

Lunds universitet

Sociologiska institutionen



LUNDS
UNIVERSITET

Konsumtionskultur och digital (o)jämlighet

*en kvantitativ undersökning om sambandet mellan konsumtion och
internetfamiljaritet*

Consumer culture and digital (in)equality

*A quantitative study regarding the correlation between consumption and internet
familiarity*

Författare: Jonatan Kvist

Kandidatuppsats: Sociologi: Kandidatkurs, SOCK10, 15hp

Vårterminen: 2023

Handledare: Magnus Karlsson

ABSTRAKT

Denna uppsats handlar om konsumtionskultur och digital (o)jämlighet. Konsumtionskultur syftar till hur konsumtion i det moderna samhället blir till en bisyssla för individen och ett sätt för individen att utmärka sig och erhålla en viss status, eller distinktion, från sin omgivning. Digital (o)jämlighet syftar till hur individers olika internetfamiljaritet påverkar dess förutsättningar att uttrycka sig inom den konsumtionskultur som kan tänkas existera i det digitala moderna samhället.

Författare: Jonatan Kvist

Titel: Konsumtionskultur och digital (o)jämlighet

Kandidatuppsats: Sociologi: Kandidatkurs, SOCK10, 15hp

Handledare: Magnus Karlsson

Sociologiska institutionen, vårterminen 2023

Uppsatsens övergripande syfte är att undersöka om det finns ett samband mellan de konsumtionsvanor individer utvecklar och deras internetfamiljaritet. Uppsatsen kommer att undersöka detta genom att se till konsumtion som en bisyssla och ett sätt för individen att uttrycka sig själv i det digitala samhället och internetfamiljaritet som en form av tekniskt kapital för individen i detta digitala samhälle. Detta samband kommer att undersökas med hjälp av kvantitativa metoder och data. Fenomenet kommer att undersökas utifrån kultursociologisk teori, huvudsakligen utifrån Bourdieus kapitalbegrepp och moderna perspektiv på detta.

Resultaten av denna undersökning kan med viss osäkerhet säga att individers konsumtionsvanor kan variera utifrån deras internetfamiljaritet. Detta samband påverkades bland annat av individens inställning till den digitala utvecklingen. Resultaten visar även på skillnader mellan olika individers internetfamiljaritet i relation till dess huvudsakliga sysselsättning och ålder. Resultaten kan med hjälp av begreppet tekniskt kapital ge viss information om hur individer kan tänkas besitta olika förutsättningar att uttrycka sig via sin konsumtion.

Nyckelord: Konsumtion, kultur, sociala relationer, digitalisering, digital ojämlikhet, tekniskt kapital, framväxande kulturellt kapital

Tack till samtliga deltagare som tog tiden att svara på undersökningens enkät och min handledare
Magnus Karlsson för vägledning.

“Technological systems are socially
produced. Social production is culturally informed.
The Internet is no exception.”

Manuel Castells, Internet Galaxy, 2001

INNEHÅLL

1. INLEDNING OCH SYFTE	1
1.1 Undersökningens syfte och frågeställning	2
2. TIDIGARE FORSKNING	3
2.1 Det digitala samhället	3
2.1.1 Tillgänglighet, inkludering, exkludering och risker	4
2.1.2 Ojämsliddhet i det digitala samhället	4
2.1.3 Tillgång till internet (1995–2023)	5
2.2 Konsumtionskultur och klass	6
2.2.1 Konsumtion som bisyssla	6
2.3 Konsumtionsvanor och kapital	7
2.3.1 Kulturellt kapital	9
2.3.2 Socialt kapital	9
2.4 Modernt kulturellt kapital	10
3 TEORI OCH BEGREPP	11
3.1 Konsumtionsvanor och internetfamiljaritet	11
3.2 Internetfamiljaritet och tekniskt kapital	12
4. METODOLOGISK ANSATS	12
4.1 Operationalisering	12
4.1.1 Index för olika konsumtionsvanor	12
4.1.2 Index internetfamiljaritet	13
4.2 Datainsamling	14
4.2.1 Urval och bortfall	14
4.2.2 Enkätutformning	14
4.2.3 Genomförande	14
4.3 Analysmetod	15
5. EMPIRI OCH RESULTAT	15
5.1 Konsumtionsvanor och internetfamiljaritet	17
6. ANALYS	18
6.1 Två fiktiva individer: A och B	18
6.1.1 Kritik mot modellen	19
6.2 Prediktorer för internetfamiljaritet (huvudsaklig sysselsättning och ålder)	20
6.3 Konsumtionsvanor och kapital	21
6.4 Tekniskt kapital och modernt kulturellt kapital	22
7. DISKUSSION	23

7.1 Metodologiska styrkor och svagheter	25
7.2 Reliabilitet	25
7.3 Validitet	25
7.4 Resultatdiskussion	26
7.5 Förslag på vidare forskning	27
8. SAMMANFATTNING	28
REFERENSER	29
BILAGOR	30

1. INLEDNING OCH SYFTE

Internet har under de senaste två decennierna blivit en central del av vårt moderna samhälle. I vad som kan tyckas vara en explosionsartad takt har detta fenomen blivit en naturlig del av åtskilliga individers liv och vardag. Det går att tänka sig att i den rasande takt som nya tekniska innovationer presenteras blir konsekvensen av detta att deras effekt och påverkan på samhället lämnas utforskad. Förutom detta finns där en viss risk eller osäkerhet i att undersöka tekniska innovationers påverkan på samhället, vilket är att det genomförda arbetet och tiden lagd på att undersöka ett givet fenomen kan den nästkommande dagen visa sig vara tillspillo då den undersökta tekniken redan blivit obsolet och ersatt av en ny(are) innovation. Konsekvensen av detta kan tänkas resultera i att områden av samhället riskerar att präglas av bristande kunskap om de tekniska innovationernas påverkan på samhället och förbli utforskade. Samtidigt som samtidens samhälle ofta refereras till som ett informations- och kunskapssamhälle kan kunskapen gällande det sociala och kulturella tyckas hamna på efterkälke i relation till den kunskapsstörst och innovationskraft som finns bakom de nya teknologiska innovationerna. Dessa nya innovationer kan anses vara en av anledningarna till att det ekonomiska, sociala, politiska och kulturella områdena i samhället idag till stor del utspelar sig på internet. Internet och dess kommunikativa kraft och flexibilitet har visat sig vara en enorm tillgång för företag vid exempelvis marknadsföring av sina produkter och att öka sin spridning. Det går att argumentera för att det nästan blivit ett krav för de företag som vill undvika att gå i konkurs att de existerar på internet.

Samtidigt som internet är en plats för en ny *digitaliserad* kultur där individer kan dela med sig av sina tankar, leta efter information och få utlopp för sina kreativa sidor, så finns där en baksida. Tjänsterna som erbjuds på internet ägs ofta av privata aktörer, som designar och upprätthåller infrastrukturen till bakom dessa tjänster. Detta riskerar att leda till att det bildas ett monopol, där ett fåtal aktörer kontrollerar stor del av utbudet på internet. Företag som etablerat sig inom internets sociala-sfärer är kanske de mest kända namnen. Här finner vi följande: Meta Platforms, Inc. (kanske mest känt som "Facebook inc."), Alphabet Inc. (Google), Twitter och LinkedIn. Inom sfären för underhållning/kultur finner vi exempelvis: TikTok, YouTube, NetFlix. Utöver detta finner vi Apple Inc. och Samsung Group som riktat in sig på utveckling av ny teknik, kanske främst kända för sin utveckling av smartphones, som ökar tillgängligheten till internet för individer. Inom E-handel finner vi; Amazon Inc., eBay Inc. och AliExpress. Internets enorma spridning i samhället har varit en kritisk del för dessa företag och

deras tillväxt de senaste två decennierna. Den enorma tillväxt som går att finna i samtliga företag som ovan nämnts har dragit till sig miljontals investerare som ser en god möjlighet i att göra en bra investering i dessa företag. Optimismen som bildats bland investerare inom dessa företag har varit en viktig faktor för deras tillväxt men också en viktig faktor för att bidra med en vidare spridning av den digitala kulturen i det moderna samhället.

Bortom detta makrofokuserade samhällsperspektiv gällande internet och dess användningsområden finner vi de enskilda individerna. Där internet erbjuder en enorm frihet till dessa samtidigt som det för vissa kan medföra en känsla av att ”tappa kontrollen”. Detta då den accelererade livstillvaron som följer av snabba samhälleliga och teknologiska förändringar riskerar att påverka individers självbild och valmöjligheter (Rosa, 2014). Detta kan tänkas leda till att det blir svårare för individer i det digitala samhället att skapa en långsiktig målsättning eftersom risken att tillvaron har förändrats så pass drastiskt att individens mål blivit irrelevanta innan den nått fram till dessa. Individer som saknar möjligheten att delta i det digitala samhället riskerar att bli uteslutna, vilket i det digitaliserade samhället har blivit en av de skadligaste formerna av uteslutning (Castells, 2001). Internet är ett socialt producerat verktyg. All form av social produktion går att förknippa med utvecklingen av en särskild form av kultur, vilket även gäller den kultur som utvecklas på internet (Castells, 2001). Som tidigare beskrivit erbjuder internet ett nytt och effektivt sätt att kommunicera, vilket blivit centralt för företag, försäljning och marknadsföring. Detta gör att det går att tänka sig att konsumtion blir en tillhörande del av den digitala kulturen som utvecklas. Internet kan gällande detta tänkas bidra till att fler individer fått möjligheten att konsumera på ett sådant sätt att individer via sin konsumtion får ett nytt sätt att uttrycka sig själv. I vilket att konsumera i sig inte enbart handlar om att konsumera det praktiska och nödvändiga för individer, utan även det ”överflödiga”, eller det estetiskt-tilltalande. Detta kan i sin tur tänkas korrelera med ett samhälle där individualisering blivit alltmer förekommande. Att individer på olika sätt kan distinktera sig från sin omgivning genom sina val av, kläder, frisyra, eller matvanor blir alla exempel på hur individers konsumtionsvanor kan utvecklas i olika riktningar i det digitala samhället

1.1 Undersökningens syfte och frågeställning

Syftet med denna undersökning är att se om där finns ett samband mellan de olika konsumtionsvanor som individer utvecklar och deras internetfamiljaritet. Individers konsumtionsvanor kommer att undersökas med hjälp av Veblens beskrivningar av konsumtion som en bisyssla och Bourdieus kapitals teori. Därefter kommer undersökningen att med hjälp av begreppet tekniskt kapital att undersöka om bristande internetfamiljaritet kan tänkas leda till

begränsningar för individer att uttrycka sig i det digitala samhället genom sin konsumtion. Resultaten av undersökningen hoppas kunna bidra med bredare kunskap inom området digitalisering, internet och kultur för att bättre kunna förstå den långsiktiga påverkan på samhället men även på de enskilda individerna som detta kan tänkas bidra med.

1.2 Avgränsningar

Undersökningen kommer endast att innefatta de individer som har tillgång till internet, vilket betyder att de resultat och samband som kommer att presenteras inte kommer att vara representativa för individer utan internet. Likaså innehåller undersökningens enkätdata endast svar från individer som är 18 år eller äldre och är därmed inte representativ för de individer som är yngre än detta.

1.3 Frågeställning

- Existerar det ett samband mellan individers olika konsumtionsvanor och deras internetfamiljaritet?
- Vilka faktorer påverkar individers olika internetfamiljaritet?
- På vilket sätt kan bristande internetfamiljaritet leda till digital (o)jämlighet?

2. TIDIGARE FORSKNING

2.1 Det digitala samhället

De sociala relationer och gemenskaper som formas i ett samhälle utvecklas olika beroende på var i samhället de formas. Manuel Castells (2001) skriver i sin bok *Internet Galaxy* att urbaniseringsprocessen, att en stad blir till en storstad, påverkar de sociala relationer och gemenskaper som existerar i samhället genom att de ersätts med nya svagare band. Detta kan tolkas negativt för samhället men samtidigt menar Castells på att det går att se detta som att traditionella former av social kontroll försvinner. Eftersom det går att tänka att individerna blir mindre präglade av den kultur och normer som tidigare existerat, vilket leder till ökad frihet för individerna i samhället. Platsbundenhet var av stor vikt i jordbrukssamhället för att skapa sociala band, vilket fortsatte in i den industriella eran i form av bostadsområden och arbetsplatser. Att analysera och förstå de nya formerna av sociala band som bildas i ett digitaliserat samhälle kräver enligt Castells en omtolkning av begreppet gemenskap. Castells beskriver att den nya form av gemenskap som bildas blir en gemenskap där de kulturella aspekterna av gemenskapen åsidosätts till förmån för fokus på individer och familjer. Gemenskaperna blir till en resurs för att underlätta individers socialiserande,

informationssökande och bidra till utvecklandet av en social identitet (Castells, 2001). De traditionella uppfattningarna inom sociologin gällande vad som karaktäriserar en gemenskap brukar vara en plats där individer med delade värderingar, åsikter och social status samlas. De nya gemenskaperna innehåller enligt Castells fortfarande alla dessa karaktärsdrag men även en strategisk aspekt, och de sociala aktörernas individuella val (individer och familjer) att tillhöra en specifik gemenskap. Ett av de viktiga skiftena för gemenskaper i det digitala samhället blir att de inte längre är (fysiskt)platsbundna. Internet blir till en social resurs för individer vilket tillåter individer att i högre grad än tidigare individualisera och skapa sitt eget sociala nätverk. Internets förmåga att stötta denna individualiseringsprocess i samhället blir enligt Castells internets viktigaste roll gällande att ersätta den tidigare traditionella formen av social organisering i förmån för en nyare form av digital sådan (Castells, 2001).

2.1.1 Tillgänglighet, inkludering, exkludering och risker

Utöver att det sociala i det digitala samhället centrerats kring internet så har även det ekonomiska och politiska följt därefter. Individer blir mer och mer beroende av att ha tillgång till internet då fler centrala samhällsfunktioner flyttas över in i det digitala. Men inte bara tillgång, utan även en viss förmåga och kunskap att navigera i det digitala samhället samt använda detta internet-verktyg på ett adekvat sätt. Internet blir för många individer till en resurs genom att erbjuda lösningar på många praktiska problem samtidigt som det erbjuder en otrolig potential för kreativitet, produktivitet och kommunikation. Castells menar på att alla dessa fördelar inte kommer utan risker. Detta beskriver Castells som "*The Digital Divide*". Det vill säga ojämställdhet som ett resultat av internet (Castells, 2001). Skillnaden mellan att ha tillgång till internet eller att inte ha tillgång till internet blir inom denna kontext en källa för ojämställdhet. Att se till att alla har tillgång till internet löser inte hela problemet men det blir en förutsättning för att överkomma ojämställdhet i ett digitaliserat samhälle.

2.1.2 Ojämställdhet i det digitala samhället

Begreppet tekniskt kapital kan inom det digitala samhället användas för att beskriva individers olika förutsättningar och förmåga att navigera i detta samhälle. Det tekniska kapitalet kan likt ekonomiskt kapital, eller andra former av kapital ses som en resurs för individer. Ulli Samuelsson (2014) använder bland annat detta begrepp för att undersöka digital (o)jämlighet i svenska skolor och hur elever börjar skolan med olika nivåer av digital kompetens (Informations och kommunikationsteknik, IKT), vilket kan leda till skillnader i förutsättningar för eleverna. Samuelsson finner i sina resultat att det finns en digital ojämlikhet inom skolan och att skolans uppdrag gällande att förse elever med digital kompetens är inte helt tydligt.

Samuelsson menar på att det finns tre kategorier som blir viktiga inom detta sammanhang; tillgång till nätverk för att kunna använda internet, ekonomisk möjlighet att kunna köpa nödvändig utrustning, samt att kunna betala för nätverksuppkoppling. Samuelsson drar slutsatsen att ekonomiskt svagare individer har sämre förutsättningar när det kommer till att utnyttja de möjligheter som erbjuds av tekniken.

2.1.3 Tillgång till internet (1995–2023)

Dessa skillnader i tillgång till internet går att se i resultaten av den undersökning Castells (2001) presenterar i sin bok ”Internet Galaxy”. Skillnaderna kunde delvis kopplas till individers ekonomiska förutsättningar men även andra sådana, exempelvis utbildning, ålder och arbetsstatus. Undersökningen utfördes av NTIA (National Telecommunications and Information Administration) och består av resultaten från fyra rapporter mellan år 1995-2000.

- I rapporten beskrivs att 70.1% av de som tjänar 75.000 dollar eller mer hade tillgång till internet medan endast 18.9% av de som tjänade under 15.000 dollar om året hade tillgång till internet.
- För de individer som befann sig mellan 15.000 och 24.999 låg tillgängligheten på 18.4% och 25.3% för de individer som befann sig mellan 24.999 och 34.999.
- Rapporten visade även att utbildningsnivå hade betydelse. Bland de individer som hade en kandidatexamen eller högre hade 74.5% tillgång till internet. Denna siffra sjönk till 30.6% för de som endast hade en avslutad gymnasieutbildning och 21.7% för de som inte hade en avslutad gymnasieutbildning.
- Rapporten visade även på skillnader i ålder. 29.6% av de som var 50 år eller äldre hade tillgång till internet medan över 50% hade tillgång till internet i grupperna 25-49 och 18-24.
- Likaså visade rapporten på skillnader gällande tillgång till internet mellan de individer som var anställda (56.7% hade tillgång) och arbetslösa (29% hade tillgång).

(Castells, 2001, s. 249)

År 1995 hade Internet 16 miljoner användare, vilket hade växt till 400 miljoner vid år 2001. Vid tidpunkten då Castell skrev boken ”Internet Galaxy” förutspåddes det att dessa siffror skulle öka till 1 miljard vid år 2005 och 2 miljarder år 2010, vilket visade sig vara korrekt. Idag år 2023 har internet 5.1 miljarder användare. I en undersökning ”Svenskarna och internet”,

utförd av Internetstiftelsen (2022) redovisas resultat som visar att 94% av den svenska befolkningen har tillgång till och använder internet, och att nästan alla gör detta dagligen.

2.2 Konsumtionskultur och klass

Thorstein Veblen (2009) beskriver i sin bok *The Theory of Leisure Class* hur utvecklandet av en specifik samhällsklass som han benämner "*The Leisure Class*" har skett i det moderna samhället. Denna klass formas kring dess syn på *fritid, arbete, ägandeskap* och *konsumtion*. Ägandeskap och ackumulation blir enligt Veblen av stor betydelse inom denna samhällsklass då detta leder till en strävan att äga mer och mer. Enligt Veblen förändras synen på konsumtion inom denna grupp på så sätt att konsumtion blir ett sätt att utmärka sig för att erhålla distinktion, från sin omgivning. Att ackumulera mer blir till en tävling och ett större ägandeskap, och de medföljande konsumtionsvanorna associeras därför till en särskild status. När ackumulation av resurser, eller kapital, blir ett sätt att erhålla status så blir att äga en förmögenhet ett bevis på effektivitet, samtidigt som det blir till en aningsful och förtjänstfull akt (Veblen, 2009). Individer och dess *ekonomiska tillgångar* blir i detta sammanhang ett verktyg för individer att utmärka sig och för att erhålla distinktion. Veblen menar att individer vänjer sig vid sina nuvarande ekonomiska tillgångar vilket därmed leder till att det skapas ett begär för att erhålla ett större sådant. Individer jämför sina ekonomiska tillgångar med sin omgivning och eftersom detta som tidigare nämnt är en tävling och detta associeras till status, så vill individer sträva efter att vinna denna tävling. Ett misslyckande att göra detta leder till att individer kommer att förbli otillfreds. Denna tävlings-aspekt kan vara mer eller mindre närvarande för olika individer. I samhällsklasser där produktivt arbete är en central och viktig del av att tillförskaffa sig kapital eller resurser bidrar detta till att ge produktivt arbete en högre status. Detta sker eftersom det finns mindre utrymme att förvärva kapital på andra sätt inom denna samhällsklass. För individer inom denna klass blir valet att kunna avstå från produktivt arbete även detta ett sätt att erhålla distinktion, eftersom detta signalerar att individer besitter goda ekonomiska tillgångar. Beroende på individers ekonomiska tillgångar kan individer med antingen en större eller mindre frihet, balansera dess egna fördelning av arbete och fritid. Enligt Veblen kan individer och dess konsumtionsvanor utvecklas olika beroende på dess fördelning av tid spenderat åt att arbeta, och dess fritid.

2.2.1 Konsumtion som bisyssla

Veblen (2009) beskriver hur konsumtion inom denna samhällsklass blir till en *bisyssla*, ett sätt för individer att utmärka sig själv och sin ekonomiska status för att erhålla distinktion. Veblen beskriver hur särskilda konsumtionsvanor går att förknippa med högre ekonomiska tillgångar,

där individer har råd att konsumera bortom dess enbart praktiska och nödvändiga behov. Individers konsumtionsvanor tenderar att bli mer kultiverade desto högre upp individer befinner sig inom den sociala-hierarkin (Veblen, 2009). Enligt Veblen går det att på toppen av denna sociala-hierarki att finna de individer som är födda in i en särskild finhet eller förnämhet där fritid, men också möjligheten att avstå från produktivt arbete, har varit möjligt sedan en tidig ålder. För dessa individer, eller *aristokrater*, blir det enligt Veblen inte en fråga om rikedom, eller om ekonomiska tillgångar, det blir snarare en fråga om vad dessa individer behöver göra för att upprätthålla ett visst anseende, genom att utveckla särskilda konsumtionsvanor. Veblen beskriver hur de olika krav som ställs på individer när det kommer till att utmärka sig kan variera beroende på vart dessa individer befinner sig inom den sociala-hierarkin, men även var de befinner sig rent fysiskt. Skillnader gällande konsumtionsvanor går att se mellan storstad och icke-storstad, där Veblen associerar storstaden med särskilda konsumtionsvanor och mer specifika krav gällande hur denna konsumtion ska se ut för att individer ska utmärka sig från sin omgivning. Likaså kan att konsumera som en bisyssla tänkas bli en större del av vardagen i storstaden (Veblen, 2009).

2.3 Konsumtionsvanor och kapital

I boken *The Social Structures of the Economy* beskriver den franska sociologen Pierre Bourdieu (2005) hur det moderna kapitalistiska samhället legitimerar exploatering för ekonomisk vinning. Ett skifte i vad som anses vara etiskt ledde till att girighet och ett sökande efter maximering och ackumulering av kapital inte längre ansågs vara något oetiskt. Enligt Bourdieu leder denna samhällsförändring gällande synen på exploatering och ekonomisk vinning till att individer tenderar att utveckla ett mer utilitaristiskt tankesätt, vilket betyder att individer blir rationella och kalkylerande i sina handlingar. Bourdieu menar dock att detta tankesätt bara är ett av de många nya tankesätt som utvecklats hos individer i det moderna kapitalistiska samhället. Utöver de ekonomiska aspekterna pekar Bourdieu på de sociala aspekterna för att förklara varför individer utvecklar ett särskilt tankesätt eller en särskild hängivenhet till exempelvis sitt arbete, sin karriär, eller en personlig jakt efter att utöka sitt kapital (Bourdieu, 2005).

Dessa olika tankesätt kan tänkas bidra till utvecklandet av olika konsumtionsvanor hos olika individer. För att förklara dessa olika konsumtionsvanor använder Bourdieu sig av begreppet det *traditionella produktionsläget*. Detta begrepp syftar till att beskriva konsumtionsvanor hos individer där individerna inte enbart värderar produkten utifrån dess praktiska, tekniska och funktionella egenskaper utan även efter dess estetiska. Exempelvis att föredra en ”handmade”

produkt över en massproducerad sådan. Detta estetiska värde tillskriver produkten ett värde som inte enbart kan definieras utav dess tekniska och funktionella egenskaper (Bourdieu, 2005). Följaktligen kan inte tillgång och efterfrågan för en produkt enbart tolkas utifrån ett ekonomiskt perspektiv utan detta måste även tolkas utifrån ett socialt sådant. Bourdieu menar att individer och deras olika konsumtionsvanor kan utvecklas olika utifrån olika faktorer, exempelvis individers sociala ursprung, ekonomiska kapital, kulturella kapital och ålder (Bourdieu, 2005). Bourdieu menar på att individers konsumtionsvanor utvecklas relativt till dessa faktorer, kanske främst utifrån den proportionella fördelningen mellan individers ekonomiska och kulturella kapital. I enlighet med Veblen menar även Bourdieu att vart individer befinner sig inom den sociala-hierarkin kan påverka vilka konsumtionsvanor individer utvecklar. Bourdieu förknippar toppen av den sociala-hierarkin med konsumtionsvanor i enlighet med det traditionella produktionsläget, att produktens estetiska värde blir viktigt för dessa individer utöver de praktiska, tekniska och funktionella egenskaperna. I motsats till detta beskriver Bourdieu att de konsumtionsvanor som går att finna längre ner inom den sociala-hierarkin tenderar att i en lägre grad prioritera en produkts estetiska värde till förmån för de praktiska, tekniska och funktionella egenskaperna som produkten innehar (Bourdieu, 2005). Bourdieu använder individer och dess konsumtionsvanor för att förklara hur individer försöker att anpassa sig till sin omgivning. Ekonomin inom ett samhälle går enligt Bourdieu att dela upp i två sidor, den tekniskt/funktionella och den andra den estetiskt/symboliska. Att för individer att äga eller associera sig med vissa produkter kan bli ett sätt och en strategi för dessa att erhålla distinktion (Veblen, 2009; Fowler, 1997). Enligt Bourdieu utvecklar individer särskilda konsumtionsvanor utifrån de specifika förutsättningar som går att finna i dess respektive omgivning. Exempelvis kan skillnader spåras tillbaka till individers uppväxt och olika bakgrunder. Individers olika dispositioner kan i sin tur leda till att olika individer utifrån dess olika förutsättningar tar sig an olika arbete eller sysselsättning, vilket kan bli en anledning till att individer utvecklar olika konsumtionsvanor (Fowler, 1997). Individers olika konsumtionsvanor kan tänkas bero på deras fördelning av kapital. Bourdieu beskriver att kapital i sin renaste form består av ackumulerat arbete vilket resulterar i ett *ekonomiskt* kapital. Därefter beskriver Bourdieu ett *kulturellt* kapital som finns i olika former: förkroppsligat, objektifierat, institutionaliserat. Detta kulturella kapital kan i vissa fall omvandlas till ekonomiskt kapital. Till detta beskriver Bourdieu även ett *socialt* kapital, vilket består av individers olika sociala band. Detta kapital kan även detta i vissa fall omvandlas till ekonomiskt kapital (Richardson, 1986).

2.3.1 Kulturellt kapital

Kulturellt kapital och dess nytta ligger i att detta kan hjälpa till att förklara skillnader i akademisk framgång bland individer från olika bakgrunder. Detta kapital kan utökas genom tidigare ”investeringar” gjorda utav exempelvis, individers familj under dess uppväxt. Vilket kan leda till olika förutsättningar för olika individer att tillgodogöra sig, exempelvis, utbildning. Likaså kan utbildning och dess nytta förstärkas om den kombineras med ett starkt ekonomiskt kapital och socialt kapital (Richardson, 1986). Kulturellt kapital finns i tre olika former: förkroppsligat, objektifierat och institutionaliserat. Förkroppsligat kulturellt kapital kräver att individer investerar i sig själv över en längre tidsperiod. Detta kan ibland beskrivas som ”Bildung”, eller bildning (Richardson, 1986). Förkroppsligat kulturellt kapital kräver att individer arbetar och fokuserar på självförbättring, vilket ofta förutsätter viss uppoffring i form av tid. Reproduktion av detta kapital sker ofta dolt, i form av ärftlighet. Kopplingen mellan förkroppsligat kulturellt kapital och ekonomiskt kapital ligger i att det tar tid för individer att ackumulera de båda. Objektifierat kulturellt kapital beskrivs som de kulturella tillgångar olika individer besitter. Exempelvis i form av bilder, böcker, musikinstrument, maskiner osv. Detta kapital är överförbart i den mån att de är materiella saker. Kunskapen om och användandet av dessa tillgångar kan ha en viss betydelse för att avgöra dess värde, eftersom vissa tillgångar kräver en viss hängivenhet av dess ägare för att kunna utnyttjas, exempelvis en gitarr. Institutionaliserat kulturellt kapital består av utbildning och kvalifikationer. Då dessa utbildningar och kvalifikationer är tillskrivna ett särskilt kulturellt värde och kapital av omgivningen erhåller individer i sin tur detta kapital genom att associeras med dessa (Richardson, 1986).

2.3.2 Socialt kapital

Socialt kapital består av individer och dess sociala tillgångar, exempelvis dess sociala band och dess gemenskap. Medlemskap till en viss grupp kan förse individer med en viss mängd socialt kapital. Värdet på detta kapital ges utifrån individers förmåga att mobilisera detta. Till exempel kan inträde till en exklusiv klubb ses som en form av socialt kapital. Individer kan beroende på sin förmåga att mobilisera detta även ge sina vänner tillgång till denna exklusiva klubb. Individer som besitter kontrollen att styra riktningen och till vilken grad, kan därmed ses besitta det ”högsta värdet” av socialt kapital. Socialt kapital kräver liksom de andra formerna av kapital att individer investerar tid för att upprätthålla detta (Richardson, 1986).

2.4 Modernt kulturellt kapital

Prieur & Savage (2013) argumenterar för att inom ett modernt kultursociologiskt perspektiv kan den traditionella synen på begreppet kulturellt kapital behöva tänkas om. Begreppet kulturellt kapital har enligt Prieur & Savage fått en stor betydelse i det globala informationssamhället delvis eftersom detta samhälle tillåter, exempelvis media, att sprida olika former av kultur bortom vad som tidigare varit möjligt. Detta har lett till att en ny form av kulturellt kapital går att finna i det moderna samhället, vilket Prieur & Savage benämner *framväxande kulturellt kapital*. Anledningar till att denna nya form av framväxande kulturellt kapital går att finna i samhället associeras till de tekniska och sociala förändringar som ägt rum sedan Bourdieus definition av begreppet kulturellt kapital. Prieur & Savage menar att vad som traditionellt klassificerats av ett högt kulturellt kapital och som en *högkultur* ("highbrow culture") inte erhåller samma status idag som det tidigare gjorde. Eftersom Bourdieus idéer har en relationell grund bör enligt Prieur & Savage den traditionella synen på kulturellt kapital ses ur sitt relationella perspektiv när det appliceras i dagens moderna samhälle. Prieur & Savage argumenterar för en viss upplösning av den traditionella synen på högkultur genom att hänvisa till ett flertal studier utförda i bland annat de skandinaviska länderna, där det går att se ett visst anti-elitistsynsätt ibland dess befolkning (Prieur & Savage, 2013). Likaså hänvisar Prieur & Savage till en brittisk studie av Bennett et al. (2009) som tyder på att "förakt" från högkulturen gentemot andra sociala klasser kan idag ses som mindre förekommande. Dessa förändringar beskriver Prieur & Savage som en *inversion av det gamla och det nya*. Denna omkastning leder till att dynamiken förändras och i stället definieras utifrån dess nya karaktärsdrag, och till mindre del utav det traditionella. Prieur & Savage kopplar bland annat denna omkastning till de unga individerna och de nya teknologiska innovationerna. Prieur & Savage menar på att inom det traditionella synsättet av kulturellt kapital kunde ett högt kulturellt kapital exempelvis associeras till välutbildade individer, men att detta idag inte behöver vara fallet. Begreppet *kulturella allätare* introduceras av Prieur & Savage för att beskriva de individer som besitter ett högt kulturellt kapital i det moderna samhället. De kulturella allätarna uppskattar inte enbart högkultur utan även lågkultur, och detta samtidigt. Detta har enligt Prieur & Savage lett till enorma förändringar gällande den kulturella konsumtionen, vilket har påverkat hur individer erhåller distinktion och utmärker sig. Det går bland dessa individer att se ett mindre fokus på valet av särskilda objekt medan det går att se ett större sådant på hur individer relaterar till dessa objekt (Prieur & Savage, 2013). Prieur & Savage citerar Holt (1997) och menar på att det objektifierade kulturella kapitalet kan tyckas blivit svagare gällande att utmärka individer och

klasskillnader, medan det förkroppsligade formen av kulturellt kapital kan tyckas blivit mer centralt.

“... ‘As popular cultural objects become aestheticised and as elite objects become popularised, the objectified form of cultural capital has in large part been supplanted by the embodied form’. Holt continues ‘In other words, to express distinction through embodied tastes leads cultural elites to emphasise the distinctiveness of consumption practices themselves, apart from the cultural contents to which they are applied’ (Holt (1997), pp. 103-4)... ”

Prieur & Savage menar att de kulturella allätarna inte enbart strävar efter att följa de olika trenderna inom exempelvis mode, utan dessa vill även ligga i framkant gällande dessa trender. Kunskap kring särskilda objekt, exempelvis restauranger eller maträtter är inte tillräckligt eftersom dessa konstant förändras i det moderna samhället. Det viktiga för de kulturella allätarna blir att delta och att konversera om dessa dynamiska och estetiska förändringar (Prieur & Savage, 2013). Prieur & Savage hänvisar till Bennett et al. (2009) som beskriver de kulturella allätarna som reflexiva. De kulturella allätarna orienterar sig med hjälp av internet, vilket tillåter de kulturella allätarna att söka efter information och kommunicera. Prieur & Savage beskriver dessa individer som *kosmopoliter*, vilket betyder att deras preferenser för exempelvis mat och musik besitter en internationell prägel. Prieur & Savage hänvisar till en undersökning i Finland utförd utav Kahma and Toikka (2012) som visar på skillnader i uppfattningar av traditionell och modern kultur. Den traditionella kulturen kunde här associeras till den inhemska, finska kulturen medan den moderna kulturen kunde associeras till de utländska eller det främmande (Prieur & Savage, 2013).

3 TEORI OCH BEGREPP

3.1 Konsumtionsvanor och internetfamiljaritet

Individens olika konsumtionsvanor kommer att undersökas med hjälp av Veblen och Bourdieus teorier kring hur särskilda vanor är mer eller mindre vanligt förekommande utifrån vart individer befinner sig inom den sociala hierarkin. Konsumtionsvanor kommer inom undersökningen att undersökas utifrån Bourdieus teori om det traditionella produktionsläget. Individens konsumtionsvanor kommer inom undersökningen att mätas utifrån hur de olika individerna tenderar att prioritera och värdera produkters praktiska och estetiska värden när de konsumerar. Individens olika konsumtionsvanor kommer därefter att undersökas utifrån deras internetfamiljaritet för att se om individer som är mer eller mindre internetfamiljära tenderar att föredra olika produkter. Utifrån resultaten kommer eventuella sambanden mellan särskilda

konsumtionsvanor och grad av internetfamiljaritet att diskuteras utifrån individers olika förutsättningar att via sin konsumtion uttrycka sig i det digitala samhället.

3.2 Internetfamiljaritet och tekniskt kapital

Internetfamiljaritet kommer inom denna undersökning att ses som en form av kapital, ett tekniskt kapital. Utifrån de moderna teorierna kring kulturellt kapital och de kulturella allätarna som tas upp av Prieur & Savage (2013) går det att tänka sig att detta tekniska kapital blir viktigt för individer i det digitala samhället. Detta eftersom internet blir ett viktigt verktyg för individer i det moderna samhället gällande utveckling av särskilda konsumtionsvanor, exempelvis den kosmopolitarianska prägel som Prieur & Savage beskriver.

4. METODOLOGISK ANSATS

Undersökningen försöker att se på eventuella samband mellan konsumtionsvanor och internetfamiljaritet. Detta genom att använda sig av kvantitativ metod och data. Konsumtionsvanor utgör undersökningens beroendevariabel som undersöks med hjälp av olika oberoendevariabler. Till detta fokala samband kommer sedan ytterligare oberoendevariabler, exempelvis ålder på respondent, att adderas för att se hur detta kan tänkas påverka sambandet.

4.1 Operationalisering

För att kunna undersöka eventuella mönster mellan konsumtionsvanor och internetfamiljaritet skapades två olika index som är tänkta att representera de olika konsumtionsvanor som kan förekomma hos individer och deras olika grad av internetfamiljaritet.

4.1.1 Index för olika konsumtionsvanor

Undersökningens beroendevariabel utgörs av indexet som är tänkt att representera olika konsumtionsvanor består av svar på följande enkätfrågor:

- **Intresserar du dig av, eller äger du något av följande? (flervalsfråga)**
 - Svarsalternativ: Märkesprylar (t.ex. kläder, klockor, smycken, kosmetika), Konstverk, Elcykel, Fina bilar/fordon, Kokböcker, Designmöbler, Fina viner, Musikinstrument, Smarta prylar (robotdammsugare, smartklocka, etc.), Kultur-evenemang, Gastronomi, Exklusiva resmål
- **När du handlar en ny produkt (t.ex. en hushållsmaskin, bil, klädesplagg etc.) vilket är då viktigast för dig: produktens funktion eller produktens utseende?**
 - Poäng 1–5

- **När du handlar en ny produkt (t.ex. en hushållsmaskin, bil, klädesplagg etc.) vilket är då viktigast för dig: produktens pris eller produktens kvalitet?**
 - Poäng 1–5

Detta index försöker fånga skillnader inom olika individers konsumtionsvanor. En högre poäng på detta index representerar en tendens att prioritera det ”estetiska” utöver det ”praktiska” vid köp av nya produkter. Frågorna ”när du handlar en ny produkt...” är formulerade på ett sådant vis att individen blir tvungen att överväga vad den prioriterar högst gällande *funktion - utseende* eller *pris - kvalitet*. Lägre poäng på indexet är i sin tur tänkt att representera en tendens att prioritera det ”praktiska” över det ”estetiska”.

4.1.2 Index internetfamiljaritet

Undersökningens oberoendevariabel utgörs av indexet som är tänkt att representera individers internetfamiljaritet består av svar på följande enkätfrågor:

- **Använder du internet för något av följande?**
 - Svartalernativ: Streaming (Exempelvis medietjänster, SVT-play, ljudbok, e-böcker, vloggar, poddar, musik etc.), Sociala medier (YouTube, Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok, LinkedIn), Gaming (Spelat nöjesspel, tittat på andra som spelar, umgåtts med vänner i spelplattformar), Köpt något via e-handel, Köpt eller sålt kryptovaluta, Ansökt till ett jobb, Nätdejtat, Kommunicera (Skicka meddelanden), Skapa nya kontaktnät, Hitta nya intressen, Hitta ny kunskap
- **Använder du dig av något av följande digitala verktyg? (flervalsfråga)**
 - Svartalernativ: Digitala vårdtjänster (t.ex. Kry), Digitala brevlådor (t.ex. Kivra), Digitala resetjänster (t.ex. app för kollektivtrafik), Bank-ID
- **Känner du till begreppet “internet-memes”?**
 - Svartalernativ: Ja/Nej
- **Om du svarat "Ja" på föregående fråga, hur ofta konsumerar du sådant innehåll?**
 - Svartalernativ: Aldrig/Sällan/Dagligen
- **Händer det att du använder dig av ”internet-slang” i vardagen? (exempelvis: ”lol”, ”irl”, ”brb”, ”lmk”, ”btw”)**
 - Svartalernativ: Aldrig/Sällan/Dagligen

Detta index försöker att fånga skillnader i individers praktiska användning av, kunskap om och familjaritet kring vad som sker på internet. En högre poäng på detta index bör reflektera en högre internetfamiljaritet. Internetfamiljaritet baseras utifrån tre olika kategorier; det praktiska, kulturella och språkliga. Där de två första frågorna angående användning är tänkta att fånga det praktiska, och de tre sista en bit av det kulturella och språkliga aspekterna av internet.

4.2 Datainsamling

Data samlades in genom nyttjandet av en enkät. Användandet av en enkät motiveras utifrån önskan att nå ut till en så stor grupp individer som möjligt. Att använda sig av en enkät möjliggjorde detta bättre än vad intervjuer hade gjort.

4.2.1 Urval och bortfall

Urvalet begränsades enbart till individer över arton år gamla, utan någon övre gräns. Möjlighet att kategorisera respondenterna vid behov gjordes möjligt genom att ställa kontrollfrågor, vilket bestod utav exempelvis, kön, ålder, sysselsättning och civilstånd.

4.2.2 Enkätutformning

Frågorna i enkäten utformades utifrån en teoretisk grund. Inspiration hämtades utifrån Internetstiftelsens årliga undersökning. Enkätfrågorna formulerades även med hänsyn till att kunna garantera anonymitet för respondenterna. Särskild avvägning gällande design av frågor blev viktig för att inte ställa för personliga frågor och på så sätt riskera att individens anonymitet inte kunde garanteras. Frågorna i enkäten delades upp i tre delar: frågor gällande åsikter, konsumtionsvanor och internetanvändning. De flesta frågorna gällande åsikter visade sig dock vid analys av det empiriska materialet att vara irrelevanta för undersökningen och dess syfte och exkluderades därför ur undersökningen. Enkäten bestod av fasta svarsalternativ men det hade varit intressant att nyttja en enkät med fler frågor där respondenterna hade kunnat ge öppna svar på frågor, vilket hade kunnat leda till mer information om varför respondenterna svarat så som de gjort. Enkäten pilottestades innan den publicerades, vilket innebar att ett fåtal individer fick besvara enkäten och ge feedback på enkäten och dess utformning. Denna feedback ledde till att en del frågor formulerades om av tydlighetsskäl, men i det stora hela upplevdes enkäten tydlig för respondenterna som pilottestade den. Enkäten tog i genomsnitt 5–15 minuter att besvara för respondenterna.

4.2.3 Genomförande

Datainsamlingen pågick under en 7-dagarsperiod då enkäten var tillgänglig att besvara. Enkäten skickades ut med ett bekvämlighetsurval, vilket kan tänkas begränsa materialets

generaliserbarhet (Trost & Hultåker, 2016). Detta gjordes via sociala-medier, där individer uppmanades att sprida vidare enkäten för att få in ett ökat antal svar vilket var väsentligt för att få in den mängd data som behövdes för att de statistiska testerna skulle kunna visa på eventuella samband. Individerna fick lämna samtycke till att deras svar användes i arbetet genom att skicka in sina svar.

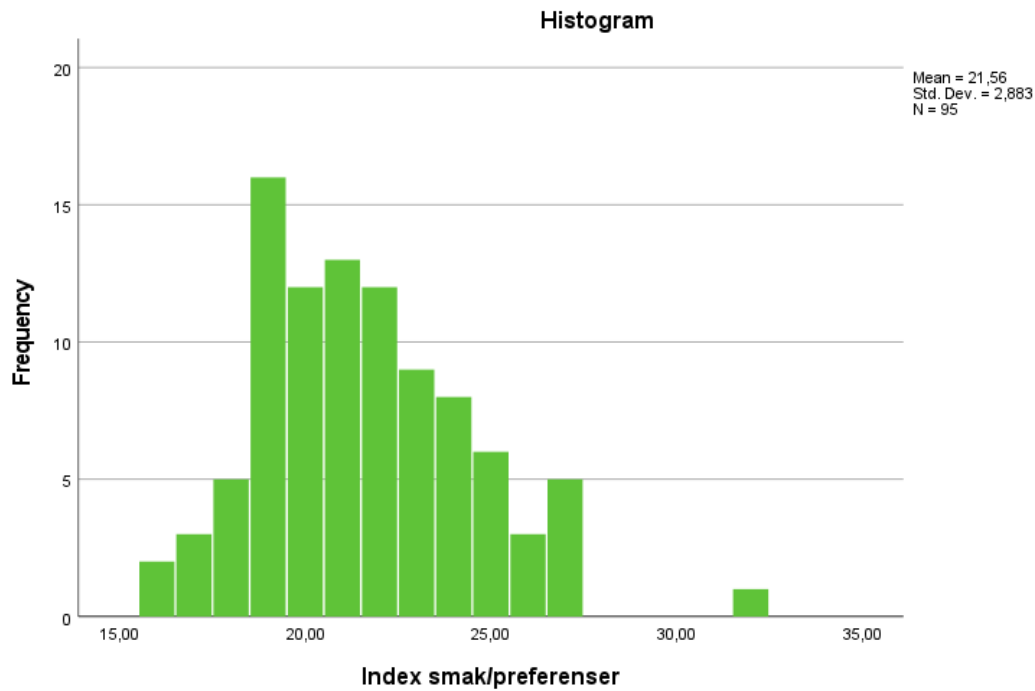
4.3 Analysmetod

För att analysera det insamlade materialet importerades enkätsvaren och dess data in i statistikprogrammet SPSS. De flesta frågorna bestod av antingen nominal- eller ordinalvariabler, bortsett från respondentens ålder. Flera variabler kodades sedan om för att kunna användas i de statistiska testerna som genomfördes. Det viktigaste testet undersökningen kommer att använda sig av är regressionsanalys (både enkel- och multipel). Detta test används för att undersöka en eller flera (kvantitativa)variabler för att se om där finns en korrelation mellan dessa och hur stark denna korrelation är (Djurfeldt et al, 2018). Testet visar även på korrelationens riktning, om det är en negativ eller positiv korrelation. Utifrån de resultat som testen visar går det att utforma modeller som kan användas för att göra prediktioner. Testet kommer även att besvara om sambandet är statistiskt signifikant och om det går att utesluta undersöknings nollhypotes (H0) *att där inte finns ett samband mellan konsumtionsvanor och internetfamiljaritet* (Djurfeldt et al, 2018). Undersökningens hypotes (H1) består i sin tur av *att där finns ett samband mellan konsumtionsvanor och internetfamiljaritet*.

5. EMPIRI OCH RESULTAT

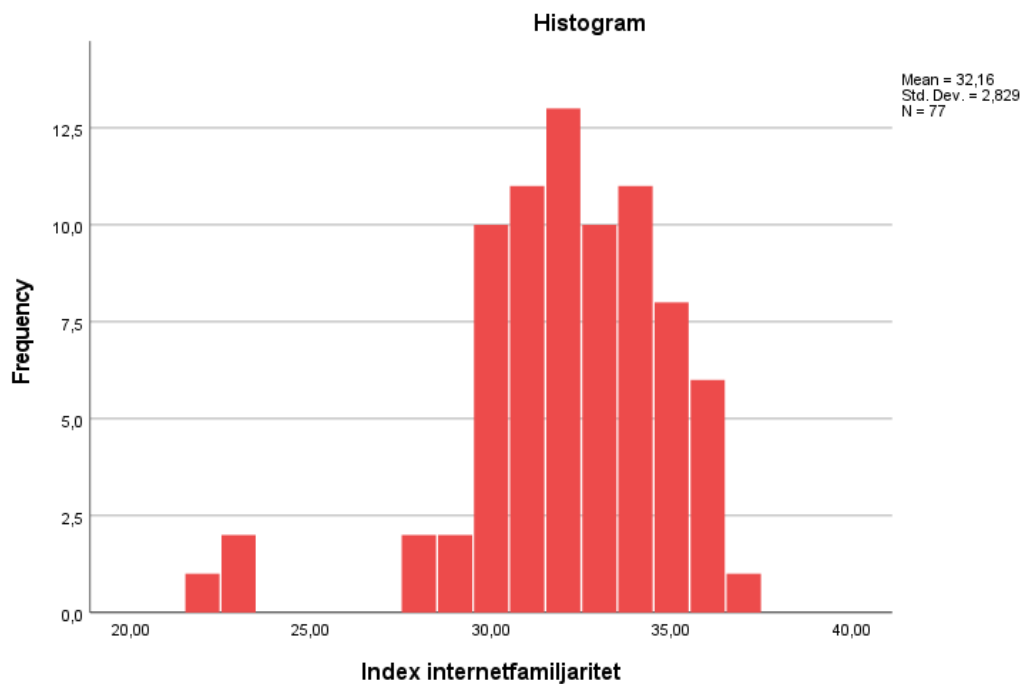
Totalt består det empiriska materialet av svar från 106 respondenter. Medelåldern på respondenterna är 39 år (20–85 år). Den största delen av respondenterna är antingen studenter (21%) eller arbetande (64%). Cirka 9% av respondenterna är pensionärer. 60% av de som svarade på enkäten är kvinnor, 39% män och 1% icke-binära. Nedan kommer undersökningens båda index och deras centralmått att presenteras var för sig.

Figur 1: Svarefrekvens index för olika konsumtionsvanor



Diagrammet visar att indexet består av totalt 95 svar. Medelvärdet i antal poäng på indexet är 21,5 poäng med en standardavvikelse på 2,9. Y-axeln visar antal respondenter som erhållit en särskild poäng på indexet. X-axeln visar hur hög poäng respektive respondenter fått. Lägsta poäng bland respondenterna var 16 poäng och högsta poäng 32 (se Bilaga 1).

Figur 2: Svarefrekvens index internetfamiljaritet



Diagrammet visar att indexet består av totalt 77 svar. Medelvärdet i antal poäng på indexet är 32 poäng med en standardavvikelse på 2.8. Y-axeln visar antal respondenter som erhållit en särskild poäng på indexet. X-axeln visar hur hög poäng respektive respondenter fått. Lägsta poäng bland respondenterna var 22 poäng och högsta poäng 37 (se Bilaga 2).

5.1 Konsumtionsvanor och internetfamiljaritet

Regressionsanalysen visar på ett svagt samband mellan undersökningens båda index. Detta avläses med hjälp av determinationskoefficientvärdet ($R^2 = 0.05$), vilket ger oss att cirka 5% av variansen i indexet för olika konsumtionsvanor går att förklara genom indexet för internetfamiljaritet (Djurfeldt et al, 2018). Sambandet är enligt regressionsanalysen även statistiskt signifikant (0.03) vilket betyder att undersökningens nollhypotes (H_0) att där *inte* finns ett samband mellan konsumtionsvanor och internetfamiljaritet kan förkastas till förmån för undersökningens hypotes (H_1) att där finns ett samband mellan konsumtionsvanor och internetfamiljaritet (Djurfeldt et al, 2018). Resultatet och spridningsdiagram från testet finns tillgängligt i slutet av uppsatsen (se Bilaga 3 & 4).

För att undersöka vad som kan tänkas påverka det fokala sambandet adderades det i undersökningen ytterligare oberoende variabler till det fokala sambandet. Detta genom att utföra en multipel regressionsanalys. Variablerna som adderades till sambandet bestod av variablerna som presenteras nedan. Där den sistnämnda variabelns tre mest förekommande svarsalternativ (studera, arbetande och pensionär) valdes ut för att användas inom undersökningen. Dessa tre kategorier kodades om till vad som kallas ”dummy-variabler” för att kunna användas i den multipla regressionsanalysen (Djurfeldt et al, 2018).

- **För mig är det viktigt med skönhet (vackra föremål, arkitektur, mode, färg och form)**
 - Poäng 1–5
- **Jag är optimistisk gällande utvecklingen av internet och den digitala världen.**
 - Poäng 1–5
- **Hur gammal är du?**
- **Vad är din huvudsakliga sysselsättning?**
 - Studerande/arbetande/pensionär

Den första variabeln som adderades till det fokala sambandet var frågan ”För mig är det viktigt med skönhet...”. Denna variabel användes eftersom högre svar på denna fråga kan tänkas korrelera med en högre poäng på indexet för konsumtionsvanor, detta eftersom en högre poäng

på indexet var tänkt att representera individer som prioriterar det ”estetiska” eller ”skönhet”. Resultatet från den multipla regressionsanalysen bekräftade detta då det visade sig att determinationskoefficientsvärdet ökade från det tidigare redovisade ($R^2 = 0.05$ till 0.15) när denna variabel adderades till det fokala sambandet, samt att resultatet var statistiskt signifikant. Resultatet av adderandet av denna variabel talar för att indexet är representativt för vad det avser att mäta. Därefter undersöktes hur individers optimism till utveckling av internet och den digitala världen påverkade sambandet. Detta visade sig även detta att förstärka det fokala sambandet då determinationskoefficientsvärdet återigen ökade ($R^2 = 0.15$ till 0.29) och resultatet var även här statistiskt signifikant, vilket betyder att optimism till utvecklingen av internet och den digitala världen kan med viss osäkerhet tänkas påverka riktning gällande vilka konsumtionsvanor individer tenderar att utveckla. Adderandet av de två sistnämnda kontrollvariablerna (ålder och sysselsättning) visade sig dock vara icke-statistiskt signifikanta då deras signifikansvärde översteg gränsvärdet ($p > 0.05$) för att resultatet ska anses vara statistiskt signifikant (Djurfeldt et al, 2018). Det redovisade determinationskoefficientvärdet brukar inom samhällsvetenskapen tolkas som ett svagt-medelsvagt samband. Resultatet och spridningsdiagram från testet finns tillgängligt i slutet av uppsatsen (se Bilaga 5 & 6).

6. ANALYS

6.1 Två fiktiva individer: A och B

Med hjälp av resultaten från de statistiska testerna som genomförts går det att skapa modeller för att utföra prediktioner. Dessa prediktioner kan vara användbara för att belysa och visa på skillnader. Inom undersökningens kontext går det med hjälp av dessa modeller att se om där finns skillnader i individers konsumtionsvanor utifrån dess internetfamiljaritet, hur den värdesätter ”skönhet” och dess optimism till utveckling av internet och den digitala världen. För att visa på detta kommer ett exempel mellan två fiktiva individer: individ **A** och **B**, att presenteras. Modellen som exemplet utgår ifrån är skapad utifrån resultatet från den multipla regressionsanalysen.

- Individ **A** är *väldigt* internetfamiljär och värderar ”skönhet” högt, samt är optimistisk till utveckling av den digitala världen.
- Individ **B** är *mindre* familjär med internet och värderar inte ”skönhet” lika högt som individ **A**, samt är inte optimistiskt till utveckling av den digitala världen.

Med hjälp av modellen går det att urskilja viss skillnad mellan de två fiktiva individerna i antalet poäng på undersökningens index för konsumtionsvanor. Individ **A** hade i exemplet ovan fått

cirka 25 poäng på undersökningens index för konsumtionsvanor vilket är 17 poäng mer än vad Individ B hade fått, som i exemplet ovan hade fått 8 poäng på samma index. Utifrån den beskrivning som tidigare gavs för indexet,

- "...En högre poäng på detta index representerar en tendens att prioritera det "estetiska" utöver det "praktiska" vid köp av nya produkter...", "...Lägre poäng på indexet är i sin tur tänkt att representera en tendens att prioritera det "praktiska" över det "estetiska"..."

går det att med hjälp av modellen och de fiktiva individerna att inom undersökningen och dess kontext att se skillnader i individers konsumtionsvanor utifrån dess internetfamiljaritet, där individers åsikter kring "skönhet" och dess optimism till utveckling av internet och den digitala världen kan tänkas påverka detta samband.

6.1.1 Kritik mot modellen

Dock blir det viktigt att komma ihåg vid användandet av denna modell att även om resultaten från modellen som ovan presenterats pekar på vissa skillnader mellan individers konsumtionsvanor utifrån de nämnda variablerna och modellen bygger på statistiskt signifikanta samband så är determinationskoefficientvärdet relativt lågt ($R^2 = 0.05-0.29$), vilket betyder att modellens förklaringskraft är begränsad. Likaså bör man ställa sig frågan hur pass representativa indexen är för det som de avser att mäta. Indexet för konsumtionsvanor vill mäta individers olika konsumtionsvanor utifrån deras tendenser att prioritera det estetiska värdet eller det praktiska värdet vid val av konsumtion. Indexet bestod delvis av svar på frågor gällande individers olika prioriteringar vid köp av nya produkter. Dessa prioriteringar bestod av de båda sidorna *funktion – utseende* och *pris – kvalité*. Svar närmre utseende än funktion är avsedda att representera en särskild "lyx" för individer i att kunna välja inte enbart utifrån funktion, men att även kunna välja utifrån utseende (det "estetiska"). Exempelvis individers val att köpa <märkes>kläder, eller något <handmade>. Det går att argumentera för att individers svar på denna fråga och hur de väljer att prioritera kan antas variera utifrån vilken typ av produkt det är den tänker på vid tidpunkten då den besvarar enkätfrågan. Likaså går det att på följande fråga, gällande pris eller kvalité, att tänka att detta kan variera utifrån vilken typ av produkt det gäller. Det får inte glömmas bort att det kan finnas viss prestige i att handla medvetet, vilket kan innefatta att leta efter alla dessa egenskaper (funktion – utseende, pris – kvalité) samtidigt vid köp av nya produkter. Dessa två enkätfrågors poängskala bestod av lägsta möjliga poäng ett (1) respektive fem (5) som högsta poäng. Medelvärdet bland respondenterna ligger på den

förstnämnda frågan på 2.5 och den sistnämnda 3.5. Vilket kan tolkas som att majoriteten av respondenterna väljer att prioritera båda sidorna vid köp av en ny produkt. Dock verkar kvalité väga lite tyngre än pris f r respondenterna.

Undersökningens andra index som representerar internetfamiljaritet kan tänkas vara ett någorlunda mer representativt index för vad det avser att m ta. Inte bara utifrån att det har ett högre Cronbach's alfa-värde (0,73 jämfört med index för konsumtionsvanors 0,47), vilket inom statistiken används för att förklara hur bra de olika variablerna inom indexet överensstämmer med varandra (Djurfeldt et al, 2018). Men även eftersom det indexet försöker att m ta kan anses vara av en mer objektiv karaktär än konsumtionsvanor, vilket indexet för konsumtionsvanor avser att m ta.

6.2 Prediktorer gällande internetfamiljaritet

Inom undersökningens kontext undersöktes även hur individers grad av internetfamiljaritet kunde tänkas variera utifrån individers huvudsakliga sysselsättning och ålder. Att undersöka detta motiverades utifrån att se om där fanns några skillnader gällande internetfamiljaritet i olika samhällsgrupper, då internetfamiljaritet kan tänkas vara en form av tekniskt kapital för individer i det digitala samhället, där skillnader kan tänkas leda till begränsningar för vissa individer att uttrycka sig genom sitt val av konsumtion eftersom de blir begränsande gällande deras förmåga att erhålla den moderna framväxande formen av kulturellt kapital som Prieur & Savage beskriver. Likaså kan detta vara intressant att undersöka för att se om den koppling som Prieur & Savage (2013) g r mellan unga individer, tekniska innovationer och "en inversion av det gamla och det nya" kulturella värderingarna i det moderna samhället kan anses giltig inom denna undersöknings kontext. Mellan huvudsaklig sysselsättning och internetfamiljaritet gick det utifrån resultaten att se ett starkt samband ($R^2 = 0,50$) samt att detta resultat var statistiskt signifikant. Individer vars huvudsakliga sysselsättning  r att studera f r en högre poäng på indexet  n referensgruppen (arbetande) medan pensionärer f r en lägre poäng på indexet. Detta tyder på att där existerar ett samband mellan internetfamiljaritet och huvudsaklig sysselsättning. Därefter undersöktes internetfamiljaritet utifrån ålder på respondent, vilket även detta visade på ett starkt samband ($R^2 = 0,41$) och ett statistiskt signifikant resultat. Detta resultat visade att en individ som  r 65 år gammal och har gått i pension i snitt f r 23.5 poäng på indexet för internetfamiljaritet medan en individ som  r 25  r och studerar f r 33.5 poäng, vilket pekar på att det finns en generationsskillnad att ta hänsyn till när internetfamiljaritet undersöks. Tidigare i denna undersökning presenterades resultaten från en undersökning som utfördes av NTIA (National Telecommunications and Information Administration) mellan  r 1995–2000

(Castells, 2001). Resultaten av denna undersökning visade att det existerade skillnader mellan olika individers tillgång till internet utifrån deras ekonomiska förutsättningar men även utbildning, ålder och arbetsstatus. Utifrån NTIA undersökningen kan vi inom denna undersökning tänka att det fortfarande kvarstår skillnader mellan individer, men att de inom dagens samhälle kanske inte främst handlar om tillgänglighet till internet, utan snarare om användarkunskap. Resultatet och spridningsdiagram från testet med de båda variablerna adderade finns tillgängligt i slutet av uppsatsen (se Bilaga 7 & 8). Yngre individer kan generellt antas besitta ett högre tekniskt kapital, vilket utifrån Prieur & Savage (2013) kan tänkas leda till att dessa individer har en annan möjlighet att tillgodogöra sig av det moderna framväxande kulturella kapitalet än vad äldre individer har. Detta innebär att den inversion av det gamla och det nya som Prieur & Savage beskriver kan tänkas möjlig. Detta eftersom utifrån det traditionella perspektivet på högkultur och kulturellt kapital hade argumentet att en *lägre* internetfamiljaritet kunde varit representativt för högkultur (eftersom denna grupp inte var *lika* beroende av internet som lågkultur, eller individer med lägre kulturellt kapital) varit legitim. Men inom denna undersökning och dess kontext, i enlighet med Prieur & Savage, ser vi att det faktiskt kan vara motsatsen som råder, att högre framväxande kulturellt kapital går att associera till en högre internetfamiljaritet, och därmed ge upphov till utvecklandet av konsumtionsvanor mer i enlighet med det ”estetiska”.

6.3 Konsumtionsvanor och kapital

Att individer utvecklar olika konsumtionsvanor kan tänkas bero på deras individuella förutsättningar. Utifrån Bourdieus teorier som presenterats inom denna undersökning går det att tänka sig att individers olika ekonomiska- och sociala förutsättningar har betydelse för utvecklingen av olika konsumtionsvanor. De samband och skillnader som undersökningen presenterat går att undersöka med hjälp av Bourdieus teori om det traditionella produktionsläget, där Bourdieu menar på att individer tenderar att värdera produkter olika och därmed prioritera olika vid val av köp av nya produkter. Veblen (2009) menar på liknande vis att individers skillnader gällande konsumtion kan förklaras utifrån individers ekonomiska tillgångar, vart de fysiskt befinner sig men även deras fördelning mellan arbete och fritid. Likaså beskriver Veblen även skillnader utifrån individers olika ekonomiska förutsättningar, där särskilda konsumtionsvanor förknippas med högre ekonomiska tillgångar. Dessa konsumtionsvanor tillåter enligt Veblen individer att konsumera bortom enbart det praktiska och nödvändiga, vilket inom denna undersökning kan leda tankarna till hur en avsaknad av ekonomiska tillgångar eller kapital kan tänkas påverka det samband som inom undersökningen

presenterats mellan konsumtionsvanor och internetfamiljaritet. För både Bourdieu och Veblen blir individers konsumtionsvanor ett sätt för individer att uttrycka och utmärka sig ifrån sin omgivning vilket skulle innebära att begränsningar gällande att konsumera skulle kunna leda till begränsningar för individer när det kommer till att uttrycka sig själv.

6.4 Tekniskt kapital och modernt kulturellt kapital

Inom det digitala samhället går det att argumentera för att individers internetfamiljaritet blir till en resurs i form av ett tekniskt kapital. Detta tekniska kapital tar mycket likt det förkroppsligade kulturella kapitalet som Bourdieu beskriver, tid för dess användare att ackumulera. Tekniskt kapital blir inte automatiskt till en resurs för individen, och det går inte att likställa med rent ekonomiskt kapital. Dock kan det tänkas att visst tekniskt kapital blir viktigt för individer i det digitala samhället. Detta i enlighet med de teorier som presenterats av Prieur & Savage (2013) och hur de kulturella allätarna använder sig av internet för att söka efter information och kommunicera i det moderna samhället, vilket i sin tur bidrar till ett utökande av det kulturella kapitalet. Inom denna undersökning går det att tänka sig att det tekniska kapitalet kan vara av betydelse för individer när de ska söka ett nytt jobb, vilket 69% av denna undersökningens respondenter har gjort med hjälp av internet (se Bilaga 9). Ytterligare praktiska exempel på liknande nytta av tekniskt kapital i det digitala samhället går att se i kunskap kring och användandet av digitala vårdtjänster, brevlådor, resetjänster, eller Bank-ID, där mer än 50% av undersökningens respondenter använde sig av samtliga av dessa digitala tjänster, och nästan samtliga använde sig av Bank-ID (se Bilaga 9). Detta visar på att tekniskt kapital kan vara av stor vikt för individer i det digitala samhället för att effektivisera och organisera dess livstillvaro. Utöver detta går det även att argumentera för att ett tekniskt kapital kan för individer i det digitala samhället bidra till dess sociala kapital. Det visade sig att bland undersökningens respondenter så hade nästan samtliga använt internet för att kommunicera via meddelanden medan drygt 35% hade använt internet för att skapa nya kontaktnät (se Bilaga 10). Det kan även vara intressant i detta sammanhang att nämna att i stort sett samtliga respondenter hade använt sig av sociala medier och e-handlat (se Bilaga 10).

Enligt Samuelsson (2014) går det inte att likställa ett högre tekniskt kapital med ett högre ekonomiskt kapital. Dock påpekade Samuelsson tre kategorier som var viktiga inom detta sammanhang; tillgång till nätverk för att kunna använda internet, ekonomisk möjlighet att kunna köpa nödvändig utrustning, samt att kunna betala för nätverksuppkoppling. Samuelsson drog slutsatsen att ekonomiskt svagare individer hade sämre förutsättningar att utnyttja de möjligheter som erbjuds av tekniken. Utifrån detta går det med viss osäkerhet att tänka sig att

individers tekniska och ekonomiska kapital kan antas spela en relativt stor betydelse för att individer i det digitala samhället ska kunna utveckla, och uttrycka sig, via sina olika konsumtionsvanor. Att ojämställdhet riskerar att uppstå i det digitala samhället som ett resultat av internet var en av de risker Castells (2001) beskrev redan för tjugo år sedan. Både Castells och Samuelsson menar på att tillgång till internet spelar en stor roll i att minimera denna ojämställdhet. Tillgång till internet kan idag tänkas vara av en mindre källa för ojämställdhet i det digitala samhället än vad det var när Castells diskuterade fenomenet år 2001. Däremot kan kunskap gällande internet och dess innehåll, exempelvis det som denna undersökning valde att studera (praktiska-, kulturella-, och språkliga-aspekterna) idag tänkas blivit en större riskfaktor när det kommer till eventuell ojämställdhet.

7. DISKUSSION

Individers konsumtionsvanor diskuterades inom denna undersökning utifrån att för individer blir att konsumera på ett särskilt sätt ett sätt för individen att utmärka sig ifrån sin omgivning. Inom denna kontext konsumerar inte individer utifrån sina nödvändiga behov, utan att konsumera blir till en bisyssla, ett medel för att nå ett mål. För att konsumtion ska erhålla denna status blir det enligt Veblen (2009) viktigt att det inom gruppen finns en särskild tävlingsaspekt baserad på ackumulation och ägandeskap. Inom denna undersökning blir det viktigaste kanske den kategorisering Veblen, men även Bourdieu gör av konsumtion, där de båda menar på att olika konsumtionsvanor går att förknippa med olika premisser, exempelvis ekonomiska tillgångar men även plats inom den sociala-hierarkin. Bourdieus (2005) beskrivning av det traditionella produktionsläget syftade till att beskriva konsumtionsvanor hos individer där individerna inte enbart värderar produkten utifrån dess praktiska, tekniska och funktionella egenskaper utan även efter dess estetiska. Exempel på detta kunde ses i att föredra något unikt, exempelvis en ”handmade” produkt, över en massproducerad sådan. Veblen beskriver liknande fenomen när han förknippar högre ekonomiska tillgångar med konsumtionsvanor där individen har råd att konsumera bortom dess enbart praktiska och nödvändiga behov. Eftersom unika produkter, eller ”handmade” sådana kan antas vara ett dyrare alternativ än en massproducerad motsvarighet går det att tänka att Bourdieus beskrivning av det traditionella produktionsläget även går att associera med skillnader gällande individers ekonomiska förutsättningar. De särskilda konsumtionsvanor som tillåter individer att värdera och konsumera produkter till större del utifrån dess estetiska karaktärsdrag kan tänkas ha en viss koppling till de ekonomiska tillgångarna som individerna besitter.

Denna undersökning valde att undersöka om olika konsumtionsvanor kunde vara mer eller mindre förekommande bland olika individer utifrån deras respektive grad av internetfamiljaritet. Undersökningens syfte var mer specifikt att undersöka om en högre respektive lägre internetfamiljaritet kunde kopplas till någon av de sidor som både Veblen och Bourdieu beskriver som existerande när det kommer till att uttrycka sig via att konsumera. Att undersöka detta samband motiveras utifrån den tidigare forskning som finns gällande internet och de risker som finns kring ojämställdhet i det digitala samhället. Ojämställdhet i det digitala samhället kan enligt Castells (2001), men även Samuelsson (2014) bero på många olika faktorer, exempelvis tillgänglighet till internet, eller bristande kunskap kring området internet och dess funktioner. Castells beskriver även hur de sociala-aspekterna i det moderna samhället förflyttas över in i det digitala, vilket leder till en digitalisering av detta. I och med denna förflyttning och ett skapande av ett digitaliserat samhället går det att tänka sig att individer blir tvungna att, förutom att ha tillgång, även ha adekvat kunskap för att kunna delta i det digitala samhället. Utifrån Bourdieu och de traditionella beskrivningarna av kulturellt kapital hade kopplingen mellan internetfamiljaritet och ett särskilt kulturellt kapital inte varit särskilt tydlig och det hade varit svårt att tänka sig att eventuella klasskillnader i samhället riskerat att uppstå utifrån denna faktor. Dock går det att utifrån Prieur & Savages (2013) beskrivning av det moderna framväxande kulturella kapitalet och de kulturella allätarna att se det tekniska kapitalet och dess betydelse för individer när det kommer till att erhålla distinktion och utmärka sig i det moderna digitala samhället, exempelvis genom utvecklandet av olika (kosmopolitarianska-) konsumtionsvanor. Tekniskt kapital kan för individer i det digitala samhället tänkas bli till en resurs mycket likt de andra former av kapital (ekonomiskt, kulturellt och socialt) som Bourdieu beskriver i sin kapitalsteori (Richardson, 1986). Det tekniska kapitalet tar, likt den form av kulturellt kapital Bourdieu beskriver som förkroppsligat, tid för individer att ackumulera. Hur lång tid det tar för individen att ackumulera tekniskt kapital kan tänkas bero på exempelvis individers individuella förmågor men även många andra. Två av de tänkbara faktorerna till detta, ålder och huvudsaklig sysselsättning, undersöktes inom denna undersökning. Det gick i resultaten av de statistiska testerna att se en stark korrelation mellan individers internetfamiljaritet utifrån deras ålder och huvudsaklig sysselsättning. Vad dessa skillnader i internetfamiljaritet beror på blir utifrån undersökningen svårt att säga, men att där finns en viss skillnad mellan olika individer går det med säkerhet att uttyda.

7.1 Metodologiska styrkor och svagheter

Valet att använda kvantitativ metod grundade sig i de antalet svar som behövdes för att genomföra undersökningen och för att kunna besvara de formulerade frågeställningarna. Intervjuer hade varit ett bra alternativ till den valda metoden då detta hade kunnat ge en djupare förståelse kring de olika individers motiveringar till att konsumera på ett särskilt sätt, och hur de upplever sin internetfamiljaritet.

7.2 Reliabilitet

Undersökningen och dess slutsatser är grundande utifrån empiriska data inhämtad från en enkätundersökning. Det empiriska materialet utgörs utav 106 respondentsvar. Respondentsvaren användes för att konstruera två olika index som skulle vara representativa för olika konsumtionsvanor och internetfamiljaritet. Operationaliseringen av olika konsumtionsvanor grundades utifrån delvis Bourdieu (2005) men även Veblens (2009) teorier kring konsumtionsvanor som en bisyssla i det moderna samhället. Undersökningens index för olika konsumtionsvanor och dess innehållande frågor formulerades med dessa teorier i åtanke för att öka dess reliabilitet. Valet av fasta svarsalternativ kan även detta tänkas bidra med ökad reliabilitet för undersökningen, även om öppna svar på frågorna hade kunnat vara intressant. Gällande undersökningens index för internetfamiljaritet så hämtades inspiration från en tidigare undersökning ("Svenskarna och internet 2022", Internetstiftelsen, 2022) gällande utformning och innehåll av frågor. Enkäten pilottestades även för att säkerställa dess reliabilitet. Vid analys av materialet exkluderas de enkätfrågor som visade sig vara antingen allt för ensidiga eller irrelevanta till undersökningens syfte. Denna exkludering hade kunnat undvikas genom att korta ner enkäten och inte ha med dessa frågor. Dock valdes vid avvägning att dessa frågor skulle få vara kvar då risken att det empiriska materialet eller data saknades vid analys och diskussion hade ökat om dessa frågor togs bort från enkäten. Samtliga resultat som denna undersökning använt sig av för att diskutera och dra eventuella slutsatser har varit statistiska signifikanta. Samtliga data och resultat från de statistiska testerna som utförts går att finna under bilagor (se Bilaga 3-8).

7.3 Validitet

Inom denna undersökning och de resultat som presenterats associeras särskilda konsumtionsvanor till olika grad av internetfamiljaritet. I resultaten av undersökningen gick det att se att den grupp (av de tre: studenter, arbetande och pensionärer) bland respondenterna som erhöll högst sådant var gruppen studenter. Enligt de resultat som presenterats inom denna undersökning går det med viss osäkerhet att förknippa en högre internetfamiljaritet med

konsumtionsvanor där individer inte enbart värderar produkten utifrån dess praktiska, tekniska och funktionella egenskaper utan även efter dess estetiska. Produkter av en ”mer estetisk karaktär” diskuterades och associerades inom denna undersökning till produkter som kan antas vara av ett dyrare slag, och i sin tur indirekt kräva att individer som konsumerar dessa har de ekonomiska tillgångar som krävs för att göra detta. Eftersom denna undersökning pekar på ett samband där högre internetfamiljaritet korrelerar med ett intresse av produkter av en ”mer estetisk karaktär”, och den grupp som inom denna undersökning besitter högst internetfamiljaritet är studenter, bör vi utifrån de presenterade resultaten anta att studenter är den grupp av de tre (studenter, arbetande och pensionärer) som besitter de största ekonomiska tillgångar, vilket kan vara tvivelaktigt. Detta antagande bygger dock på att produkter av en ”mer estetisk karaktär” är dyrare än dess inom denna undersökning formulerade motpart, produkter av ”mer praktisk nytta”. Undersökningen kan inte svara på till vilken grad ekonomiska förutsättningar påverkar sambandet mellan olika konsumtionsvanor och internetfamiljaritet även om det går att anta att det utövar viss påverkan på det samband och resultat som presenterats inom undersökningen. Likaså kan det för läsaren bli viktigt att vara uppmärksam på det låga determinationskoefficientsvärdet som delvis förekommer inom undersökningen då detta betyder att sambanden är av en svagare karaktär och att dra ”säkra” slutsatser utifrån dessa resultat blir svårt att göra.

7.4 Resultatdiskussion

Syftet med denna undersökning var att se om där fanns ett samband mellan de olika konsumtionsvanor som individer utvecklar och deras internetfamiljaritet. Undersökningens förstnämnda frågeställning ville besvara denna fråga och utifrån de resultat som undersökningen presenterat går det med viss osäkerhet att säga individer olika konsumtionsvanor går att koppla till olika internetfamiljaritet. Det blir viktigt att komma ihåg att konsumtionsvanor inom denna undersökning formulerats och analyserats utifrån Bourdieu (2005) och Veblens (2009) teorier kring konsumtion som en bisyssla och ett sätt för individen att utmärka sig och erhålla distinktion från sin omgivning. Resultaten visar på att en högre internetfamiljaritet korrelerar med de konsumtionsvanorna som kan associeras med en preferens att konsumera varor vars värde inte enbart utgörs av ett praktiskt värde, utan även ett estetiskt sådant. I enlighet med den teori som presenterats kan resultaten i undersökningen tänkas visa på de olika förutsättningar individer kan ha gällande att uttrycka sig genom sin konsumtion, i detta fall hur individens internetfamiljaritet blir en bidragande faktor i form av att agera som ett tekniskt kapital vilket individen kan använda sig utav för att uttrycka sig via sin

konsumtion. Ett bristande sådant tekniskt kapital kan därför tänkas påverka individer negativt i det digitala samhället då det kan leda till att individer blir begränsad. Detta kan tänkas leda till att det blir svårare för individer utan någon internetfamiljaritet att till exempel tillförskaffa sig andra typer av kapital. Dessa begränsningar diskuterades utifrån Prieur & Savage (2013) och den moderna tolkningen av det framväxande kulturella kapitalet, där detta kapital går bortom den traditionella synen på högkultur, och dess medföljande konsumtionsvanor. Prieur & Savage beskrev den kulturella allätaren som beroende utav internet för att utveckla sina konsumtionsvanor och sitt kulturella kapital. Samuelsson (2014) diskuterar hur bristande tekniskt kapital kan leda till ojämställdhet i hur elever och dess förutsättningar i skolan kan påverkas av bristande tekniskt kapital. Likaså går det att tänka sig att ett flertal yrken ställer krav på att individen besitter ett särskilt tekniskt kapital. Detta kan tänkas gälla främst de administrativa yrken på arbetsmarknaden men även de praktiska yrkena kan tänkas innehålla delar där individen förutsätts ha en särskild internetfamiljaritet. En viktig aspekt till detta är och har enligt Castells (2001) och Samuelsson varit att se till att internet är inte bara blir tillgängligt för individer, men även att individer besitter den kunskap som krävs för att använda detta.

7.5 Förslag på vidare forskning

Vid fortsatt forskning om detta ämne hade det varit intressant att undersöka eventuellt samband mellan individers ekonomiska tillgångar och deras konsumtionsvanor. Detta hade exempelvis kunnat expandera på det som denna undersökning stundvis tar upp gällande skillnader i storstad och en icke-storstad. Begreppet framväxande kulturellt kapital är ett relativt nytt begrepp och dess koppling till det tekniska kapitalet samt hur detta samband kan tänkas bli en viktig faktor för den kulturella allätaren i det moderna samhället kan undersökas vidare för att få en bättre förståelse för hur tekniska innovationer påverkar exempelvis kultur och inte bara dess lokala spridning utan även den globala. Likaså hade det som denna undersökning pekar på kunnat fördjupas med hjälp av en kvalitativ metod. Intressanta frågor att ställa hade kunnat vara frågor som gav en djupare inblick i relationen mellan praktiska och estetiska konsumtionsvanor. Även frågor gällande hur internetfamiljaritet faktiskt upplevs av individer, exempelvis hur begränsningar och bristande tekniskt kapital uttrycker sig för individer. Begreppet tekniskt kapital behöver inte enbart undersökas mot dess eventuella påverkan på individers konsumtionsvanor i det digitala samhället, utan kan även användas för att undersöka individers förutsättningar på arbetsmarknaden eller eventuella riskfaktorer för psykisk ohälsa.

8. SAMMANFATTNING

Att undersöka det digitala samhällets påverkan på individers konsumtionsvanor samt att belysa de eventuella risker som kan tänkas leda till digital (o)jämslälldhet blir viktigt eftersom internet idag kan tänkas vara en mer eller mindre naturlig del av individers liv. Tekniskt kapital kan utifrån ett modernt perspektiv på Bourdieus kapitalsteori och det kulturella kapitalet tänkas spela en väsentlig roll för individer och deras utveckling av olika konsumtionsvanor i det digitala moderna samhället. Att undersöka konsumtionskultur och digital (o)jämlighet utifrån ett modernt perspektiv på kulturellt kapital och dess koppling till tekniskt kapital kan hjälpa till att belysa de olika risker och möjligheter som tekniska innovationer för med sig till den kulturella och sociala utvecklingen i samhället.

REFERENSER

- Bourdieu P. (2005). *The Social Structures of the Economy*. Polity Press.
- Djurfeldt G.; Larsson R.; Stjärnhagen O. (2018). *Statistiskverktygslåda I – samhällsvetenskaplig orsaksanalys med kvantitativa metoder*. Studentlitteratur.
- Fowler B. (1997). *Pierre Bourdieu and Cultural Theory: Critical Investigations Theory, Culture & Society*. Sage Publications.
- Prieur A. & Savage M. (2013). *Emerging forms of cultural capital, European Societies*, 15:2, 246-267.
(<https://doi.org/10.1080/14616696.2012.748930>)
- Richardson J. (1986). *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Greenwood Press
- Rosa H. (2014). *Acceleration, modernitet och identitet. Tre essäer*. Bokförlaget Daidalos AB.
- Samuelsson U. (2014) *Digital (o)jämlighet? IKT-användning i skolan och elevers tekniska kapital*. Diss. Jönköping University. School of Education and Communication.
(<http://hj.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A681386&dswid=-6536>)
- Trost J. & Hultåker O. (2016) *Enkätboken*. Studentlitteratur.
- Veblen T. (2009) *The Theory of the Leisure Class*. Oxford University Press.
- Internetstiftelsen (2022). "Svenskarna och internet" (Rapport 2022).
(<https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2022>)

BILAGOR

Bilaga 1: Svarefrekvens och poäng för samtliga respondenter på index för olika konsumtionsvanor.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16,00	2	1,9	2,1	2,1
	17,00	3	2,8	3,2	5,3
	18,00	5	4,6	5,3	10,5
	19,00	16	14,8	16,8	27,4
	20,00	12	11,1	12,6	40,0
	21,00	13	12,0	13,7	53,7
	22,00	12	11,1	12,6	66,3
	23,00	9	8,3	9,5	75,8
	24,00	8	7,4	8,4	84,2
	25,00	6	5,6	6,3	90,5
	26,00	3	2,8	3,2	93,7
	27,00	5	4,6	5,3	98,9
	32,00	1	,9	1,1	100,0
	Total		95	88,0	100,0
Missing	System	13	12,0		
Total		108	100,0		

Bilaga 2: Svarsfrekvens och poäng för samtliga respondenter på index för internetfamiljaritet.

Index internetfamiljaritet

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	22,00	1	,9	1,3	1,3
	23,00	2	1,9	2,6	3,9
	28,00	2	1,9	2,6	6,5
	29,00	2	1,9	2,6	9,1
	30,00	10	9,3	13,0	22,1
	31,00	11	10,2	14,3	36,4
	32,00	13	12,0	16,9	53,2
	33,00	10	9,3	13,0	66,2
	34,00	11	10,2	14,3	80,5
	35,00	8	7,4	10,4	90,9
	36,00	6	5,6	7,8	98,7
	37,00	1	,9	1,3	100,0
		Total	77	71,3	100,0
Missing	System	31	28,7		
Total		108	100,0		

Bilaga 3: Enkel regressionsanalys mellan undersökningens båda index.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,260 ^a	,067	,054	3,02731

a. Predictors: (Constant), Index internetfamiljaritet

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	44,407	1	44,407	4,845	,031 ^b
	Residual	614,028	67	9,165		
	Total	658,435	68			

a. Dependent Variable: Index konsumtionsvanor

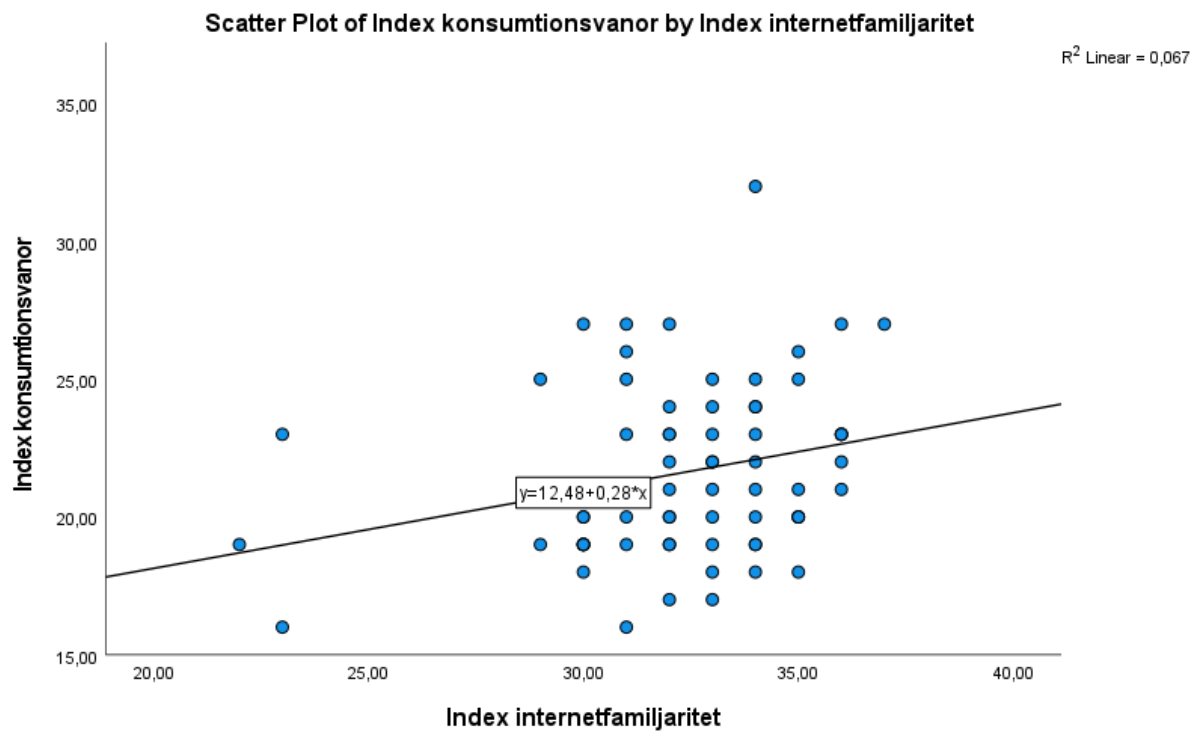
b. Predictors: (Constant), Index internetfamiljaritet

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,484	4,161		3,000	,004
	Index internetfamiljaritet	,282	,128	,260	2,201	,031

a. Dependent Variable: Index konsumtionsvanor

Bilaga 4: Spridningsdiagram: enkel regressionsanalys mellan undersökningens båda index.



Bilaga 5: Multipel regressionsanalys mellan undersökningens båda index samt två adderade variabler ("För mig är det viktigt med skönhet..." "Jag är optimistisk gällande utvecklingen av internet och den digitala världen.").

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,538 ^a	,290	,257	2,69879

a. Predictors: (Constant), Jag är optimistisk gällande utvecklingen av internet och den digitala världen. , För mig är det viktigt med skönhet (vackra föremål, arkitektur, mode, färg och form)., Index internetfamiljaritet

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	190,329	3	63,443	8,711	<,001 ^b
	Residual	466,142	64	7,283		
	Total	656,471	67			

a. Dependent Variable: Index konsumtionsvanor

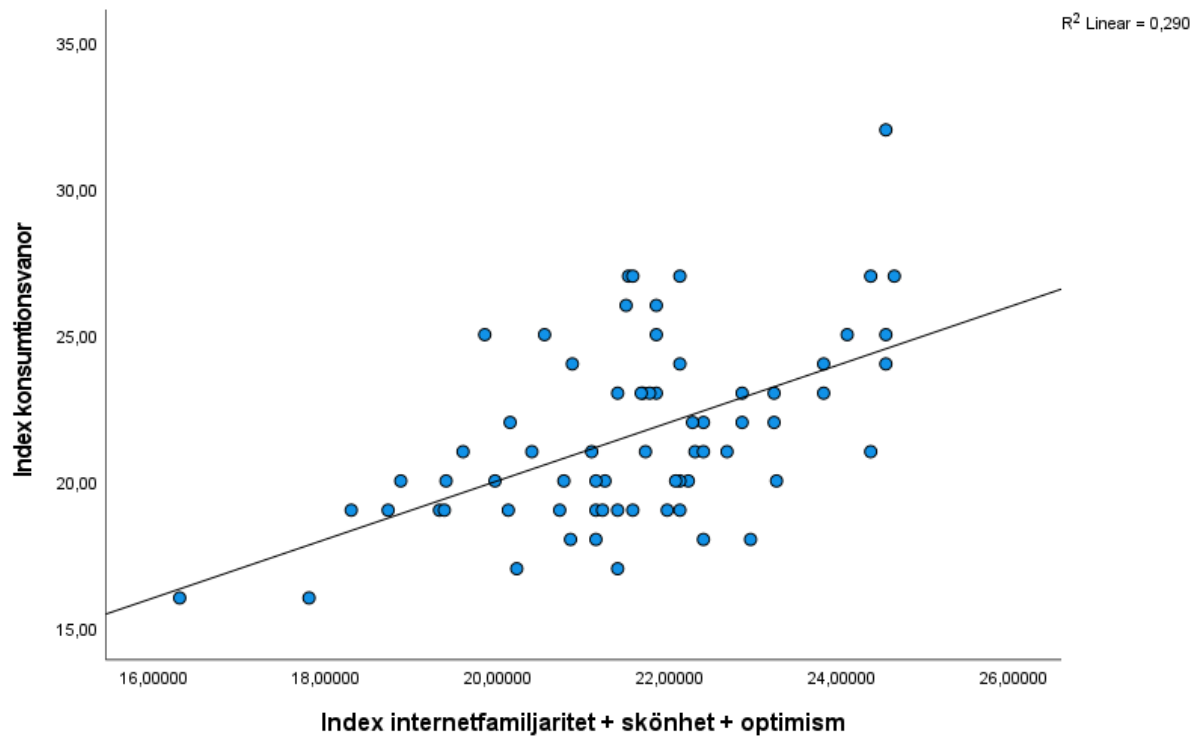
b. Predictors: (Constant), Jag är optimistisk gällande utvecklingen av internet och den digitala världen. , För mig är det viktigt med skönhet (vackra föremål, arkitektur, mode, färg och form)., Index internetfamiljaritet

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,969	4,162		1,434	,156
	Index internetfamiljaritet	,274	,127	,231	2,156	,035
	För mig är det viktigt med skönhet (vackra föremål, arkitektur, mode, färg och form).	,724	,294	,263	2,459	,017
	Jag är optimistisk gällande utvecklingen av internet och den digitala världen.	1,124	,316	,377	3,555	<,001

a. Dependent Variable: Index konsumtionsvanor

Bilaga 6: Spridningsdiagram: multipel regressionsanalys mellan undersökningens båda index samt två adderade variabler ("För mig är det viktigt med skönhet...", "Jag är optimistisk gällande utvecklingen av internet och den digitala världen.").



Bilaga 7: Multipel regressionsanalys mellan undersökningens ena index för internetfamiljaritet, respondentens ålder och huvudsakliga sysselsättning.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,758 ^a	,575	,551	1,89451

a. Predictors: (Constant), syss-pensi, syss-stud, Hur gammal är du?, syssarb-ref

b. Dependent Variable: Index internetfamiljaritet

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	349,709	4	87,427	24,359	<,001 ^b
	Residual	258,421	72	3,589		
	Total	608,130	76			

a. Dependent Variable: Index internetfamiljaritet

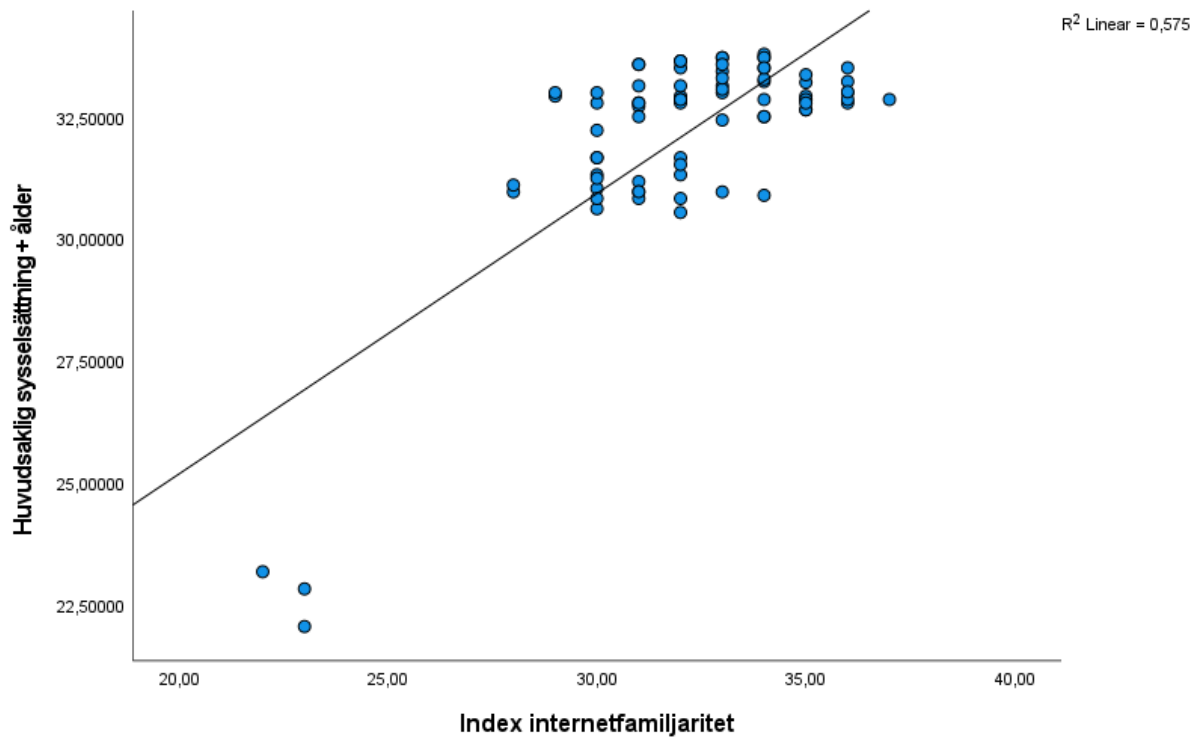
b. Predictors: (Constant), syss-pensi, syss-stud, Hur gammal är du?, syssarb-ref

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	32,709	1,057		30,958	<,001
	Hur gammal är du?	-,070	,023	-,338	-3,024	,003
	syss-stud	2,468	,950	,385	2,597	,011
	syssarb-ref	2,030	,905	,347	2,243	,028
	syss-pensi	-4,709	1,788	-,324	-2,633	,010

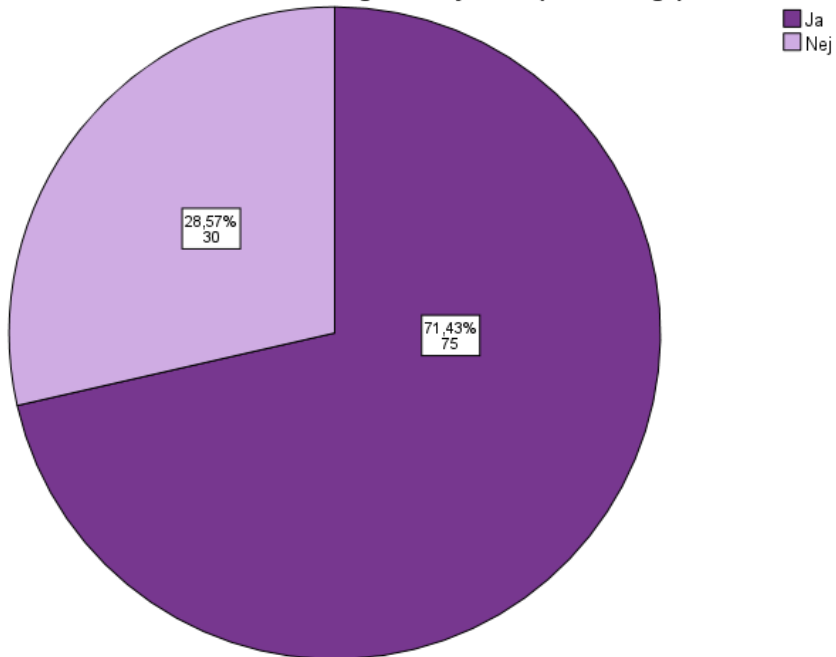
a. Dependent Variable: Index internetfamiljaritet

Bilaga 8: Spridningsdiagram: multipel regressionsanalys mellan undersökningens ena index för internetfamiljaritet, respondentens ålder och huvudsakliga sysselsättning.

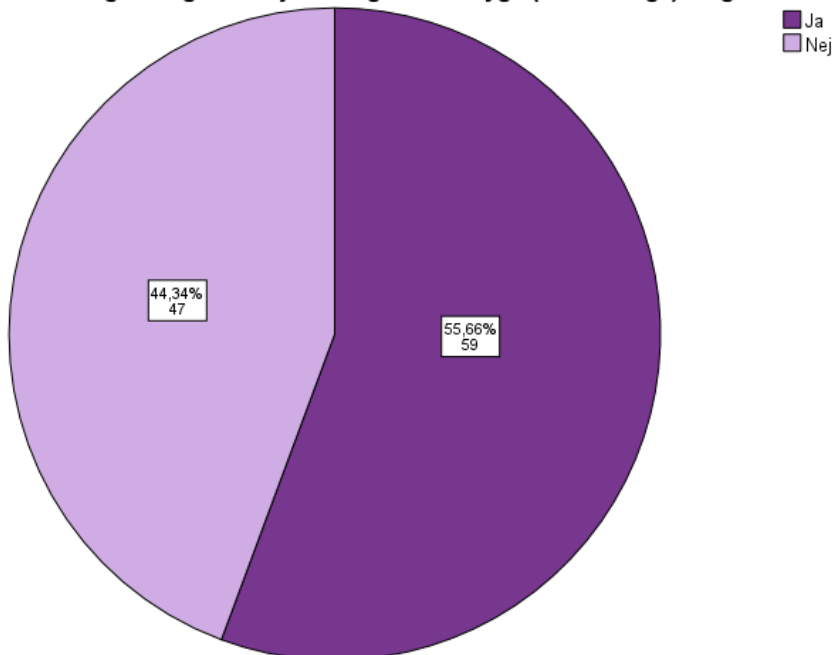


Bilaga 9: Svarefrekvens gällande respondenternas internetanvändning.

Använder du internet för något av följande? (flervalsfråga) - Ansökt till ett jobb

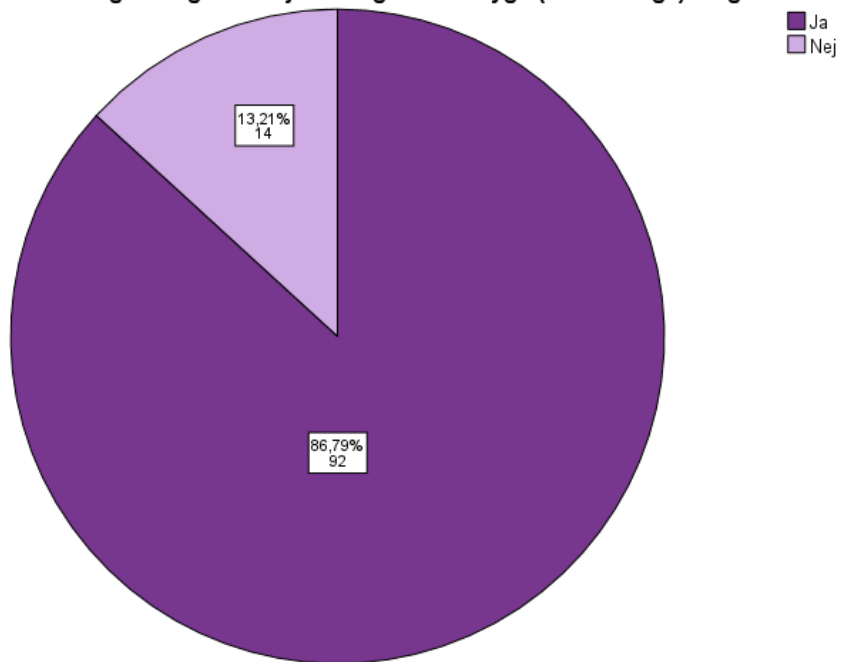


Använder du dig av något av följande digitala verktyg? (flervalsfråga) - Digitala vårdtjänster (t.ex. Kry)

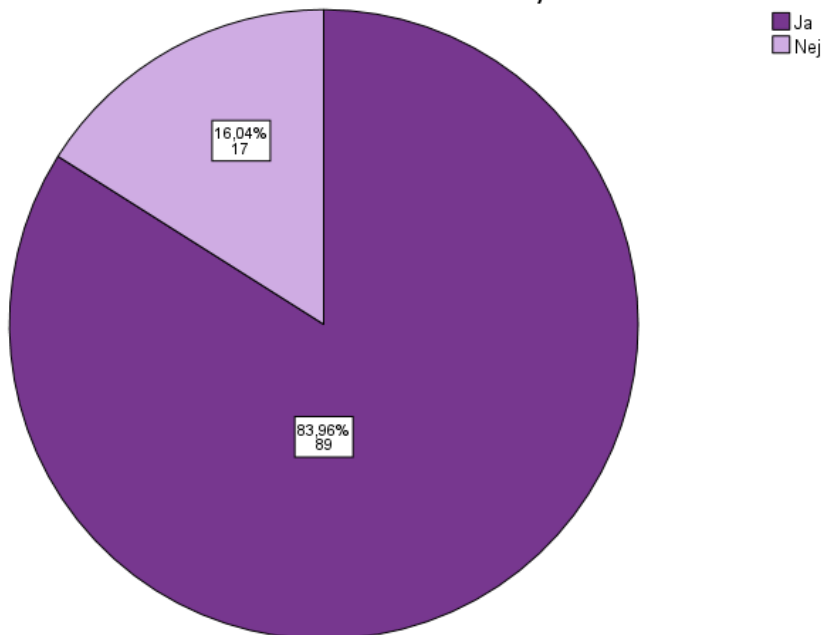


Bilaga 9: Forts.

Använder du dig av något av följande digitala verktyg? (flervalsfråga) - Digitala brevlådor (t.ex. Kivra)

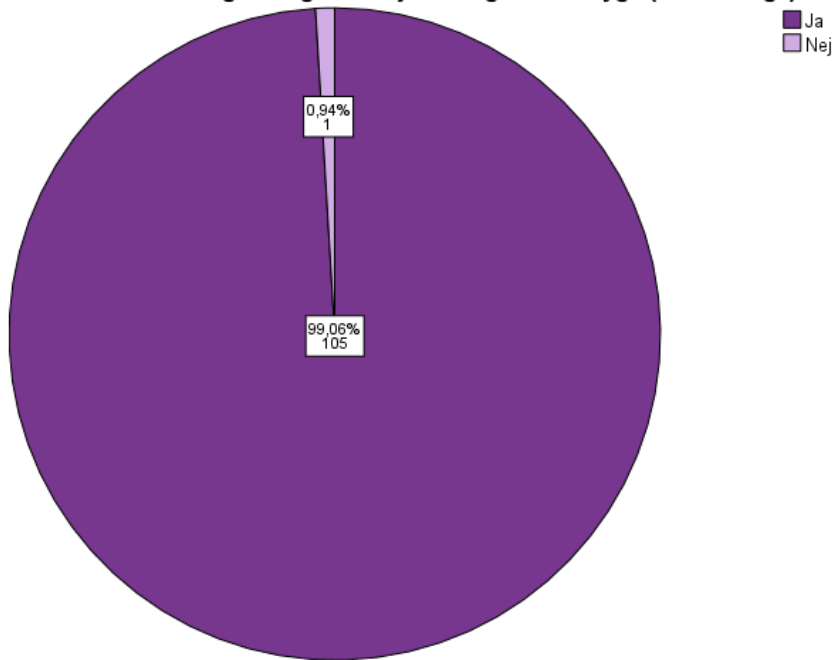


Använder du dig av något av följande digitala verktyg? (flervalsfråga) - Digitala resetjänster (t.ex. app för kollektivtrafik)



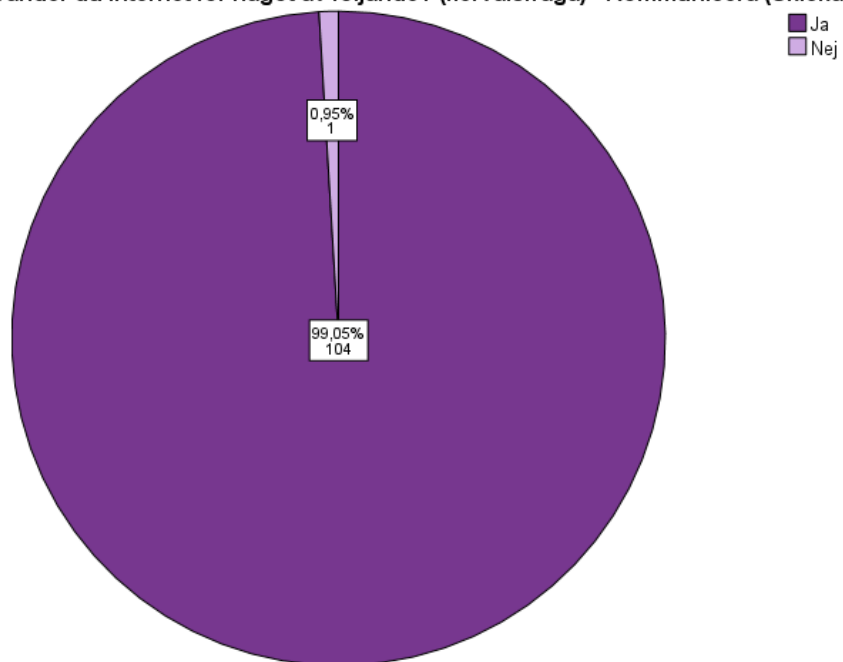
Bilaga 9: Forts.

Använder du dig av något av följande digitala verktyg? (flervalsfråga) - Bank-ID

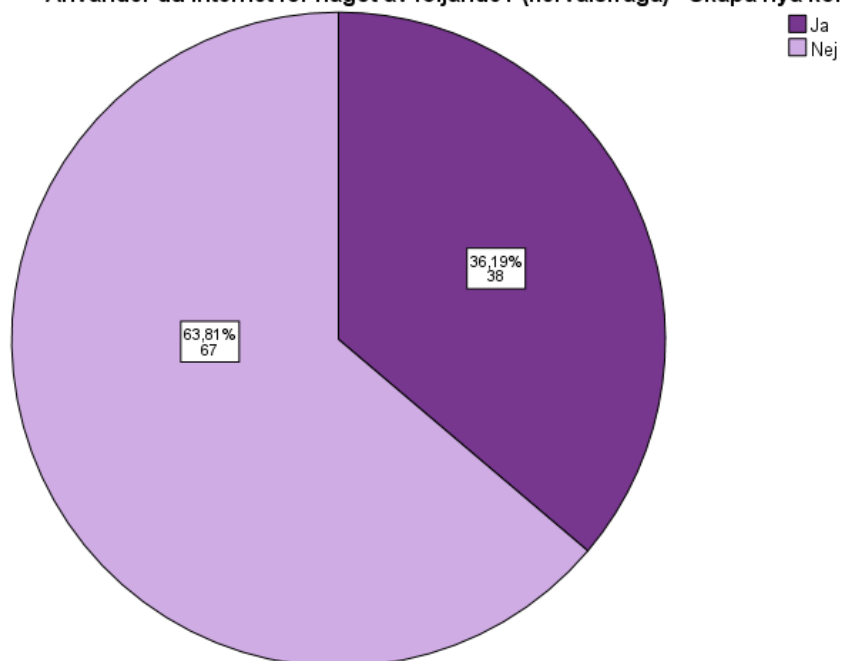


Bilaga 10: Svarsfrekvens gällande respondenternas internetanvändning.

Använder du internet för något av följande? (flervalsfråga) - Kommunera (Skicka meddelanden)

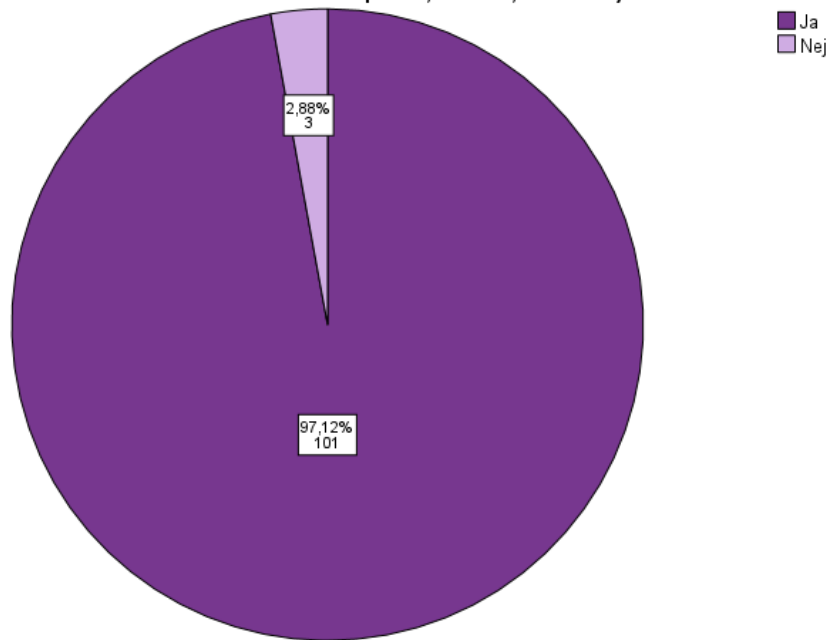


Använder du internet för något av följande? (flervalsfråga) - Skapa nya kontaktnät



Bilaga 10: Forts.

Använder du internet för något av följande? (flervalsfråga) - Sociala medier (YouTube, Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok, LinkedIn)



Använder du internet för något av följande? (flervalsfråga) - Köpt något via e-handel

