

Perspektiva djece u Hrvatskoj o materijalizmu i vrijednostima koje su važnije od materijalnih dobara

Vanessa Varga¹, Marina Kotrla Topić² i Katarina Perić Pavišić³

¹ Hrvatsko katoličko sveučilište, Zagreb, Hrvatska


² Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Regionalni centar Osijek, Osijek, Hrvatska


³ Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, Hrvatska


Sažetak

Cilj je ovoga rada istražiti perspektivu djece u Hrvatskoj o materijalizmu i vrijednostima koje su važnije od materijalnih dobara. Preciznije, zanima nas smatraju li djeca u Hrvatskoj da je posjedovanje skupih materijalnih dobara i mnogo materijalnih dobara važno, potom koje ishode materijalizma djeca prepoznaju te što smatraju važnijim od posjedovanja skupih stvari i akumuliranja mnogo stvari. Istraživanje je provedenom metodom *online* fokus-grupa s djecom od 5. do 8. razreda osnovne škole iz različitih dijelova Hrvatske. Uzorak se sastojao od 40 djece (20 dječaka, 20 djevojčica; prosječna dob = 12.85). Analizom izjava djece utvrđeno je da djeca u Hrvatskoj posjedovanje skupih materijalnih dobara i mnogo materijalnih dobara ne smatraju važnim, ali primjećuju da je to bitno nekim pojedincima i društvenim skupinama. Nadalje, djeca s materijalizmom povezuju sljedeće ishode: prihvaćenost u društvu i društveni status, lažne prijatelje i iskorištavanje, kratkotrajnu sreću te, konačno, hvalisanje, aroganciju i bahatost. Kao vrijednosti važnije od materijalnih dobara djeca ističu prijatelje i društvo, obitelj, hobije i osobne interese, zdravlje, sreću i ostalo. U Hrvatskoj dosad nije posebno ispitivana perspektiva djece o materijalizmu. Razumijevanje razmišljanja djece o novcu, potrošnji, bogatstvu, sreći i drugim vrijednostima može pomoći roditeljima, odgojiteljima, donositeljima politika i drugima da bolje podrže dječji razvoj i pruže im vrijednosti koje će im biti korisne u životu.

Ključne riječi: djeca, fokus-grupe, materijalizam, vrijednosti

Vanessa Varga  <https://orcid.org/0000-0002-1793-2053>

Marina Kotrla Topić  <https://orcid.org/0000-0001-9829-3056>

Katarina Perić Pavišić  <https://orcid.org/0000-0002-9581-663X>

Ovaj je rad nastao u okviru znanstvenoga projekta *Sreća nije u materijalnim stvarima: uloga medija, roditelja i vršnjaka u oblikovanju materijalizma kod djece* (HKS-2023) koji financira Hrvatsko katoličko sveučilište.

✉ Vanessa Varga, Hrvatsko katoličko sveučilište, Ilica 242, 10 000 Zagreb, Hrvatska.
E-adresa: vanessa.varga@unicath.hr

Uvod

U literaturi se navodi nekoliko različitih definicija materijalizma. Russell W. Belk (1985) materijalizam opisuje kao važnost koju potrošač pridaje materijalnim dobrima. Nadalje, materijalizam se opisuje kao važnost koju osoba pridaje materijalnim dobrima radi postizanja željenih ciljeva. Materijalizam definira potraga za srećom putem stjecanja materijalnih dobara, a ne drugim sredstvima poput osobnih odnosa, iskustava ili postignuća (Richins i Dawson, 1992). Slično tomu, materijalizam se opisuje kao osobna orijentacija na materijalna dobra i novac radi ostvarenja sreće i društvenoga napretka (Ward i Wackman, 1971). Paradoksalno, jedan dio istraživanja pokazuje da je materijalizam povezan s nižim razinama dobrobiti, kako kod odraslih, tako i kod djece (Kasser i Ahuvia, 2002; Manolis i Roberts, 2012). Istraživanja također pokazuju da odrasle osobe koje su snažno usmjerene na materijalna dobra izvješćuju o nižoj kvaliteti društvenih odnosa, a slične rezultate donose i istraživanja provedena na adolescentima (Flurry i sur., 2021; Kasser, 2005).

Cilj je ovoga rada bio istražiti perspektivu djece u dobi od 11 do 14 godina u Hrvatskoj o materijalizmu i vrijednostima koje su važnije od materijalnih dobara. Pretpostavlja se da u toj dobi djeca razmjerno jasno razumiju materijalizam, kao i neke njegove ishode. Međutim, s obzirom na nedostatak istraživanja u tome području u Hrvatskoj, smatramo važnim ispitati upravo dječju percepciju te njihovo razumijevanje materijalizma da bi ti nalazi kasnije mogli poslužiti kao temelj za kvantitativne studije. Preciznije, zanima nas smatraju li djeca da je posjedovanje skupih materijalnih dobara i/ili mnogo materijalnih dobara važno, potom koje ishode materijalizma prepoznaju te što smatraju važnijim od posjedovanja skupih materijalnih dobara i akumuliranja mnogo materijalnih dobara.

U Hrvatskoj dosad nisu posebno ispitivane perspektiva djece o materijalizmu te perspektiva djece o vrijednostima koje su važnije od materijalnih dobara. Ovo istraživanje daje uvid u to kakav je odnos djece u Hrvatskoj prema materijalizmu, odnosno, pripisuju li ona materijalizmu negativne ili pozitivne ishode. Rad doprinosi razumijevanju dječjega odnosa prema materijalizmu, što može pomoći roditeljima, odgojiteljima, donositeljima politika i drugima da bolje podrže dječji razvoj i pruže im vrijednosti koje će im biti korisne u životu. Razmatranje njihovih stavova može se koristiti radi oblikovanja programa i strategija za edukaciju djece o važnosti odgovornoga potrošačkog ponašanja i vrijednostima koje nadilaze posjedovanje materijalnih dobara.

Materijalizam i djeca

Razvoj materijalizma kod djece važna je tema za roditelje, odgojitelje i istraživače potrošačkoga ponašanja. Uvid u načine stvaranja materijalizma kao vrijednosnoga sustava daje nam mogućnost da bolje razumijemo kako se vrijednosti

razvijaju u našim obiteljima i zajednicama te kako djeca postaju potrošači. Želja za materijalnim dobrima započinje već u ranoj dobi. Već mala djeca i djeca predškolske dobi nerijetko različito izražavaju želje za određenim proizvodima, uključujući grabljenje proizvoda s polica trgovina i moljakanje (Chaplin i John, 2007; John, 1999), a često pokazuju veliku želju za stvarima kao što su igračke i slatkiši (Otto i sur., 2006). Istraživanja koja se bave materijalizmom među djecom otkrila su nekoliko faktora koji utječu na njegov razvoj. Primjerice, komunikacija u obitelji koja je orijentirana na druge vrijednosti poput empatije može kod djece smanjiti sklonost materijalizmu (Bindah i Othman, 2011). Na materijalizam utječe i prihod roditelja jer djeca iz obitelji s većim prihodima često pokazuju veću sklonost materijalizmu (Gu i Hung, 2009; Richins, 2017). Također, važan čimbenik može biti dob djeteta jer s godinama djeca pridaju manje važnosti materijalnim dobrima (Chaplin i John, 2007; Goldberg i sur., 2003). Neka su istraživanja pokazala da i spol može biti određujući faktor jer su dječaci češće usmjereni prema materijalnim dobrima od djevojčica (Churchill i Moschis, 1979; Lenka, 2014). Međutim, postoje i istraživanja koja pokazuju da spol nije odlučujući faktor (Chan, 2003). Važna može biti i kultura jer zemlje s kolektivističkom kulturom obično pokazuju manje naglašen stav prema materijalnim dobrima u usporedbi sa zemljama s individualističkom kulturom (Luna i Forquer Gupta, 2001; Shammout i sur., 2023). Konačno, važno je napomenuti da oglašavanje ima snažan utjecaj na materijalizam kod djece (Buijzen i Valkenburg, 2003; Oprea i sur., 2012). Naime, povećano korištenje medija izlaže djecu većem broju oglasa koji mogu povećati njihov interes za materijalna dobra (Dávila i sur., 2017; Lenka, 2014).

Teorija socijalizacije potrošača

Potrošačku socijalizaciju djece John (1999) promatra kao razvojni proces tijekom kojega djeca napreduju od perceptivne faze (3 - 7 godina), kada se vrijednost posjedovanja temelji na vanjskim obilježjima, primjerice, imati više nečega, preko analitičke faze (7 - 11 godina), kada djeca počinju razumijevati vrijednost posjedovanja na temelju društvenoga značenja i važnosti, do refleksivne faze (11 - 16 godina), tijekom koje djeca u potpunosti razumiju da se vrijednosti posjedovanja temelje na društvenome značenju, važnosti i nestašici. Da bi se opisalo kako djeca stječu potrošačke navike, često se koristi i teorija socijalizacije potrošača. Ta se teorija temelji na ideji socijalnoga učenja i naglašava da djeca uče promatrajući, potvrđujući ili oponašajući ponašanje drugih (Moschis i Churchill, 1978). Literatura definira tri elementa koji imaju velik utjecaj na potrošačku socijalizaciju djece: to su vršnjaci, roditelji i mediji. Teorija socijalizacije potrošača navodi da djeca razvijaju potrošačke vještine komunicirajući s roditeljima i vršnjacima o potrošnji, proizvodima, robnim markama i oglašavanju (Mishra i Maity, 2021). Roditelji imaju važnu ulogu u obrazovanju djece o potrošnji. Djeca uče od svojih roditelja promatrajući njihovo potrošačko ponašanje i razgovarajući s njima o proizvodima, robnim markama i reklamama (Chaplin i John, 2010). Slično tomu, vršnjaci mogu

utjecati na njihov interes za određene robne marke, i to osobito tijekom adolescencije kada su djeca često izložena pritisku vršnjaka (Niu, 2013). U suvremenome se kontekstu često istražuju učinci društvenih medija na potrošačka ponašanja djece (Lichy i sur., 2023; Rasmussen i sur., 2022).

Metoda

Sudionici

Uzorak se sastojao od 40 djece u dobi od 11 do 14 godina (20 dječaka, 20 djevojčica; prosječna dob = 12.85). Većina djece pohađala je 7. razred osnovne škole ($n = 15$), zatim 8. razred ($n = 13$), 5. razred ($n = 8$) te 6. razred osnovne škole ($n = 4$). Većina djece bila je iz Zagreba ($n = 14$), potom iz Imotskoga ($n = 5$) te iz Dubrovnika ($N = 2$). Uzorak je bio neprobabilistički i prigodan.

Instrumenti

Istraživanje je provedeno metodom *online* fokus-grupa s djecom od 5. do 8. razreda osnovne škole iz različitih dijelova Hrvatske u okviru projekta *Sreća nije u materijalnim stvarima: uloga medija, roditelja i vršnjaka u oblikovanju materijalizma kod djece* koji financira Hrvatsko katoličko sveučilište. Ovaj se rad usmjerava samo na pitanja i tvrdnje povezane s izjavama djece o materijalizmu. Istraživanje uključuje strukturiranu listu pitanja koju je osmislio istraživački tim projekta.

Djeca su u fokus-grupama odgovarala na sljedeća pitanja: *Što je vama važno imati od materijalnih stvari? Koliko je djeci važno imati skupu odjeću, nove uređaje, nove igračke? Što je trenutno u modi da svi moraju imati? Kako djeca dolaze do toga? Možete li navesti primjer nečega što je skupo? Mislite li da je važno imati skupe stvari, mnogo stvari i mnogo novca? Mislite li da su ljudi koji imaju mnogo stvari i skupe stvari sretniji i da se više sviđaju drugima? Što je važnije od posjedovanja mnogo stvari i skupih stvari?*

Regrutacija i postupak

Regrutacija sudionika započela je 13. veljače 2023. godine, a završila 1. lipnja 2023. godine. Elektroničkom se poštom kontaktiralo sa svim osnovnim školama u Hrvatskoj. Ravnateljima i stručnim suradnicima poslani su, uz zamolbu za pomoć u regrutaciji sudionika, sljedeći dokumenti: suglasnost Ministarstva znanosti i obrazovanja Republike Hrvatske za provođenje istraživanja, suglasnost Etičkoga povjerenstva Hrvatskoga katoličkog sveučilišta za provođenje istraživanja, primjer suglasnosti za roditelje i djecu te poziv za sudjelovanje u istraživanju za školske mrežne stranice. Poziv je objavljen na različitim profilima društvenih mreža članova

istraživačkoga projekta. Također, studenti Hrvatskoga katoličkog sveučilišta zamoljeni su za pomoć pri regrutaciji putem osobnih kontakata. Planirani uzorak bio je 40 djece i roditelja te je nakon prikupljanja definiranoga broja sudionika regrutacija zaustavljena.

Roditelji koji su se za sudjelovanje u istraživanju prijavili elektroničkom poštom ili telefonom primili su primjerak suglasnosti za sudjelovanje u istraživanju elektroničkom poštom. Tu su suglasnost potpisali roditelj i dijete. U suglasnosti su prikupljene informacije o dobi djeteta, razredu koji dijete pohađa te mjestu stanovanja djeteta i roditelja. Potpisanu su suglasnost roditelji skenirali ili fotografirali te elektroničkom poštom poslali istraživačima. Nakon toga su roditelji i djeca zamoljeni da elektroničkom poštom predlože termin u kojemu mogu sudjelovati u istraživanju. Fokus-grupe su organizirane nakon što je utvrđeno preklapanje u terminima u kojima su djeca i roditelji slobodni. Istraživači su nastojali da grupe imaju maksimalno 6 sudionika te da djeca budu približno slične dobi, iako to nekada nije bilo moguće zbog pronalaska termina koji bi svima odgovarao. Glavni faktor prilikom organizacije grupa bilo je raspoloživo vrijeme sudionika za sudjelovanje u fokus-grupi. Nakon dogovora termina roditelj je elektroničkom poštom dobio poveznicu za svoj termin te za termin djeteta. Na početku svake fokus-grupe moderator je upoznao sudionike s njihovim pravima te je naglasio da će se razgovor snimati, da će snimljeni materijal biti transkribiran i nakon transkripcije uništen te da će njihova osobna imena biti kodirana. Tijekom razgovora svi su sudionici imali uključene kamere i mikrofone. Također, moderator se na početku predstavio te pozvao i ostale sudionike da isto učine da bi se upoznali i opustili. Provedeno je devet fokus-grupa s 3 do 6 djece na *online* platformi *Zoom*. Fokus-grupe imale su sljedeći raspored prema spolu i dobi: 1 (dječak 12, djevojčica 12, djevojčica 13, dječak 14), 2 (4 x djevojčica 11, dječak 11, djevojčica 14), 3 (djevojčica 13, 3 x djevojčica 14), 4 (dječak 12, djevojčica 13, dječak 13, 2 x dječak 14, djevojčica 14), 5 (2 x dječak 11, dječak 12, djevojčica 13), 6 (djevojčica 14, 2 x dječak 14), 7 (dječak 12, dječak 13, 2 x djevojčica 13), 8 (dječak 11, dječak 12, djevojčica 13, dječak 14, dječak 15) i 9 (2 x djevojčica 13, dječak 13, dječak 14). Trajale su između 45 minuta i sat vremena. Vodilo ih je i transkribiralo 9 moderatora, 1 muškarac i 8 žena, koji su završili kratak trening vođenja fokus-grupa u okviru priprema za istraživanje. Jedan je moderator vodio po jednu grupu. Nakon sudjelovanja sudionici su dobili ulaznice za posjet nekomu od muzeja u Hrvatskoj.

Analiza podataka

Podatci su analizirani tematskom analizom (Maguir i Delahunt, 2017). Jedinica analize jedna je opća izjava sudionika. Analizu su provela dva istraživača. Tematske cjeline, odnosno kodovi ovoga istraživanja utvrđeni su nakon čitanja transkripata i upoznavanja s podacima, dakle, izvedeni su iz podataka. Dva su istraživača, svaki za sebe, osmislila prijedloge tematskih cjelina. Nakon rasprave definirane su tematske cjeline, odnosno kodovi oko kojih su se istraživači složili. Potom su, svaki

za sebe, u tablicu u *Excelu* upisivali izjave sudionika prema definiranim kodovima, a treći je istraživač nakon objedinjavanja podataka iz dviju tablica utvrdio slaganje.

Da bismo ispitali smatraju li djeca posjedovanje skupih materijalnih dobara i/ili mnogo materijalnih dobara važnim, nakon iščitavanja transkripata definirali smo tri koda: 1) važno je posjedovati skupa materijalna dobra i/ili mnogo materijalnih dobara (S1); 2) nije važno posjedovati skupa materijalna dobra i/ili mnogo materijalnih dobara (S2); te oboje, 3) važno je i nije važno posjedovati skupa materijalna dobra i/ili mnogo materijalnih dobara (S3). Analiza je napravljena na temelju ključnih sintagmi ili riječi (npr. *mislim da je, ne* i sl.). Analizirane su ukupno 43 izjave. Istraživači su se složili oko 38 izjava, stoga je postotak usuglašenosti 88.37 %.

Da bismo ispitali koje ishode materijalizma djeca prepoznaju, utvrdili smo četiri tematske cjeline koje smo oblikovali u sljedeće kodove: 1) prihvaćenost u društvu i društveni status (I1), 2) lažni prijatelji i iskorištavanje (I2), 3) sreća (I3) te 4) hvalisanje, arogancija i bahatost (I4). Analiza je napravljena na temelju ključnih sintagmi ili riječi (*lažni prijatelj, bahati su* i sl.). Ukupno je analizirano 65 izjava djece o tome što kod osoba vide kao ishode materijalizma. Istraživači su se usuglasili oko 61 izjave djece, stoga je postotak usklađenosti 83.85 %.

Da bismo ispitali što djeca smatraju važnijim od posjedovanja mnogo stvari i skupih stvari, njihove smo izjave analizirali utvrđujući određene ponavljajuće ključne riječi kao što su, primjerice, *prijatelji, ljubav, zdravlje* i dr. Nakon čitanja transkripata utvrđeno je da se vrijednosti mogu kategorizirati prema sljedećim kodovima: 1) prijatelji i društvo (V1), 2) obitelj (V2), 3) hobiji i osobni interesi (V3), 4) zdravlje (V4), 5) biti sretan ili sreća (V5) i 6) ostalo (V6). Ukupno je analizirano 66 izjava djece o tome što smatraju važnijim od posjedovanja mnogo stvari i skupih stvari. Istraživači su se usuglasili oko ukupno 62 izjave, stoga je postotak usklađenosti 93.93 %.

Rezultati

Važnost posjedovanja materijalnih dobara

Prvi je specifični cilj ovoga istraživanja bio ispitati smatraju li djeca posjedovanje skupih materijalnih dobara i/ili mnogo materijalnih dobara važnim. Analiza je utvrdila da u 20 izjava djeca ističu da nije važno posjedovati skupa materijalna dobra i/ili mnogo materijalnih dobara, a u 6 izjava smatraju da je to važno. U preostalih 12 izjava djeca kažu da je to važno i da nije važno. Djeca često sama za sebe govore da njima nije važno posjedovati skupa materijalna dobra i/ili mnogo materijalnih dobara. Ipak, iz izjava se može utvrditi da procjenjuju da je ponekad ipak važno imati barem nešto od skupljih stvari ako su te stvari ujedno i kvalitetnije, kao što je, primjerice, slučaj s mobilnim telefonima. Također, ponekad prepoznaju osjećaj ugone zato što posjeduju nešto vrijedno. Važno je napomenuti i

da djeca često pod navedena materijalna dobra podrazumijevaju odjeću određenih robnih marki i skupe tehnološke uređaje.

F34 (dječak, 11): „Meni nije toliko važno, ali mi je dobro da imam neki mobitel koji ima prostora.”

F16 (djevojčica, 13): „Meni to nije toliko važno, ali mislim da bi bilo lijepo da bar imam neku, barem jednu skupu stvar.”

Kada djeca komentiraju da je posjedovanje skupih materijalnih dobara i/ili mnogo materijalnih dobara važno, onda se većinom referiraju na druge ljude ili skupine, a ne na sebe i skupine kojima sami pripadaju (npr. vlastiti razred). Odnosno, materijalizam zamjećuju u svojoj okolini, pri čemu opet razlikuju da postoje osobe kojima to jest važno i one kojima to nije važno.

F2 (djevojčica, 14): „Meni nije važno koliko ti je skupa stvar, al koliko ja vidim, dosta djeci mojih godina je to jako važno.”

F4 (djevojčica, 14): „Pa konkretno u mom razredu ne, ali u drugim razredima čak da.”

Ishodi materijalizma

Drugo istraživačko pitanje bilo je ispitati što djeca misle o tome koliko je i zbog čega važno imati materijalne stvari, kao i kakav je odnos posjedovanja materijalnih dobara i sreće.

Prihvaćenost u društvu i društveni status ili njihov izostanak

Jedna od najzastupljenijih tema o onome što je u podlozi posjedovanja skupih predmeta te odjeće i obuće određenih robnih marki pitanje je prihvaćenosti u društvu i društvenoga statusa. Ta je tema zastupljena u 16 izjava djece. Iz izjava se može zapaziti da djeca primjećuju da osobe koje imaju mnogo materijalnih dobara i skupa materijalna dobra ostvaruju prihvaćenost u društvu te popularnost. Primjerice, odjeća određenih robnih marki može pomoći da osoba bude viđena kao popularna, bogata ili moćna, a to može privući i više prijatelja. Dakle, prema izjavama djece, materijalna dobra neke osobe koriste da bi ostavile dojam na druge i postigle društveni status. Istovremeno, neka djeca ističu da za one pojedince koje smatraju dobrim osobama i prijateljima nije nužno da imaju skupe stvari da bi s njima ostvarili prijateljstva. Iako djeca smatraju da materijalna dobra ne bi trebala biti presudan faktor u stvaranju prijateljstava i društvenoga statusa, iz izjava je vidljivo da u nekim situacijama postoji pritisak okoline za nošenje odjeće određenih robnih marki da bi se bilo prihvaćen ili popularan, odnosno, da bi se izbjeglo zadirkivanje. U svojim se izjavama djeca često osvrću na opažanje o tome da netko može imati određenih problema u društvu ako ne posjeduje stvari koje odražavaju određeni status jer će tu

osobu vršnjaci možda zadirzivati ili izbjegavati. To može utjecati na one koji se osjećaju izostavljeno ako nemaju odjeću istih robnih marki.

F36 (djevojčica, 13): „Da, slažem se s njom, ja puno ljudi znam uživo kojima je jako važno da imaju ugled, ajmo reći, nekakav u gradu i sve im se vrti oko novca.”

F43 (djevojčica, 14): „Kod nas je dosta izraženo, što više markirane robe nosiš, to ćeš imati i više prijatelja. Čak ima i situacija kad oni malo povučeniji u razredu koji nose markirane stvari nemaju toliko prijatelja.”

Lažni prijatelji, iskorištavanje i materijalna dobra

Nadovezujući se na temu prihvaćenosti u društvu koja se temelji na posjedovanju materijalnih dobara, drugi je važan ishod posjedovanja skupih stvari koji djeca prepoznaju pojava lažnih prijatelja i iskorištavanje. Ta je tema zastupljena u 16 izjava. Djeca prepoznaju da neki ljudi žele biti u društvu bogatijih da bi iskoristili njihovu financijsku situaciju, a to ne znači nužno da su im ti ljudi pravi prijatelji. Djeca su svjesna da pravi prijatelji neće prestati biti prijatelji zbog materijalnih stvari ili njihova nedostatka. Ako netko prekine prijateljstvo zbog toga što netko drugi nema skupe stvari, smatraju da ta osoba nije bila pravi prijatelj. Ističu da pravi prijatelji cijene osobnost i karakter osobe, a ne samo njihovu imovinu. Djeca primjećuju da nošenje odjeće određenih robnih marki može biti važno u nekim društvenim krugovima i da može pomoći u stvaranju veza s određenim ljudima. Istodobno se djeca koja su sudjelovala u fokus-grupama osobno distanciraju od takvih ljudi i za sebe ne smatraju da su materijalisti.

F3 (djevojčica, 13): „Pa ima jedna cura u mom razredu koja je bogatija i, kak da kažem, ono, ima dosta prijateljica, a sve je na nekim iskorištavaju.”

F16 (djevojčica, 13): „Vjerojatno ti ljudi iskorištavaju te bogate ljude zato što im mogu kupovati onak svašta, i tako to.”

Sreća i materijalna dobra

Sreća kao posljedica posjedovanja materijalnih dobara zastupljena je kao tema u 16 izjava. Iz izjava je vidljivo da postoji oprečno mišljenje o tome jesu li ljudi s više materijalnih dobara i novca sretniji. Neka djeca smatraju da je sreća neovisna o materijalnome bogatstvu, dok druga navode da neki ljudi mogu biti sretni zbog svoje imovine, ali može biti i da to nije trajno. Većina se slaže s time da posjedovanje skupih stvari može pružiti privremeno zadovoljstvo i sreću. Međutim, primjećuju i da to zadovoljstvo traje kratko, a želja za još novih stvari može se povećavati, kao i frustracija ako nema mogućnosti za nabavljanje novih stvari. Ostala razmatranja koja djeca iznose o odnosu materijalnih dobara i sreće uključuju zapažanje da se posjedovanje skupih stvari može pretvoriti u naviku i da to može dovesti do dosade

i želje za novim stvarima te da neki ljudi možda skrivaju svoje probleme ili nezadovoljstvo iza svojih materijalnih dobara.

Taj ishod možemo povezati s ranije prepoznatim ishodom ostvarivanja društvenoga statusa i prihvaćenosti u društvu. Djeca prepoznaju da neki pojedinci na račun skupe odjeće i obuće te skupih tehnoloških uređaja imaju oko sebe veći krug prijatelja. Međutim, istodobno prepoznaju da je dio tih prijatelja privučen upravo materijalnim statusom ili socijalnim statusom koji proizlazi iz onoga materijalnoga te da tu nije nužno riječ o iskrenim prijateljstvima, što onda dovodi u pitanje i zadovoljstvo koje ti pojedinci osjećaju.

F29 (djevojčica, 14): „Pa to je definitivno da se drugima sviđaju oko sebe, ali ne bi rekla da su sretni.”

F22 (dječak, 14): „Pa ja isto mislim, mislim ono, ti ljudi nisu sretni, isto su, al pa, ono, sigurno su sretniji kad si kupe novu stvar, al sreća traje dva dana i nestane. Tak da.”

Loše osobine i materijalna dobra

Djeca spominju i neke loše osobine pojedinaca koji posjeduju više materijalnih dobara, primjerice, sklonost hvalisanju, aroganciju i bahatost. Ti su primjeri zastupljeni u 8 izjava. U tim izjavama djeca prepoznaju da neki bogati ljudi mogu biti bahati i arogantni, što ne pobuđuje simpatije kod drugih, te da neki bogati ljudi stječu materijalna dobra da bi se hvalili svojim bogatstvom, što drugi mogu negativno doživjeti. Djeca primjećuju da takvo ponašanje može odbiti druge i smanjiti popularnost onih koji se tako ponašaju.

F36 (djevojčica, 13): „Pa mislim da ne, zato što većina ljudi koji su bogati su jako bahati i arogantni i mislim da se zato ne sviđaju drugim ljudima... jer ako je netko bahat prema nekom, naravno da se neće sviđjeti mu.”

Vrijednosti važnije od materijalnih dobara

Treći istraživački cilj bio je ispitati vrijednosti koje djeca u ovome istraživanju smatraju važnijima od posjedovanja materijalnih dobara. Analizirane su ukupno 62 izjave u kojima se djeca referiraju na vrijednosti koje smatraju važnijima od materijalnih dobara.

Prijatelji i društvo

Djeca u čak 25 izjava kao vrijednosti važnije od materijalnih dobara navode prijatelje ili društvo. Oni ističu da bogatstvo u materijalnome smislu ne može zamijeniti prave prijatelje i bliskost koju oni pružaju. Prijateljstvo smatraju izuzetno važnim aspektom svojega života. Vrednuju prijateljstva koja su iskrena, lojalna i podržavajuća. Važno im je biti u društvu u kojemu se osjećaju dobro i s djecom s

kojom mogu dijeliti interese i vrijednosti. Prijatelji su im važni u pružanju emocionalne podrške i razumijevanja. Cijene prijateljstva u kojima nema ogovaranja, laži ili izdaje. Smatraju da prijateljstva imaju važnu ulogu u borbi protiv usamljenosti.

F13 (djevojčica, 14): „Pa meni je važno moje društvo. Društvo u kojem se osjećam dobro i s kojim imam dobar kontakt, da si ne pričamo iza leđa i da si ne lažemo. Da imam prijateljstvo i da sam okružena pravim prijateljima.”

F58 (dječak, 12): „Važnije je imat sad, naprimjer, ono, pravog prijatelja, a ne, ono, se družiti, ne, ono, da se neki sa tobom zato što imaš samo puno para i dobru odjeću i sve to. Nego se neko druži sa tobom jer se, ono, voli družiti sa tobom i pravi ti je prijatelj.”

Obitelj

Obitelj, roditelji ili ljubav roditelja također se spominju kao nešto što je važnije od materijalnih dobara u 17 izjava. Djeca izražavaju snažan osjećaj važnosti obitelji u svojem životu. Neka djeca posebno ističu ljubav roditelja i obiteljsku podršku kao iznimno važne u svojem životu. Navode da im to daje osjećaj sigurnosti i sreće.

F47 (djevojčica, 13): „Pa važnija mi je obitelj od najskupocjenijih stvari.”

F63 (dječak, 12): „Trebali bi biti sretni što imamo, ali ako dobijemo nešto smo dugo htjeli, da li bi to bilo nama jako važno jer smo to oduvijek htjeli imati, ali nije toliko važno kao imat ljubav roditelja, ako imamo braću. Mislim da nije toliko važno da skupo kao ljubav obitelji.”

Sreća

U 8 izjava djeca navode da je od materijalnih stvari važnija sreća ili biti sretan. Iz njihovih je odgovora vidljivo da je sreća često povezana s drugim vrijednostima. Naime, u njihovim se navodima prijatelji, zdravlje i sreća često međusobno nadopunjuju, odnosno, vidljivo je da osjećaj sreće proizlazi iz bliskih veza s voljenim osobama. Djeca u istraživanju ističu da materijalna bogatstva ne mogu osigurati trajnu sreću.

F3 (djevojčica, 13): „Pa ja mislim da je bitnije biti sretan.”

F45 (djevojčica, 13): „Pa važno je da si sretan i zadovoljan svojim životom.”

Zdravlje

Zdravlje, kao vrijednost važnija od materijalnoga, spominje se 5 puta. Djeca često spominju vezu između zdravlja i sreće. Svjesni su da zdravlje igra ključnu ulogu u njihovoj sreći i dobrobiti. Jasno postavljaju zdravlje iznad materijalnih stvari

i novca. Navode da je zdravlje članova obitelji i prijatelja važan aspekt njihova blagostanja.

F23 (dječak, 11): „Am, zdravlje.”

F16 (djevojčica, 13): „Am, ja bi isto rekla. prijatelje i zdravlje i sreća i to.”

Hobiji i ostale vrijednosti

Hobiji ili osobni interesi spominju se tek 4 puta. Aktivnosti poput hobija i sportova (npr. nogomet) djeca smatraju važnijima od posjedovanja materijalnih dobara.

F64 (djevojčica, 13): „Pa, mislim, prijatelji, obitelj, možda neki hobi, ono, da imaš u životu da ti nije dosadno, škola i tako.”

F26 (dječak, 12): „I nogomet i tak.”

Među ostalim vrijednostima važnijima od materijalnih dobara djeca su navodila i sljedeće: imati dom, biti dobar i voljeti sebe.

F29 (djevojčica, 14): „I krov nad glavom i što za jesti. Nije bitno sad to skupo i svašta nešto.”

F32 (djevojčica, 11): „Pa ja mislim da je najbitnije imati ljubav prema sebi i drugima jer ako ti voliš druge, oni će voljeti tebe.”

Rasprava

Prvi je cilj ovoga istraživanja bio ispitati smatraju li djeca u dobi od 11 do 14 godina u Hrvatskoj da je posjedovanje skupih materijalnih dobara i mnogo materijalnih dobara važno. Analiza je pokazala da prevladava mišljenje da navedeno nije važno. Međutim, postoji jasna distinkcija u izjavama sudionika o važnosti posjedovanja materijalnih dobara kada govore o sebi i kada govore o drugima. Dok njima osobno uglavnom nije važno posjedovati skupu odjeću i obuću određenih robnih marki ili tehnološke uređaje poput mobitela određenih robnih marki, ponekad prepoznaju da je to važno nekim osobama iz njihove okoline. Tako su kao osobe sklone materijalizmu opisivali ne sebe, nego vršnjake, i to često iz drugih razreda, a ne iz vlastitoga. To može značiti da sudionici istraživanja materijalizam percipiraju negativno jer ga radije pripisuju ljudima ili skupinama ljudi koji njima nisu posebno bliski. Tako, primjerice, Shrum i suradnici (2014) govore o trendu negativne percepcije materijalizma, pri čemu se na sklonost materijalizmu gleda kao na osobni nedostatak.

Drugi je specifičan cilj ovoga istraživanja bio ispitati koje ishode materijalizma djeca prepoznaju. *Prihvaćenost u društvu i društveni status* jedna su od često navođenih tematskih cjelina. Djeca se osvrću na općenite primjere iz društva, ali se

često dotiču i konkretnih primjera koje vide među svojim vršnjacima. Naime, u literaturi društveni status uključuje percipiranu popularnost, prihvaćanje vršnjaka ili njihovo odbacivanje te društvene preferencije. Popularnost je kod adolescenata mjera utjecaja, vidljivosti i reputacije unutar grupe vršnjaka (Wiertsema i sur., 2023). Društveni status i popularnost važni su djeci jer su pozitivno povezani s njihovom dobrobiti (Östberg, 2003). Mišljenja djece o prihvaćenosti u društvu i društvenome statusu mogu varirati ovisno o dobi, kulturnome okruženju, obrazovanju, iskustvima i drugim faktorima (Kagan i sur., 1998). U ovome je istraživanju utvrđeno da djeca primjećuju da bogatstvo može definirati nečiji društveni status koji je zbog posjedovanja materijalnih dobara bolji i ugodniji. Pritom djeca kod vršnjaka ne prepoznaju eksplicitno jednu od osnovnih dimenzija materijalizma, a to je da se osoba usmjerava na stjecanje materijalnih dobara kao put k ostvarenju sreće i zadovoljstva. Oni uočavaju da neki vršnjaci imaju više, primjerice, garderobe određenih robnih marki ili boljih tehnoloških uređaja, a prepoznaju i koje su pozitivne i negativne posljedice toga, ali ne ističu te pozitivne okolnosti kao motivacijski element koji pokreće njihove vršnjake da nabave takva materijalna dobra. Djeca u toj dobi pokazuju dublje razumijevanje materijalizma te uviđaju da posjedovanje više stvari nije izravno povezano s više sreće ili zadovoljstva, nego da se to ostvaruje posredno, preko socijalnoga statusa, što je u skladu s teorijom socijalizacije konzumerizma (John, 1999). Štoviše, njihovo dublje razumijevanje materijalizma očituje se i u njihovu zapažanju nekih negativnih konotacija. Promatrajući okruženje osoba koje imaju skupa materijalna dobra i mnogo materijalnih dobara, djeca prepoznaju da to nije uvijek nešto isključivo dobro te kao poseban problem ističu lažna prijateljstva drugih vršnjaka i neke oblike ponašanja koje povezuju s osobama koje posjeduju više materijalnih dobara, kao što su *hvalisanje, arogancija i bahatost*.

Ranija su istraživanja također pokazala da ljudi materijalizam povezuju s nekim lošim individualnim osobinama, primjerice, sebičnošću, usmjerenošću na sebe, ekstrinzičnom motivacijom i sl. (Burroughs i Rindfleisch, 2002). Djeca toga uzrasta mogu razviti bolje razumijevanje laži i manipulacija (Dumitru, 2020). Svjesnija su namjera drugih ljudi i mogu prepoznati znakove potencijalnoga iskorištavanja. Ta svijest može utjecati na njihovu percepciju o iskorištavanju i prijateljstvu. Iskustvo lažnih prijatelja i iskorištavanja može potaknuti djecu da razviju veću empatiju prema drugima (Walker i sur., 2016). Također, djeca mogu biti izložena negativnim stereotipima o bogatima koje opisuju kao bahate, sebične i bezosjećajne. Takvi stereotipi mogu oblikovati dječju percepciju o bogatima i njihovu ponašanju. Djeca koja su okružena bogatijim vršnjacima ili okruženjima mogu razviti osjećaj inferiornosti u usporedbi s njima. Stoga mogu osjećati zavist i mogu smatrati da su bogati ljudi bahati jer imaju više nego što im je potrebno i zbog toga se neprimjereno ponašaju (Luthar, 2003).

Kada je riječi o *sreći* kao ishodu posjedovanja materijalnih dobara, djeca imaju oprečna razmišljanja. Jedan dio djece smatra da osobe koje imaju dovoljno

materijalnih dobara mogu biti sretnije jer žive ugodnijim životom. Ipak, većina djece koja su sudjelovala u ovome istraživanju smatra da sreća nije previše povezana s njihovim materijalnim dobrima ili pak da je riječ o kratkotrajnoj sreći. Dakle, dio djece shvaća da materijalna dobra nisu nužno ključ za dugotrajnu sreću. Umjesto toga djeca prepoznaju važnost iskustava, odnosa i društvenih interakcija za postizanje osjećaja sreće i zadovoljstva. Upravo to je ono što nam provedeno istraživanje pokazuje u razmatranju trećega specifičnog cilja: ispitati što djeca smatraju važnijim od posjedovanja skupih stvari i akumuliranja mnogo stvari. Najveći je dio izjava povezan s prijateljima i društvom. Većina se djece slaže s time da su prijatelji važan dio života i da je imati prave prijatelje ključno za sreću i zadovoljstvo. U literaturi se navodi da je jedan od najstabilnijih prediktora sreće kod odraslih i djece razvijanje društvenih odnosa (Holder i Coleman, 2008). Djeca općenito jako cijene prijateljstvo i društveni kontakt im je posebno važan, kao što smo imali priliku vidjeti tijekom nedavne pandemije uzrokovane bolešću COVID-19 (Carter, 2023). Pubertet i veća autonomija povećavaju važnost vršnjaka u životu adolescenata. Adolescenti provode više vremena s vršnjacima iste dobi, sve više cijene mišljenja vršnjaka i razvijaju složenije međuvršnjačke odnose (Jones i sur., 2014). Obitelj je također visoko na listi prioriteta. Neka se djeca slažu s time da je najvažnije biti sretan, a sreća se često povezuje s vezama s prijateljima i obitelji. Iako su adolescenti više orijentirani prema svojim vršnjacima, roditelji, odnosno obitelj često su i dalje vrlo važni. U literaturi se navodi da djeca i roditelji često dijele vrijednosti (Noller i Callan, 2015). Izjave djece ukazuju na kompleksnost pitanja sreće i materijalnoga bogatstva. Sreća nije jednostavno povezana s posjedovanjem materijalnih dobara, već ovisi o mnogim drugim aspektima života kao što su odnosi, osobni rast, zadovoljstvo vlastitim postignućima i osjećaj pripadnosti. Zdravlje je također spomenuto kao važan faktor. Neka se djeca u istraživanju slažu s time da je važno imati hobije da bi se život obogatilo i da im ne bi bilo dosadno.

Opisujući kako djeca stječu potrošačke vještine, teorija socijalizacije potrošača ističe da djeca razvijaju potrošačke vještine komunicirajući s roditeljima i vršnjacima o potrošnji, proizvodima, robnim markama i oglašavanju (Mishra i Maity, 2021). U razgovoru o posjedovanju materijalnih dobara djeca često kao primjer iznose situacije povezane s vlastitim prijateljima ili vršnjacima iz svoje okoline, opisujući što posjeduju, kako se ponašaju i osjećaju te kakve posljedice na njih ima posjedovanje materijalnih dobara. Drugim riječima, vršnjaci su ti koji se nalaze u fokusu razgovora o materijalizmu. Ranija su istraživanja pokazala da su vršnjaci ključan faktor dječjega razvoja i socijalizacije (Hastings i sur., 2007), ali i da su djeca posebno tijekom adolescencije izložena pritisku vršnjaka, što može utjecati na njihov interes za određene robne marke (Niu, 2013).

Ograničenja istraživanja

Osnovno je ograničenje provedenoga istraživanja nemogućnost generalizacije zaključaka jer je provedeno kvalitativno istraživanje na prigodnome uzorku. Drugo se ograničenje odnosi na pretpostavljenu sklonost sudionika davanju društveno poželjnih odgovora tijekom grupnih rasprava, posebice kada je riječ o temama kao što je materijalizam. Preporuka je za buduća istraživanja primjena kvantitativnih metoda te uključivanje reprezentativnijega uzorka. Buduća bi istraživanja trebala detaljnije ispitati sociodemografska obilježja djece i roditelja, s obzirom na to da ona mogu imati važnu ulogu u materijalizmu, te psihološke faktore koji se povezuju s materijalizmom, poput identiteta, samopoštovanja, osjećaja pripadanja i sl. (Vignoles i sur. 2006).

Zaključak

Provedeno istraživanje pruža uvid u to kako djeca u dobi od 11 do 14 godina u Hrvatskoj percipiraju materijalizam. Djeca su osjetljiva na svoje okruženje te lako usvajaju vrijednosti i stavove koje primjećuju oko sebe, a provedeno istraživanje ukazuje upravo na važnost koju vršnjaci imaju u oblikovanju razmišljanja o prednostima i nedostacima posjedovanja materijalnih dobara. U odnosu na posjedovanje materijalnih dobara, djeca u provedenome istraživanju često ističu važnost prijateljstva, obitelji i društvenih odnosa kao ključnih čimbenika sreće i zadovoljstva. To ukazuje na važnost navedenih faktora za njihov cjelokupni razvoj i dobrobit. Djeca prepoznaju da materijalizam može imati negativne posljedice, uključujući lažna prijateljstva, iskorištavanje i hvalisanje. Razumijevanje dječje percepcije materijalizma osigurava smjernice istraživačima za kreiranje kvantitativnih studija koje se usmjeravaju na izučavanje elemenata materijalizma kod djece i adolescenata. Također, razumijevanje dječje percepcije materijalizma pruža roditeljima, odgojiteljima i učiteljima mogućnost da usmjere pažnju na promicanje nematerijalnih vrijednosti poput ljubavi, poštovanja, prijateljstva i obiteljskih veza, postizanja ciljeva kroz osobni rast, obrazovanja, razvoja vještina, razvoja empatije i postizanja zadovoljstva kroz pomaganje drugima. Sve navedeno može potaknuti djecu da emocionalno bogatstvo cijene više od materijalnoga posjedovanja.

Literatura

- Belk, R. W. (1985). Materialism: Trait aspects of living in the material world. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 265–280. <https://doi.org/10.1086/208515>
- Bindah, E. V. i Othman, N. (2011). The role of family communication and television viewing in the development of materialistic values among young adults. A review. *International Journal of Business and Social Science*, 2(23), 238–246.

- Buijzen, M. i Valkenburg, P. M. (2003). The effects of television advertising on materialism, parent–child conflict, and unhappiness: A review of research. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 24(4), 437–456. [https://doi.org/10.1016/S0193-3973\(03\)00072-8](https://doi.org/10.1016/S0193-3973(03)00072-8)
- Burroughs, J. E. i Rindfleisch, A. (2002). Materialism and well-being: A conflicting values perspective. *Journal of Consumer Research*, 29(3), 348–370. <https://doi.org/10.1086/344429>
- Carter, C. (2023). Parents' perspectives on their children's play and friendships during the Covid-19 pandemic in England. U: A. Beresin i J. Bishop (Ur.), *Play in a Covid frame: Everyday pandemic creativity in a time of isolation* (str. 191–214). Open Book Publishers. <https://doi.org/10.11647/OBP.0326.09>
- Chan, K. (2003). Materialism among Chinese children in Hong Kong. *International Journal of Advertising and Marketing to Children*, 4(4), 47–61. <https://doi.org/10.1108/17473610310813988>
- Chaplin, L. N. i John, D. R. (2007). Growing up in a material world: Age differences in materialism in children and adolescents. *Journal of Consumer Research*, 34(4), 480–493. <https://doi.org/10.1086/518546>
- Chaplin, L. N. i John, D. R. (2010). Interpersonal influences on adolescent materialism: A new look at the role of parents and peers. *Journal of Consumer Psychology*, 20(2), 176–184. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2010.02.002>
- Churchill Jr., G. A. i Moschis, G. P. (1979). Television and interpersonal influences on adolescent consumer learning. *Journal of Consumer Research*, 6(1), 23–35. <https://doi.org/10.1086/208745>
- Dávila, J. F., Casabayó, M. i Singh, J. J. (2017). A world beyond family: How external factors impact the level of materialism in children. *Journal of Consumer Affairs*, 51(1), 162–182. <https://doi.org/10.1111/joca.12103>
- Dumitru, E.-A. (2020). Testing children and adolescents' ability to identify fake news: A combined design of quasi-experiment and group discussions. *Societies*, 10(3), 1–12. <https://doi.org/10.3390/soc10030071>
- Flurry, L. A., Swimberghe, K. i Allen, J. (2021). Exposing the moderating impact of parent-child value congruence on the relationship between adolescents' materialism and subjective well-being. *Journal of Business Research*, 128, 290–302. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.005>
- Goldberg, M. E., Gorn, G. J., Peracchio, L. A. i Bamossy, G. (2003). Understanding materialism among youth. *Journal of Consumer Psychology*, 13(3), 278–288. https://doi.org/10.1207/S15327663JCP1303_09
- Gu, F. F. i Hung, K. (2009). Materialism among adolescents in China: A historical generation perspective. *Journal of Asia Business Studies*, 3(2), 56–64. <https://doi.org/10.1108/15587890980000411>

- Hastings, P. D., Utendale, W. T. i Sullivan, C. (2007). The socialization of prosocial development. U: J. E. Grusec i P. D. Hastings (Ur.), *Handbook of socialization: Theory and research* (str. 638–664). The Guilford Press.
- Holder, M. D. i Coleman, B. (2008). The contribution of temperament, popularity, and physical appearance to children's happiness. *Journal of Happiness Studies*, 9, 279–302. <https://doi.org/10.1007/s10902-007-9052-7>
- John, D. R. (1999). Consumer socialization of children: A retrospective look at twenty-five years of research. *Journal of consumer research*, 26(3), 183–213. <https://doi.org/10.1086/209559>
- Jones, R. M., Somerville, L. H., Li, J., Ruberry, E. J., Powers, A., Mehta, N. i Casey, B. J. (2014). Adolescent-specific patterns of behavior and neural activity during social reinforcement learning. *Cognitive, Affective, & Behavioral Neuroscience*, 14, 683–697. <https://doi.org/10.3758/s13415-014-0257-z>
- Kagan, S. L., Moore, E. i Bredekamp, S. (1998). *Reconsidering children's early development and learning toward common views and vocabulary: National Education Goals Panel*. Diane Publishing.
- Kasser, T. (2005). Frugality, generosity, and materialism in children and adolescents. U: K. A. Moore i L. H. Lippmann (Ur.), *What do children need to flourish? Conceptualizing and measuring indicators of positive development* (str. 357–373). Springer.
- Kasser, T. i Ahuvia, A. (2002). Materialistic values and well-being in business students. *European Journal of Social Psychology*, 32(1), 137–146. <https://doi.org/10.1002/ejsp.85>
- Kasser, T., Ryan, R. M., Zax, M. i Sameroff, A. J. (1995). The relations of maternal and social environments to late adolescents' materialistic and prosocial values. *Developmental Psychology*, 31(6), 907–914. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.31.6.907>
- Lenka, U. (2014). A review on the role of media in increasing materialism among children. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 133, 456–464. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.212>
- Lichy, J., McLeay, F., Burdfield, C. i Matthias, O. (2023). Understanding pre-teen consumers social media engagement. *International Journal of Consumer Studies*, 47(1), 202–215. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12821>
- Luna, D. i Forquer Gupta, S. (2001). An integrative framework for cross-cultural consumer behavior. *International Marketing Review*, 18(1), 45–69. <https://doi.org/10.1108/02651330110381998>
- Luthar, S. S. (2003). The culture of affluence: Psychological costs of material wealth. *Child Development*, 74(6), 1581–1593. [10.1046/j.1467-8624.2003.00625.x](https://doi.org/10.1046/j.1467-8624.2003.00625.x)
- Maguire, M. i Delahunt, B. (2017). Doing a thematic analysis: A practical, step-by-step guide for learning and teaching scholars. *All Ireland Journal of Higher Education*, 9(3), 3351–33513. <http://ojs.aishe.org/index.php/aishe-j/article/view/335>

- Manolis, C. i Roberts, J. A. (2012). Subjective well-being among adolescent consumers: the effects of materialism, compulsive buying, and time affluence. *Applied Research in Quality of Life*, 7(2), 117–135. <https://doi.org/10.1007/s11482-011-9155-5>
- Mishra, A. i Maity, M. (2021). Influence of parents, peers, and media on adolescents' consumer knowledge, attitudes, and purchase behavior: A meta-analysis. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(6), 1675–1689. <https://doi.org/10.1002/cb.1946>
- Moschis, G. P. i Churchill Jr., G. A. (1978). Consumer socialization: A theoretical and empirical analysis. *Journal of Marketing Research*, 15(4), 599–609. <https://doi.org/10.1177/002224377801500409>
- Niu, H. J. (2013). Cyber peers' influence for adolescent consumer in decision-making styles and online purchasing behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 43(6), 1228–1237. <https://doi.org/10.1111/jasp.12085>
- Noller, P. i Callan, V. (2015). *The adolescent in the family*. Routledge.
- Oprea, S. J., Buijzen, M. i Valkenburg, P. M. (2012). Lower life satisfaction related to materialism in children frequently exposed to advertising. *Pediatrics*, 130(3), e486–e491. <https://doi.org/10.1542/peds.2011-3148>
- Östberg, V. (2003). Children in classrooms: Peer status, status distribution and mental well-being. *Social Science & Medicine*, 56(1), 17–29. [https://doi.org/10.1016/S0277-9536\(02\)00006-0](https://doi.org/10.1016/S0277-9536(02)00006-0)
- Otto, A. M., Schots, P. A., Westerman, J. A. i Webley, P. (2006). Children's use of saving strategies: An experimental approach. *Journal of Economic Psychology*, 27(1), 57–72. <https://doi.org/10.1080/17482798.2021.1910053>
- Rasmussen, E. E., Riggs, R. E. i Sauermilch, W. S. (2022). Kidfluencer exposure, materialism, and US tweens' purchase of sponsored products. *Journal of Children and Media*, 16(1), 68–77. <https://doi.org/10.1080/17482798.2021.1910053>
- Richins, M. L. (2017). Materialism pathways: The processes that create and perpetuate materialism. *Journal of Consumer Psychology*, 27(4), 480–499. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2017.07.006>
- Richins, M. L. i Dawson, S. (1992). A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 303–316. <https://doi.org/10.1086/209304>
- Shammout, E., D'Alessandro, S., Small, F. i Nayeem, T. (2022). Lifting the curtain on cultural values, materialism and luxury consumption: Evidence from Jordan. *Journal of Consumer Behaviour*, 21(5), 987–1001. <https://doi.org/10.1002/cb.2053>
- Shrum, L. J., Lowrey, T. M., Pandelaere, M., Ruvio, A. A., Gentina, E., Furchheim, P. i Steinfeld, L. (2014). Materialism: The good, the bad, and the ugly. *Journal of Marketing Management*, 30(17–18), 1858–1881. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2014.959985>

- Vignoles, V. L., Regalia, C., Manzi, C., Gollidge, J. i Scabini, E. (2006). Beyond self-esteem: influence of multiple motives on identity construction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(2), 308–333. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.90.2.308>
- Walker, D. I., Curren, R. i Jones, C. (2016). Good friendships among children: A theoretical and empirical investigation. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 46(3), 286–309. <https://doi.org/10.1111/jtsb.12100>
- Ward, S. i Wackman, D. (1971). Family and media influences on adolescent consumer learning. *American Behavioral Scientist*, 14(3), 415–427. <https://doi.org/10.1177/000276427101400315>
- Wiertsema, M., Vrijen, C., van der Ploeg, R., Sentse, M. i Kretschmer, T. (2023). Bullying perpetration and social status in the peer group: A meta-analysis. *Journal of Adolescence*, 95(1), 34–55. <https://doi.org/10.1002/jad.12109>

The Perspective of Children in Croatia on Materialism and Values That are More Important Than Material Goods

Abstract

The aim of this work is to investigate the perspective of children in Croatia towards materialism and values that are more important than material possessions. Specifically, we are interested in whether children in Croatia think it is important to own expensive and many material goods, the outcomes of materialism that children recognize and what they think is more important than owning and accumulating expensive things. The research was conducted using the method of online focus groups with children attending 5th to 8th grade of elementary school from different parts of Croatia. The sample consisted of 40 children (20 boys, 20 girls; average age = 12.85). The analysis of children's statements established that children in Croatia do not think it is important to own expensive and many material goods, but they note that it is important for some individuals and social groups. Furthermore, children associate the following outcomes with materialism: acceptance in society and social status, false friends and exploitation, short-lived happiness, and finally boasting, and arrogance. Furthermore, as values more important than material goods, children point out: friends and society, family, hobbies and personal interests, health, happiness, and others. In Croatia, the perspective of children towards materialism has not been specifically examined thus far. Understanding how children perceive money, spending, wealth, happiness, and other values can help parents, educators, policy makers, and others to better support children's development and provide them with values that will be useful in their lives. This work was supported by the Catholic University of Croatia. The project is entitled "Happiness is not in material things: The role of the media, parents and peers in shaping materialism in children".

Keywords: children, focus groups, materialism, values

Primljeno: 28. 9. 2023.