Hvaða áhrif hefur það á líðan barna að vera þátttakendur á neytendamarkaði?

Theodór Francis Birgisson

Lokaverkefni til BA-gráðu í félagsráðgjöf
Háskóli Íslands
Félagsvísindasvið
Hvaða áhrif hefur það á líðan barna að vera þátttakendur á neytendamarkaði?

Theodór Francis Birgisson
261267-5789

Lokaverkefni til BA-gráðu í félagsráðgjöf
Leiðbeinandi: Guðný Björk Eydal

Félagsráðgjafardeild
Félagsvísindasvið Háskóla Íslands
júní 2013
Ritgerð þessi er lokaverkefni til BA gráðu í félagsráðgjöf og er óheimilt að afrita ritgerðina á nokkurn hátt nema með leyfi réthafa.

© Theodór Francis Birgisson, 2013

Prentun: Háskólaprent 2013
Reykjavík, Ísland 2013
Útdráttur
Samfélagið sem við lifum í hefur talsverð áhrif á sjálfsmynd okkar og hvernig við metum eigin verðleika. Samfélagið hefur breyst mikið undanfarna áratugi og neyslubáttafaka almennings hefur aukist mikið. Börn verða í sífellt ríkari mæli þátttakendur í neyslusamfélaginu og þessi ritgerð fjallar um þátttöku þeirra sem neytendur. Í ritgerðinni er spurt hvert neysla hafi áhrif á liðan barna og til að svara þeirri spurningu eru notaðar niðurstöður þeirra rannsókna sem framkvæmdar hafa verið. Um er að ræða fræðilegt yfirlit þannig að ekki er framkvæmd sérstök rannsókn heldur eru skoðaðar niðurstöður rannsókna og staða þekkingar á sviðinu greind.

Aðeins ein heildstæð rannsókn hefur verið gerð hérlendis sem tekur mið af upplifun barnanna sjálfrá en nokkuð margar rannsóknir hafa verið gerðar erlendis. Niðurstöðurnar eru afdráttarlausar. Börn sem eru virkir þátttakendur á neytendamarkaði eru líklegri til þess að búa við andlega vanheilsu en þau sem eru minna virk á þeim markaði. Ljóst er að börn sem taka þátt í kauphyggjunni sýna sterkt tilheiningu til að glíma við þunglyndi, sýna meiri kviða, hafa lægra sjálfsmat og glíma frekar við sálvefræn einkenni en þau börn sem taka ekki þátt.

Lykilhugtök: Millialdur, neysla, liðan og félagsráðgjöf

Formáli
Ritgerð þessi er 12 ECTS eininga lokaverkefni til BA gráðu í félagsráðgjöf við Háskóla Íslands. Leiðbeinandi minn er dr. Guðný Björk Eydal, prófessor við Félagsráðgjafardeild. Færi ég henni mínar bestu þakkir fyrir faglegar leiðbeiningar, hvatningu og áskoranir sem höfðu mikið áhrif á mig við skrif þessar ritgerðar. Þá vil ég þakka fjölskyldu minni, börnum og tengdabörnum, fyrir hvatningu og uppörranir við þetta verkefni. Síðast en ekki síst vil ég þakka eiginkonu minni, Katrínu Porsteinsdóttur, fyrir ómetanlega stuðning, hvatningu og leiðbeiningar við þetta verk sem og allan þann stuðning sem hún hefur verið mér í gegnum námið mitt frá upphafi til enda. Þú ért sannarlega ljósið í lífi mínu og án þín hefði þetta aldrei gerst.
Útdráttur ...............................................................................................................1
Formáli ..................................................................................................................1
1. Inngangur .........................................................................................................3
2. Níu til tólf ára börn - millialdur .................................................................5
   2.1 Samantekt ..................................................................................................6
3. Neyslusamfélag ..............................................................................................6
   3.1 Félagsmótn ...............................................................................................8
   3.2 Félagsmótn barnsins ................................................................................9
   3.3 Samantekt .................................................................................................11
4. Rannsóknir á neysluþátttöku millialdursins ............................................12
   4.1 CTC ráðstefnurnar ..................................................................................13
   4.2 Samantekt .................................................................................................14
5. Kauphegðun og sjálfsmynd ........................................................................14
   5.1 Mælingar á fátækt ....................................................................................19
   5.2 Afleiðingar fátæktar ..............................................................................22
   5.3 Samantekt .................................................................................................26
6. Umræður .........................................................................................................28
7. Lokaorð ..........................................................................................................29
Heimildir ..........................................................................................................32
Viðauki 1 ............................................................................................................38
1. Inngangur
Í kjölfar íðnbyltningar breyttust lífshættir verulega á Íslandi eins og annars staðar þar sem byltingin reið yfir. Gamalt og rótgróð bændasamfélag lét í minnipokann fyrir neyslusamfélagi (e. consumer society) þar sem þörfir fyrir aðkeypta þjónustu og vörur jökt. Breytingin var gifurleg og hafði áhrif á alla landsmenn með einum eða öðrum hætti. Í þessari ritgerð er spurt hvaða áhrif þátttaka á neytendamarkaði hafi á líðan niú til tölfl ára barna. Til að svara þessari spurningu eru notaðar niðurstöður niðurstöðuð úr þeim rannsóknum sem gerðar hafa verið. Þegar rætt er um neyslu í þessari ritgerð er vísæ til þátttöku einstaklinga á neytenda markaði.

Hér er að ferðinni heimildarritgerð þar sem unnin er greining á stöðu þekkingar á áhrifum neyslu á líðan barna á ákveðnum aldrí. Heimildaöflun fór fram í janúar og febrúar 2013 og var hún framkvæmd með leit á viðurkenndum leitarvéllum. Lykilhugtök eru millialdur, neysla, líðan og félagssráðgjöf. Þegar þessi orð eru slegin inn í leitarvélar1 fást leitarniðurstöður í tugbúsunda vís. Við vinnslu þessa verks reyndist því nauðsynlegt þrengja leitarskilyrðin og var það gert meðal annars með því að miða leitina við ákveðin ártöl og velja ákveðna fræðimenn fram yfir aðra. Valdar voru dagsetningar sem eru nálægar okkur í tíma og fræðimenn sem hafa verið afkastamiklir í rannsóknum málaflókssins undanfarna tvo áratugi. Þegar því var lokið sáttu eftir nokkur hundruð fræðigreinar og las höfundur sig í gegnum nokkrar tugi góðra greina og valdi úr þeim þær greinar sem fjalla um rannsóknir sem framkvæmdar hafa verið í norðanverðri Evrópu og Bandaríkjunum. Þar með var lagður grunnur að þessu verki.

Höfundur þekkir vel til þeirrar glímu að búa við skort þar sem hann er fjögurra barna faðir og átti um tíma í miklum fjárhagsferfiðleikum og gat ekki uppfyllt þær langanir sem börnin hans báru í brjóstí sér. Þó svo að fjárhagsferfiðleikarnir hafi verið tímatunum, eins og hjá flestum sem í þeim lenda, og sem betur fer að baki, hefur þessi umráða aldrei vikið frá honum. Það eru mörg sildferðisleg álíamál sem koma upp í svona ritsmið og eitt af þeim er hvort fyrri reynsla og upplifun höfundar hafi áhrif á val hans á greinum og sjónarhorni sem notað er í vinnslu ritgerðarinnar. Höfundur hefur auk þess sem hann stundar nám við Háskóla Íslands starfað sem hjónabandsráðgjafi í nokkur ár og var þar á undan sóknarprestur í tíu ár. Í fyrri störfum hefur hann því margað staðið frammi fyrir foreldrum sem upplifa sig

1 Pro Quest, Web of Knowlegde, Academic Search Premier, ScienceDirect – Elsevier og Social Services Abstracts
vanmáttuga í baráttunni fyrir lifibrauðinu. Þar hafa komið upp spurningar eins og hvort sé mikilvægara að leyfa börnunum að njóta þess að fá lphone í fermingargjöf eins og „allir” vinirnir fá eða greiða vanskil sem hvila eins og mara á öðrum eða báðum aðllum parsambands eða einstæðu foreldri. Öll reynsla mötar mann og breytir afstöðu manna en höfundur hefur í þessu verki kappkostað að horfa út fyrir eigin reynslu og draga önnur sjónarhorn inn í umræðuna og telur að það hafi tekist. Í því námi sem höfundur á að baki í félagsráðgjöf er lögð mikil áhersla á gagnrýna hugsun og hefur höfundur nýtt námstímann vel í sjálfsskoðun og farið í gegnum ákveðið uppgjör við fortíðina og telur að það hafi hjálpað mikil við viðna þessa verks.

Ritgerðin er þannig byggð upp að þar byrjað er á því í kafla tvö að skilgreina hvaða aldurshóp fjallað verður sérstaklega um og af hverju sá hópur er valinn. Í þriðja kafla er fjallað um neyslusamfélag og hvernig það á þátt í að móta persónuleika einstaklinga, og þá sérstaklega barna á tilteknum aldri. Í fjórða kafla er fjallað um hvaða rannsóknir hafa verið gerðar á neyslu barna hérrendis, í Evrópu og Bandaríkjunum og í fimmta kafla er rætt um kauphegðun og sjálfsmýnd einstaklinga. Þar er einnig fjallað um fátækt, hún skilgreind og rætt um mögulegar afleiðingar fátæktar á börn. Í sjótta kafla eru niðurstöður ræddar, en til hægðarauka fyrir lesendur fylgir einnig samantekt í lok hvers kafla fyrir sig. Í lokaorðum er fjallað um hvernig verkið allt tengist í raun félagsráðgjöf og þeim fjölmörgu tækifærum sem félagsráðgjafar hafa til að vinna með fólki að því að bæta aðstæður sínar.

Við val á lokaverkefni í grunnnámi félagsráðgjafar lá það jööst fyrir í nokkur tíma að höfundur myndi skrifa um eitt hvað það sem tengist fjármálum og tengsl á milli afkomu og velferðar barnanna. Höfundur valdi upprunalega nám í félagsráðgjöf þar sem fagið hefur mikla faglega viðd. Félagsráðgjafar hafa gríðarlega mörg tækifæri til að hjálpa fólki til sjálfsjálpar. Viðfangsefni þessarar ritgerðar snýst um verkefni allra félagsráðgjafa sem starfa með börnum og fjölskyldum þeirra, óháð því hverjar fjárhagsaðstæður fjölskyldunnar eru. Höfundur telur mikilvægt að vel sé hugað að liðan barna í fjölskyldum, bæði þar sem fjármál eru í jafnvægi og þar sem skórin þrengir að. Umræðan er holl og nauðsynleg og í þessu verki er leitast við að svara mikilvægri spurningu þó svo að höfundi sé ljóst að við það vakna enn fleiri spurningar.
2. Níu til tólf ára börn - millialdur

Í þessari ritgerð er fjallað sérstaklega um áhrif neyslu á liðan barna á tilteknum aldri. Þó svo að allir íbúar hvers samfélags fyrir sig séu þátttakendur í lifsgæðakapphlaupinu með einum eða öðrum hætti er í þessu verki eingöngu verið að horfa til barna á millialdri eins og hann er skilgreindur í þessum kafla. Börn á aldrinum níu til tólf ára eru orðin talsvert áberandi markaðshópur í neyslusamfélagi nútimans. Þessi aldurshópur hefur verið kallaður „Tweens” eða „Be-tweens” eða sá hópur barna sem er á milli þess að vera börn og unglingar (e. Between child and teenager). Í þessu verki velur höfundur að skilgreina þennan hóp sem millialdur (e. tweens).


2 Til dæmis Siegel, Coffey, Livingston, Cook og Kaiser

2.1 Samantekt

Millialdur hefur alltaf verið til þar sem hugtakið vísar til þeirra einstaklinga sem eru á milli þess að vera börn og unglingar. Í þessu verki er visað til millialdurs sem niu til tólf ára en nokkuð mismunandi er hvaða aldur er tilgreindur í þessu hugtaki. Sumir fræðimenn telja að millialdur sé frekar huglægt hugtak en að það spanni ákveðinn aldurshóp, þar sem hugtakið eigi við þá sem upplifa sig á ákveðnu skeiði. Millialdur hefur undanfarna áratugi verið markaðsfólki og framleiðendum áhugaverður hópur, enda kemur hann ungur að neytendamarkaði og dvelur því lengur en aðrir hópar á þeim markaði.

3. Neyslusamfélag

Til að mæta sífellt vaxandi þörf neyslusamfélagsins á varningi hefur framboð á vörum og þjónustu aukist jafnharð. Með auknu framboði fóru framleiðendur að sjá sér hag í því að merkja sín vörur sérstaklega til að auka eftirspurn eftir sinni vörö umfram aðrar sambærilegar vörur. Þetta var fyrsta skreifið í því sem við þekkjam í dag sem vörumerki, en margvísleg merkjavara er afar vinsæl hjá nútíma kaupendum, sérstaklega yngri kynslóðanna. Smám saman fóru vörumerki að standa fyrir meira en bara hreinn aðgreiningu og nú er svo komið að heil fræðigrein í akademíunni er tileinkuð vörumerkjum (Aaker, 1996; Kapferer, 2008; Keller, 2008).


Wang (2011) heldur því fram að neyslusamfélagið hafi breytt til muna afstöðu einstaklinga til innkaupa. Í lok 19. aldarinnar hafi ákveðin vara eingöngu verið metin út frá notagildi vörurnar sjálfræ fæ frum augum kaupandans. Þá hafi einstaklingurinn metið vörüna með ákveðnum hætti og fundið út hvort hún mætti þörf neytandans og ef það var raunin og

3.1 Félagsmóttun

Öll samfélög fara í gegnum ákveðið ferli sem mótar birtingarmynd þess. Í þessari ritgerð er umfjöllunarefnið neyslusamfélag og áhrif neyslunnar á liðan barna á ákveðnum aldri. Í verkinu visar félagsmóttun (e. socialization) til þess ferils einstaklingsins að leita sér þekkingar, þróa með sér félagsfærni og aðlaga sig þeim höpi einstaklinga sem er þeim samferða í lífinu. Í greininni er dregin fram framsetning þýska vísindamannsins Erich Fromm (f.1900 – d.1980) til að fjalla um félagsmóttun. Fromm er einn þeirra fræðimanna sem hafa gert félagsmóttun að umfjöllunarefní sínu (Fromm, 1976). Þó svo að Fromm hafi ekki verið brautryðjandi á þessum vetttvangi, og eins og gengur og gerist séu ekki allir sammála hans
kenningum eða framsetningu, er hann nálægur okkur í tíma og finnst höfundin náligun hans mjög áhugaverð.


Prátt fyrir að skrif Fromms séu kominn til ára sinna og þjóðfélagsmynstur hafi breyst miði í gegnum áratugina er enn vitnað í skrif hans þar sem þolurneiki samfélagins litur enn sömu lögmálu og hann gerði fyrir 40 árum. Fromm (1969) heldur því fram að neyslusamfélagið verði til þess að allir líti á sjálfa sig og aðra eintaklinga sem verslunargóru. Allir gera það sem þeir geta til að uppfylla kröfur og væntingar annarra til sín, til að verða betri sölurvara í augum samfélagins. Fromm heldur áfram og segir:


### 3.2 Félagsmótar barnsins

Þar sem tilgangur þessa verks er að skoða hvaða áhrif neysla barna á millialdri hefur á líðan
þeirra, verður í þessum kafla fjallað sérstaklega um þá þætti félagsmótunnar sem snúa að börnum á millialtri eins og hann er skilgreindur í þessu verki.


Hægt er að skipta sjálfsmynnd einstaklinga í tvo þætti, eigin sjálfsmynnd (e. self-identity) og félagsslega sjálfsmynnd (e. social-identity). Eigin sjálfsmynndin þróast vegna innri átaka/ferilverkunnar einstaklingssins en félagsslega sjálfsmynndin verður til í því umhverfi sem einstaklingurinn lifir í. Þessir tveir hlutar sjálfsmynndar eru hvor öðrum háðir. Þegar einstaklingur dregur sig út úr félagsslegu umhverfi og stundar innkaup fyrir sjálfan sig hefur félagsslega sjálfsmynndin sem myndast í umhverfinu verulega mikil áhrif á það sem einstaklingurinn ákveður að kaupa fyrir sig. Ef einstaklingurinn hefur ekki kaupgetu til að kaupa inn í samræmi við hugsunarhátth samfélagssins getur það orðið til þess að viðkomandi dregur sig til hlés, eða verður fráhverfur umhverfi sínu. Einstaklingurinn upplifir þá sjálfan sig

---

3 Til dæmis Jenks, Kline, Linn, Polakow, Postman, Steinberg, Kincheloe og Winn

Neyslusamfélagið er þunglyndislegt, það að upplifa sig töman, kaldan og flatan sé lasleiki sem þurfi að lækna með því fylla á og auðga líf sitt með efnislegum hlutum. Að hvoma í sig sé frelsunin – að versla og liða vel!

Hverfull og tímanbundinn heimur neyslusamfélagsins hefur mikil áhrif á sjálfsamfellu (e. self-continuation) einstaklingsins og þá tilfinningu að einstaklingurinn sé heill (Bauman, 1998).

3.3 Samantekt
Ýmsir fræðimenn telja að neyslusamfélagið hafi breytt hugsun manna um neyslunarsins sem áður fyrir hafi eingöngu verið verðlagður út frá notagildi vörunrar. Nú sé tiska og álit annarra ekki síður hluti af verðlagningu en hreint notagildi. Þessi þróun hafi orðið
til þess að þátttaka einstaklinga á neytendamarkaði hafi leitt af sér þörf einstaklinga til sjálfssýningar, það er þörfin á að sýna hversu mikið einstaklingurinn getur keypt af hinu og þessu. Það hafi aftur leitt til þess að ánægja með vöruna víkur auðveldlega fyrir lönung og þörf fyrir nýjar vörur.

Öll samfélög fara í gegnum ákveðna móten sem kölluð hefur verið félagsmóten. Fromm skilgreinir félagsmóten neyslusamfélagsins út frá stöðugri tilraun einstaklinganna til að falla í hópinn með því keppast við að vera jafngildir þátttakendur á neytendamarkaði eins og samferðamennirnir. Aðeins þeir sem geta keypt það sama og allir hinir séu fullgildir meðlimir samfélagsins.

Þvert á sjónarmið Barnasáttmála Sameinuðu þjóðanna sem kveður á um að börn skuli í hvivetna njóta sama réttar og fullorðinir finnast fræðimenn sem telja að börn eigi ekki að fara með ákvörðunarrétt til neyslu. Þau hafi ekki til þess þroska eða vitsmuni. Þessir sömu fræðimenn telja að sjónvarp og internetmiðlar hafi náð miklum árangri í að minnka bilið á milli barna og fullorðinna og í raun sé barndómurinn eins og við höfum þekkt hann að liða undir lok.


4. Rannsóknir á neyslubláttni millialdurins


4.1 CTC ráðstefnurnar

Ein stærsta óverfaglega ráðstefnan í Evrópu sem fjallar um neysluvenjurs barna og unglinga eru CTC ráðstefnurnar (International Conference on Multidisciplinary Perspectives on Child

4.2 Samantekt

Aðeins ein heildstæð rannsókn hefur verið gerð á Íslandi sem snýr beint að líðan barna sem þátttakendum á neytendamarkaði en það er rannsókn Cynthia Lisa Jeans sem hún gerði í samstarfi við Reykjavíkurborg og var liður í MA verkefni hennar í félagsráðgjöf. Á Norðurlöndunum hafa tugir rannsókna um þetta viðfangsefni verið gerðar á síðustu áratugum. Þær benda allar í sömu átt, börn og unglingar eru miklir þátttakendur á neytendamarkaði og ekkert bendir til þess að þátttaka þeirra muni minnka á komandi árum. Annað hvert ár eru haldnar stórar ráðstefnur á vegum háskólasamfélagi í Evrópu þar sem fjallað er um rannsóknir sem gerðar hafa verið á áhrifum neyslu á líðan barna.

5. Kauphegðun og sjálfsmynd

Neyslusamfélagið og sú breyting sem orðið hefur á samfélagsgerðinni hefur haft mikil áhrif á það hvernig einstaklingar sjá sjálfa sig og hvernig þeir meta eigið verðmæti. Sú þróun hefur átt sér stað á undanförrum áratugum að aukín þátttaka einstaklinga sem neytenda hefur orðið til þess að vitund þeirra og sjálfsmat fer oft á tíðum eftir kaupgetu og hvort fólk nær að fylgja nágrönnum sínun og samferðarfólk til eftir í lífsstil. Þannig eru menn oft vegnir og metnir eftir því sem þeir hafa keypt og það skiptir jafnvel ekki minna máli hvar og hvernig

„kynferðislega aðlagandi”. Þetta gera menn til þess að þeir geti hámarkað gróða sinna fyrirtækja. Dulin klámvæðing í efni ætluð börnum sé alvarlegt vandamál sem sporna þurfi gegn af alefli.

Þrátt fyrir allar þær rannsóknir sem hafa verið gerðar og þær niðurstöður sem sýna fram á mikilvægi þess að eiga góða og heilbrigða sjálfsmýnd, byggða á eigin verðoleikum og getu, þá hafa börn á Bretlandseyjum og í Bandaríkjunum í slauknum mæli fallið fyrir þeirri gerviðmynd að auður og framgangur sér lýkliatriði þess að eiga farsælt líf. Lifshlaup margra barna verður því oftar en ekki kapphlaup eftir því að fanga vindinn (Dittmar, 2007). Steinberg og Kincheloe (1997) telja að í raun sé þróun sjálfsmynndar barna í hættu þar sem hugsunarhättur neysluhyggjunnar og barndómurinn mætist í ójöfnum leik stanslauss áræitis fjölmíðla á barnið sem fer langt fyrir aldur fram að huggleiða hvaða vörur á að kaupa og hvernig á að standa straum af þeim innkaupum. Þessa framsetningu Steinberg og Kincheloe þarf hins vegar vegar að skoða í ljósi þess að barnið á samkvæmt Barnasáttmála Sameinuðu þjóðanna rétt á að taka sínar eigin ákvarðanir og það er ekki háægt að setja öll börn í sama ramma.

Tafira 1. Bakgrunnsupplýsingar

<table>
<thead>
<tr>
<th>KYN</th>
<th>Allir</th>
<th>Doxley</th>
<th>Boston</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Drengir</td>
<td>52,8</td>
<td>53,7</td>
<td>57,1</td>
</tr>
<tr>
<td>Stúlkur</td>
<td>47,2</td>
<td>46,3</td>
<td>48,9</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>KYNPÁTTUR</th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Hvítir</td>
<td>56,8</td>
<td>78,7</td>
<td>9,6</td>
</tr>
<tr>
<td>Afrískur uppruni</td>
<td>15,9</td>
<td>1</td>
<td>47,9</td>
</tr>
<tr>
<td>Rómanska Amerika</td>
<td>3,4</td>
<td>0,5</td>
<td>9,6</td>
</tr>
<tr>
<td>Asískur uppruni</td>
<td>9,8</td>
<td>12,9</td>
<td>3,2</td>
</tr>
<tr>
<td>Blandaður kynþáttur</td>
<td>6,4</td>
<td>2,5</td>
<td>14,9</td>
</tr>
<tr>
<td>Annað</td>
<td>7,8</td>
<td>4,5</td>
<td>14,9</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>MENNTUN FORELDRA</th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Móðir m/Háskólagr.</td>
<td>79,5</td>
<td>89,6</td>
<td>57,1</td>
</tr>
<tr>
<td>Faðir m/Háskólagr.</td>
<td>76,9</td>
<td>85</td>
<td>58,1</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>HJÚSKAPARSTADA FORELDRA</th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Í hjónabandi</td>
<td>72,2</td>
<td>83,4</td>
<td>46,7</td>
</tr>
<tr>
<td>Skilin</td>
<td>13,9</td>
<td>11,7</td>
<td>18,9</td>
</tr>
<tr>
<td>Einhleyp</td>
<td>8,1</td>
<td>2</td>
<td>22,2</td>
</tr>
<tr>
<td>Ekki / ekkja</td>
<td>2,7</td>
<td>2,9</td>
<td>2,2</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>ER MÓDIR Í STARFI</th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Já</td>
<td>76,3</td>
<td>69,5</td>
<td>91,3</td>
</tr>
<tr>
<td>Nei</td>
<td>23,7</td>
<td>30,5</td>
<td>8,7</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>ER FAÐIR Í SARFI</th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Já</td>
<td>94,7</td>
<td>96</td>
<td>91,6</td>
</tr>
<tr>
<td>Nei</td>
<td>5,3</td>
<td>4</td>
<td>8,4</td>
</tr>
</tbody>
</table>

(Shcor, 2004)

Tafira sýnir okkur að mikill munur er á íbúasamsetningu í miðbæ Boston og Doxley þar sem 79% íbúanna eru hvítir en aðeins 10% íbúar í miðbæ Boston eru hvítir og tæplega helmingur allra íbúa þar er af Afrískum uppruna. Menntunarstig foreldra er einnig talsvert hærra í Doxley þar sem 90% mæðra og 85% feðra er með háskólagráðu á móti 57% mæðra og 58% feðra með sambærilega menntun í miðbæ Boston. Íbúar í miðbæ Boston eru í 47% tilfella í hjónabandi en í Doxley er hlutfallið um 84%. Atvinnuþátttaka mæðra er samt talsvert lægri í Doxley (70%) þrátt fyrir hærra menntunarstig en í miðbæ Boston þar sem 91% mæðra er í vinnu. Atvinnuþátttaka feðra er nánast sú sama eða um 92% í Boston og 96% í Doxley.

Megintilgangur rannsóknarinnar var að finna út hvort og þá hversu mikið þátttaka barnanna í neyslusamfélagi, það er að segja eigin neysla barnanna, hefði áhrif á líðan þeirra og velferð (e. well-being). Til að mæla líðan barnanna voru notaðar fjórar breytur, þunglyndi,
kvíði, sjálfsmat (e. self-esteem) og sálvefræn einkenni (e. psychosomatic symptoms). Við mælingar á fyrstu þremur breytunum voru notaðir margreyndir kvarðar úr sálfræðiþrótum en við mælingu sálvefrawnu einkennanna voru notaðar spurningar sem sérstaklega voru hannadar fyrir þessa tiltektu rannsókn. Framkvæmd var þáttgreining (e. factor analysis) á öllum fjórum breytunum til að sjá hvort þær gætu staðið einar og sér og það reyndist raunin í öllum tilfellum. Rannsóknin öll miðaði að því að ná fram svórum barnanna sjálfrænu en ekki bara mati foreldra þeirra á líðaninni. Svörin sýndu að almenn velferð þeirra er innan eðlilegra marka. Hins vegar sýndi rannsóknin fram á hærri tíðni þunglyndis og kvíða en almennt gerist hjá börnum á þessum aldri. Einnig vakti það athygli að ekki reyndist sterk fylgni á milli kvíða og þunglyndis eins og oftast er raunin. Til að mæla þunglyndi var notaður samsettur kvarði með 17 spurningum þar sem niðurstöður birtust á skalanum 17 (minnst þunglyndi) til 51 (mest þunglyndi). Meðaltal allra þátttakanda reyndist 21,7. Við mælingu á kvíða var notaður samsettur kvarði með 16 spurningum þar sem svörin voru á skalanum 16 (minnsti kvíði) til 32 (mesti kvíði). Meðaltal allra þátttakanda var 27,1 sem sýnir að kvíði reyndist talsvert mikill. Rannsóknin sýndi einnig að almennt voru nemendurnir nokkuð óruggir með sig en til að mæla sjálfsmynd var notast við samsettan kvarða með 36 spurningum í fimm flokkum, almenn sjálfsmynd, sjálfsmynd með vinum (e. peer self-esteem), sjálfsmynd með fjölskyldum (e. family self-esteem), líkamleg sjálfsmynd (e. body self-esteem) og náms sjálfsmynd (academic self-esteem) (Schor, 2004).

Niðurstöða Schor (2004) er nokkuð sláandi, en rannsóknin bendir til þess að börn sem taka þátt í neysluhyggjunni (e. high consumer involvement) sýni sterkari tilheiningu til að glima við þunglyndi, sýni meiri kvíða, hafi lægra sjálfsmat og glími frekar við sálvefræn einkenni en þau börn sem taka ekki þátt. Pannig telur Schor að börn sem eru andlega heil (e. psychologically healthy) yrðu verr stödd ef þau myndu taka aukinn þátt á neytendamarkaði. Með sama hætti myndu börn sem glíma við tilfinningaleg vendmál verða mun betur stödd ef þau fengju hjúlp við að komast út úr þeim heimi sem fyrirtækjasamsteypur, sem lífa á framleiðslu og söl á því varningi, hafa skapað þeim. Rannsókn Schor bendir til að því meiri sem þátttaka barna er í neyslusamfélagi sé því lakari verði andleg og líkamleg líðan þeirra, og því minni sem þátttaka barnanna er því heilbrigðari verði börnin.
5.1 Mælingar á fátækt


Skilgreining Sameinuðu þjóðanna á fátækt er nokkuð ítarleg og er oft notuð þegar rætt er um fátækt. Skilgreiningin hljómarr svona:

Fátækt er synjun á valköistum og tækifærum og brot gegn mannlegri reisn. Fátækt hefur í föður með sér skort á grunnfærni til þess að taka virkan þátt í samfélaginu. Fátækt þýðir að fjölskyldur eða kjörinn búa við bóta víð svo, þeir eru útilokaðir frá ásættanlegum lífsháttum sem tíðkast í þjóðfélagi þeirra. Þeir einstaklingar, fjölskyldur eða hópar telja fátæktir sem búa við svo takmarkaðar bjargir (efnahagslegar, menningarlegar og félagslegar) að þeir eru útilokaðir frá þjóðfélagið í þjóðfélاغi þeirra.

Tvær ólíkar aðferðir eru oftast notaðar til að skilgreina fátækt, það er annars vegar algild fátækt (e. absolute poverty) og hins vegar afstæð fátækt (e. relative poverty). Bæði algild fátækt og afstæð fátækt snúast um að meta hversu margir einstaklingar í þjóðfélagið búa við óviðunandi kjör (Guðný Björk Eydal og Jeans, 2008). Algild fátæktarmörk eru oftast

⁴ frægur rithöfundur og skáld sem var uppi á 19. öld í Ameriku
kennd við Seebohm Rowntree5 og er ein elsta aðferðin sem notuð hefur verið við að mæla fátæk. Rowntree bjó til lista yfir hluti sem hann taldi manninum nauðsynlegir til lífsviðurværis. Þær sem ekki höfðu ráð á að uppfylla þessar þarfir eru fátækir samkvæmt algildum fátækarmörkum. Enn í dag er hugmyndafræði Rowntree notuð þó að ekki séu endilega sömu hlutir á nauðsynjalistanum. Sá sem ekki getur skaffað sér og fjölskyldu sinni fyrirfram ákveðin kjör er talinn fátækur. Þessi aðferð er til dæmis mikið notuð í Bandaríkjunum en Evrópubúar hafa frekar hallast að afstæðum skilgreiningum fátækta.


Eins og áður hefur komið fram framkvæmd Cynthia Lisa Jeans könnun á meðal reykvískra barna árið 2005 í samstarfi við Félagsþjónustu Reykjavíkur. Könnunin var hluti af

5 Breskur auðkýfingur (f. 1871- d. 1954) sem fyrstur hóf að mæla fátækt á Bretlandi

**Tafla 2.** Hefur þú nóg af fjármunum á milli handanna?

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Dregir</th>
<th>Stúlkur</th>
<th>Alls</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Já, mig skortir ekkert</td>
<td>30,90%</td>
<td>30,30%</td>
<td>30,60%</td>
</tr>
<tr>
<td>Já, að mestu leyti</td>
<td>42,10%</td>
<td>43,60%</td>
<td>42,80%</td>
</tr>
<tr>
<td>Nei, í raun ekkki</td>
<td>17,60%</td>
<td>18,60%</td>
<td>18,10%</td>
</tr>
<tr>
<td>Nei, alls ekkki</td>
<td>9,40%</td>
<td>7,50%</td>
<td>8,50%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

(Jeans, 2007)

Á þessu má sjá að undir aldamótin upplífði stærsti hlutí barna að fjárhagur þeirra væri góður og þau ættu fyrir því sem þau þörfnuðust. Rannsókn og greining hefur ekki framkvæmd sambærilega rannsókn eftir þetta en hefur þó athugað ýmislegt sem varðar fjárhag heimilanna og sýn barna á hana. Þá er hins vegar verið að spyrja út í hvernig börnin upplífa fjárhagsstöðu foreldra sinna en ekki verið að spyrja beint út í upplifun barna á eigin fjárhag. Fram kemur í nýlegri skýrslu frá Rannsókn og greiningu að aðeins 6% nemenda í

5.2 Afleiðingar fátæktar


að fátækt hefur mikil áhrif á börn og hætta sé á að börn sem búa við fátækt fari út í lífið með brotna sjálfsmyni og upplifi að þeir séu annars flokks þjóðfélagsþegnar.


Rannsóknir sem gerðar hafa verið á Íslandi sýna einnig fram á mikil áhrif félagshagfræðilegra áhrifa í uppvexti barna. Þannig kemst dr. Matthias Halldórsson að því að sterk fylgni sé á milli félagshagfræðilegra þáttar einstaklinga og heilsu viðkomandi þannig að barn sem vex upp við báð efnahagsleg kjör er mun líklegra til að glíma við slaka heilsu (Halldorsson, Cavelaars, Kunst, og Mackenbach, 1999).

**Tafila 3. Hvernig skilgreinir þú fátækt?**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Æg tel að fátækt sé þegar fólk hefur ekki:</th>
<th>Prósent (svör)</th>
<th>Röðun</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Mat</td>
<td>87% (179)</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>Góð og hlý föt</td>
<td>74% (153)</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>Fjölskyldu</td>
<td>64% (131)</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>Sitt eigið heimili / býr hjá öðrum</td>
<td>58% (119)</td>
<td>4</td>
</tr>
<tr>
<td>Vini</td>
<td>32% (66)</td>
<td>5</td>
</tr>
<tr>
<td>Bil</td>
<td>18% (38)</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td>Sjónvarp</td>
<td>18% (36)</td>
<td>7</td>
</tr>
<tr>
<td>Tölvu</td>
<td>16% (32)</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>Annað</td>
<td>16% (33)</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

(Deens, 2007)

Taflan sýnir að 87% barnanna töldu að matarskortur væri merki um fátækt og 74% þeirra fannst það vera fátækt að eiga ekki góð og hlý föt sem sýnir að þau mæla fátækt fyrst og fremst út frá því að geta ekki uppfyllt þessar frumþarðir. Þá telja 64% barnanna það fátækt að eiga ekki fjölskyldu og 58% að eiga ekki sitt eigið heimili. Vinir teljast ekki sérlega mikilvægir en aðeins 32% barnanna telja það til fátæktar að eiga ekki vini. 16-18% aðspurðra finnst það ekki sérlega mikilvægt að eiga sjónvarp, bil eða tölvu. Þegar börnin voru spurð hvort þau teldu að það væri til fátækt á Íslandi voru svörin mjög skýr eins og sést í töflu fjögur. Heildarfjöldi svara var 206.

**Tafila 4. Er til fátækt á Íslandi?**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Telja að það sé til fátækt á Íslandi</th>
<th>Prósent (svör)</th>
<th>Röðun</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Telja að það sé til fátækt á Íslandi</td>
<td>77% (159)</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>Þekkja einherja fátæka</td>
<td>28% (58)</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>Þekkja fátæka bekkjarfélaga</td>
<td>16% (33)</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>Þekkja fátæka vini</td>
<td>12% (24)</td>
<td>4</td>
</tr>
</tbody>
</table>

(Deens, 2007)

Þó svo að 77% barnanna telji að það sé til fátækt á Íslandi þá virðist fátæktin ekki standa þeim svo nálægt þar sem aðeins 12-16% þekkja til fátæks bekkjarfélaga og vinar sem er aðythglisvert þar sem landið er lítið og því hægt að álykta að margir þekki ágætlega til haga nágranna sinna. Jeans spurði börnin einnig beint út í sína eigin hagi og svörin sem voru 206 eru birt í töflu fimm. Heildarfjöldi drengja sem svóruðu var 101 og 105 stúlkur svóruðu spurningunni.
Tafla 5. Hverjir eru þínar fjárhagslegu kringumstæður?

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Prósentur (svör)</th>
<th>drengir</th>
<th>Stúlkur</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Við höfum góð og hlý fót</td>
<td>84% (173)</td>
<td>89% (90)</td>
<td>79% (83)</td>
</tr>
<tr>
<td>Við eigum allt af nóg að borða</td>
<td>76% (156)</td>
<td>76% (77)</td>
<td>75% (79)</td>
</tr>
<tr>
<td>Stundum geta foreldrar ekki borgað reikninga</td>
<td>5% (11)</td>
<td>4% (4)</td>
<td>7% (7)</td>
</tr>
<tr>
<td>Rafmagn og hiti verið tekin af alla vega einu sinni</td>
<td>3% (7)</td>
<td>5% (5)</td>
<td>2% (2)</td>
</tr>
<tr>
<td>Við getum ekki keypt viðeigandi íþróttatífað</td>
<td>3% (6)</td>
<td>3% (3)</td>
<td>3% (3)</td>
</tr>
<tr>
<td>Stundum fæ ég ekki nóg að borða</td>
<td>2% (5)</td>
<td>3% (3)</td>
<td>2% (2)</td>
</tr>
<tr>
<td>Stundum eru ekki til penningar fyrir nesti</td>
<td>2% (4)</td>
<td>1% (1)</td>
<td>3% (3)</td>
</tr>
<tr>
<td>Stundum eru ekki til penningar fyrir skólamáltíðum</td>
<td>2% (3)</td>
<td>2% (2)</td>
<td>1% (1)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

(Jeans, 2007)

Taflan sýnir að 84% barnanna eiga hlý og góð fót og 76% eiga allt af nóg að borða eða langstærsti hluti þeirra barna sem þátt tóku.  Það vekur samt athygli að 5% barnanna vita að foreldrar einkar ekki greitt alla sína reikninga og að 3% hafa upplifað að slökt hafi verið á rafmagni og hita. Jeans segir það alvarlegt táknum fátæk þar sem mikið þurfi að fara úrskreiðis áður en orkufyrirtækin taka til þeirra ráða að loka á orkunotkun.


Tafla 6. Ert þú fátæk(ur)?

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Prósentur (svör)</th>
<th>drengir</th>
<th>Stúlkur</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ég hef upplifað mig sem fátækkan</td>
<td>15% (30)</td>
<td>12% (12)</td>
<td>17% (18)</td>
</tr>
<tr>
<td>Ég er fátækur</td>
<td>1% (2)</td>
<td>2% (2)</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>Ég er fátækur en það tekur enginn eftir því</td>
<td>4% (8)</td>
<td>2% (2)</td>
<td>6% (6)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

(Jeans, 2007)

Hér vekur það athygli hversu stór munur er á þeim sem telja sig fátækkan (1%) og þeim sem telja sig fátækkan en enginn tekt eftir (4%). Jeans útskyrir það með því í hvaða röð spurningarnar voru lagðar fyrir börnin og telur að seinni spurningin lýsi betur raunverulegum aðstæðum barnanna. Þar sem við erum í þessu verki að skoða hvaða áhrif þátttaka barna á neytendamarkaði hefur á líðan barna er forvitnilegt að skoða hvaða svör Jeans fékk þegar hún spurði út í efnahagsaðstæður barnanna út frá stóðu þeirra í ljósi stóðu félaga þeirra.
Svörin 206 eru birt í eru í töflu sjö og kynjaskiptin var sú sama og í fyrri spurningum, drengir 101 og 105 stúlkur.

**Tafli 7.** Hverjar eru þin í kringumstæður borið saman við aðrar fjölskyldur?

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Prósentur (svör)</th>
<th>drengir</th>
<th>Stúlkur</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Fjölskyldan mín á það sama og aðrar fjölskyldur</td>
<td>68% (141)</td>
<td>71% (72)</td>
<td>66% (69)</td>
</tr>
<tr>
<td>Ég hef allt sem ég þarf</td>
<td>64% (132)</td>
<td>62% (63)</td>
<td>66% (69)</td>
</tr>
<tr>
<td>Mig langar að eiga það sama og félagar mínir og vinir</td>
<td>41% (85)</td>
<td>43% (43)</td>
<td>40% (42)</td>
</tr>
<tr>
<td>Það er margt sem mig langar í en við höfum ekki efni á</td>
<td>22% (46)</td>
<td>22% (22)</td>
<td>23% (24)</td>
</tr>
<tr>
<td>Ég vildi að ég ætti betri skó</td>
<td>6% (13)</td>
<td>6% (6)</td>
<td>7% (7)</td>
</tr>
<tr>
<td>Ég vildi að ég ætti betri fót</td>
<td>5% (10)</td>
<td>5% (5)</td>
<td>5% (5)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

(Jeans, 2007)

Taflan sýnir að þó svo að flestir telji sig eiga allt sem þörf er á (64%) þá eru 22% sem ekki geta veitt sem það sem vinir þeirra eiga en hart nær annað hvert barn (41%) langar til að eiga það sama og vinirnir eiga. Það bendir til þess að líðan þeirra sem ekki geta veitt sér það sem þeim langar í, þó að þeir í raun hafi allar nauðsynjar, sé ekki góð.


5.3 Samantekt

Aukin þátttaka einstaklinga á neytendamarkaði hefur haft í för með sér að einstaklingar meta sjálfa sig meira og meira eftir kaupgetu sinni og hverning þeim gengur að fylgja samferðarmönnum sínnum eftir í lífsstíl. Markaðsfraeðingar hafa verið duglegir við að nýta sér skilvirkustu leiðir hvers tíma til að miðla upplýsingum og í dag eru það snjallsimur og internetið sem virka best. Börn eru sérstaklega aðgengileg með þessum miðlum og hafa kaupsýslumenn nytt sér það vel með stöðugum markaðstilboðum til þeirra. Þörf einstaklinga
til að falla í hópinn getur verið svo mikil að fólk setji sig í erfiða stöðu til þess að geta verið jafn virkir þátttakendur í neyslunni og allir aðrir.


Rannsókn Juliet Schor sem framkvæmd vor var árið 2001-2003 á Bostonsvæðinu í Bandaríkjunum og náði til 300 barna sýndi fram á að þau börn sem eru virkir þátttakendur á neytendamarkaði eru líklegri til þess að búa við andlega vanheilsu en þau sem eru minna virk á þeim markaði. Niðurstöður Schor benda til þess að börn sem taka þátt í neysluygjunní (e. high consumer involvement) sýni sterkari tilhneigingu til að glíma við þunglyndi, sýni meiri kvíða, hafi lægra sjálfsmat og glimi frekar við sálvefræn einkenni en þau börn sem taka ekki þátt.

Algengt er að fátækt sé skilgreind sem algild eða afstæð fátækkt. Á Íslandi eins og víðast hvar í Evrópu er notast við afstæða skilgreiningu fátækktar. Þá er fundið miðgildi launa á ákveðu svæði og þeir sem fara undir ákveðin viðmiðunarmörk af þeim tekjum teljast í lágtækjuhópi (e. at-risk-of-poverty). Evrópusambandið miðar við 60% af miðgildi launa og frá árinu 2004 hefur Ísland verið í samstarfi við sambandið um lífskjararannsóknir og notar því sama viðmiði.


6. Umræður
Í inngangi ritgerðarinnar var spurt hvaða áhrif þátttaka á neytendamarkaði hafi á líðan niú til tólf ára barna. Til að svara þessari spurningu hafa hér verið kynntar niðurstöður úr þeim rannsóknum sem gerðar hafa verið.


Aukin þátttaka einstaklinga á neytendamarkaði hefur haft í för með sér að einstaklingar meta sjálfa sig meira og meira eftir kaupgetu sinni og hvernig þeim gengur að fylgja samferðarmönnum sinum eftir í lífsstíl. Markaðsfraæðingar hafa verið útsjónarsamir við að nýta sér skilvirkustu leiðir hvers tíma til að auglýsa varning sinn. Í dag eru börn ekki síst aðgengileg í gegnum snjallsíma og spjaldtölur og það hafa kaupsýslumenn nýtt sér vel með stöðugum markaðstilboðum til þeirra. Þörf barnanna til að falla í hópin er svo yfirdrifin að þau setja sig gjarnan í þá hættu að versla án þess að hafa getuna til þess. Tilfinning þeirra er þá sú að ef þeim tekst ekki að halda í við félagana í neyslu verði þau ekki fullgildir meðlimir hópsins.


Allar rannsóknir sem gerðar hafa verið benda til þess sama, það hefur neikvæð áhrif á sjálfsvitund og sjálfsvírðingu barna að upplifa sig fátæk og það getur haft alvarlega áhrif á líf barnanna að upplifa félagslega einangrun vegna fátæktar. Það að geta ekki tekið þátt í neyslu til jafns við félaganna getur leitt til þess að börn upplifi sig fátæk og það skapar spennu og vanlíðan hjá börnunum og eykur auk þess likur á börnin búi við líkamlegan heilsu og heilsu að þessu verki hefur verið fjallað um hvaða rannsóknir hafa verið gerðar á þráðum neyslu á líðan niú til tólf ára barna og hvaða áhrif neyslan hefur á líðan og heilsu þessara barna. Spurningarnar eiga vel við í umfjöllun sem snýr að félagsráðgjöf enda er ein af grunnhugsunum félagsráðgjafar að hjálpa fólki til betra lífs með hjálp til sjálfsjálp.

Í inngangi ritgerðarinnar var frá því greint að úm leið og mikilvægi spurningu yrði svarað í þessu verki gerði höfundur sér grein fyrir því að fleiri spurningar vöknudu við vinnslu ritgerðarinnar. Það er því verðuðt verkefni að framkvæma enn frekari rannsóknir á málefnum barna og líðan þeirra í nútíma samfélagi. Þar væri til dæmis bæði fróðilegt og mikilvægt að athuga hvort og þá hvaða áhrif efnahagshrunið árið 2008 hefur haft á líðan barna hérlandis,
en eina rannsóknin sem gerð hefur verið gagnert út frá sjónarmiðum barnsins og fjallað hefur verið um í þessu verki var framkvæmd árið 2005. Það er von höfundar að einhver taki við kyndlinum og rannsaki þessa hlið til að við fáum vel rökstudda mynd af því hvernig ástand þessara mála er hér á landi í dag.
Heimildir


Viðauki 1
Hér er birt tafla sem fjallað er um í kafla fjögur. Um er að ræða yfirlit um rannsóknir sem gerðar hafa verið á neysluvenjum millialdursins og birt var í tímaritnu *Academy of Marketing Studies Journal*. Höfundar greinarinnar eru Prince og Martin.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Höfundur/ dagsetning</th>
<th>Aldur / land</th>
<th>Aðferð</th>
<th>Breyrur</th>
<th>Jákvað eða neikvæð</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>An og Stern / 2011</td>
<td>8-11 / BNA</td>
<td>Opin spurningarlista, 2x2, Chi Square</td>
<td>Auglysingahle dregur úr að auglyst vörumerki sé keypt</td>
<td>+ (CS=20.8, p&lt;.05 )</td>
</tr>
<tr>
<td>Andersen o.fl. / 2007</td>
<td>10-13 / Hong Kong og Danmörk</td>
<td>Spurningarlista, Chi Square, krosstafla</td>
<td>Danskir unglingar mundu ekki eins vel og unglingar í Hong Kong eftir ákveðum augl. (sérstaklega ekki spausdönum augl.) Margir danskir ungl. fyrrílta augl.</td>
<td>-(CS=64.5, p&lt;0.001)</td>
</tr>
<tr>
<td>Andersen og fl. / 2008</td>
<td>10-13 / Hong Kong og Danmörk</td>
<td>Spurningarlista, Chi Square, Tpróf</td>
<td>Danskir ungl. hafa meiri aðgang að simum, interneti og heimasönum. Danskir ungl. nota slíkt meira í fél.samsk. en ungl. í Hong Kong sem nota slíkt í uppl.skyini.</td>
<td>+(t=63, p&lt;=.0001)</td>
</tr>
<tr>
<td>Chan / 2008</td>
<td>6-9 og 10-15 / Hong Kong</td>
<td>Spurningarlista, Chi Square, Tpróf</td>
<td>Yngri aldurinn telur augl. vera sannar. Ungl. í þéttbýli ýr aftrengnini en dreifb. unglingar.</td>
<td>+(CS=115.2, p&lt;.0001 )</td>
</tr>
<tr>
<td>Chiou, Huang og Chung / 2005</td>
<td>8-11 / Taivan</td>
<td>Spurningarlista, Chi Square, Tpróf</td>
<td>Viðhorf (meiri dýrkun) til neyslu varnings sem frægir nota</td>
<td>+(t=5.95, p=.0001)</td>
</tr>
<tr>
<td>Dittmar / 2005</td>
<td>16-18 / Bretland</td>
<td>Spurningarlista, consumer panel, hierarchical multible regression analysis</td>
<td>Árattukennt neyslumynstur var háð ráðstófunarfé og verðgildi vörunnar.</td>
<td>+(R2=.02, B=1.5)</td>
</tr>
<tr>
<td>Jones og Reid / 2010</td>
<td>Aldur ekki uppgefinn / Ástralía</td>
<td>Netkönnun</td>
<td>8 heimsöður matvæla. voru kannadar. 6/8 fyrirtækjanna voru með ákr. augl.stefnu gagnv. börnum. 7/8 fyrirt. notast við meður til mans augl.</td>
<td>Ekki uppgefið</td>
</tr>
<tr>
<td>Laferle og Chan / 2008</td>
<td>13-18 / Singapur</td>
<td>Spurningarlista, regression analysis</td>
<td>Aldur og áhrif frá frægum útskýra 40% af innkaupum ungl.</td>
<td>(p=.0001, R2=.40)</td>
</tr>
<tr>
<td>Norgaard og fl. / 2007</td>
<td>10-13 / Danmörk</td>
<td>Könnun, t-próf, þáttagarreining, regression analysis</td>
<td>Börn sem hjálpa for. með innkaup hafa áhrif á innkaup foreldra</td>
<td>+(R2=0.446)</td>
</tr>
<tr>
<td>Preston og White / 2004</td>
<td>Unglingar og ungt fól (aldur ekki uppgefin) BNA</td>
<td>Case Study</td>
<td>Sjónvarpsstöðvar sjá börn sem neytendur og selja auglysendum tímav. með það í húga</td>
<td>Ekki tiltaðt</td>
</tr>
<tr>
<td>Shoham og Dalaks / 2006</td>
<td>10-18 / Ísrael</td>
<td>Spurningarlista, ANOVA</td>
<td>Reynt að hafa áhrif á foreldra, færð gúð rök, beinar spurningar óháð vörur (ss. Morgunkorn og skór). Strákar notuðu frekar en stúlka bætursegju og sektarkennnd for.</td>
<td>+(p=.05)</td>
</tr>
<tr>
<td>Simpson og fl. / 1998</td>
<td>12-14 ungl bornir saman við 15-18 ára ungl.</td>
<td>Spurningarlista, ANOVA</td>
<td>Millialdurrinn er uppteknir af tisku og merkjavörum en tæiningar</td>
<td>+(p=.007)</td>
</tr>
</tbody>
</table>