

Sonja Järvinen

”AIKA ON RAHAA – MAISEMAT EI KIINNOSTA”
Matkustustapojen valinnat kestävyyspainneiden keskellä
Lapin yliopisto

Pro gradu – tutkielma
Matkailututkimus
2025

Tiivistelmä

Tämä pro gradu -tutkielma tarkastelee lentomatkestämättömyyttä ja sen vaikutusta matkustustapojen valintaan vastuullisen matkailun kontekstissa. Tutkimus keskittyy erityisesti siihen, miten erilaiset viestinnälliset ja psykologiset keinot – kuten manipulaatio, skenaariot ja ryhmäpaine – voivat vaikuttaa matkailijoiden päätöksentekoon. Lentoliikenteen ympäristövaikutuksista on käyty vilkasta julkista keskustelua ja niitä on tutkittu paljon, mutta yksilön kokemukset, asenteet ja päätöksenteon sosiaalinen ulottuvuus ovat jääneet vähemmälle huomiolle. Tämä tutkielma täydentää aiempaa tutkimusta tuomalla esiin matkustajakäyttäytymisen arvoriitit ja valintojen kontekstuaalisuuden.

Tutkimuksen tavoitteena on syventää ymmärrystä siitä, miten matkailijat kokevat lentämisen kestämättömyyden ja miten tämä kokemus vaikuttaa heidän valintoihinsa. Teoreettisena viitekehyksenä hyödynnetään käyttäytymistaloustiedettä ja ryhmäteoriaa, jotka tarjoavat välineitä tarkastella päätöksentekoon vaikuttavia kognitiivisia vinoumia ja sosiaalista painetta. Tutkimuskysymyksenä on: Miten lentomatkestämättömyys vaikuttaa matkustustapojen valintaan?

Aineisto koostuu kuudesta teemahaastattelusta, joissa hyödynnettiin skenaarioita vaihtoehtoisista matkustustavoista. Aineisto analysoitiin laadullisesti teoriaohjaavan sisällönanalyysin menetelmin. Tulokset osoittavat, että matkustustapojen valintaan vaikuttavat ensisijaisesti mukavuus, nopeus ja hinta, mutta tietyissä tilanteissa myös ympäristötekijät ja ryhmän mielipiteet voivat saada painoarvoa. Valintoja rajoittavat erityisesti loman lyhyys ja maantieteellinen etäisyys – esimerkiksi Pohjois-Suomesta käsin on käytännössä vaikeaa matkustaa Eurooppaan ilman lentokonetta.

Tutkimus osoittaa, että ympäristötietoisuus ei yksin riitä muuttamaan käyttäytymistä, ellei sitä tueta konkreettisilla, läpinäkyvillä ja saavutettavilla vaihtoehdoilla. Tutkielma tuo esiin tarpeen lisätutkimukselle erityisesti vastuullisuusviestinnän ja yhteiskunnallisten rakenteiden vaikutuksesta matkustuskäyttäytymiseen. Tulokset ovat hyödyllisiä matkailualan toimijoille, jotka haluavat kehittää kestävämpiä matkustusratkaisuja ja ymmärtää paremmin matkailijoiden arvojen ja tekojen välistä ristiriitaa.

Avainsanat: lentomatkestäminen, koettu kestämättömyys, vastuullinen matkailu, käyttäytymistaloustiede, ryhmäpaine, matkustuspäätökse

Sisällys

1 JOHDANTO	5
1.1 Tutkimuksen tausta ja merkitys	5
1.2 Keskeiset käsitteet.....	10
1.3 Tutkimuksen rakenne.....	14
2 LENTOMATKUSTAMISEN KOETTU KESTÄMÄTTÖMYYS.....	15
2.1 Kestävä kehitys ja ympäristötietoisuus lentomatkustamisessa.....	15
2.2 Julkinen ja yksityinen keskustelu lentomatkustamisesta	16
2.3 Lentämisen oikeuttamisen ja rationalisoinnin mallit.....	18
3 KÄYTTÄYTYMISTALOUS JA MATKUSTUSTAPOJEN VALINTA	19
3.1 Kuluttajakäyttämisen teoria	19
3.2 Manipulaation käsitteet ja menetelmät.....	21
3.3 Ryhmäteoria matkailukontekstissa.....	22
4 TUTKIMUSMENETELMÄT	24
4.1 Skenaariotutkimuksen menetelmät.....	24
4.2 Haastattelut ja aineiston keruu.....	25
4.3 Aineiston analyysi ja tulkinta	26
4.4 Tutkimuksen eettiset lähtökohdat	27
5 ANALYYSI.....	28
5.1 Tulokset	28
5.2 Manipulaation ja skenaarioiden rooli matkustustapojen valinnassa.....	32
5.3 Ryhmäteorian soveltaminen matkustuskäyttämiseen	34
5.4 Ympäristötietoisuuden, vastuullisen matkailun ja hitaan matkailun vaikutukset matkustuspäätöksiin.....	36
6 KESKUSTELU.....	38
6.1 Tutkimustulosten vertailu aiempaan tutkimukseen	38
6.2 Käytännön implikaatiot matkailualalle	40
6.3 Tutkimuksen rajoitukset.....	42
6.4 Ehdotukset jatkotutkimukselle	44
7 YHTEENVETO	45
7.1 Keskeiset havainnot.....	45
7.2 Tutkimuksen kontribuutio ja merkitys	48

7.3 Lopulliset johtopäätökset.....	49
LÄHTEET.....	51
LIITTEET.....	57
Liite 1: Haastattelukysymykset	57
Liite 2: Tutkimushaastattelun suostumuskirje	59

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen tausta ja merkitys

Lentomatkustaminen on keskeinen matkustusmuoto, joka mahdollistaa nopean ja helpon liikkumisen ympäri maailmaa. Se on olennainen tekijä globalisaatiossa yhdistäen ihmisiä, kulttuureja ja talouksia. Lentoliikenteen merkitys korostuu erityisesti kansainvälisessä matkailussa ja liikematkustamisessa, tarjoten nopean pääsyn kohteisiin, jotka muuten olisivat vaikeasti saavutettavissa (Bieger & Wittmer, 2006). Samalla lentoliikenteellä on merkittävä taloudellinen ja sosiaalinen merkitys. Se tukee matkailualan kehitystä, luo työpaikkoja ja edistää kulttuurien välistä vuorovaikutusta (Forsyth, 2006). Lentoliikenne toimii myös kriittisenä osana kriisinhallintaa ja humanitaarisia operaatioita, kuten luonnonkatastrofien ja muiden hätätilanteiden yhteydessä, mahdollistaen nopean avustustyön (ICAO, 2020).

Samaan aikaan ilmastonmuutos on ottanut yhä enemmän tilaa keskusteluissa, ja matkailun kestävyys on viime vuosikymmeninä noussut keskeiseen asemaan matkailututkimuksessa ja matkailudiskurssissa yleensä, mutta on myös osoittautunut yhdeksi matkailuilmiön kompastuskiveksi. Vastuullisuus ei ole synonyymi päästöjen vähentämiselle, mutta vastuullista matkailua tarvitaan, jotta matkailun aiheuttamat negatiiviset ekologiset, sosiokulttuuriset ja taloudelliset vaikutukset vähenevät tai poistuvat kokonaan. Vastuullista matkailua määriteltäessä huomio kiinnitetään usein matkailun vaikutuksiin, joita käytetään melko yleisesti vastuullisuuden mittarina. (Tervo-Kankare, 2017, s. 235–237.) Kasvaneet hiilidioksidipäästöt ovat yksi matkailun vaikutuksista, jolloin syyttävä sormi lähes poikkeuksetta osoittaa lentomatkustamisen suuntaan (ks. Häkkinen, 2019).

Lentokoneiden tuottamat hiilidioksidipäästöt ja muut saasteet, kuten typen oksidit ja vesihöyry, edistävät ilmastonmuutosta ja vaikuttavat negatiivisesti ilmakehään. Lentoliikenteen osuus maailmanlaajuisista hiilidioksidipäästöistä on noin 2–3 %, mutta sen päästöjen kasvu on ollut nopeampaa kuin monien muiden sektoreiden (IEA, 2023). Tämä on johtanut siihen, että lentomatkustamisen kestävyyttä on alettu kyseenalaistaa yhä enemmän niin tutkijoiden kuin tavallisen kansankin keskuudessa (Peeters ym., 2019). Saavutettavuus ja logistiset edut korostavat kuitenkin lentoliikenteen ainutlaatuisuutta: sen avulla voidaan tavoittaa nopeasti syrjäisiä tai muuten vaikeasti saavutettavia alueita. Tämä on erityisen tärkeää kansainvälisessä liiketoiminnassa ja kriittisissä kuljetuksissa. (OECD, 2014.)

Ympäristötietoisuuden kasvu on vaikuttanut merkittävästi kuluttajien käyttäytymiseen. Yhä useammat matkailijat etsivät vaihtoehtoisia, ympäristöystävällisempiä matkustustapoja, kuten junamatkustusta tai maata pitkin matkustamista. Tähän ilmiöön liittyy myös ”flygskam” eli ”lentohäpeä” -termi, joka sai alkunsa Ruotsista ja on levinnyt laajemmalle Eurooppaan ja muualle maailmaan. (Gössling ja Humpe, 2020.) Lentohäpeä ilmentää yksilöiden moraalista huolta lentämisen vaikutuksista ilmastoon ja heidän halustaan vähentää hiilijalanjälkeään (Baumeister ja Onkila, 2017).

Lentomatkustusta ja ilmailualaa yleisemminkin on toki tutkittu paljon jo aiemmin, mutta iso osa, varsinkin uusimmista tutkimuksista, keskittyy nimenomaan lentomatkustamisen päästöihin ja ilmastonmuutokseen. Esimerkiksi Gössling ym. (2019) kysyvät tutkimuksessaan voimmeko lentää vähemmän. Heidän mukaansa maailman maiden tavoitteet rajoittaa YK:n kestävän kehityksen tavoitteiden mukaisesti ilmastonmuutosta, ja ilmansaasteita ovat yhä enenevässä määrin ristiriidassa ilmailun kanssa. Myös Lyle (2018) on perehtynyt asiaan eikä usko teknologian innovaatioiden, ilmailualan omien strategioiden tai markkinaehtoisten toimenpiteiden voivan ratkaista tätä tilannetta.

Aiempiin tutkimuksiin perustuen kyseenalaistan pyrkimyksen siirtää vastuuta lentämisen ilmastovaikutuksista yksittäisille kuluttajille teknologian ja ilmailualan rakenteellisten muutosten sijaan. Howen ym. (2022) tekemän kyselytutkimuksen mukaan 14 % amerikkalaisista ei usko ilmastonmuutokseen ja 30 % amerikkalaisista ei usko ilmastonmuutoksen olevan ihmisen toiminnan aiheuttamaa, vaan normaalia luonnon vaihtelua. Tältä osin väitän, että olisi tehokkaampaa panostaa nimenomaan teknologian muutoksiin ja ilmailualan innovaatioihin. Viime vuosina ympäristö-innovaatiot ovat alkaneet muuttaa ilmailualaa, keskittyen erityisesti päästöjen vähentämiseen. Näihin kuuluvat biopolttoaineet, sähkömoottoritekniikka ja vähäpäästöisten lentokoneiden kehitys. Tämän osaltaan myös Gössling ym. (2019) tutkimuksensa tuloksissa myönsi: tutkimus valaisi lentomatkustamisen arvostusta ja toi esiin erilaisten matkustusmuotojen heterogeenisiä perusteluja sekä koettuja välttämättömyyksiä, mikä osaltaan kertoi, että lentomatkustamisen tyypit ja tarkoitukset eivät ole keskenään samanarvoisia. Lentomatkustamisen merkitys riippuu useista tekijöistä, joita ovat muun muassa matkan tarkoitus, etäisyys ja vaihtoehtojen saavutettavuus (Gössling ym., 2019, s. 9).

On myös huomioitava, että Euroopan unionin päätös lentoliikenteen siirtymisestä päästökaupan ja arvonnlisäverotuksen piiriin tulee nostamaan lentomatkailun hintoja. Tämän seurauksena vähempipäästöisen lentopolttoaineen käyttö ei ole enää kalliimpaa, ja verotukselliset ohjaukset voivat tulevaisuudessa vauhdittaa teknistä kehitystä entistä voimakkaammin. Lisäksi useat Euroopan maat,

kuten Ranska, ovat ottaneet käyttöön lainsäädäntöä, joka kieltää lyhyet lentomatkat silloin, kun maata pitkin matkustaminen on mahdollista. Joissakin kaupungeissa on myös asetettu mainostuskieltoja fossiilisia polttoaineita käyttävälle liikenteelle, mikä korostaa poliittisten päätösten merkitystä vaihtoehtona yksilön syyllistämiseksi. (Büchs & Mattioli, 2022.)

Covid-19-pandemian aikana kaiken muun ohella myös lentomatkestus pysähtyi. Saimme lukea uutisista, kuinka ympäri maailmaa lentoyhtiöt ja lentokenttäyhtiöt joutuivat irtisanomaan tai lomauttamaan työntekijöitään. Samalla myös kohdealueiden yrityksillä oli ongelmia selviytyä ilman matkailijoita ja monet pienet yritykset hakeutuivatkin konkurssiin. Asiaa tutkineen Piotr Niewiadomskin (2020) mukaan Covid-19-pandemia on ensimmäinen ilmiö, joka on koskaan pysäyttänyt, tai jopa kääntänyt, matkailualan ja koko globalisaation. Tässä kohtaa olennainen kysymys voisi olla, voimmeko palauttaa globalisaation ennalleen, jos lopetamme tai vähennämme lentämistä ilmastonmuutoksen nimissä? Ilmatieteilijä Petri Taalas (2022) ei näe lentämisen lopettamista ilmastonmuutoksen kannalta merkityksellisimpänä asiana, mutta matkailulle ja koko globaalille taloudelle lentäminen on kriittinen liikkumismuoto, jonka rajoittamisella olisi merkittäviä taloudellisia ja sosiaalisia vaikutuksia (Gössling ym., 2019). Samalla on kuitenkin tärkeää huomioida päästöjen suhteellisuus ja muiden sektoreiden, kuten energiatuotannon, kehitys. Ilmailu ei tokikaan ole ainoa merkittävä päästölähde, mutta sen kontekstualisointi globaalien päästöhaasteiden rinnalla on välttämätöntä kokonaiskuvan ymmärtämiseksi (IEA, 2023).

Vastuullinen matkailu korostaa ympäristöä säästäviä matkustusvalintoja ja kestäväen kehityksen periaatteita. Vastuullisuus ei kuitenkaan ole synonyymi päästöjen vähentämiselle. Vastuullisessa matkailussa otetaan huomioon myös esimerkiksi taloudelliset ja sosiaaliset näkökulmat (ks. luku 1.3). Kuten Covid-19-pandemia meille osoitti, lentomatkestamisen lopettamisen seurauksena monet yksittäiset ihmiset menettivät työpaikkansa ja monet yritykset ajautuivat konkurssiin. Peeters ym. (2018) mukaan pitäisikin yksilön vastuun sijaan keskittyä nimenomaan teknologian ja ilmailualan omiin innovaatioihin. Nykyisen kehityksen jatkuessa lentomatkestaminen tapahtuu jo muutaman vuoden päästä pääosin sähköllä ja biopolttoaineilla, sekä vuoteen 2035 mennessä lentokonejätti Airbusin tavoitteena on tuoda markkinoille täysin nollapäästöisen matkustajakoneen (Airbus), jonka avulla lentomatkestamisessa mennään kohti kestävämpiä valintoja. Vaikka Airbus ei tavoitteessaan täysin onnistuisi tai aikataulu venyisi, on silti huomioitavaa, että uudet nykyaikaiset lentokoneet ovat jopa 25 % ympäristöystävällisempiä kuin esimerkiksi 20-vuotta vanhat lentokoneet (Zheng & Rutherford, 2020).

arvoisempaa maailmaa tarkastelemalla, miten rakenteelliset muutokset, kuten päästöjä vähentävät teknologiat ja poliittiset toimet, voivat tehdä lentoliikenteestä kestävämpää ilman, että liikkuminen tai taloudelliset mahdollisuudet keskittyvät entistä harvemmille. Yksilön syyllistämisen sijaan tarvitaan oikeudenmukaisempia ratkaisuja, jotka mahdollistavat sekä kestäväen kehityksen että globaalin saavutettavuuden ilman, että se kohtuuttomasti rasittaa tiettyjä väestöryhmiä.

Tutkimuksen merkitys korostuu erityisesti nykyisessä kestävyysshaasteiden ja ympäristötietoisuuden nousun kontekstissa. Ymmärtämällä, miten manipulaatio ja erilaiset skenaariot vaikuttavat matkustustapojen valintaan, voidaan kehittää tehokkaampia strategioita, jotka edistävät ympäristöystävällisempää matkustuskäyttäytymistä. Tämän tutkimuksen tulokset tarjoavat arvokasta tietoa lentoyhtiöille, matkailualan toimijoille ja päätöksentekijöille, auttaen heitä suunnittelemaan kampanjoita ja aloitteita, jotka kannustavat kestäväen matkustamiseen. Tutkimus antaa myös laajempaa tietoa kuluttajakäyttäytymisestä ja matkustajien asenteista lentomatkustamisen kestävyteen liittyen. Tämä voi auttaa ymmärtämään paremmin, miten vastuullisen ja hitaan matkailun käsitteet voivat integroitua matkailualan käytäntöihin ja miten näitä käsitteitä voidaan edistää tehokkaasti matkailijoiden keskuudessa. Kokonaisuudessaan tutkimus lisää tietoa siitä, miten ympäristövaikutukset ja manipulaatio voivat muokata matkustustottumuksia, ja se tarjoaa käytännön ratkaisuja kestäväen matkailuun siirtymiseksi.

Tiivistettynä voisin siis todeta, että lentomatkustamisen ympäristövaikutukset ovat herättäneet kasvavaa huolta sekä matkailijoiden että matkailualan toimijoiden keskuudessa. Lentoliikenne mahdollistaa globaalin liikkumisen, mutta sen hiilijalanjälki ja muut ympäristöhaitat ovat merkittäviä, minkä takia matkustajat ovat yhä kiinnostuneempia löytämään kestävämpiä matkustusvaihtoehtoja sekä välttämään lentämistä. Tämä puolestaan vaikuttaa merkittävästi koko matkailualan kehitykseen ja strategioihin. Matkailualalla onkin viime vuosina kasvanut tarve ymmärtää paremmin, miten ympäristövaikutukset ja matkailijoiden kestävyttä koskevat käsitykset vaikuttavat heidän tekemiinsä valintoihin ja matkustuskäyttäytymiseen.

Samaan aikaan lentomatkustamista kritisoidaan yhä enemmän sen merkittävien ympäristövaikutusten vuoksi. Tutkimuksen pääasiallinen tavoite on siis syventää ymmärrystä siitä, miten matkailijat kokevat lentomatkustamisen kestävyuden tai kestävättömyyden, ja miten nämä kokemukset ja asenteet vaikuttavat heidän matkustuspäätöksiinsä. Tähän vastaan tutkimuskysymyksellä: *Miten lentomatkustamisen koettu kestävättömyys vaikuttaa matkustustapojen valintaan?* Selvitän tätä muun muassa huomioimalla erilaiset manipulaatiotekniikat, kuten informaation esitystavat tai

markkinointiviestintä, ja erilaiset skenaariot, jotka voivat vaikuttaa päätöksentekoon. Huomioin myös vastuullisen matkailun käsitteen ja sen integroitumisen osaksi matkustajien päätöksentekoprosessia. Näin ollen tutkimuskysymykseen vastaaminen sisältää sekä matkailijoiden tietoisuuden lentomatkustamisen todellisista ympäristövaikutuksista että heidän halukkuutensa etsiä ja valita vaihtoehtoisia, kestävämpiä matkustustapoja. Lisäksi tutkimuksessa tarkastellaan skenaarioiden avulla, miten erilaiset tilanteet ja ympäristöt voivat vaikuttaa matkailijoiden päätöksiin.

Tutkimusongelman ymmärtämiseksi teen kattavan analyysin matkailijoiden asenteista ja käyttäytymismalleista. Pyrin tuomaan esiin niitä tekijöitä, jotka liittyvät matkailijoiden valintoihin, ja tarkastelen olemassa olevien viitekehysten – kuten vastuullisen matkailun ja manipulaation käsitteiden – kautta, miten matkustajien käyttäytymiseen on jo pyritty vaikuttamaan. Tällä tutkimuksella haluan tuoda kriittistä näkökulmaa keskusteluun lentomatkustamisen kestävämmästä liikkumismuotona sekä tarjota matkailualan toimijoille konkreettista tietoa siitä, mitkä seikat painavat vaakakupissa eniten, kun kuluttajat tekevät matkustamista koskevia valintoja. Tutkimukseni pyrkii valottamaan matkustajien päätöksentekoprosessin monimuotoisuutta ja monimutkaisuutta, tuoden esiin niitä psykologisia ja sosiaalisia tekijöitä, jotka vaikuttavat siihen, miten matkailijat valitsevat matkustustapansa. Tämä syvempi ymmärrys auttaa matkailualan toimijoita kehittämään matkailupalveluita ja -tuotteita, jotka vastaavat sekä matkailijoiden tarpeisiin että globaalien ympäristötavoitteiden vaatimuksiin.

1.2 Keskeiset käsitteet

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan lentomatkustamisen koetun kestävämmämyyden vaikutusta matkustustapojen valintaan, erityisesti manipulaation ja erilaisten skenaarioiden kautta. Koen merkityksellisenä määritellä ja selventää tutkimuksen keskeisiä käsitteitä, jotta lukija ymmärtää tutkimuksen teoreettisen taustan ja kontekstin.

Lentomatkustamisen kestävyys viittaa siihen, miten lentomatkustamisen ympäristövaikutukset, kuten hiilidioksidipäästöt, typen oksidit ja vesihöyry, vaikuttavat ilmastonmuutokseen ja ekologiseen tasapainoon. Lentoliikenteen ympäristövaikutukset ovat merkittäviä, koska lentokoneet tuottavat suuria määriä hiilidioksidia sekä muita saasteita, jotka kiihdyttävät ilmaston lämpenemistä ja heikentävät ilmakehän laatua (Gössling & Humpe, 2020; IEA, 2023). Vaikka lentoliikenteen osuus maailmanlaajuisista hiilidioksidipäästöistä on noin 2–3 %, sen päästöjen kasvu on ollut nopeampaa kuin monilla muilla sektoreilla, mikä tekee siitä kriittisen tarkastelun kohteen kestävämmän kehityksen

neljästä näkökulmasta, jolloin poliittista vastuullisuutta ei huomioida. Lisäksi joissakin lähteissä ensimmäinen ja toinen näkökulma saattavat olla yhdistettyinä kulttuurisosiaalisiksi näkökulmaksi. Itse käsittelen tässä tutkimuksessani kaikkia viittä näkökulmaa, koska kaikkien näkökulmien ja niiden tuomien vaatimusten sekä edellytysten huomioiminen on paras tapa saada matkailusta mahdollisimman vastuullista ja kestävää.

Sosiaalinen vastuullisuus tarkoittaa matkailutoiminnan hyötyjen jakautumista tasaisesti eri sidosryhmien välillä ja, että sen haitalliset vaikutukset paikallisyhteisöjen elämään olisivat mahdollisimman pienet. Lentoyhtiön toiminnassa tämä tarkoittaa esimerkiksi työntekijöiden tukemista. Finnair kertoo sivuillaan (Blue Wings-tarinat, 2022) tukeneensa yhteistyökumppaneidensa kanssa pandemian takia irtisanottuja työntekijöitään työllistymään uudelleen sekä tarjonneensa lomautetuille työntekijöille esimerkiksi työterveyshuollon. Kulttuurinen vastuullisuus ottaa huomioon paikallisen kulttuurin ja paikallisten asukkaiden arvojen kunnioittamisen sekä kulttuuriperinnön monimuotoisuuden edistämisen. Ekologisessa vastuullisuudessa puolestaan olennaista on se, että matkailutoiminnan haitallisia ympäristövaikutuksia vähennetään ja että matkailu tapahtuu luonnon kanto- ja uusiutumiskyvyn puitteissa. (García Rosell, 2017, s. 229–230.) Parhaimmillaan ekologisesti vastuullinen ja kestävä matkailu ja sen saavutettavuus parantaa luonnon arvostusta sekä ohjaa varoja ympäristön suojeluun. Valtakunnallinen markkinointiyhtiö Visit Finland (2022) painottaa, että ekologisesti kestävä matkailuliiketoiminnan tavoitteena on turvata luonnonvarojen riittävyys myös seuraaville sukupolville. Lentomatkustusta harvoin liitetään vastuulliseen toimintaan, mutta niin matkailijat kuin lentoyhtiöt voivat vaikuttaa asiaan esimerkiksi hyvittämällä lentojen päästöjä. Taloudellinen vastuullisuus on niin lentoyhtiöiden kuin muidenkin yritysten kohdalla ennen kaikkea taloudellisesti kannattavaa liiketoimintaa. Lisäksi taloudellisesti vastuullinen matkailu luo työpaikkoja ja tuloja alueelle eikä häiritse muita toimialoja tai lisää taloudellista eriarvoisuutta. Matkailua suoraan tai epäsuorasti koskevat oikeudenmukaisuutta tukevat päätökset edistävät poliittista vastuullista. (García Rosell, 2017, s. 230.) Muun muassa kansainvälisen lentoliikenteen ohjaaminen muualle kuin vain pääkaupunkiseudulle on osoitus vastuullisuudesta (Partanen & Riekkinen, 2022, s. 27) ja usein poliittisen päätöksen aikaansaama. Mikäli kaikki lennot ohjattaisiin vain ja ainoastaan Helsinki-Vantaan lentokentälle, olisi se suuri takaisku esimerkiksi Lapin matkailun saavutettavuudelle monesta eri vastuullisuuden näkökulmasta.

Vastuullinen toiminta on mielekkäin tapa mitata yrityksen vastuullisuutta. Toiminta edellyttää henkilöstöltä suunnittelua, prosessien kirjaamista ja toimintasuunnitelmien toteuttamista. Vastuullisuudesta on hyvä informoida yhteistyökumppaneita ja asiakkaita kohtaamisten jokaisessa

vaiheessa sekä osoittaa toiminta konkreettisina tekoina palvelutilanteissa. Esimerkiksi Finnair pyrkii aina käyttämään matkustamossa välineistöä, joka on suunniteltu kierrätettävistä ja mahdollisimman kevyistä materiaaleista. Vastuullisuus perustuu tietoon ja sen soveltamiseen käytännössä, sekä toimintaan, jatkuvaan omavalvontaan ja lopulta myös vastuullisuudesta tiedottamiseen markkinointi- viestinnän kautta. Visit Finlandin matkailustrategiassa (2022) todetaan, että annetut lupaukset on lunastettava, ja lopulta teot ovat ratkaisevassa asemassa vastuullisuuden toteutumisessa.

Vaikuttaminen on olennainen osa yhteiskunnallista vuorovaikutusta, ja sitä tapahtuu jatkuvasti niin tiedostamattomasti kuin tietoisestikin. Manipulaatiolla tarkoitetaan toimenpiteitä ja strategioita, joiden avulla pyritään vaikuttamaan yksilöiden tai ryhmien ajatteluun, tunteisiin ja käyttäytymiseen tietyssä tarkoituksessa. Tämä vaikuttaminen voi tapahtua esimerkiksi propagandan, mainonnan tai sosiaalisen paineen kautta. Propaganda on yksi manipulaation muoto, jossa tiedotetaan massoille yksipuolista tietoa ilman dialogia, pyrkien muuttamaan massojen käyttäytymistä. Propagandan tarkoitukselliset välikädet voivat olla sekä myönteisiä että kielteisiä, ja siihen liittyy usein disinformaation levittäminen.

Propaganda voidaan jakaa kolmeen lajiin: Valkoinen propaganda, kuten terveystietoisuus, pyrkii hyvää tarkoittaen vaikuttamaan massojen käyttäytymiseen ja mielipiteisiin tieteen ja tutkimuksen pohjalta. Harmaa propaganda, esimerkiksi mainokset, ei ole täysin valheellista, mutta sisältää kaunisteltua totuutta. Musta propaganda puolestaan on peräisin tuntemattomasta lähteestä ja pyrkii vaikuttamaan negatiivisella tavalla, jolloin propagandisti hyötyy itse. (Jowett & O'Donnell, 2018.) Lukutaidon ja luetunymmärtämisen, erityisesti medialukutaidon, avulla manipulaatiolta on mahdollista välttyä, sillä kriittinen ajattelu auttaa tunnistamaan informaation tarkoitukselliset välikädet ja arvioimaan sen luotettavuutta (Hobbs, 2010). Keskeistä on osata tunnistaa propagandan lähde: mistä tieto tulee ja ketä se palvelee – onko se totta? Nykyään tietoa on saatavilla ja jaetaan valtavasti, mikä tekee tilanteesta monimutkaisemman. Valkoisen propagandan taustalla on usein inhimillisiä arvoja, mutta on tärkeää miettiä, mihin voi luottaa. Vahvistusharha saa meidät painottamaan sellaista tietoa, joka tukee aiempia näkemyksiämme, joten on olennaista kysyä itseltämme: voinko minä olla väärässä? Vastakkaisten mielipiteiden kuuntelu ja asioista keskusteleminen on tärkeää. Jos tulee olo, että pitää muuttaa omaa mielipidettään tai toimintaansa, kyseessä voi olla manipulointi. Me kaikki olemme vaikuttamisen kohteena, ja erityisesti epävarmuuden keskellä olemme alttiimpia propagandalle. Esimerkiksi ilmastonmuutoksen pelko tekee meistä haavoittuvaisempia manipulaatiolle. (Lyytinen & Pitkänen, 2024.) Näin ollen on tärkeää tutkia, miten erilaiset manipulaatiotekniikat voivat muuttaa matkustajien valintoja.

1.3 Tutkimuksen rakenne

Esittelen seuraavaksi, miten tutkielmani etenee luvusta toiseen muodostaen loogisen kokonaisuuden. Esimerkiksi kouluaineissa tai artikkeleissa toimivat esitystavalliset ja loogiskronologiset etenemisen keinot eivät enää toimi tutkimuksessa sen ylittäessä kriittisen pituuden. Hyvässä tutkielmassa tulisi olla koko tekstin läpi juokseva ja asiat toisiinsa kytkevä ”punainen lanka”, mutta en voi olettaa, että pidemmissä teksteissä lukija muistaa kaiken aiemmin sanotun. Tästä syystä tämän tutkimuksen makrorakenne koostuu luvuista. Luvun alut ja loput ovat ikään kuin paikkoja, joissa lukijaa opastetaan paikantamalla hänen kulloinkin sijaintinsa esimerkiksi muistuttamalla siitä, mitä kyseisissä luvussa on kerrottu ja mitä seuraavassa luvussa tullaan kertomaan. (Alasuutari, 2011, s. 283.)

Olen nyt esitellyt tutkimukseni taustan ja merkityksen sekä eritellyt tutkimusongelman ja tutkimukseni tavoitteet. Olen myös määritellyt tutkimukseni kannalta keskeiset käsitteet ja avannut ne niin, että lukija ymmärtää tutkimuksen teoreettisen taustan ja kontekstin. Luvussa 2 avaankin tarkemmin lentomatkestämättömyyttä ja sen koettua kestämättömyyttä sekä tarkastelen samalla aiempia tutkimuksia liittyen lentomatkestämättömyyteen ja ympäristövaikutuksiin. Luvussa 3 paneudun tutkimuksen psykologiseen puoleen ja tarkastelen muun muassa kuluttajakäyttäytymisen teoriaa sekä ryhmäteoriaa matkailukontekstissa. Tässä luvussa paneudun vielä tarkemmin manipulaation käsitteeseen sekä menetelmiin. Tutkimuksen metodologinen viitekehyksen esittelen luvussa 4, jonka olen jakanut neljään alalukuun. Näistä ensimmäisessä käsitteelen tutkimukseni tutkimusmenetelmiä, toisessa esittelen tutkimuksessa käyttämäni aineiston sekä perustelen valintani. Kolmannessa alaluvussa käsitteelen aineiston analyysia ja tulkintaa, jossa tarkastelen, miten tutkimusaineisto on jäsennetty ja mitä menetelmiä sen tulkinnassa on käytetty. Neljännessä alaluvussa esittelen tutkimukseni eettiset lähtökohdat, joissa käsitteelen esimerkiksi tutkittavien anonymiteettiä, aineiston luotettavuutta sekä tutkimuksen mahdollisia eettisiä haasteita.

Luvut 5 ja 6 ovat analyysilukuja, joissa käsitteelen tutkimuksessa saamiani tuloksia ja sovellan niitä aiempaan tutkimukseen. Näissä luvuissa vastaan myös tutkimuskysymyksiini. Luvussa 6 esitän myös ehdotukseni jatkotutkimukselle sekä pohdin tutkimuksen rajoituksia ja käytännön implikaatioita matkailualalle. Luku 7 on yhteenvetoluku, jossa kertaan tutkimuksen kulun ja keskeiset havainnot, vastaan vielä tiiviimmin päätutkimuskysymykseeni, arvioin tutkimuksen toteutusta sekä tulosten hyödynnettävyyttä. Tutkimuksen lopusta, yhteenvetoluvun jälkeen, löytyy vielä kiitokset, lähteet sekä liitteet, joissa on muun muassa tutkimusaineistona käyttämäni haastattelujen runko.

2 LENTOMATKUSTAMISEN KOETTU KESTÄMÄTTÖMYYS

2.1 Kestävä kehitys ja ympäristötietoisuus lentomatkestamisessa

Aikamme keskeisimmät yhteiskunnalliset ja ympäristöpoliittiset teemat keskittyvät kestäväan kehitykseen, ja sen vaikutukset ulottuvatkin vahvasti myös matkailun ja erityisesti lentomatkestamisen kontekstiin. YK:n kestäväan kehityksen tavoitteet (Agenda 2030) korostavat tarvetta vähentää liikenteen ympäristövaikutuksia sekä edistää vastuullista kuluttajakäyttäytymistä (United Nations, 2025). Lentoliikenteen osuus maailmanlaajuisista hiilidioksidipäästöistä on noin 2–3 %, mutta sen päästöjen kasvu on ollut nopeampaa kuin monien muiden sektoreiden (IEA, 2023). Erityisesti vapaa-ajan matkailuun liittyvä lentäminen on noussut näkyväksi kohteeksi kestävyttä koskevassa julkisessa keskustelussa (Peeters ym., 2019).

Lentomatkestaminen asettaa kestävyden näkökulmasta moninaisia haasteita, joita ei voida ratkaista pelkästään yksilöiden valintojen kritisoimisella tai lentohäpeällä. Lentoliikenteen ympäristövaikutukset liittyvät paitsi suoranaisiin hiilidioksidipäästöihin, myös esimerkiksi yläilmakehän typhen oksideihin, vesihöyryyn ja pienhiukkasiin, joiden yhteisvaikutukset voivat moninkertaistaa ilmastokuormituksen (Lee ym., 2021). Vaikka ilmailualalla kehitetään vähäpäästöisempiä koneita ja vaihtoehtoisia polttoaineita, on niiden käyttöönotto hidasta eikä yksin riitä vastaamaan kestävyyskriisiin (Gössling & Higham, 2021). Kestävä lentomatkestaminen edellyttääkin paitsi teknologisia uudistuksia myös kulutuksen hillitsemistä, matkustustarpeen kriittistä tarkastelua sekä poliittisia ohjauskeinoja, kuten lentoveroja tai kompensatiopakkoja (Cohen, Higham & Cavaliere, 2011). Näin ollen kestävyys ei ole vain tekninen vaan myös kulttuurinen ja poliittinen kysymys, joka haastaa nykyiset liikkuvuuden normit.

Ympäristötietoisuuden kasvu vaikuttaa yhä useammin myös matkustuspäätöksiin, joskin sen vaikutus ei ole aina suoraviivainen. Vaikka monet matkailijat ilmaisevat huolta ilmastomuutoksesta ja erityisesti lentomatkestamisen vaikutuksista, todellinen käyttäytyminen ei useinkaan vastaa näitä arvoja. Tätä ilmiötä kuvataan niin sanotulla attitude-behavior gapilla eli arvojen ja toiminnan välisellä kuilulla (Kollmuss & Agyeman, 2022; Barr, 2006). Monet ihmiset suhtautuvat myös lentomatkestamiseen ristiriitaisesti: lentäminen saatetaan nähdä ongelmallisena ilmaston kannalta, mutta samalla sen tarjoamat edut – kuten nopeus, mukavuus ja saavutettavuus, ikään kuin oikeuttavat sen käytön (Higham ym., 2016). Tämä ristiriita näkyy erityisesti silloin, kun lentomatkestamista tarkastellaan yksilön valintana. Monet esimerkiksi kokevat, että vaikka he ovatkin tietoisia

lentämisen haittavaikutuksista, eivät he yksittäisinä kuluttajina voi vaikuttaa ilmastonmuutoksen torjuntaan tai vaikutus on hyvin rajallinen (Whitmarsh, 2009). Tämä voi johtaa niin sanottuun ympäristöresignaatioon, jossa henkilö tiedostaa ongelman, mutta ei koe voivansa toimia tehokkaasti sen ratkaisemiseksi. Samalla yksilöt voivat kuitenkin pyrkiä lieventämään omaa kognitiivista dissonanssiaan esimerkiksi hyvittämällä lentojen päästöjä, valitsemalla ympäristöystävällisempiä lentoja tai lentämällä harvemmin. (Stoll-Kleemann ym., 2001.)

Useat tutkijat ovat todenneet, että ympäristöarvot eivät juurikaan ennakoivat kestävästä käyttäytymisestä, mikäli sille ei ole rakenteellista tai sosiaalista tukea. Esimerkiksi Giffordin (2011) kuvaamat niin sanotut vetovoimatekijät estävät ympäristötietoisia ihmisiä toimimasta arvojen mukaan. Näitä ovat muun muassa sosiaalinen paine ja normit, mukavuudenhalu, kustannukset sekä ajankäyttöön liittyvät rajoitteet. Lentäminen näyttää erityisesti kaukomatkailussa usein ainoana realistisena vaihtoehtona, mikä edelleen vaikeuttaa kestävien valintojen tekemistä (Becken, 2007).

Samalla on kuitenkin hyvä huomioida, että ristiriitaisesta käyttäytymisestä huolimatta ympäristötietoisuus on merkittävä taustatekijä siinä, miten matkustajat hahmottavat omat valintansa. Koettu kestävyys tai kestävättömyys on tässä keskeinen psykologinen komponentti. Se viittaa siihen, kuinka matkustajat itse kokevat lentämisen vaikutukset ympäristöön ja mitä merkityksiä he sille antavat (Stoll-Kleemann, 2001.) Tietoisuuden lisäksi myös tunnetasoiset tekijät – kuten häpeä, syyllisyys ja moraalinen paine – voivat vaikuttaa siihen, miten yksilö suhtautuu lentämiseen ja kestävään kehitykseen (Baumeister & Onkila, 2017).

Kestävyyttä tarkasteltaessa on myös huomioitava, että yksilön päätökset tapahtuvat laajemman kulttuurisen ja poliittisen kontekstin sisällä. Ympäristötietoinen matkustaminen ei ole pelkästään henkilökohtainen valinta, vaan se rakentuu yhteiskunnallisten rakenteiden, vaihtoehtojen ja ohjausmekanismien kautta. Vastuullisen matkailun edistäminen edellyttääkin sekä yksilötason että rakenteellisen muutoksen huomioon ottamista huomioon matkailun kokonaisvaltaisen kestävyden turvaamiseksi (Peeters ym., 2011).

2.2 Julkinen ja yksityinen keskustelu lentomatkustamisesta

Lentomatkustamisesta käydään jatkuvasti ajoittain kiivastakin keskustelua niin julkisesti kuin yksityisestikin. Julkisessa keskustelussa korostuvat usein poliittiset päätökset ja kansainväliset sopimukset. Esimerkiksi Euroopan unionin (EU) lentoliikenteen päästökauppajärjestelmä (ETS) ja

Kansainvälisen siviili-ilmailujärjestön (ICAO) kehittämä CORISA-ohjelma ovat olleet merkittäviä aiheita viimeaikojen keskusteluissa. Nämä järjestelmät pyrkivät vähentämään lentoliikenteen hiilidioksidipäästöjä ja tukemaan kestävästä kehitystä maailmanlaajuisesti. Lisäksi monet ympäristöjärjestöt, kuten Greenpeace ja Friends of the Earth, ovat aktiivisesti kampanjoineet lentomatkustuksen vähentämisen puolesta. He korostavat lentämisen suurta hiilijalanjälkeä ja edistävät vaihtoehtoisia matkustustapoja, kuten junamatkailua. Esimerkiksi "Flygskam" (lentohäpeä)-liike, joka sai alkunsa Ruotsissa, on saanut paljon huomiota ja kannustanut ihmisiä vähentämään lentämistään ympäristösyistä (Ortamo, 2019; Gössling & Humpe, 2020).

Myös medialla on suuri rooli ja vaikutus ihmisten mielikuvien syntyyn (Gamson, Cro teau, Hoynes & Sasson, 1992). Media onkin viime aikoina nostanut esille lentomatkustuksen ympäristövaikutuksia ja kestävyyskysymyksiä monin tavoin. Dokumentit, uutisartikkelit ja ajankohtaisohjelmat käsittelevät aihetta laajasti, ja usein keskustelua käydään siitä, miten lentoliikennettä voitaisiin tehdä ympäristöystävällisemmäksi. Median kautta leviävät myös asiantuntijoiden näkemykset ja tutkimustulokset, jotka auttavat muovaamaan niin julkista kuin yksityistäkin mielipidettä ja samalla hillitsemään keskusteluiden ääripäitä erityisesti sosiaalisessa mediassa (vrt. Mäkinen, 2022).

Sosiaalinen media on yksi merkittävimmistä alustoista, joissa yksityishenkilöt käyvät keskustelua lentomatkustuksen kestävydestä (Itä-Suomen yliopisto, 2019). Alustoilla kuten X (ent. Twitter), Facebook ja Instagram ihmiset jakavat mielipiteitään, kokemuksiaan ja artikkeleita aiheesta. Hashtagit kuten #Flygskam ja #ClimateChange ovat suosittuja ja keräävät paljon keskustelua ympärilleen. Yksilöt voivat myös suoraan vaikuttaa toisiinsa ja levittää tietoa ympäristöystävällisemmistä matkustustavoista. Lisäksi monet matkailublogit ja -foorumit käsittelevät lentomatkustuksen ympäristövaikutuksia ja tarjoavat vinkkejä kestävästä matkailuun. Bloggaajat voivat jakaa omia näkemyksiään ja suositella ekologisempia matkustusvaihtoehtoja, kuten junamatkoja, pyöräilyä tai paikallismatkailua. Foorumeilla taas keskustellaan esimerkiksi lentojen kompensatio-ohjelmista ja siitä, miten omaa hiilijalanjälkeä voi pienentää matkustaessa. Monet ihmiset tekevätkin henkilökohtaisia päätöksiä vähentääkseen lentomatkustuksen ympäristövaikutuksia. Tämä voi tarkoittaa lentomatkojen vähentämistä, pidempien lomien suunnittelua harvempien lentojen kera, tai hiilidioksidipäästöjen kompensoimista (Sitra, 2019). Myös sähkö- ja vetykäyttöisten lentokoneiden kehitystä seurataan kiinnostuneina, ja monet toivovat niiden tarjoavan ratkaisun ympäristöystävällisempään lentomatkustukseen tulevaisuudessa.

Sekä julkinen että yksityinen keskustelu lentomatkestuksen kestävydestä ja ympäristövaikutuksista ovat tärkeitä, koska ne heijastavat yhteiskunnan kasvavaa tietoisuutta ilmastonmuutoksen haasteista. Vaikka lentäminen on edelleen suosittu matkustustapa, tietoisuus sen ympäristövaikutuksista lisää painetta sekä poliittisiin päätöksentekijöihin että yksilöihin löytämään kestävämpiä ratkaisuja matkustamiseen.

2.3 Lentämisen oikeuttamisen ja rationalisoinnin mallit

Kasvanut tietoisuus ilmastonmuutoksesta ja erilaisista ympäristövaikutuksista on tuonut myös lentomatkestuksen kestävämyyden laajempaan julkiseen keskusteluun. Samalla tietoisuus ei kuitenkaan yksilötasolla automaattisesti johda käyttäytymisen muutokseen. Tätä niin kutsuttua ”asenne-käyttäytymiskulua” (attitude-behaviour gap) on havaittu laajasti monissa kestävyystutkimuksissa (ks. Kollmuss & Agyeman, 2002). Yksi keskeinen psykologinen mekanismi tämän ilmiön taustalla on kognitiivinen dissonanssi, jonka Leon Festinger (1957) määritteli ristiriidaksi yksilön uskomusten, arvojen ja käyttäytymisen välillä. Esimerkiksi ympäristötietoinen yksilö voi tiedostaa lentomatkestuksen aiheuttamat merkittävät hiilidioksidipäästöt, mutta jatkaa silti lentämistä henkilökohtaisten tai ammatillisten syiden vuoksi, mikä synnyttää epämukavan tunteen sisäisestä ristiriidasta. (McDonald ym., 2015; Higham, Cohen & Cavaliere, 2014.)

Kognitiivisen dissonanssin aiheuttamaa psykologista epämukavuutta pyritään usein lieventämään erilaisten oikeuttamisen ja rationalisoinnin strategioiden avulla. Lentämistä voidaan perustella esimerkiksi sen ”välttämättömyydellä” – työmatkat, perhetilanteet tai saavutettavuuden puute vaihtoehtoisiin matkustusmuotoihin esitetään usein syiksi, jotka tekevät lentämisestä pakonomaista (Barr ym., 2006; Higham ym., 2016). Toinen yleinen strategia on vastuun siirtäminen muille toimijoille: yksilö voi kokea, että valtioilla, suuryrityksillä tai muilla matkustajilla on suurempi vastuu ilmastonmuutoksen torjunnasta kuin hänellä itsellään (Stoll-Kleemann, O’Riordan & Jaeger, 2001). Tämä niin sanottu ”diffuusion vaikutus” (diffusion of responsibility) vähentää yksilön kokemaa moraalista velvollisuutta toimia. Lisäksi lentämistä voidaan oikeuttaa vertaamalla sitä muihin ”pahempina” pidettyihin ympäristötekoihin, kuten jatkuvaan autoiluun, jolloin oma käyttäytyminen näyttää suhteellisesti vähäpätöisempänä (Gifford, 2011).

Nämä rationalisoinnit rakentuvat osittain myös moralisointikehysten (moral framing) varaan, joiden avulla yksilöt ylläpitävät myönteistä minäkuvausta ympäristötietoisina ja ekologisesti toimivana kansalaisina, vaikka heidän konkreettiset teot olisivat ristiriidassa tämän identiteetin kanssa

(McDonald ym., 2015; Gifford, 2011). Yksilöt voivat myös soveltaa niin sanottuja kompensoivia tai symbolisia ympäristötoimia: he saattavat hyvittää lentojensa päästöjä, valita "vihreämpiä" lentoyhtiöitä tai vähentää lentojen määrää ilman, että matkustamisesta kokonaan luovutaan (McDonald ym., 2015). Vaikka tällaiset toimet voivat lieventää yksilön kokemaa dissonanssia, tutkimus osoittaa, että niiden todellinen ympäristövaikutus on usein rajallinen ja painottuu enemmän moraalisen aseman ylläpitämiseen kuin systeemiseen muutokseen (Antal & Hukkinen, 2010).

Merkittävä rationalisoinnin muoto on myös ympäristöresignaatio, jossa yksilö kokee oman vaikutusvaltansa ilmastonmuutoksen torjunnassa hyvin rajalliseksi tai olemattomaksi. Vaikka ongelma tunnistetaan, passiivisuus voi syntyä voimattomuuden kokemuksesta, joka voi johtua ilmastokriisin monimutkaisuudesta, pitkäjänteisyydestä tai koetusta epäoikeudenmukaisuudesta. (Stoll-Kleemann ym., 2001; Whitmarsh, 2009.) Giffordin (2011) kuvaamat "toimettomuuden lohikäärmeet" (dragons of inaction) tuovat esiin psykologisia esteitä, kuten turtumista, toivottomuutta tai oletusta, että jonkun muun tulisi toimia ensin. Kun ilmastonmuutos koetaan liian abstraktiksi tai hallitsemattomaksi ongelmaksi, yksilöt rationalisoivat toimimattomuutensa esimerkiksi sillä, että heidän valinnoillaan ei kuitenkaan ole suurta merkitystä (Gifford, 2011).

Yhteiskunnallisella tasolla nämä yksilölliset rationalisoinnit ja psykologiset mekanismit kietoutuvat laajempiin rakenteellisiin tekijöihin, kuten matkailuun liittyviin sosiaalisiin normeihin, infrastruktuurin puutteisiin sekä taloudellisiin ja poliittisiin kannustimiin (Barr ym., 2010; Cohen, Higham & Cavaliere, 2011). Lentämisestä on tullut osa normaalia elämäntapaa tietyissä väestöryhmissä, erityisesti globaalissa pohjoisessa, jossa se liittyy vapauden, menestyksen ja identiteetin rakentumiseen (Peeters ym., 2016). Tällöin pelkkä yksilön tietoisuus tai tahto ei välttämättä riitä, vaan tarvitaan myös institutionaalisia muutoksia, jotka tekevät ympäristön kannalta kestävästä valinnoista sosiaalisesti, taloudellisesti ja kulttuurisesti hyväksytyjä ja saavutettavia.

3 KÄYTTÄYTYMISTALOUS JA MATKUSTUSTAPOJEN VALINTA

3.1 Kuluttajakäyttäytymisen teoria

Kuluttajakäyttäytymisen teoria tarkastelee, kuinka psykologiset, sosiologiset ja taloudelliset tekijät vaikuttavat päätöksentekoon ja tarjoaa näin ollen erinomaisen viitekehyksen erilaisten matkustusvalintojen ymmärtämiseksi (Solomon ym., 2019). Kuluttajakäyttäytymistä analysoidaan usein kahdesta eri näkökulmasta: rationaalisesta ja emotionaalisesta näkökulmasta. Näistä

ensimmäinen painottuu Marshallin taloudelliseen malliin, jossa kuluttaja arvioi kustannuksia ja hyötyjä tehdessään ostopäätöstä (Marshall, 2013). Tätä mallia voidaan soveltaa erityisesti sellaisiin matkustustapoihin koskeviin valintatilanteisiin, joissa hinta on kuluttajan ensisijainen päätöksentekoa ohjaava tekijä. Vastaavasti emotionaalinen puoli, eli Veblenin teoriaan painottava näkökulma, korostaa sosiaalista dynamiikkaa ja kuluttamisen symbolista merkitystä. Tämä selittää, miksi jotkut matkustustavat saattavat olla suosittuja niiden statussymboliarvon vuoksi, sillä kuluttajat eivät tee valintojaan ainoastaan hyötynäkökulmasta, vaan myös osoittaakseen omaa sosiaalista asemaansa ja identiteettiänsä. (Veblen, 1899.)

On kuitenkin hyvä huomata, että kuluttajakäyttäytymisen teorian mukaan ihmisten valinnat eivät ole pelkästään rationaalisia tai pelkästään emotionaalisia, vaan ne koostuvat monista eri tekijöistä. Esimerkiksi kasvanut ympäristötietoisuus ja siihen liittyvä lentohäpeä voivat johtaa tilanteeseen, jossa kuluttajat valitsevat ympäristöystävällisempiä matkustusvaihtoehtoja, vaikka ne olisivat kalliimpia tai epämukavampia (Higham, 2016). Tällöin päätöksentekoa ohjaa vahvasti arvopohjainen käyttäytyminen, jossa kuluttaja pyrkii sovittamaan valintansa omien arvojensa sekä sosiaalisten odotusten mukaisiksi.

Kuluttajakäyttäytymisen teoriaa voidaan täydentää ryhmäteorialla (ks. luku 3.3). Ryhmäteoria tarkastelee ryhmien vaikutusta yksilön päätöksentekoon. Ryhmän paine ja normit voivat vaikuttaa merkittävästi matkustusvalintoihin, erityisesti jos matkanteko tapahtuu ryhmässä tai ryhmän mielipiteillä on muuten suuri merkitys. Esimerkiksi ystäväpiirin kannustaminen kestävään matkailuun voi lisätä yksilön halukkuutta valita juna lentomatkan sijaan, vaikka tämä päätös olisi yksilötasolla kalliimpi tai hankalampi. Tällöin ryhmän normit ja odotukset toimivat käyttäytymistä ohjaavina tekijöinä, jolloin sosiaalisen vaikutuksen merkitys korostuu päätöksenteossa (Asch, 1951; Cialdini & Goldstein, 2004).

Kuluttajakäyttäytymisen teoriaa voidaan soveltaa myös markkinoinnissa ja käyttäytymistaloudessa, kun pyritään vaikuttamaan kuluttajien valintoihin. Käyttäytymistaloudessa tunnetut periaatteet, kuten valinnan arkkitehtuuri ja nudge-menetelmät, pyrkivät suuntaamaan yksilöiden päätöksentekoa kohti ympäristöystävällisiä valintoja tarjoamalla houkuttelevampia vaihtoehtoja (Thaler & Sunstein, 2008). Esimerkiksi juna- ja bussimatkojen näkyvämpi asettelu matkustusportaalien hakutuloksissa voi ohjata kuluttajia valitsemaan ne lentomatkojen sijaan.

Matkustustapojen valinnat ja niihin vaikuttavat syyt tarjoavat kiinnostavan kohteen kuluttajakäyttäytymisen ja ryhmäteorian soveltamiselle, sillä ne kuvaavat sekä yksilön rationaalisia että emotionaalisia tarpeita, kuin myös ryhädynamiikan ja yhteiskunnan normeja. Näiden taustatekijöiden tunnistaminen on tärkeää, jotta voidaan paremmin ymmärtää erilaisia matkustusvalintoja. (Cialdini & Goldstein, 2004.)

3.2 Manipulaation käsitteet ja menetelmät

Manipulaatio on tietoista vaikuttamista yksilöiden tai ryhmien ajatteluun, tunteisiin ja päätöksentekoon ilman, että kohde havaitsee vaikutusyritystä. Manipulaatio voi tapahtua monin eri tavoin, kuten informaation esitystavan, tunteisiin vetoamisen tai sosiaalisen paineen kautta (Cialdini & Goldstein, 2004). Manipulaation käsittely on keskeistä erityisesti matkustustapojen valinnassa, sillä erilaiset markkinoinnin, median ja poliittisten toimijoiden keinot voivat ohjata matkustuskäyttäytymistä kohti tiettyntyyppisiä vaihtoehtoja.

Informatiivinen manipulaatio perustuu siihen, että kuluttajille tarjotaan valikoitua tietoa tavalla, joka ohjaa heidän päätöksiään. Esimerkiksi lentomatkustamisen yhteydessä voidaan esittää hiilidioksidipäästöjä koskevaa dataa niin, että se joko alleviivaa lentämisen kestäättömyyttä tai vaihtoehtoisesti korostaa alan teknologista kehitystä ja päästöjen vähentämistä (Tversky & Kahneman, 1981). Esimerkkinä tämän kaltaisesta manipulaatiosta ovat lentoyhtiöiden hiilidioksidikompensaatio-ohjelmat, jotka voivat antaa kuluttajille illuusion vastuullisemmasta valinnasta ilman, että todellisuudessa päästöjä vähennetään merkittävästi (Peeters ym., 2019).

Rakenteellisessa manipulaatiossa valintaympäristöä muokataan siten, että tiettyjä valintoja tehdään muita todennäköisemmin. Tämä liittyy erityisesti ns. "nudge"-teoriaan, jossa ihmisten käyttäytymistä ohjataan ilman suoraa kieltä tai pakottamista (Thaler & Sunstein, 2008). Esimerkiksi matkavarauksissa verkkosivustot voivat asettaa junamatkat oletusvaihtoehdoksi tai korostaa ekologisempia matkustusmuotoja, jolloin kuluttaja tekee todennäköisemmin käyttäytymistalouden periaatteiden mukaisen valinnan (Hummel & Maedche, 2019). Lentoyhtiöt taas voivat suunnitella kanta-asiakasohjelmansa siten, että kertyvien pisteiden kautta matkustajat kokevat lentämisen taloudellisesti houkuttelevammaksi, vaikka se ei olisi kestävin vaihtoehto (Tversky & Kahneman, 1981; Thaler & Sunstein, 2008).

Emotionaalinen manipulaatio perustuu tunteiden, kuten syyllisyyden, ylpeyden tai pelon, herättämiseen. Yksi tunnettu esimerkki tästä on "lentohäpeä" (flygskam) -ilmiö, joka on saanut laajaa huomiota erityisesti sosiaalisessa mediassa ja kestävän matkailun aktivistien keskuudessa (Gössling ym., 2020). Lentämisen aiheuttamasta syyllisyydestä on tullut monelle todellinen tunneperäinen este lentomatkojen varaamiselle, ja sen myötä maata pitkin matkustaminen on noussut suosituimmaksi vaihtoehdoksi.

Mainonta ja median narratiivit voivat myös muokata matkailijoiden asenteita. Esimerkiksi lentoyhtiöiden kampanjat, jotka korostavat matkailun tuomia "unohtumattomia kokemuksia" tai "vapautta" pyrkivät vetoamaan emotionaalisiin tarpeisiin ja vahvistamaan lentämisen houkuttelevuutta huolimatta sen mahdollisista kielteisistä vaikutuksista (Kotler, 2006).

Sosiaalinen manipulaatio viittaa puolestaan siihen, miten ihmisten käyttäytymistä voidaan ohjata ryhmädynamiikan avulla. Sosiaaliset normit ja ryhmiin kuulumisen tarve vaikuttavat merkittävästi matkustustapojen valintaan (Cialdini & Goldstein, 2004). Esimerkiksi markkinointiviestintä voi tuoda esiin tietoa, jonka mukaan "80 % matkailijoista valitsee kestävän matkustusvaihtoehdon", jolloin yksilön paine mukautua enemmistön käyttäytymiseen kasvaa. Sosiaalinen media on keskeinen työkalu tämän kaltaisessa manipulaatiossa. Esimerkiksi somevaikuttajat, jotka mainostavat junamatkailua vastuullisena vaihtoehtona, voivat vaikuttaa seuraajiensa valintoihin voimakkaammin kuin perinteinen mainonta (Kaplan & Haenlein, 2010). Sosiaalinen paine ja tarve kuulua tiettyyn arvojoukkoon ohjaavat kuluttajien valintoja sekä tiedostetulla että tiedostamattomalla tasolla.

Manipulaatiolla on keskeinen rooli matkustustapojen valinnoissa. Se voi tapahtua monilla eri tasoilla: informatiivisesti, rakenteellisesti, emotionaalisesti ja sosiaalisesti. Eri toimijat, kuten yritykset, media ja poliittiset päättäjät, voivat käyttää manipulaatiokeinoja joko edistääkseen vastuullisempaa matkailua tai vahvistaakseen nykyisiä kulutustottumuksia. Manipulaatiomekanismien tunnistaminen auttaa ymmärtämään, miten matkailijoiden käyttäytymistä voidaan ohjata sekä kaupallisiin että kestävyyttä tukevin tavoittein.

3.3 Ryhmäteoria matkailukontekstissa

Ryhmäteoria tarjoaa arvokkaan viitekehyksen matkustustapojen valintojen tarkasteluun, sillä ihmisten päätöksenteko tapahtuu usein sosiaalisessa kontekstissa. Ryhmän vaikutus yksilön käyttäytymiseen voi ilmetä monin tavoin, kuten normatiivisena paineena, ryhmän sisäisenä

viestintänä tai yhteisten tavoitteiden kautta (Cialdini & Goldstein, 2004). Matkailukontekstissa ryhmäteoriaa on hyödynnetty esimerkiksi tarkastelemalla, kuinka sosiaalinen paine ja ryhmäidentiteetti vaikuttavat matkustustottumuksiin ja valintapäätöksiin (Bearden ym., 1989). Erityisesti ystäväpiirien ja perheiden sisällä tehdyt matkustuspäätökset ovat osoittautuneet olevan alttiita ryhmädynamiikan vaikutuksille, mikä voi joko edistää tai estää kestävien matkustusvaihtoehtojen valintaa (Cialdini & Goldstein, 2004). Tässä tutkimuksessa ryhmäteorian soveltaminen matkailukontekstissa laajentaa aiempaa tutkimusta keskittymällä erityisesti siihen, kuinka normatiivinen paine ja sosiaalinen manipulointi voivat ohjata matkustuspäätöksiä kestävämmän matkailun suuntaan.

Keskeinen osa ryhmäteoriaa on sosiaalinen identiteetti, joka selittää, miten yksilön kuuluminen tiettyyn ryhmään vaikuttaa hänen käyttäytymiseensä. Esimerkiksi ympäristötietoiset matkailijat voivat identifioitua ryhmään, joka arvostaa kestäviä matkustusvaihtoehtoja, kuten junamatkustamista. Tämä sosiaalinen identiteetti vahvistaa todennäköisyyttä, että yksilö valitsee ympäristöystävällisemmän vaihtoehdon, vaikka se olisi kalliimpi tai vähemmän mukava. (Tajfel & Turner, 1986.) Ryhmän normeilla on tässä merkittävä rooli: mitä vahvemmin ryhmä korostaa kestävyttä, sitä suurempi on yksilön halu noudattaa näitä normeja välttääkseen sosiaalista paheksuntaa tai vahvistaakseen ryhmästatustaan.

Ryhmien vaikutus ilmenee myös päätöksenteon kollektiivisessa luonteessa. Perheen matkustussuunnitelmissa yksittäisen jäsenen mieltymykset voivat ohjautua muiden toiveiden mukaan. Esimerkiksi lasten tarpeet tai vanhempien taloudelliset realiteetit voivat määrittää matkustustavan valinnan. Toisaalta ystäväryhmien päätöksissä ryhmän yleinen mielipide voi dominoida, mikä saattaa johtaa jopa ympäristöystävällisten vaihtoehtojen hylkäämiseen, jos ryhmä asettaa mukavuuden ja nopeuden etusijalle. (Bearden ym., 1989.)

Työyhteisöissä ryhmäteorian vaikutukset ilmenevät erityisesti liikematkustuksen kontekstissa, jossa yrityksen kulttuuri ja kollegojen odotukset voivat ohjata matkustustapojen valintaa (Cialdini & Goldstein, 2004). Yrityksen kestävä kehityksen tavoitteet voivat esimerkiksi lisätä painetta valita ympäristöystävällisempiä matkustusvaihtoehtoja, kun taas kiireiset aikataulut ja kilpailu resursseista saattavat vahvistaa lentämisen suosiota (Thaler & Sunstein, 2008). Ryhmäteorian näkökulmasta nämä vaikutukset korostavat sosiaalisten suhteiden ja yhteisön arvojen merkitystä matkustustapojen valinnoissa, sillä organisaatiokulttuuri ja työyhteisön normit voivat vaikuttaa merkittävästi siihen,

miten työntekijät kokevat matkustamiseen liittyvät valinnat ja niiden oikeutuksen (Tajfel & Turner, 1986).

Matkailukontekstissa ryhmien vaikutusvaltaa voidaan hyödyntää myös kestävän matkailun edistämisessä. Kampanjoiden, jotka korostavat ryhmän normien ja identiteetin merkitystä, voivat olla tehokkaita ympäristötietoisten matkustusvaihtoehtojen markkinoinnissa. Esimerkiksi viestit, jotka esittävät kestävän matkailun ryhmäidentiteetin keskeisenä osana, voivat vahvistaa yksilön sitoutumista valitsemaan ympäristöystävällisiä vaihtoehtoja. Yksilöllisten ja ryhmädynaamisten valintatekijöiden tutkiminen ryhmäteorian avulla tarjoaa syvällistä ymmärrystä siitä, miten matkustuspäätöksiä tehdään. Tämä on erityisen tärkeää ympäristötietoisuuden lisääntyessä, sillä matkailualan on sopeuduttava sekä yksilöllisiin että kollektiivisiin vaatimuksiin, jotka ohjaavat matkustustapojen valintaa.

4 TUTKIMUSMENETELMÄT

4.1 Skenaariotutkimuksen menetelmät

Hyödynnän tutkimuksessani skenaariotutkimuksen menetelmää yhdistettynä laadullisiin haastatteluihin, jotta voin syventää ymmärrystä siitä, miten erilaiset manipulatiiviset tekijät vaikuttavat matkustustavan valintaan. Skenaariotutkimus tarjoaa joustavan ja kokeellisen lähestymistavan yksilöiden päätöksentekoprosessien tarkasteluun erityisesti silloin, kun halutaan tutkia monimutkaisia ja kontekstisidonnaisia ilmiöitä, kuten matkustustavan valintaan vaikuttavia arvoja ja asenteita (Schoemaker, 1995).

Rakennan tutkimuksessani käyttämäni skenaariot siten, että ne sisältävät erilaisia päätöksentekoa ohjaavia ärsykeitä, kuten taloudellisia kannustimia, ympäristöystävällisyysperusteita sekä sosiaalisen paineen vaikutuksia. Esimerkiksi yhdessä skenaariossa korostan matkan edullisuutta, kun taas toisessa nostan esiin kestävän kehityksen näkökulmia, kuten hiilidioksidipäästöjen vertailua eri matkustusmuotojen välillä. Tavoitteenani on tämän lähestymistavan avulla simuloida todellisia matkustuspäätöksiä ja selvittää, millä perusteilla haastateltavat tekevät valintoja.

Harkitsin skenaarioiden pois jättämistä todella pitkään. Mietin tuovatko ne tutkimukseen liikaa pituutta ja ulottuvuuksia, ja onko niillä käytännön merkitystä tutkimustulokselle. Lopulta tulin siihen tulokseen, että erilaisten skenaarioiden esittäminen haastattelun aikana tarjoaa laajemman kuvan ja

tarkempia vastauksia tutkimuskysymykseeni kuin pelkästään niin sanotut normaalit haastattelukysymykset. Skenaarioiden käyttö tutkimuksessa auttaa paljastamaan osallistujien arvoja, normeja ja piileviä reaktioita tilanteissa, joissa suorat kysymykset eivät välttämättä tuo esiin täsmällisiä vastauksia (Barter & Renold, 1999). Tästä syystä päätin pitää skenaariot mukana tutkimuksessa.

Matkustajien arvovalintoja ja asenteita, kuten ympäristötietoisuutta ja lentohäpeää, on tuotu esiin matkailututkimuksessa (Salmela ym., 2021), ja nämä toimivat lähtökohtana myös skenaarioiden suunnittelulle. Näiden tekijöiden merkitystä voi skenaarioiden avulla tarkastella eri konteksteissa, kuten kiireellisessä työmatkustuksessa ja vapaa-ajan matkailussa. Skenaariot tarjoavat myös mahdollisuuden kokeilla interventioita, kuten matkakustannusten alentamista ympäristöystävällisemmissä vaihtoehdoissa tai hiilidioksidipäästöjen kompensoinnin integrointia matkan hintaan.

Kerään siis laadullista aineistoa haastateltavien valinnoista, mukaan lukien perustelut ja kokemukset, joita he liittävät eri matkustusvaihtoehtoihin. Analysoin aineiston temaattisen analyysin avulla, jolloin voin tunnistaa keskeiset arvot ja asenteet, jotka ohjaavat osallistujien päätöksiä. Tämä menetelmä on erityisen hyödyllinen, koska se mahdollistaa yksityiskohtaisen tarkastelun osallistujien subjektiivisista kokemuksista ja valintojen taustalla olevista syistä ilman määrällisiä mittareita (ks. luku 4.3).

Skenaariotutkimus tarjoaa siis sekä käytännön että teoreettisen kehyksen päätöksenteon ja käyttäytymisen tarkasteluun. Se auttaa ymmärtämään, miten erilaiset olosuhteet ja ärsykkeet muokkaavat yksilöiden valintoja ja mitä tekijöitä he pitävät tärkeimpinä matkustuspäätöksiä tehdessään. Lisäksi skenaariotutkimus antaa arvokasta tietoa siitä, miten ympäristöystävällistä matkustuskäyttäytymistä voidaan edistää matkailijoiden keskuudessa.

4.2 Haastattelut ja aineiston keruu

Keräsin tutkimusaineiston puolistrukturoiduilla haastatteluilla, joissa syvennyttiin osallistujien matkustustottumuksiin ja heidän näkemyksiinsä eri matkustustavoista, erityisesti lentomatkustamisen kestävydestä. Haastattelukysymykset on laadittu tukemaan skenaariotutkimuksen tuloksia ja tuomaan esiin osallistujien käsityksiä manipulatiivisten tekijöiden vaikutuksesta heidän valintoihinsa. Haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin, jotta tutkimusta varten saadaan kattava ja analysoitava

aineisto. Keruun kohderyhmänä ovat paljon matkustavat, joilla on kokemusta eri matkustustavoista ja jotka edustavat moninaisia ympäristöasenteita ja kulutustottumuksia. Haastateltavat löytyivät kahdesta eri sosiaalisen median kanavasta: Facebookista ja LinkedInistä. Facebookissa hyödynsin matkailuryhmiä ja LinkedInin puolella julkaisin haastattelukutsun omalla seinälläni. Facebookista rekrytoidut henkilöt olivat minulle tuntemattomia, mutta LinkedInin kautta löydetyt osallistujat saattavat olla omien kontaktieni, tai omien kontaktieni kontaktien joukossa. Tämä luo mahdollisen riskin sille, että haastateltavat eivät ole täysin riippumattomia, mikä puolestaan voi vaikuttaa tutkimuksen tuloksiin. Otan tämän huomioon aineiston analyysivaiheessa.

Haastateltavia oli kuusi; neljä naista ja kaksi miestä. Haastateltavien ikä vaihteli 29 ja 63 ikävuoden välillä. Haastateltavat asuivat maantieteellisesti eri puolilla Suomea Uudenmaan ja Pohjois-Savon välisellä alueella, mikä tuo aineistoon monipuolisuutta alueellisten näkökulmien ja mahdollisten eroavaisuuksien osalta. Kaikki haastateltavat ovat henkilöitä, jotka matkustavat paljon. En rajannut haastattelukutsusta sitä, onko kyseessä työ- vai vapaa-ajan matkailu, vaan haastateltavien itsensä vastuulle jäi määrittellä, mitä ”paljon matkustaminen” heidän mielestään tarkoittaa. Tämä antaa aineistolle joustavuutta ja mahdollistaa monipuolisemmat näkökulmat matkustamisen merkityksestä ja kokemuksista.

Haastattelut toteutettiin haastateltavan mieltymyksen ja sijainnin mukaan joko etänä Microsoft Teamsin välityksellä tai kasvotusten livenä marraskuun 2024 ja tammikuun 2025 välisenä aikana. Jokainen haastattelu kesti noin 20–30 minuuttia. Ennen haastatteluja kaikilta osallistujilta pyydettiin suostumus, joka dokumentoitiin suostumuslomakkeella (liite 2).

Haastattelut perustuivat ennalta laadittuun kysymysrunkoon (liite 1), mutta haastateltaville annettiin myös tilaa tuoda esiin omia näkökulmiaan ja heille esitettiin myös lisäkysymyksiä heidän antamien vastausten perusteella. Haastattelut nauhoitettiin ja nauhoitteet litteroitiin sanasta sanaan ilman jäsentelyä, eli esimerkiksi mahdollisia epäolennaisuuksia ei ole karsittu. Tällä pyritään varmistamaan analyysin tarkkuus sekä luotettavuus, kun kaikki haastateltavien ilmaisemat asiat ja esimerkiksi epävarmuudet vastauksista ovat mukana sellaisenaan. Litteroitu aineisto käsittää yhteensä 18 sivua ja se tullaan analysoimaan temaattisella analyysillä (ks. luku 4.3).

4.3 Aineiston analyysi ja tulkinta

Aineiston analysoinnissa käytän laadullisen tutkimuksen menetelmiä, erityisesti temaattista analyysia. Tutkimuksessani pyrin löytämään toistuvia teemoja ja merkityksellisiä eroja, jotka nousevat esiin vastauksissa eri skenaarioihin sekä yleisemmin haastatteluaineistossa. Keskityn analyysissä erityisesti manipulaatiotekijöiden vaikutukseen matkustustavan valinnassa sekä siihen, miten nämä tekijät muokkaavat lentomatkustamiseen liittyviä käsityksiä ja asenteita. Tulosten pohjalta teen johtopäätöksiä siitä, mitkä tekijät ovat keskeisiä matkustustavan valinnassa ja miten manipuloivat tekijät vaikuttavat lentomatkustamisen koettuun kestävyYTEEN.

Laadullisessa tutkimuksessa analyysi jakautuu karkeasti kahteen lähestymistapaan: analyysia voi tehdä tietyn teoreettisen viitekehyksen kautta, tai siinä voidaan edetä ilman selkeää teoreettista pohjaa ja soveltaa analyysiin useita eri teorioita joustavasti. Tässä tutkimuksessa käyttämäni temaattinen analyysi kuuluu jälkimmäiseen lähestymistapaan. Jos ohjaisin analyysiäni teoriapohjalta, hyödyntäisin aikaisempia tutkimuksia analyysin suunnan määrittelyssä. En kuitenkaan perusta analyysiäni suoraan teoriaan, vaan käytän teoriaa tulkinnan tukena. Tällainen teoriaohjaava analyysi avaa uusia näkökulmia sen sijaan, että testaisin jo olemassa olevaa teoriaa. Toimin siis abduktiivisesti, yhdistellen aineistolähtöisyyttä ja valmiita malleja, ja sovellan niitä aineistooni luovasti (Tuomi, Sarajärvi & Tammi, 2018.) Tulkitsen aktiivisesti aineistoa löytääkseni teemoja, mikä tarkoittaa, että lopputulokseen vaikuttavat sekä aineiston sisältö että omat päätelmäni tutkijana. Siksi sama aineisto voi johtaa eri tutkijoilla erilaisiin tulkintoihin.

Temaattinen analyysi kehitettiin 1970-luvulla ja on ollut käytössä erityisesti psykologian alalla. Temaattisen analyysin ja sisällönanalyysin välillä on monia yhtäläisyyksiä, mutta muutamia erojakin löytyy. Sisällönanalyysissä voin tarkastella aineistoa myös määrällisesti, kun taas temaattinen analyysi keskittyy yksinomaan laadulliseen tulkintaan. Teemat eivät ole aineistossa valmiina odottamassa, vaan minä luon ne tutkijana aktiivisesti tulkintaprosessin edetessä. Teemoja löytyy yleensä useita, sillä aineiston moninaisuus harvoin tukee vain yhden tulkinnan muodostamista ilman erimielisyyksiä. (Tuomi, Sarajärvi & Tammi, 2018.)

4.4 Tutkimuksen eettiset lähtökohdat

Tutkijana tiedostan oman roolini ja omien arvojen vaikutuksen tutkimustuloksen syntyyn. Tutkimuksessa noudatan tiedeyhteisön tunnustamia toimintatapoja eli rehellisyyttä, yleistä huolellisuutta ja tarkkuutta tutkimustyössä, tulosten tallentamista ja esittämistä sekä tutkimuksen ja sen tulosten arvioinnissa. Sovellan tutkimuksessani tieteellisen tutkimuksen kriteerien mukaisia ja

eettisesti kestäviä tiedonhankinta-, tutkimus-, ja arviointimenetelmiä. Toteutan tutkimukseni tieteellisen tiedon luonteeseen kuuluvaa avoimuutta ja vastuullista tiedeviestintää tutkimuksen tuloksia julkaistaessa. Tätä tutkimusta tehdessä otan myös muiden tutkijoiden työn ja saavutukset asianmukaisella tavalla huomioon ja kunnioitan heidän tekemää työtä viittaamalla heidän julkaisuihinsa asianmukaisella tavalla antaen näin heille kuuluvan arvon ja merkityksen omasta tutkimuksestaan ja sen tuloksista. Suunnittelen, toteutan sekä raportoin tutkimuksesta sekä tallennan siinä syntyneet tietoaineistot tieteelliselle tiedolle asetettujen vaatimusten edellyttämällä tavalla. (TENK, 2012.)

Yleisen tutkimusetiikan lisäksi huomioin manipulaatiokysymysten eettiset piirteet siinä määrin, kuin ne ovat tämän tutkimuksen osalta tarpeelliset. Eettinen käytäntö sisältää tutkimuksen, jossa arvostetaan ihmisen ominaisuuksia ja heidän ainutlaatuista ääntään. Manipulaatiota käsittelevän tutkimuksen luonteen takia osallistujille annetaan mahdollisuus perua osallistumisensa myös jälkeenpäin, mikäli he kokevat aiheeseen liittyviä epämiellyttäviä tuntemuksia. Kaikessa analyysissä ja tuloksinassa pyritään objektiivisuuteen ja osallistujien näkemysten kunnioittamiseen.

5 ANALYYSI

5.1 Tulokset

Kuten olen todennut aiemmin, lentomatkestämättömyys vaikuttaa merkittävästi matkustajien asenteisiin ja valintoihin. Koettu kestävättömyys viittaa yksilön subjektiiviseen käsitykseen lentomatkestämättömyyden negatiivisista vaikutuksista ympäristöön sekä yhteiskuntaan. Tavoitteenani on haastatteluaineiston perusteella tunnistaa erilaisia suhtautumistapoja, jotka vaikuttavat siihen, mitkä tekijät vaikuttavat matkustustavan valintaan.

Aineistosta nousi esiin neljä matkustustavan valintaan liittyvää kriteeriä. Kriteerit ovat jaoteltu taulukkoon yksi. Taulukkoon on myös merkitty, ketkä vastaajista mainitsivat mitkäkin kriteerit. Huomattavaa on, että haastateltavista vain yksi nosti ympäristöystävällisyyden esiin kysyttäessä, mitkä ovat tärkeimmät tekijät, jotka vaikuttavat matkustustapasi valintaan. Muiden vastauksissa korostuivat nopeus, mukavuus, hinta sekä helppous.

	Vastaaja 1	Vastaaja 2	Vastaaja 3	Vastaaja 4	Vastaaja 5	Vastaaja 6
Mukavuus	X	X	X			
Ympäristö				X		
Hinta	X	X	X		X	
Nopeus	X	X	X	X	X	X

Taulukko 1.

Tarkastelen kutakin vastaajien mainitsemaa teemaa erikseen. Lentomatkestämisen mukavuus liittyy erityisesti sen tarjoamaan nopeuteen ja vaivattomuuteen verrattuna muihin matkustusmuotoihin. Aineiston perusteella matkustajat arvostavat mahdollisuutta siirtyä pitkiä matkoja lyhyessä ajassa ilman pitkiä vaihto- tai odotusaikoja. Mukavuus ei siis ole vain fyysinen kokemus, vaan se liittyy myös ajankäyttöön ja vaivannäköön. Monille matkustajille lentäminen on ainoa realistinen vaihtoehto esimerkiksi työn tai perhesuhteiden vuoksi.

”Jos pitäis valita se meidän perheen kesken, niin sitten valitsisin todennäköisesti sen lentomatkan, koska se matkustustapa on nopeampi.”

Vastaaja 4.

Vaikka junamatkustaminen tai muut vaihtoehdot voivat tarjota ympäristöystävällisempiä vaihtoehtoja, ne eivät aineiston perusteella vastaa lentämisen mukavuustasoa, erityisesti kansainvälisessä matkustamisessa. Pitkät matka-ajat ja monimutkaisemmat reititykset vähentävät niiden houkuttelevuutta. Lentämisen helppous ja mukavuus ovat monille syitä suosia lentomatkestusta, vaikka samalla tiedostetaan sen negatiiviset ympäristövaikutukset. Tämä ristiriita voi vaikuttaa matkustajien päätöksentekoon ja siihen, miten he oikeuttavat lentovalintansa. Lentomatkestuksen mukavuus on eriytynyt eri matkustajaryhmille, sillä se on helpommin saavutettavissa tietyille sosioekonomisille ryhmille. Tähän liittyy myös aiemmin käsitelty keskustelu siitä, kenellä on mahdollisuus hyödyntää lentomatkestusta ja kenen vastuulle päästöjen vähentämistä asetetaan (Cohen ym., 2011). Myös aineistossa näkyy ajatus siitä, että vastuu päästövähennyksistä ei saisi olla pelkästään yksilöillä, vaan suuremmilla rakenteellisilla muutoksilla, kuten päästöjen hinnoittelulla tai kestävämmillä matkustusvaihtoehdoilla, pitäisi olla suurempi rooli.

Aineistossa ympäristöstä käytiin keskustelua monella eri tasolla, mutta selvästi esiin nousi ristiriita ympäristötietoisuuden ja käytännön valintojen välillä. Monet vastaajat tunnistivat lentämisen

haitalliset ympäristövaikutukset, mutta silti muut tekijät, kuten mukavuus, aika ja hinta, painoivat enemmän matkustuspäätöksen teossa. Lentämistä pidettiin usein välttämättömänä, koska muut matkustusvaihtoehdot koettiin liian hitaana, epäkäytännöllisenä tai kalliina. Keskustelussa nousi esiin myös se, että ympäristöystävällisempiä vaihtoehtoja, kuten junayhteyksiä, toivottiin paremmiksi, sillä nykytilanteessa niiden valitseminen ei ollut monelle realistista. Joillakin vastaajilla oli myös syyllisyyden tunteita lentämisestä, mutta tätä lievitti ajatus siitä, että lentomatkustaminen oli heidän kohdallaan perusteltua – esimerkiksi työ, perhesyyt tai harvoin tapahtuva matkustaminen oikeuttivat lennot heidän mielestään. Tällaiset perustelut voidaan nähdä keinona vähentää kognitiivista dissonanssia, eli ristiriitaa arvojen ja tekojen välillä. Kun ympäristön suojeleminen koetaan tärkeäksi, mutta toiminta ei ole sen mukaista, syntyy tarve selittää poikkeama tavalla, joka säilyttää myönteisen minäkuvan. Tämä voi kuitenkin heikentää kollektiivista vastuuntuntoa, jos jokainen kokee omat lentonsa poikkeuksena. Pitkällä aikavälillä yksilölliset perustelut voivat näin ylläpitää rakenteita, jotka estävät laajempien muutosten syntymistä.

Vaikka useimmat vastaajat olivatkin tietoisia lentämisen päästöistä ja ilmastovaikutuksista, tämä tieto ei useinkaan johtanut konkreettisiin muutoksiin matkustuskäyttäytymisessä. Ympäristönäkökulma oli siis läsnä keskustelussa, mutta ei ratkaisevana tekijänä. Kaiken kaikkiaan aineiston ympäristökeskustelu ei ollut jyrkän mustavalkoista, vaan siinä näkyi monia sävyjä ja perusteluita, joiden kautta lentämisen ilmastovaikutuksia käsiteltiin osana laajempaa päätöksentekoa.

Monille vastaajille lentämisen hinta oli vaikuttava tekijä matkustusmuodon valinnassa. Aineistosta nousi kuitenkin esiin myös se, että vaikka hinnat olivat tärkeitä, matkustajat ottivat huomioon myös mukavuuden ja matka-ajan. Jos esimerkiksi junamatka oli merkittävästi kalliimpi ja vei enemmän aikaa, lentäminen koettiin perustelluksi valinnaksi. Lentämisen hintaa verrattiin myös muihin matkustusvaihtoehtoihin, ja lentämistä puolustettiin sillä, että vaihtoehdot, kuten juna- tai lauttamatkat, saattavat olla kalliimpia jossain tapauksissa. Hinnan lisäksi matkustajat ottivat huomioon myös matka-ajan ja mukavuuden, mikä vaikutti päätökseen valita lentäminen. Tämä tarkoitti sitä, että vaikka ympäristövaikutukset tiedostettiin, taloudelliset ja käytännön syyt painoivat valinnassa enemmän.

Aineistosta nousikin erityisesti arvostus matkustamisen nopeutta kohtaan, sillä se oli yksi tärkeimmistä matkustustavan valintaan vaikuttavista tekijöistä jokaisen vastaajan mielestä. Aineistosta kävi ilmi, että omaa aikaa arvostetaan ja lentäminen säästää merkittävästi aikaa verrattuna moniin muihin vaihtoehtoihin varsinkin pidemmälle matkustaessa. Erityisesti työssäkäyvät vastaajat

kokivat, että matka-aika vaikuttaa heidän päätöksiinsä, sillä lyhyemmät matka-ajat tarkoittavat enemmän aikaa itse kohteessa.

” No ensinnäkin sen ensimmäisen, koska mun mielestä aika on rahaa, et yleensä, jos sä lähdet johonkin, niin tälleen työssä käyvänä ihmisenä, se, että käytätkö mä 8 tuntia siihen, ja maksan enemmän suunnilleen siihen samaan matkaan kuin et mä maksan vähän vähemmän, että mä pääsen parissa tunnissa ja sit mä nään enemmän siellä paikan päällä.”

Vastaaja 1.

Huomattavaa on myös se, lentohäpeä ei nouse aineistosta vahvana tai yleisesti jaettuna tunteena, mutta siihen kuitenkin viitataan epäsuorasti joidenkin vastaajien puheissa. Lentomatkestamiseen liittyvä syyllisyys tai ristiriitaiset tunteet mainitaan muutamassa kohdassa, mutta ne ei eivät nouse keskustelun pääteemoiksi, vaan ovat pikemminkin vivahteita vastaajien pohdinnoissa. Toisaalta lentohäpeästä kysyminen sai aikaan myös hyvin voimakkaan vastustavan reaktion joissakin vastaajissa.

”Mä inhoon tota lentohäpee ja matkustushäpee juttua niinku. Mä en koe, että toi on se oikea tapa saada ihmiset vastuulliseks. Se on enemmin sitä, että meidän kaikkien yhdessä pitäis keksiä niitä ratkaisuja ja niinku mennä sen positiivisen kautta.”

Vastaaja 2.

Lentomatkestukseen liittyvät syyllisyyden tunteet saattoivat tulla esiin silloin, kun vastaaja tiedosti lentämisen ympäristöhaitat, mutta koki, ettei mahda niille mitään. Aineistosta nousi siis esiin myös epäusko omiin vaikutusmahdollisuuksiin. Osa vastaajista pohti omia matkustustottumuksiaan ja päästöjään suhteutettuna esimerkiksi Intian ja Kiinan päästöihin, tai julkisuuden henkilöiden yksityiskoneella lentämiseen. Vaikka lentohäpeää ei monikaan vastaajista tunnistanut, niin monet silti tunnistivat lentomatkestamisesta syyllistämisen.

”Miksi yksilöitä, tavallisia ihmisiä, syyllistetään, kun sit tuolla oikeesti on niitä, jotka matkustaa paljon enemmän ja menee just kaikilla yksityiskoneilla. Okei, niitä on oikeesti aika pieni prosentti ihmisistä, mut sit niinku.. Mieluummin sitä kautta, että ihmiset oikeesti tajuis noista ympäristöpäästöistä ja siitä, että yritykset kompensois ite, ja tekis vaikka tehtaat ja kaikki muut niinku ympäristöystävällisemmin kuin sitten että yksilön kautta.”

Vastaaja 2.

Aineistossa esiintyy kuitenkin myös useita kommentteja, joissa ilmaistaan valmiutta valita esimerkiksi juna lentämisen tai yksityisautoilun sijaan – joko ympäristösyistä tai muista mukavuuteen liittyvistä tekijöistä. Esimerkiksi yksi vastaaja kertoo, että vaikka lentäminen on joskus nopeampaa ja kätevämpää, junan valinta voi silti tuntua oikeammalta ympäristösyistä. Toisaalta on huomattavaa, että vaikka vastaajat ovat valmiita valitsemaan joissakin tilanteissa ympäristöystävällisemmän vaihtoehdon, on taustalla useimmissa tapauksissa syynä jokin muu kuin itse ympäristöystävällisyys. Junassa matkustaminen koetaan mukavana esimerkiksi ystäväporukassa. Junalla matkustaminen on helppoa, ympäristöystävällistä ja mahdollistaa rentoutumisen, kun ei tarvitse itse seurata liikennettä kuten esimerkiksi autolla ajaessa. Useampi vastaaja kuitenkin ilmaisee, että junan valinta riippuu reitistä, matkustusajankohdasta ja hinnasta. Esimerkiksi jos juna lähtisi miellyttävämpään aikaan tai säästäisi yöpymiseltä, se voisi olla etusijalla. Samoin jos lentoasemalle on pitkä matka, juna-aseman sijainti keskustassa voi tehdä siitä kätevemmän.

Vaikka nopeus ja hinta usein puoltavatkin lentämistä, aineistosta löytyy useita esimerkkejä, joissa juna valitaan tietoisesti lentämisen sijaan – joko ympäristösyistä, mukavuuden vuoksi tai eettisen harkinnan kautta. Yhteenvetona voidaan siis todeta, että haastatteluaineistosta nousi odotetusti esiin ihmisten tietoisuus lentomatkustamisen negatiivisista ympäristövaikutuksista, mutta samalla oli havaittavissa, että tällä tietoisuudella on vain rajallinen vaikutus itse matkustuskäyttäytymiseen. Esimerkiksi osa vastaajista totesi suoraan, että vaikka he tiedostavat lentomatkustuksen hiilijalanjäljen, he eivät ole valmiita muuttamaan matkustustottumuksiaan merkittäväksi.

5.2 Manipulaation ja skenaarioiden rooli matkustustapojen valinnassa

Tutkimusaineiston perusteella erilaiset vaikuttamiskeinot – kuten ympäristöystävällisyyteen vetoava markkinointi tai tunteisiin nojaava vastuullisuusviestintä – eivät yksiselitteisesti ohjaa matkustajien valintoja. Vaikka kiinnostus vastuulliseen matkustamiseen tuli osittain esiin, suurin osa vastaajista suhtautui ympäristöpuheeseen varauksellisesti erityisesti silloin, kun viestintä ei ollut konkreettista tai koettu uskottavaksi. Kompensaatiomaksuihin liittyvät mainoslauseet, joiden taustaa ei avattu riittävästi, herättivät epäluuloja ja jopa vastareaktioita. Vastaajat toivoivat ennen kaikkea läpinäkyvyyttä ja selkeyttä.

”Se on hyvä brändäys kikka, mutta mihin ne rahat oikeesti menee, mihin sä annat sitä? Vaikka just Finnairilla on se, että maksat ne ns. ympäristöpäästöt, niin mihin se raha sitten oikeesti loppupeleissä menee?”

Vastaaja 2.

Skenaarioihin perustuvat valintatilanteet osoittivat, että matkustustapoihin liittyvät päätökset rakentuvat ennen kaikkea käytännön realiteettien pohjalta. Lentäminen valittiin tilanteissa, joissa se oli selvästi nopeampi tai käytännöllisempi ratkaisu. Tällöin ratkaisua ei perusteltu ympäristönäkökulmilla vaan ajankäytön tehokkuudella ja matkustamisen vaivattomuudella. Lentämiseen suhtauduttiin kuitenkin harvoin täysin neutraalisti – sen valintaan liitettiin usein lievää epämukavuutta tai selittelyä, mikä viittaa siihen, että matkustajat käyvät sisäistä keskustelua valintansa oikeutuksesta. Jos matka koettiin harvinaiseksi tai "ansaituksi", valinta oli helpompi perustella.

Vastaukset heijastavat hyvin sitä, kuinka päätöksenteko arjessa tapahtuu tunnepohjaisten ja käytännöllisten tekijöiden yhteisessä. Viestinnän vaikuttavuus ei ole niinkään kiinni viestin sisällöstä vaan tavasta, jolla se koetaan – esimerkiksi visuaaliset päästölaskurit ja helposti ymmärrettävät ympäristövaikutukset koettiin kiinnostavina, mutta abstraktit lupaukset eivät herättäneet luottamusta. Kun viestintä esitettiin kohtuullisen neutraalisti ja informatiivisesti, se saattoi herättää ajattelua. Kun viesti koettiin painostavaksi tai syyllistäväksi, se torjuttiin.

”Et se negatiivinen, se ei niinku. Enemminkin siitä tulee semmonen vastarinta. Vähän niinku tossa, että mennään kavereiden kanssa Turkuun ja ei mua haittais mennä sinne junalla, vaikka haluisin aluks mennä autolla, mut jos joku alkaa siihen, et mutkun tässä on nää ilmastopäästöt, niin mä oon vaan silleen girl fuck you ja jään kotiin. Silleen, en mä halua tulla enää ollenkaan.”

Vastaaja 2.

Skenaarioissa, joissa matkustaja joutui tekemään valinnan ryhmän paineessa, kävi ilmi, että omaa näkemystä oltiin valmiita sovittamaan muiden toiveisiin – mutta vain silloin, kun valintaa ei tuotu esiin ylhäältä päin asetettuna velvollisuutena. Tämä viittaa siihen, että sosiaalisilla odotuksilla on vaikutusta, mutta ne toimivat parhaiten yhteisen ymmärryksen ja keskustelun kautta, eivät normatiivisella painolla.

Skenaariot osoittivat myös, että ihmiset arvioivat viestien tarkoitusperiä ja taustaa yllättävän tarkasti. Esimerkiksi "vihreän lennon" mainos ei automaattisesti tehnyt vaikutusta – sen sijaan heräsi kysymyksiä siitä, oliko kyseessä aidosti vastuullinen vaihtoehto vai pelkästään imagollinen keino houkutellessa asiakkaita. Tällaiset reaktiot kertovat siitä, että matkustajat eivät toimi vain tarjotun informaation mukaan, vaan myös arvioivat sen aitoutta ja vaikuttimen rehellisyyttä.

Tämä tutkimus täydentää tältä osin aiempaa ymmärrystä matkustajien valintakäyttäytymisestä osoittamalla, että vaikuttaminen on mahdollista, mutta se vaatii oikeanlaista lähestymistapaa (ks. myös Higham ym., 2016). Pelkkä moraalinen viesti tai vihreäksi paketoitu valinta ei riitä – tarvitaan konkreettisia, saavutettavia vaihtoehtoja ja viestintää, joka koetaan luotettavaksi. Kun kuluttaja kokee, että hänellä on aito mahdollisuus valita ilman kohtuuttomia uhrauksia tai manipulatiivista ohjausta, myös halukkuus vastuullisiin valintoihin kasvaa.

” Sillä (vastuullinen markkinointi) olisi iso merkitys mulle, mutta samaan aikaan, jos se hinta ois vaikka tuplat, en olisi kiinnostunut. Samalla hinnalla, ehdottomasti valitsisin sen ympäristöystävällisemmän.”

Vastaaaja 3.

5.3 Ryhmäteorian soveltaminen matkustuskäyttäytymiseen

Matkustuskäyttäytymistä ei voida tarkastella pelkästään yksilöllisenä päätöksentekona, vaan se tapahtuu aina sosiaalisessa kontekstissa. Ryhmäteoria auttaa ymmärtämään, miten sosiaaliset normit, ryhmäpaine ja vertaistuki vaikuttavat matkustustapojen valintaan. Haastatteluaineistossa nousi esiin useita esimerkkejä siitä, kuinka matkustuspäätökset rakentuvat paitsi henkilökohtaisten mieltymysten, myös ryhmän vaikutuksen varassa. Erityisesti skenaarioissa, joissa matkustusta suunnitellaan yhdessä ystäväporukan tai perheen kanssa, yksilölliset valinnat asettuvat neuvotteluun yhteisten arvojen, ryhmädynamiikan ja mukautumisen kanssa.

Eräs vastaaja kuvasi tilannetta, jossa hän yksin matkustaessaan valitsisi mielellään junamatkan sen ympäristöystävällisyyden vuoksi. Kuitenkin, jos matkasuunnitelma tehtäisiin perheen kesken, valinta kohdistuisi todennäköisesti lentämiseen, koska se on nopeampi ja käytännöllisempi vaihtoehto perhetilanteessa. Tämä havainnollistaa sitä, kuinka yksilön omat arvot – kuten ympäristöystävällisyys – voivat jäädä taka-alalle, kun päätös tehdään ryhmän ehdoilla. Ryhmän mukavuuteen, aikatauluihin

ja käytännön näkökulmiin liittyvät odotukset voivat vaikuttaa lopputulokseen niin, että alkuperäinen, ekologisempi vaihtoehto jää valitsematta.

Vastaavalla tavalla skenaario 2 paljasti tilanteen, jossa ystäväryhmä ehdottaa junamatkaa ympäristösyistä. Vaikka kaikki eivät olleet halukkaita muuttamaan matkustustapaansa, osa vastaajista kertoi miettivänsä asiaa uudelleen ryhmän vaikutuksesta – erityisesti silloin, jos perustelut oli esitetty vakuuttavasti ja vetoamalla esimerkiksi luonnon kauneuteen tai päästöihin. Tämä ilmentää normatiivisen paineen vaikutusta: halu kuulua joukkoon ja välttää ristiriitoja saa yksilön usein sopeutumaan ryhmän päätökseen, vaikka se poikkeaisi omasta ensisijaisesta preferenssistä.

"Jos kaikki muut haluaa mennä junalla, niin kai mäkin sitten uhraisin oman mukavuuteni kaikkien hyvän takia."

Vastaaja 3.

Ryhmäteoreettisesti ilmiö selittyy sosiaalisten normien vaikutuksella ja sosiaalisen identiteetin rakentumisella. Esimerkiksi keskustelut lentomatkamisen syyllistämistä – etenkin sosiaalisessa mediassa – voivat toimia ryhmän moraalisisina suuntaviivoina, jotka vaikuttavat siihen, millaisia valintoja pidetään hyväksyttävänä. Useampi vastaaja viittasi siihen, että somessa esiintyvä paheksunta vaikuttaa ainakin epäsuorasti omaan pohdintaan matkustustapojen valinnasta, vaikka ei aina johtaisikaan käyttäytymisen muutokseen. Tällöin puhutaan informaation vaikutuksesta ryhmän kautta: normit muodostuvat siitä, mitä uskotaan muiden pitävän oikeana.

Eräs vastaajista sanoi suoraan, ettei enää uskalla "julkisesti kertoa, jos on lähdössä matkustamaan muulla kuin junalla", mikä osoittaa, miten sosiaalinen kontrolli ohjaa yksilön valintoja. Toisaalta tämä kokemus voi olla ristiriitainen: osa vastaajista koki syyllistämisen epäoikeudenmukaisena ja osoitti sen kohdistuvan erityisesti tavallisiin ihmisiin, vaikka suurimmat päästöt syntyvät harvojen intensiivisestä lentämisestä. Tässä voidaan nähdä ryhmäjaon syntyminen: "me tavalliset" vs. "he julkkikset/rikkaat", mikä vaikuttaa siihen, miten vastuuta koetaan ja jaetaan.

"Oon huomannut sen, että tosi paljon lentomatkuksesta sit syyllistetään. Joka taas tuo sen, että uskaltaako enää missään julkisesti kertoa, jos on lähdössä matkustamaan muulla kuin junalla."

Vastaaja 4.

Yhteenvedon voidaan todeta, että vaikka monet yksilöt ilmoittavat tekevänsä matkustuspäätöksensä rationaalisin perustein, kuten hinnan tai ajan mukaan, ryhmän vaikutus voi olla ratkaiseva valinnan hetkellä – erityisesti, kun päätöksiä tehdään kollektiivisesti tai niiden jakaminen on osa sosiaalista elämää. Ryhmän hyväksyntä, vertaisten esimerkki ja normien noudattaminen voivat vahvistaa ympäristöystävällistä käyttäytymistä, mutta yhtä lailla ne voivat ylläpitää status quo -käytäntöjä, kuten lentämisen suosimista. Ryhmäteorian näkökulmasta matkustaminen ei siis ole vain logistinen päätös, vaan myös identiteetin, kuulumisen ja normien ilmentymä.

5.4 Ympäristötietoisuuden, vastuullisen matkailun ja hitaan matkailun vaikutukset matkustuspäätöksiin

Ympäristötietoisuus ja kestävyysnäkökulmat ovat nousseet merkittäviksi tekijöiksi matkustuskäyttäytymisen taustalla. Tutkimusaineisto osoittaa kuitenkin, että vaikutukset yksilön matkustuspäätöksiin ovat moninaisia ja vaihtelevat suuresti matkustajan arvomaailman, elämäntilanteen ja käytännön reunaehtojen mukaan. Vaikka osa vastaajista ilmaisi ympäristöarvojen vaikuttavan heidän matkustuspäätöksiinsä, suurimmalle osalle ratkaisevampia tekijöitä olivat mukavuus, nopeus ja hinta. Osa kertoi suoraan, ettei ympäristöystävällisyys vaikuta lainkaan heidän valintoihinsa.

“Mä oon pahoillani, ympäristöasiat ei vaikuta tähän millään tasolla. Ei niinku mitenkään, sori.”

Vastaaja 2.

Vastuullinen matkailu näyttäytyi monille vastaajille käsitteenä, jota on vaikea määritellä selkeästi tai ymmärtää käytännön tasolla. Erityisesti lentoyhtiöiden tarjoamat päästökompensaatiot herättivät epäluuloa. Osa vastaajista kertoi suhtautuvansa varauksella niihin, koska ei ollut selvää, miten ja minne maksut tarkalleen ohjautuvat. Epäselvä tai yleisluontoinen viestintä kompensaatioiden vaikutuksista heikensi luottamusta ja vähensi halukkuutta maksaa lisämaksuja ympäristösyistä. Tämä kertoo siitä, että vastuullisuusviestintä ei yksin riitä muuttamaan kuluttajakäyttäytymistä, ellei se ole konkreettista, läpinäkyvää ja helposti ymmärrettävää. Kuluttajat haluavat tietää, mitä heidän valinnoillaan oikeasti saavutetaan, ja ilman selkeitä todisteita vaikutuksista he valitsevat usein vaihtoehdon, joka on heille taloudellisesti edullisempi tai käytännöllisempi.

”Toki jos siitä oltais silleen tosi läpinäkyviä, että se raha menee x paikkaan, sit ehkä mahdollisesti, tuskin, mut ehkä saattaisin miettiä, että mä voisin valita sen. Mut koska sitä ei ikinä sanota

missään, vaan se on yleisesti, että tässä on tämmönen ympäristöpäästö kulu ja sitten ehkä tosi suppeesti jotain, niin ei kiitos. Mä haluan sen halvemman version.”

Vastaja 2.

Hitaan matkailun idea – eli ajatus matkustamisesta rauhallisemmin, vähemmän, pidemmäksi aikaa ja ympäristöystävällisemmin – resonoi joidenkin vastaajien kohdalla. Etenkin tilanteissa, joissa matkalle oli enemmän aikaa, oltiin valmiimpia harkitsemaan esimerkiksi junamatkaa lentämisen sijaan. Kuitenkin suurin este hitaamman matkustamisen omaksumiselle oli käytettävissä oleva aika. Useat vastaajat korostivat, että työssäkäyvien ihmisten loma-aika on rajallinen, mikä rajoittaa mahdollisuuksia hitaampiin matkustusmuotoihin. Lisäksi maantieteellinen sijainti tuo omat haasteensa: esimerkiksi Pohjois-Suomesta tai muista syrjäisemmistä alueista Eurooppaan matkustaminen ilman lentämistä vaatisi huomattavasti enemmän aikaa, vaivannäköä ja vaihtoyhteyksiä. Tämä tekee hitaasta matkailusta monille epärealistisen vaihtoehdon arjen rajoitteiden puitteissa.

”Jos asuu pääkaupunkiseudulla tai vaikka Tampereella, niin sieltähän on hirveen hyvät ja nopeet julkiset kulkuyhteydet, mutta sitten kun asutaan vähän tuolla ei niin kaupungissa, niin kyllä jos ei oo omaa autoa ole, niin aika heikoilla on.”

Vastaja 5.

Tämä kiteyttää tilanteen, jossa ympäristötietoisuus on kyllä olemassa, mutta se ei välttämättä realisoidu teoiksi, mikäli arjen realiteetit – kuten kiire, perhetilanne tai saavutettavuus – eivät sitä mahdollista.

”Jos mä oon menossa muutamaksi päiväksi johonkin Euroopan kaupunkiin, niin mä haluaisin käyttää sitä aikaa siellä kohteessa. Että sitten jos oisin menossa pidemmäksi aikaa, niin sitten voisi ajatella, että matkustaa junalla ja sitten kattelee maisemia.”

Vastaja 5.

Tutkimusaineiston perusteella voidaan siis todeta, että ympäristötietoisuus ja vastuullisen matkailun ihanteet ovat jossain määrin sisäistettyjä, mutta niiden vaikutus päätöksiin on hyvin vajavaista. On myös hyvä huomata, että vastuullisuus ja ympäristötietoisuus eivät ole irrallisia yksittäisiä valintoja, vaan ne kietoutuvat yhteen arjen realiteettien ja henkilökohtaisten prioriteettien kanssa. Muutosta

kohti kestävämpää matkailua voidaan edistää tehokkaimmin silloin, kun vastuullisuus ei näyttäytyä uhrauksena, vaan houkuttelevana ja saavutettavana vaihtoehtona.

6 KESKUSTELU

6.1 Tutkimustulosten vertailu aiempaan tutkimukseen

Tutkimukseni vahvistaa aiempien tutkimusten keskeisiä havaintoja lentomatkamisen ympäristöongelmien tiedostamisesta ja siihen liittyvistä arvokäyttäytymisen ristiriidoista. Kuten Cohen ym. (2011) ja Higham ym. (2016) ovat korostaneet, ympäristöarvot eivät automaattisesti johda vastuulliseen ja kestäväan käyttäytymiseen – monet kuluttajat elävät tilanteessa, jossa he tuntevat ilmastohuolta mutta kokevat, ettei heillä ole mahdollisuutta valita vastuullisempaa tapaa matkustaa. Aineistoni tukee tätä näkemystä: vastaajat tunnistivat lentämisen ekologiset ongelmat ja kokivat usein syyllisyyttä, mutta he rationalisoivat valintansa käytännön realiteeteilla, kuten hinnalla, ajansäästöllä ja saavutettavuudella. Tämä ilmentää niin sanottua "arvo-toimintakuilua" (attitude-behaviour gap), jota on laajalti dokumentoitu kestäväan kuluttamisen tutkimuksessa (Kollmuss & Agyeman, 2002).

Uutta näkökulmaa tutkimukseeni tuo tapa, jolla se tarkastelee yksittäisten matkapäätösten moraalista ja käytännöllistä merkityksellisyyttä. Siinä missä aiemmassa tutkimuksessa lentämistä on usein lähestytty aggregoituna ilmiönä – esimerkiksi vuosittaisen lentomäärän tai päästöjen näkökulmasta – tämän tutkimuksen haastatteluaineisto valottaa, miten matkustajat itse rakentavat kertomuksiaan yksittäisistä matkoista tilanteina, jotka poikkeavat normaalista tai vaativat erityistä perustelua. Vastaajat pyrkivät usein esittämään lentämisen poikkeuksellisenä tai pakotettuna valintana: esimerkiksi perhesuhteet, elämäntilanteet tai ajalliset rajoitteet oikeuttivat lentämisen, vaikka sen ympäristövaikutukset tiedostettiin. Suoraa vertailua "turhan" ja "välttämättömän" matkustamisen välillä ei useinkaan tehty eksplisiittisesti, mutta monien puheenvuoroista heijastui tarve säilyttää moraalinen johdonmukaisuus – osoittaa, ettei lentäminen ollut kevytmielistä tai harkitsematonta. Tämä viittaa siihen, että lentämiseen liitetty häpeä tai ristiriita ei ole automaattinen reaktio itse matkustamiseen, vaan se rakentuu suhteessa matkan kontekstiin, tarkoitukseen ja siihen, miten vastaaja itse kokee pystyvänsä oikeuttamaan valintansa.

Tutkimustulokseni osoittavat, että matkustuspäätöksiin vaikuttavat paitsi henkilökohtaiset arvot ja tunneperäiset motiivit, myös tilannesidonnaiset rakenteelliset tekijät. Monet vastaajat ilmaisivat halukkuutta matkustaa vastuullisemmin – esimerkiksi junalla Eurooppaan – mutta pitivät

vaihtoehtoja epärealistisina oman elämäntilanteensa tai maantieteellisen sijaintinsa vuoksi. Tämä tukee Barrin ym. (2010) väitettä siitä, että kestävä käyttäytyminen edellyttää institutionaalista mahdollistamista: arvot voivat toimia motivaationa, mutta ilman toimivia järjestelmiä muutos jää tekemättä. Tätä voidaan ymmärtää käyttäytymistaloustieteen käsittein: vastaajat olivat ikään kuin “lukittuja” nykyisiin valintoihin – ei vain totumuksen vuoksi, vaan siksi, että vaihtoehdot koettiin käytännössä saavuttamattomiksi.

Juuri tässä kohdassa käyttäytymistaloustieteellinen näkökulma – erityisesti nudge-teoria (Thaler & Sunstein, 2008) – tarjoaa kiinnostavan kehyksen matkustuskäyttäytymisen ymmärtämiseen. *Nudge* tarkoittaa hienovaraisia keinoja ohjata valintoja ilman suoria kieltoja tai pakkoa, esimerkiksi muokkaamalla valintaympäristöä niin, että kestävä vaihtoehto näyttäytyy houkuttelevampana tai vaivattomampana. Aineistossa useat vastaajat ilmaisivat olevansa valmiita valitsemaan junamatkan lentämisen sijaan, jos se olisi taloudellisesti ja ajallisesti realistinen vaihtoehto. Tämä osoittaa, että ekologisia valintoja ei välttämättä torjuta tietoisesti, vaan ne jäävät tekemättä siksi, että ne koetaan liian vaivalloisiksi tai kalliiksi nykyisessä järjestelmässä.

Tässä mielessä nudge-teoria auttaa ymmärtämään, miten käyttäytymistä voitaisiin ohjata tarjoamalla esimerkiksi selkeämmin esillä olevia, kilpailukykyisesti hinnoiteltuja tai sujuvammin toteutettavia kestäviä matkustusvaihtoehtoja. Kestävä valinta ei tällöin perustu pelkästään moraaliseen päättelyyn, vaan siihen, että se on helpompi, nopeampi tai edullisempi. Nudge-ajattelun näkökulmasta muutoksen mahdollistaminen ei edellytä yksilöiltä lisää tietoa tai motivaatiota, vaan ympäristön uudelleenjärjestelyä niin, että vastuullinen valinta on luonteva ja saavutettava – ei poikkeus vaan oletus.

Sosiaalisten normien vaikutus näkyi aineistossa erityisesti siinä, miten vastaajat pohtivat matkustamisensa esittämistä muille. Osa kertoi muuttaneensa tapaa, jolla he viestivät matkoistaan sosiaalisessa mediassa: lentämiseen liittyviä julkaisuja saatettiin jättää tekemättä tai niiden sävyä harkittiin aiempaa tarkemmin. Tämä viittaa siihen, että ilmastotietoisuus on alkanut vaikuttaa myös digitaalisen identiteetin rakentamiseen ja siihen, millaisena oma matkustaminen halutaan näyttää muille. Toisaalta osa vastaajista kertoi, ettei koe lentohäpeää lainkaan eikä näe tarpeelliseksi piilotella matkustamistaan – he jakavat kuvia ja kokemuksia avoimesti ilman moraalista ristipainetta. Nämä toisistaan poikkeavat suhtautumistavat osoittavat, että lentohäpeän kokemus ei ole universaali, vaan sidoksissa yksilöllisiin arvoihin, viiteryhmiin ja siihen, kuinka herkästi kukin reagoi ulkoisiin odotuksiin. Tällainen vaihtelu tukee Higham ym. (2014) ja Giffordin (2011) esittämiä näkemyksiä

siitä, että matkustamiseen liittyvät moraaliset jännitteet eivät aina johda näkyvään käyttäytymisen muutokseen, vaan vaikuttavat syvemmin identiteettityön ja sosiaalisen representaation tasolla. Ihmiset tasapainottelevat oman moraalisen minänsä, arvojen ja ympäristön odotusten välillä tavoilla, jotka eivät välttämättä näy ulospäin, mutta vaikuttavat siihen, miten he kokevat ja oikeuttavat tekonsa. Tällöin lentämisen ympäristöhaitat voivat muuttua henkilökohtaiseksi kysymykseksi ilman, että ne johtavat suoraan valintojen muuttumiseen.

Lopuksi on huomionarvoista, että aineistossa esiintyi jonkinasteista moraalista priorisointia: vaikka lentämistä pidettiin ympäristölle haitallisena, se ei noussut vastaajille “pahimpana” ympäristötekona. Joillekin autoilu tai lihansyönti koettiin suurempina ilmatoriskeinä, mikä mahdollistaa myös rationalisointia: “koska teen muita hyviä valintoja, voin lentää”. Tämä ns. kompensatorinen ympäristömoraali (Antal & Hukkinen, 2010) on tärkeä huomio käyttäytymismuutosta suunniteltaessa – yksittäinen teko ei tapahdu irrallaan, vaan osana laajempaa henkilökohtaisten valintojen järjestelmää.

Yhteenvedona tutkimukseni vahvistaa, että matkustuskäyttäytyminen ei ole determinististä tai irrationaalista, vaan monikerroksinen kompromissi yksilön arvojen, tunteiden, tilannekohtaisen rationaalisuuden ja rakenteellisten mahdollisuuksien välillä. Tämä moniulotteisuus haastaa sekä ilmastopoliittista viestintää että matkailualan kehitystyötä: sen sijaan että keskitytään yksilön syyllistämiseen, olisi syytä rakentaa järjestelmiä, jotka tekevät kestävästä valinnasta oletuksen – ei poikkeuksen.

6.2 Käytännön implikaatiot matkailualalle

Tutkimukseni osoittaa, että vaikka matkustajat ovat entistä tietoisempia lentomatkustamisen ympäristövaikutuksista, tietoisuus ei yksin riitä muuttamaan käytöstä. Haastateltavat toivat toistuvasti esiin, että vastuullisten valintojen tekeminen on tällä hetkellä käytännössä vaikeaa: hinta, nopeus ja mukavuus painavat päätöksissä enemmän kuin ilmastovaikutukset, erityisesti kun ympäristöystävällisemmät vaihtoehdot – kuten juna tai laiva – ovat usein selvästi kalliimpia tai vaikeammin saavutettavissa esimerkiksi ajallisesti. Matkustustapa valintojen tekeminen ei siten tapahdu ihanteellisissa olosuhteissa, vaan arkisten realiteettien ja rakenteellisten esteiden puitteissa.

Haastatellut kaipasivat konkreettisia, helposti ymmärrettäviä ja saavutettavia vaihtoehtoja – eivät pelkkiä moraaliseen velvollisuuteen vetoavia vastuullisuusviestejä. Esimerkiksi ilmasto-

kompensatioon suhtauduttiin osin varauksella juuri siksi, että sen vaikutukset koettiin epämääräisiksi tai vaikeasti todennettaviksi. Haastateltavat toivoivat, että kompensatioon liittyvä tieto olisi läpinäkyvää ja helposti ymmärrettävää: he halusivat tietää tarkasti, mihin heidän maksamansa raha menee, miten se vaikuttaa, ja miten sen teho on mitattavissa. Ilman tätä avoimuutta kompensointi koettiin helposti pelkkänä "omantunnon ostamisena" – eräänlaisena symbolisena eleenä, ei todellisena ympäristötekona.

Nämä havainnot haastavat matkailualan ja erityisesti lentoyhtiöt sekä matkatoimistot pohtimaan uudelleen, miten vastuullisuudesta viestitään ja miten siihen liittyvät palvelut toteutetaan. Pelkkä symbolinen tai moraalinen vetoaminen ei riitä, jos palveluiden käytettävyys, saavutettavuus ja hinnoittelu eivät tue kestävästä valintaa. Useat haastateltavat ehdottivat konkreettisia keinoja, kuten pakollisia päästökompensatioita, jotka sisällytettäisiin suoraan lipun hintaan. Lisäksi kompensatioita voisi markkinoida läpinäkyvin esimerkein: esimerkiksi kertomalla, että matkustajan kompensatio tukee tiettyä metsityshanketta, jonka vaikutuksia seurataan ja raportoidaan säännöllisesti.

Aineistosta nousi esiin myös vahva toive laajemmista yhteiskunnallisista ja poliittisista päätöksistä, jotka mahdollistaisivat vastuullisemmat valinnat rakenteellisella tasolla. Monet vastaajat kokivat turhautumista siihen, että yksilölle asetetaan kohtuuton moraalinen vastuu ilmastovaikutusten vähentämisestä, vaikka todelliset muutokset edellyttäisivät rakenteellisia uudistuksia ja poliittista ohjausta. Tällaisia rakenteellisia toimia voisivat olla esimerkiksi lentoliikenteen verotuksen uudistaminen, julkiset investoinnit maata pitkin kulkevan liikenteen kehittämiseksi sekä selkeämmät sääntelykeinot, jotka velvoittavat eri alojen toimijat vastuullisuuteen. Samalla esiin nousi yritysten oma vastuu: kuluttajat eivät toivoneet vastuullisuuden jäävän yksittäisten valintojen varaan, vaan odottivat, että matkailualan toimijat integroisivat kestävästä kehityksestä ratkaisuja osaksi koko palvelukokemusta. Tämä voisi tarkoittaa esimerkiksi oletuksena tarjottavia hiilineutraaleja matkustuspaketteja, kestävämpien vaihtoehtojen aktiivista esiin nostamista sekä jatkuvaa, läpinäkyvää viestintää yritysten ilmastotoimista.

Yhteenvedon voidaan todeta, että kuluttajat eivät kaipaa lisää yleisluontoista vastuullisuuspuhetta, vaan konkreettisia tekoja, selkeää ja rehellistä viestintää sekä rakenteita, jotka tukevat parempia valintoja. Sekä matkailualan toimijoilla että päätöksentekijöillä on tässä keskeinen rooli: vastuullisuudesta on tehtävä realistinen, saavutettavissa oleva ja arjessa mahdollinen valinta – ei

ihanteellinen mutta vaikeasti toteutettava vaihtoehto, joka kaatuu käytännön esteisiin tai kohtuuttomaan yksilövastuuseen.

Tutkimukseni osoittaa, että matkailijoiden vastuullisuutta ei tule nähdä yksin moraalisenä velvollisuutena, vaan mahdollisuutena, joka toteutuu vasta silloin, kun sitä tukevat käytännön rakenteet, palvelut ja selkeä viestintä. Matkailualan kannalta tämä tarkoittaa siirtymää reaktiivisesta viestinnästä proaktiiviseen palvelumuotoiluun: vastuullisuuden on oltava sisäänrakennettu osa tuotetta, ei erillinen valinta. Tällöin vastuullinen valinta ei ole vaihtoehto, vaan oletusarvo – samalla kun se pysyy aidosti kuluttajalle saavutettavana ja ymmärrettävänä.

6.3 Tutkimuksen rajoitukset

Kuten kaikilla empiirisillä tutkimuksilla, myös tällä tutkielmalla on omat metodologiset ja sisällölliset rajoitteensa, jotka ovat tärkeää tunnistaa, sanoittaa ja huomioida tulkintaa tehtäessä. Rajoitteet eivät vähennä tutkimuksen arvoa, vaan auttavat ymmärtämään sen luonnetta, kontekstisidonnaisuutta ja mahdollisuuksia toimia jatkotutkimuksen perustana.

Tutkimukseni empiirinen aineisto koostuu kuudesta teemahaastattelusta. Tämä otoskoko ei luo mahdollisuutta tilastollisiin yleistyksiin, mutta se antaa silti mahdollisuuden tarkastella ilmiötä yksityiskohtaisesti yksilöiden kokemusten ja merkityksenantojen tasolla. Haastateltavat valittiin tarkoituksellisesti erilaisista taustoista, jotta aineisto kattaisi mahdollisimman monipuolisia näkemyksiä ja matkustustottumuksia. Haastateltavien rajallinen määrä kuitenkin tarkoittaa, että esimerkiksi alueelliset, ikä- tai tuloryhmäkohtaiset erot eivät tule kattavasti esiin. Olen tietoisesti pitäytynyt analyysissa aineistolähtöisessä lähestymistavassa ja pyrkinyt tuomaan tulkinnanvaraisuuden läpinäkyvästi esiin tutkimuksen päätelmissä.

Lisäksi tutkimuksen skenaarioperustainen lähestymistapa tuo mukanaan sekä vahvuuksia että haasteita. Haastatteluissa esitetyt hypoteettiset tilanteet auttoivat konkretisoimaan abstrakteja käsitteitä ja avaamaan keskustelua valintojen perusteita. Skenaariot toivat esiin myös tarkempia vastauksia tutkimuskysymykseeni kuin mitä niin sanotut normaalit haastattelukysymykset olisivat tuoneet. Skenaarioiden käyttö auttoi paljastamaan osallistujien arvoja, normeja ja piileviä reaktioita sekä osaltaan pakotti haastateltavat refleктоimaan omaa käyttäytymistään enemmän. Samalla on kuitenkin huomioitava, että skenaariot eivät täysin vastaa todellisia tilanteita, joissa tunteet, aikapaine tai matkaseura todella vaikuttavat päätöksiin. Tähän rajoitteeseen on pyritty vastaamaan siten, että

skenaariot pohjautuivat matkustajille tuttuihin valintatilanteisiin, ja haastattelujen aikana kannustin osallistujia vertaamaan tilanteita omiin kokemuksiinsa. Täydellistä realismia ei saavutettu, mutta tulokset valottavat silti sitä, millaisia arvoja ja ristiriitoja valintojen taustalla ilmenee.

Huomioitavaa on myös tutkijan rooli aineiston kerääjänä, tulkitsijana ja kirjoittajana. Olen tutkimukseni aikana pyrkinyt neutraaliuteen ja avoimeen haastatteluasemaan, on myös huomioitava mahdollisuus, että esittämäni kysymykset, reaktiot sekä tekemäni valinnat analyysivaiheessa voivat vaikuttaa siihen, millaiset teemat ja tulkinnat nousevat keskiöön tutkimuksen tuloksissa. Tätä vaikutusta ei voi täysin poistaa, mutta olen pyrkinyt vastaamaan siihen käyttämällä systemaattista analyysia, dokumentoimalla tulkintaprosessiani sekä refleктоimalla omaa asemaani. Näin tutkimus täyttää laadullisen tutkimuksen eettiset vaatimukset ja pyrkii läpinäkyvyyteen.

Tutkimuksen rajallisuus näkyy myös rajauksessa erityisesti lentomatkamiseen. Vaikka tutkimuksessa viitataan useaan otteeseen maata pitkin matkustamisen vaihtoehtoisin ja ekologisiin valintoihin, niiden syvällinen tarkastelu jäi työn rajauksen ulkopuolelle. Tämän vuoksi esimerkiksi junamatkailun infrastruktuuriin liittyvät ongelmat, kuten hintataso tai saavutettavuus, eivät saaneet yhtä laajaa käsittelyä kuin lentämisen ympäristövaikutukset. Jatkotutkimuksessa olisi hyödyllistä tarkastella laajemmin eri matkustusmuotojen käytännöllisyyttä ja käyttäjäkokemuksia, jolloin myös vertailu voisi perustua empiiriseen kokemukseen eikä pelkästään käsityksiin.

Tutkimuksen konteksti on ajallisesti ja yhteiskunnallisesti rajautunut: haastattelut tehtiin tilanteessa, jossa ilmastokriisi, pandemia ja energiapoliittiset murrokset ovat olleet voimakkaasti esillä julkisessa keskustelussa. Nämä taustatekijät vaikuttavat väistämättä siihen, millaisia merkityksiä kuluttajat antavat valinnoilleen. Esimerkiksi koronapandemia saattoi yhä vaikuttaa siihen, että osa haastateltavista oli erityisen tietoisia matkustamisen rajoituksista tai kokivat lentämisen edelleen poikkeuksellisenä. Olen analyysissä pyrkinyt huomioimaan tämän kontekstin merkityksen sekä rajauksena että selittävänä taustatekijänä.

Tämän tarkastelun perustella voidaan todeta, että vaikka tutkimuksessa on rajoitteita aineiston laajuuden, metodin ja kontekstin suhteen, ne on pyritty huomioimaan sekä analyysissä että tulkinnassa. Rajoitteiden tiedostaminen ei heikennä tutkimuksen arvoa, vaan päinvastoin vahvistaa sen tieteellistä luotettavuutta ja auttaa jäsentämään, millaisiin kysymyksiin työ vastaa – ja mihin se tarjoaa lähtökohdan jatkokeskustelulle ja -tutkimukselle.

6.4 Ehdotukset jatkotutkimukselle

Tämä tutkimus avaa useita mahdollisia suuntia jatkotutkimukselle erityisesti matkustustapojen valintaan, koettuun vastuullisuuteen ja ilmasto vaikutuksiin liittyen. Koska tutkimus perustuu kuuden henkilön haastatteluaineistoon, sen tuottama tieto on luonteeltaan syvällistä mutta rajallisesti yleistettävää. Laadullinen lähestymistapa antoi mahdollisuuden ymmärtää vastaajien henkilökohtaisia perusteluja, kokemuksia ja arvoristiriitoja, mutta suurempaan otantaan perustuva tutkimus voisi tuottaa laajempaa vertailukelpoista tietoa väestötasolla. Tämän takia olisi perusteltua laajentaa tutkimusta määrällisin menetelmin. Esimerkiksi kyselytutkimus voisi tavoittaa laajemman ja demografisesti monipuolisemman joukon vastaajia ja siten selvittää, missä määrin nyt havaitut ilmiöt – kuten lentämisen oikeuttaminen, kompensoinnin epäluulo, tai valmius muuttaa käyttäytymistä tietyissä olosuhteissa – ovat yleistettävissä suurempaan joukkoon. Samalla voitaisiin tarkastella muuttujien välisiä yhteyksiä, kuten iän, tulotason, koulutuksen tai elämäntilanteen vaikutuksia matkustustottumuksiin.

Jatkotutkimuksessa olisi myös kiinnostavaa pureutua siihen, millaisissa olosuhteissa kuluttajat ovat valmiita muuttamaan käyttäytymistään, ja millaisia esteitä he kokevat käytännön tasolla. Tutkimukseni osoitti, että monet vastaajat olivat ainakin periaatteessa kiinnostuneita tekemään vastuullisempia valintoja, mutta vain, jos ne ovat käytännössä saavutettavia: jos matka on sujuva, hinta kilpailukykyinen ja aikataulu toimiva. Tätä käyttäytymismuutoksen "herkkää tasapainoa" voitaisiin jatkossa tutkia esimerkiksi kokeellisilla asetelmilla tai skenaariotutkimuksella.

Laadullisesti jatkoa voisi rakentaa myös ryhmähaastattelujen tai etnografisten menetelmien varaan. Esimerkiksi tilanteet, joissa matkustamista suunnitellaan yhdessä (perheen, ystäväpiirin tai muun yhteisön sisällä), voisivat paljastaa ryhmädynamiikan vaikutuksia, joita yksilöhaastatteluissa ei tavoiteta. Samoin matkustuspäätöksiä voisi havainnoida konkreettisissa konteksteissa, kuten varaustilanteissa, joissa valinnat tehdään todellisina eikä hypoteettisina. Lisäksi olisi tärkeää syventyä tarkemmin ilmastokompensaation käytäntöihin ja kuluttajien odotuksiin. Aineistoni perusteella monet suhtautuvat kompensointiin varauksella juuri sen epäkonkreettisuuden vuoksi. Tulevassa tutkimuksessa voitaisiin selvittää, millaiset esitystavat ja läpinäkyvyyden tasot tekisivät kompensointiosta uskottavamman. Miten kompensoinnin konkreettisuus vaikuttaa sen hyväksyttävyyteen ja halukkuuteen maksaa siitä?

Laajemmassa mittakaavassa olisi hyödyllistä tarkastella myös poliittisen ohjauksen ja yritysten vastuullisuusviestinnän roolia matkustajien käyttäytymiseen. Miten esimerkiksi sääntely, verotus tai alaan kohdistuvat kampanjat vaikuttavat valintoihin? Ja millaiset viestinnän muodot lisäävät luottamusta tai herättävät torjuntaa?

Aihepiiri on kokonaisuudessaan hyvin moniulotteinen ja laaja, ja vaatii näin ollen jatkossakin monimenetelmällistä lähestymistapaa. Tämä tutkimus tarjoaa joitain lähtökohtia yksilöllisten perustelujen ja motiivien ymmärtämiseen, mutta jatkossa olisi tärkeää tarkastella ilmiötä laajemmissa aineistoissa ja erilaisissa konteksteissa, jotta matkustuskäyttäytymisen ohjaamisen mahdollisuuksia voidaan arvioida realistisesti ja oikeudenmukaisesti ilman yksilön liiallista syyllistämistä tilanteessa, jossa vastuullisten valintojen tekeminen tuntuu vaikeasti saavutettavalta vaihtoehdolta.

7 YHTEENVETO

7.1 Keskeiset havainnot

Tutkimukseni tavoitteena oli ymmärtää, miten lentomatkustamisen koettu kestävämmäisyys vaikuttaa matkustustapojen valintaan. Erityisesti halusin tarkastella, millä tavoin ilmastokeskustelu ja erilaiset vaikuttamiskeinot – kuten manipulaatio, vastuullisuusviestintä ja sosiaalinen paine – heijastuvat yksilön matkustuskäyttäytymiseen ja valintojen perusteluihin. Keskeinen johtopäätös on, että vaikka lentämisen ympäristöhaitat ovat vastaajilla hyvin tiedossa ja herättävät syyllisyyttä sekä pohdintaa, koettu kestävämmäisyys ei systemaattisesti muuta matkustustapoja. Ympäristötietoisuus on olemassa, mutta jää käytännön valinnoissa usein taka-alalle.

Tämä asettaa keskiöön niin sanotun attitude–behaviour gapin – ilmiön, jossa ihmisten arvot ja käyttäytyminen ovat ristiriidassa keskenään (Kollmuss & Agyeman, 2002; Barr, 2006). Vastaajat kertoivat tiedostavansa lentämisen ekologiset seuraukset, mutta konkreettiset päätökset perustuivat silti pääosin matkan hinnan, keston, mukavuuden ja elämäntilanteen kaltaisiin tekijöihin. Lentäminen koettiin useimmiten välttämättömäksi, erityisesti tilanteissa, joissa maata pitkin matkustaminen oli ajallisesti tai logistisesti mahdotonta – esimerkiksi pitkien välimatkojen tai rajallisen ajan vuoksi. Tämä osoittaa, että kestävämmäisyttä ohjaavat tekijät eivät ole pelkästään yksilön asenteisiin tai tietoon liittyviä, vaan syvälle juurtuneita käytännön realiteetteja.

Toisaalta tutkimus osoittaa, että lentämiseen ei suhtauduta välinpitämättömästi. Monille vastaajille matkustuspäätös oli eettisesti jännitteinen ja herätti tarpeen pohtia valinnan oikeutusta – ei aina ulospäin, vaan myös omassa ajattelussa. Useampi vastaaja toi esiin, ettei lennä usein tai että kyseessä oli poikkeustilanne, kuten perhesyyt, opiskelut tai elämäntilanteeseen liittyvä tarve. Näissä tapauksissa lentäminen pyrittiin esittämään tilanteen vaatimaksi ratkaisuksi, ei tavanomaiseksi valinnaksi. Vaikka tällaisia ilmaisuja ei esiintynyt kaikissa vastauksissa, ne viittaavat siihen, että osa vastaajista pyrki erottamaan vastuulliseksi koetun matkustamisen muusta matkailusta perustelujen ja kontekstin kautta. Tällaiset pohdinnat heijastavat halua säilyttää kokemus moraalista johdonmukaisuudesta, vaikka teot eivät aina täysin vastaisi omia arvoja.

Kyse ei siis ole siitä, että vastaajat olisivat rakentaneet selkeitä kertomuksia poikkeuksellisista valinnoista, vaan siitä, että he asettivat matkustamisen merkityksen tarkasteluun yksittäisten tilanteiden kautta. Tämä ilmentää arjen moraalista neuvottelua: pyrkimystä sovittaa yhteen henkilökohtaiset arvot, käytännön rajoitteet ja sosiaaliset odotukset. Vaikka tällainen neuvottelu ei ole ilmiönä uusi, tämä tutkimus syventää sen ymmärrystä osoittamalla, miten hienovaraisesti yksilöt punnitsevat valintojaan ja rakentavat niille oikeutuksia – usein ilman, että pohdinta johtaa näkyvään käyttäytymisen muutokseen.

Tutkimus tuo esiin myös selkeän ehdollisen muutosvalmiuden. Useat vastaajat ilmaisivat, että olisivat valmiita valitsemaan esimerkiksi junan lentokoneen sijaan, jos vaihtoehto olisi aikataulujen, hinnan ja saavutettavuuden puolesta realistinen. Tässä kohtaa tulee esiin nudge-teorian (Thaler & Sunstein, 2008) tarjoama tulkintakehys: ihmiset eivät useinkaan tee epäekologisia valintoja välinpitämättömyydestä, vaan siksi, että kestävä vaihtoehto eivät ole helposti saatavilla tai kognitiivisesti vaivattomia. Valinnan arkkitehtuuri, eli valintaympäristön muotoilu, voisi vaikuttaa merkittävästi juuri niihin tilanteisiin, joissa matkustaja epäröi kahden vaihtoehdon välillä. Esimerkiksi junamatkojen näkyvä tuominen matkavarauksjärjestelmiin, suorat yhteydet ja taloudelliset kannustimet voisivat aktivoida monen vastaajan jo olemassa olevan mutta passiivisen halun toimia vastuullisemmin.

Vastuullisuusviestinnän ja muiden vaikuttamiskeinojen rooli näyttäytyi aineistossa monisyisenä ja osin ristiriitaisena. Useimmat vastaajat suhtautuivat varauksella lentoyhtiöiden ympäristöväittämiin, erityisesti silloin kun ne koettiin epämääräisiksi tai markkinointivetoisiksi. Esimerkiksi päästökompensaatioihin suhtauduttiin epäilevästi, ellei niiden konkreettisia vaikutuksia ja toteutustapaa avattu riittävästi. Tällaisissa tapauksissa vastuullisuus koettiin enemmän

imagonrakennukseksi kuin aidoksi toiminnaksi. Tämä osoittaa, että kuluttajat eivät vaadi täydellisyyttä, mutta he odottavat aitoutta, läpinäkyvyyttä ja konkreettisia tekoja – ei pelkkiä iskulauseita. Vastuullisuusviestintä toimii näin ollen eräänlaisena uskottavuuden mittarina: se voi joko vahvistaa tai heikentää toimijan luotettavuutta, riippuen siitä, kuinka aidoksi sen katsotaan näyttäytyvän.

Toisaalta aineiston skenaario-osuudessa nähtiin myös toisenlainen puoli: osa vastaajista ilmaisi, että vihreämpi vaihtoehto voisi vaikuttaa valintaan, jos hinta ja muut olosuhteet olisivat samalla tasolla. Tällöin vastuullisuus ei toimi ensisijaisena valintakriteerinä, mutta voi kallistaa päätöstä tilanteissa, joissa vaihtoehdot koetaan muuten samanarvoisiksi. Tämä osoittaa, että vastuullisuusviestintä voi tukea kestäväää käyttäytymistä silloin, kun se kohtaa kuluttajan käytännön realiteetit – eli kun viesti yhdistyy konkreettiseen hyötyyn eikä vaadi merkittäviä uhrauksia. Vaikutus ei siis ole automaattinen eikä yksiselitteinen, mutta potentiaalinen: viestinnällä on merkitystä, kun se kohtaa sekä kuluttajan arvomaailman että arkiset reunaehdot.

Erityisen kiinnostavaa oli se, miten vastaajat asettivat oman vastuunsa suhteessa laajempaan järjestelmään. Vaikka he tunnistivat yksilön valintojen vaikutukset, moni koki, ettei kuluttaja voi yksin kantaa vastuuta koko matkailun ekologisesta jalanjäljestä. Tämä kokemus voi johtaa ns. ympäristöresignaatioon (Stoll-Kleemann ym., 2001) – tunneperäiseen vetäytymiseen, jossa yksilö ei koe voivansa vaikuttaa tarpeeksi, vaikka haluaisi. Samalla se avaa mahdollisuuden vaikuttaa rakenteisiin: jos yhteiskunnallinen ilmapiiri, liikennepolitiikka ja palveluntarjoajat tukisivat aktiivisesti vastuullista matkustamista, monen vastaajan käyttäytyminen saattaisi muuttua.

Lopuksi on todettava, että vaikka tutkimus ei paljasta yksiselitteistä käyttäytymismuutosta lentomat-kustamisen koetun kestävämmyyden seurauksena, se tuo esiin olennaisen havainnon: ihmiset eivät ole välinpitämättömiä. He ovat ristiriitaisessa, jatkuvasti neuvoteltavassa tilassa, jossa arvot, tunteet ja käytännön reunaehdot kietoutuvat toisiinsa. Tässä valintojen kentässä matkustaminen ei ole yksinkertainen päätös, vaan monimutkainen yhteiskunnallinen ja henkilökohtainen kompromissi.

Yhteenvedona voidaan vastata tutkimuskysymykseen: Lentomat-kustamisen koettu kestävämmyyys ei sellaisenaan riitä muuttamaan matkustustapoja, mutta se vaikuttaa siihen, miten matkustajat perustelevat, pohtivat ja kokevat valintansa. Se toimii moraalisenä peilinä, mutta ei yksin riitä käyttäytymisen ohjaajaksi ilman konkreettista rakenteellista tukea. Tämä korostaa tarvetta lähestyä kestävyyshaastetta systemaattisesti – ei ainoastaan yksilöihin vetoamalla ja heidän päätöksiään

kritisoimalla, vaan rakentamalla järjestelmä, jossa mahdollisuus valita vastuullisesti on oletus, ei poikkeus.

7.2 Tutkimuksen kontribuutio ja merkitys

Tämä tutkimus tuo uutta ymmärrystä lentomatkestamisen ja vastuullisen matkailun välisestä jännitteestä yksilötasolla – ei vain kuluttajakäyttäytymisen mallien tai hiilipäästöjen tarkastelun kautta, vaan ennen kaikkea siitä näkökulmasta, miten ihmiset itse kokevat, perustelevat ja oikeuttavat valintojaan arjen konkreettisissa tilanteissa. Tutkimuksen keskeinen kontribuutio on siinä, että se avaa matkustuspäätösten taustalla olevaa ajattelua inhimillisesti ja moniulotteisesti, antaen tilaa tunteille, moraalisisille ristiriidoille ja käytännön rajoitteille. Se osoittaa, että matkustuspäätökset eivät ole pelkkiä rationaalisia optimointeja, vaan monimutkaisia moraalisia neuvotteluja.

Aiempi tutkimus lentomatkestamisen ympäristövaikutuksista on usein painottunut määrällisiin lähestymistapoihin, joissa huomio kohdistuu esimerkiksi hiilijalanjäljen laskentaan, segmentointiin tai asennemittauksiin. Tämän tutkimuksen arvo on siinä, että se tarkastelee ilmiötä laadullisesti ja kokemuksellisesti: se tuo esiin, miten ihmiset itse merkityksellistävät vastuullisuuden ja miten arvojen ja toiminnan välinen jännite ilmenee heidän omista kertomuksissaan. Erityisesti tutkimus syventää ja osin haastaa käsitystä niin sanotusta arvo-toimintakuilusta (*attitude-behaviour gap*) osoittamalla, että kyse ei ole välinpitämättömyydestä, vaan usein rakenteellisista esteistä, epäselvästä informaatiosta tai kokemuksesta, ettei vaihtoehtoja ole realistisesti tarjolla.

Tutkimus myös tarkentaa kuvaa siitä, millaiset vaikuttamiskeinot koetaan legitimeiksi ja toimiviksi matkustuskäyttäytymiseen vaikuttamisessa. Erityisesti vastuullisuusviestintä ja siihen liittyvä sävy nousivat esiin tärkeinä: aineisto osoittaa, että kuluttajat eivät kaipaa lisää moraalista painetta tai syyllistämistä, vaan selkeää, konkreettista ja rehellistä tietoa, jonka avulla he voivat tehdä päätöksiä, jotka ovat linjassa heidän arvojensa ja elämäntilanteidensa kanssa. Tämä havainto on tärkeä erityisesti matkailualan viestinnän kehittämisen kannalta. Se viittaa siihen, että viestinnän vaikuttavuus ei määräydy vain sisällön vaan myös luottamuksen, aitouden ja viestintäympäristön kautta.

Lisäksi tutkimus osallistuu yhteiskunnalliseen keskusteluun vastuunjaosta kestävä matkailun edistämiseksi. Vastaajien kertomuksista nousee esiin kokemus siitä, että yksilön vastuuta painotetaan usein suhteettomasti verrattuna siihen, millainen vaikutus yrityksillä, poliittisilla päätöksentekijöillä ja rakenteellisilla järjestelmillä on mahdollistajina tai esteinä. Tältä osin tutkimukseni toimii myös

vastapuheena yksilön moraaliseen vastuuttamiseen ja tuo näkyviin tarpeen systemisemmälle otteelle, jossa kuluttajaa ei tarkastella erillisenä toimijana vaan osana laajempaa matkailun ja liikkumisen järjestelmää.

Yhteenvedona voidaan todeta, että tutkimukseni tuottaa merkittävää lisäarvoa kahdella tasolla: ensinnäkin se syventää tieteellistä ymmärrystä matkailun kestävyydestä yksilötasolla, erityisesti tunteiden ja käytännön reunaehtojen näkökulmasta, ja toiseksi se tarjoaa käytännön suuntaviivoja sille, miten kestävä matkustuskäyttäytymistä voidaan edistää ilman syyllistämistä, rakenteita kehittämällä. Se osoittaa, että todellinen muutos ei tapahdu vain asenteisiin vaikuttamalla, vaan myös poistamalla esteitä ja rakentamalla ympäristöjä, joissa vastuullinen valinta on helppo, saavutettava ja mielekäs.

7.3 Lopulliset johtopäätökset

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli tarkastella, miten lentomatkustamisen koettu kestävättömyys ja siihen liittyvä manipulaatio, vastuullisuusviestintä ja sosiaalinen paine vaikuttavat matkustustapojen valintaan. Tulokset osoittavat, että matkustaminen ei ole pelkästään rationaalinen päätös, vaan siihen liittyy vahvasti arvoja, tunteita, sosiaalista kontekstia ja käytännön rajoitteita.

Tutkimuksen keskeinen johtopäätös on, että lentomatkustuksen koettu kestävättömyys ei vaikuta matkustustavan valintaan. On kuitenkin tärkeää huomata, että matkustajat eivät suinkaan ole välinpitämättömiä ympäristöstä, mutta he kokevat olevansa sidottuja olosuhteisiin, joita he eivät voi yksin hallita. Lentäminen näyttäytyy usein käytännöllisimpänä tai ainoana vaihtoehtona – erityisesti, jos muut matkustustavat ovat merkittävästi kalliimpia, hitaampia tai huonommin saavutettavissa. Tässä kontekstissa vastuu ympäristövaikutusten vähentämisestä ei voi jäädä yksin yksilölle.

Toinen tärkeä johtopäätös liittyy siihen, että matkustajat kaipaavat konkreettisia, realistisia ja saavutettavia vaihtoehtoja. Pelkkä moraalinen kehoitus vastuullisuuteen ei riitä, jos sen tueksi ei ole tarjolla aidosti kilpailukykyisiä ja helposti saavutettavia ratkaisuja. Kuluttajat toivovat myös, että vastuullisuusviestintä olisi läpinäkyvää ja rehellistä – erityisesti kompensointiin ja viherpesun kaltaisiin ilmiöihin liittyvä epäluulo heikentää luottamusta ja halua osallistua vapaaehtoisiin toimenpiteisiin.

Lisäksi tutkimus tuo esiin tarpeen laajemmalle systeemiselle muutokselle, joka tukisi kuluttajien mahdollisuuksia tehdä vastuullisia valintoja. Tämä tarkoittaa paitsi poliittista ohjausta ja infrastruktuurien kehittämistä, myös sitä, että matkailualan toimijat kantavat aktiivista roolia vastuullisuustavoitteiden edistämiseksi. Kuluttajat eivät odota täydellisyyttä – mutta he odottavat, että vastuullisuus näkyy teoissa, ei vain sanoissa.

Lopulta tutkimukseni osoittaa, että matkustuskäyttäytyminen kytkeytyy syvästi ihmisten arvoihin, elämäntilanteisiin ja yhteiskunnallisiin rakenteisiin. Vastuullinen matkailu ei synny yksin kuluttajien tahdonvoimasta, vaan tarvitsee tuekseen konkreettisia vaihtoehtoja, rakenteellista tukea ja luotettavaa viestintää. Kestävämpään matkailuun siirtyminen edellyttää siksi moniulotteista lähestymistä, jossa yksilön valinnat, yhteiskunnan ohjaus ja yritysten toimet täydentävät toisiaan

LÄHTEET

Alasuutari, P. (2011). *Laadullinen tutkimus 2.0* (4. uud. p.). Tampere: Vastapaino.

Airbus. Zero e. Haettu 20.9.2024 osoitteesta <https://www.airbus.com/en/innovation/energy-transition/hydrogen/zeroe>

Antal, M. & Hukkinen, J. (2010). The art of the cognitive war to save the planet. *Ecological Economics*, 69(5), 937-943.

Asch, S. E. (1951). *Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgments*. *Groups, Leadership, and Men*, 222–236.

Barter, C., & Renold, E. (1999). *The use of vignettes in qualitative research*. *Social Research Update*, 25(9).

Barr, S. (2006). *Environmental action in the home: Investigating the 'value-action' gap*. *Geography*, 91(1), 43–54.

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.

Baumeister, S., & Onkila, T. (2017). *An eco-label for the airline industry?* *Journal of Cleaner Production*, 142(Part 4), 1368-1376. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.11.170>

Bearden, W. O., Netemeyer, R. G., & Teel, J. E. (1989). Measurement of consumer susceptibility to interpersonal influence. *Journal of Consumer Research*, 15(4), 473–481.
<https://doi.org/10.1086/209186>

Becken, S. (2007). Tourists' perception of international air travel's impact on the global climate and potential climate change policies. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(4), 351–368.

Bieger, T., & Wittmer, A. (2006). Air transport and tourism—Perspectives and challenges for destinations, airlines and governments. *Journal of Air Transport Management*, 12(1), 40–46.

Blue Wings -tarinat. (2022). *Finnair on valittu Suomen vastuullisimmaksi lentoyhtiöbrändiksi*. Finnair.

- Bruderer Enzler, H. (2017). Air travel for private purposes: An analysis of airport access, income and environmental concern in Switzerland. *Journal of Transport Geography*, 61, 1–8.
- Büchs, M., & Mattioli, G. (2022). How socially just are taxes on air travel and ‘frequent flyer levies’? *Journal of Sustainable Tourism*, 32(1), 62–84.
- Cialdini, R. B., & Goldstein, N. J. (2004). *Social influence: Compliance and conformity*. Annual Review of Psychology, 55, 591–621.
- Cohen, S. A., Higham, J. E. S., & Cavaliere, C. T. (2011). Binge flying: Behavioural addiction and climate change. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 1070–1089.
- European Aviation Safety Agency. (2021). *Environmental Protection in Aviation*.
- Forsyth, P. (2006). Aviation and Tourism. Teoksessa L. Dwyer & P. Forsyth (Eds.), *International Handbook on the Economics of Tourism* (s. 224–247). Edward Elgar Publishing.
- Gamson, W. A., Croteau, D., Hoynes, W., & Sasson, T. (1992). Media images and the social construction of reality. *Annual Review of Sociology*, 18, 373–393.
- García-Rosell, J-C. (2017). Vastuullinen matkailu. Teoksessa J. Edelheim & H. Ilola (toim.), *Matkailututkimuksen avainkäsitteet* (s. 229–234). Rovaniemi: Lapland University Press.
- Gifford, R. (2011). *The dragons of inaction: Psychological barriers that limit climate change mitigation and adaptation*. *American Psychologist*, 66(4), 290–302.
- Gössling, S., Hanna, P., Higham, J., Cohen, S., & Hopkins, D. (2019). Can we fly less? Evaluating the ‘necessity’ of air travel. *Journal of Air Transport Management*, 81, 1–9.
- Gössling, S., & Humpe, A. (2020). The global scale, distribution and growth of aviation: Implications for climate change. *Global Environmental Change*, 65, 102–139.
- Gössling, S., & Higham, J. (2021). The low-carbon imperative: Destination management under urgent climate change. *Journal of Travel Research*, 60(6), 1223–1234.
- Higham, J. E. S., Cohen, S. A., Peeters, P., & Gössling, S. (2016). Climate change, tourist air travel and radical emissions reduction. *Journal of Cleaner Production*, 111, 336–347.
- Hobbs, R. (2010). *Digital and Media Literacy: A Plan of Action*. The Aspen Institute.

- Howe, P., Jefferson, M., Leiserowitz, A., Marlon, J., Mildenerger, M., & Neyens, L. (2022). *Yale Climate Opinion Maps 2021*. Haettu 18.9.2024 osoitteesta <https://climatecommunication.yale.edu>
- Hummel, D., & Maedche, A. (2019). How effective is nudging? A quantitative review on the effect sizes and limits of empirical nudging studies. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 80, 47–58.
- Häkkinen, A. (2019). *Matkailu osallisena ilmastonmuutokseen*. Reilumatkailu.fi. Haettu 14.10.2024 osoitteesta <https://www.reilumatkailu.fi/>
- IATA. (2021). *Sustainable Aviation Fuels*. International Air Transport Association.
- IEA. (2023). *Aviation and Shipping*. International Energy Agency.
- IEA. (2024). *CO2 emissions from fuel combustion*. International Energy Agency.
- International Civil Aviation Organization (ICAO). (2020). *Guidance for States on humanitarian assistance and emergency response in aviation*. Montreal: ICAO.
- Itä-Suomen yliopisto. (2019). *Ilmastonmuutos ja somekeskustelu*. Ympäristöpolitiikan tutkimusyksikkö.
- Jowett, G. S., & O'Donnell, V. (2018). *Propaganda & persuasion* (7th ed.). SAGE Publications.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environmental Education Research* 8(3), 239–260.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2016). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson.
- Lee, D. S., Fahey, D. W., Skowron, A., Allen, M. R., Burkhardt, U., Chen, Q., ... & Wilcox, L. J. (2021). The contribution of global aviation to climate change for 2000 to 2018. *Atmospheric Environment*, 244, 117834.
- Liikenne- ja viestintävirasto Traficom. (2022). *Sähköinen lentäminen Suomessa – edellytykset, mahdollisuudet ja kehitysnäkymät*.

Lyle, C. (2018). Beyond the ICAO's CORSIA: *Towards a more climatically effective strategy*. *Climate Law*, 8, 104–127.

Lyytinen, N., & Pitkänen, S. (2024). *Näin minua manipuloidaan*. Yle. Haettu 18.9.2024 osoitteesta <https://yle.fi>

Marshall, A. (2013). *Principles of economics* (8th ed.). Palgrave Macmillan.

McDonald, S., Oates, C. J., Alevizou, P. J., Young, C. W., & Hwang, K. (2015). Individual strategies for sustainable consumption. *Journal of Marketing Management*, 31(13–14), 1331–1353.

Mäkinen, M. (2022). *Media ja mielikuvat matkailussa*. Haettu 18.9.2024 osoitteesta <https://www.journal.fi>

Niewiadomski, P. (2020). *COVID-19: From temporary de-globalisation to a re-discovery of tourism?* *Tourism Geographies*, 3, 651–656.

OECD. (2014). *Air Transport Services in Remote Regions*. OECD Publishing. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2011/05/air-transport-services-in-remote-regions_g17a1fe2/5kg9mq3xcrxx-en.pdf

Ortamo, S. (2019). *Flygskam-ilmio rantautui Suomeen*. Helsingin Sanomat, 15.9.2019.

Partanen, M. & Riekkinen, S. (2022). *Matkailun saavutettavuutta vastuullisesti*. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Peeters, P., Gössling, S., & Becken, S. (2011). Innovation towards tourism sustainability: Climate change and aviation. *International Journal of Innovation and Sustainable Development* 1(3).

Peeters, P., Gössling, S., Higham, J., Kutzner, D., Cohen, S., & Eijgelaar, E. (2016). Are technology myths stalling aviation climate policy? *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 67, 177–188.

Peeters, P., Bouwer, J., Bongaerts, R., & Eijgelaar, E. (2019). Airlines and Corporate Responsibility: Issues and Challenges. Teoksessa D. Lund-Durlacher, V. Dinica, D. Reiser, & M. S. Fifka (Eds.), *Corporate Sustainability and Responsibility in Tourism* (s. 163–180). Springer.

Ritchie, H. (2023). *How much does aviation contribute to climate change? How will this change in the future?* Sustainability by Numbers.

- Salmela, T., Nevala, H., Nousiainen, M., & Rantala, O. (2021). *Proximity tourism: A thematic literature review*. *Matkailututkimus*, 17(1), 46–63.
- Schoemaker, P. J. H. (1995). Scenario planning: A tool for strategic thinking. *MIT Sloan Management Review*, 36(2), 25–40.
- Solomon, M. R., Bamossy, G., Askegaard, S., & Hogg, M. K. (2019). *Consumer Behaviour: A European Perspective (7th ed.)*. Pearson.
- Stoll-Kleemann, S., O’Riordan, T., & Jaeger, C. C. (2001). *The psychology of denial concerning climate mitigation measures: Evidence from Swiss focus groups*. *Global Environmental Change*, 11(2), 107–117.
- Taalas, P. (2022). *Ilmastonmuutos ilmatieteilijän silmin (Uusi painos)*. Helsinki: Tammi.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. Teoksessa S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (s. 7–24). Nelson-Hall.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.
- TENK. (2012). *Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa*. Tutkimuseettinen neuvottelukunta.
- Tervo-Kankare, K. (2017). Kestävä matkailu. Teoksessa J. Edelheim & H. Ilola (toim.), *Matkailututkimuksen avainkäsitteet* (s. 235–240). Rovaniemi: Lapland University Press.
- Tuomi, J., Sarajärvi, A., & Tammi. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi (Uudistettu laitos)*. Helsinki: Tammi.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211(4481), 453–458. <https://doi.org/10.1126/science.7455683>
- United Nations (2015). *Transforming our world: the 2030*. Agenda for Sustainable Development.
- UNWTO. (2020). *Sustainable Development of Tourism*. World Tourism Organization.
- Veblen, T. (1899). *The Theory of the Leisure Class*. New York: Macmillan.

Veijola, S., Ilola, H. & Edelheim, J. (2015). Johdanto matkailun tutkimukseen. Teoksessa S. Veijola (toim.) *Matkailututkimuksen lukukirja* (s. 16–29). Rovaniemi: Yliopistokustannus

Visit Finland (2022). Työkaluja vastuullisuuteen ja viestintään. Haettu 4.12.2024.

https://www.businessfinland.fi/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/tyokaluja_vastuullisuusviestintaan_a5-web.pdf

Whitmarsh, L. (2009). Behavioural responses to climate change: Asymmetry of intentions and impacts. *Journal of Environmental Psychology*, 29(1), 13–23.

Zheng, X. S., & Rutherford, D. (2020). *Fuel Burn of New Commercial Jet Aircraft: 1960 to 2019*. International Council on Clean Transportation.

LIITTEET

Liite 1: Haastattelukysymykset

Taustatiedot (ikä, sukupuoli jne.)

Yleiset kysymykset matkustustavoista ja niiden valinnasta

1. Mitkä ovat tärkeimmät tekijät, jotka vaikuttavat matkustustapasi valintaan (esim. hinta, mukavuus, nopeus, ympäristöystävällisyys)?

Manipulaation vaikutus

2. Millainen markkinointi, mainonta tai kampanja, joka korostaa ympäristöystävällisyyttä tai vastuullista matkailua, on vaikuttanut tai vaikuttaa päätökseesi valita tietty matkustustapa?
3. Oletko havainnut syyllistävää keskustelua lentomatkailusta? Mikäli kyllä, millaista?

Skenaariot ja päätöksenteko

Skenaario 1: Ympäristöarvojen ja mukavuuden huomioiminen

Kuvittele, että suunnittelet lomamatkaa Euroopan kaupunkiin, jossa haluat viettää aikaa rentoutuen ja tutustuen paikalliseen kulttuuriin. Sinulle tarjotaan kaksi vaihtoehtoa:

- **Vaihtoehto A:** Lentomatka, joka maksaa 200 euroa ja vie sinut kohteeseen kolmessa tunnissa. Lentäminen tuottaa kuitenkin huomattavat hiilidioksidipäästöt.
- **Vaihtoehto B:** Junamatka, joka maksaa 220 euroa ja kestää kahdeksan tuntia. Matka on kuitenkin mukava ja mahdollistaa maisemien katselun sekä paikallisten kanssa keskustelun. Lisäksi se on selvästi ympäristöystävällisempi.

Kumman vaihtoehdon valitset ja miksi?

Skenaario 2:

Kuvittele, että olet ystäväryhmässä, joka suunnittelee matkaa lähikaupunkiin. Haluaisit matkustaa autolla mukavuuden vuoksi, mutta muut jäsenivät ehdottavat junamatkaa ympäristösyistä. He kertovat yksityisautoilun päästöistä ja vetoavat luonnon kauneuteen ja kestävyysmerkitykseen. Suostutko junamatkustamiseen? Mitkä tekijät vaikuttavat päätökseesi?

Skenaario 3:

Kuvittele, että selaat sosiaalista mediaa ja törmäät lentoyhtiön mainoskampanjaan: *"Valitse vihreä lento – biopolttoaineilla lentäminen pienentää hiilijalanjälkeäsi! Osta nyt ja saat myös hiilipäästöjen kompensoinnin ilmaiseksi."* Mainos on houkutteleva, ja siinä korostetaan vastuullisuutta sekä matkustamisen mukavuutta. Kuinka tällainen markkinointiviesti vaikuttaa matkustuspäätökseesi?

Skenaario 4:

Kuvittele, että olet valitsemassa matkustustapaa kaupunkien A ja B välillä. Sinulle tarjotaan kaksi vaihtoehtoa: lentää tai matkustaa junalla. Molemmat vaihtoehdot maksavat saman verran ja aiheuttavat identtiset hiilidioksidipäästöt. Lentäen matkustaminen vie kaksi tuntia, kun taas junamatka kestää viisi tuntia. Kumpaan vaihtoehtoon päätyisit tässä tilanteessa, ja mitkä tekijät vaikuttaisivat valintaasi?

Ympäristötietoisuus ja vastuullinen matkailu

4. Miten huomioit ympäristövaikutukset matkustuspäätöksissäsi, ja koetko, että omilla valinnoillasi on merkitystä ympäristön kannalta?

Sosiaalinen paine ja ryhmien vaikutus

5. Miten sosiaalinen paine (esim. ystävien tai perheen mielipiteet) tai "lentohäpeä" vaikuttavat matkustustapasi valintaan?

Liite 2: Tutkimushaastattelun suostumuskirje

TUTKIMUKSEEN OSALLISTUVAN SUOSTUMUS

LENTOMATKUSTUKSEN KESTÄVYYSKRIISI

Sinua on pyydetty osallistumaan Sonja Järvisen pro gradu -tutkimukseen, joka tähtää yhteiskuntatieteiden maisterin tutkintoon yliopistossa. Luethan suostumustekstin huolellisesti ennen allekirjoittamista ja kysyt, mikäli kaipaat lisätietoja jostakin yksityiskohdasta.

Tutkimuksen tavoitteena on syventää ymmärrystä siitä, miten eri tekijät, kuten ympäristönäkökulmat, taloudelliset kannustimet ja sosiaalinen paine, vaikuttavat ihmisten matkustusvalintoihin.

Sinua on pyydetty osallistumaan tutkimukseen, koska matkustat paljon. Tässä tutkimuksessa ei ole väliä sillä, matkustatko työ- vai vapaa-ajalla, tai millaisia matkustustapoja suosit / hyödynnät.

Tutkimus toteutetaan aikavälillä toukokuu 2024 – maaliskuu 2025. Mikäli päätät osallistua, sinua pyydetään osallistumaan yhteen haastatteluun, joka kestää noin 30 minuuttia. Haastattelu voidaan toteuttaa etänä vai kasvokkain. Osallistuminen ei aiheuta sinulle minkäänlaista haittaa, vaaraa tai uhkaa

Tutkimuksessa kerätään seuraavanlaista aineistoa: haastattelun ääninauhotteita, jotka analysointia varten litteroidaan. Aineistoa säilytetään tutkijan tietokoneella salasamalla suojattuna eikä siihen ole ulkopuolisilla mahdollisuutta päästä käsiksi. Aineisto hävitetään tutkimuksen päätyttyä eikä sitä näin ollen käytetä mahdollisissa jatkotutkimuksissa. Aineiston yhteydessä ei kerätä tunnistettavia henkilötietoja.

Osallistumisesi ei tuota välitöntä hyötyä sinulle tai muille, mutta osallistumalla autat tuottamaan arvokasta tutkimustietoa matkailututkimuksen alalla ja lisäämään ymmärrystä kestävyden vaikutuksista matkustustapoihin.

Aineistoa tai osia siitä voidaan raportoida, esittää tai julkaista osana pro gradu -tutkielmaa. Tämä tarkoittaa muutamia suoria lainauksia vastauksistasi. Lainausten yhteydessä, kuten tutkimuksessa muutenkaan, ei mainita tunnistettavia henkilötietoja.

Aineistossa esiintyvien henkilöllisyys siis salataan ja luottamuksellisuus turvataan siten, etteivät osallistujat ole tunnistettavissa julkaistavista tai julkisesti esitettävistä aineisto-otteista. Sonja Järvinen ja Lapin yliopisto ovat sitoutuneet yksityisyytesi ja henkilötietojesi suojaamiseen. Aineistoa käsitellään lainmukaisesti ja tutkimuseettisiä periaatteita kunnioittaen.

Osallistuminen on täysin vapaaehtoista. Sinulla on oikeus keskeyttää osallistuminen tutkimukseen milloin tahansa ilman seurauksia. Suostumuksesta on laadittu kappale sekä tutkijalle että osallistujalle. Tutkijalle luovutettu allekirjoitettu suostumus säilytetään osana tutkimusaineistoa.

NIMENSELVENNYS / Osallistuja PÄIVÄYS (pp/kk/vvvv)

ALLEKIRJOITUS / Osallistuja

ALLEKIRJOITUS / [TUTKIJAN NIMI TÄHÄN]

Mikäli sinulla on kysyttävää tutkimukseen liittyen, voit ottaa yhteyttä:

Sonja Järvinen