

Valóban társadalmilag felelős a globális polgár?

Is the global citizen really socially responsible?

VIZI NOÉMI

PhD hallgató, Szegedi Tudományegyetem, vizinoemi2@gmail.com

HETESI ERZSÉBET

egyetemi tanár, Szegedi Tudományegyetem, hetesi.uj@gmail.com

Absztrakt

A tanulmány két primer kutatás adatállományának összehasonlításával vizsgálja a globális polgárság és a társadalmi felelősségvállalás kapcsolatát. Az első kutatásban a környezettudatosságot, a tudatos fogyasztást és a globális polgárságot mértük, a másodikban pedig a globális polgárság szempontjait a szakirodalomban meghatározott három dimenzió mentén: a társadalmi felelősségvállalás, a globális kompetencia és a globális civil elköteleződés. A tanulmány célja az, hogy megvizsgáljuk, vajon kimutatható-e összefüggés az általunk végzett két kutatás eredményei között. A kutatások online kérdőív felhasználásával történtek, jelen tanulmányban az adatok összehasonlító elemzése során a válaszok értékelése a Z generációra vonatkozik. A két felmérés összevetésének érdekes eredménye, hogy a környezettudatossági felmérésben a globális polgárság társadalmi felelősségvállalás dimenziója magasabb értéket ért el, mint az „általános” globális polgár felmérésben. A két - egymástól független - primer kutatás elemzésének eredményei alapján az is megállapítható, hogy a magyar fiatalok körében a globális polgárság és a társadalmi felelősségvállalás kapcsolatára jelentős hatást gyakorol a vizsgálat kontextusa, ezért az összefüggések megragadása igen nehéz feladatnak bizonyul.

Kulcsszavak: társadalmi felelősségvállalás, felelős fogyasztás, globális polgárság

Abstract

This paper explores the relationship between global citizenship and social responsibility by secondary analysis of two primary research datasets. In the first research, environmental awareness, conscious consumption and global citizenship were measured, and in the second, aspects of global citizenship were examined along three dimensions based on the literature: social responsibility, global competence and global citizenship. The research was carried out using an online questionnaire, and in this study, the second analysis of the data is based on the evaluation of the responses for Generation Z. An interesting result of the comparison of the two surveys is that the social responsibility dimension of global citizenship scores higher in the environmental awareness survey than in the 'general' global citizen survey. The results of the second analysis of the two independent primary surveys also suggest that the context of the survey has a significant effect on the relationship between global citizenship and social responsibility among the Hungarian youth, therefore it is a very difficult task to identify interrelation.

Keywords: social responsibility, responsible consumption, global citizenship

1. Bevezetés

A tanulmány megírását azonos év (2020) két különböző időszakában, más alapsokaságban, de témában hasonló kérdőíves kutatás eredményei motiválták. Az első primer kutatás a fenntarthatóságra és a felelős fogyasztásra (újra-felhasználhatóság) koncentrált, és csak részben érintette a társadalmi felelősségvállalás és a globális polgárság kérdéseit, míg a második kutatás kifejezetten a globális polgársághoz fűződő attitűdöket vizsgálta. Az első esetben az alapsokaságot a teljes lakosság jelentette, a második kutatás pedig a magyar egyetemisták körében zajlott. A két kutatásból kiemeltük azt az adatállományt, amely a társadalmi felelősségvállalás, a globális polgár, valamint a környezetvédelemmel és felelős fogyasztással kapcsolatos kérdésekre vonatkozik, a mintákban pedig a Z generáció válaszait hasonlítottuk össze.

Mindkét kutatás eredményei arra a tényre hívták fel a figyelmet, hogy a globális polgárság kérdésköre – a nemzetközi szakirodalommal ellentétben – nem feltétlenül tartozik a magyar fiatalok érdeklődési körébe, a társadalmi felelősségvállalásuk pedig jelentősen függ a kontextustól: például a környezetvédelmi kérdésekben magasabb az elkötelezettségük.

A tanulmány első részeiben röviden áttekintjük a vizsgált kategóriák szakirodalmát, majd bemutatjuk a két kutatás lebonyolításának körülményeit, és legfontosabb eredményeit.

2. A téma szakirodalmi háttere

2.1. Társadalmi felelősségvállalás – felelős fogyasztás

A fenntarthatóság, a környezetvédelem, az esélyegyenlőség, digitalizáció, robotizáció igazi hívószavakká, célkitűzésekké váltak a 2020-as években. Az már egyértelmű, hogy az erőforrások végesek, nem fenntartható az az életmód, ami jelenleg tapasztalható, főként a fejlett országokban. Ide sorolható a pazarlás, a felesleges vásárlások, az eldobó kultúra világméretűvé válása, amelyhez közvetlen módon kapcsolódik a klímaváltozás és még sok más tényező is. Évekkel ezelőtt a pesszimista prognózisok elsősorban a bolygónkat fenyegető ökológiai veszélyekre figyelmeztettek, ahol a globális klímaváltozás a trendek első helyén áll évek óta. STERN (2007) a klímaváltozás gazdasági hatásaira, illetve a szükséges intézkedésekre hívta fel a figyelmet, amikor megállapította, hogy az éghajlatváltozás következtében jelentősen módosulni fognak az alapvető életfeltételek, mint a víz, az élelmiszerek rendelkezésre állása, de befolyásolni fogja életünket az új betegségek feltűnése is. A klímaváltozás hatására kulcsfogalom lett a fenntarthatóság, a CSR (Corporate Social Responsibility – vállalatok társadalmi felelősségvállalása) pedig beépül a vállalati stratégiákba.

A CSR nem újkeletű fogalom, a vállalati felelősségvállalás kérdése már az 1950-es években felmerült (BOWEN, 1953), majd később egyre több terület foglalkozott annak definiálásával. Az interdiszciplináris megközelítések közgazdasági (FRIEDMAN, 1970, PORTER – KRAMER, 2002), jogi (MATTEN – CRANE, 2005), majd a sokat vitatott etikai (CAROLL, 1991) megközelítése mellett számos új szempont is felmerült. Mára a fenntarthatósági szervezeti elvárások kapcsán annyi variációval találkozunk (CSI, SRI, ESG, stb. MERSHAM, 2022), hogy azok definiálása és a különbségek/azonosságok feltárása nem célja ennek a tanulmánynak. Kutatott témánkhöz ugyanis a felelősségvállalás kiterjesztett (gazdasági, jogi, környezeti, társadalmi) felfogása áll a legközelebb.

A *fenntartható fejlődés* (sustainable development) kielégíti a jelen igényeit anélkül, hogy csökkentené a jövő generációk képességét, hogy kielégítsék a saját igényeiket (BRUNDTLAND-jelentés, 1987). A jelenlegi társadalmi-gazdasági folyamatok fenntarthatatlansága, potenciálisan önpusztító jellege a közvélemény és a környezeti problémakörrel foglalkozó kutatók körében napjainkra egyaránt tudatosult.

A *felelősségteljes fogyasztás* alapja a társadalmi-, környezeti-, és az etikai felelősségérzet, vagyis az, hogy a megfelelő szempontokat mérlegelve (amelyek egyénileg változhatnak), tudatosan hozzák meg a fogyasztók a gazdasági döntéseiket. Attól függően, hogy a felelős fogyasztás mely aspektusa az erősebb, kialakult a társadalmilag felelős fogyasztás, a környezettudatos fogyasztás, és az etikus vásárlói magatartás (DUDÁS, 2011). Az, hogy a fogyasztók megfontolják a fogyasztás társadalmi következményeit (kitől és milyen gyakorisággal vásárolnak, hogyan zajlott a termék előállítása, milyen társadalmi-, etikai-, és környezeti szempontok merülnek fel) és megpróbálják a pénzüket, ezáltal a vásárlóerejüket arra felhasználni, hogy pozitív társadalmi változásokat idézzenek elő (LIM, 2017). Más nézőpont szerint felelős fogyasztás során a jelenkor fogyasztási szerkezetének átalakítása a cél, amely a fenntarthatóság felé mutat (CSIGÉNÉ NAGYPÁL – GÖRÖG, 2015). Ehhez a trendhez a szervezeteknek és a fogyasztóknak is alkalmazkodniuk kell, és ez természetesen hatással van a vállalati marketing stratégiákra, a fogyasztói magatartásra is.

A fenntarthatóság és a felelősségteljes fogyasztás kapcsán nem véletlen, hogy az elmúlt években az üzleti világban is megjelent az ökoszisztéma fogalma, amely mintegy kiterjeszti azokat a megközelítéseket, amelyek a fenntarthatóságra vonatkoznak. Az ökoszisztéma azon kifejezések közé tartozik, amelyekre ha megkérdezzük száz embert, hogy mit jelent, valószínűleg százféle választ kapunk. Nagyon sokféle ökoszisztéma létezik, amelyeknek egy közös alapelvük van: az ökoszisztéma áru- és szolgáltatástermelésének hosszú távú fenntarthatósága (STUART, 2011).

Más szerzők is felvetik a fenntarthatóság és a felelősségvállalás kérdését. CAVAGRANO és CURIEL (2017) holisztikus megközelítést alkalmaznak a fenntartható fejlődéshez. A szerzők azt állítják, hogy ez a megközelítés az emberrel kezdődik és végződik. Úgy vélik, hogy a fenntartható fejlődés személyes dimenzióját elhanyagolták, és egyértelmű, hogy fenntartható társadalmak nem valósulhatnak meg olyan elkötelezett egyének nélkül, akik meg vannak győződve arról, hogy részt kell venniük a fenntarthatósági projekteknél. Az emberi jólét elsősorban az anyagi jóléttől, az egészségtől, a jó társadalmi kapcsolatoktól, a biztonságtól és a szabadságtól függ. Ezek a tényezők azonban olyan értékrendet feltételeznek, ahol az egyének képesek egyéni érdekeiket alárendelni a globális érdekeknek, azaz egy egységes értékrend alapján hozzájárulnak a globális problémák enyhítéséhez. A fentiek alapján úgy gondoljuk, hogy érdemes vizsgálni a globálisan gondolkodó polgár jellemzőit, akire globális polgárként fogunk hivatkozni a tanulmányban.

2.2. A globális polgár

Az állampolgárságot már az ókori görög és római civilizáció is aktívan alkalmazta (BIANCHI – STEPHENSON, 2013), az egyén és az állam kapcsolata, amely státuszhoz jogok és kötelezettségek kapcsolódtak (LAW, 2007). Ugyanis ez egy státusz, vagyis kiváltság volt, amely nem járt mindenkinek. Ezt ki kellett érdemelni vagy bele kellett születni, sőt, sokáig csak a férfiak kaphatták meg (LIANAKI-DEDOULI – PLOUIN, 2017). Ez az állampolgársági megközelítés nagyon sokat formálódott, és napjainkban a világban már mindenkit megillet, még ha különböző módon és mértékben is. A jól lehatárolt földrajzi területek miatt az adott területen lakóknak közeke az értékeik, a nyelvük, a kultúrájuk, történelmi eseményeik (PUNCHEVA-MICHELOTTI et al., 2018), továbbá azonos politikai és gazdasági rendszer szabályai szerint élnek és tevékenykednek.

A nemzetállamhoz való tartozás (mint a hagyományos értelemben vett állampolgárság) mellett a globalizáció hatására kialakult a globális polgárság (global citizenhip) megközelítése is. DAVIS 2006-ban megjelent tanulmányában arra hívja fel a figyelmet, hogy ez a kifejezés oximoronnak tekinthető, mivel olyan szókapcsolat, amely egymásnak ellentmond. Jogi értelemben problémás a polgárság globális szintre való kiterjesztése, mert az egyének nem

tagjai olyan globális politikáknak, ahol korlátlanul érvényes bírói hatalom lenne érvényben a nemzetállamok felett (LAGOS, 2002). A globálisan gondolkodó polgár kifejezés jobban kifejezi a tartalmát: „*tudatában vagyunk annak, hogy a világ egyik részén tett cselekvések hatással lehetnek a [nemzeti] határokon túli emberekre...*” (BOWDEN 2003:359).

Tehát a globális szinten való gondolkodás úgy is értelmezhető, mint egy határokon átvívelő állampolgárság (UNESCO, 2014). Ezt azonban már nem a nem, a társadalmi státusz, a jövedelmi helyzet, esetleg a foglalkozás határozza meg, hanem az ember gondolkodásmódja, tudatossága, felelősségérzete, adott helyzetekben való cselekvése.

A globális polgár megközelítés egyfajta elköteleződés a kulturális diverzitás, az emberi jogok tisztelete és mások igényei iránt, továbbá nem tesz különbséget faji, vallási, etnikai, társadalmi státusz és nemzetállamhoz való kötődés alapján (LYONS et al., 2011). De meghatározható úgy is, mint olyan ember, aki képes kifejezni önmagát anélkül, hogy korlátozna másokat az önkifejezésben (LIANKI-DEDOULI – PLOUIN, 2017). ESTEVES (2015) tanulmánya alapján globális polgárnak tekinthetjük azt a polgárt (függetlenül az országától és a kultúrájától), aki tudatos, és felelősséget érez nem csak a szűkebb értelemben vett környezete iránt, hanem a bolygóra gyakorolt hatása iránt is. Legyen ez akár gazdasági-, társadalmi-, vagy környezeti aspektus. Összefoglalva az elmondottakat fontos, hogy *egy globális polgár legyen tisztában a globális kérdésekkel, tehát tudatos; társadalmilag felelős; illetve társadalmilag elkötelezett és aktívan részt vesz a helyi/regionális/nemzeti/globális közösségi „akciókban”* (STONER et al., 2014). Tehát nem csupán „gondolatban” globális polgár, hanem a gyakorlatban is, amit a tetteivel tesz láthatóvá. Ezt nem csupán úgy tudja közvetíteni a környezete és a külvilág felé, hogy egy szervezetnél önkéntes, hanem úgy is, hogy szemléletformáló akciókat szervez, vagy a fogyasztási döntései során juttatja érvényre a társadalmi felelősségvállalását. Éppen ebből adódóan definíció alapján nem tekinthető mindenki azonos mértékben globális polgárnak, viszont mindenki részt vesz valamilyen formában a globális gazdaságban, csak eltérő a tudatosságának-, felelősségvállalásának-, civil elköteleződésének a szintje.

A globális polgároknál három tulajdonságcsoport jelenik meg: a tudás és megértés; a készségek/képességek; valamint az értékek/attitűd (UNESCO, 2018), továbbá kiemelt fontosságú ezek összehangolt működése az elméletben és a gyakorlatban.

A fentiek alapján a jellemzőket a következőképpen csoportosíthatjuk:

- *tudás, tudatosság* – globális kompetenciák, tudatosság, fenntarthatóság (MORAIS – OGDEN, 2011; REYSEN – KATZARSKA-MILLER, 2013; GOREN – YEMINI, 2017),
- *egymás elfogadása, egyenlőség* – kulturális diverzitás, faji egyenlőség, társadalmi igazságosság (OXFAM, 2015),
- *létből eredő jogok* – szabadság az önkifejezésre, hozzáférés oktatáshoz, szavazáshoz (LYONS et al., 2011; TEO, 2015),
- *aktív szerepvállalás/cselekvés* – társadalmi elkötelezettség, civil szerepvállalás, gondoskodás (STONER et al., 2014; LYONS et al., 2011).

3. Primer kutatások

A jelen tanulmányban bemutatott primer eredmények pilot kutatásként zajlottak, ahol az első pilot projekt 2020. október és 2020. november között valósult meg, a második kutatásban pedig 2020. október és december között történt a kitöltés. Mindkét alkalommal online kérdőíves eljárást alkalmaztunk, az eredményeket statisztikai módszerekkel elemeztük, annak érdekében, hogy találjunk összefüggéseket a két kutatás eredményei között.

3.1. Primer kutatás I. – Környezettudatos fogyasztás, újrahasználás, globális polgárság

Ebben a kutatásban a kutatási cél a környezettudatosság felmérése volt, melynek keretében az élet 8 területén: étkezés (7 szempont), bevásárlás (5), szórakozás (5), kirándulás/nyaralás (7), ruhavásárlás (4), higiéniai termékek vásárlása (4), közlekedési mód (6) és az élet egyéb területei (5). 43 változóval vizsgáltuk az újrahasználatra irányuló attitűdöket, és 13 állítással a globális polgárság társadalmi felelősségvállalás dimenzióját az elérhető online közösségekben (melynek alapját MORAIS – OGDEN 2011-es tanulmánya jelentette). Minden esetben 6 fokozatú skálás kérdéseket használtunk. A kérdőívet – ami csak Magyarországon volt elérhető – 152 fő töltötte ki, összetételét tekintve a minta nem tekinthető reprezentatívnak: a nők felülreprezentáltak (80%), a válaszadók több mint 37,5%-a 18-25 év közötti, a 26-40 évesek 41,45%-kal jelennek meg a mintában, míg a 41-55 év közöttiek 11,84%-ot képviselnek, az 55 év felettek aránya pedig 8,55%.

Az elemzést Microsoft Excel és SPSS programokkal végeztük. A 8 környezettudatossági alterület pontjait összesítettük környezettudatossági összpontszámmá (értéke maximum 258 lehet), illetve a globális polgárság, társadalmi felelősségvállalás három aldimenziójának pontszámait is egyesítettük (értéke maximum 78 pont lehet). A vizsgálatok során ezen értékeket használtuk, nem pedig a kutatásban kapott 43+13 tényezőre érkezett értékeléseket külön-külön.

Elsőként lefuttattunk egy Cronbach's Alpha mutatót a 43 környezettudatosságot mérő változóra, az értéke 0,854 lett. Az elfogadási tartomány 0,7 feletti, tehát igazoltuk, hogy a skála környezettudatosság szempontjából konzisztensnek tekinthető, tehát van értelme összeadni a tényezőkre adott pontszámokat. Ugyanezt az eljárást alkalmaztuk a globális polgárságot mérő 13 kérdésre is, ahol a Cronbach's Alpha értéke 0,808, így ez a skála is konzisztensnek tekinthető.

A kutatás egyik fontos kérdése az volt, hogy van-e kimutatható kapcsolat a környezettudatossági összpontszám és a globális polgársági összpontszám között. Mivel mindkét változó skála mérési szintű változó, ezért alkalmazható a korreláció és a rangkorreláció is közöttük. Korreláció esetén a Pearson-féle korrelációs együttható értéke $r_{xy}=0,567$, amely pozitív irányú, közepesen erős kapcsolatként azonosítható. A Spearman-féle rangkorreláció esetén e két rangsor között pozitív irányú, gyenge kapcsolat mérhető ($r_s=0,401$ érték alapján).

Ez a kutatás időben megelőzte a globális polgár attitűdre irányuló kérdőíves kutatást, azonban a számunkra fontos összefüggések vizsgálata szempontjából a kutatásból kiemeltük azt az adatállományt, amely a társadalmi felelősségvállalással, felelős fogyasztással és a globális polgársággal kapcsolatos kérdésekre vonatkozik, és kis elemszámon a Z generáció válaszait is elemeztük.

Az 1. sz. táblázatban a teljes mintára értelmezve az átlagpontszám 51,9, az egyes válaszadói összpontszámok pedig átlagosan 10,24 ponttal térnek el a főátlagtól. A csoportok esetében megfigyelhető, hogy a 40 év alattiak magasabb pontszámot értek el, mint a 41-nél idősebbek. Az eredmények azt jelzik, hogy a fiatalabbak „magasabb szintű” globális polgároknak tekinthetők, akik társadalmilag felelősegteljesebbek (1. táblázat).

1. táblázat

A teljes globális polgársági átlag pontszámok és szórások eltérése életkor alapján

Életkor	Gyakoriság (fő)	Relatív gyakoriság (%)	Átlag (pont)	Szórás (pont)
18 évnél fiatalabb	1	0,66	59,00	–
18-25 év	57	37,50	53,54	8,35
26-40 év	63	41,45	52,14	8,74
41-55 év	18	11,84	46,50	13,73
55 évnél idősebb	13	8,55	50,54	16,42
Összesen	152	100,0	51,9	10,24

Forrás: saját szerkesztés

Bár az életkori cellák elemszáma alacsony, az eredmények jelzésértékűek, ugyanis a szakirodalom szerint is a 18 és 25 év közötti fiatal felnőttek nagyobb valószínűséggel gondolják magukat a világ globális polgárainak. BRAMLETT (2016) a World Value Surveys adatait felhasználva arra következtetésre jutott, hogy ez különösen igaz az elmúlt évtizedekben, a globalizáció kontextusában nagykorúvá váló fiatal felnőttekre, ami alátámasztja a Z generációra való összpontosítást az elemzéseinknél.

És bár nem kapcsolódik szorosan a Z generációhoz, de érdekes kérdésként vetődik fel, hogy a jövedelemszint vajon befolyásolja-e a globális polgárság szintjét. A globális polgár jellemzői közé tartozik az igazságosság elfogadása, a gondoskodás, az érzékenység mások problémáival kapcsolatban. Ebből az is következhetne, hogy a magasabb jövedelemmel rendelkezők globális polgárság attitűdjei pozitívabbak. Megvizsgáltuk, hogy igazolható-e, hogy magasabb jövedelemszinten magasabb lesz a globális polgárság területén szerzett összpontszám is. A csoportátlagok összehasonlításának eredményeként a $H=0,226$, vagyis a változók között gyenge kapcsolat áll fenn. Legkisebb átlagpontszámmal azok rendelkeznek, akik legalább kétszeresét keresik a magyar nettó átlagjövedelemnek. Ők 45 pontot értek el a 78-ból. Legmagasabb átlagpontszámot (54,05) pedig azok értek el, akik a nettó átlagkereset körülbelül másfélszeresét keresik (2. táblázat).

2. táblázat

A teljes globális polgársági pontszámok eltérése jövedelmi csoportok szerint

Jövedelemszint	Átlag (pont)	Gyakoriság (fő)	Relatív gyakoriság (%)	Szórás (pont)
Az átlagosnál valamivel rosszabb (legfeljebb az átlagkereset kb. 60%-a, nettó 168.000 Ft)	52,724	69	45,4	9,49
Átlagbér (nettó 280 500 Ft)	51,81	48	31,5	9,49
Az átlagnál valamivel jobb (az átlagkereset másfélszerese nettó 452.000 Ft)	54,04	21	13,8	5,64
Jelentősen az átlag felett (az átlagkereset legalább kétszerese, több mint kb. nettó 560. 000 Ft)	45,00	14	9,3	17,593
Összesen	51,90	152	100,0	10,24

Forrás: saját szerkesztés

Ez az eredmény annak ellenére is jelzésértékű lehet, hogy a csoport-elemszámok nagyon eltérőek, és éppen a legmagasabb átlagkeresettel bírók szerepelnek a legalacsonyabb pontszámmal.

3.2. Primer kutatás II. – Globális polgárság attitűdjei a fiatalok körében

Az egyetemista Z generáció globális polgársághoz fűződő attitűdjét is online kérdőíves megkérdezés segítségével vizsgáltuk, ahol a cél az volt, hogy megtudjuk, hogy a Z generációhoz tartozó magyar egyetemisták körében a globális polgárság három dimenziója közül melyik a domináns. A kutatáshoz MORAIS és OGDEN (2011) kérdőívét adaptáltuk. E kérdőív követi a globális polgárság három dimenzióját (társadalmi felelősségvállalás, globális kompetencia (tudás), globális polgári bevonódás), és azokhoz kapcsolódóan fogalmaz meg 41 állítást. Hólabda módszerrel igyekeztünk minél több fiatalot elérni, a kitöltés 2020. október és december között történt. Közel 4000 hallgatót értünk el, azonban a kitöltési hajlandóság nagyon alacsony volt: összesen 143 kitöltés érkezett, melyből 117 fő tartozott a Z generációhoz, 93%-uk egyetemi képzésben vesz részt, 73%-uk alapképzésen tanul. A minta nem reprezentatív. Az alacsony kitöltésszám is jelzi azt, hogy a téma – a szakirodalommal ellentétben – nem feltétlenül tartozik a magyar fiatalok érdeklődési körébe (UDVARI et al., 2021).

Mivel a célunk az volt, hogy összehasonlíthatóvá váljanak a dimenziók, kiderüljön, hogy a Z generációs kitöltők mely területen teljesítenek jobban, azaz hol érik el a legmagasabb átlagpontoszámot és a legkisebb szórást, az elemzéshez SPSS statisztikai programot alkalmaztunk, ezen belül pedig faktoranalízist és leíró statisztikát. A három dimenziót átlagpontoszámok és a szórások által vizsgáltuk. Az eredmények a 3. táblázatban láthatók. Az átlagpontoszámokat összpontoszámhoz viszonyítva látható, hogy a globális kompetencia esetében a legmagasabb ez az arány, amely arra utal, hogy ebben a globális polgár dimenzióban teljesítettek legjobban a kitöltők. A szórásokat összehasonlítva jelentős eltérések tapasztalhatók, ugyanis amíg a társadalmi felelősségvállalás esetén 3,98 ez az érték, a globális civil elköteleződésnél 11,44, amely tükrözi, hogy a kitöltők mennyire különbözően vélekednek a globális polgárságot mérő kérdésekről.

3. táblázat

Globális polgárság dimenzióinak átlagpontoszáma és szórása

Globális polgár dimenzió	Dimenzió állításainak száma (db)	Maximálisan elérhető pontszám (pont)	Átlagpontoszám (pont)	Az átlag-pontoszám az összpontoszám arányában (%)	Szórás (pont)
Társadalmi felelősség	13	78	37,63	48,24	3,98
Globális kompetencia	12	72	37,29	51,79	7,24
Globális civil elköteleződés	16	96	37,84	39,42	11,44

Forrás: saját szerkesztés

A Z generációra szűkített válaszokat faktorelemzés segítségével tovább vizsgáltuk (UDVARI et al., 2021). A faktorelemzés során a 3 dimenzió elemeit, azaz a 41 változót e módszer segítségével 4-4 kategóriába tudtunk sorolni, amelyek kapcsolódnak a globális polgárságot leíró dimenziókhoz (társadalmi felelősségvállalás, globális kompetencia, globális civil elköteleződés) (4. táblázat).

4. táblázat

A globális polgárság dimenzióihoz kapcsolódó faktorok

Dimenzió	Faktor	Jelentés
Társadalmi felelősségvállalás	Társadalmi igazságosság	A világ igazságos, és mindenki azt kapja, amit megérdemel.
	Kizsákmányolás	Senkit nem lehet kizsákmányolni, de nélkülözés időszakában megengedett az erőszak.
	Szegénység	A szegényeknek segíteni kell, és szegénységük oka nem az, hogy nem dolgoznak eleget.
	Felelősség	Érdeklődik és foglalkozik mások problémáival.
Globális kompetencia	Önkéntelen alkalmazkodás	Önkéntelenül veszi át más kultúrából érkezett ember viselkedését.
	Multikulturalizmus	Bárhol tud élni, több nyelven beszél, és megérti a más kultúrából érkezett embereket.
	Kommunikáció	Tud és mer a globális problémákról beszélni.
	Egyéni kompetencia	Érzi annak lehetőségét, hogy befolyásolni tudja a világ működését.
Globális civil elköteleződés	Személyes és aktív részvétel	2 éven belül valamilyen globális ügyet szolgáló civil rendezvényen részt vesz.
	Felelős termékfogyasztás	Fair-trade és hátrányos helyzetűeket támogató termékek vásárlása van előtérben.
	Önkéntesség	2 éven belül valamilyen önkéntes tevékenységet tervez folytatni.
	Véleménynyilvánítás	6 hónapon belül megosztja valamilyen fórumon a globális problémákról alkotott véleményét.

Forrás: (Udvári et al., 2021:1215)

Azt is megvizsgáltuk, hogy az egyes faktorok közül melyek voltak erősebbek a válaszadóink között. Ennek alapján kiemelkedő a globális civil elköteleződés dimenzió: mind a négy faktor jobb eredményt ért el, mint a másik két dimenzió faktorai. Ez arra utal, hogy a Z generáció valóban tenni szeretne valamit a világért, és hajlandó önkéntes munkát vállalni, valamint igyekszik ügyelni a saját termékfogyasztására is. Az eredmények alapján úgy tűnik, hogy a kitöltőink szívesen és magabiztosan mozognak a világban (multikulturalizmus), azonban bizonytalannak tűnnek a társadalmi felelősséget érintő kérdésekben (UDVARI et al., 2021).

3.3. Az összehasonlító elemzésből levonható következtetések

A két felmérés egymástól függetlenül zajlott, de ugyanúgy egyetemisták globális polgárságát vizsgálta. A kutatások hazai Z generációra szűkített adatai alapján végzett primerelemzés egyik legérdekesebb eredménye, hogy míg a globális polgárság vizsgálatának esetében az átlagpontszámok alapján a legerősebb tényezőnek a globális civil elköteleződés bizonyult, de ha az adott dimenzió összpontszámához viszonyítjuk az átlagot, akkor a globális kompetencia értéke magasabb. Megfigyelhető, hogy a MORAIS és OGDEN (2011) féle 3 dimenzió mindegyikének átlagpontszáma 37 és 38 közötti (3. sz. táblázat). Ezzel szemben akkor, amikor a környezettudatosság és a globális polgárság kapcsolatát elemeztük, a társadalmi felelősségvállalás dimenzióra értelmezett globális polgársági összpontszám teljes mintára számított átlaga 51,9 pont (2. sz. táblázat), a 18-25 év közöttiek esetében 53,50, amely a csoportok közül a legmagasabb, ha kivesszük az 1 főt, aki 18 év alatti volt és külön korcsoportba került. Ez alapján elmondható, hogy ha „aktiváltuk” a környezettudatosságra, irányuló „szerepet”, akkor lényegesen (37,9%-kal) magasabb lett a társadalmi felelősségvállalás terület átlagpontszáma, mint abban az esetben, ha önmagában vizsgáltuk a globális polgárság dimenzióit.

4. Összegzés

A két kutatás alapján azt mondhatjuk, hogy hazánkban általában is csekély az érdeklődés és a tudás a globális polgár kérdéskörében, de ez sajnos a fiatalok esetében is igazolódott. A mi következtetéseink is arra hívják fel a figyelmet, hogy miközben a kérdőíveinket kitöltő Z generáció tagjai elkötelezettek az aktív cselekvés és a környezettudatosság irányában (például önkéntes tevékenység, felelős termékfogyasztás, véleménymegosztás és -csere), ez akkor mutatkozott meg inkább, ha a környezettudatossági területről kérdeztük őket, és ezt követően kerültek elő a társadalmi felelősségvállalásra vonatkozó állítások, amelyekkel mérhetővé válik a globális polgárság.

Természetesen tisztában vagyunk kutatásunk korlátaival is: az online kérdőívezés eredményezte nem reprezentatív mintákkal, az alacsony mintaelemszámokkal, és ennek következtében eredményeink megbízhatóságával is. Sőt, ez az elemzés az érvényesség módszertani problémájára is felhívja a figyelmet. Amikor azt láthatjuk, hogy egészen más eredmények születtek a globális polgárság dimenzióira, ha a központi probléma maga a globális polgárság volt, mint amikor mindezt a környezettudatosság témakörével együtt vizsgáltuk, akkor figyelniünk kell arra a körülményre is, hogy milyen kontextusban történik az adatfelvétel. A vizsgálatoknál nem csupán arról van szó tehát, hogy „hogyan” kérdezzük meg valamit, hanem arról is, hogy a vizsgált probléma tartalmi környezete befolyásolhatja a válaszadókat.

Ugyanakkor bízunk benne, hogy a korlátok ellenére következtetéseink jelzésértékűek lehetnek.

Számos szakirodalmi kutatás foglalkozik a Globális állampolgári nevelés (Global Citizenship Education GCE) megvalósításával, mérésével és sikerével kapcsolatos kérdésekkel

(SCHATTLE, 2009; PACHO, 2020). A GCE célja, hogy elősegítse a békés, befogadó, toleráns, fenntartható és társadalmilag igazságos társadalmakat; a nemzetközi politikai diskurzusban és az akadémiai kutatásban betöltött központi szerepe ellenére azonban a GCE hatása a fiatalok társadalmi egyenlőtlenségekkel vagy az emberi jogokkal kapcsolatos attitűdjére még viszonylag feltáratlan. Van tehát tennivaló a nevelés területén is: ha fejlesztjük, a globális civil elköteleződést valamint a társadalmi felelősségvállalás területét, akkor a globális kompetencia kapcsán érezhető aktív szerepvállalásra építve sok célt el lehet érni.

Tekintettel arra, hogy kutatásunk a fiatal generáció körében zajlott, az eredmények gyakorlati hasznosítása a nevelésen túl a társadalmi normák és értékek alakítása olyan módon, hogy az önkéntesség erény legyen, hogy a fogyasztásról való lemondás egy jobb jövő érdekében természetessé váljon. Ezeknek az értékeknek a formálását egészen kicsi korban – már az óvodában – érdemes elkezdni. Az olyan közös megmozdulások, mint a Föld Napja, Autómentes Nap, Nemzetközi Vásárlásmentes Nap arra szolgálnak, hogy felkeltsék az érdeklődést, és az később aktív cselekvéssé, mindennapi természetes szokássá váljon.

További kutatási irányok bőségesen rendelkezésre állnak, éppen a kérdés feltáratlansága miatt. A GCE égisze alatt az UNESCO több speciális témával foglalkozik: az erőszakos szélsőségek megelőzése oktatás segítségével, a nyelvek az oktatásban és a jogállamiság előmozdítása a globális állampolgári oktatáson keresztül (UNESCO, 2022). Nagyon sok a lehetőség a marketing területén is. Jövőbeni terveink között szerepel a társadalmi felelősségvállalás és a felelős fogyasztás megjelenésének kutatása a divatipari fogyasztásban (fast fashion), valamint a globális polgár és a fast fashion kapcsolatának vizsgálata.

Irodalomjegyzék

- Bianchi, R. V. – Stephenson, M. L. (2013): Deciphering tourism and citizenship in a globalized world. *Tourism Management*. 39, 10-20. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.03.006>
- Bowden, B. (2003): The Perils of Global Citizenship. *Citizenship Studies*, 7 (3) 349-362. <https://doi.org/10.1080/13621020302213>
<https://doi.org/10.1080/1362102032000098913>
- Bowen, H. R. (1953): *Social responsibilities of the businessman*. New York, Harper & Row.
- Bramlett B. H. (2016): Age and global citizenship attitudes. *Globalization and Global Citizenship*, Routledge.
- Bruntland, G. (ed.) (1987): *Our common future: The World Commission on Environment and Development*. Oxford, Oxford University Press.
- Carroll, A. B. (1991): The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders". *Business horizons*. 34 (4) 39-48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Cavagnaro, E. – Curie, G. (2017): *The Three Levels of Sustainability*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351277969>
- Csigéné Nagypál N. – Görög G. (2015): A társadalmilag felelős fogyasztás egyes jellemzőinek vizsgálata egyetemi hallgatók körében. *Marketing & Menedzsment*. 2, 3-18.
- Davies, L. (2006): Global citizenship: Abstraction or framework for action? *Educational Review*. 58 (1) 5–25. <https://doi.org/10.1080/00131910500352523>
- Dudás K. (2011): A tudatos fogyasztói magatartás dimenziói. *Vezetéstudomány*. 42 (7-8) 47-55. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2011.07.06>
- Esteves. M. (2015): Citizenship Education – What Geography Teachers Think On The Subject And How They Are Involved? *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 191, 447-451. DOI: 10.1016/j.sbspro.2015.04.697
- Friedman, M. (1970): The Social Responsibility of Business is to Increase its Profit. *New York Times Magazine*. 19 (13) 122-126.

- Goren, H. – Yemini, M. (2017): The global citizenship education gap: Teacher perceptions of the relationship between global citizenship education and students' socio-economic status. *Teaching and Teacher Education*. 67, 9-22. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2017.05.009>
- Lagos, T. (2002): Global citizenship towards a definition. Retrieved November, <https://depts.washington.edu/gcp/pdf/globalcitizenship.pdf>
- Law, W. W. (2007): Globalization, city development and citizenship education in China's Shanghai. *International Journal of Education Development*. 27, 18-38. <https://doi.org/10.1016/j.ijedudev.2006.04.017>
- Lianaki-Dedouli, I. – Plouin, J. (2017): Bridging anticipation skills and intercultural competences as a means to reinforce the capacity of global citizens for learning to learn together. *Futures*. 94, 45-58. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2017.03.001>
- Lim, W. M. (2017): Inside the sustainable consumption theoretical toolbox: Critical concepts for sustainability, consumption, and marketing. *Journal of Business Research*. 78, 69-80. DOI: 10.1016/j.jbusres.2017.05.001
- Lyons, K. – Hanlex, J. – Wearing, S. – Neil, J. (2011): Gap Year Volunteer Tourism Myths of Global Citizenship? *Annals of Tourism Research*. 39 (1) 361-378. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.04.016>
- Matten, D. – Crane, A. (2005): "Corporate Citizenship: Toward an Extended Theoretical Conceptualization", *Academy of Management Review*. 30 (1) 166-179. <https://doi.org/10.5465/amr.2005.15281448>
- Mersham, G. (2022): What is ESG and how does it differ from CSR. DOI: 10.13140/RG.2.2.26057.62567, https://www.researchgate.net/publication/362407722_What_is_ESG_and_how_does_it_differ_from_CSR
- Morais, D. B. – Ogden, A. C. (2011): Initial Development and Validation of the Global Citizenship Scale. *Journal of Studies in International Education*. 15 (5) 445-466. DOI: 10.1177/1028315310375308
- Oxfam (2015): Education for Global Citizenship – A guide for schools. Oxfam GB.
- Pacho, T. (2020): Global citizenship education in the era of globalization. *Handbook of research on diversity and social justice in higher education*. IGI Global, DOI: 10.4018/978-1-7998-5268-1.ch016
- Porter, M. E. – Kramer, M. R. (2002): The competitive advantage of corporate philanthropy, *Harvard Business Review*. 80 (12) 56-68.
- Puncheva-Michelotti, P. – Hudson, S. – Michelotti, M. (2018): The Role of Proximity to Local and Global Citizens in Stakeholders' Moral Recognition of Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Research*. 88, 234-244. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.03.027>
- Reysen, S. – Katzarska-Miller, I. (2013a): A model of global citizenship: Antecedents and outcomes. *International Journal of Psychology*. 48, 858-870. <https://doi.org/10.1080/00207594.2012.701749>
- Schattle, H. (2009): Global citizenship in theory and practice. In Lewin, R. (ed.): *The handbook of practice and research in study abroad: Higher education and the quest for global citizenship*. Routledge, London.
- Stern, N. (2007): Stern-jelentés. Az éghajlatváltozás közgazdaságtana, <http://www.rec.hu/Dokumentumok/STERNosszefoglalo.pdf>
- Stoner, L. – Perry, L. – Wadsworth, D. – Stoner, K. R. – Tarrant, M. A. (2014): Global citizenship is key to securing global health: The role of higher education. *Preventive Medicine*. 64, 126-128. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2014.05.006>

- Stuart, C, F. III (2011): Chapter 15: Managing and Sustaining Ecosystems. Principles of terrestrial ecosystem ecology. P. A. Matson, Peter Morrison Vitousek, Melissa C. Chapin (2nd ed.). New York, Springer. ISBN 978-1-4419-9504-9. OCLC 755081405
- Teo, S. S.K. (2015): Rethinking graduated citizenship: Contemporary public housing in Singarore. Geoforum. 65, 222-231. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2015.08.003>
- Udvari B. – Vizi N. – Szabó Hangya L. (2021): Globális polgárság a magyar egyetemisták körében. Magyar Tudomány. 182 (9) 1210-1219.
- UNESCO (2014): Global citizenship education: preparing learners for challenges of the 21st century. UNESCO, France.
- UNESCO (2018): Preparing Teachers for Global Citizenship Education – A template. UNESCO, Paris.
- UNESCO (2022): UNESCO World Higher Education Conference (WHEC2022) aims at reshaping ideas and practices in higher education to ensure sustainable development for the planet and humanity. <https://www.unesco.org/en/education/higher-education/2022-world-conference>