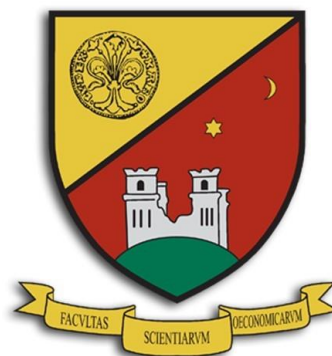


TDK-dolgozat

2024

Gazdaságtudományi Kar
Világ- és Regionális Gazdaságtan Intézet



Klímaszorongás és a greenwashing kapcsolata
The relationship between climate anxiety and greenwashing

Konzulens: Dr. Szép Tekla

Tóth Cintia Patrícia

Kézirat lezárása: 2024.11.25.

Tartalom

1. Bevezetés.....	4
2. Fenntartható fejlődési célok bemutatás.....	7
2.1. Minőségi oktatás fontossága.....	10
3. Klímaváltozás folyamata és annak következményei, hatásai és lehetséges elemzési keretrendszere	14
3.1. Klímaváltozás és ennek a következményei, hatásai és megközelítései	16
3.1.1. Klímaszorongás.....	18
3.1.2. Klímaszorongás hatása a vásárlási szokásokra.....	24
3.1.3. Tudatos vásárlás és a greenwashing kapcsolata	32
4. Greenwashing, azaz a zöldremosás.....	36
4.1. H&M és a mögötte rejlő greenwashing.....	38
5. Összefoglaló.....	40
6. Irodalomjegyzék	43
7. Mellékletek.....	46

1. Bevezetés

A témaválasztásomat nagyban befolyásolta az, hogy jelenleg mi zajlik körülöttem és mi az, ami leginkább hatással van a mindennapi életemre, társadalmunk életére. Első perctől kezdve tudtam, hogy a fenntartható fejlődési célokról, klímaváltozásról szeretnék írni és ezeknek a hatásairól. A Covid-19 világjárvány nem csak az életünkre, hanem az SDG célok megvalósítására is hatással volt, amely témában szerettem volna még mindennek a legelején, kicsit jobban elmélyülni. Érdekelt, hogy ezen célok elérésének érdekében mit tehetünk akár egyéni szinteken is, ugyanis úgy gondolom, hogy a változáshoz vezető út ezzel kezdődik.

Ekkor már egy kérdés is felmerült bennem ezzel kapcsolatban. Vajon hány éves kortól lehetne a fiatalokban kialakítani a tudatosság fontosságát? Ennek megválaszolására kerestem is néhány tanulmányt, hogy milyen felmérések készültek eddig, mennyire vannak a fiatalok annak tudatában, hogy milyen súlyos jelenleg a bolygónk helyzete. Arra is kíváncsi voltam, azon belül, hogy a minőségi oktatás mennyire fontos napjainkban, hogy vajon a fiatalok honnan szerzik meg a megfelelő és kellő tudást a környezetvédelemmel kapcsolatban.

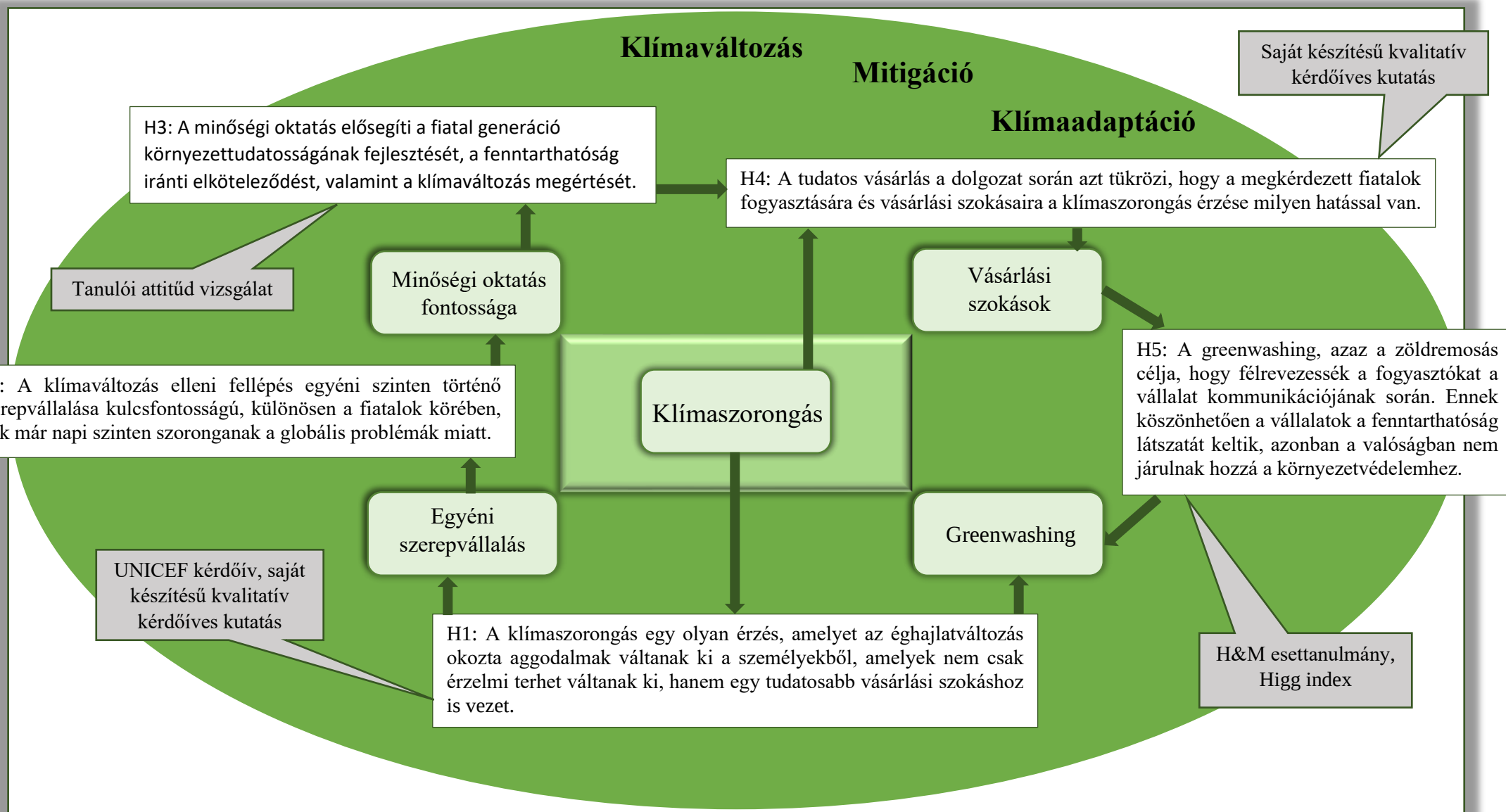
Mindezek után arra gondoltam, hogy maga a klímaváltozás folyamatát, annak következményeit és hatásait is megvizsgálom. A klímaváltozás folyamata, az üvegházhatású gázok kibocsátásának egyre növekvő tendenciája nem egy újdonság számunkra, hiszen ezzel már több évszázada foglalkoznak a szakértők. Kíváncsi voltam arra, hogy az adatok miért nőnek olyan rohamosan és hogy vajon mit tehetnének a nagyvállalatok ez ellen. Azt is megvizsgáltam, hogy mely országok bocsájtják ki a legtöbb szén-dioxidot és hogy vajon van-e olyan ország jelenleg, amelyik tud-e a jelenlegi adatok alapján csökkenést elérni.

A klímaváltozásnak a következményeiről is szerettem volna szót ejteni, hiszen az ezekkel való találkozás tudatosítja az emberben azt, hogy mennyire nagy a baj. Szerettem volna néhány megközelítést is megemlíteni a szakdolgozat során, hiszen ez tud adni egy pontosabb képet, hogy mi miért történik körülöttünk.

Miután ennyire elmélyültem ebben a témában, én magam is sokkal jobban elkezdtem aggódni, hiszen egy sokkal másabb képet alakítottam ki magamban, mint ami eddig volt. Ráeszméltem, hogy ez a féle aggodalom, aggódás, szorongás érzése a témával kapcsolatban, már egy létező dolog. Az úgynevezett klímaszorongást a világon nagyon sokan érzik a mindennapjaik során. Ekkor már nagyon kíváncsivá tett az emberi, érzelmi oldala is ennek a témának és érzésnek. A későbbiekben, legfőképp a fiatalok, a jövő nemzedékeinek a meglátásaira fókuszáltam, hiszen én magam is közéjük tartozom.

Amennyiben már az emberekben kialakul ez a klímaszorongás érzése, sokkal inkább élnek tudatosabban és ez szintén hatással van a vásárlási szokásainkra. Megfordult még egy kérdés ekkor a fejemben, hogy vajon a különböző vállalatok visszaélhetnek-e ezekkel az emberi érzelmekkel, úgymond kiszolgáltatottsággal, amivel rendelkezünk, ha ezt a témát említjük. Hiába kutattam és kerestem az interneten, könyvtárakban, hogy legalább bármilyen ehhez hasonló cikket vagy tanulmányt találjak, egyszerűen sehol nem volt semmi. Ebből következett az, hogy készítettem egy kvalitatív kutatást, melynek eredményei teljes mértékig alátámasztották a gondolataimat. Összesen 316 résztvevő volt, melyből 204 fő 13-25 év közötti, akiknek a válaszait feldolgoztam ebben a témában.

Ahogy egyre inkább haladtam a vége felé, ennek a kérdőívnek a segítségével, meg tudtam találni az összefüggést a tudatos vásárlás és a greenwashing, azaz a zöldre mosás kapcsolata között. A szakdolgozatom végét pedig egy greenwashing botrányral fejeztem be, ugyanis így egy valós esetet bemutatva, példaként tudott szolgálni a H&M esete, hogy mit is jelent pontosan a gyakorlatban a zöldre mosás.

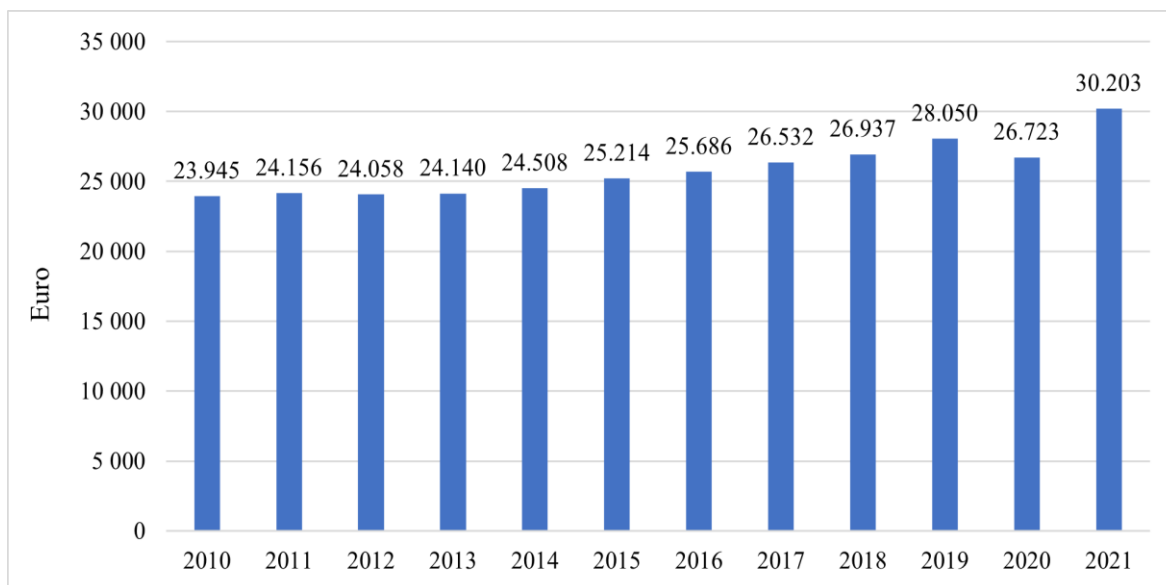


1. Ábra. A dolgozat logikai felépítése. Forrás: Saját készítés (2024).

2. Fenntartható fejlődési célok bemutatás

Fontos kiemelni, hogy milyen súlyos következményekkel járt a társadalom életére a Covid-19 világjárvány. Több millió ember életébe került ez, illetve mai napig nem tudnak az országok rendesen kilábalni ebből a helyzetből. Komoly pénzügyi és politikai problémák léptek fel és az adathiányok sem kedveztek, aminek köszönhetően reális adatokat látnánk vissza az adott országok helyzetéről. Rá kellett eszmélni, hogy az imént említettek miatt az SDG által meghatározott 17 célt, ebben a formában valószínűleg nem fogják tudni az országok időben teljesíteni. A tervezett időpontot 2030-ra tűzték ki, arra, hogy addigra már a terveket megvalósítják. Meg akarják erősíteni az egészségügyet, a szegénységi rátákat javítani, egyenlőséget hozni az életünkbe egy természetes és egészséges környezetben. Fontos pont az is, hogy tiszta energiát használjanak mindenhol a világon, nemi egyenlőséget alakítsanak ki az emberek számára. (United N. 2021)

A globális pandémia következményeként több millió ember került szegénységbe, hiszen rendkívül munkahelyet bezártak, elbocsátották az emberek nagy részét, ami csak rontott a helyzeten. Sok gyermek is hátrányos helyzetbe került, ugyanis az iskolák is nehezen tudták kezelni a problémákat. A családon belüli erőszakok száma is növekvő tendenciát mutattak, hiszen minden ember életét nehezítette a járvány okozta helyzet. (Európai P. 2021) Mindezek mellett mindenhol érzékelhetővé váltak a klímaváltozás okozta problémák, 1,2 °C-ra emelkedett a globális felmelegedés mértéke. A világjárvány komoly pénzügyi, gazdasági, politikai és társadalmi problémákat okozott, legfőképp a fejlődő országok esetében. (United N. 2021) A fenntarthatósági célokról szóló 2021-es jelentése, adatai alapján olyan becslésekkel találkozhatunk, amelyek alátámasztják a tényt, miszerint a világjárvány még erre is negatív hatással bírt. Ezek után ráébredtek az emberek, hogy itt az ideje sürgősen a közös és összehangolt munkának a közös érdekért cserébe. Ezt a jelentést az ENSZ Gazdasági és Szociális Minisztériuma készítette, összesen több mint 50 nemzetközi ügynökséggel együttműködve. A Covid-19 járvány szintén hatást gyakorolt az országok GDP-jére, amihez egy saját szerkesztésű táblázatot is készítettem. Láthatjuk, hogy a vizsgált időszakban, 2010-2020-ig hogyan alakult az európai uniós tagországok egy főre jutó GDP-je euróban kifejezve, évről évre. 2010-től egészen 2019-ig láthatjuk, hogy az átlagos éves GDP-je az országoknak folyamatosan növekszik, azonban a világjárvány bekövetkeztével egy nagyobb csökkenést figyelhetünk meg.



1. Ábra. Egy főre jutó GDP folyó áron, összes ország éves átlaga.

Forrás: Eurostat (2023) adatai alapján saját készítésű diagram.

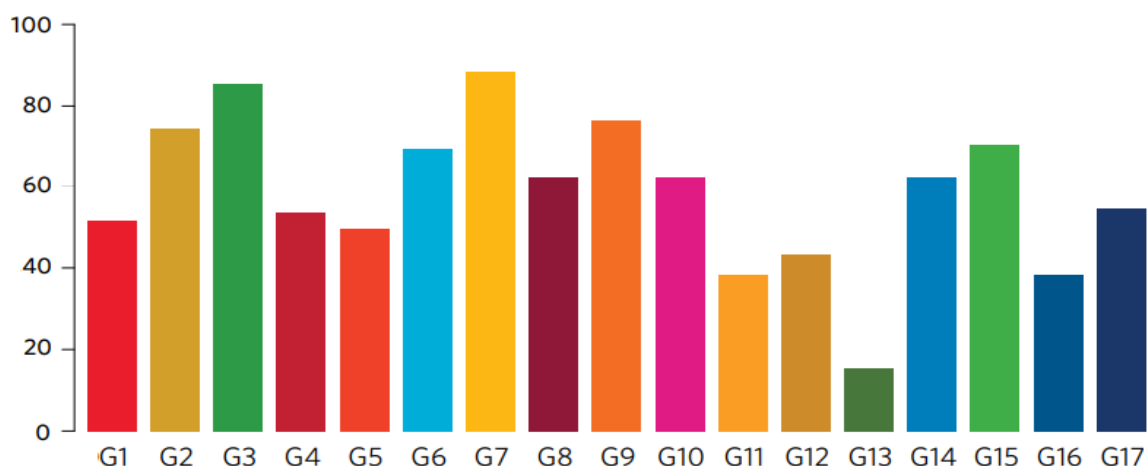
2020-ra egyre nagyobb szegénység köszöntött be a világon és emberek, családok milliói kerültek mélyszegénységbe, ahol már a létszükségletű javakhoz sem fértek hozzá. Ez hatással lett a gyermekek jólétére, tanulmányaikra.

A főbb üvegházhatású gázok koncentrációja folyamatos növekedést mutat még annak ellenére is, hogy 2020-ban a kijárási és egyéb más korlátozásoknak köszönhetően csökkentek az adatok. A csökkenés mértéke azonban nem volt annyira jelentős, hogy ez hosszabb távon tartós hatással legyen a trendekre. Ennek köszönhetően történt egy visszapattanás, ugyanis nem sikerült teljesen megfordítani vagy lelassítani a kibocsátások növekedését. (Európai K. Ü. 2020) A Great Reset egyik célja közé tartozik a főbb üvegházhatású gázok koncentrációjának csökkentése, a gazdasági rendszer átformálása, egyenlőtlenségek csökkentése, illetve az innováció ösztönzése is. Az előbb említettek is jó példa arra, hogy egyelőre nem sikerült elérni ezt a célt. (World E. F. 2020) A biodiverzitás, tehát a biológiai sokszínűség is csökkenni látszik, mégis a szárazföldi ökoszisztémák folyamatosan romlanak. Az egész világon percenként 1 millió műanyag palack kerül megvásárlásra, amit aztán nem használnak újra az emberek, illetve évente 5 trillió egyszer használatos műanyag zacskót dobnak ki az emberek. (Magyar T. A. 2021) A Covid-19 világjárvány tükrözte a világ társadalmi problémáit, mint például a rossz szociális védelmet, strukturális egyenlőtlenségeket, gyenge közegészségügyet és a nem megfelelő egészségügyi lefedettséget és nem utolsósorban az éghajlatváltozás okozta problémákat. Jó néhány kormány és magánszektor megmutatta a gyors reagálását a problémákra és figyelemreméltó megoldásokat és együttműködéseket figyelhettünk meg. 2020.

február 1. és december 31. között több mint 1600 új szociális védelmi intézkedést hoztak, hogy javítsanak a problémákon. (United N. 2021)

A járvány tökéletesen megmutatta a világ számára a fenntarthatósági fejlődések közötti összefüggéseket az egészségtől, jóléttől az éghajlat és ökoszisztémáig. Ezek után rájöttek, hogy milyen fontos ezeken javítani és pontosan min is kéne elsősorban javulást elérni. Amik felsorolásra kerültek, azok az egészségügy, oktatás, víz, köztisztaság és egyéb más szolgáltatások megerősítésre várakozik. Mindezek mellett a technológiába és innovációba, tiszta energiába és iparba való befektetések növelése is hangsúlyt kaptak. Mindenhol zöld gazdaságot akarnak kialakítani és a fenntartható élelmiszerrendszerekre szándékoznak áttérni. Ahogyan egyre tovább élünk a világjárvánnyal, úgy párhuzamosan tolódik a 2030-ra kitűzött fenntarthatósági célok megvalósításának ideje. (United N. I. S. 2022)

Az adathiány is ezzel egyidőben még fontosabb problémává vált, ugyanis a pontos adatok átlátása egy tökéletes eszköz lenne ahhoz, hogy a kijelölt célokat minél gyorsabban tudjuk elérni. Annak érdekében, hogy tartani tudjuk a 2030-as időt, új beruházásokat kell végrehajtani az adat- és infrastruktúrába, emberi kapacitásba. A statisztikai adatok zavara ellen sok NSO gyorsan alkalmazkodott. Új módszereket és eszközöket hoztak létre az adatfeldolgozás miatt és 2020 szeptemberre a nemzeti fejlesztési szervezetek 82% már részt vett ebben a féle adatgyűjtésben. Néhányuk innovatív módszerekkel, online felmérésekkel, valamint adminisztratív, hitelkártya és szkanner adatok használatával. Az adathiány korlátozza az országok azon képességeit, hogy a lakosságuk olyan szolgáltatásokkal, lehetőségekkel, választási lehetőségekkel éljenek, amelyek segítséggel vannak ahhoz, hogy teljes életet élhessenek. A fenntartható fejlődési célok mutatói alapján a gyermekekkel kapcsolatos adatok javarésze hiányos vagy nincs is megfelelő adat mennyiség ahhoz, hogy bármi féle előrelépés történhetne a globális célok 2030-ig történő eléréséhez. A globális fenntartható fejlődési célok mutatók adatbázisában megfigyelhető, hogy a 17 célból 5 esetében a 193 országnak kevesebb, mint a fele rendelkezik megfelelő adatokkal. Ez a hiány 13. cél (éghajlat-politika) esetében aggasztó, hiszen átlagosan csak minden hatodik ország rendelkezik adatokkal. Szintén fontos kiemelni azokat a további célokat is, amelyek adathiányosak, mint például az 5. cél (nemek közti egyenlőség), 11. cél (fenntartható városok és közösségek), 12. cél (felelős fogyasztás és termelés) és a 16. cél (béke, igazság és erős intézmények). Valószínűleg az is szerepet játszik az adathiányok esetében, hogy a személyes felméréseket és statisztikai szolgáltatásokat csökkentették a világjárvány miatti korlátozások miatt. (United N. 2021) (KSH) A következő ábrán láthatjuk, hogy az adott országok vagy területek milyen százalékban rendelkeznek kellő mennyiségű adattal egy adott cél esetében, százalékos arányban.



2. Ábra. Kellő mennyiségű rendelkezésre álló adatok, SDG célok esetén, százalékos arányban, 2020-as adatok alapján.

Forrás: United N. (2021): The Sustainable Development Goals Report.

A gazdasági felépülés már kezdetét is vette az Amerikai Egyesült Államok és Kína vezetésével, azonban nem tudják előre, hogy néhány ország mikorra is érheti el a felépülést a Covid-19 világjárvány miatt. (Világ G. 2022) Amennyi pénz szükséges lenne a járvány utáni felépüléshez, ahhoz képest sokkal kevesebbet kaptak fejlesztési segélyek néven 2020-ban. Ez az összeg 161 milliárd amerikai dollár volt. Szintén 2020-ban 132 ország és terület jelentette be a nemzeti statisztikai tervének megvalósítási folyamatát, de csak 84 ország kapott teljes finanszírozási támogatást. A 46 legkevesbé fejlett országok közül, ugyan ilyen alapokkal csak 4 országban kapták meg az általuk kalkulált összeget. Ez a 2030-ra kijelölt fenntartható fejlődési keretrendszer oszthatatlan és egyetemes, illetve egyaránt felszólítja a fejlett és fejlődő országokat a cselekvésre. Már az emberek is kezdenek ráébredni arra, hogy egyéni szinten is fontos cselekednünk, ideje véget vetni mindenkorra a szegénység minden formájának és a társadalmi egyenlőtlenségeket kezeljük. (United N. 2021)

2.1. Minőségi oktatás fontossága

Mint ahogyan már azt az elején is említettem, meglátásom szerint a minőségi oktatás fontos szerepet játszik abban, hogy minél hamarabb megértessük a fiatal generációval a környezettudatosság fontosságát és a klímaváltozás problémáit. Ehhez azonban a tanárok képzése és a tantárgyak másképpen való felépítése elengedhetetlen, ami már egy komplexebb feladat. A fenntarthatóság alapjára épülő pedagógia és maga a környezeti nevelés kapcsolatban állnak egymással. A környezeti nevelés gyakorlata és fogalma már évekkel ezelőtt kialakult, de ez csak apró lépésekkel válik a fenntartható pedagógiájának a részévé. Erre alapozva létrejött

1976-ban a tbiliszi nyilatkozat, amelyben rögzítették a környezeti nevelés célját, területeit, illetve módszereit. A cél nem más, mint az emberek felkészítése arra, hogy végre meg tudják érteni a természet komplexitását és hogy az országok ennek alapján alakítsák tevékenységüket, fejlesztési terveiket. Fontos, hogy ezek természetesen a környezeti körülményekre ne legyenek negatív hatással. A feladata ennek nem más, mint hogy megértessük az emberekkel azt a tényt, hogy a gazdasági, környezeti és nem utolsó sorban a politikai és társadalmi tényezők szoros kapcsolatban állnak egymással.

2000-ben kiadtak egy módosított kerettantervet az alap- és középfokú oktatási intézmények részére, annak érdekében, hogy a környezeti nevelési tartalmakat más és más tantárgyakba beleépítik a diákok számára. Ekkor jelenik meg hazánkban először a különböző tárgyak esetében a fenntarthatóság fejlődésről szóló fogalmak, illetve ennek a bemutatása. Ami viszont probléma, hogy egyáltalán nincs összhangban az óvodákban és az iskolákban folytatott környezeti nevelés. Szintén nagy gond, hogy a tanult ismereteket nem tudják a gyermekek elsajátítani és alkalmazni ezeket a gyakorlatban. Ezt fajta oktatási módszert nehezítik olyanok is, mint például maga az alapfogalmak pontatlansága és kuszasága. Még visszább megyünk az időben, egészen a kilencvenes évekig és jó néhány kutatás bebizonyította, hogy számos akadályt kell a pedagógusoknak leküzdenie, ha ezekről a témákról kell beszélniük a tanórákon. Az első akadály, hogy nehezen tudják a leadni szükséges terveket bele illeszteni a különböző tantárgyakba, tantervekbe. Még nagyobb akadályt jelent az, hogy maga a pedagógusok véleménye nem egészen egyezik a fenntarthatóság fontosságát illetően és még megfelelő továbbképzéseket sem biztosítanak számukra. A kutatásokban arra is fény derült, hogy mindösszesen csak egy-két elkötelezett pedagógus van egy oktatási intézményben és az ő segítségükkel próbálják megvalósítani a környezeti nevelést. Ezeket a diákoknak lehetősége van elsajátítani a természettudományi tanórákon, szakkörök keretein belül és néha adott táborokban is. Az óvodapedagógusok leginkább az udvaron és kisebb sétás programokon belül próbálják a kisgyermeket játékos módon fejleszteni. (Németh G. D. A. 2008) (Réti M., Varga A. 2008)

Egy tanulói attitűd vizsgálatot végeztek 2021-ben, ami során 212 általános iskolai diák, 70 egyetemi hallgató, 37 pedagógus és 191 szülő vett részt. A kérdőív lényege, hogy egy olyan statisztika táblát hozzanak létre, ami tükrözi a résztvevők környezettudatossági cselekedeteit százalékos arányban.

Kérdőív alapján készített tábla, a résztvevők környezettudatossági cselekedetei alapján, százalékos arányban, Magyarországon, 2021-ben.

1. táblázat

Tevékenységek		Válaszolók aránya (%)
1.	Szelektív hulladékgyűjtés. Újrahasznosítás.	38,5
2.	Nem szemetelünk, nem dobjuk el a szemetet.	31,7
3.	Energiatakarékosság.	22,4
4.	Szemétszedés.	11,7
5.	Faültetés, növényültetés.	11,2
6.	Kevesebb autó használat. Elektromos autó használata.	10,7
7.	Tudatos vásárlás. Kevesebb vásárlás.	9,3
8.	Kerékpár használata.	9,3
9.	Vásárláskor vászontáska használata.	8,8
10.	izzal való takarékoság.	8,3
11.	A villany tudatos használata.	6,8
12.	Természetvédelem. Óvjuk a természetet, a növényzetet!	5,4
13.	Komposztálás.	2,9
14.	Vízvédelem, a víz tisztaságának megóvása.	2,0
15.	Energiatakarékos LED izzók használata.	2,0
16.	Nem használunk műanyag zacskót.	1,5
17.	Környezetbarát tisztítószer használata.	1,0
18.	Fűtőkorszerűsítés.	1,0
Egyéb, sajátos válaszok		3,9
Nem válaszolt		3,4

Forrás: Bíró Gy., Sarusi E. (2021) Környezettudatosnak tartott tevékenységek.

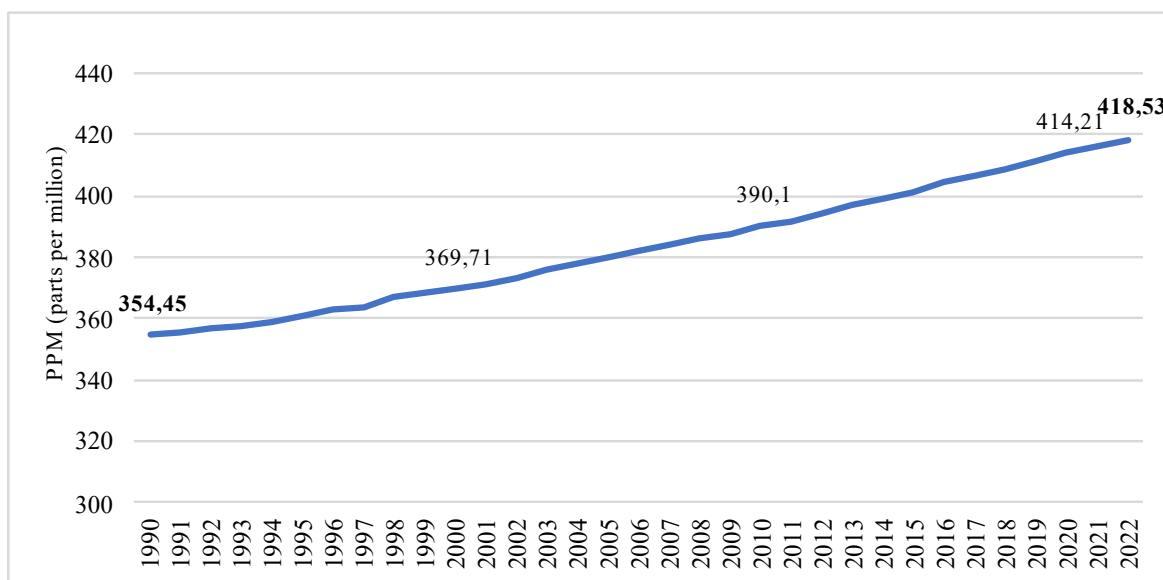
Azt is fontos megemlíteni a fent elhangzottak után, hogy az adott generációk mennyire befogadóak, ha a környezettudatos életmódváltásról van szó. A gyermekek sokkal nyitottabbak és fogékonyabbak is és sokkal lelkesebbek, mint az idősebb generációk. A különböző zöld kezdeményezéseken, ugyanis játékosan állnak egy kupak vagy éppen papírgyűjtéshez. A kisgyermekek lelkesedésének köszönhetően ezt a fajta mentalitást és hozzáállást a szülőknek is át adhatják az otthonukban. A következő generáció már az említett gyermekek szülei, akik nehezen állnak át egy teljesen más életmódvitelre. Valószínűleg ez a már megszokott és megrögzült szokásaik miatt van. Lelkesedésünk ugyan szemléletre méltó, viszont sok esetben

1-2 hét elteltével már alább hagy a lelkesedésük. Rájuk kifejezetten jellemző, hogy csak azért akarnak változtatni a szokásaikon, hogy gyermekeiknek és unokáiknak egy szebb jövő álljon majd rendelkezésre. A következő generáció pedig már a nagyszülőké. Az ő esetük eléggé szerteágazó, ugyanis három részre is osztható a viselkedési moráljuk. Az egyik kategóriába azok az idős emberek tartoznak, akik ódzkodnak az újdonságoktól és nincs is elég információjuk, tudásuk ahhoz, hogy képesek legyenek változást hozni környezettudatosság terén. Ez a kategória teszi ki az idős emberek legnagyobb részét. A második csoportba olyanok vannak, akik sokkal aktívabb szereplők, hiszen még korai nyugdíjasok inkább és sokkal több információval rendelkeznek a televíziónak és a rádiónak köszönhetően. Rájuk szintén jellemző az, mint a kisgyermekekre, hogy sokkal fogékonyabbak és lelkesebbek, ha szemétválogatásról vagy újdonságokról van szó. A legutolsó csoportban pedig a vidéki idős emberek tartoznak, akik tökéletes harmóniában élnek a környezettel és gazdálkodó életmódot folytatnak. Ennek hatása, hogy sokkal környezetkímélőbbek a földművelési szokásaik miatt, illetve kevesebbet vásárolnak és a már megvásárolt dobozokat szívesen hasznosítják újra. (Schafferné D. K. 2008).

3. Klímaváltozás folyamata és annak következményei, hatásai és lehetséges elemzési keretrendszere

„A klímaváltozás negatív hatásainak, és az ÜHG ebben játszott meghatározó szerepének felismerése arra ösztönzi az országokat, hogy nemzetközi kötelezettségeket vállalva, összehangoltan cselekedjenek.” (Állami Számvevőszék, 2019)

Akik a klímaváltozás témájában szakértők, megítélásaik szerint a klímaváltozásának legfőbb okozója az üvegházhatású gázok kibocsátása az elmúlt évtizedekben. „Az ÜHG-k elnyelik a Föld felszínéről a világűr felé irányuló infravörös sugárzás egy részét, majd az elnyelt energia egy részét a felszín irányába visszasugározzák, ami összességében az alsó légkör felmelegedéséhez vezet. Az ipari forradalom óta az emberiség fosszilis tüzelőanyag felhasználása és a fokozódó mezőgazdasági termelés folyamatosan növelte a hosszú légköri tartózkodási idejű ÜHG-k kibocsátását. A szén-dioxid átlagos koncentrációja a Földön az elmúlt mintegy 150 év során 280 ppm-ről 2018-ra 408 ppm-re emelkedett.” (NOAA, 2019). A 2023-as NOAA Global Monitoring Lab éves jelentésében olvashatjuk, hogy a globális légköri szén-dioxid 2022-re egy újabb rekordot ért el a 418,53 ppm-el, amelyet az alábbi táblázatban láthatunk.



3. Ábra. Globális szén-dioxid koncentráció, 1990-2022 között, éves átlagadatokban.

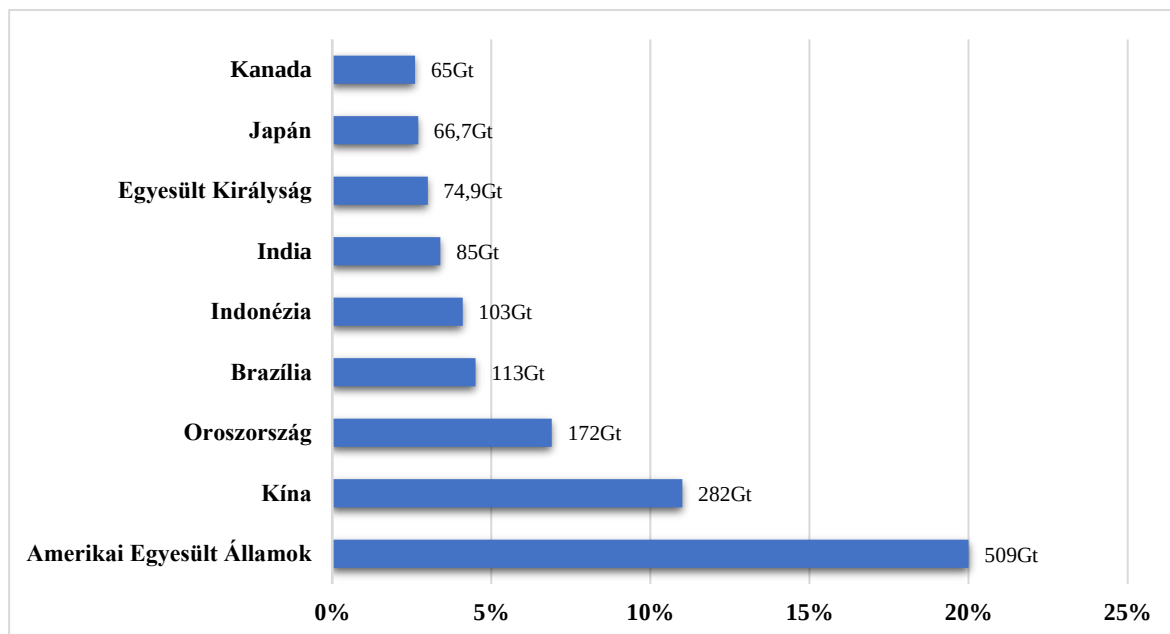
Forrás: NOAA (2023) adatai alapján saját készítésű diagram.

1990-től megfigyelhető, hogy évről évre emelkedik a föld szén-dioxid koncentrációja és az is látható, hogy az elmúlt 42 évben 354,45 ppm-ről 418,53 ppm-re emelkedett, ami 35,92 ppm-et jelent.

Ahogy azt már a fentiekben is említettem, ez a bizonyos szén-dioxid koncentráció növekedése főként a fosszilis tüzelőanyagoknak köszönhető, amelyet az emberek energiaként égetnek el. A fosszilis tüzelőanyagokban megtalálható a szén és az olaj is, ezek pedig már olyan mértékeket öltenek, hogy 1960-ról 2022-re a globális szén-dioxid költségvetés szerint az évi 11 milliárd tonnából évi 36,6 milliárd tonna lett. (NOAA, 2023). Ezt azonban az úgynevezett természetes nyelők valamilyen mértékben tudják csökkenteni. A szárazföldi ökoszisztémák és az óceánok a legnagyobb természetes szén-dioxid nyelők. A szakértők elmondása szerint ezek a természetes nyelők képesek az éves mennyiség közel felét is elnyelni, ezek pedig mind az óceánban, mind a szárazföldön megtalálhatóak. Hiába képesek ezek nagy mértékben eltávolítani a szén-dioxidot a légkörből, mégis mi egyre több szén-dioxidot juttatunk a levegőbe és emiatt látunk folyamatosan növekvő tendenciát az adatainkban.

Ezután megint visszatérnék kicsit a szén-dioxid koncentrációjához, hogy választ adjak arra a kérdésre is, hogy miért is emelkedik ilyen gyorsan a koncentráció. Erre a válasz nagyon is egyszerű, hiszen minél többet bocsátunk ki évről évre annál, mint amit a természetes folyamatok el tudnának távolítani a levegőből, annál gyorsabban fog a légkör szén-dioxid koncentrációja is növekedni. Fontos hangsúlyozni, hogy a szén-dioxid a földünk legfontosabb üvegházhatású gáza, amely azt a hőt nyeli el, ami a föld felszínéről sugárzik ki és azt minden irányba visszaengedik. Azzal, hogy folyamatosan egyre többet és többet bocsátunk ki a légkörbe, úgy mond túltöltjük az üvegházhatást és ezzel generáljuk a globális hőmérséklet emelkedését.

1850-től egészen a napjainkig a legtöbb szén-dioxidot az Amerikai Egyesült Államok bocsátotta ki, ők tesznek ki összesen 20%-ot, 509 gigatonnával. Kína foglalja el a második helyet a 282 gigatonnával, mely 11%-nak felel meg. Oroszország követi őket 172 gigatonnával (6,9%), aztán az ez utáni országok már csak 5% alatti kibocsátással rendelkeznek. Brazília 113 gigatonna (4,5%), majd Indonézia 103 gigatonna (4,1%). A második számú ábrán ábrázoltam, hogy néhány más országnak mennyi az éves szén-dioxid kibocsátása és hogy ez mennyit is tesz ki a Föld összes kibocsátásából. Ez az ábra 2021-es adatok alapján készült és sajnos a kutatók azt állítják, hogy a számok csak növekedni fognak, mellyel tovább károsítjuk a saját magunk élőhelyét, nem gondolva arra, hogy később még rosszabb helyzetben kell majd élnünk.



4. Ábra. Első 10 ország, mely a legtöbb éves szén-dioxid kibocsátással rendelkezik 2021-ben a Földön, százalékos megoszlással.

Forrás: Portfólió (2021) adatai alapján saját készítésű diagram.

"Közvetlen kapcsolat van a légkörbe 1850 óta kibocsátott 2500 milliárd tonna szén-dioxid és a már most tapasztalt 1,2 Celsius-fokos felmelegedés között. Új elemzésünk fontos fénybe helyezi a bolygónk felmelegedéseért leginkább felelős embereket és nemzeteket. Nem lehet figyelmen kívül hagyni az erdőirtásból és a földhasználat megváltozásából származó szén-dioxidot, mivel az az 1850 óta kibocsátott teljes mennyiség mintegy egy harmadát teszi ki." (Simon Evans, Carbon Brief elemzője, 2021).

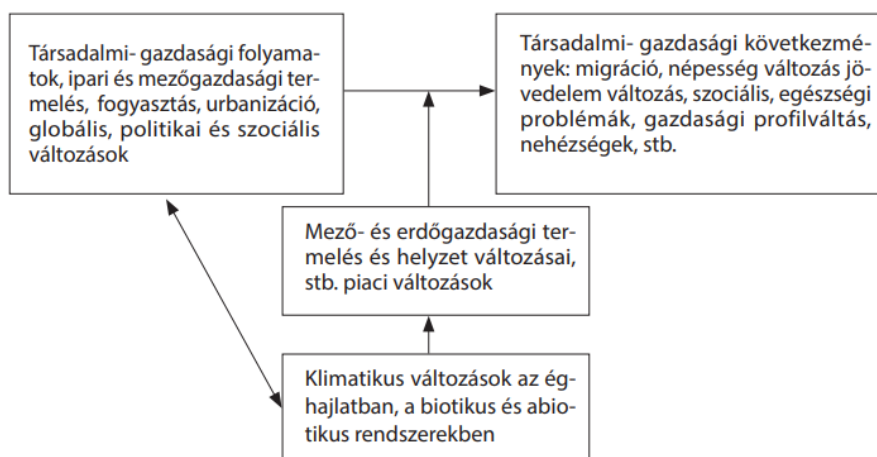
Amit fontos kiemelni, hogy a civilizációs eredetű üvegházhatási gázok kibocsátásának a nagy része az energiatermelés, ipar, mezőgazdaság és nem utolsósorban a közlekedés. Maga ezeknek a gázoknak a kibocsátásának az ágazati eloszlásai nagyban függenek az adott országok gazdasági szerkezetétől.

3.1. Klímaváltozás és ennek a következményei, hatásai és megközelítései

Mára már elértük azt a pontot, hogy az emberek cselekedni akarnak a klímaváltozás ellen, de sajnos az ismereteik és felkészültségeik az ilyen változásokra nem elegendő. Az is csak még inkább nehezíti a helyzetet, hogy az ellentétes gazdasági és politikai érdekek miatt nem lehet megfelelő mértékű erőforrást nyújtani a problémák kezelésére. Minden országnak meg van a saját maga állam általi ingerküszöbe, amelyet befolyásol a sajátos és eltérő kultúrája. Bardsley és Edward-Jones 2007-ben megállapították, hogy a bürokratikus, korrupt elveken működő

országok kevésbé érzik szükségét annak, hogy a problémákat megoldják, hiába az intő jelek megléte. (Gazdaság T. 2014). Azt is kijelenthetjük, hogy az országok sokkal szívesen cselekednek azzal a feltétellel, hogy ha idővel abból valamilyen anyagi előny származhat, azonban végképp nem akarnak semmit sem csinálni, ha az adott cselekedet veszélyeztetheti a gazdasági érdekeit.

Amennyiben arra vagyunk kíváncsiak, hogy a klímaváltozásnak milyen emberi, társadalmi hatásai lehetnek, kiemelhetjük és felfoghatjuk úgy is, mint a környezet és a gazdaság, illetve a társadalom dinamikus kölcsönhatását. Ez az összefüggés már régóta létezik, de mivel dinamikusságról is szó van, ezért érzékelhetjük, hogy jócskán több intő jellel és természeti katasztrófával találkozhatunk, melynek nagyrésze az emberi tevékenységek miatt következnek be. Az alábbi ábrán láthatjuk a klímaváltozás gazdasági és társadalmi hatását egy úgynevezett modell-folyamatként.



5. Ábra. A klimatikus változások és a társadalmi – gazdasági folyamat.

Forrás: Gazdaság T. (2014) Klímaváltozás és társadalmi változás.

A klimatikus változásokról elmondható, hogy mint közvetlen, mind közvetett módon hatást gyakorol a társadalomra és a gazdaságra, amely szintén visszahat az éghajlat alakulására.

A gazdasági megközelítés egy nagyon érdekes része ennek a témának. Pappis 2011-ben kiadott egy olyan elemzést, melyben arról esik szó, hogy a vállalatok hogyan reagáltak a globális felmelegedéssel kapcsolatos problémákra, illetve, hogy ezzel kapcsolatban az adott országok milyen gazdaságpolitikai tervet eszeltek ki. Ki kell hangsúlyozni azonban azt, hogy a gazdasági növekedéshez, klimatikus változásokhoz, hogy ha alkalmazkodni szeretnénk és változások akarunk elérni, akkor ez a kettő sok esetben ellentmondást vonz magával. Rengeteg költségeket kell a klimatikus hatások leküzdésére és sokszor ennél az esetnél a legnehezebb az a döntés, hogy hogyan használjuk fel az adott pénzüsségeket. Amit Kelly C. de Bruin és Rob

Dellink 2011-ben javasolt, az nem más, mint az, hogy rugalmas költségfelhasználást kövessenek, ugyanis ezzel fognak tudni válaszolni a kihívásokra, még akkor is, ha valamilyen nem várt esemény kopogtatna be. Kettő különböző iskolát tudunk megkülönböztetni a szakirodalom alapján, melyek alapján vizsgálhatjuk a klimatikus hatásoknak a gazdasági hatásait. Az első ilyen nem más, mint a fentről-lefelé történő megközelítés. Ennek értelmében az lenne a lényeg, hogy maga az állam központi cselekvései révén akarja csökkenteni azokat a hatásokat, amelyek a felmelegedéssel állnak összefüggésben. A másik ilyen megközelítés, pedig ennek az ellenkezője, tehát lentől-felfelé való megközelítésről beszélhetünk. Ezt úgy értelmezhetjük, hogy a változásoknak a fizikai hatásait adott helyeken vizsgáljuk, elemezzük és ennek megfelelően kezdődnek el az összefüggések keresése, megoldása, amiket csökkenteni tudunk a különböző gazdasági beavatkozásokkal.

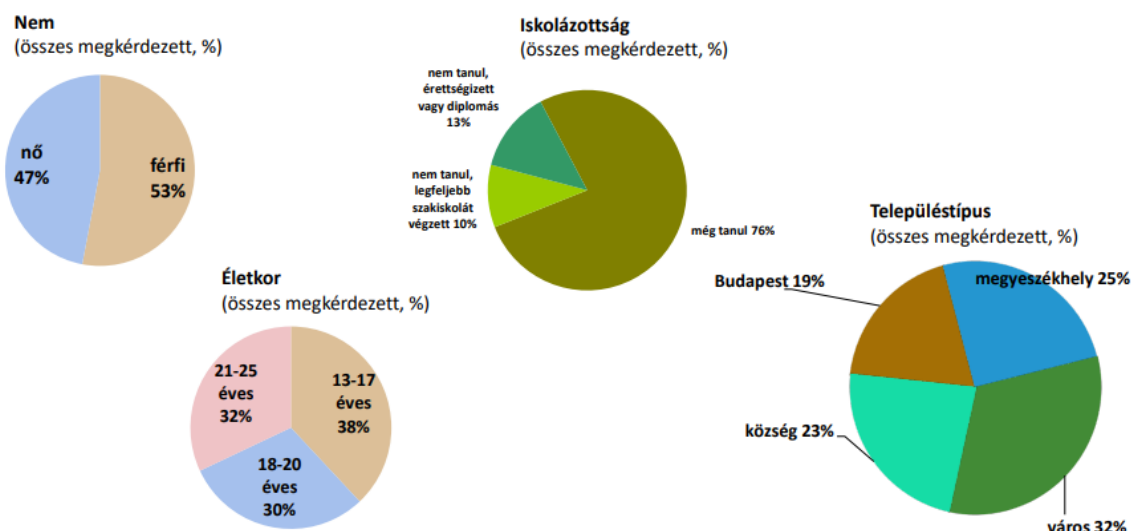
A társadalom szintű megközelítés esetében elmondható, hogy az emberek sajnos nagyon nagy tudatlansággal, bizonytalansággal és mindezek mellett szkepticizmussal állnak a klímaváltozásokkal kapcsolatos problémákhoz. Kettő variációt sorolhatunk ehhez a megközelítéshez, az egyik pedig azzal kapcsolatos, hogy az intenzitása a klimatikus hatásoknak milyen hatással vannak az emberek életében. A másik esetben, pedig arról van szó, hogy maga a népesség mennyire kitett a hatásoknak.

3.1.1. Klímaszorongás

Egészen eddig nagyon sok alkalommal említettem felületesen azt, hogy a társadalmunk, hogyan reagál és kezeli a klímaváltozással kapcsolatos problémákat. Maga a klímaszorongás egy olyan jelenség napjainkban, amely magába foglalja az emberek szorongását, amit a környezeti fenyegetettség miatt éreznek. Ez a pszichológiai reakció nem csak társadalmi, hanem egyéni szinten is értelmezhető, illetve ennek kialakulását számos tényező befolyásolhatja. A klímaszorongás egy nagyon komplex jelenség, amit az adott egyének és közösségek pszichológiai reakcióit tükrözi a már említett fenyegetettségekre, amiket az éghajlatváltozás okoz.

A Public Research az UNICEF Magyarország megbízásából készített egy reprezentatív felmérést 2022 nyarán, amely során 13-25 éveseket kérdezték meg arról Magyarországon, hogy hogyan élik meg a mindennapokban a klímaváltozással kapcsolatos problémákat. A megkérdezettek túlnyomó részét napi szinten foglalkoztatják a klímaváltozás kérdései, illetve ami nagyon meglepő, hogy a 90 százalékuk konkrét szorongást él meg ezzel kapcsolatban. Összességében nézve ez egy nagyon érdekes és tanulságos kutatás volt, ugyanis láthatjuk

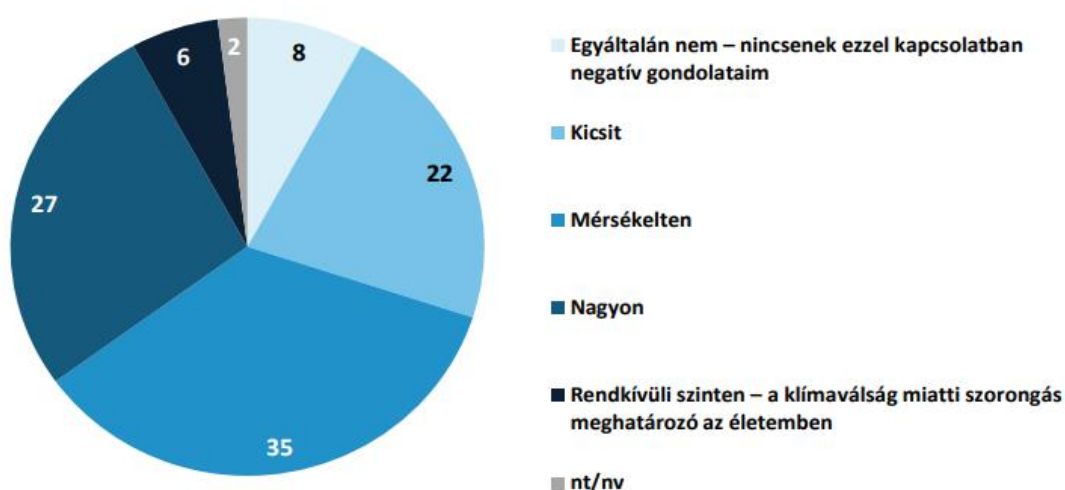
belőle, hogy ennek a generációnak a tagjaira milyen hatással vannak a változások mentálisan, illetve, hogy hogyan gondolkodnak a fiatalok erről a témáról. (Unicef, 2022).



6. Ábra. Online kérdőív kutatás 2022-ben Magyarországon a 18-25 éves fiatalok körében, klímaszorongással kapcsolatban.

Forrás: Publicus R. (2022) UNICEF Online Kérdőíves Adatfelvétel.

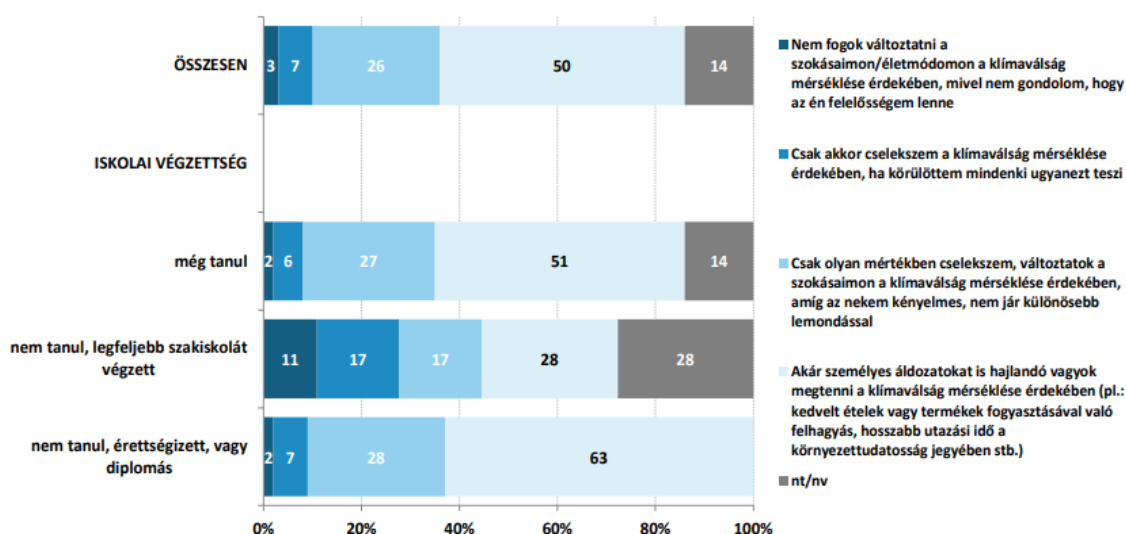
A bevezetés után el szeretnék mélyülni kicsit a számokban is, hogy még jobban érzékelni tudjuk a felmérés által létrejött megdöbbentő eredményeket. A már említett 90 százalékának a 33 százaléka nem csak általánosságban érez szorongást, hanem konkrétan kijelentették, hogy erőteljesen szoronganak.



7. Ábra. 2022-ben a magyarországi 18-25 éves fiatalok érzései a klímaváltozással kapcsolatban.

Forrás: Publicus R. (2022) UNICEF Online Kérdőíves Adatfelvétel.

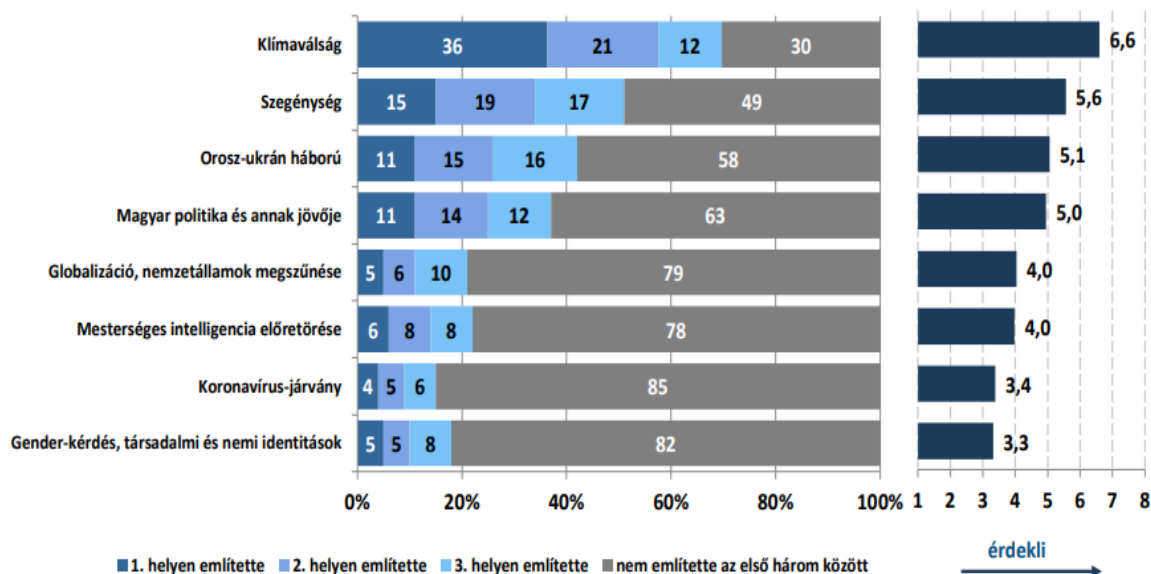
60 százalékuk rendszeresen, 15 százalékuk napi szinten foglalkozik a klímaváltozással kapcsolatos változásokkal és a háromnegyedük még a saját kényelmüket is hajlandóak lennének feláldozni a fenntarthatóság érdekében.



8. Ábra. 2022-ben a magyarországi 18-25 éves fiatalok hajlandósága a változtatásra a klímaváltozás érdekében, iskolázottság alapján.

Forrás: Publicus R. (2022) UNICEF Online Kérdőíves Adatfelvétel.

Az összes megkérdezett fiatal 35 százalékának az elmondása szerint jelenleg a klímaváltozás a legfontosabb kérdés, 20 százalékuk szerint pedig ez a második legfontosabb. Meglátásaik alapján ez még annál is súlyosabb probléma, mint a jelenleg is zajló ukrajnai háború vagy a szegénység.

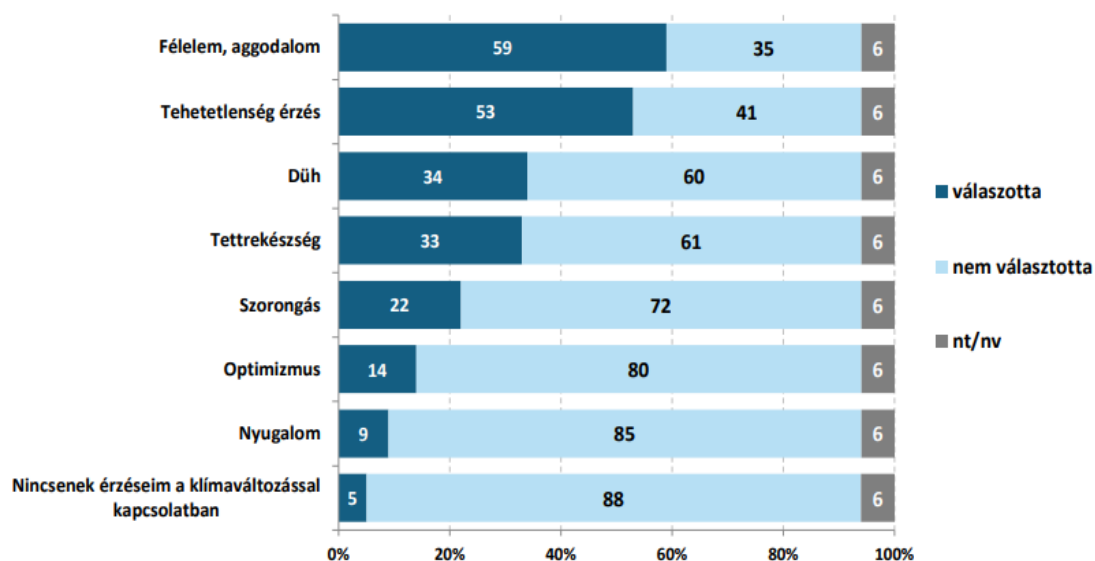


9. Ábra. 2022-ben a magyarországi 18-25 éves fiatalok szerinti sorrend a jelenlegi problémák terén.

Forrás: Publicus R. (2022) UNICEF Online Kérdőíves Adatfelvétel.

A Publicus felmérésében látható, hogy ez a téma inkább a képzettebb fiatalokat foglalkoztatja leginkább, hiszen az 50 százalékuk ezt említette első helyen. Azok, akik nem tanulnak vagy legfeljebb szakiskolát végeztek, azoknak a 11 százaléka tartja ezt a témát a legfontosabbnak. A kutatók azonban ezen meg sem lepődtek, hiszen már azt egyszer megállapították a nemzetközi adatokból, hogy a képzettség és a társadalmi státusz nagyban befolyásolja a klímatudatosságot. Ami szintén egy nagyon érdekes tény, hogy a magyarországi fiatalok tanulmányaiktól és szociális háttérüktől függetlenül, szinte mindannyian elfogadják a klímaváltozás tényét, közel aligha 1 százalékuk szkeptikus ezzel kapcsolatban. (Unicef, 2022).

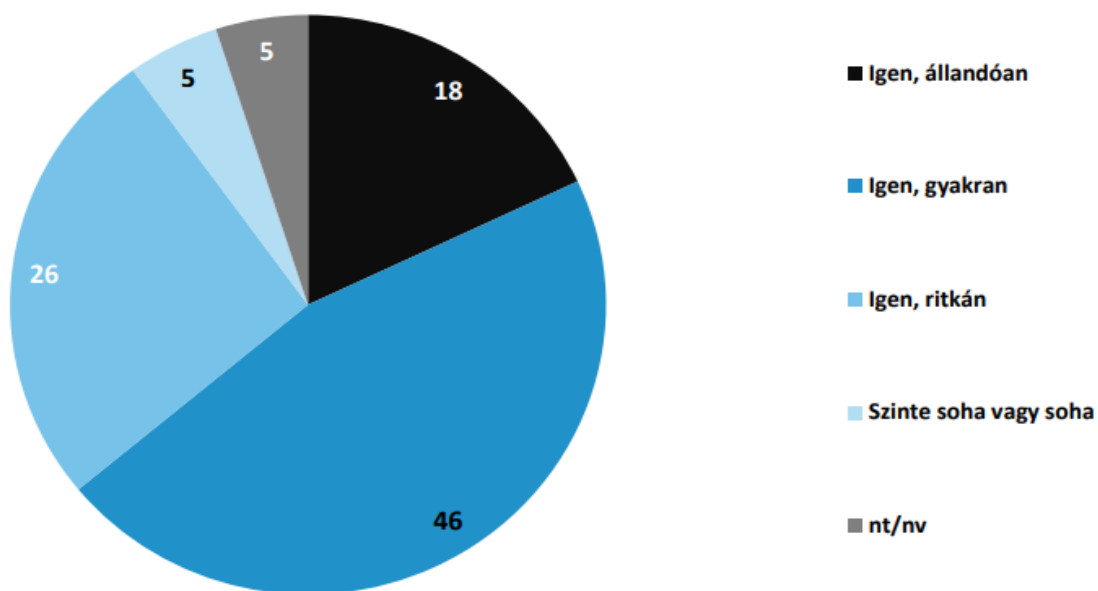
A szorongás érzéséhez az is hozzájárul, hogy a kutatásban résztvevők 60 százaléka félelmet és aggodalmat, harmaduk pedig egyértelműen kijelentette, hogy dühöt él át a klímaváltozással kapcsolatban. 53 százalék mondta azt, hogy tehetetlennek érzi magát, azonban volt 9 százalék, aki nyugalmat érez. 51 százalék szerint, ami több mint a megkérdezettek fele, úgy gondolja, hogy a baj már elkerülhetetlen, viszont van 15 százalék, aki optimistán áll a dolgokhoz.



10. Ábra. 2022-ben a magyarországi 18-25 éves fiatalok érzései a klímaváltozással kapcsolatban.

Forrás: Publicus R. (2022) UNICEF Online Kérdőíves Adatfelvétel.

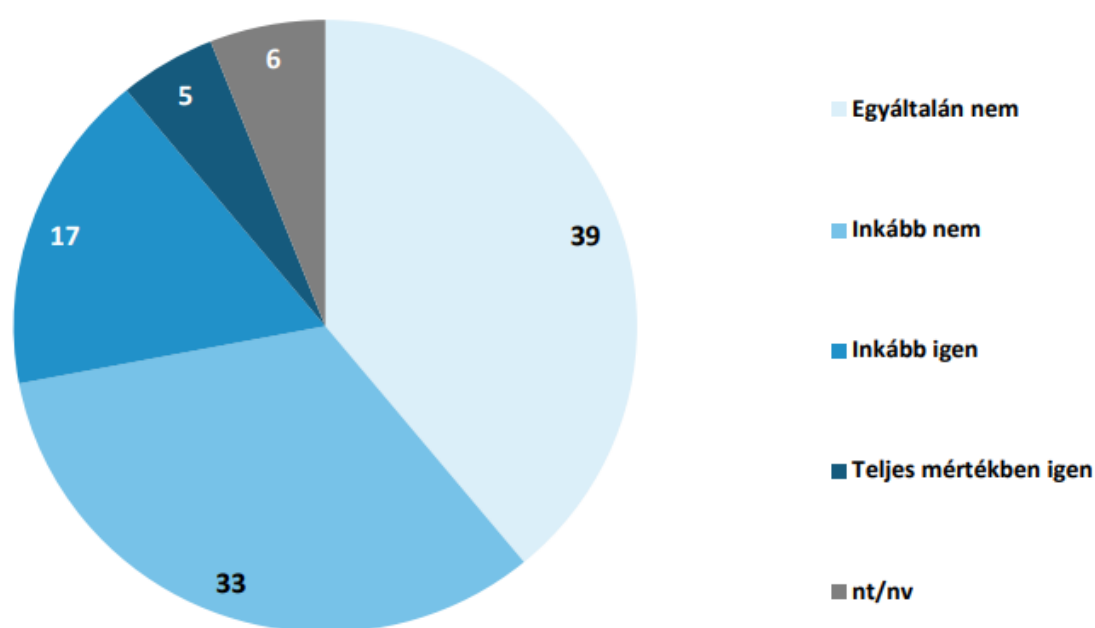
A megkérdezettek 90 százaléka úgy gondolja és érzi is, hogy már a minden napok során személyesen is érzékelik, átélik a klímaváltozás hatásait. Egészen pontosan olyan jeleket soroltak fel ennél a kérdésnél, mint például a heves esőzések, extrém hőség, árvizek, szárazság stb..



11. Ábra. 2022-ben a magyarországi 18-25 éves fiatalok minden napos tapasztalatai a klímaváltozás miatti eseményekkel kapcsolatban.

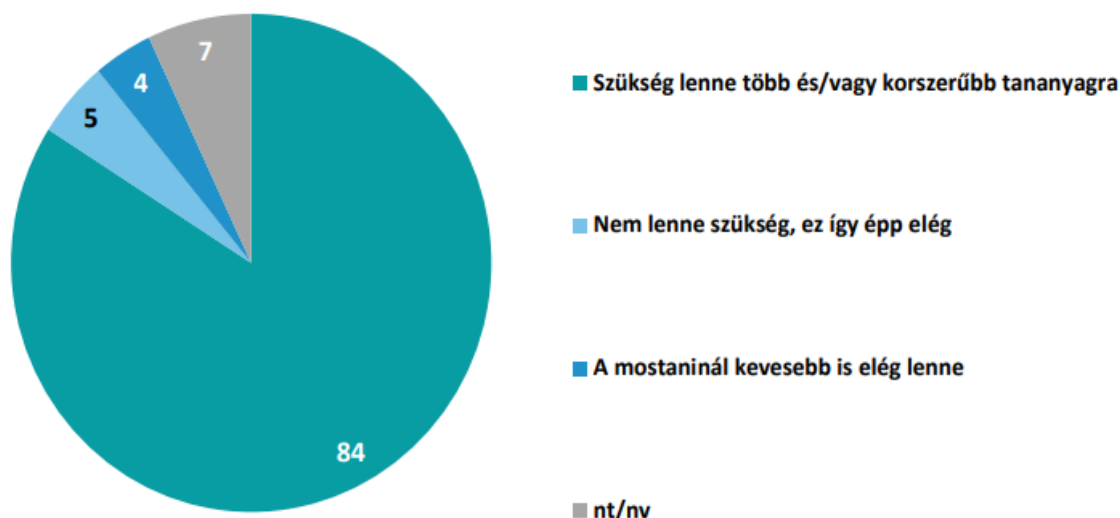
Forrás: Publicus R. (2022) UNICEF Online Kérdőíves Adatfelvétel.

Meglátásaim szerint pont emiatt ad az valóságot ennek, hogy 97 százalék személyesen is akarna tenni annak érdekében, hogy a klímaváltozás hatásait mérsékelni tudják és csak a maradék 3 százalék jelentette ki azt, hogy ez egyáltalán nem az ő felelőssége. Néhány emberben azonban benne van az, hogy igazából csak akkor lenne hajlandó és nyitott a változtatásokra, ha mindenki más is hasonlóképpen cselekszik körülöttük. Ennek a témának a végén pedig fontosnak tartottam, hogy megmutassam az összefüggést a minőségi oktatásban leírtakkal. Meglátásaim alapján sokat elmond számunkra az a visszajelzés a megkérdezett magyar fiataloktól, hogy csaknem a háromnegyedük kifejezetten elégedetlen azzal, amennyi információhoz jutnak az oktatási rendszeren keresztül.



12. Ábra. A magyarországi 18-25 éves fiatalok véleménye az oktatási intézményekben leadott tananyagokkal kapcsolatban.

Forrás: Publicus R. (2022) UNICEF Online Kérdőíves Adatfelvétel.



13. Ábra. A magyarországi 18-25 éves fiatalok meglátásai az oktatási tananyagoknak a korszerűsítésével és mennyiségével kapcsolatban.

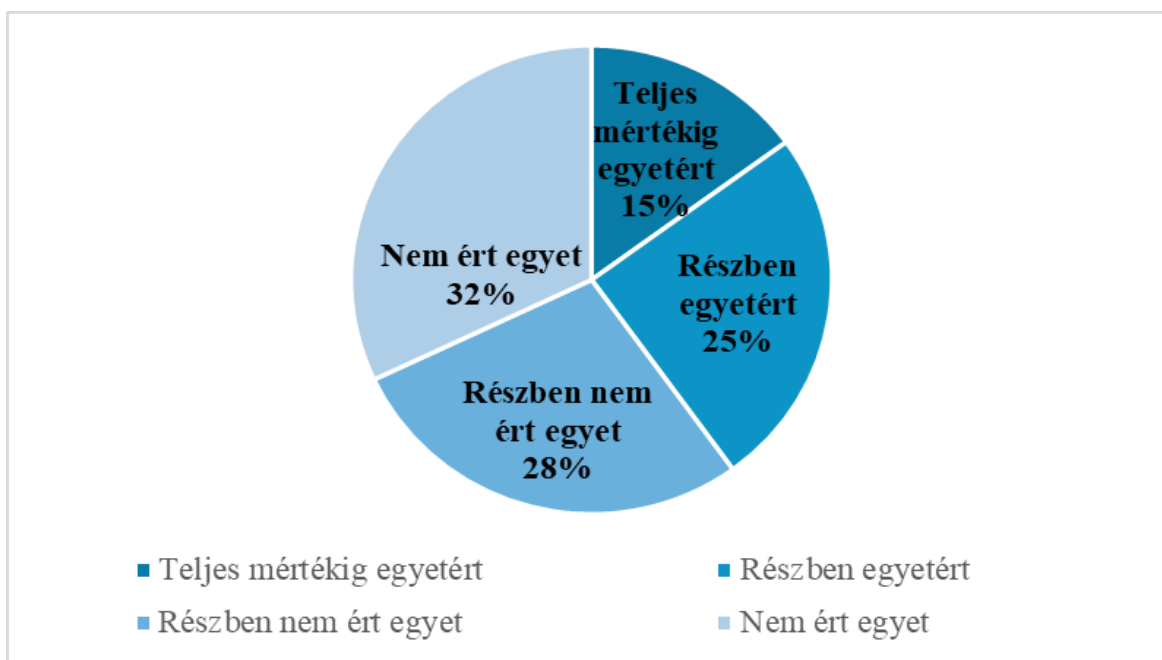
Forrás: Publicus R. (2022) UNICEF Online Kérdőíves Adatfelvétel.

Kifejezetten kevés témával találkozunk és pont emiatt a tehetetlenség és szorongás érzése miatt szeretne a 84 százalék több tudást kapni az oktatási intézményekben a klímaváltozásról és a fenntarthatóságról. (Unicef, 2022).

Amit érdemes tudni az alábbi kérdőívről, hogy összesen 2007 fő vett részt, online formában. A teljes mintában a mintavételi hiba +/- 2,2 százalékpont és a szociodemográfiai bontások esetén csak a szignifikáns eltéréseket mutatók kerültek ábrázolásra. (Publicus, 2022).

3.1.2. Klímaszorongás hatása a vásárlási szokásokra

A fent kielemezett reprezentatív felmérés, az UNICEF Magyarország megbízásából, egy tiszta képet ad számunkra, hogy a 13-25 év közötti korosztály jelenleg hogyan éli meg a mindennapokban a klímaváltozással kapcsolatos problémákat. Mint ahogyan azt az adatok is alátámasztják, egyre több mindenkit foglalkoztat a téma és egyre több mindenki fordul meg a változtatási vagy éppen a cselekedni akarás vágya. A GlobeScan 2022-ben, 31 országban végzett felmérés alapján, már 10 válaszadóból 4 említi azt, hogy az éghajlatváltozás miatt nem szeretne gyermeket vállalni. (GlobeScan 2022).

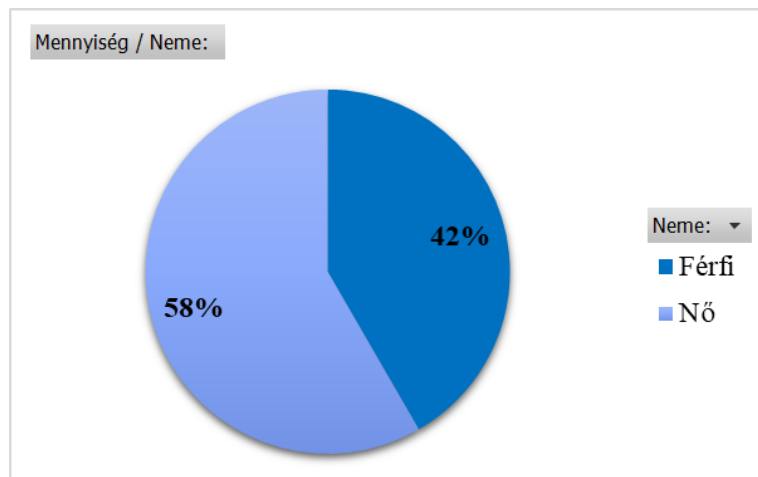


14. Ábra. 31 országból megkérdezett, több mint 29.000 válaszadó válasza arra, hogy a klímaváltozás miatt tervezi-e, hogy inkább nem vállal gyermeket.

Forrás: GlobeScan R. R. (2022) felmérés adatai alapján saját készítésű diagram.

Marian Salzman, világszinten ismert globális trendkutató arról is szót ejtett az egyik cikkében, hogy néhány évvel ezelőtt az emberek többsége elutasította a közelgő klímaváltozással kapcsolatos problémákat. Mivel jelenleg már elmondható az, hogy a mindennapi életünk során a változásoknak a negatív jeleit állandóan érezzük, a hétköznapi fogyasztók már sokkal komolyabban veszik ezt a témát. Ez már a vásárlási szokásaikra is hatással van és ezzel átalakítják az életüket, hogy a globális fenyegetéssel szemben védekezni tudjanak. A Redfin és a Realtor.com már nem csak a lakásaik részleteit osztják meg a fogyasztókkal, hanem azt is, hogy milyen kockázatokkal kell szembenéznünk és már sokkal jobban meggondolják a vásárlóik a lakóhelyük megválasztását. (Marian S., 2022).

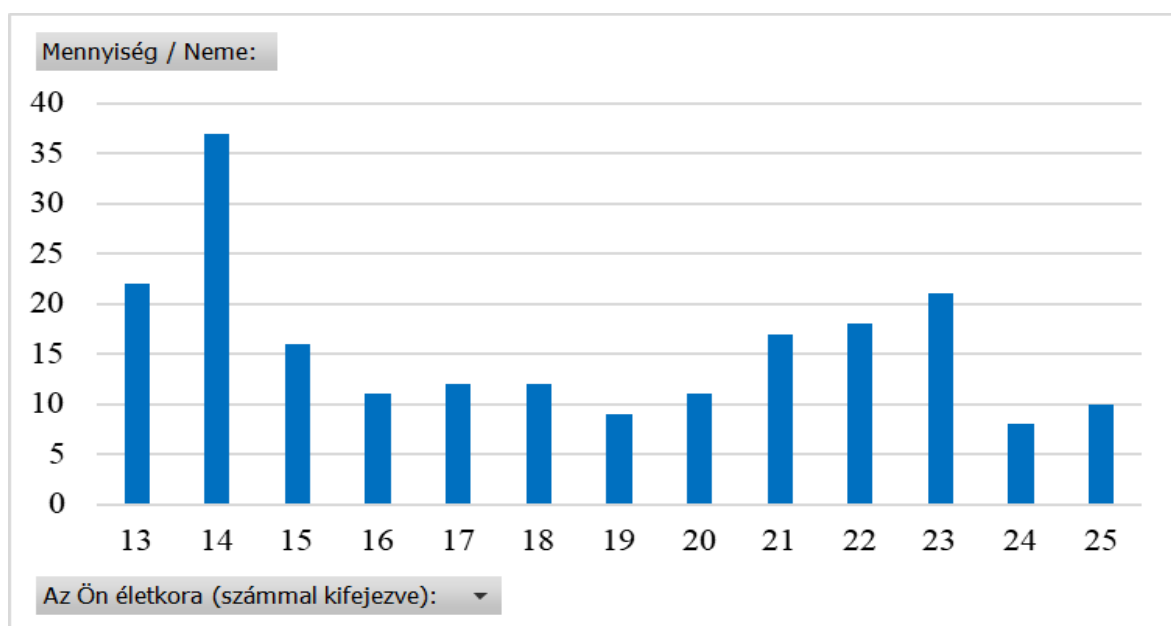
Fontosnak tartottam, hogy készítsek egy saját, anonim, kvalitatív kérdőíves kutatást ebben témában, hogy fel tudjam mérni a Magyarországon élők nézőpontját, hozzáállását és érzelmeit. A kutatás során próbáltam minél több résztvevőt bevonni, eltérő korosztállyal, lakóhellyel és végzettséggel. Mivel az UNICEF Magyarország a 13-25 év közötti korcsoportot elemezte, ezért úgy gondoltam, hogy ugyan ezzel dolgozok én is és inkább rájuk helyezem a hangsúlyt. A felmérésemben összesen 316 fő vett részt, ebből az általam választott korcsoportból összesen 204 válaszadó van, amiből 119 nő, 85 férfi.



15. Ábra. Magyarországon megkérdezett 204 fő, 13-25 év közötti korcsoport nemének megoszlása.

Forrás: Saját készítésű kvalitatív felmérés, diagram (2024).

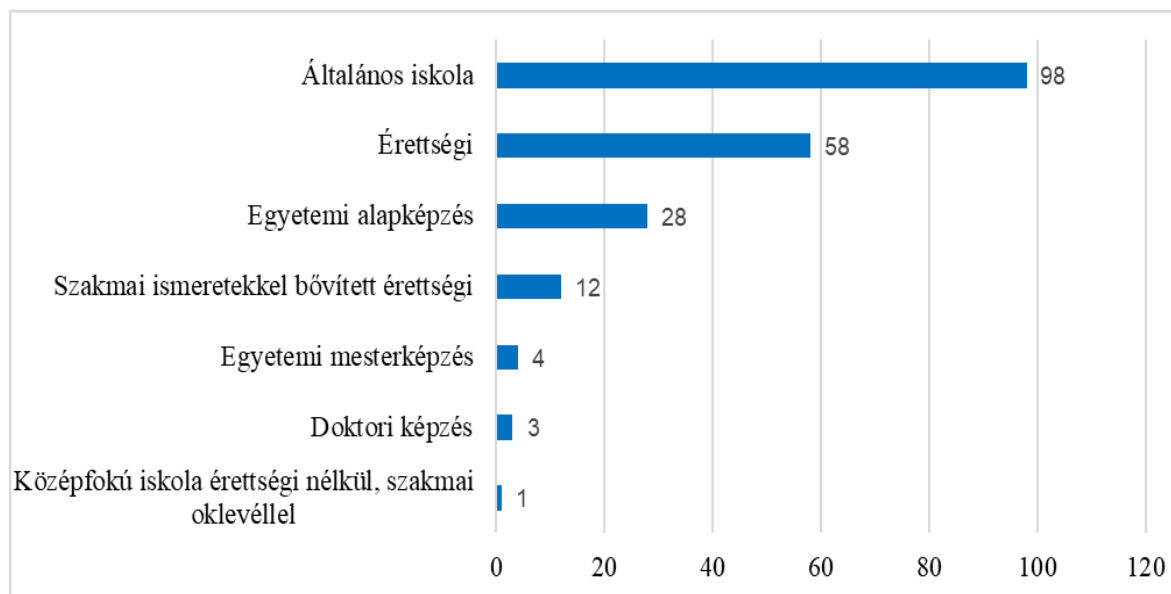
A következő ábrán pedig az látható, hogy a vizsgált korcsoport résztvevői közül hány személy vett részt az életkor alapján.



16. Ábra. Magyarországon megkérdezett 204 fő, 13-25 év közötti korcsoport résztvevőinek megoszlása életkor alapján.

Forrás: Saját készítésű kvalitatív felmérés, diagram (2024).

Az alábbi diagrammon azt láthatjuk, hogy a vizsgált korcsoport milyen végzettséggel rendelkezik.



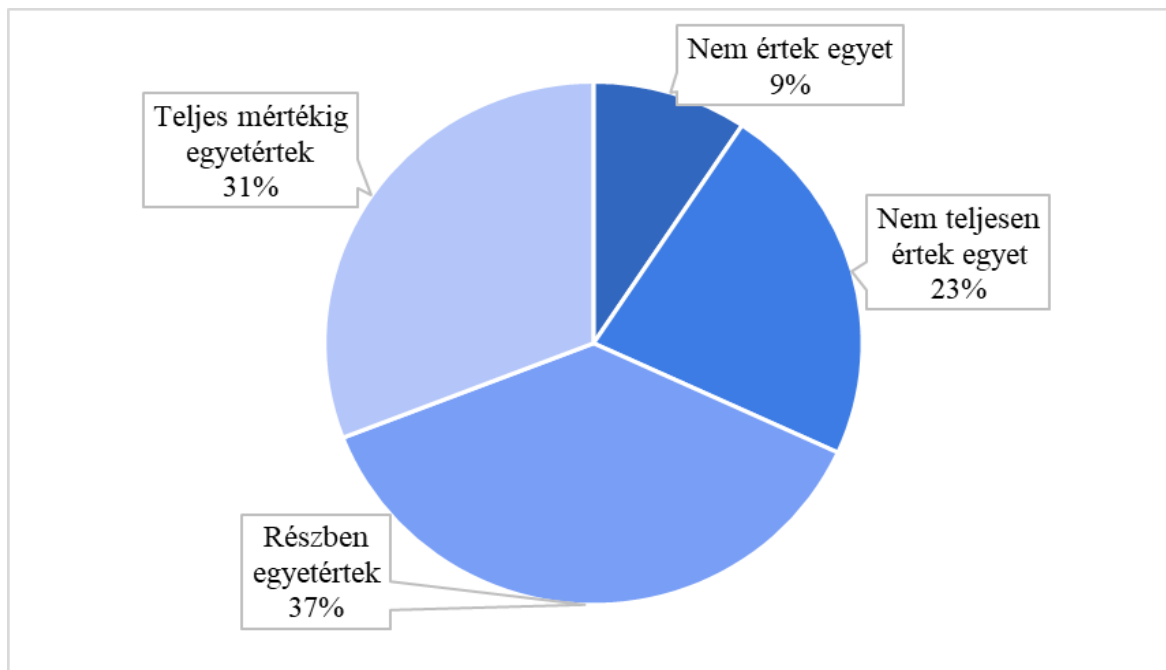
17. Ábra. Magyarországon megkérdezett 204 fő, 13-25 év közötti korcsoport résztvevőinek megoszlása iskolai végzettség alapján.

Forrás: Saját készítésű kvalitatív felmérés, diagram (2024).

Azon résztvevők, amelyek az általános iskolai végzettséget jelölték meg legalacsonyabb végzettségnek, azok a még általános iskolába és középiskolában tanulók, ugyanis a 13-15 éves közöttieket másképpen nem tudtam volna felmérni. Az általános iskolások, hogy megfelelő tudással tudjanak részt venni a kérdőíves kutatásomban, nekik külön készítettem egy prezentációs bemutatót. A kérdéseken együtt haladtunk végig, így volt lehetőségük kérdezni és teljes mértékig megérteni minden egyes kérdésemet, amire választ kellett adniuk. A kérdőívet papír alapon vittem be nekik az iskolába, hogy ezt haza tudják vinni a családjuknak. A válaszaikat én vittem fel manuálisan a rendszerbe, hogy az adatok nehegy elvesszenek.

Érzékelhető volt, hogy a résztvevő gyermekek tisztában vannak a klímaváltozás fogalmával és hogy már ők maguk is aggódnak, szoronganak emiatt. Nagyon sok érdekességről számoltak be nekem, azonban elmondásuk alapján az aggodalmuk, szorongás érzetük abból adódik, hogy nincsenek tisztában azzal, mit kellene tenniük és emiatt tehetetlennek érzik magukat. Mint ahogyan azt már a dolgozatomban elején is kifejtettem, a minőségi oktatás nagyon fontos lenne már kisgyermek kortól, hogy ezeket a negatív érzelmeket, aggodalmat és a szinte minden napos szorongást csökkenteni tudjuk bennük. Amennyiben az oktatási rendszerben

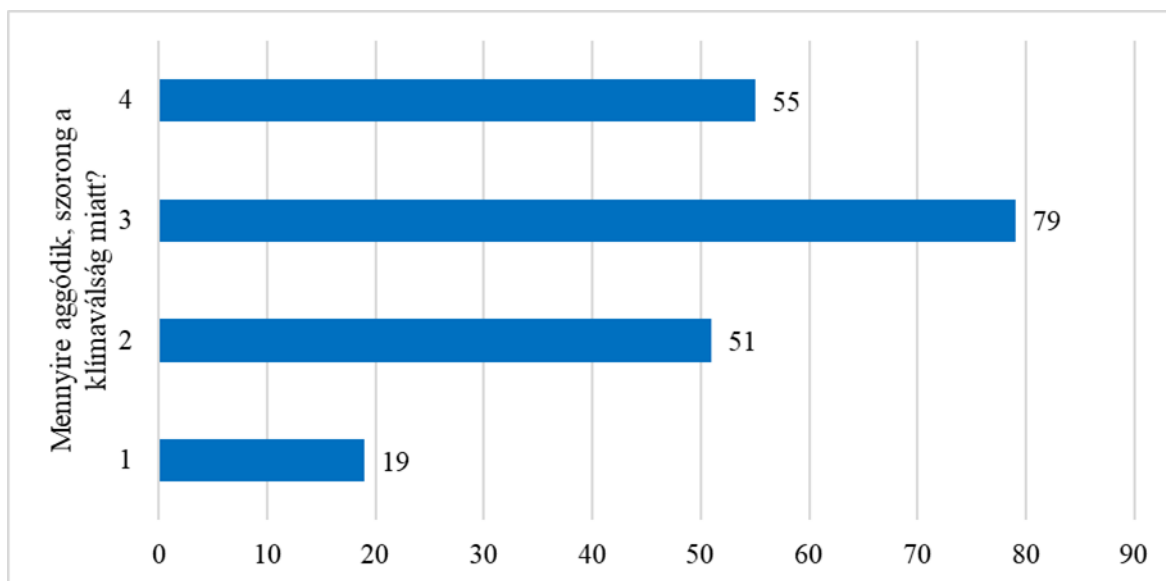
kötelezővé tennék, hogy ezekről a témákról még több szó essen és még több program legyen részükre, akár játékos formában is, sokkal egyszerűbb lenne változást elérni a fiatalok körében.



18. Ábra. Magyarországon megkérdezett 204 fő, 13-25 év közötti korcsoport résztvevőinek egyetértése a klímaszorongás érzésével kapcsolatban.

Forrás: Saját készítésű kvalitatív felmérés, diagram (2024).

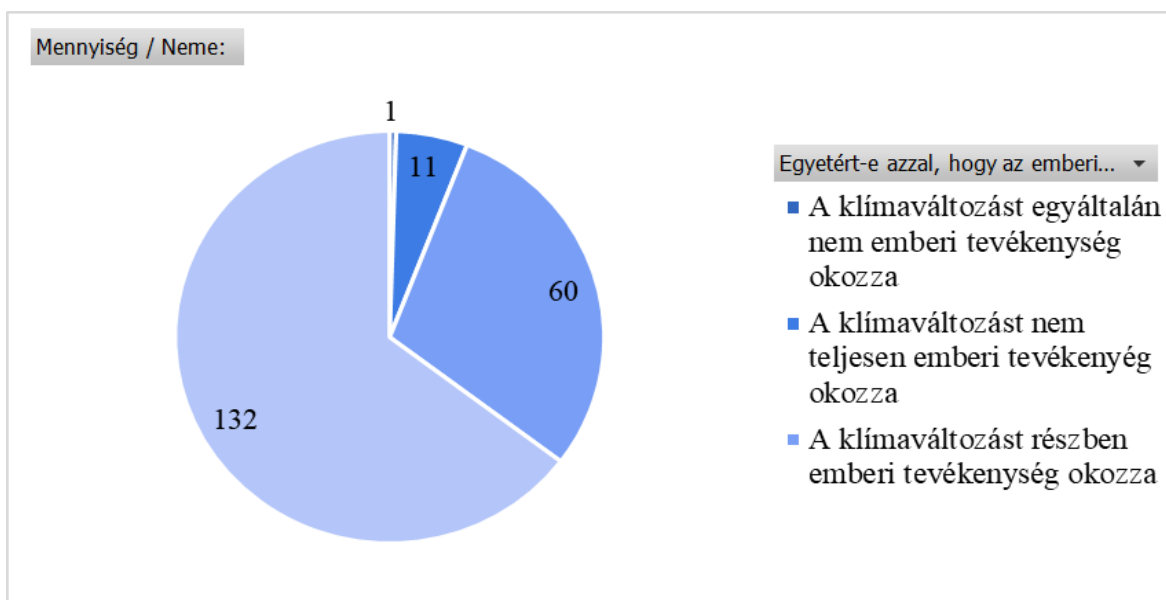
A fenti diagram tökéletesen megmutatja, hogy a megkérdezettek 68%-a úgy érzi, hogy a szorongás, aggodalom része az életének. Mindösszesen 9% jelentette ki azt, hogy egyáltalán nem érzi ennek jeleit és további 23% nem teljesen ért egyet azzal az állítással, hogy szorongana vagy aggódna a változások miatt. Fontosnak tartottam, hogy felmérjem, ez az érzés milyen mértékben van jelen a résztvevők körében. Ami igazán kétségbeejtő, hogy a 204 főből összesen 134 jelölte azt, hogy szinte minden nap érzi a szorongást és az aggodalmat a klímaválság miatt. Ez a megkérdezettek 66%-a és csak a maradék 34% érzi részben vagy semennyire ennek a szerepét az életében.



19. Ábra. Magyarországon megkérdezett 204 fő, 13-25 év közötti korcsoport résztvevőinek válasza arra, hogy milyen mértékben aggódik a klímaválság miatt.

Forrás: Saját készítésű kvalitatív felmérés, diagram (2024).

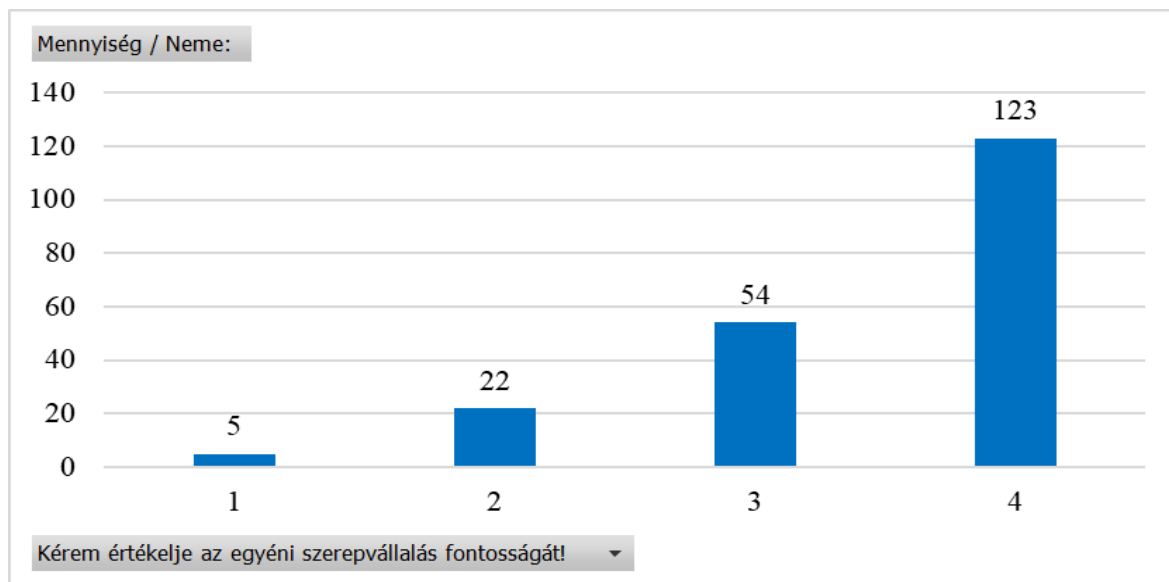
Ezután kifejezetten érdekelt, hogy vajon ezek az érzések miket is takarhatnak pontosan, mikor ez a téma és érzés szóba kerül. A válaszadók többsége tehetetlenséget, félelmet és tetterekészséget érez. A düh érzése se kerül háttérbe, ami szintén érthető, hiszen a válaszadók 94%-a állítja azt, hogy a klímaváltozást teljes mértékig, vagy csak részben, de emberi tevékenység okozza.



20. Ábra. Magyarországon megkérdezett 204 fő, 13-25 év közötti korcsoport résztvevőinek véleménye az klímaváltozás okozójával kapcsolatban.

Forrás: Saját készítésű kvalitatív felmérés, diagram (2024).

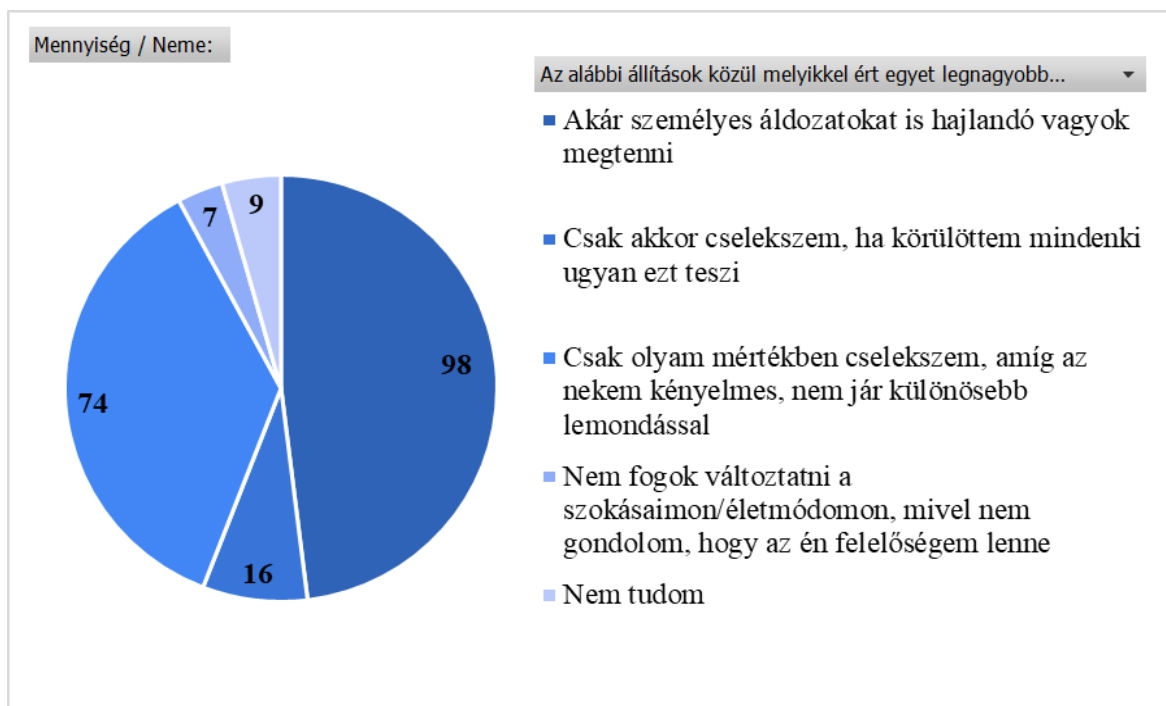
A felmérés alapján azt a következtetést lehet levonni, hogy az emberek már tisztában vannak azzal, hogy azokat a negatív változásokat, amiket az ember generált az évek során, azokat egyéni szinteken el kell kezdeni megoldani, hiszen az egyéni szerepvállalás fontosságát hangsúlyozta a megkérdezettek 87%-a.



21. Ábra. Magyarországon megkérdezett 204 fő, 13-25 év közötti korcsoport résztvevőinek véleménye az egyéni szerepvállalás fontosságát érintően.

Forrás: Saját készítésű kvalitatív felmérés, diagram (2024).

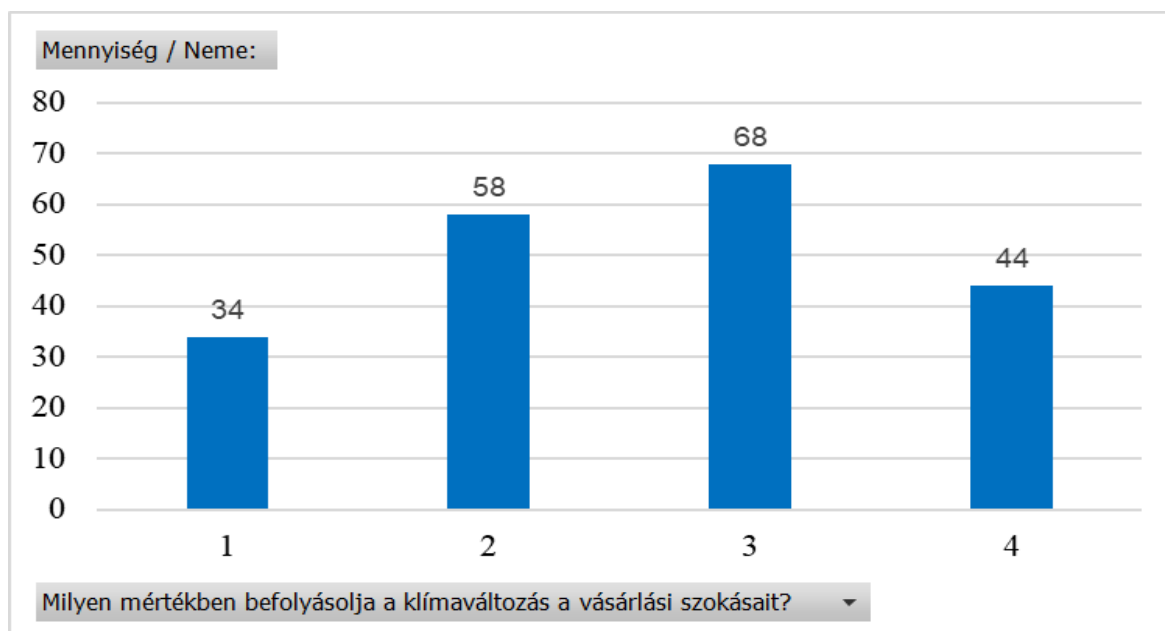
Az egyéni szerepvállalás lenne a meglátásaim alapján a kezdő lépése annak, hogy érdemben tudjunk változásokat elérni, emiatt felmértem, hogy a válaszadók milyen mértékben hajlandóak cselekedni, esetleg lemondani a kényelemről és a megszokásokról a közös cél érdekében. A megkérdezettek 48%-a, akár személyes áldozatok is hajlandó lenne hozni, annak érdekében, hogy a klímaválságot mérsékelni tudjuk. 36% viszont csak olyan mértékben lenne hajlandó cselekedni, változtatni a szokásain, amíg az neki kényelmes és nem jár különösebb lemondással. 8% úgy érzi, hogy csak akkor érezné a fontosságát ennek, ha körülötte mindenki más is ugyan ezt teszi. A maradék 8% azonban egyáltalán nem hajlandó semmin se változtatni, mert úgy gondolják, hogy ez nem az ő feladatuk, felelősségük. Ezek közül vannak olyanok is, akik nem igazán tudják, hogy mire lennének hajlandóak ezzel kapcsolatban és inkább tartózkodtak a válaszadástól.



22. Ábra. Magyarországon megkérdezett 204 fő, 13-25 év közötti korcsoport résztvevőinek hajlandósága a cselekvésre, lemondásokra.

Forrás: Saját készítésű kvalitatív felmérés, diagram (2024).

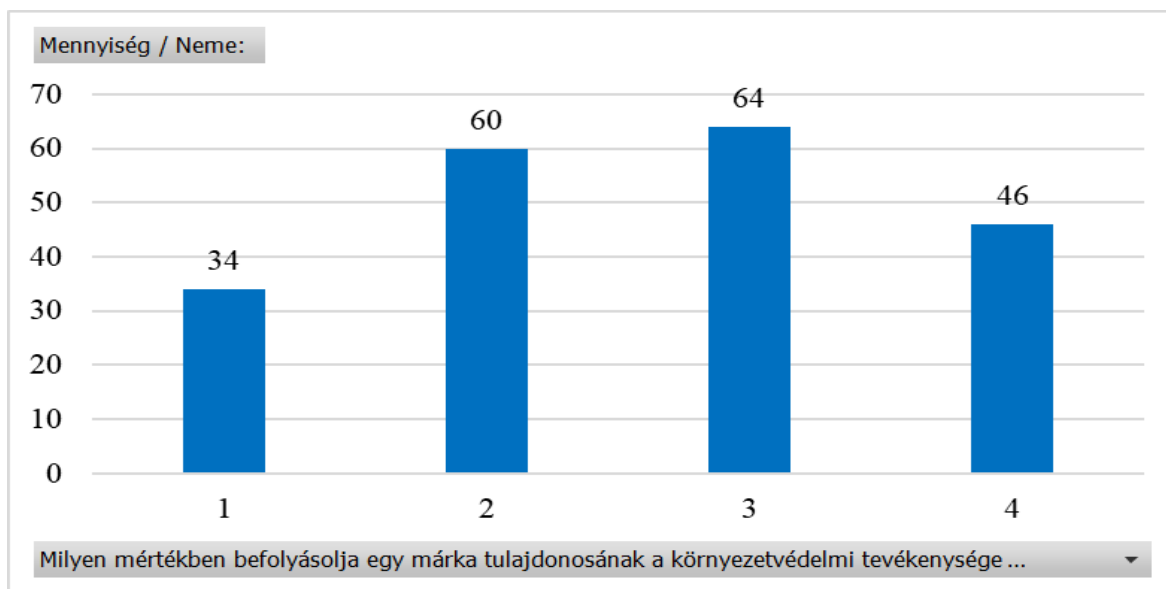
Mivel sokan úgy érzik, hogy akár személyes áldozatokat is hoznának vagy akár csak bármilyen mértékben is, de cselekednének, ezért érdekesség képpen megnéztem, hogy az érzéseik és hozzáállásaik mennyire befolyásolják a vásárlási szokásaikat.



23. Ábra. Magyarországon megkérdezett 204 fő, 13-25 év közötti korcsoport résztvevőinek meglátása, hogy mennyire befolyásolják az érzéseik a vásárlási szokásaikat.

Forrás: Saját készítésű kvalitatív felmérés, diagram (2024).

A válaszadók 55%-a azt állítja, hogy az érzéseik nagyban befolyásolják a vásárlási szokásaikat. Ami szintén érdekes, hogy csak 17% állítja azt, hogy őket nem befolyásolja az érzéseik, tehát elmondható az, hogy mára már a fiatalok igenis foglalkoznak azzal, hogy mit vesznek le az üzletek polcairól. Itt felmerült bennem az a kérdés, hogy vajon egy adott márka tulajdonosának a környezetvédelmi tevékenysége mennyire fontos számukra.



24. Ábra. Magyarországon megkérdezett 204 fő, 13-25 év közötti korcsoport résztvevőinek érzése, hogy mennyire befolyásolja őket egy márka tulajdonosának a környezetvédelmi tevékenysége.

Forrás: Saját készítésű kvalitatív felmérés, diagram (2024).

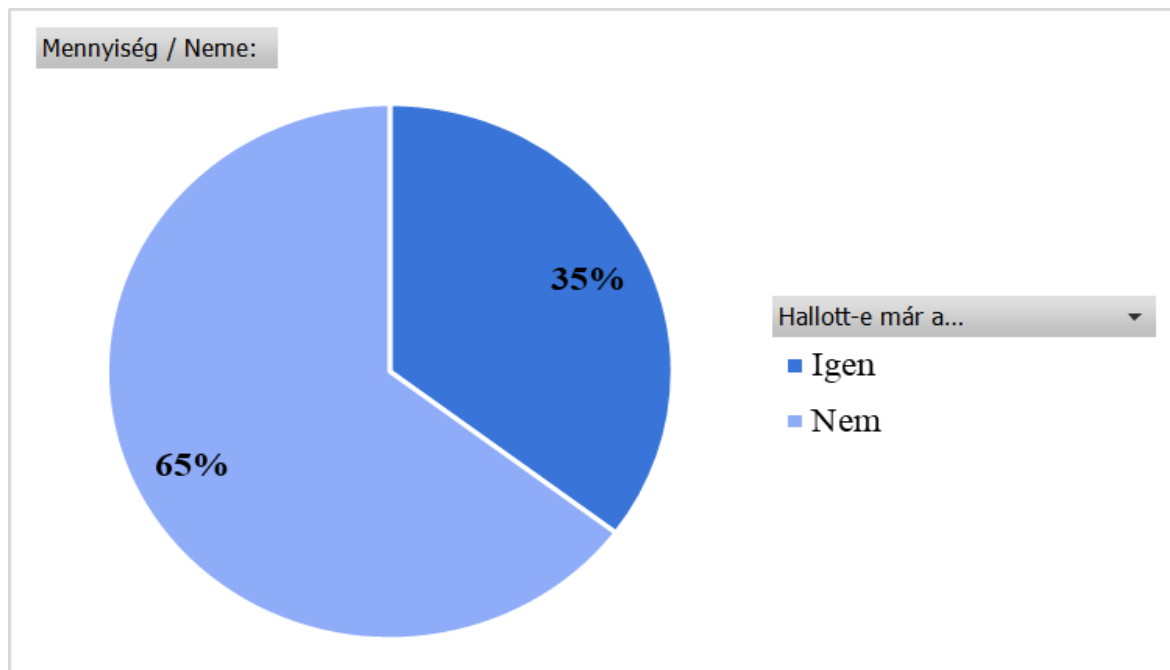
A válaszadók 54%-át befolyásolja vásárlás közben az, hogy egy adott márka tulajdonosa milyen környezetvédelmi tevékenységekkel állítja elő termékeit, esetleg tudnak-e többet nyújtani környezetvédelmi szempontból, ha azt az adott márkát választja inkább a fogyasztó.

3.1.3. Tudatos vásárlás és a greenwashing kapcsolata

Amit egyértelműen láthatunk, hogy a megkérdezettek többségének a vásárlási szokásaira hatással vannak az érzelmek és próbálnak minél tudatosabban vásárolni. Az is befolyásolja a fogyasztókat, hogy egy adott márka tulajdonosa, milyen mértékben tud hozzájárulni a tudatos vásárlásukhoz, ami egy olyan cselekedetre buzdítja a vállalatokat, hogy minél környezettudatosabban lépjenek fel a termékeikkel, szolgáltatásaikkal a piacra. A kérdés ezután igazán egyszerű. Vajon a vállalatok tényleg megfelelnek az ő általuk kampányolt ígéreteknak? Vajon tényleg annyira környezettudatosak, mint ahogyan ők azt állítják magukról? Ezek a kérdések nem alaptalanul fordulhatnak meg néhány ember fejében, hiszen manapság már elég könnyen és kétértelműen kampányolhatnak a vállalatok. Ebből következik az, hogy a vállalatok

alkalmazzák-e a greenwashingot, azaz a zöldremosást, ha igen, akkor ez milyen hatással van a tudatos vásárlókra?

A következő adatok megmutatják, hogy a válaszadó fiatalok tisztában vannak-e a greenwashing fogalmával, legalább hallottak-e bizonyos botrányokról, amik az elmúlt években történtek és történnek mind a mai napig.

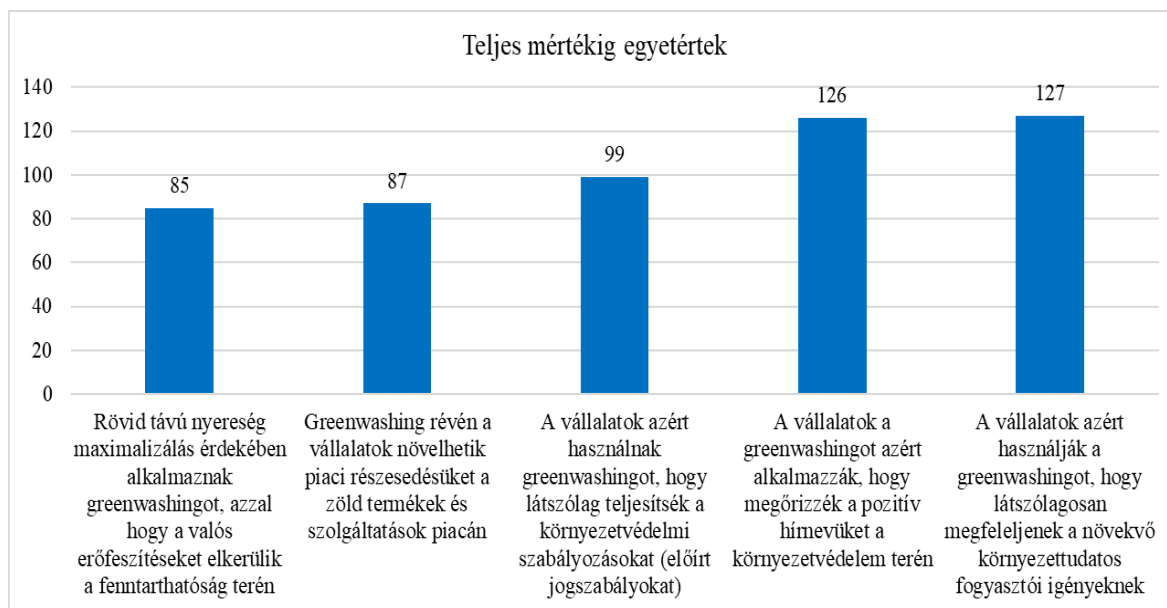


25. Ábra. Magyarországon megkérdezett 204 fő, 13-25 év közötti korcsoport résztvevőinek válasza arra, hogy ismerik-e a greenwashing fogalmát.

Forrás: Saját készítésű kvalitatív felmérés, diagram (2024).

Ahogy azt látjuk, a 13-25 év közötti fiatalok 65%-a nem hallott a greenwashing, azaz a zöldremosás fogalmáról. Ezeken az adatokon nagyon fontos lenne javítani, hiszen így már fiatal kortól kezdve megtanulhatnak a gyermekek kritikusabban gondolkodni és tisztábban látni. Fontos, hogy nem szabad mindent elhinniük, amiket ígérnek nekik, hiszen a vállalatok visszaélnék a klímaszorongásunkkal. A későbbieknek, ahogyan egyre idősebbek lesznek, ténylegesen fognak tudni tudatosan vásárolni és nem csak az átverések áldozataivá fognak válni.

Miután a gyerekeknek beszéltem a greenwashing fogalmáról és bemutattam nekik, hogy miről is szól ez a zöldremosás, megnéztem, hogy mi a véleményük adott állításokról, amik arra szegeződtek, hogy vajon az adott vállalatok miért alkalmazzák ezt a fajta félrevezetést.



26. Ábra. Magyarországon megkérdezett 204 fő, 13-25 év közötti korcsoport résztvevőinek teljes mértékig egyetértése, hogy az adott vállalatok miért alkalmazzák a greenwashingot.

Forrás: Saját készítésű kvalitatív felmérés, diagram (2024).

A legnagyobb egyetértése a válaszadóknak azzal kapcsolatos, hogy a vállalatok azért alkalmazzák a greenwashingot, hogy látszólagosan megfeleljenek a növekvő környezettudatos fogyasztói igényeknek. Ettől nem sokkal maradt le az az állítás, hogy a vállalatok azért alkalmazzák a greenwashingot, hogy megőrizzék pozitív hírnevüket a környezetvédelem terén. De vajon miért is fontosak és tanulságosak ezek a gondolatok és egyetértések az adott állításokkal kapcsolatban? Ebből tökéletesen látszódik az, hogy a fiatalok, akik a klímaszorongással élnek együtt és minden nap érzékelik a negatív változásokat az életükbe, ezzel szerintük a vállalatok visszaélnek. És pontosan miért is élnek vissza ezzel? Hogy jó színben tűnjenek fel a piacon, elmondhassák magukról, hogy mennyire fontos számukra is a klímaváltozás okozta problémák kezelése, csökkentése, illetve, hogy minél inkább megfelelni látszódnak a növekvő fogyasztói, tudatos vásárlók igényeinek. A greenwashing, azaz a zöldremosás pont emiatt ennyire elterjedt napjainkban. Növekszik a környezettudatosság és a fogyasztói igények ezen termékek és szolgáltatások iránt, a fokozott piaci versenyben versenyelőnyhöz tudnak jutni, miközben a zöld marketing hatékonyságával visszaélnek.

Ami szintén meglehetősen tud lenni, hogy ez a félrevezetés a cégektől nem számít újdonságnak, ugyanis Jay Westerveldnek jutott eszébe a zöldremosás kifejezés először, már 1983-ban, amikor a szakdolgozatát írta. Szörfözés közben látott egy táblát a szállodánál, amire azt írták, arra kérték az embereket, hogy a törölközőjüket vegyék fel, ne hagyják el a parton. Ezzel segítenek nekik is és a környezetünkön is. Már akkor furcsának tartotta, hogy ennyire környezettudatosnak állították be magukat, miközben a korallzátonyokkal mit sem törődve

kezdték el terjeszkedni azon a részen. Ezután nem sokkal később megjelent egy cikk, amelyben a Chevron környezetvédelmi kampányát kérdőjelezték meg. Olyan hirdetések futtattak, hogy ők mennyire vigyáznak a környezetükre, miközben megsértették a tiszta levegőről és a tiszta vívről szóló törvényt, és olajat öntöttek a vadon élő állatok menedékébe. Ezután jelent meg a DuPont vegyipari vállalat bejelentése, amiben bemutatták a kettős héjazatú olajszállító tartályhajóit, amire nem sokkal később rámutatott A Friends of the Earth környezetvédelmi nonprofit szervezet, hogy a vállalat az Egyesült Államok legnagyobb vállalati szennyezője. A Weyerhaeuser olyan hirdetéseket adott ki, amikben azt állították magukról, hogy mennyire komolyan veszik a halak gondozását, még akkor is, ha egyes erdeiben fákat vágnak ki és destabilizálják a lazac élőhelyeit. Ezek voltak az első olyan botrányok, amik megalapozták a zöldremosás létezését a gyakorlatban is és ezek miatt azóta is az embereket arra ösztönzik, hogy minél kritikusabban gondolkodjanak el az adott vállalatok környezetvédelmi állításaival kapcsolatban.

4. Greenwashing, azaz a zöldremosás

Ahhoz, hogy a gyakorlatban jobban megértsük miről is van, hogyan is alkalmazza a greenwashingot egy adott márka tulajdonosa, ezért ebben a fejezetben kifejtem a greenwashing szerepét a H&M példáján keresztül.

Az elmúlt években egyre gyakrabban találkozunk a „green” és a „zöld” kifejezésekkel, de természetesen a „zéró, eco, öko” jelzők sem szorulnak a háttérbe. Ezek a jelzők, kifejezések egytől egyig olyan tevékenységekre és termékekre utalnak, amelyeket a környezetvédelem vagy éppen a fenntarthatóság elvei irányítanak. Az alábbi elveknek célja az, hogy minimalizálva legyen a káros környezeti hatása a termékeiknek és elősegítsék a fenntarthatóbb életmódot és gazdasági rendszert. (Körforgásos G., 2023).



27. Ábra. Zöld kifejezések a mindennapokban.

Forrás: Körforgásos G. (2023): A green és a zöld jelző: greening, greenwashing....

A greenwashing, zöldremosás szerepe, mint ahogyan azt már említettem, nem hiába lett ennyire elterjedt napjainkban, hiszen a tudatos vásárlás megadta az alapját annak, hogy valahogyan a vállalatok ezt kihasználják és a javukra fordítsák. Maga a zöld kifejezés a környezetvédelemre és a természettel kapcsolatos dolgokra utal, viszont, ha jobban belegondolunk akkor ez a pénzmosásra, annak tisztára mosására is levetíthető. Az eszközök eltérőek, azonban a működési elvek ugyan azok, amik nem mások, mint a zöld marketing használata. Hiába kecsegtetnek minket szép szavakkal és használják az érzelmeinkre ható képeket, annak érdekében, hogy elhiggyük az elhivatottságukat, mikor ezek csak ámitások és visszaélések, haszonszerzés céljából. A mosás, festés jelző pedig semmi egyébbet nem rejt magába, csak azt, hogy a régi barna, szennyezést átfestik.

Az olyan állítások, amelyek a környezetvédelemre utalnak, legfőképp arra helyezik a hangsúlyt, hogy a termékeik összetétele vagy azoknak felhasználása milyen hatást gyakorol a környezetünkre. Ilyenek például azok a tevékenységek, melyek éghajlatváltozással és a

szennyező anyagok kibocsátásával kapcsolatosak. Szintén ide sorolhatóak azok, amelyek érintik a természeti erőforrások racionális felhasználását, az erdőirtást vagy az energiahatékonyságot. A greenwashing jelentése több szinten is értelmezhető, lehet ez egy magatartás vagy tevékenység, aminek célja, hogy elhitessék a fogyasztókkal, milyen sokat tesznek ők a környezetvédelemért, miközben a valóságban ennek a fele se igaz. (Országgyűlés H., 2021).

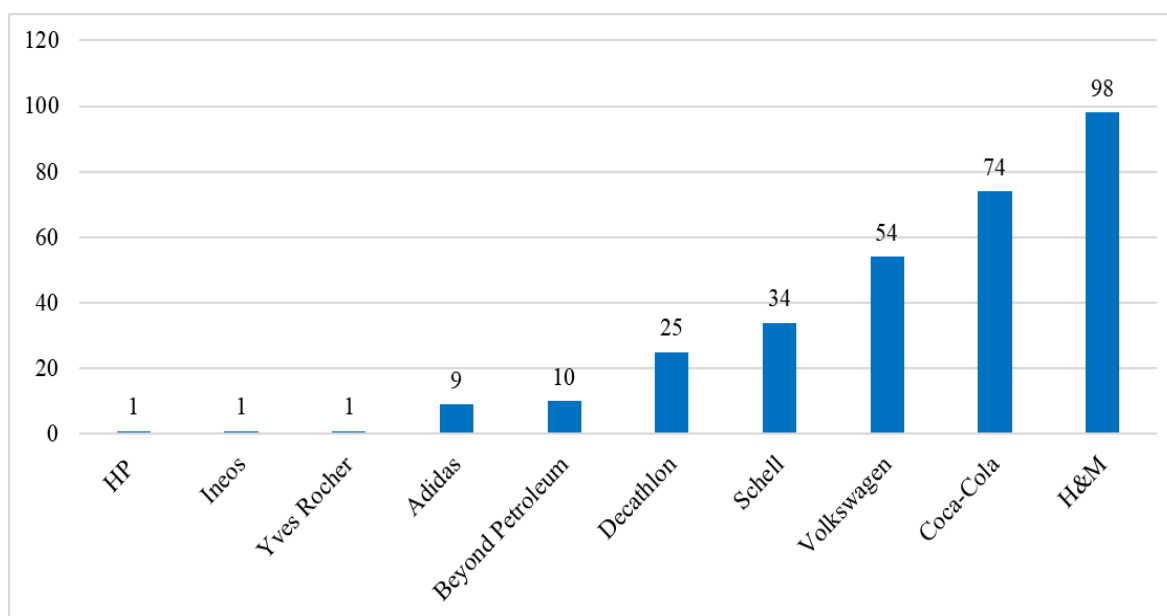
Két különböző alapváltozata van a zöldremosásnak, az egyik a közvetlen, a másik a direkt. A közvetlen zöldremosás értelmében a vállalat azt állítja a fogyasztóinak, hogy a termékük kifejezetten zöld. Ennek következtében máris jogosult a vállalat arra, hogy az alábbi szavakat alkalmazza: zöld, eco, fenntartható, természetes, stb.. Ami szintén nagy probléma, hogy ezeket a jelzőket anélkül is alkalmazhatják, hogy bármi féle tanúsítvánnyal vagy bizonyítékkal rendelkezzenek. A közvetett zöldremosás esetében a vállalatok eltérő színekkel, betűtípusokkal vagy szimbólumokkal, esetleg képekkel vagy vizuális eszközökkel próbálnak hatást gyakorolni, hogy a fenntarthatóság látszatát keltsék. (Bíró Á., 2021).



28. Ábra. Jelzések, szimbólumok, feliratok, amelyekkel megtévesztő üzenetek tudnak küldeni a fogyasztók felé. Forrás: Bíró Á. (2021): Greenwashing, azaz a zöldre mosás jelentése és típusai.

4.1. H&M és a mögötte rejlő greenwashing

A kérdőívemben azt is megkérdeztem a résztvevőktől, hogy hallottak-e adott botrányokról, bármilyen formában is, attól függetlenül, hogy tisztában vannak-e vagy sem a greenwashing fogalmáról. Meglepően sok visszajelzés, válasz érkezett tőlük és legtöbbször a H&M, illetve a Coca-Cola esetére szavaztak, így a továbbiakban a H&M esetét mutatom be.



29. Ábra. Magyarországon megkérdezett 204 fő, 13-15 év közötti korcsoport résztvevőinek visszajelzése, hogy mely vállalatok greenwashing botrányáról hallottak már.

Forrás: Saját készítésű kvalitatív felmérés, diagram (2024).

2021-ben a H&M ellen súlyos vádakkal emelt vádat egy amerikai marketing szakos hallgató, Chelsea Commodore. Egy kifejezett kollekció keltette fel a lány figyelmét, ami a Conscious Collection ruházat volt, melyet azzal a szlogennel reklámoznak, hogy „a bolygót szem előtt tartva”, azonban nem csak Chelsea, hanem több másik személy szerint is messze nem fenntartható. "A H&M marketingprogramjának célja olyan termékek forgalmazása és eladása, amelyek a növekvő szegmensben a környezettel törődő fogyasztókból profitálnak, de a H&M ezt félrevezető és megtévesztő módon teszi." (Chelsea Commodore, 2021).

A felperes állítása alapján, mivel fontos számára a környezettudatosság, ezért ruháit innen vásárolta és még ezekért a darabokért többet is fizetett. A ruhák céduláin egytől egyik az áll, hogy tudatos, környezetbarát. A H&M első válasza erre, hogy tényleg a környezetvédelem érdekében hozták létre ezt az említett kollekciót, és hogy legalább az összes termék 50%-kal fenntarthatóbb anyagokat tartalmaz, mint a többi. Az anyagok, amiket használtak, biopamut vagy újrahasznosított poliészter, illetve egyéb ezekhez hasonló. Ahhoz, hogy a H&M védeni

tudja magát, csatlakozott a Higg Indexhez, a Sustainable Apparel Coalition által kidolgozott textil- és divatipar fenntarthatósági indexéhez, amit a per hallatán azonnal el is távolítottak. (Giorgia M, 2022).

Kiderült, hogy a Higg Index besorolásait megtévesztésként használták, amit alá is támasztott a Quartzban megjelent cikk vizsgálatban láthatunk. A Higg Index arra lett kitalálva, hogy a vásárlók össze tudják hasonlítani a vásárolt termékek hatását a környezetre. Olyan tényezők alapján készül az összehasonlítás, mint például a hagyományos szövetekhez képest mennyi vizet és fosszilis tüzelőanyagot használtak fel egy bizonyos ruhadarab anyagának elkészítéséhez. A probléma ezekkel a pontszámokkal, amiket itt szerezhettek egy adott ruhadarab, hogy a negatív előjeleket figyelmen kívül hagyták. Erre a példa, hogy egy -20%-os vízhasználati pontszámmal rendelkező ruha, megjelenhetett úgy a H&M ruháin, hogy a termék 20%-kal kevesebb vizet használt, ami azért volt félrevezető, mert a -20% azt jelentette a valóságban, hogy -20% vízhasználati pontszáma van. Ennek értelmében a ruhadarabhoz a valóságban 20%-kal több vizet használtak fel. Ezután megvizsgálták az Egyesült Királyságokban lévő weboldalt, amin közel 600 női ruházati termék közül több mint 100 tartalmazott olyan hibákat, amelyek miatt a kevésbé fenntartható ruházat az ellenkezőjét mutatta. (Amanda S., 2022).

Ezután számos vizsgálat indult a kollekcióval kapcsolatban és kiderült, hogy megannyi termékük tartalmaz 100% poliésztert. A poliészter tulajdonsága pedig az, hogy biológiailag nem bomlik le, és a mikroszálakat szétszórja a környezetben. Hiába védekezett a H&M azzal, hogy PET-palackokat hasznosítanak újra és abból poliésztert készítenek, mert ezeknek a palackoknak a többszörös újrahasznosítása, textillé alakítása csak felgyorsítja az utat a hulladéklerakáshoz. (Giorgia M, 2022).

Muszáj szót ejteni arról is, hogy nem csak emiatt indítottak pert a vállalat ellen. A H&M kialakított egy ruha-visszavételi és újrahasznosítási programot, aminek a gyakorlati tevékenységeit megfigyelve, teljes mértékig egy átverésnek bizonyítottak. Az összes bevitt ruhadarabnak mindösszesen csak az 1%-át hasznosítják újra, ahhoz, hogy azokból még több ruhát készítsenek. Az embereket nem csak a környezetvédelmi mozgalommal próbálják befolyásolni, hanem a bevitt ruhákért cserébe még pénzt is adnak, amit később le lehet vásárolni az üzleteikben. Ezzel elindítva a végtelen pazarlás körforgását. (Ellen M. F, Circular F. I., 2017).

5. Összefoglaló

A fenntartható fejlődési célokkal kapcsolatban komoly kihívásokkal nézünk szembe, ugyanis a 2030-ra kitűzött határidőhöz képest elmozdultak az SDG által meghatározott célok teljesítésének várható időpontjai. A Covid-19 világjárvány sem könnyített a világ helyzetén, befolyásolni tudta a célkitűzések teljesítésének idejét, a járvány után pedig a bekövetkezett társadalmi és gazdasági válságok szintén tovább nehezítették a helyzetet. Nagy valószínűséggel egyik ország sem fogja tudni időben elérni a meghatározott követelményeket, mivel a még mindig jelen lévő válsághelyzet miatt a figyelem és erőforrások átcsoportosítása más területekre irányul. Azzal, hogy nem tudják az országok időben teljesíteni a már említett fenntartható fejlődési célokat, nagy hatásokkal jár ez a fenntarthatóságra és a társadalmi jólétre. A 2021. november 1-i ENSZ éghajlatváltozási konferencián Charles Michael elnök tökéletesen fejezte ki magát, ami szerint „Az emberiség háborút folytat a természettel szemben: ennek véget kell vetnünk. Bolygónk, a Föld az egyetlen és egyedüli otthonunk. A globális felmelegedés nem haladhatja meg az 1,5 °C-t. Eljött az idő az azonnali és közös cselekvésre.” (Charles Michael elnök, 2021).

Ahhoz, hogy érdemben tudjunk cselekedni és egy közös célt elérni, nagyon fontos, hogy minél szélesebb korosztály vegyen ebben részt. A minőségi oktatás képes arra, hogy megértsük a klímaváltozás folyamatát, kihívásait, következményeit és legfőképp a cselekvés fontosságát. Ahhoz, hogy ezt a fajta tudást a tanárok, oktatók alkalmazni tudják a gyakorlatban az iskolai intézményekben, szükséges számukra tartani néhány képzést. Így lenne esély arra, hogy egészen korán elkezdhessék a gyermekek bevonását a környezettudatos életmód szemléletébe, miközben az életét végig kíséri a fenntarthatóságra való nevelési környezet. Összességében még mindig kijelenthető, hogy az oktatás és környezettudatosságra való nevelés terén rendkívül sok kihívás van, de fontos, hogy már most megértsük a gyermekekkel, mennyire fontos a tudatos életmód követése, hiszen ez az ő jövőjükre is hatással van.

Mivel nem csak az egyéni szerepvállalás fontos, ezért maga a klímaváltozás folyamatát érdekes megfigyelni, ezen belül is az üvegházhatású gázok kibocsátását egy-egy adott országban. A szén-dioxid kibocsátása is nagy szerepet tölt be, mikor klímaváltozásról van szó, melyek főleg az emberi tevékenységek következtében kerülnek a légkörbe. Ez mind hozzájárul a globális felmelegedéshez. Az ipar, energiafogyasztás, mezőgazdaság és közlekedés által kibocsátott gázok csökkentése a legfontosabb. Az ÜHG kibocsátása már az iparosodás óta, folyamatosan növekvő tendenciát mutat minden ország esetében, ami arra ösztönzi őket, hogy nemzetközi kötelezettségeket vállaljanak és összehangoltan cselekedjenek. Németország

példája viszont tökéletes arra, hogy elmondhassuk, igenis lehetséges egyedül is eredményeket elérni. Jelentősen csökkentették az ÜHG kibocsátást. Ez mind annak köszönhető, hogy gazdasági és technológiai átállás történt, illetve ezek mellett a klímapolitikai intézkedéseket sem szabad kihagyni.

Az embereket már évszázadok óta foglalkoztatja a klímaváltozás, melynek negatív hatásait mára már mindenki érzi a mindennapokban. Figyelemmel kell lenni arra is, hogy a klímaváltozás kezelése nehézségekbe ütközik az ellentétes érdekek és a különböző országok sajátos kulturális és gazdasági sajátossága miatt. Ami még szintén nehézségeket okoz, az az eltérő társadalmi és gazdasági különbségek.

A klímaváltozás érzelmi oldalát is lehet vizsgálni, amit az emberek éreznek a témával kapcsolatban. Amikor valaki aggódik, szorong a további, még rosszabb változásoktól, azt úgy nevezik, hogy klímaszorongás. A Public Research 2022-ben végzett egy felmérést, amelyben 2007 fő vett részt, egyértelműen látható volt, hogy a 13-25 évesek 90%-a érzi a klímaszorongás a mindennapjai során. A mintavételi hiba +/- 2 százalékpont volt. Szintén látható, hogy a túlnyomó többsége készen áll arra, hogy cselekedjen a változások elérése érdekében. A visszajelzéseik alapján kijelenthető, hogy szerintük kevés információt kapnak az oktatási rendszerben a klímaváltozásról és fenntarthatóságról, ami szintén csak a tehetetlenség érzését és a szorongást erősítik bennük.

Készítettem egy anonim kvalitatív kérdőívet, felmérést és a vizsgált korcsoportom a 13-25 év közöttiek voltak, összesen 204-en vettek részt benne. Az eredmények alapján érzékelhető volt, hogy tisztában vannak a klímaváltozás fogalmával és annak negatív hatásaival. A megkérdezettek 68%-a mondta azt, hogy klímaszorongással él együtt. Elmondásaik alapján a szorongás érzetük és aggodalmuk mind abból adódik, hogy nem tudják mit tegyenek, hogyan cselekedjenek, ezért fontos lenne ezekről is szót ejteni az iskolákban. Nagyon sokan képesek lennének saját áldozatokat is hozni a cél érdekében, amiből az következett, hogy ez az érzés vajon hatással van-e a vásárlási szokásaikra. A többséget igenis befolyásolja, tehát ezt a gondolatot még tovább vittem és megpróbáltam megtalálni a kapcsolatot a klímaszorongás és a greenwashing között. A kapcsolati összefüggést abban kerestem, hogy egyre elterjedtebb a tudatos fogyasztó és vásárlási szokás, amiből egy adott márka tulajdonosa rendkívül sok hasznot húzhat. A fiatalok sokkal szívesebben vásárolnak már olyan termékeket, amikről azt hallják, hogy környezettudatos.

A greenwashingról, azaz a zöldre mosásról nem sokan hallottak még eddig, ami nagyon nagy probléma a meglátásaim alapján. Fontos lenne minél hamarabb megtanítani a gyermekeket a kritikus gondolkodásra, illetve arra, hogy nem kell feltétlen mindent elhinniük,

amit hallanak. Miután a kitöltő fiatalokkal beszéltem a zöldremosásról, tudtak nekem arról is véleményt mondani, hogy szerintük miért is alkalmazzák ezt a vállalatok nagy része.

Maga a greenwashing nem egy újdonság, hiszem már az 1980-as évek közepe óta ez egy ismert fogalom. A greenwashing, zöldremosás szerepe, mint ahogyan azt már említettem, nem hiába lett ennyire elterjedt napjainkban, hiszen a tudatos vásárlás megadta az alapját annak, hogy valahogyan a vállalatot ezt kihasználja a javukra fordítsák.

Napjainkban a legnagyobb port a H&M kavarta, a greenwashing botrányával. Az ő példájuk tökéletes arra, hogy megértsük, milyen ügyesen próbálják kihasználni a fogyasztók jóhiszeműségét, tudatos vásárlását, ami a klímaszorongásból adódik.

6. Irodalomjegyzék

United N. (2021): The Sustainable Development Goals Report; New York; 2-5. o.

<https://unstats.un.org/sdgs/report/2021/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2021.pdf>

Simon E. (2021): Carbon Brief CO2 emission; Carbon Brief Clear on Climate

<https://www.carbonbrief.org/analysis-which-countries-are-historically-responsible-for-climate-change>

United N. (2022): Fenntartható Fejlődési Célok; Unis Vienna

https://unis.unvienna.org/unis/hu/topics/sustainable_development_goals.html

Világ Gazdaság (2022): Az Egyesült Államok és Kína mindenkit lenyom; VG

<https://www.vg.hu/nemzetkozi-gazdasag/2022/01/az-egyedul-allamok-es-kina-mindenkit-lenyom>

Németh G. D. A. (2008/10): A fenntartható fejlődés koncepciója; Oktatókutató és Fejlesztő Intézet; Budapest

<https://ofi.oh.gov.hu/tudastar/nemeth-gaborne-doktor-090930>

Réti M., Varga A. (2008/10): Új tendenciák a fenntarthatóságra nevelésben. Avagy miért kellene egy tininek megmentenie a Földet?; Oktatókutató és Fejlesztő Intézet; Budapest

<https://ofi.oh.gov.hu/reti-monika-varga-attila-uj-tendenciak-fenntarthatosagra-nevelesben>

Bíró Gy., Sarusi E. (2021): Fenntarthatóság és környezetpedagógia; Dr. Kozma Gábor rektor; Szeged; 16-18. o.

<https://gfe.hu/wp-content/uploads/2019/05/nneveles-es-kornyezet-e.pdf>

Schafferné D. K. (2008): A környezettudatosság többszintű értelmezése és a környezettudatos fogyasztói magatartás vizsgálata; Pécs; 104. o.

<https://pea.lib.pte.hu/bitstream/handle/pea/15247/schafferne-dudas-katalin-tezis-hun-2008.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Állami Sz. (2019): A klímaváltozáshoz való alkalmazkodás fenntarthatósági, versenyképességi összefüggései; Budapest; 9-10. o.

https://www.asz.hu/storage/files/files/elemzesek/2019/elemzes_klima.pdf?download=true

Rebecca L. (2023): Climate Change: Atmospheric Carbon Dioxide

<https://www.climate.gov/news-features/understanding-climate/climate-change-atmospheric-carbon-dioxide>

Portfólió (2021): Ezek az országok felelősek leginkább a klímaváltozásért

<https://www.portfolio.hu/gazdasag/20211005/ezek-az-orszagok-felelosek-leginkabb-a-klimavaltozasert-503832#>

Simon E. (2021): Analysis: Which countries are historically responsible for climate change?

<https://www.carbonbrief.org/analysis-which-countries-are-historically-responsible-for-climate-change/>

Kulcsár L. (2014): Gazdaság & Társadalom, Klímaváltozás és társadalmi változás; Sopron; 3-15. o.

http://real.mtak.hu/36432/1/GT_2014_1_01_Kulcsar.pdf

K. Urwin, A. Jordan (2008): Global Environmental Change; 18-25. o.

<https://www.sciencedirect.com/journal/global-environmental-change/vol/18/issue/1>

Costas P. P., Hershey (2011): Climate Change, Supply Chain Management And Enterprise Adaptation: Implications Of Global Warming On The Economy; New York; 143-148. o.

<https://epdf.tips/climate-change-supply-chain-management-and-enterprise-adaptation-implications-of.html>

Ciscar, Juan-C. (2009): The Impacts Of Climate Change In Europe; Spain; 23-27. o.

https://www.researchgate.net/publication/238796263_Climate_change_impacts_in_Europe_Final_report_of_the_PESETA_research_project

UNICEF (2022): Kutatás: Hogyan gondolkoznak a fiatalok a klímaváltozásról?

[Kutatás: hogyan gondolkoznak a fiatalok a klímaváltozásról? - UNICEF](#)

Public R. (2022): UNICEF Online Kérdőíves Adatfelvétel; Magyarország; 2-31. O.

https://unicef.hu/wp-content/uploads/2022/07/unicef_publicus_orzagos_2022_junius_klimavalsag_kutatas_javitott.pdf

Tudás.hu (2023): A klímaszorongás felforgatja az életünket

<https://tudas.hu/a-klimaszorongas-felforgatja-az-eletunket/>

GlobeScan R. R. (2023): Four in Ten People Cite Climate Concerns as a Deterrent to Having Children

<https://globescan.com/2022/09/29/insight-of-the-week-climate-change-as-deterrent-to-having-children/>

Bruce W. (2016): The troubling evolution of corporate greenwashing

<https://www.theguardian.com/sustainable-business/2016/aug/20/greenwashing-environmentalism-lies-companies>

Körforgásos G. (2023): A green és a zöld jelző: greening, greenwashing...; Gödöllő; 9-17. O.

https://www.researchgate.net/publication/370946096_A_green_es_a_zold_jelzo_greening_greenwashing

Országgyűlés H. (2021): A „greenwashing” jelenség; Magyarország; 1-4. O.

https://www.parlament.hu/documents/10181/39233854/Infojegyzet_2021_40_greenwashing.pdf/ec5b9e78-0b17-34b7-3273-8db1bd16bea9?t=1622187677016

Biró Á. (2021): Greenwashing, azaz a zöldre mosás jelentése és típusai

<https://agotabiro.com/greenwashing-azaz-a-zoldre-mosas-jelentese-es-tipusai/>

Giorgia M. (2022): (Un)sustainable fashion: H&M is being sued for greenwashing

https://www.renewablematter.eu/articles/article/unsustainable-fashion-h-and-m-is-being-sued-for-greenwashing?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTAAAR2WQClwj0mfxY2OkBAmmfp9Ct72EBKRROVTxROJRgCGPh-JfbBvwrven0_aem_AXxf3-DTpaQ10o-KHWjy0r2zJTEgqJJdqXqSdv7eB8Xy4T1wwORirk1jZ1crL8xtkWEjfYdW3L6W6UxL-NiS2oC

Amanda S. (2022): H&M showed bogus environmental scores for its clothing

<https://qz.com/2180075/hm-showed-bogus-environmental-higg-index-scores-for-its-clothing>

Ellen M. F., Circular F. I. (2017): A new textiles economy: redesigning fashion's future

<https://emf.thirdlight.com/link/kccf8o3ldtmd-y7i1fx/@/preview/1?o>

7. Mellékletek

Összefüggés a klímaszorongás és a tudatos vásárlás között

Kedves Kérdőív kitöltő!

Tóth Cintia Patrícianak hívnak és a Miskolci Egyetem, nemzetközi gazdálkodás szakos hallgatója vagyok.

A kérdőívem célja, hogy felmérjem, hogyan élnek meg a Magyarországon élő emberek a klímaszorongást és hogy ennek milyen hatásai vannak a vásárlási szokásaikra. Emellett érdekel az is, hogy mennyire ismerik a Greenwashing fogalmát, azaz a zöldre mosást.

Az alábbi kérdőív kitöltése csak pár percet vesz igénybe, anonim módon zajlik, ennek eredményeit a szakdolgozatomban szeretném felhasználni, illetve később publikációra is.

* Kötelező kérdés

1. Egyetért-e azzal, hogy az emberi tevékenység okozza a klímaváltozást? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

1 2 3 4

Nem ☐ ☐ ☐ ☐ Teljes mértékig egyetértek

<https://docs.google.com/forms/d/1pxX-HGbHNeUiv3SYARPGdXZxcLmqk9uOHMuhrbQvGw8/edit>

1/13

2. Mennyire érdekli Önt a klímaválság és annak hatása a környezetre? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

1 2 3 4

Egy ☐ ☐ ☐ ☐ Nagyon érdekel

3. Tapasztalt-e klímaszorongást vagy aggódást a klímaválság miatt? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

1 2 3 4

Nem ☐ ☐ ☐ ☐ Igen, mindig

4. Mennyire aggódik, szorong a klímaválság miatt? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

1 2 3 4

Egy ☐ ☐ ☐ ☐ Rendkívül szorongok, a klímaválság meghatározó az életemben

<https://docs.google.com/forms/d/1pxX-HGbHNeUiv3SYARPGdXZxcLmqk9uOHMuhrbQvGw8/edit>

2/13

5. Milyen érzései vannak leginkább a klímaváltozással kapcsolatban? Több válasz megjelölése lehetséges. *

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- ☐ Düh
- ☐ Félelem
- ☐ Nyugalom
- ☐ Optimizmus
- ☐ Szorongás
- ☐ Tehetetlenség érzés
- ☐ Tettrekészség
- ☐ Nincsenek érzéseim a klímaváltozással kapcsolatban

6. Hogy érzi, találkozott-e már a klímaváltozás jeleivel (pl.: heves esőzések, extrém hőség, árvizek, szárazság stb.)? *

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

1	2	3	4
Szir ☐	☐	☐	Igen, állandóan ☐

<https://docs.google.com/forms/d/1pxX-HGbhNeUiv3SYARPGdXZxcLmqk9uOhMuhrbQvGw8/edit>

3/13

7. Az Ön véleménye szerint a klímaváltozás negatív hatásait, következményeit mikor fogjuk tapasztalni? *

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ Már most tapasztalhatóak
- ☐ 5-10 év múlva
- ☐ 15-30 év múlva
- ☐ Több mint 30 év múlva

8. Kérem értékelje az egyéni szerepvállalás fontosságát! *

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

1	2	3	4
Egy ☐	☐	☐	Nagyon fontos ☐

<https://docs.google.com/forms/d/1pxX-HGbhNeUiv3SYARPGdXZxcLmqk9uOhMuhrbQvGw8/edit>

4/13

9. Az alábbi állítások közül melyikkel ért egyet legnagyobb mértékben? Egy válasz megjelölése lehetséges. *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ Akár személyes áldozatokat is hajlandó vagyok megtenni a klímaválság mérséklése érdekében (pl.: kedvelt ételek vagy termékek fogyasztásával való környezettudatosság stb.)
- ☐ Csak olyan mértékben cselekszem, változtatok a szokásaimon a klímaválság mérséklése érdekében, amíg az nekem kényelmes, nem jár különösebb lemondással
- ☐ Csak akkor cselekszem a klímaválság mérséklése érdekében, ha körülöttem mindenki ugyan ezt teszi
- ☐ Nem fogok változtatni a szokásaimon/életmódomon a klímaválság mérséklése érdekében, mivel nem gondolom, hogy az én felelősségem lenne
- ☐ Nem tudom

10. Milyen mértékben befolyásolja a klímaváltozás a vásárlási szokásait? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

1 2 3 4

Egy ☐ ☐ ☐ ☐ Nagyon befolyásolja

<https://docs.google.com/forms/d/1pxX-HGbHNeUiv3SYARPGdXZcLmqk9uOhMuhrbQvGw8/edit>

5/13

11. Milyen mértékben befolyásolja egy márka tulajdonosának a környezetvédelmi tevékenysége vásárlása közben? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

1 2 3 4

Egy ☐ ☐ ☐ ☐ Nagyon befolyásol

12. Hallott-e már a "greenwashing" fogalmáról? (zöldre mosás: olyan vállalati vagy kormányzati kommunikáció, amely megtevesztő vagy hamis környezetvédelmi előnyöket igyekszik sugallani) *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ Igen
- ☐ Nem

<https://docs.google.com/forms/d/1pxX-HGbHNeUiv3SYARPGdXZcLmqk9uOhMuhrbQvGw8/edit>

6/13

13. Hallott e már az alábbi cégek greenwashing botrányáról? Több válasz megjelölése lehetséges. *

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- ☐ BP: "Beyond Petroleum" kampányában túlzottan hangsúlyozta a zöld törekvéseiket, azonban jelentős környezetszennyezést okoztak
- ☐ Coca-Cola: fenntarthatósági állításait túlzottan hangsúlyozza, azonban kevés valós változást hajtottak végre
- ☐ Decathlon: környezetbarát termékek és gyakorlatok túlzott hangsúlyozása, valójában pedig olcsó áruk és nagy tömegű termelés
- ☐ H&M: fenntartható divat és gyártási gyakorlatok túlzott hangsúlyozása, de továbbra is "fast fashion" modellt alkalmaznak
- ☐ Shell: környezetvédelemmel kapcsolatos kommunikáció, azonban olajfűrésok miatt környezetszennyezés
- ☐ Volkswagen: dízelbotrány
- ☐ Egyéb: _____

<https://docs.google.com/forms/d/1pxX-HGbhNeUiv3SYARPGdXZcLmqk9uOhMuhrbQvGw8/edit>

7/13

14. Az alábbi állításokkal milyen mértékben ért egyet? *

Soranként csak egy oválit jelöljön be.

	Nem érték ezzel egyet	Nem teljesen érték egyet	Részben egyetértek	Teljes mértékig egyetértek
A vállalatok a greenwashingot azért alkalmazzák, hogy megőrizzék a pozitív hírnevüket a környezetvédelem terén	☐	☐	☐	☐
A vállalatok azért használnak greenwashingot, hogy látszólag teljesítsék a környezetvédelmi szabályozásokat (előírt jogszabályokat)	☐	☐	☐	☐
Rövid távú nyereség	☐	☐	☐	☐

<https://docs.google.com/forms/d/1pxX-HGbhNeUiv3SYARPGdXZcLmqk9uOhMuhrbQvGw8/edit>

8/13

maximalizálás
érdekében
alkalmaznak
greenwashingot,
azzal hogy a
valós
erőfeszítéseket
elkerülik a
fenntarthatóság
terén

Greenwashing
révén a vállalatok
növelhetik piaci
részesedésüket a
zöld termékek és
szolgáltatások
piacán

☐ ☐ ☐ ☐

A vállalatok azért
használják a
greenwashingot,
hogy
látszólagosan
megfeleljenek a
növekvő
környezettudatos
fogyasztói
igényeknek

☐ ☐ ☐ ☐

<https://docs.google.com/forms/d/1pxX-HGbHNeUiv3SYARPGdXZxcLmqk9uOhMuhrbQvGw8/edit>

9/13

15. Milyen mértékben van hatással a vásárlási szokásaira az a tény, hogy egy vállalat greenwashingot alkalmaz? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

1 2 3 4

Nem ☐ ☐ ☐ ☐ Nagyszerűen befolyásolja a vásárlási döntéseimet

16. Milyen érzelmeket vált ki Önből, ha kiderül, hogy egy adott cég greenwashingot alkalmaz? Több válasz *
megjelölése lehetséges.

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- ☐ Aggodalmat
☐ Bizalmatlanságot
☐ Csalódottságot
☐ Dühöt
☐ Elkecseredettséget
☐ Kétséget
☐ Szkepticizmust

<https://docs.google.com/forms/d/1pxX-HGbHNeUiv3SYARPGdXZxcLmqk9uOhMuhrbQvGw8/edit>

10/13

17. Neme: *

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ Nő
☐ Férfi

18. Az Ön életkora (számmal kifejezve): *

19. Az Ön legmagasabb iskolai végzettsége: *

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ Általános iskola
☐ Középfokú iskola érettségi nélkül, szakmai oklevéllel
☐ Érettségi
☐ Szakmai ismeretekkel bővített érettségi
☐ Egyetemi alapképzés
☐ Egyetemi mesterképzés
☐ Doktori képzés

<https://docs.google.com/forms/d/1pxX-HGbHNeUiv3SYARPGdXZxcLmqk9uOhMuhrbQvGw8/edit>

11/13

20. Az Ön lakóhelyének típusa: *

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ Budapest
☐ Vármegyeszékhely
☐ Város
☐ Község

Ezt a tartalmat nem a Google hozta létre, és nem is hagyta azt jóvá.

Google Űrlapok

<https://docs.google.com/forms/d/1pxX-HGbHNeUiv3SYARPGdXZxcLmqk9uOhMuhrbQvGw8/edit>

12/13