

SZÁZADVÉG

KLÍMAVÁLTOZÁS ÉS FENNTARTHATÓSÁG – 2021-ES KUTATÁS TRENDKÖVETŐ KUTATÁSA

V. NAGYKUTATÁS ELEMZÉSE: ÖSSZEFOGLALÓ
DOKUMENTUM

2024.

DOI: 10.65295/dissz-klima.2024



TARTALOMJEGYZÉK

1. Bevezetés	1
2. A kutatás eredményeinek összefoglalása	3
2.1. A fenntarthatóság elméleti háttere és vállalati megjelenése	3
2.2. Fenntartható gazdaság, ökoinnováció és a ruhaipar kihívásai	4
2.3. Klímaváltozás és társadalom	5
2.4. Klímaváltozás és egyéni észlelés.....	8
2.5. Környezetvédelem hatékony eszközei és társadalmi percepciók	17
2.6. Fenntarthatósági attitűdök és általános környezettudatosság	24
2.7. A környezettudatos életmód és élelmiszerfogyasztás összefüggései	30
3. Következtetések	40
4. Kutatás jelentősége és hasznosulása	43
5. Módszertan	45

1. BEVEZETÉS

Jelen disszemináció célja a klímaváltozással és fenntarthatósággal kapcsolatos, nagymintás empirikus kutatás eredményeinek rendszerezett bemutatása és szakmai értelmezése, különös tekintettel a társadalmi attitűdök, percepciók és viselkedési mintázatok feltárására. A kutatás középpontjában annak vizsgálata állt, hogy a különböző társadalmi csoportok miként érzékelik a klímaváltozás hatásait, milyen mértékben érzik saját felelősségüket, valamint milyen tényezők befolyásolják a fenntartható viselkedés iránti nyitottságukat. A kutatás aktualitása és relevanciája abban ragadható meg, hogy a fenntarthatóság kérdésköre napjainkra túlmutat a klasszikus környezetvédelmi kereteken, és egy komplex, többdimenziós társadalmi-gazdasági problémává vált. A klímaváltozás hatásai egyre közvetlenebb módon jelennek meg a mindennapi életben, miközben a rá adott válaszok nem korlátozódhatnak kizárólag technológiai innovációkra vagy szabályozási eszközökre. A fenntarthatósági átmenet egyaránt érinti az egyéni döntéshozatalt – például a fogyasztási szokásokat, közlekedési választásokat vagy életmódbeli preferenciákat –, a vállalati működést – ideértve az erőforrás-felhasználást, termelési folyamatokat és társadalmi felelősségvállalást –, valamint a közpolitikai szintet, ahol a szabályozási és ösztönző rendszerek kialakítása történik. Ennek következtében a fenntarthatóság nem értelmezhető egyetlen szinten vagy egyetlen szereplő perspektívájából, hanem integrált megközelítést igényel, amely figyelembe veszi a különböző társadalmi alrendszerek kölcsönhatásait. A bemutatott eredmények nem pusztán statisztikai adatok összességeként értelmezhetők. Ez különösen fontos annak fényében, hogy a fenntartható fejlődéshez szükséges változások csak akkor lehetnek hatékonyak, ha illeszkednek a társadalmi attitűdökhöz és figyelembe veszik az egyes csoportok eltérő motivációit és korlátait.

A kutatás eredményei lehetőséget teremtenek arra, hogy azonosítsuk azokat a kulcstényezőket, amelyek elősegítik vagy éppen akadályozzák a fenntartható életmód elterjedését. Ide tartoznak például az egyéni önhatékonyság érzete, a gazdasági ösztönzők jelenléte vagy hiánya, az információk hozzáférhetősége és hitelessége, valamint a társadalmi normák és kulturális mintázatok szerepe. E tényezők feltárása alapvető fontosságú a hatékony beavatkozási stratégiák kialakítása szempontjából, mivel rávilágít arra, hogy a fenntarthatósági átmenet nem pusztán tudás- vagy információhiányból fakadó probléma, hanem mélyebb strukturális és attitűdbeli gyökerekkel rendelkezik. Külön hangsúlyt érdemel, hogy a fenntarthatósági átmenet nem valósítható meg kizárólag technológiai fejlesztések vagy gazdasági eszközök alkalmazásával. Bár ezek elengedhetetlenek, önmagukban nem elegendőek a társadalmi szintű változás eléréséhez. A kutatás rámutat arra, hogy kulcsszerepet játszik az egyéni cselekvési hajlandóság, valamint az a hit, hogy az egyének képesek érdemi hatást gyakorolni a környezeti folyamatokra. Ennek hiányában még a legfejlettebb technológiai megoldások is korlátozott hatékonysággal működnek. Éppen ezért a



disszemináció egyik implicit célja az is, hogy hozzájáruljon a társadalmi elfogadottság erősítéséhez, valamint elősegítse az egyéni és kollektív felelősségvállalás tudatosabb megjelenését a fenntarthatósági folyamatokban. A kutatás hátterét az a felismerés adja, hogy a klímaváltozás és a fenntarthatóság kérdései egyre erőteljesebben jelennek meg a társadalmi tudatban, ugyanakkor a problémák észlelése és a tényleges cselekvés között jelentős eltérés figyelhető meg. A vizsgálat indokoltságát tovább erősíti, hogy a fenntarthatósághoz való viszonyulás nem homogén: jelentős különbségek mutatkoznak az egyes demográfiai csoportok között az életkor, az iskolai végzettség, a lakóhely vagy éppen a szubjektív jóllét függvényében. E különbségek feltárása nélkülözhetetlen ahhoz, hogy célzott és hatékony szemléletformáló, illetve szakpolitikai intézkedések születhessenek. A kutatás során érintett főbb tématerületek közé tartozik a fenntarthatóság elméleti értelmezése, a vállalati és gazdasági dimenziók, a fogyasztói magatartás, valamint a klímaváltozás társadalmi hatásainak vizsgálata. Kiemelt figyelmet kapnak továbbá az olyan részterületek, mint az energiatermelési preferenciák, a fenntartható mobilitás, az ételmiszer-fogyasztás és a hulladékgazdálkodás kérdései, amelyek mind szorosan kapcsolódnak a mindennapi élethez és az egyéni döntésekhez. A kutatás célcsoportját a magyar társadalom széles köre alkotja, amely lehetővé teszi a különböző társadalmi rétegek közötti összehasonlítást és a differenciált mintázatok azonosítását.



2. A KUTATÁS EREDMÉNYEINEK ÖSSZEFOGLALÁSA

2.1. A fenntarthatóság elméleti háttere és vállalati megjelenése

A fenntarthatóság fogalma napjaink egyik kulcsfogalma, amely azonban sokszor félreértelmezett vagy leegyszerűsített formában jelenik meg. Alapvető különbséget kell tenni a fenntarthatóság, mint elérendő célállapot, valamint a fenntartható fejlődés, mint az ehhez vezető folyamat között. Ez a megkülönböztetés azért fontos, mert míg a fenntarthatóság egy kívánatos állapotot jelöl, addig a fenntartható fejlődés az odavezető lépések és mechanizmusok összessége. A fogalom értelmezése az idők során jelentősen kibővült: míg korábban elsősorban környezetvédelmi kontextusban használták, ma már gazdasági és társadalmi dimenziókat is magában foglal. Ez azonban problémákhoz is vezet, mivel különböző területeken eltérő jelentéstartalommal alkalmazzák. A politikai gyakorlatban például gyakran egy adott fejlődési pálya fenntartását értik alatta, ami nem feltétlenül veszi figyelembe a környezeti korlátokat – pedig a fenntarthatóság egyik alapfeltétele éppen ezek tiszteletben tartása már a célok kijelölésekor is. A fenntarthatóság egyik legelterjedtebb értelmezési kerete a három pillér modell, amely a gazdaság, a társadalom és a környezet egyensúlyára épül. E három dimenzió egymással összefügg, és ideális esetben egyenlő súllyal bír. Az úgynevezett „gyenge fenntarthatóság” típusú megközelítés szerint ezek a dimenziók részben helyettesíthetők egymással, vagyis egy adott területen bekövetkező hiány más területeken kompenzálható. Ez a nézőpont azonban számos kritikát kapott, mivel figyelmen kívül hagyja azokat a „kardinális értékeket”, amelyek nem pótolhatók – különösen a környezeti és kulturális javak esetében.

Ezzel szemben az erős fenntarthatóság szemlélete szerint a három dimenzió nem egymás mellé rendelt, hanem egymásba ágyazott rendszerek: a gazdaság a társadalom része, a társadalom pedig a környezetbe ágyazódik. Ez azt jelenti, hogy a környezet elsődleges keretet ad, amelynek korlátait önmagukban is tiszteletben kell tartani. A környezeti folyamatok közvetlenül nem befolyásolhatók, így a fenntarthatóság elérése a társadalmi és gazdasági rendszereken keresztül valósulhat meg. A fenntartható fejlődés fogalmának elterjedésében mérföldkő volt az 1987-es Brundtland-jelentés, amely szerint a fenntartható fejlődés olyan fejlődés, amely kielégíti a jelen szükségleteit anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő generációk lehetőségeit. Ez a definíció rávilágít a hosszú távú gondolkodás szükségességére. Ugyanakkor a modern társadalmakban a fejlődést gyakran gazdasági növekedéssel azonosítják, ami számos környezeti problémát eredményez, mivel a jelenlegi termelési rendszerek sokszor nincsenek összhangban a természet működésével.



2.2. Fenntartható gazdaság, ökoinnováció és a ruhaipar kihívásai

A fenntarthatóság gazdasági dimenziójában kulcsszerepet játszanak az ökoinnovációk, amelyek olyan fejlesztéseket jelentenek, amelyek közvetlenül vagy közvetve csökkentik a környezeti terhelést. Ezek több típusba sorolhatók: termék-, folyamat-, szervezeti, marketing-, szociális és rendszerinnovációk. A termékinnovációk például a környezetbarát előállításra és az újrahasznosíthatóságra törekednek, míg a folyamatinnovációk célja az erőforrás-felhasználás és a kibocsátások csökkentése (pl. zero waste, tisztább termelés). A szervezeti és szociális innovációk a vállalati működés és a fogyasztói magatartás átalakítását célozzák, míg a rendszerinnovációk átfogó, rendszerszintű változásokat hoznak létre (pl. megosztáson alapuló szolgáltatások). Európában az ökoinnovációk elterjedtsége jelenleg egyenlőtlen: a fejlettebb nyugati országokban nagyobb arányban jelennek meg, mivel magasabb a jóléti szint és erősebb a környezeti problémák iránti érzékenység.

A vállalatok esetében a fenntarthatóság szorosan összefügg a vállalati társadalmi felelősségvállalással (CSR), amely túlmutat a jogszabályi megfelelésen, és a társadalmi, valamint környezeti szempontok önkéntes integrációját jelenti a működésbe. A fenntartható működés gyakran többletköltséggel jár (pl. környezetbarát technológiák, tisztességes bérezés), ugyanakkor hosszú távon előnyöket is hozhat, például költségcsökkentést, jobb vállalati reputációt vagy lojálisabb munkaerőt. Jó példát jelentenek a nagyvállalatok fenntarthatósági stratégiái. Az Aldi és a Lidl komplex programokkal törekszenek a fenntartható működésre, amelyek magukban foglalják az üvegházhatású gázok kibocsátásának csökkentését, a csomagolóanyagok fenntarthatóbbá tételét, az energiahatékonyság növelését és a tudatos fogyasztás ösztönzését. Ezek a stratégiák több dimenziót integrálnak: környezeti, társadalmi és gazdasági szempontokat egyaránt.

A ruhaipar különösen jelentős környezeti terhelést jelent. Az Európai Környezetvédelmi Ügynökség (EEA) jelentése szerint 2020-ban az egy főre jutó átlagos textiltfogyasztás az Európai Unióban 400 m² földet, 9 m³ vizet és 391 kg alapanyagot igényelt, ez pedig mintegy 270 kg szénlábnyomot hagyott. A probléma egyik fő forrása a fast fashion, amely az olcsó és gyorsan cserélődő divattermékek tömeggyártására épül. Ennek következtében nőtt a ruhagyártás volumene és a textilhulladék mennyisége, miközben az egyes ruhadarabok használati ideje csökkent. A ruhaipar környezeti hatásai több ponton jelentkeznek: a gyapottermesztés rendkívül vízigényes és vegyszerintenzív, az anyagok festése és kikészítése jelentős vízszennyezéssel jár, míg a szintetikus anyagok – például a poliészter – használata során mikroműanyagok kerülnek a környezetbe. A textilipar a globális vízszennyezés jelentős részéért felelős, emellett az ellátási láncok komplexitása és a szállítás is növeli az üvegházhatású gázok kibocsátását. A társadalmi dimenzióban a



költségcsökkentési kényszer következtében gyakori a termelés kiszervezése az alacsony bérű országokba, ahol sok esetben kedvezőtlen munkakörülmények, kedvezőtlen bérek és a munkavállalói jogok hiányos érvényesülése figyelhető meg. Gazdasági szempontból pedig a piac erősen koncentrált, a profit jelentős része néhány nagyvállalatnál összpontosul, miközben a kisebb szereplők kiszolgáltatott helyzetben vannak. A fenntarthatósági kihívásokra válaszként a slow fashion modell jelenik meg alternatívaként, amely a kevesebb, de jobb minőségű ruhák vásárlását, a hosszabb használati időt és a tudatos fogyasztást ösztönzi. Ez a megközelítés a helyi termelést, a megbízható ellátási láncokat és a környezetkímélőbb gyártási folyamatokat helyezi előtérbe. Ugyanakkor ennek elterjedése gazdasági kihívásokkal is járhat, mivel a magasabb minőség gyakran magasabb árral társul, ami korlátozhatja a fogyasztói elfogadottságot. A dokumentum rámutat arra, hogy a problémák kezelése csak komplex megközelítéssel lehetséges, amely magában foglal technológiai innovációkat (például energia- és anyaghatékonyság növelése), társadalmi változásokat (tudatos fogyasztás, megosztáson alapuló modellek), valamint szervezeti és üzleti innovációkat is.

2.3. Klímaváltozás és társadalom

A klímaváltozás mint globális jelenség nemcsak környezeti, hanem jelentős társadalmi hatásokkal is jár, amelyek egyre inkább meghatározzák a mindennapi életet és a közgondolkodást. Ezek közé tartozik például a klímaszorongás megjelenése, amely a környezeti problémák miatti aggodalomként értelmezhető, és bár nem tekinthető betegségnek, mégis jelzi, hogy a fenntarthatóság kérdése egyéni szinten is egyre hangsúlyosabbá válik. A fogyasztói döntésekben is megjelenik ez a szemlélet, ugyanakkor ezzel párhuzamosan elterjedt a greenwashing jelensége is, amikor vállalatok megtévesztő módon tüntetik fel magukat környezettudatosként anélkül, hogy ténylegesen átfogó fenntarthatósági gyakorlatot folytatnának. A társadalmi reakciók egyik legfontosabb formáját a különböző környezetvédelmi mozgalmak jelentik, amelyek eltérő eszközökkel, de közös céllal lépnek fel a fenntarthatóság érdekében. A hazai példák közül a Zengő-mozgalom radikálisabb fellépésével vált ismertté, amikor sikeresen akadályozta meg egy környezetkárosító beruházás megvalósulását. Ezzel szemben más kezdeményezések – például a Greendependent vagy a Green City mozgalom – inkább a tudásmegosztásra, szemléletformálásra és a fenntartható életmód gyakorlati támogatására helyezik a hangsúlyt. Ezek jól mutatják, hogy a fenntarthatóság előmozdítása nem egységes módon történik, hanem különböző stratégiák és megközelítések kombinációjával.

A fenntarthatóság nemcsak civil és társadalmi szinten jelenik meg, hanem a vallási közösségek életében is, ahol a „teremtésvédelem” fogalma keretében értelmezik. Ebben a megközelítésben a környezet védelme erkölcsi és spirituális kérdéssé válik, amely az ember



és a teremtett világ kapcsolatára épül. E szemléletet nemcsak egyházi tanítások, hanem kutatóintézetek és mozgalmak is erősítik, amelyek az ökotudatos életmód terjesztését és a társadalmi párbeszéd elősegítését tűzik ki célul. A politikai színtéren szintén egyre nagyobb hangsúlyt kap a fenntarthatóság kérdése. A környezetvédelmi mozgalmak gyakran politikai formát öltenek, és pártokon keresztül is képviselik céljaikat. Hazai példaként említhető egy zöld orientációjú párt megjelenése, míg nemzetközi szinten az Európai Zöld Párt játszik szerepet abban, hogy a klímavédelem témája bekerüljön a döntéshozatalba. Ezek a szereplők hozzájárulnak ahhoz, hogy a fenntarthatóság ne csupán társadalmi diskurzus, hanem konkrét politikai cselekvés tárgya is legyen.

Nemzetközi szinten az Európai Unió és az ENSZ törekvései meghatározóak. Az EU 2030-as célkitűzései több területre kiterjednek, például a fenntartható fogyasztásra, az innovációra, az energiapolitikára, a mezőgazdaságra és a tagállamok közötti együttműködésre. Az ENSZ fenntartható fejlődési céljai pedig globális szinten fogalmazzák meg irányelveket, amelyek a környezetvédelem mellett társadalmi és gazdasági problémákra is reagálnak. A Párizsi Megállapodás konkrét célja a globális felmelegedés korlátozása, amelyhez a részt vevő országok kibocsátáscsökkentési vállalásokat tettek.

Mindazonáltal ezeknek a céloknak a megvalósítása számos kihívásba ütközik, jellemzően gazdasági, politikai vagy társadalmi különbségek miatt. Továbbra is kérdéses, hogy a nemzetközi vállalatok és államok mennyire elkötelezettek a valódi fenntarthatóság mellett, különösen a greenwashing jelenségének fényében. Emellett az is fontos kérdés, hogy a fenntarthatósági szemlélet mennyire épül be a társadalom különböző rétegeinek mindennapi életébe.

2.3.1. Hulladékgazdálkodás és körforgásos gazdaság

A fenntarthatóság egyik legkritikusabb területe a hulladékgazdálkodás, mivel a modern társadalmakban keletkező hulladék mennyisége és kezelése komoly környezeti terhelést jelent. Míg korábban az ember által termelt „hulladék” nagy része visszaforgatható volt a természetbe, napjainkban ez már nem igaz: számos anyag – különösen a műanyagok – rendkívül lassan bomlik le, és gyakran nem megfelelő helyekre kerül, például vizekbe, súlyosan károsítva az élővilágot. A hulladék fogalma ráadásul nem egyértelmű, hiszen az, hogy mit tekintünk hulladéknak, társadalmi és gazdasági kontextustól is függ; általánosan olyan anyagról vagy tárgyról beszélünk, amelytől birtokosa megválnak vagy megválni szándékozik. A jelenlegi gazdasági rendszer, a lineáris gazdaság („kitermel-előállít-eldob”) alapvetően fenntarthatatlan, mivel véges erőforrásokra épít és jelentős hulladéktermeléssel jár. Ezzel szemben a körforgásos gazdaság célja, hogy az anyagokat és termékeket minél hosszabb ideig használatban tartsa, csökkentve ezzel a hulladékképződést és az új



erőforrások iránti igényt. Ez a modell nemcsak környezeti, hanem gazdasági és társadalmi előnyökkel is járhat, például költségcsökkentéssel, versenyelőny növekedéssel, új munkahelyek teremtésével és a kibocsátások csökkentésével. Magyarországon és az Európai Unióban is célként jelenik meg a körforgásos gazdaságra való átállás, amelyet konkrét hulladékcsökkentési és újrahasznosítási célok is támogatnak. A hulladékkezelés fejlődésének egyik legelőremutatóbb iránya a zero waste szemlélet, amely a hulladék teljes elkerülésére törekszik. Ez túlmutat az újrahasznosításon, és arra épít, hogy a termékeket eleve úgy tervezzük meg, hogy azok folyamatosan újrahasználhatók legyenek. Ezzel párhuzamosan megjelentek olyan mérőeszközök is, mint a zero waste index, amelyek a hulladékgazdálkodási rendszerek hatékonyságának értékelését segítik.

A fenntarthatóság szempontjából kiemelt jelentőségű az élelmiszer-fogyasztás, amely jelentős hatást gyakorol a környezetre, különösen a területhasználat és az energiafelhasználás révén. A mezőgazdasági tevékenységek hozzájárulnak a biodiverzitás csökkenéséhez, a talajerózióhoz, valamint a vízszennyezéshez és a tápanyag-feldúsuláshoz, miközben az energiaigényes termelési rendszerek a globális felmelegedést is fokozzák. A probléma egyik legsúlyosabb aspektusa az élelmiszer-pazarlás: globálisan a megtermelt élelmiszerek mintegy egyharmada hulladékként végzi, miközben ez a mennyiség többszörösen fedezhetné az alultáplált népesség szükségleteit. Magyarországon is jelentős az élelmiszerhulladék mennyisége, bár az utóbbi években csökkenés figyelhető meg. A pazarlás nemcsak környezeti, hanem gazdasági problémát is jelent, hiszen jelentős anyagi veszteséget okoz a háztartások számára. A fenntarthatóbb élelmiszer-fogyasztás előmozdításában fontos szerepet játszanak a civil kezdeményezések és innovatív megoldások, például az élelmiszermentő szervezetek vagy digitális platformok, amelyek a feleslegessé váló élelmiszerek újrahasznosítását segítik. Emellett a fogyasztói magatartás is kulcsfontosságú: kutatások szerint különböző fogyasztói csoportok eltérő módon viszonyulnak a fenntarthatósághoz, és a tudatos vásárlás elterjedése nagymértékben függ az információk hozzáférhetőségétől és értelmezhetőségétől.

2.3.2. Fenntartható turizmus és mobilitás

A turizmus a gazdaság egyik meghatározó ágazata, ugyanakkor jelentős környezeti és társadalmi terheléssel járhat. A tömegturizmus – különösen, ha kontrollálatlanul zajlik – jelentős környezeti terhelést okozhat, például a természeti erőforrások túlhasználatán, a szennyezés növekedésén és az élőhelyek károsításán keresztül, miközben társadalmi feszültségeket is generálhat a helyi közösségek életében. Ezzel összhangban a fenntartható turizmus fogalma a fenntartható fejlődés elveire épül, és célja, hogy a gazdasági hasznok mellett figyelembe vegye a környezeti és társadalmi szempontokat is. Ez egy integrált megközelítést jelent, amely egyszerre törekszik a gazdasági életképesség fenntartására, a



természeti környezet védelmére és a kulturális értékek megőrzésére. A fenntartható turizmus mellett a kutatás különbséget tesz az ökoturizmus és a felelősségteljes turizmus között is. Az ökoturizmus elsősorban a természeti területekre koncentrál, és célja a környezeti hatások minimalizálása, valamint a helyi természeti és kulturális értékek megőrzése.

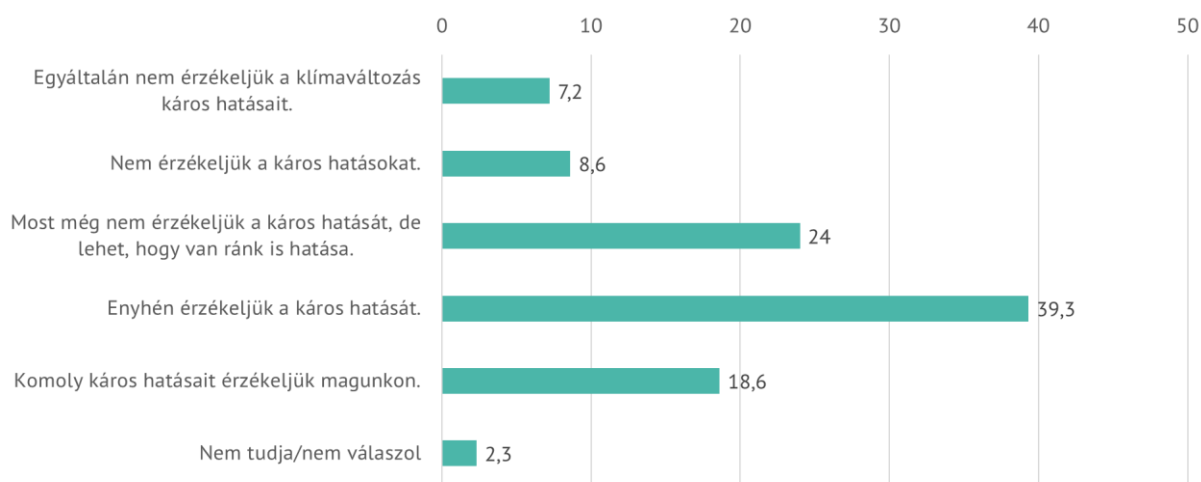
Ezzel szemben a felelősségteljes turizmus inkább szemléleti keretként értelmezhető, amely a turizmus minden szereplőjének – szolgáltatóknak, turistáknak és döntéshozóknak – közös felelősségére helyezi a hangsúlyt. A három megközelítés egymást kiegészítve járulhat hozzá egy fenntarthatóbb turisztikai rendszer kialakításához, amelyben a gazdasági érdekek nem írják felül a környezeti és társadalmi szempontokat. Az utazás fenntarthatóságának kérdéséhez szorosan kapcsolódik a közlekedés átalakulása is, különösen a mikromobilitás és a sharing economy térnyerése révén. A mikromobilitás olyan kisebb méretű, alacsony sebességű közlekedési eszközök használatát jelenti – például kerékpárok, rollerek vagy elektromos mikrojárművek –, amelyek különösen városi környezetben kínálnak rugalmas és környezetkímélő alternatívát. Ezek az eszközök gyakran kiegészítik a tömegközlekedést, hozzájárulva az úgynevezett „utolsó kilométer” problémájának megoldásához, ugyanakkor elterjedésük infrastrukturális és szabályozási kihívásokat is felvet. A sharing economy, vagyis a közösségi gazdaság ennél szélesebb keretet jelent, amely a javak és szolgáltatások közösségi hozzáférésén alapul. Lényege, hogy a felhasználók nem tulajdonosként, hanem ideiglenes használóként jutnak hozzá erőforrásokhoz, ami elvileg hatékonyabb erőforrás-felhasználást és alacsonyabb környezeti terhelést eredményezhet. Ugyanakkor a gyakorlatban nem minden esetben érvényesülnek ezek az előnyök: egyes platformok, például az Airbnb vagy az Uber, gazdasági és társadalmi konfliktusokat is generálhatnak, például a lakások növekedésén vagy a hagyományos szolgáltatások kiszorításán keresztül.

2.4. Klímaváltozás és egyéni észlelés

A kutatás egyik központi eleme a klímaváltozás egyéni észlelésének vizsgálata volt, amely egy nagymintás, több mint 20 000 fős felmérésen alapult. Az eredmények alapján a válaszadók többsége valamilyen mértékben érzékeli a klímaváltozás hatásait: 39,3 százalék enyhén, míg 18,6 százalék már komolyabb káros következményeket tapasztal saját életében. Ugyanakkor jelentős arány (közel egyharmad) még nem érzékeli közvetlenül a problémát, vagy bizonytalan annak hatásait illetően.



1. ÁBRA: „KÉREM, GONDOLJON SAJÁT MAGÁRA ÉS A SAJÁT HÁZTARTÁSÁRA! MENNYIRE ÉRINTI KÁROSAN ÖNÖKET A KLÍMAVÁLTOZÁS?” (%) N=20048



Forrás: Századvég-szerkesztés

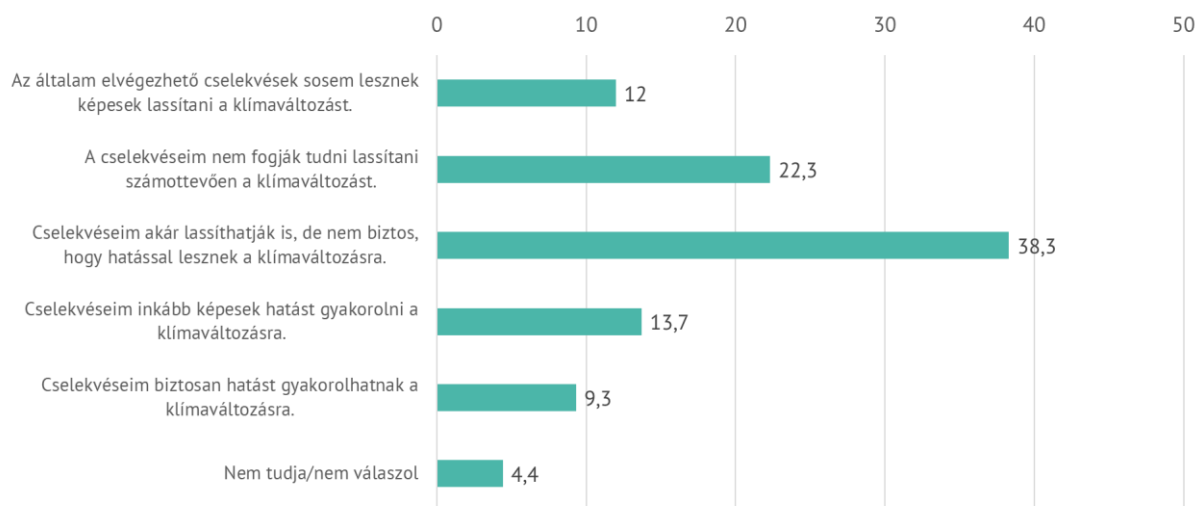
Az észlelés mértéke erősen függ a szociodemográfiai háttértől: az idősebb, magasabb végzettségű válaszadók érzékenyebbek a problémára, míg a fiatalabb, alacsonyabb iskolai végzettségű, vidéki férfiak kevésbé észlelik a hatásokat. Az egyéni felelősségérzet vizsgálata azt mutatja, hogy a válaszadók közel fele úgy véli, saját tevékenysége hozzájárul a klímaváltozáshoz, míg közel egynegyedük ezt elutasítja. Az eredmények alapján az egyéni hatás felismerése szintén demográfiai különbségeket mutat: a magasabb végzettségűek és idősebbek nagyobb arányban ismerik el saját szerepüket, míg a fiatalabbak és alacsonyabb végzettségűek inkább bizonytalanok vagy elutasítóak.

2.4.1. Cselekvési hajlandóság és attitűdök

A kutatás fontos eredménye, hogy a válaszadók jelentős része nem érzi saját cselekvéseit hatékonynak a klímaváltozás lassításában. A megkérdezettek 38,3 százaléka bizonytalan ebben, míg több mint egyharmaduk kifejezetten úgy véli, hogy cselekedetei nem képesek érdemi változást elérni. Mindössze kisebbség gondolja azt, hogy saját viselkedése tényleges hatással lehet a folyamatokra. Ez az eredmény kulcsfontosságú, mivel rávilágít arra, hogy a fenntarthatósági átmenet egyik legnagyobb akadálya az egyéni hatékonyságba vetett hit hiánya.

2. ÁBRA: „SAJÁT ÉLETÉT FIGYELEMBE VÉVE MELYIK ALÁBBI ÁLLÍTÁS IGAZ ÖNRE A LEGINKÁBB?” (%) N=20048





Forrás: Századvég-szerkesztés

Az attitűdök vizsgálata ugyanakkor azt mutatja, hogy a természethez való viszony alapvetően pozitív. A válaszadók túlnyomó többsége egyetért azzal, hogy a természet ismerete fontos része kell legyen a nevelésnek, és sokan úgy érzik, hogy a természet hiánya jelentős veszteséget jelentene számukra. Ugyanakkor a tényleges viselkedés és az attitűdök között ellentmondás figyelhető meg: viszonylag kevesen töltenek rendszeresen időt természeti környezetben, és sokan csak megfelelő idő és erőforrás esetén foglalkoznának aktívan környezetvédelmi ügyekkel.

Ugyanakkor, szignifikáns összefüggés mutatkozik a demográfiai ismérvek mentén azzal kapcsolatban, hogy a válaszadók cselekvésüket mennyire ítélik a klímaváltozás tekintetében befolyással bíró tényezőnek. Az átlagnál többen vélik úgy, hogy cselekvésüknek nincsen érdemi hatása az éghajlatváltozás lassítását tekintve a férfiak, a magasan iskolázottak, a Zala és Komárom-Esztergom vármegye lakosai, illetve akik nem érzik magukat boldognak, vagy hangulatukat semlegesen jellemezték. Az átlaghoz képest bizonytalanabbak a legfeljebb alapfokú végzettséggel rendelkezők, míg a nők, a fiatal felnőttek (18-29 évesek) inkább vélik cselekvéseiket a klímaváltozás lassítását illetően mérvadónak.

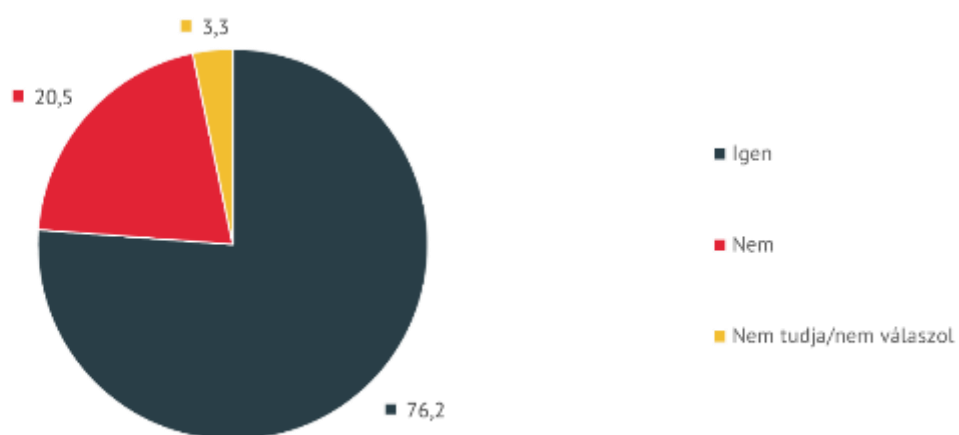
A kutatás eredményei egyértelműen rámutatnak arra, hogy a fenntarthatósághoz való viszony erősen differenciált társadalmi csoportok szerint. A nők, az idősebb korosztály, a magasabb végzettségűek és a kisebb háztartásban élők általában tudatosabbak és elkötelezettebbek a környezeti kérdések iránt. Ezzel szemben a fiatalabbak, férfiak és nagyobb háztartásokban élők kevésbé mutatnak érdeklődést vagy elköteleződést. Érdekes összefüggés, hogy a szubjektív jóllét is befolyásolja a környezeti attitűdöket: a magukat boldognak vallók nagyobb mértékben kötődnek a természethez és nyitottabbak a fenntartható életmódra, míg a kevésbé elégedettek körében alacsonyabb az elköteleződés.



2.4.2. Fogyasztói magatartás és gazdasági attitűdök

A fenntarthatóság gazdasági dimenzióját jól tükrözik a fogyasztói preferenciákra vonatkozó eredmények. A válaszadók jelentős többsége (76,2 százalék) előnyben részesíti a hazai termékeket a külföldiekkel szemben, ami erős lokális gazdasági és fenntarthatósági attitűdre utal. Ez az arány különösen magas az idősebb, vidéki és alacsonyabb végzettségű csoportokban.

3. ÁBRA: „IGAZ-E ÖNRE A KÖVETKEZŐ ÁLLÍTÁS: „INKÁBB A MAGYAR TERMÉKET VÁLASZTOM, MINT A KÜLFÖLDIT.” (%) N=20048

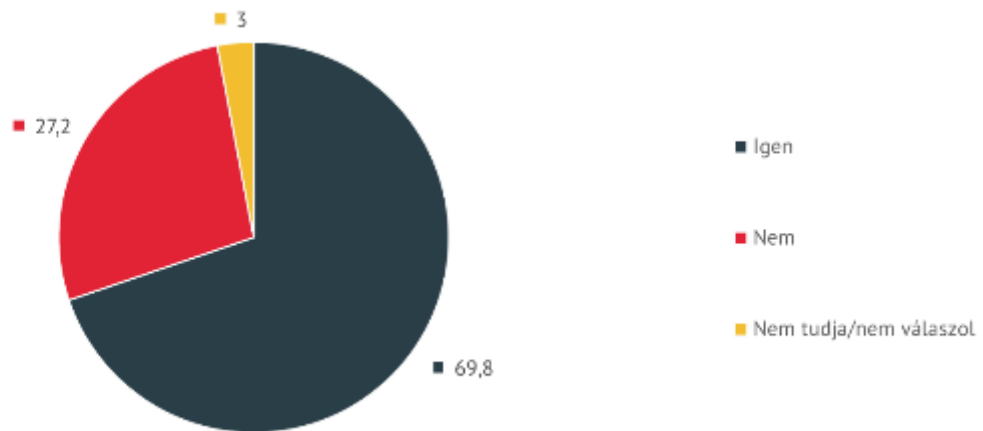


Forrás: Századvég-szerkesztés

A fizetési hajlandóság vizsgálata azonban árnyaltabb képet mutat: bár a válaszadók közel 70 százaléka hajlandó lenne többet fizetni a hazai termékekért azonos minőség mellett, még mindig jelentős azok aránya, akik ezt nem vállalják. Ez arra utal, hogy a fenntartható fogyasztás egyik kulcskérdése továbbra is az árérzékenység.



4. ÁBRA: „IGAZ-E ÖNRE A KÖVETKEZŐ ÁLLÍTÁS: HAJLANDÓ VAGYOK TÖBBET FIZETNI A MAGYAR TERMÉKÉRT, HA ÁRBAN ÉS MINŐSÉGBEN OLYAN, MINT A KÜLFÖLDI.” (%) N=20048



Forrás: Századvég-szerkesztés

A kutatás eredményei összességében arra világítanak rá, hogy a fenntarthatósághoz és a klímaváltozáshoz való társadalmi viszonyulás alapvetően kettős természetű: miközben az attitűdök szintjén egyre erősebb az elfogadás és a probléma felismerése, addig a tényleges cselekvési hajlandóság és az egyéni felelősségvállalás már jóval korlátozottabb. A válaszadók többsége valamilyen szinten érzékeli a klímaváltozás hatásait, ugyanakkor ennek intenzitása és tudatossága jelentős különbségeket mutat a társadalmi csoportok között. Különösen fontos megállapítás, hogy az észlelés nem egyenletes: az idősebb, magasabb iskolai végzettséggel rendelkező rétegek érzékenyebbek, míg a fiatalabb és alacsonyabb végzettségű csoportok kevésbé érzik közvetlennek a problémát. Ez a különbség azért kulcsfontosságú, mert a fenntarthatóság iránti elköteleződés egyik alapfeltétele a probléma személyes relevanciájának felismerése. Amennyiben egy adott társadalmi csoport nem érzékeli a klímaváltozás hatásait saját életében, úgy kisebb valószínűséggel fog aktívan fellépni ellene. A kutatás tehát rámutat arra, hogy a fenntarthatósági kommunikáció és szemléletformálás egyik legfontosabb feladata a probléma „közelebb hozása” az egyénekhez, különösen azokhoz a csoportokhoz, amelyek jelenleg kevésbé érintettnek érzik magukat.

Az egyéni felelősség kérdésében hasonló mintázat figyelhető meg. Bár a válaszadók közel fele elismeri, hogy saját tevékenysége hozzájárul a klímaváltozáshoz, még mindig jelentős azok aránya, akik ezt elutasítják vagy bizonytalanok benne. Ez az eredmény azt jelzi, hogy a környezeti problémák gyakran „külső” jelenségeként jelennek meg az emberek gondolkodásában, amelyért elsősorban rendszerszintű szereplők – például vállalatok vagy kormányok – felelősek, nem pedig az egyének. Ez a szemlélet azonban akadályozza az egyéni szintű cselekvés elterjedését, amely pedig nélkülözhetetlen lenne a fenntarthatósági célok



eléréséhez. Különösen fontos és egyben kritikus eredmény, hogy a válaszadók jelentős része nem hisz abban, hogy saját cselekvései képesek érdemben befolyásolni a klímaváltozást. A bizonytalanság és a hatástalanság érzése széles körben jelen van, ami komoly akadályt jelent a viselkedésváltozás szempontjából. Ez az úgynevezett „alacsony önhatékonyság” problémája, amely a fenntarthatósági átmenet egyik legnagyobb kihívása. Ha az egyének nem érzik úgy, hogy cselekedeteik számítanak, akkor kevésbé motiváltak a változtatásra, még akkor is, ha egyébként pozitív attitűdökkel rendelkeznek a környezetvédelem iránt.

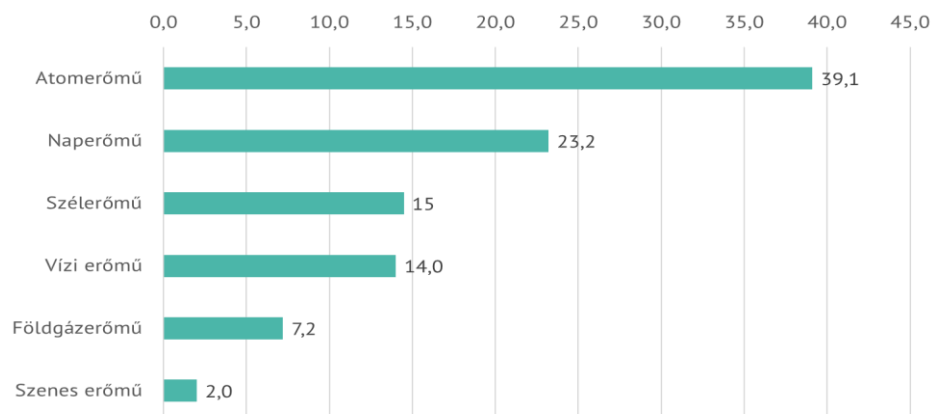
A kutatás ugyanakkor rámutat arra is, hogy a természethez való érzelmi kötődés viszonylag erős a társadalomban. A válaszadók többsége fontosnak tartja a természet közelségét, és úgy érzi, hogy annak hiánya negatívan befolyásolná életminőségét. Ez az érzelmi kapcsolat potenciális erőforrást jelent a fenntarthatósági szemlélet erősítésében, ugyanakkor a gyakorlatban nem mindig jelenik meg konkrét viselkedésformákban. Az attitűd és a viselkedés közötti szakadék tehát továbbra is fennáll, ami arra utal, hogy a pusztán értékalapú megközelítések önmagukban nem elegendőek a változáshoz. A társadalmi különbségek vizsgálata tovább árnyalja a képet. A fenntarthatósági attitűdök nem egyenletesen oszlanak meg a társadalomban: a nők, az idősebbek, a magasabb végzettségűek és a kisebb háztartásokban élők általában tudatosabbak és elkötelezettebbek. Ezzel szemben a fiatalabbak, férfiak és nagyobb háztartásokban élők kevésbé mutatnak érdeklődést a téma iránt. Ez azt jelenti, hogy a fenntarthatósági politikák és kommunikációs stratégiák nem lehetnek egységesek, hanem differenciált megközelítést igényelnek, figyelembe véve az egyes csoportok sajátosságait. A fogyasztói magatartás területén megfigyelhető eredmények szintén fontos következtetésekre adnak lehetőséget. A hazai termékek előnyben részesítése arra utal, hogy a fogyasztók körében jelen van egyfajta lokális gazdasági és fenntarthatósági orientáció. Ugyanakkor a fizetési hajlandóság korlátai azt mutatják, hogy a gazdasági tényezők – különösen az ár – továbbra is meghatározó szerepet játszanak a döntésekben. Ez arra utal, hogy a fenntartható fogyasztás elterjedése nemcsak szemléletformálási kérdés, hanem gazdasági ösztönzők és strukturális változások szükségesek hozzá.

2.4.3. Energiatermelési preferenciák és társadalmi mintázatok

A kutatás egyik központi területe az energiatermelési módok társadalmi megítélésének vizsgálata volt. Az eredmények alapján az elsődleges preferenciák szintjén az atomerőmű kiemelkedő szerepet tölt be: a válaszadók 39,1 százaléka ezt jelölte meg első helyen. Ezt követi a naperőmű (23,2 százalék), majd a szél- és a vízi erőmű közel azonos arányban. A legkevésbé támogatott energiaforrás a szénalapú termelés, amelyet mindössze 2 százalék tart elsődlegesnek.



5. ÁBRA: „KÉREM, VÁLASSZA KI AZT A KÖVETKEZŐK KÖZÜL AZT A MAXIMUM HÁRMAT, AMELYIK ÖN SZERINT A LEGFONTOSABB ENERGIATERMELÉSI MÓD MAGYARORSZÁG SZÁMÁRA?” (ELSŐ EMLÍTÉS, %) N=20048



Forrás: Századvég-szerkesztés

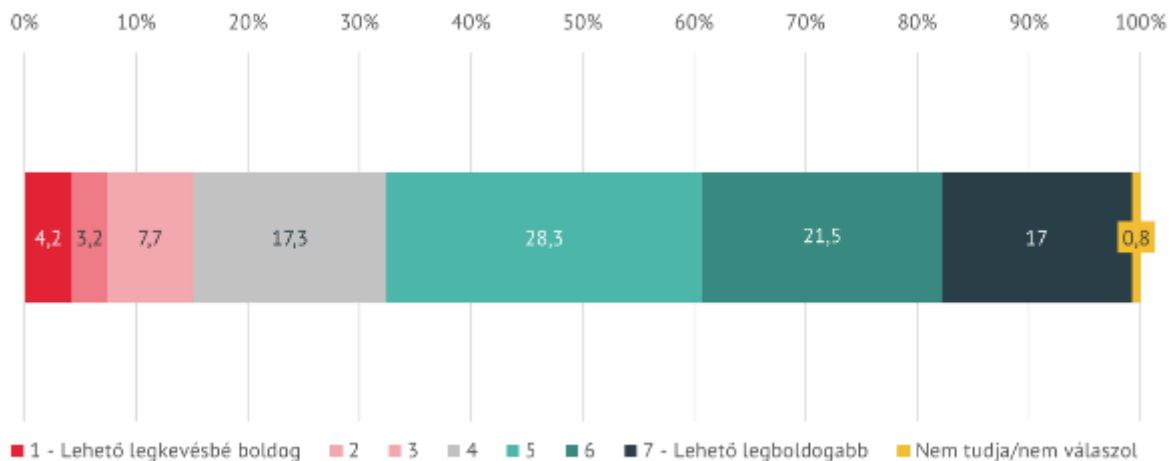
A három választás súlyozott átlaga azonban árnyalja a képet: ebben az esetben már a megújuló energiaforrások kerülnek előtérbe, különösen a nap- és szélenergia, míg az atomenergia jelentősége csökken. Ez arra utal, hogy bár az atomenergia stabil és megbízható forrásként jelenik meg a gondolkodásban, hosszabb távon a társadalom inkább a megújuló megoldásokat részesíti előnyben. Az eredmények társadalmi bontásban jelentős különbségeket mutatnak. Az atomerőművek támogatottsága magasabb a férfiak, a középkorúak, a fővárosban élők és a magasabb végzettségűek körében, míg a megújuló energiaforrások – különösen a nap- és szélenergia – inkább a nők és az idősebb korosztály körében népszerűek. A szénalapú energiatermelés támogatottsága ugyan alacsony, de a fiatalabb, alacsonyabb végzettségű és kedvezőtlenebb szubjektív helyzetben lévő csoportokban valamivel magasabb. Ezek az eltérések arra utalnak, hogy az energiapolitikai preferenciák mögött nemcsak technológiai vagy gazdasági megfontolások, hanem társadalmi és értékrendi tényezők is meghúzódnak.

2.4.4. Szubjektív jóllét és fenntarthatósági attitűdök

A kutatás külön vizsgálta a válaszadók szubjektív jóllétét is, amely szoros összefüggést mutat a fenntarthatósági attitűdökkel. A megkérdezettek több mint kétharmada (66,8 százalék) boldognak vallja magát, míg kisebb arányban jelennek meg a semleges vagy negatív önértékelések. A boldogságérzet magasabb a középkorú, magasabb végzettségű és többfős háztartásban élők körében, míg az alacsonyabb jóllét jellemzőbb a fiatalabb és idősebb korosztályokra, valamint az alacsonyabb végzettségűekre és egyedül élőkre.



6. ÁBRA: ÖN MENNYIRE ÉRZI MAGÁT BOLDOGNAK?” (%) N=20048



Forrás: Századvég-szerkesztés

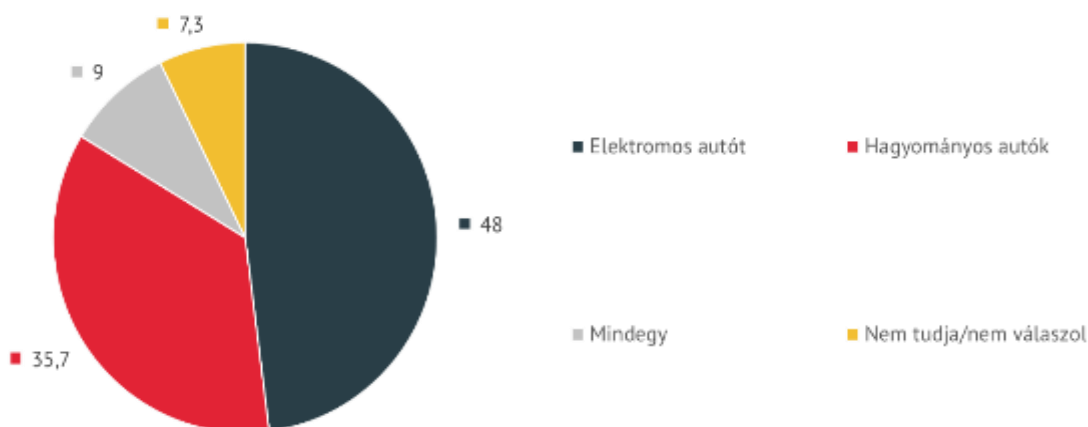
Az átlaghoz képest boldogabbnak érzik magukat a 30 és 59 éves kor közötti válaszadók, a legalább felsőfokú végzettséggel rendelkezők, a Hajdú-Bihar- és Szabolcs-Szatmár-Bereg- és Veszprém vármegyében élők, illetve a 2 és a 4 vagy annál több fős háztartásban élő megkérdezettek. Az átlagnál kevésbé érzik magukat boldognak a 18-29 és a 60 évesek vagy annál idősebbek, a Budapesten élők, az érettségivel nem rendelkezők, Csongrád-Csanád vármegye lakói és azok, akik egyedül élnek. Ez a dimenzió azért különösen fontos, mert a kutatás eredményei szerint a boldogságérzet összefügg a fenntarthatósággal kapcsolatos attitűdökkel és preferenciákkal. Azok, akik pozitívabban értékelik saját élethelyzetüket, általában nyitottabbak a környezetbarát megoldásokra – például az elektromos autókra vagy a megújuló energiaforrásokra –, míg a kevésbé elégedett csoportok inkább rövid távú, költségalapú döntéseket hoznak.

2.4.5. Fenntartható mobilitás és fogyasztói döntések

A fenntarthatósági attitűdök egyik fontos indikátora a közlekedési preferenciák vizsgálata. A kutatás szerint, ha a pénzügyi korlátok nem jelentenének akadályt, a válaszadók közel fele (48 százalék) elektromos autót választana, míg 35,7 százalék a hagyományos meghajtás mellett döntene. Ez az eredmény azt mutatja, hogy a környezetbarát technológiák iránti nyitottság jelentős, ugyanakkor nem általános.



7. ÁBRA: HA A PÉNZ NEM LENNE AKADÁLY, ÉS ÚJ AUTÓT VENNE, AKKOR ÖN ELEKTROMOS VAGY HAGYOMÁNYOS (BENZINES, DÍZEL) MOTORÚ KOCSIT VÁSÁROLNA?” (%) N=20048



Forrás: Századvég-szerkesztés

A preferenciák itt is erősen differenciáltak: az elektromos autók iránti érdeklődés magasabb a nők, idősebbek, városiak és magasabb végzettségűek körében, míg a hagyományos járművek inkább a férfiak, fiatalabbak és vidéken élők körében népszerűek. Ez arra utal, hogy a fenntartható technológiák elterjedése nemcsak gazdasági, hanem társadalmi és kulturális tényezőktől is függ.

2.4.6. Fenntarthatósági attitűdök és döntési mechanizmusok

A kutatás eredményei alapján a fenntarthatósággal kapcsolatos egyéni döntések összetett módon alakulnak, és gyakran nem egyértelműen követik a környezeti szempontokat. Az autóvásárlási preferenciák vizsgálata rámutat arra, hogy a környezetkímélő tulajdonságok hatása korlátozott: a válaszadók 45,9 százaléka nem változtatna döntésén még akkor sem, ha a különböző meghajtású járművek környezeti hatása azonos lenne, míg 46,1 százalékuk jelezte, hogy döntését befolyásolja ez a tényező. Ez az eredmény arra utal, hogy a fenntarthatóság fontos, de nem kizárólagos szempont a fogyasztói döntésekben és sok esetben más tényezők – például megszokás, ár vagy praktikum – erősebb hatással bírnak. A társadalmi bontásból kirajzolódik, hogy a környezeti szempontok iránti érzékenység nem egységes: a fiatalabb, magasabb végzettségű és nagyobb háztartásban élő csoportok inkább hajlandók változtatni döntéseiken, míg az idősebb, alacsonyabb végzettségű és kisebb háztartásokban élők kevésbé. Ez ismét megerősíti, hogy a fenntarthatósági attitűdök erősen társadalmilag differenciáltak.



2.4.7. Értékredek: ember és természet viszonya

A fenntarthatósággal kapcsolatos értékrendi kérdések vizsgálata során a válaszadók többsége (62,2 százalék) kiegyensúlyozott megközelítést képvisel, vagyis úgy véli, hogy a klímaváltozás elleni fellépés során egyaránt figyelembe kell venni az emberi és a természeti érdekeket. Ugyanakkor megjelennek szélsőségebb álláspontok is: a válaszadók 15,3 százaléka elsősorban a természet védelmét hangsúlyozza, míg 6,4 százalékuk inkább az emberi érdekeket helyezi előtérbe. Ez az eredmény azt mutatja, hogy a társadalomban alapvetően jelen van egy integratív szemlélet, amely nem tekinti egymással ellentétesnek a gazdasági-társadalmi és környezeti célokat. Ugyanakkor a demográfiai különbségek itt is jelentősek: a természetközpontú szemlélet inkább a fiatalabb, városi és magasabb végzettségű csoportokban jellemző, míg az emberközpontú megközelítés az idősebb, vidéki és alacsonyabb végzettségű rétegekben erősebb. Ez arra utal, hogy a fenntarthatósági diskurzusban különböző értékrendi kiindulópontokkal kell számolni.

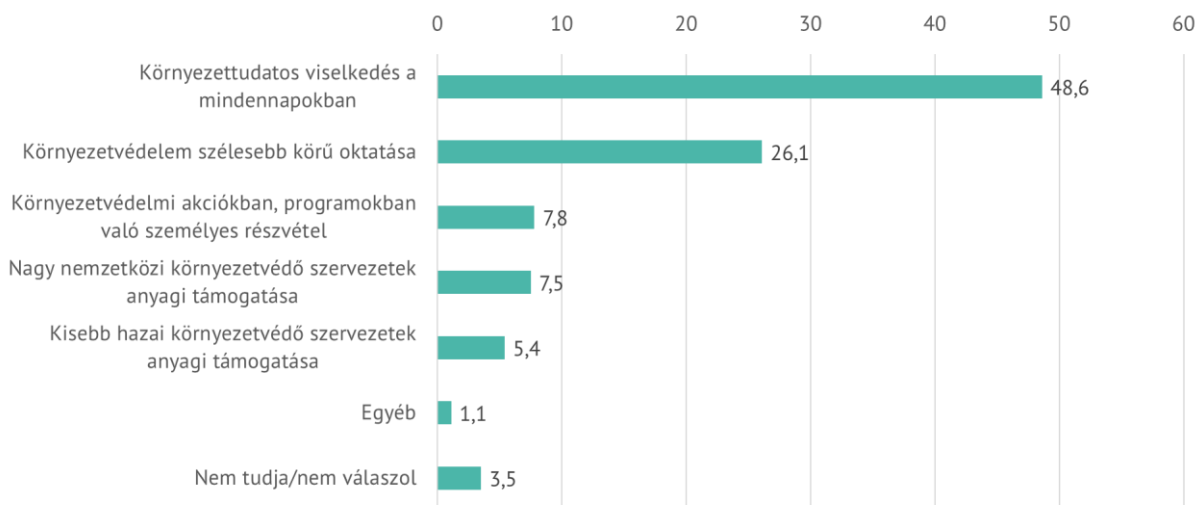
2.5. Környezetvédelem hatékony eszközei és társadalmi percepciók

A kutatás egyik kulcskérdése arra irányult, hogy a társadalom mely eszközöket tartja a leghatékonyabbnak a környezetvédelem szempontjából. Az eredmények alapján egyértelműen kirajzolódik, hogy a válaszadók közel fele (48,6 százalék) a mindennapi életben tanúsított környezettudatos viselkedést tekinti a leghatékonyabb megoldásnak. Ezt követi az edukáció szerepe (26,1 százalék), míg a szervezeti vagy kollektív formák – például nemzetközi vagy hazai környezetvédő szervezetek támogatása, illetve akciókban való részvétel – jóval kisebb hangsúlyt kapnak. Ez az eredmény arra utal, hogy a társadalom alapvetően az egyéni felelősség és viselkedés szerepét hangsúlyozza, szemben az intézményes vagy szervezeti megoldásokkal.



8. ÁBRA: „A KÖVETKEZŐK KÖZÜL ÖN SZERINT MI A LEGHATÉKONYABB MÓDJA A KÖRNYEZETVÉDELEMNEK?” KERESZTTÁBLÁK (TÖBB VÁLASZ LEHETSÉGES, %)

N=20048



Forrás: Századvég-szerkesztés

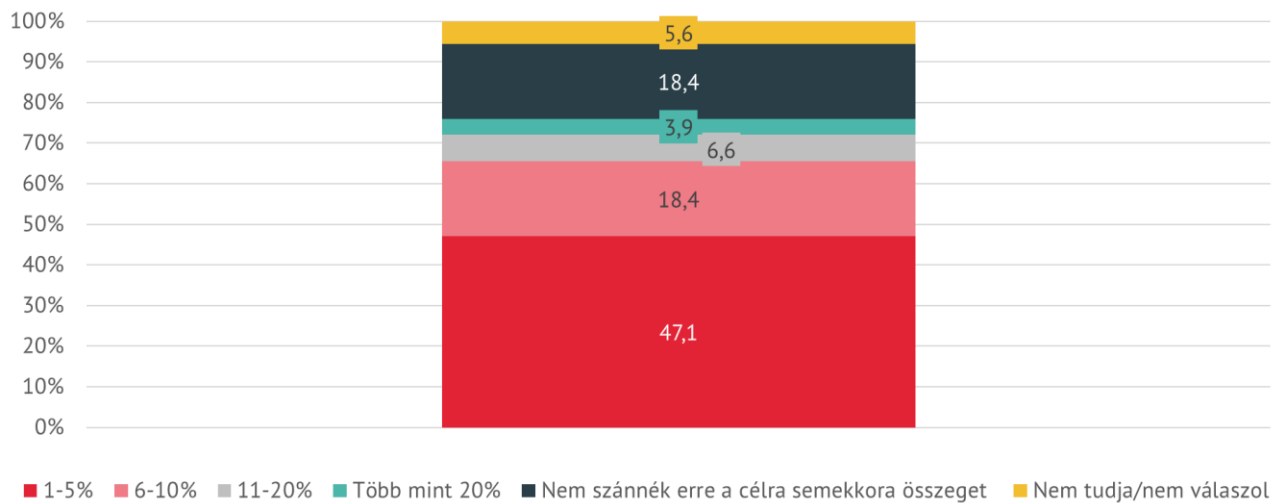
A szociodemográfiai különbségek itt is jelentősek: a környezettudatos mindennapi viselkedést inkább a nők, idősebbek és magasabb végzettségűek tartják fontosnak, míg az oktatás szerepét inkább a férfiak és városi, képzettebb csoportok emelik ki. A személyes részvétel és a szervezeti támogatás inkább a fiatalabb, alacsonyabb végzettségű és kevésbé elégedett csoportok körében jelenik meg hangsúlyosabban.

2.5.1. Gazdasági áldozatvállalás és környezeti elköteleződés

A fenntarthatóság egyik kulcskérdése az egyéni áldozatvállalási hajlandóság. A kutatás szerint a válaszadók közel fele (47,1 százalék) a jövedelmének 1-5 százalékát lenne hajlandó környezetvédelmi célokra fordítani adó formájában, míg további 18,4 százalék 6-10 százalékot is felajánlana. Ugyanakkor figyelemre méltó, hogy a megkérdezettek közel egyötöde (18,4 százalék) egyáltalán nem szánna erre a célra forrást. Ez kettősséget jelez: bár sokan nyitottak bizonyos mértékű hozzájárulásra, a jelentősebb anyagi elköteleződés már korlátozottabb.



9. ÁBRA: „JÖVEDELMÉNEK HÁNY SZÁZALÉKÁT SZÁNNÁ A KÖRNYEZETVÉDELEM TÁMOGATÁSÁRA ÉVES SZINTEN ADÓ FORMÁJÁBAN?” (%) N=20048



Forrás: Századvég-szerkesztés

A különbségek itt is markánsak: a középkorú, magasabb végzettségű és jobb gazdasági helyzetű csoportok inkább kisebb, de biztos hozzájárulást preferálnak, míg az alacsonyabb státuszú vagy idősebb csoportok körében nagyobb arányban jelenik meg a szélsőséges válasz (akár magasabb hozzájárulás vagy teljes elutasítás). Ez arra utal, hogy az anyagi döntések mögött nemcsak jövedelmi, hanem értékrendbeli és bizalmi tényezők is meghúzódnak.

A korábbi eredményekkel összhangban megállapítható, hogy a fenntarthatósággal kapcsolatos attitűdök és a tényleges döntések között gyakran eltérés mutatkozik. Bár a válaszadók jelentős része fontosnak tartja a környezettudatos viselkedést, ez nem minden esetben jelenik meg konkrét, akár költségesebb döntésekben. Az egyéni szint hangsúlyozása ugyanakkor arra is utal, hogy a társadalom érzékeli saját szerepét a környezetvédelemben, még ha ennek gyakorlati megvalósítása nem is minden esetben következetes. Fontos eredmény, hogy a környezetvédelem hatékony eszközeinek megítélése erősen összefügg az életkorral, iskolai végzettséggel és lakóhellyel. Ez azt jelenti, hogy a fenntarthatósági politikák és kommunikációs stratégiák kialakításakor figyelembe kell venni ezeket a különbségeket, különben a beavatkozások hatékonysága korlátozott marad.

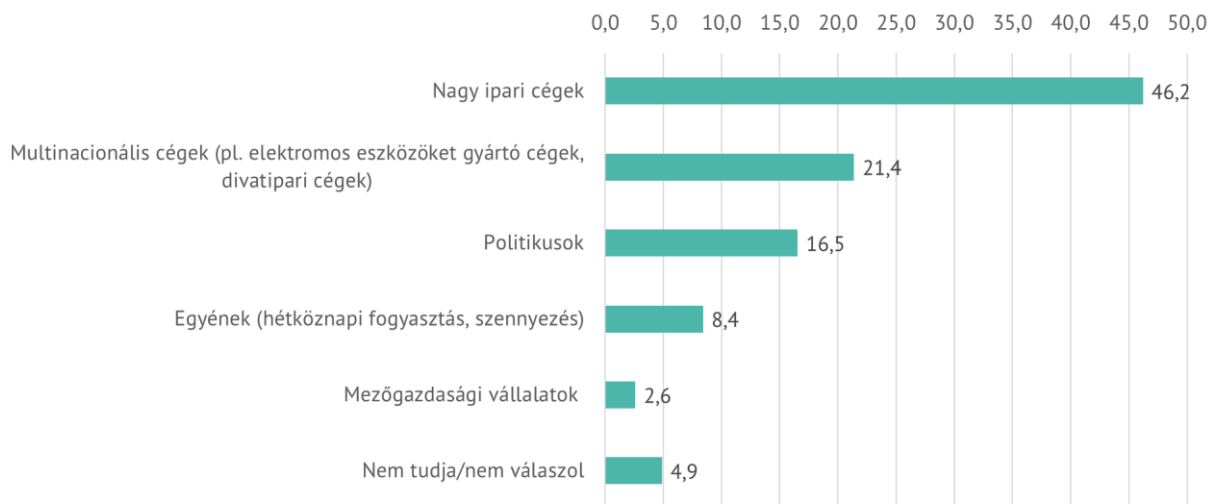
2.5.2. Környezeti felelősség és szereplők megítélése

A kutatás egyik fontos dimenziója annak feltárása volt, hogy a társadalom mely szereplőket tartja felelősnek a környezeti károkért, illetve kiket lát a megoldás kulcsszereplőinek. Az eredmények alapján a válaszadók közel fele (46,2 százalék) a nagy ipari cégeket nevezi meg elsődleges felelősként, amit a multinacionális vállalatok (21,4 százalék) és a politikusok (16,5 százalék) követnek. Az egyének szerepe ezzel szemben jóval kisebb hangsúlyt kap (8,4



százalék), míg a mezőgazdasági vállalatokat csupán marginális arányban tekintik meghatározónak.

10. ÁBRA: „ÖN SZERINT MELYIK SZEREPLŐ A LEGINKÁBB HIBÁS A TERMÉSZETES KÖRNYEZET SÉRÜLÉSÉÉRT? (%) N=20048



Forrás: Századvég-szerkesztés

A demográfiai sajátosságok tükrében az átlaghoz képest magasabb arányban tartják felelősnek az ipari cégeket a nők, a 40 és az 59 éves kor közöttiek, az érettségizettek, a Bács-Kiskun-, Heves- és Zala vármegyei lakosok, a 3 tagú háztartásban élők, és akik boldognak érzik magukat. Ezek a tendenciák egyének felelősségét tekintve hangsúlyosabbnak mutatkozik a nők, a 18 és 49 év közöttiek, vármegyeszékhelyi településen és Hajdú-Bihar vármegyében élők körében.

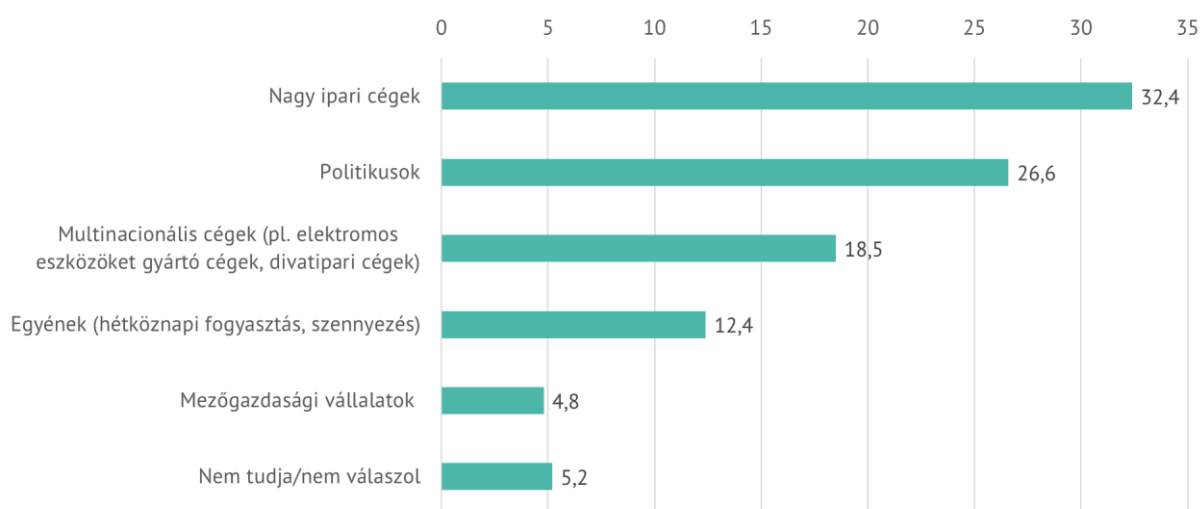
A politikusokat az átlagosnál nagyobb arányban tartják hibásnak a férfiak, az 50 és 59 év közöttiek, a budapestiek, a legalább felsőfokú végzettséggel rendelkezők, Közép-Magyarországi településen vagy Pest vármegyében élők és azok, akik boldogtalannak érzik magukat vagy semlegesek. A mezőgazdasági vállalatok felelősségét jellemzőbben nevezték meg a 18 és 39 év közöttiek, a Budapesten élők, legfeljebb alacsony fokú végzettséggel rendelkezők, a 4 vagy annál többtagú háztartásban élők, és akik nem érzik magukat boldognak. A multinacionális vállalatokat a férfiak, a 60 évnél idősebbek, a legfeljebb alacsony fokú iskolát végzettek és az egyedül vagy maximum egy másik fővel együtt élő válaszadók inkább hibásnak tartják.

A környezet védelmére vonatkozóan, a felsorolásban résztvevő karaktereket nem csak, mint a károk okozóit, hanem azok a javításra vonatkozó szerepéről is kérdeztük válaszadóinkat. Érdekes módon a környezetvédelem megoldási oldalán hasonló struktúra rajzolódik ki: a válaszadók 32,4 százaléka szerint szintén a nagy ipari cégek tehetik a legtöbbet a környezet



védelméért, míg a politikusok szerepét 26,6 százalék, a multinacionális cégekét 18,5 százalék hangsúlyozza. Az egyéni felelősség itt is viszonylag alacsony arányban jelenik meg (12,4 százalék). Ez a kettősség arra utal, hogy a társadalom a problémák forrását és a megoldás kulcsát is elsősorban rendszerszintű szereplőkben látja, nem pedig az egyénekből.

11. ÁBRA: „ÖN SZERINT MELYIK SZEREPLŐ TEHET A LEGTÖBBET A KÖRNYEZET VÉDELMEÉRT?” (%) N=20048



Forrás: Századvég-szerkesztés

A demográfiai különbségek tovább árnyalják ezt a képet: a nők és a középkorúak inkább az ipari szereplők felelősségét hangsúlyozzák, míg a politikusok szerepét inkább a férfiak, magasabb végzettségűek és városi lakosok emelik ki. Az egyéni felelősség hangsúlyozása főként a fiatalabb és képzettebb csoportokban jelenik meg erősebben.

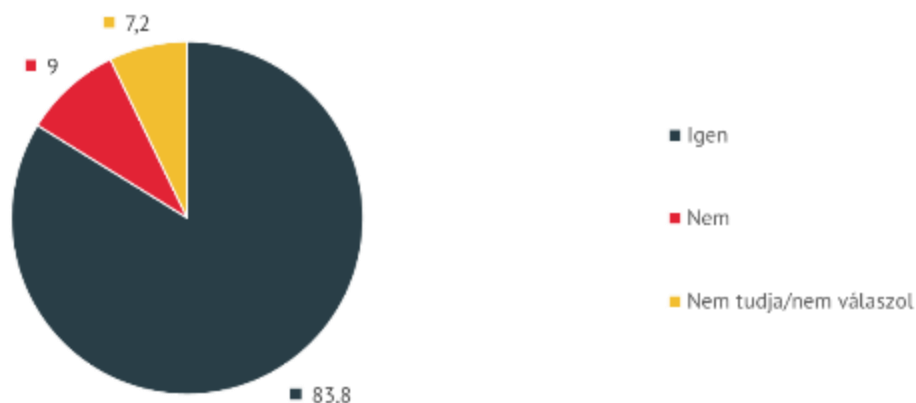
2.5.3. Fenntarthatóság kiterjesztett értelmezése

A kutatás kitért a fenntarthatóság fogalmának értelmezésére is, különösen arra, hogy a társadalom mennyiben tekinti annak részét a kulturális és demográfiai dimenziókat. Az eredmények szerint a válaszadók döntő többsége (83,8 százalék) egyetért azzal, hogy a fenntarthatóság nemcsak gazdasági és környezeti, hanem kulturális és népesedési kérdéseket is magában foglal. Ez azt jelzi, hogy a fenntarthatóság fogalma a társadalomban egyre inkább komplex, többdimenziós keretként jelenik meg.

12. ÁBRA: „EGYETÉRT ÖN AZZAL, HOGY MAGYARORSZÁG SZÁMÁRA A FENNTARTHATÓSÁGNAK A GAZDASÁGI ÉS ÖKOLÓGIAI FEJLŐDÉS MELLETT RÉSZÉT KÉPEZI A KULTURÁLIS ÉS A DEMOGRÁFIAI FENNTARTHATÓSÁG IS AZAZ A GAZDASÁGI FEJLŐDÉS ÉS A KÖRNYEZET VÉDELME MELLETT KULTÚRÁNK ÉS A



**NÉPESSÉG FENNMARADÁSA IS A FENNTARTHATÓSÁG ELENGEDHETETLEN
RÉSZE?” (%) N=20048**



Forrás: Századvég-szerkesztés

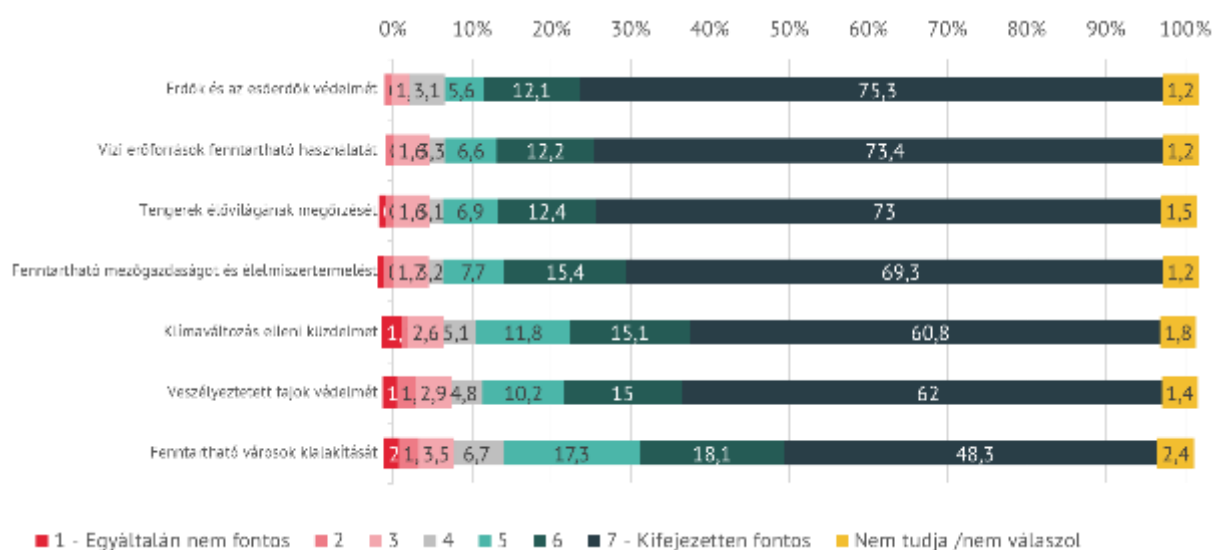
Ugyanakkor itt is megfigyelhetők különbségek: az idősebb, vidéki és kisebb háztartásokban élő válaszadók inkább támogatják ezt a kiterjesztett értelmezést, míg a fiatalabb, városi és magasabb végzettségű csoportok körében valamivel nagyobb az elutasítás. Ez arra utal, hogy a fenntarthatóság jelentéstartalma nem egységes, és különböző társadalmi csoportok eltérő hangsúlyokat helyeznek a fogalom egyes elemeire.

2.5.4. Fenntarthatósági prioritások és értékek

A kutatás eredményei alapján a társadalom fenntarthatósággal kapcsolatos attitűdje alapvetően pozitív, és a legtöbb vizsgált dimenziót a válaszadók jelentős része fontosnak tartja. Különösen kiemelkedő az erdők és esőerdők védelmének megítélése, amelyet a válaszadók több mint háromnegyede (75,3 százalék) tart kifejezetten fontosnak, ezt szorosan követi a vízi erőforrások fenntartható használata (73,4 százalék) és a tengeri élővilág védelme (73 százalék). Szintén magas támogatottságot élvez a fenntartható mezőgazdaság és élelmiszertermelés, míg valamivel alacsonyabb, de még mindig jelentős fontosságot tulajdonítanak a klímaváltozás elleni küzdelemnek és a fenntartható városok kialakításának.



13. ÁBRA: MENNYIRE TARTJA FONTOSNAK A KÖVETKEZŐKET (%) N=5018



Forrás: Századvég-szerkesztés

Az eredményekből az is látható, hogy az egyes fenntarthatósági dimenziók között implicit prioritási sorrend alakul ki: a közvetlenül érzékelhető, „kézzelfoghatóbb” természeti elemek – mint az erdők vagy vízkészletek – nagyobb hangsúlyt kapnak, míg az absztraktabb vagy rendszerszintű kérdések, például a klímaváltozás vagy az urbanizáció, valamivel kevésbé jelennek meg hangsúlyosan. Ezek alapján elmondható, hogy szignifikáns összefüggést figyelhetünk meg az életkori csoportok, valamint az állítások fontossága között. A legfiatalabb korosztály tagjai mindegyik állítást kevésbé értékelik fontosnak, míg a 40 év felettiek körében kiemelkedőnek bizonyult a vízvédelem, az élelmiszertermelés, illetve a tengerek és esőerdők védelmének a fontossága. A fenntartható városok esetében ugyancsak szignifikáns összefüggést láthatunk a lakóhely típusa és az iskolai végzettség között. Az eredmények tükrében elmondható, hogy a teljes minta átlagához képest fontosabbra értékeli a fővárosban, valamint a községben élők, illetve a legalacsonyabb és a legmagasabb iskolai végzettséggel rendelkező válaszadók. A háztartás méretét tekintve belátható, hogy a 4 vagy annál több személlyel élők mindegyik állítást kevésbé értékelik fontosra, kivéve a fenntartható városok gondolatát és ez a megállapítás ugyancsak elmondható a magukat boldogtalannak ítéelőkre is. Mindemellett a magukat boldogként identifikálók az átlaghoz képest fontosabbnak tartják a fenntartható vízvédelmet és élelmiszertermelést, illetve a tengerek és esőerdők védelmét is.

2.5.5. Társadalmi különbségek a fenntarthatósági attitűdökben

A kutatás részletesen bemutatja, hogy a fenntarthatósággal kapcsolatos attitűdök erősen differenciáltak társadalmi csoportok szerint. Az életkor különösen meghatározó tényező: a fiatalabb korosztály következetesen alacsonyabb fontosságot tulajdonít a vizsgált dimenzióknak, míg a 40 év felettiek körében jelentősen magasabb az elköteleződés. Hasonló



különbségek figyelhetők meg a háztartásméret és a szubjektív jóllét mentén is: a nagyobb háztartásokban élők és a magukat kevésbé boldognak vallók általában kevésbé tartják fontosnak a fenntarthatósági kérdéseket. Ezzel szemben a magasabb elégedettséggel rendelkező válaszadók, valamint a kisebb háztartásban élők erősebb elköteleződést mutatnak, különösen a természeti erőforrások védelmével kapcsolatos kérdésekben. Ez arra utal, hogy a fenntarthatósági attitűdök szorosan összefüggenek az egyéni élethelyzettel és jóléttel.

2.6. Fenntarthatósági attitűdök és általános környezettudatosság

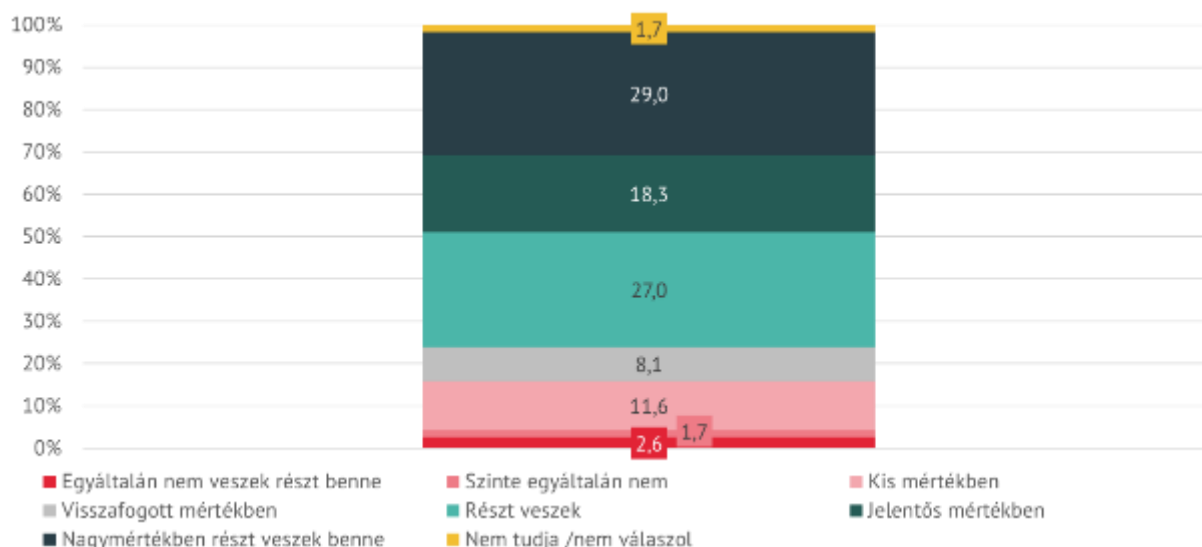
A vizsgált kutatások alapján egyértelműen kirajzolódik, hogy a társadalom széles rétegeiben jelen van a fenntarthatóság iránti alapvető nyitottság, azonban ez az attitűd nem minden dimenzióban jelenik meg azonos erősséggel. A korábbi eredményekhez hasonlóan a természeti erőforrások – különösen az erdők, vizek és tengerek – védelme kiemelt jelentőséggel bír, ugyanakkor a fenntarthatóság gyakorlati aspektusai, például a hulladékgazdálkodás, már inkább viselkedési és szokásbeli különbségeket mutatnak. A kutatás egyik fontos megállapítása, hogy a környezeti attitűdök és a tényleges cselekvés között ugyan létezik kapcsolat, de nem teljes az átfedés: sokan elvben támogatják a fenntarthatóságot, azonban a mindennapi gyakorlatban eltérő mértékben valósítják meg azt.

2.6.1. Hulladékgazdálkodási szokások és részvétel

A hulladékgazdálkodás területén a válaszadók többsége aktívnak tekinthető: több mint fele (54,3 százalék) részt vesz a szelektív hulladékgyűjtésben, és közel egyharmaduk kifejezetten magas szintű részvételt mutat. Ugyanakkor egy kisebb, de nem elhanyagolható csoport (mintegy 15 százalék) egyáltalán nem kapcsolódik be ebbe a tevékenységbe.



14. ÁBRA: MILYEN MÉRTÉKBEN HAJLANDÓ RÉSZT VENNI A SZELEKTÍV HULLADÉKGYŰJTÉSben ÉS AZ ÚJRAHASZNOSÍTÁSBAN? (%), N=5027



Forrás: Századvég-szerkesztés

A háztartási és konyhai hulladék gyűjtésére vonatkozó hajlandóság szintén viszonylag magas: a válaszadók jelentős része legalább közepes vagy annál nagyobb mértékben venne részt ilyen tevékenységekben, ami azt jelzi, hogy a lakosság részéről megvan az alapvető nyitottság az aktív környezetvédelmi cselekvésre. Ugyanakkor a részvétel intenzitása jelentősen eltér az egyes társadalmi csoportok között. A szociodemográfiát tekintve a nők és a 60 év felettiak nagyobb mértékben vesznek részt a szelektív hulladékgyűjtésben és az újrahasznosításban. Lakóhely szerint a Budapesten élők (31,6 százalék) és városi lakosok (27,4 százalék) között nagyobb az újrahasznosításban való részvétel, mint a községekben élők között (27,6 százalék). Végzettséget tekintve a legalább felsőfokú végzettséggel rendelkezők kiemelkedően magas részvételt mutatnak az újrahasznosításban (39,0 százalék).

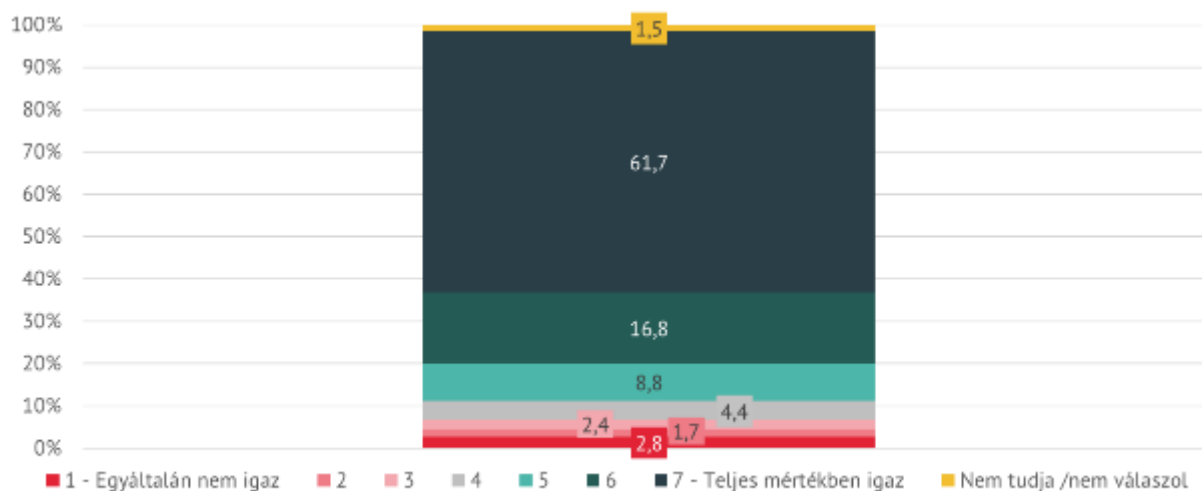
2.6.2. A viselkedést befolyásoló tényezők

A kutatás részletesen rámutat arra, hogy a hulladékkezelési szokásokat erősen befolyásolják külső és belső tényezők. Az egyik legfontosabb eredmény, hogy a szelektív hulladékgyűjtési infrastruktúra láthatósága – például a jól felismerhető logók – jelentős motiváló erővel bír: a válaszadók több mint háromnegyede állította, hogy ilyen esetben nagyobb valószínűséggel szelektálja a hulladékát.

15. ÁBRA: KÉREM, JELÖLJE BE A SKÁLÁN AZT A VÁLASZLEHETŐSÉGET, AMI A LEGINKÁBB IGAZ ÖNRE! HA A SZEMÉTTYŰJTŐ KUKÁN JÓL LÁTHATÓ A



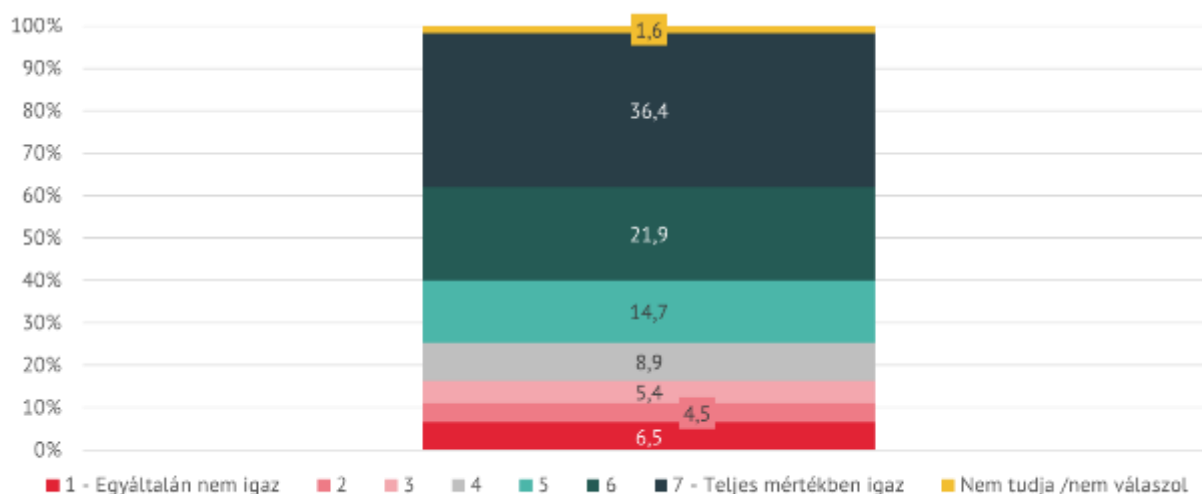
**SZELEKTÍV HULLADÉKGYŰJTÉSI LOGÓ, AKKOR SZELEKTÁLOM A
HULLADÉKOMAT. (%), N=5027**



Forrás: Századvég-szerkesztés

Emellett a tudás és az informáltság kulcsfontosságú: a válaszadók mintegy 73 százaléka úgy nyilatkozott, hogy ismeri a hulladéksztválogatás módját, és ezt otthon alkalmazza is. Ez arra utal, hogy a megfelelő ismeretek megléte jelentősen növeli a környezettudatos viselkedés valószínűségét. A nyilvános tájékoztató kampányok szintén fontos szerepet játszanak: a lakosság többsége pozitív hatást tulajdonít ezeknek, bár a hatás mértéke nem egységes, és egy kisebb csoport kevésbé fogékony az ilyen jellegű kommunikációra.

**16. ÁBRA: KÉREM, JELÖLJE BE A SKÁLÁN AZT A VÁLASZLEHETŐSÉGET, AMI A
LEGINKÁBB IGAZ ÖNRE! A NYILVÁNOS TÁJÉKOZTATÓ KAMPÁNYOK HATÁSÁRA
JOBBAN ODAFIGYELEK A HULLADÉKGYŰJTÉSSEL KAPCSOLATOS KÉRDÉSRE.
(%) N=5027**



Forrás: Századvég-szerkesztés



A fenntarthatósági és hulladékgazdálkodási attitűdök erősen differenciáltak társadalmi jellemzők mentén. A nők, az idősebb korosztályok és a magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők következetesen nagyobb mértékű részvételt és elköteleződést mutatnak mind a szelektív hulladékgyűjtés, mind az újrahasznosítás területén. Ezzel szemben a fiatalabb korosztályok és az alacsonyabb végzettségűek kevésbé aktívak ezekben a gyakorlatokban. Területi különbségek is megfigyelhetők: a nagyvárosi környezet, különösen Budapest, kedvez a környezettudatos viselkedésnek, míg egyes régiókban – például Észak-Magyarországon vagy az Észak-Alföldön – alacsonyabb az aktivitás. Emellett a háztartás mérete és a szubjektív jóllét is hatással van a viselkedésre: a kisebb háztartásokban élők és a boldogabbnak vallott személyek nagyobb arányban vesznek részt a hulladékgyűjtésben.

2.6.3. Fenntarthatósági attitűdök és környezeti tudatosság általános képe

A fenntarthatósággal és környezettudatossággal kapcsolatos attitűdök vizsgálata alapján megállapítható, hogy a társadalomban alapvetően pozitív hozzáállás figyelhető meg a környezetvédelem iránt. A válaszadók többsége fontosnak tartja a fenntartható működést, és nyitottságot mutat a környezettudatos gyakorlatok iránt, különösen a mindennapi élethez közvetlenül kapcsolódó területeken, mint például a hulladékgazdálkodás. Ugyanakkor az is egyértelműen kirajzolódik, hogy az attitűdök és a tényleges viselkedés között nem teljes az összhang: a környezetvédelem fontosságának elismerése nem minden esetben jár együtt következetes cselekvéssel. Ez a jelenség arra utal, hogy a környezettudatos viselkedés nem kizárólag egyéni döntések eredménye, hanem összetett tényezőrendszer határozza meg, amelyben a társadalmi normák, az infrastruktúra, a szabályozás és a gazdasági ösztönzők egyaránt szerepet játszanak.

Ebből kiindulva a hulladékgazdálkodási gyakorlatok vizsgálata konkrét példát szolgáltat arra, hogy a pozitív attitűdök milyen mértékben fordulnak át gyakorlati cselekvéssé. Az eredmények szerint a lakosság jelentős része aktívan részt vesz a szelektív hulladékgyűjtésben: több mint fele rendszeresen gyakorolja ezt, és egy jelentős hányad magas intenzitással is végzi. Ugyanakkor a passzív csoport jelenléte azt jelzi, hogy még mindig van lehetőség a fejlődésre. Hasonló tendencia figyelhető meg a háztartási és konyhai hulladék kezelésében is, ahol a részvételi hajlandóság viszonylag magas, különösen a már elkötelezettebb csoportok körében. Ez arra utal, hogy megfelelő feltételek mellett a társadalom szélesebb rétegei is bevonhatók a fenntartható gyakorlatokba.

A viselkedést befolyásoló tényezők elemzése tovább árnyalja a képet, és rávilágít arra, hogy a környezettudatos magatartás kialakulása több egymással összefüggő hatás eredménye. Kiemelkedő szerepet játszanak az infrastrukturális és vizuális jelzések: a jól látható,



egyértelmű hulladékgyűjtési rendszerek jelentősen növelik a részvételi hajlandóságot. Emellett a tudás és informáltság szintje is meghatározó, hiszen azok, akik tisztában vannak a hulladéksztválogatás módjával, nagyobb valószínűséggel alkalmazzák azt a gyakorlatban. Nem elhanyagolható a közösségi hatás sem: a társadalmi normák és a környezet példamutatása erőteljesen befolyásolja az egyéni viselkedést, így a környezettudatos gyakorlatok terjedése részben a közösségi mintázatokon keresztül valósul meg. A motivációk vizsgálata azt mutatja, hogy a környezettudatos viselkedés mögött nem kizárólag értékalapú megfontolások állnak. A gazdasági ösztönzők és a jutalmazási rendszerek jelentős hatással bírnak a részvétel növelésére: a válaszadók közel fele hajlandó anyagi előnyökért cserébe aktívabban részt venni az újrahasznosításban, és sokan pozitívan reagálnak a különböző jutalmazási formákra is. Ez arra utal, hogy a fenntarthatósági intézkedések hatékonysága növelhető olyan ösztönző rendszerekkel, amelyek közvetlen előnyöket kínálnak a résztvevők számára.

A szabályozási környezet szintén kulcsszerepet játszik a viselkedés alakításában. A kutatás eredményei szerint a lakosság jelentős része támogatja a szigorúbb környezetvédelmi előírások bevezetését, és elfogadná a hulladéksztválogatás kötelezővé tételét is. Emellett a közösségi szintű szabályok – például lakóközösségi előírások – szintén erősítik a részvételi hajlandóságot, ami azt jelzi, hogy a szabályozás és a társadalmi normák egymást erősítő módon járulhatnak hozzá a fenntartható viselkedés elterjedéséhez. Az elemzés ugyanakkor rávilágít a szociodemográfiai különbségek jelentőségére is. A környezettudatos viselkedés nem egységes a társadalomban: a nők, az idősebb korosztályok és a magasabb végzettségűek általában aktívabbak ezen a területen, míg a fiatalabb és alacsonyabb végzettségű csoportok kevésbé elkötelezettek. Területi különbségek is megfigyelhetők, hiszen a városi környezet – különösen a nagyvárosok – kedvezőbb feltételeket biztosít a fenntartható gyakorlatok számára. Emellett az egyéni élethelyzet, például a háztartás mérete vagy a szubjektív jóllét szintje is befolyásolja a részvételt.

2.6.4. Környezettudatosság és újrahasznosítási attitűdök általános képe

A vizsgálat eredményei alapján megállapítható, hogy a társadalom környezettudatossága összességében erősödő tendenciát mutat, különösen az újrahasznosítással kapcsolatos attitűdök tekintetében. A válaszadók jelentős része támogatja az újrahasznosításban való aktív részvételt, és egyértelműen megjelenik az a társadalmi norma, amely szerint a hulladék megfelelő kezelése egyéni felelősség is. Ugyanakkor már ezen a ponton kirajzolódik egy fontos ellentmondás: a pozitív attitűdök nem minden esetben párosulnak következetes cselekvéssel, vagyis az attitűd és a tényleges viselkedés között továbbra is fennáll egy



érezhető rész. Ez arra utal, hogy a környezettudatos magatartás nem pusztán értékválasztás kérdése, hanem gyakorlati feltételekhez és kontextuális tényezőkhez is szorosan kötődik.

Ez az eltérés különösen jól megfigyelhető az egyes hulladéktípusok kezelésének vizsgálatakor, ahol differenciált mintázatok rajzolódnak ki. A papír újrahasznosítása viszonylag magas szinten valósul meg, ami arra utal, hogy ez a gyakorlat már széles körben beépült a mindennapokba. Ezzel szemben a műanyag palackok és fémdobozok kezelése kevésbé egységes: bár sokan rendszeresen újrahasznosítják ezeket, jelentős arányban jelen vannak azok is, akik ritkán vagy egyáltalán nem teszik ezt. A ruházati termékek esetében hasonló kettősség figyelhető meg: bár a többség legalább közepes szinten részt vesz az újrahasznosításban vagy újrahasználatban, egy számottevő csoport továbbra is passzív ezen a területen. Mindez azt jelzi, hogy az egyes hulladéktípusok kezelése eltérő kihívásokat hordoz, és nem létezik egységes viselkedési minta a teljes lakosság körében. Az élelmiszer-hulladék kezelése tovább árnyalja ezt a képet. Bár a válaszadók jelentős része pozitívan értékeli saját gyakorlatát, és igyekszik megfelelően kezelni az ételmaradékokat, a következetesség hiánya itt is megjelenik. Egy kisebb, de releváns csoport bizonytalan vagy rendszertelen ebben a kérdésben, ami arra utal, hogy az élelmiszer-hulladék kezelése ugyan jelen van a mindennapi gyakorlatban, de még nem vált teljes mértékben rutinszerűvé. A környezettudatos viselkedés korlátainak feltárása kulcsfontosságú magyarázatot ad az attitűd-viselkedés rés fennmaradására. A válaszadók több mint fele úgy véli, hogy a tudatos hulladékgyűjtés nehezen kivitelezhető, ami azt jelzi, hogy a gyakorlati akadályok – például az időhiány, az infrastruktúra hiányosságai vagy a kényelmi szempontok – jelentős mértékben befolyásolják a viselkedést. Ez az eredmény különösen fontos, mivel rámutat arra, hogy a fenntarthatósági törekvések nem lehetnek sikeresek pusztán attitűdformálással: a gyakorlati feltételek javítása nélkül a pozitív hozzáállás nem tud teljes mértékben cselekvéssé válni.

A viselkedési mintázatok elemzése során egyértelművé válik az is, hogy a környezettudatos magatartás erősen differenciált a különböző társadalmi csoportok között. Az idősebb korosztályok, a magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők és a kisebb háztartásokban élők általában aktívabbak a hulladékkezelésben, míg a fiatalabbak és bizonyos városi csoportok kevésbé elkötelezettek. Nemek szerint is megfigyelhetők eltérések: a nők például aktívabbak az élelmiszer-hulladék és a ruházati termékek kezelésében, míg egyes más területeken a férfiak részvétele erősebb. Emellett területi különbségek is kirajzolódnak, amelyek az infrastruktúra és a helyi környezet sajátosságaira vezethetők vissza.



2.7. A környezettudatos életmód és élelmiszerfogyasztás összefüggései

A kutatás eredményei alapján átfogó és árnyalt kép rajzolódik ki a lakosság környezettudatos viselkedéséről, különös tekintettel az élelmiszerfogyasztási szokásokra, a beszerzési döntésekre, valamint a hulladékkezelés és újrahasznosítás gyakorlatára. Az eredmények több ezer fős mintán alapulnak, így megbízhatóan tükrözik a társadalmi attitűdöket és viselkedési mintázatokat. Összességében elmondható, hogy a környezettudatosság egyre inkább jelen van a mindennapi döntésekben, ugyanakkor a tényleges cselekvés szintjén továbbra is jelentős különbségek és következetlenségek figyelhetők meg, ami az attitűd-viselkedés rés fennállására utal. A tudatos élelmiszerfogyasztási magatartás területén kifejezetten kedvező kép rajzolódik ki. A válaszadók túlnyomó többsége törekszik az élelmiszerhulladék csökkentésére, elkerüli a felesleges vásárlást, és előnyben részesíti az otthoni ételkészítést vagy az otthonról vitt ételt. Emellett sokan igyekeznek kerülni a feldolgozott élelmiszereket is. Ezek a gyakorlatok arra utalnak, hogy a lakosság jelentős része felismerte az élelmiszerfogyasztás környezeti és gazdasági hatásait, és tudatos döntésekkel igyekszik mérsékelni azokat. Ugyanakkor fontos különbségek mutatkoznak a társadalmi csoportok között: a fiatalabbak, a férfiak és a nagyvárosi lakosok kevésbé követik ezeket a mintákat, ami a célzott szemléletformálás szükségességét jelzi.

A tudatos fogyasztás azonban nem minden területen jelenik meg azonos mértékben. A fenntartható beszerzési szokások vizsgálata azt mutatja, hogy bár sokan keresik a helyi termelői élelmiszereket, és egy részük figyel a csomagolásmentes vagy visszaváltható megoldásokra, az etikus vagy bio termékek iránti kereslet már jóval alacsonyabb. Ez arra utal, hogy ezek a fenntartható alternatívák még nem épültek be széles körben a mindennapi fogyasztásba, valószínűleg ár- és hozzáférhetőségi korlátok miatt. Hasonlóan vegyes a kép a komposztálás és az önellátó élelmiszer-termelés területén is: bár sokan élnek ezekkel a lehetőségekkel, jelentős azok aránya is, akik egyáltalán nem alkalmazzák ezeket a gyakorlatokat. A hulladékkezelés és újrahasznosítás területén ismét pozitív attitűdök figyelhetők meg, azonban a gyakorlat itt is differenciált. A papír újrahasznosítása széles körben elterjedt, míg a műanyag és fém csomagolások esetében már nagyobb eltérések mutatkoznak, és jelentős azok aránya, akik nem következetesen vagy egyáltalán nem vesznek részt ezek kezelésében. Az élelmiszer-hulladék kezelése ugyan kedvezőbb képet mutat, de a következetesség hiánya itt is megjelenik. Különösen fontos eredmény, hogy a válaszadók több mint fele nehézkesnek tartja a tudatos hulladékgyűjtést, ami arra utal, hogy a gyakorlati akadályok – például kényelmi szempontok vagy az infrastruktúra hiányosságai – jelentősen befolyásolják a viselkedést.



A környezettudatos magatartás szoros kapcsolatban áll a szubjektív jólléttel is. Az eredmények szerint azok, akik egészségesebbnek és elégedettebbnek érzik magukat, nagyobb valószínűséggel folytatnak fenntartható életmódot. A magasabb iskolai végzettség, a stabilabb életkörülmények és a pozitív érzelmi állapot mind hozzájárulnak a környezettudatosabb viselkedéshez, ami arra utal, hogy a fenntarthatóság nemcsak környezeti, hanem életminőségi kérdés is. Mindezek mellett a szociodemográfiai különbségek meghatározó szerepet játszanak. Az idősebb korosztályok, a nők, a kisebb háztartásokban élők és a vidéki lakosság általában aktívabbak a fenntartható gyakorlatokban, míg a fiatalok és a nagyvárosi lakosok egyes területeken kevésbé elkötelezettek. Ez azt jelzi, hogy a környezettudatos viselkedés kialakulása komplex társadalmi tényezők függvénye, és nem kizárólag az attitűdök vagy ismeretek szintjén értelmezhető. A kutatás ide vonatkozó legfontosabb tanulsága, hogy a környezettudatos attitűdök széles körben jelen vannak, és kedvező alapot teremtenek a fenntarthatóbb életmód elterjedéséhez. Ugyanakkor az attitűd és a viselkedés közötti rés továbbra is jelentős, amely elsősorban gyakorlati nehézségekből, eltérő élethelyzetekből és infrastrukturális korlátokból fakad. Ennek megfelelően a fenntarthatóság erősítéséhez nem elegendő az attitűdformálás: szükség van a mindennapi gyakorlatot támogató intézkedésekre, az elérhetőség javítására és a különböző társadalmi csoportokra szabott, célzott beavatkozásokra is.

2.7.1. Minimalizálási stratégiák és fenntartható mindennapi gyakorlatok

A kutatás átfogó képet ad arról, hogy a fenntarthatóság egyéni szinten miként jelenik meg a mindennapi gyakorlatokban, különös tekintettel a fogyasztás- és hulladékminimalizálási stratégiákra. Az eredmények azt mutatják, hogy a környezettudatos gondolkodás egyre inkább beépül a hétköznapi döntésekbe, ugyanakkor a különböző gyakorlatok elterjedtsége nem egységes. A fenntartható viselkedés leginkább olyan cselekvések formájában jelenik meg, amelyek nem igényelnek jelentős életmódbeli változtatást vagy anyagi ráfordítást, hanem inkább a meglévő erőforrások tudatosabb használatára épülnek. Ide tartozik például a felesleges vásárlások kerülése, a tárgyak élettartamának meghosszabbítása vagy a pazarlás csökkentése. A legelterjedtebb minimalizálási gyakorlatok egyértelműen azok, amelyek a meglévő javak megőrzésére és újrahasználatára épülnek. A válaszadók túlnyomó többsége jellemzőnek tartja magára, hogy a használt tárgyakat nem dobja ki, hanem továbbadja vagy elajándékozza, illetve, hogy elromlott eszközeit megjavítja új termék vásárlása helyett. Hasonlóan magas arányban jelenik meg a tartósabb termékek – például ruházati cikkek – előnyben részesítése. Ezek az eredmények arra utalnak, hogy a fenntarthatóság gyakorlati megvalósulása sok esetben nem ideológiai alapon történik, hanem a takarékoság, a praktikusság és az értékmegőrzés logikáján keresztül épül be a mindennapokba. Ezt erősítik



azok a szintén széles körben elterjedt gyakorlatok, mint a saját bevásárlótáska használata, a papírfelhasználás csökkentése vagy a háztartási eszközök újrahasználata, amelyek elsősorban megszokáson és tudatosságon alapulnak. Ezzel szemben a fogyasztási szokások mélyebb átalakítását igénylő gyakorlatok már kevésbé elterjedtek. A használt termékek vásárlása, a könyvtárak vagy csereprogramok igénybevétele, illetve az újrahasználható alternatívák tudatos keresése alacsonyabb arányban jellemző a lakosságra. Ez arra utal, hogy a társadalom könnyebben fogadja el azokat a fenntartható megoldásokat, amelyek nem kérdőjelezzik meg alapvetően a fogyasztási mintázatokat, mint azokat, amelyek aktív változtatást igényelnek a vásárlási döntésekben. Ugyanakkor fontos pozitívum, hogy a kifejezetten impulzív, „örömvásárlásra” épülő fogyasztás nem tekinthető domináns attitűdnek, ami kedvező alapot teremthet a tudatosabb fogyasztási formák erősítéséhez.

A minimalizálási gyakorlatok elterjedtsége szorosan összefügg a társadalmi-demográfiai jellemzőkkel is. Az idősebb korosztályok következetesebben alkalmazzák ezeket a stratégiákat, míg a fiatalabbak körében alacsonyabb az elköteleződés. A nők általában aktívabbak a tudatos fogyasztás és újrahasználat területén, míg a háztartás mérete fordított kapcsolatot mutat a minimalizálási gyakorlatokkal: a kisebb háztartásokban élők körében ezek gyakoribbak. Emellett a szubjektív jóllét is szerepet játszik: a boldogabbnak vallott válaszadók nagyobb valószínűséggel követnek fenntarthatóbb életmódot. Ezek az összefüggések arra utalnak, hogy a környezettudatos viselkedés nem pusztán egyéni döntés, hanem szorosan kapcsolódik az élethelyzethez, az erőforrásokhoz és a társadalmi környezethez. A kutatás további fontos eredménye, hogy a minimalizálás több, egymástól elkülöníthető dimenzió mentén értelmezhető. A „tudatos fogyasztás” dimenziója a mindennapi racionalitást és a pazarlás kerülését foglalja magában, míg a „környezet” dimenzió azt mutatja meg, hogy az egyén mennyire érzékeli a környezetében jelenlévő fenntartható mintákat. A „csomagolás” dimenzió már kifejezetten a vásárlási döntések átalakításához kapcsolódik, míg a „vásárlás” dimenzió a fogyasztási kultúra mélyebb változásait – például a használt termékek előnyben részesítését vagy a megosztáson alapuló megoldásokat – ragadja meg. Ez a többdimenziós megközelítés rávilágít arra, hogy a fenntarthatóság nem egységes viselkedési forma, hanem különböző logikák mentén működő gyakorlatok összessége.

2.7.2. Környezeti identitás és természethez való kötődés

A kutatás egyik központi eleme a környezeti identitás vizsgálata, amely azt mutatja meg, hogy az egyének mennyire érzik a természetes környezetet saját identitásuk részének. Az eredmények alapján a természethez való viszony alapvetően pozitív és értékszínterően erősen jelen van a társadalomban. A válaszadók nagy többsége egyetért azzal, hogy a természet



megismerése fontos része kell legyen a nevelésnek, és sokan úgy érzik, hogy az életükből hiányozna valami lényeges, ha nem tölthetnék időt a természetben. Ugyanakkor ezzel párhuzamosan az is kirajzolódik, hogy a tényleges természetben töltött idő már jóval alacsonyabb szintet mutat, ami egyértelműen jelzi az attitűd és a viselkedés közötti eltérést.

Az indexált Környezeti Identitás Skála közepesen pozitív értéke azt mutatja, hogy a természethez való kötődés jelen van, de nem tekinthető teljes mértékben meghatározónak a mindennapi élet szempontjából. A környezeti identitás társadalmi megoszlása tovább árnyalja ezt a képet. A nők és az idősebb korosztályok erősebb kötődést mutatnak a természethez, míg a fiatalabbak és a nagyvárosi lakosok esetében ez gyengébb. A vidéki környezet, különösen a kisebb települések, kedvezőbb feltételeket biztosítanak a természethez való kapcsolódás kialakulásához, ami arra utal, hogy a közvetlen környezeti tapasztalatok meghatározó szerepet játszanak az identitás formálódásában. Ezek az eredmények szorosan összefüggnek a fenntarthatósági viselkedés mintázataival is, hiszen a természethez való erősebb érzelmi kötődés gyakran együtt jár a tudatosabb, környezetkímélőbb életmóddal. Ebből a szempontból különösen fontos a minimalizálási gyakorlatok értelmezése, amelyek a fenntarthatóság mindennapi megvalósulásának egyik legkézzelfoghatóbb formáját jelentik.

A kutatás azt mutatja, hogy ezek a gyakorlatok elsősorban azokban a formákban terjedtek el, amelyek praktikusak, költséghatékonyak és könnyen beilleszthetők a hétköznapi életbe. A tárgyak megjavítása, továbbadása vagy hosszabb ideig történő használata, illetve az egyszerű eszközök – például saját bevásárlótáska – alkalmazása széles körben elfogadott. Ezek a viselkedések nem igényelnek radikális életmódváltást, így könnyebben válnak a mindennapi rutin részévé.

Ugyanakkor a fogyasztási szokások mélyebb átalakítását igénylő megoldások már jóval kevésbé elterjedtek. A használt termékek vásárlása, a kölcsönzés vagy a csereprogramok igénybevétele még nem vált általános gyakorlattá, ami arra utal, hogy a fenntarthatósági átmenet ezen szintje komolyabb társadalmi és kulturális változásokat igényel. A társadalmi különbségek ebben a dimenzióban is meghatározóak: az idősebbek, a nők és a kisebb háztartásokban élők általában aktívabbak, míg a fiatalabb korosztályok körében gyengébb elköteleződés figyelhető meg, és erősebben jelen van az impulzív fogyasztás is. Ez rámutat arra, hogy a különböző csoportok eltérő motivációkkal és akadályokkal rendelkeznek, ami a beavatkozások differenciálását teszi szükségessé. A kutatás legfontosabb következtetése, hogy a fenntartható minimalizálási stratégiák már jelen vannak a társadalomban, és bizonyos területeken széles körben elfogadottak, azonban nem egységesen és nem minden dimenzióban.



A leginkább elterjedt gyakorlatok a pazarlás csökkentéséhez és az erőforrások hatékonyabb felhasználásához kapcsolódnak, ami stabil alapot biztosít a további fejlődéshez. Ugyanakkor a mélyebb fogyasztási szerkezetváltás még korlátozott, ami arra utal, hogy a fenntarthatósági átmenet következő lépése a fenntartható alternatívák elérhetőségének és vonzerejének növelése kell legyen. A környezeti identitás és a viselkedési mintázatok együttes értelmezése rávilágít arra, hogy a fenntarthatóság nem csupán értékrendszer, hanem gyakorlati kérdés is.

Bár az emberek többsége fontosnak tartja a természetet és a környezet védelmét, ez nem minden esetben jelenik meg következetes cselekvés formájában. Ez az attitűd-viselkedés rés kulcsfontosságú kihívást jelent a fenntarthatósági törekvések számára. Ennek áthidalása érdekében a jövőbeni beavatkozásoknak egyszerre kell építeniük az érzelmi kötődés erősítésére, a társadalmi normák alakítására és a mindennapi gyakorlatot támogató, könnyen hozzáférhető megoldások biztosítására.

2.7.3. Fogyasztás és vásárlói tudatosság

A fókuszcsoportos kutatás alapján a fenntarthatóság a résztvevők gondolkodásában nem önálló, elvont fogalomként jelenik meg, hanem szorosan összekapcsolódik a mindennapi élethelyzetekkel, a fogyasztással, a takarékossgal, az egészségtudatossággal és a családi mintákkal. A vásárlási döntésekben egyszerre van jelen a szükséglet, az érzékenység, az impulzusvásárlás és a környezeti szempont. A résztvevők többsége saját vásárlásait alapvetően racionálisnak tekinti, különösen akkor, ha háztartási termékekről, elhasznált ruhadarabok pótlásáról vagy mindennapi használati tárgyairól van szó. Ugyanakkor az akciók, leárazások, ünnepi alkalmak és közösségi médiahatások gyakran olyan vásárlásokra is ösztönöznek, amelyeket utólag feleslegesnek ítélnék meg. Ez jól mutatja, hogy a fogyasztói tudatosság ambivalens: a vásárlás egyszerre gyakorlati szükséglet, érzelmi élmény és társas jelentéssel bíró cselekvés. Ehhez kapcsolódva a fenntartható életmód sem feltétlenül ideológiai önmeghatározásként jelenik meg, hanem sokkal inkább praktikus, pénzügyi és életviteli döntések részeként.

A résztvevők a fenntarthatóságot gyakran a takarékossgal, a hulladéktermelés mérséklésével, az energiatakarékossgal, a csomagolásmentes vásárlással, a használt ruhák adásvételével, a víztakarékossgal vagy a tömegközlekedés használatával azonosítják. Ezek a gyakorlatok azt jelzik, hogy a fenntarthatóság hétköznapi szinten már jelen van, azonban többnyire részleges és helyzetfüggő módon. A résztvevők többsége tesz valamit a környezetért, de nem feltétlenül épít fel következetes, minden területre kiterjedő fenntartható életmódot. Emellett gyakori a bizonytalanság is, például abban, hogy a szelektíven gyűjtött hulladék valóban hasznosul-e, vagy hogy mely háztartási gyakorlatok tekinthetők ténylegesen környezetkímélőnek.



A tudatosság fogalmát a résztvevők többféleképpen értelmezik. Egyesek számára elsősorban környezetvédelmi magatartást jelent, például szelektív hulladékgyűjtést, komposztálást vagy csomagolásmentes vásárlást. Mások inkább az átgondolt mindennapi döntésekhez kapcsolják: ahhoz, hogy ne vásároljanak feleslegesen, figyeljék az árakat, ne pazarolják az energiát, egészségesebb élelmiszereket válasszanak, vagy tudatosabban tervezzék közlekedésüket és fogyasztásukat.

Fontos eredmény ugyanakkor, hogy a tudatosság nem kizárólag pozitív élményként jelenik meg. Többen úgy érzékelik, hogy a fenntarthatósági elvárások többletterhet és stresszt okoznak, mivel a mindennapi döntések során folyamatos mérlegelést igényelnek. Ez disszeminációs szempontból különösen lényeges, mert arra utal, hogy a fenntarthatósági kommunikációnak nem moralizáló vagy büntudatkeltő módon kell megszólalnia, hanem támogató, egyszerű és megvalósítható cselekvési lehetőségeket kell kínálnia. A környezetvédő és környezetszennyező személyről alkotott képek szintén jól mutatják a fenntarthatóság társadalmi jelentéstartalmát.

A környezetvédő személyhez a résztvevők elsősorban belső tulajdonságokat társítanak, például felelősségtudatot, empátiát, rendezettséget, átgondoltságot, intelligenciát és következetességet. Gyakran kapcsolják hozzá a helyi termelőktől való vásárlást, a vászontáska használatát, az egészségtudatos vagy vegán életmódot, az önkénteskedést, a saját termelést és a meglévő tárgyak megőrzését. Ezzel szemben a környezetszennyező személy képében a pazarlás, a közöny, az önzés, a túlzott fogyasztás és a nemtörődömség jelenik meg. Ugyanakkor a résztvevők saját ellentmondásaikat is érzékelik: miközben fontosnak tartják a környezetvédelmet, sokszor maguk is műanyag csomagolású termékeket vásárolnak, külföldről rendelnek, vagy kényelmi szempontok alapján döntenek. A felelősség kérdésében a kutatás egyértelműen rámutat az egyéni és rendszerszintű szintek közötti feszültségre.

A résztvevők egy része szerint mindenkinek van szerepe a környezetszennyezés csökkentésében: az egyéneknek, családoknak, tanároknak, médiának, vállalatoknak és politikai döntéshozóknak egyaránt. Mások ugyanakkor elsősorban a nagyvállalatokat, ipari szereplőket és politikusokat tartják felelősnek, és úgy érzik, hogy az egyéni cselekvés önmagában kevés, ha a rendszerszintű szereplők nem változtatnak. Ez a kettősség a klímaváltozásról és klímaszorongásról szóló beszélgetésekben is megjelenik. A klímaváltozást sokan komoly, már érzékelhető problémának tartják, míg mások inkább természetes folyamatként értelmezik, amelyet az emberi tevékenység legfeljebb felgyorsít. A klímaszorongás fogalma sem egységesen értelmezett: többen főként a fiatalabb generációhoz kötik, mások viszont az egyéni cselekvés korlátozott hatása miatt relativizálják.



2.7.4. Élelmiszervásárlás és fogyasztói tudatosság

A fókuszcsoportos kutatás alapján az élelmiszer-vásárlási és fogyasztási döntések összetett mérlegelési folyamat eredményeként alakulnak ki: egyszerre hat rájuk az ár, a kényelem, a minőség, a megszokás és a fenntarthatósági szempont. A résztvevők többsége élelmiszereit elsősorban hiper- és szupermarketekben szerzi be, mivel ezek gyors, kényelmes és akciókkal támogatott vásárlási lehetőséget kínálnak. A piacok és helyi boltok ezzel szemben inkább a frissesség, az íz és a helyi termelők támogatása miatt vonzóak, de sokak számára kevésbé praktikusak, időigényesebbek vagy drágábbnak tűnnek.

Ez jól mutatja, hogy a fenntartható élelmiszerfogyasztás iránti nyitottság jelen van, de a mindennapi gyakorlatban gyakran csak akkor érvényesül, ha nem kerül szembe az árérzékenységgel, az időhiánnyal vagy a kényelemmel. A helyi termékek vásárlása pozitív értéktartalommal bír: a résztvevők a hazai élelmiszerekhez gyakran a megbízhatóságot, a frissességet, a magyar termelők támogatását és a rövidebb szállításból fakadó kisebb környezeti terhelést kapcsolják. Ugyanakkor ez a preferencia nem feltétlenül írja felül a gazdasági racionalitást. Ha egy külföldi termék olcsóbb, könnyebben elérhető vagy azonos minőségűnek tűnik, sokan azt választják. Hasonló kettősség figyelhető meg a bio és fair trade termékek megítélésében is: a résztvevők egy része elismeri ezek társadalmi és környezeti jelentőségét, de a magasabb ár, a hitelességgel kapcsolatos kételyek és az eredet kérdése gyakran háttérbe szorítja ezeket a szempontokat.

A fenntarthatóság tehát sokak számára nem elsősorban címkékhez vagy minősítésekhez, hanem olyan hétköznapi kategóriákhoz kapcsolódik, mint a „hazai”, „friss”, „közeleli”, „keveset utazott” és „megbízható”. A fenntartható vásárlás egyik jól érzékelhető területe a csomagolás kérdése. A résztvevők több esetben kritikusan viszonyulnak a műanyagcsomagolásra épülő fogyasztási rendszerhez, és pozitívan beszélnek a kimért, visszaváltható vagy saját tárolóval megoldható vásárlási formákról. A csomagolásmentes boltokat környezetbarát alternatívának tartják, ugyanakkor a gyakorlatban ezek használata plusz tervezést, időt, logisztikát és előkészületet igényel. Ezért a csomagolásmentes vásárlás szélesebb elterjedésének feltétele, hogy kényelmesebb, elérhetőbb és árban is versenyképesebb megoldássá váljon.

Az ökológiai lábnyom fogalma a résztvevők gondolkodásában több témához kapcsolódik, például a húsfogyasztáshoz, az állattenyésztéshez, az importált termékek szállításához, a túltermeléshez és az élelmiszerpazarláshoz. A húsfogyasztás környezeti hatásai megjelennek a beszélgetésekben, de nem feltétlenül vezetnek konkrét életmódváltási szándékhhoz. Ezzel szemben az élelmiszerpazarlás közvetlenebb és könnyebben megragadható probléma: a résztvevők értik, hogy a kidobott étel egyszerre jelent anyagi veszteséget és környezeti terhelést.



Ennek megfelelően számos háztartási praktika jelenik meg, például a több napra főzés, a maradék újrafelhasználása, a fagyasztás, a komposztálás, a befőzés, illetve a közeli lejáratú, leárazott termékek vásárlása. Az élelmiszermentő alkalmazások, például a Munch, azért lehetnek különösen hatékonyak, mert egyszerre kínálnak pénzügyi előnyt és fenntarthatóbb fogyasztási gyakorlatot.

A hulladékkezelés és a szelektív gyűjtés a környezettudatosság egyik legismertebb formájaként jelenik meg. A résztvevők sokféle hulladéktípust különítenek el, például papírt, műanyagot, fémeket, üveget, használt olajat vagy zöldhulladékot, és a komposztálás is gyakori ott, ahol ehhez adottak a feltételek. Ugyanakkor a szelektív gyűjtés erősen infrastruktúrafüggő: gondot jelenthet a gyűjtőpontok távolsága, a megtelt konténerek, a lakáson belüli helyhiány vagy az információhiány. Emellett megjelenik az intézményi bizalom problémája is, mivel egyes résztvevők kételkednek abban, hogy a szelektíven gyűjtött hulladék valóban külön kerül feldolgozásra. Ez a bizalomhiány gyengítheti a motivációt még azok körében is, akik alapvetően környezettudatosak.

Az újrahasználat a mindennapi gyakorlatokban sokszor nem új fenntarthatósági trendként, hanem hagyományos háztartási takarékoságként jelenik meg. A befőttesüvegek, nejlonzacskók, kartondobozok vagy egyéb eszközök ismételt felhasználása, valamint a ruhák, bútorok, játékok és háztartási tárgyak továbbadása családon belül, adományként vagy online piactereken keresztül széles körben ismert gyakorlat. A digitális platformok, például a Facebook Marketplace, a Jófogás, a Vatera vagy a Vinted fontos szerepet töltenek be a másodlagos használati körforgásban. A motivációk között nemcsak a környezettudatosság, hanem a helyfelszabadítás, a segítségnyújtás és az anyagi haszon is megjelenik. A kutatás egyik visszatérő témája a tervezett elavulás és az ebből fakadó fogyasztói bizalmatlanság. A résztvevők gyakran érzik úgy, hogy a mai háztartási gépek, telefonok, autók vagy elektronikai eszközök rövidebb élettartamúak, nehezebben javíthatók, és az alkatrészek drágák vagy nem hozzáférhetők. Ez frusztrációt és anyagi terhet okoz, miközben akadályozza a fenntarthatóbb fogyasztást. A probléma ezért túlmutat az egyéni tudatosságon: rendszerszintű válaszokat igényel a javíthatóság, az alkatrészellátás, a garanciális szabályozás és a tartósabb terméktervezés területén.

2.7.5. Energiatermelés és fenntarthatósági megítélés

A kvalitatív kutatás alapján a fenntarthatóság megítélése több, egymással összefüggő területen jelenik meg: az energiatermelésben, az ipari beruházásokban, a helyi közösségi gyakorlatokban, a közlekedésben és a társadalmi normák szintjén. A résztvevők viszonylag jól ismerik az energiatermelés főbb típusait, vagyis az atomenergiát, a fosszilis és a megújuló energiaforrásokat. A környezeti terhelés szempontjából a fosszilis energiatermelést tartják a



legkárosabbnak, míg a megújuló energiaforrásokat a leginkább fenntartható alternatívának tekintik. Ez arra utal, hogy a megújuló energia társadalmi megítélése alapvetően kedvező, ugyanakkor a résztvevők nem tekintenek rá problémamentes megoldásként. Többen felvetették a gyártási folyamatok környezeti hatásait, a beruházások megtérülését és az időjárásfüggő termelés bizonytalanságát, vagyis a támogatás mellett egyfajta technológiai realizmus is jelen van.

A hazai adottságok kapcsán különösen érdekes elemként jelent meg a termálenergia kihasználatlansága, amelyet többen lokális és fenntarthatóbb energiatermelési lehetőségként értelmeztek. Az energiatermelés kérdésétől szervesen vezet át az elektromobilitáshoz kapcsolódó ipari beruházások, különösen az akkumulátorgyárak megítélése. A résztvevők elismerik, hogy az elektromos autózás terjedése akkumulátorokat igényel, ezért az iparág fejlődése bizonyos szempontból érthető. Az akkumulátorgyárakkal kapcsolatos diskurzus egyik legfontosabb tanulsága a bizalomhiány. A résztvevők nem feltétlenül minden ipari beruházást utasítanak el, hanem azt hangsúlyozzák, hogy megfelelő szabályozás, átlátható döntéshozatal, hiteles tájékoztatás és szigorú ellenőrzés nélkül nem bíznak abban, hogy a kockázatok kezelhetők. Többen jelezték, hogy világos környezetvédelmi garanciák, ellenőrzött munkakörülmények és a lakosság érdemi bevonása mellett egy beruházás más megítélés alá eshetne. Ez disszeminációs szempontból különösen fontos: a fenntarthatósági kommunikációban nem elegendő a gazdasági előnyöket hangsúlyozni, mert a társadalmi elfogadottság alapja a hitelesség, a részvétel és a környezeti biztonság érzete.

A nagyberuházásokkal szembeni bizalmatlansággal párhuzamosan a résztvevők kifejezetten pozitívan viszonyulnak azokhoz a helyi jó gyakorlatokhoz, amelyek közvetlenül kapcsolódnak saját lakókörnyezetükhöz. Ilyenek például a szemétszedési akciók, faültetések, helyi takarítóprogramok, iskolai fenntarthatósági hetek, tanulmányi kirándulások, újrahasznosított alapanyagokból készült kézműves programok vagy a szelektív hulladékgyűjtéshez kapcsolódó kezdeményezések. Ezek azért mozgósító erejűek, mert látható, kézzelfogható és közösségi szinten érzékelhető eredményük van. A kutatás alapján az iskolák szerepe különösen fontos, mivel a gyerekek környezeti nevelése hosszú távon szemléletformáló hatású lehet, és a családok mindennapi gyakorlataira is visszahathat.

A helyi példák mellett a résztvevők több európai jó gyakorlatot is követendőnek tartanak, különösen az üveg- és palackvisszaváltási rendszereket, a fejlettebb szelektív hulladékgyűjtést, a szigorúbb szabályozást, az olcsóbb és vonzóbb tömegközlekedést, valamint az autós forgalom mérséklését. Németország és Ausztria több esetben pozitív referenciaként jelenik meg, főként a rendezettebb hulladékkezelési és visszaváltási rendszerek miatt. Ugyanakkor a külföldi példák átvételét a résztvevők nem tekintik automatikusnak: a büntetéssel kikényszerített szelektív gyűjtés például megosztó, mert sokan



attól tartanak, hogy a szankciók a „kisembert” sújtánák, miközben a rendszer nem biztosít elég segítséget a helyes viselkedéshez.

Ez arra utal, hogy a jó gyakorlatok adaptálásánál figyelembe kell venni a hazai infrastrukturális, kulturális és bizalmi sajátosságokat. A közlekedés témája szintén ehhez a gondolathoz kapcsolódik, hiszen a fenntartható mobilitás nem pusztán egyéni döntés, hanem infrastruktúra, árképzés, elérhetőség és várospolitikai kérdése is. A résztvevők általában elfogadják, hogy az autós közlekedés jelentős környezeti terhelést okoz, és támogatják a tömegközlekedés fejlesztését, különösen akkor, ha az olcsóbb, egyszerűbben használható és kényelmesebb alternatívát kínál. Az autómentes belvárosok gondolata is felmerül, ami azt jelzi, hogy a résztvevők nemcsak egyéni közlekedési szokásokban, hanem rendszerszintű városszervezési megoldásokban is gondolkodnak.

A kutatás egyik legfontosabb következtetése, hogy a fenntarthatóság erősödő társadalmi normává vált, ugyanakkor a normák és a tényleges gyakorlatok között gyakran rés húzódik. A résztvevők érzékelik, hogy környezettudatosnak lenni pozitív elvárás, ezért sok esetben saját szokásaikat kedvezőbb fényben mutatják be, például a szelektív hulladékgyűjtés vagy az élelmiszerpazarlás kapcsán. Ez nem feltétlenül tudatos torzítás, inkább annak jele, hogy a fenntarthatóság társadalmilag kívánatos viselkedéssé vált.



3. KÖVETKEZTETÉSEK

A kutatás eredményei alapján a fenntarthatósághoz való társadalmi viszonyulás komplex, több szinten értelmezhető és erősen differenciált jelenségként írható le, amelyben egyaránt jelen vannak az értékszintű elköteleződés, a gyakorlati alkalmazás korlátai, valamint a rendszerszintű feltételek hiányosságai. Az elemzések összegzése egyértelműen rámutat arra, hogy a környezeti problémák felismerése és a fenntarthatóság iránti attitűd széles körben jelen van a társadalomban, ugyanakkor ez az attitűd nem minden esetben fordítódik le következetes viselkedésre. A fenntarthatóság így elsősorban normatív elvként és kívánatos értéként jelenik meg, miközben a mindennapi döntések szintjén gyakran háttérbe szorul az ár, a kényelem, az időhiány vagy a megszokás mellett. A kutatás egyik legfontosabb általános következtetése az úgynevezett attitűd-viselkedés rés fennállása, amely a fenntarthatósági átmenet egyik kulcsproblémáját jelenti. A lakosság jelentős része elvben támogatja a környezetvédelmi célokat, és saját magát is környezettudatosnak tartja, azonban a konkrét döntési helyzetekben – különösen, ha azok többletköltséggel vagy kényelmetlenséggel járnak – már jóval visszafogottabb a cselekvési hajlandóság. Ez a jelenség nemcsak a fogyasztási döntésekben, hanem az energiahasználat, a közlekedés, az élelmiszerfogyasztás és a hulladékkezelés területén is megfigyelhető. A fenntarthatóság tehát nem kizárólag tudás vagy attitűd kérdése, hanem erősen függ az egyének élethelyzetétől, erőforrásaitól és a rendelkezésre álló infrastrukturális lehetőségektől. Ezzel szoros összefüggésben jelenik meg az alacsony egyéni önhatékonyság problémája. A kutatás rámutat arra, hogy bár a válaszadók jelentős része felismeri saját szerepét a környezeti problémák kialakulásában, jóval kevesebben hisznek abban, hogy egyéni cselekedeteik érdemi változást hozhatnak. Ez a „csepp a tengerben” érzés jelentősen gyengíti a motivációt, és hozzájárul ahhoz, hogy a fenntartható viselkedés sok esetben nem válik következetessé. A fenntarthatósági átmenet szempontjából ezért kulcsfontosságú az egyéni cselekvés jelentőségének láthatóvá tétele, valamint az a szemléletformálás, amely képes az egyéni döntéseket kollektív hatásként értelmezni.

A kutatás eredményei egyértelműen rámutatnak arra is, hogy a fenntarthatóság társadalmi megítélése nem homogén, hanem jelentős szociodemográfiai különbségek mentén strukturálódik. Az idősebb korosztályok, a nők, a kisebb háztartásokban élők, valamint a magasabb szubjektív jólléttel rendelkező csoportok általában következetesebb fenntarthatósági gyakorlatokat mutatnak. Ezzel szemben a fiatalabb korosztályok, a nagyvárosi lakosok és bizonyos esetekben a kedvezőtlenebb társadalmi helyzetben lévők kevésbé elkötelezettek vagy kevésbé következetesek. Ez a differenciáltság azt jelzi, hogy a fenntarthatósági stratégiák nem lehetnek egységesek: célcsoport-specifikus, differenciált megközelítésekre van szükség, amelyek figyelembe veszik az eltérő motivációkat, lehetőségeket és korlátokat. A gazdasági és vállalati dimenziót tekintve a kutatás megerősíti,



hogy az ökoinnovációk kulcsszerepet játszanak a fenntartható gazdaság kialakításában, ugyanakkor elterjedésük egyenlőtlen. A fenntartható vállalati működés hosszú távon versenyelőnyt jelenthet – például hatékonyabb erőforrás-felhasználás, költségcsökkentés és reputációjavulás révén –, de rövid távon gyakran többletberuházást igényel, ami különösen a kisebb vállalatok számára jelent akadályt. A nagyvállalatok szerepvállalása erősödik, de ez még nem általános, és sok esetben nem jár együtt mély, rendszerszintű átalakulással. Kiemelt problématerületként jelenik meg a ruhaipar, ahol a fast fashion modell környezeti és társadalmi szempontból fenntarthatatlan működést eredményez. A slow fashion és a körforgásos megoldások potenciális alternatívát jelentenek, de széles körű elterjedésükhöz fogyasztói tudatosságra és szabályozási ösztönzőkre egyaránt szükség van.

A kutatás egyik fontos rendszerszintű megállapítása, hogy a társadalom a környezeti problémákat alapvetően strukturális kérdésként értelmezi. A válaszadók jelentős része a felelősséget elsősorban a nagyvállalatokra, ipari szereplőkre és politikai döntéshozókra helyezi, miközben az egyéni felelősség szerepe másodlagosként jelenik meg. Ez a kettősség – az egyéni szerep elismerése, de rendszerszintű felelősség hangsúlyozása – alapvetően meghatározza a fenntarthatósági diskurzust, és azt is jelzi, hogy a fenntarthatósági átmenet csak akkor lehet sikeres, ha az egyéni és intézményi szintek összehangoltan működnek. A gyakorlati alkalmazhatóság szempontjából a kutatás legfontosabb tanulsága, hogy a fenntartható viselkedés ott válik széles körben elterjedtté, ahol az összeegyeztethető a mindennapi élet racionalitásával. Azok a gyakorlatok – például a javítás, újrahasználat, élelmiszerpazarlás csökkentése vagy takarékos erőforrás-használat –, amelyek pénzügyi előnnyel, kényelmi megtakarítással vagy megszokott háztartási mintákkal kapcsolódnak össze, jóval könnyebben integrálódnak a mindennapokba. Ezzel szemben azok a megoldások, amelyek jelentős életmódbeli változást, többletköltséget vagy szervezési erőfeszítést igényelnek, kevésbé terjednek el.

Mindezek alapján a javasolt beavatkozások és fejlesztési irányok több szinten fogalmazhatók meg. Egyrészt szükség van az egyéni önhatékonyság erősítésére és a fenntartható cselekvések láthatóvá tételére, például visszacsatolási rendszerek, pozitív megerősítés és jutalmazás révén. Másrészt elengedhetetlen a fenntartható alternatívák gazdasági és infrastrukturális feltételeinek javítása, beleértve az árversenyképességet, az elérhetőséget és a kényelmi szempontokat. Harmadrészt fontos a hiteles, átlátható és nem moralizáló kommunikáció, amely a fenntarthatóságot nem lemondásként, hanem a mindennapi életminőség javításának eszközeként mutatja be. Végül kiemelt jelentőségű a rendszerszintű szabályozás és ösztönzés, különösen a terméktervezés, javíthatóság, hulladékkezelés és fenntartható termelési gyakorlatok területén. A további kutatási irányok tekintetében indokolt a különböző társadalmi csoportok motivációinak mélyebb feltárása, az attitűd–viselkedés rés



mechanizmusainak vizsgálata, valamint azoknak a beavatkozási eszközöknek az értékelése, amelyek ténylegesen képesek elősegíteni a viselkedésváltozást. Emellett szükséges a fenntarthatósági intézkedések társadalmi elfogadottságának és hatékonyságának longitudinális vizsgálata is.



4. KUTATÁS JELENTŐSÉGE ÉS HASZNOSULÁSA

A kutatás jelentősége és hasznosulása több szinten értelmezhető, mivel az eredmények nemcsak elméleti hozzájárulást jelentenek a fenntarthatósági diskurzushoz, hanem közvetlenül alkalmazhatók társadalmi, szakpolitikai és gazdasági döntéshozatalban is. A vizsgálat egyik legfontosabb értéke, hogy átfogó és empirikusan megalapozott képet nyújt a fenntarthatósággal kapcsolatos attitűdökről, viselkedési mintákról és azok korlátairól, így alkalmas arra, hogy megalapozza a jövőbeni beavatkozásokat és fejlesztési stratégiákat. A kutatás eredményeinek felhasználási lehetőségei mindenekelőtt a szemléletformálás és a tájékoztatás területén jelennek meg.

A feltárt attitűd-viselkedés rés, az alacsony önhatékonyság, valamint a fenntarthatósági döntések mögött álló gyakorlati akadályok világos iránymutatást adnak arra vonatkozóan, hogy a kommunikációnak nem pusztán információátadásra kell épülnie, hanem olyan üzenetekre, amelyek a mindennapi élethelyzetekhez kapcsolódnak, és konkrét, megvalósítható lépéseket kínálnak. A kutatás így közvetlenül hozzájárulhat a hatékonyabb társadalmi kommunikációhoz, különösen a klímaváltozás és fenntarthatóság témájában. Az eredmények társadalmi haszna különösen abban ragadható meg, hogy rávilágítanak a fenntarthatóság társadalmi beágyazottságára és differenciáltságára.

A kutatás megmutatja, hogy a fenntarthatóság nem egységesen értelmezett fogalom, hanem különböző társadalmi csoportok eltérő módon viszonyulnak hozzá, eltérő motivációk és korlátok mentén. Ez lehetővé teszi olyan célzott beavatkozások kialakítását, amelyek figyelembe veszik az életkori, nemi, területi és társadalmi különbségeket. Társadalmi szinten az egyik legfontosabb haszon az, hogy a kutatás hozzájárulhat a környezettudatos viselkedés szélesebb körű elterjedéséhez azáltal, hogy azonosítja azokat a pontokat, ahol a beavatkozások a leghatékonyabbak lehetnek. Emellett erősítheti a közösségi szintű cselekvést is, hiszen rámutat arra, hogy a helyi kezdeményezések, közösségi programok és oktatási intézmények kulcsszerepet játszanak a fenntarthatósági attitűdök formálásában.

Szakmai szempontból a kutatás jelentős hozzájárulást nyújt a fenntarthatóság interdiszciplináris megértéséhez. Az eredmények integrálják a gazdasági, társadalmi és pszichológiai dimenziókat, és empirikus alapot biztosítanak a fenntarthatósági politikák, kommunikációs stratégiák és oktatási programok fejlesztéséhez. A kutatás különösen értékes abban, hogy nemcsak az attitűdöket vizsgálja, hanem a konkrét viselkedési mintákat és azok mögötti motivációkat is feltárja, így lehetővé teszi a beavatkozások finomhangolását. Szakmai környezetben az eredmények felhasználhatók például fenntarthatósági indikátorok



kialakítására, társadalmi hatásvizsgálatokhoz, vagy akár vállalati ESG-stratégiák megalapozásához is.

A kutatás továbbá hozzájárul a fenntarthatóság oktatásának fejlesztéséhez, mivel rávilágít arra, hogy mely területeken szükséges a tudás bővítése, illetve milyen típusú információk hiányoznak a társadalomban. Gazdasági szempontból az eredmények különösen értékesek a piaci szereplők és döntéshozók számára. A kutatás egyértelműen rámutat arra, hogy a fogyasztói döntésekben a fenntarthatósági szempontok csak akkor tudnak érvényesülni, ha azok összhangban vannak az ár-, kényelem- és elérhetőségi tényezőkkel.

Ez azt jelenti, hogy a fenntartható termékek és szolgáltatások sikeres elterjedésének kulcsa a versenyképességük javítása. A vállalatok számára az eredmények iránymutatást adnak arra vonatkozóan, hogy milyen típusú innovációk és üzleti modellek lehetnek sikeresek: például a tartósabb termékek, a javíthatóság, a körforgásos megoldások vagy a helyi ellátási láncok erősítése.

Emellett a kutatás rávilágít arra is, hogy a fenntarthatóság nemcsak költségként, hanem hosszú távú befektetésként értelmezhető, amely versenyelőnyt biztosíthat a piacon. A gazdasági haszon másik fontos dimenziója a fogyasztás racionalizálásában rejlik. A kutatás eredményei alapján a fenntartható gyakorlatok jelentős része – például az élelmiszerpazarlás csökkentése, a javítás, az újrahasználat vagy a tudatos vásárlás – közvetlen pénzügyi előnyökkel járhat a háztartások számára. Ez azt jelenti, hogy a fenntarthatóság nem feltétlenül jelent többletköltséget, hanem sok esetben éppen a gazdasági hatékonyság növelésének eszköze lehet. Ennek hangsúlyozása különösen fontos az érzékeny társadalmi csoportok esetében, ahol a gazdasági szempontok elsődlegesek a döntéshozatalban.



5. MÓDSZERTAN

A kutatás célja a magyar lakosság fenntarthatósággal, környezettudatossággal és fogyasztási szokásokkal kapcsolatos attitűdjeinek és viselkedésének átfogó feltárása volt. Ennek érdekében komplex, több módszert ötvöző kutatási design került alkalmazásra, amely egyaránt tartalmazott desk research elemzést, nagymintás kvantitatív adatfelvételt, valamint kvalitatív fókuszcsoportos vizsgálatot.

A különböző módszerek kombinációja lehetővé tette, hogy a kutatás ne csupán általános trendeket és statisztikai összefüggéseket azonosítson, hanem mélyebb megértést is adjon a mögöttes motivációkról, attitűdökről és értelmezési keretekről. A kvantitatív kutatás során számítógéppel támogatott telefonos adatfelvételt (CATI) alkalmaztunk, amely napjaink egyik legelterjedtebb és leghatékonyabb adatgyűjtési módszere. Ennek keretében a kérdezőbiztosok telefonon keresztül kérdezték a válaszadókat, miközben a válaszokat közvetlenül egy számítógépes rendszerben rögzítették. A módszer előnye, hogy költséghatékonyabb és gyorsabb, mint a személyes lekérdezés, emellett lehetővé teszi bonyolultabb kérdőívek alkalmazását is, például feltételes kérdések és logikai elágazások használatával.

A kutatás során kiemelt figyelmet fordítottunk arra, hogy a minta reprezentatív legyen a felnőtt magyar lakosságra nézve. Ennek biztosítása érdekében a mintavétel során kvótázást alkalmaztunk a legfontosabb szociodemográfiai jellemzők – nem, életkor, iskolai végzettség és településtípus – mentén, majd az esetleges torzulásokat iteratív súlyozással korrigáltuk. A kvantitatív adatfelvétel különlegessége a kiemelkedően magas elemszám volt: összesen 20 048 fő vett részt a kutatásban, ami lehetővé tette nemcsak az országos szintű következtetések levonását, hanem részletesebb, például regionális elemzések elkészítését is.

A kérdőív hat fő blokkból állt, amelyek közül kettő a teljes mintán került lekérdezésre (klímaváltozás érzékelése és demográfiai jellemzők), míg négy tematikus blokk külön-külön, véletlenszerűen kiválasztott, egyenként 5000 fős reprezentatív almintákon került feldolgozásra. Ezek a témák a „beragadás” jelensége, a hulladékgazdálkodás és újrahasznosítás, az élelmiszerfogyasztás, valamint a minimalizáció voltak. A kérdőívben több esetben validált skálákat alkalmaztunk, ami növeli az eredmények megbízhatóságát és összehasonlíthatóságát.

A kvantitatív adatfelvételt kvalitatív kutatás egészítette ki, amelynek célja az volt, hogy mélyebb betekintést nyújtson a lakosság gondolkodásmódjába, valamint feltárja azokat a motivációkat, érzelmeket és értelmezési mintázatokat, amelyek a számok mögött húzódnak meg. Ennek keretében összesen nyolc fókuszcsoportos beszélgetés zajlott 2023. november 17. és 24. között, minden csoportban 6-6 fő részvételével. A csoportok különböző földrajzi helyszíneken



(Budapest, Eger, Győr, Tiszaöldvár) kerültek megszervezésre, és összetételükben törekedtünk a heterogenitásra a nem, életkor és iskolai végzettség tekintetében, annak érdekében, hogy minél sokszínűbb véleményeket gyűjtsünk.

A fókuszcsoportos beszélgetések félig strukturált vezérfonal mentén zajlottak, szakképzett moderátorok vezetésével. A módszer lehetővé tette, hogy a résztvevők szabadabban fejtsék ki véleményüket, így olyan attitűdök és percepciók is felszínre kerülhettek, amelyek kérdőíves módszerrel nehezen mérhetők. A beszélgetések során a résztvevők többek között fogyasztási szokásaikról, tudatosságról alkotott elképzeléseikről, környezetvédelmi attitűdjeikről, élelmiszerfogyasztási gyakorlatukról, hulladékkezelési stratégiáikról, valamint aktuális témákról – például akkumulátorgyárakról és fenntarthatósági jó gyakorlatokról – osztották meg gondolataikat. A beszélgetésekről hangfelvétel és szó szerinti átirat készült, amelyek az elemzés alapját képezték.



SZÁZADVÉG

