

Forbruk og finansiering av forbruket blant ungdom

Ragnhild Brusdal

Ungdoms forbruk er tema blant foreldre, i offentlige dokumenter så vel som i avisenes overskrifter. I forbrukersamfunnets kjøpskarusell er ungdom sett på som påvirkelige, sårbare og kjøpevillige, og forestillinger om deres forbruksmønster tar ofte mytiske former. Her går vi bak mytene og spør: Hvor mye penger bruker ungdom, og hva bruker de så pengene på? Hvem bruker hva og hvem bruker mest og minst? Bruker gutter og jenter like mye penger, og bruker de dem på de samme tingene? Er det forskjeller i forbruket blant ungdom i byen og på landet, og er det forskjeller mellom ungdomsskoleelever og elever i videregående?

Data som skal gi oss svarene på dette, er hentet fra Ung i Norge 2002 hvor et landsrepresentativt utvalg på nesten 12 000 elever i alderen 13 til 19 år er intervjuet. I spørreskjema var flere forbruksposter ført opp, og eleven ble bedt om å oppgi omtrent hvor stort beløp han eller hun hadde brukt på de ulike forbrukspostene siste måned eller siste 30 dager. Nå dekker disse forbrukspostene kun en del av ungdommens forbruk, fordi deres forbruk inngår i familiens forbruk. Beløpene vil derfor hovedsakelig beskrive ungdommens eget forbruk, snarere enn alt ungdommen forbruker. Alt forbruk er heller ikke med i denne surveyen. Mange ungdommer bruker penger på transport, på fødselsdagspresanger, på feierturer og på kjæledyr, hester osv. som er temaer som ikke er med i denne surveyen. Dette betyr at ungdommens totale forbruk ikke kan anslås ut i fra disse data, men vi får indikasjoner på forbruksmønster og på omfanget av visse typer forbruk.

Hvor mye penger bruker ungdom på hva?

I tabell 1 kan vi se at de forbrukspostene flest ungdommer bruker penger på, er konsentrert rundt det som kan betegnes som «nyttelse» og «sosialitet». Dette betyr at de aller fleste bruker penger på sjokolade og snacks, og at en stor andel er innom kafeer og snackbarer en eller flere ganger i løpet av en måned. Også mobiltelefonen ser ut til å ha fått et solid feste. Først på fjerdeplass kommer penger brukt på klær, som ofte trekkes frem når ungdommens forbruk

skal illustreres. Deretter følger penger brukt på en del aktiviteter som de unge gjerne deltar i sammen med jevnaldrende. Ofte handler det om kjøp av underholdning og opplevelser som kino og video, musikk, magasiner, diskotek osv.

Tabell 1. Gjennomsnittlig beløp i hele kroner brukt siste måned på ulike forbruksområder, og hvor stor andel som bruker penger på dette blant elever i ungdomsskolen og videregående.

Forbruksområde	Gjennomsnittlig beløp, alle	Andel som har brukt penger på dette
Sjokolade/snacks	264	88
Kafé/snackbar	114	77
Mobiltelefon	267	72
Klær	480	60
Kino	67	56
Video	64	48
Alkohol	185	42
Cd	103	41
Sminke	69	40
Ukeblad/tegneserier	36	39
Diskotek	60	36
Skolesaker/skoleutstyr	41	26
Sigaretter/tobakk	158	24
Aviser/tidsskrift/bøker	36	22
Kontingenter	79	20
Spillautomater	37	22
Fritids/sportsutstyr	122	18
Motorkjøretøy	133	15
Veldedighet	15	13
Konserter	27	12
Idrettsarrangement	15	12
PC-spill	36	9
Sum kroner	2398	

Note: Hvor mange som har oppgitt hvor mye de har brukt på de ulike forbruksområdene, varierer fra 10 536 til 10 672 elever.

En liten andel har brukt penger på motorkjøretøy, veldedighet, konserter, idrettsarrangement og pc-spill. Noe av dette er aldersbegrenset forbruk, som for eksempel motorkjøretøy er. Den høye prisen på PC-spill bidrar trolig til at andelen som har anskaffet seg dette siste måned ikke vil være så høy. Det er heller ikke vanlig å bruke penger så ofte på konserter, idrettsarrangement

og veldedighet. At andelen som har brukt penger på disse forbrukspostene, er liten, kan være et utslag av at dette er et interesseområde få har, eller at det er lite kostnadsintensivt eller at tilbudet for denne type forbruk er lite.

Ser vi på hvor de store *beløpene* er, hvor det meste av pengene går, blir bildet noe annerledes. Klær har førsteplassen og en klar ledelse. I gjennomsnitt bruker norske ungdommer på ungdomsskolen og videregående 480 kroner per måned til klær. Også mobiltelefonen tar en stor del av de unges penger, det samme gjør de tre følgende postene som er viet nytelsen, enten dette gjelder søtsaker, alkohol eller sigaretter. På sjetteplass finner vi motorkjøretøy som relativt få, kun 15 %, bruker penger på. Til gjengjeld bruker den enkelte mye, noe som bidrar til at det gjennomsnittlige beløpet blir høyt. De resterende forbrukspostene er i hovedsak kostnader knyttet til ulike former for underholdning og sosiale aktiviteter i fritiden. Hva forteller dette estimatet?

Variasjoner i forbruk

Hva man bruker penger på og hvor mye vil variere med en rekke forhold. Det er lang tid fra 13 til 19 år, mye endrer seg – også forbruket. Heller ikke er det nødvendigvis slik at gutter og jenter har samme forbruksmønster. Forbruk skjer innen visse strukturelle og økonomiske rammer, og vi skal også se nærmere på om grad av urbanisering har innvirkning på forbruksmønsteret. Forbruk koster, og avslutningsvis skal vi se på det finansielle grunnlaget, både de gitte rammene, det vil si hva de unge får av foreldrene, men vi skal også trekke inn hva de henter inn gjennom lønnsarbeid.

Tabell 2. Oversikt over forbruket siste måned i hele kroner blant elever på ungdomsskolen og videregående.

Ulike forbruksområder:	Forbruk i kroner	Prosentandel av totalt forbruk
Nytelse (alkohol/sigaretter/sjokolade/snacks)	601	25
Utseende (klær/sminke)	545	23
Sosialt (kafé/mobiltelefon/disko)	439	18
Underholdning (cd/kino/video/spillautomat/ukeblad/pc-spill/konsert/idrettsarrangement)	381	16
Aktiviteter (kontingent/sportsutstyr)	200	8
Motorkjøretøy	133	6
Diverse (skolesaker/avis/veldedighet)	81	3
Sum kroner	2380	99

Note: Minste N=10 343

For å forenkle fremstillingen er forbruksposter som inngår i samme forbruksområde, slått sammen. Resultatet er sju ulike forbruksområder. Tabell 2 viser at mesteparten av ungdommens pengebruk, en fjerdedel, er knyttet til nytelse dvs. penger brukt på alkohol, sigaretter og sjokolade og snacks. Det nest største beløpet er forbruk knyttet til utseendet, dvs. klær og sminke, som utgjør 23 prosent av ungdommens totale forbruk. Forbruksområde nummer tre på listen har fått betegnelsen «sosialt». Dette er penger som brukes på kafébesøk, på snackbarer, diskoteker og til mobiltelefon. Et forbruk som handler om å være sammen med andre – å holde kontakt. Deretter følger det som har fått betegnelsen «underholdning». Dette handler om en kinobillett, leie av video, kjøp av ukeblader, pc-spill osv. Ting man underholder seg med – gjerne sammen med venner. Beløpene som brukes til hobbyer og aktiviteter, enten det gjelder kontingenter eller utstyr, er relativt lave. Dette er et forbruk hvor foreldrene gjerne bidrar (Brusdal 1998).

Tabellen viser at en stor del av de unges forbruk er knyttet til sosiale aktiviteter. Dette omfatter ikke bare det som er plassert under betegnelsen «sosialt». I tillegg vil nok deler av forbruket knyttet til nytelse være sosialt forankret, det samme gjelder for det som kommer under rubrikken «underholdning». En tur på kino, en øl, leie av en video, er forbruk som vanligvis skjer sammen med venner. Dette forbruket er svært synlig, i all hovedsak handler det om aktiviteter og opplevelser som konsumeres i offentligheten. Denne synligheten er nok en av grunnene til at ungdommens forbruk oppfattes som svært høyt.

Gutter har høyest forbruk

Mange undersøkelser viser et kjønnet forbruk hvor guttenes forbruk i større grad er knyttet til aktiviteter (å gjøre ting) mens jentenes forbruk er mer knyttet til en være-dimensjon – å være søt og pen og se godt ut (Brusdal 1997). Drotner (1991:48) beskriver guttenes forbruk som mer relatert til hva de kan gjøre med kroppen, f.eks. sport, mens jentenes forbruk mer er knyttet til bruk av kroppen som display for mote og sminke. Men guttene kommer etter, og det er et økende marked for merker og distinksjoner for gutter (Nixon 1992).

Tabell 3. Beløp brukt siste måned på ulike forbruksområder, fordelt etter kjønn og skoletype. Beløpet er oppgitt i hele kroner.

Ulike forbruksområder:	Gutt	Jente	Ungd. skole	Videreg.
Nytelse (alkohol/sigaretter/sjokolade/snacks)	692	516***	377	822***
Utseende (klær/sminke)	433	646***	466	622***
Sosialt (kafé/mobiltelefon/disko)	466	413***	331	546***
Underholdning(cd/kino/video/spillautomat/ukeblad/pc-spill/konsert/idrettsarrangement)	492	276***	347	415***
Aktiviteter (kontingent/sportsutstyr)	252	150***	193	207
Motorkjøretøy	230	45***	70	197***
Diverse (skolesaker/avis/veldedighet)	9	72**	54	107***
Sum kroner	2691	2134	1838	2916

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

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

Guttene har jevnt over et høyere forbruk med et månedlig gjennomsnitt som ligger ca. 550 kroner over jentenes. I tabell 3 kan vi se at det er kun på ett område at jentene bruker mer penger, og det er forbruk knyttet til utseendet. Dette mønsteret er i overensstemmelse med andre undersøkelser (Brusdal 1995, Lynne 2000, Storm-Mathisen 1998). Jentene bruker 646 kroner i måneden i gjennomsnitt på utseende mot guttenes 433 kroner. Guttene på sin side dominerer når det gjelder nytelsesorientert forbruk og underholdningsforbruk samt forbruk i tilknytning til aktiviteter og motorhold. Det sosiale forbruket er relativt likt for begge kjønn. Det er mulig å tolke forbruksmønsteret til gutter og jenter som at gutter har et mer variert forbruk og dermed mer variert fritid, fordi det gjennomsnittlige beløpet er høyere. En annen tolkning er at jentenes underholdning og sosiale liv i i større grad finner sted på ikke-kommersialiserte arenaer som for eksempel på rommet hjemme hos hverandre.

Forbruket øker kraftig på videregående skole

Ungdomstiden er en overgang fra barn til ung voksen. Det er stor forskjell på å være 13 år og å være 19 år. Ikke bare kroppslig, men forbruksmulighetene utvides også fordi forbruket av alkohol, sigaretter og motorkjøretøyer er aldersregulert. Med økende alder åpner det seg også flere sosiale arenaer. Dette en periode hvor man beveger seg ut i verden, vekk fra hjem-

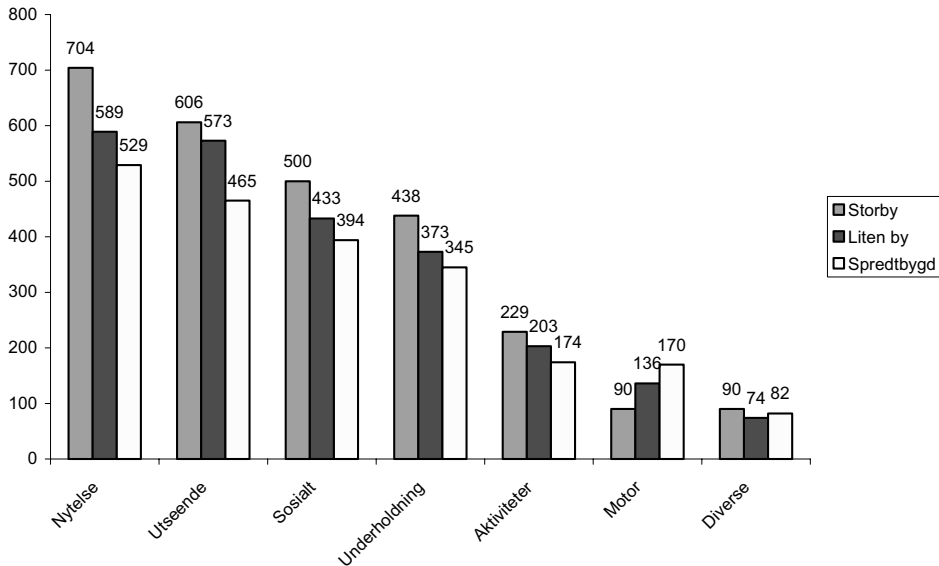
met og lokalmiljøet og over på mer kommersialiserte arenaer. Analysen viser at forbruket øker på de fleste enkeltområder i denne perioden.

Det er det nytelsesorienterte forbruket som har den største økningen fra ungdomsskole til videregående, fra 377 kroner i gjennomsnitt i måneden for ungdomskoleelevene til 822 kroner for elever i videregående, dvs. en økning på nesten 500 kroner i gjennomsnitt. Denne økningen er dominert av penger brukt på alkohol og sigaretter. Når dette er sagt, er det også en generell økning i forbruket på de fleste områder når man går over i videregående skole. Det brukes mer penger på utseendet, på det sosiale og til underholdning og motorkjøretøy. Noe av økningen illustrerer at de unge beveger seg ut i verden og at kafeer og snackbarer, diskoteker og konserter blir nye kommersielle arenaer som oppsøkes hyppigere. Andre områder er aldersregulerte, og etter hvert så når man en alder som muliggjør et slikt forbruk. Noen forbruksområder holder et høyt kostnadsnivå gjennom hele tenåringstiden, dette gjelder spesielt forbruk knyttet til utseendet, men også forbruk knyttet til underholdning og det sosiale har et høyt kostnadsnivå gjennom hele ungdomstiden. Antall kroner som går til aktiviteter, hobby og sport og kontingenter, ser ut til å være relativt konstant gjennom ungdomstiden, men her er ikke beløpene så store.

Forbruket øker med urbaniseringsgrad

Forbruk skjer innenfor visse rammebetingelser, og det fysiske miljøet og tilgjengeligheten til markedet tenkes å ha innvirkning på forbruket. Ser vi anskaffelse av forbruksvarer som et resultat av tilbud og fristelser, antas forbruket i byen å være høyere. I intervjuer med barn og unge om kjøpepress ble det også påpekt at kjøpepresset er større i de store byene (Brusdal 2000). Andre undersøkelser viser at konformitetspresset er større på mindre steder, noe som kan tenkes å øke forbruket (Heggen 1996).

Figur 1. Oversikt over penger brukt siste måned på ulike forbruksområder blant elever i ungdomsskolen og i videregående i forhold til bosted. Beløpet er oppgitt i hele kroner.



Bosted ble delt i tre deler, hvor storby omfatter store og mellomstore byer, mindre by er steder mellom 15 000 og 50 000 innbyggere, mens spredtbygd er steder under 15 000 innbyggere. Figur 1 viser at med unntak av penger brukt til motorkjøretøy, så øker beløpet med urbaniseringsgrad og er høyest i de store byene. Dette gjelder særlig nytelsesorientert forbruk og forbruk knyttet til det sosiale og til underholdning. Forbruk av klær og sminke er omtent like høyt i store og små byer, mens elever i spredtbygde strøk har det laveste forbruket her.

Forbrukets økonomiske grunnlag

Forbruk forutsetter at man har penger å betale for. Dagens skoleelever har ikke en selvstendig økonomi, men er avhengig av foreldrenes økonomiske støtte. Denne kan de få på mange måter, som lommepenger, etter behov eller etter foreldrenes for godtbeholdende. En annen mulighet er å få penger for utførte arbeidsoppgaver i hjemmet eller ved å ta seg lønnet arbeid.

Kun 47 % av elevene oppgir at de får *lommepenger* enten ukentlig eller månedlig. Av de som *ikke* får lommepenger, oppgir de fleste at dette er

fordi de ikke får et fast beløp. Omlag en like stor andel av guttene og jentene får lommepenger, og andelen synker med økende alder for begge kjønn. Guttene er vinnerne i lønnsforhandlingene hjemme og får 913 kroner i gjennomsnitt i måneden mot jentenes 760 kroner. Det skjer en viss lønnsøkning med årene, i gjennomsnitt får ungdomsskoleelever 655 kroner pr. måned i lommepenger, mens elever i videregående får 1108 kroner i gjennomsnitt pr. måned. Det er de som bor i de store byene, som får de høyeste beløpene (Tabell 4).

Tabell 4. Gjennomsnittlig månedlig beløp i lommepenger og ekstrapenger blant elever i ungdomsskolen og videregående fordelt etter kjønn, skoletype og bosted. Beløpet er oppgitt i hele kroner.

	Faste månedlige lommepenger	N=	Ekstrapenger	N=
Kjønn:				
Gutt	913	2648	750	2688
Jente	760***	2648	607***	3267
Skoletype:				
Ungdomsskole	655	3191	553	3123
Videregående	1108***	2163	801***	2886
Bosted:				
Storby	923	1644	735	1749
Liten by	790	2035	668	2307
Spredtbygd	806***	1613	622**	1893

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

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

Men lommepenger er ikke de eneste pengene de unge får. 52 % av elevene har oppgitt et beløp de har fått i *ekstrapenger* siste måned. Litt over halvparten av disse, 55 %, er jenter. Også når det gjelder ekstrapenger, er guttene lønnsvinnerne, og også her er det elever i videregående som drar av gårde med de høyeste beløpene. Og også når det gjelder ekstrapenger, er det ungdom i de store byene som får mest (Tabell 4). Mønsteret for både lommepenger og ekstrapenger er i samsvar med det vi tidligere har sett når det gjelder forbruk, gutter har høyere forbruk enn jenter, forbruket øker med alderen, og det er høyest i de store byene.

Ungdom er prisgitt foreldrenes økonomi og sjenerøsitet. Denne oppleves ikke alltid som tilstrekkelig, og en strategi for å høyne forbruket er å ta seg lønnet arbeid. 40 % oppgir at de jobber ved siden av skolen. I spørreskjemaet er det presisert at dette ikke gjelder arbeid i feriene. De fleste har

småjobber og jobber 9 timer eller mindre i uken. En noe større andel av jentene har lønnet arbeid, 44 % mot 37 % av guttene. Kanskje for å kompensere for at de får mindre i lønnpenger og ekstrapenger? Videre er det en større andel blant elevene i videregående som har lønnet arbeid, 49 % mot 32 % av ungdomsskoleelevene. Grad av urbanisering har ingen effekt på hvorvidt man har lønnet arbeid eller ikke (Tabell 4).

Tabell 5. Forskjeller i beløp brukt siste måned på ulike forbruksområder blant elever på ungdomsskolen og i videregående i forhold til om de har lønnet arbeid eller ikke. Beløpet er oppgitt i hele kroner.

Forbruksområde	Jobb	Ikke jobb	Forskjell i kroner	Prosentvis forskjell
Nytelse (alkohol/sigaretter/sjokolade/snacks)	724	516***	208	40
Utseende (klær/sminke)	634	481***	153	32
Sosialt (kafé/mobiltelefon/disko)	537	372***	165	44
Underholdning (cd/kino/video/spillautomat/ukeblad/pc-spill/konsert idrettsarrangement)	421	352***	69	20
Aktivitet (kontingent/sportsutstyr)	226	183**	43	23
Motorkjøretøy	186	96***	90	94
Diverse (skolesaker/avis/veldedighet)	92	73**	19	26
SUM	2620	2073***		
N=	4338	6424		

** signifikant for p<.01 F-test

*** signifikant for p<.001 F-test

Det kan være mange ulike grunner til å ta seg lønnet arbeid. Det kan være for å orientere seg mot arbeidslivet, eller fordi man blir pålagt ekstraarbeid av sine nærmeste, det kan være fordi man ønsker å øke forbruket, og det kan være at noen unge må ta seg lønnet arbeid av økonomiske grunner. Vi vet ikke hvorfor noen ungdommer tar seg lønnet arbeid, heller ikke hvor mye de tjener, men ser vi lønnsarbeid som en strategi for å øke det personlige forbruket, er dette vellykket (Tabell 5).

Analysen viser at på alle forbruksområdene er mønsteret det samme; det er de som har lønnet arbeid som har høyest forbruk. Men differansene i beløpets størrelse mellom de med og uten lønnet arbeid varierer på de ulike forbruksområdene. Legger vi antall kroner til grunn, er det det forbruksområdet vi har kalt «nyttelse», som øker mest i rene penger. Dette var også det området hvor det ble brukt mest penger. Ser vi på den prosentvise

økningen i forbruket mellom de som har lønnet arbeid og de som ikke har, så er det motorkjøretøyer som topper listen. Som tidligere nevnt dreier dette seg om en relativt liten andel ungdommer, og det krever en voksen og ofte «arbeidende» livsstil. Det sosiale og nytelsesorienterte forbruket øker med henholdsvis 44 % og 40 % blant de som er i lønnet arbeid. Klær og sminke har en økning på 32 %. Ser vi det å ha lønnet arbeid som en måte å øke forbruket på, så er dette vellykket. En stor del av pengene de unge tjener, går hovedsakelig til nytelsesorientert og sosialt forbruk som ofte handler om det samme.

Oppsummeringsvis kan vi si at ungdom har høyt forbruk. Dette forbruket finansieres primært av foreldrene, men en relativt stor andel unge har lønnet arbeid ved siden av skolen. Dette gjelder særlig elever i videregående skole. Elever som har lønnet arbeid, har det høyeste forbruket på alle områder.

Forbruket målt i kroner og ører er noe høyere hos gutter enn hos jenter. Dette kan være forklaringen på at jentene oftere har lønnet arbeid ved siden av skolen. En annen forklaring kan være at jenter har et forbruk som foreldre ikke så lett bifaller, og at de til en viss utstrekning må finansiere klesbudsjettene sine selv (Brusdal 1998). Foreldre støtter lettere en pc eller sportsutstyr enn sminke.

Ungdommens forbruk er i stor grad knyttet til det sosiale, til det å være ung sammen med jevnaldrende, til å konsumere ulike underholdningstilbud, og til å være på kommersielle arenaer som kino, kafeer, diskotek osv. Selv om omfanget av ungdommens forbruk er høyt, er det selvfølgelig mye lavere enn andre generasjoners forbruk av møbler, bil og bolig. Ungdommens forbruk skjer også i en offentlig sammenheng, og ikke innenfor hjemmets fire vegger som foreldregenerasjonens. Dette gjør at ungdommens forbruk lett fremstår som sløsende og unyttig sett i de voksnes øynes.

Litteratur:

- Brusdal, R. (1995). *Ungdommens eget forbruk. En empirisk studie av ungdommer i alderen 14 til 21 år*. Rapport nr. 9. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning.
- Brusdal, R. (1997). Mellom nytte og nytelse – en analyse av gutters og jenters forbruksmønstre. *Bedre skole*, Norsk lærerlags tidsskrift, Oslo.
- Brusdal, R. (1998). *Lommepenger, ekstrapenger og lærepenger. Om foreldre som forsørgere og oppdragere*. Rapport nr. 6. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning.

- Brusdal, R. (2000). *Jeg liker penger og skulle gjerne hatt mer. Samtaler med barn og unge om det å vokse opp i en kommersiell hverdag*. Notat nr. 14. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning.
- Drotner, K. (1991). *At skabe sig selv – ungdom, æstetik, pædagogik*. København: Gyldendal.
- Heggen, K. (1996). Ungdom og lokalmiljø – forankring eller fråkopling. I Øia, T. (red.): *Ung på 90-tallet*. Ungforskserien nr. 2. Oslo: Cappelen Forlag.
- Nixon, S.J. (1996). *Hard looks: masculinities, spectatorship and contemporary consumption*. London: UCL Press.
- Storm-Mathisen, A. (1998). *Kjøpepress – hva er det for noe? Et forprosjekt om klærnes betydning blant 13-åringene*. Rapport nr. 4. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning.