

DIPLOMADOLGOZAT

PEUKERT IVETT

Marketing Msc.

Budapest

2024



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Budai Campus

Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing Tanszék

Marketing mesterképzési szak

A Z GENERÁCIÓ KÖRNYEZETTUDATOS VISELKEDÉSE

Belső konzulens: dr. Kovács Annamária

Egyetemi docens

Készítette: Peukert Ivett

Q3FPCL

Levelező tagozat

Budapest

2024

TARTALOM:

TARTALOM:	1
1. A MUNKA ELŐZMÉNYEI, CÉLKITŰZÉSEK	2
2. A TÉMA ELMÉLETI MEGALAPOZÁSA	4
2.1. A globális környezeti problémák	4
2.2. A fenntarthatóság	6
2.3. Környezeti attitűdök	8
2.4. A tudatos fogyasztás	10
2.5. Környezettudatossággal kapcsolatos kutatások	12
2.5.1. Környezettudatossággal kapcsolatos nemzetközi kutatások	12
2.5.2. Környezettudatossággal kapcsolatos kutatások Magyarországon	12
2.6. A környezeti nevelés szerepe a fenntarthatóságban	22
3. A GENERÁCIÓK ÁTTEKINTÉSE	24
3.1. A generációk besorolása	25
3.2. A generációk és a környezettudatosság	28
4. ANYAG ÉS MÓDSZER	31
4.1. Kutatás célja	31
4.2. Hipotézisek	31
4.3. Kutatás módszertana	31
5. A PRIMER KUTATÁS EREDMÉNYEI	33
5.1. A fókuszcsoporthoz tartozó interjú	33
5.2. A kvalitatív kutatás megállapításainak összefoglalása	35
5.3. A kérdőív megkérdezés	36
5.3.1. A minta jellemzői	36
5.3.2. Általános kérdések a környezettudatossággal kapcsolatban	42
5.3.3. A Z generáció környezettudatosságára vonatkozó részletes kérdések	48
5.3.4. A Z generáció tagjainak önértékelése a környezettudatos tevékenységekről	60
6. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK	75
7. ÖSSZEFOGLALÁS	79
IRODALOMJEGYZÉK	81
Mellékletek	85
Függelékek	93

1. A MUNKA ELŐZMÉNYEI, CÉLKITŰZÉSEK

Diplomadolgozatom témája a Z generáció környezettudatos viselkedésének vizsgálata. Napjainkban szinte naponta lehet hallani a legkülönbözőbb fórumokon arról, hogy az emberiséget körülvevő világ komoly válságban van. Bár korábban a hírek csak elszigetelt környezeti problémákról szóltak, mára egyértelművé vált, hogy a gondok globális méreteket öltenek, és a társadalom minden rétegét, az emberiség minden népcsoportját érintik. A környezeti gondok egyben társadalmi, kulturális gondokká is nőttek, és amennyiben nem változik semmi, hosszú távon ökológiai katasztrófához vezet ez az állapot. Ez egyre nagyobb fejtörést okoz a nemzetközi szervezeteknek, a kormányoknak, a gazdaság egyes szereplőinek, és az embereknek is.

A XXI. századra az is nyilvánvalóvá vált, hogy a probléma megoldásának legfontosabb kérdései, hogy az emberiség a környezetet kihasználó életvitelén tud-e változtatni, képes-e a társadalom szembenézni az így kialakult új kihívásokkal, az emberek meg tudják-e változtatni a magatartásukat a termelés és a fogyasztás során. Úgy gondolom, ebben a szemléletváltozásban a tudományoknak, a tudományos kutatásoknak, és mellettük a marketingnek, a marketingkutatásoknak is komoly szerepet kell vállalniuk.

A társadalom idősebb tagjainak gondolkodását, évtizedek során kialakult viselkedésformáit már viszonylag nehéz megváltoztatni. A fiatalabb generációknak, különösen a legfiatalabb felnőtteket magában foglaló Z generációnak azonban, a probléma megismerése és megértése, valamint a viselkedésük ehhez igazítása már létfontosságú az életminőségük és a Föld fentmaradása érdekében.

A Z generáció környezettudatosságának körüljárásához a másik fontos motivációmnak két szegmense is volt. Egyrészt a gyermekeim is ehhez a generációhoz tartoznak, és gyakran látom, hogy mennyivel érzékenyebben, tudatosabban, és nagyobb felelősségérzettel állnak a mindennapokban a témához, mint mi tettük, X generációsok, hasonló korunkban. Másrészt pedagógusként nap, mint nap ennek a generációnak az oktatásával foglalkozom, és az is szembetűnő, hogy sokan közülük még nem értik ennek a problémakörnek a súlyát, és nem érzik át az egyén felelősségét a társadalommal, a jövővel kapcsolatban.

Dolgozatom célja, hogy megvizsgáljam a Z generáció környezettudatosságához, a fenntartható fejlődéshez köthető ismereteit, véleményét, gondolkodásmódját, attitűdjeit, viselkedését, és rávilágítsak az ezekben tapasztalható erényekre és hiányosságokra.

Ehhez először szekunder források segítségével áttekintem, mit is értünk környezettudatosságon, mik azok a globális problémák, melyekkel a Föld napjainkban küzd. Milyen a mindennapokban alkalmazandó tudatos fogyasztás és cselekedetek kellenének az egyének részéről ahhoz, hogy lassítsuk a negatív folyamatokat, amelyek a környezet pusztulásához vezetnek. Majd áttekintést adok a generációkról és az egyes csoportoknak a környezeti problémákhoz való viszonyulásáról.

2. A TÉMA ELMÉLETI MEGALAPOZÁSA

2.1. A globális környezeti problémák

Jelenlegi életmódunk pusztító hatására nagyon sok jel figyelmeztet, ezeket az ENSZ Millenniumi Ökoszisztéma 2000-ben közzétett jelentése foglalta össze. Az elmúlt fél évszázad során kialakult rohamos fogyasztásnövekedés, a kereskedelem egyre erősödő globalizációja, az urbanizáció és a fokozódó népességszaporodás, a korábbiaknál sokkal gyorsabban és intenzívebben pusztítja a világ erőforrásait. Ez a folyamat sosem látott mértékben járul hozzá a természet és az élővilág pusztulásához. Komoly problémát jelent világszerte, hogy a népességnövekedés élelmezési gondjainak megoldása miatt az élővilág természetes élőhelyeit mezőgazdasági művelésre alkalmas termőföldekké alakítják, mely leginkább a legelőket és a pampákat érinti, de e mellett az erdők nagysága is évente több ezer hektárral csökken. A tengereket, óceánokat túlhalásszák, ezzel megváltoztatva az élővilág természetes összetételét, ökoszisztémáját. Mind ezek, és az ipari forradalom óta rohamosan növekvő ipari termelés által kialakult szennyezése a légkörnek és a vizeknek, nagyban hozzájárul az éghajlat, a klíma megváltozásához, és a föld megújuló képességének csökkenéséhez. (LPR_2020_summary)

„A társadalom – abban a tévhitben, hogy az ember a természet fölött áll – a természettel való kapcsolatában szabályozás helyett a vezérlést valósította meg, vagyis az általa okozott hatásokat ellenhatásokkal igyekszik mérsékelni. A számtalan lehetséges példa közül csak egy: ahelyett, hogy mérsékelnénk a hulladék mennyiségét, vagy újra hasznosítanánk szemétegetőket építünk, amivel jelentős légszennyezést idézünk elő.” (Orbán, Ujfaludi, Mika, 2015)

A természetben a táplálék mennyisége, a betegségek, a természeti tényezők, a tápláléklánc természetes módon szabályozza a populáció nagyságát. Az ember azonban mára a szabályozók nagy részét kiiktatta, ennek következtében az emberiség növekedési rátája elérte a 8 millió fő/évet úgy, hogy a fejlett országok népessége csökken, vagy stagnál, a fejlődő országok népessége pedig rohamosan nő. (Orbán, Ujfaludi, Mika, 2015)

A XVIII. századtól a gazdaság gyorsuló fejlődése következtében kialakult az a túlzott fogyasztás, amely már nem a szükségletek kielégítéséről, hanem a túlfogyasztásról szól. Ez a fejlődés és folyamatos növekedés azonban nem tarthat a végtelenségig. Emellett az anyagi javak elosztásában rendkívül nagy különbségek alakultak ki napjainkra. A munkával szerzett

jövedelmek eltörpülnek a tőkével szerzett jövedelmekkel szemben, melyek eredményeképpen a gazdagok egyre gazdagabbak lesznek.

A földet, a vizet és a levegőt is veszélyeztetik a tartós környezeti szennyezések (kémiai anyagok, a szennyvizek, a nehézfémek). Az erdők túlzott kitermelése megváltoztatja az élővilágot, a vízháztartást, és a klímában is változásokat okoz. A vízhiány során fellépő elsivatagodás az élelmiszertermelést is veszélyezteti. Tovább fokozza a mezőgazdaság problémáit, hogy a megtermelt gabona nagy részét az állattartásra fordítják. Az egyre komolyabb élelmezési gondok kikényszerítették az intenzív, génmódosított fajták termesztését, amelynek következtében új fajok (gyomnövények, kórokozók) alakulnak ki. Ezek a kórokozók, baktériumok, vírusok és gombák világszerte veszélyeztetik az emberiséget.

Szintén komoly gondot okoz az évmilliók alatt felhalmozódott, de napjainkra rohamosan csökkenő erőforrások (kőolaj, szén, földgáz) nem kontrollált felhasználása, és a földfelszínre hozataluk természetet szennyező káros hatása.

A szemét kezelése is egyre nehezebb feladatot jelent. A pazarló életvitel és sok helyen az újrahasznosítás hiánya eredményeként felhalmozódó szemét mennyisége folyamatosan növekszik. A legnagyobb gondot azonban a veszélyes hulladék kezelése okozza.

A XX. században mind a vulkánok kitörési, mind a földrengések, valamint az ezek hatására kialakuló szökőárak gyakrabban jelentkeztek, mint korábban. Ezek a természeti, és az épített környezetben is komoly károkat okoznak, nagyon sok ember életét veszélyeztetik, és gyakran komoly áldozatokat is kívánnak.

Hasonlóan pusztító hatása van a légköri viszonyok megváltozásának. A nagy mennyiségű csapadék, a viharos szelek, az túlságosan meleg napfény, vagy a nagy hideg intenzíven pusztítja a kialakított környezetünket, rombolja az anyagi javakat, veszélyezteti az emberéletet. A légkörben kialakult felmelegedés, az ózonpajzs vastagságának csökkenése, az egész Földet sújtó klímaváltozás, kitüntetett helyen álló probléma lett.

A környezeti hatások másik legkomolyabb, és minden földrészt érintő gondja az ivóvíz készlet pazarló felhasználása és szennyezése.

2.2. A fenntarthatóság

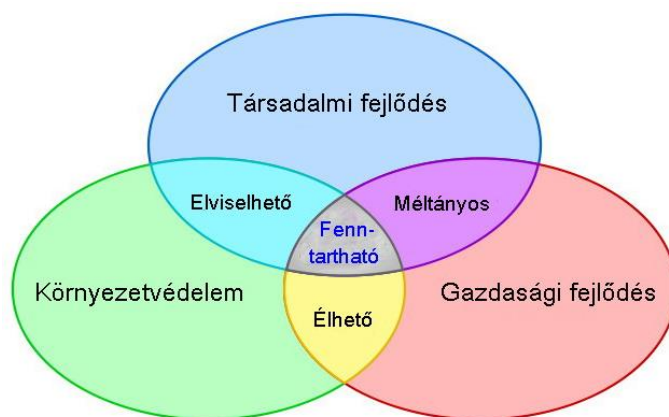
Napjainkra világossá vált tehát, hogy növelni kell a Föld eltartóképességét úgy, hogy csökkentjük a terhelését. „Ez vagy kevesebb embert, és/vagy összességében kevesebb fogyasztást, és/ vagy lényegesen nagyobb hatékonyságot (technikai tudást) igényel.” (Gyulai, 2012) Úgy kell tehát fejlesztenünk a gazdaságot, és csak annyival szabad növelnünk a fogyasztást, hogy ne haladjuk meg azt a szintet, amit a környezetünk tűrőképessége még elbír. Látszik tehát, hogy a problémákat úgy tudjuk csak megoldani, ha korlátozzuk, és minél hatékonyabban kezeljük a kiváltó okokat. Pedig sokkal eredményesebb lenne, ha elsődlegesen arra koncentrálnánk, hogy ne is hozzuk létre őket. Cél, hogy egy olyan kultúrával és viszonyokkal rendelkező fenntartató társadalom alakuljon ki és működjön, amely csak annyit vesz el a környezetéből, amennyi erőforrás adott idő alatt képes megújulni, újra termelődni. Amelyben olyan fenntartható gazdaság működik, mely figyel a környezet eltartó képességére. Ez azonban több ellentmondással jár. Szeretnénk a környezetet megóvni, de nehezen, vagy egyáltalán nem tudunk lemondani a több profitról, a gazdaság fejlődéséről, a növekedésről, a kényelemről. A hétköznapi életben az embereket, a vállalatokat és a kormányokat is egyre fokozottabban foglalkoztatja bolygónk jövője, a környezet védelme. „Az elmúlt évtizedekben az is világossá vált, hogy az emberiség környezetszennyező és energia-pazarló életvitele hosszú távon ökológiai katasztrófához vezet. A fenyegető katasztrófa az egész bolygó sorsát érinti, ezzel új kihívások elé állítva a társadalmakat.” (Bacsó, 2020)

Az ENSZ kimutatásai alapján a Föld népessége 2023-ra elérte a 8 milliárd főt. Az ENSZ legújabb előrejelzései szerint pedig 2050-re már 9,7 milliárd ember él a bolygonkon. Az ő életminőségüket a ma cselekvésével tudjuk megalapozni.

Erre mutat a fenntartható fejlődés fogalma, amelyet az Egyesült Nemzetek Környezet és Fejlődés Világbizottságnak (Brundtland-bizottság) 1987-ben közzétett „Közös jövőnk” című jelentésében a következő módon fogalmaznak meg: a fenntartható fejlődés (sustainable development) olyan fejlődési folyamat, illetve szervezési elv, ami „kielégíti a jelen szükségleteit anélkül, hogy csökkentené a jövő generációk képességét, hogy kielégítsék a saját szükségleteiket”. Vagy egy másik megfogalmazásban: „A fenntartható fejlődés olyan fejlődés, amely a lakosság egészségét és az ökoszisztémákat nem károsítja, és a társadalmi-gazdasági igényeket úgy elégíti ki, hogy a megújuló erőforrásokat az újra termelődésükhöz

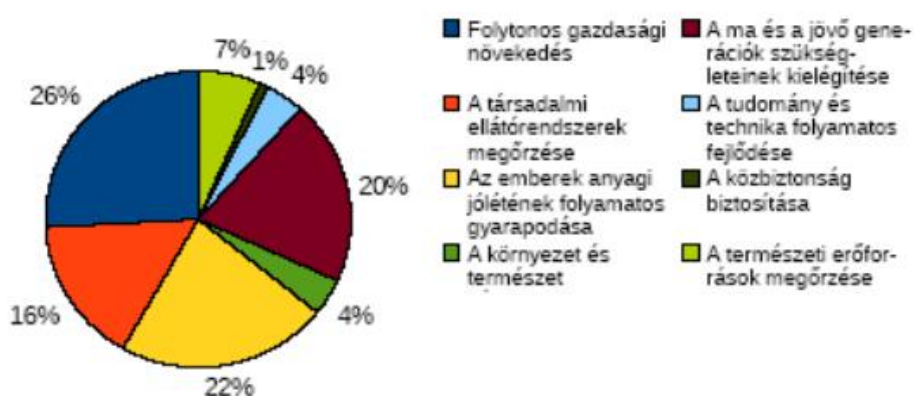
szükséges időtől lassabban használja fel, a nem megújulókat pedig az azokat helyettesítő megújuló források termelődésénél lassabban használja fel”. (OECD, 2000)

A jelentés szerint a fenntarthatóságnak három alappillérére kellene koncentrálni: a gazdasági növekedésre, a környezet minőségére és a szociális egyenlőség javítására. (lsd. 1. ábra)



1. ábra A fenntarthatóság hagyományos három eleme
(<https://eionet.kormany.hu/a-fenntarthato-fejlodes-fogalma>, é. n.)

A magyar Nemzeti Fenntartható Fejlődés Stratégiáját 2007 júniusában fogadták el. A Nemzeti Fenntartható Fejlődési Tanács megbízásából a KSH által készített felmérés alapján a megkérdezettek 26%-a a folytonos gazdasági növekedéssel, 22%-a az emberek anyagi jólétének folyamatos gyarapodásával, 20%-uk a ma és a jövő generációi szükségleteinek kielégítésével azonosította a fenntartható fejlődés fogalmát. (KSH, 2010) (lsd. 2. ábra)



2. ábra: A fenntartható fejlődés fogalmának általános értelmezése Forrás: KSH

Forrás: <https://mek.oszk.hu/09600/09607/09607.pdf> letöltés: 2024.06.01.

2.3. Környezeti attitűdök

Egyre több kutatás foglalkozik azzal, hogy az emberek hogyan gondolkodnak a környezeti jelenségekről és problémákról. A környezethez való viszony az évszázadok során folyamatosan változott az életmódnak, a tudásnak, a társadalmi viszonyoknak és még sok egyéb körülménynek köszönhetően. Az emberek alapvetően születésüktől kezdve átvették az adott korra jellemző attitűdöket. A természet, az állat és növényvilág ismerete kezdetben a túlélés legfontosabb záloga volt, napjainkra azonban csupán kiaknázási lehetősége a gazdasági fejlődésnek és a jobb és kényelmesebb életnek. (Varga, 2004)

A környezeti attitűdök azok a kellemes vagy kellemetlen érzések, melyek a fizikai környezetet érintő problémákkal és jelenségekkel kapcsolatosak. Számos kutatás bizonyította, hogy annál jobb a környezeti attitűd, minél több környezeti ismerettel rendelkezik az egyén, de ez még nem minden esetben elég a viselkedése megváltoztatásához. Az emberek legtöbbször a rövid távú, az egyéni szempontokat előtérbe helyező, önző viselkedést választják a kollektív célokat előmozdító cselekedetekkel szemben. A környezeti problémák iránt érzett érzékenységet a társadalmi helyzetük, gazdasági érdekeik mellett az őket körülvevő kulturális közeg befolyásolja elsősorban. Vagyis a társadalmi csoportok, az életközösségek, a fizikai létter nagy hatással van a környezeti gondolkodásra, a környezettudatosságra.

Mit jelent környezettudatosnak lenni? Olyan tudatos gondolkodásmódot és magatartásformát, vagyis olyan cselekvéseket, melyek során odafigyelünk a környezetünk, az élővilág, a Föld védelmére, hogy minél tovább fennmaradjon eredeti, érintetlen formájában, vagyis minél tovább élhető környezetet biztosítson az emberiségnek. Bár ezt napjainkban már nagyon sokan látják, tapasztalják és értik, azaz elviekben már elköteleződtek a szemléletmód mellett, mégis, mivel rendszeres és időnként költséges tevékenységek sorát jelenti, ezért a mindennapokban még kevés gazdasági szereplő viselkedése tekinthető környezettudatosnak.

A környezeti tudatosság összetevőit három szinten elemzik. A kognitív szint azokat a környezettel kapcsolatos alapvető ismereteket jelenti, melyeket az élet során szerez meg az ember. A több ismeret megszerzése értelemszerűen környezettudatosabb magatartást eredményez általában. Az affektív vagy érzelmi szint ebben a témában a környezeti problémákra való érzékenységet mutatja, melyek részben genetikai, részben tanult elemek, és jelentősen befolyásolják a környezettudatossággal kapcsolatos attitűdöket. A konatív szint

pedig a környezetvédelemre irányuló cselekedetek ismerete és a változtatás igénye melletti személyes elkötelezettség, melyek kellenek ahhoz, hogy kialakuljon a környezettudatos viselkedés. (Kovács, 2008)

A környezettudatosságot elemző vizsgálatok általában a következő kérdésekre keresik a választ (Kovács, 2008):

- Mik a legfontosabb aggodalmak a környezettel szemben?
- Melyik tevékenységeket tartják a leginkább környezetrombolónak?
- Mik a legfontosabb elképzelések a környezettel és annak fejlesztésével kapcsolatban?
- Kinek/kiknek kellene megoldaniuk a problémákat?
- Az emberek mit tesznek, illetve mit lennének hajlandók még tenni a környezetmegóvás érdekében?

A természeti környezetért való aggodás az 1970-es évek végén, a tudományos és a hétköznapi gondolkodásban is megjelent. 1978-ban Dunlap és Van Liere kidolgozta a környezettudatos attitűdök mérésére ma is gyakran használt Új Környezeti Paradigma Skálát (New Environmental Paradigm: NEP), melyet 2020-ban átdolgoztak a Módosított Új Ökológiai Paradigma Skálává. A mérés 15 kérdésen keresztül az 5 fokú Likert-skála segítségével méri a megkérdezettek hozzáállását és gondolkodásmódját, a környezetvédő magatartásra való hajlandóságuk mértékét. (Dunlap, Van Liere, 1978, 2020) A kérdőívet Manoli és csapata dolgozta át olyan formába, amellyel a gyerekek attitűdjeit is lehet mérni. (Manoli, 2005)

Az Új Ökológiai Paradigma Skálával szemben többen fogalmaztak meg kritikát, melyben többek között az értékelés hiányosságaira hívják fel a figyelmet. A kérdőív öt témakör köré csoportosítva fogalmaz meg állításokat, az eredményt viszont egy számmal, az egyes témakörök részpontjait nem elemezve határozza meg. A skála alkalmazása során a kutatók bizonyos esetekben kissé módosítottak az állításokon, így nem biztos, hogy megfelelő eredményt mutatja, ha az egyes felméréseket összevetjük.

Hazánkban Csonka fogalmazott meg kritikát a NEP-skálát, majd új megközelítési módokat tett közzé, bizonyosokat pedig elvetett. (Csonka, 2019)

2.4 A tudatos fogyasztás

„A tudatos fogyasztó előzetes információgyűjtést követően előre megfontolt vásárlási döntéseket hoz, érvényre juttatva bizonyos, általa fontosnak tartott szempontokat.” (Dudás, 2011) Egy másik megfogalmazásban a fogyasztó a döntései során előre gondol a fogyasztásának következményeire, azok ökológiai, gazdasági hatásaira. Kutatások alapján a döntéseknél figyelembe vett szempontok mozgatórugói két nagy csoportba sorolják a tudatosságot. Értelmezhető az elsődlegesen a fogyasztói önérdet előtérbe helyező tudatosság, ilyen az ártudatosság, a márkatudatosság vagy az egészségtudatosság. A döntési motivációk másik nagy csoportja a társadalmi, közösségi érdekeknek tulajdonít nagyobb jelentőséget. Ezekben az esetekben beszélhetünk fogyasztás során a környezettudatosság, a társadalomtudatosság, a felelős vagy etikus fogyasztás fogalmáról.

Ezek összefüggő, egymást szorosan kiegészítő kifejezések. Azokat a magatartásformákat foglalják össze, melyek során a fogyasztók döntéseikben azért veszik figyelembe a környezeti és társadalmi szempontokat, mert ezeket meggyőződésből vagy hitből a saját érdekeiknek is tartják. Jelentheti ez egyrészt azt, hogy korlátozzák a fogyasztását bizonyos termékeknek vagy szolgáltatásnak, mert hisznek abban, hogy az előállítás, a piacra kerülés, vagy a végső fogyasztás során káros hatások érték a környezetet. Kerülik az etikátlanul működő (környezetszennyező, károsanyag kibocsátó, fogyasztókat megtévesztő) gyártók, vagy akár egész országok gazdaságából kikerülő termékek vásárlását. Másrészt előtérbe helyezik a minőség, az egészségtudatosság és az újrahasznosítás szempontjának figyelembe vétele miatt a nemzeti termékeket, a méltányos vagy ökológiailag szabályozott előállításból és kereskedelemből származó árukat.

A környezettudatos cselekvések, amik a vásárlási folyamat során megjelenhetnek, többféleképpen csoportosíthatók. Bizonyos termékek fogyasztásának visszaszorítása, vagy róluk való lemondás, a környezetbarát termékek előtérbe helyezése, illetve a hulladékok szelektív gyűjtése elsősorban a viselkedési szokásokban megnyilvánuló cselekvés. Ezek nagy része tanult, otthonról hozott minta, melynek megváltoztatása nehéz. A vásárlási döntésekben szándékosan a környezetbarát termékek választása, illetve a panaszok során megjelenő környezettudatosság már egy átgondolt, és előrelátó magatartás. (Nagy, 2018)

A fogyasztói magatartás ilyen irányú befolyásolása érdekében a társadalmi marketing mellett a zöld (öko) marketingnek is egyre jelentősebb szerepet kellene kapnia. „Környezettudatos marketing alatt az emberi szükségleteket kielégítő önkéntes cserefolyamatokat lehetővé tevő, illetve ezeket megkönnyítő összes olyan marketingmenedzsment tevékenységet értjük, melyek a társadalom hosszú távú érdekeit is figyelembe véve, a környezeti koncepciót magába olvasztva, a vállalatok, a fogyasztók és a környezet közötti integrációra törekednek és eközben a hagyományostól eltérő, környezet-orientált célrendszerrel, stratégiával és eszközrendszerrel dolgoznak az egyéni és társadalmi életminőség javítása érdekében” (Nagy,2005). Bár a fogalom helyenként negatív tartalmú, a környezettudatosságot hangsúlyozó, és előnyre szert tevő marketing eljárásként jelenik meg, mégis inkább azokat az összetett cselekedeteket jelenti, mint a környezetvédelmi előírások figyelembevétele a termékek fejlesztése és piacra vitele során, a gyártási folyamatok, a csomagolások megváltoztatása és a környezettudatos fogyasztásra ösztönző reklámok előtérbe helyezése.

Összességében tehát a fogyasztói környezettudatosság az alábbi összefüggő szándékos viselkedésmódokat, döntéseket jelenti, melyek célja a környezet használatának csökkentése, a természeti értékek megvédése.

- A vásárlások során a helyi termékek és szolgáltatások elsődleges igénybevételét
- Folyamatos tájékozódást és ismeretek gyűjtését, a tudatos fogyasztói szemlélet gyakorlását.
- A természetes alapanyagokra, termékekre való igényt, szemben a gyors, mű- és késztermékekkel.
- A minőség választását a mennyiséggel szemben.
- Az egészséges termékek választását, mivel ezek gyakrabban környezetkímélőbbek
- A szükségtelen és túlzott fogyasztás elkerülését, csak a tényleges szükségletek kielégítését.

Ezek az elvek, olyan mindennapi cselekedetekben nyilvánulnak meg, mint a szelektív hulladékgyűjtés, a takarékoskodás az energiával, vízzel. A felesleges és túlzott halmozás kerülése, a szennyezés és az üzemanyagfelhasználás csökkentése, a közösségi közlekedés és a természetes erőforrások előnyben részesítése (pl: esővízzel öntözés, fűtés helyett szigetelés, szabadban ruhaszárítás). Az eszközök megjavítása, ha elromlanak, a műanyag termékek

kerülése, növények ültetése, papírmintesítés, környezettudatos beruházások véghezvitele (napelen, korszerű fűtés), valamint az étkezés átalakítása (kevesebb húsfogyasztás illetve alacsonyabb feldolgozású termékek fogyasztása).

2.5 Környezettudatossággal kapcsolatos kutatások

2.5.1. Környezettudatossággal kapcsolatos nemzetközi kutatások

Az első nemzetközi kutatások egyike az Európai Koordinációs Bizottság (INRA) által 1995-ben 15 európai országot átfogó elemzés volt, mely azt az eredményt mutatta, hogy a lakosság szerint a környezeti problémák megoldása egyre sürgetőbb, és ezek a nagyon aggasztják őket. Legnagyobb gondnak a nukleáris és radioaktív valamint az ipari és légszennyezést érezték. (Europeans and the Environment in 1995 INTRA EUROPE)

Egy 2009-ben, az IBM megbízásából készült brit felmérés szerint a 8-24 év közöttieket jellemzi elméleti síkon a környezettudatos gondolkodás a leginkább, ami csak nagyon ritkán jelenik meg a gyakorlatban is. Sőt leginkább rájuk jellemző az energiapazarló életmód, Ez 72%-ukra jellemző, például a fogmosás vagy zuhanyzás során ok nélkül folytatott vízhasználat. A vizsgált korcsoport 55%-a nincs tisztában az eszközök energiafogyasztásával. (GREENFO, 2009)

A Z generáció egyes tagjai- például a 2003-ban született Greta Thunberg, aki 2019-ben az ENSZ egyik csúcstalálkozóján is felszólalt - ma már nemzetközi szinten komoly lépéseket tettek a jövőért folytatott küzdelemben, és hangot adnak a fiatalok aggodalmainak. Sokuknál megjelent a klímaszorongás, mint pszichés tünetegyüttes, melyre egyre több pszichológus is figyelmeztet. A Bath Egyetem kutatása szerint a megkérdezettek 60%-a aggódik a jövőért, és 45%-a úgy nyilatkozott, hogy ez a mindennapjait is jelentősen befolyásolja. (HVG, 2022)

2.5.2. Környezettudatossággal kapcsolatos kutatások Magyarországon

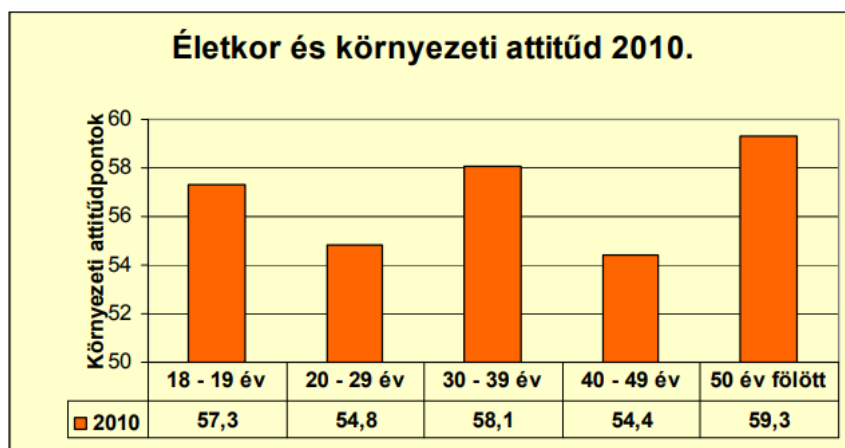
Környezettel kapcsolatos kutatások már az 1970-80-as évektől kezdődően készültek Magyarországon. Varga 5-11 évfolyamos diákok között végzett felmérést a környezeti

attitűdjeikről, és azt tapasztalta, hogy bár ezek zömében pozitívak, nem minden témához egyforma a hozzáállásuk. (Varga, 2002)

Valkó kutatása a 13-18 évesek körében, mely szerint a tanulók 42%-a nem szeretne a környezetvédelemről többet tudni, de 39%-a szerint az ezzel kapcsolatos plusz információkat elsősorban az iskolában kell megszerezni. A tanulók több mint fele azt gondolja, hogy a problémákért való felelősség és a megoldási lehetőség elsősorban a kormányok kezében van. Közel egyharmaduk úgy gondolkodik, hogy az egyén is felelős, és tennie kell a környezetért. (Valkó, 2002)

Monostori és Hőrich kutatása arra az eredményre jutott, hogy nem a fiatal generáció az, aki a legaktívabb a környezettudatosság témakörében, hanem a 30-55 éves korosztály. A nemek tekintetében nem találtak különbséget a környezetért való aggodalomban és a cselekvési hajlandóságban sem. Viszont a gyerekes családok a gyermekszámtól függetlenül elkötelezettebbek és szociálisan érzékenyebbek a téma mellett. (Monostori, Hőrich, 2008)

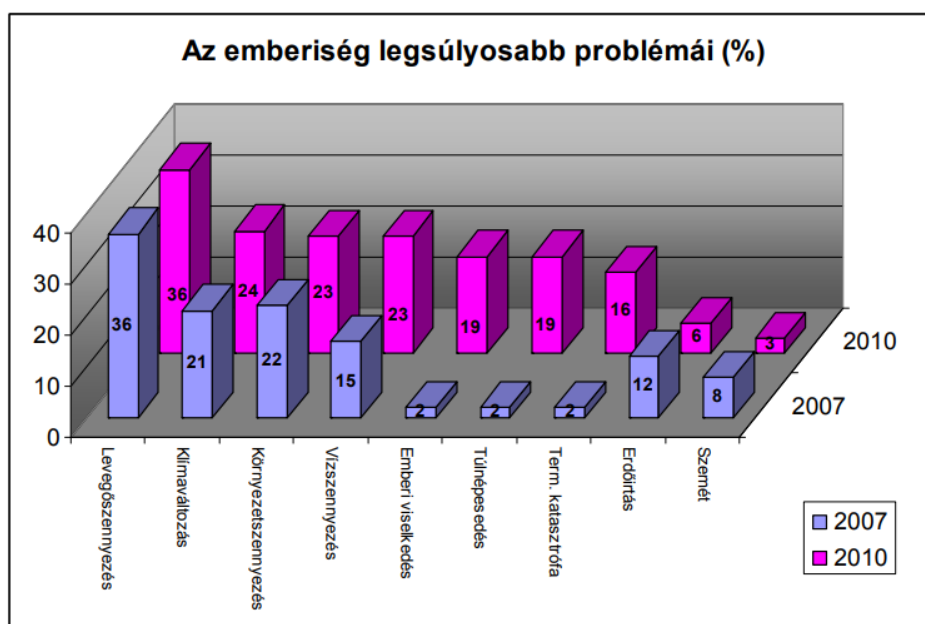
Perényiné disszertációjában többek között a felnőtt lakosság (18-70 éves Győr és Miskolc körzetében) környezeti attitűdjeit vizsgálta. Míg 2007-ben a nemek között a környezeti attitűdökben, addig 2010-ben az attitűdök egyes dimenzióiban mutatkozott különbség. „A nők tehát érzékenyebbnek mutatkoztak a természet egyensúlyára, a férfiak pedig kevésbé tartják dominánsnak az emberi fajt a természettel szemben.” Az életkor tekintve 2007-ben nem, 2010-ben viszont különbség mutatkozott az egyes korcsoportokba tartozó emberek között a környezeti attitűdökben. Azt azonban nem lehetett kimutatni, hogy a kor előre haladtával a környezethez való hozzáállás attitűdje egyértelműbben pozitív vagy negatív. (Perényiné, 2010) (lsd. 3. ábra)



3. ábra: Életkor és környezeti attitűd kapcsolata

Forrás: Perényiné Somogyi Angéla: *A fenntarthatóság ökológiai, pedagógiai és pszichológiai vonatkozásai* 108. oldal

A vizsgálat kérdései arra is kitértek, hogy a megkérdezettek mit tartanak a legsúlyosabb problémáknak. Az alábbi ábra eredményi alapján a legfontosabb kérdéseknek a lég-, környezet- és vízszennyezést, valamint a klímaváltozást tartották. (lsd. 4. ábra)

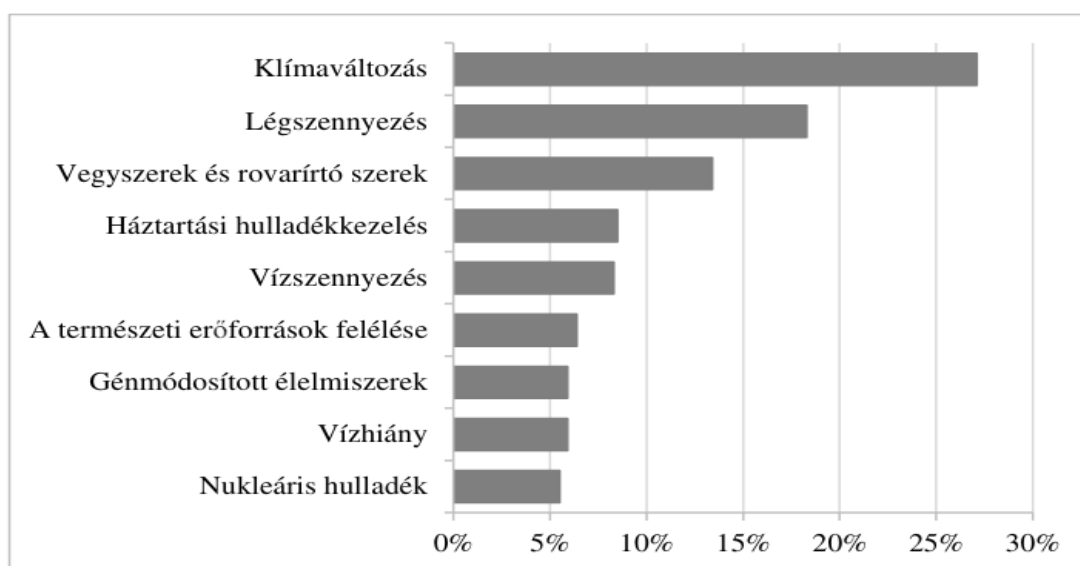


4. ábra: Az emberiség legsúlyosabb problémái

Forrás: Perényiné Somogyi Angéla: *A fenntarthatóság ökológiai, pedagógiai és pszichológiai vonatkozásai* 119. oldal

Szűcs és Hámori kvalitatív vizsgálata arra az eredményre jutott, hogy a környezettudatosságot és a fenntartható fejlődést a megkérdezettek leginkább a szelektív hulladékkezeléssel azonosítják. Főleg kényelmességből és a dolgok könnyebb felét megfogva szívesen hárítják a felelősséget másokra. Véleményük szerint fontos lenne, hogy ne csak a korosztály ismereteit bővítsék, hanem cselekvési motivációt is kell adni, hogy a pozitív tevékenységek beépüljenek a hétköznapi életbe. (Szűcs, Hámori, 2016)

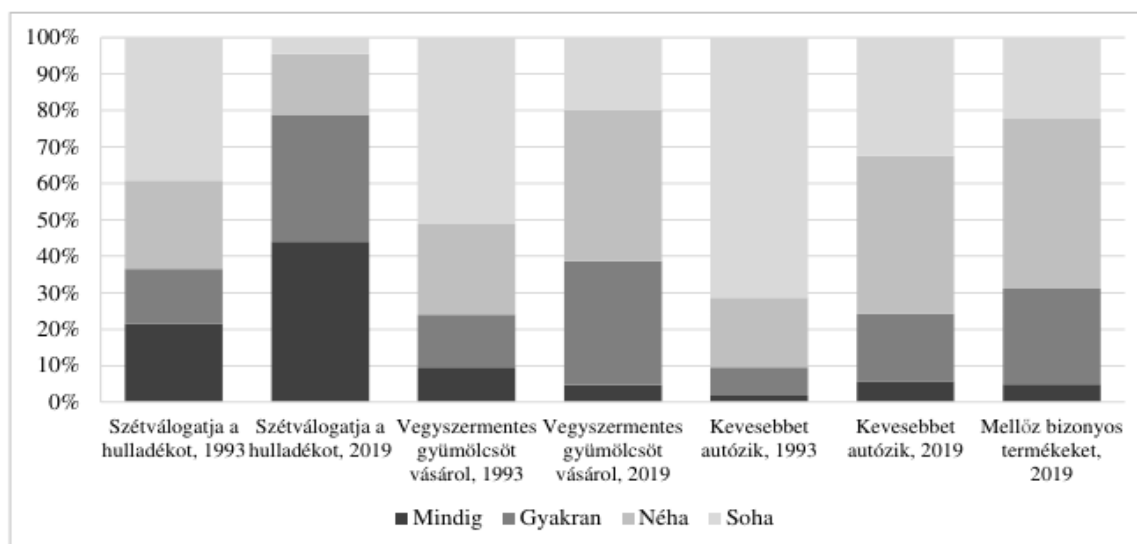
Schneider és Medgyesi tanulmányában, amely az ISSP Környezet megbízásából 2019-ben készült, a lakossági attitűdök változását vizsgálták, és a korábbiakhoz hasonló eredményekre jutottak. (ld. 5. ábra) A városi, különösen a nagyvárosi lakosság aggodalma a környezetért hangsúlyosabb. A legfontosabb környezeti problémáknak továbbra is a klímaváltozást, a légszennyezést nevezték meg, de a vegyszerek és rovarirtók használata is jelentős részesedést kapott.



5. ábra: A legfontosabbnak vélt környezeti problémák aránya Magyarországon 2019-ben

Forrás: Schneider-Medgyesi: *Környezettel és környezetvédelemmel kapcsolatos lakossági attitűdök változása Magyarországon* 504. oldal

A korábbi kutatásokhoz képest azt tapasztalták, hogy „a környezettel kapcsolatos egyéni felelősségvállalás és az egyéni tettekben való hit növekedett a magyar társadalomban”, és ez a mindennapi magatartásban is megmutatkozik. (ld. 6. ábra)

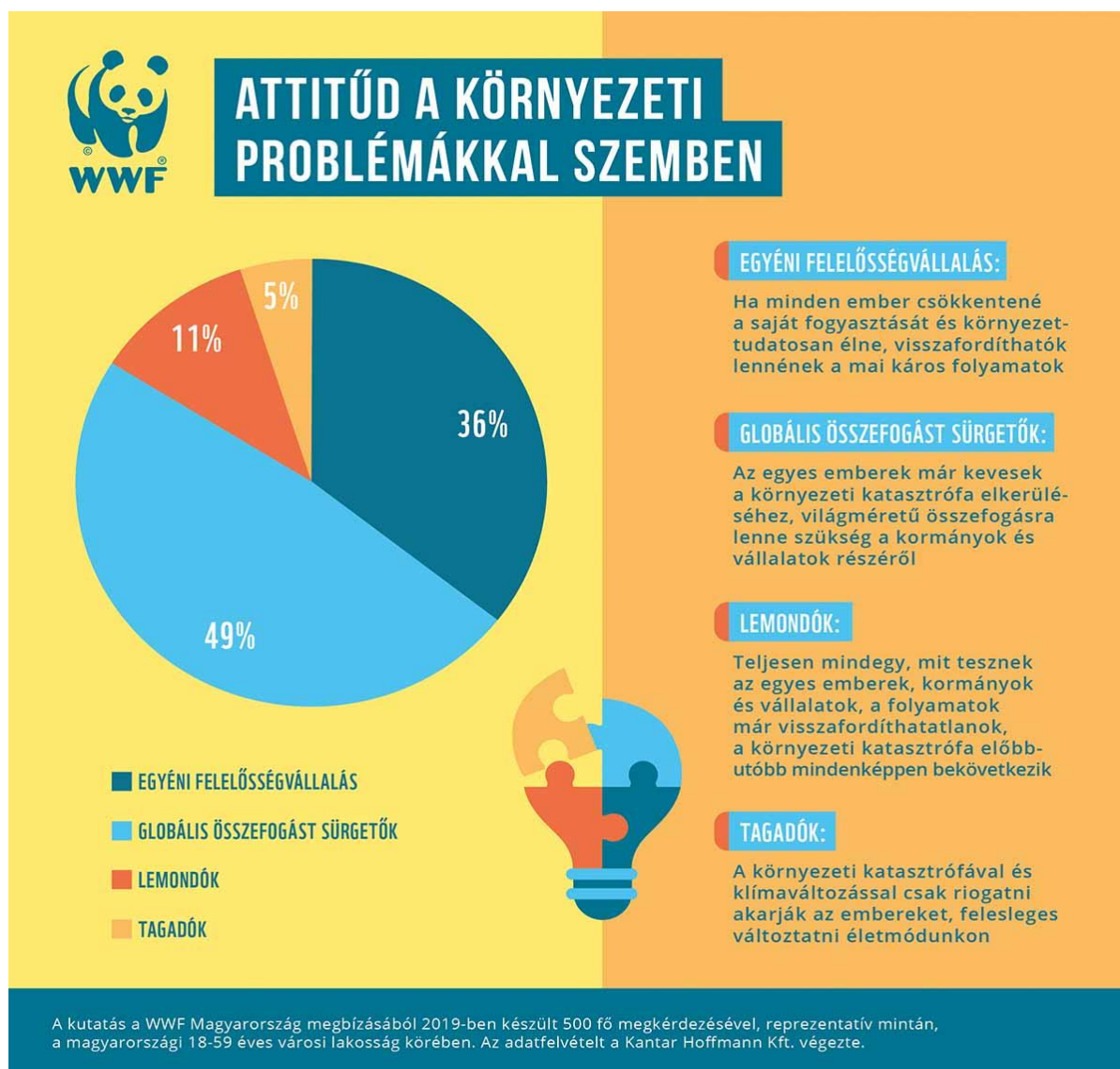


6. ábra: A környezettudatos mindennapi cselekvés gyakoriságának alakulása a magyar lakosság körében 1993-ban és 2019-ben

Forrás: Schneider-Medgyesi: Környezettel és környezetvédelemmel kapcsolatos lakossági attitűdök változása Magyarországon 509. oldal

Vizsgálatuk alapján a hétköznapi környezettudatosságban fontos szerepe van az iskolai végzettségnek, valamint olyan szempontoknak, hogy személyesen (betegség vagy a lakóhely miatt) mennyi gondot okoznak az embereknek a környezeti problémák, illetve mennyire gyakran töltik idejüket a természetben. (Schneider, Medgyesi, 2020)

A WWF (természetvédelmi Világalap) hazai szervezete által 2020-ban Magyarországon végzett kutatás alapján a 18-59 éves városi lakosság szerint a problémák csökkentéséhez elengedhetetlen a kormányok és a vállalatok összefogása. Nagyobb részük úgy véli ez fontosabb, mint az egyes emberek viselkedésének megváltoztatása. A megkérdezettek egy kisebb része szerint viszont már nincs mit tenni, elkerülhetetlen a környezet végső pusztulása. (lsd. 7. ábra)

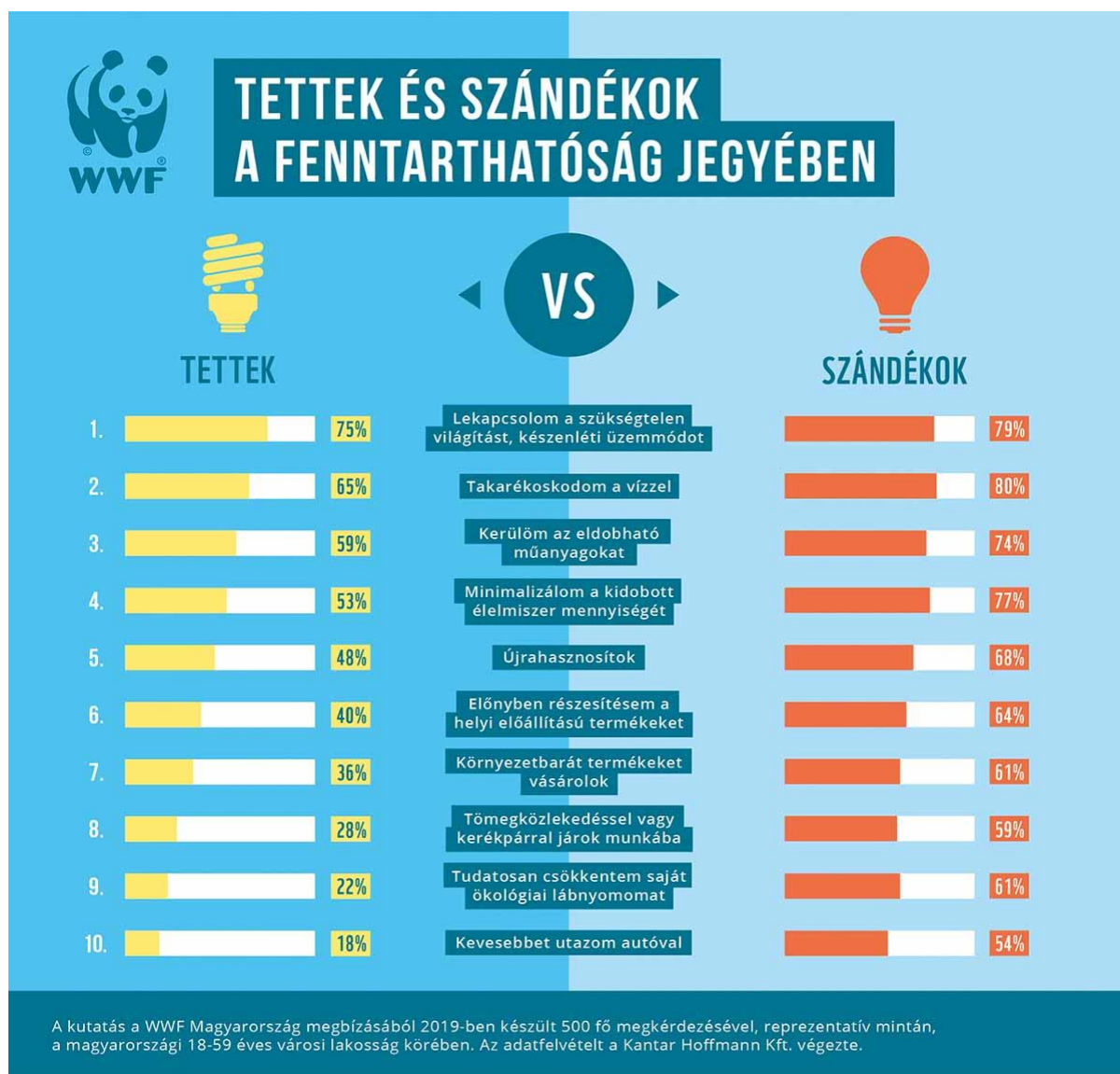


7. ábra: A 18-59 éves városi lakosság attitűdjei a környezeti problémákkal szemben

Forrás: <https://qubit.hu/2020/06/23/wwf-a-magyarok-felulrol-varjak-a-zold-megoldasokat>

letöltés: 2024.06.01.

A kutatás azt is vizsgálta, hogy a magyar lakosság szerint mely területeken tudnak az életükön a legtöbbet és a legkönnyebben tenni a környezetvédelemért. 65% a vízzel takarékoskodást, 59% pedig már kerüli az eldobható műanyagokat. 40% a helyi termékeket választja elsősorban, 53% pedig a legkevesebb élelmiszert dob ki a kukába. (WWF, 2020) (ld. 8. ábra)



8. ábra: A 18-59 éves városi lakosság tettei és szándékai a fenntarthatóság jegyében

Forrás: WWF Magyarország, letöltés: 2024.06.01.

A felmérés szerint a vizsgált korcsoport által legfontosabbnak és legaktuálisabbnak ítélt problémákat az alábbi ábra mutatja. Mindkét sorrendben elől szerepel a műanyagszennyezés, a globális felmelegedés kérdése, az ivóvízkészletek megóvása és a természet védelme. A legfontosabbnak értékelt szegénység csökkentése a legaktuálisabbnak minősített feladatok között már nem szerepel. (lsd. 9. ábra)



GLOBÁLIS ÉS LOKÁLIS PROBLÉMÁK AKTUALITÁSA ÉS FONTOSSÁGA

A felsoroltak közül a TOP 12 **LEGFONTOSABBNAK** ítélt probléma:

1.	A szegénység csökkentése	8,6
2.	A világ ivóvízkészleteinek megóvása	8,6
3.	A műanyagszennyezés csökkentése	8,6
4.	A globális felmelegedés megállítása, lassítása	8,6
5.	A természet védelme	8,5
6.	A klímaváltozás hatásainak és a szén-dioxid kibocsátásának csökkentése	8,5
7.	Élelmiszerpazarlás visszaszorítása	8,5
8.	A folyók és tavak állapotának megőrzése	8,4
9.	Erdeink fenntartható használata	8,4
10.	Tengerek, tengerpartok, tengeri környezet védelme	8,2
11.	A fiatalok hozzáállása a környezet- védelemhez és a fenntartható fejlődéshez	8,2
12.	A veszélyeztetett vadvilág és élőhelyeinek védelme	8,2



A felsoroltak közül a TOP 12 **LEGAKTUÁLISABBNAK** ítélt probléma:

1.	A műanyagszennyezés csökkentése	7,1
2.	A globális felmelegedés megállítása, lassítása	7,0
3.	A természet védelme	7,0
4.	A világ ivóvízkészleteinek megóvása	7,0
5.	A klímaváltozás hatásainak és a széndioxidkibocsátás csökkentése	6,9
6.	A folyók és tavak állapotának megőrzése	6,9
7.	Az állatok jogainak védelme	6,9
8.	Tengerek, tengerpartok, tengeri környezet védelme	6,9
9.	A veszélyeztetett vadvilág és élőhelyeinek védelme	6,6
10.	Erdeink fenntartható használata	6,6
11.	Az őshonos magyar állat- és növényfajok és élőhelyeik védelme	6,6
12.	A környezettel kapcsolatos kérdések fontosságának növelése	6,5



A kutatás a WWF Magyarország megbízásából 2019-ben készült 500 fő megkérdezésével, reprezentatív mintán, a magyarországi 18-59 éves városi lakosság körében. Az adatfelvételt a Kantar Hoffmann Kft. végezte.

9. ábra: A 18-59 éves városi lakosság véleménye a problémák fontosságáról és aktualitásáról.

Forrás: WWF Magyarország, letöltés: 2024.06.01.

A WWF Magyarország 2023-ban is készített hazánkban egy kutatást, szintén a 18-59 éves lakosság körében, abból a célból, hogy felmérje a lakosság környezethez és természetvédelemhez való viszonyulását. Sajnos az eredmények azt mutatták, hogy a fiatalok hozzáállása nem pozitív irányba változott a korábbi kutatásokhoz képest. „Az mindenképpen

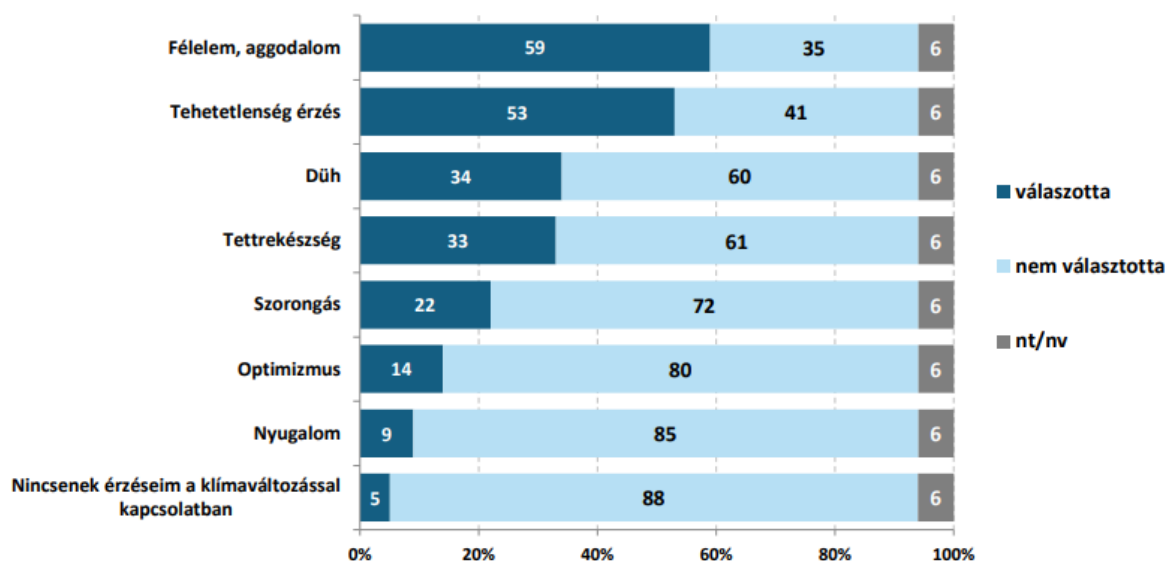
pozitívum, hogy a felmérés alapján a lakosság 59%-át valódi környezettudatosság jellemzi. Kevésbé jó hír azonban, hogy a 30 év alattiak ebben a csoportban jóval kevesebben vannak, mint három évvel ezelőtt.” Sokuk esetében „azt is láthatjuk, hogy bár a klímaváltozás veszélyeivel tisztában vannak, a megoldást jelentő teendőkkel kapcsolatban már jóval hiányosabbak az ismereteik.” (WWF, 2023) A közömbösség okának azt látják, hogy a média felületek és a felgyorsult információáramlás miatt nap, mint nap rengeteg negatív tartalom és hír áramlik az emberek felé a világ eseményeiről. Másrészt sokuk szerint a kormány és a szervezetek nem megfelelő, nem kellőképpen hatékony környezetpolitikát folytatnak. (WWF,2023)

Egy 2022-ben a 13-25 éves korosztályról, az UNICEF Magyarország megbízásából a Publicus Research által készített online kérdőíves kutatás néhány főbb megállapítása az alábbi volt:

- a válaszadók 90%-a szorong valamilyen szinten, 33%-a pedig kimondottan erőteljesen szorong a klímaváltozás miatt
- 60% rendszeresen, 15% pedig napi szinten foglalkozik a klímaváltozással
- fiatalok 35%-a szerint a klímaváltozás ma a legfontosabb, 21% szerint pedig a második legfontosabb probléma
- a szorongás, félelem mellett a válaszadók harmada dühös, míg 15% tehetetlenek érzi magát, ha a klímaváltozásra gondol
- a válaszadók 84%-a nyilatkozta azt, hogy szeretne többet tanulni a klímaváltozásról és fenntarthatóságról az iskolákban
- a fiatal korosztály több mint fele nem bízik benne, hogy el lehetne kerülni a nagyobb bajt
- 90% érzi azt, hogy már ma, saját életében is találkozik a klímaváltozás hatásaival, 18% pedig állandóan érzi a klímaváltozást a saját bőrén

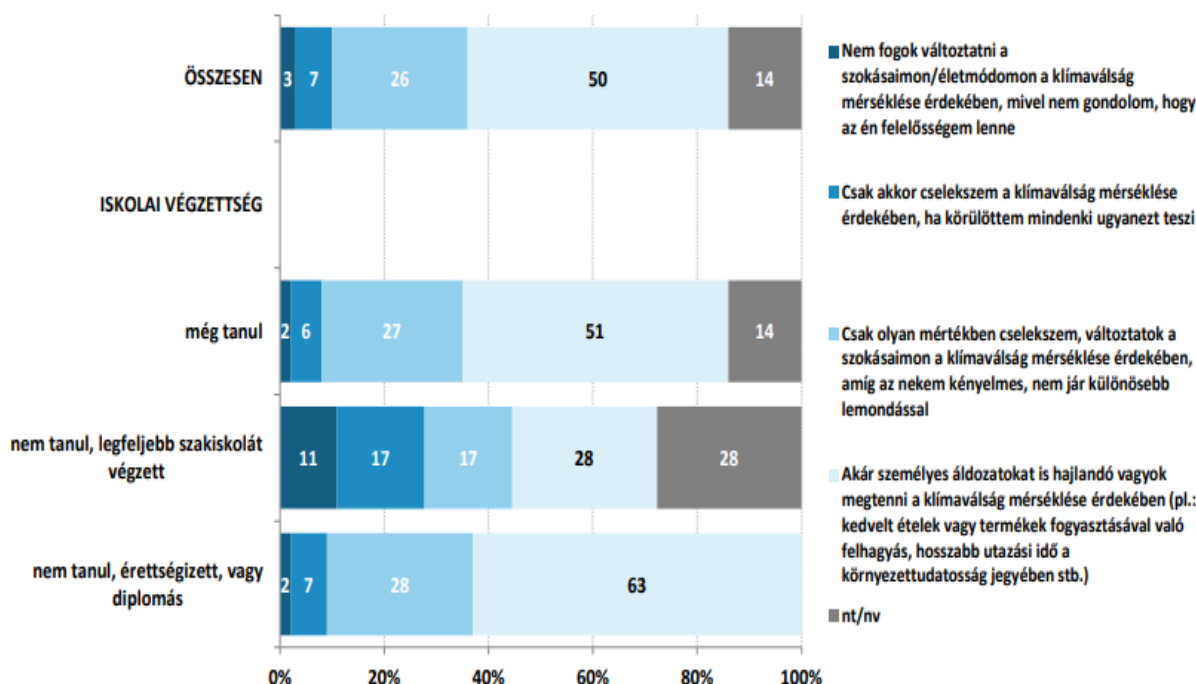
Az alábbi két ábra jól mutatja a fiatalok érzéseit és tettekkészségét és a cselekvési hajlandóságát a klímaváltozás okozta problémákkal szemben. (Publicus Research, 2022) (lisd. 10. és 11. ábra)

Milyen érzések vannak benned leginkább a klímaváltozással kapcsolatban? (Összes megkérdezett, %; legfeljebb 3 választható)



10. ábra: A 13-25 éves korosztály érzései a klímaváltozással kapcsolatban.

Forrás: Publicus Research, UNICEF Magyarország letöltés: 2024.07.25.



11. ábra: A 13-25 éves korosztály cselekvési hajlandósága a klímaválság mérséklése érdekében.

Forrás: Publicus Research, UNICEF Magyarország letöltés: 2024.07.25.

2.6 A környezeti nevelés szerepe a fenntarthatóságban

Olyan emberek, akik tudatosan szeretnék tönkre tenni a környezetüket, nem léteznek. Mivel azonban úgy használjuk a civilizáció áldásait, hogy nem, vagy csak keveset törődünk a környezeti következményekkel, mindenki részesül a káros hatásokból. A legtöbb ember azt is sejti, hogy a legjobb megoldás, vagyis, hogy mindenki abbahagyja a környezetszennyezést, és áttér a fenntartható fogyasztásra, szinte lehetetlen elérni, ezért az emberek nagy része továbbra is változatlan módon éli életét. Jelentős változás tehát csak úgy következhetne be, ha sok ember együtt változtatna a gondolkodásmódján és az életén, ezért nagyon fontos a környezeti nevelés a környezettudatos viselkedés kialakításának szerepe fiatal kortól kezdődően. (Varga, 2004)

Mivel a környezeti problémák a jövő generációit még fokozottabban fogják érinteni, ezért elkerülhetetlen, hogy minél szélesebb körben és minél átfogóbban megismertessük velük a gondok forrását, és megmutassuk az eszközöket, melyekkel lépéseket tehetnek a megoldás felé. Az oktatási intézményekben a „környezeti nevelés átfogó célja elősegíteni a tanulók környezettudatos magatartásának, életvitelének kialakulását annak érdekében, hogy a felnövekvő nemzedék képes legyen a környezeti válság elmélyülésének megakadályozására, elősegítve az élő természet fennmaradását és a társadalmak fenntarthatóságát. A tanulók váljanak érzékennyé környezetük állapota iránt. Legyenek képesek a környezet sajátosságainak, minőségi változásainak megismerésére és elemi szintű értékelésére; a környezet természeti és ember alkotta értékeinek felismerésére és megőrzésére; a környezettel kapcsolatos állampolgári kötelességeik felismerésére és jogaik gyakorlására; alakuljon ki bennük bátorító, vonzó jövőkép, amely elősegíti a környezeti harmónia létrejöttéhez szükséges életvitel, szokások kialakulását és a környezet iránti pozitív érzelmi viszonyulások megerősödését.” (NAT, Környezeti nevelés 2020)

Az 1990-es évektől lett egyre elterjedtebb kezdetben az a környezeti nevelés, amely első sorban a természet működésére és a környezeti problémák bemutatására helyezte a hangsúlyt. Ez az oktatási irány a fenntarthatóságot előtérbe helyezte, mely már a társadalom felelősségére és környezetre gyakorolt hatásaira is rávilágított. Hangsúlyozza, hogy az emberek gondolkodásmódjának és életvitelének megváltoztatása nélkül, valamint a nemzedékek összefogása nélkül nem lehet eredményt elérni.

„Fontos annak figyelembe vétele, hogy a kora gyermekkori életévek is fontosak a környezeti tudatosság formálásában”. (Fodor, 2020) Tehát már a kisgyermek korban el kell kezdeni a megfelelő szemlélet kialakítását, nagyban támaszkodva a gyermekekben lévő ösztönös kíváncsiságra, a megtapasztalás örömére és az új ismeretek iránti fogékonyságra. A későbbiekben pedig ezekre a tapasztalásokra építkezve az oktatás és nevelés minden területén, minden tantárgyban meg kell jelennie ennek a gondolkodásmódnak. Mivel ezekre azonban a mai napig nincs egységes szabályozás, kidolgozott tananyag és módszertan, kiemelkedően nagy szerepe van a pedagógusoknak és az oktatásban résztvevők felkészítésében élenjáró felsőoktatási intézményeknek.

A fiatal generációk fenntarthatósággal kapcsolatos tudását 2020 óta az iskolai oktatásban megjelenő Fenntarthatósági Témahét programsorozat segíti Magyarországon. A 2023-as legutóbbi kutatási eredmények azt igazolják, hogy a diákok pozitív attitűdökkel rendelkeznek a környezettel kapcsolatban. Az élővilágra leselkedő egyik legnagyobb veszélynek a fajok kihalását tartják, de bíznak abban, hogy a gondok majd megoldódnak. (Szabó, Varga, Berze, Dúll, 2023)

3. A GENERÁCIÓK ÁTTEKINTÉSE

A társadalom generációs korcsoportokra történő felosztásának és az abból levonható következtetéseknek nincs egzakt tudományos alapja. Több szociológus, filozófus, történész foglalkozott a témával. Eleinte pusztán biológiai értelemben használták, mint ahogy a Magyar értelmező kéziszótár is definiálja a fogalmat: „Egy korban élő és kb. azonos korú emberek összessége” (Juhász, 1972).

Később azonban „újabb vizsgálatok kiderítették, hogy vidékek, társadalmi berendezkedések és történeti korok szerint igen különböző volt és ma is az, az emberek életkora”, írja (Joo, 1935) Ezért, és az átalakuló társadalmi értékek következtében, mindez érvényét veszítette. A generáció fogalmának definiálását sokkal inkább szociológiai, semmint biológiai szempontból szokták megközelíteni. A generációelméleti beosztások alapja két amerikai szerző, William Strauss és Neil Howe 1991-ben megjelent *Generations* című könyvéhez fűződik. Ebben, túllépve a korábbi tisztán biológiai szemléleten, úgy fogalmaznak, hogy „a generáció olyan személyek csoportja, akik azon a történelmi időn és téren osztoznak, mely kollektív személyiséget biztosít nekik” (Strauss, Howe, 1990)

Ezek alapján tehát, olyan embereket tekintettek egy generációnak, akik egy korszakban és egy földrajzi helyen élnek. A mai generációk közös jellemzője azonban az, hogy minden eddiginél jobban összeköti őket a technika, eltörölve a kulturális és fizikai határokat. A globalizációnak köszönhetően, a világ különböző pontjain az egy időben élő fiatalokat ugyanazon események, trendek és folyamatok alakítják, hiszen szinte állandó és folyamatos napi kapcsolatban állnak egymással, az információ pillanatok alatt eljuthat bárkihez. Így napjainkra kialakult az első globális generáció, kik már ugyanazokat az oldalakat nézegetik, ugyanazt a zenét hallgatják, ugyanazokat a márkákat ismerik és kedvelik. Vagyis „a generáció egy azonos életkor és életszakasz, létfeltételek és technológia, események és tapasztalatok által összekapcsolt csoport.” (McCrindle-Wolfinger 2009)

3.1. A generációk besorolása

Az egyes generációk pontos definiálásában és elnevezésében is vannak eltérések. Az Egyesült Államokban 1971 óta generációk megfigyelésével foglalkozó Yankelovich-riport néven készült kutatássorozat, eredetileg csak három korosztályt különített el. A kutatók napjainkban már a ma élő emberek hét generációját különböztetik meg, melyeknek egymástól eltérő viselkedési formákat, érdeklődési köröket, képességeket és szerepeket tulajdonítanak, miközben nagyon sok hasonlóság is fellelhető, hiszen azonos társadalmi, kulturális gyökereik vannak. Ezek a besorolások leggyakrabban a már idézett McCrindle (2009) angol nyelven megjelent „The ABC of XYZ. Understanding the Global Generations” című könyve alapján jelennek meg a szakirodalmakban, így most én is ezt használom.

1. 1925 előtt születettek, a névtelen generáció

A ma élő emberek közül a legidősebbek. Végigéltek legalább egy világháborút, sokan vesztették el valamelyik szerettüket. Keményen dolgoztak, biztonságra törekedtek egész életükben. Hozzáértőnek és önzetlennek írják le őket.

2. 1925-1945 között születettek az úgynevezett veteránok vagy csendes generáció.

Óvatosság, visszafogottság jellemzi ezt a nemzedéket. Számukra a hagyományok, a családi értékek kiemelten fontosak. Biztonságra törekednek. A világháború. és a gazdasági világválság idején nőttek fel, életük egy jelentős részét a szocializmus idején élték. Saját tapasztalásként élték meg a bizonytalanságot, a veszteséget, a félelmet, ezért folyamatosan készenlétben vannak, gyűjtögetnek és takarékoskodnak. Többségük örült, hogy van munkája, sokan egész életükben egy helyen dolgoztak, amihez elengedhetetlen tulajdonság volt a jó alkalmazkodási képesség. A mai digitális világot nem értik, számukra teljesen idegenek ezek az eszközök, funkciók.

3. 1946 és 1964 közötti „Baby boom” korszakban született embereket idealistáknak és prófétáknak is szokás nevezni.

Boomereknek nevezik őket, mivel a háború után, jelentősen megnőtt a születések száma. Már a béke időszakában születtek, és határozottan elutasították a szülők merev erkölcsi felfogását. Minden régi ellen lázadtak, és ezzel egy teljesen új kultúrát teremtettek maguknak.

Nyitottabbak és kíváncsibbak voltak a világra. Fontos számukra a tisztesség, az emberiesség és a szeretet. (Tari, 2010) A világháborút követő évtizedekben a világ fejlettnak mondott része soha nem látott fejlődésen ment keresztül. Egymást érték a technológiai ugrások. Munkájukban még a hierarchia határozza meg a működési elveket. Sokat dolgoztak, és a korábbi generációkhoz képest a nők nagy része is munkát vállalt. De ők azok is, akik a rendszerváltás után először tapasztalták meg a munkanélküliséget, és akik nem akkor mehetnek nyugdíjba, ahogy azt tervezték.

4. 1965 és 1979 között születettek az X generáció tagjai, más néven a Nomádok, Reaktívak vagy Digitális bevándorlók.

Ők lettek a rendszerváltó nemzedék képviselői, más néven a hírnök nemzedék, akiknek fiatal korát már a relatív jólét és béke jellemezte. Az ő édesanyjuk már általában rendszeresen dolgozott, így alakult ki belőlük az úgynevezett „kulcsos gyerekek” generációja, akik ezáltal önállóak, találékonyak lettek. Elsősorban csapatokban játszottak, és a közösségük minden felnőtt szülője nevelte őket. A munkában keményen meg kellett küzdeniük az érvényesülésért, a túlélésért. Miközben sosem látott lehetőségeik voltak. Ettől megoldást kereső, megbízható, kontrollált magatartás jellemzi őket, amely szakmai igényességgel, maximalizmussal és tudással párosul. Már egészen fiatal korukban találkozhattak a számítógépek korai generációival, és a technológiai újítások szép lassan életük minden területére begyűrűzött az ő fejlődésükkel együtt. Ahogy nőttek, úgy kezelték egyre jobban a számítógépeket.

5. 1980 és 1994 között az Y generáció, vagyis a Hősök, Civilek vagy a Digitális bennszülöttek első generációja.

Szüleik a korábbiakhoz képest nagyobb teret adtak számukra a lehetőségeik megismeréshez, önállóságra és szabad véleménynyilvánításra nevelték őket, ezért munkahelyeiken nagy önbizalommal és jellemzően szabadon élik az életüket és mondják el a véleményüket. Tagjai magabiztosak, tehetséges, kreatív személyek, akik a korábbtól jelentősen eltérő viselkedést mutatnak a tanulás és a munkavégzés területén. Nem állnak értetlenül az elvárások előtt, hanem saját elvárásokat építették fel. Bármikor munkahelyet váltanak, és nem foglalkoznak azzal, amit az idősebbek várnának tőlük. Fontos jellemzőjük, hogy az ő születésükkor már létező világ volt a digitális világ, elterjedtek az egyedül használható elektronikus eszközök, mint a walkman és

a discman, valamint az online játékok, és ezzel egyidőben, lassan elindult az elszigetelődés folyamata is. A multikulturális környezetben könnyen boldogulnak.

6. A Z generációba az 1995 és 2009 között születetteket sorolják.

Ők a világ első globális nemzedéke, akik ugyanazokat a zenéket hallgatják, azokat a márkákat szeretik. Az információ pillanatokon belül elér a világ bármelyik pontjára, és nekik már nyelvi nehézségeik is sokkal kisebbek, mint elődeiknek. Az, hogy beleszülettek a digitalizált világba, azt is jelenti, hogy minden digitális eszközt természetesnek vesznek, rendszeresen és magától érthetően használnak. Virtuális közösségekben élnek, a világhálón töltik szabadidejük nagy részét, és kapcsolataikat is az internetes közösségi oldalakon építik ki. Bátrak, kezdeményezők, kevésbé kételkednek saját képességeikben és korlátaikban, praktikus szemléletűek. A Z generáció létszáma kisebb, de a várható élettartamuk hosszabb, mint az előtte lévőké. Legtöbb feladatukat szüleik átvállalják tőlük, miközben az egyre elterjedtebb eszközök segítségével folyamatos kontroll alatt is tartják őket. Olyan korban születtek, amelyben a család fogalma és szerepe is átalakulóban volt, amelyben ők, a gyermekek álltak a középpontban, bár sokan közülük csonka vagy mozaik családban élnek.

7. Végül a 2010 után születetteket "alfa" generációnak szokták nevezni.

Róluk, mivel közülük a legidősebbek is csak most léptek a kamaszkorba, még viszonylag kevés információ áll rendelkezésre. Csak találgatni lehet, hogy milyen felnöttekké válnak, de néhány tényezőtől a következő dolgokra lehet következtetni. A digitális eszközök használatánál az érintőképernyő már teljesen általános. Ettől fejlődnek a gyerekek finom motorikus készségei, amelyek az eszközhasználatban segíthetik a jövő fiataljait, viszont ez együtt jár az audiovizuális készségek lemaradásával. Sokuknak már születése előtt is volt digitális lábnyoma, hiszen a szüleik már rendszeres internet használóként, fogantatásuktól posztolt róluk a közösségi platformokon. Az előrejelzések alapján, a generációk közül a legtovább fognak élni az emberiség történetében, a legmagasabb iskolai képzettséggel rendelkeznek majd, és teljes mértékben a világháló részei lesznek. Valószínűleg azonban ők lesznek a legmagányosabb nemzedék, sokuk egyke lesz, és egyedül fog élni is.

3.2. A generációk és a környezettudatosság

A környezettudatosság témakörét áttekintve láthatjuk, hogy a probléma minden generációt érint. Abban minden nemzedék egyetért, hogy az egyének mellett a kormányoknak, a vállalatoknak, a családnak és az oktatásnak is kiemelt szerepe van abban, hogy fentartsuk a folyamatos párbeszédet a témáról, és ösztönözzük a gazdasági szereplőket a minél hatékonyabb cselekvésekre. Eltérően gondolkodnak azonban az egyes generációk arról, hogy mi is az a fenntarthatóság, hogy a megoldás érdekében nekik mekkora áldozatot kellene vállalniuk, és a motivációjuk is nagyon eltérő a probléma megoldásában.

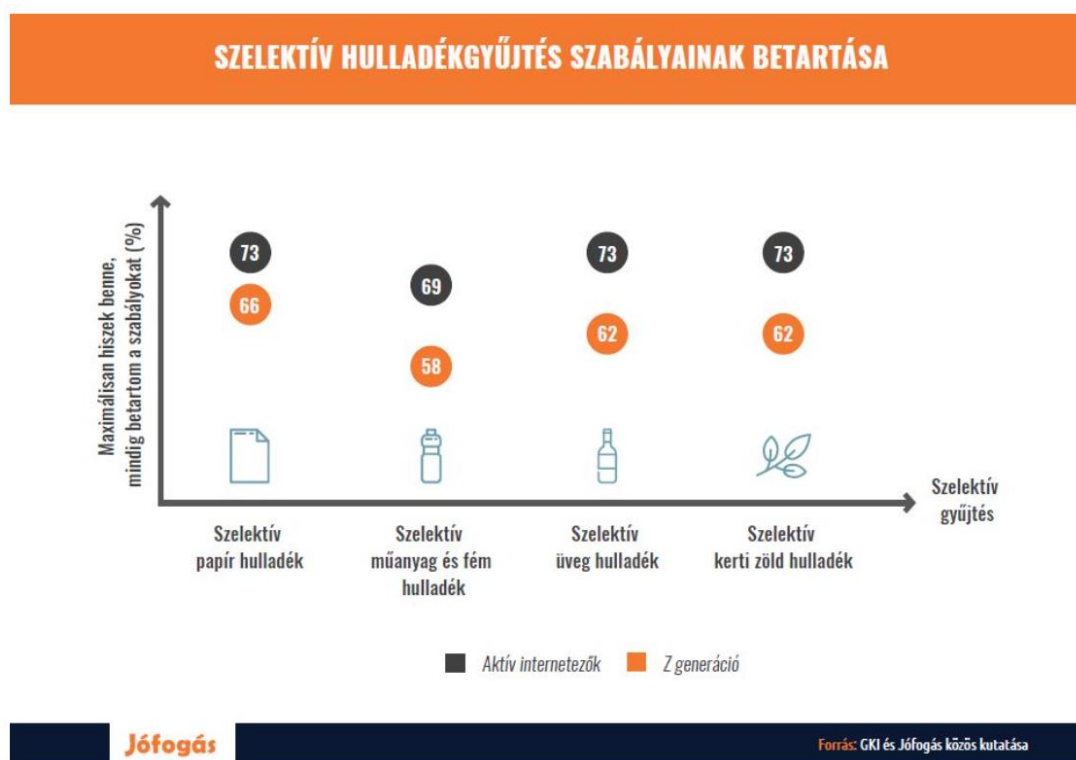
A fenntarthatósághoz a legtöbben azokat a cselekvéseket társítják, amelyek a pazarlás elkerülését jelenti, mint például a szemét szelektív kezelése, a műanyag használatának kerülése vagy az energia takarékosabb felhasználása, a közösségi közlekedés előtérbe helyezése, a tudatos vásárlás. Ezekben a fenntarthatónak nevezett cselekvésekben azonban, sokszor nem a fenntarthatóságnak a tudatos keresése, hanem vagy anyagi előnyök megjelenése (pénzt spóroljak a fűtés lekapcsolásával), vagy a személyes célok kielégítése (pl. izmosabb legyen a lábam a kerékpározástól) játszik szerepet.

A „Baby-boom” generáció (60–78 évesek) a fenntarthatóságra nem feltétlenül a környezet védelméért tudatosan tenni akaróként, hanem elsősorban anyagi szempontból tekint. Neveltetésükből adódóan alapvető érték számukra a takarékoság. Ők gyermekkorukban azt látták otthon, hogy ami elromlik, azt először megpróbáljuk megjavítani, az ételt nem dobjuk ki, hanem adott esetben újrahasznosítjuk, feldolgozzuk vagy komposztáljuk (a száraz kenyeret ledaráljuk, a lehullott gyümölcsből lekvárt vagy szörpöt készítünk, a háziállat pedig a konyhai maradékot kapja, nem boltban megvásárolhatóeledelt.)

Az X generáció (45–59 évesek) számára az előbb említett környezettudatos cselekvések már nem ösztönös cselekvésekként jönnek, hanem erőfeszítésbe kerülnek. Mivel a fiatal koruk idején végbement társadalmi változások a fogyasztás és az életszínvonal növekedésével járt együtt számukra, a környezet védelme gyakran a pénzről szól. Áldozatként élik meg, mert nehezen mondanak le a kényelmüket szolgáló, de kevésbé környezetkímélő megoldásukról. Azonban belátják, hogy nevelni és oktatni kell a következő nemzedékeket.

Az Y generáció (30–44 évesek) tagjai érzik leginkább azt a terhet, hogy tenni kell valamit a környezetért, mégis ők vannak a leginkább tele kételyekkel arra vonatkozóan, hogy mennyire számít az egyén egyedüli erőfeszítése társadalmi összefogás nélkül. Tudják, hogy leginkább az ő generációjuktól várja a világ a megoldást a problémákra, mégis ők a leggyakrabban passzívak a cselekedeteikben és szkeptikusak a jövővel szemben.

A Z generáció (15-29 évesek) gondolkodik leginkább úgy, hogy ezeket a problémákat majd nekik kell megoldani. Ők már úgy nőnek fel, hogy kisgyermek koruktól sokat hallanak a környezeti gondokról, tisztában vannak a mai világ fenttarthatósági problémáival és azok következményeivel, hiszen digitális bennszülöttként a leggyorsabban tudnak információt szerezni bármiről. Könnyen hoznak a mindennapi cselekedeteik során fenttartható döntéseket, de még nem mindig jelenik meg náluk a felelősség érzése, hiszen gyakran még nem önálló életet élnek. Mivel nagy részük szüleikkel él egy háztartásban, ezért csak részben tudják befolyásolni a szűk környezetük környezetvédelmi cselekedeteit. Ezt mutatja a GKI és a Jófogás közös kutatásának eredménye. (Isd. 12. ábra)



12. ábra: A szelektív hulladékgyűjtés szabályainak betartása

Forrás: <https://www.digitalhungary.hu/e-volution/Nagy-bajban-lehetunk-ha-a-Z-generacion-mulik-a-kornyezetunk/5194/> letöltés: 2024.06.02.

A Z generáció az Y-hoz hasonlóan azt a célt helyezi előtérbe, hogy jólétben szeretne élni, ezért nehezen mond le a kényelemről, ami a közlekedési szokásaikban is megjelenik. Bár az ebbe a csoportba tartozó fiatalok háromnegyede a tömegközlekedést használja, ennek oka inkább a kényszer, az autó hiánya és a finanszírozás nehézsége. A kutatás alapján a Z-generáció már majdnem negyede a mindennapokban inkább autózik. (Isd. 13. ábra)



13. ábra. A különféle módokon a naponta és rendszeresen közlekedők aránya generációk szerint

Forrás: <https://www.digitalhungary.hu/e-volution/Nagy-bajban-lehetunk-ha-a-Z-generacion-mulik-a-kornyezetunk/5194/> alapján, letöltés: 2024.06.02.

4. ANYAG ÉS MÓDSZER

4.1. Kutatás célja

Kutatásom célja, hogy feltérképezzem a Z generáció gondolkodását napjaink egyik legégetőbb problémájáról, a környezettudatosságról, a környezet védelméről, hiszen ők azok, akik ma a fiatal generáció gerincét alkotják, és akik nagyban hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a Föld élhető bolygó maradjon. Kutatásom során nem csak a tudásukra és véleményükre, hanem motivációjukra is kíváncsi voltam, illetve érdekelt, hogy lehet-e valamilyen szempont szerint a generáció tagjait csoportokba osztani.

4.2. Hipotézisek

Az alábbi hipotéziseket állítottam fel, majd ezeket vizsgálom:

H1 A Z generáció tagjainak többsége nincs tisztában a környezettudatosság jelentésével

H2 A Z generáció tagjainak többsége nincs tisztában a környezettudatosság fontosságával, jövőjükre gyakorolt hatásával

H3 A fogyasztói döntéseikre jellemzően nincs hatással a környezettudatosság

4.3. Kutatás módszertana

A témával kapcsolatos foglalkozást a szakirodalom részletes átolvasásával kezdtem. Ezt követően a primer kutatásom eredményei egyrészt kvalitatív, másrészt kvantitatív módszertani elemeken alapszanak. Először fókuszcsoportos interjút készítettem (N=9), melynek során információkat szereztem a Z generáció tagjainak motivációiról, attitűdjeiről, gondolkodásmódjáról. Ez a beszélgetés megalapozta a későbbi kutatás irányát, és megfelelő alapot szolgáltatott a későbbi kutatási kérdésekhez. Az interjú eredményeinek feldolgozása alapján egy online kérdőíves vizsgálatot folytattam (N=248), melyben próbáltam választ kapni a kutatás hipotéziseire. A kérdésekre adott válaszok értékelése, az adatok feldolgozása, diagramok készítése alapján le tudtam vonni a megfelelő következtetéseket. A fókuszcsoport, mint kvalitatív kutatási módszer, a nem számszerű, kisebb elemszámú mintában szerzett adatokon keresztül, a fiatalok meghallgatásának eredményeképpen segített általános érvényű

megállapításokat, érzéseket, szempontokat megfogalmazni, amelyek alapot adtak a kérdőív összeállításához is. Az online kérdőív kérdései, vagyis a kvantitatív kutatás nagy elemszámú válaszai segítségével, számszerűsíthető adatokat szolgáltatott a megfelelő következtetések levonásához. A kvalitatív és kvantitatív kutatás együtt lehetőséget teremtett a vélemények összehasonlítására, az elemzés elvégzésére és a hipotézisek igazolására vagy elvetésére.

5. A PRIMER KUTATÁS EREDMÉNYEI

5.1. A fókuszcsoporthos interjú

A fókuszcsoporthos interjú során egy kötetlen, időnként kismértékben irányított, előre meghatározott szempontok szerinti beszélgetést kezdeményezünk a vizsgálandó sokaság egy kisebb, kiválasztott csoportjával. Az alanyok véleményének ütköztetésével alaposabb betekintést kaptunk a témáról, a vizsgálandó egyedek gondolkodásmódjáról, érzéseiről, attitűdjéről a témával kapcsolatban.

A fókuszcsoporthos interjúra egy hétköznapi délután került sor egy középiskola osztálytermében. A résztvevőket személyesen kértem meg, vegyenek részt a kutatásban. Mivel engem mindenki ismert, ezért nem kellett az elején bemutatkoznom. A résztvevőket azonban bemutattam egymásnak. Elmondtam nekik a kutatás témáját, általános célját, és a beszélgetés menetét. Az interjú alanyai különböző korú (14-20 éves), különböző nemű (4 lány és 5 fiú) fiatal volt. A minta nagysága $N=9$.

Az interjúhoz a következő kérdéseket készítettem elő:

- Mit jelent a környezettudatosság, a környezettudatos viselkedés?
- Mik a legfontosabb környezeti problémák napjainkban?
- Mennyire foglalkoztatja őket ez a témakör?
- Mik lehetnek a megoldások a problémákra?
- Mit tesznek ők a környezetük megóvásáért?

A fókuszcsoporthos interjú kérdései alapján adott válaszok elemzése:

Mit jelent a környezettudatosság, a környezettudatos viselkedés? Mik a legfontosabb problémák napjainkban?

A diákok nagy része nem tudta megfogalmazni a környezettudatosság jelentését. Amennyiben megpróbálták, általában a szelektív szemét gyűjtésével azonosították. Volt azonban, aki előhozta a zajszennyezés problémáját amely fogalommal először nem olyan régen találkozott egy iskolai projektmunka során. Ez számára nagyon új és meglepő élményt okozott, mert sosem gondolta volna, hogy a zaj is lehet káros. A környezettudatos cselekvések közé sorolták még a

vízpazarlást, és a villany felesleges használatát is, amelyek leggyakrabban jutnak az emberek eszébe szerintük a témával kapcsolatban.

Mennyire foglalkoztatja önöket ez a témakör, nem aggódnak a saját és az utódaik jövője iránt?

A diákok nagyobb részét egyáltalán nem aggasztja ez a probléma. „Elképzelhetetlen számomra, hogy 50 év múlva ne legyen víz, és csak a belvárosban lehessen kapni sok pénzért.” Másik diák attól nem fél, hogy nem lesz élettér, inkább az aggasztja, hogy az milyen lesz. Nehézséget fog majd okozni a gyermekeket felnevelni szerinte. Többen még a szelektív hulladékgyűjtést is „maceraként” élik meg. Ráadásul nem is látják az értelmét, hiszen „láttam, hogy utána a kukásautóba is összeöntik egy helyre a külön gyűjtött szemetet”. Volt az résztvevők között olyan is, aki nem ismeri a szelektív szemetgyűjtés módját, de a többségnél azért, főleg a szülei hatására otthon, már rendszeres gyakorlat a szemet szétválogatott gyűjtése, legalábbis a kommunális hulladék esetén. Mindezt azonban az iskolában a diákok nagyobb fele nem teszi meg, sőt jobbra nem is tudták, hol találják a gyűjtőket. Ez arra utal, hogy nem tudatos cselekvés részükről a dolog, és nem épült be az otthonról hozott minta a mindennapokba.

Mik lehetnek a megoldások a problémákra?

A diákok egyértelműen nincsenek tisztában a helyzet fontosságával és súlyosságával, ezt azzal indokolták, hogy egyrészt nem hallanak elégszer róla, másrészt pedig, hogy nincs ösztönzés a környezettudatos cselekvésekre. Leggyakrabban az iskolában foglalkoznak a környezetvédelem témájával, de itt is csak maximum egy évben kétszer, a projekt héten és a Fenntarthatósági Témahéten. Véleményük szerint sokkal többet kéne a diákok felé kommunikálni erről a problémakörrel. Jó lenne, ha minél korábban, kisgyermekkorban, óvodában, de legalább általános iskolában sokat beszélgetnének róla. Többen úgy vélekedtek, ha lennének a szóbeli figyelemfelhívásokon kívül egyéb motivációs eszközök is, sokkal hatékonyabban meg lehetne szólítani a korosztályukat.

Általánosságban szerintük a környezetért az emberek tudnának tenni, ha például mindenki visszatérne az önálló gazdálkodáshoz. De azt is látják, hogy ez a mai világban már nem kivitelezhető.

Önök mit tesznek a környezetük megóvásáért?

A korábban említett szelektív szemétgyűjtés mellett megemlítették még, hogy a vízpazarlás is fontos kérdés. Bár volt, aki megkérdőjelezte, hogy miért környezettudatosabb 10 perc zuhanyzás 10 perc fürdésnél. A többség a hétköznapiakban inkább a zuhanyzást választja, de ennek inkább az időspórolás az oka, vagy a kád hiánya, és nem a környezettudatosság.

A másik előkerült téma az elektromos áram pazarlása. Minden résztvevő azt nyilatkozta, hogy erre tudatosan odafigyel, amikor elhagy egy helyiséget, lekapcsolja maga után a villanyt, de egyébként sem használja feleslegesen az áramot.

Felvetődött az autóval közlekedés problémája is, de itt még szintén nem jelenik meg a viselkedésükben a tudatosság, hiszen autó, illetve jogosítvány hiányában használják inkább a tömegközlekedést. Azzal azonban mindenki egyetértett, hogy jó lenne az autós közlekedést valahogy visszaszorítani, bár az emberek kényelmessége miatt ez nagyon nehéz folyamat.

A vásárlásaik során szintén kevéssé érvényesülnek a környezettudatos szempontok. Egyéni vásárlásaik során szinte egyáltalán nem figyelnek ezekre a szempontokra. Előfordul, hogy amikor szülővel vásárolnak, használnak saját csomagolóanyagot (pl. a pékáruhoz vagy a zöldséghez saját hálót), de a termékválasztásnál szinte egyáltalán nem figyelik sem az öko, sem a bio jelzéseket. Ennek egyik okaként az ilyen termékek magasabb árát nevezték meg. De felmerült az is kifogásként, hogy a nyilont helyettesítő papírzacskó sokszor nem teljesen papírból készül, hanem van műanyag része is, ráadásul ezek jóval kevésbé strapabírók, könnyen szakadnak, nehezebb a használatuk.

5.2. A kvalitatív kutatás megállapításainak összefoglalása

A fókuszcsoportos interjú nagyon kellemes környezetben zajlott, elég sok elgondolkodtató és érdekes vélemény hangzott el. Összességében azt a következtetést lehet levonni, hogy a résztvevő fiatalok nem vagy csak nagyon kis mértékben voltak tisztában a környezettudatosság fogalmával. Nem nagyon érzékelik sem a probléma fontosságát, sem pedig a súlyosságát. Saját belső motiváltságuk szinte teljes hiányában, főleg a szüleik hatására tesznek bizonyos pozitív cselekvéseket, ezek azonban nem épültek be automatikus, tudatos viselkedésnek a

hétköznapijukba. A leginkább ismert környezettudatos cselekvéseket, a szelektív szemétyűjtést, a vízzel és árammal való takarékoskodást már viszonylag rendszeresen cselekszik, de ez nem tudatos a jövő élhetőbb világáért való tevékenység, hanem esetleges, megtanult magatartásforma. Általános volt a megkérdezettek között az a vélemény, hogy a korosztályuknak sokkal többet kéne hallani ezekről a problémákról, és igényük is lenne a gyakoribb párbeszédre a témával kapcsolatban. Szerintük már kisgyermek kortól kezdve kellene rendszeresen tanítani a gyerekeket a környezet megóvásához szükséges tevékenységekre, és tudatosan kellene megismertetni velük a téma fontosságát. A többség szerint azonban csupán a beszélgetéssel a generációjukra már nem lehet hatni, egyéb ösztönző eszközökre is szükség lenne. Olyan modern, a mai digitális generációknak megfelelő oktatási és marketing eszközökre lenne szükség, amikkel hatékonyabban megszólíthatók ők, a Z generáció tagjai.

5.3. A kérdőíves megkérdezés

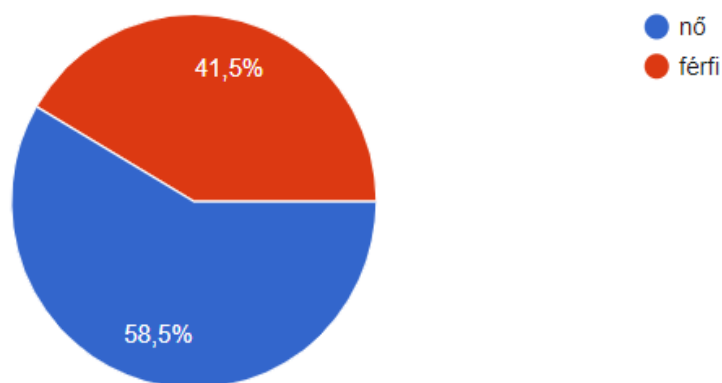
A kvalitatív kutatás eredményeinek elemzése után a kvantitatív kutatással megpróbáltam mélyebben feltárni a Z generáció ismereteit és motivációit a környezettudatosság, a fenntartható fejlődést iránt. Kíváncsi voltam, ténylegesen mennyi ismerettel rendelkeznek, és mennyire tudatos, a mindennapi tevékenységekbe valóban beépült cselekedetekkel rendelkeznek.

A kérdőívemet a Google Űrlapok segítségével készítettem el. A kérdőív elején bemutattam a megkérdezés célját, a kérdőív tematikáját, majd megköszöntem a segítséget.

5.3.1. A minta jellemzői

A kérdőívet összesen 248 fő töltötte ki. Előfordult azonban, hogy egyesek kihagyták egy-egy kérdés megválaszolását. A minta nem tekinthető reprezentatívnak, az alanyok véletlenszerűen lettek kiválasztva. A kitöltők között 103 férfi (41,5%) és 145 nő (58,5%) volt. A válaszadás során a nemek között túl nagy eltérés nem jelentkezett. Fontosnak tartottam, hogy mindkét nem véleménye tükröződjön, mert lehetnek a témának olyan szempontjai, melyeket a különböző nemű fiatalok másképpen élnek meg. (lásd 14. ábra)

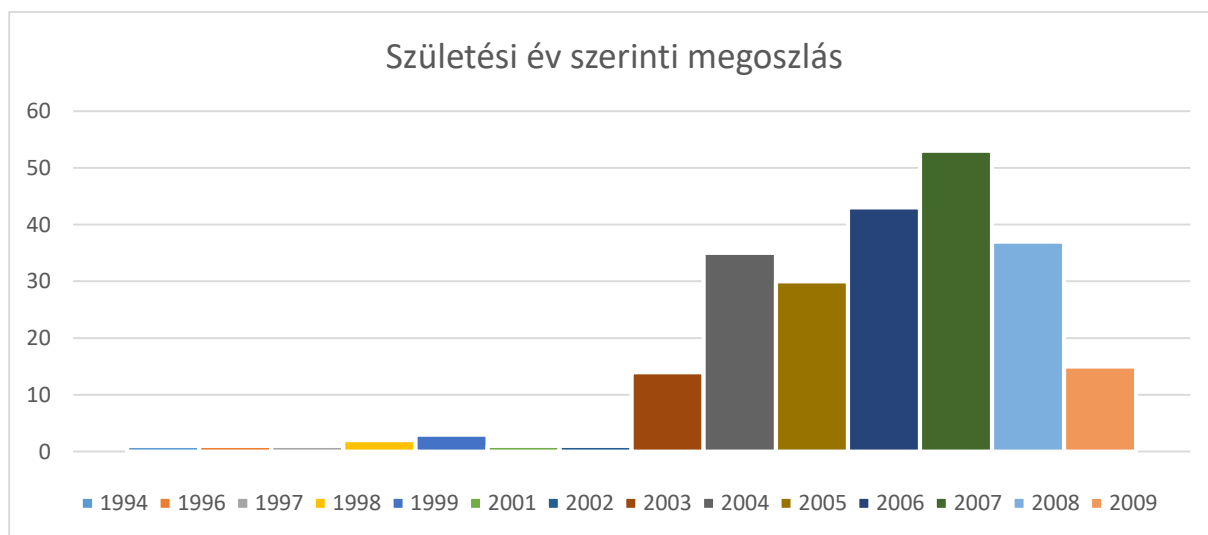
248 válasz



14. ábra A kérdőív kitöltőinek nemek szerinti aránya (%) N=248 fő

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés,

A kitöltők életkor szerinti megoszlását a 15. ábra mutatja. Ezt a kérdést a kérdőívre válaszolók 95,56% -a (237 fő) válaszolta meg értelmezhetően. Főképpen a 2003-2009-ben születetteket, vagyis a 21-15 éves korosztályt sikerült megszólítani a kérdőívvel. Ők a kitöltések 95,78%-át adták. Legnagyobb számban a 2006-2007-ben születettek töltötték ki a kérdőívet. Ők a válaszadók kicsit több, mint 40,5%-át tették ki. (40,5062%) (lásd 15. ábra)



15. ábra: A válaszadók életkor szerinti megoszlása (fő) (N=237 fő)

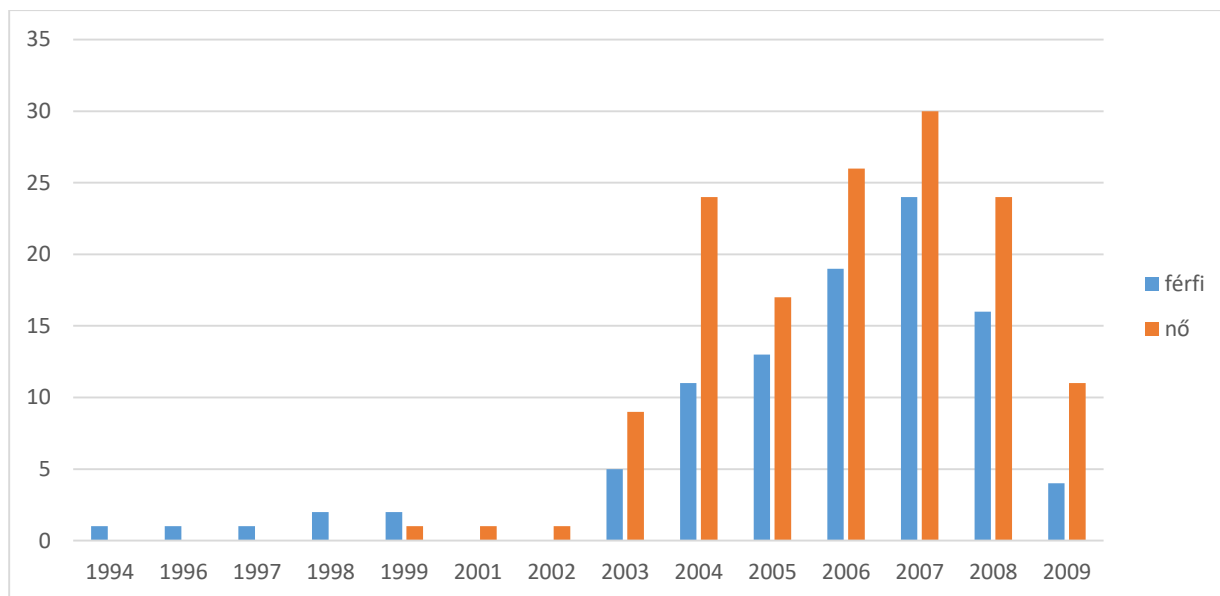
(forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

Az egyes években született női és férfi kitöltők számát az alábbi tábla és grafikon mutatja. A 2007-ben született nők kitöltése a legnagyobb számú, míg az 1998 előtt kitöltők mind férfiak. (lásd. 1. táblázat és 16. ábra)

Megnevezés	férfi	nő	összesen
1994	1		1
1996	1		1
1997	1		1
1998	2		2
1999	2	1	3
2001		1	1
2002		1	1
2003	5	9	14
2004	11	24	35
2005	13	17	30
2006	19	26	45
2007	24	30	54
2008	16	24	40
2009	4	11	15
Összesen	99	144	243

1. táblázat: A válaszadók életkor és nem szerinti megoszlása (fő) (N=243 fő)

(forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

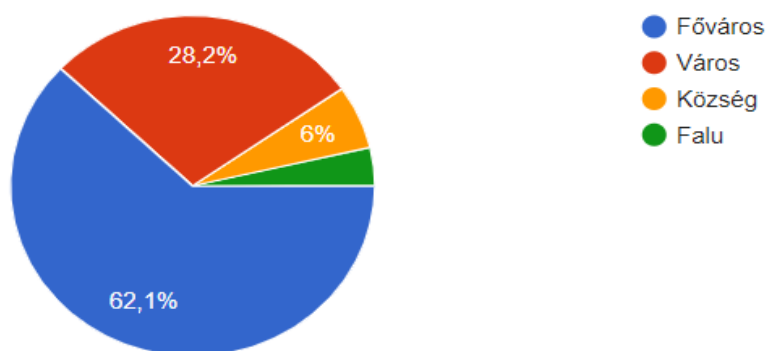


16. ábra: A válaszadók életkor és nem szerinti megoszlása (fő) (N=243 fő)

(forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A lakhelye kérdést két megközelítésből is vizsgáltam. Az első kérdés arra vonatkozott, vajon milyen településen lakik a válaszadó. Ez alapján elmondható, hogy a kitöltők 62,1%-a (154 fő) a fővárosban, további 28,2%-a (70 fő) pedig egyéb városban lakik. A válaszadók 6%-a (15 fő) községben, és csupán 3,6%-a (9 fő) él faluban. (lsd.17. ábra)

248 válasz

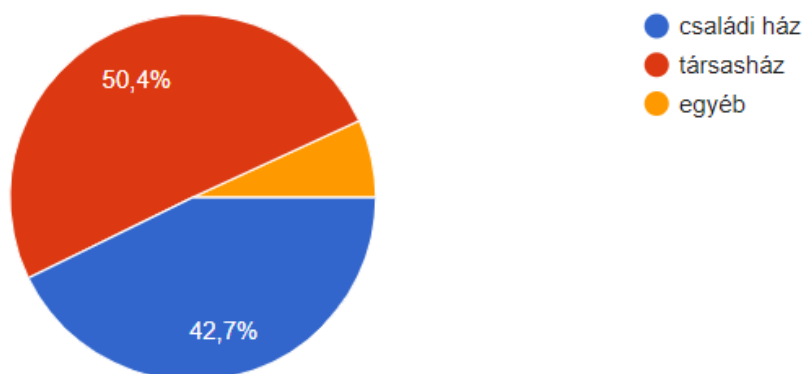


17. ábra: A válaszadók lakhely szerinti megoszlása a település jellege szerint (%) (N=248 fő)

(forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A második lakóhelyre vonatkozó kérdés a lakókörnyezetre vonatkozott. A megkérdezettek fele 50,4% (125 fő) társasházban, míg további 42,7%-a (106 fő) családi házban él. Az egyéb lehetőséget 6,9% (17 fő) jelölte meg. (lsd.18. ábra)

248 válasz



18. ábra: A válaszadók lakhely szerinti megoszlása a ház jellege szerint (%) (N=248 fő)

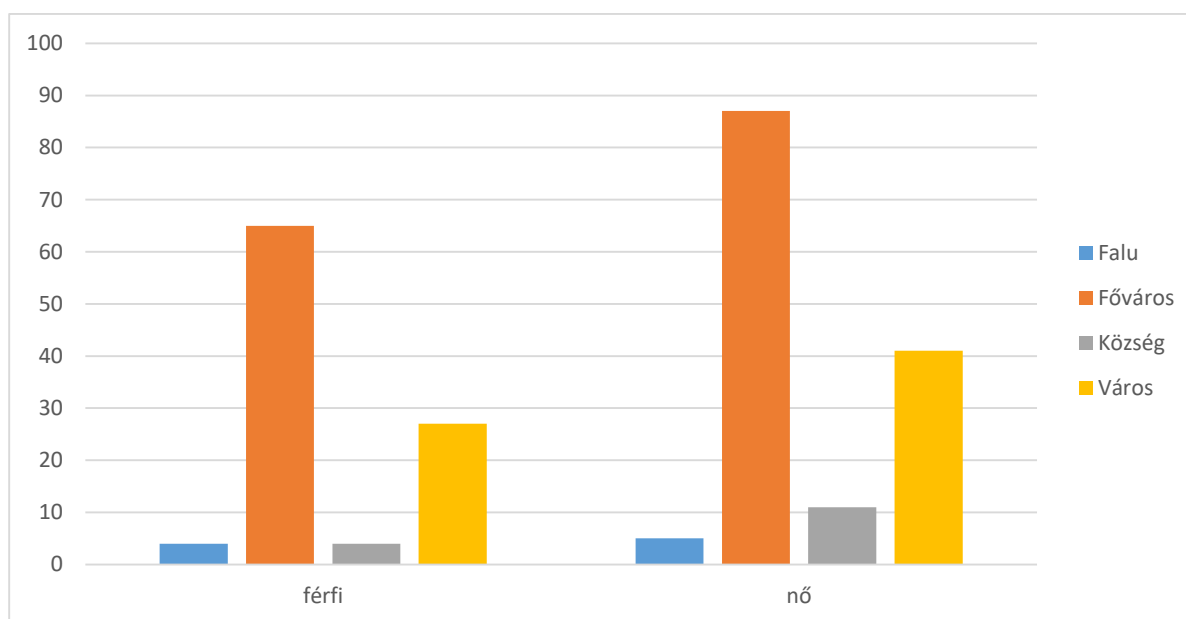
(forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A nemek és a lakóhely együttes megoszlását az alábbi tábla és oszlopdiagram mutatja. Legnagyobb számban a fővárosban lakó lányok, míg legkisebb számban a faluban illetve községben lakó férfiak töltötték ki a kérdőívet. (lsd. 2. táblázat és 19. ábra)

Megnevezés	Falu	Főváros	Község	Város	Végösszeg
férfi	4	65	4	27	100
nő	5	87	11	41	144
Összesen	9	152	15	68	244

2. táblázat: A válaszadók lakhely és nem szerinti megoszlása (%) (N=244 fő)

(forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

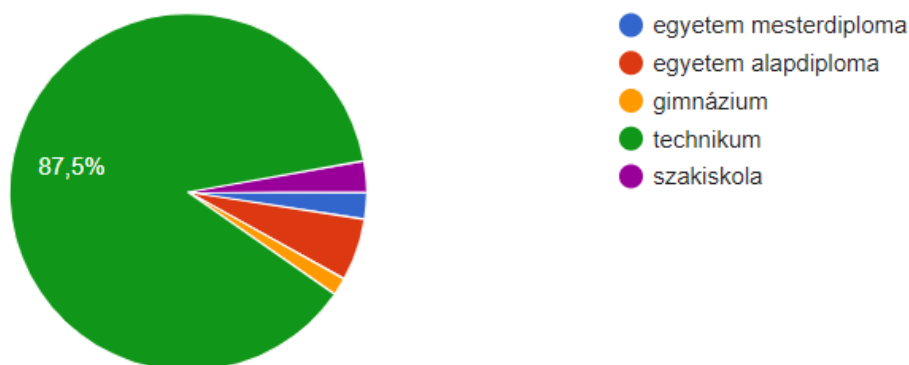


19. ábra: A válaszadók lakhely és nem szerinti megoszlása (%) (N=244 fő)

(forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A jelenlegi tanulmányokra, vagy a legmagasabb iskolai végzettségre vonatkozó kérdésnél a kitöltők 87,5%-a (217 fő) technikumi, 1,6% (4 fő) gimnáziumi 2,8% (7 fő) szakiskolai középiskolai tanulmányokat folytat, vagy végez jelenleg. Összesen 8% (20 fő) azonban felsőfokú tanulmányokat 5,6% (14 fő) alap, 2,4% (6 fő) mesterképzést folytat, vagy végzett. (lsd.20. ábra)

248 válasz



20. ábra: A válaszadók legmagasabb iskolai végzettség szerinti megoszlása (%) (N=248 fő)

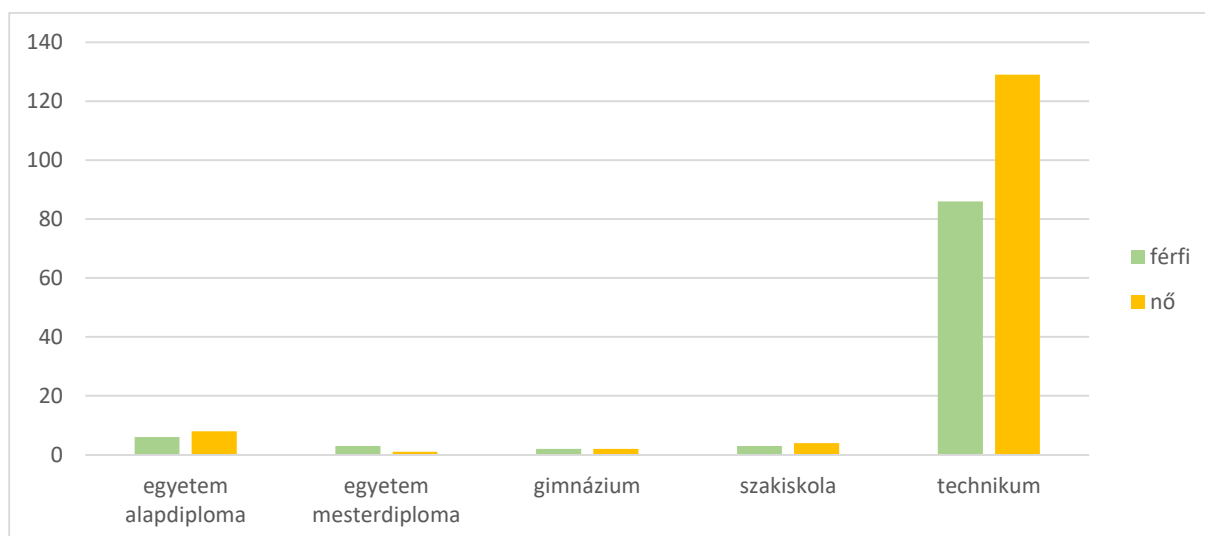
(forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A nemek iskolai végzettségei szerinti megoszlásából láthatjuk, hogy a technikumban tanuló nők képviselik a legnagyobb kitöltöttséget. (lsd. 3. táblázat és 21. ábra)

Megoszlás	férfi	nő	Összesen
egyetem alapdiploma	6	8	14
egyetem mesterdiploma	3	1	4
gimnázium	2	2	4
szakiskola	3	4	7
technikum	86	129	215
Összesen	100	144	244

3. táblázat: A válaszadók nemek és legmagasabb iskolai végzettség szerinti megoszlása (%) (N=244 fő)

(forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)



21. ábra: A válaszadók nemek és legmagasabb iskolai végzettség szerinti megoszlása (%)
(N=244 fő)

(forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

5.3.2. Általános kérdések a környezettudatossággal kapcsolatban

Először pár általános kérdést tettem fel a témával kapcsolatban. Az első két kérdés a kvalitatív kutatást kiegészítendő, szöveges válaszokat várt a kérdőív kitöltőitől. Arra voltam kíváncsi, vajon a válaszadók mennyire vannak tisztában a környezettudatosság és a fenntartható fejlődés fogalmával.

A Z generáció általános véleménye a környezettudatos életmód jelentéséről.

A kérdést harmincan nem válaszolták meg. Legtöbben csak pár gondolatot írtak, rövid, egyszavas válaszokat adtak, melyek közül a leggyakoribb a környezet védelmével és a személtelés kerülésével vagy a szelektív gyűjtésével azonosította a környezettudatosságot. A vélemények egy részében megjelenik ugyan a „fenntarthatóbb megoldás” vagy a „környezettudatos viselkedés” kifejezés, de ezeket nem részletezi a válaszadó. A legátfogóbb értelmezés így hangzik: „A környezettudatos viselkedés a környezetvédelem érdekében való tettek összessége. Környezettudatos az, aki például szelektíven gyűjti a hulladékot, vagy újrahasznosítja azon termékeket, amelyek károsak a környezetre. Az egészséges étkezés és a feldolgozott hústól való eltávolodást is lehet nevezni környezettudatosnak, hiszen annak

előállítás nem fenntartható. Az étel-miszer pazarlásának csökkentése szintén hozzájárul a környezettudatos viselkedéshez. A tudatos vásárlás, szelektálás csak kisebb tevékenységek, amellyel tehetünk a bolygónkért, azonban minél többen folytatjuk ezeket a tevékenységeket, annál hatékonyabban leszünk képesek lelassítani a globális felmelegedést.”

Az alábbi táblázat a válaszokban megjelenő leggyakoribb kifejezéseket és azok gyakoriságát mutatja (ld. 4. táblázat):

Kifejezés, gondolatok	Gyakoriság a válaszokban (db)
szemét	65
környezet	67
szelektív	44
hulladék	20
föld	16
tudat	15
vásárlás	14
újrahasznosítás	10
műanyag	9
természet	8
bolygó	7
környezettudatos	7
pazarlás	6
fenntarthatóság	5
tömegközlekedés	5
felesleg	4
víz	3
autó	3
felelősség	3
erőforrás	3
szennyező/káros anyag	2
mások	2
jövő	2
nem tudom	2
takarékosság	1

4. táblázat A válaszokban megjelenő leggyakoribb fogalmak

(forrás: saját kutatás és szerkesztés, 2024)

A leggyakrabban szereplő kifejezésekből látható, hogy a hulladék kezelése, szelektív gyűjtése leginkább az a gondolat, amivel a környezettudatosságot azonosítják. Mellette azonban a Föld védelme, a tudatosság, újrahasznosítás mint fogalom is megjelenik.

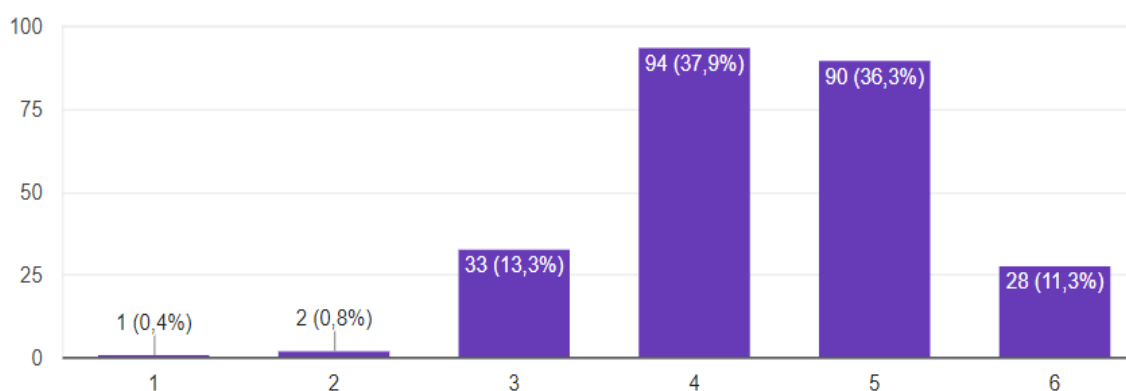
A Z generáció által meghatározott fenntartható fejlődés fogalma.

A környezettudatosság megfogalmazásához képest a fenntartható fejlődést még kevésbé ismerik és tudják definiálni a generáció tagjai. 41 fő (16,5%) nyilatkozott úgy, hogy nem tudja szavakba önteni, vagy nem ismeri a fogalmat. További 103 fő (41,5%) nem írt választ a kérdésre. Azoknak a mondataiban, akik érdemben megválaszolták a kérdést, nagyon jól megfogalmazott gondolatok vannak, melyekben megjelenik a jövő iránti elkötelezettség, a mértékletesség, és a csupán a szükségleteket kielégítő fogyasztás gondolata is. Ez azért örömteljes, mert a fiataloknak bár még csak kisebb része, de már érdeklődik, vagy már tisztában is van a fenntarthatóság fogalmával.

A Z generáció véleménye a hazai környezetszennyezés problémájának súlyosságáról

A válaszadóknak egy 6-fokú skálán (1-egyáltalán nem okoz gondot, 6-nagyon fontos, sürgető probléma) kellett jelölniük, hogy véleményük szerint napjainkban Magyarországon mennyire komoly probléma a környezetszennyezés. Ahogy azt már a kvalitatív kutatás és a korábbi általános kérdések után sejteni lehetett, a fiatalok 85,48%-a (212 fő) szerint ez komoly feladat hazánkban. 28 fő (11,3%) a legmagasabb értéket adta a környezetszennyezés súlyosságára, és csupán 3 fő (1,2%) szerint elhanyagolható a kérdés. (Isd.22. ábra)

248 válasz



22. ábra A környezetszennyezés problémájának nagysága Magyarországon (%) N=248 fő
(Megjegyzés: 1= egyáltalán nem okoz gondot, 6 = nagyon fontos, sürgető probléma)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A fenti grafikon alapján a válaszadók átlagosan 4,427-re értékelték a téma súlyosságát. (lsd. 5. táblázat)

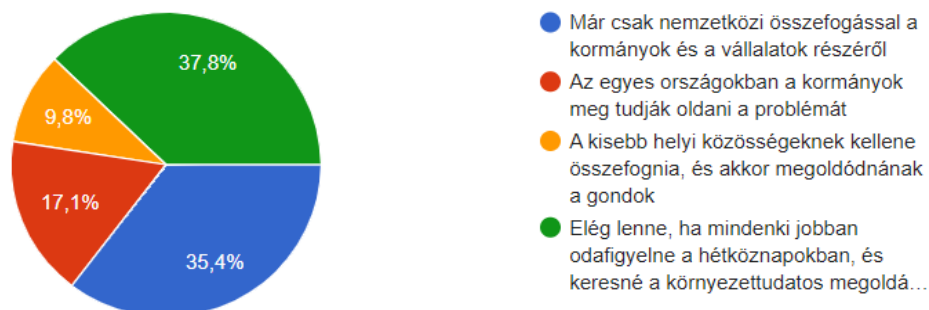
Értékek	Magyarországon Ön szerint mennyire komoly probléma a környezetszennyezés?
1	1
2	2
3	33
4	94
5	90
6	28
Összesen	248
Átlag	1098 48 = 4,427

5.táblázat A válaszadók véleménye alapján a környezetszennyezés problémájának átlagos nagysága (%) N=248 fő

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A következő kérdés a megoldásokra vonatkozott. Négy lehetőséget adtam meg, ezek közül kellett a legszimpatikusabbat kiválasztani. A válaszolók 73,2%-a két nagyon eltérő választ adott a kérdésre, amely szinte egyforma arányban oszlott meg az alábbi két lehetőség között. 37,8% (93 fő) szerint elég lenne, ha mindenki jobban odafigyelne a mindennapokban, vagyis a kérdés még megoldható véleményük szerint az egyén (háztartás) szintjén. 35,4% (87 fő) véleménye azonban az, hogy már csak a kormányok és a vállalatok nemzetközi szintű összefogásával orvosolható a probléma.. (lsd.23. ábra)

246 válasz

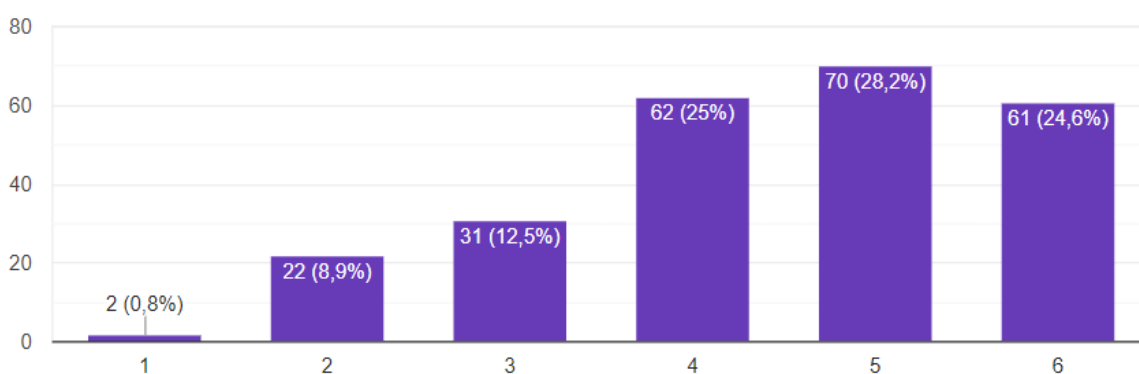


23. ábra A környezetszennyezés problémájának megoldási lehetőségei (%) N=246 fő

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A fenti kérdés alapján, kíváncsi voltam, függetlenül attól, hogy az előbb hogyan vélekedtek a környezeti problémák megoldásáról mekkora szerepet tulajdonítanak az egyénnek. Hiszen ez nagyban befolyásolja az ő hozzáállásukat és gondolkodásmódjukat is. Bár az előző kérdésnél a probléma megoldását csupán kicsit több mint a válaszadók egyharmada látta az egyénben, ennél a kérdésnél mégis az derült ki, hogy szerintük nagy szerepe van az egyes embernek a környezeti gondok csökkentésében. Egynegyedük (25%, 62 fő) 4-es, kicsivel ennél több, 28,2% (70 fő) 5-ös, 24,6% (61 fő) pedig a legmagasabb 6-os értéket jelölte meg azon a skálán, ahol az 1 - egyáltalán nincs szerepe, a 6 – nagyon sokat tehet érte jelentéssel bírt. (Isd.24. ábra)

248 válasz

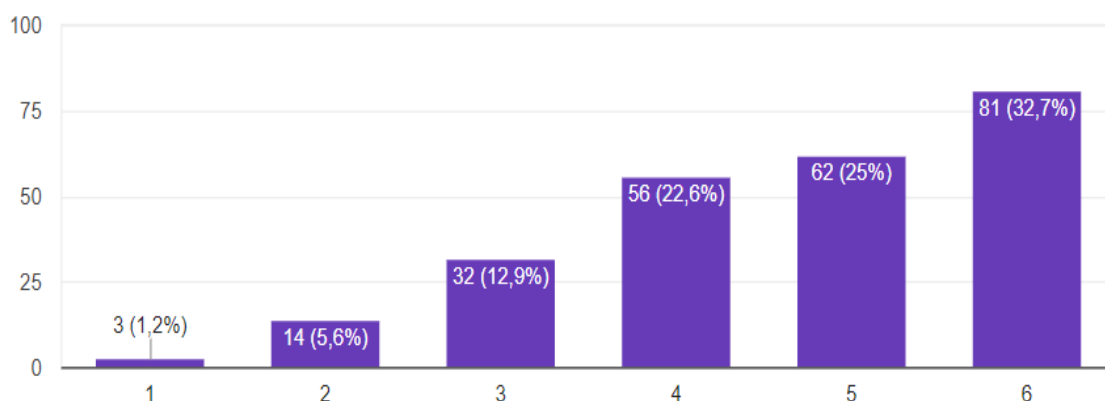


24. ábra Az egyén szerepének fontossága a környezeti problémák csökkentésében (%) N=248 fő
(Megjegyzés: 1= egyáltalán nincs szerepe, 6 = nagyon sokat tehet érte)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

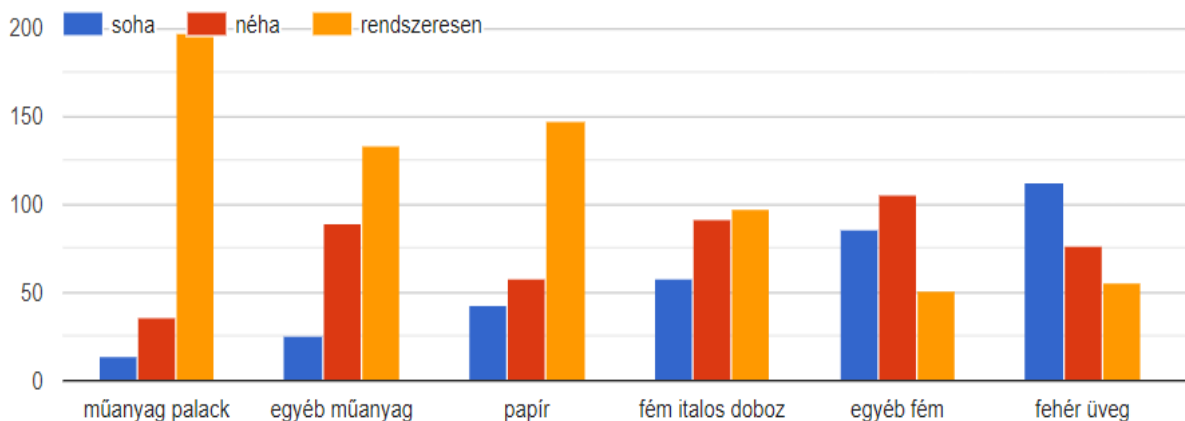
Az pedig még érdekesebb kérdés volt, hogy a fiatalok hozzáállását a környezettudatosság kérdésköréhez, milyen fontosnak minősítik a válaszadók. Az alábbi oszlopdiagramról jól leolvasható, hogy a generáció tagjainak nagyobb része szerint (119 fő 80,24%) gondot okoz a fiatalok hozzáállása a gondok csökkentéséhez vagy megoldásához. Csúpn 3 fő (1,2%) gondolta úgy, hogy az napjainkban egyáltalán nem fontos probléma. (Isd.25. ábra)

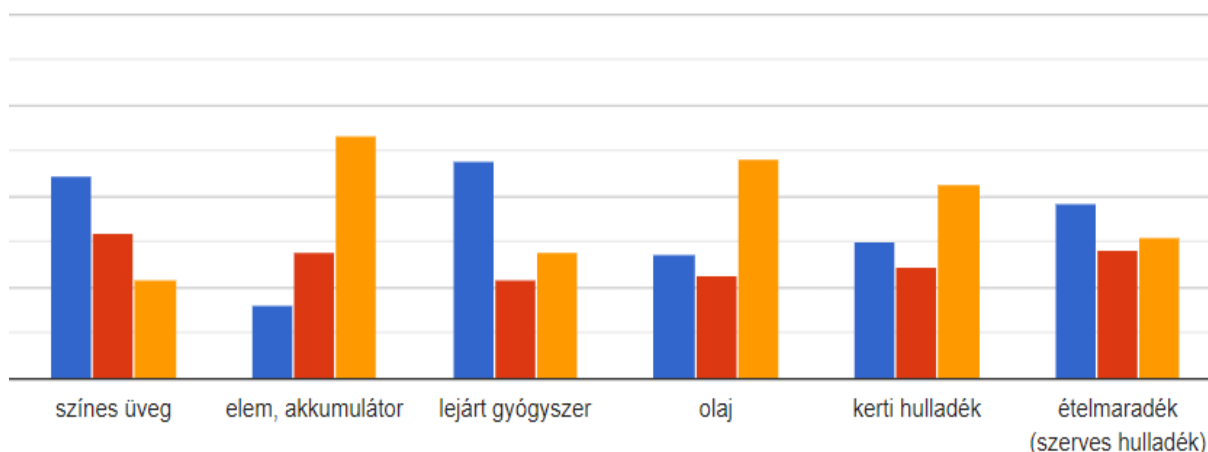
248 válasz



25. ábra A fiatalok hozzáállásának problémája (%) N=248 fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem fontos probléma, 6 = nagyon fontos probléma)
(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A következő kérdések már konkrétan a generáció tagjainak viselkedésére vonatkoztak. A kvalitatív kutatás során már sejteni lehetett, hogy a legfontosabb téma a környezettudatossággal kapcsolatban a hulladék kezelése, ezért először a szelektív gyűjtésre kérdeztem rá. 12 féle külön kezelhető dologra kérdeztem rá, és a gyűjtés rendszerességét 3 fajta módon határozhatták meg a válaszadók: sohasem gyűjti, néha gyűjti vagy rendszeresen gyűjti szelektíven. Szelektíven a műanyag palackot 197 fő (79,76%), a papírt 147 fő (59,5%) gyűjtik rendszeresen, az egyéb fémeket 86 fő (35,4%) illetve a színes 111 fő (45,3%) és fehér üveget 113 fő (45,9%) a legritkábban. (lsd. 26. ábra)





26. ábra A Z generáció szelektív szemétgyűjtése az egyes termékekből (db) N=247 fő
(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

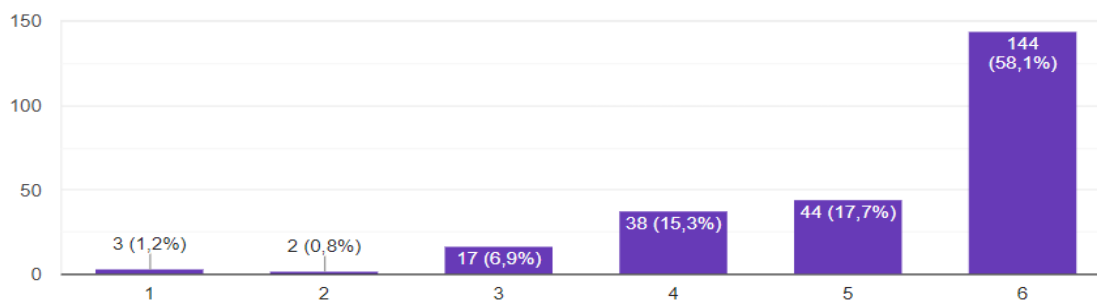
5.3.3. A Z generáció környezettudatosságára vonatkozó részletes kérdések

A kérdőív harmadik részében Likert-skála segítségével konkrét, a környezettudatos viselkedésre vonatkozó kérdésekkel próbáltam a Z generáció motivációjára, hozzáállására, viselkedésére rákérdezni. A skálán 6 érték szerepelt, hogy a semleges, középső érték megadása elkerülhető legyen. Így mindenképpen valamilyen irányban el kellett mozdulni a válaszadás során.

Azokat a problémákat, melyekről gyakran hallani a hétköznapiakban a különböző online és egyéb média felületeken, a várakozásnak megfelelően sokan gondolták fontos kérdésnek. Itt a válaszadók kiugróan magas százaléka jelölte meg a legmagasabb 6-os értéket a többivel szemben. Ilyen kérdések voltak az ivóvízkészletek és a természetes vizek szennyeződése, az emberi élettér drasztikus növekedése, a túlnépesedés, az erdők irtása, a globális felmelegedés.

Arra a kérdésre, hogy az ivóvízkészletek szennyeződése mennyire fontos gond napjainkban, a megkérdezettek 58,1%-a (144 fő) a legmagasabb értéket adta, de további 17,7% (44 fő) csupán eggyel kevesebbre értékelte a víz tisztaságának fontosságát. (lsd. 27. ábra)

248 válasz

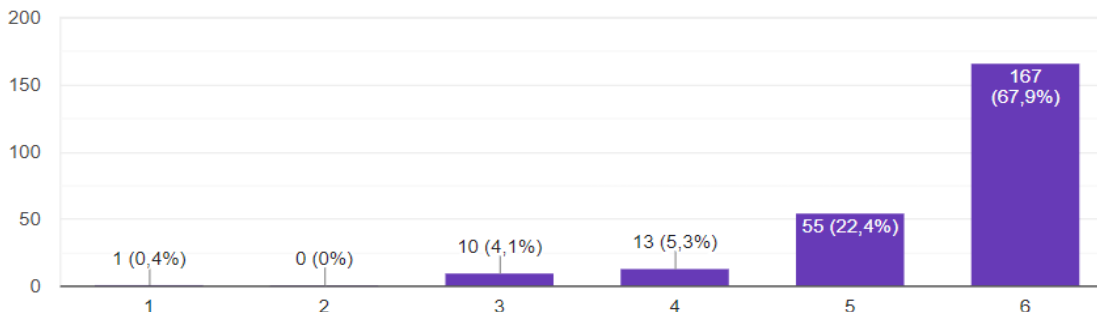


27. ábra Az ivóvíz szennyeződés problémájának fontossága (%) $N=248$ fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem fontos probléma, 6 = nagyon fontos probléma)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A természetes vizek szennyeződésének problémáját még az ivóvíznél is komolyabb gondnak jelölték, mivel az előző kérdés két legnagyobb értékét összesen 188 fő (75,8%), addig a természetes vizeknél a két legnagyobb értéket összesen 222 fő (90,3%) jelölte meg. (ld. 28. ábra)

246 válasz

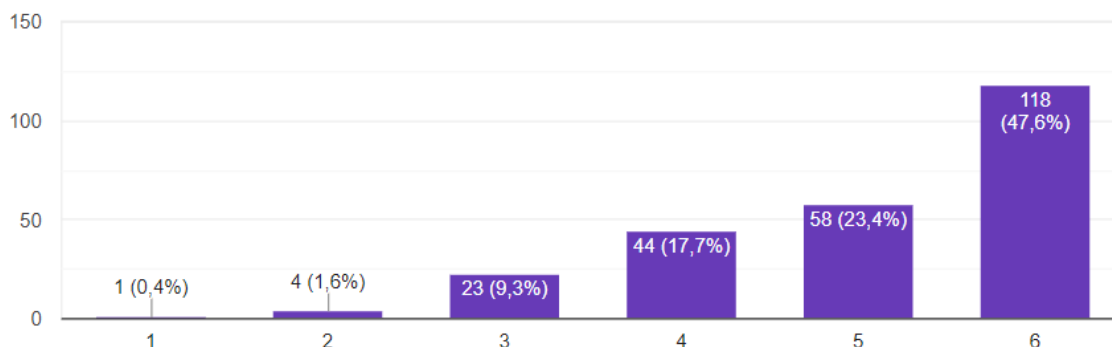


28. ábra A természetes vizek szennyezésének problémája (%) $N=246$ fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem fontos probléma, 6 = nagyon fontos probléma)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

Az emberi léttér terjeszkedésének növekedése a természet kárára, vagyis az állati élőhelyek visszaszorítása a Z generáció megkérdezettjei szerint, szintén egyöntetűen komoly gondot jelent. Összesen csupán 28 fő (11,3%) jelölte ezt a három alacsonyabb skálafokozattal. Majdnem a fele válaszadó, 47,6% (118 fő) szerint azonban, ez a legmagasabb, 6-os szintű probléma. (ld.29. ábra)

248 válasz

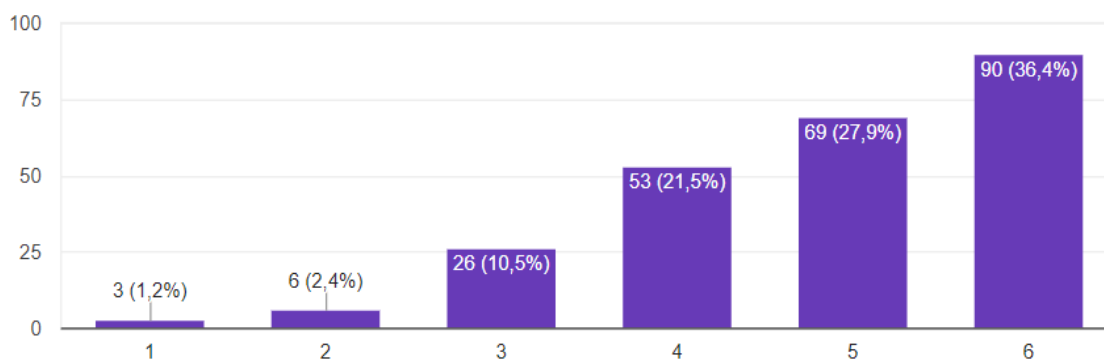


29. ábra Az emberi környezet növekedése az élővilág kárára (%) N=248 fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem fontos probléma, 6 = nagyon fontos probléma)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A népességnövekedést, a túlnépesedést valamivel többen értékelték alacsonyabb szintre. Míg a legnagyobb értékre 28 fővel kevesebben, 90 fő (36,4%), addig az 5-ös értékre 11 fővel többen, 69 fő (27,9%) a 4 értékre 9 fővel többen 53 fő (21,5%), 3-as értékre 3 fővel (1,2%) többen szavaztak. (lsd.30. ábra)

247 válasz



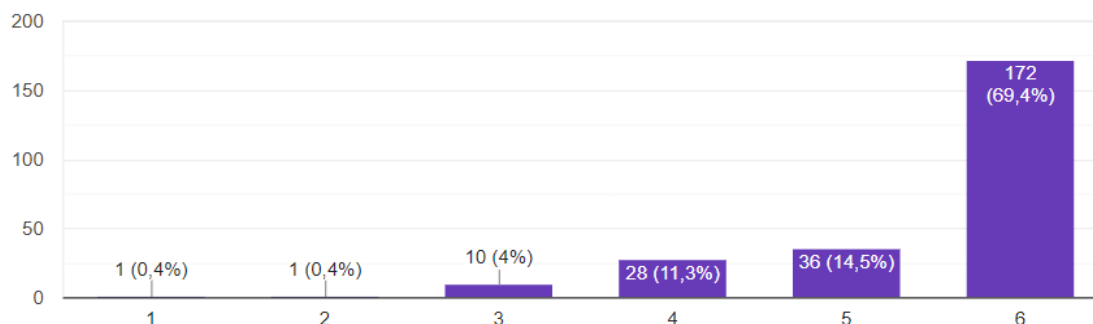
30. ábra A népesség növekedés, túlnépesedés problémája (%) N=247 fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem fontos probléma, 6 = nagyon fontos probléma)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A következő két kérdésben megint nagyon egyhangúan az volt a vélemény, hogy ez nagyon nagy gond napjainkban. Az erdők irtásának folyamatát 69,4% (172 fő) a globális felmelegedést pedig 64% (158 fő) tartotta nagyon súlyos gondnak. Az erdők irtását 12-en (4,8%), a globális

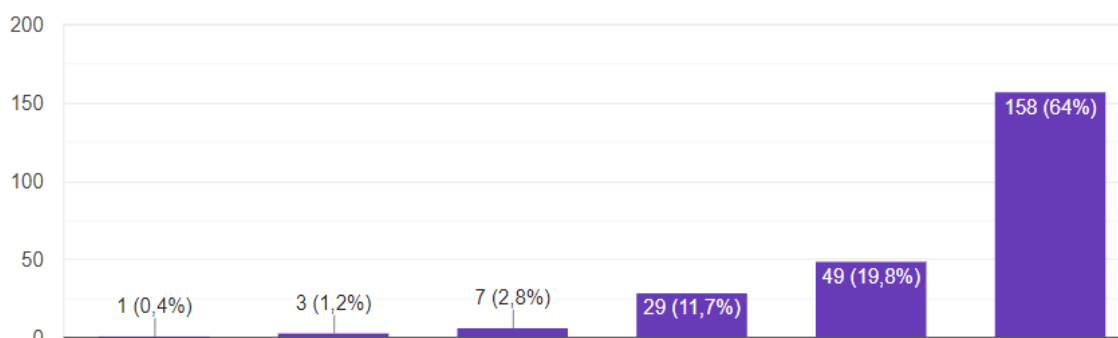
felmelegedést 11-en (4,4%) nem tekinti gondnak, mivel 3-t vagy annál kisebb értéket adott rá. (lsd. 31, 32. ábra)

248 válasz



31. ábra Az erdők irtásának problémája (%) N=248 fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem fontos probléma, 6 = nagyon fontos probléma)
(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

247 válasz

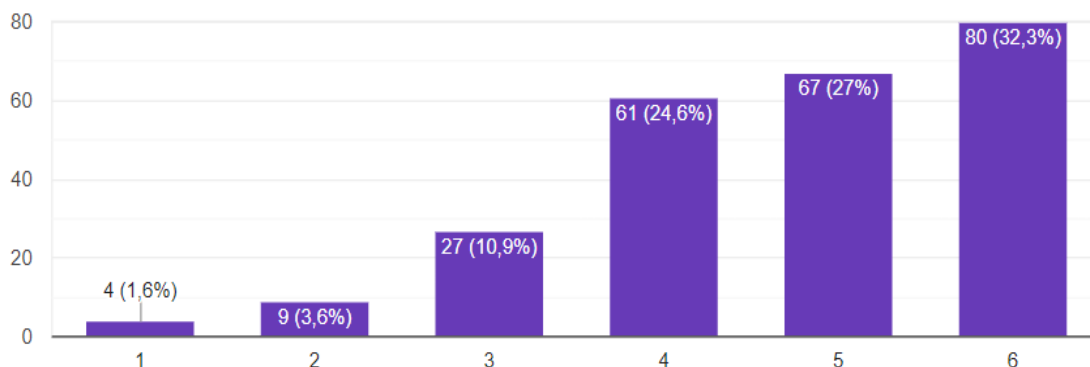


32. ábra A globális felmelegedés problémája (%) N=247 fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem fontos probléma, 6 = nagyon fontos probléma)
(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A következő szempontok során továbbra is azt lehet megfigyelni, hogy egyre többen jelölték az egyre magasabb értékeket. A gépkocsik környezetszennyezése, az élelmiszerpazarlás vagy a felesleges fogyasztás, az ózonréteg vékonyodása és a talajerózió is ilyen kérdés volt.

A gépkocsik környezetszennyezését a válaszadók nagyobb fele gondolta komoly problémának, mivel 83,87% (208 fő) 4-est, vagy annál magasabb értéket jelölt meg. Közülük is 80 fő, 32,3% szerint ez nagyon komoly probléma, a legmagasabb értéket jelölte. (lsd.33. ábra)

248 válasz

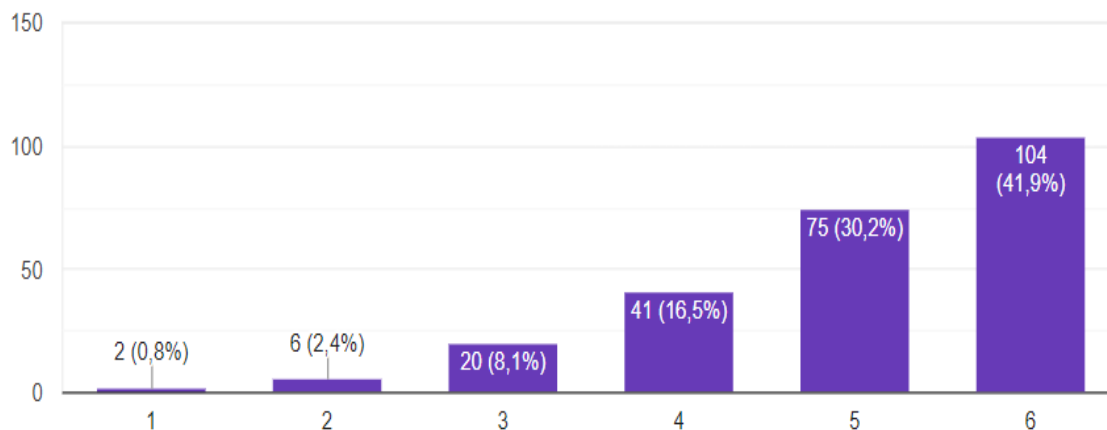


33. ábra A gépkocsik környezetszennyező tevékenységének fontossága (%) N=248 fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem fontos probléma, 6 = nagyon fontos probléma)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

Az élelmiszerpazarlást összesen 220 fő (88,7%), a nagy mennyiségű, felesleges fogyasztást összesen 208 fő (83,87%) értékelte a közepesnél komolyabb gondnak. (Isd.34, 35. ábra)

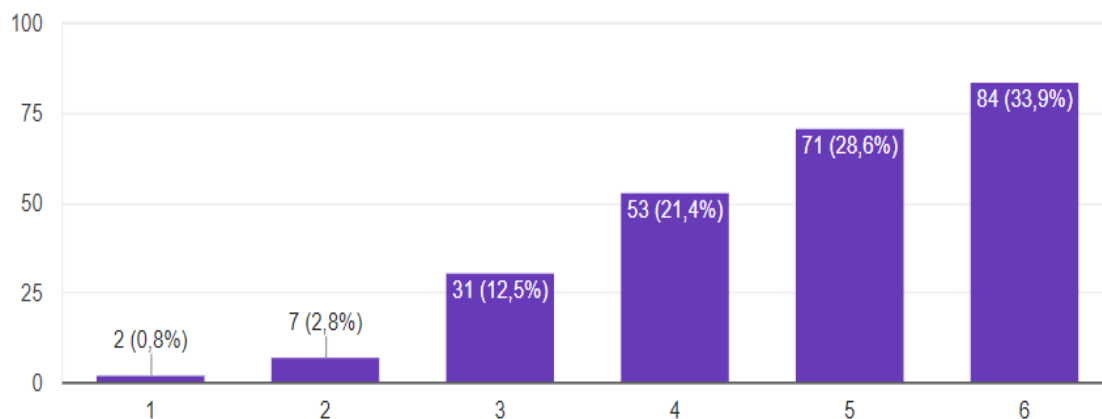
248 válasz



34. ábra Az élelmiszerpazarlás problémája (%) N=248 fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem fontos probléma, 6 = nagyon fontos probléma)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

248 válasz

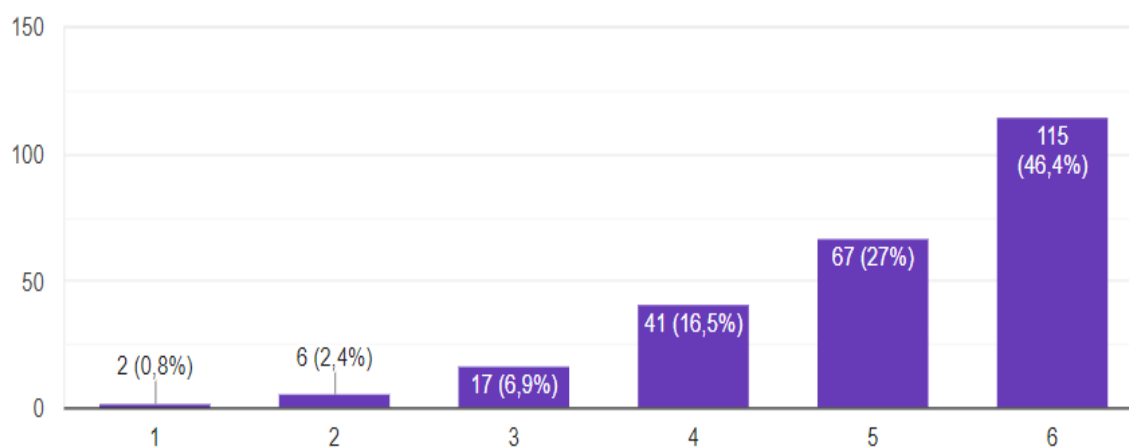


35. ábra A sok és felesleges fogyasztás problémája (%) N=248 fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem fontos probléma, 6 = nagyon fontos probléma)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

Az előzőekhez hasonló az ózonréteg csökkenésének és a talajerózióknak a kérdésköre is. Az ózonréteg csökkenését a megkérdezettek majdnem fele, 46,4% (115 fő), a talajerózió problémáját közel egyharmada, 32,5% (80 fő) tekinti nagyon fontos gondnak (ld. 36, 37. ábra)

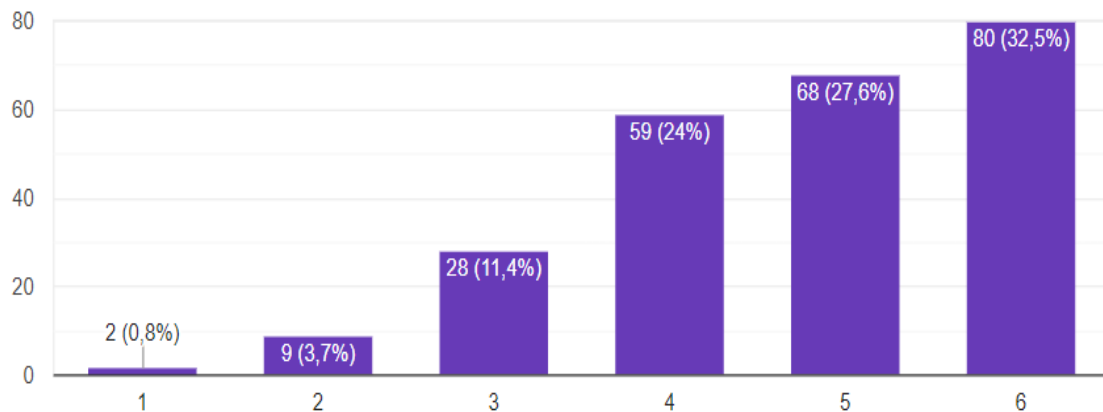
248 válasz



36. ábra Az ózonréteg csökkenésének problémája (%) N=248 fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem fontos probléma, 6 = nagyon fontos probléma)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

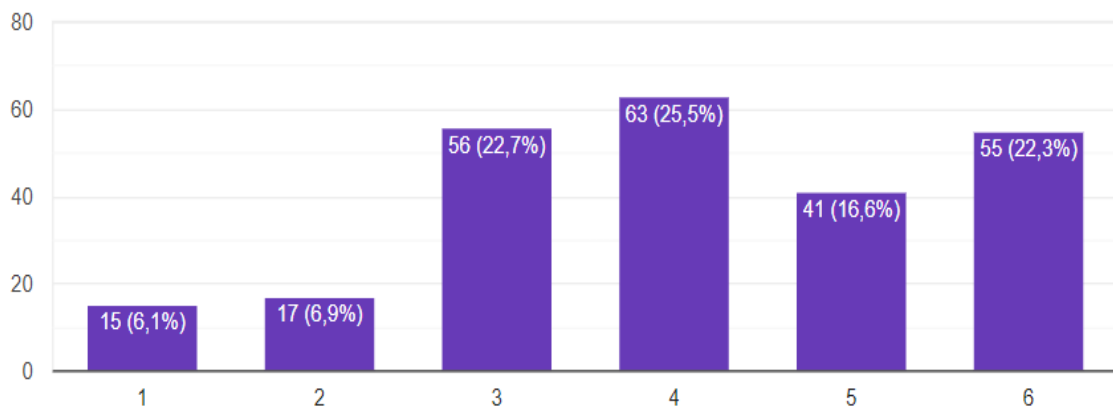
246 válasz



37. ábra A talajerózió, talajpusztulás problémája (%) N=246 fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem fontos probléma, 6 = nagyon fontos probléma)
(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

Jobban megosztotta a véleményeket az állati részekből előállított termékek kérdése. Összesen 13% (32 fő) ezt nem tartja fontos gondnak, az 1-es és 2-es értéket megjelölve, és további, összesen 48,2 % (119 fő) is csak a középső két skála értéket választotta. Csupán 22,3% (55 fő) gondolta úgy, hogy ez nagyon komoly problémát jelent napjainkban. (Isd.38. ábra)

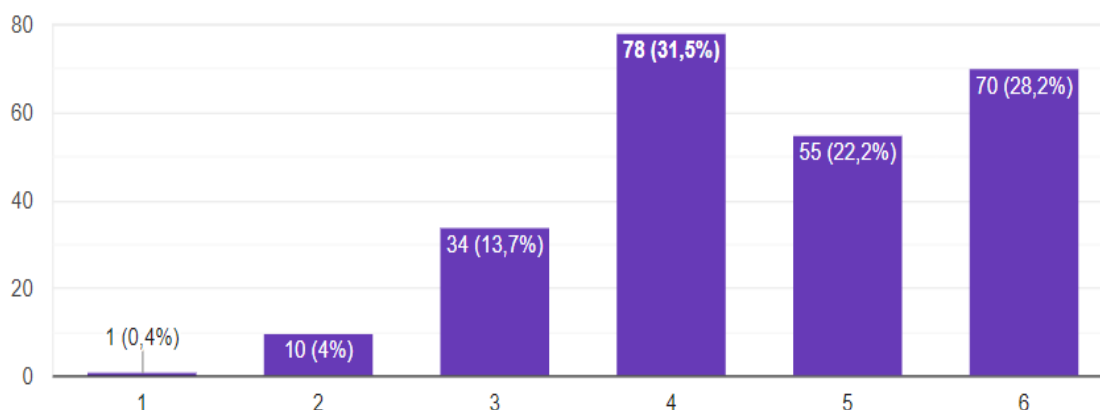
247 válasz



38. ábra Termékek állati részekből előállításának problémája (%) N=247 fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem fontos probléma, 6 = nagyon fontos probléma)
(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A gazdasági növekedés környezetre gyakorolt hatása szintén megosztotta a válaszadókat. Legtöbben, 78 fő (31,5%) a 4-es fokozatot jelölte meg, valamivel kevesebben, 70 fő (28,2%) a 6-ost, és még valamivel kevesebben, 55 fő (22,2%) az 5-ös fokozatot. Mivel azonban a skála kisebb értékeit összesen csak 45 fő, (18,1%) vagyis kevesebb, mint a válaszadók egyötöde jelölte, így elmondható, hogy ezt is egyre nagyobb gondnak tekintik a fiatalok. (lsd.39. ábra)

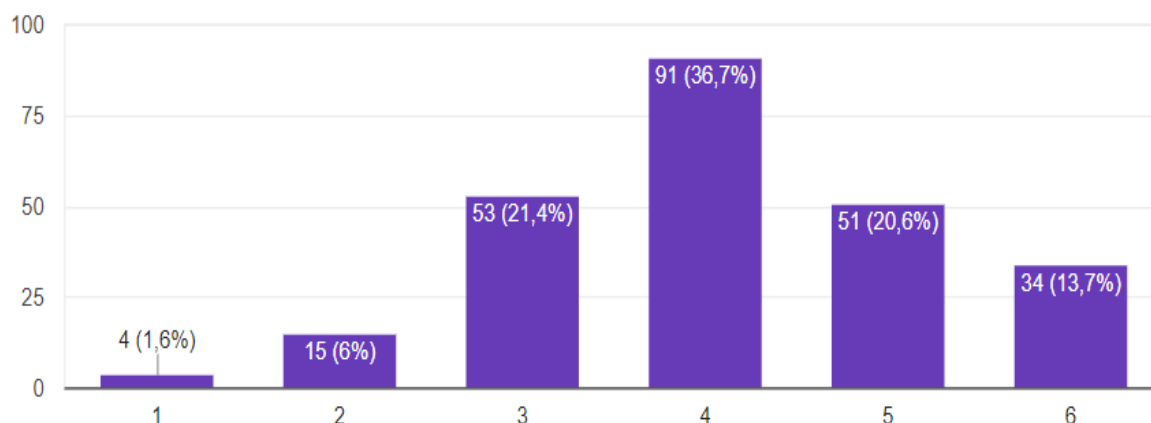
248 válasz



39. ábra A gazdasági növekedés környezetre gyakorolt hatásának problémája (%) N=248 fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem fontos probléma, 6 = nagyon fontos probléma)
(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A következő két kérdésnél a középső értékek kapták a legtöbb jelölést. A környezetvédelemben a növényvédőszer szerepét a legtöbben 91 fő (36,7%) 4-es értékre, további 53 fő (21,4%) 3-as értékre minősítette. (lsd.40. ábra)

248 válasz

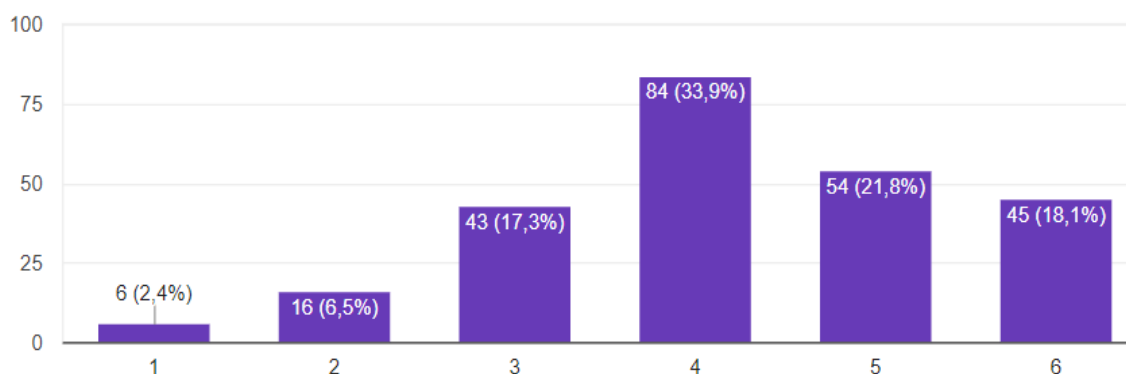


40. ábra A növényvédőszeres használatának problémája (%) N=248 fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem fontos probléma, 6 = nagyon fontos probléma)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A villamosenergia pazarlásának értékelésekor szintén a négyes skálaértéket jelölték a legtöbben, a megkérdezettek egyharmada (84 fő, 33,9%). (Isd.41. ábra)

248 válasz

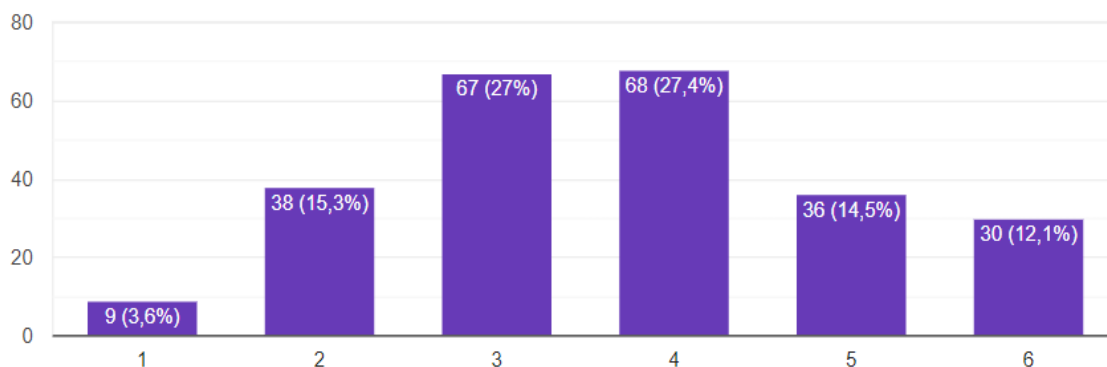


41. ábra A villamosenergia pazarlás problémája (%) N=248 fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem fontos probléma, 6 = nagyon fontos probléma)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

Az előzőtől kicsit eltérően, a zajártalom vizsgálatakor a 3-as és a 4-es skálaértéket szinte teljesen egyformán sokan jelölték meg, 67 illetve 68 fő (27% illetve 27,4%). (Isd.42. ábra)

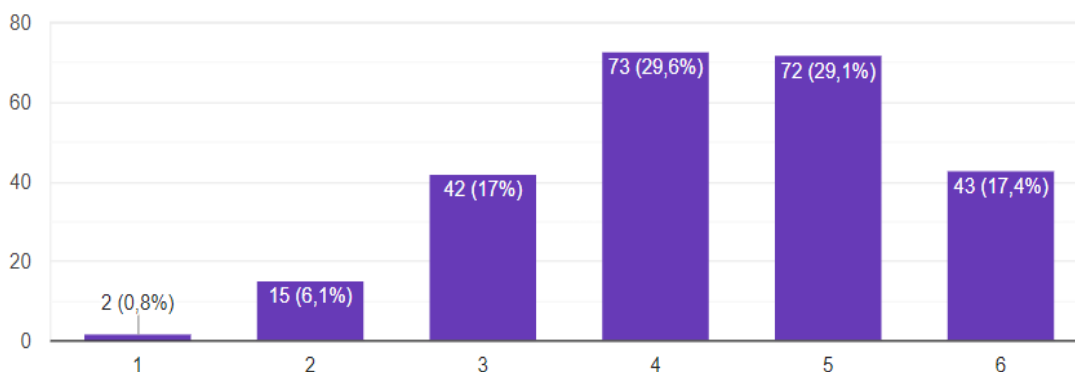
248 válasz



42. ábra A zajártalom problémája (%) $N=248$ fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem fontos probléma, 6 = nagyon fontos probléma)
(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A háztartási szemét kezelését a megkérdezettek több mint fele, egyenletesen elosztva 73 fő (29,6%) 3-asra és 72 fő (29,1%) 4-esre értékelte. A megkérdezettek majdnem egynegyede szerint, 59 fő (23,9%) azonban ez kisebb probléma hiszen a három alsóbb értéket jelölték. (ld.43. ábra)

247 válasz

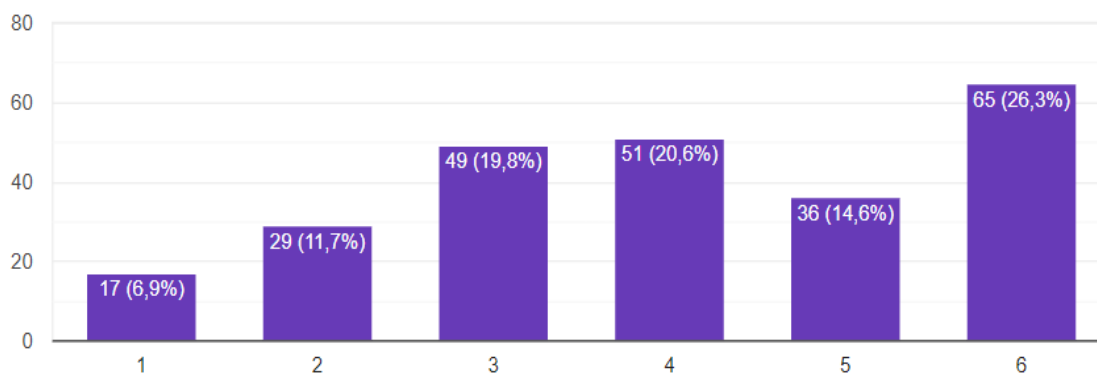


43. ábra A háztartási hulladék helytelen kezelésének problémája (%) $N=247$ fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem fontos probléma, 6 = nagyon fontos probléma)
(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A dohányzás környezetre gyakorolt hatásának megítélése volt az egyik legmegosztóbb kérdés. Bár a legtöbben, 65 fő (26,3%) itt is a legmagasabb értéket jelölte meg, de jól látszik, hogy csak

kicsivel kevesebben értékelték 4-esre (51 fő 20,6%) illetve 3-asra (49 fő 19,8%) a problémát. (lsd.44. ábra)

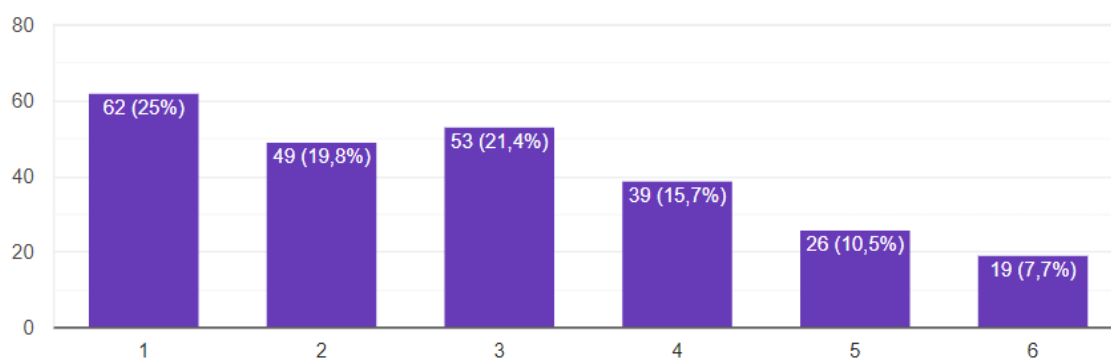
247 válasz



44. ábra A dohányzás problémája (%) $N=247$ fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem fontos probléma, 6 = nagyon fontos probléma)
(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A húsfogyasztás az egyetlen olyan kérdés, melynél fordított sorrendet mutat a válaszok grafikonja. Csak nagyon kevesen, összesen 84 fő (33,87%) értékelte az átlagnál nagyobb gondnak, és a válaszadók egynegyede szerint, 62 fő (25%) ez egyáltalán nem fontos probléma. (lsd.45. ábra)

248 válasz



45. ábra A húsfogyasztás problémája (%) $N=248$ fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem fontos probléma, 6 = nagyon fontos probléma)
(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A kérdőív kitöltése után a válaszadók átlagosan adott értékeit, azaz a felsorolt problémák súlyosságának átlagos megítélését az alábbi táblázat mutatja. (lsd.6 táblázat)

A probléma	Átlagos pontszám
Az ivóvízkészletek szennyeződése	5,217742
A gépkocsik környezetszennyezése	4,685484
Termékek előállítása állati részekből (szőr, csont, bőr, stb..)	4,031579
Az emberi környezet növekedésével csökken az állatok élővilága	5,038961
A gazdaság növekedése komoly környezeti problémákat okoz	4,519481
Az erdők irtása	5,450216
A globális felmelegedés problémája	5,382609
Élelmiszerpazarlás	4,982684
A túl sok, és szükségtelen fogyasztás	4,735931
Növényvédőszer alkalmazása a mezőgazdaságban	4,103896
Építkezések, légi közlekedés okozta zajártalom	3,735931
Ózonréteg csökkenése	5,043290
A háztartási hulladék helytelen kezelése	4,317391
A villamosenergia pazarlás	4,212121
A népesség növekedése a földön, a túlnépesedés	4,778261
Természetes vizek, óceánok szennyezése	5,506550
A fiatalok hozzáállása a környezetvédelemhez, a fenntartható fejlődéshez	4,593074
A talaj pusztulása, talajerózió	4,694323
Húsfogyasztás	2,935065
Dohányzás	4,043478

*6.táblázat A környezetszennyezés egyes problémáinak súlyosságának átlaga
(Megjegyzés: 1= egyáltalán nem fontos probléma, 6 = nagyon fontos probléma)
(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)*

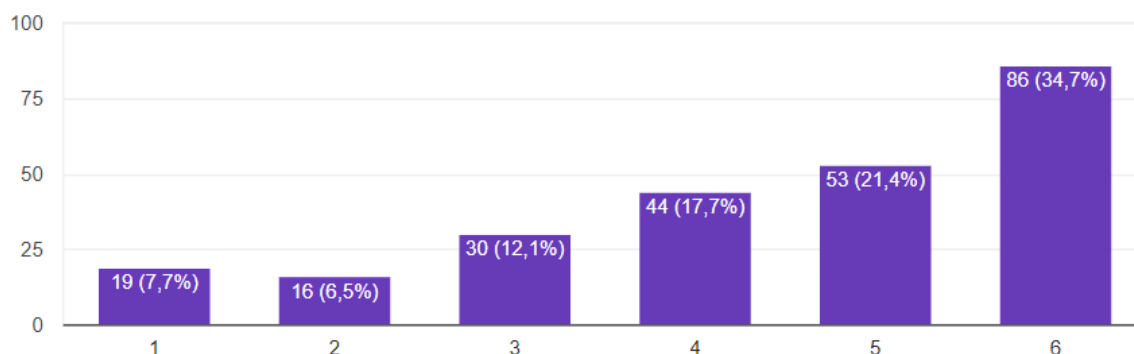
A fenti értékekből is jól látható, hogy a fiatalok legsúlyosabb gondnak napjainkban az erdők irtását, a természetes vizek és óceánok szennyezését, illetve a globális felmelegedést tartják. A rendszeres húsfogyasztást, az építkezések, illetve a légi közlekedés okozta zajártalmat pedig nem tekintik nagy gondnak.

5.3.4. A Z generáció tagjainak önértékelése a környezettudatos tevékenységekről

A kérdőív végén lévő kérdések arra vonatkoztak, hogy a válaszadók egyénileg hogyan ítélik meg a saját viselkedésüket az egyes környezettudatos cselekedetekkel kapcsolatban. A kérdések során itt is a 6 fokozatú Likert-skálát alkalmaztam, ahol az 1-egyáltalán nem jellemző rám, a 6-a nagyon jellemző rám, vagyis rendszeresen cselekszem választ jelentette.

Ahogy a kvalitatív kutatás és az általános környezettudatossággal kapcsolatos kérdésekből is kiderült, a legismertebb problémák már eléggé beépültek a fiatalok mindennapjaiba, rendszeres, jellemző viselkedésekké váltak. Ilyen az árammal való takarékoság kérdése. Arra a két kérdésre, hogy csak a szükséges lámpákat használják-e, illetve hogy használat után lekapcsolják-e a villanyt, kiugróan sokan, 86 fő (34,7%) illetve 132 fő (53,2%) a legmagasabb értéket jelölte meg, és csupán összesen a válaszadók 26%-a (65 fő) illetve 14,9%-a (37 fő) jelölte az alsó 3 kategória valamelyikét. (lsd.46, 47. ábra)

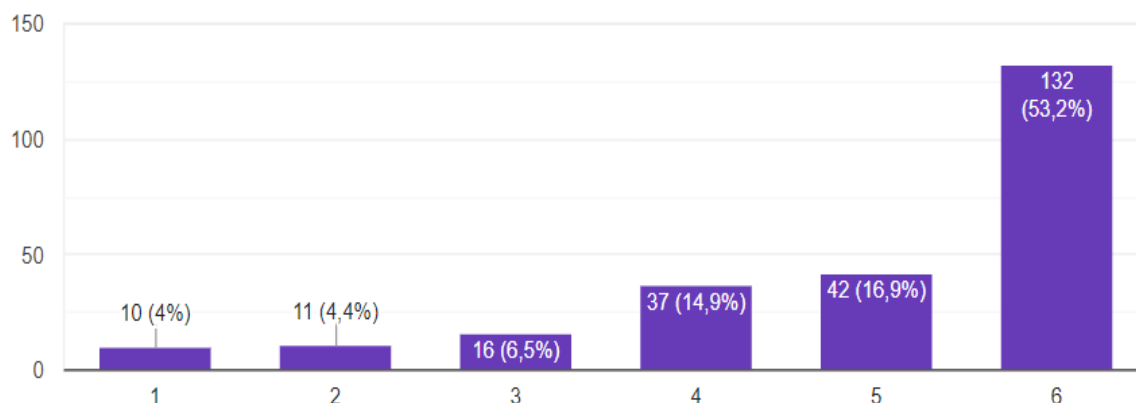
248 válasz



46. ábra Csak a szükséges mennyiségű lámpa használata (%) N=248 fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

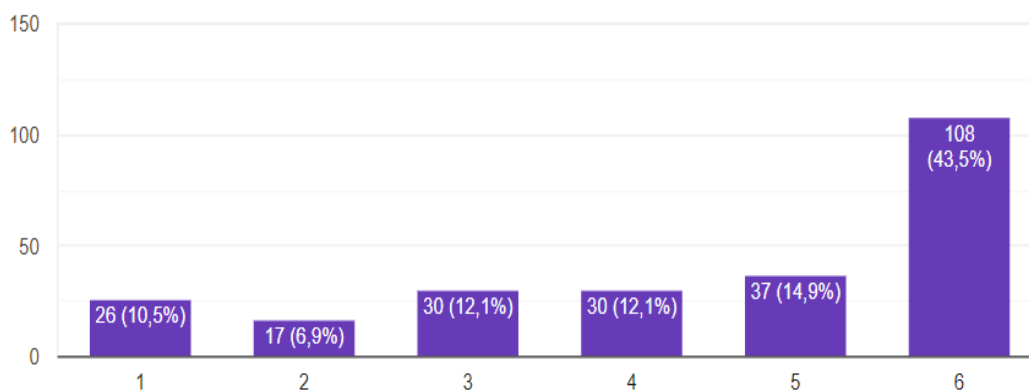
248 válasz



47. ábra A lámpa lekapcsolása a helység elhagyása után (%) N=248 fő
(Megjegyzés: 1= egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)
(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A rendszeres tusolás hasonló eredményt mutatott az árammal kapcsolatos takarékoskodáshoz. 175 fő (70,5%) nyilatkozta azt, hogy a tusolást inkább előnyben részesíti a fürdéssel szemben. Ez a válasz tehát a megkérdezettek több, mint kétharmada. (Isd.48. ábra)

248 válasz

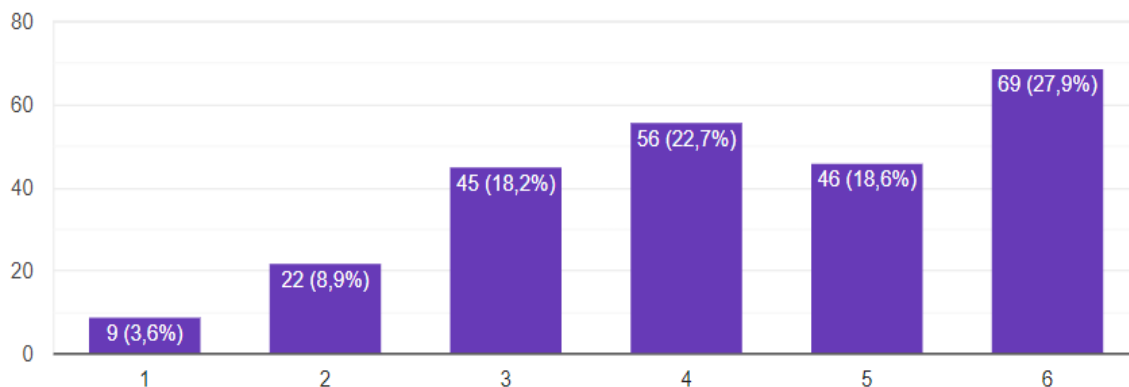


48. ábra A tusolás előnyben részesítése a fürdéssel szemben (%) N=248 fő
(Megjegyzés: 1= egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)
(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

Az egyéb energiahordozókkal való takarékoskodás mellett a környezeti szennyezés csökkentését is jelentő megoldások (téli időszakban a rendszeres szellőztetés, tömegközlekedés

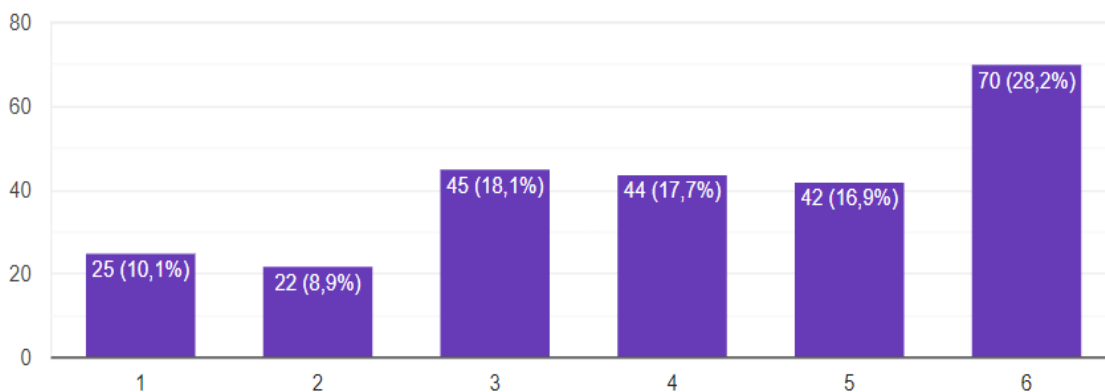
előtérbe helyezése az autózással szemben) választása, már sokkal megosztottabb képet mutat. A megkérdezettek csupán 12,5 illetve 19%-a (31 illetve 47 fő) jelölte a két legkisebb értéket. A többség a 3-as és a 6-os skála értékek között elosztva választottak, bár mindkettő kérdésnél a legtöbben, 27,9 illetve 28,2%-a (69 illetve 70 fő a legmagasabb 6-ost jelölték meg magukra leginkább jellemző értéként. (lsd. 49, 50. ábra)

247 válasz



49. ábra Télen rendszeresen szellőztet (%) N=247 fő
(Megjegyzés: 1= egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)
(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

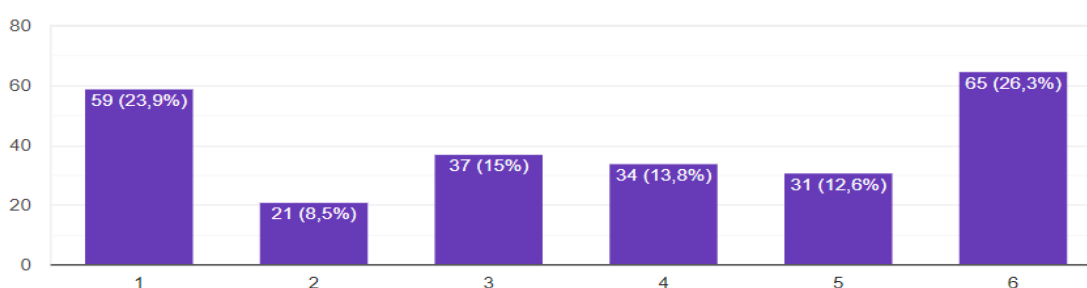
248 válasz



50. ábra A lehetőségekhez mérten a tömegközlekedést választja az autóval szemben (%) N=248 fő
(Megjegyzés: 1= egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)
(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A következő három kérdés talán kevésbé volt egyértelmű a fiataloknak, hogy miként kapcsolódik a környezettudatosság és a fenntarthatóság témaköréhez. A válaszok is érdekesen alakultak. A két szélsőérték kapta a legtöbb szavazatot, és a középső érték a legkevesebbet. A dezodor (65 fő 26,3%) és a spray (59 fő 23,9%) közötti választás esetén egy kicsit a dezodor irányában van elmozdulás, de ha a három legmagasabb és a három legalacsonyabb értéket együtt nézzük, akkor is a dezodor felé hajlók összesen 130-an (52,7%), míg a sprayt használók összesen 117-en (47,4%) vannak. Nem lehet tehát azt mondani, hogy a generáció tagjainak zöme tudatosan kerülne a környezetet jobban terhelő sprayk használatát. (lsd.51. ábra)

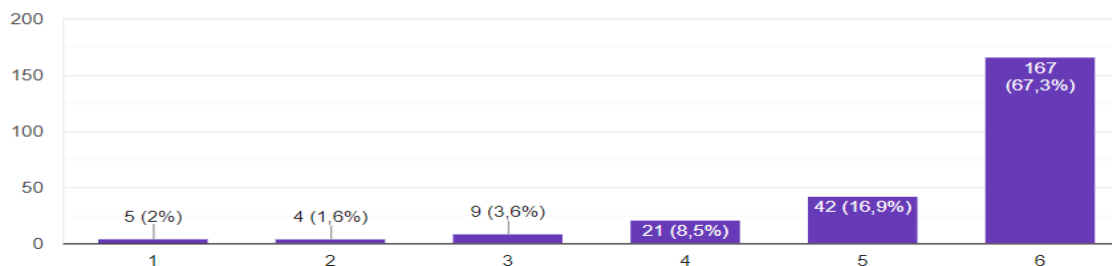
247 válasz



51. ábra Dezodornak sprayt használ (%) N=247 fő
(Megjegyzés: 1= egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)
(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A húsfogyasztás környezetre gyakorolt hatását még kevésbé érzik a cselekedeteikben a Z generáció tagjai. Csupán 18 fő (7,2%) nyilatkozott úgy, hogy kevésbé jellemző rá a húsfogyasztás. (lsd. 52. ábra)

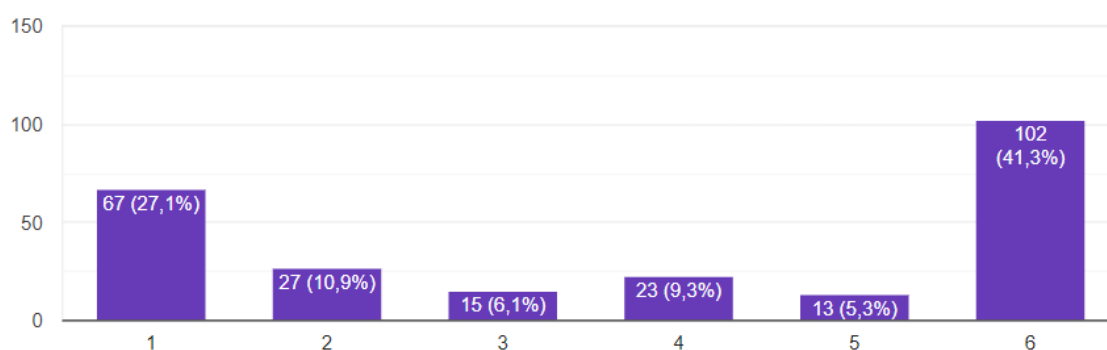
248 válasz



52. ábra Fogyaszt húst (%) N=248 fő
(Megjegyzés: 1= egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)
(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A dohányzás ismét egy megosztó kérdés volt, amelynek a válaszaiban nem mutatkozik meg az egyértelmű környezettudatosság. Pozitívum azonban, hogy a nem dohányzás összesen 138 fő (55,9%) több fiatalra jellemző, a megkérdezettek között, mint a dohányzás 109 fő (44,1%). (lsd.53. ábra)

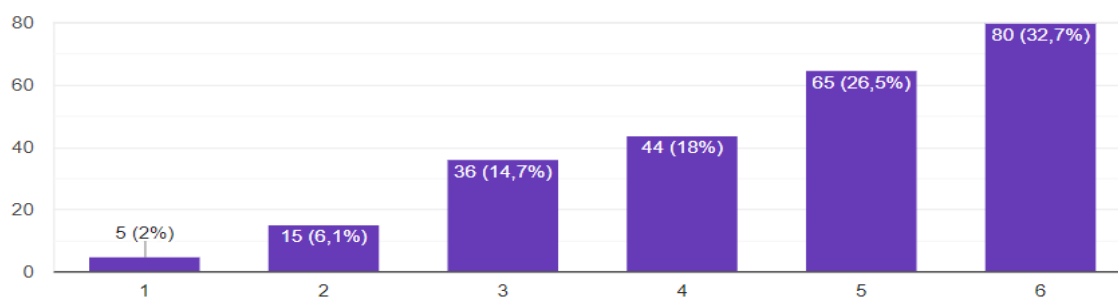
247 válasz



53. ábra Nem dohányzik (%) N=247 fő
(Megjegyzés: 1= egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)
(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A vásárlással kapcsolatos kérdések is elég megosztó képet mutatnak a Z generáció tagjairól. Számomra meglepetés volt, hogy arra a kérdésre, ha valamilyen használati tárgy elromlik, a vásárlást megelőzően először megpróbálják megjavítani, majdnem egyharmada a válaszadóknak (32,7%, 80 fő) a legmagasabb értéket adta. Sőt egyértelműen növekszik az egyre nagyobb értéket adók száma, mint ahogy ez látható az oszlopdíagrammon. (lsd.54. ábra)

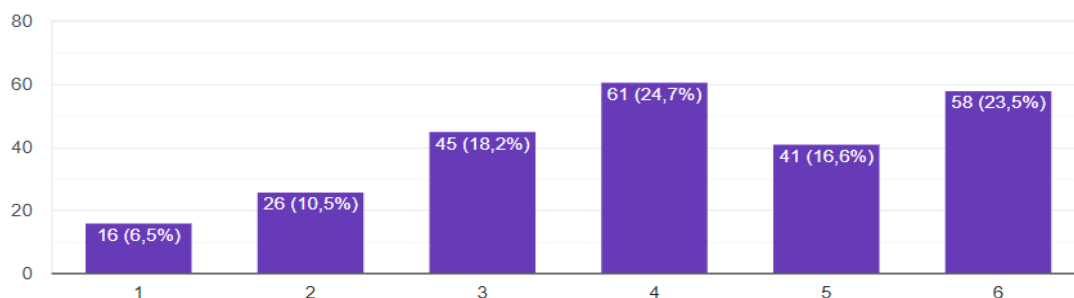
245 válasz



54. ábra Mielőtt újat vásárolna megpróbálja megszerelni az elromlott tárgyakat (%) N=245 fő
(Megjegyzés: 1= egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)
(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

Ha azonban úgy szólt a kérdés, hogy csak akkor vásárol-e újat, ha a régi dolog már használhatatlan, már csak 58 fő (23,5%) adott hatos értéket, és itt a monoton növekedés sem figyelhető meg a skálaértékek között. A legtöbben a 4-es értéket jelölték 61 fő (24%), ami bár az „inkább jellemző rám, mint nem” kategóriája, de ezek közül a legkisebb érték. (Isd.55. ábra)

247 válasz

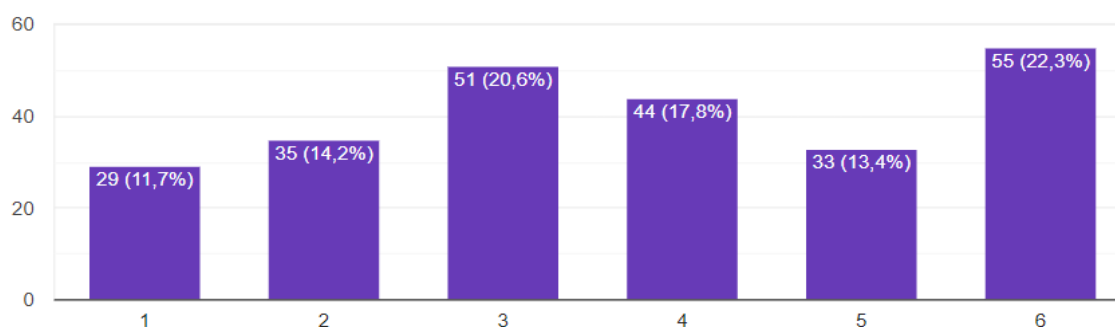


55. ábra Csak akkor vásárol valamiből újat, ha a régi már használhatatlan (%) N=247 fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

Az előző kérdés után ellentmondásos válaszok születtek arra a kérdésre, hogy vajon csak azért vásárol-e meg valamit az illető, mert az divatos. Mivel az előbb összesen 160 fő (64,8%) a három magasabb értékkel nyilatkozta azt, hogy csak akkor vásárol új terméket, ha a régi már nem használható, itt csupán 115 fő (46,5%) jelölte meg összesen azt, hogy nem annyira jellemző rá a divattrendeket követő vásárlás. (Isd.56. ábra)

247 válasz

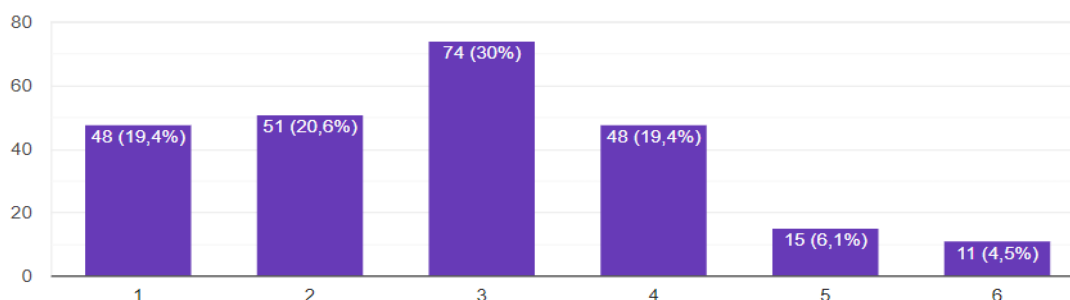


56. ábra Csak azért nem vásárol meg valamit, mert az divatos (%) N=247 fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A következő kérdések még egyértelműbben mutatják a környezettudatosság, a fenntarthatóság megjelenését és beépülését a mindennapi cselekedetekbe. A válaszokból azonban egyértelműen látszik, hogy ez még nem tudatos, és nem is rendszeres gondolkodásmód a Z generáció fiataljainál. A grafikonon jól látszik, hogy csak nagyon kevesen (26 fő 10,6%) választották a két legmagasabb értéket arra a kérdésre, hogy jellemző-e rájuk az újrahasznosított termékek vásárlása. (ld.57. ábra)

247 válasz

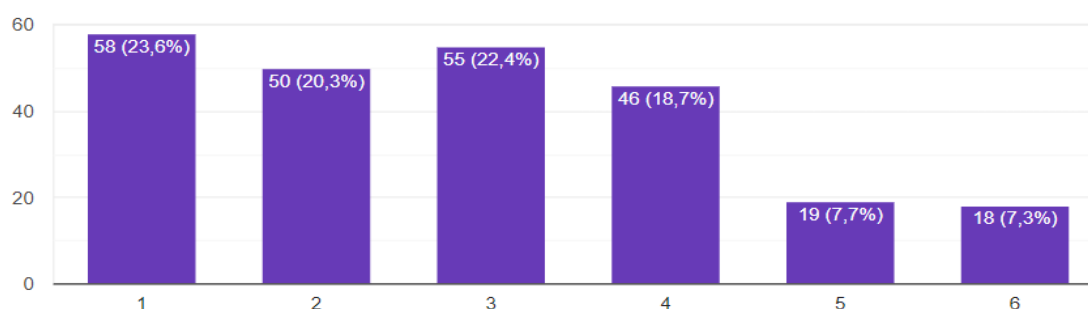


57. ábra Igyekszik újrahasznosított terméket vásárolni (%) N=248 fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

Az újrahasznosított termékek választása mellett az sem jellemző a fiatalokra, hogy a vásárlásaik közben a termékek használat során felmerülő energiafogyasztását vizsgálják. Itt összesen 37 fő (15%) választott a két „leginkább jellemző rájuk” kategóriát. (ld.58. ábra)

246 válasz



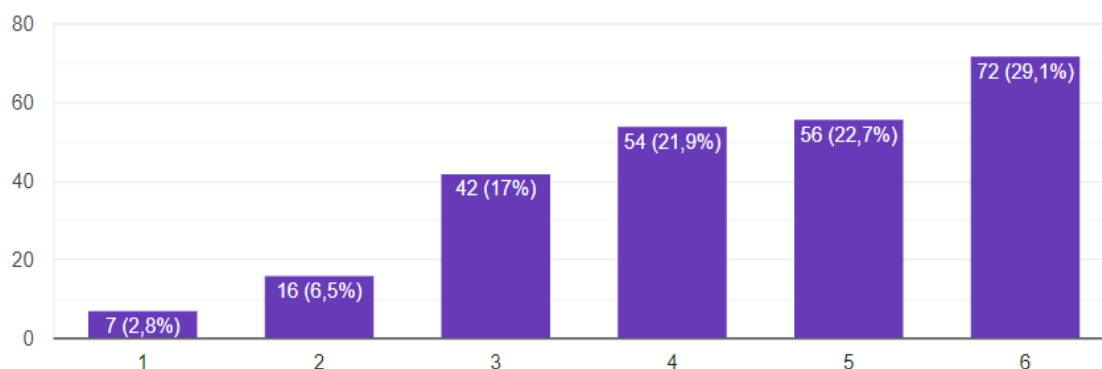
58. ábra Új termék elektromos termék vásárlásánál odafigyel annak jövőbeli energiafelhasználására (%) N=246 fő

(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A termékek csomagolásával kapcsolatban azt vehetjük észre, hogy a műanyag, vagy fém (alumínium) csomagolású termékeket rendszeresen fogyasztják a generáció tagjai. Csak 7 fő (2,8%) és 16 fő (6,5%) választotta a két egyáltalán nem jellemző rám választ, ez együtt csupán a válaszadók kevesebb, mint egy tizede. (lsd.59. ábra)

247 válasz

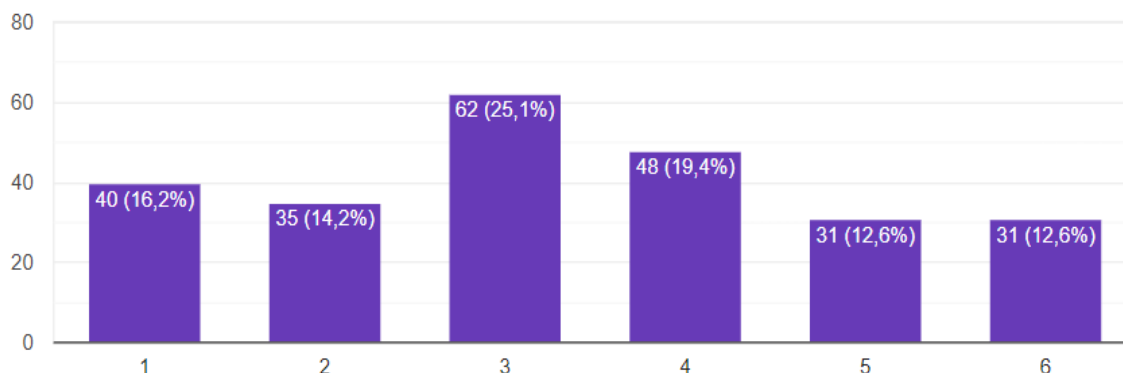


59. ábra Fogyaszt műanyag és /vagy fém csomagolású italokat (%) N=247 fő
(Megjegyzés: 1= egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A műanyag zacskó használata a vásárlások alkalmával eléggé megosztotta a válaszadókat. Mindegyik skálaértéket 12,6% és 25,1% közötti egyén jelölte meg. (lsd. 60. ábra)

247 válasz

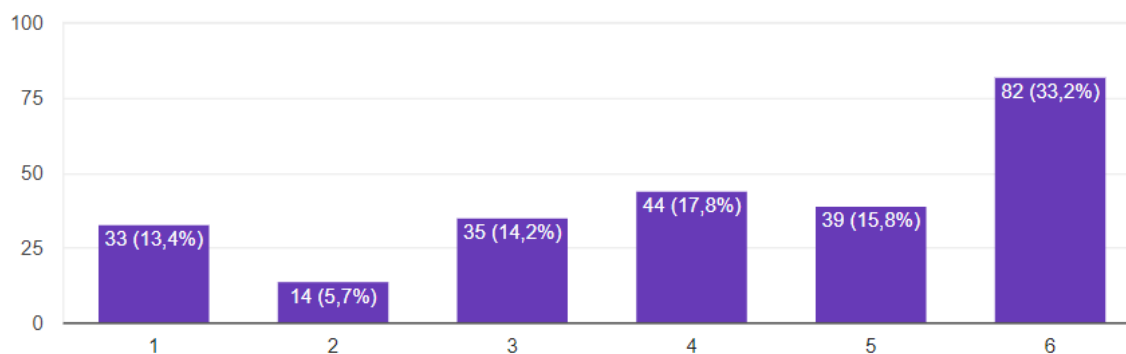


60. ábra A vásárlások során kerüli a műanyag zacskót (%) N=247 fő
(Megjegyzés: 1= egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A megkérdezettek 33,2%-a (82 fő), vagyis kb. egyharmada a vásárlásokhoz már saját zacskót is használ. Érdekes, hogy a többi választ közel egyformán jelölték meg, kivéve a 2-es fokozatot, amit csupán 14 fő (5,7%) választott. (lsd. 61. ábra)

247 válasz

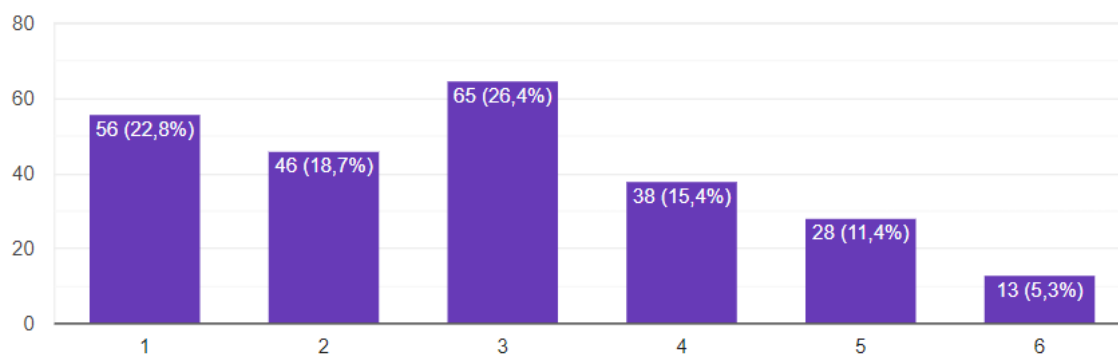


61. ábra A vásárlások során saját zacskót használ (%) N=247 fő
(Megjegyzés: 1= egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A termékek vásárlása során a csomagolás visszaválthatósága sem tűnik fontos szempontnak a válaszadóknál. Bár a legtöbben a 3-as értéket jelölték meg (65 fő 26,4%), jelentősen a legkevesebben (13 fő 5,3%) azonban úgy értékelték a kérdést, hogy egyáltalán nem jellemző rájuk. (lsd. 62. ábra)

246 válasz

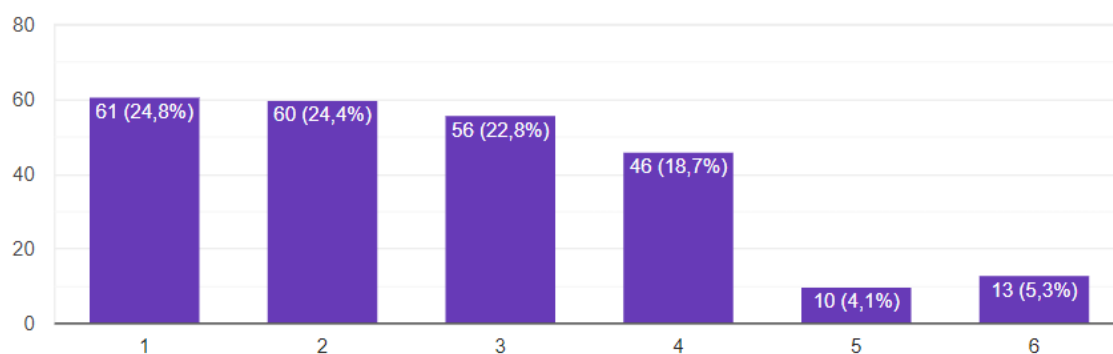


62. ábra Visszaváltható csomagolású terméket vásárol (%) N=246 fő
(Megjegyzés: 1= egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A csomagolás újra hasznosíthatósága mellett a környezetbarát emblémát sem figyelik jellemzően a termékek vásárlása során a fiatalok. Itt is a két „leginkább jellemző rám” érték kapta a legkevesebb szavazatot, összesen csupán 26 fő (9,4%) nyilatkozott úgy, hogy figyeli a termékeken ezt az jelet. (lsd.63. ábra)

246 válasz

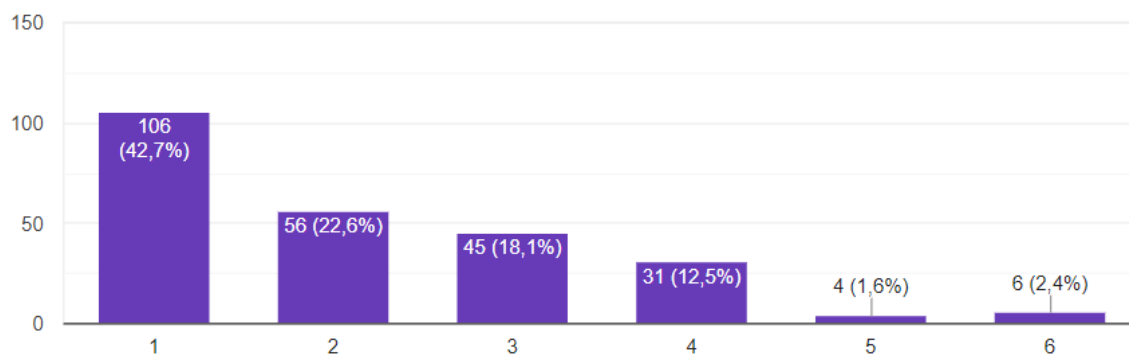


63. ábra Figyeli a környezetbarát emblémákat a termékeken (%) N=246 fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A termékek előállítása sem szempont a vásárlások során. Nagyon magas az egyáltalán nem jellemző 1-es megjelölése 106 fő (42,7%), és nagyon alacsony a nagyon jellemző rám 5-6-os értéke, összesen 10 fő (4%). (lsd.64. ábra)

248 válasz

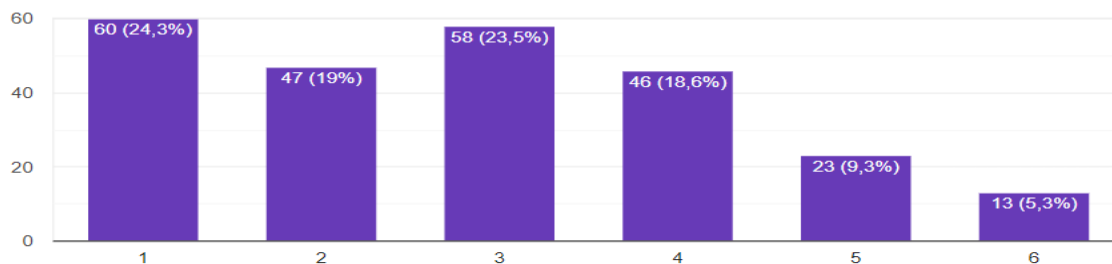


64. ábra A vásárlások alkalmával keresi a bio termékeket (%) N=248 fő
(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A helyi gyártók és termelők, a magyar termékek tudatos választásának kérdésére is inkább azokat a skálaértékeket jelölték, amiből az látszik, hogy nem jellemző rájuk ez a magatartásforma. A válaszadók 85,4%-a 211 fő jelölte meg a három legalacsonyabb értéket. (lsd.65. ábra)

247 válasz



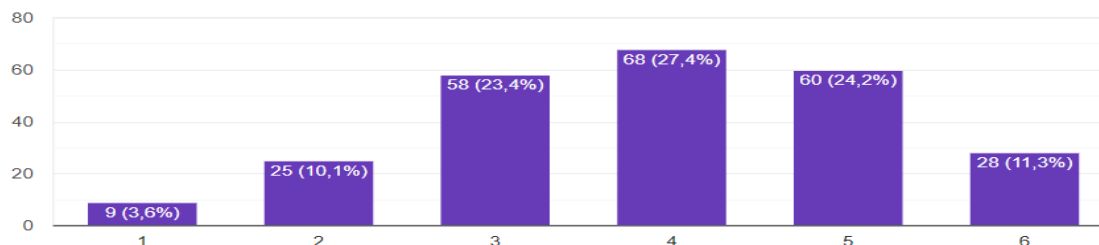
65. ábra Tudatosan keresi a magyar termékeket (%) N=247 fő
(Megjegyzés: 1= egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

Az utolsó öt kérdés az, ami a legmagasabb tudatosságot, és érdeklődést feltételező problémákra kérdez rá a környezettudatosság témája és a világ jövője szempontjából.

Arra a kérdésre, hogy a hétköznapiakban mennyire figyelnek oda a megkérdezettek a környezet védelmére, a többség, 186 fő (75%), a 3-5 skálaértékek között válaszolt. Ez némileg ellentmond a korábbi kérdésekre adott válaszoknak, amikből az derült ki, hogy a környezettudatosság több aspektusát, saját bevallásuk szerint, sokuk nem tartja a mindennapjaiba beépült rendszeres cselekedetnek. (lsd.66. ábra)

248 válasz

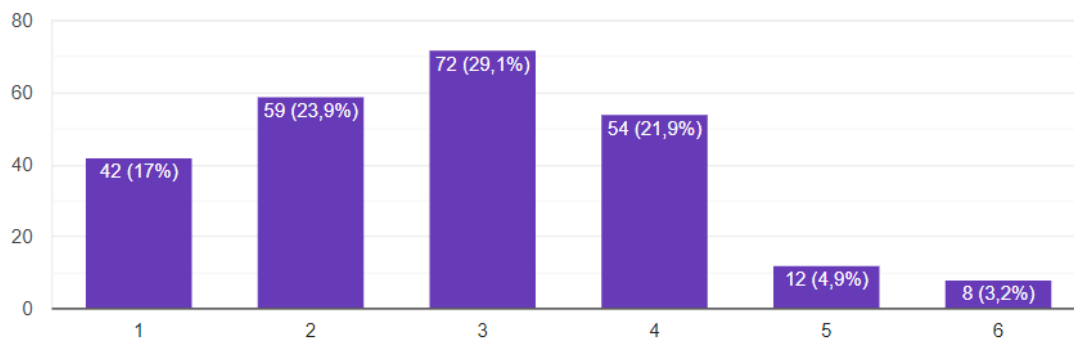


66. ábra A környezet védelmére rendszeres odafigyelés a hétköznapiakban (%) N=248 fő
(Megjegyzés: 1= egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

Az alábbi grafikonból is az látszik, hogy a környezetvédelmi hírek, kevésbé érintik meg a generáció tagjait. A nagyon jellemző rá kategóriáit összesen 20 fő (8,1%) jelölte csupán. (lsd.67. ábra)

247 válasz

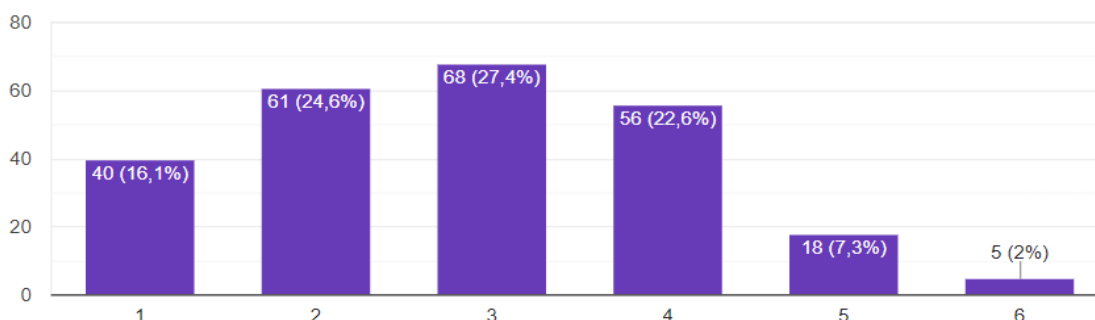


67. ábra A környezetvédelmi hírek figyelemmel kísérése (%) N=247 fő
(Megjegyzés: 1= egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

Ehhez képest nem meglepőek a következő kérdésre adott válaszok, mivel az előzővel szinte azonos grafikon született. Itt szintén csupán 9,3 % (23 fő) válaszolta a két leginkább rá jellemző választ arra a kérdésre, hogy a környezettel kapcsolatos híreket, problémákat mennyire osztják meg más emberekkel. (lsd.68. ábra)

248 válasz

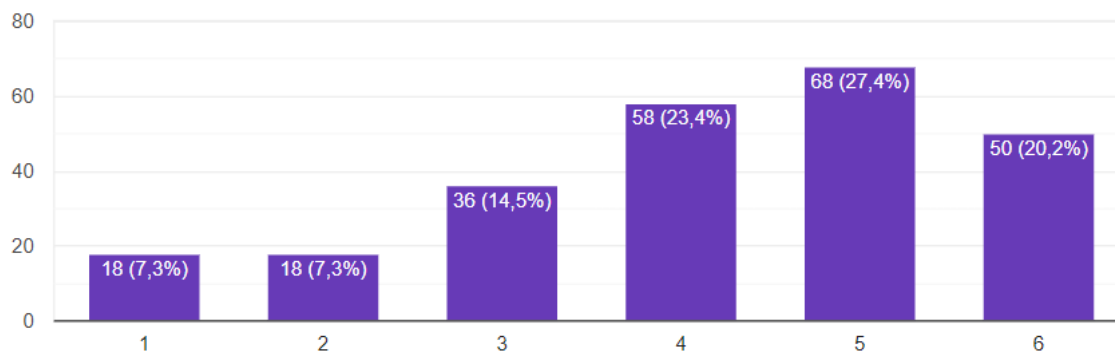


68. ábra A környezettel kapcsolatos dolgokra mások figyelmének felhívása (%) N=248 fő
(Megjegyzés: 1= egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

Ahhoz képest azonban, hogy a híreket kevésbé követik a Z generáció tagjai, a gondolataikban, és az életükben sokuknál megjelenik a jövő iránti aggodás. A megkérdezettek 70,96%-a (176 fő) jelölte azt, hogy inkább jellemző rá. (lsd.69. ábra)

248 válasz



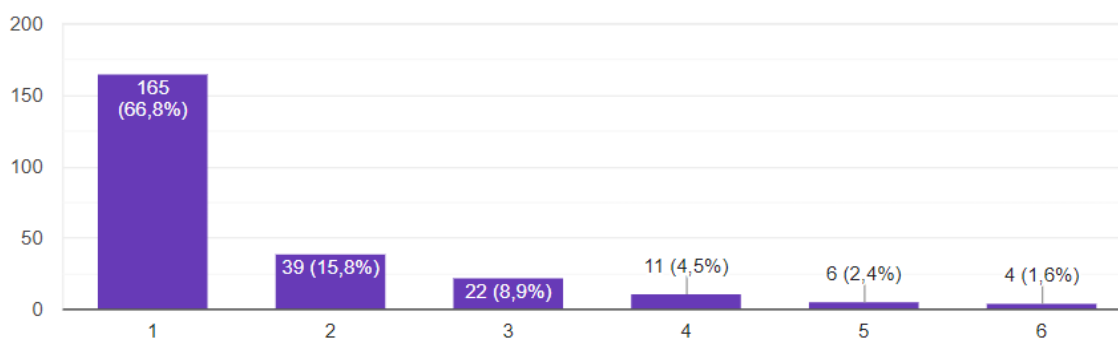
69. ábra Aggódás azért, hogy a környezeti változások hogyan befolyásolják a későbbi életszínvonalat (%) N=248 fő

(Megjegyzés: 1= egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

Az aggodalom a jövő iránt azonban, a generáció megkérdezettjeinél, abban még nem jelenik meg, hogy a vásárlások előtt utánanézzon a gyártó vállalatok környezetvédelmi és fenntarthatósági politikájának, tevékenységének. Kiugróan kevesen, összesen 8,5% (21 fő) nyilatkozta azt, hogy inkább jellemző rá ez a fajta tudatos viselkedés. (lsd.70. ábra)

247 válasz



70. ábra Utána néz a vásárolt terméket gyártó cég környezetvédelmi politikájának (%) N=247 fő

(Megjegyzés: 1= egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A megkérdezettek válaszaiból számított átlagpontszámokat a saját környezettudatos viselkedésükkel kapcsolatos véleményük alapján a 7. számú táblázat tartalmazza.

A környezettudatos viselkedések	Átlag
Figyelemmel kísérem a környezetvédelmi híreket	2,834008
A környezettel kapcsolatos dolgokra felhívom a körülöttem élők figyelmét	2,850000
A hétköznapiakban rendszeresen odafigyelek a környezetem védelmére	3,890909
Aggódok, hogy a környezeti változások befolyásolni fogják a későbbi életszínvonalamat	4,136364
Figyelek rá, hogy mindig csak a kellő mennyiségű lámpa égjen ott, ahol tartózkodom	4,427273
Magam után mindig leoltom a lámpát, ha elhagyok egy helyiséget	4,963636
Inkább tusolok, mint kádban fürdök	4,412556
Nem dohányzom	3,662162
Fogyasztok műanyag és/vagy fém(alumínium) csomagolású italokat	4,463964
A vásárlásaim alkalmával keresem a bio termékeket	2,139013
Fogyasztok húst	5,372197
Amikor lehet, tömegközlekedést választom az autóval szemben	3,986547
Figyelem a környezetbarát emblémákat a termékeken	2,660633
Visszaváltható csomagolású termékeket vásárok	2,809955
Vásárlásaim során kerülöm a műanyag zacskókat	3,270270
Viszek magammal saját szatyrot, tasakot a vásárláshoz (pl. zöldség, gyümölcs)	4,126126
Tudatosan a magyar termékeket keresem	2,864865
Ha valami elromlik, először megpróbálom megszerelni	4,550000
Csak akkor veszek magamnak valamiből újat, ha a régi már használhatatlan	4,027027
Nem veszek meg valamit csak ezért, mert az divatos	3,716216
Igyekszem újrahasznosított termékeket vásárolni, erre figyelek a választásnál	2,801802
Dezodornak sprayt használok	3,540541
Télen rendszeresen szellőztetek	4,279279
Utánanézek az általam vásárolt terméket gyártó cég környezetvédelmi politikájának	1,657658
Új termék elektromos termék vásárlásánál odafigyelek annak jövőbeli energiafelhasználására	2,841629

7.táblázat A Z generáció tagjainak az egyes környezettudatos viselkedésfajtákra adott pontszámok átlaga

(Megjegyzés: 1 = egyáltalán nem jellemző rám, 6 = nagyon jellemző rám)

(Forrás: primer kutatás alapján saját szerkesztés, 2024)

A fenti táblázat adataiból látszik, hogy a legmagasabb értékeket a villamos energiával és a vízzel kapcsolatos takarékoság, és az elromlott tárgyak selejtezés helyetti megjavítása kapta. A korábbi eredményekhez illeszkedve magas átlagpontoszámot kapott, azaz a generációra jellemző magatartás a húsfogyasztás, és a műanyag csomagolású termékek fogyasztása. A termékek előállító vállalatok környezetvédelmi politikája sem játszik fontos szerepet a választásaik során.

6. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

Dolgozatom legfontosabb következtetései:

- A Z generáció tagjai szerint a környezetszennyezés egyre komolyabb probléma, amely sokukat aggodással tölt el a jövővel kapcsolatban. Úgy gondolkodnak róla, hogy ezeket a gondolat a kormányok, egyéb szervezetek szintjén lehet már csak megoldani, bár a probléma súlyosságának csökkentésében és lassításában az egyéneknek is nagyon fontos szerepe van.
- A saját generációjukról azon a véleményen vannak, hogy az ő környezettudatos tevékenységük és hozzáállásuk a fenntarthatóság témaköréhez még nem elégséges. Nem egy olyan rendszeres és tudatos tevékenység, amely beépült a hétköznapi életbe a cselekvés szintjén, a hírek és tendenciák fegyelemmel kísérése szintjén és a másokkal való együttműködés, tudásátadás szintjén.
- A környezeti problémák közül a leginkább aggasztónak az élővizek és az ivóvíz szennyeződését, az emberi élettér túlzott terjeszkedését a természet kárára, a globális felmelegedést, az ózonréteg csökkenését, az élelmiszer pazarlást, az általános túlfogyasztást és a talajeróziót tartják.
- A fiatalok szerint a gazdaság folyamatos növekedése, a növényvédőszer okozta károk, a zajártalom, a villamosenergia pazarlás, a hulladékkezelés, a dohányzás illetve a húsfogyasztás kevésbé jelent gondot a környezetszennyezés szempontjából.
- A Z generáció tagjainak legtöbbje a hulladékok nagy részét már szelektíven gyűjti, élen jár a műanyag, a papír, az elem, akkumulátor és az olaj külön kezelése.
- A szelektív gyűjtés mellett a villamosenergiával való takarékoskodás, a csak a szükséges mértékű fogyasztás is egyre többükönél jelenik meg rendszerességgel.
- A megkérdezettek a fogyasztási döntéseik során nem, vagy nem rendszeresen tekintik fontos szempontnak a fenntarthatóságot vagy a környezetszennyezést.

- A termékek csomagolásának figyelése akár a műanyag kerülésével, akár az újrahasznosíthatóság figyelésével, azonban még csak a fiatalok kisebbik részénél mindennapi rutin.
- A Z generáció megkérdezettjei közül a „bio”, a „hazai termék” és a „környezetbarát” kifejezéseket is csak nagyon kevesen keresik a termékek vásárlása során.

javaslatok:

- Főként a Z generációval foglalkozó tanárként úgy gondolom, hogy szükség lenne a mainál intenzívebben felhívni a jövő generációinak figyelmét a környezeti problémák súlyosságára.
- Rendszeresen, az oktatásba és a hétköznapi életbe beépítve kellene a fiatalok folyamatos tájékoztatása, érzékenyítése a fogalmak tisztázásával és a megoldási lehetőségek megismertetésével párhuzamosan.
- Sokkal több fórumon kellene beszélni a problémákról és arról, hogy az egyes emberek és a Z generáció mit tehet a gondok enyhítéséért.
- Nagyon fontos lenne megtalálni azokat a csatornákat, amelyeken hatékonyabban meg lehet szólítani a fiatalokat.
- Ahogyan a generáció tagjai is megfogalmazták, már egészen kisgyermek kortól kezdve el kellene kezdeni az előbb említett ismeretek átadását.
- Nekünk tanároknak, és a fiatalokkal foglalkozó szakembereknek meg kellene keresni azokat a motivációs eszközöket, melyekkel el lehetne érni a mai generációk gondolkodásában és cselekedeteiben a kívánt változásokat.

Vizsgált hipotézisek:

Dolgozatom elején három hipotézist állítottam fel. A kutatás során kapott információk alapján a következő megállapításokat hoztam:

H1 A Z generáció tagjainak többsége nincs tisztában a környezettudatosság jelentésével

Az első hipotézis elfogadható, hiszen a környezettudatosság és a fenntartható fejlődés fogalmának és tartalmának a kvalitatív kutatásnál a fókuszcsoportos interjú során tapasztalt körülírásából, majd a kérdőíves megkérdezés során a saját gondolatokkal történő megfogalmazásából is jól látható, hogy a Z generáció tagjainak nagyobbik része leginkább a szelektív hulladékkezeléssel és a környezet szennyezéssel azonosítja a fenti gondolatokat. Az egyéb környezetet terhelő cselekedetek, mint például a világ fejlett részének egyre nagyobb mértékű húsfogyasztása, vagy a szintén folyamatosan növekvő gépjármű forgalom, még nem, vagy csak néhányuknál váltak a tudás szintjén a mai élet hosszútávú fenntarthatóságát befolyásoló negatív folyamatokká.

H2 A Z generáció tagjainak többsége nincs tisztában a környezettudatosság fontosságával, jövőjükre gyakorolt hatásával

A második hipotézis sajnos szintén nagyrészt igaznak bizonyult. Saját bevallásuk szerint a generáció tagjainak csak kevesebb mint egyharmada értékelte úgy a saját hétköznapijait, hogy nagyon jellemző rá a tudatos odafigyelés a környezetükre. Sokuk tisztában van vele, hogy ez egyre komolyabb probléma, egyre többet hallanak ezekről a témákról, felületesen aggódnak is a jövő miatt, de ez még mindig nem elég ahhoz, hogy valós cselekedeteket indítson el legtöbbjüknél, és komoly aggodást váltson ki az egyénekből. Saját belső indíttatásból csak nagyon kevesen néznek utána és érdeklődnek a világot egyre jobban kihívások elé állító környezetterhelő folyamatok előfordulása és az esetleges megoldási ötletek iránt. Azonban egy részük már az alapvető környezetszennyezést csökkentő megoldásokkal, mint a szelektív szemétygyűjtés, az árammal, vízzel való takarékoság fontossága tisztában van, és rendszeresen gyakorolja is.

H3 A fogyasztói döntéseikre jellemzően nincs hatással a környezettudatosság

Sajnos ez a hipotézis is igaznak bizonyult. Megmutatkozik mindez abból, hogy fogyasztói döntések során nem kiemelt szempont a bio gazdálkodásból előállított termékek, a környezettudatos termelésben előállított termékek, vagy akár a helyi termelők termékeinek, szolgáltatásainak választása. Csak alig pár megkérdezett vallotta magára nagyon jellemző tulajdonságnak, hogy odafigyel az árucikket vagy szolgáltatást előállító cég környezetpolitikájára, és hogy ez a hétköznapi életben befolyásolja a vásárlások során. Szintén nem fontos szempont sokuknál a termékek csomagolása, várható élettartama, használati ideje, vagy akár maga a vásárlás szükségessége sem.

7. ÖSSZEFOGLALÁS

A kutatásom során a Z generáció környezettudatossággal és fenntarthatósággal kapcsolatos ismereteire, magatartására voltam kíváncsi, valamint arra, hogy ezek az ismeretek megnyilvánulnak-e, és ha igen, milyen formában és mértékben a fogyasztói döntéseik során. A téma nagyon fontos és időszerű, hiszen azon túl, hogy ez egy egyre nagyobb mértékben növekvő, a gazdasági élet minden szereplőjét egyre fokozottabb kihívások elé állító világméretű probléma, az ő életük minőségét a mainál sokkal erősebben fogja meghatározni az, hogy ma mit, és milyen módon cselekszünk. Magyarországon 2024-ben a Z generáció tagjai, a ma 14 – 28 évesek, kicsit több mint másfél millióan élnek, az összlakosság kb. 16 %-át teszik ki. (KSH, 2024) Nemcsak hogy jelentős fogyasztási erőt jelentenek a gazdaságban, szinte egész iparágak és termékpaletták alakulnak az ő fogyasztási szokásaik kielégítésére, ebben a korban fiatal felnőtté válva a munkaerőpiacon is jelentős tényezőnek számítanak.

Szekunder kutatásom során utánanéztem, hogy konkrétan melyek azok a világszintű problémák, melyen a legerősebben befolyásolják a Földünk élhetőségét, mit jelent a környezetvédő és a tudatos fogyasztói magatartás, valamint milyen korábbi kutatások készültek a világon és hazánkban ebben a témában, illetve hogy a környezeti nevelésnek milyen szerepe van a fiatalok tudatosságának formálásában. A szekunder kutatás végén felállítottam a három hipotézist, amit a primer kutatás során mélyebben megvizsgáltam.

Kvalitatív kutatásként fókuszcsoportos beszélgetést folytattam a generáció tagjainak egy kisebb, kilenc fős csoportjával. Az interjú során próbáltam átfogó képet kapni a generáció tudásáról és hozzáállásáról a témához. Arról, hogy mennyire vannak tisztában az egyes fogalmak tartalmával, milyen korábbi ismeretekre tettek szert, és mennyire érzik magukénak a problémákat. A kutatás második részében online kérdőíves megkérdezés segítségével 248 fős mintán mértem fel a Z generáció gondolkodását és magatartását a környezettudatosság témájában. A minta nem tekinthető reprezentatívnak, így a válaszok és az azokból levont következtetések a kutatásban résztvevőkre vonatkoznak, ami alapja lehet további vizsgálatoknak, melyek segítségével már lehetne általánosítani, vagy pontosabb képet kapni.

A primer kutatás mindkét része igazolta a felállított hipotéziseket. A Z generáció tagjainak többsége nincs tisztában sem a környezettudatosság jelentésével, sem annak fontosságával és a jövőjükre gyakorolt hatásával. Továbbá ezek a szempontok egyáltalán nem, vagy csak nagyon

kis mértékben, és csupán a generáció kisebb részere gyakorolnak hatást a fogyasztói döntéseik során. Ezt megerősítette a kérdőíves kutatás is.

A szekunder kutatás rávilágított arra, hogy a környezeti tudatosságot három szinten mérik. (Kovács, 2008) A primer kutatásaim azt mutatják, hogy a Z generáció megkérdezettjei közül sokan a kognitív szint mellett az affektív vagy érzelmi szintet jellemzőit is magukénak tudhatják. A kognitív szint eléréséhez, azonban még nagyon sok tapasztalatra, ismeretre, érzékenységre lenne szükség. A tudatos fogyasztást a korábbi szakirodalom úgy definiálja, hogy a fogyasztó a döntéseit megelőzően tudatosan mérlegeli azok ökológiai és gazdasági hatásait, részben a saját, részben a társadalom érdekei miatt. Ez a fajta tudatosság szintén csupán nagyon kis mértékben tükröződött a megkérdezettek válaszaiban. A kutatás alapján az látszik, hogy a generáció tagjainak többségénél a környezet megóvásához szükséges cselekvések még nem tudatosak. Ez származhat abból, hogy anyagilag és döntéseikben is sokan függnek még a szülőktől (pl. a gépkocsival vagy tömegközlekedéssel utazás kérdése, vagy a csomagolásmentes termékek vásárlása). A fókuszcsoportos beszélgetésből az is kiderült, hogy többükönél okként jelenik meg a lustaság, illetve a motiválatlanság hiánya is.

Jelen dolgozat megírása előtt én magam sem voltam tisztában a Földre leselkedő veszély nagyságával. A kutatás eredményének legfontosabb tapasztalata számomra, hogy még nagyon sokat kell tenni azért, hogy az emberek megértsék a gazdasági növekedés, a túlnépesedés, a pazarlás, a túlzott és felesleges fogyasztás okozta problémák súlyosságát.

Nyilván ezek a gondolatok a gazdasági szereplők egy részének pillanatnyi érdekeivel ellentétesek. A tudatos fogyasztás azonban, be kell látni, hogy a fenntarthatóság egyik legerősebb alapkövetelménye. Az ezekhez szükséges cselekvések elsajátításához megvan az igény és az érdeklődés a Z generáció tagjaiban, de nagyon jó lenne, ha ezek beépülnének rendszeres viselkedésformákká életük során a hétköznapiakba.

Dolgozatomat tehát azoknak ajánlanám első sorban, akik bármilyen szinten ráhatással lehetnek a Z generáció gondolkodására. Egyrészt azzal, hogy a mindennapokban alakíthatják, formálhatják a gondolkodásukat és viselkedésüket, másrészt pedig azáltal, hogy közvetlenül vagy közvetve befolyásolják a fogyasztói magatartásukat.

IRODALOMJEGYZÉK:

1. Bacsó B. (2020). A fenntartható fejlődés gazdasági összefüggéseinek nevelési elveihez elméleti megközelítésben. *12th International Conference of J. Selye University. Economics Section. Conference Proceedings*, 31–37. <https://doi.org/10.36007/3754.2020.31>
2. Berze I., Varga A., Mónusz F., Dúll A. (2023) Magyar diákok környezettudatos világképének mérése. A NEP Skála gyermekeknek készült magyar változata dimenzionalitásának és validálásának megerősítő vizsgálata Magyar Pszichológiai Szemle 78 (2023) 4, 647–673 DOI: 10.1556/0016.2023.00068
3. Csonka S. (2019): A környezeti attitűdök méréséről- A módosított Új Ökológiai Paradigma Skála kritikai újraértelmezése, Új pedagógiai szemle 2019/9-10. p.16-33.
4. Dudás K. (2011). A tudatos fogyasztói magatartás dimenziói. *Vezetéstudomány / Budapest Management Review*, 47–55. <https://doi.org/10.14267/Veztud.2011.07.06>
5. Dunlap, R. E., & Van Liere, K. D. (1978). The “New Environmental Paradigm”. *The Journal of Environmental Education*, 9(4), 10–19. <https://doi.org/10.1080/00958964.1978.10801875>
6. Environment in the European Union 1995 Report for the Review of the Fifth Environmental Action Programme, European Environment Agency Koppenhaga <https://www.eea.europa.eu/publications/92-827-5263-1> Letöltés ideje: 2024. 07. 26.
7. Fleischer T. (2014) *A fenntarthatóság fogalmáról*. In: Közzolgálat és fenntarthatóság. Nemzeti Közzolgálati Egyetem, Budapest, pp. 9-24
8. Fodor É. (2021) A környezeti nevelés koncepciója, és annak változásai a főbb ENSZ-dokumentumok tükrében. *Új Pedagógiai Szemle*, 2021/11-12. sz. 96–116.
9. GREENFO [2009]: Zöld, vagy nem zöld a fiatal generáció? 2009. szeptember 4. On-line: http://greenfo.hu/hirek/hirek_item.php?hir=22323 Letöltés: 2024. július 25.
10. Gyulai I. (2012). A fenntartható fejlődés. Ökológiai Intézet a Fenntartható Fejlődésért Alapítvány p. 3-5 Miskolc
11. Varga A. (2007): A normateremtés kényszere és lehetőségei az anómiában-fenntarthatóság normái. A fenntarthatóság pedagógiája, Fenntarthatóság és globalizáció 4. Nemzeti Kulturális Alapprogram. L'Harmattan Kiadó p. 39-74.
12. Joó T. (1935) A nemzedék fogalmáról Kalangya 1935.05. http://dda.vmmi.org/szamok/1935_05.pdf p.392-400
13. Kovács A. (2008): A környezeti tudatosság fogalomköre és vizsgálata alföldi példákön Doktori (PhD) értekezés Debreceni Egyetem Természettudományi Doktori Tanács Földtudományok Doktori Iskola Debrecen p.33-45.

14. Nagy, Sz. (2005): Környezettudatos marketing In: Marketing kérdések a XXI. században. VII. Nemzetközi Tudományos Konferencia Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, p. 50-55 Miskolc
15. Nagy Sz. (2018): A környezettudatos cselekvések elemzése Vezetéstudomány / Budapest management review xlix. évf. 2018. 10–11. szám/ issn 0133-0179 doi: 10.14267/veztud.2018.10.05
16. Neil Howe – William Strauss: Generations. The History of America's Future, 1584 to 2069. Harper Perennial, 1992.
17. Manoli, C. C., Johnson, B., & Dunlap, R. E. (2005). Assessing children's views of the environment: Modifying the new ecological Paradigm scale for use with children. Paper presented at the Annual Meeting of the American Educational Research Association, Montreal, 11–15
18. McCrindle, Mark – Wolfinger, Emily: Az XYZ ábécéje. A nemzedékek meghatározása. Korunk, 2010, III. folyam, 21. 11. sz.
19. Monostori K.-Hörich B. (2008): Környezettudatosság: Attitűd vagy cselekvés? Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola, Szociológiai Szemle 2008/2, p. 57-86.
20. Orbán S., Ujfaludi L., Mika J. (2015) Bolygónk környezeti problémái Környezeti nevelés és tudatformálás. Eszterházy Károly Főiskola Líceum Kiadó. pp. 17-35.
21. Perényiné, A. (2010) A fenntarthatóság ökológiai, pedagógiai és pszichológiai vonatkozásai Doktori (PhD) értekezés, Nyugat-magyarországi Egyetem Erdőmérnöki Kar Kitaibel Pál Környezettudományi Doktori Iskola Környezetpedagógia (K3) Program, Sopron
22. Schneider M, Medgyesi M. (2020): Környezettel és környezetvédelemmel kapcsolatos lakossági attitűdök változása Magyarországon, Társadalmi Riport 2020, Budapest
23. Szabó Z., Varga A., Berze I., Düll A. (2023) A 2023-as és a korábbi évek Fenntarthatósági Témahét programjain való részvétel és a biodiverzitással kapcsolatos eredmények összefüggésének vizsgálata, ELTE PPK Ember–Környezet Tranzakció Intézet (EKTI) Fenntarthatósági Témahét Diákok és tanárok a fenntarthatóságról kutatási program
24. Szűcs V., Hámori J (2016) A fiatalok fenntartható fejlődéssel kapcsolatos ismereteinek és környezettudatos magatartásának kvalitatív vizsgálata Journal of Central European Green Innovation 4 (2) pp. 121-134 doi:10.22004/ag.econ.236580
25. Tari A. (2010) Y generáció, Jaffa Kiadó. Budapest
26. Vágási M. (2019) A fenntartható fogyasztás és a környezettudatos fogyasztói magatartás Marketing & Menedzsment, 34(6), o. 39–44.
27. Varga A. (2004) A környezeti nevelés pedagógiai, pszichológiai alapjai Ph. D disszertáció Eötvös Loránd Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar

28. Varga A. (2002) Diákok környezeti attitűdjei Országos Köznevelési Intézet, Iskolafejlesztési és Integrációs Központ. Iskolakultúra 2006/9. p. 58-64.
29. Valkó L. (2003) Fenntartható/környezetbarát fogyasztás és a magyar lakosság környezeti tudata A Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem Környezettudományi Intézetének tanulmányai 18. szám Budapest, 2003 április
30. WWF. 2020. Living Planet Report - 2020: Fordítsuk meg a biológiai sokféleség csökkenésének trendjét! Almond, R.E.A., Grooten M. és Petersen, T. (Eds). WWF, Gland, Svájc.
31. Magyar értelmező kéziszótár Juhász et al., Akadémiai Kiadó, 1972, p 997.
32. Nemzeti Fenntartható Fejlődési Tanács Jövőkereső (2010) <https://mek.oszk.hu/09600/09607/09607.pdf>
33. <https://eionet.kormany.hu/a-fenntarthato-fejlodes-fogalma> *Letöltés: 2024. február 25.*
34. https://www.unicreditbank.hu/content/dam/cee2020-pws-hu/Rolunk/sajtokozlomenyek_magyar/2021/Sk20210622_Gener%C3%A1ci%C3%B3k_a_fenntarthato_fejlodes_indikatorai_2022.pdf *Letöltés ideje: 2024. március 08.*
35. <https://storeinsider.hu/cikk/minden-generacio-mast-gondol-a-fenntarthatosagrol> *Letöltés ideje: 2024. március 02.*
36. <https://hu.met.com/hu/mind-the-fyouture/mindthefyouture/kornyezettudatosag> *Letöltés ideje: 2024. március 09.*
37. <https://tartalommarketing.org/zold-marketing/> *Letöltés ideje: 2024. március 02.*
38. <https://qubit.hu/2020/06/23/wwf-a-magyarok-felulrol-varjak-a-zold-megoldasokat> *Letöltés ideje: 2024. 05. 26.*
39. https://www.ksh.hu/s/kiadvanyok/fenntarthato-fejlodes-indikatorai-2022/fenntarthato_fejlodes_indikatorai_2022.pdf *Letöltés ideje: 2024. június 1.*
40. <https://ksh.hu/docs/files/764638.PDF?lang=hu> *Letöltés ideje: 2024. március 02.*
41. <https://www.ksh.hu/interaktiv/korfak/orszag.html> *Letöltés ideje: 2024. július 24.*
42. https://hvg.hu/brandchannel/mastercardbch_20220617_Klimaszorongas_helyett_megoldasok_a_legfiatalabb_generacio_zold_elvarasai *Letöltés ideje: 2024. július 25.*
43. <https://wwf.hu/tulfogyasztas-napja-ennyire-kornyezettudatosak-a-magyarok/> *Letöltés ideje: 2024. július 25.*

44. <https://s3.eu-central-1.amazonaws.com/greenfo.hu/wp-media-folder-greenfo/wp-content/uploads/2022/07/unicef-publicus-orszagos-klimavalsag-kutatas-2022-junius.pdf>
Letöltés ideje: 2024. július 25.

45. <https://greenfo.hu/page/2/?s=fiatal+gener%C3%A1ci%C3%B3> *Letöltés ideje: 2024. július 25.*

46. <http://www.nefmi.gov.hu/kozoktatas/archivum/nemzeti-alaptanternv> *Nemzeti Erőforrás Minisztérium 2000. december 3. Letöltés ideje: 2024. július 26.*

Mellékletek:

1. számú melléklet: A kérdőív kérdései

A Z generáció környezettudatos viselkedése

Az alábbiakba a Z generáció környezettudatosságának vizsgálatához szeretnék segítséget kérni. A kérdőív kitöltése és a válaszok megadása teljesen önkéntes és névtelen. A válaszokat csak ehhez a kutatáshoz használom fel. Kérem, segítse munkámat a kérdőív kitöltésével! A kérdőív elején pár általános kötelező kérdést talál, majd a környezettudatossággal, a környezetvédelemmel kapcsolatos véleményére leszek kíváncsi. A válaszadás során nincs jó és rossz válasz, nyugodtan hagyatkozzon az első megérzésére. Köszönöm a segítséget!

4/1 szakasz:

Neme

nő
férfi

Születési éve Rövid szöveges válasz

--

Lakhelye

Főváros
Város
Község
Falu

Lakhelye

családi ház
társasház
egyéb

Legmagasabb iskolai végzettsége, vagy jelenlegi tanulmányai

egyetem mesterdi
egyetem alapdiplc
gimnázium
technikum

szakiskola

4/2 szakasz:

Az alábbiakban pár általános kérdést fog olvasni a témával kapcsolatban

Kérem válaszoljon rájuk! Köszönöm

Ön szerint mit jelent a környezettudatos viselkedés? Hosszú szöveges válasz

Amennyiben ismeri a fenntartható fejlődés fogalmát, hogyan tudná röviden meghatározni?
Hosszú szöveges válasz

Magyarországon Ön szerint mennyire komoly probléma a környezetszennyezés? 1 (Egyáltalán nem okoz gondot) 6 (Nagyon fontos és sürgető probléma)

Napjaink környezetszennyezés problémáját hogyan lehetne megoldani Ön szerint?

Már csak nemzeti

Az egyes országok

A kisebb helyi községek

Elég lenne, ha mindegyik

Ön szerint mekkora szerepe van az egyénnek a környezeti problémák csökkentésében? 1 (Egyáltalán nincs szerepe) 6 (Nagyon sokat tehet érte)

Kérem jelölje be, hogy az alábbiak közül melyiket milyen gyakran gyűjti szelektíven

soha néha rendszeresen

műanyag palack

egyéb műanyag

papír

fém italos doboz

egyéb fém

fehér üveg

színes üveg

elem, akkumulátor

lejárt gyógyszer

olaj

kerti hulladék

ételmaradék (szerves hulladék)

4/3 szakasz:

Mennyire fontos Ön szerint napjainkban a környezettudatosság, környezetvédelem és a környezetszennyezés problémája?

Az alábbi mondatokról kérem döntse el, hogy Ön szerint az adott probléma mennyire fontos a környezettudatosság, környezetvédelem szempontjából! 1- egyáltalán nem fontos, 6 - nagyon fontos

Az ivóvízkészletek szennyeződése

A gépkocsik környezetszennyezése

Termékek előállítása állati részekből (szőr, csont, bőr, stb..)

Az emberi környezet növekedésével csökken az állatok élővilága

A gazdaság növekedése komoly környezeti problémákat okoz

Az erdők irtása

A globális felmelegedés problémája

Élelmiszerpazarlás

A túl sok, és szükségtelen fogyasztás

Növényvédőszer alkalmazása a mezőgazdaságban

Építkezések, légi közlekedés okozta zajártalom

Ózonréteg csökkenése

A háztartási hulladék helytelen kezelése

A villamosenergia pazarlás

A népesség növekedése a földön, a túlnépesedés

Természetes vizek, óceánok szennyezése

A fiatalok hozzáállása a környezetvédelemhez, a fenttartható fejlődéshez

A talaj pusztulása, talajerózió

Húsfogyasztás

Dohányzás

4/4 szakasz:

Az alábbi kérdések az Ön környezettudatosságára vonatkoznak

Kérem jelölje meg az Ön környezettudatos, környezetvédő viselkedésére leginkább jellemző szintet. 1 - egyáltalán nem jellemző Önre, 6 - nagyon jellemző Önre

Figyelemmel kísérem a környezetvédelmi híreket

A környezettel kapcsolatos dolgokra felhívom a körülöttem élők figyelmét
A hétköznapiakban rendszeresen odafigyelek a környezetem védelmére
Aggódok, hogy a környezeti változások befolyásolni fogják a későbbi életszínvonalamat
Figyelek rá, hogy mindig csak a kellő mennyiségű lámpa égjen ott, ahol tartózkodom
Magam után mindig leoltom a lámpát, ha elhagyok egy helyiséget
Inkább tusolok, mint kádban fürdök
Nem dohányzom
Fogyasztok műanyag és/vagy fém(alumínium) csomagolású italokat
A vásárlásaim alkalmával keresem a bio termékeket
Fogyasztok húst
Amikor lehet, tömegközlekedést választom az autóval szemben
Figyelem a környezetbarát emblémákat a termékeken
Visszaváltható csomagolású termékeket vásárlók
Vásárlásaim során kerülöm a műanyag zacskókat
Viszek magammal saját szatyrot, tasakot a vásárláshoz (pl. zöldség, gyümölcs)
Tudatosan a magyar termékeket keresem
Ha valami elromlik, először megpróbálom megszerelni
Csak akkor veszek magamnak valamiből újat, ha a régi már használhatatlan
Nem veszek meg valamit csak ezért, mert az divatos
Igyekszem újrahasznosított termékeket vásárolni, erre figyelek a választásnál
Dezodornak spryt használlok
Télen rendszeresen szellőztetek
Utánanézek az általam vásárolt terméket gyártó cég környezetvédelmi politikájának
Új termék elektromos termék vásárlásánál odafigyelek annak jövőbeli energiafelhasználására

2. számú melléklet: Ábrák jegyzéke

1. ábra A fenntarthatóság hagyományos három eleme.....	7. oldal
2. ábra: A fenntartható fejlődés fogalmának általános értelmezése	7. oldal
3. ábra: Életkor és környezeti attitűd kapcsolata	14. oldal
4. ábra: Az emberiség legsúlyosabb problémái	14. oldal
5. ábra: A lefontosabbnak vélt környezeti problémák aránya Magyarországon 2019-ben	15. oldal
6. ábra: A környezettudatos mindennapi cselekvés gyakoriságának alakulása a magyar lakosság körében 1993-ban és 2019-ben	16. oldal
7. ábra: A 18-59 éves városi lakosság attitűdjei a környezeti problémákkal szemben	17. oldal
8. ábra: A 18-59 éves városi lakosság tettei és szándékai a fenntarthatóság jegyében .	18. oldal
9. ábra: A 18-59 éves városi lakosság véleménye a problémák fontosságáról és aktualitásáról.	19. oldal
10. ábra: A 13-25 éves korosztály érzései a klímaváltozással kapcsolatban.	21. oldal
11. ábra: A 13-25 éves korosztály cselekvési hajlandósága a klímaválság mérséklése érdekében.	21. oldal
12. ábra: A szelektív hulladékgyűjtés szabályainak betartása	29. oldal
13. ábra: A különféle módokon a naponta és rendszeresen közlekedők aránya generációk szerint	30. oldal
14. ábra: A kérdőív kitöltőinek nemek szerinti aránya	37. oldal
15. ábra: A válaszadók életkor szerinti megoszlása	37. oldal
16. ábra: A válaszadók életkor és nem szerinti megoszlása	38. oldal
17. ábra: A válaszadók lakhely szerinti megoszlása a település jellege szerint	39. oldal
18. ábra: A válaszadók lakhely szerinti megoszlása a ház jellege szerint	39. oldal
19. ábra: A válaszadók lakhely és nem szerinti megoszlása	40. oldal
20. ábra: A válaszadók legmagasabb iskolai végzettség szerinti megoszlása	41. oldal
21. ábra: A válaszadók nemek és legmagasabb iskolai végzettség szerinti megoszlása	42. oldal
22. ábra: A környezetszennyezés problémájának nagysága Magyarországon	44. oldal
23. ábra: A környezetszennyezés problémájának megoldási lehetőségei	45. oldal

24. ábra: Az egyén szerepének fontossága a környezeti problémák csökkentésében	46. oldal
25. ábra: A fiatalok hozzáállásának problémája	47. oldal
26. ábra: A Z generáció szelektív szemétgyűjtése az egyes termékekből	47, 48. oldal
27. ábra: Az ivóvíz szennyeződés problémájának fontossága	48. oldal
28. ábra: A természetes vizek szennyezésének problémája	49. oldal
29. ábra: Az emberi környezet növekedése az élővilág kárára	50. oldal
30. ábra: A népesség növekedés, túlnépesedés problémája	50. oldal
31. ábra: Az erdők irtásának problémája	51. oldal
32. ábra: A globális felmelegedés problémája	51. oldal
33. ábra: A gépkocsik környezetszennyező tevékenységének fontossága	52. oldal
34. ábra: Az élelmiszerpazarlás problémája	52. oldal
35. ábra: A sok és felesleges fogyasztás problémája	53. oldal
36. ábra: Az ózonréteg csökkenésének problémája	53. oldal
37. ábra: A talajerózió, talajpusztulás problémája	54. oldal
38. ábra: Termékek állati részekből előállításának problémája	54. oldal
39. ábra: A gazdasági növekedés környezetre gyakorolt hatásának problémája	55. oldal
40. ábra: A növényvédőszeresek használatának problémája	56. oldal
41. ábra: A villamosenergia pazarlás problémája	56. oldal
42. ábra: A zajártalom problémája	57. oldal
43. ábra: A háztartási hulladék helytelen kezelésének problémája	57. oldal
44. ábra: A dohányzás problémája	58. oldal
45. ábra: A húsfogyasztás problémája	58. oldal
46. ábra: Csak a szükséges mennyiségű lámpa használata	60. oldal
47. ábra: A lámpa lekapcsolása a helység elhagyása után	61. oldal
48. ábra: A tusolás előnyben részesítése a fürdéssel szemben	61. oldal
49. ábra: Télen rendszeresen szellőztet	62. oldal
50. ábra: A lehetőségekhez mérten a tömegközlekedést választja az autóval szemben ..	62. oldal
51. ábra: Dezodornak sprayt használ	63. oldal
52. ábra: Fogyaszt húst	63. oldal
53. ábra: Nem dohányzik	64. oldal
54. ábra: Mielőtt újat vásárolna megpróbálja megszerelni az elromlott tárgyakat	64. oldal
55. ábra: Csak akkor vásárol valamiből újat, ha a régi már használhatatlan	65. oldal

56. ábra: Csak azért nem vásárol meg valamit, mert az divatos	65. oldal
57. ábra: Igyekszik újrahasznosított terméket vásárolni	66. oldal
58. ábra: Új termék elektromos termék vásárlásánál odafigyel annak jövőbeli energiafelhasználására	66. oldal
59. ábra: Fogyaszt műanyag és / vagy fém csomagolású italokat	67. oldal
60. ábra: A vásárlások során kerüli a műanyag zacskót	67. oldal
61. ábra: A vásárlások során saját zacskót használ	68. oldal
62. ábra: Visszaváltható csomagolású terméket vásárol	68. oldal
63. ábra: Figyeli a környezetbarát emblémákat a termékeken	69. oldal
64. ábra: A vásárlások alkalmával keresi a bio termékeket	69. oldal
65. ábra: Tudatosan keresi a magyar termékeket	70. oldal
66. ábra: A környezet védelmére rendszeres odafigyelés a hétköznapiakban	70. oldal
67. ábra: A környezetvédelmi hírek figyelemmel kísérése	71. oldal
68. ábra: A környezettel kapcsolatos dolgokra mások figyelmének felhívása	71. oldal
69. ábra: Aggódás azért, hogy a környezeti változások hogyan befolyásolják a későbbi életszínvonalat	72. oldal
70. ábra: Utána néz a vásárolt terméket gyártó cég környezetvédelmi politikájának	72. oldal

3. számú melléklet: Táblázatok jegyzéke

1. táblázat: A válaszadók életkor és nem szerinti megoszlása	38. oldal
2. táblázat: A válaszadók lakhely és nem szerinti megoszlása	40. oldal
3. táblázat: A válaszadók nemek és legmagasabb iskolai végzettség szerinti megoszlása	41. oldal
4. táblázat: A válaszokban megjelenő leggyakoribb fogalmak	43. oldal
5. táblázat: A válaszadók véleménye alapján a környezetszennyezés problémájának átlagos nagysága	45. oldal
6. táblázat: A környezetszennyezés egyes problémáinak súlyosságának átlaga	59. oldal
7. táblázat: A Z generáció tagjainak az egyes környezettudatos viselkedésfajtákra adott pontszámok átlaga	73. oldal

Függelék:

1. sz. függelék – Hallgatói és konzulensi nyilatkozat

NYILATKOZAT

Alulírott Peukert Ivett, a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, Budai Campus, Marketing mesterképzési szak szak nappali/levelező* tagozat végzős hallgatója nyilatkozom, hogy a dolgozat saját munkám, melynek elkészítése során a felhasznált irodalmat korrekt módon, a jogi és etikai szabályok betartásával kezeltem. Hozzájárulok ahhoz, hogy Záródolgozatom/Szakdolgozatom/Diplomadolgozatom egyoldalas összefoglalója felkerüljön az Egyetem honlapjára és hogy a digitális verzióban (pdf formátumban) leadott dolgozatom elérhető legyen a témát vezető Tanszéken/Intézetben, illetve az Egyetem központi nyilvántartásában, a jogi és etikai szabályok teljes körű betartása mellett.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem*

Kelt: Budapest, 2024 év október hó 29 nap



Hallgató

NYILATKOZAT

A dolgozat készítőjének konzulense nyilatkozom arról, hogy a Záródolgozatot/Szakdolgozatot/Diplomadolgozatot áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A Záródolgozatot/Szakdolgozatot/Diplomadolgozatot záróvizsgán történő védésre javaslom / nem javaslom*.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem*

Kelt: Budapest, 2024. október 30.



Belső konzulens

2. sz. függelék – Tartalmi kivonat

A DIPLOMADOLGOZAT TARTALMI KIVONATA

A Z GENERÁCIÓ KÖRNYEZETTUDATOS VISELKEDÉSE

Peukert Ivett

Marketing mesterképzési szak, levelező tagozat

Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing Tanszék

Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet

Belső témavezető: Dr. Kovács Annamária, egyetemi docens

A kutatásom során a Z generáció környezettudatossággal és fenntarthatósággal kapcsolatos ismereteire és magatartására voltam kíváncsi, valamint arra, hogy ezek az ismeretek megnyilvánulnak-e és ha igen, milyen formában és mértékben a fogyasztói döntéseik során. A téma nagyon fontos és időszerű, hiszen azon túl, hogy ez egy egyre nagyobb mértékben növekvő, a gazdasági élet minden szereplőjét egyre fokozottabb kihívások elé állító világméretű probléma, az ő életük minőségét a mainál sokkal erősebben fogja meghatározni az, hogy ma mit, és milyen módon cselekszünk. A dolgozatban konkrétan bemutattam, hogy melyek azok a világszintű problémák, melyen a legerősebben befolyásolják a Földünk élhetőségét. Mit jelent a környezetvédő és a tudatos fogyasztói magatartás, valamint milyen korábbi kutatások készültek a világon és hazánkban ebben a témában, illetve, hogy a környezeti nevelésnek milyen szerepe van a fiatalok tudatoságának formálásában. A kutatás fókuszcsoporthoz tartozó interjú és kérdőív megkérdezés adatain nyugszik, melyek alapján nem reprezentatívan megállapítható, hogy a fenntarthatóság és a környezettudatosság a probléma súlyához képest még nem eléggé foglalkoztatja a Z generáció tagjait, de az ezekhez szükséges cselekvések elsajátításához megvan az igény és az érdeklődés a generáció egy jelentős részében. Sokuk már elhivatott a környezettudatosság iránt, de még nem ismeri a szükséges cselekvések mindegyikét. A dolgozat végén megfogalmazásra kerültek következtetések és javaslatok a téma tovább gondolására valamint szempontok és lehetséges lépések a Z generáció tagjai tudásának és ismereteinek bővítésére, érdeklődésük felkeltésére.