

Szociológia Kommunikációtudomány

Doktori Iskola

TÉZISGYŰJTEMÉNY

Somfay Dorottya

**Társadalmi szemléletformálás
a magyarországi hulladékgyűjtés
területén**

című Ph.D. értekezéséhez

Témavezető:

Prof. Dr. Karácsony András
egyetemi tanár, tudományok kandidátusa

© Somfay Dorottya

Tartalomjegyzék

I. Kutatási előzmények és a téma indoklása	4
II. A felhasznált módszerek	8
III. Az értekezés tudományos eredményei.....	18
IV. Főbb hivatkozások.....	23
V. Publikációs jegyzék	25

I. Kutatási előzmények és a téma indoklása

A magyar hulladékgazdálkodás évről évre számos átalakuláson megy keresztül, amely nagymértékben hat ki a különböző szakterületek prioritizálására és ennek következtében kommunikációjára. A különböző jogi és tulajdonosi változásokból adódó lehetséges következmények egyelőre még beláthatatlanok, ugyanakkor a szakma elitjén is múlik, hogy mennyire képes befolyásolni a jelenlegi kormányzat döntéshozóit abban, hogy társadalmunk hulladékhoz való viszonya pozitívan alakuljon a jövőben. Az európai országok hulladékgazdálkodását meghatározó és irányt mutató hulladékpiramis azon területek hierarchiáját tartalmazza, amelyek a hulladékot kezelik, ártalmatlanítják és (újra)hasznosítják. Ezen területek megítélése és elfogadottsága, mind a lakosság szempontjából, mind pedig szakmai körökben óriási eltéréseket mutatnak, amelyet az általam végzett nem reprezentatív, ugyanakkor egy speciális hiánypótló kvalitatív kutatás is kimutatott.

A környezetvédelmen belül a hulladékgazdálkodás napjainkra kulcsfontosságú üggyé nőtte ki magát, világszerte e területhez is számos lobbitevékenység párosul, és közvetlenül képes hatással lenni az emberek és vállalatok mindennapjaira. A hulladékgazdálkodás jövője szempontjából szükséges megvizsgálni, hogy mikor és hogyan, mit, min keresztül és kiknek érdemes kommunikálni. Szükséges feltérképezni a különböző társadalmi rétegek attitűdjeit, hogy hatékony kommunikációt tudjunk eljuttatni hozzájuk. A kérdés az, hogy mindezt milyen eszközökkel érik el, pontosabban Magyarországon mely erők, társadalmi csoportok a mozgatórugók, van-e eltérés egyáltalán, vagy ezt a tér-

séget ugyanazon elvek és szervező erők mozgatják, mint például az európai szomszédainkat? Milyen meglévő kommunikációs eszközei vannak e területnek, hogyan edukálja vagy formálja a lakosság tudatát és mikkel lenne érdemes kiegészíteni azt? Van-e esélye hazánknak és a kelet-európai térségnek ezen a téren a felzárkózásra, le vagyunk-e egyáltalán maradva, és ha igen, kimutathatóan milyen mértékben és téren a fejlett nyugat-európai államokhoz képest? Fontosnak érzem, hogy egy olyan átfogó képet kapjunk a jelenlegi társadalmi tudatformáló folyamatról, ezen belül is a kommunikációs háttéréről, amelyből számos következtetést lehet levonni a jövőt képező tendenciákkal kapcsolatban. Alább felvázoltam a terület érdekgazda/stakeholder térképét, vagyis hogy mely erők gyakorolnak jelentős hatást e szakmára.

Erre alapozva, és tovább gondolva a szakma vezető beosztású tisztségviselőit vettem górcső alá, és az ő fogalomrendszerükre támaszkodva mélyedtem bele a témába. A kutatás az ökológiai kommunikáció, ezen belül a magyar hulladékgazdálkodás számos szakmai döntéshozójának a véleményét foglalja magában két speciális kutatási módszertan egyesítése által.

A kutatás hipotézise

KH1.

Hipotézisem egyrésztől kommunikációs aggályokra épül, a hulladékgazdálkodáson belül az adott hulladékfeldolgozó tevékenységek népszerűsítésének aránytalanságában látom a probléma gyökerét. Másrésztől társadalomtudományi aspektus szempontból azt, hogy a szemléletformálási folyamat koordinációja megfelelően van-e kezelve az érintett társadalmi rendszereken keresztül.

Ezalatt a politika-oktatás tengelyén látok fejlesztendő pontokat, és hipotézisem szerint a legfelsőbb döntéshozói szinteken a téma el van odázva, és nem társítanak hozzá kellő hangsúlyt. Mivel éppen ezért döntéshozókat választottam a kutatás alanyaimnak, bízom abban, hogy ennek a helyzetnek a feltérképezését el tudom végezni.

KH2.

Magyarországon a legnépszerűbb környezettudatosságot elősegítő tevékenység a hulladékgazdálkodás terén a szelektív hulladékgyűjtés, amely nem célravezető a szemléletformálás kapcsán.

A kutatásom előtt a legnagyobb aggályom és problémafelvetésem a következő volt, amely a disszertációm alap hipotézisét is tartalmazza:

A szelektív hulladékgyűjtés népszerűsítése által:

- Vajon környezettudatossá válnak a fogyasztók?
- Értik általa a hulladékgazdálkodási rendszert?
- Átlátják a hulladék útját?
- Tisztában vannak a hulladékos szokásaik következményeivel?
- Vajon miért csak egy kiemelt hulladékáram fontosságát hangsúlyozzuk? A magyar háztartások évente kb. 125 darab itales kartondobozt használnak el. Ebből csupán 21%, azaz mintegy 26 kartondoboz kerül szelektíven visszagyűjtésre és újrahasznosításra. Ez az arány az Európai Unió tagállamaiban 35-40, de egyes tagállamokban eléri a 65 darabot is.

Tehát a mostani kommunikáció fókuszát vizsgáltam meg a kutatás által, mert úgy gondolom, ez nincsen a helyén és véleményem szerint a témában rejlő holisztikus lehetőségek sincsenek kiaknázva a népsze-

rúsító kommunikációs aktivitásokban, így nem véletlen, hogy a lakosság attitűdváltása érdemben nem mozdul évtizedek óta.

KH3.

Feltevésem szerint a rejtett összefüggések feltárására a szakmai elit legalkalmasabb, a lakosságot felölelő reprezentatív kutatások felszíniesen érintenék ezt a témát és nem lehetne azon fogalomrendszert sem feltérképezni teljes körűen, amelyek alakítják a jelenlegi helyzetet.

Több vizsgálat kutatta az elmúlt években a felsőoktatási intézmények hallgatóinak, középiskolásoknak vagy általános iskolásoknak környezeti tudatosságát, attitűdjeit a környezeti kérdések valamely témaköre tekintetében. Számos kutatócsoport méri folyamatosan jelenleg is az erdei iskolába érkező tanulók környezeti attitűdjeit kérdőívek, fogalmi térképek és más módszerek segítségével. Az egyik ilyen kutatócsoport (Kövecses Gósi Viktória, Lampert Bálint, Petz Tiborné és Csenger Lajosné vezetésével) a köznevelés rendszeréből kilépő fiatalokat vizsgálta meg, hogy hogyan gondolkodnak a környezeti kérdésekről, milyen magatartásformákat gyakorolnak a környezethez való viszonyulásaik során. Az adatfelvételt 2019 szeptemberében került sor a Széchenyi István Egyetem kilenc karán. A kutatás célja az egyetemre érkező első éves hallgatók környezeti attitűdjeinek felmérése volt, a fenntarthatósággal, környezeti kérdésekkel kapcsolatos ismereteik, magatartásuk, érzelmeik feltérképezése által. Így ezen kutatások megléte miatt sem kezdtem bele reprezentatív kutatómunkába, hiszen ezek rendelkezésére állnak a szakmának.¹

¹Viktória Gósi Kövecses, Bálint Lampert, Tiborné Petz, Csenger Lajosné, Első éves hallgatók fenntarthatósággal kapcsolatos attitűdjének vizsgálata, 12th International

KH4.

Hipotézisem szerint a termikus hasznosítás kulcsfontosságú elem kellene legyen a hulladékos szemléletformálás kapcsán Magyarországon, de ennek jelenleg nincsen kellő politikai támogatottsága.

KH5.

A nyugati környező országok hipotézisem szerint előrébb tartanak a téma kapcsán, ezt is szerettem volna igazolni vagy akár cáfolni a kutatás és szakirodalmi feldolgozás által.

II. A felhasznált módszerek

A kutatás célja az volt, hogy felfedjen olyan rejtett összefüggéseket a hulladékgazdálkodás területén, amelyek befolyásolják a magyar társadalmi tudatot és magát a hulladékhoz való viszonyát a fogyasztóknak. Fontos olyan kutatási módszertant választani, amely a mélyinterjúk eredményeit is meghaladhatja azáltal, hogy olyan mélységeket képes előhozni az alanyokból, amelyet a kutatást végző/kérdező fél előre felkészült kérdésfeltevések által nem tud elérni. Ennek kulcsa az, hogy az alany saját fogalomrendszerén keresztül vizsgáljuk az adott területet. Az egyes fogalmak véletlen összevetése által egy olyan gondolkodásra készítjük őket, amely felszínre hoznak új szempontokat, összefüggéseket és rejtett dimenziókat. Ezáltal fel lehet tárni, hogy a tudatformálás szempontjából mi kommunikálható, továbbá a szakma mit gondol a prioritásokról, és miről vannak tévképzetek a lakosság fejében.

A kutatást két módszertan egyesítése által végeztem el, ezek a REP-teszt (szerepkonstrukció-repertoár teszt) és a Storyline (kerettörténet) kutatási módszerek. Segítségükkel a hulladékgyártás témakörében a kutatás alanyaival leírtunk tizenöt fogalmat, amelyeket az alanyok neveztek meg, majd ezek konstruktumait és kontrasztjait tárták fel, és elemezték egy-egy esettanulmány vagy történet elmesélésével kiegészítve. Végül a kapott eredményeket egyesítettem és hasonlítottam össze textuálisan. Tehát az interjú témáját a kutatás alanyai alakították, hiszen a REP táblázaton kívül előre elkészített kérdőív nem készült. A kvalitatív piackutatás lényegéről van szó: nem a kutató mondja meg, hogy melyek az egyes témák lényeges tulajdonságai (konstrukciók), hanem azokat a kutatás alanya határozza meg, az alanyból „vonjuk ki” az adott téma jellemzőit.

III.1.3. A REP és Storyline kutatási módszertan alkalmazása

REP paraméterek

George Kelly volt az első perszonológus, aki az emberi lét kognitív, illetőleg ismereti aspektusait tartotta a személyiség domináns jellemzőjének. A személyi konstrukciók pszichológiája című elméleti rendszere szerint az ember alapvetően egy tudós, aki azért, hogy hatékony lehessen a világban, arra törekszik, hogy megértse, értelmezze, anticipálja és kontrollálja személyes világát. Kelly elméletét az a megállapítás fémjelzi, hogy az emberi viselkedés természete a tudós természetéhez hasonló. A Kelly-féle Repertoárrács Technika széleskörűen alkalmazható kvalitatív piackutatási módszer, bár hazánkban eddig még nem elterjedt.

Kelly kognitív elméletének központi kérdése: az egyének hogyan észlelik és értelmezik a környezetükben lévő embereket és dolgokat. Kelly „személyi konstrukciós elmélet”-nek nevezett megközelítése azokra a folyamatokra összpontosít, amelyek képessé teszik a személyt, hogy elrendezze és megértse életének eseményeit. Elmélete egy modern, kognitív közelítésmód, amely a személyiség vizsgálatát célozza. Ebben a viszonyulásban azon van a hangsúly, hogy az egyének milyen módon észlelik és értelmezik a környezetükben lévő embereket és dolgokat. A konstrukcióelmélet azokra a folyamatokra összpontosít, amelyek képessé teszik az embereket pszichológiai életterük megértésére. Ebből a kognitív perspektívából Kelly egy olyan személyiségmodellt javasol, amely azon az analógián alapul, hogy az ember olyan, mint egy tudós. Azt feltételezi, hogy a humán személy éppúgy, mint az őt tanulmányozó tudós, munkahipotéziseket alkot a valóságról, amely révén megpróbálja anticipálni és kontrollálni élete eseményeit. Kelly szerint tehát az életet az jellemzi, hogy az emberek folytonosan küzdenek azért, hogy megértsék élményeik kézzelfogható világát. Az ember bizonyos áttetsző, maga konstruálta patterneken és sémákon keresztül nézi a világát, majd e sémákat megkísérli összeegyeztetni a világot alkotó valósággal. Az összeillesztés nem mindig tökéletes. Ilyen patternek nélkül azonban a világ olyan differenciálatlan, homogén egységnek tűnik, amit az ember képtelen megérteni. Ezeket az „áttetsző patterneket, ill. sémákat” nevezi Kelly személyi konstrukcióknak. Másképp fogalmazva: egy konstrukció egy gondolkodási kategória, amelynek a segítségével a személy élményei világát kialakítja és ér-

telmezi. Egy konzisztens mód arra, hogy az ember a valóság bizonyos aspektusait érzékelhetővé tegye.

Kelly szerint az ember úgy jelez előre, és úgy konstruálja személyes tapasztalatait, hogy megalkotja azok másolatát. E folyamat jelentősége abban rejlik, hogy kézzelfogható alapot biztosít a személynek ahhoz, hogy elvárást építsen ki arra, hogy valószínűleg milyen események fognak megjelenni, és hogy értelmezni tudja azok jelentését. A konstruálás kezdeti stádiumában az egyén megfigyeli az események általános folyását, és értelmezi őket. Ezután felismeri az események egy mintázatát, illetve ismétlődését a tapasztalati mezejében. Végül az átélt eseményekre egy struktúrát vagy jelentést alakít ki. Az átélésnek, értelmezésnek és szerkesztésnek ezt az idői folyamatát nevezzük konstruálásnak, ez jelenti a személy kapacitását arra, hogy rendezett és jelentésteli formában generalizálja a tapasztalatait. A konstrukciók tehát az előrejelzés és a kontroll szempontjából lényegesek, mivel képessé teszik a személyt arra, hogy elvárások révén anticipálja az elkövetkező eseményeket. Konstrukciók híján az egyén élete kaotikus volna; nem tudná konzisztens módon észlelni a világot. Ha képtelen volna a jövőre vonatkozó elvárásokat kialakítani, a zajló események megfoghatatlanná válnának. A személyi konstrukciók teszik képessé a személyt, hogy valamifajta rendet teremtsen, és megjósolhatóvá tegye a világát. A konstrukciók nemcsak bipolárisok, hanem dichotómok is. Kelly úgy képzelte, hogy a konstrukciókat igen-nem jelleggel, s nem egy kontinuum fokozatai mentén használjuk. Miközben felismerte, hogy az emberek számos dimenzionális fokozatot ismernek, ezt sajátos módon kezelte. Azt feltételezte ugyanis, hogy a fokozatok egymással kapcsos-

latban lévő dichotóm konstrukciók szerveződésének termékei. A szerveződés egyre finomabb megkülönböztetéseket tesz lehetővé, amint a magasabb szintű dichotóm döntést újabb döntések követik az alacsonyabb szinteken. Specifikusabban, az események átélésekor a személy megfigyeli, hogy bizonyos események hasonlóknak tűnnek egymáshoz, közös jellemzőik vannak, és különböznek más eseményektől. A hasonlóságok és ellentétek megfigyelésének e kognitív folyamata vezet a személyi konstrukciók kialakításához. Eszerint legalább három elem (esemény vagy dolog) szükséges egy konstrukció kialakításához: két konstrukcióelemet egymáshoz hasonlóként kell észlelni, a harmadik elemet pedig ettől a kettőtől különbözőnek. Azt a módot, ahogy két elemet hasonlóknak konstruálunk konstrukciónak, ill. a konstrukciódimenzió hasonlóság pólusának nevezzük, és azt, ahogy a harmadik elem szemben áll velük, a konstrukciódimenzió kontraszt pólusának. Eszerint minden konstrukciónak van egy hasonlóság- és egy kontraszt-pólusa. A konstrukcióelmélet arra ösztönöz, hogy fedezzük fel, az emberek hogyan értelmezik és anticipálják élményeiket a hasonlóságok és kontrasztok terminusaiban.

Ezen elméletre alapozva Kelly kidolgozta a REP-tesztet, hogy azonosítani lehessen azokat a fontos konstrukciókat, amelyeket egy személy életében jelentős szerepet játszó személyek konstruálására használ.

Összefoglalva, a REP eredetileg olyan projektív pszichológiai teszt, amely a társas helyzetek értelmezésében, egyéni megkonstruálásában fontos kategóriák feltárását célozta meg. Ennek eredendően egy ún. listaformáját dolgozta ki, majd később a rácsformát is kifejlesztette. A Rács elemzéséhez – bár Kelly felállított egy matematikai sémát,

amelyhez szoftvertámogatás szükséges, ezért a módszer, a számítástechnika és az alkalmazott szoftverek fejlődésével került előtérbe. A módszer segítségével feltárhatók az egyes fogyasztók személyes konstrukciói, megrajzolhatók az észlelési és mentális térképeik. Előnye a kvalitatív eredmények számszerűvé tétele, s ezzel önmagában biztosítja a kvalitatív-quantitatív piackutatás integrációját. Mivel a Repertoárrács Technika nem a mennyi, hanem sokkal inkább a hogyan kérdésre keresi a választ, így segít abban, hogy nyomára bukkanjunk, hogyan gondolkodik, miként észlel egy fogyasztó, milyen tudatalatti motivációk irányítják választásait. A módszer egyik legfőbb előnye az interjúkkal szemben, hogy teljes mértékben ki lehet vele küszöbölni a kutatói befolyásolást. Egyéb esetekben a kutató mindig a saját konstrukciós rendszeréből indulna ki, és óhatatlanul befolyásolja az interjú kimenetelét.

A kutatás két részből áll, először arra kérjük a fogyasztót, hogy az adott kutatási témakörből válasszon ki számára fontos/releváns fogalmakat. Ezt követően hármásával vizsgálja meg az elemeket, hasonlítsa össze a triádokat úgy, hogy megnevezi azt a tulajdonságot, amelyben a három elemből kettő hasonlít egymásra, és e tulajdonság ellentétében különbözik a harmadik elemtől. Ezzel létrejön egy olyan fogyasztó által meghatározott dimenzió, amelynek egyik pólusán a hasonlóság helyezkedik el (két elem hasonlósága a harmadikkal szemben) a másik póluson pedig a harmadik elem különbözősége található. A követhetőség kedvéért azt a két elemet, amelyek hasonlítanak egymásra megjelöljük (X), a harmadikat pedig, amely a különbözőség tulajdonságát hordozza, jelöletlenül hagyjuk. (O) A teszten belül egy fogalom három

alaklommal van összehasonlítva más fogalmakkal random módon, a mátrix-szerűen elhelyezett pontok alapján.

Mindemellett a teszt a kommunikációs vagy meggyőzési stratégiák megválasztásában is hasznos szerepet tölthet be, amelynek következtében a felek tisztában vannak a másik személy konstrukcióival, vagy legalábbis következtetni tudnak azokra.

A konstrukciók feltárása lehetővé teszi, hogy megismerjük azon dimenziókat, amelyeket a fogyasztó az adott téma megítélésében használ. Ám korántsem elég ez a feltárás ahhoz, hogy megismerjük, a fogyasztó mentális konstrukcióinak rendszere miként működik. Két személy megnevezheti ugyanazt a konstrukciót, mégis használhatjuk azt egészen más módon, s ezáltal a szóbeli kijelentéseken túl, annak is nyomára jutunk, hogy esetleg két különböző dolgot értenek rajta. A konstrukciók használatának feltárásához el kell végezni az úgynevezett „teljes rács”-ot. Ehhez érdemes a konstrukció hasonlóság- és kontrasztpólusát nem egyszerű szópároknak tekinteni, hanem egy ötpontos skálának.

A REP kutatásom összefoglaló paraméterei és benyomásai a fentiek alapján:

1. 15x15 háló, random elhelyezett háló mátrix-szerűen.
2. Pontok jelölik az adott sorban, mit mivel hasonlítunk össze.
3. 1 fogalom 3x van összehasonlítva a többivel.
4. Konstruktum és kontraszt a vizsgálati szempontrendszer.
5. Az alanyok nincsenek befolyásolva a 15 db fogalom megnevezésében, saját fogalomkörüket határozzák meg a hulladékgazdálkodáson belül. Ezt azért tartottam fontosnak, mert kommunikációs

szemmel vizsgálva a témát, elsikkadhatnak olyan témák és összefüggések, amelyek a téma előremozdulását segíthették volna.

6. A kutatás 1 alanyon való elvégzésének időtartama 60-90 perc.

7. A kutatás eleje monoton és lassú folyamat, mert az alanyok többségében az első 3-4 fogalmak összevetésekor tisztázzák a fogalmakat és a mögöttük húzódó folyamatokat, helyzeteket. A kutatás a közepétől felgyorsul, és 90%-ban ismétlődnek mind a fogalmak, mind az összefüggések, ugyanakkor a story-k itt kezdődnek érdekesebbé válni. Ez köszönhető a belemélyedésnek, az alany megfélekedezik a felvételtől, és az előtte kifejtett fogalomrendszer által kibontakozik az alany belső világa a témát tekintve.

Storyline paraméterek

A storyline nem azonos a storytellinggel, bár egymásra épülnek, rokon módszerek, a storytelling – magyarul történetmesélés – a kommunikációt a történetek erején keresztül támogatja, míg a storyline maga a kerettörténet, a storytellinghez vezető út.

A történetmesélés az emberiség történetével egyidős. A történethallgatás serkenti a jobb agyféltekénk működését, azt, amely a kreativitásért, az érzésekért, sőt, a humorért is felel. Sztorikon keresztül tudjuk mások érzelmeit megérteni. Történetekkel kapcsolódunk egymáshoz: elmeséljük, mi történt velünk, pletykálunk, sztorizgatunk, anekdotázunk. Az elképzelt tapasztalatokat és érzéseket agyunk ugyanúgy érzékeli, mint a valós eseményeket: jó könyv, színház, film vagy egy megindító baráti beszélgetés, ha egy történet jó, akkor azonosulunk a szereplőkkel. A jövőkutatásban az utóbbi években olyan új eljárások

jelentek meg, amelyek egyrészt az egyéni kreativitásra, másrészt a csoportos gondolkodásra építenek.

A Storytelling módszer azért terjedt el, mert a jelen és a jövő problémái nem oldhatók meg a hagyományos értékrend keretei között. Az új értékek felszínre hozatalát nagyban segíthetik az úgynevezett storytellek, azaz a sztorimesélők, akik saját szubjektumukon keresztül a jövő új történéseit vázolják fel. A storytellek gondolkodásában erőteljes a globális tudat felé való irányultság és nyitottság, ugyanakkor történeteik, a jövőről való elképzeléseik a világ sokszínűségét, diverzitását is kifejezik.

A Storyline módszer először a 60-as évek derekán Skóciában, a Jordanhill Főiskolán került kidolgozásra, amely ma a Strathclyde Egyetemhez tartozik. A módszer kidolgozóinak (Steve Bell, Sallie Harkness és Fred Rendeli) célja az volt, hogy egy olyan integrált tananyag-megközelítést dolgozzanak ki, amelyet több kisebb részre tagolnak. A módszer jellemzője, hogy középpontjában egy történet áll. Ezt a történetet vagy mesét kulcskérdések köré alkotják. A kulcskérdések egy-egy problémát vetnek fel, amit a tanulóknak kell megoldaniuk, ez viszi előre a történetet. Így válnak a tanulók részeseivé a történetnek. Tehát ahhoz, hogy tovább tudjanak haladni, aktív közreműködésre van szükség, így a motiválatlan diák is motiválttá válik. Nagy előnye a módszernek, hogy nem csupán egy tantárgyhoz kapcsolódik, hanem egy témakörben több tantárgy is koncentrálnálódhat. A módszerrel előtérbe helyezték a gyermekközpontúságot, és elsődleges céljuk az volt, hogy megfelelő osztálytermi környezetet teremtsenek a tanulóknak, elősegítve ezzel olyan készségek elsajátítását, amelyek a tanuláshoz elen-

gedhetetlenek. A módszer alkalmazása során olyan stratégiákkal ismerkedhetnek meg a tanulók, amelyek mind osztály, csoport vagy egyéni munkák során is alkalmazhatók. A módszerben szereplő részek, epizódok egymásra épülnek, biztosítják az előrehaladást, rugalmasság, és ahogy a kerettörténet halad, kibontakozik az elsajátítandó tananyagtartalom is. A résztvevő tanulókat ösztönzik arra, hogy saját maguk keressék meg a válaszokat, ezért problémahelyzetek elé állítják őket, amelyeket saját ismereteik és különböző információforrások segítségével közösen kell megoldaniuk. Magyarországon elsőként az OFI készített olyan magyar nyelvű útmutatót, amely bevezeti a pedagógusokat a kerettörténet-módszer alkalmazásába. A Storyline módszer a 2015 tavaszán vált akkreditált képzéssé Magyarországon.

Az általam végzett kutatásban hasonló nyitottságot elérve az alanyokban, a hulladékgazdálkodás jelenét és a jövő dimenzióit tártuk fel a REP fogalomrendszerén keresztül. Így ez a kutatási módszer mélyebb összefüggések feltárására képes a REP-teszttel kombinálva, mint a mélyinterjú önmagában, mert az alany a saját fogalomrendszerén keresztül mélyed el a témában, és maga elemzi, értékeli vagy fejt ki azokat. A Storyline kutatási részben pedig irányított kérdésekkel tudja a kutatást végző mélyebb összefüggések keresésére sarkallni a válaszadót. E két módszer integrációja által volt elérhető, hogy átfogó képet kapjunk napjaink magyarországi hulladékgazdálkodási helyzetének alakulásában.

A kutatás alanyai

Tizenöt – a szakmában érintett jelenleg magas beosztású – szakmai vezetővel töltöttem ki a kutatást állami és önkormányzati oldalról,

emellett pedig a nonprofit- és a civil szektorból. Kiegészítve teszt jelleggel – hogy megbizonyosodjak arról, vajon befolyásolják-e a kutatás eredményét –, plusz két fővel töltöttem ki a tesztet. Egy olyan fogyasztóval, aki hulladék-tudatosnak vallja magát, olvasott a témában, továbbá magammal is. Végül az általunk adott válaszok semmilyen formában nem változtatták volna meg a kutatás eredményét, így benne hagytam fogalmainkat a kutatás törzsében.

III. Az értekezés tudományos eredményei

A kutatás feltárta, hogy a társadalmi tudatformálás szempontból mi kommunikálható, a szakma elitje mit gondol, mit lehet és mit nem lehet elmondani a lakosság felé és mikről vannak tévképzetek. Meddig lehet eljutni a tudatosságban a jelen helyzetben. A kutatás kimutatta, hogy feszültség van a szakma és az állami szféra között, ennek legfőbb oka a kommunikáció hiánya és a hulladékos ügyek prioritásáról másként való vélekedés. A szakemberek beszámolója lapján kirajzolódott, hogy az égetés és komposztálás problematikája kiugró. Ami az alanyok megfelelő kiválasztását támasztotta alá, hogy minden alanynál hasonló fogalomrendszer és problémaív jött ki a beszélgetések alkalmával. Az érdekek vs. stakeholderek jelenség is visszatérő elemmé vált, amely szerint a hulladékos szakmában kizárólag azok a témák van felkarolva, amelyek mögött érdek, vagy pénz mozog: pl. ezért nincsen házhoz menő komposztálás, mert nincsen mögötte cég, aki menedzselné.

A REP-teszt által 255 hulladékkal kapcsolatos vagy arra asszociált fogalom született meg, erre támaszkodva 31,5 órás hanganyag, 65

oldalnyi storyline kiegészítéssel. Ezen eszközökből kiszűrtem a három kimagaslóan legtöbbször említett fogalmat: a szelektív hulladékgyűjtést, az anyagában való hasznosíthatóságot és az energetikai hasznosítást, közismertebb nevén, a hulladékégetést. Mivel az első három helyezettet többször említették a többinél – és összevetve szerepüket a Storyline anyaggal –, úgy gondolom, hogy a kutatási alanyaim által legfontosabb vagy problematikusabb témák rajzolódtak ki e kiemelési módszer segítségével.

A kutatás legkiemelkedőbb eredménye, hogy a magyarországi hulladékpiramis a kutatási alanyok által adott válaszok alapján más a nyugat-európai szomszédjainkhoz és a magyar Hulladék Keretirányelvhez képest is. Az újrafeldolgozás, tehát a szelektív hulladékgyűjtés, megelőzi prioritás szempontjából az anyagában való hasznosítást. Bár az energetikai hasznosítás csak a harmadik leggyakrabban említett REP fogalom volt, a Storyline részéből egyértelműen kimutatható, hogy az égetéssel kapcsolatban a szakemberek úgy gondolják, hogy sokkal nagyobb hangsúlyt kellene fektetnie a jelenlegi döntéshozóknak. Hazánk számára további ilyen jellegű beruházások és már meglévő létesítmények/rendszerek fejlesztései jelenthetik e környezetvédelmi területtel kapcsolatban a felemelkedést és a fenntartható környezettudatos fejlődést.

A kutatás átfogó eredményeként született meg az a gondolat, hogy az egészségtudatosság összefüggésben van a hulladékkal, egymásra épülnek és szorosan összefüggnek. Nem lehet ugyanis valaki önmagában hulladéktudatos anélkül, hogy ne nézné a vásárolt áruval kapcsolatban, hogy milyen minőségű, milyen hatással lehet az egészségére, vagy akár

azt, hogy mibe csomagolták az adott terméket. Érdekes megvizsgálni azt a környezettudatos fejlődési ívet, amely kialakul egy fogyasztóban. Először megtalálják, és meggyőzik olyan üzenetek, amelyek az energiafogyasztással kapcsolatos tudatosságról szólnak, hiszen az egyéni bevonódás, érdekelttség azáltal jön létre, hogy kimutathatóan pénzt takarít meg a fogyasztó az odafigyelése által. Továbbá ha ennek az elveit is (nem csak az anyagi megtérülést) beépíti a mindennapjaiba, fogékonyabbá válik olyan tevékenységekre is, mint például a szelektív hulladékgyűjtés, vagy akár a személyre szabott egészséges életmód-programok. Ezek egymásra épülnek, egymást kiegészítve és segítve alakítják ki a környezetéért felelős magatartást tanúsító embert. Éppen ezért a különböző környezetvédelmi témákat valójában nem szabadna külön választani, és a lakosság felé egymástól elszakítva kommunikálni.

Így alakul ki az a helyzet, amelyet napjainkban tapasztalhatunk: az emberek azt gondolják, hogy fontossági sorrend van az egyes témák között. Kialakult sajnálatosan az is, hogy egyes környezetvédelmi területek szervezetei egymástól eltérő fogalomrendszert használva más-más üzenetekkel bombázzák a lakost, hogy mit kell tennie ahhoz, hogy felelősségtudatosan viselkedjen a környezet iránt.

Nem jellemzi a környezetvédelmi szakmát a holisztikus gondolkodás, pedig ez által nemcsak a saját témájukat menedzselnék hatékonyabban, hanem a rendszerszemlélet által sokkal nagyobb hatást tudnának elérni a fogyasztókban. Saját életükbe könnyedén és relevánsan tudják beépíteni a környezetet óvó és a károsítást megelőző eszközöket. A felnőttek előszeretettel hárítják a felelősséget a gyermekeikre a 'majd

a jövő generációja megoldja' felkiáltással. Ezt a fajta hozzáállást kellene megváltoztatni. Számukra azonban nincsen olyan hatékony platform, mint a gyermekeknek az óvoda és iskola intézménye, ahol alapvető sémákként épülnek be a hétköznapjaikba az ilyen irányú környezet-tudatos tevékenységek. A felnőtt munkahelyén, ha belső kommunikációs aktivitásként bevonják például egy zöldiroda programba, és "kötelezik" arra a belső tájékoztatást követően, hogy minden nap figyeljen erre is oda, nemhogy együttműködést (maximum látszat együttműködést), de határozottan ellenállást fog tanúsítani. Azoknál a munkavállalóknál természetesen tökéletesen működik ez, akik már eleve környezettudatosan élték a hétköznapjaikat, és nagy valószínűséggel ők a figyelemfelhívás előtt is kikapcsolták a számítógépüket, ha fél óránál tovább nem tartózkodtak mellette. Ha a forprofit cégek kommunikációját nézzük meg, ők is szegmentálnak, egy-egy témát karolnak csak fel. Vannak előirányzataik és céljaik, amelyek szolgálatába fogják állítani azt a környezetvédelmi ügyet, amely kapcsolódik a saját témájukhoz.

A kommunikációban is saját érdekeik szerint fogják szegmentálni a célcsoportot az érintettek és a hozzá kapcsolódó üzeneteket, eszközrendszerrel. Olyan stratégiát felállítani, amelyben mindenki a célcsoport, egyrésztől lehetetlen (vagy pénz kérdése), másrésztől nem hatékony.

Ugyanakkor nem a célcsoport választáson van a hangsúly, hanem azon, hogy ezzel a holisztikus környezetvédelmi gondolkodással támogassuk a fogyasztókat, amelyen belül már ki lehet emelni az általunk preferált témát. Kötelessége lenne mindenkinek egy rendszert tenni mögé, amely segítené a megértést és a befogadást egyaránt. Ha érdemi

CSR (társadalmi felelősségvállalás) folyna ma Magyarországon, minden profitorientált vállalkozás, aki nagyobb közegnek szól, beépítene fenntartható fejlődéssel kapcsolatos törekvéseket, környezetvédelmi projekteket a stratégiájába. Egyedül persze semmi sem egyszerű, éppen ezért is működnek azon nonprofit és civil szervezetek, amelyeknek ebben az átfogó környezetvédelmi gondolkodásban már van tapasztalatuk, és tárt karokkal várják a vállalatokat, hogy becsatlakozhassanak ilyen irányú törekvéseikbe. A kormányzati szakpolitika nem segíti a helyzetet jelenleg.

IV. Főbb hivatkozások

1. Angelusz Róbert, A társadalmi kommunikáció hatása Magyarországon, Bp., 1982.
2. Bell, Steve, „Storyline as an Approach to Language Teaching.” Die Neueren Sprachen, Band 94, Heft 1, 1995.
3. Béres István, Társadalmi kommunikáció, Bp., 2001.
4. Bessenyei István, A digitális bennszülöttek új tudása és az iskola. Oktatás-Informatika, 2010, 2. évf., 1–2. sz.
5. Diamond, Jared, Összeomlás; Tanulságok a társadalmak továbbéléséhez, Budapest, Typotex Kiadó, 2007.
6. Dominek Dalma Lilla, A Magyar- és a Bakonyi Természettudományi Múzeum, In: Kéri Katalin (szerk): Társadalmi nem és oktatás. Pécs, 2011.
7. Dominek Dalma Lilla, Élményalapú környezeti nevelés a természettudományi múzeumokban, Szegedi Egyetemi Kiadó-Belvedere Meridionale, 2021.
8. Dominek Dalma Lilla: A Magyar- és a Bakonyi Természettudományi Múzeum
In: Kéri Katalin (szerk.), Társadalmi nem és oktatás, Pécs, 2011.
9. Dryzek, John S., Politikai és ökológiai kommunikáció. In: Scheiring–Jávor, Megjelent: Dryzek, John S. (1996): Political and Ecological Communication. In: Mathews, Freya(szerk.): Ecology and Democracy. London, Frank Cass, 2009.
10. Em Griffin, Bevezetés a kommunikáció elméletbe, Budapest, Harmat, 2003.

11. Fehér Katalin, Tanulmányok a társadalmi kommunikáció témaköréről, Bp., 2007.
12. Habermas Jürgen, A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása. Vizsgálódások a polgári társadalom egy kategóriájával kapcsolatban, Gondolat, Budapest 1971.
13. Horányi Özséb, A kommunikáció mint participáció. Budapest, Typotex Kiadó, 2007.
14. Janousek Javomir, Társadalmi kommunikáció, Bp., 1972.
15. Karácsony András, A jog filozófiai megközelítése Niklas Luhmann rendszerelméletének tükrében, In: Jenei Ágnes (szerk.) Közélet és kommunikáció, Budapest, BKÁE, 1999.
16. Karácsony András, A kommunikatív állapot. Antropológiai és társadalomelméleti megfontolások. Kézirat. 2001.
17. Kelly, George A., A Mathematical Approach to Psychology, 1961
In Clinical Psychology and Personality: The Selected Papers of George Kelly, Wiley, New York, 1969.
18. Kövecses Gósi Viktória, Lampert Bálint, Petz Tiborné, Csenger Lajosné, Első éves hallgatók fenntarthatósággal kapcsolatos attitűdjének vizsgálata, 12th International Conference of J. Selye University Sections of Pedagogy and Informatics,
<http://uk.ujs.sk/dl/3778/Gosi.html>
19. Kövecsesné dr. Gósi Viktória, A digitális korszak oktatásmódszertani kihívásai, „ÚTKERESÉS ÉS ÚJRATERVEZÉS” XXI. Apáczai Konferencia, konferenciakötet (szerk. Baranyiné Kóczy Judit, Fehér Ágota), Győr, SZE AK, 2018.
20. Kövecsesné dr. Gósi Viktória, Környezeti nevelés gyakorlata az erdei iskolában Hazánk Kiadó, Győr, 2015.

21. Kövecsesné dr. Gósi Viktória-Lampert Bálint, A környezetpedagógia gyakorlata a tanítóképzésben, JATES Alkalmazott Műszaki és Pedagógiai tudományos folyóirat, 2017.
22. Kövecsesné dr. Gósi Viktória-Lampert Bálint, A környezetpedagógia múltja, jelene a győri tanítóképzésben (társszerzővel), In.: 240 éves a győri tanítóképzés, szerk. Fehér Ágota, Baranyiné K. Judit, ISBN 978-651-5776-30-4, Universitas – Győr Nonprofit Kft., Győr, 2019.
23. Luhmann, Niklas, Ökológiai kommunikáció: képes-e felkészülni a modern társadalom az ökológiai veszélyekre?, Budapest , Gondolat, 2010.
24. McQuail, Denis, A tömegkommunikáció elmélete, Osiris, Budapest, 2003.
25. Mikó Attiláné, A Storyline módszer, Módszertani Közlemények 2017/1.
26. Niklas Luhmann, Bevezetés a rendszerelméletbe, Gondolat, 2006.
27. társadalom. Az elmélettől a politikai gyakorlatig. Tankönyv. Budapest: Gondolat – Új Mandátum, 2007.

V. Publikációs jegyzék

Folyóiratcikkek

1. Kaczur-Somfay Dorottya (2014): An International Journal of Pure Communication Inquiry- A Possible Research Method For Exploring Hidden Relations in Ecological Communication, KOMÉ. Letölthető: <http://komejournal.com/files/Kaczur%20KOME.pdf>
2. Kaczur-Somfay Dorottya- Szondy Réka (2015): A hiányok nagy könyve- Recenzió, Kreatív kommunikációs magazin.

3. Somfay Dorottya (2021) A szemléletformálás kihívásai a magyar hulladékgazdálkodásban, Budapest Metropolitan Egyetem Annales Évkönyv, ISSN: 1789-879X
4. Somfay Dorottya (2021): A luhmanni ökológiai kommunikáció, Jogelméleti Szemle, ISSN: 1588-080X
5. Somfay Dorottya (2021): Ecological communication challenges in waste management, Journal of Management and Business, ISSN 1338-0494
6. Somfay Dorottya (2022.): A környezeti nevelés kihívásai napjainkban, Kommunikáció Média Gazdaság, ISSN:1589-9500
7. Kaczur-Somfay Dorottya (2015): A magyarországi hulladékgazdálkodással kapcsolatos kommunikáció újragondolása, A Szolnoki Főiskola Tudományos Közleményei VIII. új évfolyam 3. szám, ECONOMICA tudományos folyóirat Szolnoki Főiskola

Egyéb

Konferencia kiadvány

1. Kaczur-Somfay Dorottya (2014): A magyarországi hulladékgazdálkodással kapcsolatos kommunikáció újragondolása, DOSZ Tavasz Szél Konferencia Tanulmánykötet