

SZAKDOLGOZAT

Vörös Kata

2024



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Budai Campus
Élelmiszertudományi és Technológiai Intézet
Élelmiszermérnöki alapképzési szak

**Miért érzünk bűntudatot? Az öko-bűntudat és az
élelmiszerfogyasztói magatartás kapcsolatának szakirodalmi
vizsgálata**

Belső konzulens: Dr. Unger-Plasek Brigitta
egyetemi adjunktus

**Belső konzulens
intézete/tanszéke:** Élelmiszertudományi és
Technológiai Intézet/
Mezőgazdasági és
Élelmiszeripari Vállalati
Gazdaságtan Tanszék

Készítette: Vörös Kata

Budapest
2024

TARTALOMJEGYZÉK

1. BEVEZETÉS ÉS CÉLKITŰZÉS	3
2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS.....	5
2.1. A büntudat és annak pszichológiai háttere	5
2.1.1. Erkölcsi érzelmek szerepe.....	5
2.1.2. A szégyen és büntudat megkülönböztetése.....	5
2.2. Öko-büntudat és környezeti felelősség.....	6
2.2.1. Az öko-büntudat fogalma	6
2.2.2. A környezetbarát magatartás indítékai.....	7
2.3. Élelmiszer-fogyasztás elhelyezkedése környezetvédelmi szempontból.....	8
2.3.1. Az üvegházhatású gázok kibocsátásának hatása az élelmiszer-fogyasztás környezeti következményeire	8
2.3.2. A fenntartható fogyasztói döntések és a környezetbarát termékek iránti kereslet közötti szakadék	9
2.3.3. A bioélelmiszerek piaci részesedésének növelését akadályozó tényezők és a vásárlói hajlandóság befolyásolása.....	9
2.4. Élelmiszer-pazarlási viselkedés normáinak hatása a fogyasztói magatartásra	11
2.4.1. Büntudat és a büszkeség szerepe a fenntartható fogyasztásban.....	11
2.4.2. Az érzelmek szerepe az élelmiszer-pazarlási szokások megértésében	11
2.5. Az élelmiszer-mérföldek hatása a környezetre és fogyasztói döntésekre	13
2.5.1. Az élelmiszer-mérföldek koncepciójának környezeti hatásai és a fenntarthatósági viták.....	13
2.5.2. Az élelmiszer-mérföldek társadalmi elfogadottsága.....	13
2.6. A fenntartható fogyasztás viselkedési és pszichológiai tényezői.....	14
2.6.1. Társadalmi tényezők hatása a zöld fogyasztói döntésekre	14
2.6.2. Érzelmek és megküzdési stratégiák a fenntartható viselkedés ösztönzésében	14
2.6.3. A fogyasztói értékek és nézetek szerepe a fenntartható élelmiszerfogyasztásban.....	15
2.7. A környezettudatos élelmiszerfogyasztás	15
2.7.1. Fogyasztók tájékoztatása és környezettudatosságának növelése	15
2.7.2. Fenntartható húsfogyasztás és erkölcsi érzelmek	16
2.7.3. A fogyasztók érdeklődése az újrafelhasználható csomagolású ömlesztett termékek iránt.....	17
3. ALKALMAZOTT MÓDSZEREK	19
4. EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELEÉSÜK.....	20
4.1. Az adatbázis általános jellemzői.....	20
4.2. Az adatbázis kulcsszavak szerinti elemzése	27
4.3. Az adatok elemzése a VOSviewer segítségével.....	32
5. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK	36
6. ÖSSZEFOGLALÁS	38

IRODALOMJEGYZÉK.....	40
----------------------	----

1. BEVEZETÉS ÉS CÉLKITŰZÉS

Mindennapi döntéseink és tetteink alakításában vezető szerepet tölt be a büntudat, mint erkölcsi érzelem. Ez az érzelem érdeklődési területet jelent, mert szorosan kapcsolódik társadalmi normáinkhoz és személyes értékeinkhez. Maga a büntudat a másoknak okozott kárból és az ilyen társadalmi normák méréséből fakad. Az öko-büntudat – vagyis a környezeti felelősség iránti büntudat – a fenntarthatósággal és az éghajlatváltozással kapcsolatos harcokban kerül említésre. A fenntarthatóság kérdése napjainkban egyre nagyobb figyelmet kap világszerte. Az emberek egyre inkább felismerik a jelentőségét annak, hogy mindennapi gyakorlataik, különösen az étel-miszer-fogyasztással kapcsolatosak, nagy hatással vannak a környezetre. A környezetvédelemmel összefüggő étel-miszer-fogyasztás kérdése különösen aktuális, mivel az élelmiszerek előállítása és a fogyasztása a környezetszennyezés egyik fő forrása. Az ebből fakadó öko-büntudat érzése segíthet környezetbarát magatartásra ösztönözni az embereket, és támogatja a fenntarthatósági törekvéseket (Lu, 2023).

Az embereknek olyan fenyegető problémákkal kell szembenéznük, mint a globális klímaváltozás, a természeti erőforrások kimerülése és a környezetszennyezés, amelyek mind megkövetelik az egyén és a közösség részvételét a megoldásokban. Az étel-miszerfelhasználás-optimalizálása terén tett lépések különösen sürgősek, mert az étel-miszer-előállítás és -fogyasztás közvetlen hatással van a környezetre. A fenntartható étel-miszer-fogyasztás nemcsak az ökológiai problémák szempontjából fontos, hanem elősegítheti az egészséges életmódot és fenntarthatja a helyi gazdaságot.

A szakdolgozatom célja, hogy bibliometriai elemzés segítségével feltérképezzem az öko-büntudat jelentőségét az étel-miszerfogyasztói magatartásban, a nemzetközi szakirodalom vizsgálatával. A kutatás során átfogó képet szeretnék nyújtani arról, milyen ismeretek állnak eddig rendelkezésre ezen a területen, milyen irányokba haladnak a kutatások, és milyen intézkedések és megoldási javaslatok merülnek fel a szakirodalomban ebben a témában.

A bibliometriai elemzés célja, hogy feltárja a legfontosabb kutatási irányokat, kulcsszavakat és trendeket, valamint azonosítsa a kutatási csoportok és intézmények közötti együttműködési mintázatokat. Ez az elemzés a Web of Science adatbázisában található publikációkat vizsgálja,

amelyek az elmúlt évtizedekben a büntudat, az öko-büntudat, az étel- és ital-fogyasztás és a fenntarthatóság témakörében jelentek meg.

Az eredmények szakaszában grafikonok és táblázatok segítségével mutatom be a bibliometriai elemzés megállapításait. Kiemelt figyelmet szentelek a legfontosabb kutatási irányok, trendek és a nemzetközi szakirodalom által javasolt megoldások bemutatásának. A dolgozat végén összefoglalom a kutatás főbb eredményeit, és ajánlásokat fogalmazok meg a fenntartható étel- és ital-fogyasztás előmozdítására.

A kutatás célja továbbá, hogy megértse, milyen pszichológiai mechanizmusok húzódnak meg az öko-büntudat mögött, és hogyan hat ez a fogyasztói magatartásra. Az öko-büntudat motivációs erejének elemzése segíthet abban, hogy jobban megértsük, milyen tényezők ösztönzik az embereket a környezetbarát viselkedésre, és hogyan lehet ezeket a tényezőket hatékonyabban kihasználni a fenntarthatósági kezdeményezések sikerének növelésére.

Összegzésképp tehát szeretném megérteni hogy a büntudatnak, ezen belül is az öko-büntudatnak milyen fogyasztói magatartás vizsgáló hatásait kutatták már korábbi kutatásokban. Az öko-büntudat jelentős szerepet játszhat a környezetbarát magatartás kialakításában és fenntartásában, mivel az emberek büntudata arra készítheti őket, hogy fenntarthatóbb életmódot válasszanak, ezért annak megértése jelenleg is számos kutatás homlokterében áll.

2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

2.1. A büntudat és annak pszichológiai háttere

2.1.1. Erkölcsi érzelmek szerepe

Az erkölcsi érzelmek kritikus szerepet játszanak döntéseink megalkotásában, és szorosan kapcsolódnak a társas viselkedés megfelelő működéséhez. Az alapvető érzelmekkel (pl. boldogság, szomorúság) ellentétben a társas érzelmek megkövetelik mások mentális állapotának megértését (De Melo és mtsai., 2014). A két leggyakoribb erkölcsi érzelem közül a szégyen és a büntudat nagyon érdekes, mert a lelkiismeretet a kultúrától való függésre alapozzák (Van Kleef és mtsai., 2006).

2.1.2. A szégyen és büntudat megkülönböztetése

A szégyen és a büntudat egyaránt negatív és fájdalmas érzelmek, amelyeket sokan azonosnak tartanak, és ennek eredményeként a két érzelem közötti különbséget gyakran nem veszik észre (Tangney 1992). Bár mindkét érzelemnek vannak közös pszichológiai tünetei, mint például a depresszió és az önvád, de a szégyen és a büntudat az emberi viselkedés ellentétes megnyilvánulásainak felel meg (Miceli & Castelfranchi, 2018).

Ahhoz, hogy érzelmeket érezhessen, az egyénnek először látnia kell, hogy rosszat tett, vagy rosszat szándékozik tenni – vagyis képesnek kell lennie arra, hogy különbséget tegyen a jó és a rossz között. A kutatások kimutatták, hogy a büntudat gyakran olyan javító szándékú cselekvésekhez vezet, mint a bocsánatkérés, a jóvátétel vagy a hibák helyrehozása, míg a szégyen inkább visszahúzó, menekülő viselkedést, illetve ellenséges és önvédelmi reakciókat vált ki (Tangney, 2002a). Ezek alapján a szégyent negatív, antiszociális érzelmként bélyegezték meg, míg a büntudatot erkölcsös és proszociális érzelmnek tartják (Miceli & Castelfranchi, 2018).

A büntudat azért különböztethető meg a büntetéstől való félelemtől, mert a szorongás a cselekménynél van, nem pedig a büntetés várható kellemetlen következményeinél. Az egyén akkor is büntudatot érezhet, ha nincs esélye a büntetésnek, mert tudja, hogy másnak ártott. A büntudat egy diszfórikus, azaz kellemetlen érzés, ami akkor jelenik meg, amikor valaki felismeri, hogy megszegett egy számára fontos erkölcsi vagy társadalmi normát. Mind a

hétköznapi, mind a hivatalos szövegekben gyakran használják a büntudat fogalmát a személyiség, a normális viselkedés és a deviáns viselkedés közötti kapcsolat leírására és magyarázatára (Kugler & Jones, 1992).

A büntudatnak lehetnek hasznos és káros következményei is. Egyfelől a mérsékelt büntudat pozitív szerepet játszhat, mert segít megakadályozni a helytelen viselkedést, és ösztönözheti a hibák kijavítását, valamint a megbocsátás keresését (Ausubel, 1955; Kugler & Jones, 1992). A túlzott vagy nem megfelelő büntudatnak viszont működésképtelen és zavaró következményei is lehetnek. Ennélfogva a büntudat jelensége számos közös tapasztalatra jellemző, ezért az erkölcs, személyiség, alkalmazkodás kérdéseivel kapcsolatos elméleti megállapítások jelentős részét képezi. Ez nem csak egy intellektuális gyakorlat, hanem valami, ami mély betekintést nyújt a mindennapi emberi tapasztalatokba (Harrington, 1972; Kugler & Jones, 1992).

A büntudatot sok minden kiválthatja; azt a típust vizsgáljuk, amely többnyire kognitív alapú, és nem látható a korai fejlődés során. A büntudat a negatív önértékelés egy sajátos formája, amely akkor jelenik meg, amikor valaki tudja, hogy a viselkedése eltér egy erkölcsi értéktől, amelynek betartását fontosnak érzi. Ez az egyén reakciója a lelkiismerete megsértésére, ha a lelkiismeretet úgy értelmezzük, mint egy belső érzést, amely a saját magunkra vonatkozó erkölcsi kötelezettségek betartására figyelmeztet (Ausubel, 1955).

2.2. Öko-büntudat és környezeti felelősség

2.2.1. Az öko-büntudat fogalma

Mallett (2012) vezette be az öko-büntudat fogalmát, amely a környezetre káros viselkedés által kiváltott büntudatból ered. Eredményei szerint ez a fajta büntudat arra ösztönözhet, hogy az emberek nagyobb erőfeszítéseket tegyenek a környezet védelmére a jövőben, mivel az ökobüntudat szerepet játszik a felelősségtudat és a környezetvédelmi aktivizmus közötti kapcsolat erősítésében (Moore & Yang, 2020). Konkrétabban, a kutatás olyan esetekkel foglalkozik, amikor az emberek nem tesznek eleget zöld kötelezettségeiknek, majd büntudatot éreznek – ezáltal motiválják őket a környezetbarát viselkedésre (Aronson, 1969; Ferguson & Branscombe, 2010; Frijda, 1988). Amikor az egyének tudatában vannak annak, hogy viselkedésük károsította a környezetet, az öko-büntudat arra készítheti őket, hogy megváltoztassák a környezetkárosító cselekedeteiket (Devine és mtai., 1991; Mallett, 2012b).

A környezetvédelem esetében a közös erőforrásoktól (pl. víz, energia) való függés miatt a csoport akkor jár a legjobban, ha mindenki együttműködik, ugyanakkor az egyének számára az önző viselkedés jelent azonnali előnyt (Hardin, 1968). A környezetvédelem egyfajta közjó dilemma (Dunlap, 2002). Az ilyen proszociális viselkedés, mint a környezetvédelem, az egyéni érdekek ellenében működik, mivel az ilyen tevékenységekhez gyakran jár pénzügyi és kényelmi áldozat (pl. bio-élelmiszerek és hibrid autók vásárlása, újrahasznosítás, környezetvédelmi aktivizmus) (Mallett, 2012b).

2.2.2. A környezetbarát magatartás¹ indítékai

Steg és társai (2014) vizsgálták a környezetbarát viselkedés indítékait, három alapvető célon keresztül: hedonikus célok (élvezet és kényelem), nyereségcélok (anyagi előnyök), valamint normatív célok (erkölcsi helyesség és társadalmi normák betartása). Ezek a célok meghatározzák, hogyan látják az emberek a döntési helyzeteket, és milyen cselekvéseket választanak. A hedonikus célok az élvezet és a kényelem keresésére épülnek, míg a nyereségcélok az anyagi haszonra és egyéb előnyökre koncentrálnak. Ezzel szemben a normatív célok arra ösztönzik az embereket, hogy erkölcsileg helyes döntéseket hozzanak, például a környezet védelme érdekében. A kutatás arra is rámutat, hogy a hedonikus és nyereségcélok nem mindig állnak ellentétben a normatív célokkal. Ha például a környezetbarát magatartás javítja az egyén jó közérzetét vagy növeli társadalmi státuszát, akkor ezek a célok összhangba kerülhetnek (Steg és mtsai., 2014).

A normatív célokat kitűző emberek döntéseiket erkölcsi felelősségtudat és társadalmi normák mentén hozzák meg, fontos számukra, hogy tetteik helyesek legyenek a közösség és a környezet szempontjából. Az ilyen emberek számára kiemelt érték a természet védelme, és hajlandóak személyes áldozatokat hozni, hogy megfeleljenek ezeknek az erkölcsi és közösségi elvárásoknak (Steg és mtsai., 2014). A büntudat szorosan kapcsolódhat ehhez az összefüggéshez, mivel az emberek erkölcsi normák megsértése esetén gyakran éreznek büntudatot. Ha valakinek erős bioszférikus értékei vannak – vagyis fontosnak tartja a környezet védelmét –, akkor ha környezetkárosító döntést hoz (pl. nem választja a környezetbarát megoldást, még ha az kényelmesebb vagy olcsóbb is lenne), büntudatot érezhet. A büntudat itt egyfajta "erkölcsi figyelmeztetésként" működik, amely ösztönözheti az egyént arra, hogy a

¹ A környezetbarát magatartást úgy határozzák meg, mint minden olyan cselekvést, amely javítja a környezet minőségét, és amely környezetbarát szándékból ered.

jövőben jobban figyeljen a környezetbarát viselkedésre (Estrada-Hollenbeck & Heatherton, 1998). Ezért, ha az egyének értékelik környezetüket, és úgy érzik, tettek volna valamit a környezet védelméért, de nem tették meg, akkor meg kell tapasztalniuk az öko-bűntudatot. Ez az érzelmek készteti őket a környezetbarát magatartás kialakítására. Például az egyének szégyent érezhetnek, ha csoportjuk nem felel meg a környezetvédelem normáinak, még akkor is, ha ők maguk is környezetbarát magatartást tanúsítanak (Tangney, 2002b).

2.3. Élelmiszer-fogyasztás elhelyezkedése környezetvédelmi szempontból

2.3.1. Az üvegházhatású gázok kibocsátásának hatása az élelmiszer-fogyasztás környezeti következményeire

Az emberi tevékenységek következtében kialakuló éghajlatváltozás valós és azonnali probléma; ezt a problémát általánosan elismert ténynek tartjuk. Az üvegházhatású gázok, a szén-dioxid, a metán és a dinitrogén-oxid fontos szerepet játszanak az éghajlatváltozásban. A kibocsátásuk tovább növekedett, és az elmúlt évtizedekben az óceánok felmelegedtek, a jégtekarók csökkentek és a tengerszint emelkedett (IPPC, 2014). Ezek a tendenciák hátrányosan befolyásolhatják az emberi egészség szempontjából fontos tényezőket: a levegő minőségét, a vizet, az élelmiszert, a menedéket és a biztonságot, valamint az egészségügyi ellátáshoz való hozzáférést (WHO, 2008). Számos ágazatban lehet a hatékony az egyidejű fellépés a klímaváltozás megfékezésében. Az egyik ilyen ágazat az élelmiszer-fogyasztás (Jensen és mtsai., 2011; Rousseau & Vranken, 2013). Scialabba & Müller-Lindenlauf (2010) szerint az élelmiszerfogyasztás jelentős hatással van az üvegházhatású gázok kibocsátására. Dietz és társai (2009) szerint, ha a fogyasztói döntéseket a zöldebb lehetőségek felé tolják el, az elősegítené az éghajlatváltozással kapcsolatos erőfeszítéseket (Gorissen & Weijters, 2016).

Tehát az üvegházhatású gázok kibocsátásának csökkentése az élelmiszertermelés és -fogyasztás során kulcsfontosságú a globális felmelegedés mérsékléséhez. Ennek érdekében egy új mérési egységet fejlesztettek ki, amely az élelmiszerek tömegét és tápanyagtartalmát figyelembe véve segíti az üvegházhatású gázok kibocsátásának pontosabb meghatározását. A vizsgálatukban 15 élelmiszertípus elemzése azt mutatta, hogy a hüvelyesek és gabonák, magas tápanyagtartalmuk miatt, alacsonyabb kibocsátást eredményeznek, míg a marhahús és birkahús a legnagyobb hozzájárulók a globális felmelegedéshez (Zhang és mtsai., 2023).

2.3.2. A fenntartható fogyasztói döntések és a környezetbarát termékek² iránti kereslet közötti szakadék

Nyilvánvaló, hogy nem minden vásárló zöld fogyasztó³ és nem választ környezetbarát termékeket. Lehet, hogy néhányan nem hajlandók erre, mert kevésbé hatékonyak tartják a termékeket (Luchs és mtsai., 2010). Emellett a költségek is komoly problémát jelenthetnek; Általában a környezetbarát termékek magasabb áron kaphatók, mint a nem környezetbarát ellenfeleik (Dale, 2008; Mintel, 2009), és nem minden vásárló hajlandó többet fizetni az etikus vagy környezetbarát termékért (Li & Kallas, 2021). Olyan eredmények is voltak, hogy a fogyasztó egy termékért nem fog fizetni csupán annak zöld tulajdonsága miatt, a terméknek valamilyen hozzáadott értékkel kell rendelkeznie, például jobb íz, nagyobb biztonság, vagy hogy ezzel pénzt takarítanak meg (Vernekar & Wadhwa, 2011). Természetesen a fogyasztók közötti nagy egyéni különbségek függvénye, hogy a vásárlási döntések során mekkora jelentőséget tulajdonítanak a környezetvédelemnek (Haws és mtsai., 2014).

Megfigyelték, hogy amikor a fogyasztók kénytelenek csökkenteni kiadásukat, a zöld termékek azok közé tartoznak, amelyeket elsőként hagynak el. Bár a fogyasztók értékelik a környezetbarát termékeket, továbbra sem világos, hogy hajlandóak-e fizetni értük. A gazdaság gyengülése megterheli az emberek költségvetését, feszültséget okozva a családi értékek támogatása és a fenntartható termékek közötti választásban. Ez arra kényszeríti az embereket, hogy az érzelmi vágyak és a gazdasági döntések között mérlegeljenek (Vernekar & Wadhwa, 2011).

2.3.3. A bioélelmiszerek piaci részesedésének növelését akadályozó tényezők és a vásárlói hajlandóság befolyásolása

Tudnánk-e befolyásolni a fogyasztói preferenciát a napi bevásárlás során azzal, hogy növeljük a környezeti információk közzétételét a termékeken így hangsúlyozva a környezettudatosságot?

A modern fogyasztói világban az egyéneknek gyakran választaniuk kell a zöld és a hagyományos termékek között. Ezt a döntést általában a termékbeszerzés során hozzák meg, és sok cég a gyártás vagy a csomagolás alapján kínál környezetbarát termékeket.

² A környezetbarát terméket olyannak tekintjük, amely legalább egy pozitív környezeti tulajdonsággal rendelkezik, és a "környezeti tulajdonság" pedig egy olyan jellemző, amely tükrözi a termék környezeti hatását.

³ A zöld fogyasztó olyan személy, aki környezetbarát magatartást tanúsít, és előnyben részesíti a zöld termékeket a hagyományos alternatívák helyett, ezzel támogatva a fenntarthatóságot és a környezet védelmét.

Bár a fogyasztók körében növekszik a környezettudatosság, nem mindig választják a környezetbarát termékeket (Gleim és mtsai., 2013). Ez a szakadék a tudás és a cselekvés között részben azzal magyarázható, hogy sok fogyasztó nem biztos a termékek környezeti hatásaiban (Redman, 2014). A fenntartható fogyasztás kritériumainak megértése és alkalmazása gyakran olyan információkat igényel, amelyek nem állnak a fogyasztók rendelkezésére. Ezt a problémát tanúsítványok és címkézési rendszerek próbálják orvosolni, segítve a zöld fogyasztási lehetőségek felismerését, miközben folyamatosan próbálnak több információt nyújtani az alternatív fogyasztási szokások fenntarthatóságáról (Gorissen & Weijters, 2016; Siegrist és mtsai., 2015).

A vásárlók számára a CO₂-megtakarításról szóló információk bár hasznosak lehetnek a döntéshozatalban, sokan mégsem találják meggyőzőnek azokat. A CO₂-csökkentéssel kapcsolatos számokat nehéz érthető módon átadni a fogyasztóknak, ami megnehezíti a tájékoztatást és a meggyőzést (Gadema & Oglethorpe, 2011; Upham és mtsai., 2011). Ezen a területen végzett tanulmányok kimutatták, hogy a kiegészítő információk segíthetnek a fogyasztóknak abban, hogy belássák a CO₂-csökkentés fontosságát, és ösztönözhetik őket a környezetbarát termékek választására (O'Brien & Teisl, 2004; Teisl és mtsai., 2008). A feltárt környezeti problémákkal kapcsolatban lehetőség van a környezeti kommunikáció és oktatás további alkalmazására (Loureiro & Lotade, 2005; Teisl és mtsai., 2008). Így növelhető azon fogyasztók köre, akik környezetvédelmi szempontból fontosnak tartják, hogy vásárlási szokásaikat a CO₂-kibocsátás csökkentése érdekében módosítsák (Motoshita és mtsai., 2015).

A bioélelmiszerek piaca globális szinten számottevő fejlődést mutat, évesen körülbelül 10%-os növekedési rátával. Ennek hátterében a média által terjesztett széleskörű tájékoztatás, valamint a környezetszennyezés, globális felmelegedés és a természeti erőforrások fenntartható felhasználásával kapcsolatos növekvő tudatosság áll (Van Doorn & Verhoef, 2011). A fogyasztók egyre inkább érdeklődnek a környezetvédelem és állatjólét iránt, ami felélénkíti a bioélelmiszerek piacát (Cornelissen és mtsai., 2008). Ugyanakkor a bioélelmiszerek piaci részesedése még mindig alacsony (Bhattacharya & Sen, 2004; Verhoef, 2005).

2.4. Élelmiszer-pazarlási viselkedés normáinak hatása a fogyasztói magatartásra

2.4.1. Büntudat és a büszkeség szerepe a fenntartható fogyasztásban

A büntudat többdimenziós pszichológiai fogalom, amelynek affektív és kognitív oldala is van. Érzelmi szempontból a büntudatot negatív állapotként írják le, amit az egyén pozitív, de meg nem érdemelt vagy negatív, de megérdemelt eseményekre reagálva él át (Dahl és mtsai., 2005; Roseman, 1984). A marketing a szakirodalom szerint a büntudat hatékonyan irányítja a fogyasztói magatartást a proszociális viselkedés felé (Burnett & Lunsford, 1994; Dahl és mtsai., 2003; Peloza és mtsai., 2013). Huhmann és Brotherton (1997) osztályozták a reklámozás azon formáit, amelyek különböző típusú büntudatot generálnak: anticipált büntudat, reaktív büntudat és egzisztenciális büntudat. Az anticipált büntudat a saját normák megsértésének vizualizálásából fakad, míg a reaktív büntudat a viselkedési normák megsértésére adott reakció. Az egzisztenciális büntudat az egyén és mások jóléte közötti ellentmondás következménye (Cotte és mtsai., 2005). A környezetvédelem széles körben elismert erkölcsi norma, ezért az erkölcsi normák tiszteletben tartása nélkül bekövetkező cselekvések anticipált büntudat kiváltását okozhatják. A környezettel kapcsolatos anticipált büntudat valószínűleg pozitívan befolyásolja a fogyasztók környezetbarát viselkedését és a zöld fogyasztási szándékot. Amikor az egyén képesnek és késznek érzi magát a büntudat csökkentéséhez szükséges cselekvések megtételére, valószínűleg még jobban motivált lesz a fenntartható cselekvésre. A büntudat és a büszkeség olyan tanulási folyamatot indít el, amely növeli az észlelt fogyasztói hatékonyságot (PCE) a zöld fogyasztási kontextusban (Kabadayı és mtsai., 2015).

2.4.2. Az érzelmek szerepe az élelmiszer-pazarlási szokások megértésében

A fogyasztók büntudatot éreznek az élelmiszerpazarlás miatt, és az anticipált büntudat arra ösztönzi őket, hogy csökkentsék a élelmiszer-pazarlást (Goh & Jie, 2019). Kim és társai (2013) megerősítették az anticipált büntudat és az etikai, társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos viselkedések közötti pozitív kapcsolatot (Ajzen, 2001). Az életkor, az iskolázottság, a jövedelem és a háztartás mérete demográfiai tényezők, ezek azok amelyek befolyásolják az élelmiszerpazarlási magatartást (Ammann és mtsai., 2021; Filimonau és mtsai., 2020; Heidari és mtsai., 2020).

Egyes kutatók szerint az érzelmek kulcsszerepet játszanak az étel-miszer-pazarlási szokások különböző aspektusainak megértésében (Russell és mtsai., 2017). A negatív érzelmek, mint például a büntudat és a megbánás, kiemelkedően fontosak lehetnek a viselkedési szándékok formálásában (Soscia és mtsai., 2019). Különösen a büntudat előzetes érzése, valamint a szorongás komoly hatást gyakorolhat a fogyasztói magatartásra, amit néhány kutató az étel-miszer-pazarlás visszaszorításának egyik meghatározó tényezőjeként tart számon (Attiq, Danish Habib, és mtsai., 2021; Russell és mtsai., 2017; Stefan és mtsai., 2013).

A büntudat, mint negatív érzelem, jelentősebb hatást gyakorolhat az étkezési szokásokra, mint a félelem, a harag vagy a gyűlölet (Ruddock & Hardman, 2018). Az előre érzett büntudat az egyik legfontosabb proszociális érzelem, amely segít kialakítani azokat a társadalmi normákat, amelyek az embereket a károk helyrehozatalára ösztönzik. Az anticipált büntudat egy összetett érzelmi állapot, amely belső feszültséget kelt, és arra készteti az egyént, hogy elkerülje a pazarló viselkedést, miközben azonnali következményekkel is szembesül (Attiq, Danish Habib, és mtsai., 2021; Lefebvre és mtsai., 2019).

Az étel-miszer-pazarlással kapcsolatban, a fogyasztók által érzett büntudat a pazarló magatartás miatt, arra sarkallja őket, hogy módosítsák vagy megváltoztassák az étel-miszer-pazarlással kapcsolatos magatartásukat. A vendéglátóiparban azt is kimutatták, hogy a fogyasztók büntudatot éreznek az étel-miszer-pazarlás miatt, mivel ez pénz-pazarlással jár, és káros a környezetre. Az éttermek üzemeltetői és vezetői szintén büntudattal küzdenek az étel-miszer-pazarlás miatt (Grandhi & Appaiah Singh, 2016).

A háztartásokban az étel-miszer-pazarlás főleg az étel-miszerek megítélésének és az összeegyeztethetetlen értékeknek köszönhető. Az emberek értékei, életmódjuk és a kényelemigényük egyaránt hozzájárulnak ehhez. Elmondható, hogy a háztartási körülmények és mindennapi rutinok, mint a bevásárlás tervezése vagy a maradékok kezelése, döntően határozzák meg az étel-miszer-felhasználás hatékonyságát (Hebrok & Boks, 2017).

2.5. Az élelmiszer-mérföldek hatása a környezetre és fogyasztói döntésekre

2.5.1. Az élelmiszer-mérföldek koncepciójának környezeti hatásai és a fenntarthatósági viták

Az "élelmiszer-mérföldek" fogalma abból a viszonylag egyszerű elképzelésből indul ki, hogy minél hosszabb utat tesz meg az élelmiszer a gazdaságtól a tányérig, annál nagyobb a negatív környezeti hatása. Eredetileg az élelmiszer-mérföldek koncepciója arra épült, hogy a helyben termesztett és fogyasztott termékek kevésbé pazarlóak, mint az importált élelmiszerek. Ahogy a globális felmelegedés egyre sürgetőbbé vált, az élelmiszer-mérföldek kérdése szénlábnym-vita középpontjába került, és a környezetvédelmi aktivisták egyik fő témájává vált (Kemp és mtsai., 2010).

Coley és munkatársai (2009) szerint a "helyi élelmiszer" és az "élelmiszer-mérföldek" fogalma erőteljes eszközzé vált a fenntartható mezőgazdaság és az alternatív élelmiszerrendszerek politikai diskurzusában. A termékek légi szállítása jelentősen nagyobb szén-dioxid-kibocsátással jár, mint a tengeri szállítás, ám a szállítási móddal kapcsolatos különbségek gyakran elmosódnak. A DEFRA (2005) jelentése szerint a légi szállításnak nagyon nagy az éghajlatváltozást okozó hatása egy tonnára vetítve, míg a tengeri szállítás viszonylag hatékony. Az élelmiszer-mérföldek és a fenntarthatóság közötti kapcsolat összetett, és kompromisszumokat igényelhet a környezeti, társadalmi és gazdasági tényezők között. Például, ha a tengerentúli termelési rendszerek környezetvédelmi szempontból előnyösebbek a hazaiaknál, akkor nettó környezeti haszon keletkezhet, miután figyelembe vettük a szállítási költségeket is (Pretty és mtsai., 2005).

2.5.2. Az élelmiszer-mérföldek társadalmi elfogadottsága

DEFRA (2005) jelentése rávilágít arra is, hogy az élelmiszerek és más áruk különválasztása nem logikus: "Miért aggódjunk az élelmiszer-mérföldek miatt, de más termékek mérföldjei miatt ne?"

Vajon elfogadták-e a fogyasztók az élelmiszer-mérföldek érvelését? Bár a felmérések szerint sokan támogatják az importált élelmiszerek elkerülését, mennyire lehetnek biztosak a politikai döntéshozók és a szupermarketek vezetői abban, hogy ez a hozzáállás valóban megjelenik a vásárlási szándékokban és befolyásolja a tényleges vásárlási szokásokat (Kemp és mtsai., 2010)?

2.6. A fenntartható fogyasztás viselkedési és pszichológiai tényezői

2.6.1. Társadalmi tényezők hatása a zöld fogyasztói döntésekre

A tervezett viselkedés elmélete szerint az emberi viselkedést a viselkedési szándékok határozzák meg, amelyeket társadalmi tényezők befolyásolnak. Az interdiszciplináris kutatások előrehaladtával a megbánás elméletét, a gyakorlatelméletet és a fogyasztói értékelméletet egyre gyakrabban alkalmazzák a fogyasztói magatartásra (Gonçalves és mtsai., 2016; Perera és mtsai., 2018; Yang és mtsai., 2023). A zöld fogyasztói magatartást befolyásoló belső tényezők közé tartozik a zöld fogyasztás koncepciója, a zöld termékekért való fizetési hajlandóság és a zöld ismeretek (Akhtar és mtsai., 2021; Roh és mtsai., 2022; Rustam és mtsai., 2020; Sivapalan és mtsai., 2021). A külső tényezők közé tartozik a jövedelem, az iskolázottság, az életkor és a társadalmi befolyásoltság (Sun és mtsai., 2019). Noha sok fogyasztó pozitívan viszonyul a zöld fogyasztáshoz, olyan tényezők, mint az önkontroll hiánya, a vásárlási viselkedés tehetetlensége és a termékjellemzők megakadályozzák, hogy ezek az attitűdök tényleges viselkedéssé alakuljanak (Huang és mtsai., 2023; Lin & Shi, 2022).

A fenntartható fogyasztási döntéseket befolyásoló tényezők közé tartozik a priming és a személyes normák aktiválása (Schwartz, 1977). Az egyén környezettudatosságának növelése érdekében fontos hangsúlyozni a viselkedés környezeti hatásait és azt, hogy ezek a hatások megelőzhetők. Ezen felül, ha olyan embereknek nyújtunk környezeti ismereteket, akik nagyra értékelik a környezetet, az tovább erősíti ezen értékeket (Lindenberg & Steg, 2007). A bio- és helyi élelmiszertermeléssel kapcsolatos tudás növekedése megerősíti a meglévő értékeket, amelyek az attitűdök megváltozásán keresztül elősegítik a környezeti szempontból fenntartható vásárlási szokások kialakulását, például a helyi élelmiszerek előnyben részesítését (Zepeda & Deal, 2009).

2.6.2. Érzelmek és megküzdési stratégiák a fenntartható viselkedés ösztönzésében

A fenntartható döntések ösztönzése érdekében az intervenciók hangsúlyozhatják a büntudat vagy a büszkeség érzését, amelyek motiválhatják az embereket a környezetbarát viselkedésre. Az egyének belső konfliktusait kognitív és viselkedési megküzdési mechanizmusokkal oldhatják fel, amelyek célja a külső és belső elvárások közötti feszültségek kezelése (Folkman, 1984). A fenntartható fogyasztás terén végzett kutatások szerint a francia és olasz fogyasztók különféle megküzdési stratégiákat alkalmaznak; például figyelmen kívül hagyják vagy

elhatárolódnak a fenntartható termékektől és címkéktől, illetve inkább megbízható, ismert forrásokból, például szájról szájra terjedő információkra hagyatkoznak. A beavatkozásoknak tehát fel kell hívniuk a fogyasztók figyelmét arra, hogy megküzdési mechanizmusokat alkalmaznak a fenntarthatatlan magatartásuk igazolására. Azáltal, hogy hangsúlyozzák a büntudat vagy a büszkeség érzését, növelhetik az egyének személyes felelősségérzetét és céltudatosságát, amely elősegítheti a környezeti szempontból fenntartható döntések meghozatalát (Antonetti & Maklan, 2014).

2.6.3. A fogyasztói értékek és nézetek szerepe a fenntartható élelmiszerfogyasztásban

A fenntartható élelmiszer-fogyasztással kapcsolatos kutatások több szempontból is vizsgálták a fogyasztói értékeket. A helyi és bioélelmiszerekkel kapcsolatos ismeretek bővülése megerősítheti a fogyasztók meglévő értékeit, amelyek támogatják a környezetileg fenntartható vásárlási magatartást (Feldmann és Ulrich, 2015; Hartmann és Michael, 2017; Schleenbecker és Hamm, 2013).

2.7. A környezettudatos élelmiszerfogyasztás

2.7.1. Fogyasztók tájékoztatása és környezettudatosságának növelése

A fogyasztók nincsenek teljesen tisztában az élelmiszertermelés, különösen az állattenyésztés tényleges környezeti hatásaival. Néhány fogyasztó elismeri, hogy az élelmiszertermelésnek van némi hatása, míg mások úgy vélik, hogy nincs kapcsolat az élelmiszertermelés és a környezet között. A helyben termelt élelmiszerek, a bioélelmiszerek, a szezonális élelmiszerek és az élelmiszerek csomagolásának csökkentése mind környezetbarátnak számítanak. Ugyanakkor a bioélelmiszer-termelés nem feltétlenül fenntarthatóbb, mint a hagyományos fogyasztás, mivel több földterületet igényel (Redlichová és mtsai., 2021). A hústermelés környezeti hatásait illetően a fogyasztók gyakran nem rendelkeznek megfelelő információval. Sok fogyasztónak kételyei is vannak azzal kapcsolatban, hogy húsfogyasztásának bármi negatív hatása lenne a környezetre. Objektív adatok azt mutatják, hogy az állattenyésztés nagyobb mértékben járul hozzá az üvegházhatású gázok kibocsátásához, mint a növényi alapú élelmiszertermelés (Poore & Nemecek, 2018). Ezért kulcsfontosságú, hogy a politikai döntéshozók egyszerű, hiteles, bizonyítékokon alapuló módon tájékoztassák a fogyasztókat az élelmiszertermelés, különösen az állattenyésztés környezeti hatásairól (Van Bussel és mtsai., 2022).

2.7.2. Fenntartható húsfogyasztás és erkölcsi érzelmek

A túlzott húsfogyasztás negatív hatással van a környezetre, az emberi egészségre, valamint az állatok életkörülményeire és jólétére (Godfray és mtsai., 2018). Ezen felül az állattenyésztési ágazat a legnagyobb mértékben járul hozzá a legsúlyosabb környezeti problémákhoz. Az állattenyésztés globálisan a világ földterületének egyharmadát foglalja el, és az emberi tevékenység okozta üvegházhatású gázok kibocsátásának 14%-át teszi ki (Castellini és mtsai., 2023; FAO, 2019). Azonban "fenntartható" húsfogyasztás mennyiségének meghatározása bonyolult feladat, mivel a különböző húsfajták eltérő környezeti hatásokkal járnak. Az EAT-Lancet Commission on Food, Planet, Health jelentése (Willett és mtsai., 2019) azzal a kérdéssel foglalkozik, hogyan lehet egy jövőbeni 10 milliárd fős népességet egészséges étrenddel ellátni a bolygó korlátain belül.

Sok húsevő állítja, hogy törődik az állatokkal, mégis továbbra is húst fogyaszt, ezt "húsparadoxonnak" nevezik (Loughnan & Davies, 2019). Ez kognitív disszonanciát okoz, mivel a húsevés ellentmond az erkölcsi meggyőződéseiknek. Ennek elkerülésére egyesek tagadják, hogy az állatok szenvednek a hús előállítása során, míg mások változtatnak étrendjükön, és vegetáriánus, vegán vagy flexitáriánus életmódot követnek. Az állatvédelem erkölcsi okai mellett gyakran egészségügyi és környezeti okok is motiválják őket (Ioannidou és mtsai., 2023). Ezekben az esetekben a veganizmus/vegetarianizmus és a húsfogyasztás gyakran erős érzelmekkel, például haraggal, megvetéssel, undorral, büntudattal és szégyennel jár (Menga & Vanolo, 2024).

A húsfogyasztásnál fontos figyelembe venni a nemi különbségeket. A férfiak jobban ragaszkodnak és támogatják a húsfogyasztást, és tagadják, hogy az állatok fájdalmat éreznének. Ezzel szemben a nők hajlamosabbak vegetáriánussá válni, érzékenyebbek az állatok bántalmazására, és ellenzik az állatok emberi célokra való felhasználását (Ioannidou és mtsai., 2023).

A jelenlegi húsfogyasztási szokások nem fenntarthatóak, és a fogyasztók számos okból érezhetnek büntudatot, mégis sok országban magas a húsfogyasztás, és gyakran ünneplik a "húskultúrát". Az empirikus kutatások azt mutatják, hogy a húsfogyasztás miatti büntudat nem feltétlenül vezet a húsfogyasztás csökkentéséhez. A fogyasztók gyakran kompenzálják vagy igazolják választásaikat azzal, hogy "egészséges" módon elkészített húskételeket választanak, vagy a hús tápértékével és egészségügyi előnyeivel érvelnek (D. J. Kim & Yoon, 2021). Ez arra

utal, hogy amikor erkölcsi normáink és önző vágyaink konfliktusba kerülnek, gyakran az utóbbi győz. Pszichológiai szempontból, amikor az emberek büntudatot éreznek viselkedésük miatt, hajlamosak inkább igazolni azt, mintsem megváltoztatni. A húsfogyasztás igazolására számos érvet találhatunk. Ezek az érvek a felelősség áthárításától ("Nem te vágod le az állatokat"), az emberi felsőbbrendűség megerősítésén át a húsfogyasztás környezeti hatásainak relativizálásáig terjednek, szemben a vegán vagy vegetáriánus életmód "állítólagos" előnyeivel. Az utóbbi években különösen az utóbbi érv terjedt el, amelyet gyakran használnak azok, akik ellenzik a veganizmust (Menga & Vanolo, 2024).

Loiselle és társai kutatásából az derül ki, hogy a környezetvédelem volt az egyik fő motivátor a húsfogyasztás csökkentésére. Azonban azt is meg kell jegyezni, hogy a környezetvédelmi érvek nem mindig a legmeggyőzőbbek ebben a témában. Számos tanulmány a vörösáru magas árát és így a megtakarítási lehetőséget azonosítja a húsfogyasztás csökkentése okának. Viszont a húsfogyasztás mellett szóló érvek között is megjelent az egészség, mert sokan úgy vélik, hogy a hús elengedhetetlen az egészség megőrzéséhez (Loiselle és mtsai., 2024). Végül érdemes megemlíteni, hogy egyes fogyasztók a büntudatmentes életmódot választják a vegán vagy vegetáriánus étrend teljes körű elfogadásával, elkerülve ezzel a húsfogyasztás környezeti és erkölcsi kérdéseit (Menga & Vanolo, 2024).

2.7.3. A fogyasztók érdeklődése az újrafelhasználható csomagolású ömlesztett termékek iránt

Az élelmiszereket azért is csomagolják be, hogy a minőségmegőrzési idő végéig megtartsák színüket és biztonságosan fogyaszthatók legyenek. A fogyasztónak addig hasznos a csomagolás, amíg el nem fogy a termék, utána hulladéknak minősítik (Lindh és mtsai., 2016; Paiva & Ugaya, 2024).

A polimerek kétségtelenül forradalmasították a modern világot, mert könnyűek, erősek, könnyen kezelhetők és olcsók. Az élelmiszerek csomagolásában használt műanyagok lehetővé teszik a termékek hosszabb eltarthatóságát és stabilitását, köszönhetően a szintetikus polimer anyagok magas gátló tulajdonságainak és gázselektivitásának. 2020-ban a globális műanyaggyártást 450 millió tonnára becsülték évente. Azonban ez az óriási mennyiségű műanyag környezetszennyezést és kezelési problémákat okoz az élettartama végén (Grzela és mtsai., 2024).

A világ műanyag hulladékának nagy részét az élelmiszeripari és elvitelre szánt műanyag termékek teszik ki. A leggyakoribb egyszer használatos műanyag tárgyak közé tartoznak a bevásárlótáskák, palackok, élelmiszer-tartályok és csomagolások (Morales-Caselles és mtsai., 2021). A fenntarthatóságot gyakran a 3R (csökkentés, újrahasznosítás, újrafelhasználás) módszerrel hoznak összefüggésbe. Viszont azt is meg kell említeni, hogy az újrahasznosított műanyagok és bioműanyagok költségesebbek, mint a szűz műanyagok (Patreau és mtsai., 2023). A társadalmi és személyes normáik határozzák meg, hogy a fogyasztók hogyan viszonyulnak ehhez a problémához. A környezettudatos viselkedés fő motiválója a személyes normák, amiket az emberek etikai gondolkodásmódja alakít ki ebben a témában, ez lehet szabályorientált vagy eredményorientált (De Canio és mtsai., 2024).

A fogyasztók tisztában vannak azzal, hogy fogyasztási szokásaik és az általuk termelt hulladék jelentős környezeti problémákat okozhatnak (Storm, 2020). Mindazonáltal, az, hogy a fogyasztók is tudatosítják, hogy a csomagolóanyag a környezetre negatívan hat, számukra ez nem vezet automatikus nagyobb kiszérelésű vagy ömlesztett termékek választásához. Ez abból adódhat, hogy a hagyományos termékcsomagolást könnyebben kezelhetőnek tartják (De Canio és mtsai., 2024).

Bár így is, hogy az emberek egyre tudatosabbak a műanyaggal kapcsolatos problémák miatt, sokan kétségbe vonják a fogyasztásuk megváltoztatására rendelkezésre álló lehetőségeket (Rhein & Schmid, 2020). Jelenleg a kormányok főként a csomagolások élettartamának végére fókuszálnak, például az otthoni szelektív hulladékgyűjtésre vagy a visszaváltási rendszerekre. Kevés lehetőség van az egyszer használatos csomagolások csökkentésére (Phelan és mtsai., 2022). A fogyasztók azonban alternatívákat keresnek a műanyag csomagolások helyett, és hajlandóak többet fizetni ezekért (Herrmann és mtsai., 2022; Patreau és mtsai., 2023).

A fogyasztók olyan megoldásokat keresnek, amelyekkel csökkenthető az egyszer használatos csomagolásból származó hulladék. A gyártóknak és az élelmiszerboltoknak a felelőssége, hogy forgalmazzanak csomagolásmentes termékeket és szorgalmazzák annak megvásárlását is (De Canio és mtsai., 2024). Napjainkban egyre inkább a fenntarthatóbb csomagolási megoldások, például a biológiailag lebomló, komposztálható és újrahasznosítható anyagok használata felé mutat a tendencia, mivel az élelmiszeripar a hulladékcsökkentésre és a fenntarthatóság előmozdítására törekszik (Hussain és mtsai., 2024).

3. ALKALMAZOTT MÓDSZEREK

A kutatás fő célja az volt, hogy bibliometriai elemzéssel vizsgáljam a korábbi tanulmányokat, amelyek az öko-bűntudat, a bűntudat és az ételmiszerfogyasztói magatartás közötti kapcsolatot vizsgálják.

A Web of Science-t választottam adatbázisnak, mert ez biztosítja a magas színvonalú cikkek listáját. A korábbi tanulmányok is ezt tartják a legszélesebb körben használt és elismert forrásnak (Harzing & Alakangas, 2016). A kereséseket 2024 júniusában végeztem, az elemzéshez az adatok kigyűjtését 2024. június 30-án végeztem. Azonosítottam azokat a kulcsszavakat, amelyek e téma köré csoportosulnak, az adatgyűjtést a következő keresőkifejezések segítségével végeztem: "eco guilt" (all fields) or "ecological guilt" (all fields) or "environmental guilt" (all fields) or "guilt" (all fields) and "food *" (all fields). Ezzel az összes olyan ételmiszerrel kapcsolatos kutatást legyűjtöttem, ami bűntudattal, öko-bűntudattal foglalkozik. Így 525 találatom volt, és ez alapján töltöttem le a Savedrecs nevű adatbázist, melyet bibliometria elemzésekkel fogok vizsgálni. A bibliometriai elemzés a publikációk éves számának, az idézéseknek, a kulcsszavaknak, a legjobban teljesítő szerzőknek, országoknak és intézményeknek azonosítását és feltérképezését végzi (Donthu és mtsai., 2021).

Ehhez két különböző szoftvercsomagot használtam:

- RStudio (4.4.1 verzió)
- VOSviewer (1.6.15 verzió)

Az RStudióban a Bibliometrix package-t (Aria & Cuccurullo, 2016) (<https://cran.r-project.org/web/packages/bibliometrix/bibliometrix.pdf>) alkalmazva a Biblioshiny elemzési funkció kutatási elemzést készít, hogy meghatározza az ebben a témában talált tudományos cikkek alapleírásait. Ez az elemzés segíthet a jelenlegi állapot felmérésében, valamint a trendkutatási kérdés előre haladásában (Dege & Brüggemann, 2024).

A VOSviewer (van Eck & Waltman, 2011) szoftver képes a hálózatok vizualizálására és klaszterek kialakítására, ami lehetővé teszi a tématerületek további elemzését (Orduña-Malea & Costas, 2021).

Mindkét szoftverbe a Savedrecs.txt fájlt töltöttem fel és ez fogja kihozni a különböző kimutatásokat.

4. EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKEKELÉSÜK

4.1. Az adatbázis általános jellemzői

A kapott adatok fő információi az RStudio Biblioshiny elemzése alapján az 1.Táblázatban láthatók.

1. Táblázat: Öko-búntudat és élelmiszerfogyasztáshoz kapcsolódó publikációk adatainak főbb információinak elemzése

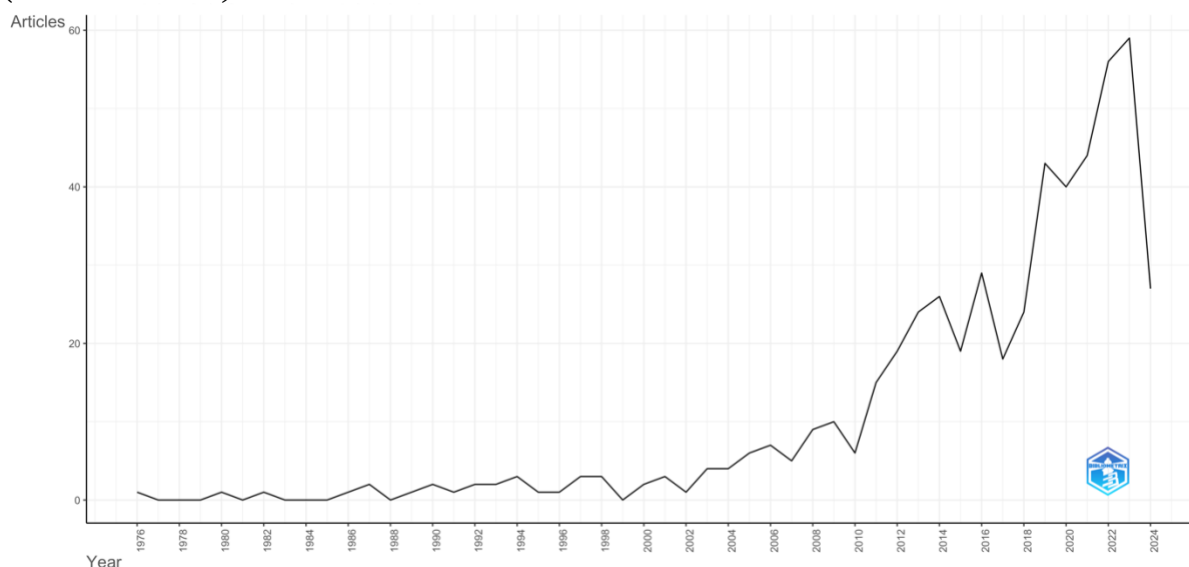
(Forrás: RStudio)

Description	Results
MAIN INFORMATION ABOUT DATA	
Timespan	1976:2024
Sources (Journals, Books, etc)	313
Documents	525
Annual Growth Rate %	7,11
Document Average Age	7,84
Average citations per doc	31,41
References	23131
DOCUMENT CONTENTS	
Keywords Plus (ID)	1390
Author's Keywords (DE)	1613
AUTHORS	
Authors	1730
Authors of single-authored docs	65
AUTHORS COLLABORATION	
Single-authored docs	67
Co-Authors per Doc	3,62
International co-authorships %	21,52
DOCUMENT TYPES	
Article	463
Article; early access	14
Review	20

Az 1. Táblázatban szereplő adatok képet adnak arról, hogy mikori időszakból voltak az adatok; mennyi forrás volt; mennyi dokumentum van, amit vizsgálunk; évente mekkora növekedés tapasztalható; mennyi szerző publikált benne; mennyi egyszerzős-cikk van; mennyi a nemzetközi együttműködés; mennyi szerzősek általában a cikkek és mennyi kulcsszavat talált.

Az egyes években kiadott tudományos cikkek számát az 1. ábra szemlélteti.

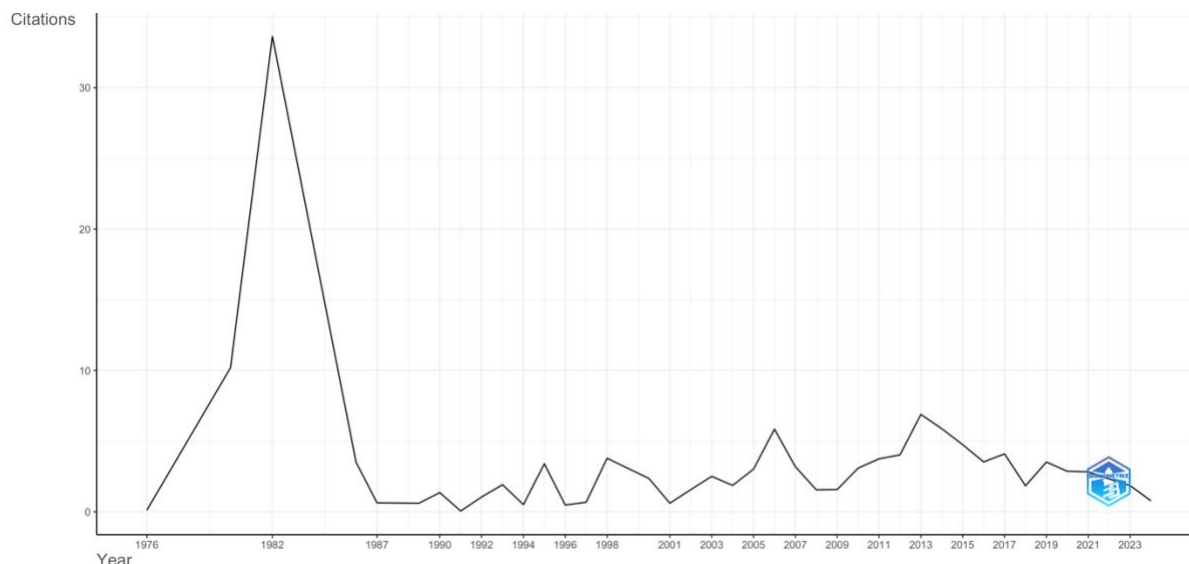
1. ábra: Az éves tudományos cikkek növekedése
(Forrás: RStudio)



Az éves növekedés, amit az 1. ábrán láthatunk bemutatja, hogy az adatbázisomban vizsgált cikkek közül 1976-ban jelent meg az első és egyetlen cikk abban az évben. Az 1976-2000 közötti időszakban viszonylag kevés publikáció jelent meg a témában, alig néhány évente. Ez arra utal, hogy az öko-bűntudat és az élelmiszerfogyasztói magatartás vizsgálata ekkor még kevésbé volt kutatott terület. A publikációk száma lassan növekedni kezdett a 2000-2010 közötti időszakban, ami azt sugallja, hogy a bűntudattal kapcsolatos kutatások száma nőtt, és ehhez kapcsolódóan kicsit már megjelent az öko-bűntudat is. Jelentős emelkedést figyelhetünk meg a publikációk számában 2010-től. Az öko-bűntudat és az élelmiszerfogyasztás kapcsolatának kutatása egyre inkább előtérbe került, az elmúlt években volt egy nagy felfutása. A téma iránti érdeklődés 2023-ban érte el a csúcspontját.

A 2. ábrán az éves átlagos idézettség látható a vizsgált tudományos cikkekre vonatkozóan.

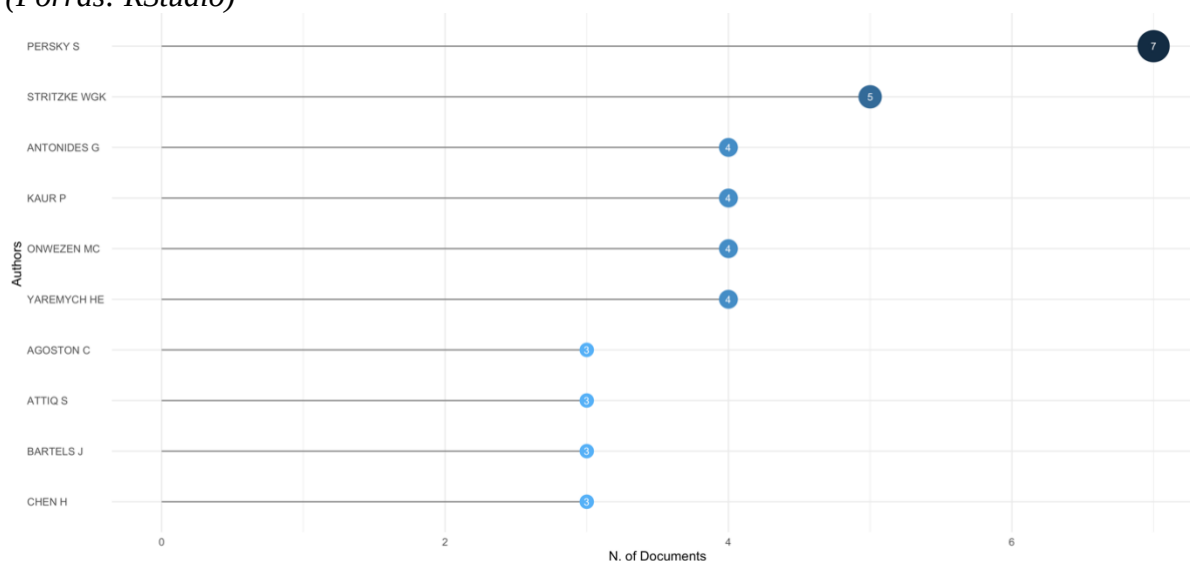
2. ábra: Átlagos idézetek száma évente
(Forrás: RStudio)



A 2. ábra mutatja, hogy a publikációk átlagosan hány idézetet kaptak az egyes években, ami fontos mutató a téma tudományos hatásának és relevanciájának megértéséhez. A grafikonon látható, hogy az 1980-as évek elején jelentős kiugrás történt, amikor az éves átlagos idézettség elérte a 30-at. Ez arra utal, hogy ebben az időszakban egy vagy néhány rendkívül nagy hatású publikáció jelent meg, amelyek jelentős érdeklődést váltottak ki a tudományos közösségben. Ez valószínűleg egy korai, úttörő tanulmányra vagy tanulmányokra utal a büntudat és élelmiszerfogyasztói magatartás témájában. Az idézettségben kisebb hullámzások figyelhetők meg, de összességében az átlagos idézettség viszonylag alacsony maradt. Ez arra utalhat, hogy bár a témával kapcsolatos kutatások száma nőtt (mint ahogy azt az éves tudományos termelés ábrán is láthattuk), az egyes cikkek átlagos hatása vagy idézettsége mérsékelt maradt.

A 3. ábra ebben a témában publikáló legrelevánsabb szerzőket emeli ki.

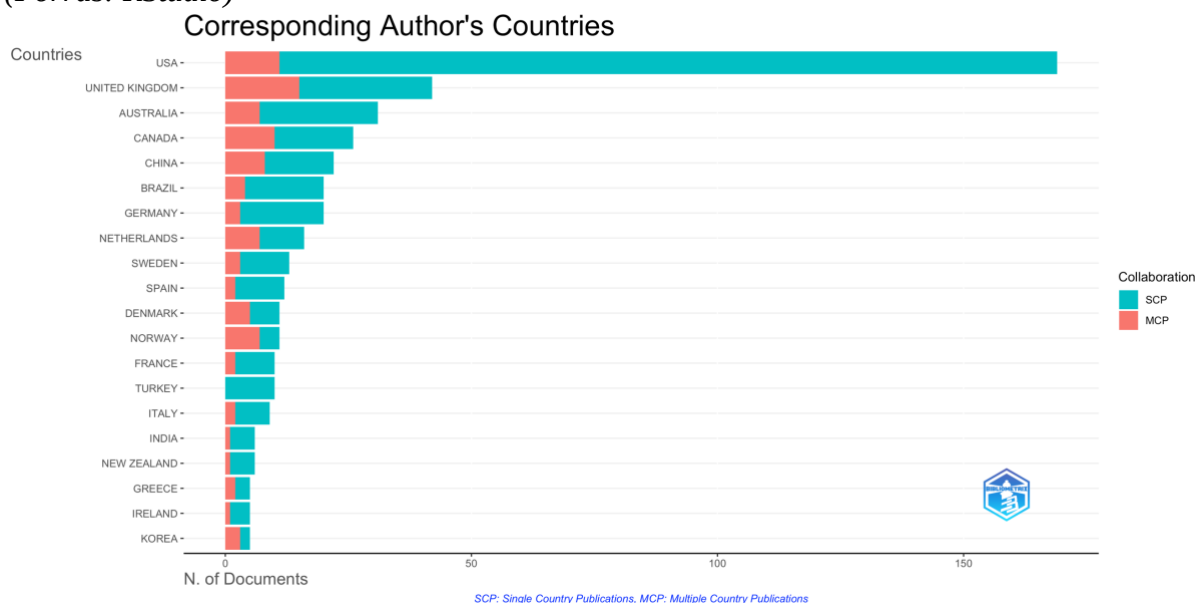
3. ábra: A legrelevánsabb szerzők
(Forrás: RStudio)



Adott keresőszavak alapján letöltött 525 cikket, a 3. ábrán a főbb szerzők láthatók, akik nagyobb munkásságot végeztek ezen a területen. Ez alapján Persky S. volt a legproduktívabb szerző 7 dokumentummal (az összes publikáció 1,3%-a). Őt követi Stritzke WGK 5 dokumentummal (az összes publikáció 1%-a), majd Antonides G, Kaur P, Onwezen MC és más szerzők 4-4 dokumentummal (az összes publikáció 0,8%-a). Ez az eredmény arra utal, hogy Persky S meghatározó szerepet játszik a kutatási területen. Kutatásom szempontjából fontos forrás Ágoston Csilla és kollégáinak munkássága, akik már mélyrehatóbban foglalkoztak az ökológiai büntudattal is, mely megmutatja a téma jelentőségét.

A 4. ábra a kapcsolattartó szerzők országainak elemzését mutatja be.

4. ábra: A kapcsolattartó szerzők országai
(Forrás: RStudio)



A 4. ábra tehát azt ábrázolja, hogy egyes országok hány dokumentumban szerepelnek publikáló szerzők országaiként, és azt is megkülönbözteti, hogy adott dokumentumok egyetlen országból származnak-e (SCP), vagy több ország kutatói működtek együtt rajta (MCP). Az ábra alapján egyértelműen látszik, hogy az USA jelentősen megelőzi a többi országot, mert messze az USA legtöbb publikációban szereplő kapcsolattartó szerző országa. Ez arra enged következtetni, hogy az Egyesült Államokban ez egy jelentős téma, és hogy az amerikai kutatók kiemelkedő szerepet játszanak ezen a kutatási területen.

A 2. Táblázatban a kapcsolattartó szerzők országainak adatait látjuk a kiadott cikkekkel kapcsolatban.

2. Táblázat: A kapcsolattartó szerzők országai
(Forrás: RStudio)

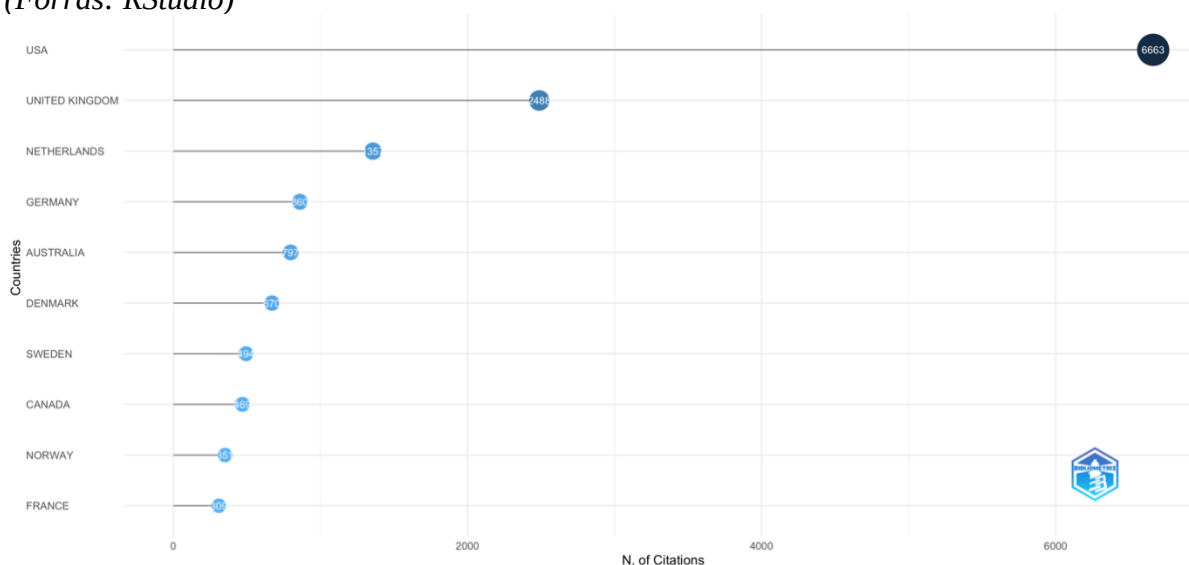
Country	Articles	Articles %	SCP	MCP	MCP %
USA	169	32,2	158	11	6,5
UNITED KINGDOM	42	8	27	15	35,7
AUSTRALIA	31	5,9	24	7	22,6

CANADA	26	5	16	10	38,5
CHINA	22	4,2	14	8	36,4
BRAZIL	20	3,8	16	4	20
GERMANY	20	3,8	17	3	15
NETHERLANDS	16	3	9	7	43,8
SWEDEN	13	2,5	10	3	23,1
SPAIN	12	2,3	10	2	16,7

A 4. ábrához tartozó 2. Táblázatban azt láthatjuk, hogy az USA-ban 169 cikket adtak ki, ami négyszer több mint a soron következő országé. A táblázat arra is rámutat, hogy az USA-ban főleg országon belüli tanulmányok születtek, míg az Egyesült Királyság, Ausztrália, Kanada, Kína ennél sokkal nagyobb arányú nemzetközi együttműködésbe kapcsolódik be.

Ehhez tartozik az 5. ábra, ami a leggyakrabban idézett országokat sorolja fel.

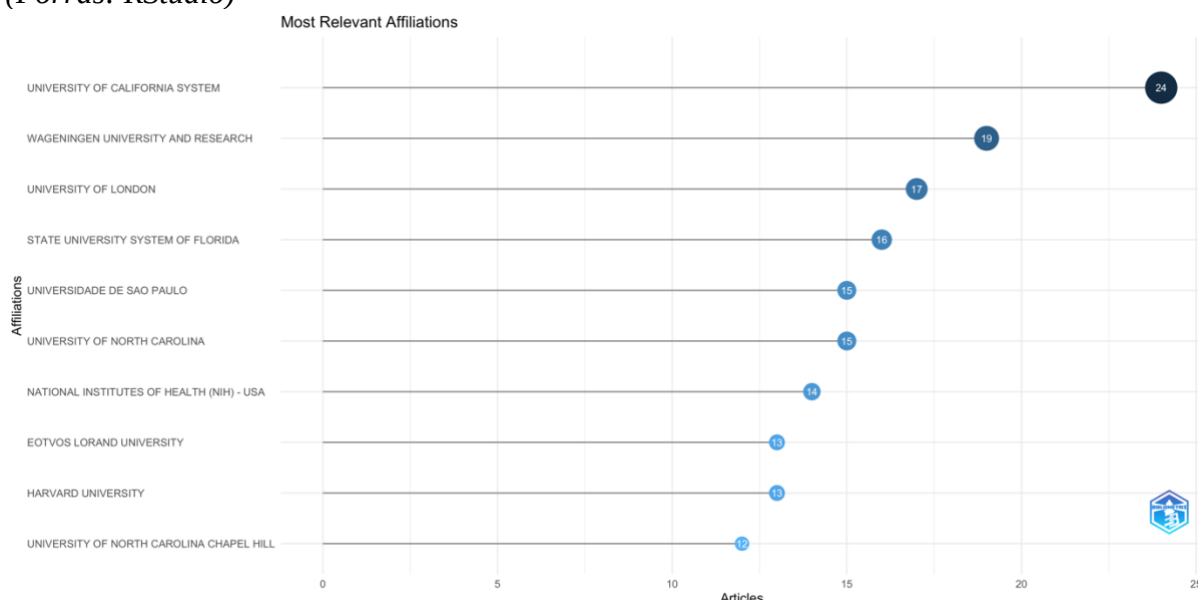
5. ábra: A leggyakrabban idézett országok
(Forrás: RStudio)



A 4. ábra kapcsán elmondottakat támasztja alá az 5. ábra is, amin látható, hogy az amerikai szerzőkre 6663 alkalommal hivatkoztak. Ez alapján is megbizonyosodhatunk, hogy az amerikai szerzők munkái nagy hatást gyakoroltak tudományos körökben.

Az 6. ábra azt szemlélteti, hogy mely egyetemek vagy kutatóintézetek adták ki a legtöbb dokumentumot a vizsgált témában.

6. ábra: Legjelentősebb intézmények
(Forrás: RStudio)



A 6. ábrából ugyancsak az következik hogy ez a téma terület az USA-ban rendkívül kutatott téma, mert ott már elismerték, hogy mekkora jelentősége van ennek a témának. Megállapíthatjuk, hogy az első 10 legjelentősebben hat olyan van, ami az Egyesült Államokban található. És nem kis teljesítmény, hogy a listán az ELTE is helyet foglal.

Az én témámban leggyakrabban publikáló tudományos folyóiratok listáját írja le a publikált cikkek számával a 3. Táblázat.

3. Táblázat: Legrelevánsabb források
(Forrás: RStudio)

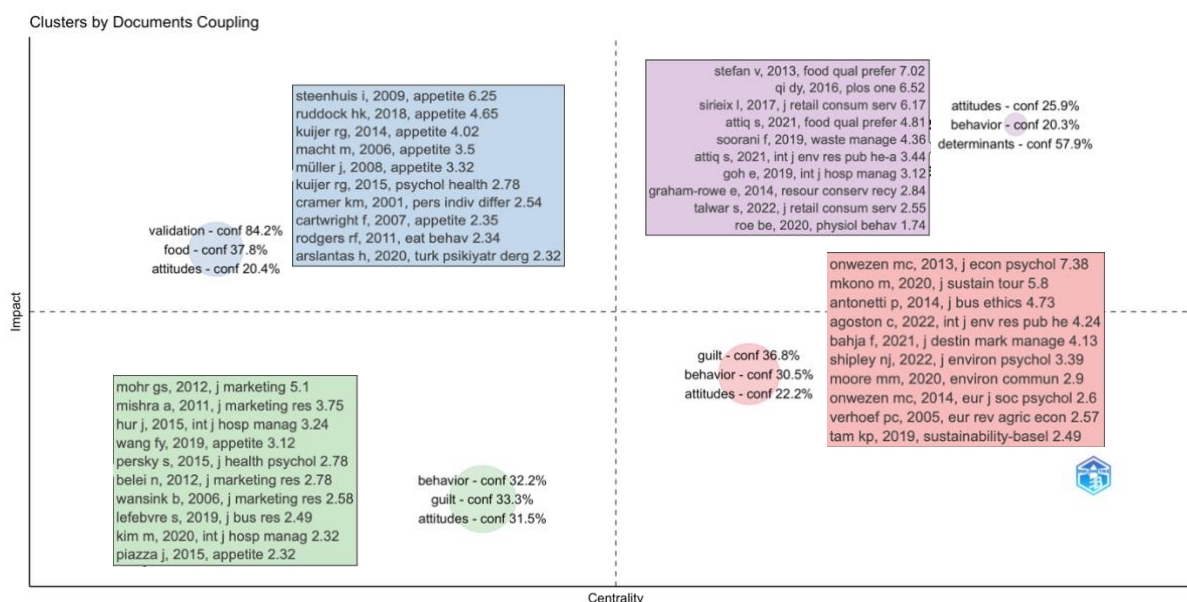
Sources	Articles
Appetite	41
British food journal	10
Eating and weight disorders-studies on anorexia bulimia and obesity	8
Frontiers in psychology	8
International journal of eating disorders	8
Sustainability	8
Eating behaviors	7
Food quality and preference	7
Journal of business research	7
International journal of environmental research and public health	6

A legmeghatározóbb forrás az Appetite nevű folyóirat, ami 41 cikkel járult hozzá ehhez a kutatási területhez. Cikkeiben főleg az étkezési hozzáállás és a táplálkozás az ember pszichológiai és biológiai tényezőire gyakorolt hatásával foglalkozik (Booth, 2010). Az Appetite-t követi a rangsorban a British Food Journal.

4.2. Az adatbázis kulcsszavak szerinti elemzése

A grafikon a 7. ábrán ábrázolja a témához kapcsolódó dokumentumokat, amit a kulcsszavaik alapján csoportosítottak, vagyis klasztereztek.

7. ábra: Klaszterek a dokumentumok csoportosítása alapján
(Forrás: RStudio)



Az elemzés során létrehozott 4 klaszter egy hatás-centralitás koordináta rendszerben helyezkedik el. Az egyes klaszterekről elmondhatók, hogy:

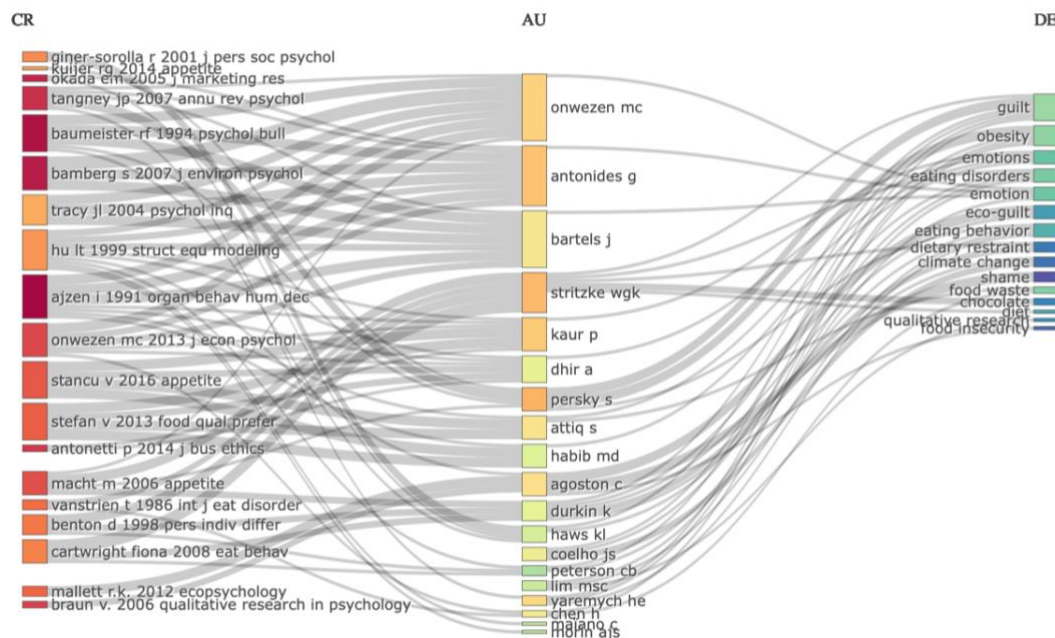
- A kék klaszter témakörei nagy hatásúak voltak, de nem számítanak fő téma területnek. Ezek azt vizsgálták, hogy az emberek megerősítést várnak az élelmiszerfogyasztási attitűdjük kapcsán, tehát, hogy helyesen táplálkoznak.
- A zöld klaszter nagyobb központiséggel bír, de nagyon kicsi impaktúak a többihez képest. Ebben azt vizsgálják, hogy az emberek büntudata és hozzáállása miképpen befolyásolja a viselkedésüket.

- A piros klaszter azokat a témákat tartalmazza, amiket viszonylag nagy központiság és kicsi hatás jellemzi. Ez a klaszter kapcsolódik a zöld klaszterhez, de itt nagyobb hangsúly van azon, hogy hogyan generál a bűntudat viselkedésváltozást.
- A lila klaszter olyan kulcsszavakat fogalmaz meg, melyek jelentős mértékben befolyásolják a kutatási területet, és központi szerepet játszanak a kutatási hálózatban. Különböző meghatározó tényezők fényében tárgyalják a dokumentumok az attitűdöket és a viselkedéseket.

Az attitűdök minden klaszterben megjelentek, ez azt jelzi, hogy ez a téma az itt tárgyalt kutatás középpontjában áll. Az attitűdök azt is befolyásolhatják, hogy milyen termékeket fogyasztanak, és hogyan vélekednek ezekről a fogyasztási cikkekről, valamint a fogyasztói viselkedéssel kapcsolatos érzéseiket, az öko-bűntudatot is.

A 8. ábrán egyfajta Sankey diagramon, Three-field ploton mutatom be a témával kapcsolatosan a források, a szerzők és a kulcsszavak közötti összefüggéseket.

8. ábra: Three-Fields Plot
(Forrás: RStudio)



A 8. ábra az egy három részből összeálló elemzés, amely a leggyakrabban idézett forrásokat (CR), a kulcsszerzőket (AU), és a kulcsszavakat (DE) ábrázolja ebben a témában. Ez az ábra abban segít, hogy vissza tudjuk keresni adott szerzők főbb forrásait és hogy milyen téma kapcsán hivatkoztak rá.

Mallett R. K. (2012b) munkáját csak egy szerző vette alapul, viszont a témám szempontjából ő egy nagyon fontos szempontot fejtegetett. Mallett (2012b) azt vizsgálta, hogy az erkölcsi felelősség érzéséből eredő büntudatnak van-e viselkedés formáló hatása. Ő azt állította, hogy az emberek látva környezetükben tett károkat motivációt éreznek arra, hogy jobban környezetbarát módon cselekedjenek, tehát proaktív magatartásra sarkallja őket. Ágoston Csilla cikkeiben Mallett tanulmányait vette alapul, amikor azt vizsgálta, hogy az öko-emóciók mint az öko-büntudat és öko-szorongás milyen hatással vannak a pro-environmentális viselkedés elősegítésében (Ágoston, Csaba, és mtsai., 2022; Ágoston és mtsai., 2024; Ágoston, Urbán, és mtsai., 2022).

Braun V. (2006) munkájában kvalitatív kutatási módszereket tanulmányozott, főleg a tematikus elemzés technikáját, amit olyan pszichológiai jelenségekben, mint az érzelmek és a viselkedési modellek, használnak gyakran. Szerinte az ilyen komplex dolgok elemzésében elengedhetetlen az ilyen módszerek alkalmazása (Braun & Clarke, 2006). Ágoston Csilla ezzel egyetértett, és ezért ő is ezzel a módszerrel közelítette meg az érzelmek sokrétűségének feltárását az öko-büntudattal, öko-szomorúsággal kapcsolatban. Annak érdekében, hogy jobban megértse, hogy különböző embereknél hogyan nyilvánulnak meg ezek az öko-érzelmek, interjúkat és tematikus elemzéseket végzett (Ágoston, Csaba, és mtsai., 2022; Ágoston és mtsai., 2024; Ágoston, Urbán, és mtsai., 2022).

Hu, L.T. (1999) műve a strukturális egyenletmodellezésről szól, amely a különböző változók közötti kapcsolaton alapul. Ennek a mintájára Csilla Ágoston pontosan meg tudta mérni, mely érzelmi tényezők vannak jelentős hatással a környezettudatos megnyilvánulás kialakulásában (Ágoston, Csaba, és mtsai., 2022; Ágoston és mtsai., 2024; Ágoston, Urbán, és mtsai., 2022).

Hu, L.T. (1999) cikke több másik szerzőnek is alapot adott a cikkük megírásában. Onwezen (2013a, 2014b, 2014a) Hu (1999) művét a szerkezeti egyenletmodellezésről arra használta fel, hogy felmérje individualista és kollektivisták kultúrákban, miképp ösztönzi eltérő módon az anticipált büszkeség vagy a büntudat az embereket környezetbarát gondolkodásra. Onwezen továbbra is ezeket az érzelmeket vizsgálta csak más megközelítésből. Számszerűsítette és modellezte, hogy a személyes normák milyen összhangban vannak az emberek cselekedeteivel, másik tanulmány az egyéni és csoportos érzelmek hatását kutatta az környezetbarát élelmiszerfogyasztásban. Onwezen arra a következtetésre jutott, hogy egyértelműen látszik a

személyes normák hatása a fenntartható fogyasztásban (Onwezen és mtsai., 2013a, 2014b, 2014a; Onwezen, 2015).

A középső oszlopban szerepel Attic Q., aki több forrással is alátámasztotta a kutatásait. Ajzen (1991) elmélete szerint, a tényleges viselkedést a szubjektív normák és az észlelt viselkedési kontroll szabályozza. Erre utal Attic Q., mikor azt kutatja milyen hatással van az élelmiszer-pazarlás társadalmi elítéltsége és a közösségi érzés arra, hogy a fogyasztók csökkentsék az élelmiszer-hulladékukat. Stancu (2016) és társai munkájukban írták le, hogy a rutinok kialakítása a vásárlás során kulcsszerepet játszik, hulladék minimalizálásában. Attic Q. ezt vette figyelembe mikor azt kutatta, hogy a háztartások valóban azzal tudják-e legkönnyebben elkerülni az élelmiszer-pazarlást ha rutinszerűen hajtják végre mind a vásárlásokat, mind az ételmaradékok újrahasznosítását. Stefan (2013) kutatásában megállapította, hogy azok a fogyasztók, akik morális kötelességüknek érzik, hogy ne pazaroljanak élelmiszert, sokkal tudatosabb attitűddel közelítik meg a bevásárlást, étkezést, és megfelelő tárolást. Attic Q. ezzel kapcsolatban azt mérte fel kutatásaiban, hogy ezekben a témákban, ha jobban edukálnák a fogyasztókat, ha több tudatos fogyasztásra ösztönző kampány lenne, az pozitív irányba befolyásolná-e a vásárlók erkölcsi normáit (Attiq, Chau, és mtsai., 2021; Attiq, Chu, és mtsai., 2021; Attiq, Danish Habib, és mtsai., 2021).

Durkin K. és munkatársai (Cartwright & Stritzke, 2008; Durkin és mtsai., 2012, 2013) olyan szemszögből írta le a büntudat érzését, hogy a csokoládé milyen ambivalens érzelmeket kelt a nőkben. Ezzel a témával korábban D. Benton (1998), M. Macht (2006) és F Cartwright (2008) is foglalkozott. Az előző a csokoládé fogyasztás utáni érzelmi válaszokat vizsgálta (büntudat, vágy), az utóbbiak modellezték a csokoládéfogyasztás okozta érzéseket. MC. Onwezen (2013b) tanulmányában a NAM⁴-t vizsgálta mélyebben a TPB⁵-vel. Arra kereste a választ, hogy ha az egyén úgy érzi viselkedése nyomán büszke lesz környezettudatos tetteire, vagy büntudatot fog érezni, ha nem így cselekszik, akkor valószínűbb, hogy a személyes normáikkal összhangban fog viselkedni. Erre és Van Strien művére hivatkozva ír H. Chen több társával (Jiang és mtsai., 2024; Liu és mtsai., 2020; Lu és mtsai., 2023) a publikációikban, arról, hogy az élelmiszer pazarlás visszaszorítására információs beavatkozásokat - oktató jellegű és büntudat-alapú –

⁴ Normaaktivációs modell – az egyén az erkölcsi kötelezettségeit realizálva, a problémát felismerve, felelősségének tudatában cselekszik.

⁵ Tervezett viselkedés elmélet – nagyobb valószínűséggel hajtja végre azt a viselkedést ami számára előnyös vagy kellemes.

vetett be. A NAM-ot használta mikor azt vizsgálta a környezetvédelmi intézkedések beépítése az a zöld emberi erőforrás menedzsmentbe például képzések, pozitív hatással vannak-e az alkalmazottak „zöldebb” viselkedésére (Jiang és mtsai., 2024; Liu és mtsai., 2020; Lu és mtsai., 2023).

G. Antonides és Mc. Onwenzen jelentős szerepet játszanak ezen a kutatási területen. Antonidesnek és Cremernek (2013) volt egy kutatása Okada (2005) cikke alapján, arról, hogy a kognitív erőforrások korlátozottsága és az anticipált büntudat fontos az élelmiszerekhez való kötődés kialakulásában. Ezek a tényezők akkor különösen fontosak, mikor az egyének a hedonikus élelmiszereket választják a praktikus, egészségorientált helyett.

A szófelhő a 9. ábrán témámban felmerülő kulcsszavakat jeleníti meg.

9. ábra: Szófelhő a kulcsszavak alapján
(Forrás: RStudio)



A szófelhőben a szavak mérete a gyakoriságukat és jelentőségüket mutatja. Minél nagyobb a szó annál gyakrabban foglalkoztak ezzel a témával. Ezek a kulcsszavak segítenek megérteni melyek azok a területek, amelyek nagyobb figyelmet kapnak, és melyek, amelyek nem annyira hangsúlyosak. A kutatások legfőképpen ezekre a témákra összpontosítanak: magatartás, élelmiszer, büntudat, hozzáállás, fogyasztás. A téma magját körülvevő szavak érzelmeket, testkép és egészséggel kapcsolatos fogalmakat írnak le, mint büntudat keltő faktorok. Egy olyan kifejezés jelenik meg itt ami a környezetvédelemmel kapcsolatos, a környezettudatos viselkedés. Ami egyértelműen arra utal, az a környezettudatos magatartás egy felfutóban lévő

A környezetvédelem tehát lehet az az indok, ami miatt büntudat ébred az emberekben és változtatnak a magatartásukon, viszont egyelőre nem kapott nagy jelentőséget a téma, ami mind a szófelhőből, mind az előtte lévő eredményekből látszik.

A VOSviewer volt a másik szoftver amit használtam a kutatásom során. Ez egy olyan megközelítés, amelyben a cikkek címében és a kivonatban szereplő szavakat előfordulási gyakorisága és az együtt-előfordulási mintázata alapján vizsgálja, és erről készít egy hálózatos ábrát.

10. ábra: Hálózati vizualizációs diagram forráscím és kulcsszavak alapján
(Forrás: VOSviewer)



Az együttes előfordulási elemzéshez a VOSviewer szoftvert használtam. A kulcsszavak minimális előfordulási száma 10 volt, így a 12 737 kulcsfogalomból 301 felelt meg a küszöbértéknek. Ebben a 301 fogalomban viszont szerepeltek azonos, hasonló jelentésű szavak és olyanok is, amiket ennél a kutatásnál jelentéktelennek nyilvánítottam, és ezért hoztam létre egy tezaurusz fájlt. Ez segít a probléma kezelésében azzal, hogy lehetővé teszi, - a kulcsszavakhoz utasításokat kapcsolva - hogy bizonyos kulcsfogalmak együttesen legyenek kezelve. Miután ez alapján módosította a szavakat, 271 kifejezés maradt, ami megfelel a küszöbértéknek. Az ábrán látható módon a nagyméretű körök a leggyakrabban előforduló témákat, míg a kisméretű körök a ritkábban kutatott témákat jelöli.

A klaszterek egy háromszögletű formát alkotnak. A három klaszter pozíciója arra utal, hogy bár különálló témák, mégis kapcsolódnak egymáshoz, egy hálózatos struktúrát alkotva.

Tehát eddig ebben ezen a területen három féle kutatási irány van jelen:

- A piros klaszter a környezeti hatásokra, az öko-bűntudatra és ezeknek a fogyasztókra gyakorolt hatásaira fókuszál.
- A zöld klaszter a kvantitatív módszertannal és a különböző társadalmi rétegek egészségügyi problémáival kapcsolatos.
- A kék klaszter nagyon karakteresen a kvalitatív kutatási módszert jelöli, amiben a családi és szociális hatások voltak a főszerepben.

A piros klaszterben a tudatosság, az étel-miszer-pazarlás, az öko-bűntudat, a viselkedés, a hatás, a vásárlási szándék, a választás, a döntés, a jövő a kulcsfogalmak.

A zöld klaszterben az evés, az étkezési magatartás, a súly, az evési zavarok, a szorongás, a félelem a központi fogalmak.

A kék klaszter a család, a szülő, a gyermek, a tapasztalatok, a támogatás, a táplálék kulcsszavakra összpontosít.

A piros klaszter olyan tanulmányok foglal össze, amelyek a fogyasztói döntéshozatal tényezőit vizsgálják, például az anticipált érzelmek – büszkeség, bűntudat- és a fogyasztási szándékok kölcsönhatását. Ezek a fogalmak világosan mutatják, hogy a környezeti bűntudat jelentős hatással van a fogyasztói viselkedésre. A tudatosság szó utal arra, hogy mikor bűntudatot éreztek, tudatosították ezt magukban, és tenni szeretnének ez ellen az érzés ellen, hogy ne legyen bűntudatuk. Tehát az emberekben tudatosult, hogy felelősséget éreznek a környezeti hatások iránt. A kutatások már foglalkoztak a húsfogyasztás és a fenntarthatósági témával is.

Az élelmiszer-pazarlás szépen kirajzolódik, mint egy fontos és releváns téma. Kutatták azt, hogy az embereknek az élelmiszer vásárlásnál tudatosan hoznak e döntéseket, hogy minél kevésbé következzen be pazarlás. Viszont a 10. ábra azt sugallja, hogy az élelmiszer-pazarlást nem az öko-bűntudat kontextusában vizsgálták. A környezeti tudatosság a húsfogyasztás kapcsán is megjelenik.

A zöld klaszter az étkezési magatartás pszichológiai, érzelmi és egészségügyi vonatkozásaira fókuszál. Kvantitatív módszerekkel, főleg kérdőívekkel gyűjtöttek adatokat az érzelmi evés, evési szokások és a bűntudat hatásáról. Az emberek, különös a nők, gyakran mély bűntudatot éreznek a testükkel és az étellel kapcsolatban, mivel egyszerre aggódnak az egészségük és a testsúlyuk vagy annak változása miatt. Ez a kettős nyomás evési zavarokból és az önkontroll hiányából ered. Az emberek tehát nagyon sok dolog miatt érezhetnek szorongást – ami összefügg a bűntudattal - az evéssel, a testükkel kapcsolatban és az ökológia miatt is. Ha ez a szorongás a tehetetlenség érzése helyett cselekvésre ösztönzi őket akkor komoly lépést tehetnek afelé, hogy kiegyensúlyozottabb és fenntarthatóbb életmódot alakítsanak ki. Ez a klaszter tehát azt vizsgálja, hogyan vezethet a bűntudat és szorongás az étkezési magatartás változásához. És azt láthatjuk, hogy a bűntudatnak erős pszichológiai szerepe van az étkezéssel összefüggő problémák kialakulásában.

A kék klaszter a családi, baráti környezetre koncentrál, azt vizsgálja, hogyan hatnak ezek táplálkozási szokásokra. Az egyén szociális háttére fontos szerepet játszik az étkezési normák és a környezetbarát viselkedés kialakításában. Kvalitatív kutatási módszerekkel, főleg interjúkkal és fókuszcsoportokkal, tárták fel a családi, társadalmi tényezők hatását. A gyermekek egy külön kutatási célcsoportot képeznek, akiket olyan tényezők, mint a szülők táplálkozási szokásai is nagyban befolyásolnak. A táplálkozásuk, érzelmi reakcióik, mint például a bűntudat, a szülői nevelés hatása. Fontos, hogy megkapják ebben a korban a megfelelő támogatást és oktatást, hogy mikor felnőnek a környezetvédelem természetes legyen számukra, és negatív érzéssel töltsse el őket, ha nem így viselkednek.

Ezt a témát tekintve tehát, jól elkülöníti a kutatási irányokat, és mindegyik klaszter egyedi aspektusokat fed le a bűntudat, étkezés, környezeti hatások és módszertan terén. A bűntudat pszichológiai, társadalmi és környezeti vonatkozásai szorosan összefonódnak a környezetvédelemmel, a táplálkozási zavarokkal és a társadalmi normákkal, amelyek mind befolyásolják az emberek érzelmi reakcióit, döntéseit és viselkedését. A különböző kutatási

irányok egymást kiegészítve nyújtanak mélyebb betekintést abba, hogy a büntudat hogyan határozza meg az emberek mindennapi döntéseit és viselkedését. Az öko-büntudat abból ered, hogy az emberek tudatosan vagy tudat alatt érzik, hogy az életmódjuk, különösen az étkezési szokásaik, károsak a környezetre. Az anticipált büntudat, az öko-büntudat vagy az elvek készíthetik az embereket fenntarthatóbb életmódra, mint például a húsfogyasztás csökkentése vagy a környezetbarát élelmiszerek előnyben részesítése. Ezek mind pozitív hatással lehetnek mind az egészségükre, mind a környezetre.

A klaszterek közötti kapcsolatok azt mutatják, hogy a büntudat széleskörű szerepet játszik a viselkedés különböző aspektusaiban, beleértve a fogyasztói döntéseket, a környezeti tudatosságot, az étkezési zavarokat és a családi hatásokat. Az emberek mindennapi cselekedeteiket tehát az befolyásolja, hogy számítanak-e arra, hogy ha nem környezetbarát módon viselkednek, fognak-e öko-büntudatot érezni; ha nem táplálónak étkeznek, a testük miatt fognak-e büntudatot érezni; vagy fognak-e az miatt büntudatot érezni, ha nem megfelelően gondoskodnak gyermekeik táplálkozásáról.

5. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Az öko-bűntudat és az élelmiszerfogyasztói magatartás közötti összefüggéseket vizsgálva, arra a következtetésre jutottam, hogy az emberek érzelmi reakciói, különösen a bűntudat, döntő szerepet játszanak a fenntartható viselkedés kialakításában. A dolgozat az öko-bűntudatnak két fontos aspektusára világított rá: egyrészt az egyéni felelősségérzetre épül, amikor az emberek tisztában vannak azzal, hogy cselekedeteik károsak lehetnek a környezetre, és ezáltal igyekeznek minimalizálni azokat. Másrészt a társadalmi normák és elvárások nyomására reagálnak, amelyek szintén elősegítik a környezetbarát döntések meghozatalát. Ezek az érzelmi válaszok az egyéni és csoportos döntések alapvető elemei, különösen a fenntartható élelmiszer-vásárlási szokások és az élelmiszerpazarlás csökkentése kapcsán.

A kutatási eredmények azt mutatják, hogy az öko-bűntudat jelentős szerepet játszik a fenntartható élelmiszervásárlási döntések meghozatalában. Az emberek érzelmi állapotai – például a bűntudat és a büszkeség – erőteljesen befolyásolják azt, hogy mennyire hajlandók környezetbarát termékeket vásárolni. Nagyobb valószínűséggel választanak fenntartható élelmiszereket és csökkentik az élelmiszer-pazarlásukat azok az emberek, akik bűntudatot éreznek a tetteik környezetre gyakorolt hatásai miatt. Az eredmények továbbá azt jelzik, hogy a személyes pozitív érzelmek, illetve a közösségi negatív érzések nagyobb hatással voltak az organikus élelmiszerek vásárlásának szándékára.

A dolgozat különböző klaszteralapú elemzései alapján világossá vált, hogy az öko-bűntudat szorosan kapcsolódik az étkezési szokásokhoz, a társadalmi normákhoz és a környezettudatossághoz. A VOSviewerrel (van Eck & Waltman, 2011) kapott ábrából továbbá azt vonhatom le következtetésképpen, hogy a zöld klaszterben megjelenő étkezési zavarok és az ezekkel kapcsolatos bűntudat szintén összefüggésben áll a környezetre gyakorolt hatásokkal. A jelenleg meglévő kutatásokban kiemelt szerepet kapott a bűntudat, mint összetett érzelem. A kutatások fókusza egyre inkább arra irányul, hogy megértsék, hogyan motiválja a bűntudat az embereket pozitív vagy negatív irányba, és hogy milyen szerepet játszik ez a társadalmi normákban és a fogyasztói magatartásban. A kutatásokból látszik, hogy az utóbbi években olyan globális kérdésekkel is összekapcsolódott a bűntudat, mint a környezetvédelem és a fenntartható fogyasztás, nem csupán az egyének személyes érzelmi állapotaként jelenik már meg.

Az RStudioval (Aria & Cuccurullo, 2016) és a VOSviewerrel (van Eck & Waltman, 2011) végzett elemzés azt mutatja, hogy annak ellenére, hogy az öko-bűntudat fogalma több kutatásban előkerült, és egyre több figyelmet kap, még mindig nem gyakorol olyan erős hatást az emberekre, mint amire szükség lenne. Jelenleg az öko-bűntudat főként a környezeti fenntarthatósághoz kapcsolódik, és leginkább azoknál az embereknél figyelhető meg, akik tudatosan törekednek a zöldebb, környezetbarátabb életmódra. Azonban ez az érzelem még nem hatol be eléggé az emberek mindennapi döntéseibe, különösen nem az étkezési szokásaik területén.

Úgy érzem még mindig kevés kapcsolat van az öko-bűntudat és az étkezési magatartás között. Lehetséges kutatási kérdésnek tartom azt megvizsgálni, hogy azok, akik erősen öko-tudatosak és bűntudatot éreznek az étkezési szokásaik miatt, hajlamosabbak-e környezetbarát táplálkozási módokat keresni. Például az öko-bűntudat miatt csökkentik-e a húsfogyasztást, vagy választanak-e fenntarthatóbb élelmiszerforrásokat, és hogy ezek a döntések hogyan hatnak az étkezési zavarokra vagy az egészségükre.

A környezeti nevelés és a bűntudat fejlődésének összefüggései egy érdekes kutatási terület nyitnak meg. A korai életkorban szerzett környezettudatos nevelés és az ehhez kapcsolódó érzelmek, például a bűntudat, jelentős hatással lehetnek a felnőttkori viselkedésre és döntéshozatalra. Ezért fontos lenne feltárni, hogyan alakítja a gyermekek környezeti nevelése a bűntudat kialakulását és milyen hatással van ez a későbbi fenntartható viselkedésre. A kutatás segíthetne megérteni, hogy milyen pedagógiai módszerekkel lehet a gyerekeket olyan döntésekre ösztönözni, amelyek pozitív érzelmekkel, mint például büszkeséggel párosulnak, és amelyek hosszú távon előmozdítják a környezetbarát viselkedést.

Egy jövőbeli kutatási irány azt vizsgálhatná, hogy milyen hatása van annak, ha a fogyasztóknak cégek és szervezetek aktív segítséget nyújtanak a tudatos, fenntartható fogyasztás terén. Ha a fogyasztók célzott információkat kapnának arról, hogyan vásároljanak tudatosan, hogyan tárolják helyesen az élelmiszereket, és hogyan hasznosítsák újra az ételmaradékokat, az nemcsak az öko-bűntudat csökkentésében segítene, hanem pozitív hatással lenne a fenntartható táplálkozási szokások kialakulására is. Ez a támogatás hozzájárulhatna a pazarlás csökkentéséhez, a fenntartható étrend elterjedéséhez, és közvetetten javíthatná a fogyasztók mentális jólétét, például az étkezési zavarok kezelésében is fontos szerepet játszhatna.

6. ÖSSZEFOGLALÁS

Szakedolgozatom témájaként az öko-bűntudat és az étel- és ital-fogyasztási magatartás közötti kapcsolat szakirodalmi vizsgálatát választottam. A téma aktuális, mivel az egyre növekvő környezettudatosság és az ökológiai lábnyom csökkentésének fontossága napjainkban jelentős figyelmet kap. A szakedolgozat célkitűzése, hogy mélyebben megvizsgáljam, milyen szerepet játszik az öko-bűntudat az étel- és ital-fogyasztói magatartásban, és hogyan befolyásolja az emberek környezetbarát döntéseit, valamint megértem a téma jelentőségét a bűntudattal kapcsolatos kutatásokon belül. Azért ezt a témát választottam mert ezek a kérdések napjainkban egyre sürgetőbbek, és a bűntudat, mint motivációs erő, keveset vizsgált terület.

A dolgozat megírásához bibliometriai elemzést alkalmaztam, amely lehetővé tette, hogy átfogó képet kapjak a témában megjelent tudományos publikációkról. A Web of Science adatbázisból gyűjtött adatok, az RStudio (Aria & Cuccurullo, 2016) és a VOSviewer (van Eck & Waltman, 2011) szoftverrel készített hálózatelemzések segítségével azonosítottam a legfontosabb kutatási irányokat, kulcsszavakat és a kapcsolódó klasztereket.

A kutatás rámutatott, hogy a fogyasztói viselkedés szoros összefüggésben áll a társadalmi normákkal, az érzelmi állapotokkal és a környezeti tudatossággal. A kutatás során kiderült, hogy az öko-bűntudat jelentős hatással van az emberek döntéshozatalára, különösen az étel- és ital-fogyasztás és a környezettudatos magatartás területén. Sikertelen volt bizonyítani, hogy az egyéni és csoportos érzelmek, mint a bűntudat, jelentős hatással vannak az emberek fogyasztási döntéseire és környezettudatos viselkedésére. Ezen kívül az is egyértelművé vált, hogy a bűntudat fontos motivációs tényező lehet az étel- és ital-pazarlás csökkentésében és a fenntarthatóbb életmód kialakításában.

Azonban, nem sikerült minden kutatási rést feltárni az öko-bűntudat és a környezettudatos magatartás összefüggései terén, de ez további kutatási lehetőségeket biztosít.

A munka során felmerült problémásabb részek közé tartozik, hogy nem minden aspektust sikerült mélyebben vizsgálni. Például az étkezési zavarok és az öko-bűntudat közötti kapcsolat feltárása nehézségeket okozott, mivel ezen a területen kevés korábbi kutatás áll rendelkezésre.

Lehetséges kutatási kérdésként merült fel bennem, hogy az öko-tudatos emberek, akik büntudatot éreznek étkezési szokásaik miatt, hajlamosabbak-e környezetbarát táplálkozási módokat választani, például csökkentik-e a húsfogyasztást, és hogy ezek a döntések hogyan befolyásolják egészségüket vagy étkezési zavarait. A környezeti nevelés és a büntudat fejlődésének vizsgálata egy érdekes kutatási terület, amely azt célozza meg, hogy feltárja, hogyan befolyásolja a gyermekkori környezettudatos nevelés a büntudat kialakulását és annak hatását a felnőttkori fenntartható viselkedésre. Arról is szólhatna vizsgálat, hogy a cégek aktív segítségnyújtása, vásárlási technikák mutatása hogyan befolyásolná a fenntartható táplálkozási szokásokat és az étkezési zavarokat.

Irodalomjegyzék

- Ágoston, C., Balázs, B., Mónus, F., & Varga, A. (2024). Age differences and profiles in pro-environmental behavior and eco-emotions. *International Journal of Behavioral Development*, 48(2), 132–144. DOI: 10.1177/01650254231222436, <https://doi.org/10.1177/01650254231222436>
- Ágoston, C., Csaba, B., Nagy, B., Kőváry, Z., Düll, A., Rácz, J., & Demetrovics, Z. (2022). Identifying Types of Eco-Anxiety, Eco-Guilt, Eco-Grief, and Eco-Coping in a Climate-Sensitive Population: A Qualitative Study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(4), 2461. DOI: 10.3390/ijerph19042461, <https://doi.org/10.3390/ijerph19042461>
- Ágoston, C., Urbán, R., Nagy, B., Csaba, B., Kőváry, Z., Kovács, K., Varga, A., Düll, A., Mónus, F., Shaw, C. A., & Demetrovics, Z. (2022). The psychological consequences of the ecological crisis: Three new questionnaires to assess eco-anxiety, eco-guilt, and ecological grief. *Climate Risk Management*, 37, 100441. DOI: 10.1016/j.crm.2022.100441, <https://doi.org/10.1016/j.crm.2022.100441>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. DOI: 10.1016/0749-5978(91)90020-T, [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2001). Nature and Operation of Attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 27–58. DOI: 10.1146/annurev.psych.52.1.27, <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.27>
- Alison Smith, Paul Watkiss, Geoff Tweddle, Prof. Alan McKinnon, Prof. Mike Browne, Alistair Hunt, Colin Treleven, Prof. Chris Nash, Sam Cross (2005): *The Validity of Food Miles as an Indicator of Sustainable Development*. DEFRA honlapja. Letöltés dátuma: 2024. 11. 02. Forrás: https://library.uniteddiversity.coop/Food/DEFRA_Food_Miles_Report.pdf
- Akhtar, R., Sultana, S., Masud, M. M., Jafrin, N., & Al-Mamun, A. (2021). Consumers' environmental ethics, willingness, and green consumerism between lower and higher income groups. *Resources, Conservation and Recycling*, 168, 105274. DOI: 10.1016/j.resconrec.2020.105274, <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2020.105274>
- Ammann, J., Osterwalder, O., Siegrist, M., Hartmann, C., & Egolf, A. (2021). Comparison of two measures for assessing the volume of food waste in Swiss households. *Resources*,

- Conservation and Recycling*, 166, 105295. DOI: 10.1016/j.resconrec.2020.105295, <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2020.105295>
- Antonetti, P., & Maklan, S. (2014). Feelings that Make a Difference: How Guilt and Pride Convince Consumers of the Effectiveness of Sustainable Consumption Choices. *Journal of Business Ethics*, 124(1), Article 1. DOI: 10.1007/s10551-013-1841-9, <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1841-9>
- Antonides, G., & Cramer, L. (2013). Impact of limited cognitive capacity and feelings of guilt and excuse on the endowment effects for hedonic and utilitarian types of foods. *Appetite*, 68, 51–55. DOI: 10.1016/j.appet.2013.04.020, <https://doi.org/10.1016/j.appet.2013.04.020>
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2016). *bibliometrix: Comprehensive Science Mapping Analysis* (o. 4.3.0) [Dataset]. <https://doi.org/10.32614/CRAN.package.bibliometrix>
- Aronson, E. (1969). The Theory of Cognitive Dissonance: A Current Perspective. In *Advances in Experimental Social Psychology* (Köt. 4, o. 1–34). Elsevier. DOI: 10.1016/S0065-2601(08)60075-1, [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60075-1](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60075-1)
- Attig, S., Chau, K. Y., Bashir, S., Habib, M. D., Azam, R. I., & Wong, W.-K. (2021). Sustainability of Household Food Waste Reduction: A Fresh Insight on Youth's Emotional and Cognitive Behaviors. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(13), 7013. DOI: 10.3390/ijerph18137013, <https://doi.org/10.3390/ijerph18137013>
- Attig, S., Chu, A., Azam, R., Wong, W.-K., & Mumtaz, S. (2021). Antecedents of Consumer Food Waste Reduction Behavior: Psychological and Financial Concerns through the Lens of the Theory of Interpersonal Behavior. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(23), 12457. DOI: 10.3390/ijerph182312457, <https://doi.org/10.3390/ijerph182312457>
- Attig, S., Danish Habib, M., Kaur, P., Junaid Shahid Hasni, M., & Dhir, A. (2021). Drivers of food waste reduction behaviour in the household context. *Food Quality and Preference*, 94, 104300. DOI: 10.1016/j.foodqual.2021.104300, <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2021.104300>
- Ausubel, D. P. (1955). Relationships between shame and guilt in the socializing process. *Psychological Review*, 62(5), 378–390. DOI: 10.1037/h0042534, <https://doi.org/10.1037/h0042534>
- Benton, D., Greenfield, K., & Morgan, M. (1998). The development of the attitudes to chocolate questionnaire. *Personality and Individual Differences*, 24(4), 513–520. DOI:

- 10.1016/S0191-8869(97)00215-8, [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(97\)00215-8](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(97)00215-8)
- Bhattacharya, C. B., & Sen, S. (2004). Doing Better at Doing Good: When, Why, and How Consumers Respond to Corporate Social Initiatives. *California Management Review*, 47(1), Article 1. DOI: 10.2307/41166284, <https://doi.org/10.2307/41166284>
- Booth, D. A. (2010). Thirty years of the journal *Appetite*. The citation record. *Appetite*, 54(1), 1–4. DOI: 10.1016/j.appet.2009.12.001, <https://doi.org/10.1016/j.appet.2009.12.001>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. DOI: 10.1191/1478088706qp063oa, <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Burnett, M. S., & Lunsford, D. A. (1994). Conceptualizing Guilt in the Consumer Decision-making Process. *Journal of Consumer Marketing*, 11(3), 33–43. DOI: 10.1108/07363769410065454, <https://doi.org/10.1108/07363769410065454>
- Cartwright, F., & Stritzke, W. G. K. (2008). A multidimensional ambivalence model of chocolate craving: Construct validity and associations with chocolate consumption and disordered eating. *Eating Behaviors*, 9(1), 1–12. DOI: 10.1016/j.eatbeh.2007.01.006, <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2007.01.006>
- Castellini, G., Savarese, M., & Graffigna, G. (2023). The role of psychological food involvement in explaining the intention to reduce meat consumption. *Journal of Environmental Psychology*, 92, 102176. DOI: 10.1016/j.jenvp.2023.102176, <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2023.102176>
- Coley, D., Howard, M., & Winter, M. (2009). Local food, food miles and carbon emissions: A comparison of farm shop and mass distribution approaches. *Food Policy*, 34(2), 150–155. DOI: 10.1016/j.foodpol.2008.11.001, <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2008.11.001>
- Cornelissen, G., Pandelaere, M., Warlop, L., & Dewitte, S. (2008). Positive cueing: Promoting sustainable consumer behavior by cueing common environmental behaviors as environmental. *International Journal of Research in Marketing*, 25(1), 46–55. DOI: 10.1016/j.ijresmar.2007.06.002, <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2007.06.002>
- Cotte, J., Coulter, R. A., & Moore, M. (2005). Enhancing or disrupting guilt: The role of ad credibility and perceived manipulative intent. *Journal of Business Research*, 58(3), 361–368. DOI: 10.1016/S0148-2963(03)00102-4, [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(03\)00102-4](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(03)00102-4)
- Dahl, D. W., Honea, H., & Manchanda, R. V. (2003). The Nature of Self-Reported Guilt in

- Consumption Contexts. *Marketing Letters*, 14(3), 159–171. DOI: 10.1023/A:1027492516677, <https://doi.org/10.1023/A:1027492516677>
- Dahl, D. W., Honea, H., & Manchanda, R. V. (2005). Three Rs of Interpersonal Consumer Guilt: Relationship, Reciprocity, Reparation. *Journal of Consumer Psychology*, 15(4), Article 4. DOI: 10.1207/s15327663jcp1504_5, https://doi.org/10.1207/s15327663jcp1504_5
- De Canio, F., Viglia, G., & Lombart, C. (2024). Package-free products: How to improve pro-environmental buying behaviors among consumers. *Technological Forecasting and Social Change*, 198, 122995. DOI: 10.1016/j.techfore.2023.122995, <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122995>
- De Melo, C. M., Carnevale, P. J., Read, S. J., & Gratch, J. (2014). Reading people's minds from emotion expressions in interdependent decision making. *Journal of Personality and Social Psychology*, 106(1), 73–88. DOI: 10.1037/a0034251, <https://doi.org/10.1037/a0034251>
- Dege, D., & Brüggemann, P. (2024). Marketing analytics with RStudio: A software review. *Journal of Marketing Analytics*, 12(2), 465–470. DOI: 10.1057/s41270-023-00264-0, <https://doi.org/10.1057/s41270-023-00264-0>
- Devine, P. G., Monteith, M. J., Zuwerink, J. R., & Elliot, A. J. (1991). Prejudice with and without compunction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60(6), 817–830. DOI: 10.1037/0022-3514.60.6.817, <https://doi.org/10.1037/0022-3514.60.6.817>
- Dietz, T., Gardner, G. T., Gilligan, J., Stern, P. C., & Vandenberg, M. P. (2009). Household actions can provide a behavioral wedge to rapidly reduce US carbon emissions. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 106(44), 18452–18456. DOI: 10.1073/pnas.0908738106, <https://doi.org/10.1073/pnas.0908738106>
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285–296. DOI: 10.1016/j.jbusres.2021.04.070, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Dunlap, R. (2002, september 7). An Enduring Concern: Light Stays Green for Environmental Protection. *Public Perspective*, 10.14. Letöltés dátuma: 2024.06.20. <https://ropercenter.cornell.edu/sites/default/files/2018-07/135010.pdf>
- Durkin, K., Hendry, A., & Stritzke, W. G. K. (2013). Mixed selection. Effects of body images, dietary restraint, and persuasive messages on females' orientations towards chocolate. *Appetite*, 60, 95–102. DOI: 10.1016/j.appet.2012.09.025,

- <https://doi.org/10.1016/j.appet.2012.09.025>
- Durkin, K., Rae, K., & Stritzke, W. G. K. (2012). The effect of images of thin and overweight body shapes on women's ambivalence towards chocolate. *Appetite*, 58(1), 222–226. DOI: 10.1016/j.appet.2011.09.027, <https://doi.org/10.1016/j.appet.2011.09.027>
- Estrada-Hollenbeck, M., & Heatherton, T. F. (1998). Avoiding and Alleviating Guilt through Prosocial Behavior. In *Guilt and Children* (o. 215–231). Elsevier. DOI: 10.1016/B978-012148610-5/50011-4, <https://doi.org/10.1016/B978-012148610-5/50011-4>
- FAO. (2019). *Global Livestock Environmental Assessment Model (GLEAM)* <https://www.fao.org/gleam/en/>
- Feldmann, C., & Hamm, U. (2015). Consumers' perceptions and preferences for local food: A review. *Food Quality and Preference*. DOI: 10.1016/j.foodqual.2014.09.014, <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2014.09.014>
- Ferguson, M. A., & Branscombe, N. R. (2010). Collective guilt mediates the effect of beliefs about global warming on willingness to engage in mitigation behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 30(2), Article 2. DOI: 10.1016/j.jenvp.2009.11.010, <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2009.11.010>
- Filimonau, V., Matute, J., Kubal-Czerwińska, M., Krzesiwo, K., & Mika, M. (2020). The determinants of consumer engagement in restaurant food waste mitigation in Poland: An exploratory study. *Journal of Cleaner Production*, 247, 119105. DOI: 10.1016/j.jclepro.2019.119105, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119105>
- Folkman, S. (1984). Personal control and stress and coping processes: A theoretical analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(4), 839–852. DOI: 10.1037/0022-3514.46.4.839, <https://doi.org/10.1037/0022-3514.46.4.839>
- Frijda, N. H. (1988). The laws of emotion. *American Psychologist*, 43(5), 349–358. DOI: 10.1037/0003-066X.43.5.349, <https://doi.org/10.1037/0003-066X.43.5.349>
- Gadema, Z., & Oglethorpe, D. (2011). The use and usefulness of carbon labelling food: A policy perspective from a survey of UK supermarket shoppers. *Food Policy*, 36(6), Article 6. DOI: 10.1016/j.foodpol.2011.08.001, <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2011.08.001>
- Gleim, M. R., Smith, J. S., Andrews, D., & Cronin, J. J. (2013). Against the Green: A Multi-method Examination of the Barriers to Green Consumption. *Journal of Retailing*, 89(1), Article 1. DOI: 10.1016/j.jretai.2012.10.001, <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2012.10.001>

- Godfray, H. C. J., Aveyard, P., Garnett, T., Hall, J. W., Key, T. J., Lorimer, J., Pierrehumbert, R. T., Scarborough, P., Springmann, M., & Jebb, S. A. (2018). Meat consumption, health, and the environment. *Science*, 361(6399), eaam5324. DOI: 10.1126/science.aam5324, <https://doi.org/10.1126/science.aam5324>
- Goh, E., & Jie, F. (2019). To waste or not to waste: Exploring motivational factors of Generation Z hospitality employees towards food wastage in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 80, 126–135. DOI: 10.1016/j.ijhm.2019.02.005, <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.02.005>
- Gonçalves, H. M., Lourenço, T. F., & Silva, G. M. (2016). Green buying behavior and the theory of consumption values: A fuzzy-set approach. *Journal of Business Research*, 69(4), Article 4. DOI: 10.1016/j.jbusres.2015.10.129, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.129>
- Gorissen, K., & Weijters, B. (2016). The negative footprint illusion: Perceptual bias in sustainable food consumption. *Journal of Environmental Psychology*, 45, 50–65. DOI: 10.1016/j.jenvp.2015.11.009, <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2015.11.009>
- Grandhi, B., & Appaiah Singh, J. (2016). What a Waste! A Study of Food Wastage Behavior in Singapore. *Journal of Food Products Marketing*, 22(4), 471–485. DOI: 10.1080/10454446.2014.885863, <https://doi.org/10.1080/10454446.2014.885863>
- Grzela, K., Beneš, H., Nevoralová, M., Medeiros, G. S., Bujok, S., & Guzik, M. (2024). Novel, eco-friendly α -tocopherol/layered double hydroxides/poly(3-hydroxyoctanoate)-based active packaging materials with enhanced antimicrobial, barrier and antioxidant activities. DOI: 10.1016/j.cej.2024.156959, <https://doi.org/10.1016/j.cej.2024.156959>
- Hardin, G. (1968). The Tragedy of the Commons: The population problem has no technical solution; it requires a fundamental extension in morality. *Science*, 162(3859), 1243–1248. DOI: 10.1126/science.162.3859.1243, <https://doi.org/10.1126/science.162.3859.1243>
- Harrington, J. (1972). Shame and Guilt in Neurosis. By Helen Block Lewis. International Universities Press, New York. 1971. Pp. 525. Price \$15.00. *British Journal of Psychiatry*, 121(560), 105–105. DOI: 10.1192/S0007125000001483 <https://doi.org/10.1192/S0007125000001483>
- Harzing, A.-W., & Alakangas, S. (2016). Google Scholar, Scopus and the Web of Science: A longitudinal and cross-disciplinary comparison. *Scientometrics*, 106(2), 787–804. DOI: 10.1007/s11192-015-1798-9, <https://doi.org/10.1007/s11192-015-1798-9>

- Haws, K. L., Winterich, K. P., & Naylor, R. W. (2014). Seeing the world through GREEN-tinted glasses: Green consumption values and responses to environmentally friendly products. *Journal of Consumer Psychology*, 24(3), 336–354. DOI: 10.1016/j.jcps.2013.11.002, <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2013.11.002>
- Hebrok, M., & Boks, C. (2017). Household food waste: Drivers and potential intervention points for design – An extensive review. *Journal of Cleaner Production*, 151, 380–392. DOI: 10.1016/j.jclepro.2017.03.069, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.03.069>
- Heidari, A., Mirzaii, F., Rahnama, M., & Alidoost, F. (2020). A theoretical framework for explaining the determinants of food waste reduction in residential households: A case study of Mashhad, Iran. *Environmental Science and Pollution Research*, 27(7), 6774–6784. DOI: 10.1007/s11356-019-06518-8, <https://doi.org/10.1007/s11356-019-06518-8>
- Herrmann, C., Rhein, S., & Sträter, K. F. (2022). Consumers’ sustainability-related perception of and willingness-to-pay for food packaging alternatives. *Resources, Conservation and Recycling*, 181, 106219. DOI: 10.1016/j.resconrec.2022.106219, <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2022.106219>
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1–55. DOI: 10.1080/10705519909540118, <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Huang, H., Long, R., Chen, H., Sun, K., Sun, Q., & Li, Q. (2023). Why don’t more people engage in green practices in China? A policy-oriented approach to promoting green transformation in five consumption areas. *Environmental Impact Assessment Review*, 101, 107099. DOI: 10.1016/j.eiar.2023.107099, <https://doi.org/10.1016/j.eiar.2023.107099>
- Huhmann, B. A., & Brotherton, T. P. (1997). A Content Analysis of Guilt Appeals in Popular Magazine Advertisements. *Journal of Advertising*, 26(2), 35–45. DOI: 10.1080/00913367.1997.10673521, <https://doi.org/10.1080/00913367.1997.10673521>
- Hussain, S., Akhter, R., & Maktedar, S. S. (2024). Advancements in sustainable food packaging: From eco-friendly materials to innovative technologies. *Sustainable Food Technology*, 2(5), 1297–1364. DOI: 10.1039/D4FB00084F, <https://doi.org/10.1039/D4FB00084F>
- Ioannidou, M., Lesk, V., Stewart-Knox, B., & Francis, K. B. (2023). Feeling morally troubled

- about meat, dairy, egg, and fish consumption: Dissonance reduction strategies among different dietary groups. *Appetite*, 190, 107024. DOI: 10.1016/j.appet.2023.107024, <https://doi.org/10.1016/j.appet.2023.107024>
- IPPC. (2014). *IPCC, 2014: Climate Change 2014: Synthesis Report. Contribution of Working Groups I, II and III to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change [Core Writing Team, R.K. Pachauri and L.A. Meyer (eds.)]*. IPCC, Geneva, Switzerland, 151 pp. Letöltés dátuma: 2024.06.20. <https://www.ipcc.ch/report/ar5/syr/>
- Jensen, K. O., Denver, S., & Zanoli, R. (2011). Actual and potential development of consumer demand on the organic food market in Europe. *NJAS: Wageningen Journal of Life Sciences*, 58(3–4), Article 3–4. DOI: 10.1016/j.njas.2011.01.005, <https://doi.org/10.1016/j.njas.2011.01.005>
- Jiang, S., Chen, H., Shan, P., & Wang, X. (2024). Efficacy of informational intervention on food waste: Evidence from a randomized controlled trial. *Journal of Cleaner Production*, 443, 141106. DOI: 10.1016/j.jclepro.2024.141106, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.141106>
- Kabadayı, E. T., Dursun, İ., Alan, A. K., & Tuğer, A. T. (2015). Green Purchase Intention of Young Turkish Consumers: Effects of Consumer's Guilt, Self-monitoring and Perceived Consumer Effectiveness. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 207, 165–174. DOI: 10.1016/j.sbspro.2015.10.167, <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.10.167>
- Kemp, K., Insch, A., Holdsworth, D. K., & Knight, J. G. (2010). Food miles: Do UK consumers actually care? *Food Policy*, 35(6), 504–513. DOI: 10.1016/j.foodpol.2010.05.011, <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2010.05.011>
- Kim, D. J., & Yoon, S. (2021). Guilt of the Meat-Eating Consumer: When Animal Anthropomorphism Leads to Healthy Meat Dish Choices. *Journal of Consumer Psychology*, 31(4), 665–683. DOI: 10.1002/jcpy.1215, <https://doi.org/10.1002/jcpy.1215>
- Kim, Y. H., Kim, D. J., & Wachter, K. (2013). A study of mobile user engagement (MoEN): Engagement motivations, perceived value, satisfaction, and continued engagement intention. *Decision Support Systems*, 56, 361–370. DOI: 10.1016/j.dss.2013.07.002, <https://doi.org/10.1016/j.dss.2013.07.002>
- Kugler, K., & Jones, W. H. (1992). *On Conceptualizing and Assessing Guilt*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62(2), 318–327. DOI: 10.1037/0022-

- 3514.62.2.318, <https://doi.org/10.1037/0022-3514.62.2.318>
- Lefebvre, S., Hasford, J., & Wang, Z. (2019). The effects of guilt and sadness on sugar consumption. *Journal of Business Research*, 100, 130–138. DOI: 10.1016/j.jbusres.2019.03.023, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.023>
- Li, S., & Kallas, Z. (2021). Meta-analysis of consumers' willingness to pay for sustainable food products. *Appetite*, 163, 105239. DOI: 10.1016/j.appet.2021.105239, <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105239>
- Lin, B., & Shi, L. (2022). Identify and bridge the intention-behavior gap in new energy vehicles consumption: Based on a new measurement method. *Sustainable Production and Consumption*, 31, 432–447. DOI: 10.1016/j.spc.2022.03.015, <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.03.015>
- Lindenberg, S., & Steg, L. (2007). Normative, Gain and Hedonic Goal Frames Guiding Environmental Behavior. *Journal of Social Issues*, 63(1), 117–137. DOI: 10.1111/j.1540-4560.2007.00499.x, <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.2007.00499.x>
- Lindh, H., Olsson, A., & Williams, H. (2016). Consumer Perceptions of Food Packaging: Contributing to or Counteracting Environmentally Sustainable Development?: Consumer Perceptions of Food Packaging. *Packaging Technology and Science*, 29(1), 3–23. DOI: 10.1002/pts.2184, <https://doi.org/10.1002/pts.2184>
- Liu, Y., Gao, X., Zhao, J., Zhang, L., & Chen, H. (2020). Neurocognitive Correlates of Food-Related Response Inhibition in Overweight/Obese Adults. *Brain Topography*, 33(1), 101–111. DOI: 10.1007/s10548-019-00730-y, <https://doi.org/10.1007/s10548-019-00730-y>
- Loiselle, A., Pitre, K., Desroches, S., Guillaumie, L., & Bélanger-Gravel, A. (2024). Adults' beliefs related to reducing red meat consumption: An exploratory study in the province of Quebec, Canada. *Appetite*, 203, 107679. DOI: 10.1016/j.appet.2024.107679, <https://doi.org/10.1016/j.appet.2024.107679>
- Loughnan, S., & Davies, T. (2019). The Meat Paradox. In *Why We Love and Exploit Animals* (pp. 171–187). Routledge
- Loureiro, M. L., & Lotade, J. (2005). Do fair trade and eco-labels in coffee wake up the consumer conscience? *Ecological Economics*, 53(1), Article 1. DOI: 10.1016/j.ecolecon.2004.11.002, <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2004.11.002>
- Lu, H. (2023). Comparing the effectiveness of different consensus messages in communicating global environmental issues: The role of referent groups, emotions, and message evaluation. *Journal of Environmental Psychology*, 88, 102025. DOI:

- 10.1016/j.jenvp.2023.102025, <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2023.102025>
- Lu, H., Cai, S., Liu, Y., & Chen, H. (2023). How GHRM impacts employee OCBE: The role of emotions and value discrepancy. *International Journal of Manpower*, 44(2), 318–333. DOI: 10.1108/IJM-02-2021-0094, <https://doi.org/10.1108/IJM-02-2021-0094>
- Luchs, M. G., Naylor, R. W., Irwin, J. R., & Raghunathan, R. (2010). *The Sustainability Liability: Potential Negative Effects of Ethicality on Product Preference*. *Journal of Marketing*, 74(5), 18–31. DOI: 10.1509/jmkg.74.5.018, <https://doi.org/10.1509/jmkg.74.5.018>
- Macht, M., & Dettmer, D. (2006). Everyday mood and emotions after eating a chocolate bar or an apple. *Appetite*, 46(3), 332–336. DOI: 10.1016/j.appet.2006.01.014, <https://doi.org/10.1016/j.appet.2006.01.014>
- Mallett, R. K. (2012a). Eco-Guilt Motivates Eco-Friendly Behavior. *Ecopsychology*, 4(3), 223–231. DOI: 10.1089/eco.2012.0031, <https://doi.org/10.1089/eco.2012.0031>
- Mallett, R. K. (2012b). Eco-Guilt Motivates Eco-Friendly Behavior. *Ecopsychology*, 4(3), 223–231. DOI: 10.1089/eco.2012.0031, <https://doi.org/10.1089/eco.2012.0031>
- Menga, F., & Vanolo, A. (2024). Sustainability and impossible worlds. *Environment and Planning E: Nature and Space*, 7(3), 1034–1053. DOI: 10.1177/25148486241230187, <https://doi.org/10.1177/25148486241230187>
- Miceli, M., & Castelfranchi, C. (2018). Reconsidering the differences between shame and guilt. *Europe's Journal of Psychology*, 14(3), 710–733. DOI: 10.5964/ejop.v14i3.1564, <https://doi.org/10.5964/ejop.v14i3.1564>
- Moore, M. M., & Yang, J. Z. (2020). Using Eco-Guilt to Motivate Environmental Behavior Change. *Environmental Communication*, 14(4), 522–536. DOI: 10.1080/17524032.2019.1692889, <https://doi.org/10.1080/17524032.2019.1692889>
- Morales-Caselles, C., Viejo, J., Martí, E., González-Fernández, D., Pragnell-Raasch, H., González-Gordillo, J. I., Montero, E., Arroyo, G. M., Hanke, G., Salvo, V. S., Basurko, O. C., Mallos, N., Lebreton, L., Echevarría, F., Van Emmerik, T., Duarte, C. M., Gálvez, J. A., Van Sebille, E., Galgani, F., ... Cózar, A. (2021). An inshore–offshore sorting system revealed from global classification of ocean litter. *Nature Sustainability*, 4(6), 484–493. DOI: 10.1038/s41893-021-00720-8, <https://doi.org/10.1038/s41893-021-00720-8>
- Motoshita, M., Sakagami, M., Kudoh, Y., Tahara, K., & Inaba, A. (2015). Potential impacts of information disclosure designed to motivate Japanese consumers to reduce carbon dioxide emissions on choice of shopping method for daily foods and drinks. *Journal of*

- Cleaner Production*, 101, 205–214. DOI: 10.1016/j.jclepro.2015.04.005, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.04.005>
- O'Brien, K. A., & Teisl, M. F. (2004). Eco-information and its effect on consumer values for environmentally certified forest products. *Journal of Forest Economics*, 10(2), 75–96. DOI: 10.1016/j.jfe.2004.05.001, <https://doi.org/10.1016/j.jfe.2004.05.001>
- Okada, E. M. (2005). Justification Effects on Consumer Choice of Hedonic and Utilitarian Goods. *Journal of Marketing Research*, 42(1), 43–53. DOI: 10.1509/jmkr.42.1.43.56889, <https://doi.org/10.1509/jmkr.42.1.43.56889>
- Onwezen, M. C. (2015). I did good, and we did bad: The impact of collective versus private emotions on pro-environmental food consumption. *Food Research International*, 76, 261–268. DOI: 10.1016/j.foodres.2015.03.032, <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2015.03.032>
- Onwezen, M. C., Antonides, G., & Bartels, J. (2013a). The Norm Activation Model: An exploration of the functions of anticipated pride and guilt in pro-environmental behaviour. *Journal of Economic Psychology*, 39, 141–153. DOI: 10.1016/j.joep.2013.07.005, <https://doi.org/10.1016/j.joep.2013.07.005>
- Onwezen, M. C., Antonides, G., & Bartels, J. (2013b). The Norm Activation Model: An exploration of the functions of anticipated pride and guilt in pro-environmental behaviour. *Journal of Economic Psychology*, 39, 141–153. DOI: 10.1016/j.joep.2013.07.005, <https://doi.org/10.1016/j.joep.2013.07.005>
- Onwezen, M. C., Bartels, J., & Antonides, G. (2014a). Environmentally friendly consumer choices: Cultural differences in the self-regulatory function of anticipated pride and guilt. *Journal of Environmental Psychology*, 40, 239–248. DOI: 10.1016/j.jenvp.2014.07.003, <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2014.07.003>
- Onwezen, M. C., Bartels, J., & Antonides, G. (2014b). The self-regulatory function of anticipated pride and guilt in a sustainable and healthy consumption context. *European Journal of Social Psychology*, 44(1), 53–68. DOI: 10.1002/ejsp.1991, <https://doi.org/10.1002/ejsp.1991>
- Orduña-Malea, E., & Costas, R. (2021). Link-based approach to study scientific software usage: The case of VOSviewer. *Scientometrics*, 126(9), 8153–8186. DOI: 10.1007/s11192-021-04082-y, <https://doi.org/10.1007/s11192-021-04082-y>
- Paiva, C. L., & Ugaya, C. M. L. (2024). Environmental impacts assessment in packaging and its contribution to reducing food waste. *Cleaner and Circular Bioeconomy*, 8, 100083. DOI: 10.1016/j.clcb.2024.100083, <https://doi.org/10.1016/j.clcb.2024.100083>

- Patreau, V., Bernard, S., Leroux, J., Bellemare, M., & Morissette, J. (2023). Consumer interest and willingness to pay for in-bulk products with reusable packaging options. *Frontiers in Sustainability*, 4, 1228917. DOI: 10.3389/frsus.2023.1228917, <https://doi.org/10.3389/frsus.2023.1228917>
- Peloza, J., White, K., & Shang, J. (2013). Good and Guilt-Free: The Role of Self-Accountability in Influencing Preferences for Products with Ethical Attributes. *Journal of Marketing*, 77(1), 104–119. DOI: 10.1509/jm.11.0454, <https://doi.org/10.1509/jm.11.0454>
- Perera, C., Auger, P., & Klein, J. (2018). Green Consumption Practices Among Young Environmentalists: A Practice Theory Perspective. *Journal of Business Ethics*, 152(3), Article 3. DOI: 10.1007/s10551-016-3376-3, <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3376-3>
- Phelan, A. (Any), Meissner, K., Humphrey, J., & Ross, H. (2022). Plastic pollution and packaging: Corporate commitments and actions from the food and beverage sector. *Journal of Cleaner Production*, 331, 129827. DOI: 10.1016/j.jclepro.2021.129827, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.129827>
- Poore, J., & Nemecek, T. (2018). Reducing food's environmental impacts through producers and consumers. *Science*, 360(6392), 987–992. DOI: 10.1126/science.aag0216, <https://doi.org/10.1126/science.aag0216>
- Pretty, J. N., Ball, A. S., Lang, T., & Morison, J. I. L. (2005). Farm costs and food miles: An assessment of the full cost of the UK weekly food basket. *Food Policy*, 30(1), 1–19. DOI: 10.1016/j.foodpol.2005.02.001, <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2005.02.001>
- Redlichová, R., Chmelíková, G., Blažková, I., Svobodová, E., & Vanderpuje, I. N. (2021). *Organic Food Needs More Land and Direct Energy to Be Produced Compared to Food from Conventional Farming: Empirical Evidence from the Czech Republic*. *Agriculture*, 11(9), 813. DOI: 10.3390/agriculture11090813, <https://doi.org/10.3390/agriculture11090813>
- Redman, C. L. (2014). Should Sustainability and Resilience Be Combined or Remain Distinct Pursuits? *Ecology and Society*, 19(2), Article 2. DOI: 10.5751/ES-06390-190237, <https://doi.org/10.5751/ES-06390-190237>
- Rhein, S., & Schmid, M. (2020). Consumers' awareness of plastic packaging: More than just environmental concerns. *Resources, Conservation and Recycling*, 162, 105063. DOI: 10.1016/j.resconrec.2020.105063, <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2020.105063>
- Roh, T., Seok, J., & Kim, Y. (2022). Unveiling ways to reach organic purchase: Green

- perceived value, perceived knowledge, attitude, subjective norm, and trust. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 67, 102988. DOI: 10.1016/j.jretconser.2022.102988, <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.102988>
- Roseman. (1984). Roseman, I. J. (1984). *Cognitive determinants of emotion: A structural theory. Review of personality & social psychology*, 5, 11–36. Letöltés dátuma: 2024.06.20. <https://psycnet.apa.org/record/1986-17263-001>
- Rousseau, S., & Vranken, L. (2013). Green market expansion by reducing information asymmetries: Evidence for labeled organic food products. *Food Policy*, 40, 31–43. DOI: 10.1016/j.foodpol.2013.01.006, <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2013.01.006>
- Ruddock, H. K., & Hardman, C. A. (2018). Guilty pleasures: The effect of perceived overeating on food addiction attributions and snack choice. *Appetite*, 121, 9–17. DOI: 10.1016/j.appet.2017.10.032, <https://doi.org/10.1016/j.appet.2017.10.032>
- Russell, S. V., Young, C. W., Unsworth, K. L., & Robinson, C. (2017). Bringing habits and emotions into food waste behaviour. *Resources, Conservation and Recycling*, 125, 107–114. DOI: 10.1016/j.resconrec.2017.06.007, <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2017.06.007>
- Rustam, A., Wang, Y., & Zameer, H. (2020). Environmental awareness, firm sustainability exposure and green consumption behaviors. *Journal of Cleaner Production*, 268, 122016. DOI: 10.1016/j.jclepro.2020.122016, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122016>
- Schwartz, S. H. (1977). Normative Influences on Altruism. In *Advances in Experimental Social Psychology* (Köt. 10, o. 221–279). Elsevier. DOI: 10.1016/S0065-2601(08)60358-5, [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60358-5](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60358-5)
- Scialabba, N. E.-H., & Müller-Lindenlauf, M. (2010). Organic agriculture and climate change. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 25(2), 158–169. DOI: 10.1017/S1742170510000116, <https://doi.org/10.1017/S1742170510000116>
- Siegrist, M., Visschers, V. H. M., & Hartmann, C. (2015). Factors influencing changes in sustainability perception of various food behaviors: Results of a longitudinal study. *Food Quality and Preference*, 46, 33–39. DOI: 10.1016/j.foodqual.2015.07.006, <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2015.07.006>
- Sivapalan, A., Heidt, T. V. D., Scherrer, P., & Sorwar, G. (2021). A consumer values-based approach to enhancing green consumption. *Sustainable Production and Consumption*, 28, 699–715. DOI: 10.1016/j.spc.2021.06.013, <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.06.013>

- Soscia, I., Prayag, G., & Hesapci, O. (2019). Advertising guilt-laden vacations: The cross-cultural efficacy of a guilt decreasing appeal. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, 57–64. DOI: 10.1016/j.jhtm.2019.02.005, <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.02.005>
- Stancu, V., Haugaard, P., & Lähteenmäki, L. (2016). Determinants of consumer food waste behaviour: Two routes to food waste. *Appetite*, 96, 7–17. DOI: 10.1016/j.appet.2015.08.025, <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.08.025>
- Stefan, V., Van Herpen, E., Tudoran, A. A., & Lähteenmäki, L. (2013). Avoiding food waste by Romanian consumers: The importance of planning and shopping routines. *Food Quality and Preference*, 28(1), 375–381. DOI: 10.1016/j.foodqual.2012.11.001, <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2012.11.001>
- Steg, L., Bolderdijk, J. W., Keizer, K., & Perlaviciute, G. (2014). An Integrated Framework for Encouraging Pro-environmental Behaviour: The role of values, situational factors and goals. *Journal of Environmental Psychology*, 38, 104–115. DOI: 10.1016/j.jenvp.2014.01.002, <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2014.01.002>
- Sun, Y., Liu, N., & Zhao, M. (2019). Factors and mechanisms affecting green consumption in China: A multilevel analysis. *Journal of Cleaner Production*, 209, 481–493. DOI: 10.1016/j.jclepro.2018.10.241, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.241>
- Tangney, J. P. (2002a). Perfectionism and the self-conscious emotions: Shame, guilt, embarrassment, and pride. In G. L. Flett & P. L. Hewitt (Szerk.), *Perfectionism: Theory, research, and treatment*. (o. 199–215). American Psychological Association. DOI: 10.1037/10458-008, <https://doi.org/10.1037/10458-008>
- Tangney, J. P. (2002b). Perfectionism and the self-conscious emotions: Shame, guilt, embarrassment, and pride. In G. L. Flett & P. L. Hewitt (Szerk.), *Perfectionism: Theory, research, and treatment*. (o. 199–215). American Psychological Association. DOI: 10.1037/10458-008, <https://doi.org/10.1037/10458-008>
- Teisl, M. F., Radas, S., & Roe, B. (2008). Struggles in optimal labelling: How different consumers react to various labels for genetically modified foods. *International Journal of Consumer Studies*, 32(5), Article 5. DOI: 10.1111/j.1470-6431.2008.00709.x, <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2008.00709.x>
- Upham, P., Dendler, L., & Bleda, M. (2011). Carbon labelling of grocery products: Public perceptions and potential emissions reductions. *Journal of Cleaner Production*, 19(4), 348–355. DOI: 10.1016/j.jclepro.2010.05.014, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2010.05.014>

- Van Bussel, L. M., Kuijsten, A., Mars, M., & Van 't Veer, P. (2022). Consumers' perceptions on food-related sustainability: A systematic review. *Journal of Cleaner Production*, 341, 130904. DOI: 10.1016/j.jclepro.2022.130904, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.130904>
- Van Doorn, J., & Verhoef, P. C. (2011). Willingness to pay for organic products: Differences between virtue and vice foods. *International Journal of Research in Marketing*, 28(3), 167–180. DOI: 10.1016/j.ijresmar.2011.02.005, <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2011.02.005>
- van Eck, N. J., & Waltman, L. (2011). *VOSviewer Manual*. Manual for VOSviewer version, 1(0). Letöltés dátuma: 2024.10.23. https://www.vosviewer.com/documentation/Manual_VOSviewer_1.5.2.pdf
- Van Kleef, G. A., De Dreu, C. K. W., & Manstead, A. S. R. (2006). Supplication and appeasement in conflict and negotiation: The interpersonal effects of disappointment, worry, guilt, and regret. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91(1), 124–142. DOI: 10.1037/0022-3514.91.1.124, <https://doi.org/10.1037/0022-3514.91.1.124>
- Verhoef, P. C. (2005). Explaining purchases of organic meat by Dutch consumers. *European Review of Agricultural Economics*, 32(2), 245–267. DOI: 10.1093/eurrag/jbi008, <https://doi.org/10.1093/eurrag/jbi008>
- Vernekar, S. S., & Preeti, W. (2011). Green consumption. *An emperical study of consumers attitude and perception regarding eco-friendly products. opinion*, 1(1), 65-74. Letöltés dátuma: 2024.06.20. <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=ffa71f9d9081929ac7e5d698d83230df2c74f58a>
- WHO. (2008, április 7). *The impact of climate change on human health. Statement by WHO Director-General Dr Margaret Chan*. Letöltés dátuma: 2024.06.20. <https://www.who.int/news/item/07-04-2008-the-impact-of-climate-change-on-human-health>
- Willett, W., Rockström, J., Loken, B., Springmann, M., Lang, T., Vermeulen, S., Garnett, T., Tilman, D., DeClerck, F., Wood, A., Jonell, M., Clark, M., Gordon, L. J., Fanzo, J., Hawkes, C., Zurayk, R., Rivera, J. A., De Vries, W., Majele Sibanda, L., ... Murray, C. J. L. (2019). Food in the Anthropocene: The EAT–Lancet Commission on healthy diets from sustainable food systems. *The Lancet*, 393(10170), 447–492. DOI: 10.1016/S0140-6736(18)31788-4, [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(18\)31788-4](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(18)31788-4)
- Yang, M., Chen, H., Long, R., & Yang, J. (2023). How does government regulation shape

residents' green consumption behavior? A multi-agent simulation considering environmental values and social interaction. *Journal of Environmental Management*, 331, 117231. DOI: 10.1016/j.jenvman.2023.117231, <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2023.117231>

Zepeda, L., & Deal, D. (2009). Organic and local food consumer behaviour: Alphabet Theory. *International Journal of Consumer Studies*, 33(6), 697–705. DOI: 10.1111/j.1470-6431.2009.00814.x, <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2009.00814.x>

Zhang, M., Li, H., Chen, S., Liu, Y., & Li, S. (2023). Interrogating greenhouse gas emissions of different dietary structures by using a new food equivalent incorporated in life cycle assessment method. *Environmental Impact Assessment Review*, 103, 107212. DOI: 10.1016/j.eiar.2023.107212, <https://doi.org/10.1016/j.eiar.2023.107212>

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra: Az éves tudományos cikkek növekedése	21
2. ábra: Átlagos idézetek száma évente.....	22
3. ábra: A legrelevánsabb szerzők.....	23
4. ábra: A kapcsolattartó szerzők országai.....	24
5. ábra: A leggyakrabban idézett országok	25
6. ábra: Legjelentősebb intézmények	26
7. ábra: Klaszterek a dokumentumok csoportosítása alapján.....	27
8. ábra: Three-Fields Plot.....	28
9. ábra: Szófelhő a kulcsszavak alapján.....	31
10. ábra: Hálózati vizualizációs diagram forráscím és kulcsszavak alapján.....	32

TÁBLÁZATJEGYZÉK

1. Táblázat: Öko-bűntudat és élelmiszerfogyasztáshoz kapcsolódó publikációk adatainak főbb információinak elemzése	20
2. Táblázat: A kapcsolattartó szerzők országai.....	24
3. Táblázat: Legrelevánsabb források	26

NYILATKOZAT

a szakdolgozat nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve: VOROS KATA
A Hallgató Neptun kódja: Y8HGUG
A dolgozat címe: MIERT ERZUNK BÜNTUDATOT? AZ OKO-BÜNTUDAT
ÉS AZ ÉLELMISZERTÖGYASZTÓI MAGATARTÁS KAPCSOLATÁNAK SZAKIRODALMI VIZSGÁLATA
A megjelenés éve: 2024
A konzulens intézetének neve: ÉLELMISZERTUDOMÁNYI ÉS TECHNOLÓGIAI INTÉZET
A konzulens tanszékének a neve: MARKETING ÉS ÉLELMISZERPARI VÁLLALATI GAZDASÁGTAN TANSZÉK

Kijelentem, hogy az általam benyújtott szakdolgozat egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottam, tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkor szellemi tulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem MATER Hallgatói Dolgozatok repozitóriumba. Tudomásul veszem, hogy a megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védést követően
- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelte után

nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem MATER Hallgatói Dolgozatok repozitóriumban.

Kelt: BUDAPEST, 2024. év 10. hó 31. nap

Voros K
Hallgató aláírása

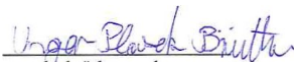
NYILATKOZAT

Vörös Kata (név) (hallgató Neptun azonosítója: Y8H6U6) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a szakdolgozatot áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A szakdolgozatot a záróvizsgán történő védeésre javaslom / nem javaslom.

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

Kelt: Budapest, 2024 év október hó 31 nap


belső konzulens