

# Coraz mniej Polaków boi się zmian klimatycznych

14 grudnia 2024

O 7 punktów procentowych w ujęciu rocznym spadł odsetek Polaków uważających zmiany klimatyczne za poważny problem. Jednocześnie mniej badanych uważa, że rozwój OZE powinien być priorytetem – wynika z badania ARC Rynek i Opinia.



„Wyniki badania opinii publicznej przeprowadzonego w kilkunastu krajach świata w 2024 roku pokazują, że w stosunku do pomiaru z 2023 roku zmniejszyła się nieco ilość osób uważających zmiany klimatyczne za poważny problem” – wskazali autorzy badania. Globalnie odsetek ten spadł o 3 punkty procentowe (z 83 do 80 proc.), a w Polsce o 7 pp. (z 81 do 74 proc.).

Pod względem obaw wobec zmian klimatycznych – zgodnie z wynikami badania – Polacy lokują się w średniej światowej, a „najbardziej obawiają się mieszkańcy Turcji i Meksyku oraz krajów wyspiarskich – Malezji i Indonezji, a najmniej USA, Finlandii czy Australii”. Ponadto globalnie rośnie liczba sceptyków wobec możliwości osiągnięcia stanu zero-emisyjnej gospodarki. W ubiegłym roku 43 proc. respondentów uważało, że

świat nigdy nie osiągnie takiego stanu, a w 2024 r. – 49 proc.

„Pokazuje to, że obniża się wiara w możliwość szybkiej zmiany gospodarki świata w kierunku zmniejszenia emisji gazów cieplarnianych. Zwiększa się natomiast sceptycyzm w podejściu do czystej, niskoemisyjnej produkcji energii” – ocenili autorzy badania.

Według nich produkcja czystej energii przestaje być działaniem pierwszej wagi, gdyż w Polsce mniej osób (spadek o 14 pp.) uważa, że rozwój odnawialnych źródeł energii (OZE) powinien być priorytetem. W najnowszym badaniu 41 proc. respondentów deklaroowało, że powinien to być priorytet, natomiast 52 proc., iż „powinien być ważny, ale nie priorytetowy”. Najmniejsza grupa (6 proc.) twierdzi, że rozwój OZE nie powinien być ważny.

Badanych zapytano o wpływ poszczególnych czynników związanych z produkcją i cechami produktów na ich decyzje konsumenckie i – jak wskazali autorzy – w Polsce widać zmianę postaw konsumenckich.

Największa grupa respondentów (84 proc.) deklaroowała, że wiedza o tym, iż firma „oferuje zdrowe/bezpieczne w użyciu produkty” wpłynie na ich decyzję konsumencką. Podobny odsetek (83 proc.) wskazywał na brak toksyn/chemikaliów w produkcie i na wykorzystanie naturalnych surowców (81 proc.). Nieco mniejsza grupa (75 proc.) wspominała o ograniczeniu zużycia plastiku lub energii i wody (74 proc.). Ponadto badani wskazywali na wykorzystanie przez firmę opakowań nadających się do recyklingu (72 proc.), oferowanie biodegradowalnych produktów (72 proc.) i zmniejszanie emisji CO<sub>2</sub> (69 proc.)

Badanie zostało przeprowadzone przez instytut badawczy ARC Rynek i Opinia w 2024 roku metodą CAWI na próbie 1055 Polaków oraz w 20 innych krajach świata w ramach sieci firm badawczych IriS.

Autorstwo: PAP

Źródło: [NaukawPolsce.pl](http://NaukawPolsce.pl)