

שילוב נתוני עתק במדידת צפייה בטלוויזיה במדינות נבחרות

מסמך זה נכתב לבקשת חבר הכנסת שלום דנינו בעקבות הצעת חוק חובת הצגת נתוני צפייה לצופה, התשפ"ד-2024 ודיון שנערך לאחרונה בוועדת הכלכלה של הכנסת בנושא מדידת צפייה בטלוויזיה.¹

במסמך קודם של מרכז המחקר והמידע של הכנסת מינואר 2022 בנושא מדידת צפייה בטלוויזיה, בלטו כמה מדינות, ובפרט בריטניה וקנדה, בניסיון לשלב נתוני מממירים או טלוויזיות חכמות בתהליכי מדידת הצפייה. במסמך זה התבקשנו לעדכן את המידע שהוצג ביחס למדינות אלה, תוך התמקדות בשימוש בנתוני עתק (Big Data) שמקורם בממירים או טלוויזיות חכמות. בנוסף, נציג את אופני מדידת הצפייה באוסטריה – שעושה גם היא שימוש בנתוני עתק כאמור. יצוין כי לפי דוח של האיגוד האירופי לפרסום בטלוויזיה – EGTA – לבד מן המדינות הנסקרות במסמך (בריטניה, קנדה ואוסטריה), מדינות נוספות מטמיעות או בוחנות הטמעה של נתוני RPD מממירים או מטלוויזיות חכמות כחלק מפתרונות מדידה היברידיים שהן מפתחות בהן: צרפת, גרמניה, שוויץ, אוסטרליה וספרד. עם זאת, קיימת שונות בסוגי המידע הספציפיים בהם משתמשות ועדות מדרוג שונות, במבנה הוועדות ובגופים החברים בוועדות וגם במידת האינטגרציה של פתרונות מדידה חדשים אל תוך מטבע המדידה המרכזי של מדידת צפייה בטלוויזיה. על רקע זה, ניתן להתייחס למדינות שסקרנו כדוגמא למגמה רחבה יותר, של מהלכים לפיתוח **כלי מדידה היברידיים**. בהקשר זה יצוין כי נראה שהשימוש בנתוני עתק לא מחליף בשלב זה את השימוש בפאנל צופים אלא נועד להעשיר ולתקף אותו.² במסגרת העדכון, לא נציג בהרחבה את הסיבות להתפתחות המדידה ומכלול הכלים הרווחים בתחום או את כלל המדינות הנסקרות בסקירה קודמת של מרכז המחקר והמידע של הכנסת בנושא מינואר 2022.³

¹ ישיבת ועדת הכלכלה, "הצעת חוק חובת הצגה של נתוני צפייה לצופה, התשפ"ד-2024, של ח"כ שלום דנינו", 13 במאי 2025.

² EGTA, "Advances in Multiplatform TV Measurement: An Overview of Best Practices and Key Developments around the World", March 2025.

³ רועי גולדשמידט ואלירן זרד, "מדידת צפייה בטלוויזיה", מרכז המחקר והמידע של הכנסת, 3 בינואר 2022.

1. רקע⁴

מדרוג, רייטינג (Rating), הוא אחד המדדים המקובלים למדידת שיעורי צפייה או האזנה של קהל לשידורי טלוויזיה ורדיו. העיסוק במדידת קהל החל להתפתח עם התרחבות אמצעי השידור ההמוניים, בתחילה הרדיו ולאחר מכן הטלוויזיה, ובעקבות כך עליית העניין של המפרסמים בהיקפי החשיפה לשידור. בין העילות המקובלות למדוד צפייה:

- **מניע כלכלי:** צורך במכניזם סדור ומשותף עבור השחקנים השונים – יצירת "מטבע אחיד" (Currency), לפיו יוכלו לקבוע את מחירה של דקת שידור בערוץ נתון ובזמן נתון.
- **מניע מקצועי - תוכני:** לאפשר לבעלי המקצוע להבין כיצד מגיבים הצופים לתכנים המשודרים וכך ללמוד כיצד ליצור ולשדר תכנים טובים ומתאימים יותר לאוכלוסייה.
- **מניע ציבורי:** לבדוק האם שירותי הטלוויזיה המוצעים לתועלת הציבור (בפרט ביחס לשידור ציבורי) אכן מגיעים אל יעדם; ולהבין את הרגלי הצפייה של הציבור והמידע והתוכן אליו הוא נחשף.

בישראל, כמו ברוב מדינות העולם, נעשית מדידת הצפייה בטלוויזיה, על ידי ועדה משותפת של תעשיית השידור. בוועדה משתתפים בדרך כלל נציגים של חברות השידור, הפרטי והציבורי, נציגי תעשיית הפרסום, ונציגי הגופים המפרסמים עצמם, במטרה לגבש ולהפעיל כלי מדידה מוסכם המקובל על כלל השחקנים.

בישראל החלה לפעול הוועדה הישראלית למדרוג במהלך שנות ה-90, עם הקמתם של ערוצי הטלוויזיה המסחריים. מטרתה של הוועדה היא ליצור מערכת מדידה אחידה ומקובלת לשיעורי הצפייה בטלוויזיה.⁵

יצוין כי קיימים מודלים שונים של ועדות מדרוג שהעיקריים בהם: ועדת משותפת של התעשייה שתחתיה פועלת חברה חיצונית המבצעת את המדידה (המודל בבריטניה ובישראל); ועדה משותפת של התעשייה שמבצעת בעצמה גם את המדידה (המודל המקובל בצרפת ובקנדה); וגופי מדידה פרטיים (ארה"ב).

1.1 שיטות מדידת הצפייה העיקריות כוללות:

פיפל-מיטר (people meter) הטכנולוגיה העיקרית המשמשת למדידת צפייה באמצעות מכשיר המותקן על מקלט הטלוויזיה ומתעד את התוכן הנצפה לאורך כל שעות היממה. זיהוי הצופה נעשה באמצעות הזדהות בשלט מיוחד. מדגם משקי הבית בהם מותקן מכשיר המדידה, הקרוי פאנל, הוא יחסית קבוע ומתמשך, כך שמאפייניהם הדמוגרפיים של הצופים נלקחים מראש וניתן להצליבם עם נתוני הצפייה המנוטרים על ידי המכשיר לאורך זמן.

⁴ שם.

⁵ אתר הוועדה הישראלית למדרוג, [אודות הוועדה הישראלית למדרוג](#), תאריך כניסה: 10 ביולי 2025.

ברוב המדינות שסקרנו בסקירה הקודמת, נעשה שימוש באמצעים נוספים מלבד הפיפל-מיטר, ובהם, **מד-נתב (router meter)** העוקב אחר השידורים הנקלטים דרך נתב האינטרנט הביתי שהשימוש בו נפוץ יחסית, **ופיפל-מיטר נייד**, הנישא על ידי הצופה ויכול לנטר את הצפייה באופן רציף בכל המכשירים וגם מחוץ לבית שהשימוש בו נפוץ פחות.⁶

בעקבות התפתחות הצפייה הדיגיטלית והמקוונת, נוצרו מקורות מידע חדשים להפקת נתוני-עתק (big data) על כלל האוכלוסייה (census data) במסגרת מדידת הצפייה, כגון **איסוף מידע מממירי ספקי השידורים הרב-ערוציים (הכבלים והלוויין) או מטלוויזיות חכמות** וניטור כניסות לאתרי האינטרנט של חברות השידור.

1.2 הפרגמנטציה של הצפייה ומדידתה

אופני ודפוסי צריכת המדיה עברו שינויים דרמטיים בעשורים האחרונים. לא רק ריבוי ערוצים, אלא גם אפשרות להקליט תכנים ולצפות בהם בהמשך תוך דילוג על תוכן או פרסומות; צריכת תוכן לא על בסיס "שידור" שלו ובמועד שנקבע מראש על ידי מתכנן לוח השידורים של הערוץ, אלא באמצעות מסכים שונים (מחשב, טאבלט, טלפון חכם), בזמנים שונים, ועל גבי תשתיות אינטרנט וערוצי צריכה רשמיים או "פיראטיים", רכישת תוכן זר ללא תלות הכרחית במפיץ מקומי ועוד. **מגמות אלה שניתן להגדירן בהכללה כפרגמנטציה של הצפייה, הצופים והמדידה עצמה, מאתגרות את שוק הפרסום ואת השימוש במדידת רייטינג בטלוויזיה כמדד אחיד ומוסכם ("מטבע").**⁷

בעוד הטלוויזיה נותרה טכנולוגיה שדורשת ניטור אקטיבי ויעודי שכן היא לא נבנתה מלכתחילה כטכנולוגיה מנוטרת, **הרי שערוצי צריכה אחרים מייצרים "טביעת אצבע דיגיטלית" משמעותית** אותה שומרות ומפענחות ענקיות הרשת – השולטות בין השאר על מערכות ההפעלה של טלפונים, על דפדפנים בטלפונים ומחשבים ועוד, או חברות העוסקות בפילוח ואגירת מידע אישי לשם בניית פרופילים פרסומיים.

הפרגמנטציה של הצפייה והדיגיטציה שלה יצרו ציפייה ודרישה ליכולות ניתוח מתקדמות יותר של המידע על הרגלי הצפייה ויכולת הפילוח של הצופים. על רקע הפרגמנטציה האמורה, והמגבלות של כל כלי מדידה, מפותחות ברחבי העולם שיטות מדידה היברידיות הפועלות לשלב מקורות מידע שונים – הן מפאנל בשל יתרונותיו ברמת הפירוט והמידע

⁶ לפי דוח של האיגוד האירופי לפרסום בטלוויזיה (European Group of Television Advertising, EGTA) השימוש בפיפל מיטר נייד קיים בקנה, בצרפת ובנורבגיה, באופנים מעט שונים בכל מדינה. EGTA, "[Advances in Multiplatform TV Measurement: An Overview of Best Practices and Key Developments around the World](#)", March 2025.

⁷ ראו: רועי גולדשמידט ואלירן זרד, "[מדידת צפייה בטלוויזיה](#)", מרכז המחקר והמידע של הכנסת, 3 בינואר 2022.

EGTA, "[Advances in Multiplatform TV Measurement: An Overview of Best Practices and Key Developments around The World](#)", March 2025, Pp: 6-11, accessed: July 10th 2025.

הדמוגרפי והן נתוני עתק בשל יתרונות הגודל, במטרה לספק תמונה מקיפה ותקפה של הצפייה בטלוויזיה ובתוכן דיגיטלי במסכים נוספים.

להלן נציג בקצרה מהם המקורות העיקריים לנתוני עתק על צפייה בטלוויזיה, היתרונות והמגבלות שלהם לשם מדידת צפייה ולאחר מכן נסקור את אופני מדידת הצפייה במדינות ספציפיות.

ישנם שני מקורות עיקריים לנתוני עתק (Big Data) שניתנים לשימוש לשם מדידת צפייה: **נתוני נתיב חזרה (Return Path Data - RPD)** המתקבלים מממירים של חברות כבלים ולווין כוללים רישום של אילו ערוצים פעלו ומתי התבצעה העברה של ערוצים – כך שבשילוב עם השוואה ללוח השידורים ניתן לפענח לאיזה תוכן נחשף משק הבית (לא "מי צפה" אלא "במה"). יצוין כי בהעדר מנגנוני זיהוי, אין גם ודאות כי אכן הייתה בפועל חשיפה לתוכן שכן יתכן שהממיר פתוח והטלוויזיה סגורה או שאין אנשים מול המסך.⁸

זיהוי תוכן אוטומטי (Automatic Content Recognition - ACR) כלי שמנטר את התוכן המוקרן על מסך הטלוויזיה (הניטור מתבצע על התוכן ולא על הערוץ) ומשווה אותו לספרייה של תכנים כך שניתן לזהות אותו (בדומה לטביעת אצבע) ובשילוב עם מידע על מועד הקרנת התוכן מאפשר לדעת מתי התוכן נצרך ובאיזה ערוץ.⁹

עם זאת, ישנן מגבלות לייצוגיות ולשימושיות של נתונים אלה, בין השאר: לפי נילסן¹⁰, נתוני RPD זמינים יותר בקרב בתים של אוכלוסייה בוגרת וקיים בהם תת ייצוג לגיוון אתני, נתונים אלה גם לא כוללים צריכת תוכן על גבי האינטרנט (Streaming); ובמקרים של בתים עם מספר מסכים וממירים לא בהכרח כל התוכן שנצרך במשק הבית יבוא לידי ביטוי בנתונים. בנוסף, ממירים הדולקים בעת שהטלוויזיה כבויה יכולים להטות את נתוני הצפייה כלפי מעלה בשיעור של פי 1.5 – 2.5. גם לנתוני ACR יש מגבלות כגון הצורך בספריית תוכן שתסייע בהשוואה שלהם, או אפליקציות צפייה שחוסמות את השימוש ב-ACR. נתוני עתק גם לא כוללים מידע על מי צופה ועל המאפיינים הדמוגרפיים שלו – מידע המשמש פרסומאים כדי לפרסם לקהלי יעד ספציפיים.¹¹ למרות מגבלות אלה, היקפם הגדול של הנתונים מעניק יתרונות שונים בין השאר במדידה של ערוצים קטנים, וכיום הופך לנפוץ יותר כחלק ממערך מדידה היברידי המשלב נתוני פאנל עם נתוני עתק.

למרות שנתוני עתק מממירים ומכלי זיהוי תוכן אוטומטי חסרים מידע דמוגרפי והם לא תמיד מדויקים, המיזוג שלהם עם נתוני פאנל לכדי כלי מדידה היברידיים הופך נפוץ יותר

⁸ החברות העוסקות בניטור כאמור מגדירות כללים ביחס להיבטים שונים כגון משך הזמן שהמסך או הממיר דלוק ולא נעשית פעולה, השעה ביממה ועוד כדי לנסות לאמוד את הנוכחות של צופה אנושי בבית ולבדל אותה ממקרים של מסך או ממיר דלוק בבית ללא נוכחות אנשים. בנוסף, כדי לתקף את המידע המגיע מממירים וטלוויזיות חכמות ביחס לכך שהתוכן אכן נצפה, עושים שימוש בהשוואה להתנהגויות צפייה של משתתפי הפאנל (שהם קבוצה קטנה יותר, אך עם מידע עשיר ומפורט על ההתנהגויות שלה - בכלל זה על מי צופה).

⁹ כלומר גם אם אותו תוכן שודר בערוצים שונים, השילוב עם חותמת הזמן (Time Stamp) של התוכן, תאפשר לדעת היכן הוא שודר ונצפה.
¹⁰ נילסן (Nielsen) היא אחת מחברות מדידת הצפייה הגדולות ביותר בשוק המדידה, לצד חברת קנטאר מדיה.

¹¹ Nielsen, "Need to Know: The Pros and Cons of Big Data in Audience Measurement", August 2023; Nielsen, "Balancing the Need for Innovation and Continuity in Audience Measurement", January 2024, accessed: July 10th 2025.

2. מדידת צפייה בבריטניה

תאגיד השידור הבריטי, ה-BBC, היה הגוף הראשון שהחל למדוד צפייה בבריטניה. בהמשך עם התפתחות הטלוויזיה המסחרית הועלתה ביקורת על שיטות המדידה של ה-BBC ונוצרה ועדה משותפת של מפרסמים, סוכנויות פרסום וחברות טלוויזיה, אשר חתמו חוזה עם חברת מדידת צפייה אחת – TAM. בסוף שנות ה-60 הוחתמה חברה חדשה למדידת הקהל עבור הטלוויזיה המסחרית בבריטניה – AGB ואולם המאבק בין החברות השונות על שיטות מדידת הקהל נמשך.

ועדה שמינה הפרלמנט בנושא המליצה בסוף שנות ה-70 על הקמת מנגנון משותף ואחיד שיערוך את מחקרי הקהל עבור כלל חברות השידור, ויספק נתונים גם על היקפי הצפייה וגם על הערכת הצופים את התכנים. בעקבות כך הוקמה ב-1981 המועצה לחקר הקהל של גופי השידור, ה-BARB (Broadcasters Audience Research Board).

המועצה היא חברה בע"מ המנוהלת וממומנת במשותף על ידי הערוץ הציבורי, חברות הטלוויזיה המסחריות וגופי הפרסום. המועצה נחשבת ליישום הראשון של מודל ועדה משותפת של בעלי העניין בתעשייה (JIC) האחראית למדידה הנערכת באופן מוסכם, מודל שהועתק במרוצת הזמן למקומות רבים בעולם, ובכללם לישראל.¹²

2.1 שיטת מדידת הצפייה של מועצת מחקר הקהל של גופי השידור – BARB

כפי שמפורט במסמך קודם בנושא, מדידת הצפייה בבריטניה התפתחה במהלך השנים מאז שנות ה-40 של המאה הקודמת. החל בשימוש בסקרים, ויומני צפייה, המשך בשימוש בסט-מיטר, העוקב אחר הצפייה ומקליט אותה באופן מכני, עבור בפיפל מיטר הנפוץ וכלה במודל המדידה ההיברידי המופעל כיום שמשלב בין נתוני פאנל הנאספים באמצעות פיפל מיטר ונתוני עתק הנאספים ממירים ומטלוויזיות חכמות כמפורט להלן.

BARB משתמשת כיום במתודולוגיה המשלבת **נתונים מפאנל מייצג עם ניתוח נתוני עתק**.

- **נתוני הפאנל** נאספים באמצעות פיפל מיטר המותקן על הטלוויזיה שממיר אותות שידור דיגיטליים ל"טביעות אצבע" ובאמצעות מדי נתב (Router Meter) המנטרים צפייה באינטרנט בתוכן מנויים לפי דרישה (SVOD);
- **נתוני עתק (Big Data)** המכונים על ידי המועצה גם Census Data הם נתונים הנאספים מספקי שידורים בכלים שונים. כפי שיובהר להלן, בעוד בעבר היה מידע זה מבוסס על מנגנוני תיוג של תוכן ואיסוף מידע מנגני מדיה של גופי שידור בדיגיטל, האיסוף כיום מורחב גם לשימוש בממירים של חברות שידור ולנתוני RPD.

לפי המועצה, בעוד שביג דאטה ממכשירים מספק דפוסי צפייה רחבים, הוא אינו יכול לזהות מי צופה בפועל או את המאפיינים הדמוגרפיים שלו ומכאן נובע הצורך בקיומו של פאנל מייצג.

¹² רועי גולדשמידט ואלירן זרד, "מדידת צפייה בטלוויזיה", מרכז המחקר והמידע של הכנסת, 3 בינואר 2022.

BARB נחשבת ליישום הראשון של מודל ועדה משותפת של בעלי העניין בתעשייה (JIC) האחראית למדידה הנערכת באופן מוסכם, מודל שהועתק למקומות רבים בעולם, ובכללם לישראל

הפאנל הורחב ל-7,000 משקי בית עם טלוויזיה (כ-16,000 אנשים), ועוד כ-200 משקי בית בלי טלוויזיה שצופים במסכים אחרים. (לעומת הפאנל בעבר שכלל כ-5,350 משקי בית – כ-12,000 אנשים). הפאנל של BARB מנוהל על ידי חברת קנטאר מדיה.¹³

מ- dovetail fusion לפאנל פלוס¹⁴

מועצת מחקר הקהל של גופי השידור, יישמה מדידה היברידית מאז שנת 2018 במסגרת פרויקט "Dovetail fusion". פרויקט ה-Dovetail Fusion, הציג נתונים משולבים מכמה מקורות מידע לגבי צפייה בתכנים טלוויזיוניים בשלל אופנים ומסכים, ובכלל זה צפייה מקוונת וצפייה נדחית או לפי דרישה, לצד הצפייה המסורתית דרך מקלט הטלוויזיה. במסגרת הפרויקט דווחו מאז 2018 ממוצעי הצופים בתכניות בהם שוקללו נתוני הצפייה בארבעת המסכים: טלוויזיה, מחשב, מחשב-לוח וטלפון חכם.¹⁵ הגישה של "פאנל פלוס" – המודל החדש של המועצה, מתבססת על עקרונות דומים אך מרחיבה את מקורות המידע כך שיכלול נוסף לנתונים אלה גם נתוני עתק נוספים. **המערכת החדשה – פאנל פלוס, אמורה לשלב גם נתוני RPD (Return Path Data) מכמעט 27 מיליוני בתים בבריטניה.**¹⁶

פיתוח המערכת החדשה האמורה נמצא בשלבי ניסוי, וכלל שלבי אבות טיפוס לחלק מרכיבי המערכת הן מצד חברת קנטאר מדיה והן מצד החברות RSMB - I Sopra Steria.

יצוין כי **בפברואר 2025 הודיעה Barb כי היא מתעתדת לדווח באופן יומיומי על צפיות בכ-200 ערוצי תוכן ביוטיוב (YouTube), בעת שהם נצפים באמצעות מסך טלוויזיה.** חברת קנטאר מדיה תשתמש לפי הפרסום בטכנולוגיית התאמה קולית (Audio Matching) כדי לזהות באופן אוטומטי את התוכן (ACR).¹⁷

3. מדידת הצפייה בקנדה

הלשכה למדידת השידורים (Bureau of Broadcast Measurement, BBM) הוקמה בשיתוף פעולה של איגודי חברות השידור, המפרסמים וסוכנויות הפרסום והיא נחשבת לגוף המוסכם הפועל בתחום בקנדה. ב-2014 מותג מחדש ה-BBM ונקרא נומריס (Numeris).¹⁸ נומריס פועלת

¹³ BARB, "[What is the Barb panel and why is it important?](#)", accessed: July 10th 2025.

¹⁴ BARB, "[Barb Launches Prototype Phase for Barb Panel Plus](#)", January 30th 2025.

¹⁵ רועי גולדשמידט ואליהן זרד, "מדידת צפייה בטלוויזיה", מרכז המחקר והמידע של הכנסת, 3 בינואר 2022, עמ' 34-35.

¹⁶ ממירים של מנויי חברת SKY ב-900,000 בתים (באמצעות חברת TVbeat); ונתוני RPD של טלוויזיות עם HBBTV ותוכנת MHEG שיכסו עד כ-26 מיליון בתים. HbbTV מאפשרת לטלוויזיות חכמות לשלב שידור מסורתי עם חיבור לאינטרנט, וכך ליצור ערוץ תקשורת דו-כיווני שמאפשר איסוף נתוני צפייה. תוכנת MHEG מעבדת ומציגה תוכן אינטראקטיבי המועבר יחד עם התכניות הרגילות, ובכך מאפשרת למערכת לתעד את פעילות הצופים. שתי הטכנולוגיות האמורות יוצרות נתוני RPD (נתוני נתיב חזרה) והן מאפשרות איסוף נתונים על הרגלי הצפייה.

¹⁷ BARB, "[Barb to Start Reporting TV-set Viewing to YouTube Channels](#)", 26th February 2025, accessed: July 10th, 2025.

¹⁸ רועי גולדשמידט ואליהן זרד, "מדידת צפייה בטלוויזיה", מרכז המחקר והמידע של הכנסת, 3 בינואר 2022, עמ' 39.

במודל של ועדה משותפת של התעשייה - JIC (Joint industry committee) והיא חברה שלא למטרת רווח.¹⁹

3.1 אופני מדידת הצפייה בקנדה

מדידת הצפייה בטלוויזיה בקנדה (TAM) ²⁰ נעשית בעיקרה באמצעות פאנל הכולל 4,500 משקי בית (כ- 11,000 נפשות). הפאנל כולל גם משקי בית בהם אין מסך טלוויזיה (אך צופים בתוכן במסכים אחרים). המדידה לא כוללת אורחים בבית. צפייה נדחית עד 7 ימים נכללת ב"מטבע" של מדידת הצפייה בטלוויזיה²¹ אך נאספים גם נתונים על מדידת צפייה נדחית בטלוויזיה עד 28 יום.²²

כלי המדידה העיקרי בקנדה הוא פיפל מיטר נייד מכשיר אישי הדומה לאיתורית, שמשותפי הפאנל נדרשים לשאת עימם בכל עת.

כלי המדידה העיקרי הוא פיפל מיטר נייד (Portable People Meter) מכונה גם מיטר אישי (Personal Meter) מכשיר אישי הדומה לאיתורית, שמשותפי הפאנל נדרשים לשאת עימם בכל עת. המכשיר קולט אותות קוליים (שלא נשמעים לאוזן אנושית) המקודדים בתוכן ומפיק ממנו מידע אודות השידורים (רדיו וטלוויזיה) להם נחשפים חברי הפאנל, לא רק כאשר הם נמצאים בבית ולא רק מהטלוויזיה אלא מכל מסך או רדיו.²³ הפיפל מיטר הנייד קולט רק אותות של תוכן שקודד ולכן לא מאזין לסביבתו של חבר הפאנל ולא יכול לזהות תוכן לא מקודד.

נוסף על הפאנל האמור לעיל, נומריס מפעילה **פאנל נוסף למדידת צפייה בדיגיטל (VAM)**²⁴ הפאנל פועל בשלב זה בפרובינציות אונטאריו וקוויבק הצרפתית (כ-50% מאוכלוסיית קנדה). ה-VAM כולל מיזוג של נתוני הצפייה הטלוויזיה, עם נתוני הצפייה בדיגיטל הנמדדים באמצעות מד נתב המחובר לחיבור האינטרנט הביתי. הנתונים הללו משולבים גם עם מידע דיגיטלי בהיקפים נרחבים, ובכלל זה נתונים הנאספים מממירים של חברות הכבלים והלוויין, ומידע מתווג של נגנים דיגיטליים של גופי שידור. המידע האמור משמש לשם כיוול או תקנון של הנתונים - קליברציה (Calibration).

¹⁹ Numeris, [About Us](#), accessed: May 21st, 2025.

²⁰ Television Audience Measurement

²¹ EGTA, "[Advances in Multiplatform TV Measurement: An Overview of Best Practices and Key Developments Around The World](#)", March 2025, Pp: 42- 46.

²² כאמור לעיל וכמפורט במסמך, עצם קיומם של נתונים מקיפים על צפייה בתכנים שונים ובמסכים שונים, לא בהכרח אומר כי נתונים אלה מחושבים בתוך המטבע האחד (currency) המשמש למסחר בין השחקנים השונים בשוק המדיה. ההחלטה איזה נתונים נלקחים בחשבון היא פועל יוצא של ההסכמות בין השחקנים השונים כחלק מוועדות המדרוג ומשתנה בין מדינות.

²³ Numeris, "[Multimedia Panel](#)", accessed: July 10th, 2025.

²⁴ Video Audience Measurement

לפי נומריס, באמצעות השימוש בפאנלים, בכלים שונים ובמודלים מתקדמים לניתוח הנתונים, ה-VAM – נתוני הצפייה בווידאו, נועדו לספק מידע אמת על צריכת תוכן וידאו בפלטפורמות השונות בצורה אמינה - ללא ספירה כפולה או שכפול נתונים (unduplicated).²⁵

לפי נומריס, במהלך שנת 2025 פתרון מדידת הדיגיטל חוצה הפלטפורמות ה-VAM אמור להיפרס בכלל קנדה (לא ברור האם תימשך הפעלתם של שני פאנלים נפרדים או שהם ימוזגו).²⁶ נתוני ה-VAM כוללים שקלול של מקורות צפייה שונים בכללם גם וידאו מאתרי מדיה חברתית דוגמת פייסבוק, יוטיוב, טיקטוק, אינסטגרם ועוד. עם זאת, לפי דוח של האיגוד האירופי לפרסום בטלוויזיה EGTA בשלב זה נתוני ה-VAM לא נחשבים לחלק מן "המטבע" המקובל על רוב השוק. המידע המקובל כחלק מן המטבע כולל: צפייה לינארית בכל המסכים וצפייה נדחית "מוקלטת" עד 7 ימים.²⁷

4. השימוש בנתוני ממירים בקנדה

במרץ 2015 פרסמה הנציבות הקנדית לרדיו-טלוויזיה ותקשורת (CRTC), הרגולטור הממשלתי האחראי על פיקוח ואסדרת תעשיות השידור והטלקומוניקציה בקנדה, החלטה בנושא מדיניות הרגולציה על השידורים.²⁸ במסגרת ההחלטה היא דרשה מן התעשייה להקים קבוצת עבודה, שתפתח בשיתוף פעולה מערכת למדידת צפייה המבוססת על ממירים, ובכלל זה תתייחס לתקנים טכניים, הגנות פרטיות, מבנה ממשל וחלוקת עלויות מימון המערכת.

בהחלטת מדיניות השידורים משנת 2018 (2018-263), הנציבות הטילה תנאים ברישיון המחייבים ספקי טלוויזיה משולבים אנכית (Vertically integrated broadcasters)²⁹ לספק נתוני ממירים למערכת מדידת צפייה לאומית המבוססת על ממירים עד לא יאוחר מ-30 בספטמבר 2019. בהתאם להחלטה שצוינה לעיל, ממרץ 2015, הנציבות גם "עודדה את כל ספקי הטלוויזיה שאינם כפופים לאותם תנאי רישיון להמשיך להשתתף בתמיכה בפיתוח מערכת מדידת צפייה לאומית המבוססת על ממירים, ולהפוך נתונים זמינים למערכת כזו".³⁰

לפי דוח התקדמות של הוועדה המשותפת של התעשייה בנושא ממירים (Set Top Box) ממרץ 2021, מערכת מדידת הצפייה בטלוויזיה (TAM) של נומריס מבוססת על נתונים מפאנל של כ-11,500 אנשים. נתוני ה-RPD (Return Path Data) של ספקי הטלוויזיה ישולבו עם נתוני מערכת מדידת הצפייה מבוססי הפאנל כדי ליצור מאגר נתונים משולב, שצפוי בסופו של

²⁵ Numeris, "[What is VAM and How Does it Work?](#)", accessed: July 10th, 2025.

²⁶ שם.

²⁷ PVR – Personal Video Recorder.

²⁸ CRTC, "[Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2015-86](#)", March 12, 2015, accessed: July 10th, 2025.

²⁹ הכוונה לחברות תקשורת הפועלות הן בייצור, הן בהפקה והן בהפצה או שידור של תוכן טלוויזיוני.

³⁰ CRTC, "[Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2018-263](#)", August 2, 2018, accessed: July 10th, 2025.

דבר להחליף את מאגר נתוני מדידת הצפייה הקיים. עם הוספת נתוני ה-RPD מחמשת ספקי הטלוויזיה הקרקעיים³¹ המשתתפים, נומריס תגדיל משמעותית את המדגם המדווח בנתונים שלה.³²

עוד לפי הדוח, כדי לשמר את פרטיות המשתמשים, לא יימסר לנומריס מידע אישי של מנויי ספקי הטלוויזיה. נתוני ה-RPD של ספקי הטלוויזיה ינוקו, יעובדו וימוזגו עם נתוני ה-TAM כדי ליצור את נתוני ה-ETAM (Enhanced Television Audience Measurement).

באשר לעלויות היישום לפי הדוח: נומריס וחברות ה-BDU (מפיצי שידורים) השונות קבעו מנגנון החזר עלויות כחלק מהסכמי הרישוי האישיים. נומריס, הפועלת כארגון ללא מטרת רווח, תהיה אחראית לעלויות ההתחלתיות והשוטפות.³³

יצוין כי מעיון בהחלטות הרגולטור, דוחות המעקב ודוחות של התעשייה עולה כי משך הזמן להטמעה מלאה של פתרונות מבוססי ממירים בקנדה היה ממושך. **רק בחלוף כעשור מההנחיה של הרגולטור הקנדי לבחון ולפעול לשילוב נתוני ממירים ונתונים דיגיטליים דומים במערכת המדידה, נעשית הטמעה בהיקף מלא.** בנוסף, כאמור לעיל, גם בשלב זה משתמע כי מדובר בשני מטבעות שונים – VAM – המתייחס למדידת צריכת תוכן דיגיטלי חזותי בכל המדיות; ו-TAM או בגרסה המשודרגת שלו ETAM שאמור לייצג נתוני צריכת תוכן טלוויזיוני באופן מדויק ומפורט יותר (כולל התמודדות טובה יותר עם ערוצי נישא), באמצעות שילוב נתוני הפאנל עם נתוני חברות הכבלים – RPD.

5. מדידת צפייה באוסטריה

ועדת מדידת קהלי הטלוויזיה באוסטריה, ה-AGTT (Arbeitsgemeinschaft TELETEST) מייצגת את כל גופי השידור. ה-AGTT פועלת במתכונת של ועדה בשליטת חברות המדיה (בניגוד למבנה של IBC שכולל גם את המפרסמים ומשרדי הפרסום).

בספטמבר 2024 השיקה הוועדה את TELETEST 2.0 כמטבע מדידה חדש לטלוויזיה. המערכת משלבת נתוני פאנל מסורתיים עם נתוני RPD מיותר ממיליון מכשירים מחוברים, ויוצרת את מה שהם מכנים "פאנל סינתטי" שגודלו פי 30 מהפאנל הקיים.

TELETEST 2.0 מתמודדת עם מגבלות המדידה המבוססת על פאנל מסורתי ובפרט: תת ייצוג של ערוצים קטנים, ותנודות גבוהות בנתוני הצפייה עקב גודל המדגם, באמצעות העשרת הדאטה ממקורות נוספים מעבר לפאנל. המערכת החדשה פותחה דרך מיזם משותף בין AGTT

³¹ במקור: Terrestrial broadcasting distribution undertaking. הכוונה לחברות המספקות שירותי טלוויזיה לרוב באמצעות כבלים ולווין

³² CRTC, [Set-Top Box \(STB\) Industry Working Group – Progress Report](#), March 5, 2021, accessed: July 10th, 2025.

³³ שם.

כדי לשמר את פרטיות המשתמשים, לא יימסר לגוף המדידה מידע אישי של מנויי ספקי הטלוויזיה. נתוני הממירים ינוקו, יעובדו וימוזגו עם נתוני מדידת הצפייה בטלוויזיה כדי ליצור נתונים צפייה מאוחדים

הוועדה מתמודדת עם מגבלות המדידה בהן: תת ייצוג של ערוצים קטנים, ותנודות גבוהות בנתוני הצפייה, באמצעות העשרת הדאטה בנתוני צפייה מממירים ומטלוויזיות חכמות

TV-Insight GmbH-I, והיא משלבת שני מקורות מידע עיקריים: **נתוני פאנל**: מספקים מאפיינים דמוגרפיים וסוציו-כלכליים ברמת האדם; **נתוני RPD (return path data)**: מספקים נתוני צפייה ברמת המכשיר ממכשירי HbbTV.³⁴

הפאנל מורכב מ-1,512 משקי בית (כ- 3,346 אנשים)³⁵ רק בקרב משקי בית עם מקלט טלוויזיה. משקי הבית נמדדים באמצעות פיפל מיטר המחובר למקלטי הטלוויזיה. כחלק מן המטבע נמדדת צפייה נדחית עד 7 ימים.

נתוני ה-RPD מתקבלים הן מטלוויזיות מחוברות והן מממירים (Set top Box).

לטענת ועדת המדרוג האוסטרית, הם מצליחים להמיר את נתוני מקלטי הטלוויזיה (שאינם כוללים באופן אינהרנטי מידע על משק הבית) בנתונים על צופים באמצעות מיזוג של נתוני הפאנל ונתוני המקלטים. בנוסף לטענתם, שיטת המדידה שלהם מאפשרת מדידה ודיווח רייטינג בזמן אמת.

הגדלת הפאנל באופן סינטיטי (כלומר בכלי חישוב ולא בהגדלת מספר חברי הפאנל) נעשית באמצעות זיהוי דפוסי צפייה היסטוריים ומידע דמוגרפי משותפים בין כל חבר פאנל לבין נתוני RPD כך שלכל חבר פאנל מוצאים כ-30 "תאומים" (מסכים, ממירים וכדומה בהם התנהגות הצפייה דומה לזו של חברי הפאנל וממנה מסיקים ביחס לצופים עצמם) ובאמצעות המידע המועשר וטכניקות של עיבוד נתוני עתק נעשית אקסטרפולציה המספקת נתוני זמן אמת שאמורים לייצג את כלל אוכלוסיית הצופים האוסטרית בזמן אמת.³⁶

רגולציית חופש התקשורת האירופי ה- European Media Freedom Act IX בקיצור EMFA שהושלמה באפריל 2024 קובעת בסעיף 24 לרגולציה כללי שקיפות חדשים לספקי מערכות מדידת צפייה (Providers of audience measurement systems). גופים אלה חייבים החל מאוגוסט 2025 לפעול לפי שבעה עקרונות יסוד: שקיפות, ניטרליות (impartiality), הכללה (inclusiveness), פרופורציונליות, אי-אפליה, השוואתיות ויכולת אימות. תהליך זה אמור להפוך את תחום מדידת הקהל מתעשייה בה המתודולוגיות לא חשופות אלא רק התוצר - למערכת פתוחה, אחראית ונגישה יותר.

ספקי המדידה חייבים לספק גישה חינמית ומיידית למתודולוגיות המפורטות שלהן לספקי שירותי תקשורת, למפרסמים ולצדדים שלישיים מורשים. עליהן לעבור ביקורות עצמאיות שנתיות ולספק לחברות התקשורת את נתוני הקהל הגולמיים שלהן לפי דרישה. עם זאת, חברות יכולות עדיין להגן על סודות מסחריים לגיטימיים תוך עמידה בדרישות השקיפות הללו.

³⁴ HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV) הוא סטנדרט אירופי המשלב שידורי טלוויזיה רגילים עם קישוריות אינטרנט, וכפועל יוצא מאפשר לגופי השידור יכולות מדידת קהל באמצעות נתוני נתיב חזרה ממכשירים מחוברים.

³⁵ נכון לדצמבר 2024.

³⁶ EGTA, "Teletest 2.0: Austria's Next-Gen TV Measurement", accessed: July 10th, 2025.

הרגולציה מעודדת פיתוח "קודי התנהגות" של התעשייה באמצעות שיתוף פעולה בין ספקי מדידה, ספקי שירותי תקשורת, פלטפורמות מקוונות רגולטורים, ובעלי עניין נוספים. הנציבות האירופית תבחן הוצאת הנחיות מעשיות, ותקיים דיאלוג מתמשך לשיתוף השיטות הטובות ביותר בין כל בעלי העניין. יובהר כי הרגולציה האמורה לא מבטלת את חוקי הגנת המידע והפרטיות הקיימים באירופה.³⁷

הרגולציה האמורה לא חלה על בריטניה שעזבה את האיחוד האירופי, ולא על קנדה שנסקרה לעיל, אך היא חלה על אוסטריה. עם זאת, כיוון שהיא מכילה כללים על התעשייה באירופה היא צפויה להשפיע על נורמות ביחס לשקיפות, לשיתוף וליכולת להשוות בין מתודולוגיות ושיטות מדידת קהל. כיוון שהחברות הפועלות בתחום פועלות בכל העולם, יש מקום להניח שהרגולציה תתרום בעקיפין גם לסטנדרטים במדינות מחוץ לאירופה.

לפי האיגוד האירופי לפרסום בטלוויזיה EGTA עבור גורמי התעשייה, השינוי הרגולטורי הזה מהווה גם אתגר וגם הזדמנות. ספקי מדידת הקהל חייבים כעת להתאים את המתודולוגיות שלהם עם סטנדרטי האיכות של EMFA עד אוגוסט 2025, מה שמוביל למאמצי ציות ושדרוג המערכות. החוק גם מחזק את מעמדן של ועדות התעשייה המשותפות (JICs), כיוון שהוא מאשר את החשיבות של מערכות מדידה עצמאיות ומנוהלות בשיתוף. לפי EGTA הרגולציה צפויה לפעול כזרז לסטנדרטיזציה ושיתוף פעולה גדולים יותר בקרב גופי התקשורת האירופיים, תוך דרישה מרגולטורים לאומיים להתאים את נהלי האכיפה שלהם לדרישות הישירות של החוק.³⁸

³⁷ Regulation (EU) 2024/1083 of The European Parliament and of the Council of 11 April 2024 Establishing a Common Framework for Media Services in the Internal Market and Amending Directive 2010/13/EU (European Media Freedom Act) in: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:L_202401083, accessed: July 29th, 2025.

³⁸ EGTA, "[Advances in Multiplatform TV Measurement: An Overview of Best Practices and Key Developments around the World](#)", March 2025, Pp: 12- 14.