

AZ EGYETEMISTÁK KÖRNYEZETTUDATOS MAGATARTÁSÁNAK VIZSGÁLATA A FENNTARTHATÓ FEJLŐDÉS VONATKOZÁSÁBAN

EXAMINING ENVIRONMENTAL FRIENDLY BEHAVIOURS OF UNIVERSITY STUDENTS TOWARDS SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Szeberényi, András – Lukács, Rita – Papp-Váry, Árpád

*„A mi felelősségünk minden tőlünk telhetőt megtenni azért, hogy egy olyan bolygón éljünk, amely nemcsak nekünk, hanem minden földi életnek otthont ad.”
(David Attenborough)*

Összefoglalás

A fenntarthatóság, a megújuló energia és a környezettudatosság témakörei jelentős részévé váltak az emberek hétköznapijainak. Ezt bizonyítja az is, hogy már nem csak a hírekben vagy a tankönyvekben találkozunk vele, hanem olyan hétköznapi helyeken is, mint élelmiszerboltok, benzinkutak, bevásárlóközpontok, dohányüzletek, vagy a különböző bemutatótermek. Ezen okok miatt, egyre kevesebb olyan ember van, aki ne hallott volna már erről a témáról valamilyen formában, legyen szó akár a klímaváltozásról, az ökológiai lábnyom jelentőségéről, a levegő- és vízszennyezés egyre romló körülményeiről, egészen a megújuló energiák fokozottabb mértékű használatán át, a túlnépesedéssel járó környezeti problémákig. Ebből is érezhető, hogy egy igazán komplex és szerteágazó területről van szó, amely kivétel nélkül érint mindannyiunkat. Jelen kutatásunkban hipotézisek segítségével vizsgáltuk egyetemi hallgatók véleményét és hozzáállását annak kapcsán, hogy mikor ismerkedtek meg a környezettudatosság fogalmával, mennyire tartják fontosnak a mai világban a környezetvédelmet, odafigyelnek-e arra, hogy inkább ökológiai gazdálkodásból származó termékeket vásároljanak, valamint, hogy önmagukat mennyire tartják környezettudatos fogyasztónak.

Kulcsszavak: fenntarthatóság, megújuló energia, környezettudatosság, fiatal generáció

JEL kód: O13, Q20, Q42

Abstract

Sustainability, renewable energy and environmental awareness have become an important part of people's everyday lives. This is proven by the fact that it is no longer only in the news or in textbooks, but also in everyday places such as grocery stores, petrol stations, shopping centres, tobacconists and salons. For these reasons, there are fewer and fewer people who have not heard about this issue in some form, whether it is climate change, the importance of the ecological footprint, the worsening conditions of air and water pollution, the increased use of renewable energy, or the environmental problems of overpopulation. This also shows that this is a truly complex and wide-ranging area that affects us all, without exception. In the present study, we used hypotheses to investigate the opinions and attitudes of university students on when they were first introduced to the concept of environmental awareness, how important they consider environmental protection to be in today's world, whether they are more aware of buying organically grown products, and to what extent they consider themselves to be environmentally aware consumers.

Keywords: sustainability, renewable energy, environmental awareness, young generation

Bevezetés

A környezetünk megóvása iránt érzett vágy nagyjából egyidős az emberiséggel. Általánosságban véve elmondható az is, hogy környezeti problémák mindig is voltak – például természeti katasztrófák –, így nem egy új keletű témáról van szó. Viszont a XX. század végére – XXI. század elejére az emberi tevékenységek hatásai elérték azt a szintet, amikor a környezetet érintő problémák (pl. emberi tevékenységekből származó víz-, levegő- és talajszennyezés, üvegházhatás erősödése, ózonréteg elvékonyodás, CFC gázok használata, ipari és biológiai szennyezés, tudományos és technikai fejlődés

okozta környezeti terhelések, felgyorsult népességnövekedés stb.) már világméretűvé váltak (Bándi, 2002; Baros, Z. et al. 2012; Farkas és Kucséber, 2021; Nagy és Nene, 2021).

A saját kutatásunkra vonatkozóan két különböző hipotézist fogalmaztunk meg, amelyek szorosan illeszkednek a fenntarthatóság, a környezettudatosság és az ökogazdálkodás témaköreihez:

1. Hipotézis: Az egyetemi hallgatók nagyon fontosnak tartják a mai világban a környezetvédelmet, és a környezetkárosító tevékenységek csökkentésére az újrahasznosítható, környezetbarát termékek használatát tartják egyik legfőbb megoldásnak.
2. Hipotézis: A hallgatók általában odafigyelnek arra, hogy hazai, illetve ökogazdálkodásból származó termékeket vásároljanak, melynek rendszerét jól ismerik. A termékek esetében az egyik legfontosabb termékjellemző számukra a környezetbarát jelleg.

A fenntarthatóság értelmezése

Az 1960-as és 1970-es évekre egyre több kutató számára nyilvánvalóvá vált, hogy a globális népesség, az erőforrás-felhasználás mértéke és a környezetromlás olyan gyorsan növekszik, hogy ez a növekedés hamarosan a globális ökoszféra véges termelékenységére, valamint az ásványi és fosszilis tüzelőanyag-források geológiai elérhetősége által szabott korlátokba fog ütközni (Bartlett, 2012). E korlátok valóságos tényét több, konkrét számítógépes szimulációs eredményeket bemutató publikációval is alátámasztották, amelyek közül talán az egyik legjelentősebb „A növekedés határai” (angolul: Limits to Growth) című könyv volt. A műben taglalt szimuláció a világgazdaság öt paraméterét (népesség, mezőgazdasági termelés, természeti erőforrások, ipari termelés és szennyezés) rögzítette az 1900 és 1970 közötti időintervallumban, majd a számítógép által generált eredményeket vetítette előre az 1970 és 2100 közötti időszakra vonatkozóan. Az eredményeken túl, egyfajta csodálatot is kiváltott ez a könyv a kvantitatív elemzésben otthonosan mozgó tudósokból és környezetvédelemmel foglalkozó szakemberekből, mivel először döbbsen rá igazán, hogy az emberiségnek mégis csak vannak korlátai.

Bár jelen kutatásunk célja leginkább a környezettudatos magatartás aspektusait hivatott bemutatni, mégis érdemes röviden kitérni a fenntarthatóság fogalmára – és így annak értelmezésére is –, mivel jelentős mértékben hozzátartozik a környezetvédelemhez, környezettudatossághoz, illetve a környezeti fenntarthatósághoz.

Az ENSZ Környezet és Fejlődés Világbizottság jelentésében leírt meghatározás szerint, a fenntarthatóság a következőket jelenti: „A fenntartható fejlődés olyan fejlődési folyamat, amely kielégíti a jelen szükségleteit anélkül, hogy csökkentené a jövő generációk képességét, hogy kielégítsék a saját szükségleteiket” (Brundtland jelentés, 1987, 37.o.).

A nem szakértői vélemények esetében többször előfordul, hogy a fenntartható fejlődés és a fenntartható növekedés jelentéseket félreértelmezik vagy összekeverik, ezért lényeges kiemelni, hogy a fenntartható növekedés – a mennyiségbeli bővülés miatt – általában az erőforrások túlfogyasztását jelenti, míg a fenntartható fejlődés valamilyen minőségbeli javulást foglal magában, például a környezetvédelem érdekében alkalmazott megújuló energiák fokozottabb használatát (Goodland és Daly, 1996; Oláh, 2017). Ehhez kapcsolódik továbbá a fenntarthatóság hagyományos értelemben vett három pillére is: a környezeti, társadalmi és gazdasági fenntarthatóság (Boussemart et al., 2020; Takácsné 2020; Káposzta és Nagy, 2022).

A tanulmányunk szempontjából leginkább a környezeti tényezők meghatározása releváns, mivel a „fenntartható fejlődés” kifejezés nemcsak magában foglalja a pillanatnyi és a hosszú távon fenntartható termelési funkciókat, de jelentős mértékben érinti a következő generációk megfelelő életminőségét is biztosító környezetgazdálkodás ellentmondásait (Takácsné, 2020; Székács et al. 2020; Szeberényi, 2021).

A környezettudatosság értelmezése

A fenntarthatóság jelentéséhez képest a környezettudatosság fogalma a legtöbb ember számára már sokkal inkább érthető. Ennek ellenére mégis megállapítható, hogy nincs általánosan elfogadott definíció, sőt, világosan meghatározott terminológia sincs a környezettudatosság értelmezésére. Ezért is fordulhat elő, hogy ugyanannak a fogalomnak különböző névváltozatai találhatók meg az angol

nyelvű szakirodalomban, mint például az „environmental awareness”, „environmental consciousness”, vagy „environmental concern” (Ham et al., 2016; Bakos és Khademi-Vidra, 2019). Ezek a kifejezések egyes esetekben nem különböztetik meg egyértelműen az attitűd és a viselkedés közötti különbséget, és az előzőekben említett fogalmakat olyan kifejezésekkel teszik egyenlővé, mint a környezeti felelősség és a környezeti viselkedés. Ezért is válik igazán lényegessé, hogy milyen módszerekkel kommunikáljuk például a környezettudatosságot érintő viselkedésformákat, illetve, hogy milyen közegben vagy platformon tesszük ezt meg – legyen szó akár online, akár offline kommunikációs formáról (Szeberényi és Ritter, 2021).

A környezettudatosság viszont tágabb értelemben is meghatározható, mint ahogyan az emberi viselkedés környezeti következményeivel kapcsolatos attitűd is. A tipikus viselkedésmód meghatározásából kiindulva a környezettudatosság a környezeti problémákra való bizonyos reakcióra való hajlamot jelenti leginkább (Culiberg és Rojšek, 2008). Létezik azonban egy kétdimenziós megközelítés, amely két olyan természeti aggodalomhoz kapcsolható okot (vagy másképp értelmezve: motívumot) foglal magában, amely segítségül szolgál a környezettudatosság pontosabb megértéséhez. Amennyiben konkretizálni szeretnénk, az egyik motívum, hogy vannak olyan ökocentrikusnak nevezett egyének, akik a természetet önmaga szépségeért tisztelik és értékelik, ezért úgy gondolják, hogy a természet túlságosan is értékes ahhoz, hogy ne kapjon meg minden figyelmet és védelmet. A másik motívum pedig, az úgynevezett antropocentrikus egyének, akik úgy gondolják, hogy a természet leginkább az emberi életminőség fenntartásában és javításában rejlő értéke miatt kell megvédeni. Röviden így jellemezhető a környezetvédelem elsődleges forrásaihoz viszonyítható mentális tudatosság, mint attitűd (Thompson és Barton, 1994; Kopnina, 2017; Juma et al. 2022; Juma-Khademi, 2022).

Carlson és Van Staden (2006) kutatásukban beszámolnak annak esszenciális jelentőségéről, hogy különbséget kell tenni a környezettudatosság és a környezettudatos viselkedés (vagy más néven környezetbarát fogyasztói magatartás) között, mivel a környezettudatosság jellemzően megelőzheti a környezettudatos (fogyasztói) magatartást. Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy attól, hogy egy ember környezettudatos, nem feltétlenül jelenti azt, hogy automatikusan környezetbarát módon is viselkedik, vagyis nem mondható el róla, hogy „zöld fogyasztó” lenne (Wagner, 2003; Leal Filho et al., 2009; Kovács, 2018). Ahhoz, hogy valaki zöld fogyasztóvá váljon, először konkrét célokat kell kitűznie maga elé, ami után pedig számos, sokszor nem túl egyszerű további lépéseket kell megtennie. A környezettudatosság pedig csak a legelső lépés ahhoz, hogy valaki ilyen egyénné válhasson. Tudományos szemszögből megközelítve azt mondhatjuk, hogy a környezettudatosság a környezetileg motivált, azaz a környezetbarát fogyasztói magatartás formájában operacionalizálódik leginkább, amennyiben a környezettudatosságot érintő attitűdöt tényleges környezetbarát viselkedés támasztja alá.

A főbb fogalmak megértése után tehát, az általunk végzett primer kutatás célja, hogy a tanulmány elején említett két hipotézis segítségével bemutassuk, illetve elemezzük, hogy a vizsgálatban részt vevő egyetemisták vajon csak elméletben mondhatóak környezettudatosnak, vagy a gyakorlatban is jellemzi őket a környezettudatos fogyasztói magatartás? A kutatásunk körülményeit és részleteit az Anyag és módszer fejezetben mutatjuk be részletesen.

Anyag és módszer

A módszertant érintő körülményekről elmondható, hogy egy rendkívül komplex kutatásról van szó, melyet a Budapesti Metropolis Egyetem hallgatói körében végeztünk el. A kutatást megelőzően számos hipotézist fogalmaztunk meg, amelyekhez kapcsolódóan a primer kutatási kérdőívben összesen 58 kérdést tettük fel a hallgatóknak. Az online kérdőívet 2021. április-június időszakában töltötte ki összesen 307 hallgató, nembeli megoszlás szerint 120 férfi, 187 pedig nő volt.

Tanulmányunkban statisztikai módszereket alkalmaztunk az eredmények részletesebb vizsgálatának érdekében. Ezek közül csak azokat mutatjuk be jelen tanulmányunkban, amelyek a statisztikai korrelációelemzés szempontjából releváns eredményeket mutatnak. A korrelációs együttható esetében a 0,05-nél kisebb szintet tekintjük szignifikánsnak (Grey és Kinnear, 2019), illetve röviden kitérünk az azonosítható kapcsolatok erősségének mutatóira is, amelyek az általunk bemutatott eredmények esetében a következőképpen állapíthatók meg:

$ r = 0$	nincs kimutatható kapcsolat;
$0 < r < 0,1$	a két változó között elhanyagolhatóan gyenge kapcsolat mutatható ki;
$0,1 \leq r < 0,3$	gyenge kapcsolat mutatható ki;
$0,3 \leq r < 0,5$	mérsékelt kapcsolat mutatható ki;
$0,5 \leq r < 1$	erős kapcsolat mutatható ki.

Eredmények

A már előzetesen is említett indokok miatt, kutatásunkban csak azokat az eredményeket fogjuk szemléltetni, amelyek szorosan kapcsolódnak a tanulmányban bemutatott hipotézisekhez.

1. Hipotézis: Az egyetemi hallgatók nagyon fontosnak tartják a mai világban a környezetvédelmet, és a környeztkárosító tevékenységek csökkentésére az újrahasznosítható, környezetbarát termékek használatát tartják egyik legfőbb megoldásnak.

Az első hipotézis vizsgálatára vonatkozóan két konkrét kérdést tettünk fel a hallgatók számára. Az első kérdés esetében arra voltunk kíváncsiak, hogy vajon mennyire tartják fontosnak a mai világban a környezetvédelmet. Válaszaikat egy 1-től 5-ig terjedő skálán kellett jelölniük, ahol „1= egyáltalán nem tartom fontosnak, ... 5= nagyon fontosnak tartom” kategóriákat jelentette.

A kapott eredmények alapján kiderült, hogy a kitöltők 67,4%-a nagyon fontosnak tartja; 27,4% szerint közepes mértékben fontos; és mintegy 5,2% -a a kitöltőknek tartozik abba a csoportba, akik kevésbé vagy egyáltalán nem tartják fontosnak a környezetvédelmet. Az 5 fokú skálán 4,61-es átlagértéket kapott, ami az előzetes kutatások során kapott eredményekhez hasonlítva magasabb eredménynek mondható (Szeberényi, 2018). A medián és módusz értéke is a maximális 5-ös értéket vette fel, így a statisztikai eredmények alapján megállapítható, hogy a megkérdezettek valóban fontosnak tartják a környezetvédelem kérdését.

Azonban a hipotézisünk igazolásához szükséges volt a második kérdés vizsgálata is. Az általunk megadott négy állítás közül kellett kiválasztaniuk azt az egyet a hallgatóknak, amely szerint a leginkább csökkenteni lehetne a környeztkárosító tevékenységeket (1.ábra).



1. ábra Az egyetemisták véleményének megoszlása aszerint, hogy melyik módszerrel lehetne leginkább csökkenteni a környeztkárosító tevékenységeket

Forrás: Saját készítű ábra primer kutatás alapján, n= 307

A 1. ábra eredményei alapján a válaszadók jelentős része (40,2%) gondolja úgy, hogy a környezetkárosító tevékenységeket leginkább az újrahasznosított vagy környezetbarát termékek használatával, vásárlásával lehetne leginkább csökkenteni. Az általuk preferált második leghatékonyabb lehetőség a drasztikusabb közbelépést igénylő, de hatékonyabbnak mondható „Környezetkárosító tevékenységek korlátozása/tiltása” lenne, melyet a 27,03%-uk jelölt meg. Megjegyzendő, hogy a felsorolt lehetőségek közül, valószínűsíthetően ez a módszer lenne a leggyorsabb. Elég csak arra gondolnunk, hogy a Covid-19 pandémia okozta pár hónapos világméretű leállás következtében, hirtelen olyan országokban is elkezdett tisztulni a levegő és a talajvíz (pl. Banglades, India, Kína), ahol már évtizedek óta súlyos problémának számított (IQAir, 2022). A kitöltők 19,93%-a hiszi úgy, hogy a harmadik opció lenne a megoldás, mely a természetvédelem tiszteletének, és a környezettudatosság különböző módszereinek oktatásával kapcsolatos. Erre vonatkozóan érdemes megemlíteni, hogy a felsorolt lehetőségek közül ez a módszer az, ami leginkább igényli a hosszabb távon való gondolkodást, mivel az oktatási szintek tekintetében már a generációs különbségek is jobban megmutatkoznak (pl. óvoda, általános és középiskola, egyetem stb.) A negyedik, és egyben utolsó lehetőség, a műanyag termékek mellőzését, háttérbe szorítását érintette, amit az egyetemisták 12,84%-a jelölt meg.

Az első hipotézisünk tehát – a bemutatott eredmények alapján – beigazolódott, mivel az egyetemi hallgatók valóban nagyon fontosnak tartják a környezetvédelmet, és leginkább (40,2%) az újrahasznosítható, környezetbarát termékek használatát tartják egyik legfőbb megoldásnak arra, hogy csökkentsék a környezetkárosító tevékenységeket.

2. Hipotézis: A hallgatók általában odafigyelnek arra, hogy hazai, illetve ökológiai gazdaságból származó termékeket vásároljanak, melynek rendszerét jól ismerik. A termékek esetében az egyik legfontosabb termékjellemző számukra a környezetbarát jelleg.

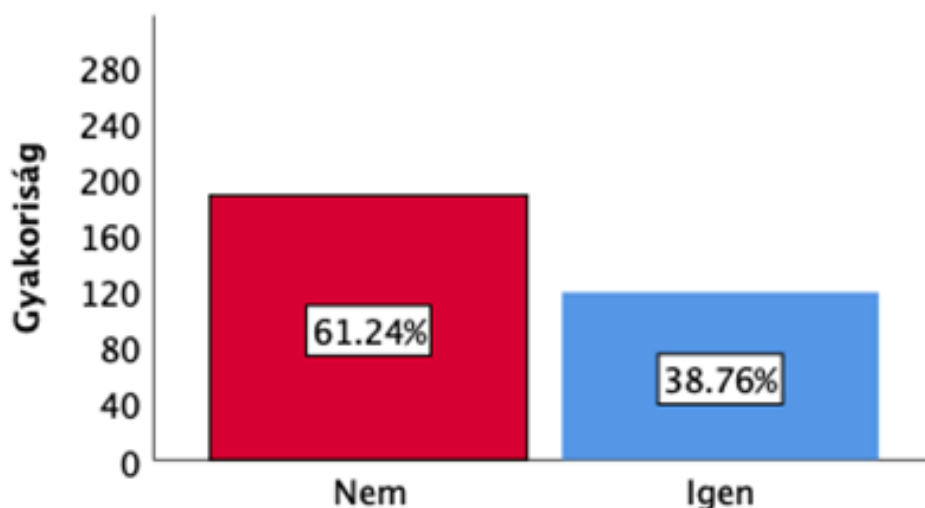
A második hipotézisünk arra vonatkozott, hogy vajon a hallgatók mennyire figyelnek oda arra, hogy lehetőleg hazai, illetve ökológiai gazdaságból származó termékeket vásároljanak. Kiegészítésként még a feltételezésünk részét képezi, hogy amikor ilyen jellegű termékeket vásárolnak, akkor a környezetbarát jelleg milyen mértékben játszik szerepet a döntéseikben, illetve, hogy mennyire fontos ez a termékjellemző számukra.

Ezen hipotézis vizsgálatához először szükséges volt megkérdeznünk, hogy vásárláskor vajon mennyire figyelnek oda az egyetemisták, hogy hazai élelmiszert vásároljanak a boltokban. Az előzőekhez hasonlóan (és a későbbi kérdéseket illetően is) válaszaikat egy 1-től 5-ig terjedő skálán kellett jelölniük, ahol „1= egyáltalán nem figyelek oda, ... 5= mindig odafigyelek” kategóriákat jelentette.

Az élelmiszerek vásárlásakor a hazai termék szempontja mérsékelten érvényesül, mivel a válaszadóknak csak a 7,5%-a figyel oda mindig arra, hogy hazai élelmiszert vásároljon. Jelentős részük (30,3%) rendszeresen szokott figyelni erre, de ritkán előfordul, hogy mégsem; 35,4%-uk legalább annyira figyel oda vásárláskor, hogy hazai élelmiszert vásároljon, mint amennyire nem; 14,7%-uk nagyon ritkán foglalkozik ezzel; és mintegy 12,1%-uk az, akik egyáltalán nem figyelnek oda erre a tényezőre. Az 5 fokú skálán kapott 3,07-es átlagérték is jól megmutatja, hogy ez nem mondható releváns szempontnak a hallgatók részéről.

Az ökológiai gazdaságból származó élelmiszerek vásárlása esetében még ennél is rosszabb a helyzet, mivel a hallgatók közül csak 5,2% az, akik tudatosan odafigyelnek erre a szempontra, és 33,8% az, akik egyáltalán nem figyelnek oda, hogy ilyen élelmiszereket vásároljanak. Érdektelenségük egyik fő oka, hogy gyakran nincsenek tisztában az ökológiai gazdaságból származó élelmiszerek jelentésével és fajtáival, így ezek kategorizálása sem egyszerű feladat számukra. A másik oka, hogy nem ezeket az ökológiai gazdaságból származó termékeket választják, hogy az érintett hallgatók nem rendelkeznek önálló jövedelemmel, így sokkal inkább árérzékenyebbek. Az 5 fokú skálán kapott 2,88-as átlag szerint, ez egy még kevésbé fontos szempont, mint például a hazai termékek vásárlására vonatkozó jellemző.

A 2. ábra az ökológiai gazdaság témaköréhez kapcsolódik, mivel itt arra voltunk kíváncsiak, hogy vajon ismerik-e az ökoemblémák (környezetbarát minősítő védjegyek) rendszerét a hallgatók.



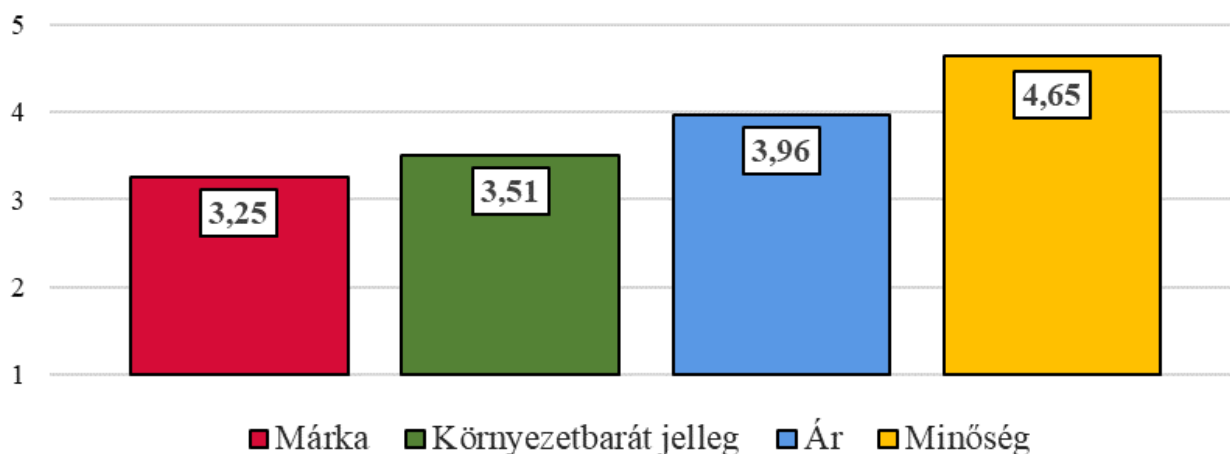
2. ábra Az egyetemisták véleményének megoszlása aszerint, hogy ismerik-e az ökoemblémák rendszerét (%)

Forrás: Saját készítű ábra primer kutatás alapján, n= 307

A 2. ábrán látható eredményekből kiderül, hogy a környezettudatos edukálás szerves részét kellene, hogy képezze a későbbiekben ezen témakör részletes bemutatása is, mivel igen jelentős része a hallgatóknak (61,24%) egyáltalán nem ismeri az ökoemblémák rendszerét.

Statisztikai korrelációs vizsgálatunk során viszont bebizonyosodott, hogy közepes erősségű szignifikáns kapcsolat van az ökoemblémák rendszerének ismerete és aközött, hogy a kutatásban résztvevők milyen mértékben veszik figyelembe vásárláskor azt, hogy a megvásárolt élelmiszerek ökológiai gazdálkodásból származnak-e. Egyértelműen megállapítható az eredmények alapján, hogy akik ismerik az ökoemblémák rendszerét, azok szignifikánsan magasabb értékelést adtak erre a vásárlási szempontra (legalább 4-est), mint azok, akik nem ismerik.

A hipotézishez kapcsolódó utolsó kérdésünk az volt, hogy az „Ár”, „Márka”, „Minőség” és „Környezetbarát jelleg” termékjellemzők közül melyiket mennyire tartják fontosnak a kutatásban részt vevő egyetemisták. A négy jellemzőt szintén 1-től 5-ig terjedő skálán kellett jelölniük, ahol „1= egyáltalán nem tartom fontosnak, ... 5= nagyon fontosnak tartom” kategóriákat jelentette.



3. ábra A vizsgált termékjellemzők növekvő átlaga aszerint, hogy az egyetemisták mennyire tartják fontosnak

Forrás: Saját készítű ábra primer kutatás alapján, n= 307

A 3. ábrához kapcsolódóan az alábbi releváns eredményeket érdemes megemlíteni: A résztvevők 11,1% szerint a márka a legfontosabb termékjellemző, míg 5,5%-uk szerint ez egyáltalán nem fontos. A vizsgált jellemzők közül a márka érte el a legkevesebb átlagot, melynek pontos értéke 3,25. A tanulmány és a hipotézis szempontjából is legfontosabbnak ítélt jellemzőt, vagyis a környezetbarát jelleget, a válaszoló egyetemistáknak csak a 13,7%-a tartja legfontosabb tulajdonságnak, míg 3,3% szerint ez egyáltalán nem egy fontos termékjellemző. Ezen preferencia átlaga 3,51, mely jelentős mértékben elmarad a minőséghez, de még az árhoz képest is. A kapott 3,96-os átlag alapján, az ár a második legfontosabb termékjellemző a hallgatók számára. A konkrét eredmények szerint 34,2%-uk gondolja úgy, hogy ez a tulajdonság a legfontosabb, míg 1,6%-uk szerint ez egyáltalán nem fontos. A negyedik és egyben utolsó jellemző a minőség, melynek átlaga alapján (4,65) egyértelműen megállapítható, hogy az egyetemisták számára a minőség magasán a másik három jellemző felett áll, mivel 70%-uk szerint termékvásárlás esetén ez a legfontosabb termékjellemző. További érdekességgé kiemelhető, hogy ez volt az egyetlen olyan tulajdonság, amely esetében egyetlen hallgató sem jelölt 1-es értéket, tehát nem volt olyan, aki szerint ez a jellemző egyáltalán ne lenne fontos.

A második hipotézisünket – mely az ökogazdálkodásból származó termékekre, illetve azok rendszerének ismeretére, és a termékjellemzők környezetbarát jellegének hangsúlyozására vonatkozott – a kapott eredmények egyértelműen megcáfolták. A hallgatók csak egy kis része (7,5%) figyel oda az ökotermékek vásárlására, jelentős részük nem ismeri az ökoemblémákat, és a környezetbarát jelleg egyáltalán nem bizonyult fontosnak számukra.

Következtetések

A tanulmány elkészítésének egyik legfőbb célja volt, hogy a fenntarthatóság és a környezettudatoság rövid értelmezésének bemutatása után, szemléltessük saját primer kutatásunk releváns eredményeit statisztikai eredmények és ábrák segítségével.

Ennek átláthatóbb és könnyebb megértése érdekében két hipotézist ismertettünk, amelyből az első az egyetemi hallgatók saját véleményére fókuszált aszerint, hogy fontosnak érzik-e a környezetvédelmet, illetve, mennyire tartják tartós megoldásnak az újrahasznosítható, környezetbarát termékek használatát. Ezen hipotézisünk beigazolódott, mivel a kutatásban részt vevő hallgatók 67,4%-a tartja igazán fontosnak a környezetvédelem témakörét, illetve több mint 40%-uk gondolja úgy, hogy az újrahasznosítható, környezetbarát termékek használata nyújthat megoldást hosszútávon az emberiség számára.

Második hipotézisünk igazolására már több releváns kérdés használatára volt szükség, és korrelációs vizsgálatokat is alkalmaztunk a még konkrétabb statisztikai összefüggések és kapcsolatok megértéséhez. Ez irányú feltételezésünk az volt, hogy a hallgatók általában igyekeznek odafigyelni, hogy hazai, illetve ökogazdálkodásból származó termékeket vásároljanak, ezek rendszerét jól is ismerik, valamint, amikor ilyen termékeket vásárolnak, akkor a környezetbarát jelleg a legfontosabb termékjellemző számukra az ár, márka, minőség tulajdonsághoz viszonyítva. A kapott eredmények meglepőek voltak, mivel minden vonatkozásban megcáfolták ezen hipotézisünket. Az ide tartozó konkrét eredmények közül kiemelendő például, hogy a hallgatók csak egy nagyon kis része (7,5%) figyel oda az ökotermékek vásárlására, 61,24%-uk nem is ismeri az ökoemblémák rendszerét, illetve a környezetbarát jelleg nem tartozik a leginkább preferált jellemzők közé, mivel az ár és a minőség fontosabb nekik.

A tanulmányban felvetett kérdést megválaszolva kijelenthetjük, hogy a kutatásunkban részt vett egyetemisták elméletben a környezettudatos egyének szintjét képviselik – tehát van egy alapszintű tudásuk a témát érintően – de a környezetbarát viselkedéssel jellemezhető „zöld fogyasztó” szintjét már nem éri el a konkrét célok és azok gyakorlati megvalósításának hiánya, illetve a korlátozott anyagi lehetőségek miatt. Ezért az erre vonatkozó további kutatásaink folytatása mindenképpen javasolt.

Hivatkozott források

- Bakos I. M. - Khademi-Vidra A. (2019): Empirical experiences of the hungarian alternative food buying communities, *Deturope: Central European Journal of Tourism and Regional Development* 11(1), pp. 55-73.
- Baros, Z. - Bujdosó, Z. - Kovács, T. - Patkós, Cs. - Radics, Zs. (2012): The social aspects and public acceptance of biomass giving the example of a Hungarian region *International Journal Of Renewable Energy Development* 1 : 2 59-67.
- Bartlett, A. A. (2012): The meaning of sustainability, *Teachers Clearinghouse for Science and Society Education Newsletter* 31(1), pp. 1-14.
- Bándi Gyula (2002): *Környezetvédelmi kézikönyv*, KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Budapest, 358 p.
- Boussemart, J. P. - Leleu, H. - Shen, Z. - Valdmanis, V. (2020): Performance analysis for three pillars of sustainability, *Journal of Productivity Analysis* 53(3), pp. 305-320.
- Bruntland jelentés (1987): Report of the World Commission on Environment and Development: "Our Common Future" From A/42/427. *Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development*, 247 p.
- Carlson, D. H. - Van Staden, F. (2006): Environmental concern in South Africa: The development of a measurement scale, *New Voices in Psychology* 2(1), pp. 3-30.
- Culiberg, B. - Rojšek, I. (2008): "Understanding environmental consciousness: a multidimensional perspective", in Grbac, B., Meler, M. (Eds.), *Vrijednost za potrošače u dinamičnom okruženju*, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, CROMAR – Hrvatska zajednica uduga za marketing, Rijeka, pp. 131-139.
- Farkas Sz. - Kucséber L. Z. (2021): The cryptocurrencies' carbon footprint In: Nikodem, Jan; Klempous, Ryszard (szerk.) *12th IEEE International Conference on Cognitive Infocommunications (CogInfoCom): Proceedings Online kiadás*, Nemzetközi: IEEE, 1098 p.
- Gray, C. D. - Kinnear, P. R. (2012): *IBM SPSS statistics 19 made simple*, Psychology Press, 671 p.
- Goodland, R. - Daly, H. (1996): Environmental sustainability: universal and non-negotiable, *Ecological applications* 6(4), pp. 1002-1017.
- Ham, M. - Mrčela, D. - Horvat, M. (2016): Insights for measuring environmental awareness, *Ekonomski vjesnik: Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues* 29(1), pp. 159-176.
- IQAir (2022): Air quality and pollution city ranking, Online: <https://www.iqair.com/world-air-quality-ranking>, Letöltés dátuma: 2022.04.29.
- Juma, L. O., Bakos, I. M., Juma, D. O., Khademi-Vidra, A. (2022): Mobile-application usage potential for nature interpretation and visitor management at Masai Mara National Reserve, Kenya; Wildlife viewers' perspectives. *Geojournal of Tourism and Geosites* 43(3) pp. 1163-1174.
- Juma, L. O., Khademi-Vidra, A. (2022): Nature Interpretation as an Environmental Educational Approach in Visitor Management; The Application Dilemma for Different Target Groups at Masai Mara National Reserve, Kenya. *Sustainability* 14(5), pp. 1-21.
- Káposzta J. - Nagy, H. (2022): The major relationships in economic growth of the rural space, *European Countryside* 14(1), pp. 67-86.
- Kopnina, H. (2017): Testing ecocentric and anthropocentric attitudes toward the sustainable development (EAATSD) scale with bachelor students, *REBRAE* 10(3), pp. 457-477.
- Kovács Cs. J. (2018): Termékmárkázás Komlósán, *Acta Regionis Rurum* 12, pp. 68-77.
- Leal Filho, W. - Finisterra Do Paco, A. - Raposo, M. L. B. (2009): Identifying the green consumer: A segmentation study, *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing* 17(1), pp. 17-25.
- Nagy, H. - Nene, S. (2021): Blue Gold: Advancing Blue Economy Governance in Africa, *Sustainability* 13(13), 7153.
- Oláh I. (2017): Methodological Challenges in the Small Villages, Hamlets and Pigmy Villages of Hungary, In: Witold, Jedynek, József, Káposzta; Jarosław, Kinal (szerk.) *Changes as a social process*, Rzeszów, Lengyelország : University of Rzeszów, pp. 93-101.
- Szeberényi A. (2018): Összehasonlító elemzés a gyöngyösi diákok körében környezettudatossági aspektusból. In: Némédiné, Kollár Kitti; Péli, László (szerk.) *SMART tényezők vizsgálata a hazai*

- megyei jogú városokban a Modern Városok Program tükrében : konferenciakiadvány, Gödöllő, Magyarország : Szent István Egyetemi Kiadó, pp. 45-50.
- Szeberényi A. (2021): Examining the main areas of environmental awareness, sustainability and clean energy, In: Daniel, Guce; Hayri, Uygun; Rashmi, Gujrati (szerk.) Sustainable Development Goals, Southampton, Egyesült Királyság/Anglia: Tradepreneur Global Academic Platform (2021), pp. 258-274.
- Szeberényi A. - Ritter K. (2021): Opportunities for online communication in strengthening environmental awareness, In: Katalin, Dióssi; Svetlana, Ovsiannikova; Andrea, Mikáczó (szerk.) 4th International Management, Quality and Marketing Conference Chetvertaya Mezhdunarodnaya konferentsiya po menedzhmentu, kachestvu i marketingu 15–16 aprelya 2021 god, Moszkva, Oroszország: Publishing House Delo (2021), pp. 83-97.
- Székács A. - Roszík P. - Balázs K. - Podmaniczky L. - Ujj A. (2020): Agroecological initiatives in Hungary and their Central European aspects, International Journal Of Agriculture And Natural Resources 47 : 3 pp. 216-234. , 19 p. (2020) DOI: <http://dx.doi.org/10.7764/ijanr.v47i3.2266>
- Takácsné Gy. K. (2020): A fenntartható gazdálkodás és a méretgazdaságosság kölcsönhatásai, Gazdálkodás 64(5), pp. 365-386.
- Thompson, S. C. G. - Barton, M. A. (1994): Ecocentric and anthropocentric attitudes toward the environment, Journal of environmental Psychology 14(2), pp. 149-157.
- Wagner, S. A. (2003): Understanding green consumer behaviour: A qualitative cognitive approach, Routledge, London, 304 p.

Szerzők:

Dr. Szeberényi András PhD.

főiskolai docens

Budapesti Metropolitan Egyetem

1148 Budapest, Nagy Lajos király útja 1-9.

aszeberenyi@metropolitan.hu

Dr. Lukács Rita PhD.

egyetemi docens

Budapesti Metropolitan Egyetem

1148 Budapest, Nagy Lajos király útja 1-9.

rlukacs@metropolitan.hu

Dr. habil. Papp-Váry Árpád PhD.

habilitált főiskolai tanár

Budapesti Metropolitan Egyetem

1148 Budapest, Nagy Lajos király útja 1-9.

apappvary@metropolitan.hu

XVIII. NEMZETKÖZI TUDOMÁNYOS NAPOK
18th INTERNATIONAL SCIENTIFIC DAYS

A „ZÖLD MEGÁLLAPODÁS” – KIHÍVÁSOK ÉS LEHETŐSÉGEK
THE 'GREEN DEAL' – CHALLENGES AND OPPORTUNITIES

Tanulmányok
Publications

Szerkesztette
Bujdosó Zoltán



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Károly Róbert Campus
Gyöngyös, 2022

MAGYAR AGRÁR- ÉS ÉLETTUDOMÁNYI EGYETEM KÁROLY RÓBERT CAMPUS
Károly Róbert Campus of the Hungarian University of Agriculture and Life Sciences

GYÖNGYÖSI FELSŐOKTATÁSÉRT ALAPÍTVÁNY
Foundation for Higher Education in Gyöngyös

Szerkesztő

Dr. Bujdosó Zoltán

(Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet, MATE Károly Róbert Campus)

Lektorok

Dr. Ambrus Andrea (MATE Károly Róbert Campus)
Dr. Bujdosó Zoltán (Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet, MATE Károly Róbert Campus)
Dr. Dinya László (MATE Károly Róbert Campus)
Dr. Domán Szilvia (MATE Károly Róbert Campus)
Dr. Fodor László (MATE Károly Róbert Campus)
Dr. Hágen István Zsombor (MATE Károly Róbert Campus)
Dr. Koncz Gábor (MATE Károly Róbert Campus)
Dr. Láposi Réka (MATE Károly Róbert Campus)
Dr. Lehoczky Éva (MATE Károly Róbert Campus)
Dr. Novák Tamás (MATE Károly Róbert Campus)
Dr. Pallás Edit (MATE Károly Róbert Campus)
Szabóné Dr. Benedek Andrea (MATE Károly Róbert Campus)
Dr. Szűcs Csaba (MATE Károly Róbert Campus)
Dr. Taralik Krisztina (MATE Károly Róbert Campus)
Dr. Tóth Eszter Ilona (MATE Károly Róbert Campus)
Dr. Zörög Zoltán (MATE Károly Róbert Campus)

© A szerzők, 2022

Szerkesztés © Bujdosó Zoltán, 2022

A műre a Creative Commons 4.0 standard licenc alábbi típusa vonatkozik:

[CC-BY-NC-ND-4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



Kiadja

a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Károly Róbert Campus

Cím: 3200 Gyöngyös, Mátrai út 36.

Telefon: 37/518-301

Honlap: <https://karolyrobertcampus.uni-mate.hu>

Felelős kiadó: Dr. Bujdosó Zoltán campus-főigazgató
Szöveggondozó, korrektor: Kovácsné Burunkai E. Patrícia
Technikai szerkesztő: Kovácsné Burunkai E. Patrícia

ISBN 978-963-623-032-6 (pdf)