



# Habitus háskólanema

Sjöfn Þórarinsdóttir

Lokaverkefni til BS-gráðu  
Sálfræðideild  
Heilbrigðisvísindasvið



HÁSKÓLI ÍSLANDS

# Habitus háskólanema

Sjöfn Þórarinsdóttir

Lokaverkefni til BS-gráðu í sálfræði  
Leiðbeinandi: Guðmundur B. Arnkelsson

Sálfræðideild  
Heilbrigðisvísindasvið Háskóla Íslands  
Júní 2012

Ritgerð þessi er lokaverkefni til bakkalár gráðu í sálfræði og er óheimilt að afrita ritgerðina á nokkurn hátt nema með leyfi réttshafa.

© Sjöfn Þórarinsdóttir 2012

Prentun: Prentmet Suðurlands ehf  
Selfossi, Ísland 2012

## Útdráttur

Fólk er misjafnt eins og það er margt en þrátt fyrir það ríkir almennt sú tilhneiging að flokka fólk niður í hópa. Pierre Bourdieu setti fram þá kenningu að fólk flokkaðist í hópa sem byggðu á habitus þess. Habitus hugtakið er ekki nýtt af nálinni en Pierre Bourdieu ljáði því alveg nýja merkingu. Samkvæmt kenningu hans búa allir yfir habitus. Habitus verður til í félagslegum aðstæðum og byggir á þekkingu, færni og reynslu fólks. Á Íslandi hefur áður tekist að flokka unglínga og ungmenni í hópa sem byggja á vali þeirra á afþreyingarefni, íþróttum og tómstundum. Val fólks á þessum menningarafurðum endurspeglar habitus þess. Með þessari rannsókn var leitast við að mynda skilgreinanlega hópa háskólanema sem byggja á vali þeirra á afþreyingarefni, íþróttum og tómstundum. Í framhaldinu var kannað hvort þessir hópar væru ólíkir hvað varðar kynja- og aldursskiptingu, menntun, efnishyggju og viðhorf til fjármála. Í ljós komu fjórir þættir afþreyingarefnis, íþróttar og tómstunda. Þættirnir voru nefndir Fagurfræði, Tónlist, Kvikmyndir og Fréttir og dægurmál. Hægt var að skipta fólki í fimm hópa eftir vali þess á afþreyingarefni, íþróttum og tómstundum. Hóparnir fengu heitin: Meðvitaðir, Kvikmyndaunnendur, Tónlistarunnendur, Fagurfræðingar og Grúskarar. Hóparnir komu misjafnlega út á hverjum þætti fyrir sig. Þeir voru einnig ólíkir innbyrðis hvað varðar kyn, aldur, efnishyggju og viðhorf til fjármála.

<b>Efnisyfirlit</b>	
<b>Inngangur</b>	<b>1</b>
Tónlist	2
Afþreying	3
Habitus	6
Rannsóknir á habitus	9
Habitus og menntun	10
Finnst habitus víðar?	11
Markmið	12
<b>Aðferð</b>	<b>13</b>
Þátttakendur	13
Mælitæki	13
Habituslistinn	15
Efnishyggjukvarðinn	17
Íslenski fjármálistinn	18
MAS fjármálistinn	19
Frankvæmd	20
Tölfræðileg úrvinnsla	21
<b>Niðurstöður</b>	<b>22</b>
Þáttgreining Habituslistans	22
Habitushópar	28
Aldursdreifing og kynjaskipting í habitushópunum	30
Habitushóparnir og menntun	32
Efnishyggja	33
Íslenski fjármálistinn	34
MAS fjármálistinn	36
<b>Umræður</b>	<b>41</b>
Samanburður við eldri habitusrannsóknir	44
Samanburður við eldri tónlistarrannsóknir	45
Lokaorð	45
<b>Heimildaskrá</b>	<b>47</b>

## **Myndir**

Mynd 1. Dreifing fólks í námsgreinar eftir habitushópum.....	32
Mynd 2. Meðaltöl habitushópanna á efnishyggjukvarðanum.....	33
Mynd 3. Meðaltöl habitushópanna á fjórða þætti Íslenska fjármálastans.....	36
Mynd 4. Meðaltöl habitushópanna á þætti eitt á MAS fjármálastanum.....	39
Mynd 5. Meðaltöl habitushópanna á þætti fjögur á MAS fjármálastanum.....	40

## **Töflur**

Tafla 1. Þáttagreining habituslistans.....	22
Tafla 2. Meðaltöl habitushópanna á þáttum habituslistans.....	28
Tafla 3. Fjöldi í hverjum aldurshóp innan habitushópanna.....	31
Tafla 4. Kynjaskipting í habitushópunum.....	31
Tafla 5. Þáttagreining Íslenska Fjármálastans.....	34
Tafla 6. Þáttagreining á MAS fjármálastanum.....	37

Maður þarf ekki annað en að horfa í kringum sig til að sjá að fólk er mismunandi. Hver og einn er einstakur og ólíkur öllum öðrum. Það endurspeglast meðal annars í því að smekkur fólks er mismunandi og einstaklingsbundinn. Það vilja ekki allir hlusta á þungarokk, klæða sig eftir nýjustu tísku, borða þorramat eða ferðast um fjarlæg lönd á puttanum.

Þrátt fyrir þessa almennu vissu um að allir séu einstakir á sinn hátt ríkir sú tilhneiging að flokka fólk niður í hópa. Fólki reynist ótrúlega auðvelt að sjá sjálf sig og aðra sem hluta af hóp. Það reynir jafnvel með einhverjum hætti, meðvitað eða ómeðvitað, að sýna hvaða hóp það tilheyrir (Hogg, 2006). Maður þarf ekki að líta langt til að sjá móta fyrir hópum. Hópar geta verið allt frá litlum, mjög vel skilgreindum hópum, eins og leshópur, yfir í stóra óræða flokka, eins og allir af sömu þjóðfélagsstöðu.

Fólk tjáir sérstæði sitt og hvaða hóp það tilheyrir á mismunandi hátt. Sumir klæðast ákveðnum fötum til að sýna að þeir tilheyri ákveðnum hóp (Creed, Scully, Austin, 2002). Á meðan aðrir eru með ákveðið tungutak (Widdicombe, Wooffitt, 1995). Sem dæmi um þetta má nefna að fólk á leið á tónlistarhátíð er oft í treyjum merktum uppáhalds hljómsveitinni sinni. Með þeim hætti er það að sýna að tilheyri sama hóp og aðrir aðdáendur þessarar sömu hljómsveitar. Á sama tíma er það líka að greina sig í sundur frá aðdáendum annarra hljómsveita. Yfirleitt metur fólk aðra í sínum eigin hóp meira en þá sem standa utan hópsins (Brewer, 1999).

Ungt fólk lítur einmitt á tónlist sem táknrænt merki. Tónlistarsmekkur þess er hluti af sjálfsmynd þeirra og skilgreinir þann félagslga hóp sem það tilheyrir (Rentfrow og Gosling, 2006). Í dag eru samfélagsmiðlar eins og Facebook og MySpace orðnir stór þáttur í félagslífi fólks. Flestir vita að þessir miðlar einkennast af því að fólk getur deilt hvaða upplýsingum sem það vill um sjálf sig og athafnir sínar. Meðal algengustu upplýsinga sem ungt fólk deildir á slíkum miðlum eru upplýsingar um tónlistarsmekk sinn. Ástæðan fyrir því er sú að



ungu fólk telur að tónlistarsmekkur þess endurspegli hvert það er, skoðanir þess, gildi og lífsstíl (Rentfrow og McDonald, 2009).

### *Tónlist*

Tónlist hefur fylgt mannum frá því elstu menn muna og hefur verið órjúfanlegur þáttur af menningu fólks um árþúsundir. Í samfélögum um allan heim er tónlist spiluð og fólk að hlusta á hana. Það sem öll tónlist á sameiginlegt er að fólk hefur dálæti á henni (Burney, 2010).

Fólk metur tónlist alla jafna mikils og oft er talið að í þeirri tónlist sem fólk hlustar á leynist upplýsingar um persónuleika þess (Rentfrow og Gosling, 2006). Fólk notar tónlistarsmekk sinn jafnvel vísivítandi til að miðla upplýsingum um sjálft sig og persónuleika sinn (Norh og Hargreaves, 1999).

Tónlist er eitt af því sem hægt er að styðjast við þegar flokka á fólk í hópa. Fyrsta slíka rannsóknin var gerð árið 1952. Sú rannsókn var gerð með það í huga að þróa aðferð til að meta víddir ómeðvitaðra persónuleikeinkenna. Þessi aðferð naut ekki mikilla vinsælda en þessar niðurstöður voru þær fyrstu sem bentu til þess að dulin formgerð liggja að baki tónlistarsmekks fólks. Eftir þessa fyrstu rannsókn hafa fjölmargar aðrar rannsóknir sýnt fram á undirliggjandi þætti í tónlistarsmekk fólks (Rentfrow og Gosling, 2011).

Yngri rannsóknir á tónlistarsmekk byggja yfirleitt á gagnvirknikeningum (*interactionist theories*). Þá er gengið út frá þeim tilgátum að fólk leiti í það tónlistarumhverfi sem styrkir og endurspeglar persónuleika þess, viðhorf og tilfinningar (Rentfrow og Goshling, 2008).

Nánast undantekningarlaust koma fram fjórir eða fimm þættir tónlistar í þessum rannsóknum (Colley, 2008). Af þeim þáttum eru þrír þættir sem eru mjög svipaðir á milli

rannsókna. Jafnvel þó að rannsóknirnar séu ólíkar bæði að uppbyggingu og aðferðum. Einn þáttur virðist alltaf einkennast af klassískri tónlist og jass. Rokk og þungarokk einkenna yfirleitt annan þátt og þriðji þátturinn einkennist af rapp og hipphopp tónlist (Rentfrow og Gosling, 2011). Þetta rennir stoðum undir þá hugmynd að einhver ákveðin formgerð liggi að baki tónlistarsmekk fólks.

Vegna þess hvað tónlist er þétt ofin inn í líf og menningu fólks hefur hún fengið talsverða athygli vísindamanna. Tónlist hefur verið rannsökuð í sambandi við læknisfræði (Lasseron, 2008), menntun (Madsen, Smith, Feeman, 1988), félagsfræði (Bennett, 2000), sálfræði (Thompson, 2009) og mannfræði (Clayton, Herbert, 2003) svo eitthvað sé nefnt.

### *Afþreying*

Ólíkt tónlist hefur afþreyingarefni ekki verið mikið rannsakað og það hefur hlotið lita athygli innan sálfræði. Lítið hefur verið reynt að gera til að skilja einstaklingsmun á smekk fólks á afþreyingarefni. Það er svolítið einkennilegt því fólk eyðir bæði miklum tíma og fjármunum í afþreyingu. Í hverri viku eyðir meðal Bandaríkjamaður 38 klukkustundum í að horfa á sjónvarp eða kvikmyndir, átta klukkustundum í lestur bóka, tímarita eða fréttablaða, og 18 klst í að hlusta á tónlist og útvarp. Ef áætlað er að meðal manneskja sofi átta klukkustundir á nóttu eyðir fólk ríflega 55% af vökutíma sínum í afþreyingarefni (Rentfrow, Gosling og Zilca, 2010).

Ýmislegt bendir til þess að val fólks á afþreyingarefni byggist ekki á tilviljun einni saman. Rannsóknir sem byggja á persónuleikakenningum hafa skoðað sambandið á milli afþreyingarefnis og persónuleika. Flestar rannsóknirnar í þeim dúr byggja á kenningum um örvunarleit (*sensation seeking*). Þessar rannsóknir hafa leitt í ljós að fólk velur sér afþreyingu eftir því örvunarstigi sem það hefur.

Persónuleikakenningar um örvunarstig byggja á þeirri hugmynd að fólk er líffræðilega mismunandi. Sumir þurfa mikið áreiti til að finna til örvunar á meðan aðrir þurfa lítið áreiti. Fólk leitar í athafnir sem henta þeirra típu (Zuckerman 1994, 1979). Fólk sem hefur hátt örvunarstig er þannig líklegra til að sækja í áhættu hegðanir á borð við reykingar, mikla áfengisneyslu og notkun eiturfylla (Horvath og Zuckerman, 1993).

Fólk sem hefur hátt örvunarstig sækir í annarskonar afþreyingu en fólk sem hefur lágt örvunarstig. Fólk sem er með hátt örvunarstig sækir frekar í jaðariþróttir á borð við teygjustökk. Það horfir frekar á hryllingsmyndir og það hefur meiri húmor fyrir kynferðislegum bröndurum og bulli (Furnham, 2002). Konur sem eru með hátt örvunarstig sækja frekar í afþreyingu þar sem áfengi er um hönd og afþreyingarefni með kynferðislegan undirtón. Karlar með hátt örvunarstig sækja einnig í afþreyingarefni með kynferðislegan undirtón. Auk þess horfa þeir á fréttæfni og heimildamyndir. Einstaklingar með lágt örvunarstig kjósa aftur á móti rólegri íþróttir eins og golf. Þeir hafa líka meiri húmor fyrir bröndurum með hnyttni í lokin (Furnham, 2002). Bæði konur og karlar sem eru með lágt örvunarstig kjósa frekar að horfa á rómantískar kvikmyndir og sjónvarpsþætti með drama. Þau kjósa einnig lestur dramatískra skáldsagna og ástarsagna (Schierman, Rowland, 1985).

Aðrar rannsóknir sem skoða samband persónuleika við afþreyingarefni byggja á raunprófuðum niðurstöðum. Ólíkt nálguninni sem byggir á kenningunum um örvunarleit er þá stuðst við fimm þátta líkanið um persónuleika.

Fimm þátta líkanið skilgreinir persónuleika á grundvelli fimm vídda:

Útsækni (*extraversion*), óstöðugleika (*neuroticism*), samviskusemi (*conscientiousness*), tengslahæfni (*openness*) og meðtökuhæfni (*agreeableness*). Hugmyndin er að allt fólk býr yfir öllum þessum eiginleikum en þeir veга misþungt hjá hverjum og einum. Það er þessi mismunandi blanda sem ákvarðar persónuleikann (Boele, 2000). Fólk sem ferðast mikið og á

stóran vinahóp er þannig útsæknara en flestir aðrir að meðaltali. Þeir sem vanda til verka og sjá til þess að hafa tíma fyrir sína nánustu fá hins vegar hærra skor á nákvæmni og tengslahæfni.

Mismunandi afþreyingarefni er þáttagreint og hefur tekist að mynda fimm ólíka þætti sem byggja á vali fólks á afþreyingarefni. Þessir þættir eru: samfélagslegur, fagurfræðilegur, myrkur, spennandi og vitsmunalegur (Rentfrow, Gosling og Zilca, 2010). Í ljós hefur komið að fylgni er á milli mismunandi þátta fimm þátta líkansins og þátta afþreyingarefnis.

Fólk sem er með mikla móttökuhæfni er með háa fylgni á fagurfræði þáttinn og fólk sem er með mikla tengslahæfni er með tiltölulega háa fylgni við samfélagslega þáttinn. Fólk sem er nákvæmt er með neikvæða fylgni við myrka þátt afþreyingarefnis (Rentfrow, Gosling og Zilca, 2010). Þetta bendir til þess að persónueiginleikar fólks séu að einhverju leyti einkennandi þegar kemur að vali fólks á afþreyingarefni.

Þrátt fyrir að þessar rannsóknir geti bent á tengsl milli persónuleika og notkunar afþreyingarefnis er fylgnin þar á milli í flestum tilvikum frekar lág. Í þeim rannsóknum sem ganga út frá örvunarstigi fólks skýrir það aðeins um 10% af breytileikanum á notkun fólks á afþreyingu (Furnham, 2002). Þar sem stuðst er við fylgni á milli fimm þátta líkansins og þætti afþreyingarefnis skýrir það allt að 70% dreifinnar. Það á aftur á móti aðeins við um örfáa þætti og alla jafnan skýrir þetta mjög lítið af breytileikanum í vali fólks á afþreyingarefni.

Fram hefur komið að smekkur fólks á tónlist og afþreyingarefni er einstaklingsbundinn. Að einhverju leyti má tengja hann við persónuleika fólks en það eitt og sér er ekki nægjanleg skýring. Margt annað liggur þar að baki. Þar má nefna þætti eins og uppeldi, menntun og félagslegt umhverfi. Að leggja stund á vissar íþróttir eða tómsundur er vísbending um það félagslega umhverfi sem fólk er í. Fólk sem hefur alist upp í tónelskri

fjölskyldu eða lært á hljóðfæri hefur frekar smekk fyrir klassískri tónlist og jazz (North, Hargreaves, 1999). Klassísk tónlist og íþróttir á borð við tennis og golf er tengt við sterkri efnahags- og þjóðfélagsstöðu (Rentfrow og McDonald, 2009, Wilson, 2002). Fólki notar tengingar sem þessa til að samsama sig vissum þjóðfélagshópum og sýna öðrum hvaða hóp það tilheyrir. Þannig að smekkur fólks og á tónlist og val þess á afþreyingarefni endurspeglar ekki aðeins persónuleika þess heldur einnig félagslegan veruleika þess.

### *Habitus*

Eflaust verða margir hvumsa við að rekast á orðið habitus. Habitus er úr latínu og er komið af orðinu habere sem merkir að hafa eða viðhalda. Af því eru komin orð eins og enska orðið habit sem merkir vani og orðið habitat sem merkir heimkynni. Þessi orð eru á vissan hátt skyld hugtakinu habitus sem franskur félagsfræðingurinn Pierre Bourdieu ljáði alveg sérstaka merkingu í kenningu sinni (Nash, 1999). Ekki er til neitt gott íslenskt orð yfir habitus. Hugtakið hefur verið þýtt sem félagsleg verund, en þar sem það er frekar óþjálmt í notkun er heldur notast við upprunalega orðið; habitus.

Samkvæmt kenningu Pierre Bourdieu búum við öll yfir habitus. Habitus er afsprengi reynslu og hefur áhrif á viðhorf, hugsanir og gjörðir fólks og mótast þannig félagslegan veruleika þess. Hann stendur utan við meðvitund og samanstendur af færni fólks, hegðun, þekkingu á því hvernig gera eigi víska hluti og skemum (Crossey, 2001, Guðbjörg Vilhjálmsdóttir, 2005).

Habitus er ekki ósvipaður skema. Skema hefur verið mikið notað hugtak innan sálfræðinnar. Það hefur verið skilgreint sem hugræn formgerð sem endurspeglar þekkingu fólks á einhverju tilteknu efni eða aðstæðum. Skema inniheldur eiginleika og samband á milli aðstæðna og byggir á þekkingu fólks og fyrri reynslu. Það má líta á skemu sem

einhvers konar skjalasafn yfir það sem fólk kann. Eftir því sem fólk lærir meira, þeim mun fleiri skrár bætast við í skjalasafnið. Samlögun á sér stað þegar nýrri reynslu er komið fyrir í skema sem til er fyrir. Aðhæfing verður þegar nýtt skema er búið til eða eldra skema er endurbætt til að koma nýrri reynslu fyrir (Hogg, Vaughan, 2011).

Þegar fólk upplifir eitthvað nýtt reynir það að staðsetja upplýsingarnar inn í skema sem fyrir er. Ef það gengur ekki upp þarf það að búa til nýtt skema eða endurskoða fyrri skemu til að nýju upplýsingarnar passi þar inn. Til eru nokkrar gerðir skema. Þar má nefna sjálfs skema og skema yfir annað fólk, skema yfir hlutverk og skema yfir aðstæður (Hogg, Vaughan, 2011).

Ólíkt skemum verður habitus til með félagslegum frekar en einstaklingsbundnum ferlum. Þessir ferlar leiða til þess að til verður viðvarandi mynstur sem hægt er að yfirfæra úr einum aðstæðum yfir í aðrar. Þetta mynstur getur samt breyst með tímanum eða í tengslum við ákveðnar aðstæður. Habitus er ekki fastmótaður eða varanlegur heldur breytist hann við óvæntar aðstæður eða hægt í gegnum lengri tíma (Navarro, 2006).

Við fæðumst ekki með habitus heldur er hann áunninn. Sem dæmi um það má nefna að barn sem elst upp í mjög listhneigðri fjölskyldu mun líklega þróa með sér smekk fyrir listum. Það mun sennilega öðlast eiginleikann og getuna til að meta „sanna“ list að verðleikum. Það mun að öllum líkindum þróa með sér gagnrýna hugsun gagnvart listum og þessir eiginleikar verða hluti af habitus barnsins og fylgja því út í lífið (Crossey, 2001).

Hver og einn einstaklingur hefur sinn eigin habitus sem er að einhverju leyti einstakur og ólíkur habitus annarra. Líkt og ævisaga tveggja einstaklinga getur aldrei verið eins getur habitus þeirra ekki verið eins. Þrátt fyrir þetta lítur Pierre Bourdieu svo á að einstaka ævisögur séu þræðir í sameiginlegri sögu allra (Crossey, 2001). Einstaklingar tilheyra einum eða fleiri hópum og habitus fólks mótast innan hópanna. Hver og einn hópur

hefur líka sinn eigin habitus, þannig að hægt er að tala um habitus bænda, habitus háskólamanna, listamanna o.s.fr. (Fowler, 1999). Þar af leiðir að persónulegur habitus fólks hefur sérkenni margra ólíkra hópa. Í raun er habitus einstaklingsins sprottinn af einni sameiginlegri rót (Crossey, 2001).

Pierre Bourdieu lítur svo á að persónuleg saga fólks geti aldrei verið annað en brot af sögu þeirra flokka eða hópa sem að það tilheyrir. Hann lítur svo á að eiginleikar einstaklinga séu aðeins afbrigði af þeim habitus sem fyrirfinnst í þeim hópum sem þeir tilheyra. Það sem fólk álítur vera persónulegan stíl sinn er aðeins stimpill sem er á öllum öðrum af sama habitus. Hvort sem um er að ræða hegðun eða aðgerðir, þá er persónulegur stíll fólks aldrei meira en frávik frá stíl þess tímabils eða þess félagslega hóps sem það tilheyrir (Crossey, 2001).

Til að átta sig betur á habitus hefur Pierre Bourdieu líkt honum við málfræði tungumáls (Bounds, Hiller og Rooksby, 2002). Við byggjum upp grunn fyrir tungumálið með því að læra málfræði þess, sagnir, beygingar, merkingu orða og hvernig er rétt að beita tungumálinu. Þegar við höfum náð tökum á grunninum getum við svo notað tungumálið að vild án vandræða og án þess að þurfa að hugsa um þessar grundvallar reglur málsins. Á sama hátt myndar habitus grunn okkar í félagslegum aðstæðum. Okkar eigin habitus myndast í gegnum reynslu okkar, þekkingu og færni og við notum hann svo í félagslegum aðstæðum. Við getum hegðað okkur á þann hátt sem við viljum án þess að stinga í stúf við aðra og erum eins og fiskur í vatni í þeim félagslegu aðstæðum sem við þekkjum. Ef við komum inn í aðstæður þar sem fyrir er habitus sem við þekkjum ekki, erum við eins og útlendingar í ókunnu landi sem kunna ekki tungumálið og geta því lítið tjáð sig. Hver kannast ekki við að koma inn í aðstæður þar sem maður passaði einhvernveginn ekki inn í? Til dæmis aðstæður þar sem maður þekkir ekki sögurnar á bak við einkahúmorinn.

Habitus er til vegna þeirrar staðreyndar að virkni hans er utan meðvitundar og tungumála, utan seilingar innskoðunar og stjórn viljans. Eiginleikar habitusins og hæfni fólks er aflað í félagslegu samhengi. Mynstur, tilgangur og undirliggjandi meginreglur í félagslegum aðstæðum valda því að fólk tileinkar sér ákveðin vinnubrögð og tilhneigingu. Habitus er hvorki afsprengi frjáls vilja né ákveðinn af föstu skipulagi. Hann verður til í samspili milli þessa tveggja þátta með tímanum. Í þessum skilningi verður habitus til og mótaður ómeðvitað, án þess að vera vísvitandi að stefna að samræmi (Bourdieu, 1984). Habitus er mótaður af þeim aðstæðum sem við búum í og bjuggum við, eins og uppeldi og menntun okkar. Hann er mótandi að því leyti að hann hefur áhrif á núverandi venjur okkar og lífsstíl, og venjur og lífsstíl okkar í framtíðinni. Hann er fastmótaður að því leyti að hann er kerfisbundinn frekar en handshófskenndur og allt hefur þetta áhrif á skynjun okkar, mat og venjur (Grenfell, 2008).

### *Rannsóknir á habitus*

Fyrstu rannsóknina á habitus gerði Pierre Bourdieu sjálfur. Hún var birt í bók hans, *La distinction*, sem kom út árið 1979. Niðurstöður rannsóknarinnar gáfu vísbendingar um að smekkur fólks á matargerð, tónlist og bókmenntum tengdist félagslegum uppruna þess. Val fólks á þessum afurðum menningarinnar er birtingarform habitusins (Guðbjörg Vilhjálmsdóttir, 2008). Eftir þessa fyrstu rannsókn Pierre Bourdieu á habitus óx áhuginn á hugtakinu og sífellt fleiri rannsóknir byggja á habitus. Habitus hugtakið hefur öðlast sjálfstætt líf og hefur verið notað innan félagsfræði, mannfræði, kennslufræða, rannsókna á menningu, heimspeki og í bókmenntagagnrýni (Grenfell, 2008).

Nokkrar rannsóknir hafa verið gerðir þar sem ungmenni eru flokkuð í habitushópa sem byggja á vali þeirra á afþreyingarefni (Guðbjörg Vilhjálmsdóttir, 2008). Á Íslandi hefur



verið hægt að mynda habitushópa sem byggja á svörum 15-16 ára unglinga og svo 19-22 ára ungmenna á því hvaða afþreyingu þeir kjósa sér (Guðbjörg Vilhjálmstöttir, 2005, 2008).

Krakkarnir voru spurðir út í frístundaiðkun sína, hvort þeir hlustuðu á tiltekna hljómsveit, horfðu á víska sjónvarpsþætti eða legðu stund á ákveðnar íþróttir. Í ljós kom að krakkarnir skiptust annars vegar niður í fjóra habitushópa og hinsvegar fimm. Sumir habitus hópanna voru algjörlega sambærilegir á milli unglinganna og ungmennanna (Guðbjörg Vilhjálmstöttir, 2005, 2008).

Í báðum aldurshópunum kom fram hópur sem fékk heitið Kvenleiki. Í þessum hóp voru stelpur í miklum meirihluta. Mikið bar á kvenlegum áhugamálum á borð við lestur ástarsagna og áhorf á sápuóperur. Í báðum aldurshópunum kom fram hópur sem fékk heitið Íþróttir og kvikmyndir. Hópurinn einkenndist af því að hann horfði mikið á kvikmyndir og stundaði íþróttir. Jafnframt var habitus hópur sem nefndist Klassísk tónlist og ljóðlist í hjá 15-16 ára unglíngunum keimlíkur habitus hópnum sem nefndist Listir hjá 19-22 ára ungmennunum. Í báðum hópunum var hlustað á klassíska tónlist og margir höfðu lært á hljóðfæri. Að sama skapi voru viss líkindi með hópnum Tónlist hjá 15-16 ára unglíngunum og hópnum Óvirkir hjá 19-22 ára ungmennunum. Báðir þessir hópar einkenndust af því að einstaklingar innan hópanna voru ekki mjög virkir (Guðbjörg Vilhjálmstöttir, 2005, 2008).

Þessar niðurstöður styðja kenningu Pierre Bourdieu um habitus. Enn fremur gefa þær til kynna að athafnir í frístundum og val á afþreyingarefni beri félagslegum uppruna vitni.

### *Habitus og menntun*

Margir hafa tök á því að velja sér þá menntun sem þeir vilja. Hvað ákvarðar valið er einstaklingsbundið en margir þættir spila þar inn í. Þættir á borð við einkunnir, félagslegan bakgrunn, búseta, stuðningur og hvatning frá foreldrum og vinum, kostnaður og fjárhagsleg

úræði, námsframboð, orðspor skóla, staðsetning, stærð og félagslíf innan skólans spila allir sitt hlutverk (Hossler, Schmit, Vesper, 1999). Karlmenn og konur velja sér ólíka menntun og félagslegur bakgrunnur fólks hefur mikið að segja með val á menntun (Reay, David, Ball, 2005).

Séu deildir Háskóla Íslands skoðaðar sést áberandi kynjamunur á milli deilda. Konur eru almennt í meirihluta en nokkrar deildir skera sig úr hvað varðar kynjahlutfall. Í hjúkrunarfræðideild voru 96% nemenda konur árið 2007 og í félagsvísindadeild voru konur 76% nemenda. Aftur á móti voru karlmenn í meirihluta í verkfræðideild, þar sem 70% nemenda voru karlmenn (Auður Leiknisdóttir, Ásdís Arnalds, Friðrik Jónsson, 2009). Fólk sem á háskólamenntaða foreldra er líklegra til að sækja háskólamenntun sjálft en fólk sem ekki á háskólamenntaða foreldra (Davies, Guppy, 1997, Mare, 1980). Jafnframt sækja einstaklingar oft í menntun sem svipar til þeirrar menntunar sem foreldrar þeirra hafa og fara oft í skyldar greinar (Werfhorst, Sullivan, Cheung, 2003).

Það sem að lokum ræður valinu á menntun og skóla eru sálfræðilegir og félagslegir þættir. Margt bendir til þess að fólk velji sér menntun og skóla í samræmi við sinn habitus. Valið veltur á því hvort einstaklingnum finnist vera samræmi á milli eigin viðhorfa og gilda og þeirra gilda sem eru ríkjandi í skólanum. Það að fólki finnist sálfræðilegum þörfum sínum vera mætt í skólanum er talið vera lykillinn að ánægju þess með skóla. Miklu máli skiptir sú tilfinning að fólki eigi heima í þessum skóla og að það sé viðurkennt sem fullgildir þegnar skólasamfélagsins (Nora, 2004, Horvat, 1997).

### *Finnst habitus víðar?*

Fram hefur komið að hægt sé að skipta ungu fólki niður í habitus hópa sem byggja á vali þess á afþreyingarefni. Félagslegur grunnur fólks liggur eflaust víðar en aðeins í vali á

afþreyingarefni. Þar sem hægt er að greina habitus fólks á vali þess á afþreyingarefni, tómstundum, íþróttum, menntun og skóla getur allt eins verið að hann sé að finna á fleiri vígstöðum. Kannski leynist hann á sviðum virðast við fyrstu sýn alveg ótengd. Til dæmis í viðhorfi til efnislegra gæða og þeirra hluta sem fólk á. Jafnvel gæti hann leynst í viðhorfi fólks og hegðun gagnvart fjármálum og peningum.

Öll eigum við hluti og öll þurfum við á peningum að halda til að komast af í vestrænu samfélagi. Hvernig fólk svo metur og meðhöndlar hluti og peninga er einstaklingsbundið. Það gæti að einhverju leyti átt rætur sínar að rekja til þess umhverfis sem fólk er alið upp í. Það gæti verið til komið vegna reynslu og þekkingar. Þannig gæti það verið hluti af habitus fólks, líkt og val þess á menntun.

Þetta svið hefur lítið sem ekkert hefur verið rannsakað og engar rannsóknir eru til sem stutt geta við þessar hugmyndir. Til eru listar sem meta efnishyggju og viðhorf fólks og hegðun þess gagnvart fjármálum. Þessir listar skiptast oft niður í þætti og fólk kemur misjafnlega út á hverjum þætti fyrir sig. Þetta hefur aftur á móti ekki verið kannað með hliðsjón af habitus.

### *Markmið*

Markmiðið með þessari rannsókn er leitast við að kanna hvort hægt sé að fá skilgreinanlega habitushópa út frá vali háskólanema á afþreyingarefni, íþróttum og tómstundum. Sé hægt að fá skilgreinanlega hópa er ætlunin að kanna hvort þessir hópar séu ólíkir hvað varðar kyn, menntun, efnishyggju og fjármál.

## Aðferð

### *Þátttakendur*

Þátttakendur voru 658, þar af voru 260 karlar og 398 konur. Aldri þátttakenda var skipt niður í flokka, 20 ára eða yngri, 21-25 ára, 26-30 ára, 31-35 ára, 36-45 ára, 46 ára eða eldri.

Meðaldur þátttakenda var á bilinu 21-25 ára. Eftir að gagnasafnið var hreinsað af þátttakendum sem ekki nýttust til að svara tilgátunni voru þátttakendur samtals 518. Þar af voru 196 karlar og 317 konur. Meðalaldur þátttakenda var sá sami eða á bilinu 21-25 ár.

Allir þátttakendurnir virtust vera úr Háskóla Íslands. Enginn þátttakandi merkti við að vera í námsgrein sem er kennd utan Háskóla Íslands. Nokkrar námsgreinar eru þær sömu innan Háskóla Íslands og Háskólans í Reykjavík og því er ekki hægt að fullyrða að allir þátttakendurnir hafi verið úr Háskóla Íslands.

Þátttakendur voru af öllum sviðum Háskóla Íslands. Mis margir þátttakendur voru af hverju sviði. Af Menntavísindasviði voru 38 þátttakendur, hugvísindasviði 95, félagsvísindasviði 203. Af verkfræði- og náttúruvísindasviði voru 95 þátttakendur og af heilbrigðisvísindasviði voru þátttakendurnir 79.

### *Mælitæki*

Sett var upp spurningalistakönnun á heimasíðunni QuestionPro.com. Að setja könnunina upp á netinu hefur sína kosti. Það er allt í senn umhverfisvænt því það minnkar pappírseyðslu umtalsvert, hagkvæmt, auðveldar tölfræðilega úrvinnslu og þátttakendur geta tekið könnunina þegar þeir kjósa. Með því að notast við netkönnun er auðvelt að ná til fleiri þátttakenda og dreifðari hóps en með öðrum hefðbundnari aðferðum.

Fræðimenn hafa verið tortryggir á að nota internetið til að safna gögnum. Verið getur að úrtök af netinu endurspegli ekki þýðið vegna þess að þau eru ekki nógu fjölbreytt. Á

netinu eru minnihlutahópar oft ríkjandi. Fólk sem aðlagast illa venjulegu samfélagi notar netið í leit að félagsskap. Þó svo að flestir eigi tölvur í dag og hafi aðgang að netinu þá er það ekki algilt. Hætt er við því að úrtök af netinu séu því skekkt til efnaðra fólks og að það vanti inn í þau ýmsa jaðarhópa samfélagsins.

Lítill stjórn er oft yfir netkönnunum. Rannsakandinn hefur litla stjórn yfir því hver tekur könnunina og sami þátttakandinn getur tekið sömu könnunina oft. Niðurstöður netkannana geta verið ólíkar þeim sem gerðar eru með hefðbundnum aðferðum. Atriði eins og útlit könnunarinnar geta haft áhrif á svör þátttakanda.

Niðurstöður rannsókna benda til þess að þessi gagnrýni eigi ekki við rök að styðjast. Rannsakendur geta gert varúðarráðstafanir þegar unnið er með netkannanir til að draga úr eða útiloka alveg skekkjur vegna netkannana. Hægt er að takmarka hversu oft hægt er að taka könnunina á hverja tölvu (Goshling og fleiri, 2004).

Rannsakendur verða þó að sníða rannsókn sína að því að gagnaöflun sé gerð með netkönnunum. Eins og fram hefur komið þá eiga ekki allir tölvur eða hafa aðgang að internetinu og verður að taka tillit til þess. Fyrir suma samfélagshópa myndi henta betur að nota hefðbundnari aðferðir, eins og að senda spurningakönnun til þeirra í pósti eða leggja hana fyrir í eigin persónu.

Í háskólasamfélaginu á Íslandi hafa allir nemendur eigið tölvupóstfang sem háskólinn notar til að koma upplýsingum á framfæri. Nemendur hafa auk þess aðgengi að tölvum í skólanum eigi þeir ekki tölvur heimafyrir. Með því að senda könnunina í gegnum innra net skólanna er verið að nálgast það þýði sem rannsóknin snýr að og útiloka alla aðra. Þó svo að einhver skekkja sé í úrtakinu, vegna þess að það er valið af hentugleik af netinu eða einhverju öðru, þá er eðli þessarar rannsóknar þannig að hún stendur ekki og fellur með úrtakinu einu saman. Markmið rannsóknarinnar er að kanna hvort hægt sé að finna

undirliggjandi formgerð og skipta fólki í hópa eftir vali þeirra á afþreyingarefni, íþróttum og tómstunum. Sé þessi undirliggjandi formgerð til staðar má gefa sér að hún komi í ljós þrátt fyrir skekkju í úrtakinu.

Spurningakönnunin samanstóð af lýðfræðilegum spurningum um kyn og aldur þátttakenda og það nám sem þeir stunda, efnishyggjukvarða, habituslista, íslenskum fjármálasta, og MAS-fjármálastanum.

### *Habituslistinn*

Til að skoða hvernig smekkur fólks á afþreyingarefni raðaðist saman var gerður spurningalisti. Spurningalistinn var að miklu leyti byggður á habitusspurningalista sem notaður var í fyrri rannsóknum á efninu. Listinn byggðist á gjörðum þátttakenda en ekki viðhorfum og skiptist í nokkra undirlista. Undirlistarnir voru: kvikmyndir, sjónvarpsefni, bækur, íþróttaiðkun, tómstundaiðkun, tónlist og útvarpsstöðvar.

Með kvikmyndalistanum var spurt hvort þátttakendur hafi séð tiltekna kvikmyndir og voru svarmöguleikarnir: aldrei, einu sinni, og tvisvar eða oftar. Stuðst var við þær kvikmyndir sem voru á upprunalega listanum. Nokkrum titlum var þó skipt út og voru forsendurnar fyrir því að þessar kvikmyndir voru ný komnar út þegar sú rannsókn var framkvæmd. Í staðinn voru settir inn titlar sem eru nýjir þegar þessi rannsókn er gerð. Jafnframt var nokkrum kvikmyndum bætt við listann vegna þess að talið var að fyrri listinn næði ekki yfir nægjanlega breytt svið kvikmynda.

Spurt var um sjónvarpsþætti með því að setja fram fullyrðinguna: Í sjónvarpinu horfir þú á: og voru svarmöguleikarnir: horfi alltaf eða svotil alltaf, horfi oft, horfi einstaka sinnum og horfi aldrei eða svotil aldrei. Sjónvarpsþættirnir á listanum voru valdir með það í huga að

velja þætti sem sýndir voru í íslensku sjónvarpi á þeim tíma sem rannsóknin var gerð. Reynt var að velja þætti sem taka á ólíkum efnum og úr öllum flokkum, svo sem sápuóperur, íþróttabætti, spjallþætti, spennubætti og svo framvegis. Stuðst var við dagskrá sjónvarpsstöðvanna þriggja, Ríkisútvarpsins, Stöðvar 2 og Skjás1 við val á þáttum.

Þegar kom að bókunum og blöðum var ekki stuðst við ákveðna titla eða höfunda eins og með kvikmyndirnar, heldur var spurt um stefnur og tegundir, svo sem ástarsögur, íþróttabækur eða íþróttablöð, handbækur og vísindaskáldsögur. Þátttakendur fengu spurninguna: Hvaða bækur eða blöð lestu þér til afþreyingar? Svarmöguleikarnir voru: 3 sinnum í viku eða oftar, 1-2 sinnum í viku, 2-3 sinnum í mánuði, 1 sinni í mánuði eða sjaldnar, og les aldrei.

Stærsti hluti habituslistans var spurningalistinn um tónlist. Voru þátttakendur spurðir: Hve oft hlustar þú á eftirfarandi tónlistarmann eða hljómsveit? Svarmöguleikarnir voru: 3 sinnum í viku eða oftar, 1-2 sinnum í viku, 2-3 sinnum í mánuði, 1 sinni í mánuði eða sjaldnar, og hlusta aldrei á. Í kjölfarið kom langur listi tónlistarmanna og hljómsveita. Í grunninn var listinn eins og í fyrri rannsóknum.

Við vinnslu tónlistarlistans var leitað til utanaðkomandi aðila sem er vel að sér í ólíkum tónlistarstefnum, hljómsveitum og tónlistarmönnum, Hann var beðinn að meta það hvort einhverja tónlistarmenn eða hljómsveitir vantaði á listann. Var það gert með það í huga að ná til sem flestra. Einstaka hljómsveit var skipt út á þeim forsendum að þær voru á toppnum á vinsældalistum sínum tíma og núna eru aðrar hljómsveitir teknar við. Nokkrum hljómsveitum og tónlistarmönnum var bætt við þar sem listinn þótti ekki nægjanlega yfirgrípsmikill. Reynt var að nefna tónlistarmenn eða hljómsveitir á sem flestum sviðum tónlistar. Listinn náði yfir allt frá þungarokki yfir í trúarlega tónlist, jazz og blues og allt frá gömlum meisturum, eins og Mozart og Vivaldi, yfir í vinsælustu tónlistarmenn nútímans,

eins og Rihönnu.

Á eftir tónlistinni var spurt um útvarpsstöðvar. Fengu þátttakendur spurninguna: Í útvarpinu hlustar þú á:, með svarmöguleikana: Alltaf, oft, einstaka sinnum og aldrei. Listinn samanstóð af öllum þeim útvarpsstöðum sem er útvarpað á höfuðborgarsvæðinu, þar sem markhópur þátttakenda eru nemar í háskólum á höfuðborgarsvæðinu.

Næst síðasti undirlistinn í habituslistanum var íþróttir. Voru þátttakendur spurðir út í íþróttaiðkun sína með spurningunni: Hverja af neðangreindum íþróttum leggur þú stund á í frítíma þínum? Svarmöguleikarnir voru: 4-7 sinnum í viku, 1-3 sinnum í viku, 1-3 sinnum í mánuði, sjaldnar en 1 sinni í mánuði, og aldrei (sjaldnar en 1 sinni á ári). Á listanum voru íþróttir eins og hestamennska, hand-, fót- og körfubolti, blak, badminton, golf og skotveiði. Reynt var að hafa listann sem fjölbreyttastan og að hann næði yfir sem flestar íþróttagreinar.

Að lokum var spurt um tómstundaiðkun þátttakenda. Fengu þátttakendur spurninguna: Hverja af neðangreindum tómstundum leggur þú stund á í frítíma þínum, innan eða utan skólans? Með svarmöguleikana: 4-7 sinnum í viku, 1-3 sinnum í viku, 1-3 sinnum í mánuði, sjaldnar en 1 sinni í mánuði og aldrei (sjaldnar en 1 sinni á ári). Listinn var nær óbreyttur frá fyrri rannsókn. Á honum voru atriði eins og leiklist, ræðulist, kór, ljósmyndun og félagastarf innan eða utan skólans. Einu atriði var bætt við listann og var það hannyrðir, sem tók til tímstunda eins og að þrjóna, hekla og sauma.

### *Efnishyggjukvarðinn*

Efnishyggja er mæld með íslenskri útgáfu af Material Values Scale (MVS).

Efnishyggjukvarðinn mælir viðhorf fólks til efnislegra gæða. Listinn samanstóð upphaflega af átján staðhæfingum um viðhorf til þess að eiga og kaupa veraldlega hluti. Árið 2004 stytta Richins listann meðal annars í þeim tilgangi að gera hann þægilegri í notkun. Útgáfan sem



notuð er í þessari rannsókn samanstendur af níu staðhæfingum sem svarað er á sex punkta likert-kvarða (Richins, 2004).

Atriði listans mynda þrjú þætti. Fyrsti þáttur samanstendur af þremur atriðum og hefur hann verið nefndur Velgengni. Atriðin á þessum þætti snúa að því að eiga og kaupir hluti sem tákni um velgengni. Til dæmis: „Eigur mínar segja mikið til um velgengni mína“. Annar þáttur hefur verið nefndur Hamingja og samanstendur hann af þremur atriðum. Þau atriði snúa að því að finna til ánægju eða hamingju með því að eiga eða eignast hluti. Atriði eins og: „Líf mitt væri betra ef að ég ætti vissa hluti sem ég á ekki í dag“ mynda þennan þátt. Þriðji þátturinn samanstendur einnig af þremur atriðum. Hann er nefndur Þungamiðja. Atriðin á þessum þætti snúa að því að hversu mikið fólk metur veraldleg gæði. Atriði eins og „Ég reyni að lifa einföldu lífi hvað eigur varðar“ skipa þennan þátt.

Hægt er að nota listann sem einn heildarþátt. Áreiðanleiki níu staðhæfinga listans hefur reynst góður með Cronbach's alpha upp á 0,82. Það er örlítið minna en listans í fullri lengd þar sem Cronbach's alpha var 0,86. Réttmæti níu staðhæfinga listans hefur reynst mjög gott (Richins, 2004).

### *Íslenski fjármálastinn*

Saminn var íslenskur spurningalisti sem á að mæla skoðanir og hegðun fólks gagnvart fjármálum og peningum. Listinn var miðaður við íslenskan samtíma og það fjármálaumhverfi sem nú þekkist.

Sextán atriði mynda listan og gengið var út frá fimm þáttum. Atriðin eru á fimm punkta likert-kvarða.

Fyrsti þátturinn var nefndur Sparnaður. Gert er ráð fyrir að á hann hlaðist þrjú atriði sem snúa að fjárhagslegu öryggi og sparnaði. Til dæmis „Ég legg ákveðna upphæð fyrir um

hver mánaðamót“. Annar þáttur var nefndur Hagsýni. Gert er ráð fyrir að þrjú atriði hlaðist á hann sem snúa að því að fylgjast með útgjöldum og hagsýnni neyslu. Til dæmis „Ég kynni mér hvar ég fæ vöruna ódýrast“. Þriðji þátturinn var nefndur fjárfestingar. Áætlað er að á hann hlaðist þrjú atriði sem snúa að því að fjárfesta frekar en að spara. T.d. „Ég kaupí hlutabréf“. Fjórdi þátturinn var nefndur Eyðsla. Gert er ráð fyrir að á hann hlaðist fjögur atriði sem snúa að því að eyða meiru en tilefni er til. Til dæmis „Ég á það til að falla fyrir vörum og kaupa þær án þess að hugsa um verðið“. Fimmti og síðasti þátturinn var nefndur mikilvægi peninga. Gert er ráð fyrir að þrjú atriði hlaðist á þennan þátt sem snúa að hve mikilvægt fólki finnst að eiga peninga. Til dæmis „Ég kys frekar eð vinna skemmtilega vinnu en hafa miklar tekjur“. Listinn var ekki forprófaður og er runnið svolítið blint í sjóinn með hann.

### *MAS fjármálastinn*

MAS fjármálastinn (*Money Attitue Scale*) mælir viðhorf til peninga með 29 atriðum sem svarað er á sjö punkta likert-kvarða (Yamauchi, Templer, 1982). Atriðin mynda fjóra þætti. Fyrsti þáttur samanstendur af níu atriðum og hefur hann verið nefndur Máttur-álit. Atriði sem hlaðast á þennan þátt snúa að því að nota peninga sem tákni um velgengni, til að vekja hrifingu og hafa áhrif á aðra. Dæmi um atriði á þessum þætti er: „Ég verð að viðurkenna að ég kaupí hluti vegna þess að ég veit að öðrum þykir mikið til þeirra koma“. Annar þáttur er myndaður af sjö atriðum sem best væri lýst með heitinu Tími-varðveisla. Þau atriði sem einkenna þennan þátt snúa að skipulagningu og undirbúning fyrir framtíðina. Dæmi um atriði á þessum þætti er: „Ég fylgi vandlega gerðri fjárhagsáætlun“. Þriðji þáttur samanstendur af sjö atriðum sem nefnist Vantraust. Á hann hlaðast atriði sem vísa til varkárni í kaupum, til dæmis: „Ég hika við að eyða peningum, jafnvel í nauðsynjar“. Fjórdi

og síðasti þátturinn ber titilinn Kvíði. Atriðin sex sem mynda þennan þátt snúa að líðan gagnvart kaupum og peningum. Sem dæmi um atriði á þessum þætti er: „Það angrar mig þegar ég kemst að því að ég hefði getað keypt sömu vöru á lægra verði annarsstaðar“. Í endurteknum prófunum á kvarðanum kemur þessi sama þáttabygging komið upp (Roberts, Sepulveda, 1999).

Áreiðanleiki listans hefur verið góður, með Cronbach's alpha upp á 0,77.

Alphastuðlar fyrir einstaka þætti hafa verið sæmilegir eða 0,80 fyrir þátt eitt, 0,78 fyrir þátt tvö, 0,73 fyrir þátt þrjú og 0,69 fyrir þátt fjögur. MAS kvarðinn hefur talsverða fylgni við aðra kvarða sem áður hafa verið notaðir til að meta viðhorf fólks til peninga. Kvarðinn hefur staðist endurtekningar í ólíkum menningarheimum og hefur sýnt sig vera óháðan tekjum fólks (Yamauchi, Templer, 1982, Roberts, Sepulveda, 1999)

Listinn hefur ekki verið notaður hérlendis áður. Hann var þýddur á íslensku af þremur óháðum aðilum. Við endanlega þýðingu kvarðans var stuðst við þessar þrjár óháðu þýðingar.

### *Framkvæmd*

Auglýsingar um könnunina var hengdar upp í öllum byggingum Háskóla Íslands í Reykjavík, í aðalbyggingu Háskólans í Reykjavík og í aðalbyggingu Listaháskóla Íslands. Litlum auglýsingum í nafnspjaldastærð var dreift á borð í almennum rýmum í Háskóla Íslands. Jafnframt var send út auglýsing um könnunina í tölvupósti til 9336 nema við Háskóla Íslands sem gefið höfðu leyfi fyrir því að taka þátt í könnunum. Ekki fékkst leyfi til að senda könnunina í tölvupósti til nemenda Háskólans í Reykjavík og Listaháskóla Íslands. Könnunin var opin frá 24. febrúar til 16. mars 2012.

## *Tölfræðileg úrvinnsla*

Tölfræðileg úrvinnsla fór fram í SPSS tölfræðiforritnu. Brottfall svara var skoðað sérstaklega. Af brottfallinu var leitast við að sjá hvort þátttakendur voru að svara könnuninni af heilum hug.

Þátttakendur sem voru mjög fljótir að svara könnuninni voru iðulega með mjög hátt brottfall og virtust því ekki hafa verið að svara könnuninni af heilum hug. Af þeim sökum var þeim eytt. Aðrir þátttakendur sem voru með meira en 7% brottfall á svörum habituslistans var einnig eytt. Flestir þeirra voru með brottfall miklu hærra en 7% og voru þeir því ekki trúverðugir þátttakendur. Svörum þeirra var eytt á þeim forsendum að brottfall þeirra er of mikið til að gögnin nýtist til að svara tilgátunni.

Svör þátttakenda sem voru óvenjulega lengi að svara könnuninni voru einnig skoðuð. Ekkert óvenjulegt virtist vera við svör þeirra og var þeim því haldið í gagnasafninu.

Nám þátttakenda var flokkað og kóðað eftir ÍSNÁM2008 kerfi Hagstofunnar. ÍSNÁM er íslensk náms- og menntunarflokkun sem er byggð á alþjóðlega flokkunarstaðallnum ISCED97 (*International Standard Classification of Education*) fyrir menntun (Ásta Urbancic, Ólafur Rastrick, 2008).

Til að mæta forsendum Kíkvaðrat prófsins um að væntigildi sé minna en fimm í ekki fleiri en 20% hólfanna varð að sameinaða námsgreinar. Sameiningin var byggt á flokkun Háskóla Íslands í svið og deildir. Fjöldi námsgreina fór úr 45 niður í 11. Kennslufræði, leik- og grunnskólakennaranám og menntafræði var sameinað undir heitinu Menntafræði. Heimspeki og siðfræði, sagnfræði, fornleifafræði og hugvísindi var sameinað undir heitinu Hugvísindi. Tónlist, leiklist og listir og listiðnaður var sameinað undir heitinu Listir. Íslenska og erlend tungumál var sameinað undir heitinu Tungumál. Félagsfræði, félagsráðgjöf, félags og menningafræði, fjölmiðlafræði, bókasafns og upplýsingafræði, var sameinað undir

Félagsfræði og skyldar greinar. Stjórn málafræði og lögfræði voru sameinaðar undir heitinu Lögfræði og stjórn málafræði. Viðskiptafræði, hagfræði og fjármála, bankastarfsemi og tryggingar var sameinað undir heitinu Hagfræði og viðskiptafræði. Eðlisfræði, efnafræði, jarðvísindi, líffræði og lífefnafræði, stærðfræði og ferðamálafræði var sameinað undir heitinu Raungreinar. Tölvunarfræði, verkfræði og tækni var sameinað undir heitinu Verkfræði og tækni. Hjúkrun og umönnun, meðferð og endurhæfing, lyfjafræði, læknisfræði og íþróttir var sameinað undir Heilbrigðisvísindi.

Habitus listinn, Efnishyggjulistinn, Íslenski fjármálistinn og MAS kvarðinn voru þáttagreindir sitt í hvoru lagi til að kanna hvort þeir kæmu próffræðilega rétt út. Gerð var klasagreining á svörum þátttakenda á habituslistanum til að kanna hvort hægt væri að greina þá í hópa.

## Niðurstöður

### Þáttagreining Habituslistans

Habitus listinn var þáttagreindur með meginhluta greiningu. Fjórir þættir voru dregnir. Þáttunum voru gefin lýsandi heiti sem byggðu á þeim breytum sem hlóðust á þættina. Þættirnir voru nefndir Fagurfræði, Tónlist, Kvikmyndir og Fréttir og dægurmál. Tafla eitt sýnir hleðslu hverrar breytu á þættina.

Tafla 1.

Þáttagreining habituslistans

Atriði	Fagurfræði	Tónlist	Kvikmyndir	Fréttir og dægurmál
🎵 Billie Holiday	<b>0,62</b>	0,08	-0,01	0,02
📖 Listaverkabækur	<b>0,60</b>	-0,11	-0,02	0,01
🎵 Miles Davis	<b>0,59</b>	0,06	0,17	0,14
📖 Íslenskar skáldsögur	<b>0,56</b>	-0,05	-0,17	0,21
📖 Ljóðabækur	<b>0,55</b>	-0,17	-0,02	0,15

🎬 Kvikmyndir. 📺 Sjónvarpsþættir. 📖 Bækur/blöð. 🎵 Tónlist. 📺 Útvarpsstöðvar. 🏀 Íþróttir. 🕒 Tímstundir.

Tafla 1. *Framhald*

*Þáttgreining habituslistans*

Atriði	Fagurfræði	Tónlist	Kvikmyndir	Fréttir og dægurmál
🎵 Frank Sinatra	<b>0,54</b>	0,22	0,11	0,04
🎵 Vivaldi	<b>0,51</b>	0,03	0,15	-0,09
📖 Rás 1	<b>0,51</b>	-0,23	-0,10	0,30
📖 Íslensku Fornritin	<b>0,48</b>	-0,05	0,13	0,07
📖 Tónlistarbækur eða tónlistarblöð	<b>0,48</b>	0,02	0,22	0,12
📖 Skáldsögur eftir erlenda höfunda	<b>0,47</b>	-0,10	-0,11	-0,16
🎵 Elvis Prestley	<b>0,47</b>	0,36	0,13	0,04
🎵 Mozart	<b>0,47</b>	0,01	0,17	-0,09
📖 Ævisögur	<b>0,46</b>	0,00	0,01	0,29
🎵 Bítlarnir	<b>0,46</b>	0,44	0,06	0,02
🎵 Jimi Hendrix	<b>0,46</b>	0,28	0,39	0,14
🎵 BB King	<b>0,46</b>	0,05	0,19	0,23
📖 Semja sögur, ljóð eða leikrit	<b>0,46</b>	-0,07	0,09	-0,13
🎵 Johnny Cash	<b>0,45</b>	0,24	0,25	0,12
🎵 Jeff Buckley	<b>0,43</b>	0,37	0,09	0,04
🎵 The Rolling Stones	<b>0,41</b>	0,34	0,33	0,10
🎵 Sufjan Stevens	<b>0,40</b>	0,12	0,10	0,02
📖 Ljósmyndun	<b>0,39</b>	-0,06	-0,07	-0,04
📖 Kvikmyndabækur eða kvikmyndablöð	<b>0,37</b>	0,19	0,20	-0,02
🎵 Vilhjálmur Vilhjálmsson	<b>0,37</b>	0,29	-0,12	0,28
📖 Vísindaskáldsögur	<b>0,36</b>	-0,07	0,17	-0,30
🎵 Sigur Rós	<b>0,36</b>	0,20	0,13	0,05
📖 Ævintýrabækur	<b>0,35</b>	0,02	0,15	-0,30
📖 Gullbylgjan	<b>0,35</b>	0,23	0,04	-0,06
📖 Ástarsögur	<b>0,34</b>	0,22	-0,33	-0,05
📖 Handbækur	<b>0,34</b>	0,01	-0,16	0,07
📖 Myndlist	<b>0,33</b>	-0,13	0,00	-0,23
📖 Fræðibækur	<b>0,32</b>	-0,16	0,16	0,14
📖 Að semja og spila tónlist	<b>0,31</b>	-0,09	0,15	-0,07
📖 The Motorcycles Diaries	<b>0,30</b>	-0,09	0,04	0,06

Tafla 1. Framhald

*Þáttagreining habituslistans*

	Atriði	Fagurfræði	Tónlist	Kvikmyndir	Fréttir og dægurmál
🎬	The Rocky Horror Picture Show	<b>0,30</b>	-0,03	0,09	0,02
🎵	Coldplay	0,10	<b>0,65</b>	-0,01	0,00
🎵	Rihanna	-0,10	<b>0,65</b>	-0,28	-0,12
🎵	Kanye West	-0,09	<b>0,60</b>	-0,03	-0,05
🎵	Dikta	0,06	<b>0,58</b>	-0,12	0,21
📻	Fm 957	-0,34	<b>0,58</b>	-0,27	-0,13
🎵	Lady Gaga	0,07	<b>0,56</b>	-0,30	-0,14
🎵	Michael Jackson	0,28	<b>0,55</b>	-0,03	-0,02
🎵	Foo Fighters	0,16	<b>0,54</b>	0,34	0,08
🎵	Robbie Williams	0,19	<b>0,51</b>	-0,23	0,03
🎵	U2	0,15	<b>0,51</b>	-0,08	0,24
📻	Kaninn	-0,12	<b>0,51</b>	-0,13	-0,16
🎵	Mugison	0,20	<b>0,49</b>	-0,10	0,37
🎵	Guns N Roses	0,19	<b>0,48</b>	0,34	0,09
🎵	Bubbi Morthens	0,01	<b>0,47</b>	0,01	0,29
📻	Flass FM	-0,18	<b>0,47</b>	0,01	-0,18
🎵	Jack White/The white stripes	0,38	<b>0,46</b>	0,29	0,03
🎵	The Chemical Brothers	0,20	<b>0,43</b>	0,20	0,09
🎵	Hjálmar	0,37	<b>0,42</b>	-0,04	0,31
🎬	The Notebook	-0,01	<b>0,39</b>	0,30	-0,06
🎵	Hjaltalín	0,37	<b>0,38</b>	-0,24	0,28
📻	Bylgjan	-0,04	<b>0,38</b>	-0,17	0,27
🎬	The Hall Pass	-0,27	<b>0,37</b>	0,08	0,03
⚽	Lyftingar	-0,13	<b>0,37</b>	0,06	0,02
🎵	Arctic Monkeys	0,24	<b>0,36</b>	0,31	0,05
📺	The Big Bang Theory	-0,05	<b>0,34</b>	0,12	-0,02
🎵	Moby	0,23	<b>0,32</b>	0,24	0,09
🎬	Sin City	0,08	0,09	<b>0,61</b>	-0,12
🎬	Star Wars myndirnar	0,12	-0,08	<b>0,61</b>	-0,10
🎬	Platoon	0,08	-0,07	<b>0,53</b>	0,24

Tafla 1. Framhald

Þáttgreining habituslistans

Atriði	Fagurfræði	Tónlist	Kvikmyndir	Fréttir og dægurmál
🎬 The Matrix	0,08	0,04	<b>0,52</b>	-0,17
🎬 The Good, the Bad and the Ugly	0,20	-0,14	<b>0,50</b>	0,19
🎬 Monty Python myndirnar	0,23	-0,20	<b>0,49</b>	-0,07
🎬 The Hitchikers Guide to the Galaxy	0,14	0,01	<b>0,47</b>	-0,25
🎮 Tölvuleikir	-0,04	-0,05	<b>0,47</b>	-0,24
🎵 Metallica	0,17	0,39	<b>0,46</b>	0,13
📺 X-ið	0,03	0,30	<b>0,46</b>	-0,03
🎬 Bowling for Columbine	0,18	-0,13	<b>0,44</b>	0,00
🎬 A Clockwork Orange	0,22	-0,19	<b>0,43</b>	0,02
🎬 The Shawshank Redemtion	0,03	-0,02	<b>0,42</b>	0,04
🎮 Hannyrðir	0,15	0,06	<b>-0,42</b>	0,05
🎵 Marilyn Manson	0,14	0,12	<b>0,41</b>	-0,13
🎬 Rocky	0,02	0,03	<b>0,40</b>	0,36
📖 Chick Lit	0,35	0,23	<b>-0,40</b>	0,06
⚽ Fótbolti	-0,15	0,24	<b>0,40</b>	0,16
📺 Top Gear	0,03	0,26	<b>0,39</b>	0,23
🎬 Dirty Dancing	0,10	0,18	<b>-0,38</b>	0,21
📺 Söngvakeppni sjónvarpsins	0,00	0,16	<b>-0,38</b>	0,31
📺 Brothers and sisters	0,01	0,07	<b>-0,37</b>	0,33
🎵 Sólstafir	0,10	0,11	<b>0,36</b>	0,07
🎬 Remeber the Titans	-0,11	0,23	<b>0,33</b>	0,13
📖 Íþróttabækur og íþróttablöð	-0,08	0,27	<b>0,33</b>	0,30
⚽ Dans	0,22	0,24	<b>-0,33</b>	-0,16
🎬 Citizen Kane	0,27	-0,11	<b>0,30</b>	0,07
⚽ Þolfimi	-0,01	0,23	<b>-0,30</b>	0,07
📺 Landinn	0,11	-0,08	-0,13	<b>0,72</b>
📺 Fréttir og veður	0,03	-0,01	0,01	<b>0,67</b>
📺 Kiljan	0,32	-0,23	-0,03	<b>0,62</b>
📺 Útsvar	0,00	0,08	-0,17	<b>0,61</b>
📺 Silfur Egils	0,14	-0,17	0,19	<b>0,59</b>



Tafla 1. Framhald

Þáttgreining habituslistans

Atriði	Fagurfræði	Tónlist	Kvikmyndir	Fréttir og dægurmál
☐ Klovn	0,08	0,05	0,17	<b>0,51</b>
☐ Mannlíkaminn	0,14	-0,02	-0,06	<b>0,49</b>
☐ Íslenski boltinn	-0,20	0,21	0,23	<b>0,49</b>
☐ Ensku mörkin	-0,18	0,23	0,32	<b>0,45</b>
📺 Rás 2	0,35	-0,16	0,03	<b>0,43</b>
☐ Borgen	0,16	-0,13	-0,13	<b>0,42</b>
☐ Týnda Kynslóðin	-0,23	0,26	-0,10	<b>0,37</b>
☐ 60 mínútur	0,05	0,15	0,11	<b>0,34</b>
📖 Fréttablöð og dagblöð	0,09	0,05	0,02	<b>0,34</b>
☐ Criminal Minds	-0,04	0,06	-0,18	<b>0,32</b>
🎬 Rio	-0,03	0,19	0,05	0,02
🎬 Heimur Farfuglanna	0,19	0,03	0,05	0,14
🎬 West side story	0,28	0,06	-0,07	0,14
🎬 The Longest Yard	-0,20	0,00	0,27	-0,24
☐ Spaugstofan	-0,02	0,21	0,00	0,23
☐ House	0,10	0,15	0,16	0,06
☐ The Office	0,13	0,13	0,24	0,17
📖 Teiknimyndabækur eða teiknimyndablöð	0,20	0,00	0,27	-0,24
📖 Glæpasögur	0,20	0,18	-0,18	0,22
📖 Tölvubækur eða tölvublöð	0,06	0,10	0,28	-0,05
⚽ Fjallgöngur	0,23	0,10	-0,12	0,08
⚽ Sund	0,29	0,16	-0,11	0,05
⚽ Gönguferðir	0,25	0,12	-0,25	0,15
⚽ Yoga	0,22	0,11	-0,28	-0,09
🎮 Spil	0,14	0,11	0,25	-0,08
🎮 Félagsstarf innan skólans	0,14	0,14	0,02	-0,03

🎬 Kvikmyndir. ☐ Sjónvarpsþættir. 📖 Bækur/blöð. 🎵 Tónlist. 📺 Útvarpsstöðvar. ⚽ Íþróttir. 🎮 Tímstundir.

Fyrsti þátturinn fékk heitið Fagurfræði. Á hann hleðst helst lestur bóka, klassísk tónlist og gömul dægurlagatónlist, eins og Frank Sinatra og Miles Davis, Bítlarnir og Vilhjálmur Vilhjálmsson. Á þennan þátt hlaðast einnig tómsundur eins og að semja sögur, ljóð og leikrit, ljósmyndun, myndlist og að semja og spila tónlist. Á þennan þátt hlaðast aðeins tvær kvikmyndir, The Motorcycle Diaries og The Rocky Horror Picture Show. Engin íþrótt hleðst á þennan þátt.

Annar þáttur hlaut nafnið Tónlist. Eins og nafnið gefur til kynna þá hlaðast nær eingöngu hljómsveitir, tónlistarmenn og útvarpsstöðvar á þennan þátt. Það einkennir þessar hljómsveitir og tónlistarmenn að hafa komist hátt á vinsældalistum útvarpsstöðvanna. Hljómsveitir á borð við Coldplay, Diktu og Foo fighters hlaðast á þáttinn og tónlistarmenn eins og Rihanna, Lady Gaga og Robbie Williams. Útvarpsstöðvarnar sem hlaðast á þáttinn eru einmitt þær útvarpsstöðvar sem spilar tónlist þessara tónlistarmanna. Tvær kvikmyndir hlaðast á þáttinn, en það eru myndirnar The Notebook og The Hall Pass. Aðeins einn sjónvarpsþáttur hleðst á þáttinn, en það er The Big Bang Theory. Jafnframt hleðst aðeins ein íþrótt á þáttinn, en það eru lyftingar.

Þriðji þátturinn var nefndur Kvikmyndir. Á hann hlaðast flestar kvikmyndirnar, en helst þær myndir sem hægt er að kalla klassískar og kannski frekar karllægar. Það eru kvikmyndir eins og Star Wars myndirnar, Platoon, The Good, the Bad and the Ugly, The Matrix og Rocky. Á þennan þátt hlaðast einnig Metallica, Marilyn Manson og Sólstafir, sem spila frekar þungt rokk. Útvarpsstöðin X-ið á þennan þátt en hún spilar frekar þunga tónlist. Á þennan þátt hlaðast líka aðrar frekar karllægar breytur eins og fótþolti, að spila tölvuleiki og sjónvarpsþátturinn Top Gear. Á móti fá kvenlægar breytur neikvæða fylgni við þennan þátt. Þar má nefna hannyrðir, lestur Chick Lit bóka, dans og þolfimi.

Fjórdi þátturinn fékk nafnið Fréttir og dægurmál. Á þennan þátt hleðst nær eingöngu

sjónvarpsefni og mestu hleðsluna fá íslenskir sjónvarpsþættir eins og Landinn, Kiljan og Útsvar. Fréttir og veður hleðst hátt á þennan þátt. Rás eitt hleðst auk þess á þennan þátt og lestur fréttablaða og dagblaða. Lang flest sjónvarpsefnið á þessum þætti er sýnt á Ríkisútvarpinu. Engin kvikmynd, hljómsveit, tónlistarmaður, tómstund eða íþrótt hleðst á þennan þátt.

Nokkrar breytur hlaðast ekki á neinn þátt. Það er athyglisvert að allar hljómsveitir, tónlistarmenn og útvarpsstöðvar hlaðast á einhvern þátt.

### *Habitushópar*

Niðurstöður klasagreiningar leiddu í ljós að hægt er að skipta þátttakendum upp í fimm hópa eftir svörum þeirra á habituslistanum. Hópunum var gefið lýsandi heiti sem byggðu á því hvernig hver hópur kom út á þáttum habituslistans. Hóðarnir voru nefndir: Meðvitaðir, Kvikmyndaunnendur, Tónlistarunnendur, Fagurfræðingar og Grúskarar. Í töflu tvö má sjá að meðaltöl hópanna voru mismunandi á hverjum þætti habituslistans fyrir sig.

Tafla 2.

*Meðaltöl habitushópanna á þáttum habituslistans.*

Þættir habituslistans	Meðvitaðir	Kvikmynda- unnendur	Tónlistar- unnendur	Fagurfræðingar	Grúskarar
Fagurfræði	0,22	-0,12	-0,64	<b>1,53</b>	-0,47
Tónlist	-0,80	-0,73	<b>0,54</b>	0,70	0,69
Kvikmyndir	-0,39	<b>0,43</b>	-0,92	-0,08	<b>1,30</b>
Fréttir og dægurmál	<b>1,07</b>	-0,88	-0,23	-0,20	0,58

Habitushópurinn Meðvitaðir einkennist af því að vera vel yfir meðaltali á þættinum Fréttir og dægurmál. Hann er aðeins yfir meðaltali á þættinum Fagurfræði en er aftur á móti undir meðaltali á þáttunum Kvikmyndir og Tónlist. Á þáttinum Fréttir og dægurmál hlaðast aðallega

íslenskir sjónvarpsþættir, fréttir og lestur dagblaða. Það er athyglisvert að þættirnir sem hlaðast á þennan þátt eru flestir sýndir á Ríkisútvarpinu. Þessi hópur virðist því njóta þess að setjast fyrir framan sjónvarpið eða grípa í góða bók.

Hópurinn Kvikmyndaunnendur einkennist af því að vera yfir meðaltali á þættinum kvikmyndir. Hann er undir meðaltali á hinum þáttum habituslistans. Hann er rétt undir meðaltali á þættinum Fagurfræði en talsvert undir meðaltali á þáttunum Tónlist og Fréttir og dægurmál. Á kvikmyndaþáttinn hlaðast helst eldri kvikmyndir sem eru svolítið ofbeldisfullar og svo þung tónlist og fótbolti. Þrátt fyrir að vera yfir meðaltali á þættinum Kvikmyndir er hann samt ekki hátt yfir meðaltalinu. Það má því gera sér í hugarlund að þessi hópur sé frekar óvirkur en finnst samt gaman að horfa á eina og eina kvikmynd af og til, hlusta á þungarokk eða spila tölvuleiki.

Tónlistarunnendur einkenndust af því að vera yfir meðaltali á þættinum Tónlist. Þessi hópur er undir meðaltali á öllum hinum þáttunum og þá mest á þættinum kvikmyndir. Það sem einkennir þáttinn Tónlist er að á hann hleðst tónlist sem kemst inn á vinsældaalista útvarpsstöðvanna og þær útvarpsstöðvar sem spila þessa tónlist. Á hann hlaðast aðeins tvær kvikmyndir, *The Notebook* og *The Hall Pass*, sem báðar eru með rómantísku ívafi. Ein íþrótt hleðst á þáttinn, en það eru lyftingar. Hægt er að ímynda sér að þessi hópur sé alltaf með útvarpið í gangi og hlusti aðallega á útvarpsstöðvar sem eru léttar og skemmtilegar. Tónlistarsmekkur þessa fólks mótast eflaust af þessum útvarpsstöðvum og þar af leiðandi hefur þetta fólk smekk fyrir þeirri tónlist sem útvarpsstöðvarnar spila mest.

Hópurinn Fagurfræðingar er mjög hátt yfir meðaltali á þættinum Fagurfræði. Hann er einnig yfir meðaltali á þættinum Tónlist. Á móti er hann undir meðaltali á þáttunum kvikmyndir og Fréttir og dægurmál. Það sem einkennir þáttinn Fagurfræði er að á hann hlaðast flestar bækurnar. Á þennan þátt hleðst líka klassísk tónlist og gömul dægurlagatónlist

í flutningi listamanna eins og Frank Sinatra og Billie Holiday. Tómsundur hlaðast helst á þennan þátt og þá sérstaklega þær sem snúa að listum. Þar má nefna myndlist, að semja sögur, ljóð eða leikrit, ljósmyndun og að semja eða spila tónlist. Þátturinn Tónlist einkennist aftur á móti af hljómsveitum sem hafa náð langt á vinsældalistum og þeim útvarpsstöðvum sem spila þessa tónlist. Maður getur gert sér í hugarlund að fólkið í þessum hóp sé frekar listhneigt. Það hefur ef til vill lært á hljóðfæri og finnst gaman að skapa eitthvað en hlustar á vinsælu útvarpsstöðvarnar í bland.

Síðasti hópurinn, Grúskarar, er yfir meðaltali á þremur þáttum habituslistans. Hann er hæstur habitushópanna á þættinum Kvikmyndir en er líka frekar hár á þættinum Tónlist og Fréttir og dægurmál. Á móti er hann undir meðaltali á þættinum Fagurfræði. Þátturinn Kvikmyndir einkennist af því að á hann hlaðast eldri kvikmyndir sem oft geta verið ofbeldisfullar og rokktónlist. Neikvæð fylgni er við kvenlægar breytur og því virðist þetta vera frekar karllægur þáttur. Á þáttinn Tónlist hleðst tónlist sem hefur náð langt á vinsældalistum útvarpsstöðvanna og þær útvarpsstöðvar sem spila þá tónlist. Þátturinn fréttir og dægurmál einkennist af því að á hann hleðst fréttæfni og íslenskir sjónvarpsþættir. Þessi hópur virðist því vera inni í næstum öllu. Hann horfir á kvikmyndir, hlustar á allskonar tónlist og fylgist vel með fréttum og dægurmálum. Aftur á móti virðist hann ekki vera mjög bók- eða listhneigður.

### *Aldursdreifing og kynjaskipting í habitushópunum*

Aldursdreifingin var ólík eftir habitushópum,  $\chi^2(20, N=517)150,9 p<0,001$ . Í töflu þrjú má sjá að aldersdreifingin í hópnum Meðvitaðir er ólík aldersdreifingunni í hinum habitushópunum. Meirihluti fólks í þessum hóp er eldra en 30 ára, eða 63%. Í öllum hinum habitushópunum eru flestir á aldersbilinu 21-25 ára og sárafáir eldri en 30 ára.

Tafla 3.

*Fjöldi í hverjum aldurshóp innan habitushópanna*

	Meðvitaðir	Kvikmynda- unnendur	Tónlistar- unnendur	Fagurfræðingar	Grúskarar	Samtals
20 ára eða yngri	2	12	12	7	7	40
21-25 ára	11	65	70	42	44	232
26-30 ára	25	29	26	17	18	115
31-35 ára	16	17	9	2	7	51
36-45 ára	28	7	9	2	7	53
46 ára eða eldri	21	0	1	4	0	26
Samtals	103	130	127	74	83	517

Kynjaskipting var einnig ólík innan habitushópanna,  $\chi^2(4, N=512)169,2 p<0,001$ . Í töflu fjögur má sjá hvernig kynjaskiptingin er innan habitushópanna. Áberandi er að konur eru í miklum meirihluta innan Tónlistarunnenda en í þeim hóp eru konur 94%. Konur eru einnig í meirihluta meðal Meðvitaðra, eða 83%. Aðeins Grúskarar eru áberandi karlahópur þar sem 86% eru karlmenn. Kvikmyndaunnendur eru þó líka með karlmenn í meirihluta. Þó svo að ekki muni miklu á konum og körlum í þeim hóp ber þó að hafa í huga að í úrtakinu í heild sinni eru konur í meirihluta. Það getur því verið að í almennu þýði séu karlmenn í meirihluta í þessum hóp.

Tafla 4.

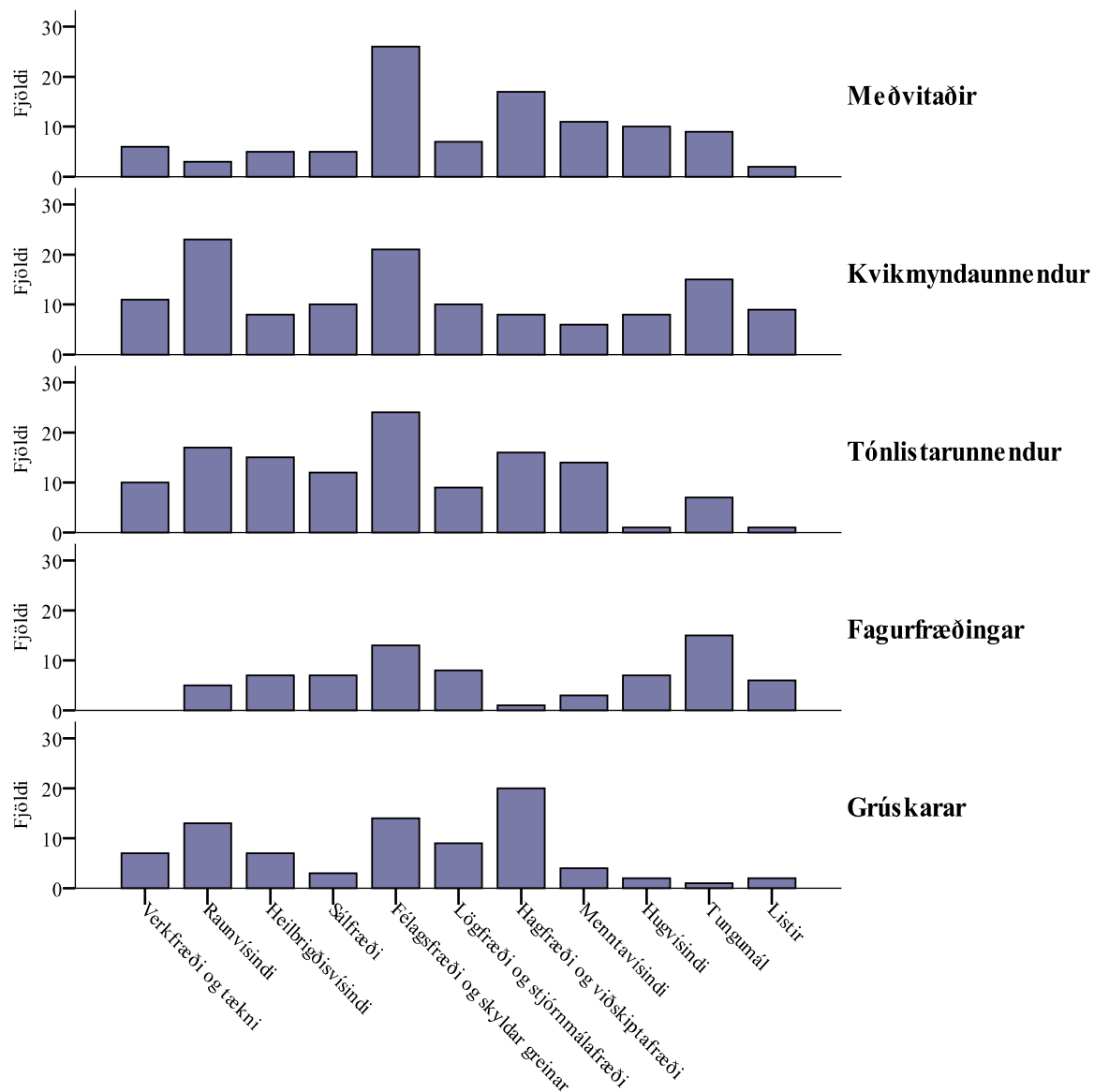
*Kynjaskipting í habitushópunum.*

	Meðvitaðir	Kvikmynda- unnendur	Tónlistar- unnendur	Fagurfræðingar	Grúskarar	Samtals
Karl	37	69	7	13	69	195
Kona	65	58	120	61	13	317
Samtals	102	127	127	74	82	512

## Habitushóparnir og menntun

Dreifing habitushópanna er misjöfn á milli námsgreina,  $\chi^2(40, N=510)104,68 p<0,001$ .

Mynd eitt sýnir dreifingu fólks í námsgreinar eftir habitushópunum.



Mynd 1. Dreifing fólks í námsgreinar eftir habitushópum.

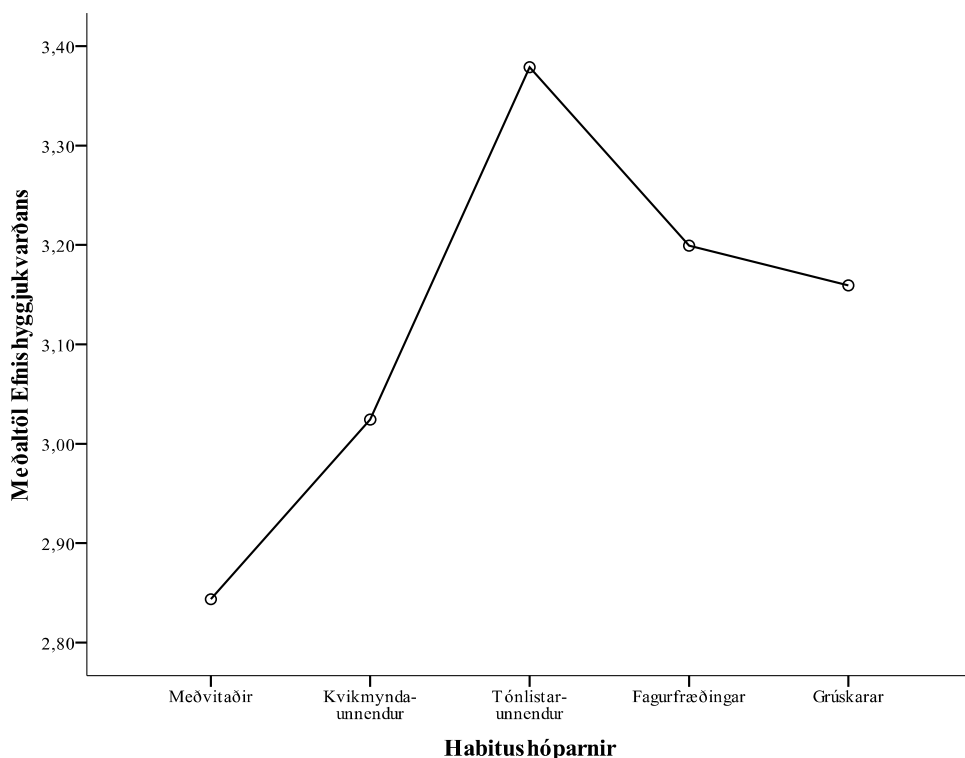
Það sem helst er eftirtektarvert er að Fagurfræðingar eru ekkert í verkfræði og tæknigreinum en þeim mun meira í tungumálum. Meðvitaðir er lítið sem ekkert í verkfræði og

tæknigreinum, raunvísindum og heilbrigðisvísindum en þeim mun meira í félagsfræði og skyldum greinum og hagfræði og viðskiptafræði.

### Efnishyggja

Efnishyggjukvarðinn var þáttagreindur með meginásagreiningu. Aðeins tveir þættir voru með eiginildi meira en einn og skriðuprófið sýndi aðeins einn þátt. Þannig að próffræðilegir eiginleikar kvarðans halda ekki í þessu úrtaki. Því verður stuðst við efnishyggjulistann sem einn heildarþátt.

Munur var á milli habitushópanna á efnishyggjukvarðanum. F prófið gaf  $F(4, 513) = 10,1$   $p < 0,001$ . Eftir á samanburður Bonferronis sýndi að marktækur munur var á milli Meðvitaðra og Tónlistarunnenda, Fagurfræðinga og Grúskara og munur var á milli Kvikmyndaunnenda og Tónlistarunnenda.



Mynd 2. Meðaltöl habitushópanna á efnishyggjukvarðanum



Á mynd eitt sést að tveir hópar skera sig úr á efnishyggjukvarðanum. Tónlistarunnendur eru áberandi efnishyggnaði habitushópurinn en Meðvitaðir einnkennast minnst af efnishyggju.

### Íslenski fjármálastinn

Íslenski fjármálastinn var þáttgreindur með meginásagreiningu. Fimm þættir komu fram með eiginildi meira en einn. Samhliðagreining sýndi einnig fimm þætti. Á fimmta þáttinn hlóðst aðeins ein breyta og var hún með neikvæða hleðslu. Það var atriði 15: Ég kys frekar að vinna skemmtilega vinnu en hafa miklar tekjur. Þar sem ein breyta getur ekki staðið fyrir þátt var ákveðið að draga fjóra þætti eins og sést í töflu fimm.

Tafla 5.

#### Þáttgreining Íslenska fjármálastans

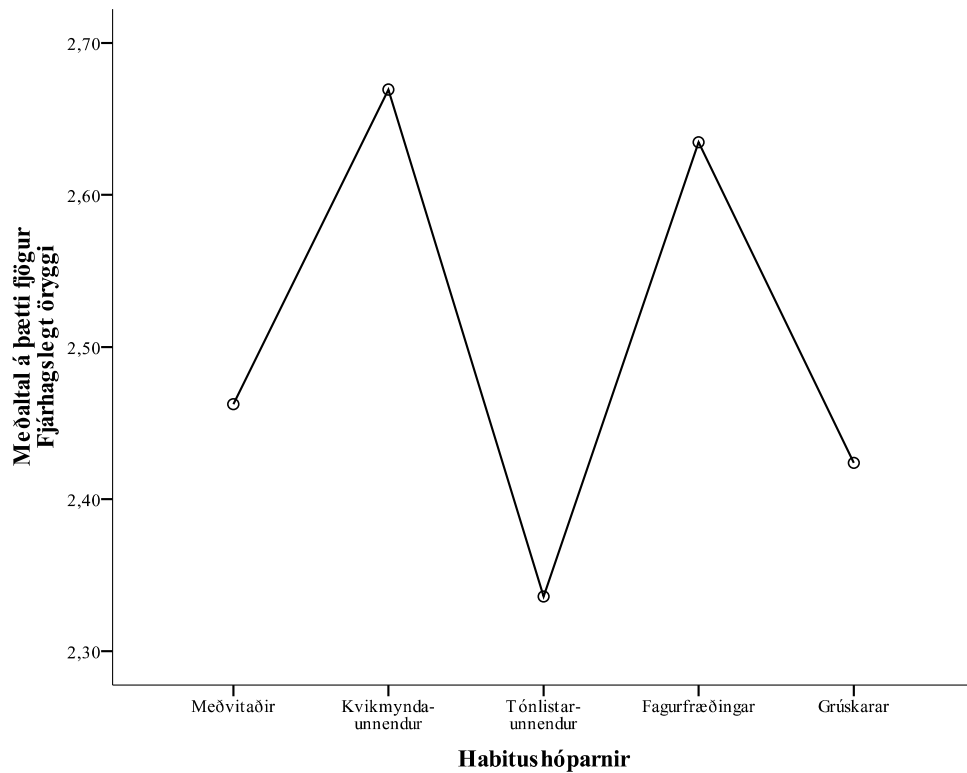
Atriði	Þáttur 1	Þáttur 2	Þáttur 3	Þáttur 4
5. Ég kynni mér hvar ég fæ vöruna ódýrast	<b>0,80</b>	-0,06	0,00	0,03
4. Ég versla aðeins þar sem það er ódýrast.	<b>0,74</b>	0,05	-0,04	-0,02
6. Ég fer aðeins í bíó þegar það er 2 fyrir 1 eða önnur tilboð í gangi.	<b>0,46</b>	0,04	-0,03	-0,05
7. Ég fylgist grannt með öllum útgjöldum.	<b>0,41</b>	-0,03	0,18	0,14
10. Ég á það til að eyða meiri pening en ég ætla mér	-0,17	<b>0,77</b>	0,00	0,01
13. Peningarnir mínir eru búnir fyrir mánaðamót.	0,09	<b>0,61</b>	-0,13	-0,05
11. Ég á það til að falla fyrir vörum og kaupa þær án þess að hugsa um verðið	-0,29	<b>0,51</b>	-0,01	0,07
2. Ég legg fyrir í langtímasparnað.	-0,01	-0,22	<b>0,75</b>	0,08
1. Ég legg ákveðna upphæð fyrir um hver mánaðamót	-0,01	-0,00	<b>0,75</b>	0,10
14. Það skiptir mig miklu máli að hafa góðar tekjur.	0,06	0,15	0,10	<b>0,80</b>
3. Fjárhagslegt öryggi skiptir mig miklu máli.	0,22	-0,09	0,32	<b>0,42</b>
16. Mér finnst mikilvægara að eiga varasjóð banka en að skoða heiminn.	0,01	-0,21	0,28	<b>0,34</b>
8. Ég fjárfesti frekar í hlutum en að leggja til hliðar	0,06	0,29	-0,05	-0,06
12. Ég tek smálán.	0,07	0,25	0,00	0,12
15. Ég kys frekar að vinna skemmtilega vinnu en hafa miklar tekjur.	0,12	0,00	0,04	-0,28
9. Ég kaup hlutabréf.	0,04	0,02	0,10	0,14

Í töflunni má sjá að á þátt þrjú hlaðast aðeins tvö atriði. Atriði tvö: Ég legg fyrir í langtímasparnað og atriði eitt: Ég legg ákveðna upphæð fyrir um hver mánaðamót. Tvö atriði á einn þátt er alls ekki ákjósanlegt. Til að sporna við því var prófað að draga þrjá, fjóra, fimm og sex þætti. Þessi þáttur kom eins út í öllum þáttalausnunum. Þessi tvö atriði eru mjög áþekkt og það gæti verið ástæða þess að þessi þáttur kemur alltaf fram.

Þættina fjóra má nefna Hagsýni, Eyðsla, Sparnaður og Fjárhagslegt öryggi. Fjögur atriði hlaðast ekki á neinn þátt.

Dreifigreining var gerð á habitushópunum og Íslenska fjármálastans. Ekki kom fram munur á milli hópanna á listanum í heild,  $F(4, 507)=1,91$   $p=0,11$ . Munur kom á milli habitushópa á einstaka þáttum Íslenska fjármálastans. Munur var á milli habitushópanna á þætti fjögur, Fjárhagslegt öryggi,  $F(4, 506)=4,43$   $p=0,002$ . Ekki var munur á milli habitushópanna á þætti eitt,  $F(4, 506)=0,73$   $p=0,57$ , þætti tvö,  $F(4, 507)=1,28$   $p=0,27$ , eða á þætti þrjú,  $F(4, 507)=1,84$   $p=0,12$ .

Eftirásamanburður Bonferronis sýndi að munur var á Meðvituðum og Tónlistarunnendum. Auk þess var munur á milli Tónlistarunnenda og Fagurfræðinga.



Mynd 3. Meðaltöl habitushópanna á fjórða þætti Íslenska fjármálastans.

Á mynd þrjú má sjá meðaltöl habitushópanna á þættinum Fjárhagslegt öryggi. Það sést greinilega á myndinni að hópurinn Tónlistarunnendur eru lágstir á þessum þætti. Hæst tveir hóparnir eru Kvikmyndaunnendur og Fagurfræðingar.

### *MAS fjármálastinn*

MAS- fjármálastinn var þáttgreindur með meginása greiningu. Sjö þættir komu fram með eiginildi meira en einn. Skriðupróf Cattells og samhliðagreining gáfu fjóra þætti og þess vegna voru fjórir þættir dregnir. Notast var við hornskakkann snúning þar sem sú lausn uppfyllti betur kröfur um einfalda formgerð.

Þáttgreiningin var að mestu leyti í samræmi við uppbyggingu kvarðans, en tvö atriði voru með krossvægi við þátt tvö og fjögur. Það voru atriði 13: „Ég verð taugaóstyrkur þegar ég á ekki nægan pening“ og atriði 10: „Ég hef áhyggjur af því að ég muni ekki hafa fjárhagslegt öryggi“. Þær hlóðust á þátt tvö en ekki á þátt fjögur eins og uppbygging listans gerir ráð fyrir.

Tafla 6.

*Þáttgreining á MAS fjármálistanum.*

Atriði	Þáttur 1	Þáttur 2	Þáttur 3	Þáttur 4
9. Ég hegða mér eins og peningar séu tákngervingur velgengni.	<b>0,60</b>	0,17	-0,03	0,27
14.Í allri einlægni á ég hluti til að sýnast fyrir öðrum.	<b>0,58</b>	0,04	0,03	0,13
16.Ég verð að viðurkenna að ég stæri mig stundum af því hvað ég þéna mikla peninga.	<b>0,57</b>	0,11	0,18	-0,04
20.Þó ég ætti að dæma velgengni fólks eftir gjörðum þess, þá hefur fjárhagur þeirra meiri áhrif á mat mitt.	<b>0,57</b>	0,24	0,07	0,01
12.Fólk sem þekkir mig segir að ég leggi of mikla áherslu á hvað fólk þénar sem merki um velgengni þeirra.	<b>0,56</b>	0,10	0,16	0,08
2.Ég verð að viðurkenna að ég kaupí hluti vegna þess að ég veit að öðrum þykir mikið til þeirra koma	<b>0,51</b>	0,08	-0,09	0,18
27.Svo virðist sem ég sýni fólki sem er efnaðara en ég meiri virðingu	<b>0,48</b>	0,26	0,08	0,11
3.Ég nota peninga til að hafa áhrif á að annað fólk geri hluti fyrir mig.	<b>0,44</b>	0,07	-0,03	0,12
6.Ég reyni oft að komast að því hvort aðrir þéni meira en ég	<b>0,43</b>	0,37	0,13	0,06
23.Þegar ég kaupí eitthvað kvarta ég undan verðinu	0,16	<b>0,64</b>	-0,04	0,03
18. Það angrar mig þegar ég kemst að því að ég hefði getað keypt sömu vöru á lægra verði annarsstaðar.	0,04	<b>0,60</b>	0,15	0,20
1. Eftir að hafa keypt eitthvað velti ég því fyrir mér hvort ég hefði geta keypt það ódýrara annarsstaðar	0,14	<b>0,51</b>	-0,07	0,21
22. Ég segi ósjálfrátt: Ég hef ekki efni á þessu hvort sem það er rétt eða ekki.	0,12	<b>0,50</b>	0,14	0,00
19. Ég rífst eða kvarta yfir verði hluta sem ég kaupí.	0,17	<b>0,49</b>	0,06	0,07

Tafla 6. *framhald**Þáttagreining á MAS fjármálastanum.*

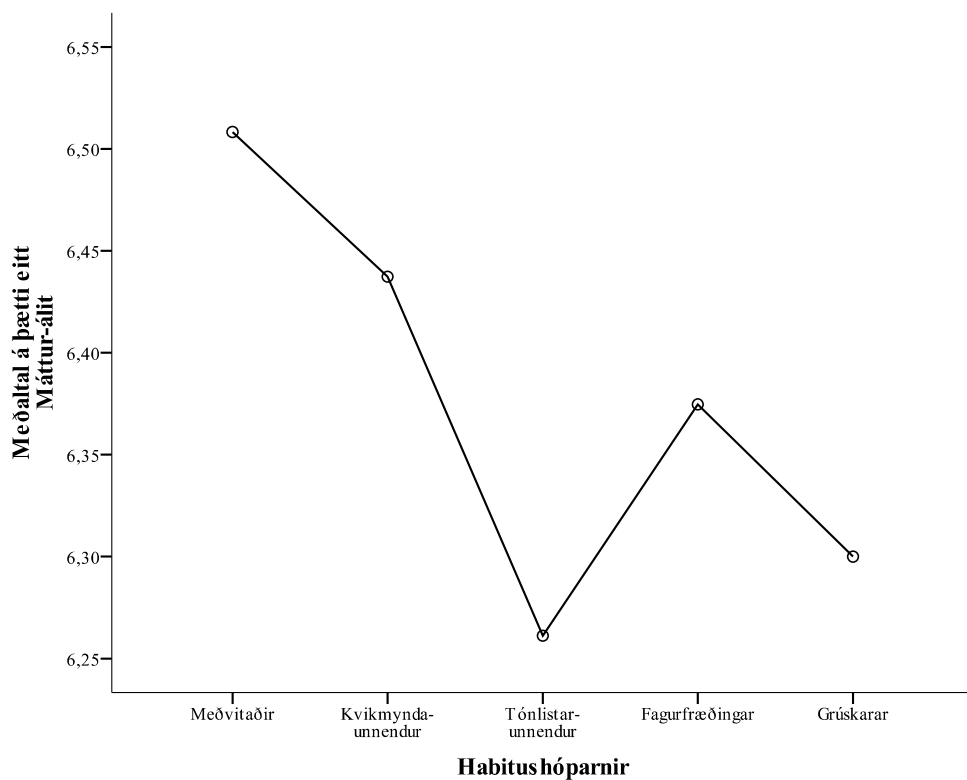
Atriði	Þáttur 1	Þáttur 2	Þáttur 3	Þáttur 4
4. Þegar ég geri stórkaup grunar mig að það sé verið að féfletta mig	0,16	<b>0,48</b>	-0,03	0,11
10. Ég hef áhyggjur af því að ég muni ekki hafa fjárhagslegt öryggi.	0,12	<b>0,46</b>	-0,04	0,44
13. Ég verð taugaóstyrk(ur) þegar ég á ekki nægan pening.	0,17	<b>0,45</b>	0,07	0,31
29. Ég hika við að eyða peningum jafnvel í nauðsynjar	0,06	<b>0,43</b>	0,30	-0,21
17. Ég geri fjárhagsáætlun fyrir framtíðina.	0,00	-0,01	<b>0,72</b>	0,23
24. Ég fylgi vandlega gerðri fjárhagsáætlun.	-0,06	0,06	<b>0,66</b>	0,20
26. Ég held vel utanum peningana mína.	-0,02	0,12	<b>0,66</b>	-0,40
11. Ég legg reglulega pening til hliðar fyrir framtíðina.	0,12	0,03	<b>0,58</b>	-0,01
28. Ég er mjög sparsamur/sparsöm.	-0,02	0,27	<b>0,57</b>	-0,36
21. Ég spara fyrir efri árin.	0,12	0,00	<b>0,52</b>	0,00
5. Ég á peninga til reiðu ef til annarrar efnahagskreppu kemur	0,15	0,06	<b>0,51</b>	-0,29
8. Þegar kemur að peningum er hegðun mín áhyggjuefni.	0,32	0,20	-0,22	<b>0,60</b>
7. Ég á erfitt með að standast tilboð.	0,33	0,24	0,04	<b>0,46</b>
25. Ég eyði peningum til að láta mér líða betur.	0,23	0,16	0,01	<b>0,45</b>
15. Það angrar mig ef ég þarf að sleppa útsölu.	0,30	0,21	0,06	<b>0,36</b>

Ekki var marktækur munur á milli habitushópanna á MAS-fjármálastanum í heild sinni,

$F(4,493)=1,592, p=0,175$ . Munur kom á milli habitushópanna á tveimur þáttum listans. Á

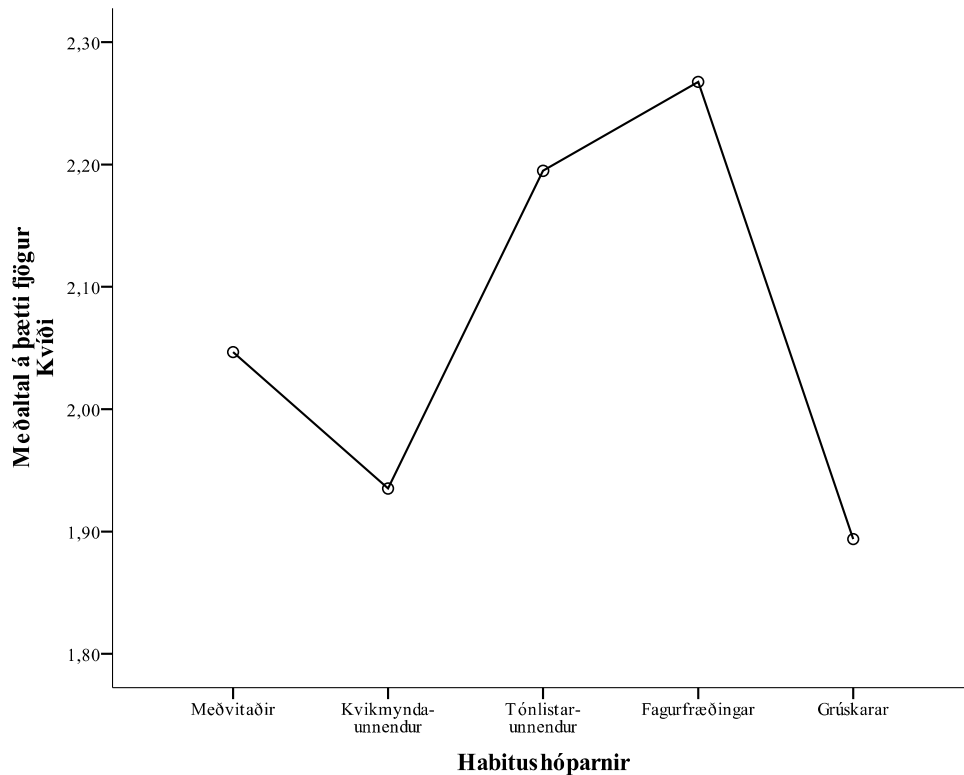
þætti eitt,  $F(4,493)=2,456 p=0,045$ , og fjögur,  $F(4,492)=2,883, p=0,022$ . Ekki kom munur á

milli hópa á þætti tvö,  $F(4,493)=1,763 p=0,1$ , og þætti þrjú,  $F(4, 493)=0,066 p=0,992$ .



Mynd 4. Meðaltöl habitushópanna á þætti eitt á MAS fjármálistanum.

Eins og sést á mynd 4 þá eru Meðvitaðir hæstir á þætti eitt, sem nefndist Mátur-álit á MAS fjármálistnanum. Aftur á móti eru Tónlistarunnendur lægstir á þessum þætti.



Mynd 5. Meðaltöl habitushópanna á þætti fjögur á MAS fjármálistanum.

Mynd fimm sýnir meðaltöl habitushópanna á þætti fjögur á MAS fjármálistanum sem nefnist Kvíði. Á myndinni má sjá að meðaltöl habitushópanna eru öll frekar lág á þessum þætti. Af hópunum eru Fagurfræðingar þó greinilega hæstir en Grúskarar lægstir.

Eftirásamanburður Bonferronis gaf ekki marktækan mun á milli einstakra meðaltala. F próf dreifigreiningar getur bæði fundið marktækan mun á milli mismunandi samsetninga meðaltala í töflunni, sem og mun á milli einstakra para meðaltala. Þess vegna getur F próf dreifigreiningarinnar verið marktækt þrátt fyrir að einstaka pör meðaltala séu það ekki.

## Umræða

Habituslistinn þáttagreindist í fjóra þætti. Þáttunum var gefið lýsandi heiti miðað við þær breytur sem hlóðustu á hvern þátt. Þættirnir voru nefndir Fagurfræði, Tónlist, Kvikmyndir og Fréttir og dægurmál. Klasagreining leiddi í ljós að hægt er að skipta fólki í fimm hópa eftir smekk þess á bókmenntum, tónlist, útvarpsstöðvum, kvikmyndum, sjónvarpsefni, íþróttum og tómstundum. Hver hópur kemur misjafnlega út á þáttum habituslistans. Habitushópunum var gefið lýsandi heiti eftir því hvernig þeir komu út á þáttum habituslistans. Hóparnir voru nefndir Meðvitaðir, Kvikmyndaunnendur, Tónlistarunnendur, Fagurfræðingar og Grúskarar. Hóparnir eru innbyrðis ólíkir hvað varðar aldur, kyn, menntun, efnishyggju og fjármál.

Meðvitaðir einkennast af því að horfa mikið á íslenska sjónvarpsþætti og fylgjast vel með fréttum og dægurmálum. Þeir eru ekki mikið inni í vinsælustu tónlistinni hverju sinni en hlusta eflaust á eldri dægurlagatónlist og finnst gott að grípa í bók af og til. Eldra fólk einkennir þennan hóp og er þetta elsti habitushópurinn. Konur eru í meirihluta í þessum hóp. Fólk í þessum hóp er helst að finna í greinum skyldum félagsfræði, hagfræði og viðskiptafræði. Það sækir minna en aðrir habitushópar í greinar raunvísinda og heilbrigðisvísinda. Af habitushópunum er þessi hópur minnst efnishygginn. Hann er minna efnishygginn en Tónlistarunnendur, Fagurfræðingar og Grúskarar. Þessi hópur metur einnig mátt peninga mest af habitushópunum og lætur fjármagn fólks stjórna áliti sínu á öðru fólki.

Líkt og nafnið gefur til kynna einkennist hópurinn Kvikmyndaunnendur af því að horfa mikið á kvikmyndir. Hann hlustar einnig meira á þunga tónlist en hinir habitushóparnir og spilar tölvuleiki. Þessi hópur er ekki mjög virkur að öðru leiti. Hann vill ekki sjá kvenlæg afþreyingarefni og tómstundir eins og rómantískar kvikmyndir, dans og hannyrðir. Hann fylgist minna en hinir hóparnir með fréttum og dægurmálum. Hlustar ekki mikið á tónlist og les ekki mikið bækur. Karlmenntu eru í meirihluta í þessum hóp. Þó svo að þeir séu ekki nema



54% innan hópsins í þessari rannsókn þá ber að hafa það í huga að innan Háskóla Íslands eru konur í meirihluta. Í þessu úrtaki voru konur einnig í meirihluta og hægt er að gefa sér að almennt í samfélaginu sé hlutfall karla hærra í þessum hóp. Innan hópsins er fólk helst í raunvísindagreinum. Borið saman við hina habitushópana er þessi hópur mest í raunvísindum, verkfræði- og tæknigreinum og listum. Þessi hópur er næst minnst efnishygginn. Hann er hvort tveggja minna efnishygginn og metur fjárhagslegt öryggi meira en Tónlistarunnendur. Peningar virðast skipta þennan hóp talsverðu máli. Hann metur fólk sem á peninga meira og fer vel með peningana sína.

Tónlistarunnendur, eins og nafnið gefur til kynna, einkennast af því að vera mikið inni í tónlist. Þeir hlusta mest á tónlist af vinsældarlistum útvarpsstöðvanna og þær útvarpsstöðvar sem spila þessa tónlit. Þeir hlusta ekki á klassísk dægurlög en þeim mun meira á popp- og danstónlist. Af habitushópunum horfir þessi hópur helst á rómantískar kvikmyndir og gamanmyndir en fylgist minna með íslensku sjónvarpsefni og dægurmálum. Þessi hópur les ekki mikið af bókum. Konur eru í miklum meirihluta í þessum hóp en 94% fólks innan hópsins eru kvenkyns. Innan þessa hóps eru flestir í félagsfræði og skyldum greinum, raun- og menntavísindum. Í samanburði við aðra habitushópa er þessi hópur mest í greinum mennta- og heilbrigðisvísinda en minna í greinum hugvísinda. Tónlistaunnendur eru efnishyggnaði habitushópurinn. Efnishyggnaði en bæði Meðvitaðir og Kvikmyndaunnendur. Að sama skapi skiptir fjárhagslegt öryggi þennan hóp minna máli en bæði Kvikmyndaunnendur og Grúskarar. Þessi hópur virðist síst láta fjárhag fólks hafa áhrif á mat sitt á því og notar peninga ekki sem einhverskonar máttarvald.

Fagurfræðingarnir eru þeir sem helst lesa bækur af habitushópunum. Þeir lesa allt frá íslensku fornritunum yfir í ævintýrabækur og ástarsögur. Þessi hópur virðist vera alæta á tónlist. Hann hlustar á allt frá Mozart yfir í Mugison, en sneiðir hjá Metallicu og öðru

þungarokki. Af habitushópunum er þetta sá hópur sem helst leggur stund á listrænar tómsundur, eins og að semja sögur, ljóð og leikri, ljósmyndun og myndlist. Aftur á móti leggur þessi hópur ekki mikla stund á íþróttir. Konur eru í meirihluta í þessum hópi. Fólk innan þessa hóps er helst í tungumálagreinum og félagsfræði og skyldum greinum. Það er aftur á móti lítið sem ekkert í hagfræði og viðskiptafræði og sneiðir alveg hjá verkfræði- og tæknigreinum. Þessi hópur er efnishyggjari en Meðvitaðir og metur fjárhagslegt öryggi meira en Tónlistarunnendur. Aftur á móti þá freistast þessi hópur frekar til að eyða peningum þegar tilboð eða útsölur eru í gangi og verslar til að lát sér líða betur.

Síðasti habitsuhópurinn fékk nafnið Grúskarar vegna þess að hann er yfir meðallagi á þremur af fjórum þáttum habituslistans. Þessi hópur er mikið fyrir eldri kvikmyndir eins og Platoon, A Clockwork Orange, Star Wars og The Matrix myndirnar. Flestar myndirar á þessum þætti eru frekar ofbeldisfullar. Líkt og Kvikmyndaunnendur hafnar þessi hópur kvenlægu afþreyingarefni og tómsundum. En ólíkt Kvikmyndaunnendum hlustar þessi hópur á tónlist af vinsældarlistum útvarpsstöðvanna og þunga rokktónlist í bland. Hann fylgist með fréttum og dægurmálum en les ekki mikið bækur og er ekkert sérstaklega listhneigður. Þessi hópur er sennilega allur í boltanum og fylgist hvort tveggja með íslenska og enska boltanum. Hann stundar sjálfsagt sjálfur tuðruspark eða aðra boltaíþrótt í frítíma sínum. Það kemur ekkert sérlega mikið á óvart að karlmenn eru í miklum meirihluta í þessum hópi en konurnar í þessum hópi eru aðeins 16%. Fólk í þessum hópi er helst að finna í hagfræði og viðskiptafræði, félagsfræði og skyldum greinum og svo í raunvísindum. Þessi hópur er minna en aðrir habitushópar í greinum á sviði menntavísinda, hugvísinda, tungumála, og lista. Grúskarar eru í meðallagi efnishyggjari. Þeir eru efnishyggjari en Meðvitaðir. Ólíkt Fagurfræðingunum eiga þeir auðvelt að standast tilboð og versla ekki til láta sér líða betur.

Þegar niðurstöðurnar eru teknar saman sést að þeir habitushópar sem eru með konur í meirihluta eru þeir hópar sem eru efnishyggnaðir. Tónlistarunnendur, sem eru nær engöngu konur, er lang efnishyggnaði habitushópurinn og Fagurfræðingar fylgja þar á eftir.

Meðvitaðir eru minnst efnishyggnaði hópurinn. Þessi hópur sker sig líka úr að því leiti að fólkið í honum er mun eldri en í hinum hópnum. Í hinum habitushópnum dreifist fólk aðallega í kringum 21-25 ára aldursbilið. Meðvitaðir eru mikið eldri og eru flestir í þeim hóp eldri en 30 ára.

### *Samanburður við eldri habitusrannsóknir*

Séu niðurstöður þessarar rannsóknar bornar saman við eldri rannsóknir á efninu kemur í ljós að ákveðin líkindi eru þar á milli. Habitushópurinn sem fékk heitið Kvenleiki endurspeglast í hópnum sem nefndur var Tónlist í þessari rannsókn. Konur eru í yfirgnæfandi meirihluta og einkennist hópurinn af því að mikið er hlustað á tónlist sem kemst hátt á vinsældarlistum útvarpsstöðvanna. Rómantískar gamanmyndir eru þær kvikmyndir sem fólk í þessum hóp horfir helst á.

Habitushópurinn sem fékk heitið Íþróttir og kvikmyndir svipar mjög til hópsins sem fékk heitið Grúskarar í þessari rannsókn. Það sem einkennir hópana er að fólk í hópnum horfir mikið á kvikmyndir og stundar jafnan boltaíþróttir.

Habitushópurinn sem var nefndur annarsvegar Klassísk tónlist og hinsvegar Listir er keimlíkur hópnum sem var nefndur Fagurfræði. Það sem einkennir alla þessa hópa er að það er hlustað á klassíska tónlist og margir hverjir spila á hljóðfæri.

Óvirku hóparnir tveir í fyrri rannsóknnum sjást örlítið í hópnum Kvikmyndaunnendur. Hann er undir meðaltali á þremur af fjórum þáttum habituslistans og virðist því ekki vera sérlega vikur hópur. Hann er einungis yfir meðaltali á þættinum sem nefndist kvikmyndir. Á

Þann þátt hleðst einmitt sú tómsundaiðja að spila tölvuleiki, sem var ein af fáum breytum sem einkenndi hópin Óvirkir hjá 19-22 ár ungmennum. Þessi niðurstaða kemur kannski ekkert á óvart þar sem þessir tveir hópar eru mjög nálægir í aldri.

### *Samanburður við tónlistarrannsóknir*

Í innganginum kom fram að yfirleitt koma fram fjórir eða fimm þættir þegar tónlistarsmekkur fólks er þáttagreindur. Þrír af þessum þáttum eru nauðalíkir á milli rannsókna. Tónlistin sem einkennir þessa þrjá þætti eru klassísk tónlist og jazz, rokk og þungarokk og svo rapp og hiphopp. Í þessar rannsókn voru mun fleiri breytur en eingöngu tónlist þáttagreindar saman. Séu þættirnir í þessari rannsókn bornir saman við þessa þrjá þætti sem iðullega koma fram við þáttagreiningu tónlistar kemur í ljós að samsömun er á milli tveggja þátta. Á þáttinn Fagurfræði hleðst klassísk tónlist og jazz og á þáttinn Kvikmyndir hleðst þungarokk. Rapp og hiphopp tónlist kemur ekki fram á þáttum habituslistans. Verið getur að þegar fleiri breytur en tónlist eru teknar með í þáttagreiningu breytist formgerðin. Þessir skýru tónlistarþættir sem alltaf koma fram gætu fallið inn í aðra þætti eða að aðrar breytur en tónlist skýri þáttauppbygginguna. Þetta gæti líka verið tilkomið vegna aðferðafræðilegra ágalla. Lítið var um rappara og tónlistarmenn sem flytja hiphopp á spurningalistnum og gæti það verið skýring á því að enginn rapp og hiphopp tónlist hlóðst skýrt á einhvern þáttinn.

### *Lokaorð*

Þessar rannsóknir benda til þess að fólk flokkist niður í hópa sem byggja á félagslegum grunni þess. Þessi rannsókn gefur vísbendingar um að þessi flokkun nái til fleiri sviða lífs okkar en bara val á afþreyingarefni og tómsundum. Frekari rannsóknir á þessu efni gætu

staðfest það enn frekar og víkkað þessa flokkun út. Hægt væri að kanna mun habitushópa á stjórnmalaskoðunum, viðhorfum til umhverfismála og náttúrunnar. Jafnvel væri hægt að kanna mun habitushópa á búsetu og starfstéttum. Næsta skref í rannsóknum á habitushópum gæti verið að fara út fyrir skólakefið og kanna hvort hægt sé að skilgreina habitushópa meðal fólks á vinnumarkaðnum. Með frekari rannsóknum á þessu efni væri hægt að hagnýta þessa flokkun til dæmis hvað varðar val á námi, skóla, starfsframa og búsetu. Hægt væri auk þess að nýta þessi flokkun við markaðssetningu hverskonar. Ennþá er samt mjög langt í að hægt verði að hagnýta þessa flokkun en niðurstöður rannsókna benda allar í rétta átt.

## Heimildir

- Auður Magnús Leiknisdóttir, Ásdís Aðalbjörg Arnalds, Friðrik H. Jónsson (2009). *Staða og þróun jafnréttismála við Háskóla Íslands 2003-2007*. Reykjavík: Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands.
- Ásta M. Urbancic, Ólafur Rastrick (Ritstj.) (2008). *ÍSNAÐ2008 Íslensk náms- og menntunarflokkun*. Reykjavík: Hagstofa Íslands.
- Bennett, A. (2000). *Popular music and youth culture: music, identity and place*. Palgrave MacMillan.
- Berry, D.S. (1990). Taking People at Face Value: Evidence for the Kernel of Truth Hypothesis. *Social Cognition*, 8(4), 343-361.
- Boele, D.R. (2000). *The Big Five Personality Factors: The psycholexical approach to personality*. Ashland: Hogrefe & Huber Publishers.
- Bounds, M., Hiller, J., Rooksby, M. (2002). *Habitus: a Sense of Place*. Hampshire: Ashgate.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.
- Burney, C. (2010). *A general history of Music, from the earliest to the present period*. (2.útg). London: Payne and Son.
- Clayton, M., Herbert, T. (2003). *The cultural study of music: a critical introduction*. New York: Routledge
- Colley, A.(2008). Young People's Musical Taste: Relationship With Gender and Gender-Related Traits. *Journal of Applied Social Psychology*, 38(8), 2039-2055.

- Creed, D.W.E., Scully M.A., Austin J.R. (2002). Clothes make the person? The tailoring of legitimating accounts and the social construction of Identity. *Organization Science* 13(5) 475-496.
- Crossley, N. (2001). The phenomenological habitus and its construction. *Theory and Society* 30, 81-120.
- Davies, S., Guppy, N. (1997). Fields of Study, Collage Selectivity, and Student Inequalities in Higher Education. *Social Forces*, 75, 1417-1438.
- Fowler, B. (1999). Pierre Bourdieu's sociological theory of culture. *Variant*, vol 2(8), 1-4.
- Furnham, A. (2002). *Personality at Work: The role of individual differences in the workplace*. London: Routledge.
- Grenfell, M. (Ritsj.) (2008) *Pierre Bourdieu: Key concepts*. London: Acumen.
- Griffis, S.E., Goldsby T.J., Cooper, M. (2003). Web-based and mail surveys: A comparison of response, data and costs. *Journal of Business Logistics*, 24(2), 237-258.
- Guðbjörg Vilhjálmsdóttir (2005). Habitus íslenskra unglunga *Rannsóknir í Félagsvísindum VI*. Reykjavík: Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands.
- Guðbjörg Vilhjálmsdóttir (2008). Habitus íslenskra ungmenna á aldrinum 19-22 ára. *Rannsóknir í Félagsvísindum IX*. Reykjavík: Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands.
- Goshling, S., Vazire, S., Srivastava, S., John, O.P. (2004). Should We Trust Web-Based Studies? A Comparative Analysis of Six Preconceptions About Internet Questionnaires. *American Psychologist*, 59(2), 93-104.
- Hogg, M.A. (2006). Social Identity Theory. Burk P.J. (Ritstj.) *Contemporary Social Psychological Theories*(111-136). Kalifornía: Stanford University Press.
- Hogg, M.A., Vaughan G.M. (2011). *Social Psychology* (6.útg). Harlow: Pearson Education Limited.

- Horvat, E.M. (1997). Structure, Standpoint and Practices: The Construction and Meaning of the Boundaries of Blackness for African-American Female High School Seniors in the Collage Choice Process. *American Educational Research Association*, 3-31.
- Horvath, P., Zuckerman, M. (1993). Sensation seeking, risk appraisal and risky behavior. *Personality and Individual Differences*, 14, 41-52.
- Hossler, D., Schmit, J., Vesper, N. (1999). *Going to college: How social, economic, and educational factors influence the decisions students make*. Baltimore: John's Hopkins University Press.
- Lasseron, M. (2008). Music and medicine. *Medical Humanities*, 38, 118-119.
- Madsen, C.K., Smith, D.S., Feeman, C.C. (1988). The use of music in cross-age tutoring within special education settings. *Journal of Music Therapy*, 25(3), 135-144.
- Mare, R.D. (1980). Social Background and School Continuation Decisions. *Journal of the American Statistical Association*, 75, 295-305.
- Nash, R. (1999). Bourdieu, 'habitus', and educational research: Is it all worth the candle? *British Journal of Sociology of Education*. 20(2), 175-187.
- Navarro, Z. (2006). In Search of Cultural Intepretation of Power. *IDS Bulletin* 37(6), 11-22.
- Nora, A. (2004). The Role of Habitus and Cultural Capital in Choosing a College, Transitioning From High School to Higher Education, and Persisting in College Among Minority and Nonminority Students. *Journal of Hispanic Higher Education*, 3, 180-208.
- North, A.C., Hargreaves, D.J. (1999). Music and adolescent identity. *Music Education Research*, 1, 75-92.
- Reay, D., David, M.E., Ball S. (2005). *Degrees of Choice: social class, race and gender in higher education*. London: Trentham Books Limited.



- Rentfrow, P., Gosling, S. (2011). The Structure of Musical Preferences: A Five-Factor Model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(6), 1139-1157.
- Rentfrow, P., Gosling, S. (2003) A very brief measure of the Big-Five personality domains. *Journal of Research in Personality*, 37(6), 504-528.
- Rentfrow, P., Gosling, S. (2006). Message in a Ballad: The Role of Music Preferences in Interpersonal Perception. *Psychological Science*, 17(3), 236-242.
- Rentfrow P., Gosling, S., Zilca, R. (2010) Listening, Watching, and Reading: The Structure and Correlate of Entertainment Preferences. *Journal of Personality*, 79(2), 223-258.
- Rentfrow, P., McDonald, J., Oldmeadow J. (2009). You Are What You Listen To: Young People's Stereotypes about Music Fans. *Group Processes and Intergroup Relations*, 12(3), 329-344.
- Richins, M.L. (2004). Material Values Scale: Measurement Properties and Development of a Short Form. *Journal of Consumer Research*, 31, 209-219.
- Roberts, J.A., Sepulveda, C.J. (1999). Demographics and money attitudes: a test of Yamauchi and Templers (1982) moneyattitude scale in Mexico. *Personality and Individual Differences*, 27(1), 19-35.
- Schierman, M.J. og Rowland, G.L. (1985). Sensation-seeking and selection of entertainment. *Personality and Individual Differences*, 6(5), 599-603.
- Stangor, C., Lange, J. (1993). Mental representations of social groups: Advances in understanding stereotypes and stereotyping. M. P. Zanna (Ritstj.), *Advances in experimental social psychology*, 26. (357-416). New York: Academic Press.
- Thompson, W.F. (2009). *Music, thought, and feeling: understanding the psychology of music*. New York: Oxford University Press.

- Werfhorst, H.G., Sullivan, A., Cheung, S.Y. (2003). Social Class, Ability and Choice of Subject in Secondary and Tertiary Education in Britain. *British Educational Research Journal*, 29, 41-62.
- Widdicombe, S., Wooffitt, R. (1995). *The language of youth subcultures: Social identity in action*. New York: Harvester Wheatsheaf.
- Wilson T.C. (2002). The Paradox of Social Class and Sports Involvement: The Roles of Cultural and Economic Capital. *International Review for the Sociology of Sport*, 37(1), 5-16.
- Yamauchi K.T. Og Templer D.I. (1982). The Development of a Money Attitude Scale. *Journal of Personality Assessment*. 46(5), 522-528.
- Zuckerman, M. (1979). Sensation seeking and risk-taking. In C. E. Izard (Ritstj.), *Emotions in personality and psychopathology* (163–197). New York: Plenum.
- Zuckerman, M. (1984). Sensation seeking: A comparative approach to a human trait. *Behavioral and Brain Sciences*, 7, 413–471.
- Zuckerman, M. (1994). *Behavioral expressions and biosocial bases of sensation seeking*. New York: Cambridge University Press.