

נשים מנגה, גברים ממאדים? דפוסי האזנה לרדיו מקוון ופערים דיגיטליים מגדריים

מירה משה, טל לאור ושמעון פרידקין

מבוא

מחקרי הפערים הדיגיטליים מתמקדים כיום במערב בעיקר במה שנקרא "הרמה השנייה של הפער הדיגיטלי", הקשורה באופני השימוש באינטרנט (Attewell, 2001; DiMaggio & Hargittai, 2001; Hargittai, 2002). הרמה הראשונה של הפער הדיגיטלי קשורה לרמת הנגישות לטכנולוגיות מידע ולהשלכות של נגישות או של אי נגישות זו על חייו של הפרט ועל מעמדו החברתי (Rodino-Colocino, 2006). הרמה השנייה של הפער הדיגיטלי קשורה יותר לגורמים כמו דפוסי שימוש, מוטיבציה וכישורי גלישה ברשת (Min, 2010), אם כי גם כאן אין התעלמות מהשפעתם של גורמים חברתיים-כלכליים על הפער הדיגיטלי העכשווי (Zhu & Chen, 2013). חוקרי הפער הדיגיטלי חלוקים בשאלת המשך קיומו. יש הטוענים כי בשל ההטמעה של טכנולוגיות מידע בכל תחומי החיים ובשל הסטנדרטיזציה של השימוש באינטרנט, הפער הדיגיטלי ילך וייסגר עד כדי שיעולם (Compaine, 1988; Wilson, 2000). אחרים, לעומת זאת, טוענים כי הרעיון של סגירת פערים דיגיטליים מייצג תפיסה אוטופית (DiMaggio et al., 2001), וכי הפערים הדיגיטליים האישיים והבין-מדינתיים רחוקים מלהיעלם (Chang, Wong & Park, 2014). יתר על כן, עדויות מצביעות על כך שהזמן אינו פועל לטובת מי שאין להם. למשל, בשווייץ נשלטת הגישה לאינטרנט באופן מסורתי בידי גברים משכילים, אמידים וצעירים, והפער בין אלה שיש להם גישה לטכנולוגיות תקשורת מתקדמות לאלה שאין להם גישה כזאת התרחב, לא הצטמצם, עם הזמן (Bonfadelli, 2002). ההנחה הרווחת כיום בקרב חוקרים היא שגם אם הרמה הראשונה של הפער הדיגיטלי תצטמצם, הרמה השנייה של הפער הדיגיטלי, זו התלויה במוטיבציות שימוש, בכישורי המשתמש וכולי, תמשיך להתקיים. מאמר זה עוסק ברמה השנייה של הפער הדיגיטלי ובוחן את הקשר שבין מגדר לדפוסי צריכה מוגברים של רדיו דיגיטלי מקוון לפי דרישה (On Demand).

רדיו "חדש" ומגדר

דפוסי האזנה לרדיו הם פעמים רבות נגזרת של אימוץ טכנולוגיות תקשורתיות חדשות, אלא שמשתנים דמוגרפיים שונים משפיעים על אימוץ טכנולוגיות. אנשים משכילים ובעלי משאבים כלכליים נוטים לאמץ טכנולוגיות כמו רדיו לווייני יותר מאנשים משכילים פחות או בעלי משאבים כלכליים מצומצמים. יתרה מזאת, מתברר ששונות מגדרית מייצרת שונות תפיסתית בהערכת התועלת באימוץ טכנולוגיות רדיופוניות מתקדמות. המשמעות היא, בין השאר, שגברים נוטים יותר מנשים יותר לאמץ טכנולוגיות רדיופוניות מתקדמות (Lin, 2010). כיוון שגברים (וצעירים) נוטים לאמץ טכנולוגיות תקשורת חדשות, תחנות הרדיו משרדות תכנים שפונים לקהלים ייחודיים אלה (Johnson, 2012). כך מתברר שמהפכת הסייבר הרדיופוני מעורדת פרגמנטציה של קהלים (Ganchiff, 2000). כמו כן הרדיו המקוון מסייע בצמצום פערים דיגיטליים בקרב אוכלוסיות מסוימות. כאשר מוסיפים על כך את העובדה שהפיכת הרדיו למתווך מחשב מתאפשרת באמצעות הטמעה של טכנולוגיית הזרמה (Streaming Technology) (Evans & Smethers, 2001), נדמה שהיכולת לייצר פרגמנטציה של תכנים מעורדת את תהליך הפרגמנטציה של מאזינים. אלא שעולה השאלה אם דפוסי הפער הדיגיטלי המגדרי יופיעו גם בקרב צרכני רדיו "כבדים", אם במקרה של צרכנות מוגברת של תוכן רדיופוני לפי דרישה באמצעות האינטרנט נגלה עיוורון מגדרי או שגם במקרה זה נגלה פערים דיגיטליים מגדריים. במילים פשוטות, האם בעידן הרדיו המקוון אנו עדים לצריכה רדיופונית מסוג של "לא יכולות, לא רוצות ולא מתעניינות" או למציאות של "יכולות רוצות ומתעניינות". במאמר זה ננסה לענות על השאלה אם מהפכות הסייבר והמובייל הרדיופוניים מעידות על כך שגברים ממאדים מנגה נשים ממאס בכל הנוגע לאימוץ טכנולוגיות דיגיטליות.

שירותי רדיו לפי דרישה

צריכה תקשורתית לפי דרישה מבוסס על פרוטוקולים שיוצרים גישה לתקשורת אקטיבית (Salim & Moh, 2013). האימוץ הרחב של אפליקציות אינטרנטיות והשימוש בטכנולוגיות דמויות רדיו, הביאו להפצה של תוכן מולטימדיה, כולל אודיו ורדיו לפי דרישה (O'Neill, 2007). בו בזמן ההשפעה של האינטרנט על הרדיו משמעותית, ושהשימוש באינטרנט להפצת ידע, ערך מוסף ושירותים לפי דרישה הפכה לחיונית ומרכזית בתחום הרדיו ולגיבוש האסטרטגיה הדיגיטלית (Evans & Smether, 2001; לאור, 2015). בעבר שודרו חומרים רדיופוניים רק בתכניות הרדיו, היום אפשר להפיץ גם באמצעות לפי דרישה ושירותים אינטראקטיביים. זאת ועוד, שידורי רדיו לפי דרישה זמינים היום לצרכנים בכל עת. תכניות ארוכות מחולקות למקטעים ומלוות בטקסט המתאר כל מקטע, כך שהצרכן יכול לבחור להאזין רק לקטע ספציפי מהתכנית הרלוונטי לו. הבחירה עוברת לידי הצרכן השולט בשעת ההאזנה, בתוכן ההאזנה ובסדר ההאזנה. נוסף על כך, האינטרנט מאפשר להוסיף לקטעים אלה מידע טקסטואלי וחיפוש קטעים, יחד עם הוראות להזמנת מוצרים באמצעות הטלפון או המייל. האינטרנט מאפשר לשידורי הרדיו להפיץ גם תוכן ויזואלי, שבאופן רגיל לא קיים בשידורי הרדיו. כך, הפקת חומרים לרדיו עוברת שינוי, הסתגלות והתאמה ככל ששירותי התוכן לפי דרישה מתפתחים ונפוצים (Patric, Black & Whalen, 1996).

שירותי אודיו לפי דרישה מאפשרים למאזינים לשמוע כל שיר וכל תכנית בכל עת באמצעות האינטרנט (Harwood, 2004). עם זאת, בתקופה האחרונה חלה עלייה בפופולריות של טלפונים ניידים ובשימוש באפליקציות שונות. הטכנולוגיות החדשות הרלוונטיות לתחום הטלפונים הסלולריים והאינטרנט הפכו ליותר ויותר פופולריות, מה שמדגיש את הפוטנציאל של הרדיו ככלי הפצה משמעותי מעבר לאפשרויות שראינו עד כה. האפשרות לקיים צ'אטים בנייד, לדוגמה, מאפשרת לקיים אינטראקציה בין המאזינים (Woodard & Omolo, 2013). המטרה של התעשייה היא להפוך כל דבר לזמין מיד בכל הפלטפורמות, ואנו רואים זליגה והתכנסות של מדיומים: אתרים מבוססי אודיו ויזואלי, טלוויזיה עם אינטרנט, אינטרנט עם שירותי טלוויזיה, שידורי רדיו עם תמונה, וכך הלאה (Bacalu, 2014). מאמצי הרדיו האינטרנטי האזינו לרדיו בכמה מקומות פיזיים שונים לעומת הלא מאמצים. ממצאים אלה מדגישים את העניין הגובר והולך בתכני אודיו לפי דרישה (Lin, 2009).

הטיות מגדריות ופערים דיגיטליים מגדריים

ההטיה המגדרית הדיגיטלית מתחילה כבר בשלבי ילדות ראשוניים של בנות ומטופחת במשפחות רבות (Chu, 2010). משפחות רבות נוטות לעודד בנים יותר מאשר בנות לפנות ללימודים טכנולוגיים דיגיטליים. במקביל הן מטפחות את נטייתן של בנות להתמיד בתפקידן המסורתי כמטפלות בבית ובילדים ובכך מגבילות את אפשרויותיהן להשתלב בסביבה הדיגיטלית (Kennedy, Wellman & Klement, 2003). התוצאה של הקדשת פחות זמן על ידי נשים להכרת טכנולוגיות המידע, היא שפחות הזדמנויות נפתחות לפני נשים להכיר את טכנולוגיות המידע

החדשות ולהתנסות בשימוש בהן ושהן נזקקות לעזרה כאשר הן מעוניינות לעשות שימוש בטכנולוגיות המידע הללו (Liff & Shepherd, 2004), והן אינן חשות מוטיבציה לעשות שימוש בטכנולוגיות אלה (Hargittai & Shafer, 2006; Durndell & Haag, 2002; Trauth, 2003). היינו, נשים וגברים שונים במידה משמעותית ביעילות השימוש באינטרנט, המזוהה גם עם מעמד חברתי-כלכלי (Cheong, 2007). עם זאת חשוב להבהיר שההטיות המגדריות האלה אינן רק עניין נורמטיבי הניזון מסטראוטיפים תרבותיים. מדובר בהטיות המעוגנות הן ברמה הממסדית הלאומית המקומית והן בקרב מעצבי מדיניות תקשורת.

חוסר הנגישות של נשים לטכנולוגיות מידע ותקשורת מצביע על כך שהפער הדיגיטלי המגדרי עדיין קיים במדינות רבות, כולל, אגב, מדינות מערביות הנחשבות למתקדמות (Alqattan, 2009). הגרסה האמריקנית הבסיסית לפער הדיגיטלי מתייחסת למושגים כמו נגישות לאינטרנט ולמידע ולאופני השימוש ברשת כרמה הראשונה של פער דיגיטלי. אולם קיימות רמות נוספות של פער כזה, כמו למשל יעילות השימוש ברשת. סוגיה זו קשורה למקום שבו נעשה שימוש באינטרנט: בית לעומת עבודה. פירוש הדבר הוא כי התפיסה הבינארית של have and have-not שרווחה בשנות השמונים של המאה העשרים, בשלבי תכנון החדרת המחשבים לבתי הספר, הגישה של Information reach vs. information poor (Gunkel, 2003) איננה משקפת כיום את המשמעות האמתית של פער דיגיטלי, אף על פי שהחשש מפער דיגיטלי עדיין קשור לסוגיות כמו זרימת מידע, מעמד סוציו-אקונומי, אתניות ומגדר (Ritzhaupt et al., 2013). במילים פשוטות, פערי מידע, אם כתוצאה מנגישות, מעלויות שימוש, מאופני שימוש או מיעילות שימוש, הם עדיין מקור לחוסר שוויון חברתי. חוסר שוויון זה יכול להתקיים בין מדינות ובתוך מדינות, ברמה של משקי בית וברמת הפרטים, הקשר תעסוקתי ובהקשר חברתיים (Moshe, 2013). המיומנות הדיגיטלית של הפרט מושפעת מנגישות ביתית ל-ICT, מהבדלי מגדר ומהיסטוריית השימוש ב-ICT (Zhong, 2011). בנים מפתחים כישורים טכנולוגיים טובים יותר משל בנות, משום שהם נוטים לבלות יותר זמן מול המחשב, מה שמחזק את עמדתם החיובית כלפי מחשבים (Hargittai 2005; Imhof, Vollmeyer & Beierlein, 2007). בילוי הזמן מול המחשב מתבטא פעמים רבות במשחקים דיגיטליים. נמצאו הבדלים משמעותיים בין המינים במשחקים הדיגיטליים בסוגי המשחק, בעמדות כלפי המשחק ובמסוגלות העצמית הטכנולוגית. יחסו של מי שמשחק בטכנולוגיה דיגיטלית לטכנולוגיה הדיגיטלית מתעצם יותר מזה של מי שאינם נוהגים כך, וכיוון שבנות נוטות לשחק פחות במשחקים דיגיטליים, הן צוברות "גירעון" דיגיטלי (Bertozzi & Lee, 2007). התוצאה היא ייצוג סטראוטיפי של הנשים כמודרות ממשחקי מחשב וכמי שאינן רוצות לעסוק במקצועות טכנולוגיים תובעניים, והנצחת האתוס שמחשבים וטכנולוגיה הם תחומים גבריים (AAUW, 2000; Canada & Brusca, 1991; Cassell & Jenkins, 1998). בכך מוותרות למעשה הנשים על זכותן להנאה. הוויתור מתחיל בגילאים צעירים בהבדלים בבילוי הביתי מול המחשב, ומתעצם בגילאים מבוגרים יותר, כאשר הנשים מנצלות את הזמן הביתי לטיפול בבית

משמעות הדבר הוא שהמאזינים משתתפים בתהליכי הייצור, ההפצה ושיתוף המידע. אלא שעל התהליכים המורכבים האלה לא פסחה בעיית הפער הדיגיטלי (Chiumbu & Ligaga, 2013). הגל הראשון להיווצרותו של פער דיגיטלי יוחס לקשיי פיתוח, לריחוק גאוגרפי, להשפעות של יכולת כלכלית ושל מאפיינים טופוגרפיים וגאוגרפיים על הפצת וקליטת תכנים רדיופוניים (Nassanga & Lopes, 2013). בין המאפיינים הסוציו-דמוגרפיים הבולטים היו מגדר, השכלה, גיל והכנסה (Akhter, 2003; Aroldi, Trültzsch & Köuts-klemm, 2013; Cohen, 2009; DiMaggio et al., 2004; Livingstone, Bober & Helsper, 2005; Livingstone & Helsper, 2007; Tsatsou, 2011a, 2011b, 2011c). כיוון שהפערים הדיגיטליים, גם בגל השני, יוחסו למשתנים דמוגרפיים, התמקד מחקר זה במאפייניו הסוציו-דמוגרפיים של המגדר ובהשפעתם על שימוש בתוכן רדיופוני אינטרנטי לפי דרישה. הוצגו שאלות המחקר הבאות:

- (1) האם אפשר לזהות פער דיגיטלי מגדרי בדפוסי האזנה מוגברים לתכנים לפי דרישה של הרדיו המקוון בקרב מאזינים ישראלים?
 - (2) האם אפשר לזהות פער דיגיטלי מגדרי בדפוסי האזנה מוגברים לתכנים לפי דרישה של הרדיו המקוון בקרב מאזינים ישראלים צעירים (מתחת לגיל 35) ובקרב מאזינים ישראלים מבוגרים (מעל גיל 35)?
 - (3) האם אפשר לזהות פער דיגיטלי מגדרי בדפוסי האזנה מוגברים לתכנים לפי דרישה של הרדיו המקוון בקרב מאזינים ישראלים בעלי השכלה אקדמית וחסרי השכלה אקדמית?
 - (4) האם אפשר לזהות פער דיגיטלי מגדרי בדפוסי האזנה מוגברים לתכנים לפי דרישה של הרדיו המקוון בקרב מאזינים ישראלים בעלי הכנסה גבוהה ובעלי הכנסה נמוכה? (או לחלופין: האם אפשר לזהות פער דיגיטלי מגדרי בדפוסי האזנה מוגברים לתכני on-demand של הרדיו המקוון בקרב מאזינים ישראלים בעלי הכנסה מתחת לממוצע ומעל לממוצע?)
- פרט למשתנים הדמוגרפיים הקלאסיים – גיל, השכלה והכנסה – הוצגו שאלות מחקר הקשורות לפערים דיגיטליים ודתיות, לפערים דיגיטליים ומצב משפחתי ולפערים דיגיטליים והורות.

הליך המחקר ומאפייני המדגם

מחקר זה ממשיך מחקר שבחן את מאפייני הפער הדיגיטלי המגדרי לתכנים רדיופוניים דרך הטלפון הנייד (משה, לאור ופרידקין, 2016). הוא מתבסס על הנתונים שנאספו במחקר הקודם, אך בוחן אותם בהקשרים אחרים, של מאפייני הפער הדיגיטלי המגדרי באמצעות דפוסי צריכת רדיו מקוון.

ניתוחים סטטיסטיים

במחקר השתמשנו בטבלאות צלוח. צלוח הוא שיטה לניתוח קשר דו משתני בין משתנים שאורגנו בטבלה. צלוח הוא סוג של ניתוח דו משתני, שיטה שמסייעת לאתר ולתאר את הקשר בין שני משתנים שמייים או סידוריים. בעזרת צלוח אפשר לא רק לגלות אם שני משתנים קשורים, אלא גם לקבוע את עוצמת הקשר ואת כיוונו. נוסף

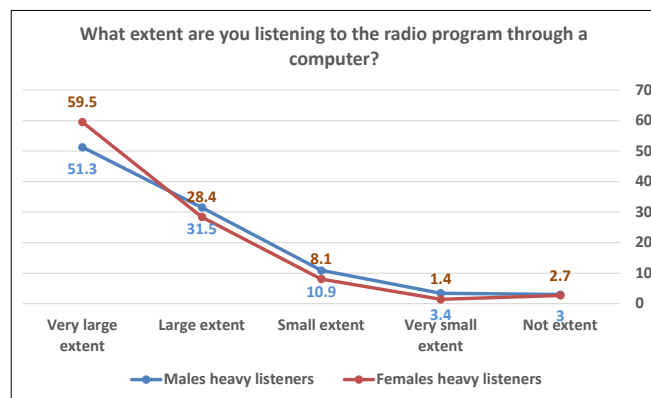
ובילדים ומתקשות למצוא זמן פנוי לישיבה מול מחשב. התוצאה היא, הלכה למעשה, העמקת אי שוויון מגדרי דיגיטלי (Perrons, 2004). הנאה, מגדר ופער דיגיטלי – הקשר שבין אי שוויון מגדרי לבילוי זמן בצורה מהנה הוא משמעותי לחיבור שבין ממשקים טכנולוגיים לקשרי אנוש. באמצעות המשחק אנשים מפתחים גישה חיובית לסביבות דיגיטליות ולטכנולוגיות מתקדמות (Kerr, Kucklich & Brereton, 2006). נדמה, אם כך, שמבחינה היסטורית נשים משתתפות פחות בהקשרים מהנים של שימוש בטכנולוגיות מידע, השתתפות שמקרינה על תחומים אחרים, כמו, למשל, מסחר אלקטרוני. נשאלת השאלה אם גם בפעילויות שמהן נשים נהנות יימצאו עדויות לקיומו של פער דיגיטלי. ובכן, תרבות הצריכה המערבית מקשרת בין קניות להנאה בקרב נשים. קניות הן פעילות פנאי מובהקת של נשים מהמעמד הבינוני והגבוה, ואתרים כמו חנויות כלבו, מועדונים, מסעדות, תאטרון וכדומה הפכו לאתרים שזורים בצריכה; ובהם נשים קונות לשם תענוג. נוסף על כך השפעות של אסטרטגיות שיווק, של מדיניות אשראי, של שינויים בתחבורה הציבורית ובמאזן הכספי של כוח בתוך הבית, ונקבל מציאות שבה הנשיות המודרנית קשורה בקשרים עבותים עם יעילותה של חברה צרכנית (Rappaport, 2000). יתרה מזאת, כיוון שנשים הן סוכנות מרכזיות של צריכה, ניסיונות פיתוח כלכלי מחייבים תשומת לב מגדריית ייחודית (Nelson, 2000). אלא שהצמיחה המהירה של האינטרנט והמסחר אלקטרוני פתחה תופעה שיווקית חדשה של קניות באינטרנט. בתחילת הדרך, קניות ברשת נחשבו לתחום שמעסיק קהילות של צעירים בני המעמד הגבוה (Banerjee, 2013), אולם תרבות הצריכה ברשת חלחלה בהדרגה לקהילות נוספות של צרכנים וספקים. בשנות התשעים גברים גילו נכונות רבה יותר מנשים לבצע רכישות ברשת, אולם כיום מחקרים מצביעים על נטייה לסגור פערים אלה (Donthu & Garcia, 1999; Korgaonkar & Wolin, 1999; Kwak, Fox & Zinkhan, 2002; Lightner et al., 2002; Koyuncu & Lien, 2003; Brown, Pope & Voges, 2003; Kim & Kim, 2004). לעולם המסחר הדיגיטלי הנשים משתמשות בטכנולוגיות המידע במסחר האלקטרוני באופן דומה לגברים (Koerning & Granitz, 2006), אך עם זאת הפצת הסטראוטיפים המגדריים השליליים והמזיקים על הקשר שבין טכנולוגיה לנשים נמשך למרות נטייה להציג את הסחר הדיגיטלי באופן שוויוני יותר מבחינה מגדריית. אם כן, אילו דפוסי העדפות מגדריים יימצאו בכל הנוגע לפנאי הרדיופוני, קרי לצריכת תוכן רדיופוני מקוון?

מתודולוגיה

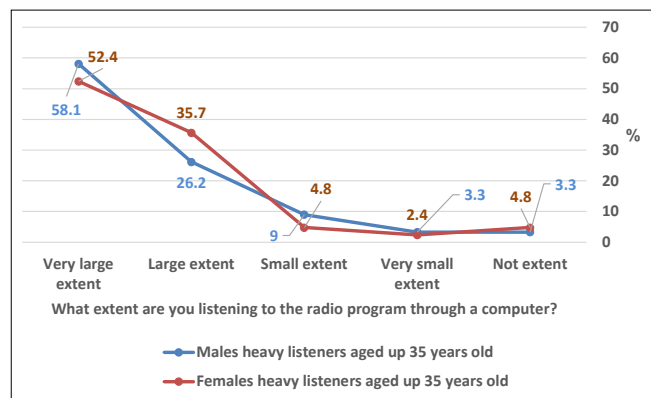
שאלות המחקר

הטכנולוגיות הדיגיטליות החדשות שינו את אופני ההפצה והקליטה של שידורי רדיו ועודדו תהליכי התלכדות של גורמים כלכליים, חברתיים ותרבותיים מקומיים (Mabweazara, 2013). טכנולוגיות המידע המתקדמות (ICT – Information Communication Technology) הרחיבו את המרחב הרדיופוני והפכו את הקהל למעורב יותר. תחנות רדיו מתייחסות אל המאזינים שלהם כאל ציבור ולא רק כאל מאזינים.

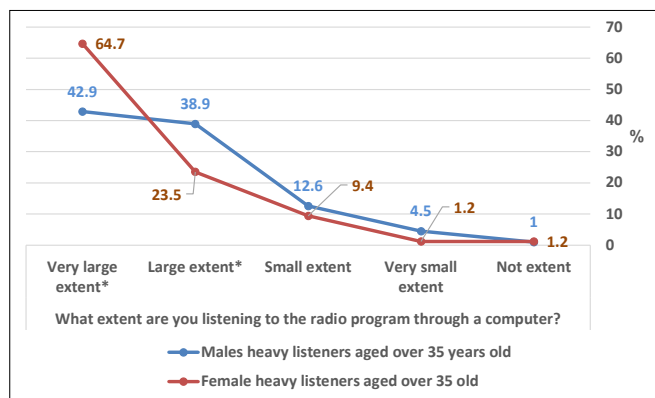
תרשים 1. התפלגות ההאזנה לתכניות רדיו דרך מחשב לגברים ונשים המאופיינים כמאזינים כבדים

* $p < 0.05$

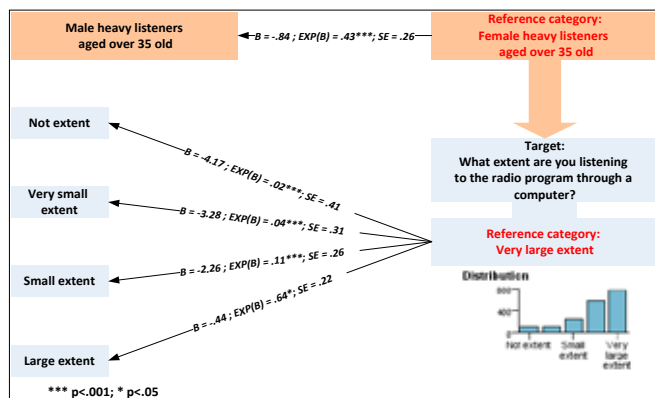
תרשים 2. התפלגות ההאזנה לתכניות רדיו דרך מחשב לפי גברים ונשים המאופיינים כמאזינים כבדים מתחת לגיל 35



תרשים 3. התפלגות ההאזנה לתכניות רדיו דרך מחשב לפי גברים ונשים המאופיינים כמאזינים כבדים מעל לגיל 35

* $p < 0.05$

תרשים 4. תוצאות של ניתוח רגרסיה אורדינלית להסבר השונות של ההאזנה לתכניות רדיו דרך מחשב באמצעות גברים ונשים מעל גיל 35



תוצאות

כדי לענות על שאלת מחקר הראשונה נערך תיקון בונפרוני (ראו תרשים 1).

מהתרשים, שמופק על ידי תיקון בונפרוני, עולה כי אין לזהות פער דיגיטלי מגדרי בדפוסי האזנה מוגברים לתכני on-demand של הרדיו המקוון בקרב מאזינים ישראלים.

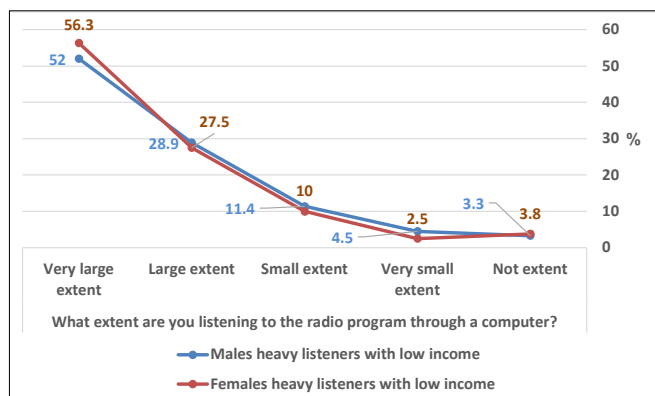
כדי לענות על שאלת מחקר השנייה נערך תיקון בונפרוני (ראו תרשים 2).

מהתרשים, שמופק באמצעות תיקון בונפרוני, עולה כי אי אפשר לזהות פער דיגיטלי מגדרי בדפוסי האזנה מוגברים לתכני on-demand של הרדיו המקוון בקרב מאזינים ישראלים צעירים (מתחת לגיל 35). כדי לבחון פערים דיגיטליים מגדריים בדפוסי האזנה מוגברים לתכני on-demand של הרדיו המקוון בקרב מאזינים ישראלים מבוגרים (מעל גיל 35) נערך תיקון בונפרוני (ראו תרשים 3).

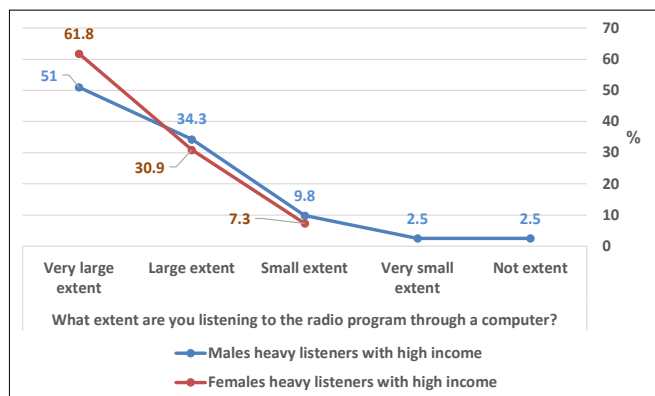
על כך צלוח מאפשר לקבל אומדנים של הסיכון היחסי של אירוע נתון ולבחון הבדלים בין שיעורי עמורה בטבלת צלוח (Agresti, 1984, 1996; Everitt, 1977; Reynolds, 1984). בדיקת ההבדלים בין שיעורי העמורה (בשורה הנתונה) התבססה במחקר הנוכחי על תיקון בונפרוני (Bonferroni, 1936). תיקון בונפרוני משווה זוגות של פרופורציות בעמורה בשורה מתאימה ומציין אם קיים או לא הבדל מובהק ברמת מובהקות של 0.5 (Abdi, 2007; Dunn, 1961; Dunnett, 1955).

לבסוף, במקרים ששיעורי זוגות של עמודות (בשורה נתונה) היו שונים באופן משמעותי, הופקה רגרסיה אורדינלית במטרה לבדוק את התרומה של משתנים לא תלויים להסבר השונות של עוצמת ההאזנה. רגרסיה אורדינלית מאפשרת לנבא משתנים אורדינליים באמצעות מנבאים נומינליים, אורדינליים, אינטרווליים ושל היחס (Cox & Snell, 1989; McCullagh & Nelder, 1989; McFadden, 1974).

תרשים 7. התפלגות ההאזנה לתכניות רדיו דרך מחשב לפי גברים ונשים המאופיינים כמאזינים כבדים בעלי הכנסה נמוכה



תרשים 8. התפלגות ההאזנה לתכניות רדיו דרך מחשב של גברים ונשים המאופיינים כמאזינים כבדים בעלי הכנסה גבוהה

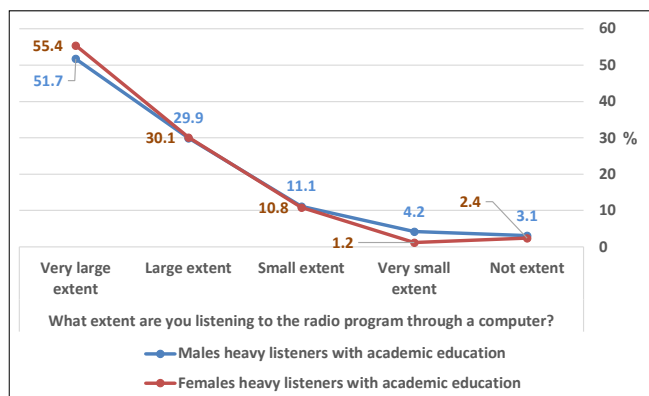


האזנה מוגברים לתכנים לפי דרישה של הרדיו המקוון בקרב מאזינים ישראלים מבוגרים (מעל גיל 35).

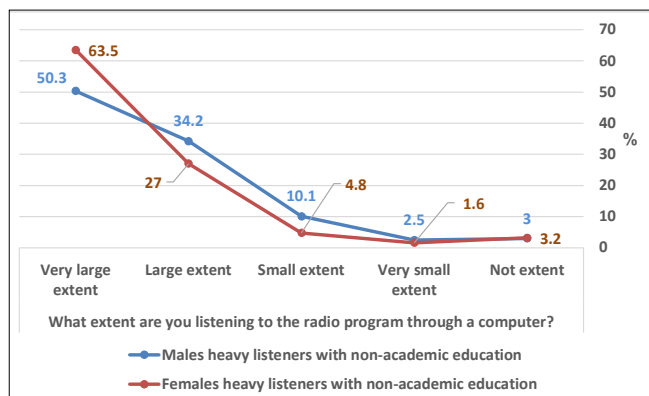
על מנת לענות על שאלת מחקר השלישית נערך תיקון בונפרוני (ראו תרשים 5).

מהתרשים, שהופק באמצעות תיקון בונפרוני, עולה כי אי אפשר לזהות פער דיגיטלי מגדרי בדפוסי האזנה מוגברים לתכני on-demand של הרדיו המקוון בקרב מאזינים ישראלים בעלי השכלה אקדמית. כדי לבחון פערים דיגיטליים מגדריים בדפוסי האזנה מוגברים לתכנים לפי דרישה של הרדיו המקוון בקרב מאזינים ישראלים גברים ונשים ללא השכלה אקדמית נערך תיקון בונפרוני (ראו תרשים 6). מהתרשים שהופק באמצעות תיקון בונפרוני, עולה כי אי אפשר לזהות פער דיגיטלי מגדרי בדפוסי האזנה מוגברים לתכני on-demand של הרדיו המקוון בקרב מאזינים ישראלים חסרי השכלה אקדמית.

תרשים 5. התפלגות ההאזנה לתכניות רדיו דרך מחשב לפי גברים ונשים המאופיינים כמאזינים כבדים בעלי השכלה אקדמית



תרשים 6. התפלגות ההאזנה לתכניות רדיו דרך מחשב לפי גברים ונשים המאופיינים כמאזינים כבדים, ללא השכלה אקדמית

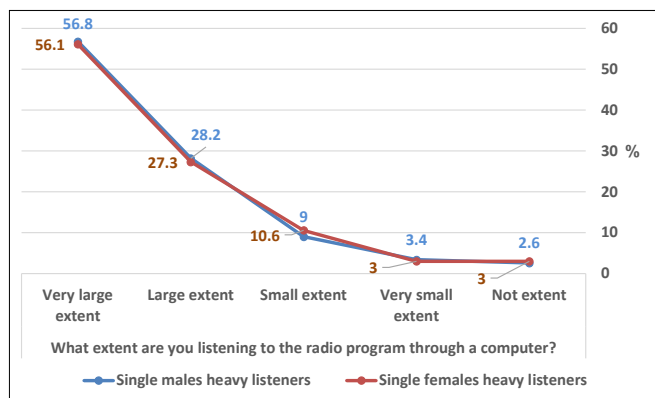


מהתרשים, שמופק בעזרת תיקון בונפרוני, עולה כי אחוז המאזינים ה"כבדים" שאינם צעירים (38.9 אחוז) ומאזינים בדרך כלל לתכנים לפי דרישה של הרדיו המקוון דרך מחשב גדול באופן מובהק מאחוז המאזינות ה"כבדות" הלא צעירות (23.5 אחוז). עם זאת אחוז המאזינות ה"כבדות" הלא צעירות (64.7 אחוז) גדול באופן מובהק מאחוז המאזינים ה"כבדים" הלא צעירים (42.9 אחוז).

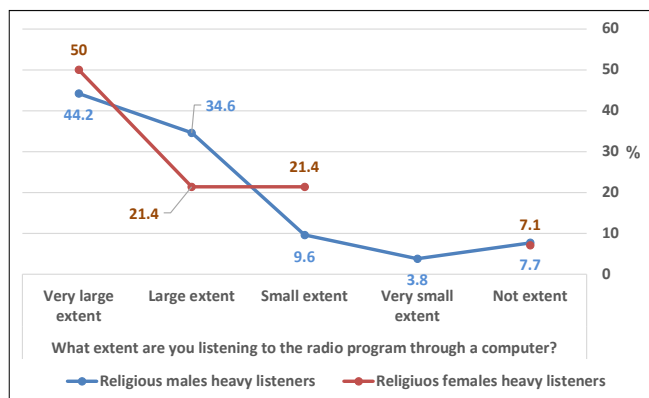
בשלב הבא, כדי לקבוע אם גברים ונשים מעל גיל 35 יכולים להסביר את השונות של האזנה לתכניות רדיו דרך מחשב, הופקה גרסיה אורדינלית (ראו תרשים 4).

מהניתוח של הגרסיה האורדינלית עולה כי מאזינות לא צעירות "כבדות" מסבירות יותר טוב באופן מובהק ממאזינים לא צעירים "כבדים" את דפוסי ההאזנה המוגברים לתכנים לפי דרישה של הרדיו המקוון דרך מחשב. לפיכך אפשר לזהות פער דיגיטלי מגדרי בדפוסי

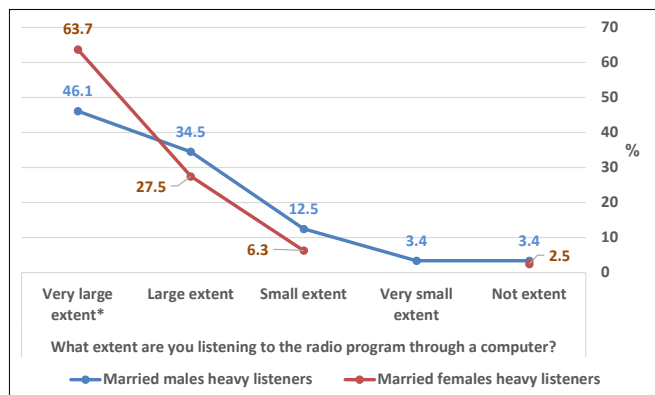
תרשים 11. התפלגות ההאזנה לתכניות רדיו דרך מחשב לפי גברים ונשים המאזינים כבדים רווקים



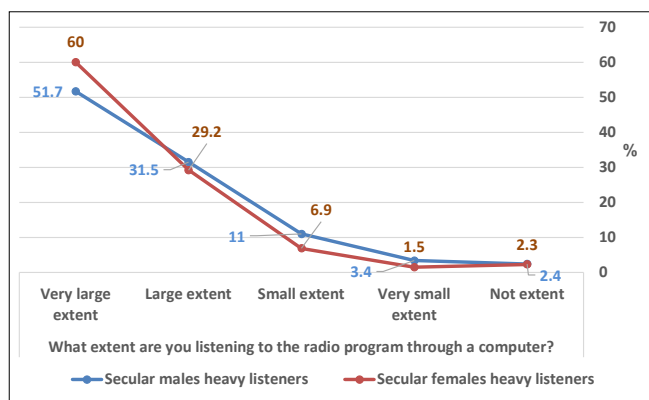
תרשים 9. התפלגות ההאזנה לתכניות רדיו דרך מחשב לפי גברים ונשים המאזינים כבדים דתיים



תרשים 12. התפלגות ההאזנה לתכניות רדיו דרך מחשב לפי גברים ונשים המאזינים כבדים רווקים



תרשים 10. התפלגות ההאזנה לתכניות רדיו דרך מחשב לפי גברים ונשים המאזינים כבדים חילוניים



* $p < 0.05$

מהתרחשים, שהופק באמצעות תיקון בונפרוני, עולה שאי אפשר לזהות פער דיגיטלי מגדרי בדפוסי האזנה מוגברים לתכנים לפי דרישה של הרדיו המקוון בקרב מאזינים ישראלים דתיים.

כדי לבחון פערים דיגיטליים מגדריים בדפוסי האזנה מוגברים לתכנים לפי דרישה של הרדיו המקוון בקרב מאזינים ישראלים גברים ונשים חילוניים תיקון בונפרוני (ראו תרשים 10).

מהתרחשים, שמופק באמצעות תיקון בונפרוני, עולה כי לא ניתן לזהות פער דיגיטלי מגדרי בדפוסי האזנה מוגברים לתכנים לפי דרישה של הרדיו המקוון בקרב מאזינים ישראלים חילוניים.

כדי לענות על שאלת מחקר השישית נערך תיקון בונפרוני (ראו תרשים 11).

מהתרחשים, שמופק באמצעות תיקון בונפרוני, אי אפשר להסיק שלא קיים פער מגדרי דיגיטלי בין מאזינים "כבדים" רווקים ומאזינות

כדי לענות על שאלת מחקר הרביעית נערך תיקון בונפרוני (ראו תרשים 9).

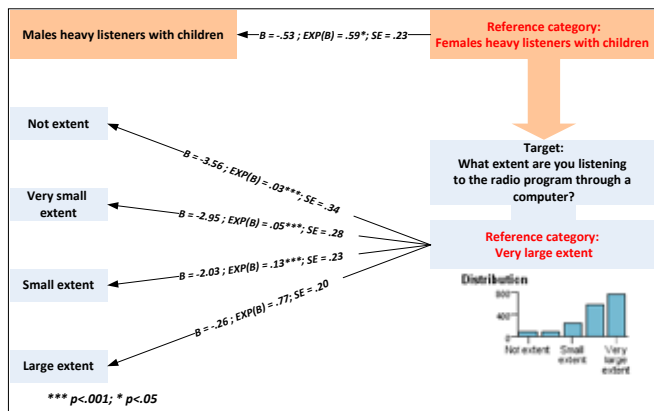
מהתרחשים, שהופק באמצעות תיקון בונפרוני, עולה כי אין לזהות פער דיגיטלי מגדרי בדפוסי האזנה מוגברים לתכנים לפי דרישה של הרדיו המקוון בקרב מאזינים ישראלים בעלי הכנסה נמוכה.

כדי לבחון פערים דיגיטליים מגדריים בדפוסי האזנה מוגברים לתכנים לפי דרישה של הרדיו המקוון בקרב מאזינים ישראלים גברים ונשים בעלי הכנסה גבוהה נערך תיקון בונפרוני (ראו תרשים 8).

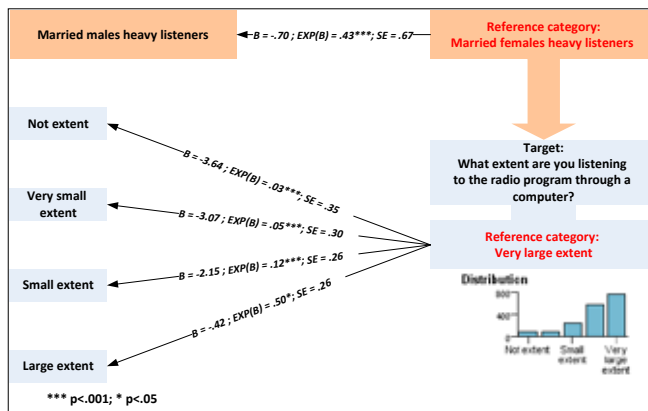
מהתרחשים, שמופק באמצעות תיקון בונפרוני, עולה כי אי אפשר לזהות פער דיגיטלי מגדרי בדפוסי האזנה מוגברים לתכני on-demand של הרדיו המקוון בקרב מאזינים ישראלים בעלי הכנסה גבוהה.

כדי לענות על שאלת מחקר החמישית נערך תיקון בונפרוני (ראו תרשים 9).

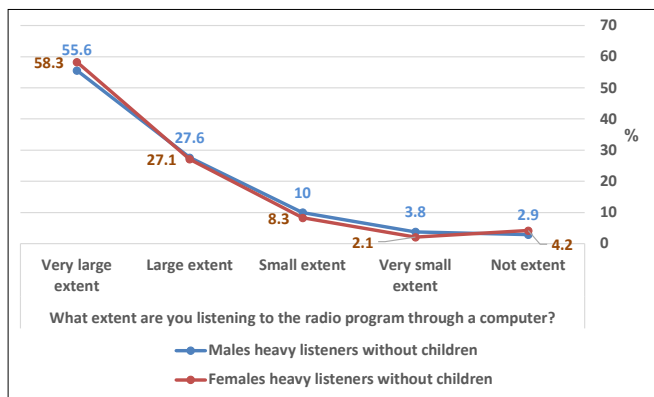
תרשים 15. תוצאות של ניתוח רגרסיה אורדינלית להסבר השונות של האזנה לתכניות רדיו דרך מחשב באמצעות גברים ונשים נשואים



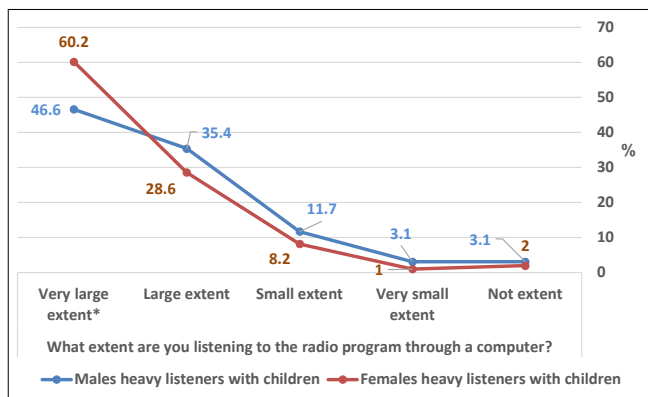
תרשים 13. תוצאות של ניתוח רגרסיה אורדינלית להסבר השונות בהאזנה לתכניות רדיו דרך מחשב של גברים ונשים נשואים



תרשים 16. התפלגות ההאזנה לתכניות רדיו דרך מחשב לפי גברים ונשים המאופיינים כמאזינים כבדים ללא ילדים



תרשים 14. התפלגות ההאזנה לתכניות רדיו דרך מחשב לפי גברים ונשים עם ילדים המאופיינים כמאזינים כבדים



* p<0.05

את דפוסי האזנה מוגברים לתכנים לפי דרישה של הרדיו המקוון דרך מחשב. מכאן אפשר להסיק שקיים פער דיגיטלי מגדרי בין מאזינים "כבדים" נשואים למאזינות "כבדות" נשואות בדפוסי האזנה לתכנים לפי דרישה של הרדיו המקוון דרך המחשב.

כדי לענות על שאלת מחקר השביעית נערך תיקון בונפרוני (ראו תרשים 14).

מהתרשים, שהופק באמצעות תיקון בונפרוני, עולה כי המאזינות ה"כבדות" עם ילדים (60.2 אחוז) אשר מאזינות במידה רבה מאוד לתכני on-demand של הרדיו המקוון דרך מחשב, גדול באופן מובהק מאחוז המאזינים ה"כבדים" עם ילדים (46.6 אחוז).

כדי לקבוע האם גברים ונשים עם ילדים יכולים להסביר את השונות של האזנה לתכניות רדיו דרך מחשב, הופקה רגרסיה אורדינלית (ראו תרשים 15).

"כבדות" רווקות בדפוסי האזנה לתכנים לפי דרישה של הרדיו המקוון דרך המחשב.

כדי לבחון פער דיגיטלי בין מאזינים "כבדים" נשואים ומאזינות "כבדות" נשואות בדפוסי האזנה לתכנים לפי דרישה של הרדיו המקוון דרך מחשב (ראו תרשים 12).

מהתרשים, שהופק באמצעות תיקון בונפרוני, עולה כי אחוז המאזינות ה"כבדות" הנשואות (63.1 אחוז) אשר מאזינות במידה רבה מאוד לתכנים לפי דרישה של הרדיו המקוון דרך מחשב גדול באופן מובהק מאחוז המאזינים ה"כבדים" הנשואים (46.1 אחוז). בשלב הבא, כדי לקבוע אם גברים ונשים יכולים להסביר את השונות של האזנה לתכניות רדיו דרך מחשב, הופקה רגרסיה אורדינלית (ראו תרשים 13).

מהניתוח של הרגרסיה האורדינלית עולה כי מאזינות "כבדות" נשואות מסבירות טוב יותר באופן מובהק ממאזינים "כבדים" נשואים

לרדיו אופיינה בהיותה פעילות פנאי תוך ביתית האופיינית יותר לנשים מאשר לגברים (Mitchell 2014), המעבר לעידן הדיגיטלי שינה באופן מובהק את מאפיין הפנאי הזה. מתברר שאין פער דיגיטלי מגדרי בקרב מאזינים המאמצים דפוס האזנה מוגבר לרדיו המקוון. כיוון שמגמה זו מאפיינת את קבוצת המאזינים הצעירים, המשכילים והלא משכילים, הדתיים והחילוניים והרווקים, אך לא נשים בגילאי 35 ומעלה, ולא נשים נשואות ונשים נשואות עם ילדים, ייתכן שדפוס צריכה זה מעיד על נטייתן של נשים לוותר על פנאי אישי לטובת צרכים משפחתיים (כפי שעולה ממחקרים אחרים, כמו: Green, Hebron, 1988; Woodward & Wimbush, 1990), ולא על קיומם של פערים דיגיטליים מגדריים. יתר על כן, בשל אופיו החינמי של התוכן הרדיופוני לפי דרישה, במחקר זה (בדומה למחקרם של North, Snyder & Bulfin, 2008) אימצנו נקודת מבט של שונות תרבותית ושימוש בטכנולוגיות מתקדמות גם במנותק מיכולות כלכליות. שונות כזאת מאפשרת, ברוח רעיונותיו של בורדייה (Bourdieu, 1990), להתייחס לפער הדיגיטלי המגדרי כסוג של הביטוס דיגיטלי מגדרי. קרי, דפוס הצריכה של רדיו מקוון לפי דרישה מעידים על שונות מגדרית בכל הנוגע להתנהגויות, להרגלים, לכישורים, לנטיית ולהעדפות. אלא שיש לזכור ששונות כזאת, גם אם עיקרה פעילות פנאי (ואולי דווקא בגין כך), היא סימן לכך שנשים וגברים מתנהלים שונה אלה מאלה בתפקוד הדיגיטלי הפרקטי ומארגנים את פעולתם באמצעות עקרונות שונים.

כיוון שנמצאו פערים דיגיטליים מגדריים באימוץ דפוס האזנה מוגברים לתכנים רדיופוניים לפי דרישה בקרב אוכלוסיית המבוגרים והנישואים עם ילדים, מתברר שבישראל, כמו במדינות אחרות בעולם, "ילדים דיגיטליים" (Digital Natives) שנולדו לאחר שנות השמונים אל העידן הטכנולוגי הדיגיטלי, הם קבוצה מובחנת של בעלי נגישות ויכולות טכנולוגיות (Palfrey & Gasser, 2013), נראה שממצאי מחקר זה מחזקים את הרעיון ששקיימים הבדלים בין-דוריים בהפעלת יכולות טכנולוגיות (Helsper & Eynon, 2010). הם תומכים גם בתוצאות של מחקרים קודמים שלא מצאו קשר משכנע בין אימוץ אורח חיים חילוני לאימוץ טכנולוגיות דיגיטליות (Voracek, Bagdonas & Dressler, 2007). קרי, גם בכל הנוגע לפיתוח דפוס האזנה לתוכן רדיופוני מקוון העדפת אורח חיים חילוני או דתי אינה קשורה לפער הדיגיטלי המגדרי. יתר על כן, גם בקרב רווקים נמצאו עדויות לקיומו של פער דיגיטלי מגדרי. פירוש הדבר הוא שככל הנראה כאשר מדובר באוכלוסייה צעירה של רווקים, חילוניים ודתיים, רמת החשיפה לעולם הטכנולוגי מביאה לסגירת פערים מגדריים דיגיטליים.

שלישית, ממצאי המחקר עולה שהיעדר השכלה אקדמית איננו מייצר פער דיגיטלי מגדרי. ההנחות הרווחות בקרב חוקרים, בהתבסס על מגוון של מחקרים, היא שאנשים משכילים יותר משתמשים באינטרנט באופן פעיל יותר והשימוש ברשת מאופיין בחיפוש אחר מידע. אנשים משכילים פחות, לעומת זאת, מתעניינים יותר בפונקציות הבידוריות של הרשת (Bonfadelli, 2002; Parycek, Sachs & Schossbock, 2011). המחקר שהוצג לעיל אינו מבהיר מהו התוכן שצרכו המאזינים המשכילים לעומת המאזינים שאינם

מהניתוח של הרגרסיה האורדינלית עולה כי מאזינות "כבדות" עם ילדים מסבירות יותר טוב באופן מובהק ממאזינים "כבדים" עם ילדים את דפוסי האזנה מוגברים לתכנים לפי דרישה של הרדיו המקוון דרך מחשב. אפשר להסיק על קיומו של פער דיגיטלי מגדרי בין מאזינים "כבדים" עם ילדים למאזינות "כבדות" עם ילדים בדפוס האזנה לתכנים לפי דרישה של הרדיו המקוון דרך המחשב.

נבחן גם הפער המגדרי הדיגיטלי בין מאזינים "כבדים" נשואים למאזינות "כבדות" ללא ילדים בדפוס האזנה לתכנים לפי דרישה של הרדיו המקוון דרך המחשב (ראו תרשים 16).

מהתרשים, שהופק באמצעות תיקון בונפרוני, עלה שאין פער דיגיטלי מגדרי בין מאזינים "כבדים" ללא ילדים למאזינות "כבדות" ללא ילדים בדפוס האזנה לתכנים לפי דרישה של הרדיו המקוון במחשב.

דיון

נשים "עושות רדיו" באופן שונה מגברים. הן עורכות חדשות באופן שונה מגברים, הן מעדיפות נושאים חדשותיים "קשים" יותר, והן קשובות יותר לצורכי מעדיפים נושאים חדשותיים "קשים" יותר, והן קשובות יותר לצורכי הקהל ולמשאלותיו (Lavie & Lehman-Wilzig, 2005). מסיבות שונות נשים גם מתראיינות פחות מגברים ברדיו (לביא, 2006), ומאזינות לו באופן שונה מגברים. הן נוטות להתמסר לשידורים של שדרים גברים, לייצר לעצמן פנטזיה סביב אותן דמויות ולבודד עצמן מעולמן החיצוני בזמן האזנה לרדיו (Tacchi, 2000). דפוס האזנה שלהן מעידים על צורך בהתפרקות נוסטלגית, שכן הן נוטות לאמץ דפוס האזנה נוסטלגיים ולהיעזר בתכניות רדיו ובמוסיקה המזכירות להן את ימי נעוריהן ואת הרגלי הפנאי שלהן מתקופת רווקותן (Hobson, 1980). על רקע השונות המגדרית בדפוס השימוש ברדיו, בחנו אם במעבר לטכנולוגיות מידע מתקדמות הנשים תאמצנה דפוס האזנה מקוונים המשמרים שונות מגדרית או שמא הרדיו המקוון ייהפך לזירה לסגירת פערים מגדריים? מן הממצאים עולה תמונת מצב מורכבת מעט.

ראשית, מחד גיסא אפשר לזהות מגמות לסגירת פערים דיגיטליים מגדריים, אך מאידך גיסא נשמר דפוס שימוש מגדרי מובהק. שכן, כיוון שדפוס האזנה מוגברים לתוכן רדיופוני לפי דרישה ברדיו מקוון הם עיוורים מגדרית בקרב מאזינים צעירים מתחת לגיל 35 בקרב מאזינים ללא ילדים, בקרב מאזינים בעלי השכלה אקדמית ואלה שאינם בעלי השכלה אקדמית, בקרב דתיים וחילוניים ובקרב רווקים ורווקות, אפשר לקבוע כי בקרב קבוצות אלה לא נמצא פער דיגיטלי. אלא שבמקביל נמצא שדפוס האזנה מוגברים לתוכן רדיופוני לפי דרישה ברדיו מקוון מצביעים על קיומו של פער דיגיטלי מגדרי בקרב מאזינים מעל גיל 35, בקרב אוכלוסיית הנישואים והורי ילדים, קרי בקרב אוכלוסיות מסוימות אפשר לזהות קיומו של פער דיגיטלי. מגמות סותרות אלה מחייבות חשיבה מחודשת על מהותו ומאפייניו של הפער הדיגיטלי המגדרי.

שנית, אף על פי שדפוס האזנה המסורתית מגלים שנשים מאזינות לרדיו יותר מגברים, ככל הנראה בשל העובדה שהאזנה

- e Commerciali di Firenze.
- Bourdieu, P. (1990). *The Logic of Practice*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Brown, M., N. Pope & K. Voges (2003). "Buying or Browsing? An Exploration of Shopping Orientations and Online Purchase Intention", *European Journal of Marketing*, 37(11/12), pp. 1666-1684.
- Canada, K. & F. Brusca (1991). "The Technological Gender Gap: Evidence and Recommendations for Educators and Computer-based Instruction Designers", *Educational Technology Research and Development*, 39, pp. 43-51.
- Cassell, J. & H. Jenkins (1998). "From Barbie to Mortal Kombat: Gender and Computer Games", Cambridge, MA: MIT Press.
- Chang, Y., S.F. Wong, & M.C. Park (2014). "A Three-tier ICT Access Model for Intention to Participate Online a Comparison of Developed and Developing Countries", *Information Development*, 1, pp. 1-17.
- Cheong, P.H. (2007). "Gender and Perceived Internet Efficacy: Examining Secondary Digital Divide Issues in Singapore", *Women's Studies in Communication*, 30(2), pp. 205-228.
- Chiumbu, S.H. & D. Ligaga (2013). "Communities of Strangerhoods?: Internet, Mobile Phones and the Changing Nature of Radio Cultures in South Africa", *Telematics and Informatics*, 30(3), pp. 242-251.
- Chu, R.J.C. (2010). "How Family Support and Internet Self-efficacy Influence the Effects of E-learning among Higher Aged Adults: Analyses of Gender and Age Differences", *Computer & Education*, 55, pp. 255-264.
- Cohen, E. (2009). *Growing Information, Part I: Issues in Informing Science and Information Technology*. Santa Rosa, California: Informing Science Press.
- Compaine, B. (1988). "Information Gaps: Myth or Reality?", in: B. Compaine (ed.), *Issues in New Information Technology* (pp. 179-191). Norwood, NJ: Ablex Publishing Company.
- Cox, D.R. & E.J. Snell (1989). *The Analysis of Binary Data*, 2nd ed. London: Chapman and Hall.
- DiMaggio, P. & E. Hargittai (2001). "From the "digital divide" to "digital inequality": Studying Internet Use as Penetration Increases", *Princeton: Center for Arts and Cultural Policy Studies, Woodrow Wilson School, Princeton University*, 4(1).
- DiMaggio, P., E. Hargittai, W. Neuman & J. Robinson (2001). "Social Implications of the Internet", *Annual Review of Sociology*, 27(1), pp. 307-336.
- DiMaggio, P., E. Hargittai, C. Celeste & S. Shafer (2004). "Digital Inequality: From Unequal Access to Differentiated Use", in: K. Neckerman (ed.), *Social Inequality* (pp. 355-400), New York, Russel Sage Foundation.
- Donthu, N. & A. Garcia (1999). "The Internet Shopper", *Journal of Advertising Research* 39(3), pp. 52-58.
- Dunn, O.J. (1961). "Multiple Comparisons among Means", *Journal of the American Statistical Association*, 56, pp. 52-64.
- Dunnett, C.W. (1955). "A Multiple Comparisons Procedure for Comparing Several Treatments with a Control", *Journal of the American Statistical Association*, 50, pp. 1096-1121.
- Durndell, A. & Z. Haag, (2002). "Computer Self Efficacy, Computer Anxiety, Attitudes towards the Internet and Reported Experience with the Internet, by Gender, in an East European Sample", *Computers in Human Behavior*, 18, pp. 521-535.
- Evans, C.J. & J.S. Smethers (2001). "Streaming into the Future: A Delphi Study of Broadcasters' Attitudes toward Cyber Radio Stations", *Journal*

בעלי השכלה אקדמי, אולם מספק תשובה לכך ששימוש במחשב כחלק מצריכה מוגברת של תוכן רדיופוני לפי דרישת מאזינים הוא עיוור מגדרית בקרב למאזינים בעלי השכלה אקדמית כמו גם בקרב למאזינים שאינם משכילים.

לסיום, אף על פי שברור שבכל הנוגע להטמעת טכנולוגיות תקשורת מדובר בתהליכי שינוי עמוקים ביחסים החברתיים בחיי היום-יום, שמקורם ביחסי הגומלין המורכבים בין יכולות טכנולוגיות להקשר החברתי של הצריכה שלהם (Green & Adam, 1998), יש צורך במחקרי המשך על מנת להבין טוב יותר את ספקטרום השפעתן של טכנולוגיות תקשורת מתקדמות ושל יישומים דיגיטליים מתוחכמים על הפער הדיגיטלי המגדרי.

מקורות

- לאור, ט' (2015). "הרדיו בישראל והמרחב הקיברנטי: שימושים במדיום הרדיופוני בפלטפורמות רשת בפתח האלף השלישי", *קשר*, 47, עמ' 137-144.
- לביא, ע' (2006). "גברים הם השיח: נשים רק מעניקות לו תוכן", *תרבות דמוקרטית*, 10, עמ' 297-327.
- משה, מ', ט' לאור וט' פרידקין (2016). "רדיו נייד ופנאי: האם הפער הדיגיטלי מתנייד?", *קשר*, 48, עמ' 72-81.
- AAUW (2000). *Tech Savvy*. Washington, DC: American Association of University Women Educational Foundation.
- Abdi, H. (2007). "Bonferroni and Šidák corrections for multiple comparisons" (pp. 103-107), in: N.J. Salkind (ed.), *Encyclopedia of Measurement and Statistics*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Agresti, A. (1984). *Analysis of Ordinal Categorical Data*. New York: John Wiley and Sons.
- Agresti, A. (1996). *An Introduction to Categorical Data Analysis*. New York: John Wiley and Sons.
- Akhter, Syed H. (2003). "Digital Divide and Purchase Intention: Why Demographic Psychology Matters", *Journal of Economic Psychology*, 24, 3, pp. 321-327.
- Alqattan, M.E. (2009). *The Digital Divide between Male and Female Freshmen Students in the College of Health Sciences in Kuwait*, Ph.D. Diss., Southern Illinois University at Carbondale.
- Aroldi, P., S. Trültzsch & R. Köuts-klemm (2013). "Transforming Digital Divides in Different National Contexts", in: N. Carpentier, K. Christian Schröder, L. Hallett (eds.) *Audience Transformations: Shifting Audience Positions in Late Modernity*, (pp. 191-209). London, UK: Routledge.
- Attewell, P. (2001). "The First and the Second Digital Divides", *Sociology of Education*, 74, pp. 252-259.
- Bacalu, F. (2014). "What Does the Internet Feed On?", *Journal of Research in Gender Studies*, 4(1), pp. 737-745.
- Banerjee, A. (2013). "Consumer Behaviour on Online Shopping", *International Journal of Management, IT and Engineering*, 3(2), pp. 426-441.
- Bertozzi, E. & S. Lee (2007). "Not Just Fun and Games: Digital Play, Gender and Attitudes towards Technology", *Women's Studies in Communication*, 30(2), pp. 179-204.
- Bonfadelli, H. (2002). "The Internet and Knowledge Gaps: A Theoretical and Empirical Investigation", *European Journal of Communication*, 17(1), pp. 65-84.
- Bonferroni, C.E. (1936). *Teoria statistica delle classi e calcolo delle probabilità*, Firenze: Pubblicazioni del R Istituto Superiore di Scienze Economiche

- & *Information Technology*, 21(6), pp. 373-385.
- Lin, C.A. (2010). "Satellite Radio Adoption Demand: Consumer Beliefs, Attitudes and Intentions", *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(2), pp. 265-281.
- Lin, C.A. (2009). "Exploring the Online Radio Adoption Decision-making Process: Cognition, Attitude, and Technology Fluidity", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(4), pp. 884-899.
- Livingstone, S., M. Bober & E. Helsper (2005). "Inequalities and the Digital Divide in Children and Young People's Internet Use". Findings from the UK Children Go Online Project. London: LSE Research Online. Available at: <http://eprints.lse.ac.uk/398/>
- Livingstone, S. & E. Helsper (2007). "Gradations in Digital Inclusion: Children, Young People and the Digital Divide", *New Media and Society*, 9(4), pp. 671-696.
- Mabweazara, H.M. (2013). "Pirate' radio, Convergence and Reception in Zimbabwe", *Telematics and Informatics*, 30(3), pp. 232-241.
- Min, S.J. (2010). "From the Digital Divide to the Democratic Divide: Internet Skills, Political Interest, and the Second-level Digital Divide in Political Internet Use", *Journal of Information Technology & Politics*, 7(1), pp. 22-35.
- McCullagh, P. & J.A. Nelder (1989). *Generalized Linear Models*, 2nd ed. London: Chapman & Hall.
- McFadden, D. (1974). "Conditional Logit Analysis of Qualitative Choice Behavior", in: P. Zarembka (ed.), *Frontiers in Economics*, New York: Academic Press.
- Mitchell, C. (2014). *Women and Radio: Airing Differences*. New York: Routledge.
- Moshe, M. (2013). "European IPTV and the Digital Divide", *Revista Română de Comunicare și Relații Publice*, 2, pp. 33-47.
- Nassanga, G.L., L. Manyozo & C. Lopes (2013). "ICTs and Radio in Africa: How the Uptake of ICT has Influenced the Newsroom Culture among Community Radio Journalists", *Telematics and Informatics*, 30(3), pp. 258-266.
- Nelson, L.C. (2000). *Measured Excess: Status, Gender, and Consumer Nationalism in South Korea*. New York: Columbia University Press.
- North, S., I. Snyder & S. Bulfin (2008). "Digital Tastes: Social Class and Young People's Technology Use", *Information, Communication & Society*, 11(7), pp. 895-911.
- O'Neill, B. (2007). "Digital Audio Broadcasting in Canada: Technology and Policy in the Transition to Digital Radio", *Canadian Journal of Communication*, 32(1), pp. 71-90.
- Parycek, P., M. Sachs, & J. Schossböck (2011). "Digital Divide among Youth: Socio-cultural Factors and Implications", *Interactive Technology and Smart Education*, 8(3), pp. 161-171.
- Patrick, A. S., A. Black & T.E. Whalen (1996). "CBC Radio on the Internet: An Experiment in Convergence", *Canadian Journal of Communication*, 21(1), pp. 125-140.
- Palfrey, J. & U. Gasser (2013). *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*. Philadelphia: Basic Books
- Perrons, Diane, 2004. "Understanding Social and Spatial Divisions in the New Economy: New Media Clusters and the Digital Divide", *Economic Geography*, 80(1), pp. 45-61.
- Rappaport, E.D. (2001). *Shopping for Pleasure: Women in the Making of London's West End*. Princeton, NJ, Princeton University Press.
- of *Radio Studies*, 8(1), pp. 5-27.
- Everitt, B.S. (1977). *The Analysis of Contingency Tables*. London: Chapman & Hall.
- Ganchiff, T. (2000). "So Many Choices, So Little Loyalty", *E-Radio*, 28.
- Green, E. & A. Adam, (1998). "On-line Leisure: Gender and ICTs in the home", *Information Communication & Society*, 1(3), pp. 291-312.
- Green, E., S. Hebron, & D. Woodward (1990). *Women's Leisure, What Leisure?*. Basingstoke: Macmillan Press Ltd..
- Gunkel, D.J. (2003). "Second Thoughts: Toward a Critique of the Digital Divide", *New Media and Society*, 5(4), pp. 499-522.
- Hargittai, E. (2002). "Second-level Digital Divide: Differences in People's Online Skills", *First Monday*, 7(4). Retrieved on February 10, 2016 from: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/942/864>
- Hargittai, E. (2005). "Survey Measures of Web-oriented Digital Literacy", *Social Science Computer Review*, 23(3), pp. 371-379.
- Hargittai, E. & S. Shafer (2006). "Differences in Actual and Perceived Online Skills: The Role of Gender", *Social Science Quarterly*, 87, pp. 432-448.
- Harwood, E.D. (2004). "Staying Afloat in the Internet Stream: How to Keep Web Radio from Drowning in Digital Copyright Royalties", *Federal Communications Law Journal*, 56(3), pp. 673-696.
- Helsper, E.J. & R. Eynon (2010). "Digital Natives: Where is the Evidence?", *British Educational Research Journal*, 36(3), pp. 503-520.
- Hobson, D. (1980). "Housewives and the Mass Media", in: S. Hall, D. Hobson, H. Lowe & P. Willis (eds.), *Culture, Media, Language* (pp. 105-114). London: Hutchinson.
- Imhof, M., R. Vollmeyer & C. Beierlein (2007). "Computer Use and the Gender Gap: The Issue of Access, Use, Motivation, and Performance", *Computers in Human Behavior*, 23(6), pp. 2823-2837.
- Johnson, K. (2012). "Audience Use of New Media Technologies on NPR.org", *Journal of Radio & Audio Media*, 19(1), pp. 17-32.
- Kennedy, T., B. Wellman & K. Klement (2003). "Gendering the Digital Divide", *IT & Society*, 1(5), pp. 72-96.
- Kerr, A., J. Kucklich & P. Brereton (2006). "New Media - New Pleasures?", *International Journal of Cultural Studies*, 9(1), pp. 63-68.
- Kim, E.Y. & Y.K. Kim (2004). "Predicting Online Purchase Intention for Clothing Products", *European Journal of Marketing*, 38(7), pp. 883-897.
- Koerning, S.K. & N. Granitz (2006). "Progressive yet Traditional", *Journal of Advertising*, 35(2), pp. 81-98.
- Korgaonkar, P.K. & L.D. Wolin (1999). "A Multivariate Analysis of Web Usage", *Journal of Advertising Research*, 39(2), pp. 53-68.
- Koyuncu, C. & D. Lien (2003). "E-commerce and Consumer's Purchasing Behavior", *Applied Economic*, 35(6), pp. 721-726.
- Kwak, H., R.J. Fox & G.M. Zinkhan (2002). "What Products Can be Successfully Promoted and Sold via the Internet?", *Journal of Advertising Research*, 42(1), pp. 23-38.
- Lavie, A. & S. Lehman-Wilzig (2005). "The Method is the Message Explaining Inconsistent Findings in Gender and News Production Research", *Journalism*, 6(1), pp. 66-89.
- Liff, S. & A. Shepherd (2004). *An Evolving Gender Digital Divide?*, Oxford, England: Oxford Internet Institute.
- Lightner, N.J., M.M., Yenisey, A.A., Ozok, & G. Salvendy (2002). "Shopping Behaviour and Preferences in E-commerce of Turkish and American University Students: Implications from Cross-cultural design", *Behaviour*

- (2011b). "Digital Divides Revisited: What is New about Divides and their Research?", *Media, Culture & Society*, 33(2), pp. 317-331.
- (2011c). *Digital Divides in Europe: Culture, Politics and the Western-Southern Divide*. Berlin: Peter Lang.
- Voracek, M., A. Bagdonas & S.G. Dressler (2007). "Digit Ratio (2D: 4D) in Lithuania Once and Now: Testing for Sex Differences, Relations with Eye and Hair Color, and a Possible Secular Change", *Collegium Antropologicum*, 31(3), pp. 863-868.
- Wilson, E.J. (2000). "Closing the Digital Divide: An Initial Review, Briefing the President. The Internet Policy Institute, Washington, DC.
- Wimbush, E. and M. Talbot (1988). *Relative Freedoms: Women and Leisure*. Milton Keynes: Open University Press.
- Woodard, J. & D.O. Omolo (2013). "Interactive Radio and Video Help Researchers to Engage with Farmers", *Appropriate Technology*, 40(2), pp. 47-49.
- Zhong, Z. (2011). "From Access to Usage: The Divide of Self-reported Digital Skills among Adolescents", *Computers and Education*, 56(3), pp. 736-746.
- Zhu, S. & J. Chen (2013). "The Digital Divide in Individual E-commerce Utilization in China Results from a National Survey", *Information Development*, 29(1), pp. 69-80.
- Reynolds, H.T. (1984). *Analysis of Nominal Data*, 2nd ed. Beverly Hills and London: Sage Publications.
- Ritzhaupt, A.D., F. Liu, K. Dawson, & A.E. Barron (2013). "Differences in Student Information and Communication Technology Literacy based on Socio-economic Status, Ethnicity, and Gender: Evidence of a Digital Divide in Florida Schools", *Journal of Research on Technology in Education*, 45(4), pp. 291-307.
- Rodino-Colocino, M. (2006). "Laboring Under the Digital Divide", *New Media & Society*, 8(3), pp. 487-511.
- Salim, S. & S. Moh (2013). "On-demand Routing Protocols for Cognitive Radio Ad hoc Networks", *EURASIP Journal on Wireless Communications and Networking*, 2013(1), pp. 1-10.
- Tacchi, J., 2000. "Gender, Fantasy and Radio Consumption: An Ethnographic Case Study", in: C. Mitchell (ed.), *Women and Radio: Airing Differences* (pp. 152-166). London: Routledge.
- Trauth, E.M., S.H. Nielsen, & L.A. von Hellens (2003). "Explaining the IT Gender Gap: Australian Stories for the New Millennium", *Journal of Research and Practice in Information Technology*, 35, pp. 7-20.
- Tsatsou, P. (2011a). "Why Internet Use? A Quantitative Examination of the Role of Everyday Life and Internet Policy and Regulation", *Technology in Society*, 33(1), pp. 73-83.