

Öryggi barna í innkaupakerrum: Áhrifarík leið til að forðast slys

Árni Þór Eiríksson og Zuilma Gabriela Sigurðardóttir
Háskóli Íslands

Öryggi barna ætti að skipta foreldra miklu máli. Því getur fylgt hætta að börnum sé leyft að standa eða sitja í innkaupakerrum þar sem vörur eiga að vera. Árlega slasast um 100 börn á Íslandi við að detta úr innkaupakerrum. Markmið þessarar rannsóknar var að athuga hvort hægt væri að hafa áhrif á þá hegðun að foreldrar settu börn sín ofan í innkaupakerrur með því að koma fyrir spjaldi með mynd í innkaupakerrum fjögurra verslana á höfuðborgarsvæðinu. Þrír matsmenn töldu tíðni markhegðunar og var samræmi á milli þeirra 0,99. Notast var við margfalt grunnlínusnið með fráhvarfi til að meta áhrif íhlutunar í verslununum fjórum. Helstu niðurstöður voru að með spjaldinu var hægt að hafa mikil áhrif á það hvort foreldrar leyfðu börnum sínum að sitja í innkaupakerrum og minnka þar með þau slys sem af því geta hlotist.

Efnisorð: Öryggi barna, innkaupakerrur, margfalt grunnlínusnið, einliðasnið, mat á árangri inngrips.

Öryggi barna skiptir miklu máli, börnin eru framtíð samfélagsins. Það er í verkahring foreldra að gæta þess að börn séu örugg og fari sér ekki að voða en slysin gerast þó og oft vegna þess að foreldrar átta sig ekki endilega á hætturni. Á Íslandi slasast um 20000 börn á ári hverju við tómsundaiðju eða leik (Marta Guðrún Skúladóttir, 2000). Hætturarnar leynast víða í umhverfinu, á heimilum, í hverfinu sem við búum í, á íþróttavöllum og ekki síst í stórmörkuðum. Ýmislegt er gert til að minnka hættur sem snúa að daglegu lífi barna; börn undir ákveðinni hæð eða þyngd er gert að sitja í þar til gerðum barnabílstólum og börn undir 15 ára aldri er skylt að nota hjálm á reiðhjólum. Í verslunum eru sæti á innkaupakerrum fyrir börn undir 15 kg en stærri börn geta setið í bíl sem er undir sumum innkaupakerrum. Sumsstaðar eru barnahorn með leikföngum eða kvikmynd í sjónvarpi þar sem börn geta notið sín á meðan foreldrar sjá um innkaup. Stundum má þó sjá börn sitja ofan í innkaupakerrunum sjálfum, í þeim hluta

sem er ætlaður vörunum, en það getur leitt af sér slys af ýmsum toga. Árlega slasast um það bil eitt hundrað börn á Íslandi þegar þau klemma sig á hlutum í og á kerrunum eða við að falla úr innkaupakerru. Þegar barn fellur úr innkaupakerru getur skaðinn sem af því getur hlotist jafngilt því þegar fullvaxinn maður fellur af bílskúrþaki niður á jörð (Herdís L. Storgaard, 2005). Þau meiðsl sem geta hlotist af slíku falli eru allt frá minniháttar sárum og marblettum upp í alvarleg beinbrot og jafnvel dauðsföll (Smith o.fl., 2006). Æskilegt væri að minnka líkur á slíkum slysum eða jafnvel koma alveg í veg fyrir þau.

Rannsóknir í Bandaríkjunum á öryggi barna í innkaupakerrum hafa einblínt á hvort

Árni Þór Eiríksson er B.S. í sálfræði. Zuilma Gabriela Sigurðardóttir er dósent í sálfræði við Sálfræðideild Háskóla Íslands. Fyrirspurnum um greinina skal beina til Zuilmu Gabrielu Sigurðardóttur, Sálfræðideild HÍ, Odda v/Sturlugötu, 101 Reykjavík. Netfang: zuilma@hi.is.

öryggissæti í innkaupakerrum séu rétt notuð og sætisbelti notuð þegar þau eru til staðar (Harrel, 2003; Smith o.fl., 2006). Sly á börnum sem falla úr innkaupakerrunni sjálfri hafa lítið eða ekkert verið rannsökuð sem er nokkuð undarlegt í ljósi þess að búið er þó að athuga tengsl þess að börn sitji í innkaupakerrum og smitist af salmonellu eða campylobacter vegna snertingar við hrátt kjöt sem skilur eftir sig bakteríur í kerrunni (Patrick, Mahon, Zansky, Hurd og Scallan, 2010). Æskilegt væri að vita hvort hægt er að finna leið til að koma í veg fyrir að fullorðnir setji börnin á það svæði í innkaupakerrum sem ætlað er vörum.

Notkun sjónrænna vísbendinga og áminninga í þeim tilgangi að hafa áhrif á hegðun, það er auka líkur á tiltekinni hegðun í tilteknum aðstæðum, á sér langa sögu í hagnýtri atferlisgreiningu. Sjónrænar vísbendingar hafa verið notaðar til að minnka þá hegðun hjá unglingum í grunnskóla að henda rusli á gólfíð eða á stéttina (Houghton, 1993), auka vinnusemi barna með einhverfu og fá þau til að fylgja dagsskipulagi (Bryan og Gast, 1994; McDuff, Krantz og McClannahan, 1993), kenna fullorðnum með þroskahömlun að ljúka verkefnum í vinnunni (Connis, 1979; Steed og Lutzker, 1997), kenna fullorðnum með þroskahömlun sjálfstjórn við eldamennsku (Martin, Rusch, James, Decker og Trtol, 1982), kenna unglingum með þroskahömlun flókin verkefni í vinnunni (Wacker og Berg, 1983) og í atferlismeðferð við til dæmis einhverfu alveg frá upphafi þeirrar meðferðar (Lovaas, Schreibman og Koegel, 1974). Í mörgum rannsóknum hafa sjónrænar vísbendingar verið notaðar ásamt öðru, til dæmis hljóðrænum vísbendingum, fyrirmælum og viðgjöf á frammistöðu til að auka líkurnar á markhegðuninni. Óalgengt er að sjónrænar vísbendingar séu notaðar einar og sér í þeim tilgangi að auka eða minnka tiltekna hegðun. Markmið þessarar rannsóknar var að athuga hvort hægt væri að hafa áhrif á þá markhegðun fullorðinna að setja börn sín ofan í innkaupakerruna sjálfa með því einu að nota sjónrænt áreiti.

Aðferð

Þátttakendur

Rannsóknin var gerð í fjórum verslunum á höfuðborgarsvæðinu, Krónunni Bíldshöfða og Lindum, Hagkaup Skeifunni og verslun Hagkaups við Litlatún í Garðabæ. Þar var fylgst með þeim viðskiptavinum sem voru með börn á tímabilinu september-desember 2010 og athugað hvort börnin voru sett ofan í kerruna sjálfa á meðan á verslunarleiðangrinum stóð. Alls var markhegðunin mæld hjá 612 þátttakendum í þessum verslunum á fyrrnefndu tímabili.

Mælitæki

Við talningu markhegðunar, það er að setja barn þar sem vörur í innkaupakerru eiga að vera, var notaður stafrænn teljari með plús- og mínushnappi af gerðinni Redington Model E3.

Tilraunasnið

Margfalt grunnlínu snið og A-B-A afturhvarfssnið (*withdrawal design*) voru notuð til að meta áhrif inngrips á markhegðun foreldra. Byrjað var á að mæla grunnlínu í öllum verslunum og svo hófst inngrip í einni verslun en mælingu markhegðunar á grunnlínu var haldið áfram í hinum þremur. Fyrri grunnlínan var misläng í öllum verslunum en þannig eykst innra réttmæti tilraunar. Átta inngripsmælingar voru gerðar í hverri verslun og að þeim loknum var farið aftur í mælingar á seinni grunnlínu, þetta eykur einnig innra réttmæti tilraunar. Á inngripsskeiði tilraunarinnar voru mælingar teknar á 16 dögum. Samanburður í rannsókninni var bæði á milli einstakra verslana og á milli inngrips- og grunnlínuskeiða.

Fylgibreytan í þessari rannsókn var fjöldi skipta sem markhegðunin birtist á klukkustund í hvert skipti sem mælt var í hverri verslun.

Frumbreytan var 10 X 15 sm mynd sem sýnir barn ofan í innkaupakörfu. Myndin var innan í rauðum hring og rauð lína yfir henni, svipað og er í umferðarmerkjum. Fyrir ofan myndina stóð með rauðum stöfum á gulum bakgrunni „Vinsamlegast setjið börn ekki ofan í innkaupakerrurnar“ (sjá 1. mynd). Myndin

Vinsamlegast setjið ekki börn ofan í innkaupakerrurnar



1. mynd.

var sett í plastumslag og límt fyrir opinn enda umslagsins. Umslagið var svo fest með plastfestingum innan á framenda kerrunnar þannig að myndin vísaði að þeim sem stýrði henni. Gengið var reglulega úr skugga um að inngripið væri til staðar í öllum venjulegum kerrum verslananna eftir að það hófst á hverjum stað.

Frankvæmd

Forsvarsmönnum verslananna var sendur tölvupóstur með formlegri beiðni um að fá að gera rannsóknina í viðkomandi verslunum og leyfi fékkst hjá Hagkaup og Krónunni. Eftir að formlegt leyfi hafði fengist var hafist handa við rannsóknina og matsmaður fór í verslun Hagkaups Litlatúni klukkan 16:30 á mánudegi, var þar í eina klukkustund og fór þaðan í verslun Krónunnar Lindum og var þar einnig í eina klukkustund að fylgjast með foreldrum og börnum og skrá markhegðun. Á þriðjudeginum var svo farið í verslun Hagkaups Skeifunni klukkan 16:30 og eftir klukkustundar mælingu var farið í verslun Krónunnar Bíldshöfða og mælt í eina klukkustund. Á miðvikudeginum var svo farið í verslun Krónunnar Lindum klukkan 16:30 og eftir eina klukkustund í verslun Hagkaups Litlatúni (öfug röð við mánudaginn). Á fimmtudeginum var farið í Krónuna Bíldshöfða klukkan 16:30 og eftir klukkustundar mælingu var gert eins í verslun Hagkaups Skeifunni (sömu staðir en öfug röð við þriðjudaginn). Á mánudeginum í vikunni á eftir var byrjað á að mæla í þeirri verslun

sem seinni mælingar höfðu farið fram í, á þriðjudeginum á undan (öfug röð við vikuna á undan). Þetta var gert til að fá mælingar í öllum verslununum á öllum mælingatímum og dögum því sá möguleiki var fyrir hendi að fjöldi viðskiptavina væri mismunandi í verslununum klukkan 16:30 og 17:30 eða á milli daga þó svo að forsvarsmenn verslananna teldu að sambærileg umferð væri í þeim alla daga eftir kl. 16. Á meðan á mælingum stóð gekk matsmaður um verslunina og taldi tíðni markhegðunarinnar. Hann fór marga hringi um verslunina á meðan á mælingu stóð til að geta séð eins mikið og hægt var. Í Hagkaup var haft samráð við öryggisverði við að ákvarða hvaða hring skyldi ganga og hvernig væri best að ganga um verslunina til að komast yfir eins mikið svæði og hægt var á eins litlum tíma og mögulegt var.

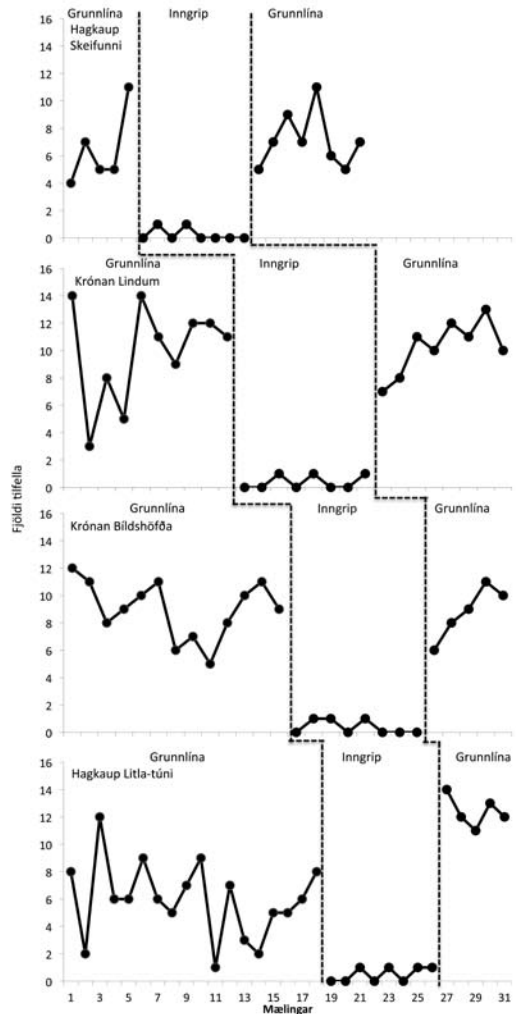
Eftir að grunnlínumælingar höfðu farið fram var spjaldið sett í innkaupakerrurnar en grunnlínán var af ólíkri lengd milli verslana. Inngripskeiðið var jafn langt í öllum verslunum eða átta mælingar.

Þegar byrjað var á inngripi var farið í verslanirnar við opnun, eða snemma morguns í þeim verslunum sem opnar eru allan sólarhringinn, og spjöldunum komið fyrir. Þetta var gert við opnun eða snemma morguns á meðan lítið var að gera í verslununum svo að sem auðveldast væri að setja spjöldin í allar kerrur verslananna og ekki þyrfti að bíða eftir að komið væri með innkaupakerrur utan af bílastæði. Þegar líða tók á rannsóknina fór kerrum með spjöldum að fækka lítillega og ákveðið var að telja ekki þau börn sem stóðu eða sátu í innkaupakerrum sem ekki höfðu spjöld því verið var að mæla hvort spjaldið hefði áhrif á markhegðunina. Aftur á móti var bætt nýju spjaldi í þær kerrur sem ekki höfðu spjald um leið og færi gafst til. Eftir að spjaldinu hafði verið komið fyrir í innkaupakerrunum var farið tvisvar í viku til að athuga hvort þyrfti að lagfæra spjöldin, það er að segja athuga hvort það þyrfti að festa þau upp á nýtt eða hvort þyrfti að setja spjald í einhverjar kerrur. Nauðsynlegt var að skoða

reglulega ástand spjaldanna vegna þess að ekki var um mjög sterka hönnun að ræða.

Matsmenn og áreiðanleikamælingar

Rannsakandi naut aðstoðar tveggja matsmanna. Skiptust matsmenn á við mælingar og var samræmi milli þeirra metið 19 sinnum á meðan á grunnlínuskeiði stóð. Áreiðanleikamælingar fóru þannig fram að allir þrír matsmenn voru í versluninni í einu með eyðublað sem hafði verið útbúið og áttu matsmenn að skrá á eyðublaðið lit á húfu og lit á yfirhöfn þess barns sem var ofan í kerru og kyn hins fullorðna sem með barninu var, KK/KVK/bæði. Þetta var gert til þess að hægt væri að bera saman niðurstöður hversrar talningar fyrir sig og sjá hvort að matsmenn væru að telja sömu tilfelli í hvert skipti. Áreiðanleikamælingar voru gerðar í um það bil 40% mælingadaga, tvær voru teknar í verslun Hagkaups Skeifunni en grunnlínumælingar þar fóru fram fimm sinnum (áreiðanleikamælingar fóru því fram í 40% tilfella). Í verslun Krónunnar Lindum fóru fram fjórar áreiðanleikamælingar en í heildina voru 10 grunnlínumælingar (40%), í verslun Krónunnar Bíldshöfða fóru áreiðanleikamælingar fram í fimm skipti af 13 mælingum (38,5%) og í Hagkaupi Litlatúni fóru áreiðanleikamælingar fram í sjö af 18 grunnlínumælingum (38,9%). Á meðan á grunnlínuskeiði stóð kom aðeins einu sinni fyrir að einn matsmanna taldi einum einstakling færri en hinir tveir. Fullt samræmi var að öðru leyti á milli matsmanna. Áreiðanleikamælingar á inngripskeiði voru gerðar þrisvar sinnum í hverri verslun en inngripsmælingar voru átta í hverri verslun og fóru áreiðanleikamælingar því fram í 37,5% tilfella á hverjum stað. Fleiss Kappa stuðli (k) var beitt við áreiðanleikamat þar sem reiknað er samræmi milli matsmanna. Það fer þannig fram að matsmenn eru látnir setja hvert tilfelli í flokka en hér voru flokkarnir tveir, þau tilfelli þar sem matsmenn sáu markhegðun, „já“-flokkur, og þegar matsmenn sáu hana ekki, „nei“- flokkur (Fleiss, 1971). Samræmi milli matsmanna var mjög hátt eða 0,99.



2. mynd. Tíðni þess að setja börn ofan í innkaupakörfu.

Niðurstöður og umræða

Inngripið hófst í Hagkaupi Skeifunni þar sem tíðni markhegðunarinnar var hæst og stöðugust þar. Í þeirri verslun voru gerðar fæstar grunnlínumælingar eða fimm, þar á eftir kom verslun Krónunnar Lindum með 10 mælingar, í verslun Krónunnar Bíldshöfða voru gerðar 13 mælingar og 18 grunnlínumælingar voru teknar í verslun Hagkaups Litlatúni, en þar hafði breytileiki markhegðunar verið mestur á grunnlínu. Niðurstöður tilraunarinnar

1. tafla. Hæsta og lægsta tíðni og meðaltal markhegðunar í mismunandi verslunum í grunnlínu- og inngrípsskeiðum.

	Hagkaup Skeifan	Krónan Lindum	Krónan Bíldshöfða	Hagkaup Litlatúni	Allar Verslanir	
Grunnlína	Hæsta tíðni	11	14	12	12	14
	Lægsta tíðni	4	3	5	1	1
	Meðaltal	6,40	9,40	9,00	5,95	7,72
Inngrip	Hæsta Tíðni	1	1	1	1	1
	Lægsta tíðni	0	0	0	0	0
	Meðaltal	0,25	0,38	0,38	0,50	0,38
Grunnlína	Hæsta tíðni	11	13	11	14	14
	Lægsta tíðni	5	7	6	11	12
	Meðaltal	7,13	10,25	8,80	12,40	9,42

má sjá á 2. mynd. Fram kemur að töluverður munur er á tíðni, breytileika, stefnu og stigi markhegðunar í öllum verslunum á grunnlínuskeiðum og inngrípsskeiði, en tíðni hegðunar á inngrípsskeiði minnkar mjög mikið í öllum verslunum og aðeins þá.

Eins og sést í 1. töflu var tíðni markhegðunar í öllum verslunum á grunnlínuskeiði 7,72 tilfelli að meðaltali á hverri klukkustund í mælingu, á inngrípsskeiði fór tíðni hegðunar svo niður í 0,38 tilfelli að meðaltali á hverri klukkustund sem mælt var og að lokum aftur upp í 9,42 tilfelli að meðaltali á hverjum mældum klukkutíma þegar snúið var aftur að grunnlínu.

Meðaltíðni markhegðunar í fyrri grunnlínumælingu var lægst í Hagkaupi Litlatúni eða 5,95 tilfelli, næst á eftir var Hagkaup Skeifunni þar sem markhegðun kom fram 6,40 sinnum að meðaltali, þar á eftir kom verslun Krónunnar Bíldshöfða með meðaltíðni markhegðunar 9,00 en hæst var tíðni markhegðunar í verslun Krónunnar Lindum eða 9,40 tilfelli á hverri klukkustund í mælingum. Meðaltíðnin á inngrípsskeiði var hæst í Hagkaupi Litlatúni eða 0,50 tilfelli, næst komu báðar verslanir Krónunnar, það er í Lindum og á Bíldshöfða, með meðaltíðni 0,38 og að lokum Hagkaup Skeifunni með 0,25 tilfelli á klukkustund. Í raun má segja að markhegðunin hafi næstum horfið í inngrípsskeiði í öllum verslunum. Eftir að

inngrípi var hætt jókst tíðni hegðunar aftur en þá var meðaltíðnin mest í Hagkaupi Litlatúni eða 12,40 tilfelli, næst kom verslun Krónunnar Lindum þar sem talin voru að meðaltali 10,25 tilfelli. Verslun Krónunnar Bíldshöfða kom næst á eftir með meðaltíðni 8,80 tilfelli og að lokum Hagkaup Skeifunni sem var með lægstu meðaltíðnina en þar voru talin 7,13 tilfelli í seinni grunnlínu. Tíðni markhegðunar sem mældist í fyrri grunnlínu náðist á ný í öllum verslunum.

Niðurstöðurnar sem greint er frá hér að ofan benda til þess að auðvelt virðist vera að hafa áhrif á þá markhegðun að setja börn í innkaupakerrur með því að nota sjónrænt áreiti. Þessi miklu áhrif sem inngrípið hafði eru til merkis um hve einfalt og hagkvæmt getur verið að minnka líkur á markhegðun sem þessari en heildarkostnaður við merkingar á hverri körfu var 43 krónur. Ef verslanir eða verslunarkerður myndu merkja allar kerrur sínar myndi kostnaður á hverja kerru vafalítið minnka töluvert.

Hugsanlegt er að niðurstöður rannsóknarinnar hafi skekkst að einhverju leyti vegna þess að þegar mælingar á seinna grunnlínuskeiði fóru fram var liðið nær jólum en þegar fyrri grunnlínumælingarnar voru teknar og þar af leiðandi var meiri erill í verslunum. En sennilega skiptir sú skekkja engu máli því munurinn á grunn- og inngrípsskeiðum er svo mikill.

Umbúðirnar utan um myndina sem var notuð í þessari rannsókn voru ekki nægilega sterkar til að þola daglega notkun í kerrunum. Hægt væri að gera endingarbetri spjöld með notkun þar til gerðra plöstinarvéla, þar sem myndinni væri stungið í plastvasa sem síðan væri hitaður til þess að loka honum og þá væri komið nokkurs konar plastspjald sem myndi að öllum líkindum endast betur en það sem hér var notað. Önnur leið væri að nota plastramma, eins og notaðir eru á mörgum innkaupakerrum fyrir auglýsingar, en þar væri hægt að skipta auglýsingum út fyrir viðvörunarmyndir.

Hugsanlega eru til aðrar aðferðir sem hægt væri að nota til að hafa áhrif á þá hegðun fullorðinna að setja börn ofan í innkaupakerrur. Ein leið væri að setja spjöld á vegg þar sem kerrur eru geymdar með upplýsingum um slyshættu eða því um líkt. Annar möguleiki væri að fulltrúi verslunarinnar sem stendur við inngang verslunar og dreifir upplýsingablöðum með tilboðum dagsins (*greeter*), myndi dreifa bæklingum með sömu upplýsingum. Þessar aðferðir hafa verið notaðar í Bandaríkjunum við rannsóknir á notkun öryggisbelta í innkaupakörfum (Harrel, 2003). Þess má þó geta að aðeins er ein verslun hér á landi sem notar slíkt fyrirkomulag svo rannsakendur viti.

Af niðurstöðum þessarar rannsóknar er ljóst að sjónrænt áreiti sem komið er fyrir á áberandi stað í innkaupakerrum nægir til að minnka verulega þá hegðun fullorðinna að setja börn ofan í innkaupakerru og þar með er hægt að fullyrða að þetta er ein leið sem hægt er að nota til að minnka líkur á því að börn slasist í matvörubúðum. Nauðsynlegt er þó að rannsaka þetta frekar, endurtaka rannsóknina og athuga hvort sömu niðurstöður fáiast og hvað áhrifin endast lengi.

Children's safety in shopping-carts: An effective way to avoid accidents

Each year around 100 children are injured in Iceland when they fall out of shopping-carts. The aim of this study was to try to change the behavior of adults who place children among the food items in the shopping-carts. A picture-card was put on the rear side of shopping-carts in four supermarkets in the Reykjavik metropolitan area such that they faced the adult who rolled the cart. The picture-card showed a child standing in a shopping-cart but had a red diagonal line across the picture and a circle around it as is typical of traffic signs that note a ban. A mixed multiple-baseline across shops and ABA withdrawal design evaluated the effect of the intervention. Results indicated that the intervention had a major impact on adults' behavior, it decreased dramatically. This simple procedure has the potential to decrease accidents that take place as a consequence of adults placing children in shopping-carts.

Keywords: children's safety, shopping-carts, multiple baseline design, single-subject designs, evaluation of treatment effects

Árni Þór Eiríksson has a B.S. in psychology. Zuilma Gabriela SSigurðardóttir is Associate Professor of Psychology at the University of Iceland. Correspondence concerning this article should be addressed to Zuilma Gabriela Sigurðardóttir, Faculty of Psychology, University of Iceland, Odda, Sturlugötu, 101 Reykjavík, Iceland. E-mail: zuilma@hi.is.

Heimildir

- Bryan, L. C. og Gast, D. L. (1994). Teaching on-task and on-schedule behaviors to high-functioning children with autism via picture activity schedules. *Journal of Autism and Developmental Disorders*, 30, 553-567.
- Connis, R. T. (1979). The effects of sequential pictorial cues, self-recording, and praise on the job task sequencing of retarded adults. *Journal of Applied Behavior Analysis*, 12, 355-361.
- Fleiss, J. L. (1971). Measuring nominal scale agreement among many raters. *Psychological Bulletin*, 76, 378-389.
- Harrell, W. A. (2003). Safety of children in grocery carts: Adults' personal health and safety habits. *Psychological Reports*, 92, 908-914.
- Houghton, S. (1993). Using verbal and visual prompts to control littering in high schools. *Educational Studies*, 19, 247-254.
- Herdís L. Storgaard. (2005a). Landlæknisembættið-Börn í innkaupakerrum. *MBL*, (21. mars 2005). Sótt 22. desember 2010 af <http://www.influensa.is/Pages/545>
- Lovaas, I. O., Schreibman, L. og Koegel, R. L. (1974). A behavior modification approach to the treatment of autistic children. *Journal of Autism and Developmental Disorders*, 4, 111-129.
- MacDuff, G. S., Krantz, P. J. og McClannahan, L. E. (1993). Teaching children with autism to use photographic activity schedules: maintenance and generalization of complex response chains. *Journal of Applied Behavior Analysis*, 26, 89-97
- Marta Guðrún Skúladóttir. (2000). *Kostnaður vegna slysa á börnum á Íslandi*. Hagfræðistofnun Háskóla Íslands og Slysavarráð.
- Martin, J. E., Rusch, F. R., James, V. L., Decker, P. J. og Trtol, K. A. (1982). The use of picture cues to establish self-control in the preparation of complex meals by mentally retarded adults. *Applied Research in Mental Retardation*, 3, 105-119.
- Patrick, M. E., Mahon, B. E., Zansky, S. M., Hurd, S. og Scallan, E. (2010). Riding in shopping carts and exposure to raw meat and poultry products: Prevalence of, and factors associated with, this risk factor for salmonella and campylobacter infection in children younger than 3 years. *Journal of Food Protection*, 73, 1097-1100.
- Smith, G. A., Baum, C. R., Dowd, M. D., Durbin, D. R., Gardner, H. G., Sege, R. D. o.fl. (2006). Shopping cart-related injuries to children. *Pediatrics*, 118, 825-827.
- Steed, S. E. og Lutzker, J. R. (1997). Using picture prompts to teach an adult with developmental disabilities to independently complete vocational tasks. *Journal of Developmental and Physical Disabilities*, 9, 117-133.
- Wacker, D.P. og Berg, W. K. (1983). Effects of picture prompts on the acquisition of complex vocational tasks by mentally retarded adolescents. *Journal of Applied Behavior Analysis*, 16, 417-43.