

# A környezeti kötődés meghatározása és kapcsolata a környezeti attitűddel, mérési megfontolások

Piskóti Marianna

*A környezetbarát viselkedés kialakulásának előfeltétele a környezethez való tartozás érzése. A természeti közelség érzésével nő az empátia és a segíteni vágyás a természet irányába is, ezáltal elősegítve a környezetbarát viselkedések kialakulását. A természethez való kötődés vizsgálata során a tudatosság szintjének a kérdése külön vizsgálatra érdemes. Amennyiben a kapcsolat az egyénben tudatos, explicit mérésekkel is vizsgálható, míg ha tudattalan jelenségeként tekintünk a természetre és az egyén kapcsolatára, implicit mérések alkalmazása szükséges. Azok a személyek, akik a természeti környezettel összekötve érzik önmagukat, erősebben aggódnak a környezeti problémák miatt. A gyengébb környezeti kötődéssel rendelkező személyek aggodalma eltérő fókuszú, az egyénre közvetlenül hatást gyakorló problémák és kérdéskörök mentén jutnak kifejeződésre.*

*Jelen kutatás 2012 decemberében zajlott, hallgatói mintán. Az implicit mérésre az Implicit Association Test – Nature módszert alkalmaztuk (Schultz et al. 2004), amelyet a Clayton-féle Környezeti Identitás skálával (Clayton 2003) vetünk össze. A tanulmány két fő fókusszal rendelkezik. Elsődleges célja a természethez való kötődés explicit és implicit mérési lehetőségeinek az összehasonlítása. Emellett a cikk bemutatja a környezeti kötődés kapcsolatát a környezeti attitűddel és a környezettudatos fogyasztói magatartás megjelenésével.*

*Kulcsszavak: környezettudatos fogyasztói magatartás, környezeti identitás, implicit mérés*

## 1. Bevezetés

A természeti közösséghez való tartozás érzése, a természethez való kötődés érzése a környezetbarát viselkedések előfeltétele (Mayer–Frantz 2004). Ha a természetre, mint közösségre tudunk tekinteni, amelyben élünk, akkor megtanuljuk szeretni, tisztelni és megővni. Ebben az esetben a természeti környezet a személyes identitásunk, énünk részévé válik, ami társadalmi szerepeket határoz meg, és a szerepekhez felelőségek kapcsolódnak, adott esetben a természet iránt érzett felelősség. A környezeti identitás kialakulása ezáltal megmagyarázza, hogy az absztrakt globális problémák hogyan válhatnak közvetlen és személyes problémává (Clayton–Opatow 2003). A környezeti identitás - mint társas identitás (Mead 2000) - alakítja, irányítja a társas interakciókat, hozzájárul az ember és környezet között kialakuló értelmes interakció formálásához (Zavestoski 2003).

A környezeti identitás koncepciója az emberek egyéb élőlényeknek tulajdonított jogok kutatásaiból indult ki. Az ökológiai döntések és a környezeti identitás vizsgálatára vonatkozó kutatásaik (Opatow–Clayton 2003) alapján az ember és a természet kapcsolata összhangban van az egyének értékelésével arról, hogy mennyire tartják az emberi fajt felsőbbrendűnek a növényekhez és az állatokhoz képest, és hogy azonos jogokat tulajdonítanak-e nekik, mint az embereknek. Clayton (2003) alkalmazásában a környezeti identitás az alábbiakban ragadható meg:

„A környezeti identitás az egyének énkép formálásának egy része, a természettel való kapcsolat érzése, amely a múlton, az érzelmi kötődésen és azokon a hasonlóságokon alapul, amelyek meghatározzák, hogy hogyan észleljük a világot és hogyan viselkedünk benne, illetve az a hit, hogy a természet fontos része annak, akik vagyunk.” (Clayton 2003, 45–46 o.)

A környezetbarát cselekvések<sup>1</sup> általában nem a saját hasznosság növelésére irányulnak, hanem morális elégedettség elérése érdekében valósulnak meg (Clayton 2003). A környezetbarát viselkedések iránti elköteleződés fontos motivációja az, hogy információt közvetítenek az énről és a csoporttagságról. Ennek a funkciónak a segítségével az identitás vizsgálata arra is lehetőséget ad, hogy előre vetítsük mások viselkedését az azonos identitással rendelkezőkét (Zavestoski 2003), valamint elősegítsük a környezetbarát cselekvések kialakulását.

A környezeti identitás tehát annak a mértéke, hogy az egyén mennyire tekint a saját személyiségének kiemelt részeként a természethez való kötődésre (Piskóti 2012). Az énidetitásnak általánosan része az érték és az attitűd is, azonban szükséges a fogalmak közti különbségtétel. Az értékeket fontos életcélokként vagy alapelvekként lehet felfogni (Rokeach 1973, Olson–Zanna 1993). Az értékek rendező elvként működnek az attitűdök és a hiedelmek esetében, és az attitűdöt meghatározó tényezőként tekinthetünk rájuk. Az attitűd pedig egy személy értékelő viszonyulására, megítélésére vonatkozik egy konkrét tárgyra vonatkozóan (Eagly–Chaiken 1993). Abban az esetben, ha a környezetre vonatkoztatjuk, a környezeti attitűd meggyőződések, érzelmek és viselkedési szándék összessége, amelyet az egyének a környezetbarát cselekvésekkel és kérdésekkel kapcsolatban tartanak (Schultz et al. 2004).

Jelen kutatás célja a környezeti identitás, a környezeti kötődés méréseinek a vizsgálata, annak érdekében, hogy a környezeti identitás és a környezeti identitás környezetbarát viselkedések kialakulására gyakorolt hatása megbízhatóan vizsgálhatóvá váljon.

## 2. Elméleti háttér

A környezet és az ember kapcsolatának mérésére kifejlesztett skálák között két fő szempontból tehetünk különbséget. Először is a különbségek főként azon alapulnak, hogy környezet és természet mely dimenziójára fókuszálnak a megközelítések (Brügger et al. 2011), például Mayer és Frantz természethez való kötődés skálája az érzelmi kötődést vizsgálja kiemelten, míg Clayton a természet szerepére fókuszál a személyes identitásban. Másodszor érdemes megvizsgálni, hogy explicit, vagy implicit mérésről van-e szó, azaz feltételezik-e, hogy a környezet és egyén közötti kapcsolat tudatos, vagy tudattalan jelenség. A leggyakoribb természeti környezethez való kötődést vizsgáló skálákat az *1. táblázat* foglalja össze. Az alábbi skálákat használják a szakirodalomban a környezeti identitás mérésére.

Az explicit módszerek önbevalláson alapulnak, amely azt teszi szükségessé, hogy a válaszadóknak explicit meggyőződésüknek kell hogy legyen az egyén és természet kapcsolatáról. A válaszadók gyakran nem gondolkoznak el előtte erről a kérdésről, és nincs létező meggyőződésük a természetről, így nem feltétlenül képesek válaszolni a kérdésre. Dunlap és kollégái (Dunlap et al. 2000) szerint az egyén világnézete „primitív” meggyőződés, és így a természethez való kötődés nem tudatos, de legalábbis nem olyan meggyőződés, amire rendszeresen gondolunk.

Az önbevalláson alapuló megkérdésezések hátránya, hogy tudatos átgondolást igényelnek. Több olyan terület van, ahol az explicit és az implicit attitűdök között eltérés figyelhető meg. Az implicit módszerek hasznosak, ha magas a társadalmi megfelelési kényszer, a társadalmi kívánatosság által okozott eltérés, mint például a hiúság, a stigmatizált viselkedések, a drog és alkoholfogyasztás vizsgálata esetén (Perkins et al. 2008).

---

<sup>1</sup> Környezetbarát viselkedésen olyan tevékenységeket értünk, amelyek a lehető legkevesebbé károsítják a környezetet, esetleg még jótékony hatással is vannak rá (Steg-Vlek 2009). Jelen kutatásban az értelmezést leszűkítjük a környezetbarát célok mentén végzett tevékenységekre (Kollmuss-Agyeman 2002, Kaiser-Wilson 2004 által támogatott értelmezés), és az egyéb motiváció miatt végzett, de környezetbarát hatású tevékenységeket nem tekintjük környezetbarát magatartásnak és nem vizsgáljuk.

1. táblázat A természet és egyén közötti kötődést, környezeti identitást vizsgáló skálák összefoglalása

Skála	Év	Koncepció	Mérés módja
Schultz: Inclusion of nature in the self (INS)	2001	Aron (1992) skálájának adaptálása, természet és egyén közötti kapcsolat szorosságának a vizsgálata.	Implicit, 1 állítás
Clayton: Environmental Identity (EID)	2003	Természet szerepe és mértéke az egyén öndefiniálásában. Kognitív, affektív és érzelmi szempontokat is vizsgál. 1 dimenzió	Explicit, 24 állítás
Schultz: IAT - Nature	2004	Implicit mérési eszköz, a természethez illetve az épített környezethez való kötődés erősségét vizsgálja.	Implicit Asszociációs Teszt
Mayer–Frantz: Connectedness to Nature (CNS)	2004	Természethez való érzelmi kötődés vizsgálata. 1 dimenzió	Explicit, 14 állítás
Nisbet–Zelenski–Murphy: Nature Relatedness Scale (NR)	2009	A természethez kötődő személyiség vizsgálata. A természethez való kötődés érzelmi, kognitív és a tapasztalati aspektusát is figyelembe veszi. 3 dimenzió	Explicit, 21 állítás
Clayton: Environmental Identity (EID), rövid változat	2011	Természet szerepe és mértéke az egyén öndefiniálásában. Kognitív, affektív és érzelmi szempontokat is vizsgál. 1 dimenzió	Explicit, 11 állítás

Forrás: saját szerkesztés

Jelen cikk az implicit mérési lehetőségekre fókuszál, azon belül is az Implicit Asszociációs Tesztre, melynek a környezeti identitás vizsgálatára adaptált típusát jelen kutatásban is alkalmaztuk.

2.1. Az implicit mérések jelentősége és lehetősége az Implicit Asszociációs Teszt segítségével

Az Implicit Asszociációs Tesztet az emlékezetbeli fogalmak és/vagy tárgyak közötti asszociáció relatív erősségének az indirekt mérése alkalmazzák (Perkins et al. 2008). A teszt számítógép alapú kategorizációs feladatokból áll, amelyeket úgy alakítottak ki, hogy az emlékezetben lévő fogalmak közötti asszociáció relatív erősségét mérik, anélkül, hogy önelemzést kívánának meg a tárgy szempontjából az egyéntől. A mérésnek a legnagyobb előnye az, hogy nem kívánja meg a vizsgálni szándékozott asszociációk tudatos figyelmét a válaszadóktól (Schultz et al. 2004). Az IAT tesztet Greenwald, McGhee és Schwartz fejlesztette ki (1998) az automatikus, fogalom–jellemző asszociációk vizsgálatára.

A teszt a reakcióidők alapján méri az asszociáció erősségét a fogalompárok és a jellemzők között. Az alanyok feladata az, hogy minél gyorsabban kapcsolják össze a képernyőn megjelenő elemeket (amelyek lehetnek képek vagy szavak, például százszorszép és lepke) a megfelelő fogalmakkal (pl.: virág és bogár). Később a fogalmakat kombinálják és összekapcsolva vizsgálják (pl.: virág és jó, bogár és rossz). A fogalmak közötti kapcsolat szorosságát a megjelenő elemek (pl. lepke) és a hozzájuk kötődő fogalmak (pl. bogár) összekapcsolásának a válaszadási idejének különbségével mérik (Greenwald et al. 1998).

Az IAT eredményei azt mutatják, hogy az értékek mérsékelten korrelálnak az olyan explicit attitűd mérésekkel, mint az önbevallásos válaszok (Schultz et al. 2004). Az implicit és explicit attitűdök között néhány területen szétválás figyelhető meg. Az implicit attitűd annyiban tér el az explicittől, hogy azok az önelemzéstől mentes múltbeli élmények lenyomatai, amelyek a tárgyakkal kapcsolatos kedvező vagy kedvezőtlen érzéseket, gondolatokat, cselekvéseket mediálják (Greenwald–Banaji 1995). Az implicit attitűd erősen befolyásolt a tudattalan folyamatok által, hiszen független a tudatos átgondolástól és

értékeléstől. Az explicit és implicit attitűdök közti különbséget korábban az implicit és az explicit attitűdök teljesen független konstrukcióknak tekintésével magyarázták (Greenwald–Banaji 1995), illetve később a szétválásukat azzal magyarázták, hogy a mérések a memóriában határozottan eltérő, de kapcsolatban álló konstruktumokat ér el (Perkins et al. 2008).

Az IAT előnye, hogy a mérés esetében nem jelenik meg a megfelelési kényszer hatása, és nehéz „meghamisítani” az eredményeket (Schultz et al. 2004). Az IAT módszert több területen is alkalmazták már, Greenwald és Farnham többek között az önbecsülés mérésére adaptálta és bemutatja, hogy hogyan lehet alkalmazni az egyén társas identitásának a megértésére is (Greenwald–Farnham 2000).

A fogyasztói magatartás kutatási területén is alkalmazhatóak az implicit asszociációs tesztek. A fogyasztói viselkedés meghatározása esetében az implicit és explicit mérések inkonzisztens eredményeket szültek (Perkins et al. 2008), az explicit és az implicit mérések is módszertanilag megfelelőnek bizonyultak, de a sztereotip és az előítéletes viselkedések esetében az implicit mérések megbízhatóbbak.

A fogyasztói attitűdök vizsgálatára is használták már a módszert, például a magas és alacsony kalóriájú ételek értékelése (Maison et al. 2001) és fogyasztói etnocentrizmus (Watson–Wright 2000) kutatása során.

Az IAT teszteket alkalmazták már az én – márka asszociációk vizsgálatára, ahol a vásárlási szándékot, a márka preferenciát és az észlelt márka előnyt az implicit mérés megbízhatóan meghatározta. Ez is igazolja azt az állítást, hogy egy adott tárgyhoz kötődő én-fogalom asszociációk közvetlenül befolyásolják az attitűdök kialakulását és a viselkedést is (Greenwald–Banaji 1995). Az implicit attitűd hatása a márkaválasztásra idő nyomás alatt jelenik meg intenzíven, míg az explicit kifejezett attitűd akkor volt hatással a választásra, ha a vásárlónak volt megfelelő ideje választani (Perkins et al. 2008). Az eredmények tehát azt mutatják, hogy ha a kognitív erőforrások szűkösek, az egyéneket arra vezetheti, hogy a döntéseiket az implicit asszociációik alapján hozzák meg, mivel hiányoznak azok a kognitív erőforrások, amelyek a tudatos, megfontolt mérlegeléshez szükségesek.

## 2.2. IAT- Nature teszt az egyén és a környezet kapcsolatának a vizsgálatára

Az IAT-Nature teszt implicit módon méri annak a mértékét, hogy az egyén mennyire asszociálja a saját énjéhez közelinek a természetet. A tesztben két kategóriát alkalmaztak, az Én - Mások és a Természet – Épített környezet kategóriát (Schultz et al. 2004). Az IAT-Nature felépítése Schultz és munkatársai alapján (Bruni–Schultz 2010, Schultz et al. 2004, Schultz–Tabanico 2007):

- célfogalom/ kategória 1: Én (Me) – Nem én (Not Me)
- tulajdonság/ kategória 2: Természet (Nature) – Épített környezet (Built)
- stimulus változók<sup>2</sup>, az alkalmazott szavak:
  - ❖ természet: állatok, madarak, növények, bálnák, fák;
  - ❖ épített környezet: épület, autó, város, gyár, utca;
  - ❖ én: én, enyém, engem, önmagam;
  - ❖ nem én/mások: ez, más, ők, övék.

A válaszadóknak a stimulusokat hozzá kellett kapcsolni az adott kategóriákhoz, méghozzá úgy, hogy kategória párokat hoztak létre, egyszer az „én” és a „természet” párosítást a „nem én” és „épített környezet” párral szemben, majd fordítva. Amelyik

<sup>2</sup> A stimulus elemek Schultz és munkatársainak 2004-es kutatása alapján kerültek meghatározásra

párosításhoz könnyebben asszociálják a válaszadók a stimulusokat, az mutatja az én és a természet közötti asszociáció erősségét.

Az eredmények pozitív IAT hatást mutattak, azaz a válaszadóknak könnyebb volt a természetet, mint az épített környezetet önmagukhoz asszociálni, de érdemes megemlíteni, hogy a válaszadók körülbelül 25%-a könnyebben asszociált az épített környezettel (Schultz–Tabanico 2007). Ezeket az eredményeket azonban óvatosan kell értelmezni a szerzők szerint, mert lehet egyrészt a Kellert féle biofilia hipotézis igazolása is, miszerint az embernek biológiailag meghatározott alapvető hajlama van a természettel való kapcsolatra, de lehet, hogy a válaszadók jobban kedvelik a természetet az épített környezettel szemben, és ez teszi az asszociációt könnyebbé (Schultz et al. 2004).

Schultz és kollégái az IAT-Nature tesztet alkalmazták kísérleti körülményeken kívül is, nemzeti parkokban (Schultz–Tabanico 2007), illetve online játék formájában is (Bruni–Schultz 2010). Azon eredményeik, miszerint a környezet, amelyben a mérés zajlik, nem befolyásolja az eredményeket, a módszer megbízhatóságát igazolják. Azt is kimutatták, hogy a korábbi hipotézissel ellentétben az IAT értékek a tapasztalatok által változhatnak (Schultz - Tabanico 2007). Ez a természet és az egyén kapcsolatának változtathatóságát hangsúlyozza, amely indokolja a kérdéskörrel való foglalkozás szükségességét. Ha a kapcsolat erősíthető, ezáltal a környezetbarát magatartások megjelenése is elősegíthető.

Az explicit mérésekkel tapasztalható korrelációja az IAT-Nature tesztnek azt igazolja, hogy bár van társadalmi nyomás ezen a területen is, nem olyan intenzív és jelentős torzító hatású, mint például az előítélet, vagy a szexista attitűd vizsgálata esetében. Az IAT-Nature online megkérdezése esetében a gyermekek és az aktivisták mintáján nem találtak korrelációt az explicit és az implicit mérés között, amelyet az eltérő explicit mérőeszközzel (aggodalom és nem attitűd mérő) és esetleg az explicit és implicit mérés eltérő tárgyával magyaráztak.

### **3. Az egyén és a természet kapcsolatának primer kutatása**

A primer kutatás célja a környezeti identitás, az egyén és a természet kapcsolatának explicit és implicit kutatási módszereinek az összehasonlítása, valamint a környezeti attitűddel való összefüggéseinek a vizsgálata volt. Az adatfelvétel 2012 decemberében zajlott, a kutatásban a Budapesti Corvinus Egyetemen tanuló 196 hallgató vett részt.

#### *3.1. Kutatás módszereinek a bemutatása*

A kutatás során a válaszadók először a számítógépes implicit asszociációs tesztet töltötték ki, majd azt követően egy online kérdőívet, amely a környezeti attitűd, a környezeti identitás és a környezettudatos viselkedés mérésére alkalmas explicit skálákat tartalmazott. Az explicit mérések között 3 skálát alkalmaztunk:

- a környezeti attitűd mérésére az Új Környezeti Paradigma, a New Ecological Paradigm (NEP) skálát (Dunlap–Van Liere 1978, Dunlap et al. 2000);
- a környezeti identitás mérésére Clayton Környezeti Identitás (Environmental Identity Scale, EID) skáláját (Clayton 2003);
- valamint a környezettudatos fogyasztói magatartás mérésére a Roberts féle Ecologically Conscious Consumer Behaviour (ECCB) skálát (Roberts–Bacon 1997).

A természettel való kapcsolat implicit mérésére Schultz és munkatársainak (2004) a korábban bemutatott IAT- Nature tesztjét alkalmaztuk, a FreeIAT szoftver segítségével. A teszt elején a válaszadók azt a felhívást kapták, hogy a feladat az összetartozó szavak minél gyorsabb összepárosítása. A folyamat 5 blokkból állt, mindegyikben 10-10 párosítással. 4

kategóriát használtunk a blokkokban (lásd fent: Én, Nem Én, Természet és Épített környezet), a blokkok az alábbi felépítést követték:

- első párosítás: a Természet vagy Épített környezet kategóriákhoz kellett a megjelenő szavakat párosítani
- második párosítás: az Én vagy Nem Én kategóriákhoz tartozó szavak párosítása
- harmadik párosítás: első páros teszt, egyenes párosítás, a feladat a kompatibilis fogalmak együttes párosítása, azaz az Én és a Természet kategóriákat állítottuk szembe az Épített környezet és Nem Én kategóriákkal
- negyedik párosítás: a Természet vagy Épített környezet kategóriákhoz tartozó szavak párosítása, mint az első blokkban, fordított billentyűzethasználattal
- ötödik párosítás: második páros teszt, ellentétes párosítás/ nem kompatibilis, azaz az Én és az Épített környezet kategóriákat állítottuk szembe a Természet és Mások kategóriákkal.

Az én és a természet közötti kapcsolat erősségét a kompatibilis és a nem kompatibilis páros tesztek asszociációs nehézségeinek a különbsége mutatja meg. Így ha az adott személynek a kognitív asszociációja a természettel erősebb, akkor az Én és a Természet kategóriákba tartozó szavak összekapcsolásakor válaszol könnyebben, azaz gyorsabban fogja teljesíteni a blokkot (3. párosítás), mint a nem kompatibilis párosítást. Ennek az ellenkezője lesz igaz arra a személyre, aki az épített környezethez kötődik jobban.

Az elemzés megkezdése előtt kiszűrtük a túl gyors (300 ms alatti) és a túl lassú válaszadókat (10000 ms felett) a mintából. A helytelen válaszokhoz kötődő válaszadási idő is kiszűrésre került az átlagos válaszadási idő számításához.

### 3.2. Minta bemutatása

A mintában a nők aránya magasabb (58,7%), a jellemző lakhely Budapest, a válaszadók 66,8%-a lakik ott. Az egyetemi hallgatókból álló minta következtében leggyakrabban középfokú végzettséggel (86,7%) rendelkeznek a válaszadók, és saját bevallásuk szerint az átlagnál kicsit jobb jövedelemmel rendelkeznek (55,6%). A minta bemutatását a 2. táblázat részletezi.

2. táblázat Minta demográfiai jellemzőinek a bemutatása

		Elemsszám	%
Nem	Nő	115	58,7
	Férfi	81	41,3
	<i>Összesen</i>	<i>196</i>	<i>100</i>
Lakhely	Budapest	131	66,8
	Megyeszékhely	23	11,7
	Egyéb város	34	17,3
	Község, falu	8	4,1
	<i>Összesen</i>	<i>196</i>	<i>100</i>
Iskolai végzettség	Középfok, érettségi	170	86,7
	Főiskola, alapszak	19	9,7
	Egyetem, mesterszak	7	3,6
	<i>Összesen</i>	<i>196</i>	<i>100</i>
Életszínvonal	Az átlagnál sokkal rosszabb	7	3,6
	Átlagos	49	25,0
	Az átlagnál valamivel jobb	109	55,6
	Az átlagnál sokkal jobb	31	15,8
	<i>Összesen</i>	<i>196</i>	<i>100</i>
Életkor	Átlag	21,55	

Forrás: saját kutatás

### 3.3. IAT – Nature eredményei

Az IAT eredményeinek az értékeléséhez Greenwald és munkatársainak a javaslatát használtuk (részletesen lásd: Greenwald et al. 2003), az így kapott D-érték átlaga  $M=0,09$ , szórása  $SD=0,5578$ . Az eredmények értelmezése esetében azok az egyének kötődnek erősebben a természethez, akik magasabb D-értékkel rendelkeznek, a D-értékek maximuma 2,03 volt, míg minimuma -1,33.

A teszt belső megbízhatóságának vizsgálatára a D-értéket kiszámoltuk a blokkok első 5 stimulusára, illetve második 5 stimulusára külön-külön, majd korrelációval vizsgáltuk a kapcsolatot. Az eredmény szignifikáns, azonban csupán gyenge pozitív kapcsolat áll fenn ( $r(194) = 0,201$ ,  $p=0,005$ ), amely az eredmények körültekintő értelmezésére hívja fel a figyelmet.

A mintát vizsgálva a demográfiai jellemzőket figyelembe véve, szignifikáns különbség figyelhető meg a férfiak és nők válaszai között ( $F(1, 194)=4,666$ ,  $p=0,032$ ). Az eredmények alapján a nőknek erősebb kapcsolata van a természettel, mint a mintában lévő férfiaknak ( $M_{nő}=0,16$ ,  $SD_{nő}=0,54$ ;  $M_{fé}= -0,01$ ,  $SD_{fé}=0,57$ ).

### 3.4. Explicit mérések eredményei

Az Új Környezeti Paradigma, a NEP skála értéke a negatív kérdések átalakítása után kapott értékek összegzését jelenti. Így a minimum értéke a NEP értéknek 15, a maximum 75 pont lehet. A teljes mintára nézve kapott átlag 54,84 pont volt ( $SD=7,33$ ). A skála megbízhatóságának vizsgálatára a Cronbach Alfa mutatót használtuk, melynek értéke 0,745 ( $N=190$ ), amely alapján a skála megfelelően erős belső konzisztenciát mutat (Nunnally 1978).

A megkérdezés során a Clayton - féle Környezeti Identitás skálának a rövidített változatát használtuk. A skála 11 állításból áll, amelyet a szerző 7 fokú Likert skálán javasol mérni. A skála leíró statisztikáit a 3. táblázat tartalmazza.

3. táblázat A környezeti identitás skála bemutatása

EID skála (N=196)	Átlag	Szórás
Sok időt töltök természeti környezetben (erdő, hegyvidék, puszta, tópart, tengerpart).	3,72	1,487
Úgy tekintek magamra, mint aki a természet része, nem független tőle.	4,47	1,570
Ha lenne elég időm vagy pénzem, egy részét biztosan arra szánám, hogy környezetvédelmi ügyekkel foglalkozzam.	4,25	1,752
Ha kiborultam, vagy csak stresszes vagyok, segít jobban érezni magam, ha kis időt a szabadban tölthetek élvezve a természetet.	5,13	1,765
Érzem, hogy sok közös vonás van bennem és más élőlényekben.	3,65	1,725
A Földdel szembeni felelősségteljes viselkedés, azaz a fenntartható életmód követése része az erkölcsi kódexemnek.	4,84	1,509
Minden gyermek nevelésének fontos része kellene, hogy legyen a természet világának megismerése.	6,01	1,152
Inkább élnék egy szép kilátással rendelkező kisebb szobában vagy házban, mint egy olyan szobában, vagy házban, amely nagyobb, de már épületekre néz.	5,32	1,677
Úgy érezném, hogy az életem egy fontos része hiányozna, ha nem tudnék időről-időre kimenni a szabadba és élvezni a természetet.	5,41	1,501
Még nem láttam olyan művészeti alkotást, amely annyira gyönyörű lenne, mint a természet olyan csodái, mint a naplemente vagy egy hegylánc.	4,65	1,985
Úgy érzem, spirituális feltöltődést jelent számomra a természet élménye.	4,51	1,782

Forrás: saját kutatás

A válaszadók környezeti identitásának az erősségét a skála score-ja adja meg. A score értéke 11-77 között mozoghat, ahol 77 az erős környezeti identitással rendelkező személy. A

score átlaga 51,96 (SD=11,86), ami a közepesnél kissé erősebb kötődést jelez a természet felé. A belső konzisztencia vizsgálatára alkalmas Cronbach Alfa értéke 0,863.

A környezet problémáinak árnyaltabb megítélése visszatükröződhet a vásárlói magatartásban is. Ennek vizsgálata során a Roberts féle (1997) Ecologically Conscious Consumer Behaviour skálára (ECCB) támaszkodtunk, amely alapján 16 állítást kellett 5 fokú Likert skálán értékelniük a válaszadóknak. A skála értéke ez alapján 16 és 80 között lehet, jelen mintában a skála érték átlaga  $M=45,43$  (SD=10,43). A skála Cronbach  $\alpha$  értéke 0,854, szintén megbízhatónak tekinthető.

### 3.5. Az implicit és az explicit mérések kapcsolata

Az elemzések második lépése az explicit és az implicit mérések közötti kapcsolat vizsgálata. A természet és az egyén közötti implicit kapcsolat (IAT eredményéből származó D-érték) korábbi kutatásokban való mérése során gyenge pozitív kapcsolatot mutatott az explicit mérésekkel (Schultz et al. 2004). Jelen kutatás során nem találtunk szignifikáns kapcsolatot az implicit és az explicit mérések között:

- Környezeti attitűddel való kapcsolat:  $r(194)=0,071$ ,  $p=0,329$ ;
- Környezeti identitással való kapcsolat:  $r(194)=0,044$ ,  $p=0,542$ ;
- Környezetbarát vásárlási szokásokkal való kapcsolat:  $r(194)=0,038$ ,  $p=0,599$ .

A Környezeti identitás explicit mérése esetében ezzel szemben mind a környezeti attitűddel, mind a környezettudatos vásárlási szokásokkal szemben kimutatható a szignifikáns kapcsolat. A környezeti attitűd és a környezeti identitás között közepesen erős pozitív kapcsolat fedezhető fel ( $r(188)=0,466$ ,  $p=0,000$ ). Hasonlóan erős kapcsolat van a környezettudatos fogyasztói magatartás és a környezeti identitás között is ( $r(194)=0,509$ ,  $p=0,000$ ).

Az eredmények alapján megfogalmazható, hogy a környezeti identitás explicit és implicit mérésekkel vizsgált fogalmi eltérő koncepciókat vizsgálnak. A további környezettudatosság vizsgálatára alkalmazott attitűd és viselkedésmérő eszközökkel az explicit mérés esetében volt megfigyelhető a pozitív kapcsolat.

## 4. Következtetések

A környezeti identitás fontos előrejelzője lehet a környezetbarát fogyasztói viselkedés megjelenésének. Ennek eredményeként a környezettudatosság támogatására szolgáló hatékony társadalmi marketing érdekében a vizsgálata hasznos inputokkal szolgálhat.

Jelen kutatás arra kereste a választ, hogy a környezeti identitást milyen módszerrel érdemes vizsgálni. A kutatás relevanciáját adja, hogy az identitás nem egy tudatos koncepció, amelyet könnyű lenne explicit mérésekkel vizsgálni, hanem tudattalan van jelen. A szakirodalom ennek érdekében javasolja a környezeti identitás implicit mérését.

Jelen kutatás eredményei az explicit és implicit mérések során vizsgált koncepciók eltérését mutatja. A környezeti identitás implicit mérésének eredményei sem az explicit méréssel, sem a kiegészítő környezeti attitűd és környezettudatos cselekvés megjelenésével nem kapcsolható össze. A Környezeti Identitás skála, mint explicit mérés azonban pozitív kapcsolatot mutat a környezettudatosság elemeivel. Ennek az eredménynek az egyik magyarázatát adhatja, hogy amikor nem tudatosan válaszolunk a környezetvédelemre vonatkozó kérdésekre, a társadalmi elvárásoknak való megfelelés megszűnik, és ez a környezettel való gyengébb kapcsolatot is eredményezheti. A két mérés közötti szignifikáns



kapcsolat hiányát azonban az is magyarázhatja, hogy a két mérőeszköz nem ugyanazt a fogalmat méri.

A jelen kutatás értékelése során azonban hangsúlyozzuk, hogy a belső megbízhatósága gyenge, amely a bemutatott eredmények pontos értékeléséhez további kutatásokat tesz szükségessé. A kutatás korlátjának tekinthető a szűk, egyetemista minta, valamint az Implicit Asszociációs Teszt kitöltése során a válaszadónál megjelenő érzékelhető bizonytalanság a módszertan ismeretlensége miatt, amely ronthatja a teszt kitöltésének a minőségét.

A jövőben a környezethez való kötődés vizsgálatára kvalitatív kutatásokat tervezünk, amely a természettel való kapcsolat megértésével támogatja a környezeti identitás felépítésének pontosítását és a mérési eszközök megbízhatóságát. A társadalmi marketing kampányok ezáltal elősegíthetik, erősíthetik az egyén és a természet kapcsolatát, amely a szakirodalom mentén a környezetbarát viselkedések iránti elköteleződést teszi lehetővé.

## Irodalomjegyzék

- Bruni, C. M. – Schultz, P. W. (2010): Implicit beliefs about self and nature: Evidence from an IAT game. *Journal of Environmental Psychology*, 30, 1, pp. 95–102.
- Brügger, A. – Kaiser, F. G. – Roczen, N. (2011): One for All? Connectedness to Nature, Inclusion of Nature, Environmental Identity, and Implicit Association with Nature. *European Psychologist*, 16, 4, pp. 324–333.
- Clayton, S. (2003): Environmental Identity: A Conceptual and an Operational Definition. In Clayton, S. – Opatow, S. (eds.): *Identity and the Natural Environment: The Psychological Significance of Nature*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, pp. 45–67.
- Clayton, S. – Opatow, S. (2003): Introduction: Identity and the Natural Environment. In Clayton, S. – Opatow, S. (eds.): *Identity and the Natural Environment: The Psychological Significance of Nature*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Dunlap, R. E. – Van Liere, K. D. (1978): The new environmental paradigm: A proposed measuring instrument. *The Journal of Environmental Education*, 9, pp. 10–19.
- Dunlap, R. E. – Van Liere, K. D. – Mertig, A. G. – Jones, R. E. (2000): Measuring Endorsement of the New Ecological Paradigm: A Revised NEP Scale. *Journal of Social Issues*, 56, 3, pp. 425–442.
- Eagly, A. – Chaiken, S. (1993): *The psychology of attitudes*, Fort Worth, Texas, Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Greenwald, A. G. – Banaji, M. R. (1995): Implicit social cognition: Attitudes, self-esteem, and stereotypes. *Psychological Review*, 102, 1, pp. 4–27.
- Greenwald, A. G. – Farnham, S. D. (2000): Using the Implicit Association Test to Measure Self-Esteem and Self-Concept. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 6, pp. 1022–1038.
- Greenwald, A. G. – McGhee, D. E. – Schwartz, J. L. K. (1998): Measuring individual differences in implicit cognition: The Implicit Association Test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, pp. 1464–1480.
- Kaiser, F. G. – Wilson, M. (2004): Goal-directed conservation behavior: The specific composition of a general performance. *Personality and Individual Differences*, 36, pp. 1531–1544.
- Kollmuss, A. – Agyeman, J. (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.
- Maison, D. – Greenwald, A. G. – Bruin, R. (2001): The Implicit Association Test as a measure of implicit consumer attitudes. *Polish Psychological Bulletin*, 32, 1, pp. 61–69.

- Mayer, F. S. – Frantz, C. M. (2004): The connectedness with nature scale: a measure of individuals' feeling in community with nature. *Journal of Environmental Psychology*, 24, pp. 503–515.
- Mead, G. H. (2000): A pszichikum, az én és a társadalom szociálbehaviorista szempontból. In Felkai, G. – Némedi, D. – Somlai, P. (eds.) *Olvasókönyv a szociológia történetéhez. Szociológiai irányzatok a XX. század elejéig*. Budapest, Új Mandátum Könyvkiadó.
- Nunnally, J. C. (1978): *Psychometric theory*. New York, McGraw-Hill.
- Olson, J. – Zanna, M. (1993): Attitudes and attitude change. *Annual Review of Psychology*, 44, pp. 117–154.
- Perkins, A. – Forehand, M. – Greenwald, A. – Maison, D. (2008): Measuring the Nonconscious: Implicit Social Cognition in Consumer Behavior. In Haugtvedt – Herr – Kardes (eds.): *Handbook of Consumer Psychology*. New York: Taylor & Francis Group, LLC.
- Piskóti M. (2012): A természet és az én – a környezeti identitás dimenzióinak megjelenése hallgatói narratívákban. Marketing Oktatók Klubja 18. Konferenciája, 2012. augusztus 29-31., Miskolc.
- Roberts, J. A. – Bacon, D. R. (1997): Exploring the subtle relationships between environmental concern and ecologically conscious consumer behavior. *Journal of Business Research*, 40, 1, pp. 79–89.
- Rokeach, M. (1973): *The nature of human values*, New York, Free Press.
- Schultz, P. W. – Shriver, C. – Tabanico, J. J. – Khazian, A. M. (2004): Implicit connections with nature. *Journal of Environmental Psychology*, 24, 1, pp. 31–42.
- Schultz, P. W. – Tabanico, J. J. (2007): Self, Identity, and Natural Environment: Exploring Implicit Connections with Nature. *Journal of Applied Social Psychology*, 37, 6, pp. 1219–1247.
- Steg, L. – Vlek, C. (2009): Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative review and research agenda. *Journal of Environmental Psychology*, 29, pp. 309–317.
- Watson, J. J. – Wright, K. (2000): Consumer ethnocentrism and attitudes toward domestic and foreign products. *European Journal of Marketing*, 34, 9–10, pp. 1149–1166.
- Zavestoski, S. (2003): Constructing and Maintaining Ecological Identities. In Clayton – Opatow (eds.): *Identity and the Natural Environment: the psychological significance of nature*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press. pp. 297–316.