

## A környezettudatos életmódhoz való hozzáállás budapesti egyetemi hallgatók körében – a vásárlási döntéseik és a hulladékkezelés tükrében

*Attitudes towards green lifestyle among university students in Budapest – in the light of their purchasing decisions and waste management*

Lukács Rita<sup>1</sup> – Szeberényi András<sup>2</sup> – Papp-Váry Árpád<sup>3</sup>

---

**Absztrakt:** Vásárlási döntéseink során egyre jelentősebb szerepet játszik a környezettudatosság, a fogyasztók egyre szélesebb rétege törekszik arra, hogy ezen a téren csökkentse a környezeti lábnyomát – de vajon tényleg rendelkeznek az ehhez szükséges információval? Kutatásunk során azt vizsgáltuk, hogy a Budapesti Metropolitan Egyetem hallgatói vásárlási döntéseik során mekkora jelentőséget tulajdonítanak a környezettudatosságnak – például vásárolnak-e használt terméket, visznek-e magukkal saját zacskót, táskát a bevásárláshoz, illetve tisztában vannak-e azzal, hogy a különböző csomagolóanyagokat melyik hulladék-tárolóban kell elhelyezni. A vizsgálat során kiderült, hogy a költséghatékonysági szempontok mellett a környezettudatosság is szerepet játszik abban, hogy a válaszadók használt elektronikai eszközöket (például mobiltelefont, tabletet, laptopot,

- 
- <sup>1</sup> Dr. LUKÁCS Rita PhD egyetemi docens [Associate Professor]  
(<https://orcid.org/0009-0009-9049-940X>)  
Budapesti Metropolitan Egyetem Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar  
[Budapest Metropolitan University, Faculty of Business, Communication and Tourism, Hungary]  
([rlukacs@metropolitan.hu](mailto:rlukacs@metropolitan.hu))
- <sup>2</sup> Dr. SZEBERÉNYI András PhD főiskolai docens [College Associate Professor]  
(<https://orcid.org/0000-0002-1387-0350>)  
Budapesti Metropolitan Egyetem, Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar  
[Budapest Metropolitan University, Faculty of Business, Communication and Tourism, Hungary]
- <sup>3</sup> Dr. habil. PAPP-VÁRY Árpád PhD tudományos főmunkatárs [Senior Research Fellow]  
(<https://orcid.org/0000-0002-0395-4315>)  
Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar  
[University of Sopron Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, Hungary]

asztali számítógépet vagy játékkonzolt) vásároltak. A hallgatók jelentős része, közel 88% saját bevallása szerint általában visz magával saját zacskót, papír- vagy textiltáskát vásárláskor, hogy abban haza tudja vinni a megvásárolt termékeket. A különböző hulladéktípusok megfelelő elhelyezése már vegyes képet mutatott: amíg a gyakran használt csomagolóanyagoknál a többség a megfelelő hulladékgyűjtőt választotta, egyéb hulladékok esetén ez kihívást jelentett a vásárlóknak, amit az információhiány, illetve a többféle, egymásnak ellentmondó információ is okozhat.

**Kulcsszavak:** környezetvédelem, környezettudatos életmód, hulladékgazdálkodás

**JEL-kódok:** M31, P46, P48

---

**Abstract:** Environmental awareness is playing an increasingly important role in our purchasing decisions, and a growing number of consumers strive to reduce their environmental footprint – but do they have the necessary information? Our research analysed how much importance students at Budapest Metropolitan University attach to environmental awareness in their purchasing decisions – for example, do they buy second-hand products, do they bring their bags when shopping and are they aware of the different packaging materials and where to dispose of them? The survey found that, in addition to saving money, environmental awareness also played a role in the respondent's purchase of a used electronic device (such as a mobile phone, tablet, laptop, desktop computer or games console). According to their own admission, a significant part of the students, nearly 88%, usually take their plastic, paper, or textile bags with them when shopping so that they can take the purchased items home. The correct disposal of different types of waste is a mixed picture: While the frequently used packaging materials are placed in the appropriate waste container, in several cases, this posed a challenge for the respondents, which can be caused by a lack of information or by a variety of contradictory information.

**Keywords:** environmental protection, environmentally conscious lifestyle, waste management

**JEL Codes:** M31, P46, P48

---

## Bevezetés

A mindennapjainkban egyre inkább észlelhető környezeti problémák növelik az átlagemberek környezeti témák iránti érzékenységet. Az Eurobarometer 2019 decemberében lebonyolított kutatása során a válaszadók 94%-a volt azon a véleményen, hogy számára a környezet védelme fontos – Magyarországon ez az arány 95% volt. EU-s szinten 78%, hazai szinten 79% szerint a környezetvédelemmel kapcsolatos kérdések közvetlen hatást gyakorolnak a mindennapjaikra, illetve az egészségükre. A legjelentősebb környezeti problémának az éghajlatváltozást (53%), a légszennyezettséget (46%) és a hulladék mennyiségének növekedését (46%) tartották. Magyarországon némileg eltérően alakult a sorrend: a hulladék növekvő mennyisége bizonyult a legfontosabbnak (58%), ezt követte az éghajlatváltozás (51%) és a légszennyezés (45%). Az Európai Unióban és hazánkban is, a megoldást nagyobb mértékben várják a fogyasztási szokások módosításától (EU: 33%, Magyarország: 28%), mint a termelési és kereskedelmi gyakorlat változásaitól (EU: 31%, Magyarország: 19%). A felismerés hatására a fogyasztók többsége hajlandó tenni is a környezetért: 66% szelektíven gyűjti a hulladékot, 45% igyekszik elkerülni az egyszer használatos műanyagtermékeket (kivéve a műanyag zacskókat), 42% pedig helyi termékeket vásárol. A magyarországi fogyasztók a szelektív hulladékgyűjtés (53%) és az egyszer használatos műanyag termékek kerülése (45%) mellett az energiafogyasztást (38%) igyekeztek csökkenteni (European Commission, Directorate-General for Environment, 2021).

Ahogy az az előbbi statisztikákból is látszik, sok fogyasztó már felismerte, hogy változtatnia kell a saját fogyasztási magatartásán a környezet védelme érdekében. Ezen a területen kiemelten fontos a fiatal generációk szerepe, hiszen fogyasztóként jelenleg is használják azokat a természeti erőforrásokat, amelyeknek felnőtként kiemelt felhasználói lesznek. Emellett pedig ők lesznek a jövő vállalatvezetői, politikusai, tudósai, általánosságban véve pedig munkavállalói, fogyasztói, az utánuk következő generációk esetében pedig azok példaképei. Mivel a jövőjükéről van szó, hajlamosak kitörni a bizonytalanság, célnélküliség korszakából és aktivizálni magukat – klímaaktivitásuk miatt „Greta-generációnak” is hívják őket (Törőcsik–Szűcs, 2021).

A tanulmányban a Z-generáció környezetvédelmi jelentőségének bemutatását a környezettudatosság fő elemeinek azonosítása követi. A megfogalmazott öt hipotézis a környezettel kapcsolatos attitűdökre fókuszáló

szakirodalmi áttekintésre épül és az egyetemisták mint fogyasztók környezeti attitűdjét vizsgálja. A kutatási eredményeket bemutató fejezet a Budapesti Metropolitan Egyetem hallgatói körében 2021 tavaszán lebonyolított kérdőíves felmérés eredményeit ismerteti és elemzi. Az 58 kérdést tartalmazó online kérdőívet összesen 307-en töltötték ki, az adatok elemzése Excel, illetve SPSS szoftver segítségével történt.

A következtetések között olyan javaslatokat szerepelnek, amelyek elősegíthetik, hogy a jövő vezető generációjának a környezeti tudása és attitűdje még magasabb szintet érjen el.

### **Környezettudatosság a fiatalok körében**

A Z generáció különlegességét a környezettudatosság terén az adja, hogy ez az első generáció, amelynek tagjai a környezeti válságok, a terrorizmus, a technológia robbanásszerű növekedése és a közösségi média szélesebb körben való elterjedése idején születtek. Ezt a generációt a szakirodalom többféle néven említi (post-millennaristák, évtized utániak, Z-generáció) és abban is vannak eltérések, hogy hogyan alakítják ki a generáció korszakolását (1995 után született, 2001 után született, 1995-2010 között született) (Pál–Törőcsik, 2013). A korszak szülöttei jelenleg tizen-, illetve huszonevesek, többségük egyetemista vagy nemrég fejezte be felsőfokú tanulmányait.

Mivel a szélessávú internetnek és a közösségi médiának köszönhetően ez az első valóban globális generáció, tagjai hatalmas mennyiségű információhoz jutnak hozzá, emiatt tisztában vannak a globális problémákkal, amelynek hatására erős társadalmi felelősségtudat jellemzi őket. Fogyasztóként elvárják, hogy a cégek foglalkozzanak környezetre gyakorolt hatásaikkal, kínáljanak számukra zöld termékeket, a saját életükben pedig igyekeznek zöld magatartást tanúsítani és igyekeznek odafigyelni például a szelektív hulladékgyűjtésre is (Pál–Törőcsik, 2013).

Éppen ezért a tanulmány témája ennek a generációnak a vizsgálata környezettudatossági szempontból. A fenntartható fogyasztás alapfeltétele a környezettudatosság, amely a következő főbb elemekből áll: „*ökológiai tudás, környezeti értékek, környezeti attitűdök, cselekvési hajlandóság, tényleges cselekvés*” (Nemcsicsné, 2007:42).

A környezeti értékrendszerre elsősorban a közvetlen környezet tagjaitól érkező stimulusok hatnak, az egyetemisták esetében ez főleg a családot, barátokat és a tanárokat jelenti, ugyanakkor az oktatási rendszer is sok inputot szolgáltat hozzá (Zsóka et al., 2011).

Az ökológiai tudás a tényszerű ismereteket jelenti a környezettel kapcsolatban, amelyek befolyásolják az egyén gondolkodásmódját, értékeit és attitűdjét, ezen keresztül pedig a cselekvési hajlandóságot és a tényleges cselekvést (Nemcsicsné, 2007). Tartalmát tekintve az ökológiai tudás három részre osztható: rendszerszintű tudás (miért jelent problémát az ózonlyuk), cselekvésszintű tudás (egyéni cselekedeteink hogyan csökkenthetik az általunk okozott környezeti károkat) és hatékonyságra vonatkozó tudás (környezeti magatartás hatékonysága a környezetvédelemben) (Jahmimool–Khajohnmanee, 2019). Ezek közül az utolsó jelenti a legnagyobb kihívást, hiszen ebben az esetben a fogyasztónak képesnek kell lennie például arra, hogy felismerje, a különböző csomagolóanyag-típusok milyen mértékben károsítják a környezetet.

Környezeti attitűd alatt az egyén környezettel kapcsolatos világnézetét értjük, amely jelentős mértékben befolyásolja a környezettudatossággal kapcsolatos magatartását. A pozitív környezeti attitűd azt jelenti, hogy az egyén felismeri a magatartása káros környezeti hatásait, ami arra motiválhatja, hogy környezettudatos magatartást tanúsítson. Viszont önmagában a környezeti attitűdök megléte nem elégséges feltétele ennek (Janmimool–Khajohnmanee, 2019). Érdemes kiemelni viszont, hogy a tudás részét képezi az attitűdök komponensének (Nemcsicsné, 2007).

Az egyetemeken környezettudatos vásárlási magatartásra gyakorolt hatását megkérdőjelezi Janmimool és Khajohnmanee (2019) tanulmánya, amely szerint a formális oktatásnak ugyan volt hatása a közvetett környezettudatossági magatartásra (környezetvédelemmel kapcsolatos elvek támogatása, környezettudatos munkahely preferálása), viszont a közvetlen környezettudatossági magatartást (újrafelhasználás, újrahasznosítás, energiatakarékosság) nem befolyásolta szignifikáns mértékben. A thaiföldi egyetemisták körében elvégzett kutatásuk azt mutatta, hogy leginkább az a közvetlen környezettudatossági magatartás jellemző a válaszadókra, hogy lekapcsolják a világítást és a klímaberendezést, ha nincs rá szükségük. Emellett népszerű válasz volt még a műanyag bevásárlótáska mellőzése, a műanyag csomagolóanyagok újrafelhasználása vagy újrahasznosítása és a szelektív hulladékgyűjtés is. Ugyanakkor a kutatás érdekes megállapítása, hogy az erőteljesen pozitív környezeti attitűd nem feltétlenül

jár együtt a környezettudatos magatartással és hogy a környezetvédelemmel kapcsolatban az egyetemen elvégzett kurzus sem járult hozzá jelentős mértékben a környezettudatos magatartáshoz.

Ezzel némileg ellentétes megállapításra jutott Schmidt (2007), az ő tanulmányában az elvégzett környezeti kurzus hatására magasabb szintet ért el a hallgatók környezeti attitűdje és magatartása, mint azok esetében, akik nem vettek részt ezen a kurzuson. A tárgy elvégzése során az egyetemisták számára jelentősebbé és relevánsabbá váltak a környezeti problémák. A szerző feltételezése szerint a megszerzett tudást más szituációkban is kamatoztatni fogják a résztvevők, ami ezáltal befolyást fog gyakorolni a környezettudatossággal kapcsolatos magatartásukra.

Zsóka és szerzőtársai (2011) magyarországi középiskolások és egyetemisták körében végzett kutatásai során kiderült, hogy bár mindkét csoport tagjai szeretnek vásárolni, a középiskolásokhoz képest az egyetemistáknál nagyobb korlátozó tényezőt jelent a pénz hiánya, de emellett az idő hiányát, a már kielégített szükségleteiket, a környezeti megfontolásokat és azt is említették, hogy nem szeretnek vásárolni.

Ugyanebben a kutatásban az egyetemistákra sokkal inkább jellemző volt a környezettudatos magatartás, mint a középiskolásokra. Amíg az előbbi csoport 79%-a, addig az utóbbiaknak csak 47%-a vallotta, hogy szelektíven gyűjti a hulladékot. A veszélyes hulladékok külön gyűjtését is inkább az egyetemisták (91%), mint a középiskolások (58%) végzik (Zsóka et al., 2011). Természetesen az eredmények a résztvevők saját bevallását tükrözik, nem a tényleges cselekvést vizsgálják. A környezettudatos magatartást gátló tényezők esetében az egyetemistáknál az anyagi okok (67%) és a környezetbarát életmód feltételeinek hiánya (64%) dominált, a középiskolásoknál az utóbbi tényező (43%), illetve a megfelelő tájékoztatás hiánya (39%) volt leginkább jellemző (Zsóka et al., 2011).

A Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Karán tanuló hallgatók körében 2015-ben végzett kutatás eredményei alapján a kitöltők környezettudatosnak tartották magukat, azonban a válaszaikban megjelölt környezetvédelmi megfontolásból végrehajtott cselekvések jellemzően olyan tevékenységek, amelyek egyrészt könnyen végrehajthatóak, nem igényelnek jelentős elköteleződést, másrészt a környezeti mellett egyéb, akár anyagi megfontolásokra is utalnak. Ilyen tevékenység például az utazás környezetbarát módja. Emellett sokan választottak természetes alapanyagot, gyűjtötték szelektíven a hulladékot vagy kerültek az egyszer használatos termékeket. A nagyobb erőfeszítéssel járó tevékenységeket, mint például a környezetkímélőbb

vegyszer választása vagy a gyártó környezeti hírnevének figyelembevétele a vásárlási döntések meghozatala során, egyáltalán nem választották a válaszadók. A környezettudatosságot gátló fő tényezők közé az anyagi és a kényelmi okokat sorolták, valamint a lehetőségek hiányát. Az ismeretek hiányára jóval kevesebben hivatkoztak. A magukat környezettudatosnak valló hallgatók jellemzően hajlandóbbak voltak magasabb árat fizetni a környezetre kevésbé ártalmas termékekért (Csigéné Nagypál–Görög, 2015).

A Széchenyi István Egyetem Apáczai Csere János Pedagógiai, Humán- és Társadalomtudományi Karán végzett hallgatói felmérés eredményei azt mutatják, hogy a válaszadók szerint jelenleg túlzott mértékben használjuk a Föld véges erőforrásait. Érdekes, hogy bár a hallgatók ösztönösen aggódnak a klímaváltozás és annak következményei miatt és 88% szelektíven gyűjti a hulladékot, a hulladék megelőzésére és az újrahasznosításra jóval kevesebben fókuszálnak még azok közül is, akiket kiemelten foglalkoztat a hulladék kérdésköre (Kövecsesné Gősi et al., 2020). Itt is jellemző volt tehát, hogy elsősorban a jelentős elköteleződést és áldozatot nem igénylő környezetvédelmi tevékenységeket preferálták a hallgatók.

Mónus és szerzőtársai (2022) összesen tizenhét hazai egyetem hallgatóinak környezettudatosságát elemezték egy kérdőíves kutatás keretében. A környezeti attitűdökre és környezetbarát viselkedésre fókuszáló felmérés a hallgatók anyagi szemléletét, étellel való elégedettségét, a Covid-19 pandémiával kapcsolatos véleményét, illetve politikai nézeteit is vizsgálták. A szerzők összefüggést fedeztek fel ezen tényezők, illetve a környezettudatosságot jellemző mutatók között. Kutatási eredményeik alapján az egyetemisták a teljes lakossághoz képest jóval fontosabbnak tartották a klímaváltozás kérdéskörét, illetve a környezeti és társadalmi problémákat. A környezettudatos hallgatókra kevésbé volt jellemző a materialista szemlélet, kisebb arányban vallottak jobboldali nézeteket, saját életükkel elégedettebbnek bizonyultak. Válaszaik alapján megállapítható, hogy szerintük a betegségek, így a koronavírus járvány is a modern életvitel következményei. Ugyanakkor úgy vélték, a koronavírus során kényszerűségből vagy önkéntesen alkalmazott magatartásminták hasznosak lehetnek a klímaváltozás elleni küzdelemben. Abban viszont kevésbé bíztak, hogy ezek a viselkedésminták valóban be is fognak épülni az emberek mindennapjaiba, a járványhelyzet elmúltát követően is.



Korábbi kutatási eredmények alapján azt feltételezzük, hogy a nők tudatosabbak a környezetvédelem terén és emiatt nagyobb arányban vannak tisztában azzal, hogy a kutatásban vizsgált termékeket hova kell kidobni – ezzel kapcsolatos az utolsó hipotézisünk. Zelezny és szerzőtársai (Zelezny et al., 2000) az 1988 és 1998 között megjelent tanulmányokat elemző kutatása a nemek eltérő szocializációjára (másokról való gondolkodás, mások szempontjainak figyelembevétele) vezette vissza a nők társadalmi és környezeti szempontból felelősebb viselkedését. Az alap- és középfokú oktatásban elvégzett felmérésük azt igazolta, hogy ezek a különbségek már ebben a korban is felfedezhetőek – többek között a hulladékkal kapcsolatos aggodalmak, illetve az újrahasznosítás terén is.

Medina és Toledo-Bruno (2016) fülöp-szigeteki egyetemisták körében elvégzett kutatása során a férfiak ökológiai lábnyoma magasabbnak bizonyult, mint a nőké. Ennek oka lehet a férfiak kevésbé fenntartható életmódja, illetve nagyobb mobilitása is, azaz ők jellemzően többet autóznak. Egy 2020-as dél-afrikai kutatás ugyanakkor nem talált statisztikai szempontból szignifikáns eltérést a női és a férfi hallgatók között a környezetvédelemmel kapcsolatos aggodalmak, tudás, magatartás és a környezettudatos vállalkozóvá válás terén (Strydom et al., 2020).

## **Anyag és módszer**

Mivel az ökológiai tudás jelentős része láthatatlan és ebből következően nehezen mérhető (Nemcsicsné, 2007), ezért kutatásunk során az egyetemisták mint fogyasztók környezeti attitűdjét vizsgáltuk különböző változók segítségével a Budapesti Metropolitan Egyetem hallgatói körében. Ugyanakkor torzító hatásként számolnunk kellett az igazi, tényleges helyett az elvárt attitűd kinyilvánításával, és azzal is, hogy a kérdőív mint kutatási módszer nem követi a mindennapi élet logikáját. Emellett a megkérdés névtelensége is csökkentette a felelősségtudatot. Ezek a tényezők korlátozzák a kutatás alapján megfogalmazott következtetések általánosíthatóságát.

2021 áprilisa és júliusa között primer kutatást végeztünk a Budapesti Metropolitan Egyetem hallgatói körében. Az online kérdőív összesen 58 kérdést tartalmazott, amelyekhez kapcsolódóan előzetesen számos hipotézist határoztunk meg. Jelen tanulmány keretében az alábbi hipotéziseket vizsgáljuk:



- H1:** *A hallgatók vásároltak már életük során használt elektronikai eszközt (például mobiltelefont, tabletet, laptopot, asztali számítógépet vagy játékkonzolt), melynek legfőbb oka a pénzhiány vagy takarékoskodás volt, nem pedig a környezetvédelem.*
- H2:** *A hallgatók általában visznek magukkal saját zacskót, vagy papír-, textiltáskát vásárláskor, mivel nagyon fontos számukra a környezettudatos életmód.*
- H3:** *A hallgatók minden esetben tisztában vannak azzal, hogy a különböző hulladékokat, mint például elviteles ital pohár, használt papír zsebkendő és szalvéta, joghurtos és tejfölös pohár, hungarocell, illetve pohártető – hogyan és melyik hulladékátrolóba kell kidobni.*
- H4:** *A megkérdezettek legalább fele tisztában van azzal, hogy a pohártetőket, elviteles papír poharakat, ételhordásra alkalmas papírdobozokat, illetve a joghurtos és tejfölöspoharakat el kell mosni, mielőtt kidobják a megfelelő helyre.*
- H5:** *A megkérdezettek esetében a nők vannak inkább tisztában azzal, hogy a kutatásban felsorolt termékeket hova kell kidobni.*

Az online kérdőív eredményeit SPSS, illetve Excel segítségével elemeztük. A kérdőíves felmérésben összesen 307 hallgató vett részt, a válaszadók nemek szerinti megoszlása a következőképpen alakult: 61% nő, 39% férfi. Ezek az arányok nagyjából leképezik az egyetem hallgatóinak nemek szerinti megoszlását.

Az 5. hipotézis vizsgálatára Pearson-féle khi-négyzet ( $\chi^2$ ) próbát végeztünk, az IBM SPSS Statistics 27-es verziójának segítségével. A korrelációs koefficiens vizsgálat esetében a 0,05-nél alacsonyabb szintet tekintjük szignifikánsnak.

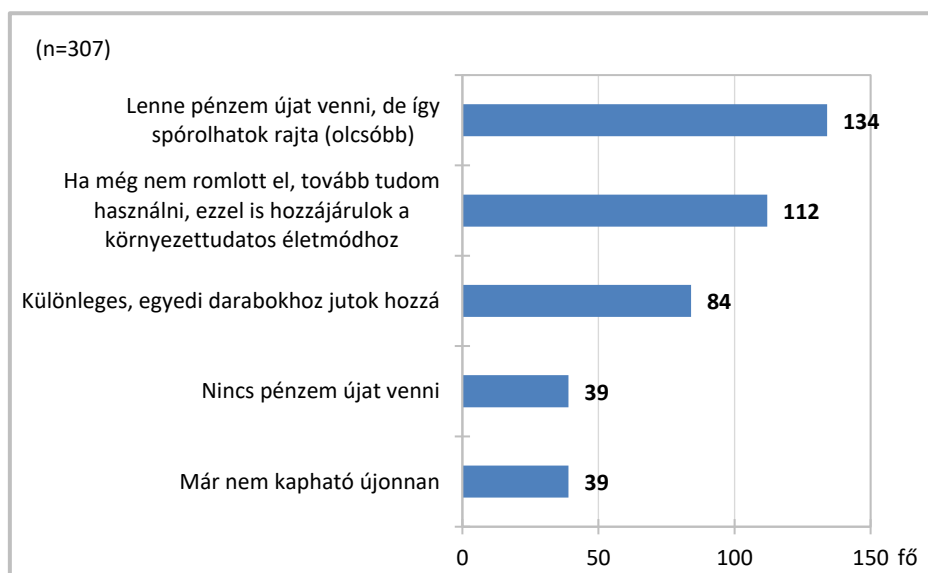
## Kutatási eredmények

Ebben a fejezetben az Anyag és módszer fejezetben ismertetett hipotéziseket fogjuk megvizsgálni, a primer kérdőíves felmérés eredményeinek segítségével.

Az *első hipotézisünk* a használt elektronikai termékek vásárlási motivációjára vonatkozott. A környezettudatos attitűdöt, ezen belül a környezettudatos magatartást gátló tényezőket a használt elektronikai cikkek (például mobiltelefon, tablet, laptop, asztali számítógép, játékkonzol) vá-

sárlásának elemzésével vizsgáltuk. Egy korábbi, egyetemisták és középiskolások körében végzett kutatásnál elsődleges gátló tényezőként szerepeltek az anyagi okok (Zsóka et al., 2011). A használt termékek viszont jellemzően olcsóbbak az újaknál (kivéve a különleges, egyedi termékeket és ritkaságokat), ezért ez ideális terepe lehet a környezettudatos magatartásnak, ráadásul pénzt is meg lehet takarítani vele.

Ahogy az az *1. ábrán* is látszik, a használt elektronikai cikkek megvásárlása esetén a költségtakarékosság az elsődleges motiváció a felmérés résztvevői körében – 134-en jelölték meg ezt a válaszlehetőséget. A második helyre a környezettudatosság került, ezt összesen 112-en választották, ami a felmérés résztvevőinek 36,5%-át, tehát valamivel több, mint harmadát jelenti. A harmadik leggyakoribb válasz a megszerzett termékek különlegességére, egyediségére fókuszál (84 válasz). Kifejezetten az anyagi korlátok csak a negyedik helyen jelennek meg, együtt a már nem kapható termékek használatán történő beszerzésével (39-39 válasz).



**1. ábra: Használt elektronikai termék vásárlási motivációja**

Forrás: Saját készítésű ábra primer kutatás alapján, 2022.

Ennél a kérdésnél több válaszlehetőséget is megjelölhettek a válaszadók, ezért 307-en összesen 369 opciót választottak. Megállapíthatjuk tehát, hogy a kutatás résztvevőinek határozott elsődleges motivációja szo-

kott lenni a használt elektronikai termékek megvásárlásával. Ezzel elfogadjuk az első hipotézist, figyelemre méltó viszont, hogy – saját bevallásuk szerint – a válaszadók több, mint harmada vett már kifejezetten környezettudatossági motivációval másodkézből valamilyen elektronikai cikket.

A második hipotézisünk azt vizsgálta, hogy a vásárlási folyamat során mennyire figyelnek a környezettudatosságra a felmérésbe bevont egyetemisták. A kérdésünk arra vonatkozott, hogy visznek-e magukkal kifejezetten környezetvédelmi szempontokra ügyelve saját zacskót, papír- vagy textiltáskát, amikor bevásárolni mennek. Ez azért is érdekes kérdés, mert a zöldség-, gyümölcs- és pékáru csomagolásához szükséges csomagolóanyagok kivételével az üzletekben fizetni kell a zacskókért és szatyrokért. Tehát, aki nem készül előzetesen a vásárlásra és nem visz magával saját szatyrokat, annak többet kell fizetnie a pénztárnál.

Az ezzel kapcsolatos kérdésre 269-en adtak érvényes választ, közülük 236-an válaszolták, hogy kifejezetten a környezettudatosság miatt visznek magukkal saját zacskót és táskát – ez a kérdésre választ adók 88%-a. Másodlagos motivációnak a költségtakarékosság bizonyult, 81-en nem akarnak fizetni az üzletekben pénzért árult táskákért. A Covid hatására előtérbe kerül a higiénia is, ez a szempont jelent meg annál a 28 válaszadónál, akik nem szívesen választanak olyan zacskókat, amelyekhez már más is hozzányúlhatott korábban. Nem elhanyagolható, de a válaszok alapján kevésbé jelentős tényező, hogy időnként elfogynak az üzletben a zacskók és ha a fogyasztó nem visz magával sajátot, a vásárlás során, illetve annak végeztével nem fog tudni mibe pakolni. Mindössze 3-an választották ezt az opciót. Ennél a kérdésnél is több válaszlehetőséget lehetett megjelölni, így a 269 válaszadó összesen 348 opciót választott, ezzel az egy válaszadóra jutó válaszok átlagos száma 1,3.

Az eredmények alapján elfogadjuk a második hipotézisünket, amely arra vonatkozott, hogy a felmérés résztvevői saját bevallásuk szerint általában visznek magukkal saját táskát vagy zacskót vásárláskor.

A harmadik és negyedik hipotézisünk a különböző hulladékok megfelelő kezelésére vonatkozott. A *harmadik hipotézisnél* azt vizsgáltuk, hogy mennyire vannak tisztában a hallgatók azzal, hogy a különböző hulladékokat hogyan és melyik hulladéktárolóba kell dobni. Rákérdeztünk az elviteles italoknál használt pohár és pohártető, a joghurtos pohár és a hozzá tartozó fólia, valamint az ételszállításra alkalmas papírdoboz, a használt szalvéta, a használt papír zsebkendő, illetve a hungarocell mint

hulladék kezelésére. A részletes eredmények az 1. táblázatban láthatóak, a helyes kezelés szerinti csökkenő gyakoriság alapján rendezve.

### 1. táblázat: Különböző csomagolóanyagok megfelelő elhelyezése

(n=307)	Megfelelő elhelyezés	Helyes kezelés (%)	Helytelen kezelés (%)	Nem tudja (%)
<i>Pohártető</i>	műanyag hulladék	71%	24,1%	4,9%
<i>Ételhordásra alkalmas papírdoboz</i>	papír hulladék / hulladékudvar	59,9%	37,1%	3%
<i>Papír elviteles pohár</i>	papír hulladék / hulladékudvar	61,2%	32,6%	6,2%
<i>Használt papír zsebkendő</i>	vegyes hulladék	47,6%	50,2%	2,3%
<i>Használt papírszalvéta</i>	vegyes hulladék	45%	52,8%	2,3%
<i>Hungarocell</i>	hulladékudvar	19,5%	61,9%	18,6%
<i>Joghurtos / tejfőlőspohár</i>	vegyes hulladék	19,5%	77,9%	2,6%
<i>Joghurtos fólia</i>	hulladékudvar	0,3%	92,5%	7,2%

Forrás: Saját készítésű táblázat primer kutatás alapján, 2022.

Megállapítható, hogy saját bevallásuk szerint legnagyobb arányban (71%) a pohártető helyes kezelésével voltak tisztában a felmérés résztvevői, azaz tudták, hogy ezt a műanyagok közé kell dobni. A válaszadók többsége azt is tudta, hogy az ételhordásra alkalmas papírdobozt (60%) és a papír elviteles poharat (51%) vagy a papír hulladékok közé kell elhelyezni vagy a hulladékudvarban kell leadni.

Valamivel kevesebben, de viszonylag sokan jelölték meg pontosan, hogy mind a használt papír zsebkendő (48%), mind a használt papírszalvéta (45%) helye a vegyes hulladékok között van, hiszen ezeket a rajtuk található szennyeződések miatt már nem lehet újrahasznosítani.

A hungarocell viszonylag ritka hulladéktípus, nem találkoznak vele túl gyakran az egyetemisták, ezért ennél a kérdésnél volt a legmagasabb a bizonytalanok aránya (19%). A helyes választ, azaz, hogy ezt a hulladékudvarban kell leadni, nem helyezhető el a műanyagok gyűjtésére használt szelektív gyűjtőben, hasonló százalék tudta (19,5%). Ugyanilyen hányadban tudták a felmérés résztvevői, hogy a joghurtos vagy tejfőlőspoharat a

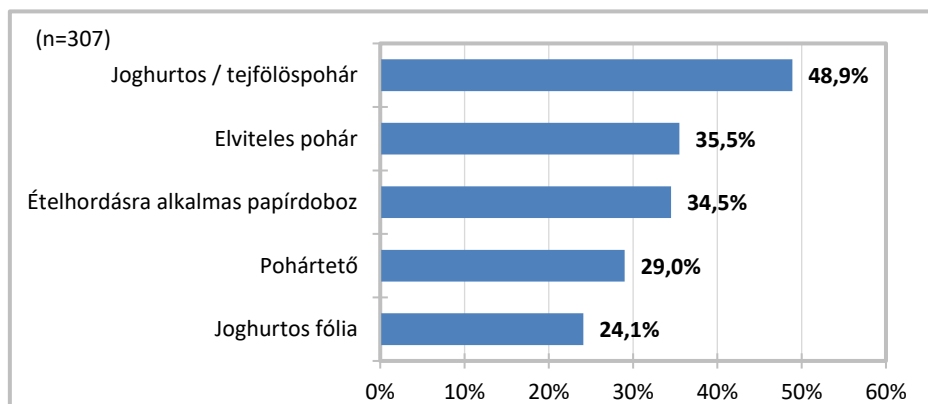
vegyes hulladékok közé kell elhelyezni. Hiába készült műanyagból, a pohár anyagában található többféle műanyagtípus miatt jellemzően nem hasznosítható újra, illetve problémát okozhat a belső felületén található zsíros szennyeződés is. A joghurtos fólia volt az a hulladéktípus, amit a legnagyobb arányban kezelnek helytelenül a felmérés résztvevői: csupán a válaszadók 0,3%-a tudta, hogy ezt a csomagolóanyagot a hulladékudvarban kell leadni.

Összefoglalóan megállapíthatjuk, hogy az előzetesen vártnál nagyobb kihívást jelentett a kérdőívet kitöltő egyetemisták számára a különböző hulladéktípusok helyes elhelyezése. Problémát jelenthet az anyagok típusának felismerése, illetve a szennyeződés mértékének meghatározása is. Sajnos, sok gyártó semmilyen információt nem helyez el terméke csomagolásán annak újrahasznosítási lehetőségeivel kapcsolatban, ezért a fogyasztó sokszor magára marad azzal a dilemmával, hogy melyik gyűjtőben lenne a legjobb helyen a kezében lévő csomagolóanyag. Az eredmények csak részben igazolták a témával kapcsolatos harmadik hipotézisünket, amelyet ezért el kell utasítanunk.

A 2. ábra a *negyedik hipotézishez* kapcsolódik és azt foglalja össze, hogy a különböző csomagolóanyagokat milyen arányban mossák el a válaszadók a kidobást megelőzően, az eredményeket csökkenő sorrendben bemutatva. Ahogyan az az ábrán is látszik, saját bevallásuk szerint leggyakrabban a joghurtos és tejfölöspoharakat szokták elmosni a válaszadók (49%) – valószínűleg azért, mert ez a szokás eléggé elterjedt az elmúlt évtizedekben. Ráadásul, ezeket a termékeket jellemzően az otthonukban, vagy egyéb zárt helyen (munkahelyen, egyetemen) fogyasztják el, ahol általában van lehetőségük a műanyag pohár kiöblítésére a hulladéktárolóban való elhelyezést megelőzően.

Ezt követi gyakoriságban az elviteles pohár (35,5%) és az ételhordásra alkalmas papírdoboz (34,5%) kimosása. Valószínű, hogy a műanyag pohárhoz képest tapasztalható különbséget ezeknél a csomagolóanyagoknál nem csak az eltérő anyagtípus, azaz a papír okozta, hanem az is, hogy mindkét csomagolóanyagba olyan ital, illetve étel kerül, amelyet az elfogyasztást megelőzően vagy azzal párhuzamosan szállít a fogyasztó. Tehát sokszor előfordulhat, hogy menet közben nincs is lehetősége a csomagolás előöblítésére a hulladéktárolóba való kidobás előtt.

Az elviteles poharakhoz kapott pohártetőt még kevesebben szokták elöblíteni (29%), a joghurtos pohárhoz kapcsolódó fóliát pedig csak a válaszadók 24%-a szokta elmosni. Érdekes felfedezés, hogy ennyire különböző módon kezelték az összetartozó csomagolás két részét.



**2. ábra: Csomagolóanyagok elmosása a kidobást megelőzően**

Forrás: Saját készítésű ábra primer kutatás alapján, 2022.

Az utolsó, *ötödik hipotézis* a női és férfi válaszadók helyes hulladék-elhelyezési gyakorlatát vizsgálta, ehhez statisztikai korrelációs vizsgálatként Pearson-féle khi-négyszet próbát végeztünk.

**2. táblázat: A felmérésben részt vevő hallgatók megoszlásának statisztikai összefüggésvizsgálata Pearson-féle khi-négyszet próbával, a meghatározott csomagolóanyagfajták helyes vagy helytelen kezelése, illetve a válaszadók neme alapján**

	Pearson $\chi^2$	p	$\phi$
Joghurtos fólia	1,573	0,21	0,074
Használt szalvéta	1,31	0,252	0,066
Pohártető	0,411	0,814	0,037
Használt papír zsebkendő	0,339	0,561	0,034
Hungarocell	0,148	0,7	0,024
Elviteles pohár	0,138	0,711	0,022
Joghurtos / tejfölöspohár	0,007	0,934	0,005
Ételhordásra alkalmas papírdoboz	0,007	0,934	0,005

Forrás: Saját készítésű táblázat primer kutatás alapján, 2022

Amint az a 2. táblázatból is látszik, nem találtunk szignifikáns eltérést a válaszadók neme és a különböző hulladéktípusok helyes kezelése között. A vizsgált adatsor esetében a p-érték minden esetben meghaladta a 0,05-ös határt, ami alatt szignifikánsnak tekintjük az eltérést. A korreláció erősségét mutató  $\phi$ -értékek is rendkívül alacsonyok, ami tovább erősíti ezt a következtetést.

Az eredmények alapján el kell vetnünk a szakirodalmi források alapján meghatározott ötödik hipotézist, mivel nem volt szignifikáns eltérés a női és a férfi válaszadók között annak tekintetében, hogy a különböző csomagolóanyagokról tudják-e, hogy ezeket hogyan kell hulladékként kezelni.

A primer kutatás eredményeinek vizsgálata alapján a következő döntéseket hoztuk az előzetesen meghatározott hipotézisekkel kapcsolatban:

**H1:** *A hallgatók vásároltak már életük során használt elektronikai eszközt, (például mobiltelefont, tabletet, laptopot, asztali számítógépet vagy játékkonzolt), melynek legfőbb oka a pénzhiány vagy takarékoskodás volt, nem pedig a környezetvédelem. Az eredmények igazolták, ezért **elfogadtuk**.*

**H2:** *A hallgatók általában visznek magukkal saját zacskót, vagy papír-, textiltáskát vásárláskor, mivel nagyon fontos számukra a környezettudatos életmód. Az eredmények igazolták, ezért **elfogadtuk**.*

**H3:** *A hallgatók minden esetben tisztában vannak azzal, hogy a különböző hulladékokat, mint például elviteles ital pohár, használt papír zsebkendő és szalvéta, joghurtos és tejfölös pohár, hungarocell, illetve pohártető – hogyan és melyik hulladéktárolóba kell kidobni. Az eredmények csak részben igazolták, ezért **elvetettük**.*

**H4:** *A megkérdezettek legalább fele tisztában van azzal, hogy a pohártetőket, elviteles papír poharakat, ételhordásra alkalmas papírdobozokat, illetve a joghurtos és tejfölöspoharakat el kell mosni, mielőtt kidobják a megfelelő helyre. Az eredmények nem igazolták, ezért **elvetettük**.*

**H5:** *A megkérdezettek esetében a nők vannak inkább tisztában azzal, hogy a kutatásban felsorolt termékeket hova kell kidobni. Az eredmények nem igazolták, ezért **elvetettük**.*



## Következtetések

A felmérésünk eredményei megerősítik, hogy bár a vizsgálatban részt vevő egyetemisták saját bevallásuk szerint igyekeznek környezettudatos magatartás tanúsítani, ez sok esetben nem valósul meg. Ennek oka egyaránt lehet az információhiány, illetve a kényelem is. A tanulmány elején ismertetett kutatások alapján az látszik, hogy jellemzően a kisebb elköteleződést és áldozatot igénylő környezeti cselekvések népszerűek az egyetemisták körében, jelentősebb utánajárást vagy lemondást nem szívesen vállalnak a környezeti célok érdekében. Még úgy sem, hogy a környezet védelmének fontosságát már felismerték és azzal is tisztában vannak, hogy a jövő meghatározó generációjaként mekkora felelősségük van ezen a téren.

Bár a vizsgálatunk során nem találtunk jelentős eltérést a nők és a férfiak magatartásának környezettudatosága terén, a téma mindenképpen további vizsgálatokat igényel a kutatás korlátai miatt. A vizsgált mintában nem volt kiegyenlített a nők és a férfiak aránya, emellett pedig csak azt vizsgáltuk, hogy a válaszadók saját bevallásuk szerint hová dobnák ki az adott csomagolóanyagot. Ennél valószínűleg részletesebb vizsgálatok szükségesek a nők és a férfiak között a környezettudatosság terén tapasztalható eltérések mértékének és jellegének elemzéséhez.

Korábbi kutatási eredmények azt mutatják, hogy a formális oktatás és az ökológiai tudás befolyásolja a környezettudatos magatartást, de ez elég komplex módon történik. Ráadásul a tudáshoz kapcsolódó tényezők esetében nagyobb volt a jelentősége annak, amit az egyetemisták úgy gondoltak, hogy tudnak, szemben azzal, amit valójában tudnak. Ez könnyen vezethet nem megalapozott döntésekhez a környezettudatosság terén és ezt a jelenséget fontos figyelembe venni a környezetvédelemmel kapcsolatos tudásátadás terén. Nem csak az objektív, hanem a szubjektív tudás fejlesztésére is szükség van tehát (Vicente-Molina et al., 2013).

A Budapesti Corvinus Egyetem hallgatói körében 2008-2009 folyamán végzett kérdőíves felmérés alapján készült klaszterelemzés jól mutatja a környezettudatosság fejlesztésének másik fő kihívását: a különböző célcsoportoknak eltérő jellegű támogatásra van szüksége ahhoz, hogy a jövőben környezettudatosabb magatartást tanúsítson. A tudásorientáltak számára megfelelő információt, a fogyasztás-orientáltaknak környezettudatos alternatívákat, a környezettudatosoknak pozitív megerősítést, a sem-

legeseknek újabb szempontokat (például a kisebb fogyasztással járó költség-megtakarítás hangsúlyozása) érdemes biztosítani (Marjainé Szerényi, 2015).

Amint az a korábbi és a jelen kutatásból is látszik, a környezeti értékek preferálása és a környezeti attitűdök megléte jellemzőnek mondható az egyetemistákra, a környezettudatos magatartáshoz szükséges ökológiai tudással azonban nem mindig rendelkeznek, illetve jelentős eltérések tapasztalhatóak a cselekvési hajlandóság és a tényleges cselekvés között. Ezek fejlesztésére komplex programokra van szükség nemcsak a közoktatásban, hanem a felsőoktatási intézményekben is.

### Irodalomjegyzék

- Csigéné Nagypál N. – Görög G. (2015): A társadalmilag felelős fogyasztás egyes jellemzőinek vizsgálata egyetemi hallgatók körében. *Marketing & Menedzsment*, 49(2):3-18.
- European Commission, Directorate-General for Environment, (2021). *Attitudes of Europeans towards the environment: report*, European Commission.  
DOI: <https://data.europa.eu/doi/10.2779/902489>
- Gósi Kövecsesné, V. – Lampert, B. – Petz, T. – Csenger, L. (2020): Investigation of the attitudes of first-year students towards sustainability and environmental awareness at Széchenyi István University. *Journal of Applied Technical and Educational Sciences*, 10(3):24-44. DOI: <http://doi.org/10.24368/jates.v10i3.190>
- Janmaimool, P. – Khajohnmanee, S. (2019): Roles of Environmental System Knowledge in Promoting University Students' Environmental Attitudes and Pro-Environmental Behaviors, *Sustainability*, 11(16):4270.  
DOI: <https://doi.org/10.3390/su11164270>
- Marjainé Szerényi Zs. (2015): Fenntarthatóság, környezettudatosság. In: Kormos, J., Pálvölgyi, F. (szerk.) *A köznevelés céljai és fejlesztési területei a Nemzeti alaptanterv szemléletének tükrében* (161–183). Pázmány Péter Katolikus Egyetem BTK. ISBN: 978-963-308-251-5
- Medina, M. A. P. – Toledo-Bruno (2016): Ecological footprint of university students: Does gender matter? *Global Journal of Environmental Science and Management*, 2(4):339-344. DOI: <https://doi.org/10.22034/gjesm.2016.02.04.003>
- Mónus F. – Béres T. – Sipos F. (2022): Egyetemi hallgatók környezettudatossága a materializmus, az étellel való elégedettség, a politikai, illetve a pandémiával kapcsolatos nézeteik függvényében. *Metszetek*, 11(1):70-97.  
DOI: <https://doi.org/10.18392/metsz/2022/1/5>
- Nemcsicsné Zsóka Á. (2007): A fenntartható fogyasztás egyik alapfeltétele: a környezettudatos egyéni magatartás. In: Vadovics, E., Gulyás, E. (szerk.) *Fenntartható fogyasztás Magyarországon 2007. Konferenciakötet*. 41–59.

- Pál E. – Töröcsik M. (2013): Irodalmi áttekintés a Z generációról. *Tudománykommunikáció a Z generációnak*, 3–12. Pécsi Tudományegyetem. ISBN 978-963-642-991-1
- Schmidt, J. E. – Blumentritt, T. (2007): From Intentions to Actions: The Role of Environmental Awareness on College Students. *Journal of Undergraduate Research*, 10(10):1–4.
- Strydom, C. – Meyer, N. – Synodinos, C. (2022): Generation Y university students' intentions to become ecopreneurs: A gender comparison, *Journal of Contemporary Management*, 17(2):22–43. DOI: <https://doi.org/10.35683/jcm20034.74>
- Töröcsik M. – Szűcs K. (2021): *Fogyasztói magatartás. Mintázatok, trendek, alkalmazkodás*. Akadémiai Kiadó. ISBN: 978-963-454-634-4
- Vicente-Molina, M. A. – Fernández-Sáinz, A. – Izagirre-Olaizola, J. (2013): Environmental knowledge and other variables affecting pro-environmental behaviour: comparison of university students from emerging and advanced countries, *Journal of Cleaner Production* (61), 130–138.  
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.05.015>
- Zelezny, L. C. – Chua, P-P. – Aldrich, C. (2000): New Ways of Thinking about Environmentalism: Elaborating on Gender Differences in Environmentalism. *Journal of Social Issues*, 56(3):443–487. DOI: <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00177>
- Zsóka Á. – Marjainé Szerényi Zs. – Széchy A. (2011): A környezeti nevelés szerepe a fenntartható fogyasztás és életmód kialakításában. In: Csutora, M., Hofmeister-Tóth, Á. (szerk.) *Fenntartható fogyasztás? A fenntartható fogyasztás gazdasági kérdései. Szöveggyűjtemény* (90–109). Aula. ISBN 978-963-503-465-9