

תמונת מצב ראשונית והמלצות למדיניות



בקרה ועריכה: נעם אלון

הוער על ידי: יורם הכהן, מיי-טל גרייבר שוורץ ואורנה היילנר

הקדמה

מסמך זה הוכן ביוזמת איגוד האינטרנט הישראלי (ע"ר) ובמימונו, כחלק מפעילות האיגוד לשימור חופש הרשת. לתפישת האיגוד, חופש הרשת נשען לא רק על האפשרות הטכנית לגלוש בצורה חופשית ובטוחה, אלא גם על היכולת המעשית של הפרטים והקהילות למצות את האפשרויות הגלומות במרחב זה.

המחקר מראה שנגישותן של חברות המצויות במצב סוציו-אקונומי נמוך לאינטרנט מוגבלת, וכך גם היכולת שלהן למצות את הפוטנציאל של הרשת. בישראל, הגם שמוכרים פערים משמעותיים בנגישות וביכולת המיצוי של האינטרנט בקרב החברה הערבית, קיים מחסור במחקרים, בידע ובמדיניות מבוססת נתונים בתחום.

מטרתו של מסמך זה לרכז את המידע והנתונים המוכרים, כך שישמשו בסיס למחקרים נוספים בהמשך, ולהציע צעדים מעשיים - המבוססים על הידע והניסיון המצטבר - שיאפשרו את צמצום הפער בין החברה הערבית לחברה היהודית בתחום הדיגיטלי.

המסמך הוכן על ידי ד"ר אסמא גנאים, מומחית בתחום היבטי הדיגיטציה בחברה הערבית בישראל. מומחיותה נשענת על עבודת הדוקטורט אותה עשתה בתחום, ועל ניסיונה כיוזמת ומייסדת למרכז איינז דיגיטל העוסק במתן יעוץ, מחקר והובלת פרויקטים בנושאים אלה בחברה הערבית בישראל.

תקציר מנהלים

פער דיגיטלי הינו מושג המתייחס למגוון מימדים: (1) **זמינות ואיכות הנגישות** לאמצעים דיגיטליים ולאינטרנט; (2) **מודעות לאפשרויות, להזדמנויות ולסכנות** הגלומות בשימוש באינטרנט; (3) **ולמיומנויות וכישורים** המאפשרים שימוש מיטבי באינטרנט. המקורות לפער דיגיטלי הינם, בדרך כלל, השקעה נמוכה בתשתיות מצד המדינה, הרשויות המקומיות וגופים עסקיים, מחסור במשאבים כלכליים, רמה נמוכה של השכלה, מחסור במיומנויות וכישורים, מגבלות בהזדמנויות עבודה ותפיסות חברתיות שמרניות. המזדים המקובלים למדידת הפער הדיגיטלי מבוססים על מדידת זמינות ונגישות השימוש, מיומנות השימוש, מאפייני השימושיות במחשב ובאינטרנט והמודעות לאפשרויות האינטרנט.

המחקר הנוכחי, אשר בחן את מצב הנגישות לאינטרנט והשימוש בטכנולוגיה בחברה הערבית בישראל מצביע, אמנם, על צמצום הפער לעומת החברה היהודית בשימוש באינטרנט באמצעות הטלפונים הסלולריים, אך גם על פערים משמעותיים שנותרו בנגישות הפיסית למחשבים נייחים ולתשתיות תומכות, ועל היכרות נמוכה יחסית עם כלים וכישורים עדכניים. **באופן מובהק, הדו"ח מצביע על פערים גדולים ביחס לחברה היהודית, גם בקרב האוכלוסייה הצעירה, בכל הקשור למיצוי האפשרויות הגלומות באינטרנט ולמאפייני השימוש בו, בעיקר בהיבטים הפונקציונאליים שהוא מאפשר.**¹

פער זה מונע מחלקים בחברה הערבית את היתרונות שהאינטרנט מאפשר לשם צמיחה כלכלית וחברתית, ובפועל - **משמר ואף מרחיב את הפערים החברתיים-כלכליים מהחברה היהודית.** אף שהפער הדיגיטלי בין החברה הערבית לבין החברה היהודית מצטרף לפערים הכלכליים-חברתיים האחרים בין החברות ומבוסס עליהם, **נראה כי דווקא השקעה בנגישות לאינטרנט והשימוש הפונקציונאלי בו עשויים לשמש מנוף רב עוצמה לקידום כלכלי-חברתי מהיר של החברה הערבית בישראל, ולתרום לצמצום הפערים בכלל התחומים, כך שיחס העלות-תועלת שלו תהיה גבוהה, והחזר ההשקעה למשק הישראלי בכלל, ולחברה הערבית בפרט, יהיה מהיר יחסית.** מכאן, שלהבנתנו הצורך בסגירת הפערים הדיגיטליים,

¹ להרחבה, ראה פרק 3: שימוש ומאפייני שימוש באינטרנט.

החברתיים והכלכליים איננה מסתכמת בהוגנות ושוויון חברתי, אלא צפויה להביא לתועלת חברתית-כלכלית.

בתוך החברה הערבית, המחקר מצא שקיימים פערים בין קבוצות אוכלוסייה שונות. כך, בקרב תושבי הדרום, אוכלוסיות שמרניות, בעלי השכלה נמוכה ומבוגרים נמצא שיעור הנגישות והשימוש באינטרנט הנמוך ביותר. כמו כן, רמת הנגישות הפיסית למחשבים ולאינטרנט בקרב הצעירים דומה מאוד לאוכלוסייה היהודית, אך היא פוחתת משמעותית עם העלייה בגיל.² נמצא גם הבדל משמעותי בין שיעור השימוש באינטרנט במקומות עבודה על ידי החברה הערבית, ובין זה שבשימוש באינטרנט בבתי המגורים ובחיים הפרטיים.³

לצד זאת, במהלך איסוף הנתונים למחקר, התגלה **מחסור משמעותי בבסיסי נתונים, סטטיסטיקות ומחקרים העוסקים באינטרנט בחברה הערבית**. מחסור זה מצטרף אף הוא לפער הקיים בין החברה הערבית לחברה היהודית בישראל, מקשה על קביעת מדיניות מבוססת נתונים ומידע ועל מדידת המגמות לאורך זמן. לפיכך, חלק מהתובנות והמסקנות המובאים במחקר זה מבוסס על ידע וניסיון של כותבת הדו"ח, אשר הינה מומחית בתחום מזה למעלה מעשור, וחקרה את הנושא בעבודת הדוקטורט שלה בשנת 2010 (הגם שמדובר בתקופה שקדמה לכניסת הטלפונים החכמים לחברה הערבית בצורה מואצת ושינתה מפת הנגישות והשימוש באינטרנט).

מסמך זה הוכן ביוזמת איגוד האינטרנט הישראלי (ע"ר) ובמימונו, במטרה לבחון ולשקף את תמונת מצב הנגישות לאינטרנט והשימוש בו בחברה הערבית בישראל. הדו"ח מוסיף מסד ידע מבוסס מחקר מדעי, מקצועי וניסיון מהשטח, והוא הראשון בתחום זה בעידן הטלפונים החכמים בחברה הערבית בישראל. כמו כן, אנו מקווים שהמחקר ישמש בסיס ומקור למחקרים עתידיים, ויסייע למקבלי החלטות ומובילי מדיניות במהלכיהם לסגירת הפערים. לאור מסקנות המחקר, להלן עיקרי ההמלצות של איגוד האינטרנט הישראלי:

1. **הקמת מטה לאומי לריכוז הטיפול בתחום הדיגיטציה בחברה הערבית.** כדי לייצר תהליך שלם ומסונכרן נדרשת הסתכלות הוליסטית ורב מימדית, המחברת ומקשרת בין מספר משרדי ממשלה, גופי ביצוע לאומיים, רשויות מקומיות, מערכות חינוך (פורמאליות וא-

² להרחבה, ראה פרק 2: נגישות ומאפייני נגישות לאינטרנט בחברה הערבית.

³ להרחבה, ראה סעיף ד' בפרק 2, ע"ע 12-14. יש לשים לב שפער זה מצביע, בין היתר, על סביבת העבודה של האוכלוסייה הערבית, שבמקרים רבים היא מאופיינת כעבודה נטולת מחשב.

פורמאליות), עמותות וחברות עסקיות. איגוד האינטרנט הישראלי ממליץ להקדיש לסוגיה **תחום עצמאי בתוך מטה ישראל דיגיטלית** (הפועל במסגרת המשרד לשיווייון חברתי), שתחת אחריותו וסמכותו לקבוע ולהוציא לפועל תוכנית לאומית רב שנתית לסגירת הפער הדיגיטלי עד לשנת 2025. על תוכנית זו לכלול, בין היתר שילוב של שלושה מרכיבים חיוניים:

א. **שיפור התשתיות** – נדרשת רגולציה שתוביל לשיפור תשתיות האינטרנט והסלולר בישובים הערביים והצבתם בקו אחד עם התשתיות בישובים הישראליים.

ב. **התאמת האתרים הציבוריים לחברה הערבית** –

1) נדרשת הנגשה (מלאה ואותנטית, שאינה מתבססת על תרגום ו/או הדבקה) של כלל האתרים והשירותים הדיגיטליים במשרדי הממשלה ובממשל המוניציפלי בשפה הערבית.

2) נדרש פיתוח מודל תשלומים מקוון המותאם למאפייני החברה הערבית בישראל ותקנונו באופן שיחייב את כלל משרדי הממשלה והממשל המקומי.

ג. **שיפור החינוך הדיגיטלי** –

1) נדרשת הקמת תוכניות ממשלתיות ייעודיות ותקצוב גופים לקידום האוריינות הדיגיטלית בחברה הערבית.

2) נדרשת הקמת תוכניות ממשלתיות ייעודיות ותקצוב גופים מקצועיים לקידום תחום הביטחון ואי האלימות ברשת בחברה הערבית ו/או הרחבת הפעילות של גורמים דומים הפועלים בחברה היהודית לחברה הערבית.

ללא תלות בהקמת מטה לאומי, נדרשים שורה של צעדים שיאפשרו צמצום הפערים. להלן המשך המלצות איגוד האינטרנט הישראלי, אשר עומדות בפני עצמן ו/או בשילוב עם המטה הלאומי שיפעל:

2. **נדרש להשוות את תשתיות האינטרנט והסלולר בישובים הערביים לתקן ולמצאי הקיים ביישובים היהודים והמערביים.** ללא תשתית מתקדמת ויציבה, בפס רחב, לא ניתן יהיה לקדם דיגיטציה ולייצר אמון בתהליך. איגוד האינטרנט הישראלי ממליץ **שמשדך התקשורת יחייב את:**

א. ספקי תשתית התקשורת (בזק/HOT/מיזם הסיבים האופטיים Unlimited) להתקין תשתיות אינטרנט מתקדמות בכלל הישובים הערביים במסגרת עקרונות הפריסה האוניברסלית.

ב. ספקי הגישה לאינטרנט ISP (נטוויז'ן/סלקום, 012/פרטנר, בזק בינלאומי, אקספון) להקים ולתמוך בפס רחב ובאינטרנט מהיר בכלל הישובים הערביים. לחלופין ניתן להצמיח באופן יזום ספקי גישה לאינטרנט שיתמחו בשירות לחברה הערבית.

ג. ספקי הסלולר (סלקום, פרטנר, פלאפון, הוט מובייל, גולן טלקום) להקים ולתמוך במערך אנטנות ותשתית סלולרית בכלל הישובים הערביים על פי התקן הקיים בישובים היהודיים והמעורבים.

איגוד האינטרנט הישראלי ממליץ שמשדד התקשורת יוודא שדרישות אלה מופיעות בתנאי המכרז של כלל הספקים (ואם לא, יוסיף אותם), וינהל ביקורת ומעקב אחר יישומם, תוך דיווח לציבור אחת לחצי שנה על ההתקדמות בתהליך.

3. **דיגיטציה של שירותי הממשלה והממשל המקומי הערבי.** הפיכת המרחב הווירטואלי לנגיש ומזמין לחברה הערבית בשלב הראשון; ובשלב שני העברת מרכז הכובד של פעילות הרשויות מול האזרחים הערבים מהמימד הפיסי-אנלוגי למימד הדיגיטלי-ווירטואלי, כך שרוב מוחלט של השירותים והמידע יתקיימו במרחב הדיגיטלי, צפויה לעודד את השימושיות ברשת בחברה הערבית, ואף להאיץ אותה. איגוד האינטרנט הישראלי ממליץ:

א. **שממשלת ישראל, באמצעות מטה ישראל דיגיטלית,** תקבע תוכנית רב-שנתית להנגשה מלאה של שירותי הממשלה ואתרי משרדי הממשלה לציבור דובר הערבית עד שנת 2025.

ב. **שמשדד הפנים** יחייב את כלל הרשויות המקומיות הערביות להקים ולתחזק מערך מידע ושירותים דיגיטלי לאזרחים, ולתכנן מעבר הדרגתי של מרכז הכובד של פעילות הרשויות מול האזרחים למימד הווירטואלי עד שנת 2025. זאת, בשילוב מערך של חינוך והסברה, **והמשך החזקת מערך שירותים מסייע לאוכלוסייה שתמשיך לצרוך שירותים באופן אנלוגי ופיסי.**

4. **קידום אוריינות דיגיטלית.** איגוד האינטרנט הישראלי ממליץ **שמשד החינוך:**

- א. יוודא קיומם ויתקצב באופן ייעודי תכנים ותוכניות לימוד בתחום הבטחון האישי ואי-האלימות ברשת בחינוך הפורמאלי והא-פורמאלי בחברה הערבית.
- ב. יקצה תקציב ייעודי שיוקדש לעידוד אגודות, עמותות וחברות ציבוריות אשר יקדמו אוריינות דיגיטלית בחברה הערבית.

5. **עידוד יזמות דיגיטלית ערבית.** יזמות פנים ערבית, ושילוב משמעותי יותר של אנשי תוכן דיגטליים מהחברה הערבית בעולם ההיי-טק והיזמות הישראלית כדי שישמשו כקטר לשאר החברה הערבית. זאת, בין היתר תוך התאמת תנאי התקצוב והתמיכה לאפשרויות ולמשאבים הדלים הקיימים בחברה הערבית. איגוד האינטרנט הישראלי ממליץ **שמשד המדען**

הראשי:

- א. יפתח ויתקצב מסלול ייעודי לעידוד יזמות וחברות הזנק באוכלוסייה הערבית, ובכלל זאת יסייע באופן ייחודי ליזמים מהאוכלוסייה הערבית במתן תנאים מותאמים ובכתיבת הצעות למשרד.
- ב. יפעל לעידוד הקמת רשת קשרים עסקיים וחברתיים (Networking) של יזמים וארגונים מובילי דיגיטציה מהחברה הערבית ועם עסקים מהחברה היהודית.

6. בנוסף, איגוד האינטרנט הישראלי ממליץ **שמשד הכלכלה:**

- א. יקצה תקציב ייעודי לעידוד חברות ותעשיות להעסיק אנשי תוכן דיגיטלי מהחברה הערבית.
- ב. יפתח תוכניות יעודיות לקידום וליווי השילוב של תחום האינטרנט במיזמים, חברות ועסקים בקרב האוכלוסייה הערבית, באמצעות מרכזי מעו"ף ומרכזי ריאן. בהקשר זה, חשוב להדגיש את הצורך בהתאמת תנאי התמיכה והתקצוב לזים הערבי המתאימים למצב הקיים היום של פריפריה גיאוגרפית וכלכלית.
- ג. יפתח מרכזי יזמות ייעודיים בחברה הערבית בתחומים דיגיטליים, עם תמיכה מקצועית ואפשרות להסבה מקצועית.

7. **מעקב, מחקר והערכה.** היכולת לנטר ולמדוד את התקדמות הנגישות של החברה הערבית בישראל לאינטרנט - במימדים הפיסיים, התודעתיים והשימושיים - קריטית לשם השגת המטרות, כמו גם לצורך למידה שתאפשר קידום אוכלוסיות מודרות אחרות, ולפיתוח מאגרי נתונים וידע רלוונטיים. איגוד האינטרנט הישראלי ממליץ:

- א. **שהלמ"ס, בסיוע איגוד האינטרנט הישראלי (ע"ר)** יפתח מדדים ויערוך סקרים שיעקבו אחר הדיגיטציה והאוריינות הטכנולוגית בחברה הערבית (תשתית, נגישות ושימושיות), ויפרסם אותם באופן עיתי.
- ב. **שמשד החינוך** יקצה תקציב ייעודי לעידוד מחקרים בתחום הדיגיטציה והאוריינות הטכנולוגית בחברה הערבית.
- ג. **שועדת מדע וטכנולוגיה של הכנסת** תקיים דיונים עיתיים ותקבל עדכונים בנושא זה.

תוכן עניינים

1.	הקדמה	3
א.	מטרת הדו"ח וחשיבותו	3
ב.	פער דיגיטלי - מהו?	4
2.	נגישות ומאפייני הנגישות לאינטרנט בחברה הערבית	7
א.	נגישות לאינטרנט לצורכי שימוש בסיסי	8
ב.	נגישות לאינטרנט מהטלפון הנייד (החכם)	10
ג.	נגישות למחשב ולאינטרנט באמצעות המחשב	11
ד.	מיקום הנגישות - בית ועבודה	13
3.	שימוש ומאפייני השימוש באינטרנט	15
א.	תדירות השימוש באינטרנט	17
ב.	שפת הגלישה	18
ג.	חיפוש מידע	19
ד.	צריכת חדשות	20
ה.	שימוש ברשתות חברתיות	22
ו.	שיחות צ'אט ושיחות וידאו	27
ז.	דואר אלקטרוני	28
ח.	שירותים מקוונים	29
ט.	קניות דרך האינטרנט	31
י.	צפייה בסרטונים, סרטים וסדרות	32
יא.	משחקים מקוונים והורדת תוכנות מחשב	32
יב.	האינטרנט בארגונים ובעסקים	33
4.	מודעות ומיומנות	34

34	א. מיומנויות לשימוש במחשב ובאינטרנט
35	ב. פרטיות וסכנות באינטרנט
38	5. פערים דיגיטליים בתוך החברה הערבית בישראל
38	א. גיל
39	ב. השכלה והכנסה
39	ג. מקום מגורים
40	ד. מגדר
41	ה. דת ודתיות
43	6. פערים דיגיטליים במבט גלובלי
45	נספח א' - ארגונים ותכניות לקידום דיגיטציה בחברה הערבית
51	נספח ב' - פירוט המדדים והסקרים המרכזיים העוסקים בסוגיית האינטרנט בחברה הערבית בישראל
54	נספח ג' - רשימת המקורות

1. הקדמה

א. מטרת הדו"ח וחשיבותו

במאה ה-21 האינטרנט מאפשרת מגוון הזדמנויות להתפתחות בתחומים שונים כדוגמת התחום האישי, החברתי והמקצועי. חשיבות האינטרנט בחיי האדם קיבלה תנופה עם הנגשת שירותים מקוונים על ידי הארגונים והמוסדות, וזו מואצת עוד יותר בשל הטכנולוגיה וההפצה של טלפונים ניידים חכמים. תנאים אלו אפשרו נגישות לאינטרנט כמעט לכל אדם, בכל מקום, במגוון רחב של יישומים ושירותים בכל התחומים. ברם, יכולת המיצוי של יתרונות האינטרנט איננה תלויה רק בעצם הנגישות הפיסית למכשירים, אלא מתייחסת לאפשרות, למיומנות ולמודעות לשימוש מושכל באינטרנט לשם התייעלות והתקדמות במגוון תחומי חיים.

כך, במאה ה-21, עצם הנגישות למרחב האינטרנט, במובנה הרחב, מהווה יתרון. חוסר הנגישות מייצר פער דיגיטלי, אשר בא לידי ביטוי בהאצת פערים סוציו-אקונומיים אחרים. פער דיגיטלי, אם כן, הינו מושג המתייחס לשילוב שבין חוסר נגישות פיסית קבועה ויעילה למחשב ולאינטרנט, חוסר מודעות לאפשרויות הגלומות בשימוש באינטרנט וחוסר בכלים וכישורים שמאפשרים מיצוי מיטבי של האינטרנט. **בישראל, החברה הערבית סובלת מפער דיגיטלי משמעותי ביחס לחברה היהודית, וכן מתקיימים פערים דיגיטליים בין אוכלוסיות שונות בתוך החברה הערבית. צמצומו של פער זה עשוי להאיץ גם את צמצומם של פערים סוציו-אקונומיים אחרים.**

מטרת הדו"ח הנוכחי הינה לתת תמונת מצב ראשונית לשימוש באינטרנט בחברה הערבית בישראל, תוך מתן המלצות לצעדים מעשיים לצמצום הפער הדיגיטלי בין החברה הערבית ליהודית במדינה. **אחד האתגרים הראשוניים בתחום הוא המחסור בנתונים, מידע ומחקרים שיאפשרו מדידה והשוואה מצד אחד וגיבוש אסטרטגיה ותוכניות עבודה מבוססות מידע מצד שני.** דו"ח זה אמור לשמש כמסד ראשוני גם בעניין זה, כבסיס להמשך מחקרים בתחום. לצורך כתיבת הדו"ח נערכה סקירת ממצאים ואינטגרציה של מקורות עדכנית בנושא האינטרנט בחברה הערבית בפרט והישראלית בכלל. בין היתר, נעשה שימוש בסקרים של הלמ"ס, איגוד האינטרנט הישראלי, אגודת הגליל, עמותת חמלה, מדד התקשוב הישראלי⁴; מחקרים אקדמיים;

⁴ שני המקורות העדכניים ביותר הינם הדוחות של איגוד האינטרנט הישראלי (2016, 2017) ודוחות עמותת חמלה (חמלה, 2017) בנושא מצב הנגישות למחשב ולאינטרנט ודפוסי השימוש בקרב האוכלוסייה הצעירה בחברה הערבית בישראל. בנוסף

פרסומים תקשורתיים ודוחות של חברות תקשורת ועוד. בנוסף לכך, נערכו דיונים והתייעצויות עם חוקרים ומומחים הנמצאים בקדמת המחקר והעשייה בתחום הדיגיטציה בחברה הערבית במטרה לגבש דו"ח זה, תוך מתן המלצות מבוססות מידע ומומחים.

בישראל נבחנו מימדים שונים לנגישות ושימוש באינטרנט, מהם ניתן ללמוד על הפער הדיגיטלי הקיים. על פי רישומי הלמ"ס (2017) החברה הערבית⁵ מהווה כ- 20.7% (כ- 1.8 מיליון אדם) מהאוכלוסייה בישראל, והפערים הקיימים בין האוכלוסייה היהודית לערבית ניכרים בעיקר במדדים סוציו-אקונומיים: בהכנסה⁶, בתעסוקה, ובהשכלה⁷. לפי נתוני הביטוח הלאומי משנת 2016⁸ כ- 52% מהחברה הערבית נמצאים מתחת לקו העוני. פערים אלו משפיעים באופן טבעי גם על הפער הדיגיטלי, לרבות בשל תשתיות (ובכלל זאת, תשתיות האינטרנט) שאינן מפותחות דיין ביישובים הערביים בהשוואה לישובים יהודים לאורך שנים. החברה הערבית בישראל הנה חברה הטרוגנית מבחינה דתית ותרבותית (מוסלמים, דרוזים, נוצרים, בדווים, צפון, דרום ועוד) וגם בין קבוצות אלו קיימים פערים סוציו-אקונומיים, ובהתאמה גם פערים דיגיטליים. הדו"ח הנוכחי יציג את הפער הדיגיטלי הן בין החברה הערבית ליהודית והן בתוך החברה הערבית עצמה.

ב. פער דיגיטלי - מהו?

המושג פער דיגיטלי התפתח עם התרחבות הנגישות והשימוש באינטרנט מהבית, בעיקר החל משנות ה-2000, כמונח המתאר הבדלים בין קבוצות לנגישות ושימוש באינטרנט.⁹ בהתחלה ההתייחסות הייתה לעצם הנגישות לאינטרנט ועם התפתחות הרשת התרחב המושג והכיל בתוכו מימדים שונים של נגישות (כגון: מקום הנגישות) ומימדי שימוש שונים (כגון: תדירות ומטרות

לכך, דוחות בוק (2015, 2016, 2017) הינם עדכניים ומועילים, אך אין אפשרות ללמוד מהם בלבד אודות מצב החברה הערבית.

⁵ ראו נתוני האוכלוסייה בישראל באתר הלמ"ס

http://www.cbs.gov.il/reader/?Mlval=%2Fcw_usr_view_SHTML&ID=629

⁶ ראו פערים בהכנס מנתוני הלמ"ס 2015 <http://www.cbs.gov.il/publications17/1678/pdf/t11.pdf>

⁷ ספר נתוני החברה הערבית בישראל, מכון ון לר בירושלים - http://www.vanleer.org.il/sites/files/product-pdf/ARAB_BOOK6_PROOF_27-11-13.pdf

⁸ המוסד לביטוח לאומי, מימדי העוני והפערים החברתיים לשנת 2016, https://www.btl.gov.il/Publications/oni_report/Documents/oni2016.pdf

⁹ NTIA, 2001

השימוש), כך שתיתכן נגישות פיסית לאינטרנט אך היא לא בהכרח תתורגם למאפיינים שימושיים, למשל בשל השפה.

נושא הפער הדיגיטלי והמדדים השונים נחקרו בצורה רחבה בעולם.¹⁰ בישראל נחקר לראשונה נושא הפער הדיגיטלי בין החברה הערבית ליהודית במחקר הדוקטורט של ד"ר אסמאא גנאים, בהנחיית פרופ' שיזף רפאלי.¹¹ המשתנים שנמצאו כמסבירים את הפערים היו: השכלה, גיל והכנסה. במחקר אחר, העוסק בשאלת הפער הדיגיטלי בשימושי הטלפון הנייד החכם בישראל, בחנו החוקרים לוי, אריאל ורפאלי את המידה בה משוחזר הפער הדיגיטלי ביחס לשימוש בטלפון חכם, אך מחקר זה לא כלל את החברה הערבית. משתני הרקע שהסבירו את הפער במחקר זה היו מגדר, גיל, השכלה והכנסה. מהממצאים עלה כי הפער הדיגיטלי שריר וקיים.¹²

השימוש באינטרנט מתרחב ועולה בכל מקום. לעיתים הקצב שונה, המודעות שונה, המיומנויות שונות, ההזדמנויות שונות ומטרות השימוש שונות אף הן. מכאן שהפער הדיגיטלי מקבל פנים חדשות בעידן ההתפתחות המואצת בטכנולוגיות המידע והתקשורת. על פי קופר, ההצטרפות המאוחרת לאינטרנט ממשיכה את הפער הדיגיטלי מאחר ואי-השתתפות בזמן המתאים משאירה חסרון בייצוג בהתפתחות שהתרחשה לפני כניסתם וממשיכה להתפתח גם לאחר כניסתם.¹³

דרכי בחינת פערים דיגיטליים מתפתחת גם היא עם התפתחויות הטכנולוגיות והשימושים החברתיים שלהם. צ'ין ווילמאן הגדירו ארבעה מימדים לבחינת הפער הדיגיטלי בין שמונה מדינות: נגישות לטכנולוגיה, מיומנות וידע לשימוש, נגישות חברתית ושימוש חברתי.¹⁴ דיג'ק הציע במחקרו ארבעה סוגים של פערים דיגיטליים: מוטיבציה לנגישות, נגישות חומרית ופיסית, מיומנויות לנגישות ומטרת השימוש.¹⁵ דיג'ק גורס כי הנגישות לאינטרנט הינה תנאי הכרחי אך לא מספיק לשימוש באינטרנט. רייס וכך הגדירו שלושה סוגים לפערים דיגיטליים: שימוש מול אי-שימוש, ותיק

¹⁰ DiMaggio, ;Van Dijk & Hacker, 2003 ; Barzilai-Nahon & Rafaeli, 2004; Chen & Wellman, 2004 ; Hoffman, Novak, & Schlosser, 2000) ;Hargittai, Celeste, & Shafer, 2004

¹¹ גנאים, רפאלי, & עזאזיה, 2009 ;Ganayem, 2012 ;Ganayem, 2010

¹² Levy, Ariel, & Rafaeli, 2013.

¹³ Cooper, 2012

¹⁴ Chen & Wellman, 2014.

¹⁵ Van Dijk J. A., 2005

מול חדש, המשכי מול נקטע.¹⁶ לעומת זאת, ברזילאי- נהון ורפאלי הציעו מדידה חלופית לבחינת פערים דיגיטליים המכילה תשתיות, יכולת רכישה, שימוש, אילוצים חברתיים וממשלתיים, משתנים סוציו-דמוגרפיים ונגישות.¹⁷ גנאים הציעה במחקר הדוקטורט שלה, מנגנון נוסף לבחינת פערים דיגיטליים הכולל: נגישות וסוג הנגישות (הכולל סוג החיבור, מכשירים ומיקום הנגישות), שימוש ומאפייני השימוש (הכולל גיוון בשימוש ומטרות השימוש על הרצף בין מטרות ידע ועד לבידור).¹⁸

בדו"ח זה אנו מתייחסים למושג 'פער דיגיטלי' כמונח המתאר פערי נגישות ושימוש באינטרנט בשלושה מימדים:

- (1) **נגישות ומאפייני הנגישות הפיסית** לאינטרנט. זו כוללת תשתיות, מכשור ומיקומם, המאפשרים את עצם השימוש באינטרנט ואת איכות השימוש בה.
- (2) **שימוש ומאפייני השימוש** באינטרנט. אלה כוללים את עצם השימוש באינטרנט וכמו כן את השימוש במגוון השירותים המקוונים שהרשת מאפשרת ומטרות השימוש.
- (3) **מודעות ומיומנויות**. אלו כוללים את רמת המודעות לאפשרויות ולסיכונים הגלומים בשימוש באינטרנט, ובכלל זאת סוגיית הפרטיות והאבטחה. כמו כן תבחנה רמת המיומנויות הדיגיטליות והאוריינות הדיגיטלית.

¹⁶ Rice & Katz, 2003.

¹⁷ Barzilai-Nahon & Rafaeli, 2004.

¹⁸ Ganayem, 2010.

2. נגישות ומאפייני הנגישות לאינטרנט בחברה הערבית

הפער בין החברה הערבית לחברה היהודית בנגישות הפיסית לאינטרנט הצטמצם בצורה משמעותית בשל השימוש הנפוץ בטלפונים חכמים והנגישות שהם מאפשרים לאינטרנט, ובשל תפוצת המחשבים הביתיים. יחד עם זאת, נותר פער עצום באיכות הנגישות לאינטרנט מבחינת מהירות האינטרנט, איכות התשתיות המגיעות ליישובים הערביים, מספר האנטנות הסלולאריות, יציבות ומהירות קווי האינטרנט לארגונים ציבוריים ועסקיים, נגישות לאינטרנט ממחשבים ונגישות ממקומות העבודה.

בחלק זה יוצגו נתוני הנגישות הפיסית למחשב ולאינטרנט בחברה הערבית בישראל כולל השוואה לחברה היהודית, במטרה לקבל תמונה כוללת ועדכנית. בנגישות למחשב ולאינטרנט אנו מתייחסים לתשתיות ולמכשירים דיגיטליים, כדוגמת מחשבים, טלפונים ניידים ומכשירי כף יד (טאבלטים). כמו כן, נתייחס לעצם השימוש באינטרנט ולמקום הנגישות לרשת לדוגמא: שימוש מהבית, שימוש ממקום העבודה וכו'.

התשתיות לאינטרנט בישראל נחשבות טובה וכוללות חיבור אינטרנט מהיר לבתים שהגיעו לכ- 2.2 מיליון בתים¹⁹. מספר הטלפונים הניידים נאמד בכ-9.6 מיליון בשנת 2015 - נתון הגבוה ממספר התושבים במדינה באותה שנה שכלל כ-8.6 מיליון אדם בישראל.²⁰ לפי דו"ח בזק לשנת 2016, כ-6.4 מיליון מתושבי ישראל משתמשים באינטרנט והדו"ח מציין עלייה של כ-40% בצריכת מידע (הורדת מידע).²¹ כ-60% מכלל המשתמשים מעלים מידע לאינטרנט ומגבים את המידע שלהם בענן. יש לציין כי בדו"ח דווח על כ-15% מהבתים בישראל הנמצאים בשלב כלשהו של מימוש בית חכם (טכנולוגיות IOT - כדוגמת שעון חכם, מצלמות, אזעקות וכו'), המשקף עלייה מ-10% בשנת 2016.²²

¹⁹ ראו דוחות ITU באתר <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>

²⁰ ראו <https://www.budde.com.au/Research/2015-Israel-Telecoms-Mobile-and-Broadband>

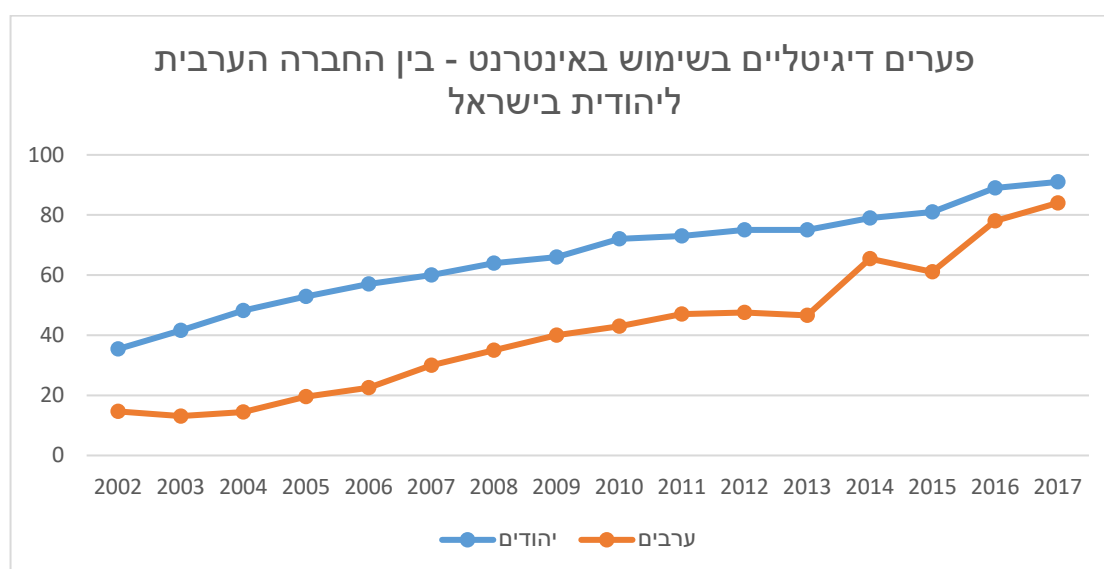
²¹ בזק, 2017.

²² בזק, 2018; איגוד האינטרנט הישראלי, 2017.

נציג ונסכם את המידע הקיים אודות הנגישות בחברה הערבית, את הפערים הקיימים בין החברה הערבית ליהודית בישראל והפערים הקיימים בתוך החברה הערבית עצמה, כולל מגמת השינוי לאורך השנים בסדר יורד להלן:

א. נגישות לאינטרנט לצורכי שימוש בסיסי

אם עוקבים אחר נתוני השימוש לאורך השנים, ניתן לעקוב גם אחר השינויים בפער הדיגיטלי בממד הנגישות ועצם השימוש. ערכנו אינטגרציה וניתוח לנתונים ממגוון מקורות (למ"ס, איגוד האינטרנט הישראלי, מחקר הדוקטורט של ד"ר אסמאא גנאים, ואגודת הגליל) אודות הנגישות לאינטרנט במטרה לתעד מגמות ההתפתחות בנגישות. חשוב לציין שמקורות שונים דווחו נתונים שונים, ובאינטגרציה של הנתונים חשבנו ממוצעים של מגוון נתונים במטרה לקבל תרשים אודות מגמת הפער הדיגיטלי, כפי שניתן לראות בגרף הבא:



גרף 2.1: מגמת הפער הדיגיטלי בין החברה הערבית ליהודית בישראל-נגישות לשימוש בסיסי באינטרנט

גנאים הראתה שהפער הדיגיטלי בנגישות ועצם השימוש היו במגמת התרחבות עד לשנת 2005, אז התחיל צמצום קל של הפער הדיגיטלי עד לשנת 2009, ומשנת 2010 החלה מגמת עלייה מהירה לנגישות ושימוש באינטרנט בחברה הערבית, כך שהפער בנגישות החל במגמת צמצום מהירה. נתוני מחקר זה הצביעו בשנת 2005 על כ-20% שימוש באינטרנט באוכלוסייה הערבית

לעומת כ-53% בחברה היהודית, אשר עלה בשנת 2010 לכ-50% באוכלוסייה הערבית ולכ-75% באוכלוסייה היהודית.²³

על פי סקר המרכז הבינתחומי הרצליה והמכון הישראלי לדמוקרטיה²⁴ עמד אחוז המשתמשים באינטרנט בחברה הערבית על כ-60% וכ-77% באוכלוסייה היהודית. נתוני הלמ"ס משנת 2015 מצביעים על שיעור שימוש של כ-61% בקרב האוכלוסייה הערבית, באופן שמצביע על משמעותית צמיחה לעומת כ-14% בשנת 2005. לעומתם, הלמ"ס מראה שבקרב החברה היהודית שיעור השימוש באינטרנט בשנת 2015 עמד על כ-81% בצמיחה מכ-48% אחוזים בשנת 2005. גם נתוני מדד תקשוב ישראל²⁵ מצביעים כי אחוז משתמשי האינטרנט בשנת 2014 היה כ-81% בקרב האוכלוסייה היהודית אשר צמח מכ-69% בשנת 2005.

מנתוני אגודת הגליל משנת 2014 ניתן להסיק ששיעור השימוש באינטרנט היה כ-65.4%. כך שכיום על פי נתוני איגוד האינטרנט (2016) אחוז הגולשים לאינטרנט מקרב החברה הערבית עומד על כ-78% לעומת כ-89% מקרב החברה היהודית. בדו"ח האיגוד לשנת 2017, נרשמה עלייה והגלישה בקרב החברה הערבית הגיעה לכדי כ-84% ודווחה בחברה היהודית על כ-91%.²⁶

נראה כי הפערים בקרב הצעירים קטנים יותר בין שתי האוכלוסיות. בסקר המרכז הבינתחומי הרצליה והמכון הישראלי לדמוקרטיה עלה כי אחוז הצעירים בשתי אוכלוסיות הגולשים באינטרנט עמד על כ-92%.²⁷ לעומתו בסקר שנערך על ידי ערוץ 7 בשנת 2010 עלה כי היה פער בשימוש באינטרנט בקרב האוכלוסייה בגילאים 14-18, כך ש כ-92% מהנערים היהודים השתמשו באינטרנט לעומת כ-67% בחברה הערבית.

²³ Ganayem, 2012.

²⁴ בדוח אשר פורסם באתר איגוד האינטרנט הישראלי, 2011. ראו כתבה למרכז הבינתחומי הרצליה http://portal.idc.ac.il/sites/communications_new/he/communications/research/cipcenter/documents/%D7%A1%D7%A7%D7%A8%20%D7%A9%D7%99%D7%9E%D7%95%D7%A9%20%D7%91%D7%90%D7%99%D7%A0%D7%98%D7%A8%D7%A0%D7%98%20-%D7%99%D7%90%D7%99%D7%A8%20%D7%94%D7%9E%D7%91%D7%95%D7%A8%D7%92%D7%A8%202011.pdf

²⁵ ראו <http://www.madadict.org>

²⁶ בסקר של שנת 2016, השתתפו כ-600 איש מקרב החברה הערבית וכ-613 איש מקרב החברה היהודית. בסקר משנת 2017 השתתפו כ-600 איש מקרב מהחברה היהודית וכ-213 איש מקרב החברה הערבית ומכאן המוגבלות לקבלת הנתונים אודות החברה הערבית.

²⁷ המרכז הבינתחומי הרצליה, 2011.

ב. נגישות לאינטרנט מהטלפון הנייד (החכם)

על פי הנתונים מהשנים 2016 ו- 2017 כמעט שלא קיים פער בנגישות לאינטרנט כשמדובר בנגישות מטלפונים ניידים, במיוחד בקרב האוכלוסייה הצעירה. שיעור הגלישה מהטלפון הנייד גבוה מאוד, כמעט זהה בשתי האוכלוסיות, ועומד כיום על כ-80%. דוח איגוד האינטרנט הישראלי בשנת 2017²⁸ הצביע על כ-84% בעלות על טלפון נייד חכם בקרב שתי האוכלוסיות הערבית והיהודית וניתן לראות מגמת עלייה משנת 2016 של שני אחוזים (82% בשנת 2016) עליו דווח מסקר האיגוד. כ-74% מהאוכלוסייה הערבית דיווחה על שימוש באינטרנט מהטלפון הנייד לעומת כ-76% בחברה היהודית. הפער הקיים בין שתי האוכלוסיות כשבוחנים גלישה באינטרנט מהטלפון הנייד בלבד, נוטה דווקא לטובת החברה הערבית: בקרב החברה הערבית הנתון הוא של כ-28% לעומת כ-10% בחברה היהודית.²⁹

על פי דוח בזק לשנת 2017, ממוצע גיל קבלת טלפון חכם הוא 10 שנים.³⁰ על פי סקר חמלה הבוחן את האוכלוסייה הערבית הצעירה בישראל (בטווח הגילאים 15-25 שנים) עולה כי כ-93% מהצעירים הינם בעלי גישה לאינטרנט, בעיקר מהטלפון הנייד, כאשר כ-96.9% הינם בעלי טלפונים ניידים חכמים. כשני שלישים מהנשאלים דיווחו על שימוש עיקרי באינטרנט באמצעות הטלפון הנייד.³¹

בתוך החברה הערבית מתגלה פער בין הדור הצעיר לדור המבוגר. כך, למרות השיעור הדומה של שימוש במכשירים טלפונים חכמים בקרב צעירי החברה הערבית והיהודית, מנתוני הסקר החברתי של הלמ"ס לשנת 2015 עולה כי לכ-55% מהאוכלוסייה הערבית הייתה נגישות לאינטרנט מהטלפון הנייד בהשוואה לכ-72% מהאוכלוסייה היהודית.³² בסקר אגודת הגליל משנת 2014, כ-

²⁸ ראו אתר איגוד האינטרנט <https://www.isoc.org.il/sts-data/11214>

²⁹ מנתוני המרכז הבינתחומי הרצליה והמכון הישראלי לדמוקרטיה, אשר דווחו באתר של איגוד האינטרנט הישראלי.

³⁰ בזק, 2018.

³¹ חמלה, 2017.

³² ראו מחולל הלוחות באתר הלמ"ס <http://surveys.cbs.gov.il/Survey>. נתוני מדד תקשוב ישראל מראים כי אחוז משתמשי הטלפון הנייד עמד על כ-79% בשנת 2014 בקרב האוכלוסייה היהודית וניכרת צמיחה מכ-68% בשנת 2005, דבר המעיד על אימוץ מוקדם גבוה לטלפון הנייד בישראל. ראו <http://www.madadict.org>

70% דיווחו כי ברשותם טלפון נייד, בעוד שכ- 95% מהאוכלוסייה הצעירה דיווחה על שימוש בטלפון נייד לעומת כ- 20% בלבד בין הגילאים 55 ומעלה.³³

ג. נגישות למחשב ולאינטרנט באמצעות המחשב

קיים פער בין החברה הערבית ליהודית בנגישות למחשב ובהתאם, גם לנגישות לאינטרנט מהמחשב, אשר מתמשך לאורך השנים ומצטמצם בצורה איטית מאוד. הנתונים האחרונים מראים שרק כ-50% מהחברה הערבית בעלי נגישות לאינטרנט מהמחשב לעומת כ-80% בחברה היהודית.

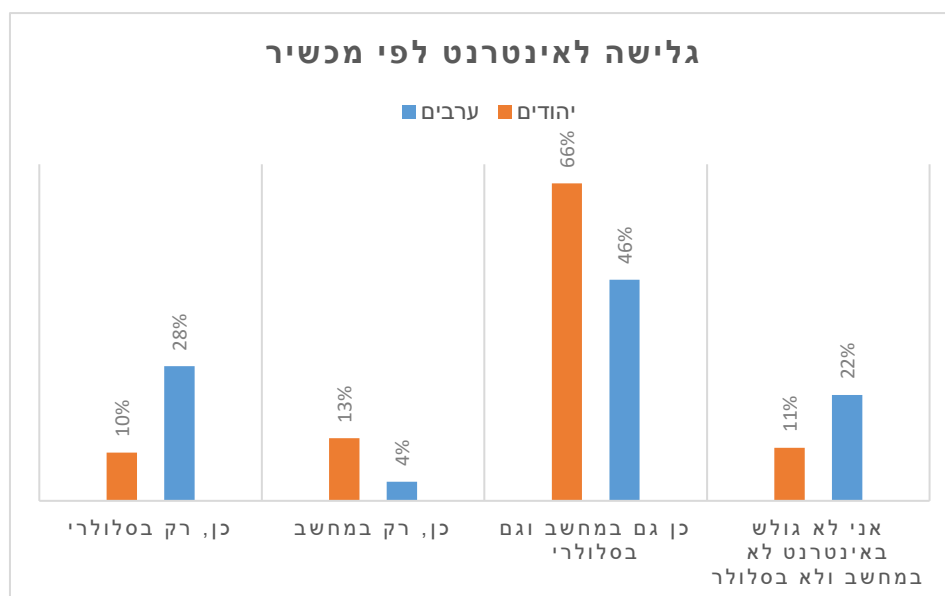
על פי סקר חמלה (2016) הבוחן את האוכלוסייה הערבית הצעירה בישראל עולה כי:

1) כ- 66.5% מהנשאלים ענו כי יש ברשותם מחשב נייד בבית, כ-64.1% ענו כי יש ברשותם מחשב נייד, כ-49.3% מחזיקים במכשירי כף יד לעומת כ-96.9% המחזיקים בטלפונים ניידים חכמים.

2) בבעלותם של כ-62% מחשב נייד ואו נייד עם גישה לאינטרנט.

3) כ-35% דיווחו על כך שהשימוש העיקרי שלהם לאינטרנט הינו ממחשב (נייד או נייד) לעומת כ-65% שעיקר השימוש שלהם הינו דרך הטלפון הנייד.

דו"ח האיגוד (2016) הראה שבקרוב החברה הערבית כ-50% גולשים לאינטרנט מהמחשב לעומת כ-79% מהחברה היהודית. באוכלוסייה הערבית כ-46% גולשים גם באמצעות המחשב וגם באמצעות הטלפון הנייד וכ-28% גולשים רק מהטלפון הנייד, כ-4% גולשים רק מהמחשב. זאת, לעומת כ-66% מהחברה היהודית אשר גולשים מהמחשב ומהטלפון הנייד, כ-10% גולשים רק מטלפון הנייד וכ-13% גולשים רק מהמחשב.



גרף 2.2: גלישה לאינטרנט לפי מכשיר – ניתוח מבוסס על נתוני סקר איגוד האינטרנט הישראלי 2016

מנתוני הסקר החברתי של הלמ"ס לשנת 2015 עלה כי כ-41% מהאוכלוסייה הערבית היו בעלי מחשב עם חיבור לאינטרנט מהבית לעומת כ-74% בקרב החברה היהודית. אחוז משתמשי המחשב באוכלוסייה הערבית עמד על כ-45% בשנת 2015, מתוכם כ-61% השתמשו גם באינטרנט לעומת כ-78% בחברה היהודית שהשתמשו במחשב ומתוכם כ-81% השתמשו באינטרנט מהמחשב. כלומר, רק כ-28% מכלל האוכלוסייה הערבית השתמשה באינטרנט ממחשב לעומת כ-63% בחברה היהודית.³⁴ במבט השוואתי עם החברה היהודית, נתוני מדד תקשוב ישראל³⁵ לשנת 2014 מראים שאחוז הנגישות למחשב עמד על כ-86% (צמיחה מכ-79% בשנת 2005). בנוסף לכך, נתוני מדד התקשוב מראים כי רק כ-56% דיווחו על השימוש במחשב בשנת 2014 (צמיחה מכ-51% בשנת 2005).

הפער המשמעותי לנגישות לאינטרנט בחברה הערבית בין המחשב (כ-50%) לבין הטלפון הנייד (כ-80%), מצביע על קשיים אפשריים בתשתיות פיזיות בישובים ולא במיומנויות ולא בחשיפה לפוטנציאל השימוש במחשב ובאינטרנט. בנוסף שימושים מהמחשב יכולים להעיד יותר על שימוש פונקציונאלי (טפסים, דוא"ל וכו'), שימושים תעסוקתיים ויצירה יותר מאשר צריכה. לעומת זאת,

³⁴ <http://surveys.cbs.gov.il>. בסקר אגודת הגליל (2014) כ-56% דיווחו כי ברשותם מחשב ביתי, 44% דיווחו כי ברשותם מחשב נייד לעומת כ-70% שדיווחו כי ברשותם טלפון נייד.

³⁵ <http://www.madadict.org>

הגלישה לאינטרנט רק מהטלפון הנייד מעידה יותר על שימושים חברתיים וצרכנות. הרחבה בעניין זה בסעיף מאפייני השימוש להלן.

ד. מיקום הנגישות - בית ועבודה

נמצא שבקרב האוכלוסייה הערבית, קיים פער משמעותי בנגישות ושימוש באינטרנט ממקום העבודה לעומת הבית:³⁶

- 1) כ-80% בעלי נגישות למחשב עם חיבור אינטרנט מהבית, אך רק כ-62% משתמשים באינטרנט מהבית.
- 2) רק כ-25% דיווחו גם על גישה לאינטרנט מבית הספר או ממוסד הלימודים.
- 3) לכ-23% יש גישה לאינטרנט במקום העבודה.
- 4) לכ-21.8% יש גישה לאינטרנט במקומות הבילוי.
- 5) כ-18% ציינו שחיבור האינטרנט בבית איננו טוב (גלישה איטית).

זאת, בניגוד לחברה היהודית שם לא מסתמן הבדל בין שיעור השימוש באינטרנט בעבודה ובבית. כך, מנתוני שנת 2014 של מדד תקשוב ישראל, ניתן להבחין בשימוש במחשב מהבית בשיעור של כ-57% (צמיחה מכ-51% בשנת 2005), לעומת שימוש ממקום העבודה בו השימוש במחשב נמצא בשיעור של כ-54% (צמיחה מכ-50% משנת 2005).³⁷ בנוסף כ-44% דיווחו על נגישות לאינטרנט ממקום אחר (עלייה מכ-40% בשנת 2005).

מנתוני הסקר החברתי של הלמ"ס לשנת 2015 עולה כי לכ-41% מהאוכלוסייה הערבית יש מחשב עם חיבור לאינטרנט בביתם לעומת כ-74% בקרב החברה היהודית. סקר זה הראה גם שמכלל משתמשי האינטרנט כ-95.3% מקרב החברה היהודית גולשים באינטרנט מהבית וכ-90.4% בקרב החברה הערבית. בהסתכלות על נתוני הנגישות לאינטרנט ממקום העבודה, סקר הלמ"ס 2015 מראה שכ-61.4% מהחברה היהודית גולשים באינטרנט ממקום העבודה לעומת רק כ-38.9% בקרב החברה הערבית.

³⁶ סקר חמלה, 2016. זאת, בהשוואה לאוכלוסייה היהודית, שם כמעט שלא קיים פער בין שני המקומות לנגישות ושימוש.

³⁷ בסקר אגודת הגליל 2014 עלה שרק כ-29% מהחברה הערבית עשו שימוש באינטרנט למטרות עבודה.

נתוני סקר המרכז הבינתחומי הרצליה והמכון הישראלי לדמוקרטיה³⁸ הראו פער עצום בשימוש באינטרנט ממקום העבודה, בעוד שבקרוב האוכלוסייה היהודית כשליש מזמן הגלישה באינטרנט מתבצע בזמן העבודה (יחס של 1:2 עם הגלישה מהבית), רק כשישית מהזמן של הגולשים מקרב האוכלוסייה הערבית מתבצע בזמן העבודה (ביחס של 1:5). מש ותלמוד חקרו את ההבדלים האתניים והשפעתם על הנגישות לאינטרנט ומצאו כי כ-72% מהנבדקים היהודים דיווחו על נגישות לאינטרנט ממקום העבודה לעומת 53% בלבד מקרב הנבדקים הערבים (Mesch & Talmud, 2011). מדיווח מחקרה של גנאים בשנת 2012 על נתונים משנת 2007, עולה כי לכ-50% הייתה נגישות לאינטרנט רק ממקום אחד שהיה בעיקר הבית (Ganayem, 2012), ורק כ-8% דיווחו על גלישה בעיקר ממקום העבודה וכ-7% דיווחו על גלישה בעיקר ממוסד הלימודים.

³⁸ מאתר איגוד האינטרנט הישראלי, 2011.

3. שימוש ומאפייני השימוש באינטרנט

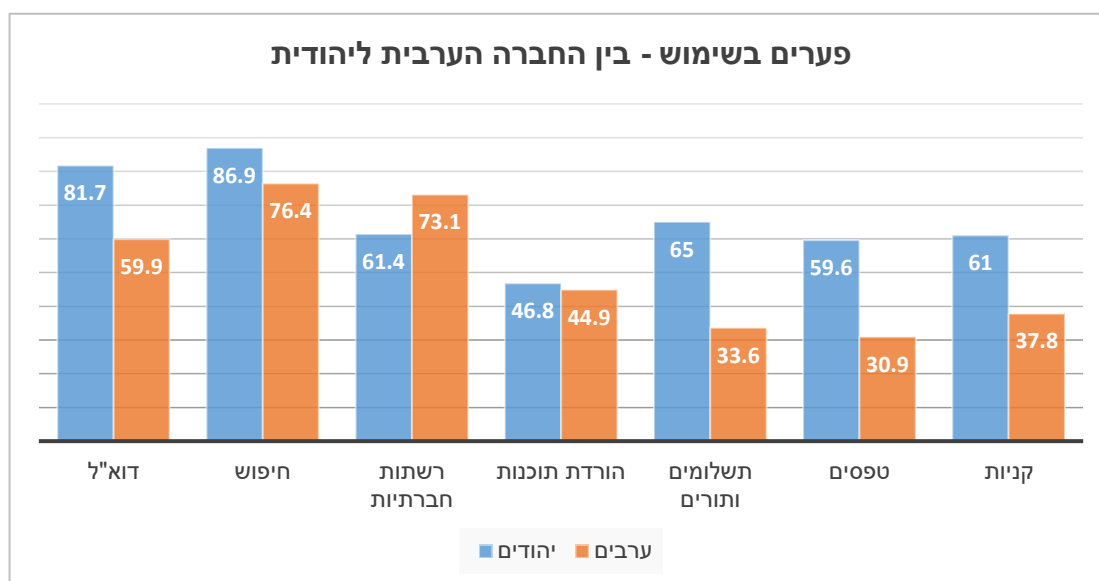
דפוסי השימוש באינטרנט משפיעים בצורה ישירה על חיי האדם, ומשקפים תהליכים של שינוי והתפתחות בעידן בו האינטרנט הינה חלק בלתי נפרד מחיי היומיומיים ומהווה מרכיב חיוני ונדרש בתחומים רבים כגון: חינוך, תעסוקה, כלכלה וכדומה. במדינת ישראל, אשר הינה מהמדינות המתקדמות ביותר בפיתוח ובשימוש באינטרנט,³⁹ בייחוד לצרכים שימושיים, ניתן למצוא הבדלים מהותיים באופן השימוש באינטרנט,⁴⁰ בעיקר כשעורכים השוואה בין החברה היהודית לחברה הערבית.⁴¹ בקרב האוכלוסייה היהודית אנו עדים לשימוש גבוה במאפיינים פונקציונאליים (כגון מילוי טפסים, ביצוע שירותים בצורה מקוונת, שימוש בדואר אלקטרוני ועוד), לעומת שימוש נמוך בקרב האוכלוסייה הערבית בתחומים אלו. האוכלוסייה הערבית, מנגד, משתמשת יותר ברשת לתקשורת חברתית, וניכר כי אינה מקשרת בין שימוש פונקציונאלי ברשת, לבין עלייה באיכות החיים וההתפתחות האישית והחברתית. **הבדלים אלו משקפים פער דיגיטלי.**

בחנית תוצאות סקר איגוד האינטרנט (2017) מצביעה על כך שכשני שליש מהאוכלוסייה היהודית משתמשת בשירותים מקוונים להתנהלות לצורך מילוי טפסים, תשלומים, תורים וכ"ו, לעומת כשליש בחברה הערבית. לעומת זאת, האוכלוסייה הערבית משתמשת בצורה מסיבית ברשתות החברתיות - מעל 75%, גם ביחס לחברה היהודית.

³⁹ מדוח בוק לשנת 2016 עולה כי קצב הגלישה ממשיך לגדול תוך התאמה להרחבת השימושים ברשת ורוחב הפס הממוצע באינטרנט הנייח עומד כיום על כ-65 מגה, עליה של כ-30% בהשוואה לשנה קודם. דו"ח בוק מציין שכ-80% קונים דרך הרשת וכי יש שינויים בצריכת התוכן. כ-80% צורכים חדשות דרך הרשת וכ-30% רואים טלוויזיה בסטרימינג במיוחד בקרב הצעירים.

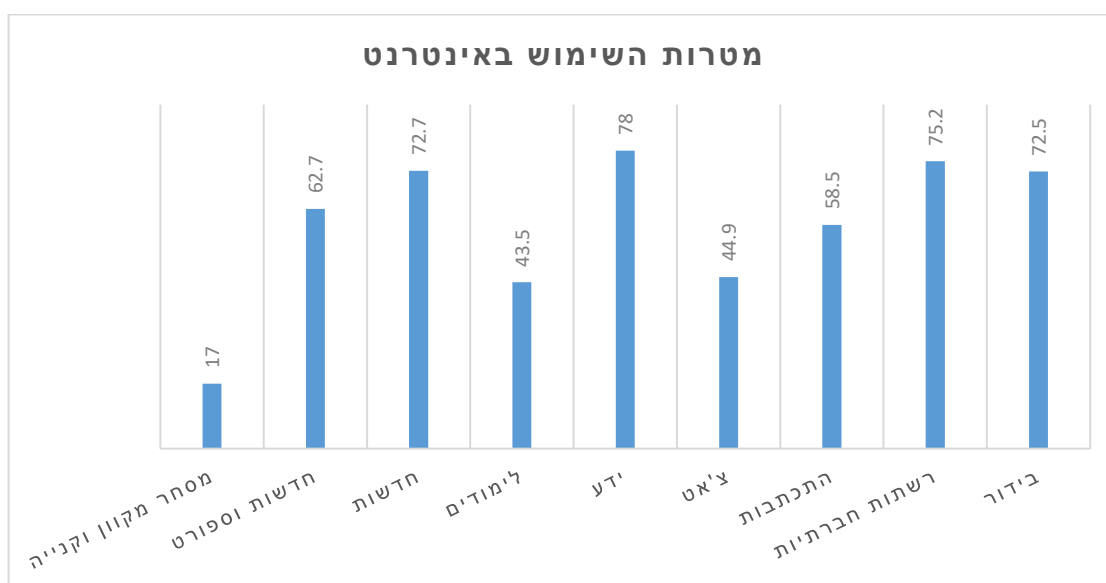
⁴⁰ הסיבות להבדלים בשימוש הינן מגוונות ונובעות מפערים תרבותיים, כלכליים וחברתיים, דמוגרפיים או מגדריים (DiMaggio & Hargittai, 2001).

⁴¹ Lissitsa, 2015 ;Ganayem, 2010



גרף 3.1: פערים בדפוסי השימוש בין החברה הערבית והיהודית - ניתוח מבוסס על נתוני סקר איגוד האינטרנט 2017

הגרף הבא מציג מבט כללי על דפוסי השימוש בחברה הערבית, המבוסס על נתוני סקר אגודת הגליל משנת 2014. הנתונים מראים שימוש גבוה (מעל 75%) לצרכי מידע, בידור ותקשורת חברתית, לעומת שימוש נמוך יחסית לצרכי לימוד ומסחר מקוון. יש לציין כי האחוזים הם מתוך כלל משתמשי האינטרנט דאז שהיה בשיעור של כ- 65%:



גרף 3.2: דפוסי השימוש באינטרנט בחברה הערבית-ניתוח מבוסס על נתוני סקר אגודת הגליל 2014

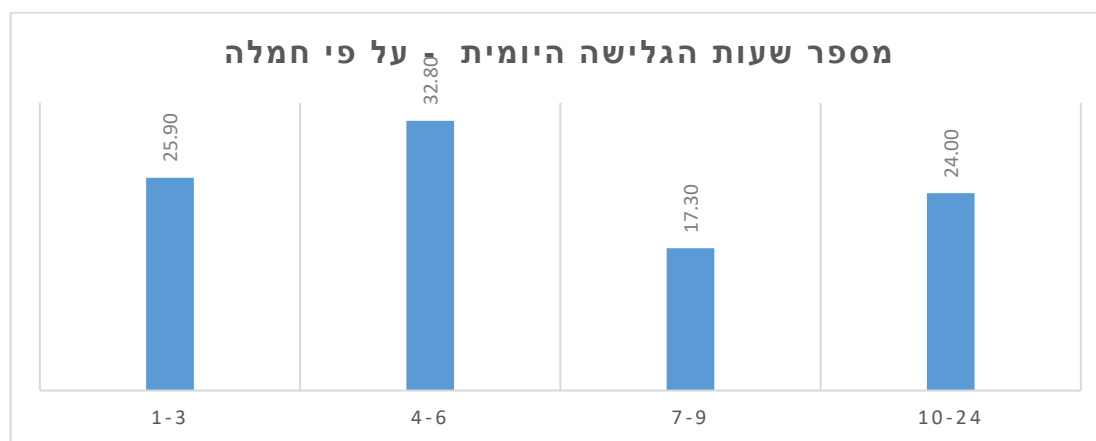
באותו סקר לאגודת הגליל עלה שרק כ-29% השתמשו באינטרנט למטרות עבודה. לשם השוואה, במעקב של 24 שעות אחר דפוסי השימוש באינטרנט בכלל האוכלוסייה הישראלית בשנת 2009, הראה מחקרו של רפאלי כי כ-94.4% חפשו מידע, כ-91.5% גלשו באתרי חדשות, שלחו דוא"ל כ-81.5%, ביצעו השוואת מחירים כ-75%, שחקו במשחקים מקוונים כ-68.5%, כ-29.8% רכשו מוצרים מ-ebay, כ-47.6% ביצעו פעילות בבנקאות מקוונת וכ-56.5% התכתבו בצ'אט.⁴²

להלן סקירה לדפוסי השימוש באינטרנט בחברה הערבית כולל מבט השוואתי עם האוכלוסייה היהודית בישראל.

א. תדירות השימוש באינטרנט

טרם עידן הטלפונים הניידים החכמים המדד 'תדירות השימוש באינטרנט' שימש כמדד חשוב. לפיכך, בסקרים הקודמים ניתנה תשומת לב מיוחדת לנושא. מדד זה זוכה להתייחסות מעטה, אם בכלל, בסקרים החדשים. גם בהשוואה בין שתי האוכלוסיות (הערבית לעומת היהודית) כמעט ולא ניתן למצוא פערים במדד 'תדירות השימוש'. לפיכך, נראה שבעידן של טלפונים ניידים חכמים נכון יותר יהיה לשאול אודות תדירות השימוש במגוון שירותים (יורחב בהמשך). להלן נציג את נתוני תדירות השימוש באופן כללי באינטרנט ממגוון מקורות.

סקר עמותת חמלה (2016) בקרב האוכלוסייה הערבית הצעירה בישראל הראה כי כ-75% גולשים יותר מ-3 שעות ביום, כפי שניתן לראות בגרף הבא:



גרף 3.3: מספר שעות הגלישה ביום בקרב האוכלוסייה הצעירה

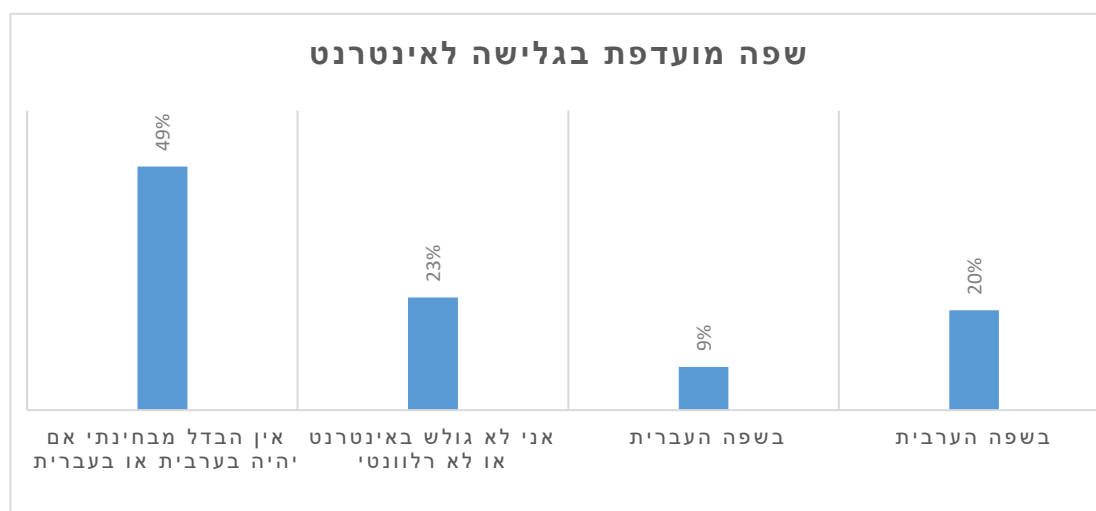
⁴² .Rafaeli, 2009

על פי נתוני הלמ"ס (2015) עלה כי כ-92% ממשתמשי האינטרנט באוכלוסייה היהודית עשו שימוש יומיומי לעומת כ-87% מהאוכלוסייה הערבית. מסקר המרכז הבינתחומי הרצליה והמכון הישראלי לדמוקרטיה (מאתר איגוד האינטרנט הישראלי, 2011) עלה כי כ-86% גלשו על בסיס יומי, כך שכשליש מהגולשים גלשו יותר מ 3 שעות, וכ-21% גלשו בין שעה לשעתיים.

ב. שפת הגלישה

עניין השפה חשוב במיוחד לעניין השימושיות באינטרנט בישראל, משום שרוב השירותים הפורמאליים נגישים אך ורק בשפה העברית, או שהם מתורגמים חלקית או שהתרגום לוקה בחוסר דיוק בשפה הערבית. חשוב לציין שהשפה הערבית נחשבת כשפה רשמית במדינה אך לרוב איננה מופעלת כשפה הרשמית בשירותים ובעשייה היומיומית.

מסקר איגוד האינטרנט לשנת 2016 עלה שכ-20% מהגולשים מהאוכלוסייה הערבית מעדיפים לגלוש בשפה הערבית, כאשר לכ-64% אין הבדל בין השפה הערבית והעברית, ורק כ-9% העדיפו להשתמש בשפה העברית. בקרב האוכלוסייה היהודית כ-84% העדיפו להשתמש בשפה העברית וכ-11% העדיפו את השימוש בשפה האנגלית.



גרף 3.4: שפה מועדפת בגלישה לאינטרנט – מבוסס על נתוני סקר איגוד האינטרנט 2016

נתונים מוקדמים יותר מציגים תמונה שונה. נתוני סקר אגודת הגליל (2014) הראו כי כ-61% מהאוכלוסייה הערבית מעדיפים לגלוש בשפה הערבית כעדיפות ראשונה, כ-28% גולשים באמצעות השפה העברית כעדיפות ראשונה וכ-6% גולשים בשפה האנגלית. בסקר אגודת הגליל

לשנת 2007 נמצא שכ-70% העדיפו את השימוש בשפה הערבית ולאחר מכן בסדר יורד כ-27% העדיפו את השימוש בשפה העברית.⁴³ נתוני הלמ"ס משנת 2011 הראו שמקרב האוכלוסייה הערבית, כ-68% ציינו את העדפתם לשפה הערבית ורק כ-25% לשפה העברית.

במחקרם של גנאים ועמיתיה, בקרב בני נוער, עלה כי רוב בני הנוער הערביים כ-54% משתמשים בשפה הערבית המדוברת וכותבים אותה באותיות לטיניות, רק כ-14% כותבים בשפה הערבית (ספרותית או מדוברת), כ-16% כותבים בשפה העברית וכ-16% בשפה האנגלית.⁴⁴ בהקשר זה, יצוין כי בשנת 2007 ציינו במחקרם מש ותלמוד את השפה כמחסום תקשורתי לגלישה באינטרנט בקרב מתבגרים באוכלוסייה הערבית, בשל שליטתם המוחלטת כמעט רק בשפת האם, השפה הערבית, ובשל מחסור בתכנים רלוונטיים דאז בשפה זו. בני הנוער שוחחו ביניהם באמצעות צ'אט בשפה הערבית הכתובה בתעתיק כלומר שוחחו באותיות לטיניות, כך שהיה נוח ומתאים יותר טכנולוגית, להקליד באנגלית או בעברית ואוצר המלים המשותף בשפות זרות הוגדר כנמוך מאוד.

ג. חיפוש מידע

השימוש הראשון באינטרנט היה איתור מידע, שימוש שממשיך להוביל כמטרה עיקרית בקרב משתמשי האינטרנט, כולל בקרב המשתמשים בחברה הערבית בישראל, הגם שעדיין קיים פער (קטן יחסית) בתחום זה בין החברה הערבית ליהודית. דו"ח המשרד לשוויון חברתי מתייחס לפעולה זו תוך שימת דגש על רמת ההכנסה של האוכלוסייה הישראלית. על פי הנתונים שנאספו, ככל שרמת ההכנסה גבוהה יותר כך גם השימוש ברשת לחיפוש מידע עולה. כך, כ-91% מבעלי רמת הכנסה גבוהה משתמשים ברשת לחיפוש מידע לעומת כ-64% בקרב בעלי הכנסה נמוכה.

על פי תוצאות סקר איגוד האינטרנט משנת 2017, המשיבים היהודים נוטים להשתמש יותר במנועי חיפוש (87%) לעומת המשיבים הערבים (76%). נתונים דומים התקבלו מסקר האיגוד לשנת 2016 ומראים שכ-88% מהיהודים וכ-76% מהערבים משתמשים במנועי חיפוש לאיתור מידע. ניתוח נתוני שנת 2005 הראה כי מכלל משתמשי האינטרנט בחברה הערבית דאז (כ-20%), כ-92% השתמשו בשירותי חיפוש באינטרנט לעומת כ-95% מהגולשים בחברה היהודית.

⁴³ Ganayem, 2012.

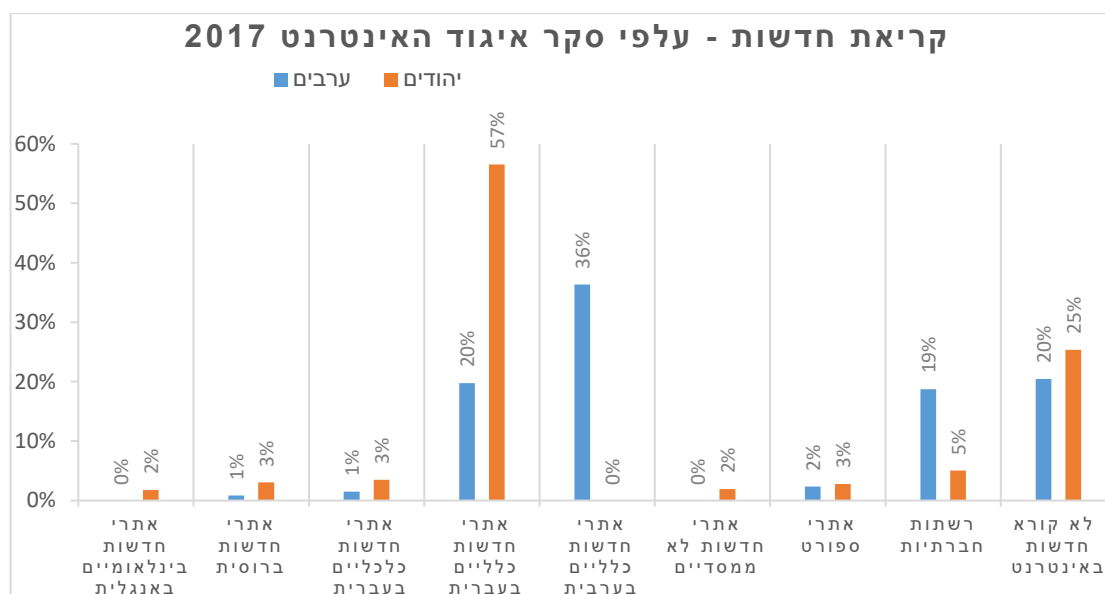
⁴⁴ גנאיים, אסעד, & טיבי, 2011.

ד. צריכת חדשות

צריכת החדשות בישראל נחשבת גבוהה ביחס לשירותים אחרים, בשל ההקשרים הפוליטיים-חברתיים המשתנים תדיר. מהנתונים עולה שהאוכלוסייה הערבית קוראת יותר חדשות מהאוכלוסייה היהודית. דו"ח בזק לשנת 2017 מראה כי האינטרנט הינה מקור החדשות המרכזי ולא הטלוויזיה. כ-62% מבקרים באתרי חדשות, ואילו כ-48% מתעדכנים בחדשות באמצעות רשתות חברתיות,⁴⁵ לעומת כ-40% הצופים במהדורת החדשות בטלוויזיה. נתונים אלו מתייחסים לכלל האוכלוסייה הישראלית. גם בקרב צרכי החדשות המקוונות צריכת החדשות התעצמה באמצעות רשתות חברתיות ובמיוחד פייסבוק.

בסקר איגוד האינטרנט הישראלי משנת 2017 ונמצא כי כ-80% מהאוכלוסייה הערבית צורכת חדשות באמצעות האינטרנט לעומת כ-75% מהאוכלוסייה היהודית. מהנתונים עולה כי כ-24% מהאוכלוסייה הערבית צורכת חדשות מאתרי חדשות ישראלים בעברית וכ-36% צורכים מאתרי חדשות מקומיים בשפה הערבית. לעומתם כ-65% מהאוכלוסייה היהודית צורכים חדשות בשפה העברית מאתרים מקומיים. עם זאת עולה כי המשיבים הערבים מובילים בקריאת חדשות ברשת החברתית פייסבוק: כ-18.7%, לעומת רק כ-5.1% בקרב היהודים.

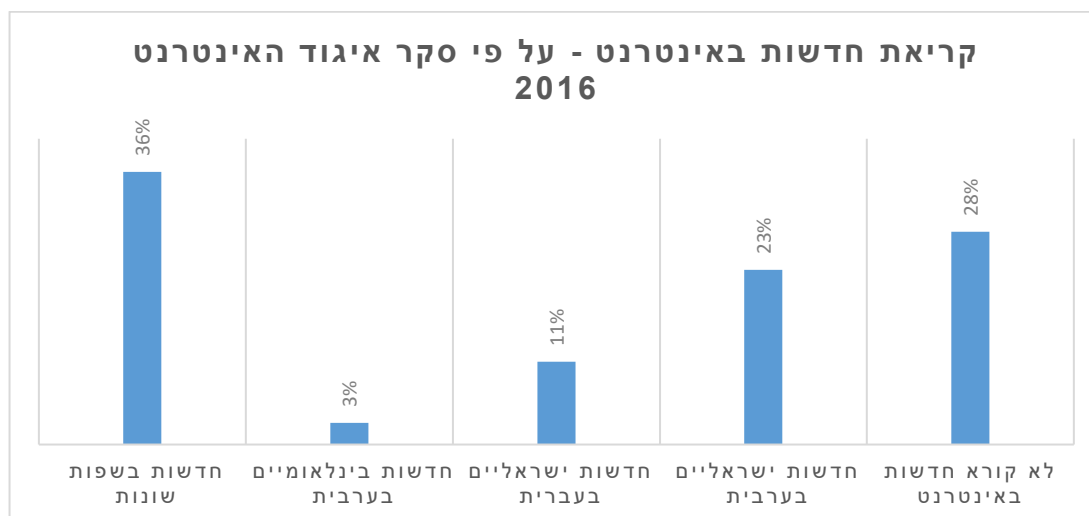
⁴⁵ מנתוני דו"ח בזק (2015) שנערך בקרב משתמשים בגילאי 18 ומעלה עולה כי כ-68% ממשתתפי הסקר דיווחו שהם קוראים חדשות באמצעות הפניות המגיעות אליהם מהרשת החברתית פייסבוק, מיישומים בטלפניה ניידת או מיישום הוואטסאפ.



גרף 3.5: קריאת החדשות באינטרנט, הניתוח מבוסס על נתוני סקר איגוד האינטרנט 2017

סקר איגוד האינטרנט הישראלי משנת 2016 מראה שכ-80% מהמשיבים היהודים קוראים חדשות באינטרנט וכ-72% קוראים חדשות ומתעדכנים באמצעות האינטרנט בקרב הערבים.⁴⁶ כ-36% מקרב הערבים דיווחו כי הם קוראים חדשות באתרים בשפות שונות, לעומת כ-23% הקוראים חדשות בעיקר מאתרים ערביים מקומיים, כ-11% קוראים חדשות בשפה העברית וכ-3% קוראים מאתרים מהעולם הערבי. בקרב האוכלוסייה היהודית כ-67% קוראים בעיקר באתרי חדשות מקומיים בעברית, כ-6% בשפות אחרות וכ-5% צורכים חדשות מרשתות חברתיות. מנתוני הסקר ניתן ללמוד שככל שההשכלה גבוהה יותר צריכת החדשות בשפות שונות, כולל עברית עולה, כאשר צריכת החדשות בשפה הערבית גבוהה יותר בקרב בעלי השכלה נמוכה.

⁴⁶ לפי נתוני סקר אגודת הגליל 2014, עלה שכ-65% ממשתמשי האינטרנט דיווחו על קריאת חדשות מקוונות.



גרף 3.6 : קריאת חדשות בקרב הגולשים בחברה הערבית מבוסס על נתוני סקר איגוד האינטרנט 2016

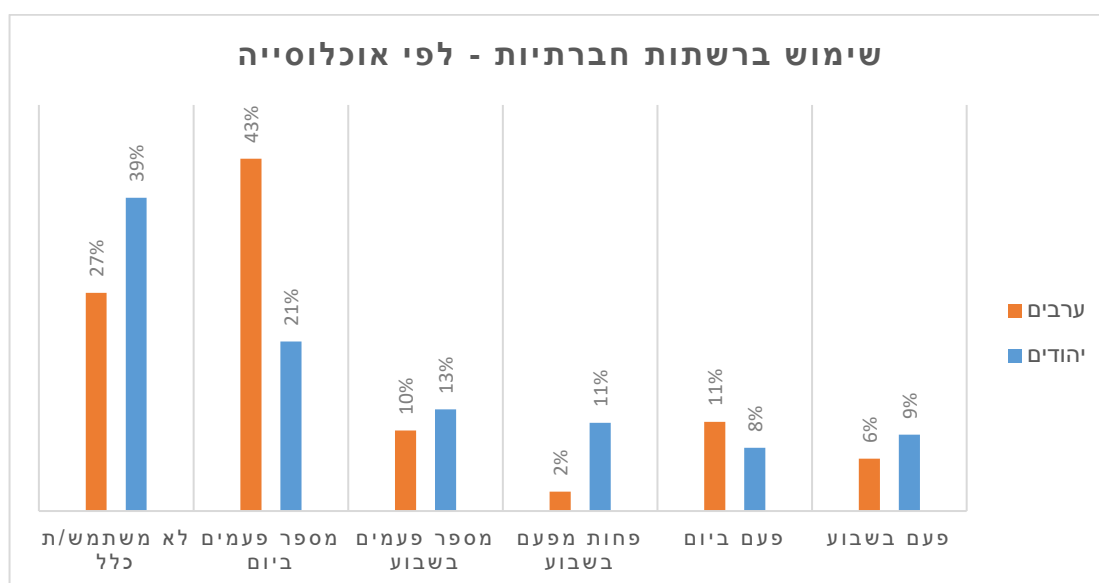
מבחינת העדפת שפת אתר החדשות בקרב האוכלוסייה הערבית, הרוב קוראים במגוון בשפות, ולאחר מכן בסדר יורד צורכים חדשות בשפה הערבית מאתרים מקומיים, בשפה העברית, ולבסוף צורכים חדשות בשפה הערבית מאתרים בינלאומיים (בעיקר מהעולם הערבי) בשיעור של פחות מכ-5%.

ה. שימוש ברשתות חברתיות

השימוש ברשתות החברתיות גבוה מאוד במיוחד בקרב האוכלוסייה הערבית ובמיוחד בקרב האוכלוסייה הצעירה.⁴⁷ בישראל דורגו אפליקציות הרשתות החברתיות (וואטסאפ, פייסבוק וכו'), בדירוג הגבוה ביותר, כאפליקציות שהמשתמשים אינם מוכנים לוותר עליהן ואחריהן דורג יישום הווזי. הנתונים שיוצגו להלן מצביעים על שימוש גבוה ובתדירות גבוהה במרחבי הרשתות החברתיות, שהתפתחו לאחר הקמת הרשת החברתית פייסבוק, כדוגמת סנאפצ'אט ואינסטגרם במיוחד בקרב האוכלוסייה הצעירה. השימוש בפייסבוק גבוה יותר בחברה הערבית מאשר בחברה היהודית והשימוש בו אינטנסיבי יותר בחברה הערבית.

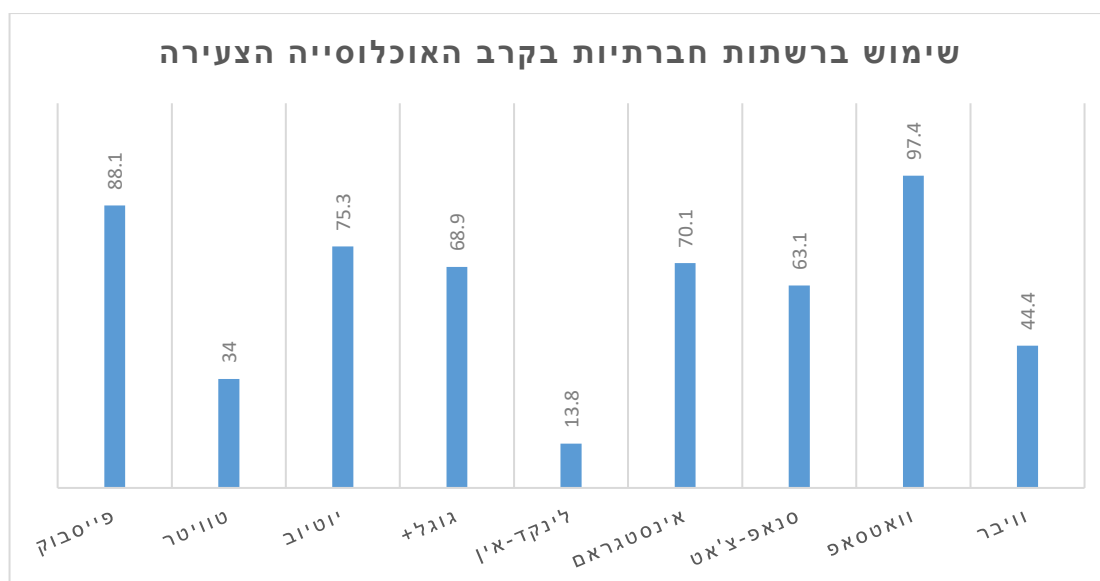
⁴⁷ מנתוני הלמ"ס 2015 עלה שמכלל משתמשי האינטרנט בחברה הערבית באותה תקופה, כ-90% דיווחו על השימוש ברשתות חברתיות בקרב האוכלוסייה הערבית, לעומת כ-84% בקרב החברה היהודית בישראל. מנתוני סקר אגודת הגליל (2014) עלה כי כ-75% ממשתמשי האינטרנט ציינו שימוש ברשתות חברתיות.

הנתונים העדכניים ביותר הינם מסקר איגוד האינטרנט הישראלי משנת 2017, ממנו עולה שכ- 73% מהחברה הערבית משתמשים בפייסבוק (אינסטגרם, טוויטר ויישומים דומים), לעומת כ-61% בקרב החברה היהודית. הנתונים בחברה הערבית עלו מכ-62% על פי נתוני סקר האיגוד בשנת 2016, בעוד שבחברה היהודית הנתון נותר כמעט בלי שינוי, כ-60%. באשר לתדירות, דווח כי כ-55% משתמשים על בסיס יומי ברשתות חברתיות בחברה הערבית לעומת כ-28% בחברה היהודית. בשנת 2016 דווח שכ-45% מהמשיבים הערבים מתקשרים ומפרסמים ברשתות החברתיות בתדירות של מספר פעמים ביום, לעומת כ-17% בקרב החברה היהודית.



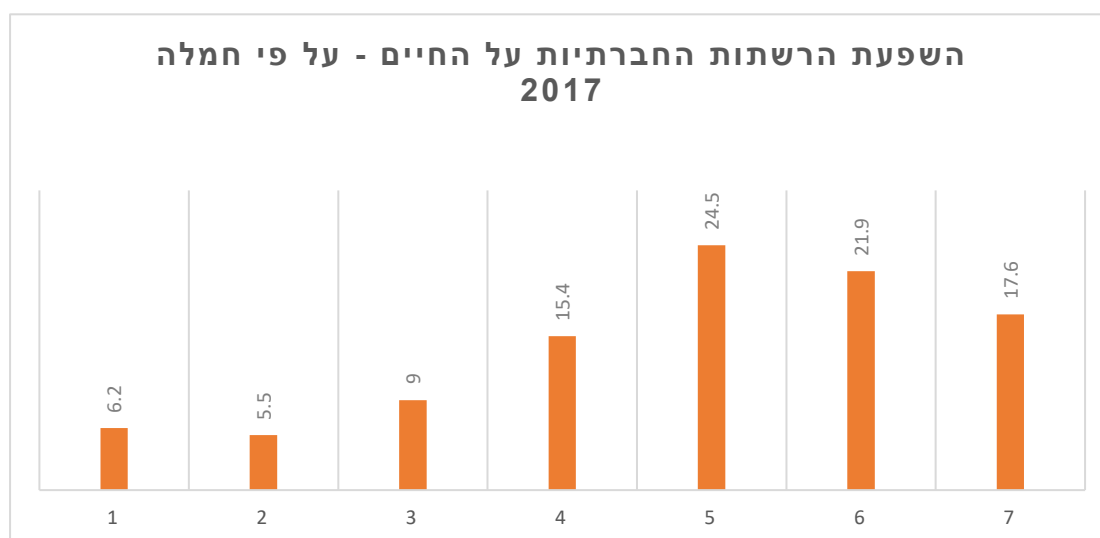
גרף 3.7: שימוש ברשתות חברתיות- ניתוח מבוסס על נתוני סקר איגוד האינטרנט 2017

בסקר עמותת "חמלה" לשנת 2016 בלט הנתון של שימוש ברשתות החברתיות. נמצא שהרשתות החברתיות נמצאו במיקום הראשון כמטרת השימוש באינטרנט בקרב כ-96% ממשתמשי האינטרנט בחברה הערבית, כך שלכ-48% היא השימוש העיקרי הראשון עבורם ולכ-25% היא השימוש העיקרי השני. אחרי הרשתות החברתיות ציינו הצעירים את השימוש באינטרנט למטרות מוזיקה וסרטונים (83%), חדשות (64%), משחקים (63%) וקנייה (40%). על פי סקר עמותת חמלה לשנת 2017, שיעור השימוש בוואטסאפ נמצא במקום הראשון (כמעט כולם משתמשים בו), ולאחריו בסדר יורד: הרשת החברתית פייסבוק (88%), יוטיוב (75%), אינסטגרם (70%), גוגל+ (68%), סנאפ-צ'אט (63%), וויבר (44%), טוויטר (34%), ולינקד-אין (14%).



גרף 13.8: שימוש במגוון רשתות חברתיות בקרב הצעירים - ניתוח מבוסס על נתוני חמלה

על פי חמלה, כ-65% ממשמשי הרשתות החברתיות מציינים כי יש להם השפעה גדולה על חייהם (במדד מ-1 הנמוך ביותר ל-7 הגבוה ביותר).⁴⁸ הגרף הבא מתאר את דרגות ההשפעה השונות של הרשתות החברתיות על חיי הצעירים בחברה הערבית בישראל להלן:



גרף 3.9: השפעת הרשתות החברתיות על החיים (1-השפעה נמוכה, 7-השפעה רבה) - ניתוח מבוסס

על נתוני חמלה 2017

⁴⁸ חשוב לציין כי מדובר בהתפתחויות של השנים האחרונות. כך, בשנת 2011 נמדד פער עצום בקרב בני הנוער, לפיו כ-73% מכלל הנוער גלשו ו/או השתמשו ברשתות חברתיות ורק כ-24% מקרב בני הנוער הערבי נכחו ברשתות חברתיות. ראה: סקר המרכז הבינתחומי הרצליה והמכון הישראלי לדמוקרטיה, מאתר איגוד האינטרנט הישראלי, 2011.

באוכלוסייה הישראלית הכללית, עלה מנתוני דו"ח בזק (2015) שנערך בקרב משתמשים בגילאי 18 ומעלה, כי כ-80% משתמשים בפייסבוק, כ-75% עשו שימוש ביישום הוואטסאפ וכ-22% השתמשו בגוגל פלוס. באותו דו"ח נמצא יישום הוואטסאפ במקום הראשון בקרב בני נוער בגילאי 13-17 (80%) ואחריו הרשת החברתית פייסבוק (60%) ולבסוף אינסטגרם (51%). בקרב בני נוער צוברת פופולאריות (35%) גם רשת סנאפצ'ט המאפשרת שיגור צילומים וסרטונים, הנמחקים מן המכשיר הקולט כעשר שניות לאחר שהנמענים נחשפו אליהם.⁴⁹



גרף 3.10: שימוש הצעירים במגוון רשתות חברתיות - על פי דו"ח בזק 2015

בדפוסי השימוש ברשתות החברתיות מוביל על פי דו"ח בזק 2017 השימוש לאיתור מידע, אחריו פעילות בקבוצות וקהילות ואילו תקשורת עם החברים ממוקמת בדירוג נמוך הרבה יותר.

⁴⁹ סקר של בזק ומכון הגל החדש: עלייה ברמת האמון לשירותי הענן, 2015.



גרף 3.11: דפוסי השימוש בפייסבוק לפי דוח בזק 2017

מנתוני דו"ח בזק (2015) שנערך בקרב משתמשים בגילאי 18 ומעלה עלה כי כ-68% מהנסקרים בגילאי 13-34 וכ-50% מהנסקרים בגילאי 35 ומעלה ציינו כי הם קוראים חדשות באמצעות הפניות המגיעות אליהם מהרשת החברתית פייסבוק, מיישומים בטלפוניה ניידת או מיישום הווטסאפ.



גרף 3.12: דפוסי שימוש בפייסבוק - על פי דו"ח בזק 2015.

דו"ח בזק העמיק גם בדפוסי השימוש ברשתות חברתיות וניתן לזהות פופולאריות במעקב אחר תכנים מצחיקים ברשת (כ-31% מעל גיל 18 וכ-61% בקרב בני נוער), ובעלי תחומי עניין דומים לשלי (כ-37% מעל גיל 18 וכ-26% בקרב הנוער).



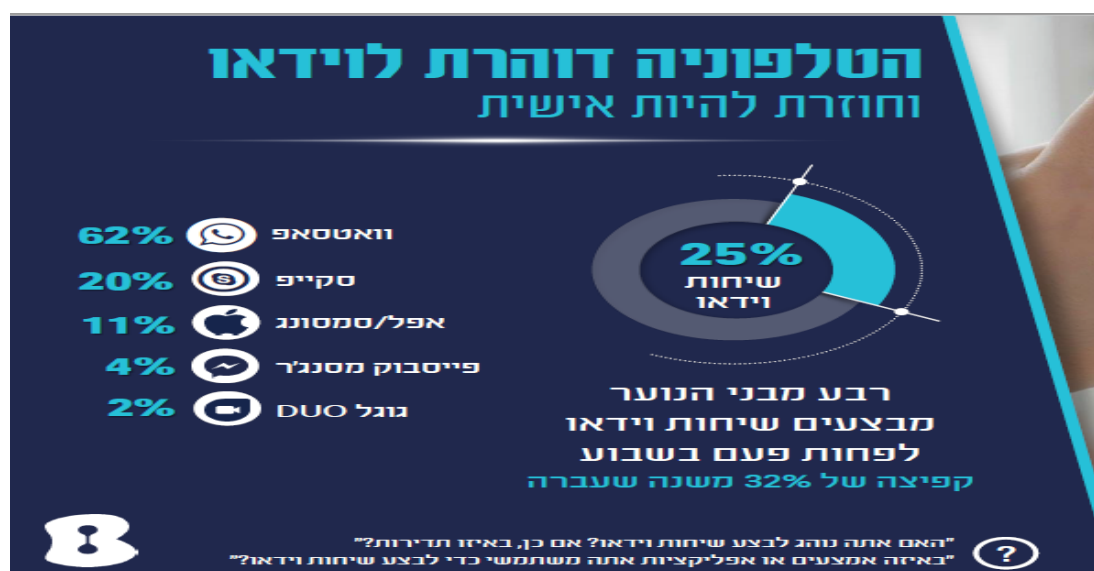
גרף 3.13: אנשים שעוקבים אחריהם בפייסבוק - לפי דו"ח בזק 2015

במחקרם של גנאים ועמיתיה שבחן את דפוסי השימוש של בני הנוער ברשת החברתית פייסבוק, עלה שכ-74% מבני הנוער משתמשים ברשתות החברתיות על בסיס יומי כתחליף למקומות בילוי. רוב השימוש של בני הנוער (53%) הינו תגובתי ואישי על בסיס יומי (צ'אט, הוספת הערות Comments והם עושים שימוש בהצבעת לייק כשעניין כלשהו מוצא חן בעיניהם), המשתמשים דיווחו על שימוש בתדירות נמוכה יותר על בסיס שבועי בכלים בפרסומים או תקשורת קבוצתית (כתיבה בלוח האישי, העלאת תמונות, קבלת חברות כ-66%, תקשורת בקבוצות Groups) כ-58%.

1. שיחות צ'אט ושיחות וידאו

יישומים שונים, כולל הרשתות החברתיות, אפשרו והרחיבו את ההזדמנויות לשיחות צ'אט ושיחות וידאו אשר הפכו לזמינים בלחיצת כפתור במכשירים החדשים. כרבע מבני הנוער הישראלי (מגילאי

13 עד 18) ציינו שהם עושים שימוש בשיחות וידאו ורובם (62%) משתמשים בשיחות אלו דרך הוואטסאפ.⁵⁰



גרף 3.14: שיעור השימוש בשיחות וידאו בקרב בני נוער מדו"ח בזק 2017

על פי נתוני סקר אגודת הגליל 2014 כ-30% מהחברה הערבית השתמשו בצ'אט. במעקב של 24 שעות אחר דפוסי שימושיות באמצעות האינטרנט בישראל, הראה מחקר של רפאלי כי כ-56.5% התכתבו בצ'אט.⁵¹ במחקר בקרב בני הנוער עלה שכ-54% השתמשו בצ'אט של הפייסבוק על בסיס יומי.⁵²

7. דואר אלקטרוני

שירות הדואר האלקטרוני (דוא"ל) נחשב לאחד מהשירותים הראשונים בעולם האינטרנט, אשר ממשיך להוות את אחד מהשירותים הבסיסיים והנפוצים באינטרנט. השימוש בדוא"ל מסמל שימוש פונקציונאלי, למטרות עבודה והתנהלות מול הממסדים, מקומות העבודה ועוד. מעין בדו"ח המשרד לשוויון חברתי⁵³ עולה כי נמצא קשר בין רמת ההכנסה לבין השימוש בדואר אלקטרוני כך שכ-84% מקרב האוכלוסייה הישראלית שהינם בעלי רמת הכנסה גבוהה, משתמשים בדואר

⁵⁰ בזק, 2017.

⁵¹ Rafaeli, 2009.

⁵² גנאים, אסעד וטיבי, 2011.

⁵³ TASC ומטה ישראל דיגיטלית, 2016.

אלקטרוני לעומת כ-60% בלבד בקרב בעלי רמת הכנסה נמוכה. מכל מקום, מהנתונים עולה כי רק כמחצית הערבים משתמשים בדוא"ל. יתר על כן, מגמת הגדילה בשימוש הדוא"ל איננה הולמת את התרחבות השימוש באינטרנט והפער נשמר בשירות זה.

מתוצאות הסקר של איגוד האינטרנט הישראלי לשנת 2017 עולה כי מקרב החברה היהודית ניכרת נטייה גבוהה יותר (82%) לשימוש בדוא"ל בהשוואה למשיבים מהחברה הערבית (כ-60%).⁵⁴ יצוין, עם זאת, כי בהקשר של החברה הערבית, מדובר בעלייה מנתוני 2016 בסקר איגוד האינטרנט בו דווח על כ-50% (לעומת כ-82% מקרב החברה היהודית). נתון חשוב נוסף שבלט בסקר האיגוד 2017, הוא השימוש בדוא"ל בקרב החברה היהודית על בסיס יומי (40%) לעומת כ-33% מהחברה הערבית.

ח. שירותים מקוונים

ביצוע תשלומים מקוונים למגוון שירותים ציבוריים הולכים והופכים לנורמה בחברה הישראלית. מדו"ח בזק לשנת 2017, עלה שכ-40% משלמים חניה באמצעות יישומים וכ-15% משלמים על תחבורה ציבורית. ואולם, בבחינת השימוש באינטרנט לצורך יעול ההתנהלות מול הרשויות כגון: תשלומים, קיצור תורים ומילוי טפסים, נמצא פער משמעותי בין שתי האוכלוסיות אשר כמעט ולא השתנה לאורך השנים.

מנתוני סקר איגוד האינטרנט הישראלי משנת 2017, רק כ-34% מהמשיבים הערבים ציינו שימוש בשירותים של תשלומים וקיצור תורים לעומת כ-65% בקרב האוכלוסייה היהודית. הפער בין שתי האוכלוסיות נותר דומה מהסקר של האיגוד, שבוצע בשנת 2016, שם עלה כי כ-30% מהאוכלוסייה הערבית משתמשת בשירותים מקוונים ממשלתיים כדוגמת מילוי טפסים לעומת כ-

⁵⁴ קיימת שונות גבוהה בנתונים בהשוואה למחקרים אחרים. ואולם, בכל המחקרים מסתמן פער משמעותי בין השימוש בדוא"ל באוכלוסייה היהודית לבין השימוש באוכלוסייה הערבית:

א. מנתוני הלמ"ס 2015, נמצא שכ-66% ממשתמשי האינטרנט באוכלוסייה הערבית (כלומר בסביבות כ-35% מכלל האוכלוסייה) משתמשים בדוא"ל לעומת כ-87%, כלומר כ-65% מכלל האוכלוסייה היהודית בישראל.

ב. על פי נתוני אגודת הגליל משנת 2014 כ-72% מכלל משתמשי האינטרנט בחברה הערבית דאו עשו שימוש בשליחת דואר אלקטרוני.

ג. במחקר הדוקטורט של גנאים (2010), דווח על כ-78% שימוש בדוא"ל מקרב משתמשי האינטרנט בחברה היהודית (כ-56% מכלל האוכלוסייה היהודית) לעומת כ-50% ממשתמשי האינטרנט בחברה הערבית (כ-29% מכלל האוכלוסייה הערבית).

ד. במעקב של כ-24 שעות אחר דפוסי שימושיות באמצעות האינטרנט בישראל, הראה מחקרו של רפאלי (2009) כי כ-81.5% שלחו דוא"ל.

60% בקרב האוכלוסייה היהודית. בנוסף לכך, הנתונים מראים שקיים גם פער בשימוש בטפסים מקוונים בין האוכלוסיות: בסקר של האיגוד משנת 2017 עלה שכ-31% מהערכים משתמשים בטפסים מקוונים לעומת כ-60% בחברה היהודית, ובסקר משנת 2016 עלה כי רק כ-26% מהאוכלוסייה הערבית עושה שימוש בשירותים מקוונים לתשלומים וקיצור תורים, לעומת כ-68% מהיהודים.

מנתוני הלמ"ס 2015 נמצא שרק כ-23% ממשתמשי האינטרנט (כ-61% השתמשו באינטרנט דאז מכלל החברה הערבית) בחברה הערבית, עשו שימוש בשירותים ממשלתיים מקוונים (כלומר כ-14% מכלל האוכלוסייה הערבית). זאת, לעומת כ-46% ממשתמשי האינטרנט בחברה היהודית (כ-81% השתמשו באינטרנט), כלומר כ-37% מכלל החברה היהודית. בנוסף לכך נמצא בסקר זה כי מכלל משתמשי האינטרנט בחברה היהודית, כ-53.7% בצעו תשלומים דרך האינטרנט לעומת רק כ-26.3% בקרב החברה הערבית.

מנתונים משנים קודמות עולה שימושיות נמוכה עוד יותר (אף כי הפערים בין האוכלוסיות נותרה דומה):

1) סקר הלמ"ס משנת 2010 מצא כי שיעור המשלמים דרך האינטרנט עומד על כ-5% בחברה הערבית לעומת כ-24% בחברה היהודית. כמו כן נמצא שרק כ-13% מהחברה הערבית השתמשו בשירותים ממשלתיים מקוונים לעומת כ-31% מהחברה היהודית.

2) ב-2009 דווח על כ-8% משתמשים פעילים בבנקאות מקוונת בחברה הערבית לעומת כ-25% בחברה היהודית.⁵⁵

3) במעקב של 24 שעות אחר דפוסי שימושיות באמצעות האינטרנט בישראל, הראה מחקרו של רפאלי כי כ-47.6% ביצעו פעילות בבנקאות מקוונת.⁵⁶

אם כן, הנתונים מראים שהשימוש בשירותים ותשלומים מקוונים עולה, אך בצורה איטית, בחברה הערבית בישראל. סיבות אפשריות לכך הן:

1) חוסר במודעות לקיום שירותים אלו.

⁵⁵ גנאים, רפאלי ועזאזיה, 2009.

⁵⁶ Rafaeli, 2009.

- (2) חוסר מיומנויות.
- (3) חשש מאי הצלחת הפעולות שיכול להוביל להסתבכות עם הרשויות.
- (4) השימוש בכרטיסי אשראי בחברה הערבית עדיין איננו נפוץ⁵⁷, ומכאן המוגבלות לתשלומים מקוונים.

ט. קניות דרך האינטרנט

שיעור הרכישה המקוונת בישראל הינה מהגבוהות בעולם.⁵⁸ כשני שליש מבצעים קניות מקוונות מאתרים ישראליים וכ-44% מבצעים קניות מאתרים בחו"ל.⁵⁹ כ-97% מבצעים בדיקה באינטרנט לפני קנייה.⁶⁰ אמנם, קיימת עלייה בשיעור הקנייה המקוונת גם בחברה הערבית, במיוחד בקרב הצעירים, אך הפער מהחברה היהודית עדיין ניכר.

מהסקר של איגוד האינטרנט הישראלי בשנת 2017 עולה כי כ-38% מהאוכלוסייה הערבית מבצעת השוואת מחירים וקנייה מקוונת לעומת כ-61% באוכלוסייה היהודית. נתון זה משקף עלייה משמעותית בקרב החברה הערבית: בנתוני 2016 לסקר האיגוד, דווח כי רק כ-29% מהאוכלוסייה הערבית מבצעת קניות דרך האינטרנט (השיעור באוכלוסייה היהודית נותר דומה ועמד על כ-61%).⁶¹ לפי נתוני הלמ"ס לשנת 2015, כ-23% ממשתמשי האינטרנט בחברה הערבית ביצעו קניות מקוונות לעומת כ-53% מהחברה היהודית. על פי נתוני אגודת הגליל (2014) כ-11% ביצעו קנייה מקוונת ודווח על כ-8% בסקר 2010.

⁵⁷ כתבה בגלובס - <https://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1001004341>

⁵⁸ בדוח בוק לשנת 2017 דווח כי כ-80% מהישראלים מבצעים קניות באינטרנט.

⁵⁹ רוב הקונים באמצעות האינטרנט (יותר משני שליש) מעדיפים לבצע את הקנייה באמצעות המחשב ולא באמצעות הטלפון הנייד, נתון העולה עם הגיל. רוב מבצעי הקניות המקוונות עושים זאת בשל המחירים האטרקטיביים וגם בשל גורם החסכון בזמן.

⁶⁰ במעקב של 24 שעות אחר דפוסי שימושיות באמצעות האינטרנט בישראל, הראה מחקרו של רפאלי (2009) כי בוצעו השוואות מחירים וכי כ-29.8% רכשו מוצרים מ ebay (Rafaeli, 2009).

⁶¹ לפי נתוני עמותת חמלה לשנת 2016, בקרב האוכלוסייה הערבית הצעירה בישראל, דווח על כ-40% משתמשים בשירותי קנייה מקוונת.

י. צפייה בסרטונים, סרטים וסדרות

צפייה ביוטיוב היא מהשירותים הנצרכים ביותר בקרב משתמשי האינטרנט בחברה הערבית. מגיל צעיר מאוד מתחילים ילדים, כולל תינוקות, לצפות בסרטוני יוטיוב. בנוסף לצריכה ישירה של סרטונים, קיימת הפצה מסיבית של סרטונים נבחרים באמצעות הרשתות החברתיות ובעיקר באמצעות הפייסבוק והוואטסאפ. בקרב בני נוער, נפוצה במיוחד צפייה בסרטים וסדרות באמצעות תוכנות ייעודיות כגון Popcorn, Netflix או אתרים דומים. רוב הסרטים וסדרות, מקורן מארצות הברית ומקוריהן.⁶² מגמה נוספת, בעיקר בקרב הצעירים, היא המעבר מהטלוויזיה לטלפון החכם לצורך צפייה בסרטונים וסדרות.

על פי דו"ח בזק לשנת 2017, הצפייה בסרטים וסדרות כמעט הכפילה את עצמה משנת 2016, ועלתה מכ-10% בשנת 2016 לכ-19% בשנת 2017. על פי נתוני אותו דוח, צוין שכ-30% מההורים מושיבים תינוקות מול המסכים.⁶³ מנתוני הלמ"ס משנת 2014, נמצא כי כ-15% מהחברה הערבית צפו בסרטונים באינטרנט לעומת כ-36% בחברה היהודית. במחקר שבוצע בשיתוף המכללה למנהל וחברת גוגל בשנת 2012 ופורסם באתר החדשות וואלה⁶⁴, עלה כי אף ששיעור הצופים בסרטונים בחברה היהודית עולה על זה שבחברה הערבית (כ-76% לעומת כ-63%), שיעור מעלי הסרטונים בחברה הערבית גבוה מזה שבחברה היהודית (27% לעומת כ-19%).

יא. משחקים מקוונים והורדת תוכנות מחשב

אין ברשותנו נתונים המשווים בין אחוז השימוש במשחקים מקוונים או הורדת תוכנות מחשב בין החברה היהודית לבין החברה הערבית.⁶⁵ באופן כללי, ניתן להעריך שאחוז השימוש של בני הנוער הערבים יחסית גבוה ודומה לזה שבחברה היהודית. הערכה זו מבוססת על כך שמדובר בפעילות המאפיינת את בני הנוער, אך גם על העובדה שקיימים סרטוני הדרכה והכוונה רבים אשר זמינים

⁶² מידע זה מבוסס על דיוני שולחנות עגולים עם קבוצות של בני נוער ומשפחות.

⁶³ בזק, 2016 ו-2017. על פי דו"ח בזק 2017 כ-71% בקרב ילדים בגילאי 9-6 צופים בסרטונים ביוטיוב.

⁶⁴ <http://tech.walla.co.il/item/2531045>

⁶⁵ במעקב של 24 שעות אחר דפוסי שימושיות באמצעות האינטרנט בישראל, הראה מחקרו של רפאלי (2009) כי כ-68.5% שחקו במשחקים מקוונים (Rafaeli, 2009). על פי סקר משנת 2017 עולה כי כ-45% מהחברה הערבית מבצעים הורדת תוכנות לעומת כ-48% בחברה היהודית.

בשפה הערבית ביוטיוב (Gamers). בנוסף, מידע בהקשר זה עלה מסדנאות לבני נוער בתחום הגלישה הבטוחה.

י.ב. האינטרנט בארגונים ובעסקים

נערכו סקרים ומיפויים במדגם של עסקים, ארגונים ציבוריים וארגוני קהילה⁶⁶ מהם עלה כי רוב תשתיות האינטרנט במגזר הערבי אינן יציבות, חסרות אבטחה הולמת לצרכי העסק, ואף אינן נמצאות בסדר העדיפויות של ארגונים אלו. בנוסף, לרוב, מיומנויות העובדים בתחום השימוש באינטרנט הינן בסיסיות, ואינן מספיקות לצרכי העבודה. מסיבה זו ממשיכים לעשות שימוש בשיטות קלאסיות (אנלוגיות) לארגון המידע ולתקשורת עם הלקוחות, גם במקרה שהתשתיות והמערכות האלו זמינות עבורם.

על כל פנים, קיים מחסור משמעותי במידע ונתונים אודות השימוש ואי-השימוש באינטרנט בארגונים ובעסקים בחברה הערבית.

⁶⁶ בוצעו על ידי ראיונות של כותבת הדו"ח הנוכחי, במסגרות שונות של מיפויים בתחום הדיגיטציה ותכניות אתגרים לבני נוער: 4 רשויות מקומיות, 4 מתנ"סים, 4 עסקים ו-73 בתי ספר.

4. מודעות ומיומנות

חלק זה בוחן את הפער הדיגיטלי בנושא 'מודעות ומיומנות' בין החברה היהודית לערבית בישראל ומרחיב אודות מספר נושאים חדשים שלא נבחנו בסקרים קודמים ואשר התווספו רק החל מהסקר של שנת 2017 של איגוד האינטרנט הישראלי. ביניהם: מידת העניין בנושא למידה והעמקה באינטרנט ורכישת ידע ומיומנויות אודות הרשת, כמו גם רמת המודעות לסכנות האינטרנט ולדרכי התגוננות מהן.⁶⁷

מהנתונים עולה:

- א. בקרב האנשים שאינם משתמשים באינטרנט בחברה הערבית, בלטו העמדות של חוסר מיומנויות וחוסר עניין, כאשר הסיבות התרבותיות-דתיות לאי שימוש באינטרנט קבלו אחוז נמוך יחסית. זאת, לעומת החברה היהודית, בה בולט חוסר שימוש באינטרנט מטעמים דתיים דווקא.
- ב. יחד עם זאת, בלט הרצון בקרב החברה הערבית לרכוש כלים ומיומנויות דיגיטליים, כולל בסוגיית פרטיות וביטחון ברשת (הגם שחשיפת מידע פרטי נפוצה יותר בקרב החברה הערבית).

א. מיומנויות לשימוש במחשב ובאינטרנט

מסקר איגוד האינטרנט הישראלי (2017), עלה כי כ-37.4% מהאוכלוסייה הערבית שאינה משתמשת באינטרנט (כ-15% מכלל החברה הערבית), הסבירו כי אינם שולטים במיומנויות מחשב,⁶⁸ וכ-41.1% ציינו שהאינטרנט אינו מעניין אותם. רק כ-4% ציינו שאינם עושים שימוש באינטרנט מסיבות דתיות. לעומת זאת, מתוך כ-8.5% מקרב הנשאלים בחברה היהודית שאינם משתמשים באינטרנט, כ-61% תולים זאת בסיבות דתיות (עלייה לעומת 47 אחוז אשתקד), וכ-21% ציינו כי האינטרנט אינו מעניין אותם. רק 4.3% מהנשאלים בחברה היהודית מסבירים שהם אינם גולשים באינטרנט משום שאינם יודעים להפעיל מחשב או להתחבר לרשת.

⁶⁷ דוח בוק לשנת 2017 דווח על כשליש מהישראלים שנפגעו מתקיפת סייבר כלשהי מהמחשב או הטלפון הנייד. בנוסף, הדוח הראה שכ-41% מבני הנוער בקרב כלל האוכלוסייה הישראלית חוו או ידעו על ביוש (שיימינג) ברשתות (עלייה בהשוואה לכ-28% בשנת 2016).

⁶⁸ דוח בוק לשנת 2017 העלה כי לטענת 72% מהמשיבים, מערכת מערכת החינוך בישראל איננה מספקת מיומנויות דיגיטליות לדור הבא.

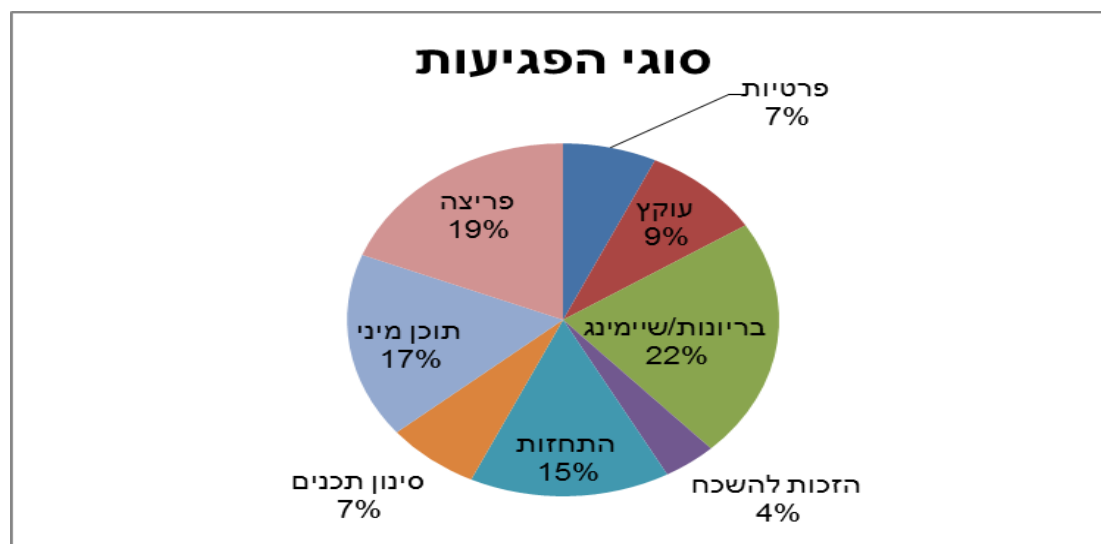
לעומת זאת, ההתעניינות בחברה הערבית לפיתוח מיומנויות דיגיטליות הן גבוהות על פי סקר איגוד האינטרנט הישראלי (2017). מעל 60% מהמשיבים לסקר מהחברה הערבית הביעו עניין לימוד כל נושא שהוצע בסקר לעומת רק כ-15% מהאוכלוסייה היהודית. 69.8% מהמשיבים הערבים ציינו כי הם מעוניינים ללמוד אודות המחשב והאינטרנט במידה רבה מאוד לעומת רק כ-11.5% מקרב המשיבים היהודים. כ-78% מהערבים ציינו צורך בלימוד רשתות חברתיות לעומת כ-39% בחברה היהודית. כ-60.5% מהמשיבים הערבים הביעו צורך גבוה ללמוד כיצד לקצר זמני המתנה במוסדות לעומת כ-14.3% בקרב המשיבים היהודים. כ-37.8% מהמשיבים הערבים ציינו כי הם מעוניינים ללמוד מסחר ומכירות באינטרנט במידה רבה מאוד לעומת רק כ-4.8% בקרב המשיבים היהודים. 47.7% מהמשיבים הערבים ענו כי הם מעוניינים לרכוש ידע במידה רבה מאוד לשימוש בדוא"ל לעומת רק כ-5.7% מקרב המשיבים היהודים. על השאלה בנושא לימוד נושאים מקצועיים באינטרנט כמו תוכנות ובניית אתרים, עולה מהתוצאות כי כ-44.9% מהמשיבים הערבים מעוניינים ללמוד במידה רבה מאוד לעומת רק כ-8.9% בקרב המשיבים היהודים. עוד עלה כי הרצון ללמוד כיצד לשמור על פרטיות ברשת בקרב עמד על 73% בקרב המשיבים מהאוכלוסייה הערבית, לעומת כ-19% בחברה היהודית.

ב. פרטיות וסכנות באינטרנט

החשש לפרטיות בקרב הגולשים הערבים גדול יחסית בהשוואה לחברה היהודית, למרות שחשיפת מידע פרטי גבוהה יותר בקרב הערבים. נתון זה מתחבר לנתוני המיומנויות שהוצגו בחלק הקודם. הפגיעה בפרטיות ברשתות החברתיות, במיוחד בקרב ילדים ובני נוער, גבוהה יחסית.

מנתוני איגוד האינטרנט הישראלי (דו"ח פנימי - 2017),⁶⁹ עולה כי כ-28% מהפניות לאיגוד מגיעות מקרב האוכלוסייה הערבית. אחוז זה גבוה באופן יחסי לאחוז הערבים באוכלוסייה הכללית. רשת הפייסבוק מהווה את מקור הפגיעות המרכזי ברשת. חשוב לציין כי שיעור הפגיעות בעלות אופי מיני גבוה יותר בחברה הערבית מאשר בחברה היהודית. להלן פילוח לסוגי הפגיעות באוכלוסייה הישראלית על פי הפניות לאיגוד האינטרנט:

⁶⁹ חשוב לציין שמעל 90% ממשתתפי סקר איגוד האינטרנט (2017) ציינו שלא שמעו על האיגוד והפעילות שלו.



גרף 4.1: סוגי פגיעות ברשת על פי פניות לאיגוד האינטרנט הישראלי (2017)

על פי תוצאות סקר האיגוד (2017 ו-2016) האוכלוסייה הערבית מודאגת יותר בענייני פרטיות מאשר האוכלוסייה היהודית, הגם שהערבים מעלים תמונות וחושפים מידע יותר מהיהודים:⁷⁰ כ-39% מהמשיבים הערבים חוששים מפגיעה בפרטיותם ברשת לעומת כ-26.9% בקרב המשיבים היהודים. עוד עולה כי כ-33.1% מקרב המשיבים הערבים מעדכנים סיסמאות בתדירות גבוהה לעומת כ-22.2% בקרב המשיבים היהודים. לעומת זאת, בנוגע לעדכון הגדרות פרטיות באפליקציות ניכר כי רק בקרב כ-2% המשיבים היהודים מעדכנים הגדרות פרטיות לעומת כ-0.5% בקרב המשיבים הערבים.

באשר להעלאת תכנים אישיים, הסקר מעלה כי כ-13.4% מהמשיבים הערבים אינם מעלים תמונות חושפניות שלהם או של בני משפחתם לעומת כ-20.4% מקרב המשיבים היהודים. כ-5.4% מהמשיבים הערבים נמנעים מהעלאת תמונות או תכנים אישיים לעומת נתון כפול של כ-11.3% בקרב המשיבים היהודים. ביחס לאישור קבלת חברים אך ורק שמכירים, ברשתות החברתיות, כ-8.1% מהיהודים מאשרים רק חברים שהם מכירים, לעומת כ-2% בלבד בקרב המשיבים הערבים.

⁷⁰ כ-14% מהאוכלוסייה הערבית ציינו שאין נושאים שמדאיגים אותם באינטרנט לעומת כ-7% בחברה היהודית.

האלימות ברשת⁷¹ בקרב בני נוער בחברה הערבית גבוהה יותר מאשר בחברה היהודית. מדוח "ניטור רמת האלימות בבתי הספר על פי דיווחי התלמידים" עלה כי כ-11% מתלמידי כיתות ד-ו בחברה הערבית נפגעו מאלימות ברשת לעומת כ-9% בחברה היהודית.⁷² בסקר שערכנו באיננ דיגיטל בתחום האלימות ברשת בקרב בני נוער, באחד היישובים הערביים, עלה כי:

- כ - 16% נפגעו ברשת
 - כ - 14% הציקו לאחרים
 - כ - 33% יודעים על פגיעות של ילדים אחרים
 - כ - 27% יודעים על פגיעה במורים ברשת
 - כ - 63% חושבים שקיימת אלימות ברשת בקרב התלמידים
- מסדנאות האינטרנט הנערכות במרכז איננ דיגיטל, עולה כי קיים חשש רב בקרב ההורים בנושא שימוש ילדיהם באינטרנט ועיקר דאגתם נובעת מחוסר ידע ומיומנויות של ההורים בהתמודדות עם הטכנולוגיות הדיגיטליות.

⁷¹ מדו"ח של משרד החינוך לאלימות ברשת עלה כי כ-46% מהתלמידים היו עדים לאלימות ברשת, 27% היו קורבנות לפגיעה ו-17% לקחו חלק בהטרדה למישהו אחר (היימן ואחרים, 2014).

⁷² גולדשמידט, 2014.

5. פערים דיגיטליים בתוך החברה הערבית בישראל

פערים דיגיטליים יכולים להופיע בין קבוצות הנבדלות בתכונותיהן החברתיות-דמוגרפיות וביניהן: מין, גיל, רמת השכלה, רמת הכנסה, לאום והשתייכות תרבותית. החברה הערבית בישראל (המהווה כ-20.7% מהאוכלוסייה בישראל) הינה הטרוגנית מבחינה תרבותית, דבר המשתקף בהשתייכות הדתית: מוסלמים (83.8% מכלל הערבים בישראל), נוצרים (8.4%) ודרוזים (7.8%). כמו כן רמת הדתיות בנוסף למאפייני המגורים כגון: כפר, עיר, עיר מעורבת, יישובים בדווים, בחלוקה אזורית (או חלוקת מחוזות) על פי החלוקה הגיאוגרפית במדינה: צפון, חיפה, מרכז, ודרום. כמו בכל חברה, האוכלוסייה הערבית מגוונת במימדים הסוציו-אקונומיים כדוגמת מגדר, גיל, השכלה והכנסה.

כיום כמעט 80% מהחברה הערבית עושים שימוש באינטרנט (לעומת כ-90% בחברה היהודית). נתון זה הכפיל את עצמו בחמש השנים האחרונות, ועומד על שיעור של פי 4 מתחילת העשור. השימוש השכיח ביותר, החוצה את כל המדדים המגדריים, התעסוקתיים והשכלתיים באוכלוסייה הערבית, הוא השימוש ברשתות חברתיות. מלבד זאת, נמצא פער דיגיטלי כמעט בכל המשתנים הדמוגרפיים, התרבותיים והסוציו-אקונומיים. מניתוח סטטיסטי (stepwise regression) שערכה גנאים, נמצאו המשתנים של גיל, הכנסה והשכלה בהתאמה כחזקים ביותר בתרומה לפערים הדיגיטליים בתוך האוכלוסייה הערבית בישראל, הן בבגישות והן בדפוס השימוש:⁷³

א. גיל

מנתוני איגוד האינטרנט הישראלי 2016 ניכרים פערים רחבים במדד הגיל. למעלה ממחצית התושבים הערבים מעל גיל 54 אינם גולשים באינטרנט. בהתאם, נתוני אגודת הגליל (2014) מראים כי ככל שהגיל עולה, שיעור השימוש במחשב יורד במידה ניכרת.⁷⁴ בקרב הגולשים באינטרנט באמצעות הטלפון הנייד, הפער מצטמצם עם עליית הגיל. פערים דומים נמצאו גם בקרב האוכלוסייה הישראלית הכללית, אף כי בשיעור נמוך יותר.⁷⁵

מסקר חמלה אפשר ללמוד על מאפייני השימוש באינטרנט בקרב הצעירים: ממוצע שעות הגלישה היומית הינו 6.2 שעות. כ-96% מהאוכלוסייה הצעירה נמצאת בפייסבוק, כ-83.1% צורכים מוזיקה

⁷³ Ganayem, 2012.

⁷⁴ בקרב האוכלוסייה הצעירה (בין גילאי 15-24) כ-88% דיווחו על שימוש במחשב לעומת כ-10% בגילאים 55 ומעלה.

⁷⁵ לוי, אריאל ורפאלי, 2013.

וסרטונים וכשני שלישים דיווחו על שימוש לצרכי לימודים, משחקים וחדשות. כ-40% דיווחו על קניות מקוונות ברשת, ובתחתית הרשימה מופיע שימוש למטרות עבודה.

גנאיים, אסעד וטיבי בדקו את דפוסי השימוש ברשת החברתית פייסבוק בקרב בני נוער בחברה הערבית ומצאו כי כ-73.8% מהמשתמשים הינם פעילים יומיומיים וכי השימוש הגבוה ביותר הינו שימוש אקטיבי והדדי באמצעות כתיבת תגובות, צ'אטים ולייקים. מצד שני, מטרת השימוש הגבוהה ביותר ברשת החברתית פייסבוק דווחה למטרת לבידור בשיעור העומד על כ-70.6%, אחריה בסדר יורד כ-40% משתמשים למטרת היכרות ורק כ-18% למטרת הבעת רגשות ועמדות ברשת.⁷⁶

ב. השכלה והכנסה

ממצאי סקר איגוד האינטרנט הישראלי (2016) מראים כי ככל שרמת ההכנסה עולה, שיעור השימוש באינטרנט עולה גם הוא, כך שבקרב אוכלוסייה בעלת הכנסה למעלה מהממוצע כ-90% דיווחו על שימוש באינטרנט ורק כ-56% בקרב בעלי הכנסה המוגדרת הרבה מתחת לממוצע. הפער משתקף גם בבעלות על טלפון נייד, אשר יורד מנתון של כ-100% בקרב בעלי הכנסה גבוהה ויורד עד לכדי כ-60% בקרב בעלי הכנסה נמוכה. עוד עולה מהנתונים בסקר זה שככל שרמת ההשכלה עולה, השימוש באינטרנט עולה אף הוא, כך שכמעט כל בעלי תואר ראשון והשכלה גבוהה מזו גולשים באינטרנט בהשוואה לכ-60% בלבד בקרב בוגרי תיכון שאינם בעלי תעודת בגרות עדיין.

ג. מקום מגורים

תושבי הדרום הינם בעלי השיעור הנמוך ביותר מבחינת נגישות למחשב ולאינטרנט יחסית לשאר המחוזות, כאשר הפערים קטנים יותר באינטרנט לעומת טלפונים חכמים. על פי נתוני סקר אגודת הגליל⁷⁷ נמצאו פערים קלים בין תושבי המחוזות השונים (צפון, חיפה, מרכז ודרום) אשר בבעלותם טלפון נייד (בין כ-63% לכ-68%). אוכלוסיית המרכז נמצאה כמשתמשת הגבוהה ביותר (80%) באינטרנט באמצעות הטלפון הנייד.

⁷⁶ גנאיים ואחרים, 2011.

⁷⁷ Palestinians in Israel: Socio-Economic Survey, 2014

באותו סקר נראים פערים גבוהים יותר בחיבור לאינטרנט ובשימוש במחשב. החיבור לאינטרנט מהבית עמד על כ-42.9% בכלל האוכלוסייה. באזור חיפה מצא האחוזה הגבוה ביותר של כ-61.3% בהחזקת מחשבים ובסדר יורד באזור הצפון עם כ-60.3%, אזור המרכז עם כ-54.8% ובתחתית הרשימה נמצא אזור הדרום עם כ-33.5%. אולם, שיעורי החזקת מחשבים ניידים או מכשירי כף יד (טאבלטים) שונה מנתונים אלו. שיעור מחזיקי מחשבים ניידים בדרום עמד על כ-49.2%, אחריו אזור הצפון עם כ-40% ולבסוף אזור המרכז עם כ-39.4%. בנוגע למכשירי כף יד עמד שיעור המחזיקים באזור המרכז על כ-37.4% ובסדר יורד באזור הצפון כ-29.5% ולבסוף באזור הדרום כ-25.8%. בהסתכלות על השימוש במחשב באופן כללי, הדרום עדיין נמוך ביותר עם כ-47.8%, איזור חיפה הגבוה ביותר עם כ-72%, איזור המרכז עם כ-63% והצפון עם כ-69%. נתונים אלו משקפים גם את אחוזי השימוש באינטרנט מאחר ובכל האזורים דווחו מעל כ-92% ממשתמשי המחשב כמשתמשי אינטרנט.

ממאפייני הגלישה עולה כי הגולשים בדרום הינם בעלי האחוזה הגבוה ביותר בגלישה למטרות לימודים (75%) לעומת פחות מ-50% בשאר האזורים. גולשי הדרום הינם גם בעלי השיעור הגבוה ביותר להתכתבות בצ'אט (72%) בהשוואה לשאר המחוזות בהם דווח על פחות מ-50%.

ד. מגדר

מבחינה מגדרית לא נרשמו פערים בולטים בשיעור השימוש באינטרנט. מנתוני אגודת הגליל (2014) כ-67% מהגברים משתמשים במחשב וכ-65% מהנשים, כאשר מתוכם אחוז המשתמשות באינטרנט הינו כ-91.4% לעומת כ-89.4% מהגברים. נתוני סקר איגוד האינטרנט (2016) מעידים על פער גדול יותר בו כ-33% מהנשים דיווחו שאינן משתמשות באינטרנט בכלל, לעומת כ-18% בקרב הגברים.

מנתוני סקר אגודת הגליל (2014) נמצא פער משמעותי יותר בדפוסי השימוש באינטרנט: כ-70% מהגברים דיווחו על שימוש באינטרנט לצרכי בידור וכ-78% לצרכי מידע וידע. זאת, לעומת כ-60% מהנשים שדיווחו על דפוס השימוש באינטרנט לצרכי בידור וכ-89% מהגולשות דיווחו על שימוש למטרות מידע וידע. בנושא שימוש בפרסום ותקשורת פעילה עולה כי הגברים (47%) עושים שימוש רב מאשר הנשים (36%). השימוש בדואר אלקטרוני נצפה בפער קטן יותר בין הגולשים

(74%) והגולשות (71%) וכך גם השימוש ברשתות חברתיות: 78.4% מהנשים לעומת 75.2% מהגברים.⁷⁸

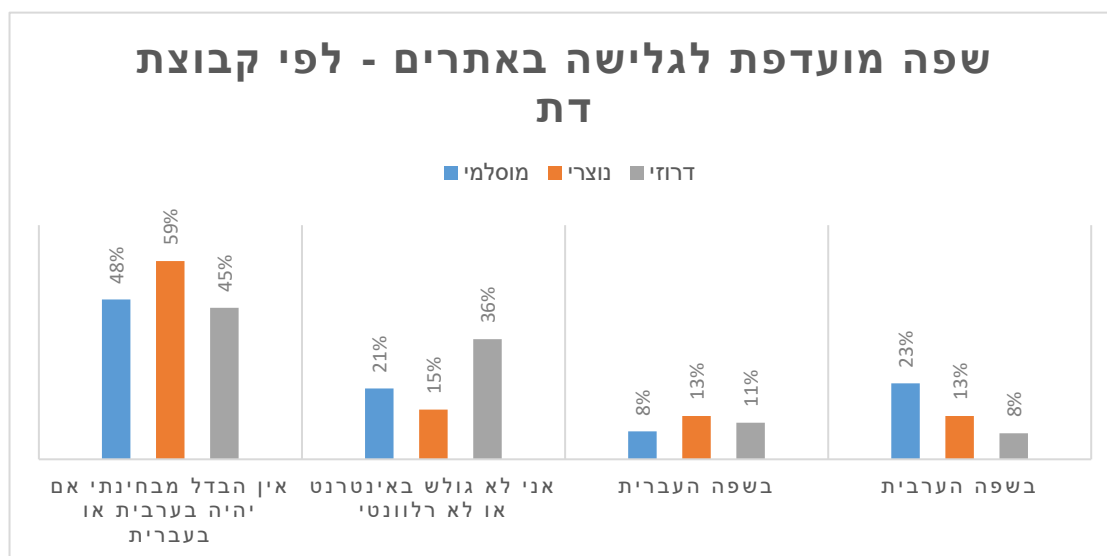
אבו אחמד (2015) טוען במחקרו המבוסס על ראיונות אותם ביצע בקרב כ-20 משתתפים, כי נשים גולשות יותר מגברים באתרים בתחומי הבריאות, ההתפתחות המינית, ההיגיינה וטיפול הילדים והזוגיות, זאת כתוצאה מההבניה החברתית הפטריארכאלית הקיימת בה האישה הינה האחראית על בריאות המשפחה. לעומת זאת, גברים משחקים יותר במשחקים מקוונים ומשתמשים יותר ברשתות חברתיות ובמסרים מידיים, בעיקר בקרב צעירים בני 14-26 שהינם דומיננטיים יותר בשימוש ברשתות חברתיות ובצירוף חברים חדשים. באותו מחקר דווח על תוצאות סקר בקרב 2,300 משתתפים, מהם עלה כי לא נמצאו הבדלים מובהקים בין המינים בקשר לשימוש ולעמדות כלפי האינטרנט.

ה. דת ודתיות

בקרב החברה הערבית ככל שרמת הדתיות עולה, יורד השימוש באינטרנט. כ-50% מהמגדירים עצמם דתיים מאוד, אינם גולשים באינטרנט לעומת כ-12% המגדירים עצמם חילוניים.⁷⁹ באותו סקר מוצגים גם פערים בין העדות השונות בקשר לגלישה לאינטרנט: נוצרים כ-84%, מוסלמים כ-76% ודרוזים כ-64%. גולשים מוסלמיים גולשים יותר בשפה הערבית ביחס לשאר הדתות. הגולשים הנוצרים ציינו יותר מהשאר כי מבחינתם אין הבדל בגלישה בשפה הערבית או בשפה העברית. גם אחוז הבעלות על טלפון נייד יורדת עם עליית רמת הדתיות עד לכדי כ-57% בקרב אלה המגדירים עצמם דתיים מאוד, ביחס לכ-90% בעלי טלפון נייד בקרב המגדירים עצמם כלא דתיים.

⁷⁸ לעומת זאת, מנתוני סקר איגוד האינטרנט הישראלי (2016) עולה כי שיעור הגברים המשתמשים ברשתות החברתיות (67%) גדול בהשוואה לנשים (50%).

⁷⁹ איגוד האינטרנט הישראלי, 2016.



גרף 5.1: שפה מועדפת לגלישה באתרים לפי קבוצות דת בחברה הערבית מתוך סקר איגוד האינטרנט הישראלי, 2016.

6. פערים דיגיטליים במבט גלובלי

הקונטקסט ההשוואתי הנכון לפערים דיגיטליים הוא בין קבוצות באותה מדינה, כאזרחים שחיים באותה סביבה פיסית, ארגונית ורגולטורית. עם זאת, נציג כאן מספר נתונים על פערים דיגיטליים בקרב אוכלוסיות מיעוטים במדינות אחרות, כמו כן נתונים מהעולם הערבי, על מנת לאפשר מבט השוואתי בקונטקסט רחב.

נמצאו פערים דיגיטליים רחבים בין מדינות, ובין קבוצות תרבותיות שונות בתוך אותן מדינות, פערים אלו מדווחים בדרך כלל בחלוקה לפי: גיל, מין, השכלה, תרבות, אתני, ואזור מגורים. **רוב המחקרים הראו שהגורמים המנבאים פערים דיגיטליים בין קבוצות אלו מבוססים על גורמים סוציו-אקונומיים ובראש ובראשונה על שיעורי הכנסה והשכלה. כלומר, פערים דיגיטליים הם המשך והרחבה לפערים סוציו-אקונומיים.** הגישות המובילות בעולם רואות בצמצום הפערים הדיגיטליים, באמצעות פיתוח של מגוון תכניות ויוזמות מותאמות ככלי לצמצום פערים כלכליים חברתיים דרך העלאת הנגישות, השימוש והמודעות בקרב אוכלוסיות מוחלשות.⁸⁰

הנתונים בארצות הברית מראים צמיחה בשימוש באינטרנט בקרב כל האוכלוסיות. יחד עם זאת, בדומה לישראל, השימוש באינטרנט גבוה יותר בקרב צעירים, משכילים ובעלי הכנסה גבוהה, והלבנים. כלומר, קיימים פערים דיגיטליים לרעת האפריקנים-אמריקנים, ההיספניים ולמתגוררים בפריפריה. אותו סקר מראה פער לטובת האסיאתיים-אמריקנים בשימוש באינטרנט.⁸¹ במחקר בארצות הברית על הפצת החידושים הטכנולוגיים במקומות העבודה מצאו שיש דרישות למיומנויות דיגיטליות גבוהות ומתקדמות בתפקידים המאופיינים בשכר גבוה. המחקר הראה שקבוצות האפריקנים-אמריקנים וההיספנים נמצאת בייצוג נמוך מבחינת המיומנויות הדיגיטליות הגבוהות ומכאן גם במקומות העבודה בדרגים גבוהים בהשוואה לאוכלוסייה הלבנה והאסיאתית בארצות הברית. המחקר הסיק שקיים צורך מידי בקידום המיומנויות הדיגיטליות בקרב האוכלוסיות המוחלשות במטרה לסגירת פערים דיגיטליים.⁸²

מחקרים מראים שבדרום אפריקה, אשר נחשבת למתקדמת בתחום טכנולוגיות מידע ותקשורת ביחס לשאר המדינות ביבשת אפריקה, קיימים פערים דיגיטליים רחבים בין קבוצות אתניות שונות,

Chen, W., & Wellman, B. (2004). *The Global Digital Divide - Within and Between Countries*. *IT & Society*, 1(7), 39-45 ⁸⁰

Perrin & Duggan, *Americans' Internet Access: 2000-2015*, 2015 ⁸¹

Muro, Sifan, Whiton, & Siddharth, *Digitalization and the American workforce*, 2017 ⁸²

בין המינים ובין רמות ההשכלה השונות.⁸³ במלזיה הפערים נמצאו רחבים בעיקר בין קבוצות לפי אזורי מגורים; עירוני ופריפריה. לפיכך, הקימו שם מרכזי ICT באזורים פריפריאליים להנגשת האינטרנט, העלאת המיומנויות והמודעות לשימוש כדרך לסגירת פערים דיגיטליים.⁸⁴

לא מוכרים נתונים על שימושיות ופערים דיגיטליים בתוך מדינות במזרח התיכון, אך על פי סטטיסטיקות הנגישות לאינטרנט בעולם, ממוצע השימוש באינטרנט במזרח התיכון הוא 64.5%, בישראל כ-80%, ברשות הפלסטינית כ-61%, טורקיה כ-68%, ירדן כ-88%, ולבנון כ-91%. על פי אותו מקור, הנגישות במדינות המפרץ ברובן מעל 90%. מדינות ערב אחרות עדיין נמצאות באחוזים נמוכים יחסית: עירק כ-48%, סוריה-33%, מצרים כ-50%, תוניס כ-68%.⁸⁵ בישראל תשתיות האינטרנט המהיר, מפותחות ומהירות יותר בהשוואה למדינות אחרות במזרח התיכון,⁸⁶ אך בקרב האוכלוסייה הערבית בישראל התשתיות קרובות יותר למצב בעולם הערבי מאשר לאוכלוסייה היהודית. סוג ואיכות הנגישות לאינטרנט בקרב האוכלוסייה הערבית בישראל – בדומה למדינות ערב ומדינות המזרח התיכון – הינה מבוססת בעיקר על טלפונים חכמים.

כרבע מאוכלוסיית העולם עושה שימוש ברשת החברתית פייסבוק, (26.3%). זאת, ביחס לכ-45.8% מהמזרח התיכון אשר עושה שימוש ברשת זו. בחלוקה מפורטת יותר, כ-69% מהאוכלוסייה הישראלית, כ-43% מהעירקים, כ-54% מהירדנים, כ-59% מהלבנונים, כ-34% מהרשות הפלסטינית, כ-54% מהסעודים, ומעל ל-70% מאוכלוסיות רוב מדינות המפרץ. האוכלוסייה הערבית בישראל, דומה לאוכלוסייה הערבית הכללית בשימוש גבוה יחסית ברשתות החברתיות.

מכלל הנתונים המובאים כאן, האוכלוסייה הערבית בישראל מתנהגת באופן דומה לקבוצות מוחלשות אחרות בעולם, נמצאת בפערים דיגיטליים אשר מהווים המשך לפערים כלכליים חברתיים עם האוכלוסייה היהודית בישראל. זאת באופן שאם לא יטופל, עלול להרחיב פערים אלו עוד יותר. סביר, שכמו שהראו מחקרים בעולם ובדומה לתוכניות ייעודיות שהוקמו עבור כך, קידום הדיגיטציה וצמצום פערים דיגיטליים עשוי להוביל להתקדמות החברה הערבית בכלל הממדים החברתיים כלכליים.

⁸³ Bornman, Elirea, "Information society and digital divide in South Africa: results of longitudinal surveys," *Information, Communication & Society*, 2015

⁸⁴ Foo, L; Lai, W K and Elamzazuthi, C, "Narrowing the digital divide in Malaysia: Issues and initiatives," *ASEAN Journal on Science and Technology for Development*, 2017.

⁸⁵ Usage and Population Statistics, <https://www.internetworldstats.com/stats5.htm>.

⁸⁶ נתונים מדף: Links to the Middle East Region של Internet World Stats, בקישור הבא: <https://www.internetworldstats.com/middle.htm>

נספח א' - ארגונים ותכניות לקידום דיגיטציה בחברה הערבית

בנספח זה יוצגו פרויקטים ויוזמות המקדמות דיגיטציה בקרב האוכלוסייה הערבית בישראל. להלן תקצירים על הארגונים האלו, המבוססים על הצגתם העצמית באתרים שלהם:

1. גופי מדינה

א. תכנית להב"ה

תכנית להב"ה הינה מיזם ממשלתי באחריות משרד המדע והטכנולוגיה, שמטרתו לימודי טכנולוגיה בקהילה ללא תשלום. במסגרת התכנית פועלים כיום 30 מרכזים בפרישה ארצית ובהם פעילות הכשרה ביישומי מחשב, הכשרה והעשרה טכנולוגית. במרכזים עובדים מדריכים בתחום הטכנולוגי המסייעים לקהילה להיכנס לעולם המחשבים והאינטרנט, להכיר יישומים נפוצים, להשתמש בשירותי קניות וממשל זמין, לשלוח דואר אלקטרוני ולהכיר יישומים משרדיים עיקריים.

ב. מעוף והסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים בשיתוף משרד הכלכלה והתעשייה

התוכנית מייצגת את מגזר העסקים הקטנים והבינוניים בישראל ובמקביל מפעילה מגוון תכניות סיוע. הסוכנות פועלת ליצירת סביבה עסקית מעודדת צמיחה עבור עסקים קטנים ובינוניים. ענף המדיניות בסוכנות אמון על הטיפול בנושאים שונים במגזר העסקים הקטנים והבינוניים ובהם מעקב, הערכה, חקיקה, יצירת מידע ופיתוח הזדמנויות. סניפי מעוף ברחבי הארץ מהווים כתובת ובית לכל עסק בישראל ומסייעים ליזמים ועסקים קטנים ובינוניים באמצעות סניפי המעוף תוך הענקת מגוון כלים בתחום הליווי והידע.

ג. המשרד לאזרחים ותיקים

המשרד ערך בשנת 2013 מחקר בנושא: "דפוסי פנאי בקרב אזרחים וותיקים בישראל", באמצעות ד"ר גלית נמרוד מהאוניברסיטה העברית. מטרת המחקר הייתה לבחון את דפוסי הפנאי המרכזיים של האזרחים הוותיקים בארץ כמו גם את הצרכים שלהם בתחומים שונים. כחלק מהעיסוק בשאלה זאת בעידן הנוכחי המחקר בחן גם את אופני השימוש באמצעי תקשורת דיגיטליים בכלל והאינטרנט בפרט.

ד. היחידה לשיפור השירות הממשלתי

היחידה הפיקה דוח שמדד את איכות השירות וסוקר את שביעות הרצון מאתרי האינטרנט של יחידות הממשלה השונות. הדו"ח מדד את איכות השירות בשלושה ערוצי תקשורת מול האזרח: הערוץ הפרונטאלי, הערוץ הטלפוני והערוץ הדיגיטלי - אתר היחידה. מסקנות הדו"ח היו כי יש צורך בשיפור התהליכים השונים, תוך הרחבת השימוש בערוצים הדיגיטליים, והפיכתם ליעילים, מהירים ופשוטים יותר.

ה. ישראל דיגיטלית

מטה ישראל דיגיטלית, הינו גוף ממשלתי אשר מטרתו קידום חדשנות במגוון תחומים ציבוריים כגון חינוך דיגיטלי, בריאות דיגיטלית, רווחה דיגיטלית, כלכלה דיגיטלית ועוד. בנוסף, עוסק המטה בקידום תשתיות טכנולוגיות ורגולטוריות ובפיתוח הון אנושי שיאפשר להתאים את עבודת הממשלה לאתגרי המאה ה-21. מטה המיזם משתייך למשרד לשוויון חברתי ופועל בשיתוף פעולה עם משרדי הממשלה, רשויות מקומיות, חברות עסקיות וארגוני מגזר שלישי. מטרת התכנית הלאומית, המבטאת את המדיניות הדיגיטלית של ממשלת ישראל לשנים 2017-2022, לחולל טרנספורמציה דיגיטלית במגזר הציבורי, בדגש על צרכי האזרחים⁸⁷.



גרף א.1: תיאור מטרות העל והיעדים האסטרטגיים של ישראל דיגיטלית (מתוך אתר המשרד לשוויון חברתי).

⁸⁷ המשרד לשוויון חברתי, 2017.

2. מגזר שלישי

א. איגוד האינטרנט הישראלי

איגוד האינטרנט הישראלי הנה עמותה המנהלת תשתיות בליבת האינטרנט בישראל מתחילת שנות ה-90, ופועלת להעמקת השימוש באינטרנט בחברה הישראלית ולטיב פעולתו.

החל משנת 2005 החל האיגוד לקיים פעולות שמטרתן לצמצם את הפער הדיגיטלי בין המגזר היהודי למגזר דוברי הערבית. במסגרת זו, פיתח האיגוד (בין היתר בשיתוף עמותת תפוח ו-Google) ערכות הדרכה (<https://www.isoc.org.il/tutorials-arabic>) לשימוש מעצים ובטוח באינטרנט, והדריך הדרכה פרונטלית באמצעות מרצים דוברי ערבית למעלה מ-13,000 איש ואישה בפריסה ארצית של למעלה מ-34 יישובים.

לאחר כ-10 שנות פעילות ענפה כאמור, החליט האיגוד לבחון את מפת השימוש המעודכנת של החברה הערבית באינטרנט. לצורך כך, ביצע האיגוד סקרים, שמטרתם למפות את השימוש של החברה הערבית באינטרנט, ולבחון בצורה איכותית ומעמיקה האם עדיין קיים פער דיגיטלי בחברה בישראל בכלל ובין החברה הדוברת ערבית לזו היהודית, בפרט. בסקרים אלה נבחנים הנגישות לשירותי אינטרנט, היקף והרגלי השימוש בהם, והתפיסות והעמדות כלפי השימוש באינטרנט בחברה הערבית הישראלית.

ב. עמותת תפוח

עמותת תפוח פועלת החל משנת 2000 ומטרתה ליצור שוויון טכנולוגי. היא עושה זאת באמצעות פיתוח והפעלת תכניות בסיסיות ומתקדמות בתחומי הטכנולוגיה, התעסוקה ופיתוח כישורי חיים. כמו כן, היא מגשרת בין אוכלוסיות הפריפריה הגיאוגרפית והחברתית בישראל, שאינם זוכים לנקודת זינוק שווה להשתלבות בחברה ובכלכלה הישראלית. העמותה מפעילה כ-250 מדריכים ברחבי הארץ ומגיעה לאלפי חניכים בשנה. עמותת תפוח, חברת בזק והמרכז לחקר האינטרנט ברשות פרופסור שייף רפאלי פיתחו מדד תקשוב לאומי לישראל, המהווה כלי למדידה והשוואה שמטרתו לסייע לצמצום הפער הדיגיטלי בישראל, לעיצוב מדיניות והערכתה, ולעודד השקעות בתשתיות ובחינוך לטכנולוגיה.

ג. עמותת מחשבה טובה

העמותה מפעילה מרכזים טכנולוגיים קהילתיים ברחבי הארץ, כולל מרכז מחשבים נייד עבור אוכלוסיות הנעדרות גישה למרכזים הנייחים. בכל מרכז פועל צוות המתאים את תוכניות ההכשרה לצרכים המיוחדים של כל אוכלוסייה. העמותה עובדת עם מגוון אוכלוסיות כגון בני נוער בסיכון, דורשי תעסוקה, עולים חדשים, אנשים מהמגזר החרדי והערבי ואנשים עם צרכים מיוחדים במגוון גילאים. מרכזי המחשבים פועלים בערים ירושלים, לוד וקרית ים. העמותה מוכרת כאקדמיה של חברת Cisco ושל Microsoft.

ד. NETGEV

זהו מיזם חברתי לעידוד יזמים ועסקים באזור הנגב המזרחי. מתחמי המיזם ממוקמים במרכזי ערים ומאפשרים תמיכה וליווי אישי בסביבה מעודדת יזמות ליזמים, עצמאיים ועסקים. מטרת המיזם ליצור גיוון תעסוקתי תוך פיתוח קהילת היזמים. במיזם שותפים אשכול נגב מזרחי, המשרד לשוויון חברתי, Cisco Systems, מרכז לאודר לתעסוקה, עמותת ארץ עיר, JNF, והרשויות המקומיות דימונה, ערד וחורה.

ה. צופן

ארגון שהוקם על ידי יהודים וערבים במטרה לקדם את האינטגרציה של אזרחי ישראל הערבים לתוך תעשיית ההיי-טק הישראלית תוך יצירת מקומות עבודה בתחום ההיי טק בישובים ערבים. מטרת הארגון היא להביא לפיתוח כלכלי בר קיימא שייטיב עם ישובים ערבים ועם תושביהם, ובסופו של דבר יהפוך את ישראל לחברה צודקת ושוויונית יותר. צופן עובדת עם הקהילה הערבית בישראל וכן עם בעלי עניין מהשלטון המקומי, הממשלה והמגזר הפרטי. בין מטרותיה, לייצר אלפי משרות עבור ערבים אזרחי ישראל במגזר ההיי טק בישראל, לסייע בהקמת מרכזי היי טק בישובים ערבים, לעודד תעסוקת נשים ושתדלנות.

3. המגזר העסקי

א. גן התעשייה נצרת

גן התעשייה של סטף ורטהיימר מהווה מרכז צמיחה ויצירה של מפעלים תעשייתיים ומייצר קהילת יזמים ותעשיינים מקומית המורכבת מערבים ויהודים כאחד. הגן מכשיר מקצועית ומארגן קורסי יזמות. גן התעשייה המודרני, הממוקם באזור נצרת, מהווה מודל של שיתוף פעולה ערבי-יהודי,

ומאפשר גישה לכוח עבודה מיומן של כ-300,000 בני אדם ברדיוס של 20 קילומטר, תוך חיזוק הבסיס הכלכלי של נצרת. בין החברות הממוקמות בגן ניתן למצוא את אמדוקס, אלפא אומגה ברודקום, מפעל ג'ולי דימונד invisible setting וכן את MEET - יוזמה חינוכית למנהיגות צעירה ערבית ויהודית.

ב. חברת מילגם

החברה משמשת כגורם מוביל במתן שירותים ופתרונות למגזר המוניציפאלי בישראל. החברה ערכה סקר בשנת 2016 לבחינת מגמות בתחום העיר החכמה בקרב מנהלים ברשויות המקומיות בישראל. מטרת הסקר הייתה להציג תמונת מצב בנושא הערים החכמות בישראל תוך בחינת המגמות בתחום על פני תקופה. הסקר מבוסס על תשובות של מעל ארבעים מנהלים, מתוכם כ-34% בדרג של ראשי רשויות ומנכ"לים. מתוצאות הסקר עולה כי העניין בתחום "העיר החכמה", מצוי במגמת עלייה מובהקת, וכי האתגר המשמעותי ביותר בדרך לפיתוח מוצר העיר החכמה לשוק המוניציפאלי הוא התקציב.

ג. מרכז InnDigital

מרכז אייננ דיגיטל (InnDigital) הינו מיזם לקידום הדיגיטציה בחברה הערבית דרך מתן ייעוץ, עריכת מיפויים ומחקרים, הדרכות וגם פיתוח מערכות מבוססות ווב אשר נותנות מענה לשירותים בחברה הערבית בשתי השפות: עברית וערבית, כולל תמיכה וליווי להטמעת השימוש במערכות אלו.

ד. Loop

Loop הינו מיזם חינוכי-טכנולוגי הפועל מאז שנת 2015 לעשיית אימפקט חברתי-טכנולוגי, על-ידי שילוב ילדים ובני נוער בעולם ההייטק והסטארטאפים עוד בגיל צעיר (8,000+ תלמידים בגילאי 7-18, נכון ליולי 2018), באמצעות שיטות חינוך מודרניות, חדשניות, דינמיות ומותאמות אישית לקצב ותחום העניין של כל משתתף ומשתתפת באופן פרטני. המשתתפים בתוכנית (המוכרים בשם הייחודי - 'Loopers') נהנים ממגוון תוכניות ייחודיות בהשתתפות מנטורים צעירים ומקצועיים מעולם ההייטק וגם סטודנטים מצטיינים מתחומים טכנולוגים שונים, אשר מלווים כל תלמיד לאורך תקופה ארוכה. המנטורים מעצימים, תומכים ומכשירים את הדור הצעיר באמצעות ליווי שלהם מהשלב ההתחלתי של לימוד כתיבת הקוד, עבור דרך פיתוח רעיונות חדשניים משלהם ועד להקמת סטארטאפים בתוך החממות הטכנולוגיות של Loop, כל זאת באווירה ייחודית. כך,

תנועת הנוער הטכנולוגית מובילה שינוי חברתי ארוך טווח המבוסס על חווית לימוד שיתופית באווירה מהפכנית, צעירה ודינמית, אשר בה הבוגרים שבים ומשתפים את הידע שהם רכשו עם הדורות הבאים אחריהם. בין התוכניות שמוצעות ב-Loop ניתן למצוא : פיתוח אפליקציות ומשחקים, סייבר, יזמות עסקית-טכנולוגית ועוד מגוון רחב של מסגרות.

4. יוזמות ועמותות נוספות

בתקופה האחרונה אנו עדים להקמה של מגוון עמותות ויוזמות לעסקים חברתיים או עסקיים (כגון, אבתכאר, רוואד ועוד), אשר עוסקים בתחומים טכנולוגיים. רוב העשייה מכוונת לילדים ובני נוער, כך שעדיין מורגש מחסור בגופים בחברה הערבית לקידום הדיגיטציה ברשויות מקומיות, ארגונים בקהילה, מבוגרים ועוד.

נספח ב' - פירוט המדדים והסקרים המרכזיים העוסקים בסוגיית האינטרנט בחברה הערבית בישראל

המדדים והסקרים העיקריים בישראל המוצגים בדו"ח הנוכחי, מבוססים על סקרים מתמשכים הנערכים מדי שנה או בכל מספר שנים: סקר אגודת הגליל - ריכאז, הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, איגוד האינטרנט הישראלי ומדד תקשוב ישראל.

1. הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה

הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (הלמ"ס) - עורכת על בסיס שנתי סקר חברתי- כלכלי למדגם מייצג של האוכלוסייה הישראלית (ייצוג החברה הערבית בסקר הינה 1,000 מרואיינים לערך). הראיונות נערכים בשפת האם של המרואיין קרי עברית, ערבית או רוסית, ובדקים את רמת החיים של האוכלוסייה במספר היבטים חברתיים וכלכליים. חלק מההיבטים, הרלוונטיים למחקר זה, מתייחסים לנגישות ושימוש במחשב, אינטרנט וטלפון נייד. שאלות הסקר מתייחסות לרוב לעצם השימוש באינטרנט ולמטרות השימוש כלומר, לדואר אלקטרוני, משחקים, תשלומים, קניות ומשרדי ממשלה. שאלות הסקר משתנות בחלקן משנה לשנה, כך למשל שאלות על תדירות השימוש לא מופיעות בכל הסקרים. אולם, החל משנת 2014 התווספו מספר שאלות חדשות לאינדקס שלא התייחסו אליהן בעבר והן: מיקום הגלישה (מהבית, מטלפון נייד או ממקום העבודה), שימוש ברשתות חברתיות, צפייה בווידיאו באמצעות האינטרנט ועוד.

2. איגוד האינטרנט הישראלי

איגוד האינטרנט הישראלי הנה עמותה המנהלת תשתיות בליבת האינטרנט בישראל מתחילת שנות ה-90. האיגוד ערך שני סקרים הקשורים לנגישות ושימוש באינטרנט בקרב האוכלוסייה בישראל - האחד בשנת 2016 והאחרון בשנת 2017. הסקרים מתייחסים לנגישות, לשימוש, להרגלי השימוש ולתפיסות ועמדות כלפי האינטרנט. כמו כן, הסקר משנת 2016 בחן את העמדות כלפי לימוד כלים לשימוש באינטרנט. הסקר נערך על ידי מכון סטאט-נט בחודש מרץ 2016, בקרב מדגם מייצג של כ - 600 משיבים מהחברה הערבית בראיונות ו כ - 600 מהחברה היהודית באמצעות סקר טלפוני.

3. אגודת הגליל - ריכאז

ריכאז הינו המאגר החברתי-כלכלי הראשון והיחיד אודות החברה הערבית בישראל בהיקף רחב, אשר מבוסס על נתוני סקר מבוסס ראיונות בהובלת אגודת הגליל. האגודה הוציא לאור ארבעה סקרים ודו"חות מקיפים בשנים: 2005, 2008, 2011, 2014 ו- 2017 (טרם פורסמו תוצאותיו), שמטרתם להעניק תמונה מעמיקה ומהימנה על מצב החברה הערבית בישראל. בסקר משנת 2014, המדגם כלל כ- 1750 משפחות ערביות מאזורים גיאוגרפיים שונים: 36 משפחות מהצפון, 271 באזור חיפה, 293 באזור הדרום, 238 באזור המרכז לרבות ערים מעורבות והכפרים הלא מוכרים בנגב. הסקר מכיל שני חלקים: החלק הראשון סוקר את הבית והמשפחה בשאלות בנושאי תשתיות, מימדים חברתיים, תעסוקה, סביבה, בריאות ועוד. חלקו השני של הסקר הינו אינדיווידואלי ומשתתפים בו יותר מ-5,000 אנשים בשאלות אישיות הקשורות למאפיינים אישיים, כולל תרבות ותקשורת.

בסקירה זו מצאנו שאלות רלוונטיות על החזקת מכשירים טכנולוגיים בבית, השימוש באינטרנט ומיקום השימוש ברשת, השימוש במחשב, קשר בין השכלה לשימוש במחשב, דפוסי שימוש באינטרנט, שפה המועדפת לשימוש באינטרנט ועוד.

4. מדד תקשוב ישראל

המדד, אשר פותח במרכז לחקר האינטרנט באוניברסיטת חיפה ומבוסס על סקרים הנערכים על ידי חברת TGI.TNS, מקבץ נתונים בין השנים 2003-2014 הקשורים לנגישות ומאפייני השימוש והחדירה של טכנולוגיות שונות בקרב האוכלוסייה בישראל ומאפשר בצורה ויזואלית ונגישה לצפות בנתונים ובמגמות התפתחות טכנולוגית (דו"ח ינואר 2013 למדד תקשוב ישראל). הנתונים מבוססים על מדגם של כ- 5000 משתתפים בשנה ומהווה מדגם מייצג של דוברי עברית בלבד בישראל. כלי הסקר מכיל שני מימדים עיקריים;

- א. מדד תקשוב הבודק את הנגישות למחשב, אינטרנט וטלפון נייד - החזקת מחשב, מיקום השימוש במחשב (בית, עבודה או מקום אחר), העמדה לגבי המחשב, זמינות לאינטרנט, שימוש באינטרנט לחיפוש מידע, קניות באינטרנט, שימוש בדואר אלקטרוני, עמדה לגבי האינטרנט, החזקת טלפון נייד, דיבור באמצעות הטלפון הנייד ושימוש בטלפון הנייד.
- ב. מדד המתייחס לאזורים גיאוגרפיים וסוציו-דמוגרפיים כגון: מגדר, גיל, רמת הכנסה ודתיות.

5. סקר חמלה 2016

סקר חמלה נערך ע"י עמותת חמלה בנושא הנגישות למחשב ולאינטרנט ודפוסי השימוש בקרב האוכלוסייה הצעירה בשנת 2016. הסקר נערך בקרב האוכלוסייה הערבית הצעירה בישראל וברשות הפלסטינית. בדו"ח זה נתייחס אך ורק לנתונים המדווחים על האוכלוסייה הערבית בישראל (חמלה, 2017).

נספח ג' - רשימת המקורות

- Barzilai-Nahon, K., & Rafaeli, S. (2004). Measuring Gaps in Cyberspace: Constructing a Comprehensive Digital Divide Index. *AOIR-5*. England, Sussex.
- within and between –The global digital divide .(2004) .Wellman, B & ,Chen, W
countries .39-45 ,(7)1 ,*society & IT*.
- Chen, W., & Wellman, B. (2004). The Global Digital Divide - Within and Between Countries. *IT & Society*, 1(7), 39-45.
- Cohen, A. (2017, Nov 16). *America's Digitalization Divide*. Retrieved 13, 2018, from Ccitylab: <https://www.citylab.com/equity/2017/11/americas-digitalization-divide/546080/>
- Cooper, M. N. (2012). *Does the Digital Divide Still Exist? Bush Administration Shrugs, But Evidence Says 'Yes'*. Consumer Federation of America, Consumer Union, The Civil Right Forum, Washington, DC.
- : 'digital inequality' to 'digital divide' From the .(2001) .Hargittai, E & ,DiMaggio, P
Studying Internet use as penetration increases .2-4 ,(1)4.
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Celeste, C., & Shafer, S. (2004). Digital Inequality: From Unequal Access to Differentiated Use. In K. M. Neckerman, *Social Inequality* (pp. 355–400). New York: Russell Sage Foundation.
- Ganayem, A. (2010). *Internet Adoption and Cultural Factors: Internet Use among Arab Society in Israel - phd. Dissertation*. Haifa.
- Ganayem, A. (2012, April - June). Internet Diffusion and Adoption within Arab-Palestinian Society in Israel. *i-manager's Journal of Educational Technology*, 9(1), 56-67.
- Ganayem, A. (2012). Internet Use and Educational Level within Arab-Palestinian Society in Israel. *INTED 2012*. Valencia, Spain.
- Hoffman, D. L., Novak, T. P., & Schlosser, A. E. (2000). The Evolution of the Digital Divide: How Gaps in Internet Access May Impact Electronic Commerce. *JCMC*, 5(3).
- Levy, E. C., Ariel, Y., & Rafaeli, S. (2013). Digital gaps in smartphone usability in Israel. *The 44th Annual Conference of the Israel Sociological Society*. Ruppin Academic Center, Hefer Valley, Israel.

Digital use as a mechanism to accrue economic capital: a Bourdieusian perspective
Lissitsa, S. (2015). *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 28(4), 464-482.

Ethnic differences in internet access: The role of occupation and exposure
Talmud, I & Mesch, G. (2011). *Society & Information, Communication*, 14(4), 445-471.

Muro, M., Sifan, L., Whiton, J., & Siddharth, K. (2017). *Digitalization and the American workforce*. Brookings, Washington, DC. Retrieved 13, 2018, from https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2017/11/mpp_2017nov15_digitalization_full_report.pdf#page=35

NTIA. (2001). Falling through the Net: Defining the Digital Divide. In B. Compaine, *The Digital Divide: Facing a Crisis or Creating a Myth?* (pp. 17-46). Cambridge, MA, USA: MIT Press.

Pew Research Center. *Internet Access: 2000-2015 'Americans'*. (2015). Duggan, M & Perrin, A. http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/14/2015/06/2015-06-26_internet-usage-across-demographics-discover_FINAL.pdf

Rafaeli, S. (2009). E-Commerce. *the The Live in NET*. Retrieved from http://www.isoc.org.il/conf2009/lecturers.php?session_id=1&lecturer_id=1

Rice, R. E., & Katz, J. E. (2003). Comparing internet and mobile phone usage: digital divides of usage, adoption, and dropouts. *Telecommunications Policy*, 27(8), 597-623.

TASC ומטה ישראל דיגיטלית. (2016). *אוריינות דיגיטלית*.

The Galilee Society. (2014). *The Palestinians in Israel - The 4th Socio-economic Survey*. Shefa-Amr.

Van Dijk, J. A. (2005). *The deepening divide: Inequality in the information society*. Sage Publications.

Van Dijk, J., & Hacker, K. (2003). The Digital Divide as a Complex and Dynamic Phenomenon. *The Information Society*, 19(4), 315 - 326.

איגוד האינטרנט הישראלי. (2012). *בני נוער יהודים קוראים פייסבוק, בני נוער ערבים קוראים חדשות*. אוחר מתוך סדרות חדשות – שימוש באינטרנט בקרב בני נוער ומוכנות דיגיטלית: <https://www.isoc.org.il/sts-data/10808>

איגוד האינטרנט הישראלי. (2016). הרגלי השימוש באינטרנט במגזר הערבי. אוחר ב- 10 8
2017, מתוך <https://www.isoc.org.il/sts-data/11215>

איגוד האינטרנט הישראלי. (2017). הגולש הישראלי – פערים בשימוש באינטרנט במגזר היהודי
והערבי. אוחר מתוך <https://www.isoc.org.il/sts-data/22951>

בזק. (2016). החיים בעידן הדיגיטלי - דוח בזק למצב האינטרנט בישראל בשנת 2015. אוחר
ב- 5 6 2017, מתוך http://www.bezeq.co.il/media/PDF/internetreport_2015.pdf

בזק. (2016). החיים בעידן הדיגיטלי: דוח בזק למצב האינטרנט בישראל. אוחר ב- 12 12 2017,
מתוך https://www.bezeq.co.il/gallerypress/7_12_2016

בזק. (2017). החיים בעידן הדיגיטלי: דו"ח האינטרנט של בזק 2017.

בזק. (2018). החיים בעידן הדיגיטלי- דוח האינטרנט של בזק 2017. בזק. אוחר מתוך
https://www.bezeq.co.il/media/PDF/internetreport_2017.pdf

גנאים, א', אסעד, ח', & טיבי, מ'. (2011). אופני השימוש ברשתות חברתיות בקרב בני נוער
ערבים. גאמעה, 15, 191-210.

גנאים, א', רפאלי, ש', & עזאזה, פ'. (2009). פער דיגיטלי: השימוש באינטרנט בחברה הערבית
בישראל. מגמות, 1(2), 164-196.

המרכז הבינתחומי הרצליה. (2011). סקר המרכז הבינתחומי הרצליה והמכון הישראלי
לדמוקרטיה - סדרות נתונים חדשות. אוחר מתוך [https://www.isoc.org.il/sts-](https://www.isoc.org.il/sts-data/10621)
data/10621 מאתר איגוד האינטרנט הישראלי

למ"ס. (2017). אוכלוסייה - לפי קבוצת אוכלוסייה. אוחר מתוך
<http://www.cbs.gov.il/publications18/yarhon1217/pdf/b1.pdf>

(2015). סקר של בזק ומכון הגל החדש: עלייה ברמת האמון לשירותי הענן. אוחר מתוך
https://www.bezeq.co.il/gallerypress/12_8_2015

حملة. (2017). مسح ميداني - الأمان الرقمي والشباب الفلسطيني. مركز حملة - المركز العربي لتطوير الاعلام
الاجتماعي. (The Arab Center for Advancement of Social Media – amleh7). تم
الاسترداد من <http://7amleh.org/2017/01/25/%D9%85%D8%B1%D9%83%D8%B2-%D8%AD%D9%85%D9%84%D8%A9-%D9%8A%D8%B5%D8%AF%D8%B1-%D9%86%D8%AA%D8%A7%D8%A6%D8%AC-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B7%D9%84%D8%A7%D8%B9-%D8%AD%D9%88%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%85-2>