

PISKÓTI Marianna

# A KÖRNYEZETI IDENTITÁS SZEREPE A KÖRNYEZETTUDATOS MAGATARTÁSBAN

– A MÉRÉSI LEHETŐSÉGEK ÉRTÉKELÉSE

A környezettudatos viselkedés kialakulásának egyik előfeltétele a természethez való tartozás átélése<sup>1</sup>. A természet közelségének érzésével nő az empátia és a segítő szándék a természet irányába, elősegítve a környezettudatos viselkedés kialakulását. A környezeti identitás a személyiség és a természet közötti kapcsolatot mutatja, a nem ember által alkotott környezettel való összekapcsolódás érzését, amely hatással van az egyének világszlelésére és a természetben való viselkedésére is. Jelen cikk a környezeti identitás koncepciójának értelmezését, relevanciáját és alkalmazásának lehetőségeit járja körbe a környezetbarát viselkedés vizsgálatában, mint a természettel való kapcsolat elemzési keretét. Ha a természethez való kötődést az egyénben tudatosnak tekintjük, akkor közvetlen (explicit vagy direkt), ha tudattalan jelentésként tekintjük, akkor közvetett (implicit vagy indirekt) mérések alkalmazhatók. A szerző írásában bemutatja a környezeti identitás implicit mérésére alkalmas Implicit Asszociációs Teszt (IAT) Nature változatát, és a módszer alkalmazásával készült empirikus kutatás eredményeit, amelyeket explicit mérésekkel vet össze. Az implicit eredmények alapján hasonló mértékben kötődünk a természeti és az épített környezethez, és a kötődés mértékének nincs hatása a viselkedésre. Az explicit mérésű környezeti identitás ugyanakkor közepesen erős kapcsolatot mutat a környezettudatos viselkedéssel. A cikk célja az eltérő eredmények értékelése és adaptálása.<sup>2</sup>

**Kulcsszavak:** környezettudatos viselkedés, környezeti identitás, implicit mérés, IAT-Nature

A természeti környezethez mint közösséghez való tartozás megélése, a természethez való kötődés érzése a környezettudatos viselkedés előfeltétele (Mayer – Frantz, 2004). Ha tudunk úgy tekinteni a természetre, mint olyan közösségre, amelyben élünk, akkor megtanuljuk szeretni, tisztelni és megóvni. A szociálpszichológia identitáselméleteire – mint a szimbolikus interakcionizmus (Mead, 1973) és a társas identitáselmélet (Tajfel, 1982) – alapozva kiindulópontunk, hogy az egyén énfogalmára a társas interakciók és a társas csoporttagság jelentős hatással van. Ezek a tagságok társas identitásként jelennek meg, és meghatározzák attitűdjeinket, gondolkodásmódunkat: azt, hogyan kell érezni és viselkedni a csoport tagjaként (Tajfel, 1982). A környezeti identitás vizsgálatának alapja, hogy az

egyén a természeti környezetére közösségként tekint, így a környezet a személyes identitás, az én részévé válik (Clayton – Opatow, 2003). A környezeti identitás kialakulása ezáltal magyarázza az absztrakt globális problémák közvetlen és személyes problémává való válását.

A környezeti identitás koncepciója azokból a kutatásokból indult ki, amelyek az emberek egyéb élőlényeknek tulajdonított jogait vizsgálta. Az ökológiai döntések és a környezeti identitás vizsgálatára vonatkozó kutatások alapján az ember és a természet kapcsolata összhangban van az egyén értékelésével arról, mennyire tartja az emberi fajt felsőbbrendűnek a növényekhez és az állatokhoz képest, és hogy azonos jogokat tulajdonít-e nekik, mint az embereknek (Opatow – Clayton, 2003).

## VEZETÉSTUDOMÁNY

Clayton megfogalmazásában a környezeti identitás az alábbiakban ragadható meg: „A környezeti identitás az egyének énképfelmérésének egy része, a természettel való kapcsolat érzése, amely a múlt, az érzelmi kötődésen és azokon a hasonlóságokon alapul, amelyek meghatározzák, hogyan észleljük a világot és hogyan viselkedünk benne, illetve az a hit, hogy a természet fontos része annak, akik vagyunk” (Clayton, 2003: p. 45.). A környezeti identitás tehát annak mértéke, mennyire tekinti az egyén saját személyisége kiemelt részének a természettel való kapcsolatát (Piskóti, 2013).

A környezetbarát cselekvések általában nem a saját hasznosság növelésére irányulnak, hanem a morális elégedettség elérése érdekében valósulnak meg (Clayton, 2003). A környezetbarát viselkedés iránti elköteleződés fontos motivációja, hogy információt közvetít az énről és a csoporttagságról. A funkció segítségével az identitás vizsgálata arra is lehetőséget ad, hogy előrevetítsük azon egyének viselkedését, akik azonos identitással rendelkeznek (Zavestoski, 2003), valamint elősegítsük a környezettudatos cselekvések kialakulását.

A tanulmány célja kettős, egyrészt feltárni az implicit kutatási módszer alkalmazhatóságát a környezettudatos viselkedés vizsgálatában, másrészt meghatározni a környezeti identitás, a természethez való kötődés kapcsolatát a környezettudatos viselkedéssel. A környezeti identitás meghatározó, illetve előrejelző szerepének a bizonyítása új tényezőt helyez el a környezeti nevelés és a társadalmi marketing kampányainak palettáján. A környezeti nevelés alapvetően az ismeretek átadására és az attitűdváltoztatásra fókuszál (Zsóka et al., 2013), és hiányzik a direkt kapcsolat a természettel, ami a környezeti identitás kialakulását támogatná. Alapfeltevéssünk, hogy a környezeti identitás és a környezettudatos viselkedés közötti szoros kapcsolat következtében a környezeti nevelésnek és a társadalmi marketingnek – különösen annak integrált megközelítésre (Piskóti, 2012) épülő alkalmazásában – is figyelembe kell vennie a természethez való kötődés szerepét.

### A környezeti identitás értelmezése

A környezettudatos fogyasztót a könnyebb piaci elérés érdekében számos változóval próbálták jellemezni a kutatások. A demográfiai változók képviselik az egyik legjellemzőbb kategóriát, a szegmentálás gyakorlatban való könnyebb alkalmazhatósága alapján (Straughan – Roberts, 1999). A tipikus környezettudatos fogyasztó képe az alábbi karakterisztikákkal jellemezhető: fiatal felnőtt, közepes, illetve magas jövedelemmel és magas iskolai végzettséggel rendelkező, városi nő (Diamantopoulos et al., 2003; Roberts, 1996).

Második irányként megjelentek a pszichográfiai és társadalmi tényezőket vizsgáló kutatások, amelyek a környezetbarát viselkedés előrejelzésére erősebb tényezőknek bizonyultak. A leggyakrabban vizsgált koncepciók között a környezeti tudás, a környezeti attitűd, az értékorientáció és a környezeti aggodalom áll (Leonidou et al., 2010). Az említett változókat számos kutatás (Bamberg – Möser, 2007; De Groot – Steg, 2008; Dunlap et al., 2000; Zsóka et al., 2013) kapcsolta össze a környezetbarát viselkedéssel, és talált általában közepes erősségű, de kutatásonként gyakran eltérő erősségű kapcsolatot. A pszichográfiai változók csoportját az elmúlt években a személyiség szerepének a vizsgálatával egészítették ki (Brügger et al., 2011; Dono et al., 2010; Hirsh, 2010; Whitmarsh – O’Neill, 2010). A bemutatott környezeti identitás koncepció a természethez való közelség, egység érzését integrálja a személyiségbe. A környezethez való kötődést, az elköteleződés érzését a környezettudatos egyén személyiségének, identitásának kialakításában fontos tényezőnek tekinthetjük. Számos kutató definiálta a környezet és az egyén kapcsolatát az én, az identitás elméleti koncepciójában (Bragg, 1996; Clayton, 2003; Thomashow, 1995).

Thomashow meghatározása alapján az ökológiai identitás azokra „a lehetséges módozatokra vonatkozik, ahogyan a személy kialakítja önmagát a természeti környezettel összefüggésben, ami a személyiségben, értékekben, viselkedésben és az élményben válik kézzelfoghatóvá” (Thomashow, 1995: p. 3.). A természet tehát az azonosulás alapjává válik. Thomashow a környezeti nevelés irányából közelíti meg az ökológiai identitást, amikor hangsúlyozza, hogy az ökológiai identitás kialakulásában az életpasztorlatok értelmezése meghaladja a társas és kulturális interakciók jelentőségét. Az ökológiai identitás kialakulása véleménye szerint egyéni utakon történik, amit a személyek kognitív, intuitív és érzelmi érzékelése tükröz vissza.

Zavestoski megfogalmazásában – aki a mélyökológia gyökereiből alapozta meg kutatásait – az ökológiai identitás „az egyén énjének azon része, amely lehetővé teszi számára, hogy előre jelezze a természet reakcióit a saját cselekvéseire” (Zavestoski, 2003: p. 299.). Kialakulásával kapcsolatban Thomashow-hoz hasonlóan az egyéni tapasztalatokat hangsúlyozza. Bár a szerző a természet és az ember interakcióit helyezi fókuszba, a visszajelzések szerepének hangsúlyozásakor a társas visszajelzések fontosságát emeli ki. A természet alapvetően közvetetten és késleltetve reagál az emberi tevékenységre, de a visszajelzések, amelyeket például a levegő- és a vízszennyezésre ad (pl. természeti katasztrófák formájában), az emberi egészségre is káros hatással vannak. A közvetett hatás következtében azonban

a társas környezet visszajelzései jobban észrevehetőek, amit figyelembe kell venni a témakör elemzése során, mert ezek a visszajelzések a természet és az ember interakcióit is meghatározzák, és validálják az ökológiai identitás által irányított cselekvéseket.

Az identitás társadalmi szerepeket határoz meg, és a szerepekhez felelősségek kapcsolódnak. Clayton már bemutatott környezetiidentitás-konceptiójának értelmezésében is fontos szerepet kap a társas befolyás, hiszen önmagunk természetben való értelmezését áthatja kulturálisan meghatározott megértésünk a természetről, annak értékeiről és használatáról (Clayton – Opotow, 2003). A környezeti identitás értelmezésekor a társas hatás alatt azonban nem az emberi csoportok hatását kell hangsúlyozni, hanem a természet mint társas közeg jelentőségét. A továbbiakban a környezeti identitást ezen értelmezési keretben vizsgáljuk.

A környezeti identitás fogalmának konceptualizálása során eltérő elnevezésekkel hivatkoznak a szerzők a természethez kötődő identitásra. A kutatók egy része az ökológiai identitás (ecological identity) elnevezést részesíti előnyben, mert az jobban kifejezi, hogy az én része az ökoszisztémának, és elkerüli azt a félreértést, hogy a környezet (environment) fogalom értelmezésébe beletartozzon az épített és a társas környezet is. A környezeti identitás elnevezést támogatók azzal érvelnek, hogy ez az elnevezés intuitívabb és könnyebben érthető az emberek számára. A továbbiakban a környezeti identitás elnevezést alkalmazzuk, mert a környezetvédelem területén a hazai általános szóhasználatban is a környezeti tudatosság, környezetbarát termék stb. megfogalmazás alkalmazása a jellemző, olyankor is, amikor a természeti környezetre vonatkozik, és csak elvétve találkozunk az egyén az ökológia szót használó fogalmakkal.

A környezetbarát viselkedés kutatása során a környezeti identitás koncepcióval az alábbi kiemelt okok miatt szükséges foglalkozni:

- Ahogyan a többi társas identitás is alakítja, irányítja, értelmessé teszi a társas interakciókat, a környezeti identitás is alapvető fontosságú az ember és a környezet között kialakuló értelmes interakció formálásához (Zavestoski, 2003).
- Az énfogalom része az egyén értékrendje és attitűdje. Az értékek és attitűdök viselkedésre gyakorolt hatásával a kutatások régóta foglalkoznak, és relevanciájukat igazolták (Kraus, 1995). Következésképpen a személyiség viselkedésre gyakorolt hatása is feltételezhető és vizsgálható (Clayton, 2003).
- Az eddigi kutatások fókuszában álló attitűd nem elég erős előrejelzője a valós viselkedésnek, csak

a viselkedési szándéknak (Bamberg – Möser, 2007; Csutora, 2012; McBroom – Reed, 1992).

- A környezetbarát cselekvések általában nem a saját hasznosság növelésére irányulnak, hanem morális elégedettség elérésére (Clayton, 2003). A környezetbarát viselkedések iránti elköteleződés fontos motivációja az, hogy információt közvetítenek az énről és a csoporttagságról.
- Az identitás motivációs rendszerként is felfogható, hiszen viselkedés és cselekvés fölött álló, szervező-orientáló rendeltetése is van (Pataki, 2008). Ez figyelhető meg például a személy viselkedésének a legkülönbözőbb élethelyzeteken keresztül megnyilvánuló következetességében is. Így az identitás lehetővé teszi a várható viselkedés bejósolását, az azonos identitással rendelkezők viselkedésének előrejelzését (Zavestoski, 2003).

A továbbiakban Clayton (2003) környezetiidentitás-konceptiója alapján értelmezzük a környezeti identitást. A fogalom bemutatása után a következőkben a mérési lehetőségekre fókuszálunk.

### A környezeti identitás mérési lehetőségei

A környezet és az ember kapcsolatának mérésére kifejlesztett skálák között két fő szempontból tehetünk különbséget. Először is, a különbségek főként azon alapulnak, hogy a környezet és a természet mely dimenziójára fókuszálnak a megközelítések (Brügger et al., 2011), például Mayer és Frantz (2004) természethez való kötődés skálája az érzelmi kötődést vizsgálja kiemelten, míg Clayton a természet szerepére fókuszál a személyes identitásban. Másodsor, érdemes megvizsgálni, hogy explicit vagy implicit mérésről van-e szó, azaz a környezet és egyén közötti kapcsolatot tudatos vagy tudattalan jelenségként kezeli. Jelen cikk hangsúlyja az implicit mérés lehetőségeinek és eredményességének vizsgálatán van.

Az explicit módszerek önbevalláson alapulnak, ami szükségessé teszi, hogy a válaszadóknak explicit meggyőződésük legyen az egyén és a természet kapcsolatáról. Az egyének azonban alapvetően nem gondolkodnak el erről a kérdéstről, és nincs létező hiedelmük a természetről, így nem tudnak valósan válaszolni a kérdésekre. Dunlap és kollégái (2000) szerint az egyén természeti világnézete „primitív” hiedelem, így a természethez való kötődés nem tudatos, de legalábbis nem olyan hiedelem, amire rendszeresen gondolunk.

Az implicit módszerek akkor hasznosak, ha magas a társadalmi megfelelési kényszer, a társadalmi kívánatosság által okozott eltérés, mint például a hiúság, a stigmatizált viselkedések, a drog- és alkoholfogyasztás

## VEZETÉSTUDOMÁNY

vizsgálata esetén (Perkins et al., 2008). Az implicit mérések esetében nem jelenik meg a megfelelési kényszer hatása, és nehéz „meghamisítani” az eredményeket (Schultz et al., 2004). A tudatos átgondolás szükségessége miatt több olyan terület van, ahol az explicit és az implicit attitűdök között erős eltérés figyelhető meg. Az explicit és implicit attitűdök közti különbséget egyik oldalról azzal magyarázzák, hogy az implicit és az explicit attitűd teljesen független konstrukció (Greenwald – Banaji, 1995). További magyarázatként a memóriában egymással kapcsolatban álló, de eltérő konstruktként tekinthető az implicit és explicit attitűd (Perkins et al., 2008).

Nosek és társai (2011) alapján az Implicit Asszociációs Teszt (IAT) a leggyakrabban idézett indirekt mérőeljárás. 6.282 implicit mérést alkalmazó cikket elemeztek, amelyek közül 43,6% IAT-t alkalmazott (angol nyelvű IAT teszt elérhető a <https://implicit.harvard.edu/implicit/takeatest.html> oldalon). Legfőbb korlátja azonban, hogy csak olyan attitűd mérésére ad lehetőséget, amelyeket viszonyítani tudunk valamihez (Somogyi – Bernáth, 2014). Az IAT eredményei azt mutatják, hogy az értékek mérsékelten korrelálnak az explicitattitűd-mérésekkel, vagyis az önbevalláson alapuló válaszokkal (Schultz et al., 2004).

A fogyasztói attitűdök vizsgálatára is használták már a módszert, például a magas és alacsony kalóriájú ételek értékelése (Maison et al., 2001) és a fogyasztói etnocentrizmus (Watson – Wright, 2000) kutatása során. Kutatásunkban az IAT környezetiidentitás-vizsgálatára adaptált típusát, az IAT-Nature (Schultz et al., 2004) alkalmazását mutatjuk be.

### Implicit asszociációs teszt alkalmazása

Az implicit asszociációs tesztet az emlékezetbeli fogalmak és/vagy tárgyak közötti asszociáció relatív erősségének indirekt mérésére alkalmazzák (Perkins et al., 2008). A Greenwald, McGhee és Schwartz (1998) által kifejlesztett eljárás a válaszlatencián alapul, melyet az attitűdtárgy és az értékelő dimenzió párosításának folyamatában kapunk meg (Somogyi – Bernáth, 2014). A teszt számítógép-alapú kategorizációs feladatokból áll, amelyet úgy alakítottak ki, hogy az emlékezetben lévő fogalmak közötti asszociáció relatív erősségét mérje anélkül, hogy a tárgy szempontjából önelemzést kívánna meg (Schultz et al., 2004).

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 (képek, szavak, például százszorszép és lepke) a megfelelő fogalmak-

kal (pl. virág és bogár), majd a következő lépésben a fogalmakat kombinálják (pl. virág és jó, bogár és rossz). A fogalmak közötti kapcsolat szorosságát a válaszadási idő különbségével mérik, az összeférhető/kompatibilis (compatible) és az összeférhetetlen/inkompatibilis (incompatible) próbák esetében (Greenwald et al., 1998). A teszt az alábbi tényezőkből épül fel (Perkins et al., 2008):

- attitűdtárgy vagy célkategória (target concept): amelyek lehetnek például márkák,
- értékelő dimenziók (attribute): olyan jellemzők, amit a válaszadó össze tud kötni az attitűdtárgyval, például kellemes és kellemetlen,
- stimulus elemek: 3 és 6 darab közötti stimulus elem, például képek, márká logók, szavak, szlogenek.

A teszt általában 5-7 sorozat megkülönböztetési feladatból áll. Ezek között vannak gyakorló feladatok, hogy a válaszadók megtanulják a feladat kivitelezését, és vannak valódi tesztfeladatok, amelyek a válaszadási idő mérésére szolgálnak (Perkins et al., 2008).

Az értékelés a kombinált feladatokból kapott válaszlatencián (lappangási idő, response latency) alapul, vagyis az attitűdtárgy és az értékelő dimenzió párosításai során kapott értékeken (Somogyi – Bernáth, 2014). A teszt hatászámítását Greenwald és kollégái többször átdolgozták, jelenlegi ajánlásuk a D-mérés az eredmények értékelésére (lásd Greenwald et al., 1988, Greenwald et al., 2003).

Ez a koncepció áll a természet és az egyén kapcsolatának a mérésére kialakított IAT-Nature teszt mögött, amely az épített környezetet állítja szembe a természethez való kötődéssel a mérés során.

### Az IAT-Nature teszt

Az IAT-Nature teszt implicit módon méri annak mértékét, hogy az egyén a természetet vagy az épített környezetet érzi-e a saját énjéhez közelebb. A tesztben a két attitűdtárgy az Én és a Mások kategóriát foglalja magába, míg a két értékelő dimenzió jelen esetben a Természet és az Épített környezet kategóriát alkalmazza (Schultz et al., 2004). Az IAT-Nature felépítése Schultz és munkatársai alapján (2004):

- attitűdtárgy, kategória: Én (Me) – Nem én (Not Me),
- értékelő attribútum, kategória: Természet (Nature) – Épített környezet (Built),
- stimulus változók:
  - természet: állat, madár, növény, bála, fa,
  - épített környezet: épület, autó, város, gyár, utca,

- én: én, enyém, engem, önmagam,
- nem én/mások: ez, más, ők, övék<sup>3</sup>.

A válaszadóknak a stimulusokat hozzá kell kapcsolniuk az adott kategóriákhoz, még hozzá úgy, hogy kategóriapárokat hoztak létre, egyszer az „én” és a „természet” párosítást a „nem én” és „épített környezet” párral szemben (kompatibilis párosítás), majd fordítva. Azt, hogy a természetet vagy az épített környezetet érzik közelebb magukhoz a válaszadók, abból állapíthatjuk meg, hogy a kompatibilis párosítás során gyorsabban válaszolnak az alanyok az inkompatibilis párosítással szemben.

Az eredmények pozitív IAT-hatást mutattak, azaz a válaszadóknak könnyebb volt a természettel, mint az épített környezettel asszociálni magukat, 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 biofíliahipotézis igazolása is (Kellert, 1993), miszerint az embernek biológiailag meghatározott alapvető hajlama van a természettel való kapcsolatra, de lehet azzal is indokolni, 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 on-line játék formájában (Bruni – Schultz 2010). Azon eredmények, melyek szerint a környezet, amelyben a mérés zajlik, nem befolyásolja a választást, 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, ami indokolja a kérdéskörrel való foglalkozás szükségességét. Ha a kapcsolat erősíthető, ezáltal a környezetvédő magatartás megjelenése is elősegíthető. Az eddigi kutatások azt feltételezik, hogy az IAT-Nature tesztnek az explicit mérésekkel tapasztalható korrelációja azt igazolja, hogy bár van társadalmi nyomás ezen a területen, nem olyan intenzív és nem olyan erős torzító hatású, mint például a faji előítélet vagy a szexista attitűd vizsgálata esetén. Az IAT-Nature on-line megkérdezése esetén a gyermekek és az aktivisták mintáján nem találtak korrelációt az explicit és az implicit mérés között, amit az eltérő explicit mérőeszközök (aggodalom- és nem attitűdmérő), valamint az explicit és implicit mérés eltérő tárgyával magyaráztak (Bruni – Schultz, 2010).

## VEZETÉSTUDOMÁNY

## Az egyén és a természet kapcsolatának primer kutatása

A primer kutatás célja az egyén és a természet kapcsolata alkalmazható explicit és implicit kutatási módszerek összehasonlítása, valamint a környezeti attitűddel és a környezettudatos viselkedéssel való összefüggésének vizsgálata volt. Az adatfelvétel 2012 decemberében zajlott, a kutatásban a Budapesti Corvinus Egyetem 199 hallgatója vett részt.

### Eszközök, ingeranyagok

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

- a környezeti attitűd mérésére az *új környezeti paradigma*, a *new ecological paradigm* skálát (Dunlap et al., 2000),
- a környezeti identitás mérésére Clayton (2003) *környezeti identitás 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 munkatársai (2004) korábban bemutatott IAT-Nature tesztjét alkalmaztuk, a FreeIAT szoftver segítségével. A teszt elején a válaszadók azt a felhívást kapták, hogy az összetartozó szavak minél gyorsabb összepárosítása a feladat. A folyamat öt blokkból állt, mindegyikben 10-10 párosítással. Négy kategóriát használtunk a blokkokban (lásd fent: Én, Nem Én, Természet és Épített környezet), a blokkok az alábbi felépítést követték:

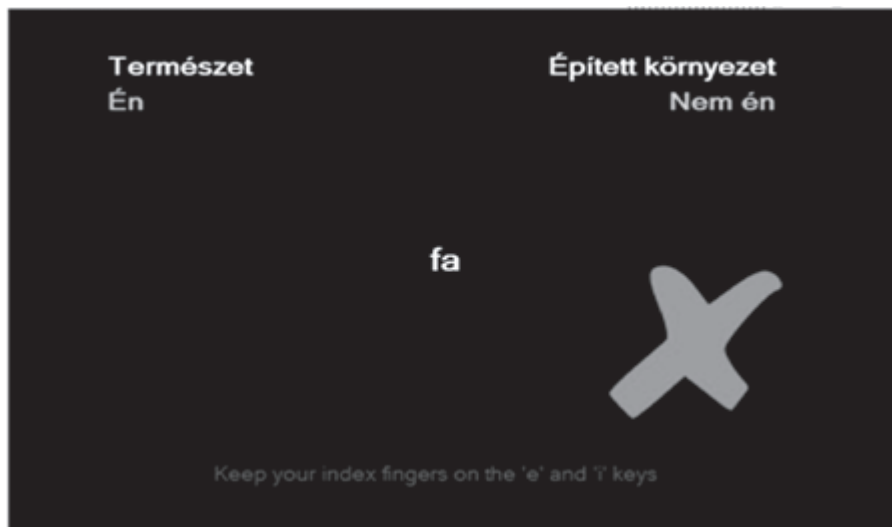
- első párosítás: 10 feladat a Természet vagy Épített környezet értékelő attribútumhoz tartozó példaszavak párosítására,
- második párosítás: 10 feladat az Én vagy Nem Én attitűdtárgyakhoz tartozó szavak szortírozására,
- harmadik párosítás: szintén 10 feladat, az első páros teszt, egyenes párosítással: mind a 4-féle példa szortírozására, egy attitűdtárgy egy értékelő attribútummal kapcsolódik az egyik gombhoz, s a másik attitűdtárgy a másik értékelő attribútummal kapcsolódik a másik gombhoz, a kompatibilitás azt jelenti, hogy az Én és a Természet kategóri-

ákat állítottuk szembe az Épített környezet és a Nem Én kategóriákkal,

- negyedik párosítás: 10 feladat a Természet vagy Épített környezet értékelő attribútumhoz tartozó példaszavak párosítására, mint az első blokkban, de fordított billentyűzethasználattal,
- ötödik párosítás: 10 feladat, a második páros teszt, ellentétes párosítással. Mind a 4-féle példa szortírozására, egy attitűdtárgy egy értékelő attribútummal kapcsolódik az egyik gombhoz, s a másik attitűdtárgy a másik értékelő attribútummal kapcsolódik a másik gombhoz. A nem kompatibilis párosítás azt jelenti, hogy a billentyűhasználat a negyedik párosítás szerinti, valamint 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 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 (1. ábra).

**IAT-Nature teszt kivitelezése a FreeIAT programmal:  
kompatibilis, páros próba**



Forrás: saját kutatás

**A minta bemutatása**

Az elemzésben azok a válaszadók vettek részt, akik a teljes kutatási folyamatot végigkövették, vagyis az explicit és az implicit mérésben is részt vettek. Az

1. táblázat

**A minta demográfiai jellemzőinek bemutatása**

		Elemesz.	%
Nem	Nő	115	58,7
	Férfi	81	41,3
	Összesen	196	100
Lakhely	Budapest	131	66,8
	Megyeszékhely	23	11,7
	Egyéb város	34	17,3
	Község, falu	8	4,1
	Összesen	196	100
Iskolai végzettség	Középfok, érettségi	170	86,7
	Főiskola, alapszak	19	9,7
	Egyetem, mesterszak	7	3,6
	Összesen	196	100
Élet-színvonal	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
	Összesen	196	100
Életkor	Átlag	21,55	

Forrás: saját kutatás

1. ábra

IAT-Nature teszt elemzésének megkezdése előtt, a Greenwald és munkatársai (2003) által ajánlott továbbfejlesztett D-érték számításához a minta tisztítására volt szükség. A 10.000 ms-nál nagyobb reakcióidejű próbákat eltávolítottuk az elemzésből. Azokat a résztvevőket is kihagytuk a vizsgálatból, akiknek minden próbáját figyelembe véve, a próbák több mint 10%-ában kisebb volt a reakcióideje 300 ms-nál. Így a végső mintaelemszám 196 fő lett.

A mintában a nők aránya magasabb (58,7%), a jellemző lakhely pedig Budapest, a válaszadók 66,8%-a lakik Budapesten. Az egyetemi hallgatókból álló minta következtében leggyakrabban középfokú végzettséggel

(86,7%) rendelkeznek a válaszadók, és saját bevallásuk szerint az átlagnál kicsit magasabb jövedelemmel rendelkeznek (55,6%). A minta bemutatását az 1. táblázat részletezi.

### Az indirekt mérés eredményei

Az IAT-Nature eredményeinek értékeléséhez Greenwald és munkatársai (2003) javaslatát használtuk. Az IAT-hatás a 0,09-es átlaggal arra utal összességében, hogy a válaszadók átlagosan automatikus szinten a természeti környezetet és az épített környezetet majdnem azonos mértékben preferálják a válaszadási sebesség alapján ( $M = 0,09$ ;  $SD = 0,5578$ ), amely azt jelenti, hogy az implicit kötődés ereje majdnem azonos a természeti és az épített környezet között. A D-értékek maximuma 2,03 volt, míg minimuma  $-1,33$ .

Azok az egyének kötődnek erősebben a természethez az épített környezettel szemben, akik pozitív D-értékkel rendelkeznek, míg a negatív D-értékkel rendelkezők az épített környezetet preferálják jobban. A válaszadók 36%-a asszociálja az épített környezetet erősebben önmagával ( $D\text{-érték} < -0,1$ ), 16% preferenciája nagyjából semlegesnek tekinthető ( $-0,1 < D\text{-érték} < 0,1$ ). A mintában 48% eltérő erősséggel, de a természeti környezetet érzi közelebb önmagához ( $D\text{-érték} > 0,1$ ).

Az eredmények összehasonlítása a nemzetközi kutatási eredményekkel azt mutatja, hogy a természeti környezet preferenciája alacsonyabb, mint hasonló kutatásokban, ahol 0,3–0,4 körüli D-értékeket mutattak ki a jelen kutatáshoz hasonló hallgatói mintákon. Az eredmények direkt összehasonlítása azonban az eltérő minták és az eltérő IAT-hatás számítási módszerek miatt nem egyértelmű.

A teszt belső megbízhatóságának vizsgálatára a D-értéket kiszámoltuk a 3. és 5. blokk 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 ( $M_{nő} = 0,16$ ,  $SD_{nő} = 0,54$ ;  $M_{fi} = -0,01$ ,  $SD_{fi} = 0,57$ ). Ezek az eredmények összhangban vannak Schultz és munkatársai (2007) korábbi IAT-Nature kutatásaival is. Más demográfiai változóval nem találtunk szignifikáns kapcsolatot, ami a homogén mintajellemzőkkel indokolható.

### A direkt mérések eredményei

Az új környezeti paradigma, a NEP-skála célja az „ökológiai világnézet” vizsgálata. A NEP-skála az egyén meggyőződéseit méri a növekedés határainak eléréséről, a lehetséges ökokrízisről és a természeti egyensúly töré-

kenységéről. Emellett a világnézet része az egyén emberről és természetről való gondolkodásmódja is, mennyiben tartja a válaszadó az embert felsőbbrendűnek a növényekkel és állatokkal szemben, illetve mennyire hangsúlyozza az emberi kiváltságosságot. A NEP-skála alkalmas a környezeti attitűd és egyéb szocioökonomiai változók vizsgálatára, mint a környezeti értékekkel való összekapcsolásra és következtetések levonására, illetve a környezetbarát viselkedéssel való kapcsolat vizsgálatára (Milfont – Duckitt, 2004; Sudbury et al., 2014). A NEP-skála értéke a negatív kérdések átalakítása után kapott értékek összegzését jelenti, minimumértéke 15, a maximuma pedig 75 pont lehet. A teljes mintára nézve kapott átlag 54,84 pont volt ( $SD = 7,33$ ), ami a korábbi hazai NEP-kutatások (Hofmeister-Tóth et al., 2013) által kapott értékekhez hasonló (2010-ben  $M = 54,53$ ; 2012-ben  $M = 58,51$ ). A skála megbízhatóságának vizsgálatára a Cronbach Alfa mutatót használtuk, melynek értéke 0,745 ( $N = 190$ ), ami alapján a skála megfelelően erős belső konzisztenciát mutat (Nunnally, 1978). A demográfiai változókat vizsgálva a NEP esetében is szignifikáns különbség figyelhető meg a férfiak és a nők válaszai között ( $F(1,188) = 14,469$ ,  $p = 0,000$ ). A férfiak környezeti attitűdje kevésbé erős, mint a nőké ( $M_{nő} = 56,47$ ,  $SD_{nő} = 5,89$ ;  $M_{fi} = 52,50$ ,  $SD_{fi} = 8,52$ ).

Kutatásunk során a Clayton-féle környezeti identitás skála rövidített változatát használtuk (Clayton et al., 2011). A skála 11 állításból áll, amelyet 7 fokú Likert-skálán mértünk. A skála leíró statisztikáit a 2. táblázat tartalmazza. A válaszadók környezeti identitásának erősségét a skála értéke adja meg, amely 11-77 között mozoghat, ahol 77 az erős környezeti identitással rendelkező személy. Az EID-skála értékének 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 demográfiai változókkal összevetve, az indirekt mérés esetében felmerülő nemi különbség nem volt megtalálható a környezeti identitás esetében (2. táblázat).

A környezet problémáinak megítélése visszatükröződhet a vásárlói magatartásban is. Ennek vizsgálata során a Roberts-féle (1997) *ecologically conscious consumer behaviour* skálára (ECCB) támaszkodtunk, amelyben 16 állítást kellett 5 fokú Likert-skálán értékelniük a válaszadóknak. A skála értéke ez alapján 16 és 80 között lehet, jelen mintában a skálaérték átlaga 45,43 ( $SD = 10,43$ ). A skála a Cronbach  $\alpha$  értéke alapján ( $\alpha = 0,854$ ) szintén megbízhatónak tekinthető. Amintában lévő férfiak szignifikánsan ( $F(1,194) = 9,335$ ,  $p = 0,003$ ) kevesebb környezetbarát cselekvést végeznek, mint a nők ( $M_{nő} = 47,30$ ,  $SD_{nő} = 9,48$ ;  $M_{fi} = 42,78$ ,  $SD_{fi} = 11,18$ ).

## VEZETÉSTUDOMÁNY

A környezetiidentitás-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 hegylány.	4,65	1,985
Úgy érzem, spirituális feltöltődést jelent számomra a természet élménye.	4,51	1,782

Forrás: saját kutatás

*Az implicit és az explicit mérések kapcsolata*

Az elemzés második lépése az explicit és implicit mérések közötti kapcsolat vizsgálata. A természet és az egyén közötti indirekt kapcsolat (IAT eredményéből származó D-érték) korábbi mérései során általában gyenge pozitív kapcsolatot mutatott az explicit mérésekkel (Schultz et al., 2004; Schultz – Tabanico, 2007). Jelen kutatás során nem találtunk szignifikáns kapcsolatot az implicit és az explicit mérések között (korrelációk eredményei: 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 ( $r(194) = 0,509$ ,  $p = 0,000$ ). A környezeti attitűd és a környezettudatos fogyasztói viselkedés között pozitív, de gyengébb kapcsolat figyelhető meg, mint az identitás és a viselkedés között megállapított korreláció ( $r(190) = 0,377$ ,  $p = 0,000$ ).

**Következtetések**

A tanulmány bemutatta a környezeti identitás fogalmát és jelentőségét a környezettudatos viselkedés vizsgálatában, valamint empirikus kutatás keretében elemezte az implicit és explicit mérési eszközöket a környezeti identitás környezettudatos viselkedéssel való kapcsolatának értelmezésére. A kutatás eredményei két területen, a kutatás módszertani és a gyakorlati, magatartás-befolyásoló vonatkozásban használhatóak fel.

A környezeti identitás mérése érdekében cikkünkben direkt és indirekt mérési módszert is bemutattunk módszertani oldalról. A kutatás relevanciáját adja, hogy Dunlap és kollégái szerint (2000) a természettel való kapcsolat nem tudatos koncepció, hanem tudattalanul van jelen az egyénben, ami csökkentheti az explicit mérésekkel való vizsgálatok megbízhatóságát. Az indirekt mérés megfelelő alkalmazásával (az identitás és a viselkedés indirekt mérése által) a társadalmi elvárásokhoz való igazodástól mentes eredmények kaphatók. A természet és az egyén kapcsolatának indirekt vizsgálata során a természeti környezet és az épített környezet között hasonló preferenciát találtunk. Jelen kutatásban a környezeti identitás implicit mérésének eredményei sem az explicit méréssel, sem a kiegészítő környezeti attitűd és környezettudatos cselekvés megjelenésével nem mutatnak szignifikáns kapcsolatot.

Eredményeinket, miszerint az explicit és implicit mérések között nincs kapcsolat, kétféleképpen lehet



értelmezni. Egyrésztől jelentheti azt, hogy az indirekt (IAT-Nature), illetve a direkt (EID-skála) úton vizsgált koncepciók eltérnek egymástól, azaz nem ugyanazt a fogalmat mérik. A szakirodalom azonban az implicit és az explicit mérések körültekintő összehasonlítására hívja fel a figyelmet. Kutatási területtől függően (pl. előítélet vagy sztereotípiá) hiányozhat, vagy nagyon alacsony lehet a kapcsolat a mérési módszerek között, míg a társadalmilag nem vitás, nem érzékeny területek esetében erősebb összefüggések találhatók. Fazio – Olson (2003) a MODE-modell alkalmazását javasolja az értelmezéshez. A MODE (motivation and opportunity to deliberate)-modell alapján a kapcsolatot a válasz megfontolásának lehetősége és a megfontolásra való motiváltság határozza meg. Erős kapcsolat várható, ha nincs lehetőség és/vagy szándék az explicit megkérdezés esetében a válasz átgondolására, míg ha az explicit válaszadáskor van alkalom és szándék a megfontolásra, alacsony korreláció várható (Fazio – Olson, 2003). Kutatásunkban a válaszadóknak volt lehetőségük az explicit válaszok átgondolására, így a kapcsolat hiánya indokolt.

Az eredmények értelmezésekor érdemes azonban kiemelni, hogy az IAT kutatási módszerben nincs lehetőség a természettel való kapcsolat önálló vizsgálatára, csupán a természeti környezet és az épített környezet közötti preferenciát mutatja meg az eredmény. Az IAT kiinduló feltevése, hogy ha az épített környezethez gyorsabban asszociáljuk az én vonatkozású szavakat, akkor kevésbé érezzük magunkat közel a természethez. Ez alapján felmerül a kérdés, hogy ha énünk fontos részének tekintjük a természetet, az feltétlenül együtt jár-e azzal, hogy az ember által épített környezetet kevésbé értékeljük. A környezeti identitás kialakulását vizsgáló kutatások hangsúlyozzák a természetben eltöltött idő és tapasztalatok fontosságát (Chawla, 2006; Hofmeister-Tóth et al., 2012), azonban a modern urbanizált világban az épített környezet is fontos szerepet játszik életünkben. Véleményem szerint nem jelenthető ki egyértelműen, hogy a természeti környezet szeretete kizárná az épített környezet kedvelését. Az alacsonyabb implicit kötődés mértéke ebből az összehasonlítás okozta torzításból is eredhet.

Az IAT-Nature által mért környezeti identitás és a környezetbarát tevékenységek közötti kapcsolat hiányának értékelése során figyelembe kell venni a kutatás azon jellemzőjét, hogy a kimeneti, viselkedéses változó mérése szintén explicit módon történt egy 16 állításból álló skála segítségével. Egy jövőbeli kutatás során érdekes eredményeket hozhat a kimeneti változó implicit mérése, amelyre a kísérlet módszertana nyújt lehetőséget.

A direkt mérések esetében a környezeti attitűdöt és a környezeti identitást vetettük össze a környezettudatos viselkedés végzésével, ahol minden esetben találtunk kapcsolatot. A környezetiidentitás-skála, mint explicit mérés, közepesen erős pozitív kapcsolatot mutat a környezettudatosság elemeivel. Az eredmény egyik magyarázatát az adja, hogy amikor nem tudatosan válaszolunk a környezettudatosságunkra vonatkozó kérdésekre, a társadalmi elvárásoknak való megfelelés megszűnik, és ez a környezettel való gyengébb kapcsolatot eredményezheti. A környezetvédelem témakörei erősen jelen vannak a mindennapjainkban, a médiában, akár a politikában, amely azt eredményezheti, hogy normaként elfogadásra kerültek, így a megfontolt, explicit válaszok esetében a pozitív válaszok erőteljesen megjelenhetnek mind a környezeti identitás, mind a környezettudatos viselkedés esetében.

Kutatásunk alapján az implicit mérési módszertan alkalmazását relevánsnak tartjuk, de elengedhetetlen a kutatás kontextusának (például a viselkedésmérés lehetőségeinek) átfogó figyelembevétele a vizsgálatok során.

A környezeti identitás és a környezettudatos viselkedés között talált korreláció támogatja a környezeti identitás előrejelző szerepének további vizsgálatát a környezetbarát fogyasztói viselkedés meghatározásában, képezi a gyakorlati felhasználhatóságának alapját. Megerősíti a természethez való kötődést erősítő társadalmi marketingkampányok jelentőségét és jelzi a további kutatások szükségességét a környezeti identitás hatásának pontos megértésére. A környezeti identitás vizsgálata – egy közösség (város, térség lakossága) környezeti identitása erősségének megismerésével – elősegítheti a környezeti nevelés, a környezeti tudatosság növelésére irányuló társadalmi marketingprogramok hatékonyságnövelését, valamint a civil szervezeti aktivitások tudatosabb tervezését a tartalmi súlypontok meghatározása által.

A környezeti nevelés és a társadalmi marketing esetében új feladatokat is előírnyoz a kutatás. Míg a környezeti tudás átadására az indirekt és a szimbolikus természeti tapasztalatok (állatkert, múzeumlátogatás, videó és kép nézése a természetről) már részei az oktatásnak, a kommunikációnak, addig a környezeti identitás kialakítását, illetve növelését hatékonyan elősegítheti a természetről szerzett direkt tapasztalatok beépítése az üzenetek közé. Tehát lehetőséget kell biztosítani a természeti környezetben történő valós, spontán fizikai kontaktus, spontán aktivitás kialakulására, melyhez a társadalmi marketing integrált, kormányzati, civil és vállalkozói szférát egyaránt átfogó programjai fontos támogatást jelenthetnek.

## VEZETÉSTUDOMÁNY

## Lábjegyzet

- <sup>1</sup> A cikkben az egyén és a természet kapcsolatára helyezük a hangsúlyt. Erre a kapcsolatra a későbbiekben párhuzamosan használom majd a következő megfogalmazásokat: a természeti környezethez való kötődés, a természethez való tartozás érzése, illetve a környezeti identitás fogalma (mint az egyén természettel bővített énfogalma).
- <sup>2</sup> A kutatás a TÁMOP-4.2.1.B-09/1/KMR-2010-0005 projekt finanszírozásával valósult meg.
- <sup>3</sup> A stimulus szavak Schultz és munkatársainak a 2004-es kutatásából valók, a későbbi kutatások (2007, 2010) során módosították a következőkre:
- természet: fa, hegy, pillangó és virág,
  - épített környezet: hajó, autó, szék, teherkocsi,
  - én: a válaszadó neve,
  - mások: egyéb keresztnevek.

## Felhasznált irodalom

- Bamberg, S. – Möser, G.* (2007): Twenty years after Hines, Hungerford, and Tomera: A new meta-analysis of psychosocial determinants of pro-environmental behaviour. *Journal of Environmental Psychology*, 27(1): 14–25. o.
- Bragg, E.A.* (1996): Towards Ecological Self: deep ecology meets constructionist self-theory. *Journal of Environmental Psychology*, 16(2): 93–108. o.
- Bruni, C.M. – Chance, R.C. – Schultz, P.W. – Nolan, J.M.* (2012): Natural Connections: Bees Sting and Snakes Bite, But They Are Still Nature. *Environment and Behavior*, 44(2): 197–215. o.
- Bruni, C.M. – Schultz, P.W.* (2010): Implicit beliefs about self and nature: Evidence from an IAT game. *Journal of Environmental Psychology*, 30(1): 95–102. o.
- 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): 324–333. o.
- Chawla, L.* (2006): Research methods to investigate significant life experiences: review and recommendations. *Environmental Education Research*, 12(3): 359–374. o.
- Clayton, S.* (2003): Environmental Identity: A Conceptual and an Operational Definition. in: S. Clayton – S. Opatow (eds.): *Identity and the Natural Environment: The Psychological Significance of Nature*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press: p. 45–67.
- Clayton, S. – Fraser, J. – Burgess, C.* (2011): The Role of Zoos in Fostering Environmental Identity. *Ecopsychology*, 3(2): 87–96. o.
- Clayton, S. – Opatow, S.* (2003): Introduction: Identity and the Natural Environment. in: S. Clayton – S. Opatow (eds.): *Identity and the Natural Environment: The Psychological Significance of Nature*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press
- Csutora, M.* (2012): One More Awareness Gap? The Behaviour-Impact Gap Problem. *Journal of Consumer Policy*, 35: 145–163. o.
- De Groot, J.I.M. – Steg, L.* (2008): Value orientations to explain environmental attitudes and beliefs: How to measure egoistic, altruistic and biospheric value orientations. *Environment and Behavior*, 40: 330–354. o.
- Diamantopoulos, A. – Schlegelmilch, B.B. – Sinkovics, R.R. – Bohlen, G.M.* (2003): Can socio-demographics still play a role in profiling green consumers? A review of the evidence and an empirical investigation. *Journal of Business Research*, 56(6): 465–480. o.
- Dono, J. – Webb, J. – Richardson, B.* (2010): The relationship between environmental activism, pro-environmental behaviour and social identity. *Journal of Environmental Psychology*, 30(2): 178–186. o.
- 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): 425–442. o.
- Fazio, R.H. – Olson, M.A.* (2003): Implicit measures in social cognition research: Their Meaning and Use. *Annual Review of Psychology*, 54(1): 297. o.
- Greenwald, A.G. – Banaji, M.R.* (1995): Implicit social cognition: Attitudes, self-esteem, and stereotypes. *Psychological Review*, 102(1): 4–27. o.
- 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): 1022–1038. o.
- 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: 1464–1480. o.
- Greenwald, A.G. – Nosek, B.A. – Banaji, M.R.* (2003): Understanding and using the Implicit Association Test: I. An improved scoring algorithm. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(2): 197–216. o.
- Hirsh, J.B.* (2010): Personality and environmental concern. *Journal of Environmental Psychology*, 30(2): 245–248. o.
- Hofmeister-Tóth, Á. – Kasza-Kelemen, K. – Piskóti, M.* (2012): Life paths in Hungary in the light of commitment to sustainability. *Interdisciplinary Environmental Review*, 18(4): 323–339. o.
- Hofmeister-Tóth, Á. – Kasza-Kelemen, K. – Piskóti, M.* (2013): A környezetbarát fogyasztói magatartás motivációinak és a pszichográfiai tényezők hatásainak vizsgálata Magyarországon. *Marketing és Menedzsment*, 47(3): 34–42. o.
- Kellert, S.R.* (1993): Attitudes, knowledge, and behavior toward wildlife among the industrial superpowers: United States, Japan and Germany. *Journal of Social Issues*, 49: 53–69. o.
- Kraus, S.J.* (1995): Attitudes and the prediction of behavior: A meta-analysis of the empirical literature. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21: 58–75. o.
- Leonidou, L.C. – Leonidou, C.N. – Kvasova, O.* (2010): Antecedents and outcomes of consumer environmentally friendly attitudes and behaviour. *Journal of Marketing Management*, 26(13-14): 1319–1344. o.

- Maison, D. – Greenwald, A.G. – Bruin, R.* (2001): The Implicit Association Test as a measure of implicit consumer attitudes. *Polish Psychological Bulletin*, 32(1): 61–69. o.
- 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: 503–515. o.
- McBroom, W.H. – Reed, F.W.* (1992): Toward a Reconceptualization of Attitude-Behavior Consistency. *Social Psychology Quarterly*, 55(2): 205–216. o.
- Mead, G.H.* (1973): *A pszichikum, az én és a társadalom*. Budapest: Gondolat Kiadó
- Milfont, T.L. – Duckitt, J.* (2004): The structure of environmental attitudes: A first- and second-order confirmatory factor analysis. *Journal of Environmental Psychology* 24(3): 289–303. o.
- Nosek, B. A. – Hawkins, C. B. – Frasier, R. S.* (2011): Implicit social cognition: from measures to mechanisms. *Social Trends in Cognitive Sciences*, 15: 152–159. o.
- Nunnally, J.C.* (1978): *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill
- Pataki F.* (2008): Az „eltűnt én” nyomában. *Magyar Pszichológiai Szemle*, 63(3): 409–470. o.
- Perkins, A. – Forehand, M. – Greenwald, A. – Maison, D.* (2008): Measuring the Nonconscious: Implicit Social Cognition in Consumer Behavior. in: C.P. – Haugtvedt – P.M. Herr – F. R. Kardes (eds.): *Handbook of Consumer Psychology*. New York: Taylor & Francis Group, LLC.
- Piskóti I.* (2012): Elemek a társadalmi marketing modelljéhez. *Marketing és Menedzsment*, 46(3): 64–73. o.
- Piskóti, M.* (2013): Nature and Self – The presence of Environmental Identity in narratives in Hungary. *Global Business & Economics Anthology*, 1: 262–274. o.
- Roberts, J.A.* (1996): Green consumers in the 1990s: profile and implications for advertising. *Journal of Business Research*, 36(3): 217–231. o.
- 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): 79–89. o.
- Schultz, P.W. – Shriver, C. – Tabanico, J.J. – Khazian, A.M.* (2004): Implicit connections with nature. *Journal of Environmental Psychology*, 24(1): 31–42. o.
- Schultz, P.W. – Tabanico, J.J.* (2007): Self, Identity, and Natural Environment: Exploring Implicit Connections with Nature. *Journal of Applied Social Psychology*, 37(6): 1219–1247. o.
- Somogyi M. – Bernáth L.* (2014): A Rassz Implicit Asszociációk Teszt interneten gyűjtött adatainak elemzése magyar mintán. *Alkalmazott Pszichológia*, 14(1): 73–92. o.
- Straughan, R.D. – Roberts, J.A.* (1999): Environmental segmentation alternatives: a look at green consumer behavior in the new millennium. *Journal of Consumer Marketing*, 16(6): 558–575. o.
- Sudbury-Riley, L. – Hofmeister-Toth, A. – Kohlbacher, F.* (2014): A cross-national study of the ecological worldview of senior consumers. *International Journal of Consumer Studies*. 38(5): 500–509. o.
- Tajfel, H.* (1982): Social psychology of intergroup relations. *Annual Review of Psychology*, 33: 1–39. o.
- Thomashow, M.* (1995): *Ecological Identity: Becoming a reflective environmentalist*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press
- Watson, J.J. – Wright, K.* (2000): Consumer ethnocentrism and attitudes toward domestic and foreign products. *European Journal of Marketing*, 34(9-10): 1149–1166. o.
- Whitmarsh, L. – O'Neill, S.* (2010): Green identity, green living? The role of pro-environmental self-identity in determining consistency across diverse pro-environmental behaviours. *Journal of Environmental Psychology*, 30(3): 305–314. o.
- Zavestoski, S.* (2003): Constructing and Maintaining Ecological Identities. in: S. Clayton – S. Opatow (eds.): *Identity and the Natural Environment: the psychological significance of nature*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press: p. 297–316.
- Zsóka, Á. – Marjainé Szerényi, Zs. – Széchy, A. – Kocsis, T.* (2013): Greening due to environmental education? Environmental knowledge, attitudes, consumer behavior and everyday pro-environmental activities of Hungarian high school and university students. *Journal of Cleaner Production*, 48(June): 126–138. o.