

Újévi fogadalmak

Idén többet fogunk tenni a klímaváltozás ellen.

Újévkor a legtöbben fogadalmat tesznek. A Lounge Group reprezentatív kutatása szerint a magyarok közel 60 százaléka szeretne a jelenleginél többet tenni a klímaváltozás kezelése érdekében, ami akár egy remek újévi fogadalom is lehet. Egyre több jel mutat arra, hogy cselekednünk kell, az elmúlt hetekben zajló ausztráliai óriástűzek a fagyos télben is emlékeztetnek minket a klímaváltozásra.

Ha a 2000-es éveket a klímaváltozás szempontjából vesszük górcső alá, hamar kiderül, hogy egy rendkívül meleg évtizedet tudhatunk magunk mögött. Sőt, egyre többen emelik fel szavukat a környezetünk védelme mellett, például az Ausztráliában tomboló, sosem látott mértékű pusztulást hozó bozóttűzek kapcsán, a korábbi trendekkel ellentétben már több tucat világsztár és influencer szólalt fel. A katasztrófa áldozatainak megsegítéséért többek között Nicole Kidman, Russell Crowe, Pink, Iggy Azalea, Selena Gomez és még rengeteg más híresség ajánlott fel több millió dolláros adományt. A Lounge Group éppen aktuális kutatásában arra volt kíváncsi, hogy mit tesznek a magyarok a globális felmelegedés csökkentése érdekében.

A válaszadók háromnegyedének a családtagjai és a barátai is aktívan védik a környezetet, mi több, ez magukra a válaszadókra is ösztönzőleg hat. A családon és a barátokon túl a munkahelyek is motiválhatják az embereket a környezetvédelem érdekében. A jó hír pedig, hogy **a válaszadók több mint kétharmadának a munkahelye is odafigyel a környezettudatosságra.**

A magyarok jól állnak

A környezetünk védelmébe számos lépés beletartozik, a magyarok nagy része saját bevallása szerint a hulladékgyűjtés terén tesz a legtöbbit a környezetéért. Közel 90 százalék igyekszik csökkenteni a háztartásában keletkező hulladék mennyiségét, továbbá majdnem 83 százalék szelektíven gyűjti a szemetet. Környezetvédelmi szakértők szerint a szelektív szemétygyűjtés és az egyszerhasználatos műanyagok használatának csökkentése lehet az első lépés a környezettudatosabb élet felé. A Lounge Group kutatási adatai szerint a magyarok ebben egészen jól állnak, a válaszadók közel 80 százaléka például - műanyagzacskó helyett -, saját vászontáskával vásárol. Az emberek több mint fele igyekszik csomagolásmentes terméket választani és nem vásárol PET-palackozott italt, 42 százalékuk pedig komposztálja a háztartási hulladékát. Ugyan a hulladékgyűjtés ügyében egészen jól állunk, de a magyarok közel 60 százaléka szeretne a jelenleginél még többet tenni a környezetvédelem érdekében.

A klímaváltozás elleni küzdelemben azonban a hulladék csökkentésére való törekvés csupán első lépésnek tekinthető. Nézzük a többi területet, amivel védjük a környezetünket. A válaszadók kb. fele igyekszik környezetkímélő közlekedési eszközt használni, és ugyanekkorá részük odafigyel arra is, hogy helyi termelőtől származó élelmiszert fogyasszon.

Tízből kilencen már nem kérnek szívószálat

A fogadalmak mellett, számos kihívás és kezdeményezés is ösztönözhet arra, hogy kiálljunk a globális felmelegedés csökkentése mellett. Ilyen kihívás például a „műanyagmentes július” is, amiről 2019-ban a válaszadók közel kétharmada hallott és 56 százalék részt is vett benne. A kezdeményezést, aminek a lényege, hogy a résztvevők egy hónapig nem használhatnak egyszerhasználatos műanyagokat, közel 12 százalék akadály nélkül teljesítette, 44 százalék pedig teljesítette, de sokszor akadályba ütközött. A műanyagmentességhez a szívószál használatának kérdése is szorosan hozzákapcsolódik, a felnőtt lakosság igen magas aránya, **92 százaléka nem kér szívószálat itálához a vendéglátóhelyeken.**

Szeretünk zöldebbnek tűnni

A kutatás eredményeit olvasva szükségszerű számot vetnünk azzal a pszichológiai tényezővel, hogy az emberek szeretik jobb színben feltüntetni magunkat. „A kutatás alkalmával lényegesen zöldebbnek mutatkoztak a válaszadók, mint amit az általános fogyasztói tapasztalatok szemléltetnek. Példaként a

magyar lakosság különösen magas, 42 százalékos komposztálási aránya vélhetően inkább egy vágyott képet mutat, mintsem a pontos gyakorlatot. Viszont sokak számára lelkesítő újévi fogadalom lehet a tudatosabb környezetvédelem a következő évre, évtizedre nézve.” – hívja fel a figyelmet Szabó Zsófia, a vállalat kutatási divízióvezetője.

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.