



Rapport nr. 9-1995

Ragnhild Brusdal

Ungdommens eget forbruk

En empirisk studie av ungdommer


i alderen 14 til 21 år

SIFO

© SIFO 2005
Rapport nr. 9 - 1995

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING
Sandakerveien 24 C, Bygg B
Postboks 4682 Nydalen
0405 Oslo
www.sifo.no

Det må ikke kopieres fra denne rapporten i strid med åndsverksloven. Rapporten er lagt ut på internett for lesing på skjerm og utskrift til eget bruk. Enhver eksemplarframstilling og tilgjengeliggjøring utover dette må avtales med SIFO. Utnyttelse i strid med lov eller avtale, medfører erstatningsansvar.

Tittel UNGDOMMENS EGET FORBRUK	Antall sider 92	Dato 14.07.2005
Title YOUNG PEOPLE'S OWN CONSUMPTION	ISBN 82-7063-309-7	ISSN 1502-0801-521x
Forfatter Ragnhild Brusdal	Prosjektnummer 11-1993-23	Faglig ansvarlig sign. 
Stikkord Barn og unge, forbruk		
Keywords Young people, consumption		

Rapport nr. 9, 1995

UNGDOMMENS EGET FORBRUK

En empirisk studie av ungdommer i alderen 14 til 21 år

YOUNG PEOPLE'S OWN CONSUMPTION

An empirical study of young people's own
consumption at the ages of 14 to 21 years

av

Ragnhild Brusdal

Juli 1995

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING
Postboks 173, 1324 Lysaker

Forord

Denne rapporten var opprinnelig tenkt som et lite notat om ungdom og forbruk. Temaet er imidlertid så stort og omfattende at notatet vokste og ble til en rapport.

Rapporten er basert på et intervjumateriale fra "Ung i Norge" utarbeidet og samlet inn av UNGforsk i 1994.

Hensikten med rapporten er ikke å gi noen inngående analyse av ungdommens forbruk, men snarere å problematisere og tegne det med brede pennestrøk. Rapporten gir derfor en viss innsikt i det særegne ungdomskulturelle forbruk, dvs. hvilke forbruksområder de unge bruker egne penger på, i hvilken utstrekning dette skjer og hvordan det varierer med kjønn og alder. Men rapporten forteller ikke om ungdommens totale forbruk.

Lysaker, juli 1995

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING (SIFO)

Innhold

Forord	3
Sammendrag	7
Summary	11
1. Hvordan måle ungdoms forbruk?	15
1.1 De første skritt mot en forståelse	15
1.2 Tilnæringsmåter og problemer	18
1.3 Datagrunnlaget	22
1.4 Organiseringen av data	24
2. Noen fakta om ungdoms forbruk	29
2.1 Presentasjonen av data	29
2.1.1 Forbruk knyttet til transport	31
2.1.2 Forbruk knyttet til utseendet	33
2.1.3 Forbruk knyttet til medier	35
2.1.4 Forbruk knyttet til hobbyer	38
2.1.5 Forbruk knyttet til nytelse	39
2.1.6 Forbruk knyttet til fritidsaktiviteter	41
2.1.7 Forbruk knyttet til samling og sparing	45
2.2 Oppsummering forbruk	47
3. Forbruk i ulike aldersgrupper	53
3.1 Alder og mobilitet	54
3.2 Alder og utseende	56
3.3 Alder og medieforbruk	58
3.4 Alder og hobbyer	62
3.5 Nytelsesforbruket øker med alder	62
3.6 Fritidsforbruk i ulike aldersgrupper	65

3.7 Utstyr, sparing og alder	69
3.8 Det meste av forbruket øker med alder	71
4 Forskjeller mellom gutter og jenter	73
4.1 Mobile motoriserte gutter	74
4.2 Jenter er mest opptatt av utseendet	75
4.3 Medieforbruk mest for gutter	76
4.4 Hobbyer er guttekultur	78
4.5 Forbruk, kjønn og nytelse	79
4.6 Gutter og jenter og fritidsforbruk	80
4.7 Både gutter og jenter tenker på	82
4.8 Gutter har høyest forbruk	83
5 Oppsummering	87
6 Litteratur	91

Sammendrag

Rapporten tar for seg ungdommens eget forbruk. Den handler ikke om deres totale forbruk, men om hva de bruker egne penger på. Dette tenkes å være et uttrykk for det ungdomskulturelle forbruk.

Vi har problematisert hvordan ungdoms forbruk kan måles. I denne rapporten har 3.447 gutter og jenter i alderen 14 til 21 år besvart spørsmålet om hvor mye av egne penger de brukte siste måned på 25 ulike forbruksposter. Spørsmålene inngår i en større undersøkelse, "Ung i Norge", som er administrert av UNGforsk. Disse forbrukspostene er tenkt å dekke de sentrale delene av ungdommens forbruk. Denne innfallsvinkelen, og de metodiske problemer som tenkes å oppstå, er diskutert, og konkluderer med at de gir et godt bilde av de unges forbruk.

Rapporten gir en inngående beskrivelse av ungdommens eget forbruk, og viser stor variasjon i andelen som inngår i de ulike forbrukspostene og også i hvor mye penger som brukes på de enkelte forbruksposter. Tar vi utgangspunkt i at forbruket har et kommunikativt aspekt, at det har en mening som kommuniseres, kan vi stille spørsmålet om hva slags forbruk som er med på å konstituere ungdomskulturen? Hvilke handlinger og gjenstander inngår? En tilnærming er at dette er det forbruket de fleste inngår i, det som danner

basis for det ungdomskulturelle forbruket. Ifølge våre data har halvparten eller flere brukt penger på: 1) sjokolade, snacks, cola etc. 2) snackbar, kafé, diskotek, 3) sparing, 4) blader og tegneserier, 5) frisør og kosmetikk, 6) kinobilletter, 7) leie av video, 8) alkohol.

Det meste av forbruket øker med alder. Med økt alder brukes det mer penger på transport, forbruk av ulike medier som blad, tegneserier, plater, kassetter, CD'er, og videoleie. Det ser også ut som om de unge blir mer forfengelige med årene idet penger brukt på klær og utseende øker. Eller kanskje øker behovet for en mer variert garderobe fordi de deltar i flere sammenhenger? Det brukes også mer på kino, konserter og kafé, snackbar og diskoteker med økt alder.

Men ikke alle typer forbruk øker i takt med årene. Noe ser ut til å sortere under tidligere tenår. Dette gjelder forbruk som er knyttet til organisasjonsdeltakelse, som penger brukt til kontingenter, utstyr til trening og konkurranse og tur- og friluftsliv.

Noe forbruk ser altså ut til å være knyttet til bestemte aldersgrupper og kan sies å være en del av det særegne ved akkurat dette alderssegmentet. Andre typer forbruk er så personlig, så knyttet til den enkeltes interesser, at det ikke viser noen variasjon med alder. Dette er forbruk knyttet til hobby-virksomhet som datautstyr, musikkinstrumenter, og hobby- og fritidsaktiviteter.

Ungdommens eget forbruk varierer også med hvorvidt det er gutter eller jenter det er snakk om. Guttene har jevnt over et høyere forbruk. De bruker mer av egne penger på snacks, cola etc., på privattransport, på medier (med unntak av bøker), de bruker mer av egne penger på aktiviteter eller forbruk som kontingenter, medlemskap, sportsutstyr og inngangsbilletter til idrettsarrangementer. Også forbruket som har med hobbyer å gjøre, eller det mer personlige forbruket, som f.å har oppgitt, er områder hvor guttene dominerer. Sist, men ikke minst, fremstår privattransport og forbruk som legger opp til dette å være en guttesak, det samme gjelder for alkohol.

Jentene dominerer med høyest forbruk på fire forbruksposter. To av dem er knyttet til utseendet og gjelder penger brukt på klær og sko, og penger brukt på frisør, hygiene og kosmetikk. Jentene bruker også mer av egne penger på bøker. Forbruk knyttet til privattransport var hovedsakelig noe guttene brukte penger på, og det er derfor sannsynlig at jentene bruker mest på kollektivtransport.

Hva er årsaken til at guttene bruker så mye mer av egne penger enn jentene? Får de mer i lomme penger, knytter det seg andre betingelser til lomme pengene, eller har de ekstrajobber, sommerjobber osv.? Vi gir ikke svar på disse spørsmålene i denne rapporten, men de kan antyde temaer for videre forskning.

Ikke alle forbrukspostene tilhører i samme grad enten gutte- eller jentekulturen. På noen områder hersker det mer likestilling mellom kjønnene. To av disse forbruksområdene er knyttet til offentlige scener hvor ungdomskulturen utspiller seg. Dette gjelder snackbarer, kafeer og diskoteker, og det gjelder kinoer. Dette er områder hvor et flertall av de unge hadde brukt penger siste måned, og som dermed kan fortolkes som forbruk og aktiviteter med stor forankring i ungdomskulturen. Det er heller ingen forskjeller mellom gutter og jenters forbruk når det gjelder teater og konsertbesøk, og det er også likestilling mellom kjønnene når det gjelder penger brukt på tobakk og sigaretter. Det samme gjelder tur- og friluftsutstyr, og penger brukt på smykker og pynteting.

Et siste område som skal nevnes, hvor det ikke er forskjeller mellom gutter og jenter, er sparing. Begge kjønn er like opptatt av å sette til side for fremtidig forbruk. Om det fremtidige forbruket vil være det samme for gutter og jenter, vet vi ikke.

Summary

The report is concerned with young people's own consumption. It does not concern their total consumption but rather what they spend their own money on. This is believed to be an expression of the consumption of the youth culture.

We have questioned the way in which the consumption of young people can be measured. In this report, 3,447 boys and girls aged 14 to 21 years answered questions on how much of their own money they had used during the previous month on 25 different consumption categories. The questions form part of a larger survey, "Young in Norway", administered by UNGforsk. These consumption categories are meant to cover central areas of young people's consumption. This approach is discussed, along with the methodological problems expected to arise, and the conclusion is that they give a good picture of young people's consumption.

The report gives a detailed description of young people's own consumption and shows great variations in the proportion of money being spent on the different categories and the *amount* of money being spent on each category. If we accept that consumption has a communicative aspect, that it has meaning which is communicated, we can ask what kind of consumption constitutes a youth culture. What action and objects are involved? One approach is that it is

the consumption in which most are involved, the consumption forming the basis of the consumption of the youth culture. According to our data, half or more have spent money on: 1) chocolate, snacks, cola etc. 2) snack bars, cafés, discothèques 3) savings 4) magazines and comic books 5) hairdressers and cosmetics 6) cinema tickets 7) video rentals 8) alcohol.

Most consumption increases with age. As age increases, more money is spent on transport, consumption of different media such as magazines, comic books, records, cassettes, CDs and video rental. It also seems as though young people become more vain as the years go by, since money spent on clothes and appearance increases. Or perhaps the need for a more varied wardrobe increases because they take part in more activities? More money is also spent on the cinema, concerts and cafés, snack bars and discothèques as the age increases.

However, not all kinds of consumption increase with age. Some appear to belong to the early teens. This involves consumption related to participation in organizations, such as money spent on subscription fees, and equipment for sports, competitions and outdoor activities.

Some consumption therefore appears to be linked to specific age groups, and can be said to be a part of the unique quality of this particular age group. Other kinds of consumption are so personal and so closely linked to the interests of the individual that they show no variations with age. This is hobby-related consumption such as computer equipment, musical instruments and hobby/leisure activities.

Young people's consumption also varies according to whether girls or boys are studied. Across the board, boys have a greater consumption. They spend more money on snacks, cola etc., on private transport, media (except books), and activities or expenses such as subscription fees, membership fees, sports equipment and tickets to sporting events. Boys also dominate the category regarding hobbies and personal expenses, which few have specified. Last but

not least, private transport and expenses related to this appear to be the boys' domain, as does alcohol.

The girls' consumption is highest in four categories. Two of them are linked to appearance and concern the money spent on clothes and shoes, and money spent on hairdressers, hygiene and cosmetics. The girls also use more of their own money on books. Consumption related to private transport was mainly something the boys spent money on, so it is therefore likely that the girls use most money on public transport.

What is the reason why the boys use so much more of their own money than the girls? Do they get more pocket money, are other conditions attached to pocket money, or do they have odd jobs, summer holiday jobs etc.? We give no answers to these questions in this report, but they may suggest themes for further research.

Not all consumption categories are equally attached to a boy culture or girl culture. In some areas there is more equality between the sexes. Two of these areas of consumption are related to public arenas where youth culture can be found - snack bars, cafés and discothèques, and cinemas. These are areas in which a majority of the young people had spent money during the previous month, and which therefore can be interpreted as consumption and activities deeply rooted in youth culture. There are also no differences between boys' and girls' consumption as far as visits to the theatre and concerts are concerned, and there is also equality between the sexes as regards the amount of money spent on tobacco and cigarettes. The same findings apply to equipment for outdoor activities and money spent on jewellery and decorative items.

One last area to be noted, where there is no difference between boys and girls, is savings. Both sexes are equally concerned with putting aside money for future use. Whether the future use will be the same for boys and girls remains to be seen.

1 Hvordan måle ungdoms forbruk?

1.1 De første skritt mot en forståelse

Det knytter seg en rekke myter og diskusjoner til ungdom og forbruk. På den ene siden presenteres gjerne de unge som storkonsumenter hvor de, iført dyre merkevarer, deltar i ulike kommersielle aktiviteter. På den annen side fremstilles ungdom som taperne i dagens samfunn, som de som ikke har fått jobb og bolig, som de som savner penger til inngangsbillettene i det daglige hverdagsliv, og som ofte er henvist til gatehjørner eller opphold i kjøpesentre. Denne rapporten er et forsøk på å avdekke noen av de mytene som knytter seg til ungdom og forbruk.

Å være ung er en overgangsfase og de unge befinner seg i et landskap som verken er barnets eller den voksnes. Bjurström (1982) sier at tenåringsen står mellom to verdener, hvor tenåringsen dels orienterer seg mot jevnaldrende og dels mot voksne. Han skriver videre at til tross for at ungdomsperioden ofte beskrives som marginalisert, blir den markert på en klar og entydig måte. Det å være "ung" har blitt en bevisst identitet og "ungdom" har blitt en distinkt sosial kategori.

I denne overgangsfasen skal identiteten skapes, og på veien mot voksen identitet går de unge igjennom ulike faser. Disse fasene er bl.a. dominert av ulike aktiviteter på ulike arenaer (Brusdal og Lavik 1991). De unge beveger seg gjennom ungdomstiden på ulike arenaer og til arenaene hører også

bestemte typer forbruk. Forbruk har et kommunikativt aspekt og sier noe om interesser, og det sier noe om tilhørighet, verdier og holdninger (Douglas and Isherwood 1978). Men ungdom er ikke noen enhetlig gruppe selv om det finnes fellestrekk som gjør at de blir oppfattet som en distinkt sosial kategori. Hvilke arenaer og hvilke aktiviteter med tilhørende forbruk de unge inngår i, varierer derfor med en rekke forhold. Denne rapporten er av mer generell karakter og kun to forhold tas opp her, nemlig alder og kjønn.

Ungdomstiden er som nevnt en overgangsfase hvor man går inn som barn og ut som voksen. Denne overgangen betyr også helt konkret at de unge beveger seg gjennom arenaer eller steder hvor de oppholder seg, og hvor forbruket varierer. Dette innvirker på hva en gjør, og også på ens interesser og holdninger. Dette forventes å avspeile seg i de unges forbruksmønstre. I tidlig ungdomstid vil de unge hovedsakelig oppholde seg i hjemmet eller i nær tilknytning til dette (Brusdal og Lavik 1991). Deretter vil de, med økende alder, bevege seg ut i storsamfunnet, ofte med en mellomperiode hvor de deltar i ulike organisasjons-aktiviteter. Det er derfor rimelig å forvente at forbruket blir mer variert med alderen fordi de vil delta i flere ulike aktiviteter og på flere arenaer. Det er også rimelig å forvente at forbruket vil øke med alderen fordi de unge får mer penger mellom hendene (Solberg og Vestby 1984, Brusdal 1990, Brusdal og Lavik 1991).

Heller ikke er alt forbruk tilgjengelig for alle alderstrinn. Man må være 18 år for å få sertifikat og kjøre bil, videre må en også være 18 år for å kunne kjøpe alkohol. Det er tillatt å kjøre moped fra en er 16 år, og en kan også kjøpe sigaretter på dette alderstrinnet selv om ny lov fra 1. januar 1996 hever aldersgrensen til 18 år. Dette innebærer at noen typer forbruk utelukker visse aldersgrupper, det er f.eks. liten vits å kjøpe bil før en kan kjøre den (men en kan alltid spleise på bensin og kjøre med andre). Det er også mulig å kjøpe alkohol og sigaretter gjennom mellommenn, men det er rimelig å forvente at hovedvekten av dette aldersregulerte forbruket vil følge den foreskrevne alder.

De unge er ikke bare personer av ulik alder, men av ulikt kjønn. Guttene blir gjerne beskrevet som handlingsorienterte ved at de deltar i ulike aktiviteter,

mens jentene er mer opptatt av relasjoner. Guttene aktiviteter blir beskrevet som deltakelse i horder med hierarkisk oppbygging, mens jentenes aktiviteter foregår i dyaden mellom to venninner i en verbalisert kultur på pikeværelset (Bjerrum Nielsen 1981, Scott Sørensen 1991). Guttene aktiviteter er altså mer handlingsorienterte, mens jentenes er mer kommunikasjonsorienterte.

Det er i ungdomstiden at identiteten skapes, og identitet og tilhørighet formidles lettest ved hjelp av symboler, men også ved handlinger. Guttene noe mer handlingsmettede aktiviteter har også et symbolsk aspekt, som kan være med å skape identitet. Det å spille fotball, stå slalåm, drive med data er aktiviteter som riktignok er knyttet til et forbruk, men hvor også selve aktiviteten kan sies å være symboltung og identitetsformidlende.

Jentenes kommunikasjonsorientering sammenfaller med at jenter oppgir å være mer opptatt av klær og utseende, noe som igjen kan tolkes som at de er mer opptatt av de synlige aspektene ved forbruket. F.eks. fant Brusdal og Lavik (1991) at 65% av jentene mot 19% av guttene var opptatt av klær og utseende. Jentene kan også fremstå som mer avanserte i sin symbolbruk enn guttene (Brusdal 1987). Kvinner er ifølge Simmel (Levine 1971) mer tilbøyelige til å følge moten. Dette forklares ved motens dobbelthet og kvinners posisjon i samfunnet. Moten uttrykker ifølge ham en dobbelthet, dvs. både en tendens mot likhet og individualisme, og et ønske om imitasjon og iøynefallighet. At kvinnene er mest opptatt av dette, skyldes deres svakere samfunnsmessige posisjon, som innebærer større respekt for skikker og aksepterte former. Moten gir kvinnene en anledning til å skille seg ut og utfolde seg innenfor det aksepterte. Moten er foreskrevet av andre.

Alt dette skulle innebære høyere klesbudsjetter blant jentene, mens guttene trolig vil bruke mer på ulike aktiviteter. Scott Sørensen (1991) hevder også at guttens kultur er mer synlig og offentlig enn jentenes. Det er forskjeller i gutter og jenters fritidsaktiviteter (Brusdal og Lavik 1991, Aas 1992). Grue (1985) fant en tendens til en større utjevning i jenter og guttens aktiviteter, med små forskjeller blant gutter og jenters organisasjonsdeltakelse. Men forskjeller synes det å være, og disse forskjellene gjelder ikke bare hva gutter og jenter

gjør, men også hva de ønsker å gjøre i fritiden (Ødegårdstuen 1995). Motsatsen til en hypotese om forskjeller i forbruket blant gutter og jenter kan reises med utgangspunkt i Sheth (1983) som angir en trend for forbrukere, hvor kjønnsrollene viskes ut. Bakgrunnen for en slik hypotese er større likestilling mellom kjønnene, hvor tendensen er økonomisk og tidsbruksmessig likestilling, lik deltakelse i arbeidsmarkedet osv.

Men kanskje er det slik som Scott Sørensen (1994) skriver at jenter og gutter er ulike og at dette fortsatt er tilfelle. Men hun skriver videre at det er tydelig at det holder på å skje en forandring i de lyseblå og rosa mønstrene. Spørsmålet vi stiller oss er om det fortsatt er signifikante forskjeller mellom gutter og jenter, og om det er det på alle forbruksområdene. Før vi kommer inn på fordelingene i materialet, skal vi se nærmere på hva forbruk er og hvordan det kan måles.

1.2 Tilnæringsmåter og problemer

Forbruk er anskaffelse og bruk av varer og tjenester. I en slik forståelse tenker vi oss en aktør som anskaffer seg visse forbrugsgoder. Dette kan være vanlige forbrugsgoder som gjenstander, ting en har og kan bruke over tid. Men også kjøp av opplevelser eller tjenester vil komme inn under en slik definisjon, og dette kan bl.a. dreie seg om mer forgjengelige ting som en hårklipp eller en kinobillett. Tjenester kjøpes og brukes vanligvis av en person, mens mange forbrugsgjenstander kan brukes av flere. Dette kan bety reelt forbruk, dvs. at gjenstanden forbrukes og fortæres, tannkremen brukes av hele familien, men det kan også bety at gjenstanden ikke konsumeres, f.eks. kan bøker leses av flere, TV kan sees på av flere osv.

At aktøren, i vårt tilfelle ungdommene, befinner seg i en kontekst hvor flere inngår, vanskeliggjør ytterligere beskrivelsen av deres reelle forbruk. De unge er ennå ikke voksne selvstendige personer og deres forbruk er i stor grad innvevd i husholdets. Basisbehovene dekkes av familien. Her får de mat, de toalettsaker de trenger, de får bruke telefon, TV og andre ting familien måtte

ha. I tillegg får mange, om enn i varierende grad, klær og sko, penger til hårklipp, sportsutstyr, klasseturer osv. Alt dette gjør det vanskelig å si noe ekstakt om ungdoms forbruk. Vi skal imidlertid ikke se bort i fra at en del av de eldste kan ha flyttet hjemmefra, men denne problematikken skal vi ikke ta opp i denne rapporten.

En tilnærming som tar utgangspunkt i husholdets forbruk, vil være komplisert når de unges forbruk skal beskrives. Heller ikke vil den fange opp det særegne ved de unges forbruk. En slik tilnærming gjør at vi må ta utgangspunkt i de unges eget forbruk, hva de bruker egne penger på, og prøve å fange opp de delene av forbruket som er knyttet til ungdomsrollen. Øia (1994:78) skriver at "målet har vært mest mulig å fange opp dagliglivets forbruk, og at det dermed skal kunne knyttes til livsstil." Dette medfører at utgifter til skolemateriell, kost, husleie ikke er tatt med.

Denne innfallsvinkelen er utgangspunktet i UNGforsks undersøkelse "Ung i Norge" hvor en rekke temaer rundt de unges situasjon blir tatt opp, bl.a. deres forbruk. Men denne innfallsvinkelen betyr ikke at vi kan gi et fullstendig bilde av de unges forbruk. De unge er ikke fullverdige voksne i økonomisk forstand. Ungdom kjennetegnes bl.a. ved sin marginale stilling, hvor de bl.a. ikke er integrert i arbeidslivet på linje med voksne. Dette impliserer at mye av deres basisbehov og basisforbruk blir dekket av familien. Dette gjør det vanskelig å si noe om de unges totale behov og forbruk.

De unges forbruk skal ifølge denne undersøkelsen besvares ut fra spørsmålet: "*Hvor mange penger brukte du omtrent på?*". Deretter følger en stiplet linje hvor man skal fylles ut "beløp i antall kroner siste måned". Deretter følger en liste over 25 ulike utgiftsposter¹.

¹ Disse utgiftspostene er i spørreskjemaets rekkefølge: 1) Motorsykkel, moped/bil 2) Trikk/buss, 3) Blader, tegneserier, aviser m.m. 4) Bøker 5) Plater, CD'er/kassetter 6) Elektronikk 7) Musikkinstrumenter og lydutstyr 8) Datamaskin/datautstyr 9) Inngangspenger til konserter, teater o.l. 10) Kino 11) Leie video 12) Inngangsbilletter til idrettsarrangementer 13) Alkohol 14) Snackbar/kafé/diskotek 15) Sigaretter/tobakk 16) Snacks 17) Kontingenter

Et problem med en slik liste er at den sikkert ikke er utfyllende nok. Det kan finnes forbruksområder som ikke inngår i listen, eller det kan være vanskelig å finne ut hvor på listen forskjellige forbruksposter skal plasseres, og resultatet kan bli utelating. F.eks. vet vi at ridning og hestesport er utbredt blant jenter, men det kan være noe vanskelig å plassere disse utgiftene. Er dette tur- og friluftsutstyr eller sportsutstyr til trening og konkurranse? Utstyr til rommet, f.eks. møbler, kan være en annen slik utgifts-post. En siste stor utgifts-post er ferieturer, hvor det nok brukes en del penger blant de unge. Skal ferieforbruket deres måles, må datainnsamlingen foregå på bestemte tidspunkt og ikke gjennom hele skoleåret, som i denne undersøkelsen. En annen løsning ville vært å be de unge liste opp hva de hadde brukt penger på siste måned, men en slik metode ville nok innebære at svært mye av deres forbruk ville bli utelatt pga. forglemmelser. Derfor, til tross for innvendingene, vil listen dekke det meste av de unges forbruk.

Et annet problem som knytter seg til beskrivelsen av de unges forbruk, er at de aller fleste ennå ikke er selvstendige økonomiske aktører, men inngår i famliens forbruk. I hvilken grad de er selvstendige økonomiske aktører, vil variere. Det andre spørsmålet som kan stilles, er i hvilken grad de anførte beløpene beskriver de unges forbruk på de gjeldende områdene. I teksten over spørsmålet heter det innledningsvis: *"Tenk deg at du skulle lage et regnskap for hvordan du bruker de pengene du tjener, eller får av foreldrene dine, i løpet av en måned, siste 30 dager, hvor mye tror du at du brukte på områdene som er nevnt i spørsmålet?"* Fra andre undersøkelser vet vi at det varierer hvor mye penger barn får hjemme, det samme gjør også betingelsene som knytter seg til beløpet. Lommepengenes størrelse varierer, bl.a. avhengig av kjønn og alder, noen får et fast beløp mens andre lønnes etter innsats i hjemmet (Brusdal 1990 og 1991). Andre undersøkelser har vist at dette varierer med

18) Klær/sko 19) Sportsutstyr 20) Tur/friluftsutstyr 21) Andre hobby- og fritidsaktiviteter 22) Hårklipp, kosmetikk 23) Utstyr 24) Smykker 25) Spart.

sosial klasse, hvor middelklassebarn oftere oppgir arbeidsforpliktelser i forbindelse med lommepenger (Furnham and Thomas 1984).

En annen inntektskilde er strøjobber. En landsrepresentativ undersøkelse i 1990 viste at 20% av norske barn mellom 8 og 24 år hadde strøjobber. Jenter i 12-15 års alder utgjorde den største andelen (Brusdal og Lavik 1991). Dette sammenfaller med Solberg og Vestby (1984) som fant at jenter i 10-12 års alder oftere inngikk i omsorgsarbeid. I materialet har vi imidlertid opplysninger om arbeid ved siden av skolen og sommerjobb, noe som kan trekkes inn i en senere analyse.

Vi vet imidlertid ikke hvilke betingelser som knytter seg til det som skjuler seg bak betegnelsen "egne penger". Den store variasjonen i beløp, forpliktelser, og hva beløpet skal brukes til, gjør det vanskelig å si noe helt eksakt om de unges totale forbruk. Noen får et stort beløp og skal dekke alle utgifter selv, mens andre ungdommer får et lite beløp, men i tillegg klær, sportsutstyr etc. av foreldre. Hvem som får hva er vanskelig å si. Muligens varierer dette også med klasse, noe som gjør at spesielle grupper vil komme ut med et lavere forbruk i vår undersøkelse enn de i realiteten gjør, eller at noen poster blir over- eller underrepresentert. Det kan også tenkes å variere mellom gutter og jenter. Gutter er jevnt over mindre interessert i klær (Brusdal og Lavik 1990). Dette kan bety at foreldre i større grad ser seg nødt til å kjøpe klær til uinteresserte gutter, slik at de kan fremstå som rimelig presentable, noe som igjen betyr at deres klesforbruk er høyere enn det de oppgir her.

Et siste problem som skal nevnes når ungdommens forbruk skal beskrives, er problemet med å huske og med å regne. Det kan være vanskelig å huske eksakt hva man brukte siste måned, og det blir et anslag. Dette innebærer en overvekt av "runde" beløp som kan sies å være et anslag over siste måneds forbruk. Dette kan også tolkes som et normativt utsagn om hva som er et rimelig forbruksnivå på dette området. Det er også en fare for over- og underrapportering. Noen kan tenkes å ville skryte av bestemte former for forbruk, f.eks. kan det være statusgivende med et høyt alkoholforbruk, mens andre vil underrapportere denne type forbruk, som ofte er ulovlig.

Når dette er sagt, blir spørsmålet slik det er formulert, i hovedsak å fortolke som ungdoms **eget** forbruk, hva de bruker sine egne penger på, og i mindre grad forteller det om det totale forbruk som knytter seg til ungdom. Denne delen av ungdoms forbruk vil i stor grad inngå i foreldrenes budsjetter. Når alle disse forbeholdene er tatt, mener vi at rapporten gir et godt bilde av ungdommens personlige forbruk og interesser.

1.3 Datagrunnlaget

Dataene i denne rapporten er samlet inn av UNGforsk i 1994 og er hentet fra undersøkelsen "Ung i Norge". Undersøkelsen for 1994 er en oppfølging fra første datainnsamling som foregikk i 1992, hvor 12.287 ungdommer ved 67 skoler fikk en versjon av skjemaet "Ung i Norge". Hvert klassetrinn var likt representert. Landet ble delt inn i fem landsdeler og alle skolene i landet ble delt i tre grupper etter skolestørrelse. Innenfor hver av disse gruppene ble det trukket ut skoler som skulle delta i undersøkelsen. Skolestørrelsen henger nøye sammen med urbanitetsgrad. Innen hver av de 15 gruppene (5 landsdeler ganger 3 skolestørrelser) ble det trukket ut det antall elever som tilsvarte denne gruppens andel av ungdomsbefolkningen.

I Norge går 98,5% av ungdommene mellom 12 og 16 år på offentlig skole. 97% begynner på videreutdanning. En del faller fra, og av 18-åringene er ca. 80% i videregående skole. Svarprosenten på 92-undersøkelsen ble 97. 1,5% ble ekskludert fra utvalget pga. lesevansker. Dette dreide seg om to grupper, første gruppe bestod av integrerte elever med lærevansker, den andre gruppen var elever med annen språklig bakgrunn som nettopp var kommet til landet. Videre falt noen ut pga manglende foreldregodkjenning, noen elever ville ikke være med, og noen fikk skolen ikke kontakt med. Utvalget er således ikke helt representativt for ungdommer i Norge, men skulle langt på vei gi et riktig bilde av ulike sider ved det å være ung.

Skjemaene ble utfylt på skolen, og for å unngå at elevene påvirket hverandres svar, ble undersøkelsen gjennomført på alle klassetrinn samme dag.

Den samme undersøkelsen, med noen små endringer, ble gjennomført i 1994. Ved oppfølgingen ble imidlertid alle de som i 92 ikke kunne sies å være ungdommer, dvs. de som var eldre enn 20 år, utelatt. I tillegg var tre skoler i 92-undersøkelsen ikke tenkt å følges videre, og et innbrudd i en annen skoles arkiv bidro også til å øke bortfallet. Dette innebar at 9.680 ungdommer var kandidater til å bli fulgt opp i 1994. De som fortsatt gikk på samme skolen, fylte ut skjemaet etter samme prosedyre. De som hadde sluttet i videregående ble tilskrevet. 7.751 besvarte spørreskjemaet, noe som ga en svarprosent på 80.

Designen på undersøkelsen var slik at det var en hoveddel som alle besvarte. Videre var undersøkelsen delt i to underområder, en skoledel og en kulturdel. I kulturdelen inngår våre spørsmål om forbruk. I utgangspunktet var det 3.810 som skulle besvare spørsmålene om forbruk. For å forenkle fremstillingen og sørge for at det var relativt mange i hver alderskategori, har vi utelatt de over 21 år. Dette resulterte i at vi satt igjen med et utvalg på 3.518. Ved gjennomgang av datamatriksen viser det seg at ved tre skoler er ikke annen del av undersøkelsen besvart. Dette kan ha sin årsak i fridager, klasseturer osv. Dette innebærer at vårt datamateriale består av 3.447 gutter og jenter i alderen 14 til 21 år.

På grunn av den longitudinelle designen er det mulig å si noe om frafallet. Gutter var oftere å finne i frafallsgruppen enn jenter, elever ved yrkesfaglige retninger hadde et større frafall enn andre. Sist skal nevnes at elever med atferdsvansker, med dårlige karakterer, og elever som brukte lite tid på lekser, hadde større frafall. Mange av disse kjennetegnene henger sammen, f.eks. hadde gutter oftere atferds-problemer, noe som gjør det vanskelig å vite om årsaken til frafallet kan skyldes respondentens kjønn eller atferd. Ved å gå dypere inn i dette, finner man at to forhold synes viktigst for å forstå frafallet, nemlig det å gå på yrkesfaglig linje og det å ha dårlige karakterer (Wickstrøm 1994). Dette betyr at utvalget for 1994 består av noe mer skoleflink ungdom. I

denne undersøkelsen inngår 47% gutter (1.608) og 53% jenter (1.836). (3 elever hadde glemt å krysse av for om de var gutt eller jente).

1.4 Organiseringen av data

Tema for rapporten er ungdommens eget forbruk og hva dette varierer med. Det er altså ungdommens eget forbruk som står i sentrum. Til å belyse dette har vi opplysninger om hvor mye de bruker pr. mnd. av egne penger på ulike forbruksposter. For å lette fremstillingen er de ulike forbrukspostene inndelt i større forbruksområder. Dette kan være noe komplisert fordi noen typer forbruk kan ha flere aspekter, og kan derfor plasseres under flere overskrifter. Noen forbruks-områder er også relativt store. Det er imidlertid mulig i en senere analyse å anlegge andre perspektiver. De syv hovedområdene skal kort presenteres.

1. Forbruk knyttet til transport

Dette er forbruk som er knyttet til det å forflytte seg. Vi har to indikatorer på slikt forbruk, hvor mye penger som er brukt til motor, dvs. motorsykkel/moped/bil, eventuelt bensin, reparasjon o.l. og hvor mye som er brukt til trikk og buss. Førstnevnte indikator kan være noe komplisert å rubrisere fordi den er omfattende og også kan kobles til andre forbruksområder. F.eks. er det trolig at for mange vil motorhold bære preg av å være en hobby.

2. Forbruk knyttet til utseendet

Hovedutgiftsposten her er nok penger brukt til klær og sko. Men også penger brukt til hårklipp, kosmetikk og personlig hygiene, og penger brukt til smykker, har vi valgt å rubrisere under "Forbruk knyttet til utseendet".

3. Forbruk knyttet til medier

I dette datamaterialet finnes seks indikatorer på forbruk av ulike typer medier. De to første er knyttet til skriftlige medier og gjelder forbruk av blad, tegneserier og aviser, og forbruk av bøker. En post omhandler forbruk av auditive medier, dvs. hvor mye som brukes på plater, CD'er og kassetter. En annen forbrukspost er hvor mye det koster å bruke dette utstyret, dvs. stereoanlegg, walk-man etc. Den tredje type medieforbruk er det audiovisuelle og viser hvor mye penger som blir brukt på leie av videoer. Siste type medieforbruk er knyttet til manuelle media og omfatter penger brukt på datamaskin, datautstyr, dataspill etc.

4. Forbruk knyttet til hobbyer

Denne rubrikken kan være noe komplisert idet vi ikke vet om forbruket av visse gjenstander avspeiler om det er på hobbybasis eller ikke. F.eks. kan det meste av forbruket være på hobbybasis, både kjøp av tegneserier og CD'er bærer preg av å være hobbyer. Det samme gjelder for bilhold. Vi har kun to indikatorer som er rubrisert her. Første indikator er penger brukt på musikkinstrument og lydutstyr, og videre penger brukt på det som går under betegnelsen "Andre hobby- og fritidsaktiviteter".

5. Forbruk knyttet til nytelse

Dette gjelder det som blir fortært og eventuelt nytt. Vi har tre indikatorer her, månedlig beløp brukt på snacks, sigaretter og alkohol.

6. Forbruk knyttet til fritidsaktiviteter

Denne overskriften er noe misvisende fordi de fleste av de forbrukspostene som har vært omtalt over er knyttet til fritiden, f.eks. er mediebruk å fortolke som fritidsaktiviteter, det samme gjelder hobbyer. Det som er det særegne for dette forbruksområdet, er at det er knyttet til forbruk som foregår utenfor

hjemmet, på en offentlig arena. Det er syv indikatorer her. De tre første betegner kjøp av billetter til ulike arrangementer, kino, konserter og idrettsarrangementer. Videre er det utgifter til kontingenter for medlemskap i ulike foreninger og organisasjoner. Deretter har vi indikator på hvor mye penger de unge bruker på kafé og restauranter og diskoteker. Videre penger brukt på tur- og friluftsutstyr, og penger brukt på sportsutstyr til trening og konkurranse. De to siste utgiftspostene er ikke aktiviteter i seg selv, men ofte en nødvendig forutsetning for å kunne delta i ulike aktiviteter.

7. Sparing og samling

Deler av de unges forbruk kan sees på som mer fremtidsrettet og to indikatorer inngår her, det å samle på utstyr og det å spare penger. At sparing er tatt med i de unges forbruksmønster kan virke noe over-raskende fordi sparing kan oppfattes som ikke forbruk. Men det å spare pengene sine er også en måte å disponere over dem, og sparing kan betegnes som utsatt forbruk. Sparing innebærer en forsakelse i dag mot en belønning i en fjernere fremtid. Sparing betyr også ofte anskaffelse av større forbruks-gjenstander på et senere tidspunkt.

Disse områdene tenkes å dekke ulike aspekter ved de unges forbruk, og de skulle dekke det meste av de unges forbruk. Vi har nevnt inn-ledningsvis at ved en slik tilnærming, dvs. at en lister opp bestemte forbruksområder som en ber de unge om å føre opp månedlig brukt beløp på, så kan enkelte forbruksposter ikke fanges opp. Vi tror imidlertid at dette skjemaet skulle fange opp de mest sentrale sider ved de unges forbruk.

Figur 1: Oversikt over ulike forbruksområder

<u>1. Forbruk knyttet til transport:</u>
Motorhold
Trikk/buss
<u>2. Forbruk knyttet til utseendet:</u>

Klær/sko

Hårklipp, kosmetikk og personlig hygiene

Smykker, pyntegenstander

3. Forbruk knyttet til medier:

Blader, tegneserier, aviser m.m.

Bøker

Plater, CD'er og kassetter

Elektronikk (stereoutstyr , walk-man etc.)

Leie av video

Datamaskin, datautstyr, dataspill m.m.

4. Forbruk knyttet til hobbyer:

Musikkinstrumenter og lydutstyr

Andre hobby- og fritidsaktiviteter

5. Forbruk knyttet til nytelse:

Sjokolade/cola/snacks og andre godterier

Sigaretter/tobakk

Alkohol

6. Forbruk knyttet til fritidsaktiviteter:

Kino

Inngangspenger til konserter, teater o.l.

Inngangsbilletter til idrettsarrangementer

Snackbar/kafé/restaurant/diskotek

Kontingenter/trening, i foreninger, lag eller klubber

Tur- og friluftsutstyr

Sportsutstyr til trening og konkurranse

7. Samling og sparing:

Utstyr (glass, sølvtøy, porselen o.l.)

Sparte penger

2 Noen fakta om ungdoms forbruk

2.1 Presentasjonen av data

Denne rapporten er ment å gi et visst innblikk i de unges forbruk med utgangspunkt i spørsmålet om hvor mye de brukte siste måned på ulike forbruksposter. Innledningsvis har det vært diskutert visse svakheter ved en slik tilnærming, men konklusjonen er at den gir et godt innblikk i de unges eget forbruk. Presentasjonen av data kan også være noe problematisk. Når forbruk i ulike grupper eller kategorier beskrives, er det ofte med utgangspunkt i gruppens gjennomsnittlige forbruk. Dette er også den innfallsvinkelen vi har valgt når de unges forbruk skal beskrives.

Til en slik tilnærming knytter det seg noen særtrekk som kan være problematiske. Noen typer forbruk er relativt lite utbredt. Til gjengjeld kan beløpene som blir brukt være svært høye. F.eks. finner vi i dette materialet at kun 5% har brukt penger på datautstyr siste måned. Til gjengjeld er det en som har brukt 22.000 kroner på dette. Dette gjør at det gjennomsnittlige forbruk virker høyt og kanskje urealistisk. Men samtidig er det et faktum for noen av forbrukspostene at beløpene er store og relativt sjeldne. Det kan dreie seg om bilkjøp, om kjøp av datamaskin, elektronisk utstyr, om et dyrt smykke osv. Det kan også dreie seg om noen unge som ser ut til å bruke mye mer enn andre på

spesielle aktiviteter, på konsertbesøk, på idrettsarrangementer osv. I gjennomgangen av dataene blir det da i siste instans opp til den enkelte forsker å bestemme seg for hva som bør gjøres med disse "uteliggerne", disse avvikende beløpene. Som en hovedregel her har vi valgt å ta med de store enkeltbeløpene fordi de er en del av de unges forbruk. Dette innebærer da at det gjennomsnittlige forbruket kan virke høyt, og at det dermed ikke er helt representativt for hvordan de aller fleste ungdommer oppfører seg, og forbruker. Men igjen, disse store beløpene utgjør en del av de unges forbruksmønster, og er penger som de unge legger igjen. Et slikt standpunkt innebærer også nødvendigheten av å gå inn på det enkelte forbruksområde, se på de oppgitte beløpene, og kanskje se på de høyeste med et kritisk blikk. Dette er gjort, og det skal redegjøres for eventuelle valg i den følgende beskrivelsen av de ulike forbrukspostene. Før vi kommer så langt, skal ytterligere noen problemområder nevnes.

De unge ble bedt om å angi hvor mange penger de brukte på de forskjellige utgiftspostene siste måned. I fortsettelsen av spørsmålet heter det: *"Skriv tallet i kroner. Ofte kan det være vanskelig å huske. Når du ikke er sikker så forsøk å huske omtrent det du mener du har brukt, uten å tenke deg lenge om. Har du ikke brukt noe så skriv null"*. Dette innebærer ytterligere to momenter som er av interesse for vårt formål, nemlig å si noe om de unges forbruk. For det første betyr dette at forbruket ikke kan måles helt eksakt i kroner og øre. Det er vanskelig å huske alt ned til minste krone, og mange av beløpene blir anslag. Dette viser seg også i datamaterialet hvor de oppgitte beløpene hopper seg opp rundt de runde tall. De oppgitte beløpene får dermed noe normativt ved seg, og kan tolkes som anslag over det de unge mener det er rimelig å bruke på de forskjellige utgiftspostene. Men, når dette er sagt, er det lite trolig at det dreier seg om store avvik. De unge har relativt enkle budsjetter og trolig god oversikt over hva de har til disposisjon og hva pengene går til.

Et annet problem knytter seg til siste setning, "*Har du ikke brukt noe så skriv null*". Dette har svært få gjort. Alternativene er da to: enten å beholde de ubesvarte som missing, eller å anta at det dreier seg om en forglemmelse og sette dem lik null. Velger vi å beholde dem som missing, resulterer dette i at på noen forbruksområder, som f.eks. forbruk av datautstyr, smykker, bøker etc., får vi en svært liten andel som har oppgitt noe beløp. Ved å regne gjennomsnitt, vil vi da kun ta utgangspunkt i en liten andel av ungdomspopulasjonen. Gjennomsnittsberegningene vil da kun berøre ungdommer som har oppgitt en slik type forbruk, det oppgitte beløpet blir høyt og vil ikke si noe om omfanget av denne type forbruk i hele ungdomspopulasjonen.

Dette kan vi imidlertid oppnå ved å kode de ubesvarte om til null, og tolke det slik at når de ikke har oppgitt noe beløp, betyr det at denne type forbruk ikke har funnet sted. Mulige feilkilder vil være at noen ungdommer har brukt penger på spesielle forbruksposter, som de ikke ønsker å oppgi. Dette kan i hovedsak dreie seg om forbruk som er mindre akseptert blant f.eks. lærere, slik som alkohol og sigaretter. Riktignok ble det oppgitt at svarene ville være konfidensielle, og de ble lagt i en konvolutt som eleven selv limte igjen, så faren her skulle være relativt liten. Ut fra dette har vi valgt å sette de ubesvarte beløpene lik null. Dette innebærer at det er mulig å regne gjennomsnitt og andel kun for den ungdommen som har oppgitt forbruk på dette området, og i tillegg er det mulig å si noe om det gjennomsnittlige forbruk i ulike ungdomskategorier. I noen tilfeller vil det fortsatt være missing-kategorier. Dette er tilfelle der svarene virker urimelige, eller i utgangspunktet er kodet som ubesvart.

I det følgende skal hvert enkelt forbruksområde presenteres mer inngående.

2.1.1 Forbruk knyttet til transport

Det var to indikatorer på dette området. Den første gjaldt penger brukt siste måned i tilknytning til motorsykkkel/moped/bil. Beløpene kunne gjelde for kjøp, bensin og reparasjon. 30% av de unge hadde oppgitt forbruk på **motorhold** siste måned. Det var stor spredning i beløpene, fra en femmer og helt opp til 130.000 kroner. For hele utvalget ble penger brukt på motorhold i gjennomsnitt 455 kroner, og ser vi på de 30% som hadde brukt penger på dette, ble gjennomsnittsbeløpet betraktelig høyere, 1.514 kroner pr. person. For dem som hadde brukt penger her, var det hyppigst forekommende beløp 100 kroner, og medianen, dvs. den verdi som ligger midt i rekken når beløpene er rangert etter størrelse, lå på 350 kroner. At gjennomsnittet blir så høyt, beror på at en person oppga å ha brukt 130.000 kroner på denne forbruksposten siste måned. Videre var det to som hadde brukt 85.000 kroner.

Dette illustrerer den diskusjonen som ble tatt opp tidligere, nemlig at noen personers forbruk er så stort og avvikende at det får stor innvirkning på den generelle fremstillingen av de unges forbruk. Samtidig er det ikke usannsynlig at slikt forbruk finner sted. Vi valgte å ta disse med fordi det ikke er usannsynlig at noen ungdommer vil foreta større forbruk på områder som f.eks. kjøp av bil, og således utgjør dette en del av de unges forbruk. Til sammen oppgir de unge å ha brukt ca. 1,5 millioner på bil og motorhold.

Det er en noe større andel, 44% av de unge, som har brukt penger til **buss og trikk** siste måned, men utgiftene er betydelig mindre for dette transportmiddelet. Gjennomsnittlig 45 kroner for hele utvalget, og 134 kroner når vi tar utgangspunkt bare i dem som har brukt penger her. Når beløp er oppgitt, er 50 kroner det beløpet som opptrer hyppigst, og 157 har oppgitt dette. Men 150 har oppgitt at de har brukt 100 kroner, og 122 oppgir å ha brukt 200 kroner. Noen av beløpene er relativt høye, det høyeste er 1.170 kroner som 2 har oppgitt. Dette kan henge sammen med kjøp av månedskort, eller at man foretar lengre reiser i spesielle perioder.

Tabell 2.1: Gjennomsnittlig forbruk i kroner siste måned knyttet til transport for hele utvalget og kun for brukere.

	Gj.snitt alle	N	Gj.snitt de som har kjøpt	N	Totalt forbruk kroner
Motor	kr 455	3.3473	kr 1.514	1.036	1.568.292
Trikk/buss	" 45	.446	" 134	1.165	156.417

2.1.2 Forbruk knyttet til utseendet

På dette forbruksområdet har vi tre indikatorer, penger brukt på klær/sko, på hårklipp, kosmetikk og personlig hygiene, og til slutt penger brukt på smykker og pyntegjenstander. Første forbrukspost omfatter penger brukt på **klær og sko**. Dette er relativt vanlig, og 46% av de unge har oppgitt å ha brukt penger på dette siste måned. Tar vi utgangspunkt i hele utvalget, er det gjennomsnittlige forbruket 306 kroner pr. person, og fordi det var noe under halvparten som svarte bekreftende på denne type forbruk, blir gjennomsnittet blant dem som har brukt penger på dette vel det dobbelte, nemlig 669 kroner. Blant de unge som oppgir å ha brukt penger på klær og sko er det hyppigst oppgitte beløp 500 kroner som 230 hadde oppgitt. Deretter har 215 elever oppgitt å ha brukt 1.000 kroner siste måned. Medianen er på 350 kroner, men i materialet finnes det en del ungdommer som oppgir å ha brukt relativt mye på klær siste måned. F.eks. oppgir 52 å ha brukt 21.000 kroner, 22 oppgir 3.000 kroner og 9 oppgir 5.000 kroner. Dette bidrar til å heve gjennomsnittet.

Tabell 2.2: Gjennomsnittlig forbruk i kroner siste måned knyttet til utseendet for hele utvalget og kun for brukere.

	Gj.snitt alle	N	Gj.snitt de som har kjøpt	N	Totalt forbruk kroner
Klær/sko	kr 306	3.447	kr 669	1.580	1.056.875
Hårklipp/hygiene	" 84	3.447	" 153	1.897	290.005
Smykker/utstyr	" 17	3.447	" 177	323	56.981

Å bruke penger på **hårklipp, kosmetikk og personlig hygiene** er noe mer utbredt enn å bruke penger på klær og sko, og 55% har oppgitt å bruke penger her. Det er imidlertid ikke samme størrelse på beløpene, og tar vi utgangspunkt i hele materialet, er det gjennomsnittlige beløpet 84 kroner. Tar vi utgangspunkt kun i brukerne, er det gjennomsnittlige beløpet 153 kroner. En hundrelapp synes å være et rimelig forbruk her, og 507 ungdommer oppgir dette beløpet. Men igjen, det finnes storbrukere, 9 ungdommer har oppgitt å bruke tusen kroner på denne utgiftsposten. Høyeste oppgitte beløp er 2.000 kroner, og igjen er spørsmålet om dette skal strykes. Dette har ikke blitt gjort ut fra en vurdering om at det ikke er utenkelig at en i noen anledninger kan bruke mye penger på frisør og kosmetikk, men igjen; normen synes å ligge et sted rundt en hundrelapp.

Tredje og siste forbrukspost på dette området dreier seg om **smykker og pynteting**. Det er kun 323 personer som har oppgitt å bruke penger på dette, og det gjennomsnittlige forbruket for hele utvalget er lavt, kun 17 kroner pr. person. Blant de 323 som har brukt penger her, er beløpet høyere, 177 kroner. Også her er modus en hundrelapp som 71 nevner. Men det nest hyppigst oppgitte beløp er lavere - 50 kroner som 66 unge nevner. Dette betyr at de unges forbruk på smykker og pynteting er

lavt, men det er 10 som oppgir å ha brukt 1.000 kroner og mer, og dette drar opp det gjennomsnittlige forbruket. (Av disse nevner en 7.000 kroner, 3 oppgir 2.000 kroner og 3 oppgir 1.000 kroner).

2.1.3 Forbruk knyttet til medier

Vi har fem indikatorer på forbruk knyttet til medier. De to første forbrukspostene er knyttet til skriftlige medier, den første omfatter blad, tegneserier og aviser og andre penger brukt på bøker. Om lag 60% av ungdommene oppgir å ha brukt penger på **blad, tegneserier eller aviser** siste måned. Det oppgitte beløp varierer sterkt, fra en som oppgir en krone til fem som oppgir 1.000 kroner. Blant dem som har brukt penger på dette, er det gjennomsnittlige beløpet 75 kroner. Det er størst andel som har oppgitt å bruke 50 kroner, dette gjelder for 422 ungdommer. Det nest hyppigst oppgitte beløp er 100 kroner som 342 har oppgitt. Det ser altså ut til at det vanlige forbruket blant dem som kjøper blad og tegneserier ligger mellom 50 kroner og 100 kroner, men det finnes noen unge som av ulike grunner bruker mye penger på dette og dette drar opp gjennomsnittet. For hele utvalget er gjennomsnittet 44 kroner.

Tabell 2.3: Gjennomsnittlig forbruk i kroner siste måned knyttet til medier for hele utvalget og kun for brukere.

	Gj.snitt alle	N	Gj.snitt de som har kjøpt	N	Totalt forbruk kroner
Blad/tegneserier	kr 44	3.447	kr 75	2.013	150.584
Bøker	" 26	3.447	" 164	547	89.654
Plate/CD/kassetter	" 131	3.446	" 271	1.660	449.866
Elektronisk utstyr	" 117	3.447	" 1.837	219	401.990
Leie av video	" 43	3.447	" 86	1.720	148.593

Datautstyr	" 88	3.447	" 1.683	180	303.241
------------	------	-------	---------	-----	---------

Det andre skriftlige mediet var **bøker**. Å kjøpe bøker er ikke så vanlig som å kjøpe blad, tegneserier og aviser, og kun 16% har oppgitt å bruke penger på bøker. Det gjennomsnittlige forbruket for hele utvalget er lavt, 26 kroner i gjennomsnitt. Ser vi kun på dem som har kjøpt bøker siste måned, øker beløpet betydelig og er nå på 164 kroner. De fleste (90 personer) oppgir å ha brukt 100 kroner, deretter kommer 25 som har brukt 200 kroner. Altså et relativt moderat forbruk. Gjennomsnittet dras opp av bl.a. 5 ungdommer som oppgir å ha brukt 1.000 kroner på bøker og 3 andre som oppgir å ha brukt 2.000 kroner siste måned. Igjen kan vi stille spørsmål om hva vi gjør med dem som drar opp gjennomsnittet. Vi har valgt å ta dem med ut fra en vurdering at det ikke er urimelig at noen unge, pga. spesielle interesser eller anledninger, kjøper mange eller dyre bøker.

Litt under halvparten av de unge, 48%, oppgir å ha brukt penger på forbruk av **plater, kassetter og CD'er**. I gjennom-snitt brukte alle 131 kroner. Tar vi utgangspunkt i dem som har oppgitt å bruke penger her siste måned, øker beløpet til 271 kroner. Modus er 300 kroner som 250 ungdommer har oppgitt. Deretter følger 231 som har oppgitt å bruke 200 kroner siste måned. Dette er altså en forbrukspost med relativt høyt forbruk. Også på denne forbruksposten finner vi storbrukere som drar opp gjennomsnittet. F.eks. har 18 ungdommer oppgitt å ha brukt 1.000 kroner, og 8 har oppgitt 2.000 kroner siste måned. Det høyeste oppgitte beløp er 5.000 kroner. Tar vi utgangspunkt i stor-brukerne, dvs. 44, som har brukt 1.000 kroner eller mer, blir det gjennomsnittlige forbruket blant disse 1.547 kroner pr. person. Det finnes altså deler av ungdommen som er svært opptatt av musikk og bruker mye penger på dette, men materialet viser også at om lag halvparten ikke har brukt penger på dette, og blant dem som har brukt penger her, ligger det vanligste forbruket mellom to og tre hundre kroner.

Neste forbrukspost ligger i forlengelsen av dette, og handler om penger brukt på **elektronisk utstyr** som stereoanlegg, walk-man etc. Dette handler om engangsanskaffelser, og kun 6% har svart bekreftende. Det gjennomsnittlige forbruket er på 117 kroner, men ser vi hva de 219 personene som har brukt penger på dette har brukt, stiger det gjennomsnittlige beløpet til 1.837 kroner. Modus er 100 kroner, mens medianen ligger på 300 kroner. 12 personer oppgir å ha brukt 10.000 kroner eller mer på dette, og det høyeste beløpet er 20.000 kroner, sikkert ikke en ublu pris for et godt stereoanlegg.

Den tredje type medieforbruk knytter seg til audiovisuelle medier og beskriver hvor mye penger som er brukt til å **leie video**. Halvparten av ungdommen oppgir å ha brukt penger på dette siste måned. Dette behøver imidlertid ikke bety at kun halvparten har sett på video. Tar vi utgangspunkt i hele utvalget, ligger det gjennomsnittlige forbruk på 43 kroner pr. person, og tar vi utgangspunkt i kun dem som har brukt penger på dette, har beløpet doblet seg og ligger på kr 86. Modus er 50 kroner som 356 har oppgitt. Deretter følger 306 personer som har brukt 100 kroner på dette siste måned. Medianen er på femti, noe som betyr at halvparten av brukerne har brukt femti kroner eller mindre. Men det finnes storbrukere også her som på de andre forbrukspostene. F.eks. kan 121 opplyse at de har brukt 200 kroner på dette, 40 har brukt 300 kroner, 9 har brukt 500 kroner, og fire personer har brukt 1.000 kroner.

Siste type forbruk av medier skjuler seg bak utgiftsposten **"Datamaskin, datautstyr, dataspill m.m"**. Denne kan være noe vanskelig å rubrisere, men vi har valgt å se dette som et manuelt medium. Hvordan dette utstyret blir brukt, vet vi ikke. Det tallene forteller er at det er relativt sjelden at de unge kjøper seg slikt utstyr og at det ofte er kostbare saker. Kun 5%, dvs. 180 personer oppgir å ha brukt penger på dette siste måned. Det er stor variasjon i de oppgitte beløp, fra 2 kroner til 22.000 kroner. Gjennomsnittet for hele utvalget er 88 kroner, men tar vi utgangspunkt i dem som har brukt penger her,

øker gjennom-snittsbeløpet til 1.683 kroner. Modus er 100 kroner som 23 har oppgitt, deretter er det 16 som har oppgitt å bruke 200 kroner. Medianen er imidlertid noe høyere og ligger på 300 kroner. Ser vi på dem som har brukt 10.000 kroner eller mer, er dette 13 personer som har et gjennomsnittlig forbruk på 15.708 kroner. Samlet har disse 13 ungdommene et forbruk på 204.200 kroner som er om lag 2/3 av det totale forbruket på dette området. Dataene avspeiler at dette er kostbare gjenstander som få kjøper. Kanskje er det noe man kjøper ved spesielle anledninger, kanskje for konfirmasjonspenger eller sparepenger?

2.1.4 Forbruk knyttet til hobbyer

Denne forbruksposten har vært noe problematisk å definere. Det er vanskelig å si om en type forbruk er en hobby for noen. Strengt tatt kan de fleste av de tidligere omtalte forbrukspostene være hobbyer for noen personer. Man kan samle på spesielle tegneserier, plater, CD'er, man kan ha data som hobby osv. Dette innebærer at vi sitter tilbake med to forbruksposter som vi har rubrisert under betegnelsen hobby, nemlig penger brukt på musikkinstrument og lydutstyr, og penger brukt på "andre hobby- og fritidsaktiviteter".

Tabell 2.4: Gjennomsnittlig forbruk i kroner siste måned knyttet til hobbyer for hele utvalget og kun for brukere.

	Gj.snitt alle	N	Gj.snitt de som har kjøpt	N	Totalt forbruk kroner
Musikkinstr/utstyr	kr 82	3.447	kr 1.733	164	284.046
Andre hobby/fritidsakt.	" 54	3.447	" 404	463	187.264

Få ungdommer oppgir å ha brukt penger på disse to forbrukspostene. I gjennomsnitt bruker de unge kr. 82 på **musikkinstrumenter og lydutstyr**. Det gjennomsnittlige beløpet øker betraktelig når vi tar utgangspunkt i dem som har brukt penger på dette, og er 1.733 kroner pr. person. Tallene forteller at den slags kjøp ikke er en dagligdags eller månedlig affære, men at det dreier seg om relativt store beløp når det brukes penger her. Blant dem som har brukt penger på dette er modus 100 kroner, altså det de fleste har brukt. Medianen ligger imidlertid på 300 kroner, og 12 ungdommer oppgir å ha brukt 10.000 kroner eller mer. Til sammen utgjør dette kr 181.600 som også her er ca. 2/3 av totalforbruket på dette området.

Siste post her er rubrisert som "**Andre hobby- og fritids-aktiviteter**". Heller ikke dette er den helt store forbruksposten. Kun 13% av utvalget har oppgitt å ha brukt penger her, og gjennomsnittlig ligger forbruket på 54 kroner for hele utvalget, men øker til 404 kroner når vi tar utgangspunkt i dem som oppgir å ha brukt penger her. De fleste av disse oppgir å ha brukt 100 kroner (106 personer). Medianen er også på 100 kroner, men det finnes en rekke storbrukere også her. 14 har oppgitt å bruke 1.000 kroner på dette siste måned, 4 oppgir 2.000 kroner og 3 oppgir 3.000 kroner. Høyeste beløp er på 20.000 kroner som en person oppgir.

2.1.5 Forbruk knyttet til nytelse

Dette er forbruk av ting man inntar og fortærer. Vi har her indikatorer på tre ulike typer forbruk. Den første er forbruk av snacks, brus, sjokolade etc. Videre har vi opplysninger om hvor mye penger de har brukt på sigaretter og tobakk siste måned, og endelig hvor mye penger de har brukt på å kjøpe alkoholholdige drikker.

Tabell 2.5: Gjennomsnittlig forbruk i kroner siste måned knyttet til nytelse for hele utvalget og kun for brukere.

	Gj.snitt alle	N	Gj.snitt de som har kjøpt	N	Totalt forbruk kroner
Sjoko/snacks/cola etc.	kr 124	3.446	kr 137	3.126	427.240
Sigaretter/tobakk	" 92	3.445	" 291	1.092	317.437
Alkohol	" 209	3.447	" 416	1.732	720.846

Å kjøpe **cola, snacks, sjokolade** etc. er den vanligste type forbruk blant de unge og hele 91% oppgir å ha brukt penger på dette siste måned. Gjennomsnittet for hele utvalget er 124 kroner, og noe mer, 137 kroner når vi kun ser på dem som har brukt penger her. De fleste bruker ikke så veldig mye penger her, flest, 718 ungdommer, oppgir å ha brukt 100 kroner siste måned, noe som skulle tilsi 25 kroner i uka. Videre har 601 oppgitt å ha brukt 50 kroner. Men det finnes ungdom som bruker mye penger på sjokolade og snacks. F.eks. oppgir 62 å ha brukt 400 kroner siste måned, 90 oppgir 500 kroner, 8 oppgir 600 kroner, og 12 oppgir 1.000 kroner. Høyeste beløp er 2.100 kroner som en person har oppgitt. Til sammen har disse 3.126 ungdommene som oppgir å ha brukt egne penger på sjokolade, cola, snacks etc. brukt nesten en halv million kroner siste måned.

Å bruke penger på **sigaretter og tobakk** er ikke så vanlig, og kun 32% har svart positivt på dette. Det gjennomsnittlige beløp for hele utvalget er 92 kroner, men tar vi utgangspunkt i dem som bruker penger på dette, øker gjennomsnittsbetøpet til 291 kroner. De fleste, 177, oppgir å ha brukt 200 kroner. Men det finnes storryktere blant de unge, 27 oppgir å bruke 1.000 kroner siste måned, 6 oppgir 1.400 og 8 oppgir 1.500 kroner. Høyeste beløp - 2.000 kroner - var det en som oppga. Dette er høyt og ble tatt med under tvil. At dette beløpet er med, øker

f.eks. gjennomsnittet med 3 kroner blant dem som har brukt penger på tobakk og sigaretter.

Omtrent halvparten av de unge oppgir å ha brukt penger på **alkohol** siste måned. Gjennomsnittlig forbruk for hele utvalget er 209 kroner, men tar vi utgangspunkt i kun dem som har brukt penger her, øker gjennomsnittet til 416 kroner. Det beløpet de fleste oppgir er relativt beskjedent, 200 kroner, men det finnes mange som oppgir å ha brukt mye penger på dette. Vi kan nevne at 30 oppgir å ha brukt 2.000 kroner, 10 har brukt 3.000 kroner og 12 oppgir 4.000 kroner. I utgangspunktet hadde 7 (gutter) oppgitt å bruke opp til 8.000 kroner på alkohol. Vi sjekket antall ganger disse hadde drukket siste måned og fant at dette var relativt hyppig. En oppga f.eks. 18 ganger. Forbruk av alkohol er et område hvor man kan forvente under-rapportering, men også overrapportering fordi stort forbruk kan være statusgivende i enkelte miljøer. Vi valgte imidlertid å sette tak på alkoholforbruket ved 4.000 kroner, og disse siste storbrukerne er derfor kodet om til 4.000 kroner. Videre er det å si at disse ungdommene har lagt ned relativt mye penger på dette forbruks-området. Det totale forbruket i en måned for våre ungdommer var 720.845 kroner.

2.1.6 Forbruk knyttet til fritidsaktiviteter

Dette er et stort forbruksområde og inneholder sju forbruksposter. Strengt tatt kunne de fleste forbruksområdene vært tatt inn under denne overskriften fordi både forbruket og bruken foregår i fritiden. De aktivitetene som inngår her er nær knyttet til aktiviteter, eller forbruket er selve aktiviteten, som f.eks. det å gå på kino. De tre første forbrukspostene omhandler penger brukt siste måned for å delta i ulike arrangementer.

Første forbrukspost er penger brukt til **kino**. Vel halvparten, 53%, har brukt penger på dette siste måned. Det gjennomsnittlige beløpet er 45 kroner, og blant kinogjengere er beløpet nesten doblet, og er på 84 kroner. Det er flest

blant kinogjengerne som oppgir å ha brukt 50 kroner (421 personer). Deretter følger 386 som oppgir å ha brukt 100 kroner. Men det finnes tydeligvis pasjonerte kinogjengere, og 15 personer har brukt 300 kroner siste måned, 5 oppgir å ha brukt 400 kroner og ytterligere 5 oppgir 500 kroner. Høyeste sum brukt på kino er 1.000 kroner som to ungdommer har oppgitt. Igjen et høyt beløp som bidrar til å øke gjennomsnittstallene, men som kanskje ikke er urimelig. Kanskje er også deler av beløpet brukt på venner eller kjæreste?

Tabell 2.6: Gjennomsnittlig forbruk i kroner siste måned knyttet til fritidsaktiviteter for hele utvalget og kun for brukere.

	Gj.snitt alle	N	Gj.snitt de som har kjøpt	N	Total forbruk kroner
Kino	kr. 45	3447	kr. 84	1841	154.517
Bill. konsert/ teater o.l.	" 42	3447	" 153	955	145.648
Bill. idrettsarr.	" 22	3447	" 163	457	74.212
Snackbar/kafé/disko	" 116	3446	" 158	2516	398.322
Kontingenter	" 70	3446	" 307	783	240.155
Tur- og friluftststyr	" 55	3447	" 736	259	190.207
Sportssuts.trening/ konkurranse	" 82	3446	" 578	486	292.422

Deretter følger to andre utgifter til billetter til ulike arrangementer. Den første er penger brukt på **konsserter og teater**. Dette er ikke så utbredt som kino, og kun 28% har brukt penger på dette. Det gjennomsnittlige beløpet er relativt lavt, 42 kroner. Med utgangspunkt i dem som har hatt slike utgifter, øker beløpets størrelse til 153 kroner i gjennomsnitt. Det er flest som har oppgitt 100 kroner som beløp (203). Deretter følger 147 som har oppgitt 50 kroner. Det tyder på at dette er et

forbruksområde som ikke er så kostbart. Men noen ser ut til å være villige til å bruke mye penger på dette. (18 ungdommer oppgir å ha brukt 400 kroner, 21 oppgir 500 kroner, 7 oppgir 600 kroner og videre 7 har brukt 1.000 kroner). Høyeste beløp er kr. 3.000 som en person har oppgitt. Hva som skjuler seg bak disse tallene er vanskelig å si. Det meste er tydeligvis relativt vanlige teaterbilletter eller konserter i hundrekronersklassen. Men vi skal heller ikke se bort fra at det kommer band som tar stive inngangspriser, kanskje også kjøpes billettene på svartebørs. Vi vet heller ikke om det oppgitte beløp gjelder for en person eller flere. At man tar med en kamerat, venninne eller kjæreste. Det som er klart er at det er en liten andel unge som står for det meste av forbruket her.

Den andre typen inngangsbillett var til **idrettsarrangementer**. Å gå på slike arrangementer er heller ikke så vanlig, og kun 13% har brukt penger på dette. Til gjengjeld synes disse å være villige til å bruke mye penger. 9 personer har oppgitt å bruke 1.000 kroner, 3 har brukt 2.000 kroner og to personer henholdsvis 3.000 og 4.000 kroner. Her dreier det seg tydeligvis ikke om den lokale kampen med hjemme-laget, men muligens en tur til en annen by eller utlandet for å se på fotballkamp. Fordi så få har brukt penger på dette, er det gjennom-snittlige forbruket lavt, 22 kroner pr. person. Tar vi utgangspunkt i de 13% som har brukt penger på dette, øker gjennomsnittet til 163 kroner. Men det er viktig å holde klart for seg at det hyppigst oppgitte beløpet er 50 kroner som 86 har oppgitt, og deretter følger 64 personer som har oppgitt å bruke 100 kroner på idretts-arrangementer siste måned.

De fleste ungdommer synes å være innovert og legger igjen penger på en **kafé, snackbar, restaurant eller diskotek** i løpet av en måned. 73% av ungdommene oppgir et beløp på denne forbruksposten. Det gjennomsnittlige beløp er 116 kroner for hele utvalget, og med utgangspunkt i dem som har brukt penger på dette, øker gjennomsnittsbeløpet noe til 158 kroner. Hva som skjuler seg bak denne betegnelsen er vanskelig å si, det kan være alt fra en rask hamburger

hos McDonalds til en større middag på en finere restaurant eller på et diskotek. Det er imidlertid viktig å minne om at beløpet ikke omfatter penger brukt til alkohol. Modus er 100 kroner som 598 ungdommer oppgir, og de fleste beløpene "klumper" seg rundt dette tallet. F.eks. oppgir 409 personer å ha brukt 200 kroner og 403 å ha brukt 50 kroner. Men det finnes de som riktig har svingt seg, enten på diskotek eller ved restaurantbordet. F.eks. er det 37 ungdommer som oppgir å ha brukt 1.000 kroner siste måned. Høyeste beløp brukt her var 2.000 kroner som én person oppga.

23% av de unge oppgir å ha brukt penger på "**kontingent, innsamlinger, trening, øvelser, møter i foreninger, lag eller klubber**". Det dreier seg altså om flere forskjellige aktiviteter. Datamaterialet viser at disse 23% oppgir svært ulike beløp på disse aktivitetene, fra 1 krone som en har oppgitt til 4.000 kroner som en annen har oppgitt. Gjennomsnittet for hele utvalget er 70 kroner og for dem som har brukt penger her, er gjennomsnittet 307 kroner. Modus er 100 kroner som 117 har oppgitt. Videre har 104 ungdommer oppgitt å bruke 50 kroner. Men det finnes en god del unge som oppgir relativt høye beløp. F.eks. oppgir 75 personer å ha brukt 200 kroner, 29 har brukt 400 kroner. Videre har 36 brukt 500 kroner siste måned, og 24 oppgir å ha brukt 1.000 kroner. Beløpet stiger sakte og pent og ender opp med en person som oppgir å ha brukt 4.000 kroner. Det er vanskelig å vurdere om man skal ta med de høyeste beløpene. Først og fremst fordi vi ikke helt vet hva som skjuler seg bak beløpet. Det som i alle fall er sikkert, er at det ikke nødvendigvis dreier seg om én aktivitet, men flere. Slik sett er det mulig for en enkeltperson å bruke mye penger på et forbruk som kommer inn under denne rubrikken.

Å bruke penger på **tur- og friluftsutstyr** er ikke særlig utbredt, og kun 7% av de unge svarer positivt på dette. Kanskje det har sin årsak i at dette er noe de unge får til jul, fødselsdager og konfirmasjon, og ikke noe de bruker egne penger på? Det gjennomsnittlige beløpet er 55 kroner for hele utvalget, men tar vi utgangspunkt i dem som har brukt

penger på dette, er det gjennomsnittlige beløpet økt betraktelig og er på 736 kroner. Dette har sin forklaring i at til tross for at modus er 100 kroner, ser det ut til at svært mange virkelig bruker penger når de først deltar i denne type forbruk. Det kan være penger man får til konfirmasjon, jul og fødselsdag, at en sparer opp og kjøper dette dyre sportsutstyret, det være seg slalåmutstyr, sykkel, seilbrett osv. Det høyeste beløpet som er oppgitt er 8.000 kroner, men 18 har oppgitt å bruke 1.000 kroner, 15 personer oppgir 2.000 kroner, 5 oppgir 3.000 kroner og 4 oppgir 4.000 kroner. Dersom vi tar utgangspunkt i dem som har brukt over 1.000 kroner, er dette 69 personer som har brukt til sammen kr 132.925, altså en betydelig del av det totale forbruket på dette området.

Siste forbrukspost på dette området er **sportsutstyr til trening og konkurranse**. 14% av ungdommene har oppgitt å bruke penger her, og det gjennomsnittlige beløp for hele utvalget er 82 kroner. Tar vi utgangspunkt i kun dem som har brukt penger her, er det gjennomsnittlige beløpet 578 kroner. De vanligste beløpene er 100 kroner og 200 kroner som 62 har oppgitt for begge poster. Deretter følger 33 som har oppgitt 300 kroner. Denne type forbruk ser ut til å være relativt kostbart, 35 personer oppgir å ha brukt 1.000 kroner siste måned, og 10 oppgir 2.000 kroner. Deretter stiger beløpet jevnt til 7.000 kroner. Siste beløp i rekken, 35.000 kroner, ble valgt å utelates fordi det lå betraktelig over de andre beløpene, og dro gjennomsnittet så høyt opp.

2.1.7 Forbruk knyttet til samling og sparing

Det inngår to indikatorer i denne forbruksposten, utstyr som glass, sølvtøy, porselen o.l., og hvor mye penger de sparte siste måned. Første indikator er hvorvidt de unge har brukt penger siste måned på **utstyr**. Dette er ikke så vanlig. Kun 2% har svart positivt på dette, og gjennomsnittlig forbruk her er lavt, 5 kroner pr. person. Heller ikke når vi tar utgangspunkt i de 71 ungdommene som har brukt penger, her blir beløpet nevneverdig høyt, kun

228 kroner pr. person. Det beløpet som er nevnt av flest, er 100 kroner som 17 har nevnt, deretter følger 13 som hevder å ha brukt 50 kroner. Men det finnes noen storbrukere også her, og i øverste prisklasse finner vi to som har brukt henholdsvis 1.000 kroner og 5.000 kroner.

Tabell 2.7: Gjennomsnittlig forbruk i kroner siste måned knyttet til samling og sparing for hele utvalget og kun for brukere.

	Gj.snitt alle	N	Gj.snitt de som har kjøpt/spart	N	Total forbruk kroner
Utstyr	kr. 5	3447	kr. 228	71	16.288
Sparing	" 749	3445	" 2048	1260	2.580.637

De unge synes derimot å være flinke til å **spare**. 63% oppga å ha spart penger siste måned, og mange oppga relativt høye beløp. Til sammen hadde disse unge spart om lag 2,5 millioner kroner siste måned, noe som igjen indikerer at dette utsatte forbruket ofte vil dreie seg om større gjenstander når det slippes løs. Modus var 1.000 kroner som 154 oppga, deretter fulgte 128 som oppga å ha spart 500 kroner siste måned. Men vi finner også riktig storsparere i materialet. Vi kan nevne at 33 oppgir 5.000 kroner. Videre oppgir 20 personer 10.000 kroner, 6 oppgir 20.000 kroner og 2 oppgir å ha spart 40.000 kroner siste måned. Høyeste oppsparte beløp er 75.000 kroner som en har oppgitt. De tre største beløpene er høye, henholdsvis 48.000, 50.000 og 75.000 kroner. Det kan være vanskelig å si om dette er et uttrykk for ungdoms generelle sparevilje, eller spareevnen. Vi har imidlertid valgt å ta disse høye beløpene med ut fra teorien at det kan være resultatet av en jobb de har hatt, det kan være konfirmasjonsgaver eller det kan dreie seg om penger som er arvet. En noe lignende undersøkelse fra 1984 støtter opp

om et bilde av de unge som sparende og fremtidsorienterte. Det fremkom der at 63% av de unge voksne sparte, og at de hadde relativt mye penger i banken (Brusdal 1984).

2.2 Oppsummering forbruk

I gjennomgangen av de 25 forbrukspostene har vi sett at det ofte er relativt høye beløp det dreier seg om, og at det varierer hvor stor andel av ungdommen som har brukt penger på disse den siste måneden. Vi har også sett at det er store forskjeller i hvor mye penger den enkelte bruker på de ulike forbrukspostene.

Tar vi utgangspunkt i at forbruket har et kommunikativt aspekt, at det har en mening som kommuniseres, kan vi stille spørsmålet om hva slags forbruk som er med på å konstituere ungdomskulturen? En tilnærming vil være å si at det er det forbruket de fleste inngår i. Forbruk som over halvparten av de unge inngår i hver måned kan sies å danne basis for det ungdomskulturelle forbruket.

Dette dreier seg i første rekke om å bruke penger på snacks, som nesten alle har gjort siste måned (Tabell 2.8). Dette er en type forbruk som ikke er direkte knyttet til en aktivitet, men som ofte inngår i aktiviteter som f.eks. det å se på TV, reise, være på tur, gjøre lekser osv. Men om denne type forbruk er så typisk kun for ungdommen, er ikke sikkert. Barn bruker mye penger på godteri, og det samme gjør nok voksne. Heller ikke er de synlige aspektene så store, noe som gjør at dette ikke kan sies å være et forbruk som kun gjelder ungdom.

To av aktivitetene som over halvparten av de unge har oppgitt å bruke penger på siste måned, kan trolig sies å danne basis i de mer kommersielle ungdomskulturelle aktiviteter. Dette dreier seg om penger brukt til kino og penger brukt på snackbar, kafé og diskotek. Dette er offentlige ungdomsarenaer, steder befolket av ungdom og hvor flertallet er innom én

eller flere ganger i løpet av en måned. Til noen av disse ungdomsarenaene hører nok også forbruk av alkohol, som 50% oppgir å ha brukt penger på siste måned. Altså en type forbruk som synes vel etablert i ungdomskulturen, både den som utspilles på den offentlige og private arena.

Tabell 2.8: Andel ungdom som siste måned har brukt egne penger på ulike forbruksposter. Det totale forbruk angitt i kroner.

Forbruk:	Andel	Totalt beløp kroner
1. Snacks, sjokolade, cola etc.	91%	427.240
2. Snackbar, kafé, diskotek	73%	398.322
3. Sparing	63%	2.580.637
4. Blad, tegneserier	60%	150.584
5. Hårklipp, kosmetikk etc.	55%	290.005
6. Kino	53%	154.517
7. Leie av video	50%	148.593
8. Alkohol	50%	720.846
9. Plater, CD'er, kassetter	48%	449.866
10. Klær/sko	46%	1.056.875
11. Trikk/buss	44%	156.417
12. Sigaretter/tobakk	32%	317.437
13. Motorhold	30%	1.568.292
14. Billetter teater/konsert	28%	145.648
15. Kontingenter, medlemskap	23%	240.155
16. Bøker	16%	89.654
17. Sportsutstyr trening/konkurr.	14%	292.422
18. Inngangsbillett idrettsarr.	13%	74.212
19. Andre hobby/fritidsaktiv.	13%	187.265
20. Smykker	9%	56.981
21. Tur/friluftststyr	7%	190.207
22. Elektronisk utstyr	6%	401.990
23. Datautstyr	5%	303.241

24. Musikkinstrument, lydutstyr	5%	284.046
25. Utstyr	2%	16.288

En annen type forbruk som synes å være vel forankret i ungdomskulturen, er leie av video. Halvparten av de unge oppgir å ha brukt penger på dette siste måned, og det er også rimelig å regne med at det finnes gratispassasjerer, slik at andelen som har deltatt er større.

På tredje, fjerde og femteplass kommer andel som har spart, kjøpt blad og tegneserier og aviser og andel som har brukt penger på hår, kosmetikk o.l. Ungdomstiden er en overgangsfase til det voksne liv. Dette gjør at ungdomstiden betegnes som en "vente- og samleperiode" til voksenrollen. Det voksne livet kjennetegnes bl.a. ved at man er etablert i egen bolig gjerne med egen inntekt. Å etablere seg i en voksen tilværelse er vanskelig fordi bolig koster, og en del unge begynner relativt tidlig å spare til bolig (Brusdal 1984, 1994). Vi vet ikke hvorfor de unge i dette materialet sparer, men sparing synes altså å være utbredt blant ungdom. Det er rimelig å tro at en del av den store andelen som sparer, gjør det som en forberedelse til en voksen tilværelse, men vi skal heller ikke se bort fra at for mange vil sparingens formål være fremtidig forbruk knyttet til mer ungdomskulturelle gjenstander. Vi har sett at noen ungdommer har brukt mye penger på ulike typer utstyr, elektronisk utstyr, på data osv. Det tallene viser, er at de unge ikke bare er opptatt av tiden her og nå, men setter til side for å forbruke i fremtiden.

De unge er opptatt av utseendet, og vi forventet høyt forbruk både når det gjaldt klær og sko og når det gjaldt penger brukt til stell av hår, personlig hygiene, sminke osv. Mens 46% oppga å ha brukt penger på klær og sko, var det en større andel, 55%, som oppga å ha brukt penger på hårstell, sminke etc. Beløpene behøver ikke nødvendigvis å være så

store, men denne type forbruk er altså en del av det allmenne ungdomskulturelle forbruk.

Som nummer fire kommer penger brukt på blad, tegneserier og aviser, som 60% oppgir å ha brukt penger på. Hvilke blader og tegneserier det dreier seg om, vet vi ikke. Det finnes et utall å velge mellom, og som det knytter seg ulike interesser og subkulturer til. Det tallene viser, er at de unge også er et lesende folk, med ulike interesser som de bl.a. søker å utdype og bekrefte i de skriftlige medier.

To andre forbruksposter er nær knyttet til de ungdomskulturelle forbruk. Dette gjelder forbruk av plater, CD'er og kassetter. Musikk synes å utgjøre en sentral del av de unges forbruk og kultur. Det samme gjelder for klær og utseende, hvor en relativt stor andel brukte av egne penger til å kjøpe seg klær og sko. Kanskje noe mer nedslående er det at sigaretter og tobakk også later til å utgjøre en relativt stor andel av ungdomsforbruket, hvor en av tre hadde brukt penger på dette siste måned.

Noen typer forbruk synes i mindre grad å inngå i det generelle ungdomsforbruk. Dette gjelder gjenstander som kanskje er knyttet til mer personlige evner og interesser, som f.eks. elektronikk, data, musikkinstrumenter, treningsutstyr etc. Det som kjennetegner denne type forbruk, er at det gjelder en liten andel, men at beløpene det dreier seg om er relativt høye.

Men det ungdomskulturelle forbruket kan sees på fra flere vinkler. Vi har sett på andelen som har brukt penger på ulike forbruksposter siste måned. En noe annen vinkel er å se på forbrukets formål. Vi kan skille mellom opplevelser og varige forbruksvarer. Gitt en slik vinkel, vil disse dyre forbruksgjenstandene, som få har kjøpt, være av varig verdi.

Det er noe som vil befinne seg på gutte- og pikeværelsene i årevis, og på den måten vil disse gjenstandene, med tilhørende aktiviteter som

dataspill og musikk, så absolutt utgjøre en type forbruk som er svært sentral i ungdomskulturen.

Heller ikke er det slik at det de fleste deltar i, er det som det brukes mest penger på. I tabell 2.8 fremgår det at de fem forbrukspostene hvor de unge har lagt ned mest av egne penger er, når vi starter med det høyeste: 1) Sparing, 2) Motor, 3) Klær, sko, 4) Alkohol og 5) Plater, CD'er og kassetter. Det er verdt å merke seg at sparing er det som de fleste har brukt penger på siste måned, og videre at et totale beløpet er klart høyere enn på de andre forbrukspostene. Siste måned sparte ungdommene vel 2,5 millioner kroner. Deretter følger motorhold, hvor de unge totalt nedla vel 1,5 millioner kroner. Sparing er som nevnt utsatt forbruk, men hva dette fremtidige forbruket vil bli, vet vi ikke. Det kan være større forbruksgjenstander som f.eks. biler og datamaskiner, men det er også mulig at sparingen er tiltenkt et forbruk som ikke er knyttet spesifikt til ungdomskulturen, men til en mer voksen tilværelse hvor bolig og etablering står sentralt. Etter sparing er det motorhold som det brukes mest penger på. Bare en mindre andel hadde brukt penger på dette, 30%, men samtidig var de oppgitte beløpene svært høye, noe som bidrar til å høyne det totale beløp.

Forbrukspost nummer tre, fire og fem av dem hvor de største beløpene var nedlagt er knyttet til det allmenne ungdomskulturelle forbruk, hvor om lag halvparten av ungdommene oppga å ha brukt penger siste måned. Det dreier seg om penger brukt på klær og sko, på alkohol og på plater og kassetter. Alle områder hvor betydelige beløp ble nedlagt.

3 Forbruk i ulike aldersgrupper

Ungdomstiden er en overgangsfase til det voksne livet. Det er i disse årene en formes og utvikles, og dette vil også innvirke på de unges forbruksmønster. Det er rimelig å anta at forbruket vil øke med alder fordi inntektsmulighetene øker med alder, og også fordi aksjonsradien blir større. Det blir flere arenaer for de unge å delta i, og i tråd med den kommersialiseringsprosess som finner sted ellers i samfunnet, koster deltakelse (Brusdal og Lavik 1991). I forståelsen av ungdoms-tiden som en fase, hvor identitet skapes og etableres, kan en tenke seg at de identitetsdannende produkter, som f.eks. klær og smykker, vil ha mindre betydning i slutten av ungdomstiden fordi identiteten da vil være mer etablert, og man vil ikke være så avhengig av symboler for å signalisere hvem man er. Men vi har også antydning at aktiviteter kan ha et symbolsk aspekt.

Heller ikke er alt forbruk tilgjengelig for alle alderstrinn. Alkohol er et slikt aldersregulert forbruk selv om vi ikke skal se bort fra at det er mulig å kjøpe dette gjennom mellommenn. Også forbruk knyttet til bil og motorkjøretøyer, og sigaretter, er forbruk som har en alders-begrensning.

Vi skal i det følgende se hvordan forbruket varierer på ulike alderstrinn. Vi skal opprettholde den samme inndelingen i ulike forbruksområder som er brukt i det foregående kapitlet.

3.1 Alder og mobilitet

Vi hadde to indikatorer på forbruk knyttet til transport, og tabell 3.1 viser ulike profiler med hensyn til hvilke transportmidler det brukes mest penger på i ulike aldersfaser. Utgiftene til motorkjøretøy og forbruk i tilknytning til dette, som f.eks. bensin, øker med alder. Denne type forbruk er aldersregulert, og selv om det også blir brukt penger på dette blant de yngste, vil vi tolke dette som utgifter til spleising hovedsakelig. Ved 16 års alder gjør utgiftene til motor et hopp, noe som trolig avspeiler at mange har kjøpt seg motorkjøretøyer som kan brukes ved 16 års aldersgrense. Neste hopp på et par hundre kroner i økte utgifter, finner vi i aldersgruppen fra 17 til 18 år, noe som kan indikere at nå er det snakk om sertifikat, lån av bil, og kanskje også kjøp av bil eller motorsykel. Dette forbruket ser imidlertid ikke ut til å ta av før etter fylte 19 år, hvor de gjennomsnittlige utgiftene i aldersgruppen ligger på nesten tusen kroner. Dette øker ytterligere, men ved 21 års alder ser forbruket ut til å synke noe.

Tabell 3.1: Gjennomsnittlig forbruk i kroner siste måned knyttet til transport i ulike aldersgrupper.

Alder***	Gjennomsnitt motor	N
14 år	kr 18	241
15 år	" 16	484
16 år	" 104	446
17 år	" 112	576
18 år	" 334	627
19 år	" 985	492
20 år	" 1.372	387
21 år	" 1.130	195
Alder***	Gjennomsnitt buss/trikk	N
14 år	kr 50	241
15 år	" 65	484
16 år	" 29	445
17 år	" 47	576
18 år	" 73	627
19 år	" 42	492
20 år	" 14	387
21 år	" 8	195

*** Signifikant for $p < .001$ F-test

Også forbruket knyttet til kollektivtransport viser signifikante sammenhenger, men det viser ikke en slik markert og entydig økning med alder. Forbruk knyttet til buss og trikk når sin topp ved 18 års alder for så å synke noe. Dette kan ha sammenheng med det foregående forbruksmønsteret vi så, nemlig motorhold, hvor det blant 18-åringene

og eldre er en stor andel av de unge som bruker private kjøretøy og dermed ikke bruker penger på kollektivtransport.

3.1 Alder og utseende

Alle tre indikatorene på forbruk knyttet til utseendet, viser en tendens til at forbruket øker med alder, men kun to indikatorer viser signifikante sammenhenger; forbruk av klær og sko og penger brukt på hårklipp og hygiene. Begge disse indikatorene viser en jevn økning med alderen, med en liten nedgang siste året, fra 20 til 21 år. Vår antagelse om at identiteten var mer etablert og at det symbolske forbruket ville få mindre betydning i senere del av ungdomstiden, ser altså ikke ut til å bekreftes. Hvorvidt man har brukt penger på smykker eller annen pynt siste måned, viser ingen signifikante forskjeller. Det er imidlertid verdt å merke seg at også her er forbruket høyest blant de eldste, men forskjellene er altså ikke signifikante.

En årsak til det høyere forbruket av denne type i de eldre aldersgrupper, kan være at disse har mer penger mellom hendene. Det kan være at de blir noe mer kvalitetsbevisste, eller at de som et resultat av at de ferdes på flere ulike offentlige arenaer, også trenger flere og ulike klær som skal symbolisere og markere de ulike kontekstene og rollene de inngår i.

Tabell 3.2 Gjennomsnittlig forbruk i kroner siste måned knyttet til utseendet i ulike aldersgrupper.

Alder**	Gj.snitt klær/sko	N
14 år	kr 218	241
15 år	" 266	484
16 år	" 297	446
17 år	" 300	576
18 år	" 315	627
19 år	" 293	492
20 år	" 399	387
21 år	" 382	195
Alder***	Gj.snitt Hårklipp/hygiene	N
14 år	kr 52	241
15 år	" 63	484
16 år	" 59	446
17 år	" 69	576
18 år	" 103	627
19 år	" 108	492
20 år	" 110	387
21 år	" 105	195
Alder	Gj.snitt smykker/utstyr	N
14 år	kr 10	241
15 år	" 11	484
16 år	" 23	446
17 år	" 10	576
18 år	" 15	627
19 år	" 18	492
20 år	" 24	387
21 år	" 31	195

** Signifikant for $p < .01$ F-test

*** Signifikant for $p < .001$ F-test

3.3 Alder og medieforbruk

I det foregående har vi sett at de unge bruker en del penger på medier². Vi har sett av det foregående at bøker er det mediet de totalt sett bruker minst penger på. Men å bruke penger på bøker er et forbruk som viser en tydelig økning med alder, fra laveste gjennomsnittlige beløp på 9 kroner blant 15-åringene til 60 kroner i måneden blant 21-åringene.

Også forbruket av blad og tegneserier kan antyde at leselysten øker med alderen. Denne økningen i skriftlige medier kan ses som et resultat av økt leselyst, eller av at interessehorisonten og orienteringen mot samfunnet øker og med dette forbruket av skriftlige medier. Kanskje er det også slik at med økt alder tilbringer man noe mer tid hjemme og kanskje da i selskap med en bok, et blad eller en tegneserie. Men vi skal heller ikke se bort fra en forklaring som hevder at dagens unge ikke er vant til å lese, men foretrekker TV.

En helt annen type medieforbruk er forbruk av plater, CD'er og kassetter. Musikk er viktig for de unge, og litt under halvparten oppga å bruke penger på dette. Også her er forbruksprofilen den samme, forbruket øker med årene og er betydelig høyere i de eldste aldersgruppene.

Også leie av video, som omtrent halvparten hadde brukt penger på siste måned, viser en signifikant økning med alder. Dette behøver imidlertid ikke bety at de ikke ser på eller ser lite på video i de yngste aldersgruppene, men at det er foreldre som kontrollerer og

² Vi har fem indikatorer på forbruk knyttet til medier, men av plasshensyn må disse presenteres i to tabeller.

Tabell 3.3 Gjennomsnittlig forbruk i kroner siste måned knyttet til skriftlige medier og plater, CD'er og kassetter i ulike aldersgrupper.

Alder***	Gj.snitt bøker	N
14 år	kr 11	241
15 år	" 9	484
16 år	" 12	446
17 år	" 16	576
18 år	" 28	627
19 år	" 44	492
20 år	" 45	387
21 år	" 60	195
Alder***	Gj.snitt blad/tegneserier	N
14 år	kr 25	241
15 år	" 24	484
16 år	" 25	446
17 år	" 36	576
18 år	" 39	627
19 år	" 62	492
20 år	" 76	387
21 år	" 85	195
Alder***	Gj.snitt plater,CD,kassetter	N
14 år	kr 104	241
15 år	" 121	484
16 år	" 123	446
17 år	" 126	576
18 år	" 116	627
19 år	" 128	492
20 år	" 175	387
21 år	" 177	195

***Signifikant for $p < .001$ F-test

betaler. Vi har f.eks. sett av andre undersøkelser (Brusdal og Lavik 1991) at videobruken er størst blant 16-19 åringer. Men penger brukt på dette øker altså jevnt med alder.

Gjennomsnittlig beløp brukt på datautstyr viser ikke signifikante sammenhenger med alder. Det er kun 5% av de unge som oppgir å ha brukt penger på dette. Vi vet fra det foregående at det dreier seg om svært varierte beløp, fra et par kroner til kjøp av store maskiner til 22.000 kroner. En forklaring på at det ikke er signifikante forskjeller her, er at det er en så liten andel det gjelder. Øia (1994) fant imidlertid at andelen som drev med data sank med økt alder, hvor 13-åringene gjennomsnittlig holdt på med dataspill 2,44 ganger siste 7 dager. Blant 19-åringene hadde dette sunket til 0,58 ganger.

Forbruket av de fleste medier synes altså å øke med alder, det gjelder både de skriftlige medier, og plater og kassetter og video. Unntaket er datautstyr som angår svært få og ikke viser noen signifikante forskjeller. Tiden brukt på medier behøver imidlertid ikke øke, ofte er bruken en del av annen aktivitet. F.eks. viste en undersøkelse (Øia 1994) at det var mindre boklesing med økt alder, mens altså beløpet som brukes på bøker, øker.

Tabell 3.4: Gjennomsnittlig forbruk i kroner siste måned knyttet til video, datautstyr og elektronisk utstyr i ulike aldersgrupper.

Alder**	Gj.snitt elektronisk utstyr	N
14 år	kr 96	241
15 år	" 132	484
16 år	" 98	446
17 år	" 69	576
18 år	" 73	627
19 år	" 79	492
20 år	" 214	387
21 år	" 329	195
Alder***	Gj.snitt leie av video	N
14 år	kr 18	241
15 år	" 27	484
16 år	" 35	446
17 år	" 47	576
18 år	" 47	627
19 år	" 53	492
20 år	" 54	387
21 år	" 61	195
Alder	Gj.snitt datautstyr	N
14 år	kr 79	241
15 år	" 78	484
16 år	" 85	446
17 år	" 174	576
18 år	" 73	627
19 år	" 21	492
20 år	" 126	387
21 år	" 20	195

** Signifikant for $p < .01$ F-test

*** Signifikant for $p < .001$ F-test

3.4 Alder og hobbyer

Denne type forbruk var ikke så utbredt blant de unge. Heller ikke synes denne type forbruk å ha noe med alder å gjøre. Ingen av indikatorene viser signifikante forskjeller mellom aldersgruppene. Kanskje fordi dette forbruket er mer personlig, knyttet til egne interesser og evner, og dermed ikke noe som i samme grad tilhører ungdomskulturen, som det å gå på kino, spille musikk etc. En annen årsak er at det er relativt få som har oppgitt å bruke penger på disse forbrukspostene, og det påvirker gjennomsnittet.

3.5 Nytelsesforbruket øker med alder

Vi hadde tre indikatorer på denne type forbruk, og alle viser signifikante forskjeller med alder hvor konsumet øker med alder. Dette kan ha sin årsak i at de unge blir større fysisk og spiser og drikker mer, men to av indikatorene er også knyttet til aldersspesifikt forbruk. Man skal være 18 år for å kunne kjøpe alkoholholdige drikker, og heller ikke er det lov å selge tobakk til ungdom under 16 år. Vi skal imidlertid ikke se bort fra at anskaffelse av disse varene kan skje via mellommenn, noe som også avspeiler seg i dette materialet. Både forbruk av alkohol og av tobakk/sigaretter oppgis blant underårige.

Forbruket av snacks øker jevnt med årene, fra et gjennomsnitt på 62 kroner blant 14-åringene til et gjennomsnittlig forbruk pr. måned på 169 kroner blant 21-åringene. Dette kan være et resultat av mer penger mellom hendene, men også at en blir større og trenger mer å spise med årene.

Også forbruk av tobakk og sigaretter øker jevnt med årene, men for 14-åringenes del ser ikke dette ut til å være så utbredt. Ved 15 års alder ser forbruket ut til å gjøre et hopp fra et gjennomsnitt på 12 kroner til et på 46 kroner. Også fra 15 til 16 år ser det ut til at dette forbruket griper relativt mye om seg, og 16-åringene bruker gjennomsnittlig 78 kroner i måneden. Deretter stiger dette forbruket jevnt og ender opp med 132 kroner pr. måned blant 21-åringene.

Tabell 3.6: Gjennomsnittlig forbruk i kroner siste måned knyttet til nytelse i ulike aldersgrupper.

Alder***	Gj.snitt snacks	N
14 år	kr 62	241
15 år	" 83	484
16 år	" 107	446
17 år	" 118	576
18 år	" 131	627
19 år	" 153	492
20 år	" 171	387
21 år	" 169	195
Alder***	Gj.snitt sigaretter/tobakk	N
14 år	kr 12	241
15 år	" 46	484
16 år	" 78	446
17 år	" 89	576
18 år	" 110	627
19 år	" 126	492
20 år	" 128	387
21 år	" 132	195
Alder***	Gj.snitt alkohol	N
14 år	kr 20	241
15 år	" 83	484
16 år	" 94	446
17 år	" 181	576
18 år	" 275	627
19 år	" 330	492
20 år	" 338	387
21 år	" 384	195

*** Signifikant for $p < .001$ F-test

Alkoholforbruket er det som viser den mest dramatiske økningen med alder. Vi har tidligere sett at det blant noen unge brukes relativt store beløp her. Men det brukes noe penger her selv blant de yngste, på tross av at dette er forbruk med aldersgrenser. Gjennomsnittsalderen for det første møtet med alkohol er 14-15 år for begge kjønn (Frønes 1994), og blant 14-åringene oppgis et gjennomsnittlig beløp på 20 kroner. Deretter gjør beløpet et hopp og blant 15-åringene er det månedlige gjennomsnittet oppe i 83 kroner. Neste hopp finner vi fra 16 til 17 år, hvor det gjennomsnittlige beløpet øker med nesten 100 kroner, fra 94 kroner blant 16-åringene til 181 kroner blant 17-åringene. Gjennomsnittlig beløp brukt på alkohol øker deretter jevnt men sikkert, og ender opp med et gjennomsnittlig forbruk på 384 kroner blant 21-åringene.

3.6 Fritidsforbruk i ulike aldersgrupper

Dette var et stort forbruksområde og inneholdt sju forbruksposter. Disse var igjen knyttet til ulike aktiviteter som det koster penger å delta i, enten i form av billetter eller inngangspenger eller i form av utstyr som er nødvendig for å delta i disse aktivitetene. De tre første indikatorene var knyttet til billetter eller inngangspenger til ulike arrangementer som kino, konserter/teater og idrettsarrangement, som f.eks. fotballkamp.

Både penger brukt til kino, og billetter til konserter og teater, viser signifikante sammenhenger med alder, og beløpene øker med alderen. Riktignok ser interessen ut til å avta noe blant 21-åringene, både for kinogåing og teater og konserter. Om dette er en tendens som øker oppover i aldersgruppene kan vi ikke si noe om ut fra dette materialet. Forbruk av billetter til idrettsarrangementer viser ingen signifikante sammenhenger med alder. Vi vet fra tidligere at det var få som oppga å ha brukt penger her, kun 13%. Dette kan

tyde på at det er mer personlige interesser som styrer denne type forbruk og at det i mindre grad henger sammen med alder.

Neste forbrukspost var det betydelig flere unge som hadde brukt penger på. Hele 73% av de unge oppga å ha brukt penger på kafé, snackbar, restaurant eller diskotek siste måned. Tabellen viser også en signifikant sammenheng mellom dette og alder og at dette er noe som øker jevnt med årene. Men igjen kan vi spore en liten nedgang blant 21-åringene.

Tabell 3.7: Gjennomsnittlig forbruk i kroner siste måned knyttet til kino, ulike inngangsbilletter og kafé/restaurant i ulike aldersgrupper.

Alder***	Gj.snitt kino	N
14 år	kr 38	241
15 år	" 31	484
16 år	" 41	446
17 år	" 42	576
18 år	" 49	627
19 år	" 54	492
20 år	" 55	387
21 år	" 47	195
Alder***	Gj.snitt billett konsert/teater	N
14 år	kr 17	241
15 år	" 21	484
16 år	" 31	446
17 år	" 41	576
18 år	" 53	627
19 år	" 58	492
20 år	" 57	387
21 år	" 50	195

Alder	Gj.snitt billett idrettsarr.	N
14 år	kr 16	241
15 år	" 29	484
16 år	" 22	446
17 år	" 19	576
18 år	" 20	627
19 år	" 22	492
20 år	" 23	387
21 år	" 16	195
Alder***	Gj.snitt kafé/restaurant	N
14 år	kr 48	241
15 år	" 58	484
16 år	" 77	446
17 år	" 106	576
18 år	" 130	627
19 år	" 155	492
20 år	" 187	387
21 år	" 173	195

*** Signifikant for $p < .001$ F-test

De neste tre forbruksområdene er i større grad knyttet til organisasjonslivet eller organiserte aktiviteter. Første indikator er utvilsomt knyttet til organisasjon eller forening og betegner kontingenter eller utgifter til trening eller organisasjonsdeltakelse. Her er det en svak signifikant sammenheng ($p < .05$). Utgiftene når en topp i 17-18 års alder, noe som skulle antyde at dette er den perioden hvor de unge er mest aktive i slike organisasjoner. Brusdal og Lavik (1991) fant imidlertid at organisasjonsdeltakelse og sport og friluftsliv var hyppigst blant 12-15-åringene. Også Grue (1985) fant at andelen som var med i foreninger hadde sunket fra 14 til 16 år. Også Øia (1994) fant at organisasjonsdeltakelsen synker med alder. Våre tall sier ikke noe om andel som deltar i ulike arrangementer, men hvor mye penger som brukes. Kun 23% av de unge oppgir å ha brukt penger her. Kan-skje er

det slik at deltakelsens kostnader øker noe med alder, og at det er dette som viser seg når 17-18-åringene bruker mest penger her?

Neste aktivitet er i liten grad knyttet til organisasjonslivet, og omfatter penger brukt på tur- og friluftsutstyr. Dette var det svært få som hadde brukt penger på, kun 7%. Dette kan forklare den store variasjonen mellom de ulike aldersgruppene. Det er få som oppgir å ha brukt penger på dette. Antakelig er dette en type forbruk som er nær knyttet til ens interesser for tur- og friluftslivet. Samme forhold gjelder sannsynligvis for neste forbrukspost, penger brukt på utstyr til trening og konkurranse. Også her var det relativt få, 14%, som oppga å ha brukt penger. Utgiftene ser ut til å toppe seg i 15 til 17 års alder, men forskjellene er ikke signifikante.

Organisasjonslivet kan se ut som et mellomstadium før de unge går ut i den store, uorganiserte verden. Forbrukets omfang ser også ut til å følge samme mønster. Vårt materiale antyder også at det forbruket som er knyttet til de offentlige arenaer avtar noe ved 20 års alder. Kanskje trekker de unge mer i hus til tosomheten?

Tabell 3.8: Gjennomsnittlig forbruk i kroner siste måned knyttet til fritids- og sportsaktiviteter i ulike aldersgrupper.

Alder*	Gj.snitt kontingenter/trening	N
14 år	kr 40	241
15 år	" 58	484
16 år	" 59	446
17 år	" 95	576
18 år	" 81	627
19 år	" 68	492
20 år	" 72	387
21 år	" 45	195

Alder**	Gj.snitt tur- og friluftsutstyr	N
14 år	kr 22	241
15 år	" 60	484
16 år	" 42	446
17 år	" 45	576
18 år	" 45	627
19 år	" 123	492
20 år	" 42	387
21 år	" 35	195
Alder	Gj.snitt utstyr til trening og konkurranse	N
14 år	kr 66	241
15 år	" 103	484
16 år	" 134	446
17 år	" 101	576
18 år	" 81	627
19 år	" 63	492
20 år	" 56	387
21 år	" 29	195

* Signifikant for $p < .05$ F-test

** Signifikant for $p < .01$ F-test

3.7 Utstyr, sparing og alder

De to forbrukspostene her er i stor grad konsentrert om det fremtidige. Første omfatter utstyr man kjøper som f.eks. glass, kjøkkenredskaper etc. Dette utstyret kan være noe en bruker her og nå, men det kan også være noe som en legger til side, samler i utstyrsboksen for å ha noe når en flytter hjemmefra. F.eks. fant en undersøkelse i 1982 at 36% av de unge samlet på spesielle ting, fortrinnsvis sølvtøy og bestikk (Brusdal 1984).

Våre data viser ingen signifikant sammenheng mellom det å bruke penger på utstyr og alder. Det er svært få som har brukt penger på

utstyr siste måned, kun 2%, så her kommer mer individuelle forskjeller frem eller det aldersspesifikke.

Sparingens omfang derimot viser signifikante forskjeller med alder, og det er særlig blant de eldste at spareevnen er stor. Dette kan ha sin årsak i mange forhold. En kan være at de tjener mer penger på dette alderstrinnet, enten ved sommerjobber eller ekstrajobber. En del av de eldste kan også være i arbeid. Sparingen kan igjen tenkes å være rettet mot en framtidig tilværelse borte fra far og mor.

Tabell 3.9: Gjennomsnittlig forbruk i kroner siste måned knyttet til samling og sparing i ulike aldersgrupper.

Alder	Gjennomsnitt utstyr	N
14 år	kr 2	241
15 år	" 3	484
16 år	" 2	446
17 år	" 1	576
18 år	" 4	627
19 år	" 4	492
20 år	" 21	387
21 år	" 4	195
Alder***	Gjennomsnitt sparing	N
14 år	kr 1.230	241
15 år	" 648	484
16 år	" 383	445
17 år	" 776	576
18 år	" 474	627
19 år	" 821	492
20 år	" 1.113	387
21 år	" 1.698	195

*** Signifikant for $p < .001$ F-test

3.8 Det meste av forbruket øker med alder

De fleste indikatorene viser at forbruket øker med alder. Ikke alle forskjellene er signifikante, men mønsteret er relativt tydelig. Ungdommen bruker mer penger til transport, til ulike former for media, med unntak av datamaskiner. Det kan også se ut som om ungdommen

blir noe mer forfengelig med årene og bruker mer på klær og hår. Også når det gjelder ulike aktiviteter øker pengeforbruket med alder. Det brukes mer på kino, konserter og kafé/snackbar. Noe forbruk er også aldersregulert. Bruk av motorkjøretøyer er ett slikt område, men også alkohol og sigaretter er aldersregulert og rimeligvis finner vi det høyeste forbruket blant de eldste. Men noen typer forbruk ser ut til å avta blant de eldste i vårt utvalg. Særlig gjelder dette forbruk som er knyttet til organisasjonsdeltakelse som penger brukt på kontingenter, utstyr til trening og konkurranse og tur- og friluftsutstyr. At de unges organisasjonsdeltakelse avtar idet de nærmer seg voksenlivet, er dokumentert i andre undersøkelser (Brusdal og Lavik 1991, Øia 1994).

Andre typer forbruk er tydeligvis så personlig, så knyttet til den enkeltes interesser, at det ikke varierer med alder. Dette er tilfelle med penger brukt på datautstyr, penger brukt på musikkinstrument og andre hobby- og fritidsaktiviteter. Også det å bruke penger på idrettsarrangement ser ut til å være mer styrt av interesse enn at dette er noe som knytter seg til ulike aldersgrupper.

Et annet forhold forbruket tenkes å variere med er kjønn, og i neste kapittel skal vi se nærmere på om det er ulikheter mellom gutter og jenter.

4 Forskjeller mellom gutter og jenter

De unge er ikke bare personer av ulik alder, men også av ulikt kjønn. Sosiologiske undersøkelser beskriver ofte forskjeller mellom gutter og jenter, hvor guttene fremstår som mer opptatt av å gjøre ting, mens jentene er mer opptatt av relasjoner. Guttenes aktiviteter blir beskrevet som deltakelse i flokk, hvor de kjemper om posisjoner og status, mens jentenes aktiviteter er gjerne den lille dyaden hvor de småsnakker fortrolig (McRobbie and Garber 1975, Bjerrum Nielsen 1981). Scott Sørensen (1991) skriver at mye av jentekulturen utspiller seg på jenterommet, hvor det estetiske står sentralt, mens guttenes kultur er mer synlig og i større grad utspilles på offentlige arenaer.

Jenter har tradisjonelt vært mer opptatt av de synlige aspekter ved forbruket, gjerne uttrykt i interesse for klær og utseende. F.eks. fant Brusdal og Lavik (1991) at 65% av jentene var opptatt av klær og utseendet mot 19% av guttene. En annen undersøkelse (Brusdal 1987) antydte at jentene er mer avanserte i sin symbolbruk, og antydte at man kunne spille ulike roller ved hjelp av ytre symboler.

Gutter forventes å være mindre opptatt av de synlige aspektene ved forbruket. De er opptatt av status, og bruker - som antydte - deler av sin oppvekst til å kjempe om posisjoner. Kampen om status og posisjoner er den som Veblen (1976) beskriver. Og forbruket brukes til å symbolisere status. Som følge av dette vil også gutter være opptatt av de synlige aspektene ved forbruket, men da statusaspektet. Vi kan tenke oss at noen typer forbruk eller

forbruksgjenstander har sterk symboleffekt ved at de signaliserer status. En bil eller motorsykkel er ofte fremstilt som et maskulint statussymbol. En følge av dette er at vi forventer at gutter har et høyere forbruk der hvor forbruket er knyttet til aktiviteter og offentlighet, mens jenters forbruk tenkes å være mer knyttet til utseendet.

Motsetningen til en slik forståelse kan vises med utgangspunkt i Sheth (1983) som angir en trend for forbruket med utvisking av kjønns-roller. Bakgrunnen er en forventning om større likhet mellom kjønnene både i økonomisk og tidsmessig likestilling og i deltakelse i arbeidsmarkedet. Det er innledningsvis antydning at på noen aktivitetsområder har det vært en tilnærming mellom gutters og jenters aktiviteter.

4.1 Mobile motoriserte gutter

Vi har sett av det foregående at utgiftene til motor økte med alder. Det materialet nå viser er at dette er en utgiftspost som i stor grad er knyttet til det å være gutt. Gutter bruker betydelig mer penger på bil og motorsykkel og det som forbrukes i tilknytning til å eie eller bruke slike gjenstander, som reparasjoner og bensin. I gjennomsnitt har guttene brukt 745 kroner i måneden, mens jentene oppgir å ha brukt 201 kroner på denne forbruksposten. Kanskje er guttenes forbruk så høyt fordi gutter liker bedre å være mobile og farte rundt enn jentene? Kanskje er det snakk om gjenstander som knytter seg mer til manns-rollen og gutterollen, og som kan betraktes som statussymboler i ungdomskulturen. Det er også gjenstander som passer bedre til et kjønnsrollemønster som beskrives som aktivitetsorientert på en offentlig arena.

Tabell 4.1: Gjennomsnittlig forbruk i kroner siste måned knyttet til transport blant gutter og jenter.

Forbruk	Gutter	N	Jenter	N
Motor***	kr 745	1.608	kr 201	1.836
Buss/trikk*	" 41	1.607	" 49	1.836

* Signifikant for $p < .05$

*** Signifikant for $p < .001$

Ungdom farer omkring, de vil ikke nødvendigvis sitte hjemme hos familien, og at jentene bruker mer på kollektiv transport er derfor rimelig. Om de kommer seg like mye rundt for langt mindre penger enn guttene vet vi ikke. Men det er tydelig at den motoriserte forbruket i større grad er en del av guttekulturen enn jentekulturen.

4.2 Jenter er mest opptatt av utseendet

Vi hadde en antakelse om at jentene ville være mest opptatt av forbruk knyttet til utseendet, og to av tre indikatorer bekrefter dette. Jenter bruker mer penger på klær og sko, og jenter bruker mer penger på hårklipp, kosmetikk etc. Kanskje noe mer overraskende fordi gutter trenger kan hende oftere hårklipp og også gutter trenger såkalte hygieneartikler. Men jenter er tydeligvis mer opptatt av dette og bruker mer av egne penger på dette, mens guttene lever kanskje i større utstrekning på familien og eventuelt på fars barberskum og after shave? For smykker og pynteting er det ingen signifikante forskjeller mellom gutter og jenter selv om tendensen går i samme retning, dvs. at jentene bruker mer penger her.

Tabell 4.2: Gjennomsnittlig forbruk i kroner siste måned knyttet til utseendet blant gutter og jenter.

Forbruk	Gutter	N	Jenter	N
Klær/sko***	kr 251	1.608	kr 356	1.836
Hårklipp, kosmetikk***	" 57	1.608	" 108	1.836
Smykker, pynteting	" 12	1.608	" 21	1.836

*** Signifikant for $p < .001$

4.3 Medieforbruk mest for gutter

Tabell 4.3 viser at medieforbruk er mest utbredt blant gutter. Forbruk av alle mediene viser signifikante sammenhenger med kjønn, og forbruket er høyest blant guttene. Unntak er penger brukt på bøker, hvor jentene er de største brukerne. Det er kvinner som utgjør den største delen av medlemsmassen i bokklubber og det er trolig denne interessen for det skriftlige mediet som viser seg allerede i ungdomsårene. Øia (1994) fant også at jenter leste flest bøker.

Tabell 4.3: Gjennomsnittlig forbruk i kroner siste måned knyttet til medier blant gutter og jenter.

Forbruk	Gutter	N	Jenter	N
Bøker*	kr 21	1.608	kr 30	1.836
Blad/tegneserier***	" 54	1.608	" 35	1.836
Plater, CD, kassetter***	" 179	1.607	" 88	1.836

Elektronisk utstyr***	" 219	1.608	" 27	1.836
Leie av video***	" 54	1.608	" 34	1.836
Datautstyr**	" 145	1.608	" 38	1.836

* Signifikant for $p < .05$ F-test

** Signifikant for $p < .01$ F-test

*** Signifikant for $p < .001$ F-test

Jentenes høyere forbruk av bøker passer med Løvgrens (1991) beskrivelse av hvordan unge kvinner bruker romantikkbøker for å være alene på rommet og disponere sin tid som de vil. Hun hevder at dette ikke er et uttrykk for at de er dumme, men at disse bøkene gir de unge jentene muligheter til å bearbeide spørsmål som er sentrale for dem. Spørsmål som handler om voksen- og kvinnerollen, om parforhold og relasjoner.

Hvor mye penger som brukes i måneden på bøker er relativt beskjedne beløp. Også forbruket av blad og tegneserier er relativt beskjedent, men noe høyere. Her er det guttene som dominerer med et gjennomsnittlig beløp på 54 kroner pr. måned mot jentenes 35 kroner. Øia (1994) fant at det var like stor andel gutter som jenter som leste tegneserier og ukeblad, men guttene brukte mer tid på dette. Kanskje fordi jentene oftere leser ukeblad som er felles tilgjengelig i familien, mens guttene leser tegneserier og andre magasiner som er mer spesielt fokusert på særinteresser, og som de derfor må kjøpe selv?

Det er spesielt når vi ser på forbruk av elektronisk utstyr og datautstyr at de store forskjellene mellom gutter og jenter viser seg. Det var få som oppga et slikt forbruk, og det er tydeligvis noe som knytter seg til gutter. Øia (1994) fant også at gutter i langt større utstrekning drev med data. Det er de som holder på med dette og bruker penger på denslags. Datakulturen er en guttekultur. At gutter bruker mer penger på

elektronisk utstyr og har dyre stereoanlegg sammenfaller med en undersøkelse av unge voksne i Oslo (Brusdal 1985). Dette harmonerer med andre undersøkelser (Brusdal og Lavik 1991) som viser at guttene er de som ser mest på video, og at de bruker mer penger på dette. Alt i alt er det altså guttene som er de store forbrukerne av det vi har rubrisert som forbruk knyttet til medier, med unntak av penger brukt på bøker.

4.4 Hobbyer er guttekultur

Det ble nevnt innledningsvis at det er noe vanskelig å si hva som skjuler seg bak betegnelsen "Andre hobby- og fritidsaktiviteter". Det er også vanskelig ut fra våre data å si hva som er hobby og ikke. F.eks. kan det ovenstående medieforbruket være på hobbybasis ved at man samler på spesielle tegneserier, driver med data eller elektronikk. I en slik forståelse av hobby er det rimelig at våre to indikatorer her viser signifikante sammenhenger med kjønn, og at det er guttene som er de dominerende, både når det gjelder musikk-instrumenter og andre hobby saker. Forbruket av musikkinstrumenter og lydutstyr er også mulig å se som en forlengelse av det som ovenfor ble rubrisert som elektronisk utstyr, som også var et forbruksområde hvor guttene dominerte. At det var relativt få som oppga et slikt forbruk støtter en antagelse om at dette er noe den enkelte driver med - nettopp på hobbybasis.

Tabell 4.4: Gjennomsnittlig forbruk i kroner siste måned knyttet til hobby blant gutter og jenter.

Forbruk	Gutter	N	Jenter	N
Musikkinstr./lydutstyr***	kr 154	1.608	kr 20	1.836

Annen hobby/fritidsakt.**	" 79	1.608	" 33	1.836
---------------------------	------	-------	------	-------

** Signifikant for $p < .01$ F-test

*** Signifikant for $p < .001$ F-test

4.5 Forbruk, kjønn og nytelse

Denne type forbruk økte med alder for alle tre indikatorene, og tabellen viser at når det gjelder forbruket av snacks og alkohol er det guttene som er de største konsumentene. Gutter bruker mer penger på snacks, sjokolade, cola etc. Kanskje rett og slett fordi gutter oftere er større og kanskje er mer sultne i denne perioden. Kanskje kan deres større konsum føres tilbake til at de er mindre opptatt av kropp og vekt og dermed mer "uhemmet " kan fortære dette? Vi vet fra andre undersøkelser at jenter er mer opptatt av vekten og oftere har spiseforstyrrelser (Skårderud 1991).

Også et større forbruk av alkohol ser ut til å være mer en del av guttekulturen. Guttene oppgir å bruke 273 kroner i måneden på alkohol mot 154 kroner blant jentene. Guttene større konsum her bekreftes i andre undersøkelser (Irgens-Jensen 1990, Brusdal og Lavik 1991). Guttene drikker mer av både øl og brennevin enn jentene, mens jentene foretrekker vin. Guttene har også et helt annet drikkemønster enn jentene. Når guttene først drikker, er det ganske store kvanta. Ellers viser Irgens-Jensen (1990) at drikkemønsteret er meget skjevt fordelt blant ungdommene. De fleste drikker lite eller ingenting, mens en liten andel har et meget stort forbruk.

Tabell 4.5: Gjennomsnittlig forbruk i kroner siste måned knyttet til nytelse blant gutter og jenter.

Forbruk	Gutter	N	Jenter	N
Snacks***	kr 141	1.608	kr 109	1.835
Sigaretter/tobakk	" 89	2.607	" 95	1.835
Alkohol***	" 273	1.608	" 154	1.836

*** Signifikant for $p < .001$ F-test

Å røyke er imidlertid noe som både gutter og jenter gjør i samme utstrekning, i alle fall bruker de omtrent like mye penger på dette, og dermed er det et forbruksområde hvor likestilling dominerer. Samme mønster viste seg i Brusdal og Laviks undersøkelse (Brusdal og Lavik 1991).

4.6 Gutter og jenter og fritidsforbruk

Også i noen deler av fritiden ser det ut til å være en viss likestilling mellom gutter og jenter når vi tar utgangspunkt i hvor mye penger de bruker på ulike aktiviteter. F.eks. viser kinogåing og det å gå i teater eller på konserter ingen forskjeller mellom gutter og jenter. Dette er aktiviteter hvor begge bruker like mye penger, og det er rimelig å anta at de inngår i slike aktiviteter i samme omfang. Heller ikke er det signifikante forskjeller mellom gutter og jenter når det gjelder penger brukt på tur- og friluftsutstyr.

Å gå på kino er svært vanlig blant de unge og vel halvparten oppgir å ha brukt penger på dette siste måned. Enda mer vanlig er det å gå innom en snackbar, kafé, restaurant eller et diskotek, og 73% av de unge oppga å ha brukt penger her siste måned. Dette er også noe både jenter og gutter gjør, og det er ingen signifikante forskjeller mellom kjønnene.

Tabell 4.6: Gjennomsnittlig forbruk i kroner siste måned knyttet til fritidsforbruk blant gutter og jenter.

Forbruk	Gutter	N	Jenter	N
Kino	kr 44	1.608	kr 46	1.836
Billetter konsert/teater	" 43	1.608	" 42	1.836
Billetter idrettsarr.**	" 28	1.608	" 16	1.836
Snackbar, kafé/disco	" 118	1.608	" 114	1.836
Kontingenter*	" 79	1.608	" 62	1.836
Tur- og friluftsutstyr	" 61	1.608	" 50	1.836
Sportsutstyr				
trening/konkurranse***	" 115	1.608	" 59	1.836

* Signifikant for $p < .05$ F-test

** Signifikant for $p < .01$ F-test

*** Signifikant for $p < .001$ F-test

Tre av indikatorene på fritidsforbruket viser signifikante sammenhenger med kjønn, og for alle tre er det guttene som har det høyeste forbruket. Kontingenter viser den svakeste sammenhengen ($p < .05$). Om det er guttene som er medlem av flest foreninger eller om de foreninger guttene er medlem av har dyrere kontingenter, kan vi ikke si ut fra dette.

At guttene bruker mer penger på billetter til idrettsarrangementer er kanskje ikke så overraskende. Hvis man har vært til stede på en fotballkamp, vet man at dette er noe hovedsakelig gutter og menn deltar i. Det var imidlertid relativt få som oppga   ha brukt penger på dette siste måned.

Siste signifikante sammenheng, nemlig penger brukt på sportsutstyr til trening og konkurranse, er også en guttesak hvor guttene bruker nesten dobbelt så mye som jentene. Hva dette skal tolkes som, er vanskelig. Det kan være at de deltar oftere i trening og konkurranser, eller det kan

være uttrykk for at de idrettsgrener hvor guttene deltar, har dyrere utstyr.

Innledningsvis hadde vi en antakelse om at gutter ville ha et høyere forbruk på områder som var knyttet til ulike aktiviteter eller organisasjoner fordi gutter, ut fra et tradisjonelt kjønnsrollemønster, ville være mest aktivitetsorientert. Dette ser altså ut til å bekreftes. Samtidig hadde vi en annen antakelse om større likestilling mellom kjønnene, og det kan se ut som om noen typer forbruk med tilhørende aktiviteter i samme grad er nedfelt i jente- som i guttekulturen. Dette gjelder kino, teater og konserter og tur- og friluftsliv.

4.7 Både gutter og jenter tenker på fremtiden

Vi hadde to indikatorer på mer fremtidsrettet forbruk, nemlig det å samle på utstyr og å spare penger. En annen undersøkelse av ungdom (Brusdal 1984) viste at jentene var de største samlere. De samlet utstyr til de senere i livet skulle etablere seg i egen bolig. I dette materialet er tendensen at jentene bruker mer penger på dette, men sammenhengen er ikke signifikant. Tidligere nevnte undersøkelse viste at det var ingen forskjeller mellom andel gutter og jenter som sparer, og samme resultat viser seg i dette materialet. Hva det fremtidige forbruket vil være sier våre data ikke noe om. Det vi kan si er at både gutter og jenter er opptatt av fremtiden, kanskje vil forbruket dreie seg om spesielle gjenstander, eller kanskje er det den fremtidige boligen de tenker på?

Tabell 4.7: Gjennomsnittlig forbruk i kroner siste måned knyttet til utstyr og sparing blant gutter og jenter.

Forbruk	Gutter	N	Jenter	N
Utstyr	kr 1	1.608	kr 8	1.836
Sparing	" 805	1.608	" 701	1.835

4.8 Gutter har høyest forbruk

Gutter bruker jevnt over mer penger enn jenter. Dette gjelder arenaer som tradisjonelt har vært befolket med gutter og har med ulike aktiviteter, som medlemskap i ulike foreninger, sportsutstyr og inngangsbilletter til idrettsarrangement å gjøre. Men også når det gjelder det mer personlige forbruket som brukes på hobbybasis, er det guttene som bruker mest penger. De har oftere brukt penger på elektronisk utstyr, på datautstyr, musikkinstrumenter og lydutstyr og på det som var rubrisert som "andre hobby- og fritidsaktiviteter". Av andre hjemmeaktiviteter hvor gutter har høyest forbruk, er ulike medier. De bruker mest penger på video, på plater, kassetter og CD'er, og de bruker mest på blad og tegneserier. Det er mulig at for noen bærer dette preg av å være en hobby.

To forbruksområder ser i stor grad ut til å tilhøre guttekulturen, nemlig motorhold og alkohol. Det er dermed ikke sagt at dette opptrer samtidig. Spesielt motorhold er et område hvor gutter nedlegger mye penger når de blir eldre. Og sikkert et område som har mange aspekter, hvor også de symbolske sidene er fremtredende. Det samme kan tenkes å gjelde for alkohol, som også er en type forbruk som ligger nær voksenrollen og dermed kan tenkes å være statusgivende i enkelte miljøer. Sist skal nevnes penger brukt på snacks, sjokolade, cola etc. Også her bruker guttene mer penger.

I motsetning til guttene, er det få forbruksposter hvor jentene er de ledende konsumenter. Kun på fire av de 25 forbrukspostene har jentene høyest forbruk. To av disse er knyttet til utseendet og bekrefter en oppfatning av jentene som mer opptatt av dette, og de symbolske aspektene ved forbruket. Når det gjaldt penger brukt på transport, dominerte guttene med et forbruk knyttet til privatkjøretøy, mens jentene dominerer når det gjaldt penger brukt på det kollektive. Dette tyder på at både gutter og jenter farer omkring, men noen gjør det for egen maskin mens andre gjør det kollektivt til betydelig lavere pris. Mens guttene hadde høyest forbruk på de fleste medier, dannet bøker et unntak. Å lese bøker er noe jenter gjør mer enn gutter, og de bruker også mer penger på bøker.

Vi kan spørre oss hvor guttene får pengene fra. Får de mer lomme penger, jobber de mer, har de ekstrajobber, strøjobber eller overrapporterer de? Eller er de flinkere til å tigge hos foreldrene, og er det en forskjellsbehandling, en idé om at gutter trenger flere og dyrere ting og aktiviteter enn jenter?

På noen forbruksområder er det imidlertid likestilling mellom kjønnene. To av disse er offentlige scener hvor ungdomskulturen kan sies å utspille seg. Dette gjelder snackbarer, kafé og diskoteker, og det gjelder kinoer. Her bruker gutter og jenter like mye penger, noe som kan antyde at en like stor andel gutter og jenter befinner seg her på ulike tidspunkt. Det samme gjelder for teater og konserter, hvor riktignok en mindre andel bruker penger, men hvor det altså ikke er forskjeller mellom kjønnene. Et annet forbruksområde knyttet til det sosiale livet, er forbruk av sigaretter og tobakk, også et område hvor jenter og gutter bruker like mye penger.

En mindre andel brukte penger på tur- og friluftsutstyr, og også her ser det ut til å være en viss likestilling mellom kjønnene når det gjelder penger brukt på dette. Heller ikke på smykker og utstyr var det en stor

andel som hadde brukt penger siste måned, og heller ikke her finner vi forskjeller mellom gutter og jenter.

Siste forbrukspost hvor det var likhet mellom gutter og jenter, var sparing. Svært mange sparte, 63%, og gutter og jenter sparer like mye. Sparing er utsatt forbruk, og hva disse guttene og jentene vil bruke disse pengene til i fremtiden vet vi ikke, heller ikke om de vil bruke dem på samme måte. Det våre data forteller er at guttene og jentene er like innstilt på å sette til side for et fremtidig forbruk.

5 Oppsummering

Ungdom har et stort og omfattende forbruk. Denne rapporten tar bare for seg deler av dette, nærmere bestemt 25 forbruksposter hvor de oppgir hva de har brukt av egne penger siste måned. Alt annet som ungdom forbruker, er ikke med i denne rapporten. Men rapporten skulle fange opp de sentrale deler ved ungdommens eget forbruk.

Forbrukets omfang innen de ulike forbrukspostene varierer sterkt, fra ikke-forbruk til de virkelig store beløp. Hva som er normalforbruk er vanskelig å si. Når man tar utgangspunkt i en stor del av ungdomspopulasjonen, vil man også fange opp "avvikerne", de få som har et høyt forbruk på noen områder som f.eks. de som har kjøpt bil, datamaskin etc. siste måned. Dette drar opp gjennomsnittet, men samtidig er det klart at det utgjør en del av ungdommens totale forbruk. I rapporten inngår dette i det gjennomsnittlige forbruk på de ulike forbrukspostene.

Noen av forbrukspostene har de fleste ungdommene brukt egne penger på siste måned. Dette forbruket hevder vi utgjør kjernen i det ungdomskulturelle forbruket. Mye av dette forbruket er knyttet til aktiviteter på ungdomsscenene. Her inngår aktiviteter som kino, kafé, restaurant og diskotekbesøk, teater- og konsertbesøk osv. Annet ungdomskulturelt forbruk er mer knyttet til kulturelle uttrykksformer og omfatter klær og musikk. Til ungdomskulturen hører også alkohol

og tobakk, sigaretter og snacks, cola etc., det man inntar i forbindelse med ulike aktiviteter og på ulike steder.

Ikke alt forbruk ser ut til å være like ungdomsspesifikt. På noen av de oppgitte forbruksområdene har kun en liten andel oppgitt å ha brukt penger siste måned. Dette tolkes som et uttrykk for at noe forbruk i større grad er knyttet til evner og interesser, og i mindre grad utgjør det ungdomskulturelle forbruket. Men deler av dette forbruket er knyttet til anskaffelse av spesielle gjenstander, gjerne i høy prisklasse som f.eks. elektronisk utstyr og datamaskiner. Her dreier det seg om engangsanskaffelser av gjenstander som er sentrale i ungdomskulturen, og som dermed også må rubriseres som ungdomskulturelt forbruk. Det er heller ikke nødvendigvis slik at det forbruket som den største andelen inngår i, er det hvor det totalt brukes mest penger. Materialet viser at sparing er den posten det ble brukt mest penger på.

Det er en generell tendens at det meste av forbruket øker med alder. Dette kan være et uttrykk for at de unge beveger seg på flere arenaer og dermed øker forbruket. Deltakelse koster, både selve aktiviteten, men kanskje også tilbehøret som mat, drikke, klær og utstyr etc.. Kanskje er denne økningen et uttrykk for at de unge får mer penger mellom hendene fordi de har ekstrajobber, kanskje får de mer av foreldre fordi de beveger seg mer ut i verden og dette koster?

Forbruk knyttet til turutstyr og organisasjonsdeltakelse viser et noe annet mønster. Her er toppen midt i ungdomstiden. Dette kan forklares ved at turutstyr er noe man anskaffer seg og har gjennom ungdomstiden. At organisasjonsdeltakelse synker ved slutten av ungdomstiden er et mønster som finnes i mange undersøkelser.

Forbruket endres over tid, det øker med alder, men samtidig aner vi en viss nedgang i det vi kaller det ungdomskulturelle forbruket blant de eldste i materialet, blant 21-åringene. Det kan se ut som de unge dyrker sin ungdomstid, og det forbruk som knytter seg til denne. Men mot

slutten av ungdomsperioden kan det se ut som de trekker seg noe tilbake fra dette, og kanskje orienterer seg mot en mer voksen tilværelse. Den store andelen som sparer, og de høye beløpene som spares, kan tolkes som et uttrykk for at de unge ikke bare lever i nuet, men også tenker på fremtidig etablering og voksen tilværelse.

Forbruket viser også store forskjeller mellom gutter og jenter. Guttene har høyest forbruk, og et forbruk som i større grad er knyttet til aktiviteter. Jentene skårer høyest på det symbolske forbruket og bruker mer på klær og sko og på frisør, kosmetikk etc. Alt i alt har jentene et lavere forbruk. Om dette er et resultat av at de jobber mindre eller får mindre penger hjemme, vet vi ikke.

Forbruk og økonomisk evne henger sammen. Et generelt inntrykk vi sitter tilbake med er at det koster å være ung og delta, og ha de samme gjenstandene som de fleste andre. Deltakelse koster, hvem som kan delta, og i hvilken grad det å ikke eie, eller det å ikke forbruke, er knyttet til spesielle grupper, gjenstår å se. Det samme gjelder om disse igjen blir tvunget over i spesielle aktivitetsmønstre. Det vil være av interesse i den videre bearbeidingen av dataene. Denne rapporten er først og fremst tenkt som en generell beskrivelse av ungdommens eget forbruk.

6 Litteratur

- Bjerrum Nielsen, H., 1981: "Små piger, søde piger, stille piger - om pigeliv og pigesocialisering", i *Sosiologi i dag*, 3-4, 1981.
- Bjurström, Erling, 1982: *Generasjonsopprøret*, Universitetsforlaget, Oslo.
- Brusdal, R., 1984: *Sparing, planlegging og fremtidsorientering*, FMD, forskningsrapport nr. 50. Oslo.
- Brusdal, Ragnhild, 1985: *Ung voksen i Oslo. Livssituasjon og levekår*, FMD, Arbeidsrapport nr. 42, Oslo.
- Brusdal, R., 1987: "*Speil, speil på veggen der, hvem av disse er det jeg er?*", Tammerfors: 14. Nordiske Sosiologkongress, 21-23 august.
- Brusdal, Ragnhild, 1990: *Naiv økonomi. Barns økonomiske kunnskap og forståelse*. Rapport nr. 7, Statens institutt for forbruks-forskning, Lysaker.
- Brusdal, R. og Lavik, R., 1991: *Hva gjør barn og unge i fritiden?* SIFO-arbeidsrapport nr. 6, 1991
- Douglas, M. og Isherwood, B., 1979: *The World of Goods*, Penguin Books, Middlesex, England.
- Frønes, I., 1994: *Den norske barndommen*, Cappelen Akademisk Forlag, Oslo.
- Furnham, A. og Thomas, P., 1984: Pocket-money. A study of economic education, *British Journal of Developmental Psychology*, 2: p205-212.
- Grue, L., 1985: *Bedre enn sitt rykte*, Kultur- og Vitenskaps-departementet, STUI.
- Irgens-Jensen, O., 1990: *Ungdom og rusmidler*, Rusmiddel-

direktoratet.

Levine, D., 1971: *George Simmel. On individuality and social forms*, University of Chicago Press, Chicago and London.

McRobbie, A. and Garber, J., 1975: "Girls and subcultures: An exploration" In: Hall, S. og Jeffersen, T., red: *Resistance through rituals: Youth subcultures in Post War Britain*, London: Hutchinson.

Scott Sørensen, Anne, 1991: "Könskulturer och könets kultur", i Ganetz, H. og Lövgren, K. "*Om unga kvinnor*", Studentlitteratur, Lund.

Sheth, Jagdish, 1983; *Megatrends in Consumer Marketing*, Faculty Working paper No. 945, University of Illinois, USA.

Skårderud, F., 1991: *Sultekunstnerne: kultur, kropp og kontroll*, Aschehoug Forlag, Oslo.

Solberg, A. og Vestby, G.M.; *Barns arbeidsliv. En undersøkelse av 800 10-12 åringers arbeidsoppgaver i hjem og nabolag*, NIBR-rapport 1984:3.

Veblen, T., 1976: *Den arbeidsfrie klassen*, Gyldendal Norsk Forlag.

Wickstrøm, L., 1994: *Metode-notat*, UNGforsk, Oslo.

Ødegårdstuen, Toril Strande, 1995: *Er det kjønnsforskjeller i hvilke friluftaktiviteter barn har mest lyst til å delta i?*, i Barn, Norsk Senter for Barneforskning, nr. 1.

Øia, T, 1994: *Norske Ungdomskulturer*, Opplandske bokforlag.

Aas, Ø., 1992: *Barns fritid, friluftsliv og fiskevaner*, Norsk Institutt for Naturforskning, Oppdragsmelding 81.