

DiCaprio-t is meglepnék a magyarok!

Friss kutatás a magyarok klímaváltozással kapcsolatos attitűdjeiről

Azonnali cselekvésre van szükség a klímaváltozással kapcsolatban, amit leginkább a fiatalabbaktól várnak a magyarok. A klímaharcban jelentős szereplőnek számító Greta Thunberg hazai ismertsége egyelőre igencsak alacsony - derül ki egy friss hazai kutatásból. A fő bűnösnek nem az egyéni fogyasztást, hanem az ipari cégeket tartják a megkérdozettek, akik a jövőben forráságot, járványokat vizionálnak. Ötből négyen kifejezetten aggasztónak tartják a klímahelyzetet.

A Lounge Group friss hazai kutatása szerint a magyarok többsége egyáltalán nem klímaszkeptikus: a lakosság 82 százaléka kimondottan nyugtalanítóan tartja az éghajlatváltozás problémáját. Akik gyakrabban tájékozódnak online felületeken, aggasztóbbnak találják a kérdést. Az emberek fele retteg, dühös és mindemellett tehetetlennek érzi magát a klímaváltozással szemben.

A kutatási eredményekből kirajzolódott továbbá, hogy a magyarok negatív tapasztalatai elsősorban a hőségből és a kiszámíthatatlan időjárásból fakadnak. *„Az emberek a témáról elsőként a felmelegedésre, a forráságra, az aszályra gondolnak, a második helyen pedig a katasztrófához és a halálhoz fűződő asszociációk állnak. Amikor a klímaváltozással kapcsolatos félelmekről kérdeztünk, a férfiak főként menekülthullámot és vízhiányt, a nők pedig az élővilág pusztulását, járványokat és az élettartam csökkenését tették a rangsor élére.”* - mondta el Szabó Zsófia, a vállalat kutatási divízióvezetője.

Kit hibáztatunk: a tyúkot vagy a tojást?

Az emberek fele úgy érzi, hogy a klímaváltozásért leginkább a nagy ipari cégek a felelősek, miközben az egyéni fogyasztást csupán negyedük érzi a legnagyobb hibának. A lakosság szerint főként a következő generációk vannak veszélyben. A klímaváltozás zászlóvivőjévé vált Leonardo DiCaprio-t biztosan meglepnék a magyar fiatalok, ugyanis ők már sokkal önkritikusabbak és egyben felelősségteljesebbek is: körükben egyre inkább terjedőben van a felfogás, hogy tudatos fogyasztással, kevesebb környezeti kárt okozva saját maguk is tehetnek a környezetért. Ők azok, akik kisebb mértékben hárítják a felelősséget a nagy cégekre, a mezőgazdasági vállalatokra vagy a politikusokra, szemben az idősebbekkel. A felmérés szerint a fiatalok vállalják annak terhe is, hogy az idősebbek a jelenlegi generációtól várják azonnali cselekvést. A jövő generációját ugyanakkor kifejezetten féltik a 60 év felettek.

Mások a nemzetközi és mások a hazai kapcsolódások

De a klímaváltozás baljós képeit vajon összekapcsoljuk-e a saját hazánkkal, a saját életterünkkel? *„A lakosság magasabb hányada gondolja azt, hogy a klímaváltozás a fejlődő országokat fogja sújtani, mint amennyien ezt Magyarországról gondolják.”* - mondta el a kutatási vezető. *„Bár a közgondolkodásban leginkább a jegesmedve terjedt el a klímaváltozás fő szimbólumaként, ezt érdemes lehet újragondolni. Az emberek többsége ugyanis nem a Jeges-tenger partján él, így a jelenlegi szimbólumrendszer nehezítheti az egyéni azonosulást a klímaváltozás ügyével. A kutatási számaink azt*

mutatják, hogy Magyarországon a hulladékgyűjtés és szemetelés problémájára vagyunk a legérzékenyebbek.” - tette hozzá Szabó Zsófia.

A klímaváltozás egyik legismertebb és legfiatalabb aktivistája, a 16 éves svéd Greta Thunberg 2018 augusztusában hívta életre a „*Fridays for Future*” iskolai sztrájkorozatot. Hol tart most a Greta-jelenség hazánkban? Greta Thunberg-ről a lakosság csupán harmada hallott: köztük magasabb arányban a férfiak, az idősebbek, a diplomások, a tanulók, és a nagyobb településen élők. 2019 szeptemberében több tízezer magyar diák csatlakozott Thunberg kezdeményezéséhez, úgyhogy várhatóan a svéd aktivista hazai ismertsége még növekedni fog az elkövetkező időszakban.

Kire figyelünk?

A Lounge Group kutatása egy hulladékcsökkentő életmódra ösztönző kezdeményezés ismertségét is megmérte: a lakosság háromötöde hallott a „*műanyagmentes július*” elnevezésű akcióról. A kihívásban az arról halló válaszadók 56 százaléka részt is vett. A „*műanyagmentes július*” kezdeményezésben a válaszadók által követett influenszerek többsége viszont nem vett részt. A kutatás szerint bár a klímaváltozás terén a tudósokat tartjuk a leghitelesebb forrásnak, az influenszerek is sokat számítanak: a lakosság fele ad véleményükre a témában. A felmérés alapján tehát magyarországi vonatkozásban mindenképp meghatározó lehet, hogy a véleményvezérek követik-e Leonardo DiCaprio példáját, és kiállnak-e a klímaváltozás ügye mellett.

A kutatást 2019 augusztus 26. és szeptember 4. között a Századvég Politikai Iskola Alapítvány végezte a New Land Media Kft. megbízásából, mely a Lounge Group tagja. Az online közvélemény-kutatás során 1006 főt kérdeztek meg, az eredmények a hazai lakosságra nézve reprezentatívak. A hibahatár plusz-mínusz 3,1%.

