

VÁLTOZÁS VAGY MEGTORPANÁS? A Z GENERÁCIÓ KLÍMAATTITÚDJÉNEK VIZSGÁLATA

CHANGE OR STAGNATION? CLIMATE IMPACT ASSESSMENT FOR GEN Z

Pintye Lili Mirella

Vezetés és szervezés MSc szakos hallgató
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
pintyelili@gmail.com

ÖSSZEFOGLALÁS

A tanulmány a Z generációba tartozó fiatalok klímaváltozással kapcsolatos attitűdjeit, valamint annak befolyásoló tényezőit, mint a gazdasági és társadalmi válságok vizsgálja. Az EIB (2019-2024), a Deloitte (2022), valamint saját nem reprezentatív kérdőíves kutatás (N=230) adataiból vonja le a konklúziókat. A kutatás górcső alá veszi azokat a fő ösztönzőket, amelyek a fiatalokat a fenntartható viselkedésre motiválják. Ezek közé tartozik az újrahasznosítási rendszerek fejlesztése, valamint az elektromobilitás elterjedését segítő tényezők. Az eredmények alapján a klímaváltozás súlyosságát a Z-generációba tartozó egyének már felismerik, azonban nagy arányban van jelen a tehetetlenség. Mindemellett kiemelendő, hogy ezen korosztály körében továbbra is viszonylag magas az éghajlatváltozást érintő szkepticizmus, ami rávilágít az oktatási és kommunikációs stratégiák megváltoztatásának szükségességére. A tanulmány hangsúlyozza, hogy a fenntartható viselkedés előmozdításához egyéni és társadalmi szintű változásra van szükség.

Kulcsszavak: klímaváltozás, klíma attitűd, motiváció/ösztönző, klímavédelmi tevékenység, Z generáció

ABSTRACT

The study examines the attitudes of young people in Generation Z towards climate change and the factors that influence it, such as economic and social crises. It draws conclusions from data from EIB (2019-2024), Deloitte (2022) and my own non-representative survey (N=230). The research will focus on the main drivers that motivate young people to engage in sustainable behaviour. These include the development of recycling schemes and factors that promote the uptake of electromobility. The results show that the importance of climate change is already recognised, but there is a high level of inertia. However, it should be highlighted that climate change scepticism remains relatively high among this age group, pointing the need to change the educational and communication strategies. The study emphasises that individual and societal change is needed to promote sustainable behaviour.

Keywords: climate change, climate attitude, motivation, climate action, Gen Z

BEVEZETÉS

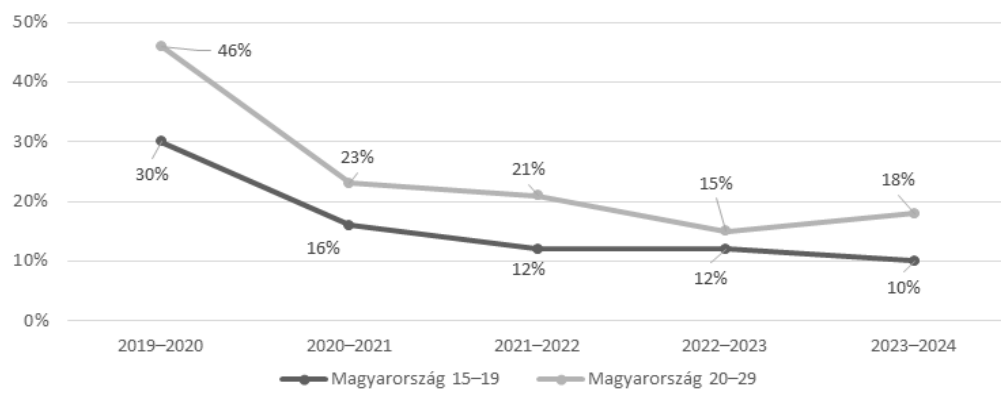
A klímaváltozás társadalmi megítélése Magyarországon

Az éghajlatváltozás korunk egyik legsürgetőbb globális kihívásává vált. A környezettudatosság népszerűsítése Magyarországon, hasonlóan más európai országok gyakorlatához, a regionális és helyi szinten is érezhető hatások miatt egyre nagyobb jelentőséggel bír (EIB, 2024). Tekintettel arra, hogy az éghajlatváltozás a környezeti, gazdasági és társadalmi szférákra egyaránt hatással van, a lakosság hozzáállásának és cselekvési hajlandóságának vizsgálata elengedhetetlen. Ezen elemzések segítenek feltárni a lakosság motivációit, a potenciális akadályokat, és a legmegfelelőbb beavatkozási pontokat a hatékony klímavédelmi intézkedések kidolgozásához. Ezen attitűdöket számos tényező befolyásolja, mint az életkor, az iskolai

végzettség, a média befolyása, a politikai tényezők, valamint a közvetlen társas környezet mind szerepet játszanak a fiatalok éghajlatvédelemmel kapcsolatos nézeteinek alakításában (Koessler et al., 2022; Murphy, 2019). Az ENSZ 13. fenntartható fejlődési célja kiemeli az összehangolt cselekvés fontosságát, ahol mind az egyéni, mind a kollektív erőfeszítések elengedhetetlenek (United Nations, 2022). Ho (2022), Fielding és Hornsey (2016), Zabkar és Hosta (2013) tanulmányaikban megállapították, hogy az említett attitűdök és a környezetvédelmi cselekvések között nincsen pozitív, egyenes irányú kapcsolat. Az egyének nehezen változtatnak mindennapi életükhöz tartozó szokásaikon (Ho, 2022; Fielding & Hornsey, 2016; Zabkar & Hosta, 2013), de az oktatás és a figyelemfelkeltés megoldást jelenthet ennek átívelésére (Choi et al., 2017).

A Z generáció klímaérzékenysége Magyarországon

A vizsgálatba bevont egyéneket digitális bennszülötteknek is szokás említeni, kik 1994 és 2010 között születtek. Az EIB „Climate Survey” (2019-2023) szerint a magyar fiatalok viszonylag magas fokú klímatudatosságot mutatnak, bár a prompt és nagyobb hírnévvel rendelkező gazdasági körülmények, valamint a globális válságok hatására a fiatalok korábban kialakított hozzáállása a klímaváltozáshoz változik. Az olyan jelentős események, mint a COVID-19 világjárvány és az orosz-ukrán háború jelentősen befolyásolták a közvéleményt, és gyakran visszaszorították az éghajlattal kapcsolatos aggodalmakat (EIB, 2020, 2021/a, 2022/a, 2023, 2024).



1.ábra: Klímaváltozás fontossága az 2019-2023-as intervallumon Magyarországon belül

Forrás: Saját szerkesztés az EIB (2020, 2021/a, 2022/a, 2023, 2024) adatai alapján

Ahogy az 1. ábrán is megfigyelhető, 2019-2024 közötti időszakban többnyire csökkent azoknak a 15-29 éves korcsoportba tartozó magyar személyeknek az aránya, kik az éghajlatváltozást kiemelt kérdésnek tartják, és 2023-2024-ben már csak 10-18%-ra esett vissza. Ezen trendnek kiváltó tényezői közé tartozhat az infláció, valamint az élelmiszer- és energiaárak emelkedése. 2024-ben azonban a fiatalabb korcsoport esetében növekvő tendenciát mutat ezen fontosság jelenléte. Pozitívumként említhető, hogy a klímaszkeptikusok aránya még mindig alacsony, csupán 3-6% közötti (Bogáromi et al., 2020; EIB, 2019).

Fiatalok klímatudatossága és cselekvési hajlandósága

A magyar Z generáció tagjai az éghajlatváltozás fontosságát újra egyre nagyobb prioritásként kezelik (EIB, 2024), azonban konkrét lépések megtételében akadályokba ütköznek.

Az 1. táblázat adatai szerint a fiatalok túlnyomó többsége, mintegy 86 százaléka úgy gondolja, saját bevállása szerint nagyobb aggodalmat érez a klímaváltozás miatt, mint amennyit a kormányzat mutat. Továbbá a többség úgy véli, hogy a kormány nem fordít elegendő figyelmet, míg a társadalom aktív szerepvállalásával kapcsolatban is a válaszadók kevesebb mint fele értett

egyét (EIB, 2022). A Deloitte és az UNICEF hazai kutatásai alapján különösen a magasabb iskolai végzettséggel rendelkező fiatalok körében erősödik az egyéni felelősségvállalás és elkötelezettség, ahol mintegy háromnegyede (Deloitte 14808 fő 44%-a, valamint az Unicef 2007 fő 45%-a) nyitott lenne arra, hogy lemondjon bizonyos kényelmi tényezőkről a környezet védelmének érdekében (UNICEF, 2022; Deloitte, 2022).

1. táblázat: Magyarországon élő Z generáció véleménye a klímaváltozáshoz való hozzáállásról

	Magyarország
Az adott egyént a saját kormányához képest jobban foglalkoztatja a klímaváltozás	86%
A kormány nem végez elég tevékenységet a klímaváltozás ellen	59%
A kormánynak kellene a legtöbb felelősséget vállalnia a környezetvédelemért	55%
A megkérdezett egyén és a társadalom is végez klímavédelmi tevékenységet	44%
A társadalomnak nehezebbé esik mindennapi szokásain változtatni	30%
A vállalatoknak kellene a legtöbb felelősséget viselnie a környezetvédelemért	21%

Forrás: Saját szerkesztés az EIB (2022), Pintye (2023) adatai alapján

A felmérés során a résztvevőket arra kértem, hogy jelöljék meg azokat a klímavédelmi intézkedéseket, amelyeket a leginkább hatékonynak tartanak a klímaváltozás mérséklése szempontjából. A 2. táblázat az egyes intézkedésekre adott válaszok gyakoriságát mutatja be a 16-22 éves és a 23-29 éves korcsoportok, valamint a klímaváltozást fontosnak tartó és a kevésbé fontosnak tartó csoportok szerinti bontásban. A táblázatban szereplő numerikus értékek azt jelzik, hogy az adott csoportból hányan tartják az adott intézkedést hatásosnak a klímaváltozás elleni küzdelemben. Fontos hangsúlyozni, hogy a "Klimaváltozástól eltérő tényezők" sorban szereplő értékek nem a klímavédelmi tevékenységek fontosságát, hanem a klímaváltozás más problémákhoz viszonyított prioritását tükrözik.

2. táblázat: Milyen eszközökkel lehetne a klímaváltozást csökkenteni?

Tényezők	Korosztály	Tegyük kötelezővé az összes repülőjárat szén-dioxid-kibocsátásának ellentételezését.	Csökkentsük a tejtermékek fogyasztását	Minden műanyag zacskót papírzacskóra cseréljünk le
Klimaváltozás	16-22	8 fő	4 fő	6 fő
	23-29	4 fő	2 fő	8 fő
Klimaváltozástól eltérő tényezők	16-22	42 fő	10 fő	46 fő
	23-29	20 fő	4 fő	24 fő

Forrás: Saját szerkesztés az EIB (2024) adatai alapján

A 2. táblázat által tartalmazott adatok alapján a megkérdezettek a klímaváltozás mérséklése érdekében különböző intézkedéseket tartanak hatékonynak. A fiatalabb (16–22 éves) korosztály a repülőjáratok által levegőbe kerülő szennyeződések kompenzációját (8 fő) és a tejtermékfogyasztás mérséklését (4 fő) részesítette előnyben. Emellett a 23–29 évesek a műanyag zacskók papíralapú alternatívákkal való helyettesítését (8 fő) tartották releváns megoldásnak a

klímavédelem szempontjából. Érdeemes megjegyezni, hogy a “Klímaváltozástól eltérő tényezők” csoportjában a magasabb értékek azt jelzik, hogy a megkérdezettek egy része más problémákat tart fontosabbnak a klímaváltozásnál, ami befolyásolhatja a klímavédelmi intézkedésekkel kapcsolatos preferenciáikat.

Klímatudatosság a cselekvés szintjén

A klímaváltozás elleni küzdelemben a tudatosság mellett a konkrét cselekvések is kulcsfontosságúak. A jelenlegi kutatás célja annak feltárása, hogy a Z generáció tagjai milyen klímavédelmi tevékenységeket folytatnak, illetve milyen ösztönzők motiválhatják őket a még aktívabb részvételre. A 3. táblázat a Z generáció fiatalabb (16-22 éves) és idősebb (23-29 éves) csoportjainak klímavédelmi cselekvéseit és a számukra legfontosabb ösztönzőket foglalja össze.

3. táblázat: A Z generáció klímavédelmi cselekvései és ösztönzői

Fiatalabb Z generáció cselekvései	- Ritkán vesznek igénybe repülő utazást - Figyelembe veszik a klímaváltozásnak a kérdését szavazásnál - A tömegközlekedés hatékonyságának növelése - Egy termék megvásárlásának vagy egy szolgáltatás igénybevételének megszüntetése
Idősebb Z generáció cselekvései	- Repülő helyett vonaton utaznak - Figyelembe veszi a klímaváltozásnak a kérdését szavazásnál - A tömegközlekedés hatékonyságának növelése - Egy termék megvásárlásának vagy egy szolgáltatás igénybevételének megszüntetése
Fiatalabb Z generáció ösztönzői	- Jobb újrahasznosítási rendszer kiépítése - Az elektromobilitás (pl. elektromos autók) használatának támogatása - A CO₂ kibocsátás szigorúbb büntetése
Idősebb Z generáció ösztönzői	- Jobb újrahasznosítási rendszer kiépítése - Az elektromobilitás (pl. elektromos autók) használatának támogatása - A CO₂ kibocsátás szigorúbb büntetése

Forrás: Saját szerkesztés az CEO (2020); EIB (2021/a, 2021/b, 2021/c, 2022/b, 2024), Pintye (2023)

A 3. táblázat adatai alapján megállapítható, hogy mindkét korcsoport aktívan részt vesz a klímavédelemben, bár a cselekvési formákban eltérések mutatkoznak. Mindkét csoportnál megfigyelhető a repülő utazások kerülése (a fiatalabbak ritkán vesznek igénybe, az idősebbek vonattal helyettesítik ezen utazási lehetőséget), a klímaváltozás szempontjainak figyelembevétele a szavazásnál, a tömegközlekedés hatékonyságának növelésére való törekvés, valamint a tudatos fogyasztás, amely a termékek és szolgáltatások igénybevételének megszüntetésében nyilvánul meg (CEO (2020); EIB (2021/a, 2021/b, 2021/c, 2022/b, 2024), Pintye (2023)).

Az ösztönzők tekintetében a két korcsoport hasonlóan vélekedik: mindkettő számára fontos a jobb újrahasznosítási rendszer kiépítése, az elektromobilitás támogatása és a CO₂ kibocsátás szigorúbb büntetése (EIB (2021/a, 2021/b, 2021/c, 2022/b, 2024)). Ez arra utal, hogy a Z generáció tagjai a rendszerszintű változásokban és a szigorúbb szabályozásban látják a klímavédelem hatékony eszközeit.

A táblázat adatai összességében azt mutatják, hogy a Z generáció tagjai tudatosan próbálnak tenni a klímaváltozás ellen, és modernizált ösztönzőkkel tovább motiválhatók a klímavédelmi erőfeszítések fokozására.

ANYAG ÉS MÓDSZER

A 2024 márciustól szeptemberig lefolytatott nem reprezentatív felmérés arra kereste a választ, hogyan viszonyul a Z generáció a klímaváltozáshoz, és milyen tényezők motiválhatják környezettudatos magatartásra. Az empirikus kutatás során kvantitatív módszert alkalmaztam, melynek keretében kérdőíves felmérést végeztem. A kérdőíves megközelítés mellett több okból is

döntöttem. Egyrészt, ez a módszer széles körben elterjedt és alkalmazott a társadalomtudományokban, másrészt, lehetővé teszi nagyszámú adat gyors és költséghatékony gyűjtését. Harmadrészt, a résztvevők számára is kevésbé megterhelő, mivel a kitöltés helye és ideje rugalmasan választható meg. A kérdőívet a Google Űrlap segítségével készítettem el, és online kérdőív kitöltő platformokon tettem elérhetővé. A mintát nem véletlenszerűen választottam, hanem a "hólabda" módszert alkalmaztam. Ennek lényege, hogy a kutatás elején meghatározott egyének a kérdőív kitöltése után további potenciális résztvevőket ajánlanak. A terjesztés fő csatornája a Facebook közösségi hálózat volt, emellett személyes ismerőseimet is felkértem a kérdőív továbbítására. Az online kérdőíves felmérésben kizárólag a Z generáció tagjai vehettek részt.

A kutatási kérdések megfogalmazásakor az EIB (2021–2022/a), a Magyar Természetvédők Szövetsége (2017), illetve a Rainforest Alliance (2021) publikációinak eredményei inspirálták. A kutatásban részt vevő 230 fős csoportot elsősorban közösségi platformok megosztásain keresztül értem el. A válaszadók véleményét egy hatfokozatú Likert-skálán mértem, amelynek célja volt, hogy kizárja a semleges álláspont lehetőségét. Az 1-6-ig terjedő skála során az 1-es „Egyáltalán nem értek egyet”; 2-es „Inkább nem értek egyet”; 3-as „Inkább nem értek egyet, mint egyetértek”, 4-es „Inkább egyetértek, mint nem értek egyet”; 5-ös „Inkább egyetértek”. illetve a 6-os „Teljes mértékben egyet értek választ jelölték. A vizsgálat fő fókuszában a környezeti kérdések egyéni, szubjektív megítélése, a klímaváltozással kapcsolatos szkeptikus attitűdök vizsgálata, valamint a motivációs tényezők elemzése állt.

4. táblázat: A primer kutatási kérdőív demográfiai adatai (N=230)

Változó	Kategóriák	Gyakoriság (fő)	Arány (%)
Korcsoport	16-20	75	0,33
	21-25	120	0,52
	26-30	35	0,15
Iskolai végzettség	Általános iskola 8. évfolyam	12	0,05
	Szaktunokázképző	5	0,02
	Érettségi	36	0,16
	Jelenleg egyetemista/főiskolás vagyok	114	0,50
	Egyetemi/főiskolai oklevél	61	0,27
	PhD fokozat	2	0,01
Régió	Dél-Alföld	25	0,11
	Észak-Alföld	100	0,43
	Észak-Magyarország	41	0,18
	Dél-Dunántúl	7	0,03
	Közép-Dunántúl	6	0,03
	Nyugat-Dunántúl	12	0,05
	Pest vármegye	39	0,17

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás által

A 4. táblázat a válaszadók demográfiai jellemzőit mutatja be, három változó mentén csoportosítva: korcsoport, iskolai végzettség és régió. A korcsoporti eloszlás alapján a minta legnagyobb részét (52%) a 21-25 éves korosztály teszi ki, míg a legkisebb arányban a 26-30 évesek (15%) képviseltetik magukat. Az iskolai végzettség tekintetében a minta jelentős része (50%) jelenleg egyetemista/főiskolás, míg a diplomával rendelkezők aránya 27%. A válaszadók regionális eloszlása változatos, de az Észak-Alföld kiemelkedik (43%), míg a Dél-Dunántúl (3%), és a Közép-Dunántúl (3%) alacsonyabb képviseléssel rendelkezik.

A kutatási kérdésem arra irányul, hogy: „Hogyan észlelik a klímaváltozást a Z-generáció tagjai, hogyan tesznek ellene és mivel lehetne őket több természetvédelmi cselekvésre ösztönözni?”.

Ez alapján a hozzá tartozó hipotézisek a következők:

H1: A Z generáció tagjai körében a legfiatalabb korcsoportban szignifikánsan alacsonyabb a klímaszkepticizmus aránya, mint az idősebb korcsoportba tartozók esetében.

H2: A Z generáció tagjai kisebb mértékben az egyéni fogyasztói szokásokat (pazarló fogyasztás, hulladéktermelés, energiafogyasztás) tartják az éghajlatváltozás fő okának, mint a gazdasági szektorokat (pl. pénzügyi szektor, turizmus) vagy a rendszerszintű problémákat (pl. oktatás hiánya).

H3: A környezet állapota befolyásolja a legnagyobb mértékben a Z-generációba tartozó egyéneket a klímavédelmi tevékenységük során.

H4: A Z generáció tagjainak környezetvédelmi cselekvésre ösztönzésében szignifikáns korcsoportfüggő különbségek mutatkoznak a módszerek típusai tekintetében. A 16-20 éveseknél a játékos/versenyalapú, a 21-25 éveseknél a cselekvésorientált és szociális/közösségi, míg a 26-30 éveseknél az információs/oktatási módszerek lehetnek a leghatékonyabbak.

Ezen hipotézisek elemzése érdekében főként keresztábra elemzést alkalmaztam, mivel kis, nem reprezentatív mintában szereplő értékeket elemeztem és több kiugró érték is megjelent a válaszok között. A különböző statisztikai elemzéseknek, mint az ANOVA és regressziós elemzés feltételei nem teljesültek, így nem alkalmazhattam eredményeim bemutatására.

EREDMÉNYEK

A klímaváltozással összefüggő attitűdök vizsgálata során fókuszba került a klímaszkepticizmus, mint releváns jelenség. A kérdőív kérdéseinek feltételével arra voltam először kíváncsi, hogy a különböző korcsoportokban milyen arányban van jelen a klímaváltozással kapcsolatos bizalmatlanság. 1-től 6-ig terjedő Likert skálát alkalmaztam a korábban leírt, számokhoz társított válaszlehetőségekkel. Klímaszkeptikusnak tekinthető, akik az 5 kérdésből 4 esetben a 6-os választ jelölték és maximum 1 kérdésnél az 5-öst. 5. táblázat az alábbi kérdésekre adott válaszokból fakadó eredményeket prezentálja: Mennyire értesz egyet az alábbi állításokkal? „Nincs szerepe az emberi tevékenységnek a természet romló állapotára.”; „Klimaváltozás mindig volt, nem tudom miért kell ekkora ügyet csinálni”; „Greta Thunberg nem egy fiatal klímaaktivista, csak egy médiában szerepelni akaró lány.”; „A fejlett országokban nincs szükség zéró gazdasági növekedés megvalósítására.”; „Nincs jelentősége a termékek életciklusát minél jobban meghosszabbítani azért, hogy minél kisebb új anyag- és energiaráfordítást teremtsünk”.

AZ EIB kutatásaiban (2020, 2021/a, 2022/a, 2023, 2024) kis, ám kimutatható mértékű klímaszkepticizmus jelenik meg, melyek inkább az idősebb korcsoportra jellemzőek. Az 5. táblázat az első hipotézisem igaz, vagy hamis voltát hivatott bemutatni, miszerint a Z generáció tagjai körében a legfiatalabb korcsoportban szignifikánsan alacsonyabb a klímaszkepticizmus aránya, mint az idősebb korcsoportba tartozók esetében.

Az 5. táblázat a klímaszkeptikus beállítottságú válaszadók korcsoportok szerinti megoszlását szemlélteti. Az eredmények azt mutatják, hogy a klímaszkepticizmus a 16-20 éves korosztályban

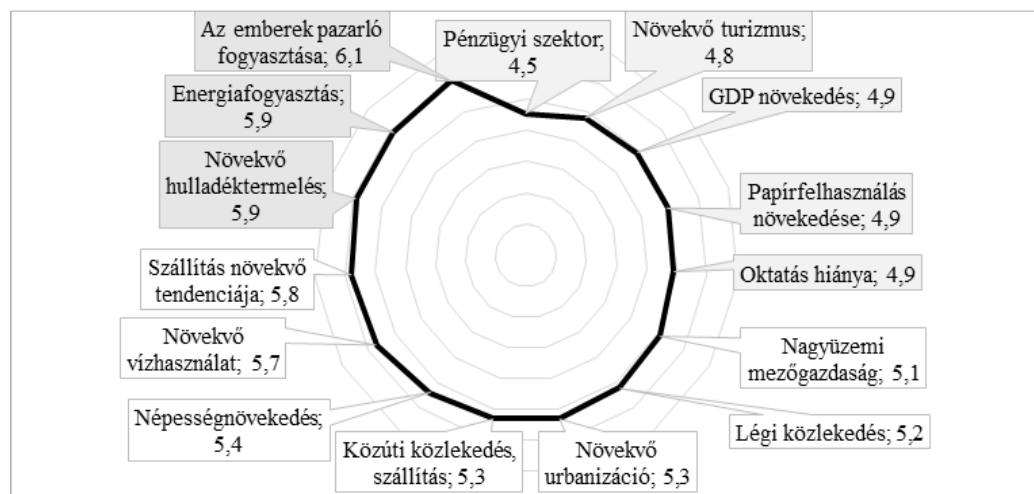
8%-os, míg a 21-25 évesek körében 6%-os arányban van jelen. Megfigyelhető, hogy 26-30 éves korosztályban pedig a vizsgált kritériumok alapján nem mutatható ki ezen szkepticizmus jelenléte. Másrészt, a vizsgált legidősebb korcsoport teljes hiánya a klímaszkeptikusok között felveti a kérdést, hogy ebben az életszakaszban milyen tényezők befolyásolhatják a klímaváltozással kapcsolatos véleményeket. Lehetséges, hogy az életkorral, a tapasztalatokkal, illetve a különböző generációk eltérő információs csatornáival összefüggésben változhat a klímaváltozáshoz való hozzáállásuk. Összefoglalva, el kellett, hogy vessem hipotézisem mivel nem a legfiatalabb korcsoport esetében a legkisebb a klímaszkeptikusság gyakorisága.

5. táblázat: Klímaszkeptikusok korcsoportonkénti eloszlása

Változó	Kategóriák	Gyakoriság (fő)	Arány az adott kategóriába tartozók között (%)
Korcsoport	16-20	6	8% (75 főből)
	21-25	7	5,8% (120 főből)
	26-30	0	0 (35 főből)

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás által (N=230)

Annak érdekében, hogy pontosabb képet kaphassak a vizsgált korosztály álláspontjáról, hogy kiket vagy miket tartanak felelősnek az éghajlatváltozásért, a 2. ábrán feltüntetett szektorokra vonatkoztatva tettem fel kérdéseket. A kérdések alapját ezen mondatrész jelentette: „Kérlek, válaszd ki, hogy a lentebb felsoroltak milyen mértékben felelősek az éghajlatváltozásért! (1: Egyáltalán nem felelős, 6: Kiemelkedően felelős)”. A feltevés, mellyel kapcsolatosan kívánom elvégezni számításaimat a következő: „A Z generáció tagjai kisebb mértékben az egyéni fogyasztói szokásokat (pazarló fogyasztás, hulladéktermelés, energiafogyasztás) tartják az éghajlatváltozás fő okának, mint a gazdasági szektorokat (pl. pénzügyi szektor, turizmus) vagy a rendszerszintű problémákat (pl. oktatás hiánya).” A Z generáció tagjai vállalati, akár kormányzati szinten vélik a klímaváltozásra való megoldást megtalálni (EIB, 2022).



2. ábra: Mik/ Kik felelősek az éghajlatváltozásért?

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás által (N=230)

Az elemzés során a már említett 6 fokozatú Likert-skála szolgált mérőeszközként, amelyen az 1-es érték a legalacsonyabb, a 6-os pedig a legmagasabb szintet jelentette. Több válaszra is adhattak maximális pontot a vizsgált egyének. A válaszadók többsége a növekvő

hulladéktermelést (131 fő), az emberek pazarló fogyasztását (103 fő), valamint az energiafogyasztást (100 fő) emelte ki, mint az éghajlatváltozás legfőbb kiváltó okait (2. ábra). Ezek alapján azt feltételezhetjük, hogy a Z generáció a jövőben várhatóan nagy hangsúlyt fektet majd a felesleges erőforrás-felhasználás és -előállítás csökkentésére. Érdeemes megjegyezni, hogy a legmagasabb értékeket az ábrán az egyéni fogyasztáshoz és életmódhoz kapcsolódó tényezők kapták, míg a pénzügyi szektor (4,5), a növekvő turizmus (4,8), és a GDP növekedés (4,9) alacsonyabban szerepelnek a rangsorban. Ez arra utalhat, hogy a fiatalok az egyéni felelősségvállalást hangsúlyozzák, miközben a gazdasági rendszerek és a pénzügyi szektor szerepét kevésbé tartják meghatározónak az éghajlatváltozás szempontjából.

Az elemzési folyamat során a következő hipotézisre vonatkozóan megkértem az alanyokat, hogy mondják el 1-től 6-ig terjedő skálán (1: Nem befolyásol; 6: Teljes mértékben befolyásol) milyen mértékben befolyásolják őket a környezetbarát tevékenységeik folytatásában a 3. ábrán feltüntetett aspektusok. A 6. táblázat a potenciális felelősök listáját tartalmazza, valamint az ő befolyásoló mértéküket a klímaváltozásra való attitűdre a Z-generáció véleménye alapján. A generációt három korcsoportra bontottam, valamint az 1-6-ig terjedő válaszlehetőségek alapján még részletesebben áttekinthetőek az eredmények. A korcsoportok és a felelősök metszete a válaszadók főben kifejezett számát jelöli, kik az adott lehetőségeket választották.

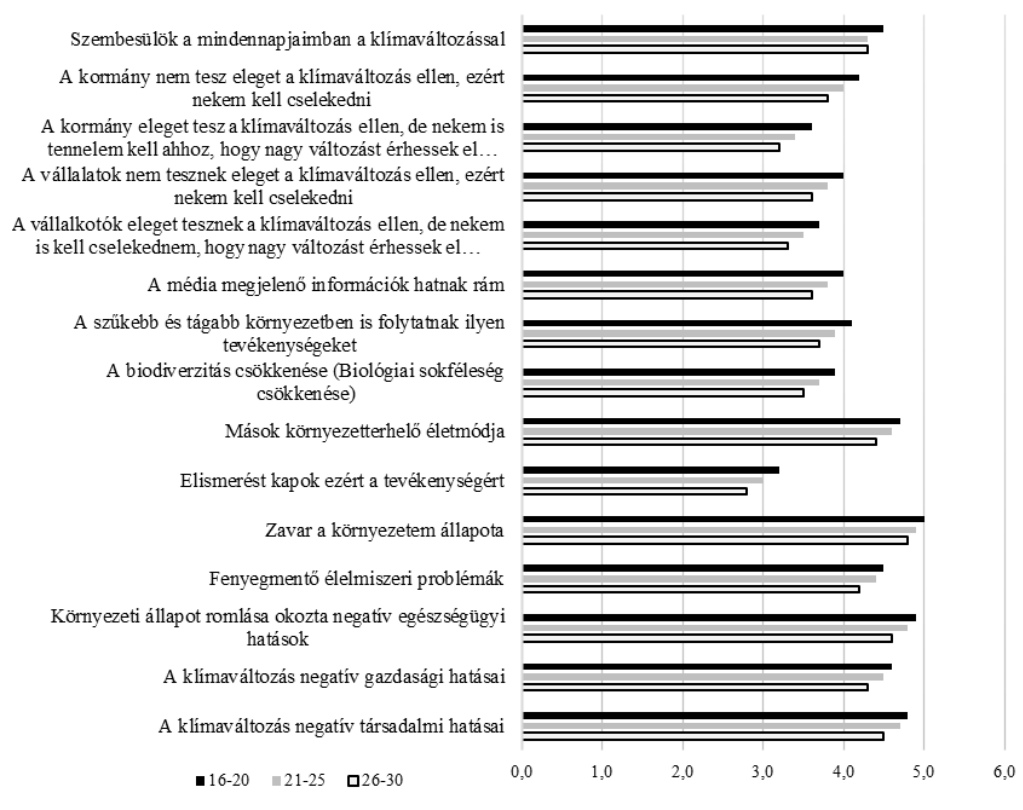
A hipotézis, melyen a vizsgálat alapszik a következő: „A környezet állapota befolyásolja a legnagyobb mértékben a Z-generációba tartozó egyéneket a klímavédelmi tevékenységük során.”. Ahogyan a 6. táblázat adatai is szemléltetik, hogy a 16 és 30 év közöttiek, érezhetően szembesülnek a klímaváltozás mindennapi hatásaival. A legalább két korcsoportban is relatíve legnagyobb befolyást mutató, 5-ös és 6-os értékkel jelölt válaszok alapján a kiemelt tényezők (vastagon szedve) a következők: „A kormány eleget tesz a klímaváltozás ellen, de nekem is tennem kell ahhoz, hogy nagy változást érhesünk el” és „Elismerést kapok ezért a tevékenységért”. Ezek a tényezők a jelzett korcsoportokban a klímavédelmi tevékenység motivációjának legfontosabb mozgatórugói. Ezzel szemben, a 21-25 éves korcsoportban úgy vélik, hogy a vállalkozók vagy nem tesznek eleget, vagy amennyiben igen, úgy érzik, hogy egyénileg is kell cselekedniük ahhoz, hogy nagy változást érhesünk el társadalmilag a klímavédelem érdekében. Emellett a médiában hallott információk is befolyásolják az egyének viselkedését és gondolkodását a klímaváltozással kapcsolatosan. A Z generáció tagjainak klímavédelmi elkötelezettségét a környezet állapota miatti aggodalom jelentősen befolyásolja, azonban a korcsoport-specifikus motivációk (mint a külső elismerés és a vállalati felelősségvállalás iránti igény) tovább árnyalják a képet, így a környezeti állapot önmagában nem tekinthető a kizárólagos vagy legnagyobb mértékben meghatározó tényezőnek. Ehelyett az egyéni felelősségvállalás és a specifikus motivációs tényezők együttesen formálják a Z generáció klímavédelmi aktivitását.

6. táblázat: Milyen mértékben és kik felelősek az éghajlatváltozáshoz való hozzáállásában a Z-generációnak (korcsoportonkénti megoszlásban)

Megállapítások	16-20						21-25						26-30					
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Szembesülök a mindennapjaimban a klímaváltozással.	11	16	22	18	6	2	29	19	26	32	10	4	3	0	8	13	1	2
A kormány nem tesz eleget a klímaváltozás ellen, ezért nekem kell cselekedni.	12	10	23	18	7	5	13	29	28	22	14	14	5	0	6	12	4	3
A kormány eleget tesz a klímaváltozás ellen, de nekem is tennem kell ahhoz, hogy nagy változást érhesünk el.	2	4	19	20	18	12	7	21	16	40	22	14	4	0	4	10	6	4
A vállalatok nem tesznek eleget a klímaváltozás ellen, ezért nekem kell cselekedni.	11	12	16	23	10	3	10	30	28	26	10	16	4	0	9	8	7	2
A vállalkozók eleget tesznek a klímaváltozás ellen, de nekem is kell cselekednem ahhoz, hogy nagy változást érhesünk el.	2	5	17	28	14	9	12	26	18	30	15	19	2	0	7	11	4	4
A média megjelenő információk hatnak rám.	12	11	11	18	11	12	13	19	24	31	17	16	3	0	7	6	3	5
A szűkebb és tágabb környezetemben is folytatnak ilyen tevékenységeket.	12	7	20	23	9	4	18	18	28	34	15	7	6	0	5	13	3	1
A biodiverzitás csökkenése. (Biológiai sokféleség csökkenése)	12	15	15	21	9	3	17	23	35	36	6	3	6	0	6	8	4	2
Mások környezetterhelő életmódja.	20	16	18	12	6	3	23	36	24	18	9	10	8	0	11	6	2	1
Elismerést kapok ezért a tevékenységért.	5	5	10	15	14	26	6	14	3	24	23	50	3	0	4	6	4	13
Zavar a környezetem állapota.	27	17	16	9	4	2	44	25	22	22	5	2	13	0	7	3	3	3
Fenyegető élelmezési problémák.	20	12	22	13	3	5	28	22	25	26	10	9	10	0	3	6	6	4
Környezeti állapot romlása okozta negatív egészségügyi hatások.	21	17	21	9	4	3	34	30	19	24	9	4	9	0	6	6	3	4
A klímaváltozás negatív gazdasági hatásai.	23	11	20	10	5	6	31	26	25	24	10	4	11	0	6	4	3	4
A klímaváltozás negatív társadalmi hatásai.	24	11	19	14	4	3	31	28	21	25	11	4	8	0	4	6	4	5

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás által

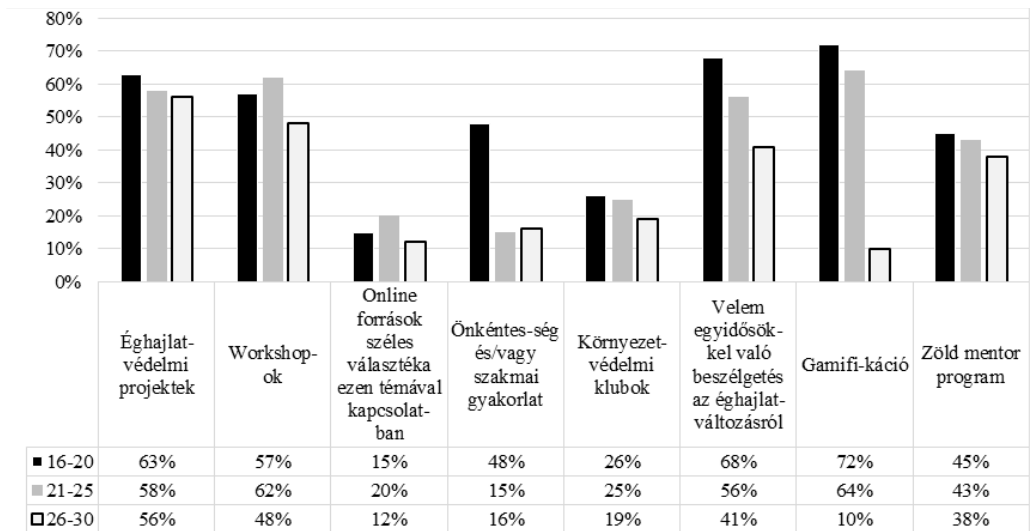
Az átlagok bemutatására szolgáló 3. ábra alapján a környezet állapota, a negatív egészségügyi- és társadalmi állapotok észlelése kiemelkedik a többi lehetőség közül, ami azt jelzi, hogy ezek az aggodalmak mindhárom korcsoport számára fontos ösztönző tényezők. Az átlagok bemutatására szolgáló 3. ábra alapján a környezet állapota, a negatív egészségügyi- és társadalmi állapotok észlelése kiemelkedik a többi lehetőség közül, ami azt jelzi, hogy ezek az aggodalmak mindhárom korcsoport számára fontos ösztönző tényezők. Konkrétan, a “Zavar a környezetem állapota” (16-20: 5,0; 21-25: 4,9; 26-30: 4,8) és a “Környezeti állapot romlása okozta negatív egészségügyi hatások” (16-20: 4,9; 21-25: 4,8; 26-30: 4,6) állítások kapták a legmagasabb átlagértékeket, ami a környezeti problémák személyes érintettségét és a lehetséges egészségügyi következmények miatti félelmet tükrözi. Ugyanakkor a “A klímaváltozás negatív társadalmi hatásai” (16-20: 4,8; 21-25: 4,7; 26-30: 4,5) is magas értékelést kapott, ami azt mutatja, hogy a Z generáció nem csak a közvetlen környezetére és egészségére, hanem a klímaváltozás tágabb társadalmi következményeire is felfigyel és hangsúlyt fektet. A Z generáció klímavédelmi tevékenységében a környezet állapota miatti aggodalom jelentős, de nem kizárólagos tényező, mivel az egyéni felelősségvállalás és a korcsoport-specifikus motivációk – mint a külső elismerés vagy a vállalati felelősségvállalás iránti igény – árnyalják a képet, így a környezeti állapot önmagában nem tekinthető a legnagyobb mértékben meghatározónak, így elvetem hipotézisemet.



3. ábra: Milyen mértékben befolyásolják az alábbi alternatívák a környezetbarát tevékenységeik folytatásában?

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás által

A kérdőív utolsó kérdéskörben azt kívántam felmérni és feltárni, hogy milyen konkrét egyéb ösztönzőkkel lehet a fiatalok érdeklődését felkelteni az éghajlatvédelem kapcsán. Ez alapján a hipotézisem a következő: „A Z generáció tagjainak környezetvédelmi cselekvésre ösztönzésében szignifikáns korcsoportfüggő különbségek mutatkoznak a módszerek típusai tekintetében. A 16-20 éveseknél a játékos/versenyalapú, a 21-25 éveseknél a cselekvésorientált és szociális/közösségi, míg a 26-30 éveseknél az információs/oktatási módszerek lehetnek a leghatékonyabbak.”. Ezen hipotézis felvetése abból fakad, hogy az interaktív és játékos formába öntött klímavédelmi tevékenységek hatékonyabban képesek felkelteni és fenntartani a fiatalabb generációk figyelmét a környezetvédelmi problémák iránt (Koessler et al., 2022). Ennek vizsgálatához 1-6-ig terjedő Likert skálát alkalmaztam, ahol az 1, az „Egyáltalán nem értek egyet” és a 6-os a „Teljes mértékben egyet értek” választ jelölték.



4. ábra: Mivel lehet ösztönözni a Z generációt a klímavédelemre?

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás által

A 16-20 éves kitöltők nagy aránya (4. ábra) mutatja, hogy a gamifikáció, az éghajlatvédelmi projektekben való részvétel, valamint a velük egyidősökkel való beszélgetés számukra a leginkább megfelelő eszköz a klímavédelem gyakoribb végzésére. A természetvédelemmel kapcsolatos önkéntesség és a kommunikáció is biztosítani képes számukra a további tevékenységekre való hajlandóságot. A 21-25 évesek körében a workshopok és a gamifikáció is buzdító hatással lehet. A workshopokon belül értendő például mikor régebbi saját tárgyakat a hulladékként való kezelés helyett közösen megjavítanak egy program keretén belül, ezzel nem szennyezve a környezetet. A gamifikációk játékos formában segítik a viselkedésváltozást és ösztönzőként boltokban beváltható pontokat kapnak. A vizsgálatban legidősebb korcsoport (26-30 évesek) a Zöld mentor program lehetőségét sem vetették el, mint lehetséges ösztönző faktort. A program keretein belül a fiatalok mentorálhatnak idősebbeket, vagy fordított mentorálás esetében segítenek a náluk fiatalabbaknak elsajátítani megfelelő tudást és eszközöket a klímaváltozás leküzdésével szemben. Ezen eredmények alapján a hipotézisemet megtartom.

ÖSSZEGZÉS

A korábban mellőzött ökológiai kérdések ismét előtérbe kerülnek a fiatalok körében, akik a jelenlegi globális kihívásokra keresnek megoldást. A világiárványnak, a fegyveres konfliktusoknak, a napi megélhetés megszerzési nehézségeinek, amelyek mind érzékelhetően

hátrább szorították a fiatalok érdeklődését a klímaváltozás iránt (EIB, 2024). Habár a környezetvédelem ma is sokak számára prioritás, a választásokban egyre inkább az egyéni impulzusok és a közvetlen társas környezet hatása érvényesül. A fiatalok nagy többsége a környezet védelme érdekében az egyéni felelősségvállalás fontosságát hangsúlyozza, ugyanakkor megfigyelhető, hogy más csoportok – mint például a politikai döntéshozók vagy a nagyvállalatok – iránti elvárásaik is erősödnek (EIB, 2022-2024). Ez azonban egyfajta felelősség áthárításához majd könnyen apátiához vezethet, hiszen, ha egyén úgy véli, hogy csak mások tehetnek valamit, saját cselekvési hajlandósága csökkenhet. Az egyes korcsoportok viszont eltérő motivációkkal rendelkeznek. Általában a 15–20 éves fiatalok hajlandóbbak komfortzónájuk elhagyására, míg a 21–29 évesek közt nagyobb igény mutatkozott konkrét ösztönzőre, például pénzügyi támogatásra. Azonban a teljes generáció számára fontos a hiteles információkhoz való hozzáférés, valamint azon közösségekhez való tartozás, ahol a cselekvés ugyanolyan valós jelentőséggel bír. A fiatalabb korcsoport számára különösen motiváló, ha lehetőségük van kortársaikkal őszinte beszélgetéseket folytatni a klímaváltozásról. Az ilyen beszélgetések nagyobb valószínűséggel eredményeznek közös cselekvést, például demonstrációk során való megjelenésre. A teljes mintában résztvevő egyének esetében visszatérő elvárás, hogy a legfontosabb az újrahasznosítás fejlesztése és a tömegközlekedés korszerűsítése és annak támogatása. Ugyanakkor egyértelműen kirajzolódik, hogy a legfontosabb hajtóerő a megbízható tudás megszerzése és továbbadása. A környezeti problémák mélyebb megértése, illetve a hiteles tájékoztatás hosszú távon kulcsfontosságú lehet a fenntartható magatartás kialakulásában. A kutatásom és korábbi eredmények rámutattak, hogy a fiatal generáció egyre ritkábban választja a repülést, a közösségi közlekedést részesíti előnyben, és a vásárlási döntéseiben is hangsúlyosan érvényesíti a környezetvédelmi szempontokat (CEO, 2020; EIB, 2019-2024). A lényegi kérdés változatlan: miként lehet a környezettudatosságot nem csupán elméleti szintű, hanem a mindennapok gyakorlatává tenni? Univerzális megoldás jelenleg nem létezik, ami azonban biztosan kijelenthető, hogy a változás nem kizárólag politikai vagy gazdasági eszközöktől függ. A rendszerszintű áttörést végső soron az egyéni döntések összessége alapozza meg.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A Z generációba tartozó fiatalokban megjelenik a motiváció a klímaváltozásban való aktív részvételre, azonban hiányos ismereteik visszavetik őket ennek folytatásában. A klímaszkepticizmus, mint társadalmi jelenség, hatással lehet a Z generáció gondolkodásmódjára, és csökkentheti az aktív cselekvésre való hajlandóságukat. Azonban a mindennapokban megjelenő vitatott témák között a fenntarthatóság kérdései egyre inkább napirendre kerülnek, és a tudatos fogyasztói magatartás a fiatalok körében is fokozott figyelmet kap. Az iskolai oktatás, a fenntarthatósággal kapcsolatos programok és a közösségi kezdeményezések kulcsfontosságúak ahhoz, hogy a jövő generációja képes legyen hatékonyan reagálni a klímaváltozás kihívásaira. Az általam elvégzett kutatás alapján azon következtetést tettem, hogy a cselekvési lehetőségek és a személyes felelősségvállalás mellett fontos lenne a politikai és gazdasági szektorok felelősségvállalásának növelése is. Az éghajlatvédelmi projekteken való részvétel, a workshopok, a hasonló korcsoportban lévő személyekkel folytatott kommunikáció, valamint a gamifikáció a megkérdezések alapján kiemelt jelentőséggel bírhat a klímaváltozással szembeni küzdelemben való helyes magatartás kialakításában. A kutatásom eredményei, bár betekintést engednek a fiatalok klímaváltozással kapcsolatos attitűdjébe, korlátozott mintán alapulnak. Éppen ezért a jövőben nagyobb mintavétellel érdemes lenne elvégezni a vizsgálatot, hogy a kapott következtetések által pontosabb képet kapjunk a Z generáció gondolkodásmódjáról.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Bogáromi, E., Hortay, O., & Pillók, P. (2020). A klímaváltozás szerepe a magyar lakosság jövőtől való félelmében. *REPLIKA*, 114, 157-169. DOI:10.32564/114.10
- Botár, A., Cselószki, T., Éger, Á., Farkas, I., Fekete, Zs., & Lajtmann, Cs. (2017). *A magyar lakosság klímaváltozási attitűdvizsgálata*. Magyar Természetvédők Szövetsége. https://mtvsz.hu/dynamic/energia_klima/klimavaltozas_attitud_tanulmany_vegso_pdf.pdf
- CEO. (2020). *BADANIE ŚWIADOMOŚCI MŁODZIEŻY I MŁODYCH DOROSŁYCH W POLSCE NA TEMAT ZMIANY KLIMATU [Survey on awareness of youth and young adults in Poland on climate change]*. <https://ekologia.ceo.org.pl/1planet4all/aktualnosci/badanie-swiadomosci-mlodziezy-i-mlodych-doroslych-w-polsce-na-temat-zmiany>
- Choi, Y.J., Oh, M., Kang, J., & Lutzenhiser, L. (2017). Plans and Living Practices for the Green Campus of Portland State University. *Sustainability* 9, 2, 252. DOI: <https://doi.org/10.3390/su9020252>
- Rainforest-alliance (2021). *Claims made by Climate Change Skeptics- an How to Respond*. <https://www.rainforest-alliance.org/everyday-actions/6-claims-made-by-climate-change-skeptics-and-how-to-respond/>
- Deloitte. (2022). *Deloitte Global 2022: Gen Z and Millennial Survey: Country profile*. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/at/Documents/human-capital/at-gen-z-millennial-survey-2022.pdf>
- Erhabor, N. I., & Don, J. U. (2016). Impact of Environmental Education on the Knowledge and Attitude of Students towards the Environment. *International Journal of Environmental & Science Education*, 11(12), 5367-5375. DOI:10.25073/0866-773X/68
- European Investment Bank. (2019). *2018-2019 EIB climate survey all data*. <https://www.eib.org/en/surveys/1st-climate-survey/citizens-climate-change-survey.htm>
- European Investment Bank. (2020). *2019-2020 EIB climate survey all data*. second-climate-survey-all-data.xlsx (live.com)
- European Investment Bank. (2021a). *2020-2021 EIB Climate Survey, part 1 of 3: Post-COVID-19: Europeans want a green recovery*. third-climate-survey-all-data.xlsx (live.com)
- European Investment Bank. (2021b). *2020-2021 EIB Climate Survey, part 2 of 3: What are you ready to give up to fight climate change?*. eib-third-climate-survey-results-all-countries.xlsx (live.com)
- European Investment Bank. (2021c). *2020-2021 EIB Climate Survey, part 3 of 3: What's the best way to fight climate change?*. eib-third-climate-survey-results-all-countries-part-3.xlsx (live.com)
- European Investment Bank. (2022a). *2021-2022 EIB Climate Survey, part 1 of 3: Reducing carbon emissions and tackling climate change*. eib-climate-survey-2021-2022-all-countries-results-pr1.xlsx (live.com)
- European Investment Bank. (2022b). *2021-2022 EIB Climate Survey, part 2 of 3: Shopping for a new car? Most Europeans say they will opt for hybrid or electric*. eib-climate-survey-2021-2022-all-countries-results-pr2.xlsx (live.com)
- European Investment Bank. (2022c). *2021-2022 EIB Climate Survey, part 3 of 3: The economic and social impact of the green transition*. eib-climate-survey-2021-2022-all-countries-results-pr3.xlsx (live.com)
- European Investment Bank. (2023). *2022-2023 EIB Climate Survey, part 1 of 2: Majority of Europeans say the war in Ukraine and high energy prices should accelerate the green transition*. eib-climate-survey-2022-2023-dataset.xls (live.com)
- European Investment Bank. (2024). *2023-2024 EIB Climate Survey, People in major industrialised nations support compensating low-income countries affected by climate change*. eib-climate-survey-2023-2024-dataset.xls (live.com)
- Fielding, K. S., & Hornsey, M. J. (2016). A social identity analysis of climate change and environmental attitudes and behaviors: Insights and opportunities. *Frontiers in psychology*, 7, 121. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00121>.
- Ho, D. T. K. (2022). A model of behavioral climate change education for higher educational institutions. *Environmental Advances*, 9, 100305. <https://doi.org/10.1016/j.envadv.2022.100305>

- Koessler, A. K., Vorlauffer, T., & Fiebelkorn, F. (2022). *Social norms and climate-friendly behavior of adolescents*. PloS one, 17(4). DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0266847>
- Lovelock, J. E. (1979). *Gaia: A New Look at Life on Earth*. Oxford University Press.
- Ma, R., & Guo, J. (2000). Zhongguo jumin zai huanjing yishi yu huanbao taidu fangmian de chengxiang chayi [China residents' differences in environmental consciousness and attitudes between cities and villagers]. *Shehui KeXue Yanjiu (Social Science Research)*, 1, 201-210.
- Murphy, L. (2019). *Future of humanity*. Amnesty International (Embargoed 10 DEC full data set of Future of Humanity survey for media.xlsx | Powered by Box
- Unicef. (2022). *Kutatás: Hogyan gondolkoznak a fiatalok a klímaváltozásról?*. <https://unicef.hu/igy-segitunk/hireink/a-magyar-fiatalok-90-szazaleka-szorong-a-klimavaltozas-miatt>
- United Nations. (2022. július 12.). *Take urgent action to combat climate change and its impacts*. The-Sustainable-Development-Goals-Report-2022.pdf (un.org)
- Zabkar, V., & Hosta, M. (2013). Willingness to act and environmentally conscious consumer behaviour: can prosocial status perceptions help overcome the gap?. *Consumer studies*. 37(3), 257-264. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2012.01134.x>
- Pintye Lili, Mirella (2023): Z generáció: a változás motorja, a megoldás kulcsa A Z generáció klíma attitűd vizsgálata. In: Szendrő, Péter, Tóth Zsuzsanna, Éva (2023): *MyBrand Centre For Excellence Kiválósági Mentorközpont 1. tanulmánykötet*, 313-346. oldal