

Garai-Fodor Mónika – Huszák Nikolett

A környezettudatosság és az önazonosság kapcsolata a Z generáció tudatos fogyasztói magatartása szempontjából

The Relationship between Environmental Awareness and Self-Identity from the Perspective of Conscious Consumer Behaviour among Generation Z



Összefoglalás

A tudatos életforma, mint összetett fogyasztói magatartás értékrend-alapú megközelítésének vizsgálata áll a tanulmány fókuszában. A tudatos életforma, a tudatos fogyasztói magatartás szoros összefüggésben áll az egészségmegőrzés, a fenntarthatóság, környezettudatosság kérdésével is. Összetett magatartásforma, melyet a fogyasztói értékorientáció és önazonosság aspektusából elemeztünk a Z generáció körében. A fiatalok sajátos értékrendje és gondolkodásmódja sok esetben indukál sajátos megoldásokat. A fiatalok speciális célcsoport e kérdés tekintetében, mert értékrendjük sok esetben még kiforratlan, így alakítható, formálható. Meglátásunk szerint épp ezért fontos a fiatalokban tudatosítani ezen életforma jelentését, jelentőségét, egyéni, társadalmi és környezeti hatásait. A tanulmányban a Z generációra irányuló kvantitatív kutatás részeredményeit mutatjuk be, leíró statisztika és összefüggés-elemzések fényében. A primer kutatás eredményeként 226 értékelhető kérdőívet elemeztünk. Az eredmények alapján igazolni tudtuk, hogy sok esetben a fiatalok maguk sincsenek tisztában önmaguk tudatos életformájának mikéntjével, annak aspektusaival, mely az edukatív programok jelentőségét és szükségességét támasztja alá.

Journal of Economic Literature (JEL) kódok: A20, A13, M10

Kulcsszavak: Z generáció, Tudatos életforma, Fenntarthatóság

DR. HABIL. GARAI-FODOR MÓNIKA, egyetemi docens, Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar (fodor.monika@kgk.uni-obuda.hu); HUSZÁK NIKOLETT, Programfejlesztési szakértő, Budapesti Corvinus Egyetem (nikolett.huszak@uni-corvinus.hu).

Summary

The focus of the study is on the values-driven approach to conscious living as a complex consumer behaviour. Conscious living and conscious consumer behaviour are closely related to the issues of health promotion, sustainability and environmental awareness. It is a complex form of behaviour analysed from the perspective of consumer value orientation and self-identity among Generation Z. The specific values and mindset of young people often induce specific solutions. Young people are a special target group with regard to this issue because their values are often still immature and can be shaped and moulded. In our view, it is therefore important to raise young people's awareness of the meaning and significance of this way of life and its individual, social and environmental impact. In this paper, we present partial results of quantitative research on Generation Z, in the light of descriptive statistics and correlation analysis. The primary research resulted in the analysis of 226 evaluable questionnaires. The results confirmed that in many cases, young people themselves are not aware of how to lead a self-aware life, aspects of which underpin the importance and necessity of educational programmes.

Journal of Economic Literature (JEL) codes: A20, A13, M10

Keywords: generation Z, conscious living, sustainability

BEVEZETÉS

Az ifjúság orientációja, önmaga megismerése, erősségeinek, tehetségének kibontakoztatása egyéni és társadalmi felelősség is. Kikké válnak, mivé formálják a társadalmat és a világot egy komplex folyamat során meggye vége, amire hatással lehetünk és tehetünk érte.

A 21. század dinamikus változásainak korszakában, amelyeket a technológiai fejlődés, a globális kihívások és a társadalmi struktúrák átalakulása jellemez, az új generációk társadalomformáló szerepe és az általuk képviselt innovatív megoldások relevanciája és aktualitása vitathatatlan. Ebben a kontextusban a jelen tanulmány célja, hogy elemzéseivel és eredményeivel hozzájáruljon a tudatosabban tervezett jövő kialakításához, kiemelve az új generációk által reprezentált potenciált és az általuk kínált újításokat.

Az új generációk – különösen a Z generáció és az őket követő generációk – már egy olyan világban nőttek fel, ahol a digitális technológia, az internet és a közösségi média természetes részét képezik mindennapjaiknak. A digitális tér életük mindennapjait átszövi, és ez alól nem jelent kivételt az oktatás, a szórakozás, de a pénzügyek kérdésköre sem (Csiszárík-Kocsir – Lentner, 2023; MC Loughlin – Lee, 2010). Ez a folyamatos kapcsolat és információáramlás új perspektívákat és gondolkodásmódokat eredményezett, amelyek jelentősen befolyásolják társadalmi és környezeti érzékenységüket, valamint problémamegoldó képességüket. Az ilyen típusú környezetben felnövekvő generációk képesek arra, hogy innovatív megoldásokat találjanak a jelenlegi társadalmi, gazdasági és környezeti problémákra, ami létfontosságú a fenntartható és inkluzív jövő kialakításában.

A társadalomformáló hatás relevanciája abban is megmutatkozik, hogy az új generációk egyre inkább elutasítják a hagyományos fogyasztói modellt, és alternatív megoldásokat keresnek, amelyek kevésbé terhelik a környezetet és elősegítik a társadalmi igazságosságot. Az új generációk aktivizmusa és innovációra nyitott attitűdje így közvetlenül hozzájárulhat a globális problémák megoldásához, és új paradigmákat kínál a jövő társadalmainak szervezésére.

Az innovatív megoldások nem csupán a technológiára korlátozódnak. (Varga, 2023a; Varga, 2023b). A szervezetek is kénytelenek az innováció irányába nyitni, és minden eszékört megragadni annak érdekében, hogy megnyerjék a fogyasztóikat, ezáltal versenyelőnyt biztosítva maguknak (Csiszárík-Kocsir – Dobos, 2022; Csiszárík-Kocsir – Dobos, 2023a; Csiszárík-Kocsir – Dobos, 2023b). Az új generációk hajlamosak átgondoltabb, fenntarthatóbb és inkluzívabb jövőképet formálni, amely magában foglalja az oktatás, a munkaerőpiac, a városi tervezés és a társadalompolitika újragondolását, amely véleményüknek számos fórumon hangot is adnak (Csiszárík-Kocsir – Varga, 2023a; Csiszárík-Kocsir – Varga, 2023b; Varga – Csiszárík-Kocsir, 2023a; Varga – Csiszárík-Kocsir, 2023b). Ezek a megközelítések alapvetően fontosak ahhoz, hogy a jelenlegi és jövőbeli generációk számára egy olyan világot hozzunk létre, amely képes alkalmazkodni és válaszokat adni a folyamatosan változó környezeti, társadalmi és gazdasági kihívásokra (Varga, et al., 2023).

A jelenkori oktatást meghaladta az új generáció, változni és változtatni szükséges a korábbi zárt és sematikus rendszereken. A korábbi strukturált és előadói stílusú oktatási módszert egyre inkább felváltja a vizualitást, multi-modalitást és a gyakorlatorientált módszereket központba helyező metódusok (McCrindle – Fell, 2019). Nem véletlen, hogy számos kutatás foglalkozik azzal, hogy milyen megoldások, módszerek és tartalmak lehetnek relevánsak és élménydúsak az új generáció számára. (Hargitai, et al., 2020; MC-Loughlin – Lee, 2010; Al-Adwan – Smedley, 2012; Kolbach, 2018; Corey– Clayton, 2019)

Az innovatív megoldások olyan rendszerek kialakítását és megteremtését tehetik lehetővé, melyek coachinggal, mentoringgal, orientációval, élményalapúvá tehetik az önfejlesztés és önismeret útját (Roša – Lace, 2021). Ez egy nagy lehetőség társadalmunk és jövőnk szempontjából, hiszen ezek a generációk döntéseikkel, lépéseikkel, gondolkodásmódjukkal jelentős formálói, meghatározói, kulcsszereplői társadalmunk fejlődésének.

Összefoglalva, az új generációk társadalomformáló hatása és az általuk képviselt innovatív megoldások nem csupán relevánsak, hanem alapvető fontosságúak a jövő társadalmainak fenntartható, befogadóbb és elfogadóbb módon történő alakításához. A tudatosan tervezett jövő megvalósítása érdekében elengedhetetlen, hogy figyelembe vegyük és támogassuk az új generációk által hordozott potenciált, ötleteket és innovációkat. Ez nem csak lehetőséget biztosít számunkra a jelenlegi kihívások leküzdésére, hanem hozzájárulhat egy olyan jövő kialakításához is, amely mindenki számára igazságosabb, élhetőbb, fenntarthatóbb és boldogabb (Doreen, et al., 2023).

SZAKIRODALOM BEMUTATÁSA

A generációk közötti különbséget szegmentációs ismérvként is alkalmazhatjuk a marketing számos területén. Ennek oka, hogy nagyon jól jellemezhetőek az egyes generációk a rájuk kifejezetten jellemezhető közös értékek, magatartásformák, gondolkodásmód mentén. Primer kutatásukban mi is egy generációra (Z generáció) fókuszálunk, így szakirodalmi kitekintésünk egyik fontos pillérét ezen generációra vonatkozó általános és kifejezetten tudatos életformájuk vizsgálatára irányuló elemzések adják. (Törőcsik, et al., 2014; Tari, 2011)

McCrindle, ausztrál társadalomkutató jó ideje vizsgálja a különböző generációkat, külön tanulmányok és infografikák készültek mind a Z, mind pedig az Alfa generációról. Fontos azonban hangsúlyozni, hogy a generációs minták és jellemzők, valamint a kutatások is leginkább lokális szinten vizsgálhatók és értelmezhetőek. McCrindle kutatása alapján a Z-sek a teljes populáció 23%-át teszik ki. Munkahely választás során a három legfontosabb szempont számukra a hozzáférhető és megközelíthető vezetés, a tanulási és fejlődési lehetőségek, valamint a karrierépítési lehetőségek (McCrindle, 2024a). Ugyanezen kutatásnak az Alfa generációra vonatkozó tanulmánya elsőként az alfa elnevezésre tér ki. A görög ábécé első betűjeként valami új kezdetét jelképezi. A jövőt testesíti meg, amelyben a 2010-2025 között született Alfák már hosszabb ideig élnek, kulturálisan diverzebbek, tech érzékük kifinomultabb, ugyanakkor jellemzően hosszabb ideig maradnak az oktatásban, így később kezdik el felnőtt életüket és később is szállnak ki a szülői ház kényelméből. Hívhatnánk őket akár 'screenagersnek' is, hiszen a kutatás szerint átlagosan négy óra negyvennégy percet töltenek a képernyő előtt. Jellemző rájuk még az individualizmus és a személyre szabottság igénye. Ami azonban hiányként jelenik meg, az a gyakorlatiasság, mint képesség hiánya, a kockázatok realiztikus felmérése, valamint elérhető célok meghatározása és elérése. Nagyjából 4 év múlva az első Alfa kilép a munkaerőpiacra, ahol várhatóan új szakmák születnek majd, illetve a meglévőknek kell kompatibilisnek lenni az új generáció képességeivel és igényeivel (McCrindle, 2024b)

A Z generációsok jellemzői, motivációi és tanulási preferenciái, amelyek eltérnek az ezredfordulósokétól, megkövetelhetik a pedagógusoktól, hogy újra gondolják és újra tervezzék az erősségeken alapuló oktatást, hogy a tartalom és a pedagógiai megközelítések összhangban legyenek az új generáció igényeivel, elvárásaival. (Corey– Clayton, 2019). Ez a generáció egy klikkeléssel juthat a legfrissebb információhoz, klikknyújtásnyira vannak mindennemű tapasztalástól. Ők azok, akik már tudatában voltak a 9/11-nek, szüleiken keresztül megtapasztalhatták a Nagy Gazdasági Világválságot, a Covid-19-et, a teljes elszigeteltséget, az online világban létezését, majd ismét a személyes érintkezés tapasztalati valóságát. Annyi impulzus érte őket ebben a fiatal korban is, hogy nehéz közben megtalálni, kitalálni magukat és elhelyezni azt értéképükön. Mindezek mellett hiszik, hogy kellő erővel rendelkeznek ahhoz, hogy megváltoztassák a világot, azonnal használható készségeket és ismereteket várnak az oktatástól, amit a való életben, gyakorlatban tudnak alkalmazni (Corey – Meghan, 2017).

Az Inner Development Goals (IDG) egy nonprofit és nyílt forráskódú kezdeményezés a belső fejlődésért. Olyan tudományosan megalapozott készségeket és tulajdonságokat kutat, gyűjt és kommunikál, amelyek segítenek abban, hogy céltudatos, fenntartható és produktív életet éljünk (Varga, et al., 2022). Arra törekszik, hogy áthidalja a személyes

növekedés és a globális átalakulás közötti szakadékot. (Doreen, et al., 2023). Ezen kívül olyan személyes fejlődési célokat segít megfogalmazni, melyek az egyének belső világára, érzelmi és mentális jólétére fókuszálnak. Ezek magukban foglalhatják az önfogadást, az önismeretet, az empátiát és a személyes értékek kibontakoztatását. A Z, illetve Alfa generációhoz tartozó fiatalok esetében az Inner Development Goals rendkívül fontos szerepet játszhatnak a személyes identitás kialakításában és a jólét megteremtésében. A Z generáció, vagyis a digitális bennszülöttek, gyakran használják az online platformokat az érzelmi kifejezésre és az önkifejezésre, miközben keresik a belső egyensúlyt és az önazonosságot. Az Alfa generáció, melyet a technológia mindenütt jelenléte jellemzi, szintén igényli az Inner Development Goals által kínált eszközöket és lehetőségeket a személyes fejlődés terén. Mindkét generáció számára kulcsfontosságú, hogy megértsék és kibontakoztassák saját belső világukat, hogy képesek legyenek megbirkózni a modern világ kihívásaival és lehetőségeivel. A tudatos életformát, benne az ökológiai felelősségük kérdését, önmaguk ismeretének fontosságát, mint belső értékrendben gyökerező magtartásformát, ezen fiatalok körében szisztematikus edukatív aktivitásokkal lehet alakítani, erősíteni (Jaciow – Wolny, 2021). Számos kutatás igazolja, hogy az ismeret, attitűd, az elkötelezettség, és az egyéni felelősségvállalás fontos dimenziói a felelős, tudatos környezeti magatartásnak (Taufique et al., 2016; Kollmuss – Agyeman, 2002; Fraj – Eva, 2007; Rokicka, 2002; López, et al., 2014).

Primer kutatásunk során a tudatos életformáról alkotott véleményt, az ehhez kötődő érzéseket és cselekvéseket vizsgáltuk a Z generáció körében.

ANYAG ÉS MÓDSZER

Primer kutatás keretében kvantitatív adatfelvételt valósítottunk meg a hazai Z generáció körében, hólabda mintavételi eljárás alkalmazásával. Előtesztelt, sztenderdizált kérdőíves online megkérdezést alkalmaztunk, mely eredményekén 226 értékelhető kérdőívet kaptunk.

A kérdőív témakörei a tudatos életforma megítélése, gyakorlása, az egyéni életcélok és értékorientáció elemzése voltak. A kérdőívben jellemzően zárt kérdéseket alkalmaztunk, három nyitott kérdés volt szabad asszociáció formájában. A zárt kérdések körében nominális (egy- és többválasztásos szelektív, kétkimenetelű kérdések) és metrikus mérési szinteken lévő kérdések (Likert- és szemantikus differenciál skála) egyaránt helyt kaptak.

A skálás kérdések során 1-től 4-ig terjedő skálát alkalmaztunk. Ennek oka egyrészt a magyar válaszadókra jellemző egyéni skála-preferencia: az iskolai osztályozási rendszerből fakadóan legstabilabban az öt fokozatig terjedő skálát tudják értelmezni hazai válaszadóink az 1-7, 1-9 vagy 1-10 skálákkal szemben. A páros skála mellett pedig azért döntöttünk, mert a páratlan (1-5) skála esetében a középső érték (3) egyfajta menekülő út a válaszadók számára és a középső értéket választó „közömbös” fogyasztók megjelenése és esetleges túlzott aránya statisztikai és szakmai szempontokból egyaránt megnehezíti a szegmentációs eljárást. Ezért a páros skála mellett döntöttünk, mely a középső érték kizárásával egyfajta szigorúbb állásfoglalásra készíti a válaszadót, ezzel jobban hozzájárulva a sikeres szegmentálás lefolytatásához (Malhotra – Simon, 2017).

Jelen tanulmány keretében a kvantitatív kutatás tudatos életformához kötődő kérdéseinek elemzésére koncentrálnak.

Kvantitatív kutatási fázisunk keretében az alábbi két hipotézisünk vizsgálatára törekedtünk:

- A saját maga életvitelét tudatos mivoltának megítélése és a tudatos életformáról alkotott vélemény (attitűd) összefüggésben áll. (H1).
- Az egyéni értékrend és a tudatos életvitel gyakorlása között összefüggés van. (H2).

A kvantitatív eredmények feldolgozása, a felállított hipotézisek vizsgálata céljából leíró statisztikát, kettő- és többváltozós elemzéseket alkalmaztunk SPSS 26.0 szoftver felhasználásával.

A metrikus skálán mért eredmények összefüggésének vizsgálatához varianciaanalízis módszerét alkalmaztuk, azon belül is az egyszempontos, több mintaátlag összehasonlítására alkalmas ANOVA-módszert. Egy metrikus függő változó átlagát hasonlítottuk össze kettőnél több csoport között. A post-hoc teszt alapján állapítottuk meg, hogy mely csoportpárok között volt szignifikáns eltérés. Ennek során a szignifikanciaértékeket vettük alapul az összefüggések meglétének megállapításához ($\text{sig} \leq 0,05$). A csoportátlagok összevetése mentén elemeztük a belső összefüggéseket az F-statisztikát alkalmazva, azaz a mintákon belüli átlagok varianciájának a varianciahányadosát figyelembe véve (Malhotra – Simon, 2017; Sajtos – Mitev, 2007). A tanulmányban ismertetett összefüggés-vizsgálatok esetén, ahol az ANOVA-tábla szerinti szignifikancia értéke 0,05 alatti volt, igazoltta vált a két változó közötti statisztikai kapcsolat.

EREDMÉNYEK

A tudatos életformáról első ízben a válaszadókat szabad szóasszociáció keretében kérdeztük.

Az eredmények abszolút pozitív attitűdről tanúskodnak: az egészség, a boldogság, a mozgás, a sport, a táplálkozás, a környezetvédelem voltak a legtöbbet említett kifejezések. Már a szabad szóasszociáció eredményei is arra utaltak, hogy a tudatos életformát egy egészséges, aktív életet élő, kiegyensúlyozott, nyugodt és boldog személyhez kötik a fiatalok, akik odafigyelnek a rendszeres mozgásra, a helyes táplálkozásra, az egészséges életmódra. Ugyanakkor megjelentek szép számban a környezetvédelemre, a környezet megóvására vonatkozó állítások is, mely szerint a tudatos életforma többet jelent a fiatalok szerint az önmagunkra való odafigyelésnél. Tudatosan akkor élünk, ha a minket körülvevő környezetre is kellő empátiával tekintünk. Ezen felül különösen érdekes volt számunkra, hogy a fiatalok a tudatos életformához a tervezést, a fejlődést, a célok meghatározását is hozzárendelték spontán módon, mely azt sejteti, hogy a fiatalok a tudatos életformát egy, az egyén életútját jól megtervező, kijelölt célok és tervek alapján és mentén élő magatartásformához, gondolkodásmódhoz társítják leginkább.

1. ábra: A tudatos életformáról alkotott fogyasztói szabad asszociáció eredménye



Forrás: saját kutatás, 2024. N=224 fő

A tudatos életformáról alkotott kép átfogóbb elemzése érdekében egy állításlista segítségével elemeztük a fiatalok ebbéli kérdésről alkotott elképzelését, véleményét.

Ennek keretében már sokkal tisztábban kirajzolódott, hogy milyen dimenziókat, jellemzőket, magatartásformákat társítanak a tudatos életformához a Z generáció tagjai. Az eredmények szerint a tudatos életforma leginkább az egészséges életvitelhez kötődik a fiatalok gondolkodásmódjában. Ezen felül a második legfontosabb szempont az önismeret, önfélesztés melyet a jó emberi kapcsolatok és a környezettel való harmonikus együttlét követ, egészít ki.

A tudatosság a fiatalok szerint tehát az egészségünkre való odafigyelést, a szociális kapcsolataink ápolását és a környezetünkkel való kiegyensúlyozott kapcsolat együttesét jelenti.

1. táblázat: A tudatos életformáról alkotott fogyasztói vélemények a Z generáció körében

A tudatos életformával kapcsolatos állítások	átlag (1: egyáltalán nem értek egyet, 4: teljes mértékben egyetértek)	szórás
A tudatos életforma egészségesebbé teszi az embert	3,47	0,682
Aki tudatosan él, a természetet, a környezetet óvja	3,25	0,714
A tudatos életforma azt jelenti, hogy mindenre jut időm, amit szeretek	2,60	0,941
A tudatos életforma magában foglalja az egészséges táplálkozást	3,22	0,741

A tudatos életformával kapcsolatos állítások	átlag (1: egyáltalán nem értek egyed, 4: teljes mértékben egyérték)	szórás
A tudatos életforma magában foglalja a rendszeres testmozgást	3,29	0,764
A tudatos életformához a jó emberi kapcsolatok is hozzátartoznak	3,27	0,771
Aki tudatosan él, hosszabb ideig él	2,86	0,865
A tudatos életforma inkább az idősebb emberekre jellemző	2,04	0,880
A tudatos életforma drága, sok pénzbe kerül	2,62	0,919
A tudatos életforma jellemző az én generációmra	2,58	0,811
A tanultabb, iskolázottabb emberekre jellemző a tudatos életforma	2,96	0,817
A városi életvitellel a tudatos életforma nejezen egyeztethető össze	2,30	0,934
A legtöbb barátom tudatosan él	2,39	0,784
A családom tagjai körében jellemző a tudatos életforma	2,81	0,808
Az én generációm tagjai körében jellemző, hogy a tudatos életformát csak egy divatos trendnek tekintik, nem hisznek igazán az előnyeiben	2,32	0,827
A tudatos életformához szükséges az önismeret, önfejlesztés	3,31	0,733

Forrás: saját kutatás, 2024. N=226 fő,

A kutatás keretében megkérdeztük a fiatalokat arról is, hogy meglátásuk szerint saját maguk mennyire élnek tudatosan. Az 1-4 közötti skálán (ahol 1= egyáltalán nem, 4=teljes mértékben) 2,81-es átlagérték született a teljes mintában, 0,5-ös szórásérték mellett.

Azt is megkérdeztük, hogy megítélésük szerint saját generációjuknak milyen hatása van a fenntarthatóságra. Az eredmények szerint a fiatalok fontos szerepet tulajdonítanak maguknak a fenntarthatóságra gyakorolt hatás tekintetében (átlag 3,10, szórás=0,7, ahol 1=egyáltalán nincs hatással, 4=rendkívül meghatározó).

A kutatás következő fázisában összefüggés-vizsgálatot végeztünk annak érdekében, hogy elemezzük a tudatos életformáról alkotott vélemény, és a tudatos életforma megélése között mutatkozik-e összefüggés. A feltételezésünk szerint, aki saját maga életvitelét tudatosnak tartja, az a tudatos életformát is pozitívabban ítéli meg összességében is (H1).

Az összefüggés-vizsgálat eredménye alapján azt láthattuk, hogy a két változó nem független egymástól (sig<=0,05; H1 beigazolódott).

2. táblázat: A tudatos életformáról alkotott vélemény és a tudatos életforma megítélése közötti összefüggés-vizsgálat

A tudatos életformáról alkotott vélemény és a tudatos életforma megítélése közötti összefüggés-vizsgálat		N	átlag	szórás	sig.
A tudatos életforma egészségesebbét teszi az embert	nem él tudatosan	58	3,28	0,696	0,0044
	inkább tudatosan él	152	3,50	0,681	
	teljes mértékben tudatosan él	16	3,88	0,342	
	Total	226	3,47	0,681	
Aki tudatosan él, a természetet, a környezetet óvja	nem él tudatosan	58	2,31	0,995	0,0090
	inkább tudatosan él	152	2,67	0,867	
	teljes mértékben tudatosan él	16	3,00	1,155	
	Total	226	2,60	0,938	
A tudatos életforma azt jelenti, hogy mindenre jut időm, amit szeretek	nem él tudatosan	58	2,90	0,810	0,0000
	inkább tudatosan él	152	3,28	0,683	
	teljes mértékben tudatosan él	16	3,88	0,342	
	Total	226	3,22	0,739	
A tudatos életforma magában foglalja az egészséges táplálkozást	nem él tudatosan	58	3,07	0,792	0,0036
	inkább tudatosan él	152	3,33	0,753	
	teljes mértékben tudatosan él	16	3,75	0,447	
	Total	226	3,29	0,762	
A tudatos életforma magában foglalja a rendszeres testmozgást	nem él tudatosan	58	3,07	0,835	0,0425
	inkább tudatosan él	152	3,33	0,735	
	teljes mértékben tudatosan él	16	3,50	0,730	
	Total	226	3,27	0,769	
A tudatos életformához a jó emberi kapcsolatok is hozzátartoznak	nem él tudatosan	58	2,66	1,001	0,0102
	inkább tudatosan él	152	2,88	0,797	
	teljes mértékben tudatosan él	16	3,38	0,719	
	Total	226	2,86	0,863	
A tudatos életforma inkább az idősebb emberekre jellemző	nem él tudatosan	58	2,83	0,704	0,0428
	inkább tudatosan él	152	2,51	0,956	
	teljes mértékben tudatosan él	16	2,07	1,088	
	Total	226	2,62	0,917	

A tudatos életformáról alkotott vélemény és a tudatos életforma megítélése közötti összefüggés-vizsgálat	N	átlag	szórás	sig.	
A tudatos életforma drága, sok pénzbe kerül	nem él tudatosan	58	2,28	0,874	0,0000
	inkább tudatosan él	152	2,61	0,747	
	teljes mértékben tudatosan él	16	3,38	0,500	
	Total	226	2,58	0,809	
A városi életvitellel a tudatos életforma nejezen egyeztethető össze	nem él tudatosan	58	1,79	0,614	0,0000
	inkább tudatosan él	152	2,54	0,699	
	teljes mértékben tudatosan él	16	3,13	0,806	
	Total	226	2,39	0,782	
A legtöbb barátom tudatosan él	nem él tudatosan	58	2,45	0,820	0,0002
	inkább tudatosan él	152	2,92	0,724	
	teljes mértékben tudatosan él	16	3,13	1,088	
	Total	226	2,81	0,806	
Az én generációm tagjai körében jellemző, hogy a tudatos életformát csak egy divatos trendnek tekintik, nem hisznek igazán az előnyeiben	nem él tudatosan	58	2,66	0,890	0,0176
	inkább tudatosan él	152	2,32	0,817	
	teljes mértékben tudatosan él	16	2,13	1,088	
	Total	226	2,39	0,869	

Forrás: Saját kutatás, 2024. N=226 fő; One-Way ANOVA

Az összefüggésvizsgálat belső struktúrájának elemzése alapján elmondható, hogy azon fiatalok, akik önbevallás alapján tudatosan, tudatosabban élnek, azok rendre minden, a tudatos életforma előnyeit, holisztikus jellegét alátámasztó állítással nagyobb mértékben értettek egyet.

Azon fiatalok, akik bevallásuk szerint nem élnek tudatosan, a tudatos életforma előnyeit sem érzékelik még kellőképp, a tudatos életformát sokkal inkább az idősebb emberek magatartásformájának tekintik. Ami még fontos eredmény e tekintetben, hogy ezen fiatalok szerint saját generációjuk többsége is a tudatos életformát divatnak, egy trendi jelenségnek tartja.

Ez utóbbi eredmény azért is nagyon fontos meglátásunk szerint, mert rávilágít arra, hogy szükség van az edukációra a tudatos életforma kapcsán ezen szegmens esetében. Fontos, hogy ezen fiatalok csoportja megértse, hogy a tudatos életforma mit is jelent, milyen előnyei vannak egyéni, társadalmi és környezeti szinten. Ugyanis, ha a tudatos életforma megélése egy belső indítatással, értékorientációval összhangban történik, akkor lesz tartós életvitel. Amennyiben ez csupán egy divatos trend követése, úgy nagyon könnyen megváltoztatható és módosuló magatartásformáról beszélünk, melyet a külső hatások (véleményvezérek, a generáció számára releváns hírek, információk) rendre könnyen felülírhatnak.

Annak érdekében, hogy még inkább átfogó képet kapjunk arról, hogy a fiatalok a tudatos életforma megélését milyen kontextusban élik meg, értékrendjüket is vizsgáltuk. Ennek oka, hogy számos kutatás igazolja, az értékrend, az egyéni értékorientáció visszaköszön az emberi és fogyasztói magatartásban, megnyilvánulva konkrét fogyasztói döntésekben és preferenciákban (Garai-Fodor, 2018; Garai-Fodor et al., 2023). Az értékrend vizsgálatához a Kahle-féle értéklistát használtuk alapul, ezt egészítettük ki a kutatás céljához, tárgyához illeszkedő elemekkel.

Az eredmények szerint a fiatalok számára a legfontosabb érték a boldog élet, a barátok, jó emberi kapcsolatok és az egészség. Az értékorientáció prioritásait nézve azon értékeket tekintik a legmértékesebbnek a fiatalok, melyeket a tudatos életformához társítottak.

Így vélelmezhető, hogy egyéni értékrendjük preferenciája pozitívan hat, ösztönzi a tudatos életforma megélését.

3. táblázat: Értékorientáció a Z generáció szemszögéből

Értékek	átlag	szórás
Fenntarthatóság	3,16	0,646
Környezettudatosság	3,22	0,706
Egészség	3,67	0,575
Boldog élet	3,79	0,523
Kiegyensúlyozott élet	3,61	0,604
Karrier, szakmai siker	3,39	0,715
Anyagi jólét	3,56	0,633
Sok szabadidő	3,42	0,706
Kalandok, utazás	3,42	0,819
Barátok, jó emberi kapcsolatok	3,77	0,524

Forrás: Saját kutatás, 2024 N=226 fő,

A kutatás következő lépésében megvizsgáltuk, hogy az egyéni értékrend és a tudatos életvitel gyakorlása (H2) között van-e összefüggés. A hipotézisek alapját azon értékrend alapú magatartásmodellek adták, melyek az egyéni értékrend fogyasztói attitűdben és fogyasztói döntésekben megnyilvánuló hatását igazolják.

Az összefüggésvizsgálat (One-Way ANOVA) eredménye azt mutatta, hogy a vizsgált tényezők között nincs szignifikáns kapcsolat ($\text{sig} > 0,05$, H2 elvetésre került).

A kutatás ezen eredményét részletesebben megvizsgáltuk, hogy megértsük, miért nem volt validálható az értékrend-alapú magatartás modellek koncepciója a tudatos életforma megélése kapcsán a fiatalok körében.

Ennek érdekében szegmentáltuk a mintát, és külön elemeztük az önmagukat tudatos életformát élőknek tartó fiatalokat (K1) és az önmagukat nem tudatos életformát élő fiatalok körét (K2).

Az értékorientáció elemzése kapcsán tapasztaltunk komoly ellentmondásokat a szegmensek összevetése során.

4. táblázat: *Értékrend vizsgálat az önmagát tudatos életet élő és a nem tudatos életet élő fiatalok körében*

Értékek	mintaátlag	tudatos életformát élő fiatalok (K1)	nem tudatos életformát élő fiatalok (K2)
Fenntarthatóság	3,16	3,00	3,24
Környezettudatosság	3,22	3,13	3,21
Egészség	3,67	3,75	3,62
Boldogság	3,79	3,88	3,66
Kiegyensúlyozott élet	3,61	3,88	3,52
Karrier, szakmai siker	3,39	3,63	3,17
Anyagi jólét	3,56	3,88	3,52
Sok szabadidő	3,42	3,63	3,38
Kalandok, utazás	3,42	3,63	3,38
Barátok, jó emberi kapcsolatok	3,77	4,00	3,72

Forrás: Saját kutatás, 2024. N=226 fő,

Az eredmények rávilágítottak arra, hogy az önmagát tudatos életformát élőnek tartó fiatalok minden értékdimenziót fontosabbnak tartottak az átlagnál, kivéve a fenntarthatóságot és környezettudatosságot. Épp azt a két dimenziót, mely leginkább kötődik a tudatos életforma megéléséhez, az értékrendben gyökerező tudatos életvitel szellemiségéhez. Ezzel szemben a magukat nem tudatos életvitelt élő fiatalok éppen e két dimenziót értékelték átlagon felül fontosnak, és a többi, sokkal inkább egyéni célértékeket pedig átlagon alulinak.

Ezen értékrendbeli eltérések arra engednek következtetni, hogy a magukat tudatos életvitelt élő fiatalok körében számos olyan ember lehet, aki nagy valószínűséggel téves elképzeléssel bír a tudatos életformáról. Lehet azt hiszi, hogy ő tudatosan él az általa ismert és elfogadott információk alapján, de valójában ez az életvitel nem az egyéni értékrend alapján kialakult tartós, konatív alapokon nyugvó életforma. Ahogy a magát nem tudatos életvitelt élő fiatalok között is lehet számos olyan, aki valójában sokkal inkább elkötelezett ezen életvitel irányába.

Ezen eredmények különösképp felhívják a figyelmet arra, hogy a fiatalok körében mennyire fontos és mennyire lényeges a tudatos életformáról való korrekt, szakmai tájékoztatás. A tévhit, a fiatalok önmagukról alkotott, sokszor nem a valóságot tükröző elképzelések helyes megítélést segítő aktivítások. Meglátásunk szerint az edukációra, azon belül is az attitűd konatív részére hatást gyakorló kampányokra volna a legnagyobb szükség.

ÖSSZEGZÉS, KONKLÚZIÓK

A kutatás keretében első ízben a tudatos életformáról alkotott elképzeléseket elemeztük. Az eredmények abszolút pozitív attitűdről tanúskodnak. A tudatos életformát egy egészséges, aktív életet élő, kiegyensúlyozott, nyugodt és boldog személyhez kötik a fiatalok, akik odafigyelnek a rendszeres mozgásra, a helyes táplálkozásra, az egészséges életmódra.

A tudatos életforma leginkább az egészséges életvitelhez kötődik a fiatalok gondolkodásmódjában. Ezen felül a második legfontosabb szempont az önismeret, önfejlesztés, melyet a jó emberi kapcsolatok és a környezettel való harmonikus együttlét követ, egészít ki.

A kutatás keretében igazolni tudtuk, hogy a tudatos életformáról alkotott vélemény, és a tudatos életforma megélése között összefüggés áll fenn (H1 beigazolódott). Aki saját maga életvitelét tudatosnak tartja, az a tudatos életformát is pozitívabban ítéli meg összességében is.

A kutatás keretében az egyéni értékrend és a tudatos életvitel gyakorlása (H2) közötti összefüggést nem tudtuk igazolni. Amikor részletesebben megvizsgáltuk, hogy miért nem volt validálható az értékrend-alapú magatartás modellek koncepciója a tudatos életforma megélése kapcsán, a fiatalok körében azt tapasztaltuk, hogy a fiataloknak önmaguk tudatos életformájáról alkotott véleménye nem feltétlenül tükrözi vissza a valóságot és nem az egyéni értékrendjükből eredő tartós magatartásforma.

Ezen eredmények fényében azt gondoljuk, hogy rendkívül fontos lenne a közösségi marketing eszköztárának alkalmazása, a tudatos életformáról való korrekt, szakmai tájékoztatás, a fiatalok egyéni értékrendjét és információszerzési módját figyelembe vevő edukatív kampányok használata.

A kutatás eredményeinek kapcsán hangsúlyozandó, hogy a kutatás egyik korlátja a mintavétel nagysága, és egyetlen generációra fókuszáló mivolta. Az eredmények e tekintetben nem terjeszthetők ki egyetlen alapsokaságra sem, és a mintanagyság okán egyes szegmentációs eljárások (K-means) sem alkalmazhatóak.

A kutatás folytatásaként tervezzük a mintanagyság kibővítését, és a további generációk bevonását a mintába az összehasonlító elemzések lefolytatása érdekében. Ezen felül a kutatás ebbéli fázisában kirajzolódó ellentmondások szofisztikáltabb elemzése érdekében, egy poszt kutatási fázisként alkalmazandó, kvalitatív eljárás lefolytatását egyéni interjúk keretében.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Al-Adwan, Ahmed – Smedley, Jo (2012): Implementing e-learning in the Jordanian higher education system: factors affecting impact. *International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology*, 8(1), pp. 121–135.
- Roša, Angelina – Lace, Natalja (2021): Assessment of the Impact of Coaching on a Company's Performance: A Review of Methods, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(4), 233, ISSN 2199-8531
- Corey, Seemiller – Meghan, Grace (2017): InPractice: Generation Z: Educating and Engaging the Next Generation of Students. *About Campus: Enriching the Student Learning Experience*. Vol.22:3. pp-21-25 <https://doi.org/10.1002/abc.21293>
- Corey, Seemilet – Clayton, Jason (2019): Developing the Strengths of Generation Z College Students. *Journal of College and Character*, 20(3), pp. 268–275.

- Csiszárík-Kocsir Ágnes – Lentner Csaba (2023): Financial exclusion from the perspective of financial literacy in the digital world of the 21st century through the example of Hungary. *Empowering Finance Management for Economic and Social Issues*. Vol. 22, No 3 (60), pp.266-280
- Csiszárík-Kocsir Ágnes – Dobos Oszkár (2022): Hungarian SMEs' role and opinion about research, development and innovation projects. In: Szakál, Anikó (szerk.) *IEEE 20th Jubilee International Symposium on Intelligent Systems and Informatics (SISY 2022)* Szabadka, Szerbia. pp. 199-203.
- Csiszárík-Kocsir Ágnes – Dobos Oszkár (2023a): The place and role of research, development and innovation projects in the life of Hungarian and Polish micro, small and medium-sized enterprises after the pandemic. In: Szakál, Anikó (szerk.) *SISY 2023 IEEE 21st International Symposium on Intelligent Systems and Informatics* Budapest, Magyarország : IEEE Hungary Section, pp. 185-189.
- Csiszárík-Kocsir Ágnes – Dobos Oszkár (2023b): The place and role of research, development and innovation activities in the life of domestic enterprises along business characteristics. In: Szakál, Anikó (szerk.) *IEEE 17th International Symposium on Applied Computational Intelligence and Informatics SACI 2023 : Proceedings* Budapest, Magyarország : Óbudai Egyetem, IEEE Hungary Section pp. 279-286.
- Csiszárík-Kocsir Ágnes – Varga János (2023a): Perception of Public Transport Megaprojects through a User Perspective. *Eurasia Proceedings of Science Technology Engineering and Mathematics 23* : & pp. 11-18.
- Csiszárík-Kocsir Ágnes – Varga János (2023b): Innovation and factors leading to innovative behaviour according to Hungarian businesses. In: Szakál, Anikó (szerk.) *IEEE 17th International Symposium on Applied Computational Intelligence and Informatics SACI 2023 : Proceedings* Budapest, Magyarország : Óbudai Egyetem, IEEE Hungary Section. pp. 291-297.
- Hargítai Dávid Máté – Sasné Grósz, Annamária – Veres Zoltán (2020): Hagyományos és online tanulási preferenciák a felsőoktatásban – A Covid-járvány kihívásai, *Hargítai Statisztikai Szemle*, 98(7), pp. 839–857. Oldal Doi: 10.20311/Stat2020.7.Hu0839
- Doreen Ankrah – Jamie Bristow – Daniel Hires – Jan, Artem Henriksson (2023): Inner Development Goals: from inner growth to outer change, *Field Actions Science Reports, Special Issue 25*. 2023, 82-87.
- Fraj-Andrés, Elena – Eva, Martínez-Salinas (2007): Impact of environmental knowledge on ecological consumer behaviour. *Journal of International Consumer Marketing* 19(3) pp.73-102.
- Garai-Fodor Mónika (2018): Értékrendalapú élelmiszer-fogyasztói magatartásra vonatkozó minták a Z generáció körében= Value-Based Food Consumer Behaviour Patterns for the Z Generation. *Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing*, 14(2), pp. 10-17.
- Garai-Fodor, Mónika – Vasa, László – Jäckel, Katalin (2023): Characteristics of segments according to the preference system for job selection, opportunities for effective incentives in each employee group. *Decision Making: Applications in Management and Engineering* 6(2) pp. 557-580.
- Jaciow, Magdalena – Wolny, Rober (2021): New Technologies in the Ecological Behavior of Generation Z. *Procedia Computer Science* 192, pp. 4780-4789. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.09.256>
- Kolbach Bettina (2018): Egyetemisták olvasási és könyvtárhasználati szokásai a Pécsi Tudományegyetemen. *Könyv, Könyvtár, Könyvtáros*. 27(3), pp. 5–16.
- Kollmuss, Anja – Julian Agyeman (2002): Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro -environmental behavior? *Environmental Education Research*, 8(3) pp. 239-260.
- López, Miguens, Jesús – Encarnación, Gonzáles,Vázquez – M. José García-Rodríguez – Paula Álvarez-González (2014): Empirical evidence of the influence of environmental concern on the ecological behaviour of the consumer. *PsyEcology* 5 (1) pp. 58-90.
- Malhotra, Naresh. K. – Simon, Judit (2017): Marketingresearch, Marketingkutatás, Akadémiai Kiadó
- MC Loughlin, Catherine, Elizabeth – Lee, Mark, J. W (2010): Personalised and self regulated learning in the Web 2.0 era: international exemplars of innovative pedagogy using social software. *Australasian Journal of Educational Technology*. 26(1), pp. 28–43. <http://dx.doi.org/10.14742/ajet.1100>
- McCrandle, Mark – Fell, Ashley (2019): *Understanding Generation Z: Recruiting, Training and Leading the Next Generation*. McCrandle Research Pty Ltd, Australia pp.3-7. https://www.researchgate.net/publication/335159678_Understanding_Generation_Z_Recruiting_Training_and_Leading_the_Next_Generation#fullTextFileContent letöltés dátuma: 2024.04.12. 13:00

- McCrindle, Mark (2024b): *Generation Alpha Report*, 2024. <https://mccrindle.com.au/article/topic/generation-alpha/generation-alpha-defined/> letöltés dátuma: 2024.03.23. 10:00
- McCrindle, Mark (2024a): *Generations Defined Infographic*, 2024. <https://mccrindle.com.au/article/topic/demographics/the-generations-defined/> letöltés dátuma: 2024.03.22. 16:10
- Rokicka, Ewa (2002): Attitudes toward natural environment. *International Journal of Sociology* 32(3) pp. 78-90.
- Sajtos László – Mitev Ariel (2007): *SPSS Research and Data Analysis Manual*. SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv Budapest: Alinea Kiadó
- Tari Annamária (2011): *Ű generáció* Tercium Könyvkiadó, Budapest, 2011.
- Taufique, Khan – Chamhuri Sivar – Norshamliza Chamburi – Farah Hasan, Sarah (2016): "Integrating general environmental knowledge and eco-label knowledge in understanding ecologically conscious consumer behaviour." *Procedia Economics and Finance* 37. pp. 39-45.
- Törőcsik, Mária – Szűcs, Krisztián – Dániel Kehl (2014): Generációs gondolkodás – a Z és az Y generáció életstílus csoportjai, *Marketing & Menedzsment* 2014. II. Különszám
- Varga, János (2023a): SMEs as the innovation flagships - where are the real economic drivers? In: Szakál, Anikó (szerk.) *IEEE 23rd International Symposium on Computational Intelligence and Informatics (CLINTI 2023): Proceedings*. Danvers (MA), Amerikai Egyesült Államok: IEEE (2023) pp. 373-377.
- Varga János (2023b): Exploring the link between competitiveness and innovation. In: Szakál, Anikó (szerk.) *SISY 2023 IEEE 21st International Symposium on Intelligent Systems and Informatics*. Budapest, Magyarország: IEEE Hungary Section (2023) 663 p. pp. 229-233.
- Varga János – Csiszárík-Kocsir Ágnes (2023a): Perception of innovation and innovative projects at user level through the example of the Atala Prism project. In: Szakál, Anikó (szerk.) *IEEE 17th International Symposium on Applied Computational Intelligence and Informatics SACI 2023 : Proceedings* Budapest, Magyarország : Óbudai Egyetem, IEEE Hungary Section, pp. 321-326.
- Varga János – Csiszárík-Kocsir Ágnes (2023b): User Evaluation of Innovative Megaprojects Induced by Environmental Change Using Primary Data. *Eurasia Proceedings of Science Technology Engineering and Mathematics* 23 pp. 464-470.
- Varga János – Csiszárík-Kocsir Ágnes – Bíró Biborka Eszter – Székely Kinga Katalin – Bíró, Boróka, Júlia – Garai-Fodor Mónika (2023): Change Management Practices and the Impact of the Pandemic on Hungarian and Romanian SMEs. In: Szakál, Anikó (szerk.) *IEEE 17th International Symposium on Applied Computational Intelligence and Informatics SACI 2023: Proceedings*. Budapest, Magyarország: Óbudai Egyetem, IEEE Hungary Section. pp. 273-278.
- Varga János – Garai-Fodor Mónika – Csiszárík-Kocsir Ágnes (2022): A fenntarthatóság fontossága - mítosz vagy valóság? In: Bujdosó, Zoltán (szerk.) *XVIII. Nemzetközi Tudományos Napok (18th International Scientific Days): A „Zöld Megállapodás” - Kihívások és lehetőségek (The 'Green Deal' - Challenges and Opportunities)*. Gyöngyös, Magyarország: Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Károly Róbert Campus (2022) 748 p. pp. 686-692.