

# GAPET MELLAN MILJÖVÄNLIGA ATTITYDER



# MILJÖSKADLIGT FLYGBETEENDE

En kvalitativ studie från konsumentens perspektiv

Författare:

Alula Ahlstrand Byrne  
Emma Tyledal

Handledare:

Peter Zackariasson

Examensarbete  
Marknadsföring



UNIVERSITY OF GOTHENBURG  
SCHOOL OF BUSINESS, ECONOMICS AND LAW

## Förord

Denna kandidatuppsats inom marknadsföring är författad under vårterminen 2020 på Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet. Ambitionen med uppsatsen är att öka kunskapen kring det existerande gapet mellan miljövänliga attityder och det miljöskadliga flygbeteendet. Detta har varit mycket intressant att undersöka och förhoppningen är att uppsatsen kommer uppfattas som lärorik och användbar.

Vi vill uttrycka vår tacksamhet till de tio underbara personer som medverkat som respondenter i denna studie och som därmed bidragit med information rörande deras attityder, känslor och beteendemönster, som i denna studie sedan analyserats.

Vi vill även tacka vår handledare Peter Zackariasson som givit oss viktiga och användbara åsikter och stöd under studiens gång.

Vi önskar er en trevlig läsning!

*Göteborg, vårterminen 2020*

---

Alula Ahlstrand Byrne  
[Gusbyrnal@student.gu.se](mailto:Gusbyrnal@student.gu.se)

---

Emma Tyledal  
[Gustyleem@student.gu.se](mailto:Gustyleem@student.gu.se)

## ABSTRACT

---

**Title:** The gap between environmentally friendly attitudes & environmentally harmful behaviour through air travel

**Course:** Bachelor thesis in Marketing, 15 ECTS, spring term 2020

**Authors:** Alula Ahlstrand Byrne & Emma Tyledal

**Tutor:** Peter Zackariasson

**Keywords:** *Environmentally friendly, attitudes, behaviour, flight, climate change, environmental degradation, inconvenience*

---

The purpose of this essay is to analyse the reason for the existing gap of the cognitive dissonance between environmentally friendly attitudes whilst exhibiting an environmentally harmful behavior, e.g. through air travel. The theoretical background of the examined subject is based on previous research in areas that are considered relevant for the reader to know in order to understand this study on a deeper level. Furthermore, the theory of planned behavior has been used as a theoretical framework. To analyse why this gap exists a qualitative study has been conducted. Ten extensive interviews have been conducted with respondents who consider themselves to be environmentally friendly but still continue to travel by flight.

That the respondents continue to fly in spite of their concern about the environment is mainly explained by the sense of freedom the respondents perceive when flying. There is also a common pattern in the experience of both positive and less positive attitudes towards flying. The positive attitudes defined during the interviews were detected during discussions around the impact flying has on the individual. The less positive attitudes towards flying were identified in discussions around the negative consequences flying has on the climate. Furthermore, norms seem to have a significant meaning for the respondents' continued flying, but also for their active choice of reducing the frequency of their flying. The majority of respondents express a fear of how their closest sphere of family and friends will react to their potential flying. This fear occasionally results in an active choice of refraining from flying. This behaviour goes hand in hand with the social norms that make the base for the consumer's choice, e.g. that the consumers focus on the importance to act in a specific way which is seen as morally correct. Furthermore, the responsibility for environmental pollution seems to be blamed on external factors. We detected a dissatisfaction in the way the government handles the threat to the world's climate, as they perceive too much responsibility is put into the hands of the individual. Finally, the respondents reduce their own responsibility in reducing the world's threat to the environment by claiming that "other people" fly considerably more often than themselves.

The results from the investigation indicate that the gap exists as the respondents value his own freedom higher than the possible consequences flying will have on the environment and as that the respondents act according to their close family's and friends' environmental evaluation rather than act according to their own beliefs. Finally, the findings gave that the main responsibility lies with the government and other consumers to reduce the threat to the environment rather than with themselves.

# SAMMANFATTNING

---

**Titel:** Gapet mellan miljövänliga attityder & miljöskadligt flygbeteende

**Kurs:** Examensarbete i marknadsföring, 15 HP, vårterminen 2020

**Författare:** Alula Ahlstrand Byrne & Emma Tyledal

**Handledare:** Peter Zackariasson

**Keywords:** *Miljövänlig, attityder, beteende, flygning, klimathot, miljöförstöring, inkonsekvens*

---

Syftet med denna uppsats är att analysera om och varför gapet mellan miljövänliga attityder och ett miljöskadligt flygbeteende existerar. Den teoretiska bakgrunden baseras på tidigare forskning inom områden vilka anses relevanta för att läsaren ska få en grundläggande insikt i ämnet som undersöks. Vidare har teorin om planerat beteende använts som teoretiskt ramverk och teorin har även verkat som redskap i analysen. För att analysera varför detta gap existerar har en kvalitativ fallstudie utförts där tio djupgående intervjuer genomförts med respondenter vilka anser sig vara miljövänliga men trots det väljer att fortsätta flyga.

Enligt empiri och analys är gapet mellan miljövänliga attityder och miljöskadligt flygbeteende närvarande hos samtliga respondenter. Detta förklaras dels av den frihets känsla som infinner sig hos respondenterna i samband med flygning. Vidare framträder ett gemensamt mönster vilket innefattar upplevelsen av både gynnsamma och ogynnsamma attityder gentemot flygning. De gynnsamma attityderna som identifieras under intervjuerna påträffas under diskussioner beträffande flygandets bidrag till den enskilda individen och vidare identifieras ogynnsamma attityder gentemot flygning i samband med diskussioner beträffande de negativa konsekvenserna flygning medför för klimatet. Försättningsvis tycks normer ha stor betydelse för respondenternas fortsatta flygande, men också för deras aktiva val av att minska frekvensen av flygningar. Majoriteten av respondenterna uttrycker en rädsla inför vad deras omgivning ska tycka vid eventuellt genomförda flygturer. Denna rädsla leder till ett aktivt val att ibland avstå från att flyga vilket innebär att respondenterna i många fall agerar i enlighet med sociala normer, vilket innebär att beteendet som utförs enligt omgivningen anses vara moraliskt korrekt. Vidare tycks ansvaret rörande miljöförstöring förskjutas till externa faktorer. Ett missnöje med regeringens sätt att hantera världens klimathot uppenbarar sig hos respondenterna och de enskilda konsumenterna anses få ett orimligt stort ansvar i frågan om att reducera miljöförstöringen. Slutligen förminskar respondenterna sitt eget ansvar i frågan om att reducera världens klimathot genom att hävda att ”andra personer” flyger betydligt mer frekvent än de själva.

Resultatet visar på att gapet existerar eftersom att respondenterna värdesätter sin egen frihet före flygandets konsekvenser för miljön. De agerar i enlighet med omgivningens miljövärderingar framför sina egna och anser att det huvudsakliga ansvaret för att reducera klimathotet ligger i händerna på regeringen och andra konsumenter.

# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

---

<b>1. INLEDNING</b>	<b>6</b>
1.1 Problembakgrund	6
1.2 Frågeställning	7
1.3 Syftet med uppsatsen	7
<b>2. TEORI</b>	<b>8</b>
2.1 Litteraturgenomgång	8
2.1.1 Gapet mellan miljövänliga attityder och miljöskadligt beteende	9
2.1.2 Normer och dess påverkan på miljövänlig konsumtion	10
2.1.3 Förväntade känslor av stolthet och skuld	11
2.1.4 Gapet mellan miljövänliga attityder och miljöskadligt flygbeteende	12
2.2 Teoretiskt ramverk – Teorin om planerat beteende	13
2.2.1 Attityder gentemot ett beteende	14
2.2.2 Subjektiv norm	14
2.2.3 Upplevd beteendekontroll	14
2.2.4 Intention	15
2.2.5 Direkt förbindelse mellan upplevd beteendekontroll och utförandet av ett specifikt beteende	15
2.2.6 Beteende	15
2.2.7 Relation mellan attityder gentemot ett beteende, subjektiv norm och upplevd beteendekontroll	16
<b>3. METOD</b>	<b>17</b>
3.1 En kvalitativ studie	17
3.2 Semistrukturerade intervjuer	18
3.3 Urvalsstrategi	20
3.4 Dataanalys	21
3.5 Etik	22
3.6 Pålitlighet och trovärdighet	22
<b>4. ANALYS</b>	<b>23</b>
4.1 Konsumentens egennyttan	25
4.1.1 Bakomliggande motiv för flygning	25
4.1.2 Skuld & stolthet	26
4.1.3 Den enskilda konsumenten	27
4.2 Omgivningens betydelse	29
4.2.1 Inspiration till flygning	29
4.2.2 Uppväxtens påverkan på dagens beteende	32
4.3 Yttre faktorerers påverkan på konsumenten	33
4.3.1 Ansvar disponeras till alternativa komponenter	33
4.3.2 Enkelheten/svårigheten att flyga	34
4.3.3 Upplevd beteendekontroll direkt kopplat till beteendet	36
4.4 Attityder, subjektiv norm och upplevd beteendekontroll - kopplingar emellan	37
<b>5. SLUTDISKUSSION</b>	<b>38</b>
5.1 Slutsats	38
5.2 Diskussion och rekommendationer	39
5.3 Framtida forskning	41
<b>KÄLLFÖRTECKNING</b>	<b>43</b>
<b>BILAGOR</b>	<b>47</b>

# 1. INLEDNING

## 1.1 Problembakgrund

Som ett resultat av historiska utsläpp, registreras idag en avsevärd temperaturökning runt om i världen. Denna temperaturökning medför katastrofala effekter för vår planet och för livet som existerar på den. Några av dessa konsekvenser som uppmätts idag utgörs av torka och akut vattenbrist på Afrikas horn, vanligt förekommande är översvämningar, lerskred och regnstormar i bl.a. Anderna och Himalaya och förändringar sker i någon utsträckning av alla ekologiska system på jorden. (Naturskyddsföreningen, 2020). Om temperaturen ökar ytterligare kan 14 % av världens befolkning komma att drabbas av extrema värmeböljor vart femte år, omkring en tiondel av Bangladesh kan hamna under vatten på grund av den stigande havsnivån och majoriteten av havets koraller kan komma att utrotas, vilket i sin tur skulle hota alla de arter som lever i och kring korallreven. Vidare resulterar temperaturökningen i minskade skördar i stora delar av världen, vilket i sin tur leder till ödeläggande konsekvenser för befolkningen i dessa världsdelar. Slutligen förväntas stora delar av världens befolkning bli hemlösa till följd av att många områden blir obeboeliga på grund av extrema klimatförändringar, vilket medför sårbarhet för människan. (Naturskyddsföreningen, 2020). Således kan världen och dess befolkning gå en mörk framtid till mötes om utsläppen som orsakar dessa ovanstående konsekvenser inte minskar. Planeten som vi känner till den idag kan komma att förändras för alltid och människans existens kan komma att utplånas. (Naturskyddsföreningen, 2020).

Människan anses vara överlägset ansvarig för den förändring som sker beträffande klimatet (WWF, 2020). Våra aktiviteter medför stark obalans för planetens natur och det krävs således en förändring i människans beteende för att kunna stabilisera klimatet (WWF, 2020). Människan har visat sig vara relativt medveten om miljöeffekterna orsakade av deras eget beteende (Naturvårdsverket, 2018), men ett gap mellan miljövänliga attityder och ett miljöskadligt beteende har ändå kunnat identifieras (Lorenzoni, Nicholson-Cole & Whitmarsh, 2007). Medvetenheten om klimathotet bidrar till att människan skapar en oro för miljön, och följaktligen skapas även en vilja att välja miljövänliga alternativ. Däremot är få människor villiga att faktiskt bete sig på ett miljövänligt sätt och därmed fortgår ett miljöskadligt beteende (Eckhardt, Belk, Devinney, & Black, 2010). Gapet mellan miljövänliga attityder och ett miljöskadligt beteende utgör därför en central faktor vilken är viktig att erhålla förståelse för, eftersom gapet till viss del bidrar till de klimathot som existerar idag. Människans beteende är således avgörande i kampen mot klimathotet.

För att reducera de klimathot som världen står inför krävs således en mer hållbar konsumtion. En hållbar konsumtion omfattar ett införskaffande av varor och tjänster vilka tillgodoser människors behov, utan att riskera framtida generationers möjlighet att tillfredsställa sina behov (Förenade nationerna, 2019). En förändring beträffande människans hållbara beteende och konsumerande kan således bidra till bl.a. ett reducerat klimathot, ökad tillväxt och förbättrad livskvalitet (Förenade nationerna, 2019). Då Sverige beräknas ha det svårt att uppnå en konsumtion som går i enlighet med FN:s globala hållbarhetsmål till år 2030 (OECD,

2019), anses det därför relevant att studera människans gap mellan miljövänliga attityder och miljöskadliga beteende.

Flyg utgör en av de källor som i snabbast takt medverkar till ökade utsläpp av växthusgaser runt om i världen. Utsläpp baserade på luftfart utgör idag ca 3 % av EU:s totala utsläpp av växthusgaser och representerar mer än 2 % av de globala utsläppen. Detta resulterar i stora effekter på jordens klimatförändringar (European Commission, 2020). De globala utsläppen genererade av luftburen trafik uppgår redan i år till en procentsats vilken är 70 % högre än de totala utsläppen för luftburen trafik år 2005. Detta resulterar i en förväntad utsläppsökning av 300 % om inga ytterligare åtgärder sker innan år 2050 (Internationella civila luftfartsorganisationen, 2020).

European Commission (2020) påvisar därmed specifikt vikten av att studera om och varför gapet mellan miljövänliga attityder och miljöskadligt beteende beträffande flygning existerar då flygbranschen benämns som en industri som ansvarar för ett massivt utsläpp av växthusgaser. Det finns ett stort behov av att få större förståelse för hur vi kan påverka konsumenters beteendeval i syfte att även reducera gapet mellan miljövänliga attityder och miljöskadligt beteende beträffande flygande. För att förtydliga, det finns ett behov av att finna information som kan användas för att påverka konsumenters beteende så att de samstämmer med deras miljövänliga attityder i syfte att reducera klimathotet.

## **1.2 Frågeställning**

Uppsatsen ämnar besvara följande frågeställning:

→ Varför fortsätter konsumenter som uttrycker miljövänliga attityder att flyga?

Forskningsfrågan har valts för att möta problemformuleringen och syftar till att öka förståelsen för varför konsumenters miljövänliga attityder inte återspeglas i konsumenternas flygbeteende. Valet av fråga grundar sig i det faktum att jordens klimatförändringar utgör ett essentiellt hot för ett fortsatt liv på planeten som vi känner den idag. Då utsläppen som genereras av flygfarten förväntas öka avsevärt om inga konkreta åtgärder vidtas, anses frågan beträffande miljövänliga attityder i förhållande till ett miljöskadligt flygbeteende särskilt relevant.

## **1.3 Syftet med uppsatsen**

Syftet med uppsatsen är att bidra med kunskap beträffande det existerande gapet mellan miljövänliga attityder och ett fortsatt miljöskadligt beteende rörande flygning. För att uppnå syftet med denna uppsats kommer en studie att genomföras med fokus på att undersöka konsumenters attityder och beteende gentemot flygning. Förhoppningen är att genom uppsatsen utveckla kunskap som kan fungera som vägledning för företag och marknadsförare i deras arbete att utveckla prefererade produkter och kampanjer vilka erbjuder konsumenterna hållbara transportalternativ.

## 2. TEORI

### 2.1 Litteraturgenomgång

Litteraturgenomgången grundar sig i tidigare forskning kring det generella attityd- och beteendegapet beträffande miljövänliga attityder och miljöskadligt beteende, normers påverkan på hållbar konsumtion, förväntade känslor av skuld och stolthet och gapet mellan miljövänliga attityder och miljöskadligt *flygbeteende*. De ämnen som utsetts till litteraturgenomgången har ansetts vara av betydelse för att skapa insikt för de problem som ska analyseras rörande gapet mellan uttryckt oro för miljön och konsumentens fortsatta flygande.

Då uppsatsens problemdiskussion betonar allvaret rörande världens rådande klimathot, anses en redogörelse för tidigare forskning kring det generella gapet mellan miljövänliga attityder och miljöskadligt beteende relevant eftersom detta gap till viss del bidrar till fortsatt miljöförstöring. Normer anses utgöra en betydande faktor för hur konsumenter väljer att agera, i synnerhet när det gäller beteende rörande miljön (Söderholm, 2011). Personliga normer har enligt tidigare forskning visats ha större påverkan på hur en konsument agerar än de sociala normerna. (Söderholm, 2011). Till viss del saknas dock kunskap om hur de sociala normerna påverkar en konsuments beteende vilket denna uppsats till viss del ämnar bidra med. Därmed utgör avsnittet kring normer en viktig del i litteraturgenomgången. Förväntade känslor av skuld och stolthet är signifikant påtagliga i aspekten om miljön och utgör i många fall en avgörande roll i människans beslut om att agera miljömässigt eller inte (Blöbaum, Matthies, & Höger, Hunecke, 2001; Onwezen, Antonides & Bartels, 2013). Därav tillägnas dessa specifika känslor också ett enskilt avsnitt i litteraturgenomgången. Det slutliga litteraturavsnittet berör gapet mellan miljövänliga attityder och miljöskadligt flygbeteende och behandlar resultat som framkommit av studier inom detta område tidigare. Då syftet med denna uppsats är att undersöka hur situationen kring detta gap ser ut nu, syftar avsnittet till att skapa förståelse för hur kunskapen rörande detta gap har sett ut fram till idag. Detta förser läsaren med en grundläggande insikt i ämnet och underlättar för läsarens fortsatta genomgång av denna uppsats.

Teorierna som presenteras är relaterade till varandra på följande sätt: det generella gapet mellan uttryckt oro för miljön och konsumentens fortsatta miljöskadliga beteende utgör till stor del grunden för det existerande klimathotet. Normer, och framförallt personliga sådana anses påverka just detta gap, då konsumentens enskilda värderingar påverkar dennes genuina intention till att agera miljövänligt. Dessa normer formar sedan konsumentens känslor gentemot en specifik fråga, och i detta avseende gentemot frågan om miljön. Känslor som ofta uppkommer och används i syfte att förklara en konsuments hållbara eller icke hållbara agerande utgörs vidare ofta av stolthet och skuld (Blöbaum m.fl. 2001; Onwezen m.fl., 2013). Dessa normer och känslor påverkar således konsumentens aktiva beteendeval och kan därför tänkas bidra med relevant information kring varför gapet mellan miljövänliga attityder och ett miljöskadligt flygbeteende existerar.



### **2.1.1 Gapet mellan miljövänliga attityder och miljöskadligt beteende**

Gapet mellan miljövänliga attityder och ett miljöskadligt beteende har i tidigare forskning sammankopplats med personliga och psykologiska hinder, vilka begränsar ett miljövänligt beteende. Dessa hinder anknyter till konsumenterna på ett personligt samt socialt plan och nyttjas som medel för ett passivt berättigande i frågan om ett fortsatt miljöskadligt beteende.

I en brittisk studie som berör allmänhetens upplevda svårigheter beträffande möjligheten att agera miljövänligt (Lorenzoni m.fl., 2007), presenteras ett flertal hinder vilka verkar som grund för inkonsekvensen mellan uttryckt oro för miljön och det personliga beteendet i samma fråga. I studien identifieras bl.a. statens avsaknad av engagemang i frågan om miljön som en faktor vilken minskar personligt åtagande i frågan. Staten och regeringen framläggs ofta som främst ansvariga och skyldiga i frågor rörande miljöförstöring (Lorenzoni m.fl., 2007). Fortsättningsvis påvisar studien även ett minskat engagemang i personligt åtagande som ett resultat av lågt engagemang hos övriga konsumenterna i samhället. Deltagarna i studien genomförd av Lorenzoni m.fl. (2007) var således obenägna att inskriva i ett miljövänligt beteende då övriga konsumenterna i samhället inte förväntades agera på samma sätt. Konsumenterna ansåg således att deras eget miljövänliga beteende inte skulle medföra stora positiva effekter på miljön, eftersom ingen annan var villig att agera på samma sätt. Studien påvisar också det faktum att resande anses vara en mänsklig rättighet, vilket grundar sig i att de tillfrågade rest fritt under en stor period av deras liv. Resandet och flygandet ses därav som en personlig rättighet som utomstående faktorer inte har rätt att kontrollera.

Lorenzoni m.fl. (2007) betonar vidare betydelsen av det faktum att majoriteten av dessa hinder kan uppfattas som mekanismer av förnekelse, vilka vidare lägger grunden för inkonsekvensen mellan uttryckt oro för miljön och ett fortsatt miljöskadligt beteende. Människan använder begreppen tvivel, misstro och fatalism som ursäkt för deras brist på beteendeförändring. Att agera i egenintresse och gradera bekvämlighet högst anses utgöra faktorer vilka verkar som motiv för att inte förändra ett miljöskadligt beteende, trots vetskapen om beteendets konsekvenser för miljön. (Semenza, Hall, Wilson, Bontempo, Sailor & George, 2008).

Lorenzoni m.fl. (2007) menar vidare att bristen på information hos allmänheten inte utgör ett starkt argument till existensen av gapet mellan attityder och ett miljöskadligt beteende. Däremot kan informationsinsamling påverka konsumentens normer och intentioner till att agera miljövänligt och därav kan insamlandet av information fylla en funktion i frågan om att minska detta gap. Värderingar anses nämligen återspegla den information som innehas av människan (Lorenzoni m.fl., 2007).

Personliga hinder i frågan om att agera miljövänligt kännetecknas av personens specifika attityder gentemot frågan, vilket då kan förklara varför konsumenterna med lågt engagemang och intresse i miljöfrågan inte agerar miljövänligt (Lorenzoni m.fl., 2007). Däremot agerar fortfarande konsumenterna med stort intresse i miljöfrågor på ett miljöskadligt sätt. Detta förklaras av Lorenzoni m.fl. (2007) genom det faktum att miljöfrågan bedöms vara mindre viktig i relation till konsumenternas engagemang i andra områden, däribland resande. Detta

förtydligas även i McKercher och Prideaux' (2011) studie, där flygande och resande ansågs vara ett område vilka konsumenter var lågt benägna att förändra beteende runt.

### 2.1.2 Normer och dess påverkan på miljövänlig konsumtion

Artikeln ”Where do social norms come from? The example of communal sharing” skriven av Kameda, Takezawa och Hastie (2005) beskriver normer och dess påverkan på konsumenter och följaktligen deras beteende baserat på normer. Artikeln beskriver specifikt två normer: *sociala normer* samt *personliga* normer. De sociala normerna förklarar vad som anses vara ett godkänt beteende i en social kontext, dvs. vad som anses vara godkända attityder, åsikter och tolkningar i en social gruppering till exempel i en bekantskapskrets eller på en arbetsplats. Kameda m.fl. (2005) menar att de sociala normerna handlar om en uppfattning om på vilket sätt människan borde bete sig på.

Vad som anses etiskt viktigt för konsumenten och dess förväntan på den själv kallas istället för personlig norm (Cialdini, 1993). Skillnaden från de sociala normerna är att under de personliga normerna baseras beteendet, attityderna, tolkningarna och åsikterna på konsumentens egna moraliska värderingar snarare än vad gruppen baserar dem på. Skulle konsumenten inte agera utefter sin personliga norm kan detta leda till att konsumenten känner skuld, vilket inte är något konsumenten vill känna. Det är vanligt förekommande att konsumenten uppfattar de sociala normerna som sina personliga normer. Betydelsefullt att poängtera är att attityder och normer skiljer sig från varandra. Attityder är en åsikt medan normer baseras på vad konsumenten uppfattar som etiskt riktigt; ”*Jag gillar att åka buss*”-attityd, ”*Jag anser personligen att det är mitt ansvar att åka kommunalt*”- norm. (Onwezen m.fl., 2013).

Personliga normer anses ha större inverkan på miljövänlig konsumtion än vad sociala normer har. För att förändra en konsumentens beteende menar Söderholm (2011) att konsumenten behöver ha både kunskap kring hur konsumtionen påverkar miljön samt känna individuellt åtagande för konsumtionen och dess inverkan på miljön.

Först när de sociala normerna övergår till personliga normer påverkas en konsumentens beteende kring hållbar konsumtion. Däremot brister forskning som visar på hur detta samband mellan normerna yttrar sig. Bergquist, Nilsson och Schultz (2019) antyder att konsumenter förringar hur mycket de sociala normerna påverkar dennes personliga normer. Vidare uttrycker Bergquist m.fl. (2019) att forskning på hur de sociala normerna faktiskt påverkar individens köpbeslut saknas vilket vår studie till viss del ämnar besvara.

Två kategorier om normer förklarar konsumentens köpprocess: direkt- och indirekt norminsats. Norminsatserna förklarar hur normer skapas, inverkar på- samt på vilket sätt normer resulterar i en variation i beteende. Direkt norminsats syftar till att direkt påverka en norm, till skillnad från en indirekt norminsats där insatsen istället indirekt påverkar normen genom åtgärden. Tillsammans kan den direkta- och indirekta norminsatserna sammankopplas utan en distinkt åtskillnad i förhållande till dem. Den direkta norminsatsen syftar till att förändra en personlig eller en social norm och det kan även gälla båda normer samtidigt.

Genom att visualisera vad en norm bidrar med och dess konsekvenser kan en konsumentens norm förändras. Genom att exempelvis visa bilder eller uppvisa fakta om vad en direkt handling/konsumtion åstadkommer, åskådliggörs vad konsumentens norm har för påverkan på företeelsen ifråga. Exempelvis kan en social grupperings beteende åskådliggöras genom att visa konkreta siffror på ett specifikt beteende: ”90% av de som bor i detta område åker buss till sin arbetsplats.” (Rainear & Christensen, 2017; Doran & Larsen, 2016). Detta skulle då kunna tänkas påverka konsumenten att välja att åka kollektivtrafik till jobbet framför att åka bil.

Den indirekta norminsatsen sker istället när en myndighet exempelvis signalerar om att ett beteende är ohållbart respektive hållbart genom en informationskampanj. På så vis förmedlas ett indirekt budskap om att en viss konsumtion bör förändras. Ett exempel på denna typ av signalering skulle kunna vara att skapa en informationskampanj som framhäver positiva aspekter med att konsumera ekologisk mat. Att äta ekologisk mat hellre än icke ekologisk sådan betonas då vara bättre och strategin kan ses som en önskad normförändring från ansvarig utgivare av kampanjen. (Cialdini & Goldstein, 2004).

### **2.1.3 Förväntade känslor av stolthet och skuld**

Perugini och Bagozzi's (2001) fastslår att individer först formulerar ett specifikt mål och därefter utvärderar eventuella konsekvenser som kan uppstå från det uppnådda målet. Samtidigt som utvärdering sker uppkommer olika typer av gynnsamma eller ogynnsamma känslor (förväntade sådana) gentemot själva målet som i tidigare stadium utvecklats. Vidare har Onwezen m.fl. (2013) utvecklat kunskap kring att känslor inte enbart ”uppstår” från utvärderingar, utan dessa känslor som uppstår kan i vissa fall förutspås. *Stolthet* och *skuld* utgör känslor vilka betraktas som självmedvetna och dessa känslor är ofta förväntade i beslutsprocesser som beträffar miljön, vilket gör dem särskilt relevanta i detta avseende. Vidare klargör Han (2014) i sin studie att uppnådd stolthet och skuld kan verka som motiv för att utföra ett faktiskt miljövänligt beteende i framtiden. För att förtydliga, en förväntad känsla av stolthet motiverar individer att leva i enlighet med sina personliga normer medan en förväntad känsla av skuld motiverar individer att inte avvika från sina personliga normer (Schwartz, 1977). Att agera i enlighet med personliga normer medför en känsla av stolthet, och att avvika från dem resulterar i känslor av skuld. Känslor av specifik stolthet och skuld är signifikant påtagliga i aspekten om miljön och utgör i många fall en avgörande roll i människans beslut om att agera miljömässigt eller inte (Blöbaum m.fl., 2001; Onwezen m.fl., 2013).

Individens och konsumentens benägenhet att agera i enlighet med personliga normer baseras i hög omfattning på de förväntade negativa känslorna som uppkommer om agerandet avviker från det tänkta. Således är kunskapen om känslor väsentlig inom marknadsföring vid undersökningar om människors beslutsprocess och beteende. Han (2014) menar således att förväntade känslor i många fall är en avgörande faktor vid individens beslut att agera eller inte agera och inte minst avseende beteenden inom miljön.

Förväntade känslor av stolthet och skuld utgör relevanta prosociala känslor, då de ofta resulterar i förpliktelse hos individer vilket vidare uppmuntrar prosocialt beteende. Prosocialt beteende omfattar ett beteende vilket utförs i syfte att hjälpa andra. Stolthet utvecklas vid beteende enhetligt med personliga normer, och skuld bildas när beteendet avviker från de personliga normerna. Denna approach tillför individen tankar om moraliska skyldigheter vid beteende och agerande som kan påverka miljön och därmed individens medmänniskor. (Han, 2014).

Det framgår i enlighet med ovan nämnda studier att förväntade känslor av skuld och stolthet ofta är närvarande och avgörande vid konsumenters val att utföra ett specifikt beteende som kan ha olika konsekvenser för miljön. Däremot framgår det inte tydligt om dessa känslor uppkommer hos konsumenter vid val rörande flygning och på vilket sätt dessa känslor isåfall kan komma att påverka valet. Således utgör respondenternas miljöskadliga flygbeteende och deras känslor inför deras beteende ett intressant område att studera, vilket uppsatsen också ämnar göra.

#### **2.1.4 Gapet mellan miljövänliga attityder och miljöskadligt flygbeteende**

Gapet mellan miljövänliga attityder och miljöskadligt beteende i form av turism och flygande har i tidigare forskning förklarats genom konsumentens förnekelse av beteendets konsekvenser för miljön (Kroesen, 2013; Juvan & Dolnicar, 2014; Barr, Coles, Prillwitz & Shaw, 2010). En del konsumenter förnekar flygets miljöpåverkan i den bemärkelse att de anser att *om* klimathotet är verkligt, kommer förändringen av planeten att ske genom naturliga företeelser vilka människan inte har kontroll över. Därmed fortsätter dessa konsumenter att flyga då de inte anser att flygningen utgör ett beteende vilket medför miljöförstöring i den grad att det kommer hota klimatet. (Kroesen, 2013).

Det framkommer också i studier av Lorenzoni m.fl. (2007) och Juvan och Dolnicar (2014) att konsumenterna anser sig inneha rättigheter att resa och flyga fritt. Denna frihet värderas av många högre än de bekymmer man upplever för miljön, vilket bringar existens till detta attityd- och beteendegap. För att förtydliga, Lorenzoni m.fl. (2007) och Juvan och Dolnicar (2014) menar att konsumenter anser att klimathotet är verkligt och viktigt, men de påvisar också att flygande är väsentligt och en rättighet för varje enskild konsument.

Gapet mellan miljövänliga attityder och miljöskadligt flygbeteende försvars också genom det faktum att konsumenterna vilka flyger hävdar att deras beteende medför mer nytta än onytt. För att förtydliga, vissa resenärer och konsumenter påstår att deras resande och flygande bidrar med exempelvis jobbskapande, vilket således verkar som kompensation för deras bidrag till klimatförstöringen. (Juvan & Dolnicar, 2014).

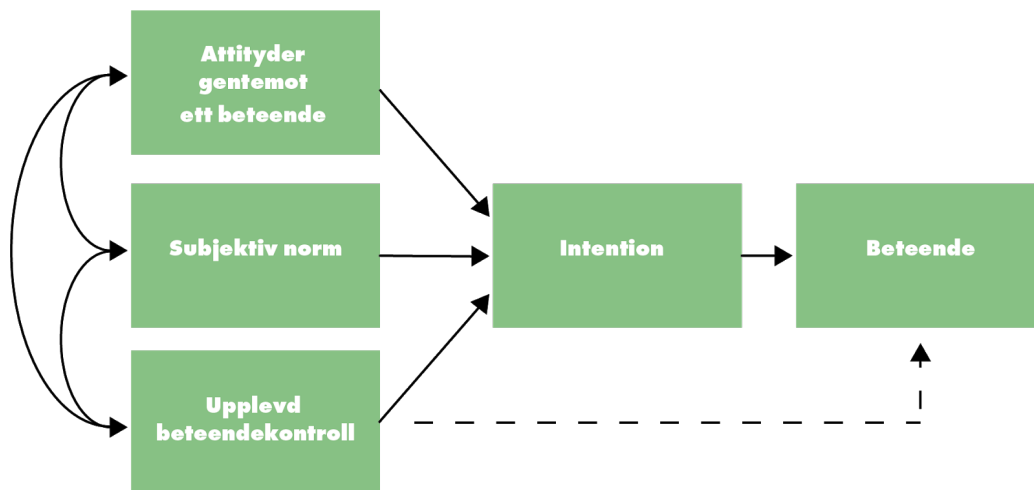
I studien genomförd av Juvan och Dolnicar (2014) medger medverkande respondenter att de upplever konflikter rörande deras egna miljövänliga attityder och deras agerande gällande resande och flygning. Ur detta kan kognitiv dissonans urskiljas som existerande i debatten kring gapet mellan miljövänliga attityder och ett miljöskadligt flygbeteende (Juvan & Dolnicar, 2014). Kognitiv dissonans avser situationer vilka inkluderar motstridiga attityder,

värderingar och beteenden. Känslan av motstridighet orsakar i många fall obehag och skuld, vilket resulterar i en förändring av konsumentens attityder, värderingar eller beteende (Simply Psychology, 2018). Ur litteraturen skriven av Juvan och Dolnicar (2014) identifieras olika försök att förklara denna kognitiva dissonans. Bland annat genom att förneka effekterna som flygningar medför och genom att betona att antalet flygningar kunde varit avsevärt högre om det inte vore för hänsyn till miljön. Konsumenterna förändrar i detta avseende således sina attityder eller värderingar, men det sker i majoriteten av fallen ingen förändring i deras flygbeteende (Juvan & Dolnicar, 2014). Detta kan möjligen förklaras genom att den upplevda känslan av skuld i samband med flygning i vissa fall anses vara tillräcklig som kompensation för inkonsekvensen mellan miljövänliga attityder och ett miljöskadligt flygbeteende. För att förtydliga, vissa konsumenter menar att det räcker att förmedla sin känsla av ångest och skuld inför sitt eget beteende, för att sedan kunna fortsätta att göra exakt samma sak igen. (Kroesen, 2013).

För att erhålla djupare kunskap om varför detta specifika gap mellan miljövänliga attityder och miljöskadligt flygbeteende existerar anses det relevant att studera detta vidare. Om svaren som uppkommer i denna studie bekräftar tidigare forskning innebär det att kunskapsmassan i större omfattning betonar samma orsaker till varför gapet existerar. Detta kan i sin tur leda till att man i framtiden möjligtvis kan framlägga anledningarna till varför gapet existerar med relativt stor *sannolikhet*. Om svaren skiljer sig markant från tidigare forskning är också det intressant och det förmedlar även vikten av att ämnet är viktigt att erhålla mer kunskap om.

## **2.2 Teoretiskt ramverk – Teorin om planerat beteende**

För att uppnå syftet med uppsatsens empiriska studie samt underlätta analysen har ett teoretiskt ramverk valts ut som praktiskt verktyg. Den teoretiska modellen ”The theory of planned behaviour” är ursprungligen utvecklad av Ajzen (1991) och refereras till som TPB-modellen. Modellen kommer på svenska att refereras till som ”teorin om planerat beteende”. Modellen framhäver tre begreppsmässigt oberoende samt avgörande konstruktioner till *intentionen* för ett visst *beteende*: *attityder*, *subjektiv norm* och en *upplevd beteendekontroll*. Följaktligen består modellen i sin helhet av fem komponenter varav fyra ämnar till att förklara individers process gentemot ett slutligt beteende och agerande. De fem komponenter som avses tillämpas i analysen är *attityder gentemot ett beteende*, *subjektiv norm*, *upplevd beteendekontroll*, *intention* och *beteende*.



*Bild 1. Egenillustrerad bild av "teorin om planerat beteende".*

### 2.2.1 Attityder gentemot ett beteende

Denna komponent avser mäta till vilken grad en person har en gynnsam eller ogynnsam föreställning om ett specifikt beteende. Komponenten medför ett övervägande beträffande utfallet av det specifika beteendet och dess möjliga konsekvenser. Om en individ tillhandahåller positiva attityder gentemot det specifika beteendet som utreds, ökar sannolikheten för att individen utför det specifika beteendet. Följaktligen blir utförandet av ett specifikt beteende mindre sannolikt om individen istället besitter negativa attityder gentemot beteendet. (Ajzen, 1991).

### 2.2.2 Subjektiv norm

Den andra komponenten utgörs av subjektiva normer, vilken omfattar huruvida utomstående faktorer kan tänkas påverka individens intention och beteende genom att uttrycka signifikanta åsikter om hur individen i fråga ska engagera sig i det specifika beteendet. Subjektiv norm innebär därmed i denna teori – individens uppfattning om sociala påtryckningar att utföra eller inte utföra det övervägda specifika beteendet. (Ajzen, 1991).

### 2.2.3 Upplevd beteendekontroll

Den tredje komponenten som ligger till grund för en möjlig intention och ett möjligt beteende utgörs av upplevd beteendekontroll, vilken avser förklara till vilken grad individer har möjlighet och förmåga att utföra ett specifikt beteende. Med andra ord ämnar komponenten framföra svårigheter respektive möjligheter med det betänkta specifika beteendet. (Ajzen, 1991).

Det är viktigt att framföra att alla dessa tre konstruktionerna; attityder gentemot ett beteende, subjektiva normer och upplevd beteendekontroll är personligt och individuellt uppfattade av varje enskild individ/konsument. Detta innebär att den uppfattade beteendekontrollen inte nödvändigtvis är absolut. Tvärtom kan den faktiska och objektiva beteendekontrollen skilja sig markant från individens enskilda uppfattning. Samma princip omfattar konstruktionen av den subjektiva normen, där upplevda sociala påtryckningar inte nödvändigtvis är identiska

med vad omgivningen faktiskt förväntar sig av individen avseende det specifika beteendet som övervägs. (Klößner, 2013).

#### **2.2.4 Intention**

En väsentlig del av teorin om planerat beteende utgörs av individers intentioner att utföra ett specifikt beteende. Denna komponent förväntas fånga de faktorer som motiverar ett specifikt beteende och komponenten antyder hur benägna individer är att utföra beteendet i fråga. Sannolikheten för att ett specifikt beteende utförs ökar om intentionen att engagera sig i det specifika beteendet är starkt, och tvärtom minskar sannolikheten för ett utförande av det specifika beteendet om intentionen är låg. Det är viktigt att nämna det faktum att en beteendemässig intention enbart kan finnas uttryckt i ett specifikt beteende om beteendet i fråga är under frivillig kontroll och kan bestämmas av potentiell utövare. I många fall uppnås detta krav men det förekommer också situationer där utövandet av ett specifikt beteende till viss del beror på externa och icke motiverande faktorer, däribland exempelvis tillgången till pengar och tid (Ajzen, 1991). Om individen besitter de nödvändigheter som krävs för att utföra ett specifikt beteende bör intentionen således infrias och beteendet verkställas. (Ajzen, 1991).

#### **2.2.5 Direkt förbindelse mellan upplevd beteendekontroll och utförandet av ett specifikt beteende**

Som visas tydligt i bilden av TPB modellen ovan, framträder en direkt förbindelse mellan upplevd beteendekontroll och utförandet av ett specifikt beteende. Denna länk grundar sig enligt Ajzen (1991) främst på Banduras (1977) forskning rörande individers självförmåga. Självförmågan (som Ajzen refererar till som upplevd beteendekontroll) spelar till stor del in i utförandet av en prestation då den influerar individens ansträngningar, tankar och känslor inför det specifika beteendet. Banduras (1977) menar således att individens beteendeprestation avgörs genom individens självförtroende gentemot hur väl denna anser sig själv kunna utföra det specifika beteendet i fråga. Enligt teorin om planerat beteende anses denna logik förespråka den eventuellt direkta förbindelsen mellan beteendekontroll och utförandet av ett specifikt beteende i två anseende. Först och främst, om intentionen förblir konstant ökar ansträngningarna att utföra ett visst beteende framgångsrikt om konstruktionen av upplevd beteendekontroll är närvarande. För att förtydliga, om två individer ämnar lära sig att spela basket och innehar samma intention att göra så, kommer individen med högst självförtroende att lära sig spela basket först. För det andra kan denna direkta länk framträda då upplevd beteendekontroll ofta kan verka som ersättning för den verkliga kontrollen. Huruvida detta mått på upplevd beteendekontroll faktiskt kan verka som ersättare för måttet på verklig kontroll beror självklart på exaktheten av det upplevda.

#### **2.2.6 Beteende**

Det slutliga beteendet är således ett resultat av individers utvecklade intention, som i sin tur framställs av konstruktionerna; attityder gentemot ett beteende, subjektiv norm och upplevd beteendekontroll. (Ajzen, 1991).

### **2.2.7 Relation mellan attityder gentemot ett beteende, subjektiv norm och upplevd beteendekontroll**

Vilket framgår ur bilden ovan, influerar de tre konstruktionerna; attityder gentemot ett beteende, subjektiv norm och upplevd beteendekontroll även varandra i framställningen av individens intention och slutliga beteende. Varje enskild konstruktion kan verka självständigt utan relation till övriga konstruktioner. Däremot kan konstruktionerna också samspela och påverka varandra i framställningen av individens intention för att utföra ett specifikt beteende (Ajzen, 1991). Exempelvis kan en gynnsam attityd gentemot ett specifikt beteende grunda sig i subjektiva normer. Följaktligen kan ogynnsamma attityder skapas gentemot innebörden av subjektiva normer. Upplevd beteendekontroll kan forma gynnsamma eller ogynnsamma attityder gentemot ett specifikt beteende vilka tillsammans leder till skapandet av en intention som vidare resulterar i ett utförande eller icke utförande av det specifika och tänkta beteendet. (Ajzen, 1991).



### **3. METOD**

Metodavsnittet beskriver hur studien genomfördes, vilka val som gjordes och varför. Kapitlet inleds med en beskrivning av vilken typ av studie uppsatsen omfattas av följt av en djupgående redogörelse för hur empiriska data samlats in samt vilka respondenterna som valts ut är och hur erhållen information analyserats. Vidare redogörs hur uppsatsens metod och datainsamling förhållit sig gentemot en god forskningssed och slutligen redogörs för hur författarna av uppsatsen försäkrat sig om att insamlat empiriskt material kan anses vara trovärdigt och pålitligt.

#### **3.1 En kvalitativ studie**

Uppsatsens studie genomfördes som en undersökande kvalitativ fallstudie där djupgående intervjuer användes som metod för framtagande av information. Som nämnts i introduktionen har denna uppsats som syfte att få en djupare förståelse kring gapet mellan miljövänliga attityder och miljöskadligt beteende avseende flygning. Då uppsatsens studie till stor del ämnar samla in information beträffande attityder har en kvalitativ metod valts då denna metod anses utgöra ett bra verktyg för att nå en förståelse för attityd- och beteendegapet (Bryman & Bell, 2016). För att erhålla en grundläggande förståelse för respondenternas generella attityder gentemot de klimathot som världen står inför började intervjuerna med frågor som syftade till att skapa förståelse för varje enskild respondents åsikter kring just detta område. Att få en grundläggande förståelse för detta ansågs relevant för att utifrån den kunskapen ställa specifika frågor kring konflikten mellan respondenternas uttrycka miljövänliga attityder och deras miljöskadliga flygbeteende. Vidare ställdes således frågor som bidrog till insikt för gapet mellan miljövänliga attityder och det miljöskadliga beteendet avseende flygning i syfte att få en djupare förståelse för respondenternas agerande. Intervjuerna genomfördes således för att få respondenterna att grundligt redogöra för deras attityder och beteende rörande flygning och för att som intervjuare uppfatta underliggande värderingar hos respondenterna. Att uppfatta underliggande värderingar kan vara svårt vid exempelvis fokusgrupper och observationer. Anledningen till varför det kan uppfattas som svårare är för att respondenternas individuella åsikter kan nedtonas vid influenser från övriga respondenter (Bryman & Bell, 2016). Vid observationer kan även det fysiska avståndet och bristen på verbal diskussion medföra svårigheter för intervjuledarna att uppfatta underliggande värderingar hos respondenterna. (Bryman & Bell, 2016).

Tillvägagångssättet för att uppnå syftet med uppsatsen har inneburit ett första stadium av framställning av empiriska data. Den empiriska data som under intervjuerna skapats har vidare använts som underlag för att skapa teorier och slutsatser kring det som observerats. Detta går i enlighet med ett induktivt tillvägagångssätt (Bryman & Bell, 2016), då slutsatser skapas först efter att observationerna ägt rum. Detta har ansetts vara relevant i denna studie då syftet är att erhålla aktuell kunskap inom området vi undersöker. För att förtydliga, syftet har således inte varit att utgå från forskares underliggande kunskap baserad på befintlig teori för att vidare formulera en hypotes som slutligen förkastas eller bekräftas i enlighet med befintlig kunskap (Bryman & Bell, 2016). Däremot ligger ett flertal teorier till viss del som grund för

denna uppsats, vilka presenterats i teoriavsnittet. Det alltmer akuta klimathotet som världen står inför skapar forskningsmöjligheter att applicera denna redan etablerade teorin på, varför denna uppsats avhandlar gapet mellan miljövänliga attityder och miljöskadligt flygbeteende. Fastän insamlingen av empirin således haft befintlig teori i åtanke, har den induktiva metoden valts då respondenternas *förhållande* gentemot attityder och beteende ämnats undersökas. Denna uppsats har för avsikt att undersöka *hur* och *varför* respondenterna erhåller de attityder som de gör och varför dessa eventuellt står i konflikt med deras beteende. Empirin ska därmed förklara hur världen är konstruerad och inte enbart bekräfta hur den ser ut. Således har en induktiv metod använts framför en deduktiv i denna studie eftersom syftet med uppsatsen är att få förståelse för ett ämne först efter att empiriska data framställts och analyserats. (Gibson & Brown, 2009).

Innan intervjuerna genomfördes utfördes en mindre skrivbordsundersökning av redan tillgänglig information i syfte att skapa förståelse för den kunskap som redan existerar rörande ämnet som vi studerar. Från denna genomgång av tillgängligt material utformades introduktionen, litteraturgenomgången och frågorna inför de semistrukturerade intervjuerna. Skrivbordsundersökningen omfattade genomgångar av akademiska artiklar så som ”peer-reviewed” artiklar, men även mindre akademiska källor i egenskap av sociala medier i syfte att skapa förståelse för ämnet.

### 3.2 Semistrukturerade intervjuer

Då syftet är att undersöka *varför* det existerar ett gap mellan uttryckta miljövänliga attityder och ett miljöskadligt flygbeteende har *intervjuer* valts ut som metod med avsikt att erhålla en aktuell uppfattning och förståelse för hur respondenterna agerar samt tänker kring ämnet. Utöver de första frågorna som berörde respondenternas generella attityder gentemot det klimathot som världen står inför, har fem huvudkategorier med tillhörande frågor styrts intervjuerna i syfte att inte beröra områden som faller helt utanför ramen för studien. Då intervjuerna önskade beröra fem specifika områden men dock inte begränsa respondenternas frihet att själva ta upp ämnen vilka för dem ansågs vara viktiga utformades en intervjuguide. Vissa frågor i form av ordning och leverans har därmed varierat beroende på vem som har intervjuats på grund av att diskussionerna utvecklats på olika sätt (Gibson & Brown, 2009). Denna skillnad beträffande framställningen av vissa frågor motiveras av det faktum att plötsliga avbrott i intervjuerna hade kunnat medföra en begränsning i flexibilitet och även begränsat uppkomsten av givande samtal där intressanta svar kunde tänkas erhållas (Bryman & Bell, 2016). Vissa av frågorna som inkluderades i intervjuerna är dock frågor som ställdes på exakt samma sätt till samtliga respondenter, oberoende av vem det var som intervjuades och alla frågor som omfattades av intervjuguiden blev tillslut ställda till samtliga respondenter.

Respondenterna har haft möjlighet att med egna ord och upplevelser detaljerat beskriva deras attityder, tankar och agerande rörande miljö och flygning. Respondenterna har godkänt att intervjuerna spelats in och transkriberats i direkt anslutning till intervjuerna. Det är dock viktigt att påpeka att svaren från intervjuerna inte kan betraktas som sanningar utan istället som upplevelser som valda respondenter i undersökningen varit med om. Svaren kan därmed

inte betraktas som objektiva utan som högst subjektiva. Subjektiviteten medför en risk i utförandet av kvalitativa forskningsstudier då forskarens ofta osystematiska uppfattningar om vad som är relevant för studien till stor del utgör grunden för skapandet av det empiriska materialet (Bryman & Bell, 2016). Detta innebär att forskaren som utför en studie innehar en stor delaktighet i de material som framställs, då forskarens uppfattningar av intervjuvar och observationer till stor del beror på forskarens individuella intressen (Bryman & Bell, 2016). Med detta i åtanke har uppsatsförfattarna ansträngt sig för att inte lägga egna värderingar i respondenternas svar.

Vid beslut om omfång av intervjuer har tio respondenter valts ut. Detta val har gjorts baserat på att antalet anses som tillräckligt för att åstadkomma en s.k. empirisk mättnad. Detta innebär att efter genomförandet av dessa tio intervjuer förväntas inte ny, betydande och avgörande information erhållas. För att förtydliga, ett större omfång av intervjuer anses inte tillföra väsentlig information som inte redan uppkommit i tidigare intervjuer. Därav bedöms antalet intervjuer som tillräckliga för att besvara uppsatsens forskningsfråga. Det är dock viktigt att påpeka det faktum att den data som erhålls av dessa tio intervjuer inte kan användas i syfte att generalisera resultaten till andra miljöer. Antalet respondenter är för få och kan därmed inte vara representativa för en population (Bryman & Bell, 2016). Då observationer och intervjuer vid kvalitativa studier ofta behandlar ett mindre omfång av respondenter är generaliseringar beträffande populationer överlag svåra att göra vid dessa typer av studier. Vid generaliseringar av material framtaget genom kvalitativa studier är det istället främst kvalitén av de teoretiska slutsatserna, vilka dragits utifrån det empiriska materialet, som utgör grunden för generaliseringen (Bryman & Bell, 2016). I enlighet med detta har syftet inte varit att framställa data som kan användas för generaliseringar av populationer, utan fokuset har legat vid att framställa trovärdigt och pålitligt material som vidare kan bidra till teorin rörande attityd- och beteendegapet beträffande flygning.

På grund av rådande omständigheter med Covid-19 har samtliga intervjuer genomförts digitalt. Covid-19 är en infektionssjukdom som orsakats av ett virus och för att bromsa smittspridningen har Folkhälsomyndigheten (2020) rekommenderat att hålla avstånd till andra personer i den utsträckning som är möjlig. För att agera ansvarigt har därför digitala möten ansetts vara lämpliga och det digitala verktyget som använts vid intervjuerna är "Zoom". Intervjuerna pågick mellan 45–60 minuter och Zoom tillät oss att fortfarande se respondenterna genom videoupkoppling vilket ansetts vara positivt då det är fördelaktigt att notera respondenternas gestikulationer och minspel. (Bryman & Bell, 2016).

Inför intervjuerna fick respondenterna enbart information om att uppsatsen ämnade undersöka deras generella attityder gentemot miljö och flygning. För att öka tillförlitligheten i faktainsamlingen utlämnades specifika uppgifter kring det faktum att uppsatsen hade för avsikt att analysera respondenternas motsägande agerande i förhållande till dennes uttryckta attityder. Detta eftersom erhållandet av sådan vetskap innan genomförandet av intervjun hade kunnat tänkas påverka respondentens svar. Ämnet som studeras kan till viss del uppfattas som kontroversiellt i den aspekt att inkonsekvenser i respondenternas attityder och beteende undersöks. Därför var det avsiktligt att inte på förhand informera om det specifika syftet med

uppsatsen eftersom respondenterna möjligtvis hade kunnat förbereda svar där konflikten mellan respondenternas attityder och beteende inte exponerades i en utsträckning som motsvarar verkligheten.

### 3.3 Urvalsstrategi

Uppsatsens syfte är som tidigare nämnt att undersöka gapet mellan miljövänliga attityder och ett fortsatt miljöskadligt beteende beträffande flygning. Följaktligen behandlar intervjuerna detta området. En testintervju genomfördes i syfte att undersöka hur väl de utformade intervjufrågorna fungerade som verktyg för att uppnå den information som krävdes för att kunna besvara uppställd forskningsfråga. Under testintervjun framkom det att respondenten inte ansåg sig vara *speciellt* miljömedveten. Diskussionerna och svaren som erhöles från testintervjun bedömdes vidare som otillräckliga för att uppnå uppsatsens syfte. För att förtydliga, då respondenten inte ansåg sig vara *mycket* miljövänlig var det svårt att analysera gapet mellan miljövänliga attityder och ett miljöskadligt beteende gällande flygning. Då testrespondenten inte ansåg sig vara *mycket* miljövänlig tolkades företeelsen av flygande vara en icke-etisk fråga för personen. Därmed var svaren problematiska att analysera ur ett miljöperspektiv. Utifrån detta drogs en slutsats om att konsumenter som inte graderar frågan om miljö särskilt högt förmodligen inte skulle kunna bidra med information som skulle hjälpa studien att besvara uppsatsens forskningsfråga. För att istället generera svar som ansågs kunna bidra till en djupare förståelse för attityd- och beteende gapet föll urvalet på att intervjua respondenter som frekvent flyger och som också ansåg sig vara *mycket* miljömedvetna.

Enligt Statista (2020) anses människor i åldern 18–34 år vara de som är mest engagerade i frågor rörande miljö och klimatförändringar. Med detta som grund har ett urval av respondenter i åldersintervallet 20 till 30 år gjorts. Genom detta åldersintervall anses respondenterna vilka inkluderas i studien vara i den åldern som av Statista (2020) benämns som de med störst intresse i miljöfrågorna.

Vidare har intervjuerna inkluderat både kvinnor och män. Vid urvalet har därmed inte kön utgjort ett kriterium för val av respondenter. Anledningen till detta val grundar sig i det faktum att inget kön anses vara mer ansvarig för de rådande miljöförstöringarna. Det är människan som bär ansvaret. (WWF, 2020).

Respondenterna har valts utifrån uppsatsförfattarnas kontakter. Ett beslut om att intervjua respondenter som inte har en nära relation till intervjuledarna har gjorts. Detta på grund av att i en välutvecklad relation mellan respondent och intervjuledare kan ämnet tänkas ha diskuterats tidigare. Detta kan medföra att intervjuledarna oavsiktligt antar sig veta vilka åsikter respondenten har istället för att faktiskt fråga respondenten om dennes åsikter. Detta kan vidare medföra att den empiriska data vilken skapas under intervjuerna kan anses vara opålitlig.

För att de utvalda respondenterna ska erhålla de kriterier som anses nödvändiga för att uppnå uppsatsens syfte men samtidigt inte ha nära relationer med intervjuledarna, har nära kontakter till författarna av uppsatsen samtalat med sin bekantskapskrets för att finna lämpliga

respondenter. För att förtydliga, respondenternas nära kontakter har i sin tur hört sig för i sin omgivning i syfte att finna lämpliga respondenter och sedan förmedlat en kontakt mellan respondent och intervjuledare. Som tidigare nämnts kan ämnet som diskuteras uppfattas som kontroversiellt i den bemärkelse att man agerar på ett sätt som inte samstämmer med ens attityder. Av respekt för respondenterna har de därför anonymiserats och i analysen tilldelas respondenterna varsitt nummer vid specifika citat. Numren representerar antalet respondenter och sträcker sig därför från nummer ett till nummer tio. I analysen refereras respondenterna till "intervjuperson" vilket förkortas till "ip" följt av tilldelat nummer. Intervjuerna ligger till grund för analysen.

### 3.4 Dataanalys

För att identifiera likheter och olikheter i intervjumaterialet har kodning använts. Målet med kodning är att kunna kategorisera och identifiera återkommande likheter och skillnader samt att uppfatta repetitiva teman i den data som framställts under intervjuerna (Gibson & Brown, 2009). Användandet av denna metod innebär således ett skapande av olika kategorier för att strukturera olika typer av information i syfte att synliggöra likheter och olikheter inom den data som skapats under intervjuerna.

Inför studiens intervjuer har s.k. *a priori koder* utformats (Gibson & Brown, 2009). I fallet beträffande denna studie har det inneburit att intervjufrågorna indelats i fem huvudkategorier baserade på de fem olika konstruktionerna vilka utgör teorin om planerat beteende: attityder gentemot ett beteende, subjektiv norm, upplevd beteendekontroll, intention och beteende (Ajzen, 1991). Detta för att till viss del styra intervjuerna i syfte att inte beröra områden vilka faller helt utanför ramen för studien. Då syftet är att analysera gapet mellan miljövänliga attityder och miljöskadligt beteende beträffande flygning anses de utvalda kategorierna med tillhörande frågor fungera som bra verktyg för att uppnå specifika data vilka kan användas för att besvara forskningsfrågan.

Efter genomförandet av intervjuerna har även *empiriska koder* skapats. Detta för att tydligt förse läsaren med påträffade likheter, olikheter och mönster vilka alla identifierats utifrån det empiriska materialet (Gibson & Brown, 2009). Bl.a. har gemensamma områden vilka respondenterna uttryckt specifik passion för kunnat identifieras, däribland *frihet*. Syftet med denna typ av kodning har varit att placera det empiriska materialet under ett antal skilda kategorier då dessa kategorier bedöms vara av särskild betydelse för respondenterna i deras agerande att flyga trots uttryckt oro för miljön. Kategorierna som identifierats är följande: *konsumentens egennytta, omgivningens betydelse* samt *yttre faktorerers påverkan på konsumentens beteende*. Vidare utgör dessa kategorier rubriker i följande analyskapitel då de anses vara betydelsefulla för uppsatsen och då de förenklar analysen, vilken ämnar till att besvara forskningsfrågan.

### 3.5 Etik

För att följa de föreskrifter som berör en etablering av god forskningssed (Vetenskapsrådet, 2015), har respondenterna först och främst informerats kring vad deras uppgifter kan tänkas bidra med i uppsatsen, vilket går i enlighet med Vetenskapsrådets (2015)

krav: *informationskravet*. För det andra har respondenterna själva kunnat influera deras deltagande i intervjuerna samt gett sitt samtycke till deltagande vilket beskriver det andra kravet: *samtyckeskravet*. Det tredje kravet utgörs av *konfidentialitetskravet* och detta krav berör det faktum att respondenternas personuppgifter förblir anonyma och otillgängliga för obehöriga. Det fjärde och slutliga kravet utgörs av *nyttjandekravet* vilket också uppnåtts genom att all information som framställts endast har använts i syfte för denna uppsats. (Vetenskapsrådet, 2015).

Utifrån detta anses de använda metoderna och tillvägagångssätten för skapandet av empiriska data uppnå en god forskningssed.

### 3.6 Pålitlighet och trovärdighet

Med hänsyn till risken för subjektivitet och influenser från författarna av uppsatsen medför kvalitativa undersökningar en risk. För att denna kvalitativa fallstudie ska anses vara trovärdig har således författarna ansträngt sig ytterst mycket för att inte låta egna värderingar påverka respondenternas svar. Vidare har även en trianguleringsmetod använts för att validera de erhållna resultaten (Cope, 2014). Detta innebär i denna studie att flertalet källor använts för att säkerställa att de mönster som återfinns i intervjuerna och vid skrivbordsundersökningen är återkommande och inte slumpmässiga. För att förtydliga, med användandet av ett flertal källor syftar vi på genomförda intervjuer, artiklar som använts i litteraturgenomgången samt teorin om planerat beteende. Dessutom används en revisionsspåringsmetod för att validera resultaten (Cope, 2014). Detta innebär att den empiriska data som har skapats under intervjuerna analyserats separat efter att intervjuerna genomförts för att eventuellt finna mönster i svaren och för att konstatera att intervjuledarna uppfattat svaren på samma sätt.

Med tanke på det mindre urvalet kan resultatet endast användas för generella slutsatser för specifikt dessa respondenter och bör undersökas vidare med ett större urval för ökad kredibilitet. Med tanke på att denna uppsats ämnar undersöka samt *förstå* agerandet vid flygning hos miljömedvetna individer passar en kvalitativ studie dock bättre än en kvantitativ sådan. Det kan givetvis vara problematiskt att genomföra tolkningar av respondenternas svar objektivt men detta har under omständigheterna fungerat väl baserat på den empiriska data som skapats under intervjuerna och därmed anses trovärdigheten hög trots det mindre urvalet.

## 4. ANALYS

Med hänsyn till empiri och tillhörande kodning har tre kategorier kunnat identifierats som de med störst betydelse för varför respondenternas faktiska flygbeteende ser ut som de gör i relation till deras uttryckta miljövänliga attityder. Dessa tre kategorier utgör grunden för tre sammanhängande slutsatser som framkommit ur intervjuerna i samband med teorin. Dessa kategorier analyseras utifrån uppsatsens teoretiska ramverk tillsammans med den teoretiska referensramen som bakgrund för att besvara den valda forskningsfrågan. De tre kategorierna kopplas till de yttre konstruktionerna i TPB modellen; *attityder gentemot ett beteende*, *subjektiva normer och upplevd beteendekontroll*, vilka i sin tur påverkar intentionen att utföra eller inte utföra ett visst beteende. Konstruktionerna *intention* och *beteende* analyseras löpande genom hela analysen, och behandlas därmed i samtliga tre kategorier. I analysens avslutande del framställs kopplingar mellan de tre yttre konstruktionerna från TPB modellen, i syfte att skapa förståelse för hur dessa samspelar med varandra i skapandet av intentioner och beteende beträffande flygning.

De kategorier som påträffats och som ligger till grund för analysen är följande:

1. Konsumentens egennytta
2. Omgivningens betydelse
3. Yttre faktorer påverkan på konsumenten



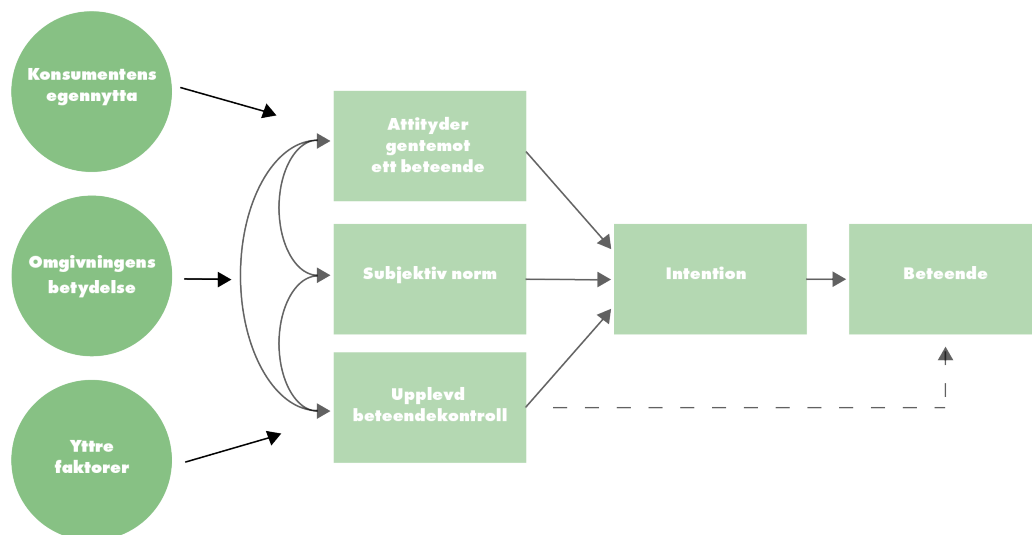
**Bild 2.** Illustration av de mest använda orden i undersökningens intervjumaterial.

Figuren ovan åskådliggör de mest anträffade orden i intervjuerna och ger därför en överblick av intervjuernas innehåll. Figuren är skapad baserad på det transkriberade materialet som framkommit under intervjuerna och bilden har framkallats från ett analysprogram som återfinns på hemsidan [www.wordclouds.com](http://www.wordclouds.com). Som man kan urskilja ur figuren är somliga ord visuellt större. Storleken på orden baseras på hur frekvent de använts i intervjuerna. De ord som betonas mest i intervjuerna är således visuellt större, och följaktligen är de ord som

används frekvent men mer sällan visuellt mindre i storlek. Därav går det att utläsa vilka begrepp som under intervjuerna varit av stor betydelse för respondenterna i deras förhållningssätt gentemot deras uttryckta attityder och dess beteende rörande flygning. Figuren har medtagits i analysen för att bringa förståelse för de val av kategorier som gjorts.

Kategorierna som är utvalda för analysen utgör de mest väsentliga faktorerna som belyser hur respondenterna förhåller sig till det faktum att deras uttryckta attityder ibland skiljer sig från deras specifika flygbeteende. Kategorierna är således framtagna för att underlätta förståelsen för analysen, och för att på ett så strukturerat vis som möjligt undersöka varför det finns ett existerande gap mellan miljövänliga attityder och ett miljöskadligt flygbeteende, vilket är syftet med uppsatsen.

Modellen nedan är framtagen för att illustrera de tre kategorierna och vart i det planerade beteendet som de har störst inverkan. De tre kategorierna påverkar således de tre yttre funktionerna i TPB modellen vilka i sin tur påverkar konsumenters intentioner och slutliga beteende.



**Bild 3.** Egen illustration av vilka olika konstruktioner i teorin om planerat beteende som påverkas av de tre olika kategorierna.

Vid genomförandet av intervjuerna refererar respondenterna ofta till begreppet “att resa” vid diskussion kring flygande, vilket är viktigt att ha i åtanke vid beaktande av medtagna citat i analysen. Att respondenterna nyttjar begreppet “att resa” som synonym till begreppet “att flyga” kan eventuellt förklaras utifrån det faktum att respondenterna i majoriteten av sina resor använder sig av flygplan för att nå den tänkta destinationen.



## 4.1 Konsumentens egennytt

Denna kategori behandlar den enskilda konsumentens attityder, och på vilket sätt konsumenterna värderar sig själva i förhållande till frågan rörande flygning och dess konsekvenser. Flera komponenter kan påverka en konsuments agerande och däribland gynnsamma och ogynnsamma attityder gentemot en företeelse.

### 4.1.1 Bakomliggande motiv för flygning

Respondenternas bakomliggande motiv för att flyga samstämmer till stor del, då samtliga uttrycker att flygning medför en känsla av frihet. Känslan av frihet anses vidare vara en känsla som respondenterna är benägna att uppnå då möjligheten att röra sig vart man vill betraktas som människans rättighet.

*”Jag tror alltid att jag förknippat resor med frihet, att man inte är bunden till vissa gränser. Det känns som att resa är lite av en mänsklig rättighet. I Europa har vi ju det här att vi kan röra oss mellan gränserna hur fritt vi vill, så länge vi har vårt pass med oss, ibland behövs inte ens det.” (ip3)*

*”Jag tycker om känslan av frihet. Man lämnar allting bakom sig, alla regler liksom och alla problem liksom mättas när jag reser. Man utvecklas väldigt mycket.” (ip1)*

Detta bekräftar resultaten som uppnåtts i studier av Lorenzoni m.fl. (2007) och Juvan och Dolnicar (2014). Även där framkom det att konsumenterna vilka ingick i deras studie värderade frihet högt vid diskussioner kring flygning. Det empiriska materialet i denna studie indikerar således samma sak. Det känns därmed relevant att vidare undersöka känslan av frihet i relation till flygning och miljövänliga attityder på ett djupare plan för att erhålla mer förståelse för detta skeende.

Samtliga respondenter betonar även att flygning medför tidseffektivitet. Detta betraktas som positivt hos respondenterna eftersom tid att spendera på den tänkta slutdestinationen frigörs och ökar som ett resultat av att tiden som ägnas åt transport till denna slutdestination minskar. Således menar de tillfrågade att destinationen de flyger till är av störst vikt när de väljer att använda flyg som transportmedel. Flygning i denna aspekt anses därmed enbart utgöra en nödvändighet för att nå den tänkta och slutliga destinationen.

*”Om jag skulle åka till Sydney med tåg istället för flyg skulle det ta alldeles för lång tid, och det fanns ingen möjlighet till tåg. Det skulle ta så himla långt tid.” (ip3)*

Ytterligare och återkommande argument till varför respondenterna väljer att flyga är deras uttryckta vilja att utforska och skapa förståelse för andra kulturer och människor runt om i världen.

*”Jag vill uppnå någonting nytt. Man behöver se att det finns fler kulturer än vår. Jag vill liksom förstå hur typ andra har det, vilket är viktigt att lära sig. Man kan inte se utanför Sveriges gränser utan man behöver åka dit för att förstå.” (ip3)*

*”Det är viktigt att se världen, alla bör ha sett hur de ser ut i Afrika. Mycket problem uppstår för att andra inte ser andras problem.” (ip2)*

För att nå dessa platser som man valt att resa till, krävs i många fall flygning då tåg anses vara för dyrt eller för svårtillgängligt. Flyg anses därmed vara ett mer lättillgängligt och relativt billigt transportmedel i jämförelse med tåg. Flygning i detta avseende används således i syfte att nå de utvalda destinationerna.

#### **4.1.2 Skuld & stolthet**

I samtliga intervjuer har en antydning till skuld och stolthet uppfattats vid diskussioner beträffande känslor och associationer till flygning. Känslan av skuld har uppenbarats hos majoriteten vid frågan om hur respondenterna känner sig inför, under och efter en flygning. Känslan av stolthet har infunnit sig hos respondenterna om man helt avstått från att transportera sig till den tänka destinationen eller ifall man valt ett annat transportmedel än flyg för att ta sig till platsen. Detta bekräftar Onwezens m.fl. (2013) studier, där både stolthet och skuld anses utgöra känslor som ofta är förväntade i beslutprocesser som berör miljön. På frågan om hur respondenterna känner inför en flygning eller efter en flygning avges följande svar:

*”Man får lite skuldkänslor, man borde inte göra detta. Man hade kunnat göra det på ett annat sätt, men man är lite egoistisk, man tänker på individnivå, inte på hur det påverkar det stora perspektivet.” (ip6)*

*”Man känner skam för att man är taggad på att flyga och resa, det öppnar en tanke för att reflektera över sitt beteende. Jag skulle till exempel aldrig flyga inrikes, det hade varit pinsamt.” (ip8)*

En av respondenterna uttrycker frekvent sin skam i samband med sin flygning och även respondentens beteende i form av klimatkompensationer ger intrycket av att känslorna vilka förväntas uppkomma i samband med flygandet består av skuld.

*”Jag har klimatkompenserat alla mina flyg. De har jag alltid gjort, även fast jobbet ibland betalat mina resor. Det gör en liten del, men man sopar lite efter sig men inte hela vägen. Jag har fortfarande grov ångest och känner skam över mitt flygande. Jag har inga illusioner om att klimatkompensation är en fullständig kompensation, men det får mig att må lite bättre.” (ip1)*

I intervjuerna påvisas även uppkomsten av stolthet i samband med avstådda flygningar. Alla respondenter förutom en uttrycker stolthet över att välja tåg framför flygning, och denna känsla infinner och uppenbarar sig för första gången innan flygningen äger rum, dvs. innan beteendet genomförs. Den förväntade känslan av stolthet bidrar således till respondenternas intention att transportera sig på ett visst sätt, vilket bekräftar resultaten som framkommit från studier av Blöbaum m.fl. (2001) och Onwezen m.fl. (2013). Respondenten som inte upplever stolthet i samband med valet av tåg framför flyg, förklarar detta på följande vis:

*”Jag tog tåget till Åre istället för att flyga då jag bryr mig om miljön...[...] Jag kunde inte känna mig stolt över att ha tagit tåget istället för flyget. Att avstå saker är det som gör störst skillnad, att jag ej*

*kunde bringa mig till att faktiskt avstå resan helt gör mig besviken. Tåg kanske är bättre än flyg, men är oerhört miljökadligt om man ser på konstruktioner av mark-förbindelser och tillverkningen av tågen. Jag hade känt mig mer stolt om jag stannade kvar i Göteborg.”(ip1)*

Respondenten har därför en ogynnsam attityd gentemot såväl flyg som tåg, men attityden mot tåg i förhållande till flyg ses dock som mer gynnsam, vilket resulterar i att respondenten då väljer tåg framför flyg i detta avseende. Ajzens teori (1991) beträffande attityders betydelse för individens intentioner och beteende kan därför konstateras vara applicerbar avseende val som berör miljövänligt beteende.

#### **4.1.3 Den enskilda konsumenten**

Som framgår ur teorin bidrar gynnsamma attityder gentemot ett specifikt beteende till att beteendet med stor sannolikhet genomförs och vidare leder ogynnsamma attityder gentemot ett specifikt beteende till att beteendet troligtvis inte verkställs. (Ajzen, 1991). Gemensamt för samtliga respondenter är det faktum att de uttrycker både gynnsamma och ogynnsamma attityder gentemot flygning.

*“Det möjliggör mitt resande. Det får mig att känna mig fri.” (ip2)*

*“Jag gör det (flygning) för att ta mig till ställen där jag kan uppleva någonting nytt. Jag vill se annan kultur, då jag tycker att det är viktigt att lära sig av andra och inte bara från folket i Sverige. Man kan inte se utanför Sveriges gränser utan man behöver åka dit för att faktiskt förstå.” (ip4)*

Då samtliga respondenter flyger minst en gång per år, kan dessa gynnsamma attityder förklara respondenternas intention gentemot flygning samt det slutliga beslutet att genomföra det specifika beteendet. Däremot uttrycker samtliga respondenter även attityder vilka kan uppfattas som negativa gentemot beteendet att flyga i enlighet med nedanstående citat:

*“Jag känner negativa känslor gentemot flygning. En tjej i Australien flög ca 1 gång i veckan till Sydney, då blev jag väldigt irriterad - för miljön. Det är nonchalant och respektlöst, man ska tänka till lite och flyga när det verkligen behövs.” (ip4)*

*“Jag är kluven när det kommer till flygande. Jag tycker om att flyga men samtidigt är jag väldigt mån om miljön, och flygandet påverkar klimatet negativt.” (ip9)*

Detta påvisar att ogynnsamma attityder möjligtvis kan begränsa intentionen att flyga, men i många fall väljer respondenterna att ändå verkställa beteendet som i detta fallet utgörs av akten att flyga. För att förtydliga, ogynnsamma attityder kan möjligtvis minska frekvensen av flygningar, men inte fullt ut förhindra beteendet att flyga.

Ur detta konstaterande uppmärksammas en intressant fundering. Vid analys av respondenternas svar beträffande deras attityder gentemot flygning, påträffas de gynnsamma attityderna vid diskussion om vad flygandet medför till den enskilda individen. Samtliga respondenter benämner aspekter som personlig utveckling, frihet, upplevelser och flykt från vardagen vid utläggande för varför respondenterna flyger. De uttryckta gynnsamma

attityderna gentemot flygning kan således sammanfattas som attityder vilka först och främst berör respondenterna på en individuell nivå. För att förtydliga, de positiva känslorna som uppkommer i samband med flygning anknyter till ett bättre upplevt personligt tillstånd hos samtliga respondenter. Vidare kan uppkomsten av ogynnsamma attityder gentemot flygning sammanfattas som attityder vilka betonar de negativa konsekvenser flygning medför för klimatet och miljön.

Attityder som berör respondenterna på individuell nivå verkar påverka intentionen att flyga och även beteendet att flyga i högre utsträckning än de ogynnsamma attityderna vilka berör flygningens miljöförstöring. En möjlig förklaring till detta kan grunda sig i att man inte direkt ser flygningens negativa effekter på miljön, medan man omgående som individ ser vad flygandet bidrar med personligen.

*“Människor är egoistiska i naturen tror jag. Hade vi sett de negativa konsekvenserna på miljön som flygningen medför hade vi förstått mer. Man har väldigt svårt att sätta sig in i det. Vi är så små, vårt agerande betyder ej mycket för det stora.” (ip7)*

*“Om jag skulle se mycket tydligare vilken klimatförstöring flyg faktiskt medverkar till hade jag nog agerat annorlunda i mitt flygande.” (ip9)*

Respondenterna fortsätter därmed möjligen att flyga trots deras oro för miljön på grund av att konsekvenserna av flygbeteendet inte är påtagligt på samma sätt som de goda effekterna av deras flygbeteende. De ogynnsamma attityderna gentemot flygningens konsekvenser medför därför inte att respondenterna helt avstår från att flyga. Däremot finns en antydning till att de ogynnsamma attityderna bidrar till en minskad frekvens av flygningar.

En annan intressant aspekt som utöver bristen på direkta synliga konsekvenser av flygandet möjligen bidrar till valet att fortsätta flyga presenteras i enlighet med nedan citat:

*”Jag ser skillnad på kunskap och förståelse. Jag vet att jag har de bättre än tiggaren, rättvist hade varit att ge massa pengar till denna, i en perfekt värld gör man det. Men känslan är inte där. Man vet att de är dåligt, men man har ingen empati för det.” (ip1)*

För att tolka denna metafor kan man sammanfatta det som att respondenten på ett plan vet vad som händer när man flyger men man väljer att titta åt andra hållet. Empatin för de som drabbas av flygningens utsläpp, planeten och slutligen även andra människor på jorden, finns helt enkelt inte. Incitamentet att flyga är så starkt för respondenterna att de ogynnsamma attityderna mot flygning, som miljöförstöring, inte kan hejda de gynnsamma attityderna mot flygning, vilka som tidigare nämnts bl.a. utgörs av frihetskänslan som respondenterna upplever vid flygning.

## 4.2 Omgivningens betydelse

Denna kategori berör bakomliggande inspiration till respondenternas flygande/resande, sociala mediers inverkan på respondenternas flygning samt omgivningens betydelse för konsumenternas beslut att flyga eller inte flyga.

### 4.2.1 Inspiration till flygning

Enligt några av respondenterna anses sociala medier och de innehåll som representeras där verka som inspiration för deras eget resande och därmed även deras eget flygbeteende. På frågan om var respondenterna uppfattar och samlar inspiration till deras eget resande så svarar de att sociala medier, däribland främst genom Instagram, särskilt utgör källan till insamling av inspiration till framtida tänkta destinationer. Instagram är en gratis applikation som är tillgänglig för mobila enheter. Applikationen fungerar som ett socialt nätverk med funktionen att dela foton och videoklipp med nära vänner, familj och utomstående. (Instagram, 2020).

*”Sociala medier mest tror jag. Jag inspireras inte av att någon som åker någon vecka någonstans, utan mer kanske till exempel till Costa Rica i flera månader och får en vardag där - det är mer genuint, de gör sådant jag mer vill göra själv. Jag inspireras av att det ska kännas äkta och kännas som en vardag.” (ip4)*

*”När jag sitter där på flyget och har sätt massa instagram konton tidigare där vänner och andra personer ”lever livet” i ett paradys någonstans så tänker jag att det där äntligen ska vara jag också” (ip6)*

*“Sociala medier visar det goda livet, man vill också få det avbrottet i vardagen som folk där har” (ip10)*

Detta påvisar att sociala medier och den exponering som sker där, kan bidra med att resande och följaktligen flygande anses ingå i människors vardagliga rutin. Vidare kan därmed resandet och flygandet som framhävs på sociala medier tolkas som en existerande social norm i dagens samhälle, vilken förväntas efterföljas. Konsumenters flygande kan därmed tolkas som ett försök att efterlikna den norm som representeras av olika individer på sociala medier. Detta kan vidare sammankopplas med subjektiva normer (Ajzen, 1991), där individers uppfattning om sociala påtryckningar från omgivningen kan resultera i huruvida personen i fråga faktiskt utför eller inte utför det övervägda specifika beteendet. I enlighet med subjektiva normer (Ajzen, 1991) och dess innebörd, kan konsumenter således tolka sociala påtryckningar på skilda sätt och därmed agera olika utifrån deras egna uppfattningar, vilket också framkommer i intervjuerna med respondenterna. En av respondenterna uttrycker åsikter kring två specifika profiler som är gifta med varandra och som driver relativt stora konton på instagram; Jon och Janni Olsson Delér. Respondenten som tidigare förklarat att hon inspireras av sociala medier i sitt resande och flygande, menar att hon också får avsmak av ett specifikt res- och flygbeteende som ofta gestaltas på Instagram. Detta specifika beteende uppenbaras tydligt på dessa två profilers instagram konton och respondenten uttrycker följande i frågan kring vad som kan tänkas leda till ett minskande flygande från hennes sida:

*“De influencers som reser och flyger otroligt mycket. Om jag istället skulle se någon influencer som åker runt med exempelvis en van, hade jag inspirerats av personen mycket mer. Det hade varit häftigare än någon som flyger runt till alla olika ställen hela tiden. Jag tycker att man ska börja värdera miljön och tar ansvar för den. Man ska vara en förebild. Om man flyger någon gång då och då dömer jag inte någon, men man ska vara medveten om effekterna av flygandet. Det finns inget som skulle kunna klimatkompensera eller överväga den negativa attityden mot exempelvis Jon och Jannis flygande. Man vet ju att de reser för att kunna ta fina bilder till sina kanaler för att tjäna pengar på det.” (ip4)*

För att förtydliga, det specifika beteende som gestaltas på Instagram som respondenten i fråga uttrycker avsmak gentemot, innefattar således ett överdådigt flygande tillsammans med en livsstil som respondenten också tar avstånd från.

*“De (Jon och Janni Delér) flyger säkert 50 gånger om året minst. De flyger och reser dessutom till platser bara för att kunna fota innehåll till Instagram och bloggar. De är deras syfte med deras flygning. Jag tycker det är oansvarigt när så stora profiler betar sig så. Dessutom vet man ju hur deras övriga livsstil ser ut. De köper massa kläder hela tiden och allt detta vinner de ekonomiskt på. Om de levde mer spartanskt och pratade mer om miljön och visade ett medvetande för det hade man sett upp till de mer.” (ip4)*

Detta tankesätt förmedlar vikten av individuella åsikter och uppfattningar. Denna respondent tar avstånd gentemot en viss uppfattad norm som cirkulerar på sociala medier, som innefattar ett frekvent flygande med syftet att skapa material i form av bilder och videos till Instagram. Bakomliggande motiv till denna åsikt grundas genom respondentens uttryckta oro för miljön och flygningens konsekvenser för klimatet. Ur respondentens resonemang urskiljs ett försök till att agera i enlighet med en annan upplevd subjektiv norm. Denna norm innebär att människan bör vara miljövänlig i sitt privatliv och dagliga beteende i den mån hon kan. (Diekmann & Preisendörfer, 2003). Respondenten uppfattar således att den norm och de sociala påtryckningar hon påverkas av, förespråkar ett resande och flygande som istället innebär ett mindre frekvent flygande och där fokus för flygandet och resan är att lära känna kulturen. Detta blir en kontrast till syftet för Jon och Jannis flygande menar respondenten, då de istället fokuserar på att skapa material till sociala medier med mål att tjäna pengar på det.

Detta påvisar att sociala medier och i denna studie främst Instagram, bidrar till individers uppfattning om vad som anses vara en norm i dagens samhälle. I enlighet med teorin om planerat beteende (Ajzen, 1991) tolkas sociala påtryckningar på olika sätt beroende på vilken individ som gör bedömningen. Detta leder således till ett skilt res- och flygbeteende.

Däremot urskiljs också en intressant skillnad mellan uppfattad norm och det faktiska beteendet.

*“Jag inspireras mycket av personer som visar att de tänker på miljön och de som tar sitt ansvar. Jag tycker att det är hippt att inte flyga och det känns som att det är tankesättet som finns hos många idag. Jag tycker dock inte alls om personer som flyger bara för att flyga. Det är väldigt respektlöst att göra så. Jag blir irriterad på sånt, det är nonchalant. Man ska tänka till lite och flyga när det verkligen behövs och inte i onödan.” (ip1)*

På frågan om hur mycket respondenten själv flyger är svaret ungefär fem-sex gånger per år. Detta påvisar en konflikt mellan upplevda normer att agera miljövänligt och ett miljöskadligt beteende. (Diekmann & Preisendörfer, 2003). Vid vidare diskussion rörande hur respondenten ser på det faktum att han reser ca sex gånger per år men ändå anser sig vara miljövänlig erhålls följande svar:

*“Det är lite hyckleri från min sida, jag vet ju det... Däremot så är flyget så mycket billigare än tåg till exempel. Om det hade funnit bättre alternativ för samma pris hade det varit en annan sak. Men det känns som att samhället vill att man ska flyga. De säger åt en att inte flyga och att vara miljövänlig, och ger nästan ut en lista med massa förbud, sedan frestar de oss med reklam om flyg för 60 spänn, extrapris på kött och rea på kläder. Det blir hyckleri från samhället också. Vår miljöpartiledare Isabell Lövin åker runt i en skitstor pickup-Jeep liksom, det är tydligt att hon inte “lever som hon lär. Det är otroligt destruktivt.” (ip1)*

På följdfrågan om hur han anser att regeringen och offentliga personer påverkar flygbeteendet säger han:

*“Man följer dem. Människan är som riktiga får, man följer sin ledare blint utan att tänka själv”. (ip1)*

Detta påvisar att respondenterna tenderar att efterlikna beteende som utförs av sin omgivning. Majoriteten av respondenterna samlar inspiration till sitt flygande via sociala medier, där en viss bild av hur res- och flygbeteende ser ut för allmänheten idag porträtteras. Den bilden som porträtteras kan vidare uppfattas som en norm hos respondenterna. Normen som uppfattas på de sociala medierna behöver däremot inte utgöra en generell norm, utan normen kan skilja sig mellan individer beroende på dess individuella subjektiva attityder. Detta är i enlighet med Ajzens (1991) teori om subjektiva normer och det planerade beteendet.

Vidare värderas respondenternas närståendes åsikter och attityder högt i respondenternas beslut att flyga eller inte flyga:

*“Så fort jag flugit ringer min mamma och säger “fy”, hon är väldigt miljömedveten och hon påverkar mig ändå mycket, man skäms lite då. Dock flyger jag ju rätt mycket ändå, men jag hade kanske flugit ännu mer om det inte vore för henne.” (ip1)*

*“Jag hade skämts och känt mig skuldmedveten gentemot mina vänner i skolan om jag flög hela tiden. De är otroligt engagerade i miljön och klimatfrågan...” (ip5)*

I det senare citatet ovan uttrycker respondenten att hon avstår att flyga till viss del på grund av att den upplevda skulden hade känts för stor, när hon hade berättat det för sina vänner. För respondenten är dessa känslor av skuld således avgörande beträffande respondentens val av att flyga eller att avstå från att flyga i vissa fall.

*“Det känns bra i själen, bra gjort brukar jag säga till mig själv, nu får jag äta den där hamburgaren. Allt man konsumerar läggs ihop i hur man vill bli porträtterad, man vill bli uppfattad som en nice person av sin omgivning. “(ip5)*

Dessa uttryckta tankar signalerar på vilket sätt denne vill bli uppfattad av sin omgivning. Att bli uppfattad på ett visst sätt verkar vid denna fråga vara av större betydelse för respondenten, än den faktiska frågan rörande miljöförstöringen som flygningen medför. Detta tyder på att respondenten främst agerar i enlighet med sociala normer, istället för att agera i enlighet med sina personliga normer.

#### **4.2.2 Uppväxtens påverkan på dagens beteende**

Det faktum att respondenternas uppväxt i termer av resande och flygning frambringar mycket inspiration för deras nuvarande flygbeteende är gemensamt uttryckt av samtliga respondenter. På vilket sätt deras uppväxt har format deras flygbeteende idag skiljer sig däremot från vissa respondenter. Sociala påtryckningar kan enligt Ajzen (1991) härstamma från dels samhället, men också från individer som anses ha en nära relation till personen som står inför beslutet att utföra eller avstå från att utföra ett specifikt beteende. I de flesta intervjuerna framkom det att frekvensen av genomförda flygningar tillsammans med familjen i ung ålder stämde väl överens med frekvensen av flygningar som respondenterna gör idag. För att förtydliga, antalet flygningar i ung ålder i relation till antalet flygningar i vuxen ålder skilde sig lite.

*“Jag flyger ca 1–2 gånger per år idag [...] Det är nog likt med hur jag flög som liten. Vi var ju på semestrar såklart men det var inte flera gånger om året, kanske 2 gånger... “*  
(ip7)

*“Det var ganska likt tror jag. Jag flyger ju 3 gånger per år ungefär, och det var samma då. Vi reste hyfsat mycket, 3 gånger om året med flyg. Vi åkte på hösten, vintern och sommaren.”*  
(ip8)

Däremot påvisas också skillnader på flygbeteendet från olika perioder i ung ålder i förhållande till idag. Barndomens flygbeteende har även i detta fall verkat som motivation till flygbeteendet idag, men med den specifika skillnaden att frekvensen av flygningar nu har ökat, detta trots uttryckt oro om den miljöförstörelse som flygning bringar.

*“Jag hade en bråkig barndom. Jag föddes i Kuwait, sedan flög vi hem till Sverige efter 1 år och bodde där i 1,5 år utan att flyga iväg. Sen flög vi till nya Zeeland och mamma och pappa köpte en segelbåt, och därefter seglade vi i 2,5 år. Kom tillbaka till Sverige när jag var 6 år och därefter åkte vi nästan aldrig utrikes...[...] Jag tror definitivt min barndom spelar in i mitt res beteende idag då jag flyger ca*



*6 gånger per år, nu känner jag ett behov från det att faktiskt kunna åka runt till platser jag själv väljer.” (ip1)*

Detta konstaterar att respondenterna påverkas av sin uppväxt i deras flygbeteende idag, men på olika sätt då frekvensen av flygningar idag antingen förblivit lik frekvensen av flygningar som liten, eller skiftat i omfång men då också på grund av händelser i barndomen.

### **4.3 Yttre faktorerers påverkan på konsumenten**

Denna sektion ämnar förklara ett visst urskuldande tankesätt som framkommer från respondenterna. Yttre faktorer så som andras agerande samt stat/regering framkommer vara av stor betydelse för respondenternas flygbeteende. Den upplevda beteendekontrollen framstår påverka konsumenten och dess flygande i stor grad av olika anledningar vilka presenteras nedan.

#### **4.3.1 Ansvar disponeras till alternativa komponenter**

Gemensamt för samtliga respondenter är uttryckta ogynnsamma attityder gentemot *andra människors* agerande rörande deras flygbeteende. Samtliga respondenter uttrycker en förståelse för vad deras eget flygbeteende gör för miljön, men attityder rörande hur andra bör ta ansvar i denna fråga betonas mer.

*“Om alla slutar flyga skulle det vara jättebra, men det är inte de stora bovarna i klimatkrisen just nu, det är inom industrin och tillverkning man behöver ändra fokus inom innan man bara ska vara där man är. ...[...] Det finns lägre hängande frukt att plocka först.” (ip1)*

*“Folk flyger så mycket mer än mig, så varför ska jag som flyger ca 1–2 om året sluta flyga? Det är ju de som flyger mer än mig som behöver avstå först.” (ip6)*

Ogynnsamma attityder gentemot andras flygbeteende skapar således en individuell intention att faktiskt utföra en flygresa, då tanken “kan hon, så kan jag med” uppenbarar sig hos respondenterna. Detta bekräftar även resultaten i Lorenzoni m.fl. (2007) studie där studiens respondenter beskyllde sitt eget miljöskadliga beteende på det faktum att andra i omgivningen inte engagerade sig tillräckligt i miljöfrågor.

Respondenter uttrycker negativa attityder gentemot utomståendes flygning och sår kopplar till viss del detta från respondenternas eget flygbeteende. I framtida studie kan det undersökas om dessa skilda åsikter är medvetna eller inte samt vad som motiveras som “godkänd” eller “nödvändig” flygning enligt respondenterna ifråga.

Alla respondenter förutom en påvisar ogynnsamma attityder gentemot hur regering och stat förhåller sig till samhällets flygande och dess miljökonsekvenser:

*“Det läggs så mycket ansvar på individerna, och det är ju väldigt tydligt att vi är skitdåliga på individnivå att förändra en sån här stor grej som miljön. Staten har inte gjort det lätt för individer att vara miljövänliga och det är absolut deras ansvar att göra det lättare för oss.” (ip5)*

På frågan om hur staten skulle kunna tänkas hjälpa respondenten och andra individer blir svaret:

*“Flygskatt. Men flygskatten har också visat sig vara det minst effektiva någonsin för att få ner flygande, men om staten tar de extra pengarna och istället lägger de på att bygga snabba banor med tåg hade det gett effekt. Gör de bra alternativen billigare och mer tillgängliga. Ge folket en morot istället för en piska”. (ip5)*

Respondenterna anser således att staten bör ta mer ansvar i frågan om miljön och konkret erbjuda enkla och miljövänliga alternativ för samhällets individer/konsumenter. Även detta bekräftar resultaten från Lorenzoni m.fl. (2007) studier, där statens avsaknad av engagemang i frågan om miljön utmålas som en faktor vilken minskar personligt åtagande i samma fråga. Genom att staten erbjuder enkla och mer miljövänliga alternativ för konsumenterna i samhället blir ansvaret sinsemellan mer likvärdigt. Ur detta kan gynnsamma individuella attityder skapas gentemot de mer miljömässiga alternativen, och intentionen att välja transportalternativ som är mindre skadliga för miljön blir starkare för konsumenten. Följaktligen blir det slutliga beteendet då också mer gynnsamt för miljön.

#### **4.3.2 Enkelheten/svårigheten att flyga**

Respondenterna upplevde att enkelheten med att faktiskt flyga, dvs. enkelheten att hitta ett flyg, finna de ekonomiska medlen som behövs för att finansiera flyget samt ha tiden till att flyga var hög. Enkelheten att hitta en flygplats var även det lätt och smidigheten att nå flygplatsen bidrog till enkelheten och den upplevda beteendekontrollen av att kunna flyga. En av respondenterna uttryckte sig som följande på frågan om de uppfattade det som enkelt eller svårt att faktiskt flyga:

*”Väldigt enkelt. Särskilt som svensk. Det är bara att köpa en biljett och åka. Att man får tanken att man ska tänka till extra innan, att göra de svårare kommer ej att funka, vill du resa kommer du göra det ändå.” (ip8)*

Respondenten uttrycker att människan kommer att finna en väg oavsett hur svårt regeringen och/eller sociala normer gör det, fysiskt och/eller psykiskt, att flyga. Om priserna höjs på flygen eller om avståndet till flygplatserna ökar kommer detta i slutändan inte att spela någon roll så länge det inte är extrema höjningar på priser eller enorma avstånd till flygplatserna. Människor som vill flyga kommer att finna en väg att göra det. Svaren från respondenterna är lika men skiljer sig en aning åt. En av respondenterna uttrycker följande beträffande enkelhet att flyga samt om det borde finnas restriktioner om antalet tillåtna flyg en konsument får genomföra per år:

*”För enkelt. Det känns som en väldigt konstig strategi att göra flygning krångligare dock. Man borde istället erbjuda bättre alternativ till flygning, som att utveckla tågtransporter.” (ip1)*

Respondenterna har olika uppfattningar och åsikter beträffande om det borde vara svårare att flyga. Gemensamt för samtliga är att de upplever det mycket enkelt att flyga idag.

Skillnaderna som påträffas i detta sammanhang återfinns i diskussioner vilka behandlar frågan om ifall flygning borde försvåras fysiskt. Några av respondenterna anser att det inte borde göras svårare att fysiskt flyga eftersom respondenterna menar att valet att genomföra flygningar borde fattas på individnivå. För att förtydliga, dessa respondenter anser att varje konsument själva bör få välja om de ska flyga eller inte, och om man någon gång väljer att flyga ska det inte vara fysiskt svårt att göra detta. Med fysiskt svårt avses i detta fall avståndet till flygplatsen. Övriga respondenter menar dock att det faktiskt är för lätt att flyga idag. Vidare menar dessa respondenter att regeringen borde tillta åtgärder för att försvåra flygandet för konsumenterna för att på så vis minska frekvensen av flygningar.

*”Ja det borde faktiskt finnas en gräns för hur många gånger man får flyga per år, det hade varit bra.”*  
(ip2)

Genom att införa förbud mot att flyga tas valet bort från individnivå och läggs istället på stat/regering. Då frihet utgör en vital komponent i majoritetens av respondenternas liv motiverar dock nedan citat för varför majoriteten av de tillfrågade inte tror på detta flygförbud:

*“Jag tror mer på morot än piska, gör de bättre alternativen billigare. Satsa flygskatt inkomsterna på tåg. Gör det lätt för de som vill göra rätt att göra rätt. Tex investera i snabbanor.”* (ip5)

Det råder således delade meningar om hur mycket staten ska involveras i konsumenternas fria val. Flertalet respondenter tror på “morot” istället för “piska”. För att förtydliga, majoriteten av respondenterna tror på att ifall regeringen exempelvis erbjöd enklare transportalternativ än flyg och gjorde det ekonomiskt hållbart att välja det mer hållbara transportalternativet, hade fler konsumenter valt det mer miljövänliga alternativet.

Om regeringen hade beslutat att ta bort det fria valet rörande flygning för konsumenterna, skulle den upplevda beteendekontrollen minska (Ajzen, 1991) och därmed skulle även intentionen till att flyga också reduceras. Att tillta sådana åtgärder hade dock missgynnat frihetskänslan hos respondenterna, vilket trots allt verkar värderas högre än något annat i denna diskussion. Detta hade vidare kunnat resultera i stora protester bland konsumenterna runt om i världen och anses därmed inte vara en bra lösning på rådande klimathot.

På frågan om hur nedstängningar av flygplatser hade påverkat respondenterna avges följande svar:

*”Om flygplatser stänger kommer det ej hjälpa egentligen, de blir bara frihetsberövande. Små inrikesflygplatser kan tas bort, de är lite onödiga.”* (ip5)

Känslan av frihet är en viktig känsla hos respondenterna, att då fysiskt stänga ner flygplatser för att få människor att flyga mindre skulle möjligen uppnå just det. Samtidigt medför det en frihetsberövande känsla hos befolkningen vilket således skulle kunna leda till negativa

känslor gentemot de som stänger flygplatserna (staten), istället för känslan av att akten bidrar med något positivt för miljön.

Respondenterna uttrycker då som sagt att de flyger i brist på annat transportmedel som är lika tidseffektivt och smidigt som flyg. Vidare framkommer det att respondenterna gärna hade tagit tåg om det var lika snabbt och enkelt att transportera sig med. Dock upplever respondenterna att tåg inte uppfyller de kraven som flyg uppfyller och därmed överväger flyget tåget. Förslag vilka skulle kunna motivera respondenterna att avväga flyg och istället välja tåg, utgörs av kravet på att tåg borde vara mycket snabbare. Det borde också vara smidigare att åka tåg menar majoriteten av respondenterna. De menar att de saknar en hemsida/app som samlar alla tågresor som går genom olika och flera länder på ett och samma ställe. De önskar således att det funnits en hemsida/app som samlar alla "delresor" som går genom flera länder i resan gentemot den slutliga destinationen. Vidare önskar de även att hemsidan erbjuder ett enkelt sätt att jämföra tåg från olika resebolag beträffande priser och tider. Detta upplevs redan finnas inom flygbranschen i form av hemsidor såsom *Flygresor*. Skulle respondenterna uppfatta tågresandet som lika enkelt som flyg hade den upplevda beteendekontrollen varit högre för det transportmedlet och därmed hade sannolikheten för att välja det mer miljövänliga alternativet, tåg, ökat enligt teorin om planerat beteende. (Ajzen, 1991). Vidare hade frekvensen av flygningar, det mindre upplevda miljövänliga alternativet, minskat. (Ajzen, 1991).

Enligt teorin om planerat beteende (Ajzen, 1991) utgör den upplevda beteendekontrollen konstruktionen som möjliggör eller hindrar utförandet av ett specifikt beteende. Respondenterna upplever en stor enkelhet att flyga och enligt teorin är det en av anledningarna till varför de flyger. Skulle respondenterna istället uppleva svårigheter med att faktiskt flyga och trots det ändå välja att flyga, skulle denna konstruktion av teorin inte kunna förklara beteendet. (Ajzen, 1991).

#### **4.3.3 Upplevd beteendekontroll direkt kopplat till beteendet**

Bandura (1977) menar att individens beteendeprestation avgörs genom individens självförtroende gentemot hur väl denna anser sig själv kunna utföra det specifika beteendet i fråga. Om individen därmed erbjuds alla möjligheter att flyga imorgon, som tid och ekonomiska medel, baseras valet av att flyga på den upplevda beteendekontrollen. Då den upplevda beteendekontrollen är hög, med andra ord enkelheten är hög så kopplas beteendet direkt till det faktiska beteendet beträffande att flyga. Om svårigheten att flyga istället skulle vara dominerande, hade den direkta kopplingen mellan beteendekontroll och beteende sannolikt inte existerat. Då hade enligt teorin, attityder och subjektiva normer oberoende av beteendekontrollen utgjort en betydande del i beslutet att flyga eller inte flyga. Majoriteten av respondenterna svarade ja på frågan om de skulle flyga imorgon om de fick möjligheten till det.

*"Hade jag haft all möjlig tid och pengar så hade jag stuckit direkt. Om inte Covid-19 då hade satt stopp för det." (ip6)*

Där svaret blev nej trots den höga upplevda beteendekontrollen, motiverades valet av miljön och det faktum att en av respondenterna trivdes väldigt bra av att vara hemma i Sverige just nu.

*“Hm jag vet faktiskt inte, jag trivs faktiskt väldigt bra av att vara hemma i min lägenhet. Så just nu hade jag nog inte velat vara på någon annan plats.” (ip3)*

Baserat på hur hög intention konsumenten har för att genomföra ett beteende (flygningen) motiveras konsumentens faktiska framgång i utförandet av detta beteendet. I denna studie betonas enkelheten med att faktiskt kunna flyga och därmed är beteendekontrollen i detta avseende hög. Detta kan således ses som en direktlänk mellan upplevd beteendekontroll och beteende.

#### **4.4 Attityder, subjektiv norm och upplevd beteendekontroll - kopplingar emellan**

Som framgår ur teorin, kan de tre konstruktionerna, *attityder gentemot ett beteende*, *subjektiv norm* och *upplevd beteendekontroll* samspela och påverka varandra vid framställningen av intentioner och således även framställningen av ett specifikt beteende (Ajzen, 1991).

I samtliga intervjuer tycks dessa konstruktioner i många avseende samverka på olika sätt innan intentionen att flyga eller inte flyga skapas. Vid tidigare diskussion kring sociala medier och inspiration till flygande uppmärksammades detta. Inspiration till flygande samlas som tidigare nämnt ofta via Instagram och på grund av att res-och flygbeteendet som porträtteras där är omfattande kan detta beteende till viss del uppfattas utgöra en norm i dagens samhälle. Därav kan gynnsamma eller ogynnsamma attityder skapas gentemot denna norm vilket vidare resulterar i ett visst flygbeteende. På så sätt samverkar subjektiva normer och attityder i processen att nå en intention avseende flygning. Vidare kan normen som innebär att människan bör vara miljövänlig i sitt privatliv (Diekmann & Preisendörfer, 2003) medföra ogynnsamma attityder gentemot ett frekvent flygande. Således samverkar attityder och normer även i detta avseende.

Fortsatt kan upplevd beteendekontroll samverka med attityder i skapandet av intentionen att flyga. Majoriteten av respondenterna hade övervägt sitt flygande ifall flygplatsen exempelvis låg avsevärt långt bort från deras hem. I vissa intervjuer hade ett långt avstånd (3-4h) till flygplatsen till och med resulterat i helt avstående flygning. Attityden gentemot det faktiska flygandet hade då kunnat övergå från en tidigare gynnsam attityd till en ogynnsam sådan, vilket i sin tur hade kunnat leda till en förändring av intentionen att flyga. Detta är i enlighet med teorin om planerat beteende (Ajzen, 1991), där såväl ogynnsamma attityder som svårigheter att utföra ett specifikt beteende, sannolikt leder till att beteendet i fråga inte utförs.

Samtliga respondenter uttrycker en oro för miljön, men ingen av dessa anser att flygning bör göras svårare eller mer otillgängligt, då de uttrycker att människan bör vara fri till att göra vad de vill, när de vill.

*“Det känns som en väldigt konstig strategi att göra flygning krångligare. Man borde istället erbjuda bättre alternativ till flygning, som att utveckla tågtransporter.” (ip1)*

Detta påvisar en inkonsekvens mellan attityder och upplevd beteendekontroll i det avseende att respondenterna uttrycker en oro för miljön samtidigt som dem inte vill minska den upplevda beteendekontrollen vid flygbeteendet, vilket enligt teorin faktiskt hade resulterat i en mindre intention till att vilja flyga, vilket således också hade minskat miljöförstöringen. Detta konstaterar återigen att den friheten som flygningen erbjuder den enskilda individen graderas högre än allvaret i de miljökonsekvenser flygningen medför.

## 5. SLUTDISKUSSION

Miljövänliga attityder och känslor förekommer och uttrycks hos samtliga respondenter. Däremot påverkar dessa attityder respondenterna i olika utsträckning, beroende på var i teorin om planerat beteende de befinner sig. Flygning anses framförallt vara synonymt med “att resa”, och symboliseras först och främst med *frihet*. Majoriteten av respondenterna uttrycker att flygning till och med är en mänsklig rättighet, vilket betonar flygningens essentialitet i dagens samhälle.

### 5.1 Slutsats

Ur analysen framträder ett gemensamt mönster för samtliga respondenter vilket innefattar upplevelsen av både gynnsamma och ogynnsamma attityder gentemot flygning. De gynnsamma attityderna som identifieras under intervjuerna påträffas under diskussioner om flygandets bidrag till den enskilda individen. Således kan de gynnsamma attityderna sammanfattas som attityder som berör respondenterna på en individuell nivå. Vidare identifieras ogynnsamma attityder gentemot flygning i samband med diskussioner beträffande de negativa konsekvenserna flygning medför för klimatet och miljön.

I processen att formulera en intention gentemot flygning som vidare resulterar i ett specifikt flygbeteende tycks attityder som berör konsumentens eget välstånd värderas högre i förhållande till konsumentens attityder gentemot flygningens konsekvenser för miljön. Respondenterna betraktar således sin individuella utveckling som mer betydelsefull än det faktum att ett minskande flygande från deras sida kan resultera i att miljöförstöring och klimathotet reduceras. Detta kan till viss del tänkas förklara det existerande gapet mellan miljövänliga attityder och det miljöskadliga beteende beträffande flygning.

Normer tycks ha stor betydelse för respondenternas fortsatta flygande, men också för deras aktiva val av att minska frekvensen av flygningar. Som påvisats i analysen verkar sociala påtryckningar i hög grad influera konsumentens faktiska flygande samt konsumentens attityder gentemot flygande. Majoriteten av respondenterna uttrycker en rädsla inför vad deras omgivning ska tycka vid eventuellt genomförda flygturer. Denna rädsla genererar ett aktivt val att avstå från att flyga i majoriteten av intervjuerna. Detta agerande går i enlighet med sociala normers betydelse för konsumenters val, vilket innebär att konsumenterna betonar

vikten av att handla och bete sig på ett specifikt sätt, som av omgivningen anses vara moraliskt rätt. Då respondenternas omgivning uttrycker miljövänliga åsikter och tar avstånd från flygning med hänsyn till klimatet, skapas en vilja hos respondenterna att agera i enlighet med dessa åsikter. Däremot uppger samtliga respondenter att de minst flyger en gång per år oavsett omgivningens uttryckta ställningstagande inom detta område. Att respondenterna fortsätter att flyga kan möjligtvis förklaras genom det faktum att respondenterna således tycks agera på ett sätt som överensstämmer med värderingar vilka härstammar från utomstående grupper. För att förtydliga, respondenterna tycks först och främst agera i enlighet med andra individers värderingar, och inte i enlighet med sina egna. Respondenterna minskar i grund och botten frekvensen av sina flygningar eftersom det anses moraliskt rätt, och inte eftersom flygandet står i konflikt med respondentens högst värderade attityder. Således kan ett fortsatt flygande trots uttryckta miljövänliga attityder grunda sig i att respondenterna inte inkluderar flygning och dess konsekvenser som en aktivitet vilken bryter mot respondenternas personliga normer. Om respondenterna personligen ansett sig skyldiga till att välja ett mer miljövänligt transportmedel än flyg, hade de enligt teorin också gjort det.

I majoriteten av intervjuerna förskjuts ansvaret rörande miljöförstöring till externa faktorer. Dels anses det finnas för få alternativ vilka kan jämföras med flygningens effektivitet, pris och tillgänglighet. Respondenterna påvisar således ett missnöje med regeringens val att hantera klimathotet och de anser att alldeles för mycket ansvar har lagts på den enskilda individen. Respondenterna menar också att regeringen inte gör det enkelt för individer i samhället att välja de mer hållbara alternativen då det exempelvis inte görs investeringar i snabbanor, vilka skulle kunna verka som ett substitut till flygning. Därav existerar gapet mellan miljövänliga attityder och miljöskadligt beteende på grund av bristen av bättre alternativ i dagens samhälle. I nio av tio fall förminskar respondenterna sitt eget ansvar i frågan om flygets miljöpåverkan, genom att hävda att ”andra personer” flyger betydligt mer frekvent än de själva. Därav försvaras deras attityd- och beteendegap genom ett förskjut av ansvar från sin egen delaktighet i problemet.

## **5.2 Diskussion och rekommendationer**

Alla respondenter uppger att de känner oro för det existerande klimathotet och samtliga uttrycker att miljöfrågor är viktiga för dem personligen. Ur analysen kan dessa uttryckta åsikter till stor del ses som ett resultat av omgivningens värderingar. Det verkar således som att respondenternas oro för miljön har formats utefter sociala påtryckningar. För att en konsument helt ska vilja ändra sitt beteende, krävs det vidare att denne känner individuellt åtagande för konsumtionens påverkan på miljön, vilket samstämmer med innebörden av personliga normer. (Söderholm, 2011). Däremot verkar respondenternas oro för miljön fortfarande, i åldrarna mellan 20–30 år, grunda sig i det faktum att respondenterna agerar på ett sätt som av deras nära omgivning idag anses vara moraliskt rätt. För att förtydliga, respondenterna verkar först och främst vilja agera på ett sätt som samstämmer med åsikter uttryckta av sin omgivning, och inte på ett sätt som samspekar med konsumentens personliga normer.

I kampen mot klimathotet, utgör detta en utmaning. Om rådande miljöförstöringar hade utgjort en fråga som låg konsumenten väldigt nära om hjärtat, hade förmodligen flygresor ansetts utgöra en akt vilken hade brutit mot konsumentens personliga normer. Om en flygresor då hade utförts av konsumenten, hade skulden i samband med detta beteende förmodligen varit så stor att konsumenten hade slutat eller drastiskt minskat flygbeteendet i framtiden. Respondenterna i denna studie uppger att de känner skuld i samband med flygning, men de verkar också agera i enlighet med sociala normer framför personliga normer. Denna kombination skulle möjligen kunna förklara varför det inte sker några drastiska förändringar i respondenternas flygbeteende. Skulden som infinner sig hos respondenterna är helt enkelt inte tillräckligt stark för att helt förändra flygbeteendet. Skuldkänslorna som infinner sig hos respondenterna verkar utgöra ett resultat av att ha gått emot omgivningens värderingar snarare än att konsumentens personliga normer har trotsats. Eftersom normer till stor del utgör grunden för skapandet av attityder, är det av stor vikt för världens fortsatta existens att försöka få människan och konsumenten att personligen känna åtagande för det rådande klimathotet. Detta skulle möjligen kunna bidra med ett minskat flygande vilket i sin tur skulle kunna medföra en reducering av gapet mellan miljövänliga attityder och ett miljöskadligt flygbeteende.

I rollen som marknadsförare, kan det dock diskuteras om frambringandet av skuld faktiskt är det mest effektiva sättet att reducera konsumenters flygande på. Här finns en möjlighet för marknadsförare att uppmuntra konsumenter till att faktiskt vilja göra det bättre valet istället för att skambelägga deras flygbeteende. För att förtydliga, istället för att ständigt påminna konsumenten om hur dåligt det är att flyga, bör istället bättre alternativ marknadsföras på ett så kraftfullt sätt, att dessa alternativ blir de som konsumenten väljer. Ett exempel skulle kunna vara att tydligt visa konsumenten att om denne väljer att resa med tåg genom Europa, kommer personen i fråga kunna uppleva känslan av att faktiskt befinna sig i och se flera länder än enbart det som står som slutdestination. Vid flygresor, är moln i princip det enda som konsumenten möts av.

Vidare anses sociala medier vara en källa till omfattande flygande. Det innehåll som publiceras här tycks påverka respondenternas syn på resande och flygning. Då det publiceras omfångsrikt med bilder och videos på olika typer av resedestinationer kan detta ansevärdiga resande antas utgöra en norm i dagens samhälle, vilket i sin tur bidrar till att konsumenter vill leva efter denna norm. Således ökar flygandet ännu mer vilket då bidrar till ännu mer utsläpp. Därmed innehar sociala medier och dess användare ett stort ansvar att inspirera till ett miljömedvetet och miljövänligt konsumerande. Det finns också stora möjligheter för företag och marknadsförare att genom sociala medier skapa innehåll som promotor en miljövänlig livsstil. Om ett stort omfång av företag och profiler på sociala medier framhäver ett miljövänligt beteende, kan istället detta beteende anses utgöra normen, vilket vidare skulle kunna tänkas få konsumenter att agera miljövänligt och på så sätt minska flygandet. Respondenterna tycks i sitt flygbeteende främst agera i enlighet med attityder vilka gynnar dem personligen. Dvs, respondenterna värderar sin personliga utveckling högre än frågan beträffande den miljöförstöring som uppstår i samband med deras flygande. Detta tyder på att respondenterna använder resande, och därmed flygning som ett verktyg i deras konstruktion



av ett bättre liv för dem själva. Ur detta kan ett ansvar hos stat och regering uppmärksammas. Om konsumenter anser att resande bidrar till deras välmående, borde det finnas transportmedel vilka erbjuder konsumenten just detta utan att samtidigt skada miljön och planeten. Det borde således investeras i transporter som kan verka som alternativt substitut till flygplan, men som släpper ut mindre miljöskadliga ämnen i naturen. Samtidigt finns det stora möjligheter för företag och marknadsförare att lansera tjänster såsom hemsidor eller appar vilka gör det enkelt för konsumenter att färdas med tåg. Det saknas idag en väl utvecklad plattform där kunder lätt kan få en överskådlig blick över hur en eventuell tågresor genom flera länder skulle kunna tänkas se ut. För att förtydliga, det borde finnas en hemsida/app som samlar alla "delresor" som går genom flera länder i resan mot den slutliga destinationen. Samtidigt saknas även en plattform som erbjuder ett enkelt sätt att jämföra tåg från olika resebolag beträffande priser och tider. Detta upplevs redan finnas inom flygbranschen i form av hemsidor såsom *Flygresor*. Detta skulle göra det enklare för konsumenter att välja tåg framför flyg, och konsumenten skulle genom detta transportsätt fortfarande kunna genomföra resor vilka skulle bidra till konsumentens personliga utveckling. Däremot kan det fortfarande argumenteras för att den utveckling konsumenter önskar uppnå inte är tillgänglig via tåg, då resdestinationen vilken kan erbjuda detta ligger avståndsmässigt för långt bort.

### 5.3 Framtida forskning

Slutsatserna som konstaterats utifrån studiens empiriska material fastställer först och främst att det idag existerar ett gap mellan miljövänliga attityder och ett miljöskadligt flygbeteende. Vidare har även tre specifika kategorier identifierats som mest grundläggande för det faktum att gapet existerar. Dock är det omöjligt att utifrån studiens tio intervjuer, fastställa ifall samma slutsatser kan anse gälla ett större omfång av konsumenter. Respondenterna som intervjuats i denna studie kan bl.a. ha glömt att förmedla betydande aspekter rörande deras attityder och beteende. De kan också tänkas ha medvetet utelämnat information kring deras inkonsekvens mellan miljövänliga attityder och miljöskadliga flygbeteende, då de möjligen känner skuld inför deras eget beteende. Således finns en utmaning i att studera konsumenters avvikande beteende rörande uttryckta attityder och deras faktiska beteende. Trots vald metod i form av djupgående intervjuer, kan det vara svårt att erhålla alla åsikter och all information från respondenterna. Valet av att utföra en kvalitativ fallstudie kan också ha sina begränsningar på grund av det faktum att det försvårar ett påträffande av korrelation mellan miljövänliga attityder och ett miljöskadligt flygbeteende. Miljövänliga attityder kan således påverka det miljöskadliga beteendet i en annan utsträckning än den vi kunnat påvisa. För att få djupare förståelse kring gapet mellan dessa miljövänliga attityder och det miljöskadliga flygbeteendet, rekommenderas därför en mer omfattande studie där forskningsfrågan i denna uppsats prövas på ett större urval. Detta för att kunna identifiera en allmän slutsats kring varför detta specifika attityd- och beteendegap existerar.

Att genomföra en studie på en större population kan också tänkas väcka ännu större miljömedvetenhet hos respondenterna. Detta baseras på det faktum att samtliga respondenter i denna uppsats, avslutningsvis i sina intervjuer uttryckt sig på ett sätt vilket tytt på att de fått en ny insikt i hur deras beteende idag bidrar till miljöförstörelsen. Denna insikt skulle vidare

kunna leda till ett reducerat klimathot. Tanken kring att detta skulle kunna tänkas reducera klimathotet, kan också anses utgöra underlag för framtida studier.

## KÄLLFÖRTECKNING

---

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.

Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioural change. *Psychological Review*, 84, 191-215

Barr, S., Shaw, G., Coles, T., & Prillwitz, J. (2010). 'A holiday is a holiday': Practicing sustainability, home and away. *Journal of Transport Geography*, 18(3), 474-481.

Bergquist, Magnus, Andreas Nilsson, and Wesley P. Schultz. "A Meta-analysis of Field-experiments Using Social Norms to Promote Pro-environmental Behaviors." *Global Environmental Change-Human And Policy Dimensions* 59 (2019): Global Environmental Change-Human And Policy Dimensions, 2019 Nov, Vol.59. Web.Barr

Blöbaum, A., Matthies, E., Hunecke, M & Höger, R. (2001). Responsibility and Environment: Ecological Norm Orientation and External Factors in the Domain of Travel Mode Choice Behavior. *Environment and Behavior*, 33(6), 830-852

Bryman, A., Bell, E. (2016). *Business Research Methods*. 4th edition. Oxford: Oxford University Press.

Cialdini, R.B., *Influence: The Psychology of Persuasion*, rev. uppl. New York: HarperCollins Publishers, 1993, ss. 87-89.

Cialdini, Robert B., and Noah J. Goldstein. "Social Influence: Compliance and Conformity." 55.1 (2004): 591-621. Web.

Cope, D. (2014). Methods and meanings: *Credibility and trustworthiness of qualitative research*. 41(1), 89-91.

Diekmann, A., & Preisendörfer, P. (2003). Green and Greenback: The Behavioral Effects of Environmental Attitudes in Low-Cost and High-Cost Situations. *Rationality and Society*, 15(4), 441-472.

Doran, Rouven, and Svein Larsen. "The Relative Importance of Social and Personal Norms in Explaining Intentions to Choose Eco-Friendly Travel Options." *International Journal of Tourism Research* 18.2 (2016): 159-66. Web.

Eckhardt, G., Belk, R., Devinney, T., & Black, Iain. (2010). Why don't consumers consume ethically? *Journal of Consumer Behaviour*, 9(6), 426-436.

European Commission. (2020). *Reducing emissions from aviation*. Hämtad: 2020-04-18 från: [https://ec.europa.eu/clima/policies/transport/aviation\\_en](https://ec.europa.eu/clima/policies/transport/aviation_en)

Förenade nationerna. (2019). “*Sustainable consumption and production*”. Hämtad: 2020-04-05 från: <https://sustainabledevelopment.un.org/topics/sustainableconsumptionandproduction>

Folkhälsomyndigheten. (2020). *Bromsa smittan – det här kan du som privatperson göra*. Hämtad: 2020-05-28 från: <https://www.folkhalsomyndigheten.se/smittskydd-beredskap/utbrott/aktuella-utbrott/covid-19/alla-har-ansvar-att-forhindra-smitta-av-covid-19/bromsa-smittan--det-har-kan-du-som-privatperson-gora/>

Gibson, W., & Brown, A. (2009). *Working with qualitative data*. London: SAGE Publications. Ltd doi: 10.4135/9780857029041.

Han, H. (2014). The norm activation model and theory-broadening: Individuals' decision-making on environmentally-responsible convention attendance. *Journal of Environmental Psychology*, 40, 462-471

Internationella civila luftfartsorganisationen. (2020). *Trends in Emissions that affect climate change*. Hämtad: 2020-04-18 från: [https://www.icao.int/environmental-protection/Pages/ClimateChange\\_Trends.aspx](https://www.icao.int/environmental-protection/Pages/ClimateChange_Trends.aspx)

Juvan, E., & Dolnicar, S. (2014). The attitude–behaviour gap in sustainable tourism. *Annals of Tourism Research*, 48, 76-95.

Kameda, Tatsuya, Masanori Takezawa, and Reid Hastie. "Where Do Social Norms Come From?: The Example of Communal Sharing." *Current Directions in Psychological Science* 14.6 (2005): 331-34. Web.

Klößner, C. (2013). A comprehensive model of the psychology of environmental behaviour—A meta-analysis. *Global Environmental Change*, 23(5), 1028-1038

Kroesen, M. (2013). Exploring people's viewpoints on air travel and climate change: Understanding inconsistencies. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(2), 271-290

Lorenzoni, I., Nicholson-Cole, S. and Whitmarsh, L. (2007), “Barriers perceived to engaging with climate change among the UK public and their policy implications”, *Global Environmental Change*, Vol. 17 Nos 3/4, pp. 445-59.

McKercher, B. and Prideaux, B. (2011). *Are tourism impacts low on personal environmental agendas?*. *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 19 No. 3, pp. 325-45

Naturskyddsföreningen. (2020). Den globala uppvärmningens konsekvenser. Hämtad: 2020-04-19 från: <https://www.naturskyddsforeningen.se/vad-vi-gor/klimat/konsekvenser-global-uppvarmning>

Naturvårdsverket. (2018). *Allmänheten om klimatet 2018*. Hämtad: 2020-04-27 från: <https://www.naturvardsverket.se/upload/miljoarbete-i-samhallet/miljoarbete-i-sverige/klimat/attitydundersokning/Rapport-Allmanheten-klimatet-2018.pdf>

OECD. (2019). *Measuring Distance to the SDGs Targets: a pilot assessment of where OECD countries stand*. Hämtad: 2020-04-17 från: <https://www.oecd.org/sdd/measuring-distance-to-the-sdgs-targets.htm>

Onwezen, M., Antonides, G., & Bartels, J. (2013). The Norm Activation Model: An exploration of the functions of anticipated pride and guilt in pro-environmental behaviour. *Journal of Economic Psychology*, 39, 141-153.

Perugini, M., & Bagozzi, R. (2001). The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviours: Broadening and deepening the theory of planned behaviour. *The British Journal of Social Psychology*, 40, 79-98.

Rainear, Adam M, and John L Christensen. "Protection Motivation Theory as an Explanatory Framework for Proenvironmental Behavioral Intentions." *Communication Research Reports* 34.3 (2017): 239-48. Web.

Schwartz, S. H. (1977). Normative Influence on Altruism. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 10, pp. 221-279). New York: Academic Press. [http://dx.doi.org/10.1016/s0065-2601\(08\)60358-5](http://dx.doi.org/10.1016/s0065-2601(08)60358-5)

Semenza, J.C., Hall, D.E., Wilson, D.J., Bontempo, B.D., Sailor, D.J. and George, L.A. (2008). *Public perception of climate change voluntary mitigation and barriers to behavior change*. *American Journal of Preventive Medicine*, Vol. 35 No. 5, pp. 479-87

Simply Psychology. (2018). Cognitive Dissonance. Hämtad: 2020-04-18 från: <https://www.simplypsychology.org/cognitive-dissonance.html>

Statista. (2020). *Concerns about climate change in the United States between 2015 and 2018, by age group*. Hämtad: 2020-05-20 från: <https://www.statista.com/statistics/492507/concerns-about-climate-change-united-states-by-age-group/>

Söderholm, Patrik, Sverige. Naturvårdsverket, and SHARP. *Hållbara Hushåll : Miljöpolitik Och Ekologisk Hållbarhet I Vardagen : Slutrapport till Naturvårdsverket Från Forskningsprogrammet SHARP*. Stockholm: Naturvårdsverket, 2008. Print. Rapport / Naturvårdsverket, 5899.

Vetenskapsrådet. (2015). Forskningsetiska principer. Vetenskapsrådet. Hämtad: 2020-05-15 från: <http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf>

Världsnaturfonden WWF. (2020). *Mänsklig påverkan*. Hämtad: 2020-05-13 från: <https://www.wwf.se/klimat/mansklig-paverkan/>

Wordclouds. (2020). Hämtad 2020-05-11 från: <https://www.wordclouds.com/>

# BILAGOR

---

## Bilaga 1. INTERVJUGUIDE - Miljörelaterade attityder

### Generella attityder - miljö

- Hur ser du på det klimathot som existerar idag?
- Vad associerar du med miljö?
- Hur ser du på människans delatighet i miljöförstörelngen?
- Anser du att frågor beträffande miljöförstörelng är viktigt? - Om ja/nej: varför?

---

## Bilaga 2. INTERVJUGUIDE - Teori om planerat beteende

### Inledning - Beteende

- Kan du beskriva hur din senaste semester var?
- Hur ser dina flygvanor ut överlag?
- Hur organiseras/bestäms de flygningar du gör?
- Vilken semesterresa (som krävt flyg) är du mest nöjd med?
- Hur ofta flyger du? (Utrikes/inrikes)
- Vad associerar du med "att flyga"?

### Intention

- Varför flyger du?
- Vad betyder flygandet för dig och var uppnår du med det?
- Vad har du för benägenhet att flyga överlag?
- Hur skulle du känna ifall vi sa att du aldrig mer skulle kunna flyga/resa till platser i världen som kräver flyg?
- Hur upplever du tillgången till flygning? (Kan du flyga när du vill eller ej?)
- Upplever du att något kontrollerar dig i ditt flygande? - Om ja/nej: Varför och på vilket sätt?

### Attityder

- Vad har du för attityder/känslor gentemot flygning?
- Hur har dessa attityder formats tror du?
- Vad påverkar dig mest i dina beslut rörande vilke flygbiljett du väljer?
- Har du någonsin upplevt negativa känslor gentemot flygande generellt?
- Har du någonsin upplevt negativa känslor gentemot *ditt eget* flygande?
- Hur känner du om du exempelvis väljer tåg framför flygning? - Känner du någon emotionell skillnad?

### Subjektiva normer

- Hur flyger de i din omgivning?
- Hur flög du som liten, och skiljer det sig från hur du flyger idag? - Hur?
- Vilka faktorer är viktiga för dig när du väljer resdestination?
- Hur får du inspiration till ditt resande/flygande?
- Finns det någon i din omgivning som påverkar ditt flygande mer än andra? - Vem och varför?
- Hur hör ditt resande/flygande ihop med din livsstil och identitet?
- Finns det något/någon i din omgivning som får dig att ångra ditt flygande? - Om ja, vem och varför?
- Finns det något som skulle få dig att flyga mindre eller inte alls? - Om ja/nej: Vem och varför/varför ej?
- Hur ser du på andra som flyger?
- Hur ser du på konsumentens roll/ansvar rörande klimatförändringarna?
- Hur ser du på statens/regeringens roll/ansvar rörande klimatförändringarna?

### Upplevd beteendekontroll

- Hur enkelt/svårt anser du att det faktiskt är att flyga?
- Om flygplatsen ligger relativt långt bort från den plats du befinner dig på, hur skulle det påverka dig och ditt flygande. (4-5h från flygplatsen).
- Hur går dina tankar kring miljön och flygets konsekvenser för miljön?
- Hur påverkar dessa tankar ditt flygande?



---

## Bilaga 2. INTERVJUGUIDE - Teori om planerat beteende

### Avslutningsvis

- Hur ser din drömsemester ut?
- Hur vill du att ditt flygande ska se ut i framtiden?
- Har du något du vill tillägga som du känner att vi har missat?