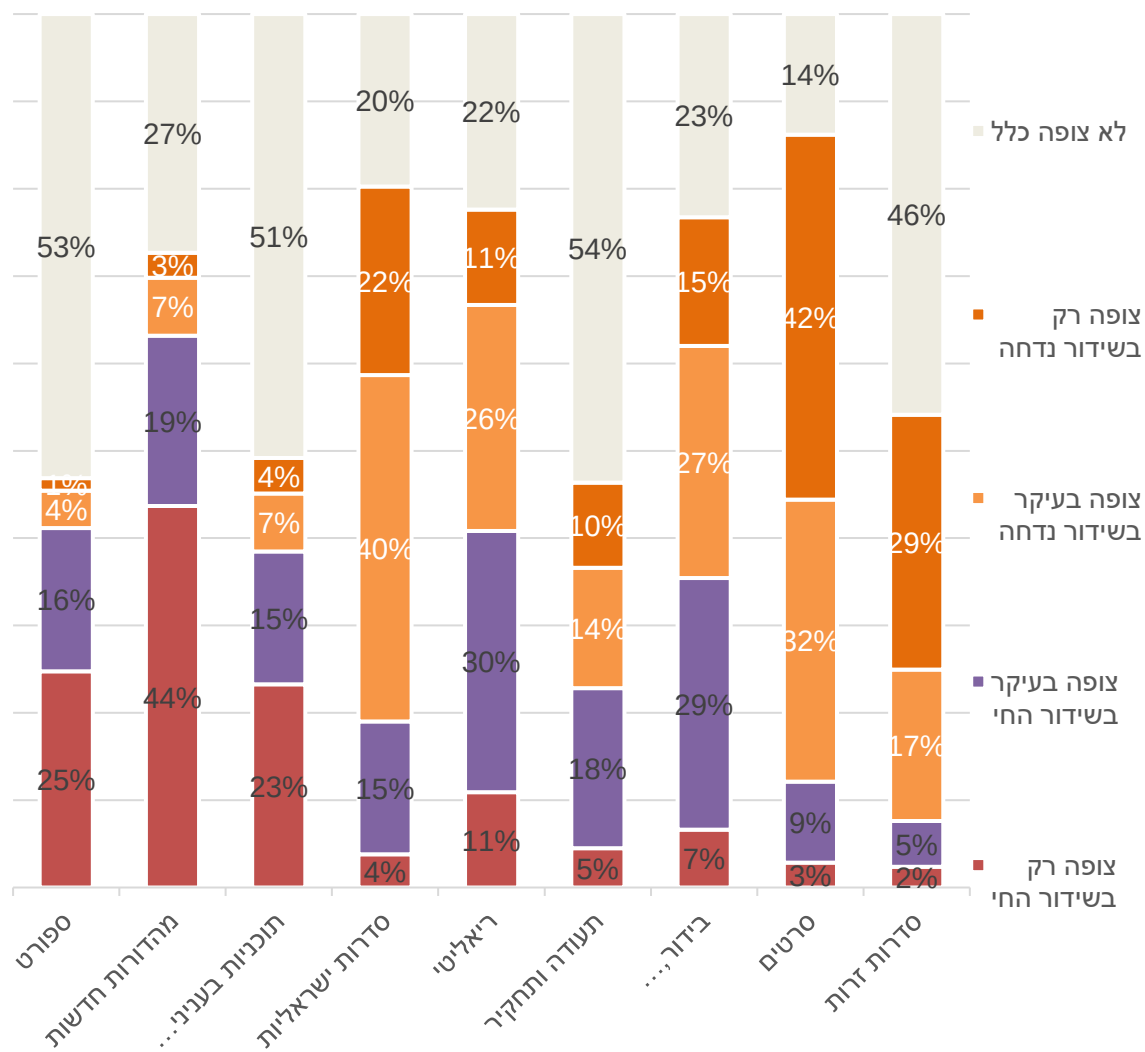
סדרות זרות - נצפה על ידי 73% מהבוגרים - פחות בקרב בני 75+ (58%).

צפיית מבוגרים בשידור חי היא בחדשות ותוכניות בענייני היום, צפייה נדחית היא בעיקר בסרטים וסדרות ישראליות וזרות. צפיית נוער : סרטים וסדרות נצפים יותר בשידור נדחה וריאליטי ובידור נצפים גם בשידור חי וגם בצפיה נדחית

שאלה: מבין סוגי תכני הטלוויזיה (ז'אנרים) הבאים, כיצד אתה נוהג לצפות בהם?

בוגרים (N=1003)



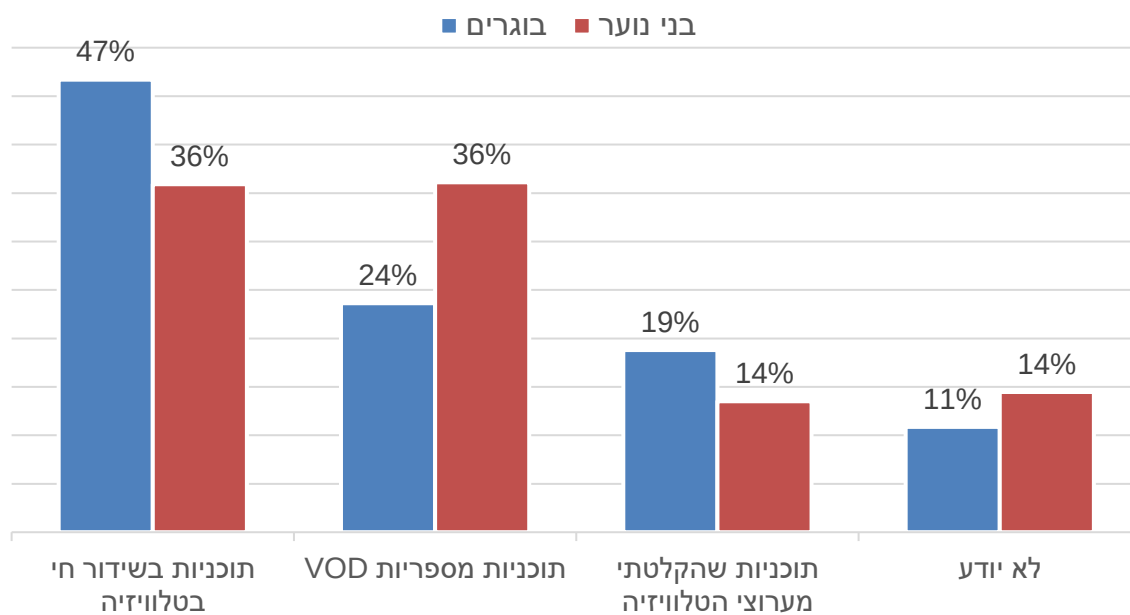


6. שידור חי מול שידור נדחה

מחצית מהבוגרים וכ- שליש מהנוער מעדיפים שידורים חיים. שליש נוסף מהנוער מעדיף שידור לפי דרישה (שידור נדחה)

שאלה: כיצד אתה מעדיף לצפות בתוכניות בטלוויזיה?

N = 1003 בוגרים, 316 בני נוער



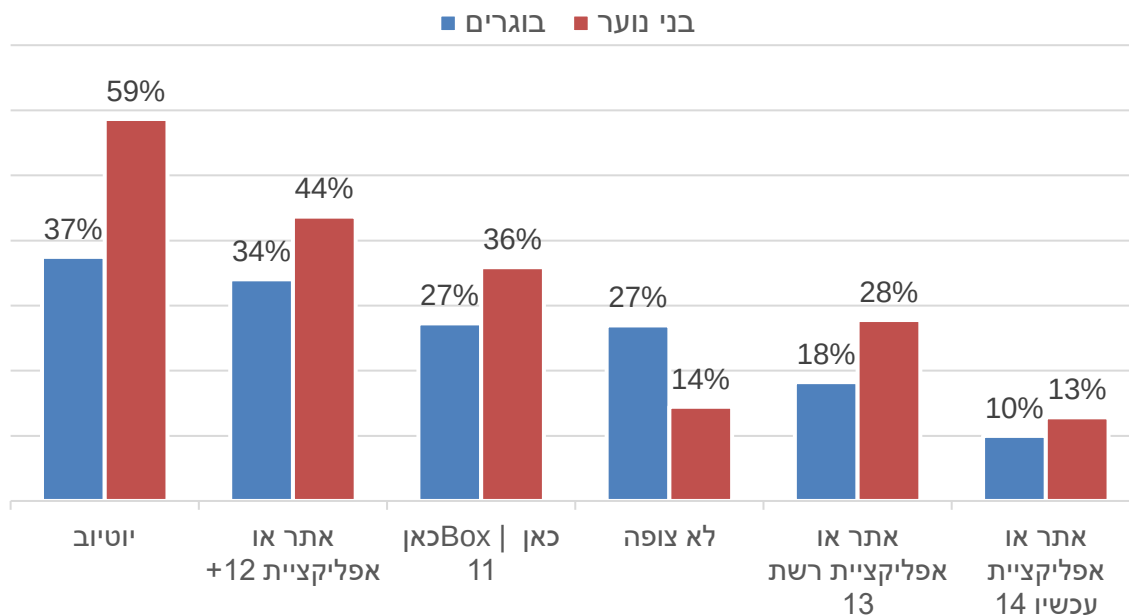
כמחצית מהבוגרים מעדיפים לצפות בתוכנית בשידור חי בטלוויזיה, כרבע מעדיפים VOD. שיעורים דומים של למעלה משליש מבני הנוער מעדיפים לצפות בשידור חי או ב VOD. גברים (50% לעומת 43% מהנשים), 74% מבני 65-74, ערבים (55% לעומת 45% מהיהודים) וותיקים (47% לעומת 35% מהעולים) מעדיפים שידור חי.

7. צפייה באון-ליין

כ-85% מבני הנוער וכ-70% מהמבוגרים צופים בתכנים טלוויזיוניים דרך יוטיוב או פלטפורמות דיגיטליות אחרות. בני נוער יותר משתמשים בפלטפורמות הדיגיטליות מאשר מבוגרים.

שאלה: האם אתה צופה בטלוויזיה באמצעות האתרים או האפליקציות של הערוצים ו/או ביוטיוב? ואם כן, באילו?

N = 1003 בוגרים, 316 בני נוער



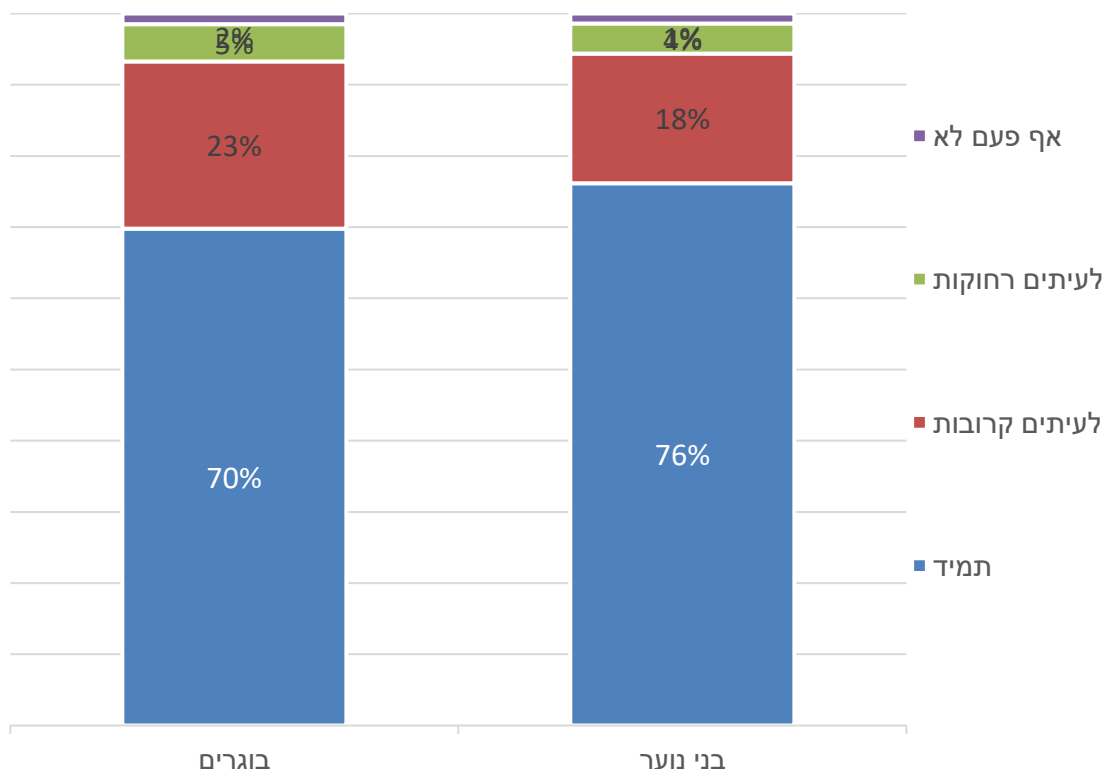
בקרב הבוגרים, שכשליש צופים ביוטיוב וכשליש באתר/אפליקציית +12, כרבע לא צופים כלל. בקרב בני הנוער, כ-60% צופים ביוטיוב, 85% צופים באתר / אפליקציה כלשהו. רק 20% מבני +75 צופים ביוטיוב ורק 54% צופים באתר / אפליקציה כלשהו. דתיים (57% ביוטיוב ו-81% באתר/אפליקציה כלשהו) צופים יותר מחילונים (31% ביוטיוב ו-70% באתר/אפליקציה כלשהו) ומסורתיים (40% ביוטיוב ו-73% באתר/אפליקציה כלשהו).

הצופים נמנעים במידת האפשר מפרסומות שמפריעות לחווית הצפייה ולפיכך מדלגים עליהן בתוכניות מוקלטות והן בשירותי Catch UP. יחד עם זאת הם מעדיפים שירותי תוכן חינמי עם פרסומות על פני תשלום דמי מנוי וצפייה ללא פרסומות

שאלה: כשאתה צופה בתוכניות מוקלטות האם אתה משתמש באפשרות להריץ את הפרסומות קדימה?

N = 534 בוגרים, 161 בני נוער

(בקרב משתמשים בממיר מקליט – 53% מהבוגרים, 51% מבני הנוער)

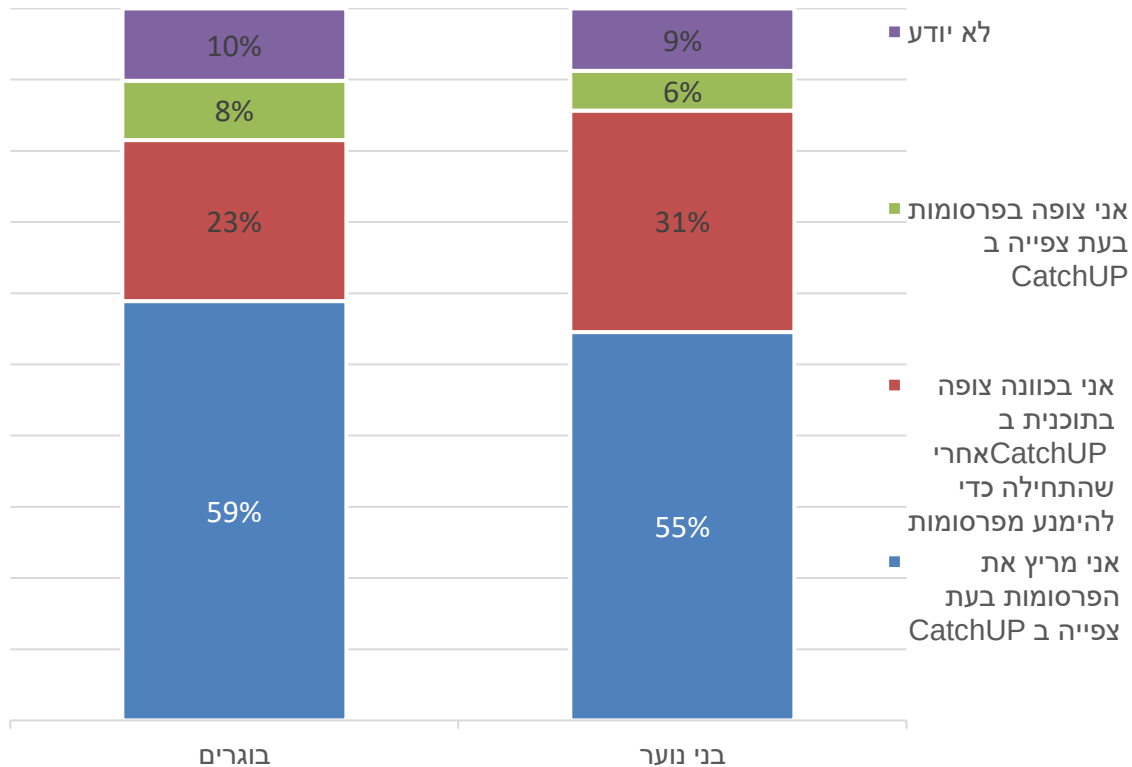


70% מהבוגרים ו- 75% מבני הנוער מריצים תמיד את הפרסומות קדימה. שיעורים גבוהים של 75% מהנשים (לעומת 66% מהגברים) ו- 73% מהוותיקים (לעומת 53% מהעולים), מריצים תמיד את הפרסומות.

שאלה: לגבי פרסומות בעת צפייה באמצעות CatchUP, מה מהבאים נכון לגבייך?

(בקרב המשתמשים בשירות ה CatchUP – 63% מהבוגרים, 68% מבני הנוער)

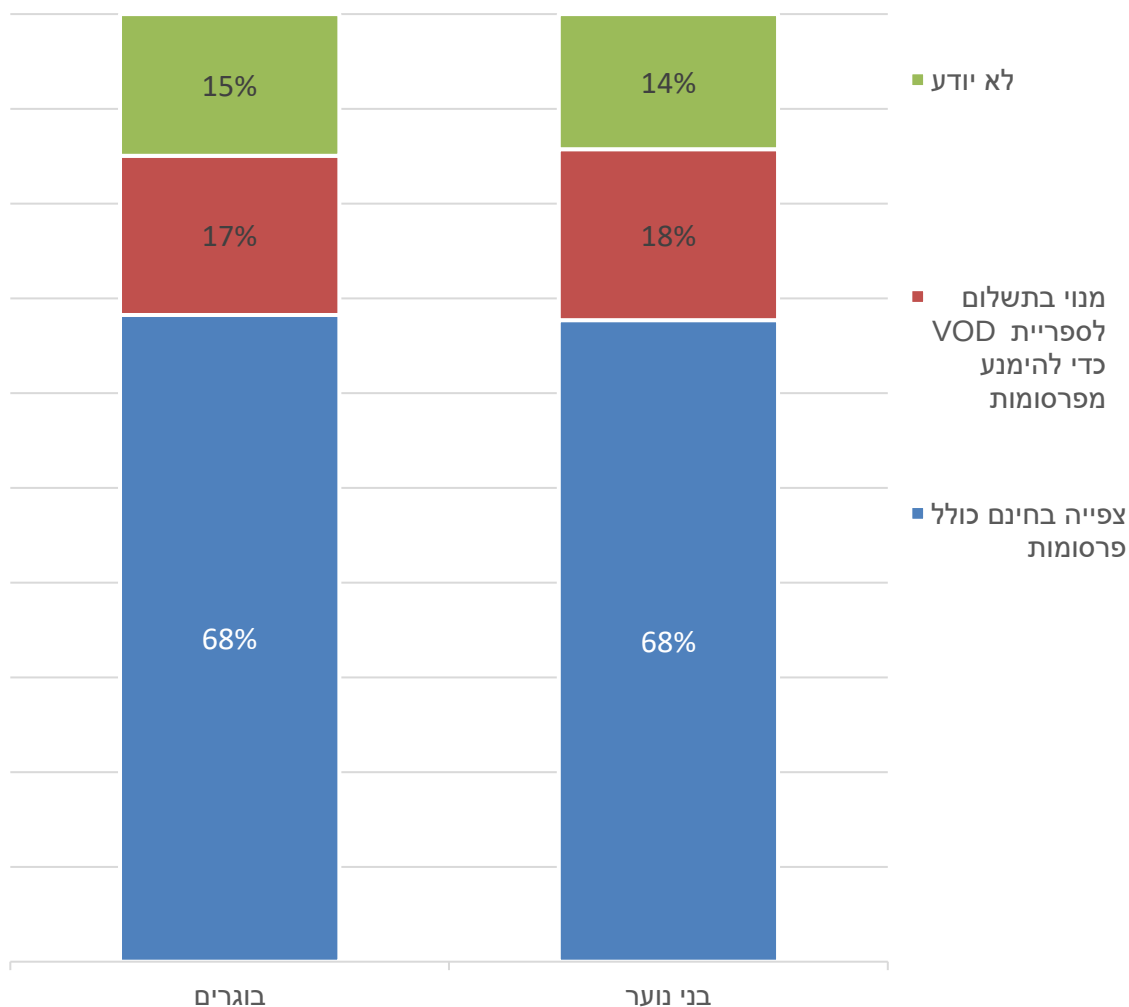
N = 634 בוגרים, 316 בני נוער



כ – 85% מריצים את הפרסומות בעת צפייה ב CatchUP. בהם כרבע מהבוגרים וכשליש מבני הנוער הצופים בכוונה באמצעות השירות כדי להימנע מפרסומות. שיעורים גבוהים של 28% מהנשים (לעומת 17% מהגברים) ו- 30% מהעולים (לעומת 22% מהוותיקים), צופים בכוונה באמצעות השירות כדי להימנע מפרסומות.

שאלה: מבין הבאים, מה אתה מעדיף?

N = 1003 בוגרים, 316 בני נוער



כשני שלישים מעדיפים צפייה בחינם כולל פרסומות על פני מנוי בתשלום (17%-18%) כדי להימנע מתשלום.
 שיעורים גבוהים יחסית של 78% מבני 65-74, 75% מהדתיים ו-73% מהערבים, מעדיפים צפייה בחינם כולל פרסומות.

מסקנות

1. צפייה על פי דרישה (VOD) על שלל צורותיה: Catch up, הקלטות, שירותי VOD של פלטפורמות השידור המסורתיות או פלטפורמות סטרימינג לפי דרישה תופסות כיום מקום מרכזי בצפייה בתכנים טלוויזיוניים, וזאת במיוחד בקהל צעיר.
2. קהל צעיר מעדיף צפייה על פי דרישה, באמצעים ניידים, ותוך מעורבות ואינטראקטיביות.
3. חדשות ועניני היום וכן ספורט עדיין נצפים לרוב בשידור חי, גם במידה פחותה בידור, (וריאליטי בקרב הנוער) אבל הז'אנרים המתוסרטים: סרטים וסדרות נצפים בעיקר בשידור נדחה.
4. נתונים אלה משקפים שינוי לכיוון צפייה פרסונלית, גמישה, "מה שמעניין אותי, מתי שאני רוצה, איפה שאני רוצה, ואני רוצה להשפיע"
5. שינויים אלה בדפוסי הצפייה מחייבים את ערוצי הברודקאסט המסחריים להתאים את פעילותם כדי להתמודד כראוי עם האתגרים הנלווים. התאמה נדרשת בתוכן המשודר, בפרוגרמינג ובשידור לוחות השידורים, ובעיקר במדידת הצפייה ובמודלים הכלכליים על פיהם הם פועלים/

מתודולוגיה:

הסקר בוצע בשני מדגמים:

הראשון - בקרב 1,003 מרואיינים בוגרים (18 ומעלה) שצופים בשידורי הטלוויזיה.

מועדי הדגימה: 8-9 באוקטובר, 2024.

הסקר בוצע מתוך מדגם מייצג (1,158 מרואיינים) של כלל האוכלוסייה הבוגרת בישראל בגילאי +18.

טעות הדגימה המרבית בכל סקר: $\pm 3.1\%$

השני - בקרב 316 מרואיינים בני נוער (14-18) שצופים בשידורי הטלוויזיה.

מועדי הדגימה: 8-28 באוקטובר, 2024.

הסקר בוצע מתוך מדגם מייצג (543 מרואיינים) של כלל האוכלוסייה בישראל בגילאי 14-18.

טעות הדגימה המרבית בכל סקר: $\pm 5.7\%$

הדגימה התבצעה באמצעות הפאנל האינטרנטי iPanel.