



LUNDS
UNIVERSITET

Institutionen för psykologi

När blir attraktion verklighet?
En explorativ undersökning av Internetdejtare
i Norge och Sverige på dejtingsajten Q500

Marcus Hilding & Marie-Sophie Norstedt

Psykologexamensuppsats HT 2007

Handledare: Martin Bäckström
Examinator: Lars Trygg

Tack

Tack till Martin Bäckström för din fantastiska förmåga att
peppa oss till fortsatt tankearbete.

Med din kompetens och humor lyckades du gång på gång
inspirera och engagera oss till att slutligen ro det här projektet i land.

Tack till dejtingsajten Q500 och särskilt Ingvild Sommer
som bidrog med många bra synpunkter på enkäterna samt översättningen
från svenska till norska, vilket var ovärderlig hjälp.

Tack till våra respektive som stått ut med ensamheten under denna period.

Vi älskar er!

Sammanfattning

Syftet med denna uppsats var att undersöka dels vad det är som får människor att vilja träffas "face-to-face" från en kontakt via Internet, dels vad som väcker attraktion för en annan människa på Internetdejtingsajten Q500. Totala antalet deltagare var 732 stycken, varav 395 kvinnor och 337 män. En explorativ undersökning har gjorts med hjälp av två riktade enkäter; en för de som hade dejtat någon via Internet och en för de som inte hade det. Frågeställningarna för undersökningen var vad användarna på Q500 uppfattade som särskilt attraherande, vad som kunde tänkas leda fram till en dejt offline från en kontakt online och om eventuella signifikanta skillnader fanns mellan könen, samt mellan de som dejtat och de som inte dejtat någon tidigare via Internet rörande hur de skattat frågeområdena. Civilstånd och ålder korrelerades med skattningarna och det framkom en del svaga positiva samband. Öppen kommunikation var det som användarna på Q500 skattade högst rörande attraktion. Snabba svar samt att flirta via Q500s flirttjänst skattades högst rörande vad som kan leda fram till en dejt. En del signifikanta skillnader mellan könen, samt mellan de som dejtat och de som inte dejtat någon tidigare via Internet fanns.

Nyckelbegrepp: Internetdejting, kommunikation, attraktion, anonymitet, dejta

Innehållsförteckning

<i>Internet – ett kollektivt forum för kontakt</i>	7
<i>Kommunikation</i>	8
<i>Attribution</i>	11
<i>Anonymitet</i>	12
<i>Attraktion</i>	14
<i>Likartade attityder – en grund för attraktion</i>	15
<i>Utseendets betydelse för attraktion</i>	16
<i>Fotografi på profilsidan</i>	16
<i>Olikhet – en grund för attraktion?</i>	16
<i>Anknytning</i>	17
<i>Sammanfattning av teoriavsnittet</i>	19
Syfte	19
Metod	20
<i>Deltagare</i>	20
<i>Material</i>	20
<i>Undersökningens genomförande</i>	21
<i>Q500 – ”För dig som söker kärleken”</i>	22
<i>Bearbetning och analys av insamlad data</i>	23
Resultat	24
<i>Deskriptiva data</i>	24
<i>Vad attraherar Internetdejtarna på Q500?</i>	24
<i>Vad attraherar män på Q500?</i>	25
<i>Vad attraherar kvinnor på Q500?</i>	25
<i>Skillnader mellan män och kvinnor rörande attraktiva faktorer</i>	26
<i>Skillnader mellan de som dejtat och de som inte dejtat tidigare via Internet rörande attraktiva faktorer</i>	26
<i>Frågor om Q500s relationstest</i>	27
<i>Q500s relationstest – vad anser män vara viktigast?</i>	28
<i>Q500s relationstest – vad anser kvinnor vara viktigast?</i>	28
<i>Skillnader mellan män och kvinnor rörande relationstestet</i>	28

<i>Skillnader mellan de som dejtat och de som inte dejtat tidigare via Internet rörande frågor om relationstestet</i>	29
<i>Vad leder fram till en dejt på Q500?</i>	29
<i>Vad anser män kan leda fram till en dejt?</i>	30
<i>Vad anser kvinnor kan leda fram till en dejt?</i>	30
<i>Skillnader mellan män och kvinnor rörande vad som kan leda fram till en dejt</i>	30
<i>Skillnader mellan de som dejtat och de som inte dejtat tidigare via Internet beträffande vad som kan leda fram till en dejt</i>	31
<i>Resultat angett i procent för frågan ”Hur viktigt är/var det för dig att vara anonym på sajten Q500?</i>	32
<i>Skillnad mellan män och kvinnor rörande anonymitet</i>	33
<i>Skillnad mellan de som dejtat och de som inte dejtat tidigare via Internet rörande anonymitet</i>	33
<i>Hur viktigt var relationstestet för Internetdejtarnas val av Q500?</i>	33
<i>Skillnad mellan män och kvinnor rörande relationstestets roll för val av Q500</i>	34
<i>Personbeskrivning online – stämde den med verkligheten?</i>	34
<i>Civilståndets påverkan på antalet dejter via Internet</i>	35
<i>Korrelationsberäkningar för ålder samt civilstånd</i>	35
Diskussion	37
<i>Metoddiskussion</i>	41
<i>Förslag till fortsatt forskning</i>	42
Referenser	43
Bilagor	47
<i>Bilaga 1 – de som har dejtat någon via Internet</i>	47
<i>Bilaga 2 – de som inte har dejtat någon via Internet</i>	52

När blir attraktion verklighet? En explorativ undersökning av Internetdejtare i Norge och Sverige på dejtingsajt Q500

Kommunikation via Internet är något som de flesta människor i västvärlden har någon erfarenhet av idag. Det tycks ha blivit ett alltmer vanligt förekommande fenomen. De flesta arbetsplatser är idag datoriserade och kommunikationen sker både via Internet samt Intranät. Det är inte heller särskilt ovanligt att det idag finns en PC i hemmet med uppkoppling mot Internet. I undersökningar som gjorts av Statistiska Centralbyrån (SCB), våren 2006, framkom att strax under 80 % av befolkningen i Sverige hade tillgång till en stationär dator och cirka 35 % en bärbar dator, strax över 80 % av befolkningen i Sverige inom åldersspannet 16-74 år hade tillgång till Internet i hemmet. Norsk mediebarometer 2006 gjorde en undersökning som visade att 79 % av befolkningen i Norge hade tillgång till Internet i sina hem.

Västvärldens 80- och 90-talister har i princip vuxit upp med datoranvändande som något vanligt förekommande, vilket har medfört att dessa generationer inte heller är särskilt främmande för den kommunikation som sker över Internet. De och framtida generationer kommer troligtvis att ta Internet lika mycket för givet som televisionen och telefonin (Turow & Kavanaugh, 2003 i Bargh & McKenna, 2004). Övriga generationer har i stor utsträckning tvingats skaffa sig färdigheter i datoranvändning för att följa med i utvecklingen. Det finns olika inställningar till Internet, både positiva och negativa, men de flesta kan förmodligen ändå enas om att Internet har potential att vara samhällsförändrande. Internetteknologin har inte tagit sig in i hela världen i lika stor utsträckning. 2001 var exempelvis bara en av 250 människor i Afrika Internetanvändare, detta kan jämföras med världsgenomsnittet en av 35, i Nordamerika samt Europa är en av tre Internetanvändare (Geer, 2000 i Bargh & McKenna, 2004).

Denna studie skall framförallt handla om hur Internet används för att knyta mellanmänniska kontakt samt vad som väcker attraktion online. Attraktion som begrepp kommer att användas i vid bemärkelse och innefatta allt som rör dragningskraft mellan människor, alltså inte enbart romantisk innebörd. Vad som får människor att vilja dejta någon i verkliga livet efter att ha haft kontakt online är också i fokus för denna studie. Studien utfördes på en dejtingsajt som heter Q500. Q500s idé är att vara en ”dejtingsajt för alla som söker efter

långsiktig kärlek eller vänskap”. Q500 startades i Norge, april 2006, och finns bland annat även i Sverige och Danmark. Q500 har idag 157 885 medlemmar, dessa har en genomsnittsålder på 31 år (2007-11-25). Undersökningen genomfördes på den norska och den svenska sajten.

I det följande kommer det att presenteras olika teorier med relevans för undersökningen såsom kommunikation, attribution, anonymitet och anknytning. Begreppet ” dejt/dejting” kommer att användas med betydelsen träff/att träffas. Anledningen till att det engelska uttrycket används är att det är så möten beskrivs i Internetdejtingvärlden, även när det gäller vänskap.

Internet – ett kollektivt forum för kontakt

Användandet av Internet utvecklas ständigt, vilket bland annat påskyndar kommunikationen mellan människor och samhällsliga funktioner, som till exempel att betala sina räkningar eller att skicka e-post. Detta har för många blivit ett naturligt inslag i livet och många forskare inom detta område hävdar till och med att e-postmeddelandenas viktigaste roll är att bibehålla interpersonella relationer (Hampton & Wellman, 2001). Andra hypoteser kring Internet och dess medföljande funktioner är att det kan komma att förändra nästan alla aspekter av våra liv, det vill säga på det privata, sociala, kulturella, ekonomiska och politiska planet. Förändringen på alla dessa plan har att göra med den innersta essensen av samhället, nämligen kommunikation mellan människor (Manasian, 2004 i Bargh & McKenna, 2004). Internet kan tänkas bereda väg för social interaktion som möjliggör att grupper och förbindelser formas som annars kanske inte skulle ha varit möjliga, eller åtminstone försvårats, och därmed ökas den sociala kontaktbarheten.

I och med att kommunikation mellan individer allt oftare sker över Internet är det kanske inte heller någon överraskning att också dejtandet förflyttats till denna arena.

Spitzberg (2006 i Whitty & Carr, 2006) liknade dejting-profilerna online vid kontaktannonser i tidningar men menade att de innehåller mycket mer information. Det går till och med att, förutom ett fotografi, lägga upp ljudfiler och video på profilen (Whitty & Carr, 2006). Att online-dejting ständigt ökar i popularitet jämfört med traditionella kontaktannonser kan kanske ha sin förklaring i det ökade utbudet av information om en person, men det går inte heller att utesluta andra faktorer som till exempel den tillgänglighet som Internet ger.

Enligt Whitty och Carr (2006) behöver användare på online-dejtingsajter ofta betala för att utnyttja den service som står till buds. Användarna kan ta kontakt med andra användare på den dejtingsajt de betalar för. Förutsättningen för kontakt är troligtvis att en profil väcker användarnas intresse och därifrån kan senare ett "face-to-face"-möte organiseras (Whitty & Carr, 2006).

Kommunikation

Utan kommunikation kan det påstås att det inte skulle kunna finnas något sådant som ett parförhållande. Om kommunikationen inte skulle vara ömsesidig kan alltså två individer varken påbörja, utveckla, upprätthålla eller försämra och avsluta ett förhållande (Spitzberg, 2006 i Whitty & Carr, 2006).

Spitzberg (2006 i Whitty & Carr, 2006) uttryckte detta på följande sätt; "utan kommunikation blir ett förhållande något mer likt en hallucination, en neuros eller ett psykopatologiskt tillstånd såsom erotomani – tron på att någon älskar dig när den personen i själva verket kanske inte ens vet vem du är" (s. xii i förordet).

Med kommunikation menas här, enligt författarna, ett informationsutbyte som sker mellan två eller flera individer och den kan ske på många olika sätt som till exempel via kroppsspråk, verbalt eller skriftligt. Webbaserad kommunikation kan ske på alla ovanstående sätt, till exempel genom webcam, IP-telefoni och e-post/chat. Utifrån denna spännvidd av kommunikationsmöjligheter kan människor genom kontakter på en dejtingsajt knyta an till andra trots att de aldrig träffats "face-to-face".

McKenna och Bargh (2000) lyfte fram två kritiska skillnader mellan Internet och andra tillgängliga kommunikationsmedia. Den första skillnaden de belyste var möjligheten att vara relativt anonym på Internet. De menade att anonymiteten hade en viktig inverkan på relationsutveckling och gruppdeltaktighet. Den andra skillnaden de lyfte fram var att webbaserad kommunikation faktiskt inte förs "face-to-face", vilket kan leda till att icke-verbala drag i kommunikationen utelämnas. Interpersonella kännetecken såsom individens attraktionskraft, hudfärg, kön och så vidare har inte heller lika stort potentiellt inflytande när kommunikationen förs via dator (McKenna & Bargh, 2000). Vid social interaktion utvecklas och testas mellanmännsliga och individuella beteenden och detta kanske inte sker i lika stor utsträckning framför dataskärmen.

Peter och Valkenburg (2007) menade att det har urskiljts tre gemensamma drag i online-kommunicerandet som kan länkas till partnersökande på Internet. Walther och Parks (2002 i Peter & Valkenburg, 2007) framhöll att det finns mindre visuell och ljudmässig information vid kommunikation online jämfört med den kommunikation som förs "face-to-face". Walther och Parks (2002 i Peter & Valkenburg, 2007) underströk vidare att Cooper och Sportolari (1997 i Peter & Valkenburg, 2007) hade rätt i att utseendet kan ha mindre betydelse i den kommunikation som förs online i förhållande till den interaktion vi har "face-to-face".

Peter och Valkenburg (2007) skrev att den begränsade visuella och ljudmässiga informationen som finns i kommunikationen online kan ge minskad kunskap om en individ som kontaktats via Internet, till exempel information om individens riktiga namn och adress. Den anonymitet som Internet erbjuder kan även tänkas locka människor till att prata om känsliga ämnen, såsom sexuella önskningar alternativt tillfälliga kontakter. Tack vare anonymiteten behöver det inte verka märkligt på samma vis som det skulle kunna göra vid interaktioner som förs "face-to-face" (Cooper & Sportolari, 1997; Bargh & McKenna, 2004).

Online-kommunikation är i stor utsträckning textbaserad och därmed ges det möjlighet till reflektion över hur och vad som skall sägas (McKenna & Bargh, 2000).

Som en konsekvens av detta är det lättare för individen att kontrollera hur man presenterar sig själv och det blir också möjligt att hålla en viss personlig distans.

Det finns även negativa aspekter av kontakter online. Forskning har visat att många människor med erfarenhet av relationer som uppstått via kommunikation på Internet, har rapporterat känsla av ensamhet även om de ansett sig ha fått sina sociala behov tillfredsställda (Peris et al., 2002 i Friedin, 2006). Canary och Spitzberg (1993 i Friedin, 2006) har forskat om ensamhet. Denna forskning visade att känsla av ensamhet framträdde när en individ upplevde skillnad mellan sina önskningar och den åstadkomna nivån av social interaktion, stöd och intimitet (Canary & Spitzberg, 1993 i Friedin, 2006).

En annan negativ aspekt som verkar vara vanligt förekommande bland Internetanvändare är oro eller osäkerhet kring ärlighet online. Graden av ärlighet kan betraktas som en grundbult för viljan att påbörja en relation och forskare har kommit fram till att både kvinnor och män kan vara oärliga i sin kommunikation online, speciellt när det gäller ålder, vikt, framtoning, civilstånd samt kön (Goodson, McCormick & Evans 2000; Knox, Daniels, Sturdivant & Zusman 2001 i Friedin, 2006).

Nilsson (2007) beskrev kommunikation mellan människor likt något som sker på två olika nivåer, innehållsnivå ”vad som sägs” och relationsnivå ”hur det sägs”. Det som förmedlas på innehållsnivå i till exempel ordet ”hej” är ändamålsenliga budskap, det vill säga att hälsa, och oftast medvetna men förhållandevis långsamma. Detta till skillnad från vad som förmedlas på relationsnivå, dessa budskap är snabba och emotionellt färgade, de är ofta omedvetna och finns till exempel i gester, tonfall eller ögonkontakt (Nilsson, 2007). Vidare hävdade Nilsson (2007) att relationsbudskap kan kallas för metakommunikation, det vill säga budskap om budskapet. Han menade att dess viktigaste funktion är att kommunicera hur något är tänkt att uppfattas. Detta kan vara lite svårare att uppfatta eftersom relationsnivån är mer outtalad än innehållsnivån (Nilsson, 2007).

På Internet kan det vara svårt att till exempel uppfatta gester, ansiktsuttryck och tonfall även om det finns möjlighet att kommunicera via till exempel webcam, vilket i sin tur komplicerar tolkningen av relationen.

Brehm (1992) menade att den ickeverbala kommunikation som människor använder sig av förändras i takt med att människor lär känna varandra bättre. Ickeverbala kommunikation sker oftast på ett emotionellt plan i intima relationer, enligt Brehm (1992), men förändras och förfinas beroende på i vilket stadium relationen befinner sig, till exempel om det rör sig om par som precis börjat dejta varandra eller mer etablerade par. Mer etablerade par kan ha lättare för att kommunicera på ett emotionellt plan då dessa oftast är mer bekanta med varandra än par som befinner sig på dejtingstadiet (Brehm, 1992).

När det gäller parrelationer över Internet är det möjligt att högre krav ställs på den skriftliga kommunikationen eftersom det i detta forum är svårare att använda sig av ickeverbala kommunikation. Med hjälp av den medvetna form av metakommunikation som finns i det skriftliga språket online, till exempel genom att använda VERSALER vid betoning av något särskilt, alternativt sätta *småstjärnor* runt ett ord eller en fras som ska påvisa en tanke eller känsla bakom det som skrivs, kan det dock tänkas att en viss ickeverbala kommunikation uppnås.

Experiment av McKenna, Green och Gleason (2002) och Bargh, McKenna och Fitzsimons (2002) fokuserade på omedvetna grunder när det gäller uppkomsten av nära förhållanden på Internet. I dessa studier träffades personer som tidigare var obekanta med varandra. Deltagarna var manliga och kvinnliga högskolestudenter. De träffades för första gången antingen via chatrum på Internet eller ”face-to-face”. De som först träffades via Internet tenderade att tycka mer om varandra än de som möttes för första gången ”face-to-face”. Detta

skedde även fastän det var samma person båda gångerna, vilket var okänt för deltagarna (McKenna et al., 2002). Vidare avslöjade studierna att människor var bättre på att uttrycka sitt sanna jag, de självaspekter de vanligtvis var oförmögna att presentera offentligt, till personen på Internet i jämförelse med personen de mötte "face-to-face". När Internetpartners tyckte om varandra, tenderade de att, i större utsträckning än "face-to-face"-gruppen, projicera idealiserade egenskaper på varandra (Bargh et al., 2002).

McKenna et al. (2002) visade att människor som har börjat tycka om en ny bekantskap de mött på Internet tenderar att idealisera den personen, det vill säga de tror det bästa om denne. Internetkommunikation tenderar att lämna en hel del osagt, vilket kan leda till egna slutsatser, tolkningar och förklaringar. Den bristfälliga informationen kan i sin tur leda till att personens längtan och avsikter rörande de nya bekantskaperna ändras, eftersom denna gör att olika antaganden och attributioner uppstår (Bargh & McKenna, 2004).

Attribution

Människor har benägenhet att skapa varaktiga intryck av andra, även med relativt begränsad information. Heider (1958) ansåg att människan söker överensstämmelse i uppfattningar, åsikter och relationer och att det genom detta även skapas en mening i vardagliga mellanmänskliga skeenden.

Passer och Smith (2008) beskrev människor som inte alltid så logiska utan att de istället ofta tar mentala genvägar och gör hastiga bedömningar. Detta medför olika orsaksförklaringar som är färgade av den egna förförståelsen. Till exempel tenderar individer att uppfatta en omtyckt person som bra avseende alla dimensioner, vilket kallas för "haloeffekten" (Galotti 1999). Detta skulle kunna göra sig gällande mellan individer som träffas online där informationen om en person kan vara bristfällig och samtidigt förskönande.

Generellt sett tillskriver människor ofta framträdande stimuli som orsaker. När det dras slutsatser angående orsakerna till andras beteende hängs förklaringen framförallt upp på personens dispositioner och i lägre grad på externa krafter utanför personen (Whitty, 2003). Detta brukar benämnas det fundamentala attributionsfelet (Galotti, 1999).

Individuella bedömningar av andra människor är inte alltid så korrekta. Det är framförallt svårt att bedöma människors inre känslor utifrån deras ansiktsuttryck. För att få ett intryck av människor används en stor mängd information som bland annat inkluderar fysiskt utseende, verbalt och ickeverbalt beteende (Galotti, 1999).

Fletcher, Fincham, Cramer och Heron (1987) kom fram till att när människor först börjar dejta varandra är de förmodligen kognitivt och attributionsmässigt försiktiga eftersom de inte känner personen särskilt väl, samt att mycket fortfarande kan vara oklart med relationen. När människor söker förklaringar till andra människors beteenden använder de sig av antingen personliga attributioner eller situationsbundna attributioner. Beteenden som anses vara ovanliga eller konstiga kan få människor att tillskriva detta de personliga egenskaperna, medan vanliga eller typiska handlingar oftare förläggs till situationen (Passer & Smith, 2008).

Anonymitet

Daneback (2006) menade att när flirtandet sker offline innebär det ofta en potentiell risk att antingen bli misstolkad eller avvisad. Detta kan i sin tur leda till pinsamma situationer som kan vara svåra att undvika just för att det kan vara besvärligt att dra sig undan när den andra personen är fysiskt närvarande (Cooper & Sportolari, 1997).

När flirtandet istället sker på Internet kan många risker, till exempel att säga fel, stamma, rodna eller svettas, vilka ofta associeras till flirtande i verkliga livet, undvikas eller reduceras (Daneback, 2006).

Vidare ansåg Daneback (2006) att ett av de mest signifikanta kännetecknen för Internet kan vara just möjligheten att försvinna om något skulle gå fel. Denna möjlighet till att kunna fly undan kan bidra till ett ökat mod som gör att människor vågar chansa och inte oroar sig för eventuella efterföljande konsekvenser. Anonymiteten bidrar till en frihetskänsla där vi kan agera utan att behöva bli sedda och utan att bli kontrollerade av andra (Daneback, 2006). Utan att bli observerade och utan att behöva blotta våra tankar, känslor och önskningar, kan anonymiteten bidra till att utöka vårt handlingsutrymme (Daneback, 2006).

George Orwells så kallade Storebrorsystem i boken "1984" kan ses som en motsats till dagens Internet då det där är möjligt att observera utan att observeras och utan konsekvenser. Det finns ett val.

När det gäller avslöjande information om den egna personen online hävdade Lea och Spears (1995 i Whitty & Carr, 2006) att mindre information ibland kan leda fram till ett större intresse. Brehm (1992) menade att ju mer individen tänker på den andre, desto mer ökar attraktionen vilket i sin tur påverkar kärleksrelationens utveckling. I en förälskelse kan förmågan att i fantasin skapa en drömbild om en framtid som är i det närmaste perfekt vara

väldigt viktig. Idealiseringen kan då möjligen vara den viktigaste kognitiva komponenten i förälskelsen (Brehm, 1992).

Många teoretiker har gjort försök att undersöka hur mycket folk är beredda att avslöja om sig själva online. Parks och Roberts (1998, i Whitty & Carr, 2006) hävdade att anonymiteten i cyberspace bidrar till att folk vågar visa sidor av sig själva som de inte skulle känna sig lika bekväma med att avslöja "face-to-face". De jämförde det här fenomenet med Thibaut och Kelleys (1959 i Whitty & Carr, 2006) "främling på tåget"-teori, som i grunden går ut på att folk känner sig mer bekväma med att öppna sig för någon som de förmodligen aldrig kommer att träffa igen. Vissa forskare har hävdat att cyberspace tillåter individen att avslöja sitt "sanna själv" på grund av den relativa anonymitet som upplevs där (Whitty & Carr, 2006). Internet möjliggör ett snabbt tillbakadragande, precis som avstigandet från ett tåg gör.

Peter och Valkenburg (2007) presenterade två hypoteser som beskriver två olika personlighetstypers dejtingstilar och hur Internet kan vara behjälpligt för att uppfylla deras behov. Kompensationshypotesen hävdar att människor som upplever mycket ångest när de ska dejta någon och som har lågt självförtroende för sitt utseende kompenserar det som de har svårt för offline genom att föra kommunikationen online (Peter & Valkenburg, 2007).

Peter och Valkenburg (2007) antog att den begränsade informationen, anonymiteten samt den förhållandevis kontrollerbara kommunikationen online, tillåter dessa människor att kompensera för det som skulle kunna komplicera deras dejtande offline.

Rekreationshypotesen hävdar att människor som är sexuellt frigjorda och sensationssökare letar efter tillfälliga partners online då anonymiteten på Internet underlättar detta. Både kompensations- och rekreationshypotesen har grundats på antagandet att människor är målinriktade när det gäller att välja tillfälliga partners på Internet. Om sökandet efter tillfälliga partners kräver mindre ansträngning på Internet än i "face-to-face"-situationer så ansluter sig människor mer frekvent till partnersökande som sker online än till partnersökande som sker offline (Peter & Valkenburg, 2007).

En del studier bekräftade kompensationsidén (Amichai-Hamburger et al., 2002; McKenna et al., 2002 i Peter & Valkenburg, 2007), andra fann motsatta resultat (Kraut et al., 2002; Peter et al., 2005; Waestlund et al., 2001 i Peter & Valkenburg, 2007) och en tredje grupp fann inget samband som bekräftade kompensationsidén (Amichai-Hamburger & Ben-Artzi, 2003; Scealy et al., 2002 i Peter & Valkenburg, 2007). De olika studierna baserades på olika online-aktiviteter som skiljde sig mycket åt i sin sociala karaktär, rangordnat från nedladdning av

underhållning (e.g. Scaely et al., 2002 i Peter & Valkenburg, 2007), till användandet av chatrum (e.g. Amichai-Hamburger et al., 2002 i Peter & Valkenburg, 2007).

Sammanfattningsvis framkom resultat som bekräftade rekreationshypotesen i stor utsträckning, men däremot inte kompensationshypotesen, det vill säga människor med hög ångest för dejting och lågt självförtroende utseendemässigt letar inte oftare efter dejting online än vad människor med låg ångest för dejting och högt självförtroende utseendemässigt gör (Peter & Valkenburg, 2007).

Daneback (2006) lyfte också fram möjligheten att vissa användare uppfattade flirtandet som en rekreativ aktivitet eller en del i att hitta en partner för cybersex utan några som helst intentioner att träffas i verkliga livet.

Attraktion

Vad är attraktion? Egidius (1995) förklarade begreppet som ”en dragning som olika människor kan känna till någon annan i form av sympati, beundran, identifiering, kärlek, bindning eller vänskap” (s.23). Själva ordet betyder alltså i princip ”dragningskraft” och det är ofta så attraktion beskrivs, nämligen att en person känner sig dragen till en annan person, ofta av många olika anledningar, motiv och orsaker. Det engelska uttrycket ”you never get a second chance to make a first impression” appellerar inte bara till utseende utan även till individens sociala kompetens.

McKenna et al. (2002) ansåg att Internets unika struktur förenklar för individer att hitta andra som har likartade intressen som de själva.

Byrne är en förgrundsfigur inom socialpsykologins attraktionsforskning. Han har föreslagit att likhet i attityder, alltså hur lika två personer är i sin inställning till ett givet ämne, skulle vara en grund för attraktion. Detta beskriver han i sin bok ”The Attraction Paradigm” som utkom 1971.

Nilsson (2007) menade att de faktorer som styr attraktionen mellan människor, sådant de flesta letar efter hos en potentiell partner, kan sammanfattas i tre hierarkiskt ordnade nivåer. Första nivån är personlighetsfaktorer som står för likhet, värme och engagemang, andra nivån är passion, attraktion och spänning, och tredje och sista nivån är resurser, status och inflytande.

En tvärkulturell undersökning gjord av Buss (1989) i 37 kulturer som gällde val av äktenskapspartner utifrån olika egenskaper, visade bland annat att både män och kvinnor ansåg att pålitlighet, ömsesidig attraktion och känslomässig stabilitet var de viktigaste

komponenterna. En påtaglig genusskillnad framträdde i denna undersökning, nämligen att kvinnor tenderade att tycka att ekonomisk trygghet var viktigt, medan män tyckte att utseende var viktigare (Buss, 1989).

För att försöka matcha ihop två individer använder sig många dejtningssajter av personlighetstest där individen får svara på en mängd frågor. De resultat som en individ får används sedan för att matcha ihop denne med andra användare på sajten. Viss kritik har riktats mot testinstrumenten och den marknadsföring som finns hos olika sajter, detta eftersom sajternas vetenskapliga grund garanteras genom de testinstrument som tillämpas, även om dessa inte är tillräckligt vetenskapligt underbyggda (Houran, Lange, Rentfrow & Bruckner, 2004).

Likartade attityder - en grund för attraktion. Om två individer har likartade åsikter tenderar de, enligt Byrne (1971) att fatta tycke för varandra. Attraktion behöver inte i alla lägen innefatta förälskelseprocessen, utan kan även påverka hur individer uppfattar varandra i allmänhet. Att en individ upplever att en främling har samma attityder som en själv skulle kunna, enligt Byrne och Clore (1967 i Byrne, 1997), uppfattas som belönande. Byrne (1997) menade att attityder antas skapa positiva affekter som i sin tur gör människor attraherade av varandra.

Människor tenderar att känna sig odugliga när deras uppfattning om omvärlden och dem själva inte valideras av andra (Byrne & Clore, 1967 i Byrne, 1997). Dwyer (1997 i Nilsson, 2007) menade att när människor däremot delar åsikter och attityder med varandra så stärker detta också den egna självkänslan och bekräftar den egna bilden av världen som korrekt. Byrne och Clore (1967 i Montoya & Horton, 2004) försökte förklara denna så kallade förstärkta likhetseffekt med "the Reinforcement-Affect Model". De menade att om en person visar sig ha likartade attityder som en själv, så förstärker detta de egna attityderna och bekräftar deras riktighet, de tillhandahåller alltså en samstämmig validering av dessa (Byrne & Clore, 1967 i Montoya & Horton, 2004).

Pines (1999 i Nilsson, 2007) ansåg att om det i början av en relation är viktigt att ha liknande åsikter och attityder så kommer det längre fram i relationen att vara viktigare med likartade personligheter. Detta kan bero på, som Byrne (1997) ovan postulerade, att det människor uppskattar hos sig själva också är det de sätter värde på hos en annan.

Utseendets betydelse för attraktion. Relationer som utvecklas "face-to-face" är till största delen baserade på fysisk attraktivitet jämfört med relationer som grundats på Internet, vilka mer baseras på gemensamma avslöjanden av personlig karaktär (Cooper & Sportolari, 1997). Friedin (2006) menade att relationer som grundats på Internet även verkar baseras på sådant som personliga värderingar, uppfattningar, kommunikationssätt, likheter och humor.

Forskning har visat att de individer som anses vara utseendemässigt vackra har en uttrycklig social fördel vid "face-to-face"-möten (Brehm, 1992). Dessa individer får ofta även tillskrivet sig "bra inre egenskaper" baserat på deras vackra yttre (Cooper & Sportolari, 1997).

Fotografi på profilsidan. Dejtingsajter uppmanar ofta sina användare att bifoga ett fotografi på den personliga profil som presenterar användaren på sajten (Donn & Sherman, 2002 i Friedin, 2006). Det är dock inte helt problemfritt då människor ibland använder fotografier som inte visar dem själva alternativt inte är nytagna (Donn & Sherman, 2002 i Friedin, 2006). Forskning som gjorts angående webbaserade relationer visar att andra faktorer såsom likhet spelar större roll än fysisk attraktivitet och fysisk närvaro (Cooper & Sportolari, 1997).

Whittys (Whitty & Carr, 2006) forskning om dejting via Internet som genomfördes 2003/2004 visade att 97 % av männen tyckte att det var viktigt att kunna se hur personen såg ut jämfört med 83 % av kvinnorna. I detta fall behövde det inte röra sig specifikt om fysisk attraktivitet, utan framförallt möjligheten att kunna bilda sig en uppfattning om personens utseende.

Olikhet – en grund för attraktion? Det finns inte lika stort forskningsmässigt stöd för att olikheter skulle vara attraherande mellan människor som för att likhet är det (Sannafrank, 1983 i Amodio & Showers, 2005). Alltför stora olikheter mellan människor brukar förr eller senare ge upphov till missnöje med relationen (Nilsson, 2007). Det finns en möjlighet att människor kan dras till varandra för att de på något sätt kompletterar varandras personligheter, intressen, egenskaper och behov, och ibland sägs personligheterna till och med vara väldigt särskiljande. Det finns dock som tidigare nämnts få empiriska belägg för detta (O'Leary & Smith, 1991 i Nilsson, 2007). Endast olikhet var enligt Brehm (1992) en mindre tillfredställande grund för att en relation skulle kunna utvecklas, olikheten kunde istället bli en källa till ständiga konflikter.

Det har föreslagits en alternativ modell angående hur attraktionen och tillfredsställelsen med relationen påverkas när två individer är olika varandra (Aron, Paris & Aron, 1995). Denna modell påvisar hur individen kan nå personlig utveckling, samt utvidga sitt själv, genom att

införliva sin partners attribut (Aron et al., 1995). Från det här perspektivet kan det påstås att de mest attraktiva partnererna är de som erbjuder den största möjligheten till självutveckling (Aron et al., 1995). Brehm (1992) menade dock att olikhet trots allt kan vara en möjlighet för att individerna skall fortsätta framstå som intressanta och spännande för varandra.

Anknytning

Bowlby (1996) hävdade att den första anknytningen vi människor får uppleva fungerar som ett relationsschema och att detta schema kommer införlivas i senare relationer. Bartholomew (1990 i Griffin & Bartholomew, 1994) har systematiserat Bowlbys definition av inre arbetsmodeller och gjorde en klassificering bestående av fyra kategorier som rör vuxen anknytning, nämligen trygg, ambivalent, undvikande och avvisande anknytning. Med hjälp av dessa kategorier kunde hon lättare studera individuella skillnader i anknytningssätt mellan olika arbetsmodeller. Zhang och Hazan (2002) ansåg att det har blivit empiriskt bevisat att arbetsmodeller associeras med perceptuella och beteendemässiga skillnader i sociala relationer.

Enligt Shaver, Hazan och Bradshaw (1988) är individers anknytningsstilar ofta relativt konstanta över livsspannet. De ansåg att de individuella skillnader som förekommer i romantisk anknytning kan tänkas återspegla erfarenheter som individen haft i sina primära anknytningsrelationer under barndomen (Shaver, Hazan & Bradshaw, 1988). Om detta stämmer kan det snarare bli en upprepning av tidigare anknytningsmönster och möjligheten till självutveckling, som nämnts innan, kan tänkas bli inskränkt till viss del.

Bland vuxna människor kan det skönjas ett likartat anknytningsmönster som barn har där dessa försöker bevara fysisk närhet på ett tidigt stadium (Hazan & Shaver, 1994a, Hazan & Shaver, 1994b).

Anknytningen mellan barn och vuxna utgör en viktig social erfarenhet som påverkar hur människor uppfattar sig själva och andra samt vilka krav och behov, medvetet eller omedvetet, de har när de går in i en kärleksrelation senare i livet (Parkes, Stevenson-Hinde & Marris, 1993 i Nilsson, 2007). Denna sociala erfarenhet spelar förmodligen en avsevärd roll även för de som dejtjar på Internet.

Det är inte enbart tidiga anknytningserfarenheter som avgör kvaliteten på de relationer människor har i vuxen ålder, de relationer som skapas senare i livet har också betydelse.

Tidiga anknytningsmönster behöver alltså inte alltid bli till ett repetitivt mönster i människors första relationer (Parkes et al., 1993; Hazan, Campa & Gur-Yaish, 2006 i Nilsson, 2007).

I de forskningsrapporter som först föreslog att anknytningsteorin skulle tillämpas för att förstå dynamiken i kärleksrelationer påvisades ett antal parallella fenomen mellan barns föräldrarelation och den vuxnes kärleksrelation (Hazan & Shaver, 1987; Shaver, Hazan & Bradshaw, 1988). En vanlig psykoanalytisk tanke är att det späda barnet i vissa fall tillskriver föräldern mer styrka och klokhet än denne i själva verket har. Detta kan beskrivas vara en normal form av idealisering. När det gäller det inledande skedet av kärleksrelationer förekommer ofta en liknande typ av idealisering. Om det skulle finnas en del negativa kvaliteter hos partnern så tenderar individen att antingen förneka eller bortförklara dessa. Istället betraktas partnern som mycket speciell eller kanske helt igenom god. En sådan typ av idealisering av partnern är helt normal och förekommer både innan och efter att individen vill inleda ett förhållande med partnern i fråga. Som tidigare nämndes i avsnittet om kommunikation så kan det även tänkas förekomma idealiseringar bland vuxna människor som dejtar andra online (McKenna et al., 2002). Det förekommer vanligtvis en gallring mellan möjliga partners innan individen bestämmer sig för tvåsamhet med en specifik partner. När individen väl bestämt sig för att satsa på en partner som i dennes ögon är ”tillräckligt bra” tenderar partnerns goda sidor att överskugga de sidor som kan anses vara dåliga. Idealiseringen beror inte fullt ut enbart på den individ som gallrat ut en ”tillräckligt bra” partner, det är även vanligt förekommande att den tilltänkta partnern är benägen att initialt uppvisa fler goda än dåliga sidor av sig själv (Broberg, Granqvist, Ivarsson & Risholm Mothander, 2006). När människor uppmärksammar olika presentationstexter online tenderar de att i dessa situationer idealisera dessa eventuella virtuella partners (Walther, Slovacek & Tidwell, 2001 i Whitty & Carr, 2006).

Detta fenomen, att så att säga marknadsföra sig själv, inträffar även vid dejtande i cyberspace. Hur pass verklighetstrogen denna marknadsföring är beror på om individen vill träffas i verkliga livet eller inte. Om det finns en avsikt att träffas offline kan den personliga beskrivningen nyanseras med både positiva och negativa egenskaper, vilket skulle kunna motverka idealiseringen. Gibbs, Ellison och Heino (2006) skriver att människor med långsiktiga mål att etablera ”face-to-face-relationer” är villiga att i större utsträckning avslöja sig själva på så sätt att de är mer ärliga, avslöjar mer personlig information och gör mer medvetna och intentionella avslöjanden till andra online. Dessa människor försöker presentera

sig själva på ett mer realistiskt sätt, vilket inkluderar både negativa och positiva attribut, eftersom de är medvetna om att deras olika attribut förr eller senare ändå kommer att avslöjas om de ska ha en "face-to-face"-relation.

Sammanfattning av teoriavsnittet

Kommunikation spelar en central roll i själva utvecklandet av en relation. När kommunikationen mellan två individer är webbaserad kan en del information saknas. När en del information saknas tenderar en del individer att idealisera den potentiella partnern. Denna idealisering kan leda till att individer attribuerar den potentiella partnern som allt igenom god, det fundamentala attributionsfelet kan därmed göra sig gällande. Upplevelsen hos dessa individer kan vara att den potentiella partnern använt sig av falsk marknadsföring, när det istället handlar om att de har fantasier om en person som de fortfarande inte riktigt fått en tillräckligt tydlig bild av. Individer som träffas online kan bli attraherade av varandra både genom idealisering av varandra och även känslan och upplevelsen av likhet i attityder och personlighet. Avsikten med kontakten skulle även kunna avgöra hur potentiella partners framställer sig själva online. Anonymiteten på Internet verkar kunna bidra till en känsla av säkerhet hos individen, samt möjligheten att visa sidor av sig själv som annars inte alltid känns helt bekväma. Hur vuxna individer knyter an till potentiella partners har visat sig bottna i hur dessa blivit anknutna i spädbarnsålder.

Syfte

Syftet med denna uppsats är att undersöka vad det är som får människor att vilja träffas "face-to-face" utifrån en kontakt via Internet, vidare att ta reda på vad som väcker attraktion för en annan människa med utgångspunkt från Internetdejtingsajten Q500. Detta är tänkt att ske utifrån följande frågeställningar:

- 1) Vad uppfattar användarna på Q500 som särskilt attraherande?
- 2) Vad kan tänkas leda fram till en dejt offline från en kontakt online?
- 3) Finns det några signifikanta skillnader mellan könen, de som dejtat och de som inte dejtat någon tidigare via Internet angående hur de skattat frågeområdena i enkäterna, samt om civilstånd och ålder korrelerar med svarstendensen?

Metod

Deltagare

Deltagare i undersökningen var användare på Internetsajterna Q500.no och Q500.se i åldersspannet 20-79 år, som grupperades i följande kategorier:

20-29 år, 30-39 år, 40-49 år, 50-59 år, 60-69 år och 70-79 år.

Spridningen såg ut på följande sätt:

20-29	107 st.
30-39	173 st.
40-49	233 st.
50-59	159 st.
60-69	54 st.
70-79	6 st.

Deltagarna i undersökningen var ett stickprov ur en population Internetdejtare. Urvalet var inte randomiserat då de alla var användare på sajten Q500. Deltagandet var helt frivilligt och det totala antalet deltagare i undersökningen var 732 stycken, varav 395 kvinnor och 337 män. Alla som har varit delaktiga i undersökningen, det vill säga alla 732 individerna, har besvarat samtliga frågor i enkäterna. 266 av personerna i undersökningen har inte tidigare dejtat någon via Internet, medan 466 personer har dejtat någon via Internet. Det var 460 singlar, 13 sambos, 26 särbos, 219 skilda och 14 gifta som svarade på enkäterna. De som var sambos, särbos och gifta var som synes få till antalet. Vid den statistiska bearbetningen där civilstånd användes som variabel lades dessa grupper ihop till en grupp och då utifrån att samtliga befann sig i en relation. Den andra gruppen utgjordes då av singlar och skilda med den gemensamma nämnaren att inte befinna sig i en relation.

Material

Två enkäter utformades med syfte att samla in aktuell data på området. Dessa inleddes med en så kallad "utslussningsfråga" gällande huruvida dejting skett via Internet. Den person som inte har dejtat någon tidigare via Internet slussades fram till enkätundersökning 1 och den person som hade dejtat någon eller några via Internet slussades fram till enkätundersökning 2. Enkätundersökning 1 utformades för att gälla framtida dejter och enkätundersökning 2 utformades för att gälla genomförda dejter.

Frågorna var i så stor utsträckning som möjligt lika varandra, med hänsyn taget till tempus, i båda enkäterna. Vidare var enkäterna indelade i olika teman. Dessa teman var: vad som kan vara intresseväckande hos en person, frågor om relationstestet, vad som skulle kunna leda

fram till en dejt, vilka förhoppningar man har med att dejta någon från Q500 och hur det gick om man dejtade någon från Q500. I båda enkäterna ingick dessutom frågor om kön, civilstånd, ålder samt frågor om sajten Q500.

I den statistiska bearbetningen skrevs Likert-skalan från enkäterna till största delen ut enligt följande: ”inte alls viktigt”, ”mindre viktigt”, ”ganska viktigt”, ”viktigt” och ”mycket viktigt”. Det förekom även andra uttryck än ”viktigt” för skattning, detta som en följd av hur frågan ställdes, men graderingen (till exempel ”inte alls”, ”mindre” osv.) var i stort sett ett kontinuum. De frågor som ställdes i enkäterna bottnade till stor del i befintlig teoretisk grund inom området, såsom likhetsteorin inom attraktionsforskningen men även angående hur relationer formas online. Nästan varje fråga i enkäterna är femskaligt graderad enligt Likert-skalan som spände mellan följande påståenden: ”inte alls” och ”mycket” och dessa användes mest frekvent. En fråga i varje enkät hade även en sexgradig skala, eftersom denna gällde relationstestetets sex olika delar.

Eftersom det fanns intresse från Q500s sida att publicera enkäterna på både den norska och svenska sajten gjordes både en norsk och en svensk version av de båda enkäterna, detta var något som även författarna var angelägna om. Översättningen till norska gjordes av projektledare Ingvild Sommer på Q500. En del formuleringar i de norska enkäterna fick ändras så att det inte skulle bli några syftningsfel och detta gjordes i samråd med författarna. Efter att diverse korrigeringar gjorts blev det sammanlagt 57 frågor som fördelade sig enligt följande: 31 stycken i enkätundersökning 1 och 26 stycken i enkätundersökning 2. Därefter lade Q500s programmerare upp en testversion på Q500s testsajt. Med hjälp av ett tillfälligt användarnamn och lösenord kunde författarna komma in på testversionen till de båda enkäterna och granska hur de såg ut. Efter detta gjorde Q500s programmerare de sista korrigeringarna och lade ut enkäterna på användarkontona på både Q500.no och Q500.se.

Undersökningens genomförande

Enkäterna kom fram när användarna på Q500 loggade in på sina profiler. Enkäterna låg då som en ”banner” i en rullande ”bannerlist” högst upp på användarnas profilsidor. ”Bannern” bestod av en informationstext som talade om att detta var en enkätundersökning som gjordes av två psykologistudenter vid Lunds universitet. När deltagaren sen klickade sig vidare på denna kom en annan informationstext upp som löd:

”Vi vill undersöka vad det är som leder fram till en dejt från en kontakt på Q500. Vi är alltså intresserade av vad som gör att två människor vill träffas i verkligheten och inte enbart hålla kontakt via Internet”.

Eftersom olika ”banners” kontinuerligt rullade på profilsidan var inte enkäterna ständigt i fokus vid varje tillfälle en användare loggade in på sin profil, vilket kan ha minskat deltagarantalet. Ett försök att öka deltagarantalet gjordes genom att visa ”bannern” oftare och därmed ge den högre prioritet bland de ”banners” som visades i ”listen”. Tidsfristen för att ha enkäterna publicerad på Q500 blev totalt tre veckor. Tanken var först att ha enkäterna uppe på sajten i bara en vecka, men eftersom det inte var så många svar efter att denna vecka passerat så tilläts enkäterna ligga uppe i två veckor till. När tiden väl gått ut bifogades samtliga svar i SPSS-konverterat format via e-post till författarna.

Q500 – ”För dig som söker kärleken”. Eftersom enkäterna för denna uppsats var publicerade på Q500.no och Q500.se är det på sin plats att beskriva vad detta är för typ av sajter och hur upplägget ser ut där. Q500 beskriver sig som en ”dejtingsajt för alla som söker efter långsiktig kärlek eller vänskap”. På sajten kan man även få reda på att tjänsten är utvecklad av Mocca Software AS och att copyright innehas av Mocca International GmbH.

Q500 lanserades i Norge i april 2006 och finns bland annat även i Sverige och Danmark. Q500 har idag 157 885 medlemmar, dessa har en genomsnittsålder på 31 år (2007-11-25). Att lägga upp en ny profil på sajten innebär inte en kostnad på en gång. Om det däremot önskas tillgång till alla tjänster som står till buds på Q500 betalas det för ett abonnemang. Q500 använder sig av ett relationstest för att förenkla matchningen mellan olika individer som har sina profiler upplagda på sajten. På sajten förklaras syftet med relationstestet enligt följande;

I relationstestet svarar du på frågor inom områden som är viktiga i ett förhållande, personlighet, värderingar, intressen, sexuell profil, samlevnad och kommunikation. Forskning visar att likhet i värderingar, åsikter och intressen skapar sympati och dragningskraft mellan två personer, och att lika personlighet ger en grund för en bra förståelse och kommunikation mellan parterna. När du gör testet kommer du att uppleva och lära dig mer om dig själv och vad du önskar dig av ett förhållande. Dina svar ger oss en grund till att utarbeta en personlig analys av dig som person. Analysen ligger som

grund när vi matchar dig med andra medlemmar. Relationstestet på Q500 är utvecklat av skandinaviska experter.

(http://www.q500.se/guest_main_page.aspx?p=rel, 2007-11-25)

Den personliga analys som medlemmarna på Q500 kan ta del av förankras till stor del i femfaktorteorin, det vill säga Big Five.

Bearbetning och analys av insamlad data

För den statistiska bearbetningen användes dataprogrammet SPSS. De statistiska bearbetningsmetoder som användes för att ta fram resultatet var Student's t-test och One sample t-test, frekvensberäkningar, korrelationsberäkningar och One-way ANOVA.

De signifikansnivåer som valdes var $p < 0,05$, $p < 0,01$ och $p < 0,001$. Cohens d tillämpades för att få ett mått på effektstorlek när det enbart fanns två medelvärden. En liten effektstorlek har värdet (Cohens d) 0,20, en medelstor effekt har värdet 0,50 och en stor effekt har 0,80.

Resultat

Ambitionen med denna undersökning var att försöka utröna vad användarna på Q500 uppfattade som attraherande, det vill säga väckte intresset för och ökade dragningskraften till en annan person, och vad användarna uppfattade kunde leda fram till en dejt från en kontakt på dejtingsajt Q500. Denna dejtingsajt använder sig av ett så kallat relationstest och det är ett av områdena som har undersökts beträffande vad som kan skapa kontakt mellan människor. Svarsfrekvensen som användarna får på relationstestet omvandlas till en procentsats som sedan används av sajten för att kunna matcha ihop dem med andra användare.

Enkäterna bestod totalt av fyra områden. Eftersom den insamlade data blev så omfattande såg författarna sig tvungna att begränsa resultatredovisningen till de tre områden som är mest relevanta utifrån uppsatsens frågeställningar.

Dessa tre områden var:

”Vad attraherar Internetdejtarna på Q500?”, ”Frågor om Q500s relationstest” och ”Vad leder fram till en dejt via Q500?”. Bland dessa områden har statistiska beräkningar gjorts i förhållande till män och kvinnor, samt de som har dejtat och de som inte har dejtat någon via Internet. Dessutom ställdes bland annat frågor om anonymitet och hur väl en personbeskrivning online kan stämma överens med verkligheten.

Deskriptiva data

Vad attraherar Internetdejtarna på Q500? Ett område i enkäterna handlade om vad som kan väcka intresse för en annan person på Q500. Bland de frågor som fanns på detta område var det frågan om ”öppenhet i kommunikationen” som skattades högst av hela gruppen (se tabell 1). Därefter skattades ”foto”, ”personlig och utförlig presentationstext”, ”utseende”, ”relationstestets totala matchningsprocent”, alltså den procentsats som används för att se om användarna matchar varandra, ”geografisk närhet”, ”social status”, ”utbildning” och ”inkomst” (se tabell 1). Av svaren att döma kan det antas att grunden för det som väcker intresset för en annan person är möjligheten att kunna skapa kontakt men även att kunna se personen och göra sig en bild av denne.

Tabell 1.

Medelvärden och standardavvikelser för vad som attraherar Internetdejtarna på Q500

	<i>M</i>	<i>SD</i>
Öppenhet i kommunikationen	4,03	0,89
Foto	3,92	1,15
Personlig, utförlig presentationstext	3,91	1,07
Utseende	3,42	0,98
Relationstestets totala matchningsprocent	3,14	1,16
Geografisk närhet	3,09	1,26
Social status	2,71	1,16
Utbildning	2,65	1,21
Inkomst	2,10	1,03

Not: N=732

Vad attraherar män på Q500? ”Foto” skattades högst av män (se tabell 2). Därefter skattade männen enligt följande ordning; ”öppenhet i kommunikationen”, ”personlig och utförlig presentationstext”, ”utseende”, ”relationstestets totala matchningsprocent”, ”geografisk närhet”, ”social status”, ”utbildning” och ”inkomst” (se tabell 2).

Vad attraherar kvinnor på Q500? ”Öppenhet i kommunikationen” var det som kvinnor skattade högst (se tabell 2). Därefter skattade kvinnorna enligt följande ordning; ”personlig och utförlig presentationstext”, ”foto”, ”utseende”, ”relationstestets totala matchningsprocent”, ”geografisk närhet”, ”social status”, ”utbildning” och ”inkomst” (se tabell 2).

Skillnader mellan män och kvinnor rörande attraktiva faktorer. Det fanns signifikanta skillnader mellan män och kvinnor för alla frågorna (se tabell 2), förutom en och denna fråga gällde "utseende". "Foto" var visserligen signifikant, men med en svagare signifikansnivå än övriga frågor som alla höll den starkaste signifikansnivån (se tabell 2). Överlag låg kvinnorna högre än männen, förutom på frågan om "foto" (se tabell 2). Det var moderat hög effektstorlek mellan könen på frågorna som gällde "social status", "utbildning" och "inkomst" (se tabell 2).

Tabell 2.

Skillnader mellan män och kvinnors skattning rörande attraktiva faktorer uttryckta i medelvärden, standardavvikelser, differens, t-värde och effektstorlek (Cohens d)

	<i>M</i>		<i>SD</i>		<i>diff</i>	<i>t</i> -värde	<i>d</i>
	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor			
Öppenhet i kommunikationen	3,88	4,16	0,94	0,83	-0,27***	-4,18	0,31
Foto	4,01	3,84	1,11	1,18	0,17*	2,04	0,15
Personlig, utförlig presentationstext	3,65	4,14	1,10	0,99	-0,49***	-6,34	0,47
Utseende	3,41	3,43	1,06	0,91	-0,02	-0,33	0,02
Relationstestets totala matchningsprocent	2,91	3,33	1,17	1,12	-0,42***	-4,94	0,37
Geografisk närhet	2,81	3,32	1,29	1,19	-0,51***	-5,54	0,41
Social status	2,26	3,09	1,07	1,10	-0,82***	-10,21	0,76
Utbildning	2,21	3,03	1,10	1,16	-0,82***	-9,71	0,72
Inkomst	1,77	2,38	0,91	1,06	-0,61***	-8,29	0,62

Not: * = $p < 0,05$; ** = $p < 0,01$; *** = $p < 0,001$

Skillnader mellan de som dejtat och de som inte dejtat tidigare via Internet rörande attraktiva faktorer. Det fanns signifikanta skillnader mellan de som dejtat och de som inte dejtat någon via Internet på följande tre frågor; "personlig och utförlig presentationstext", "öppenhet i kommunikationen" och "geografisk närhet" (se tabell 3). Medelvärdena för de

som dejtat via Internet var högre på samtliga tre frågor än för de som inte dejtat via Internet sedan tidigare (se tabell 3).

Tabell 3.

Skillnader mellan de som dejtat och de som inte dejtat tidigare via Internet rörande attraktiva faktorer uttryckta i medelvärden, standardavvikelser, differens, t-värde och effektstorlek (Cohens d)

	<i>M</i>		<i>SD</i>		<i>diff</i>	<i>t</i> - värde	<i>d</i>
	<i>Inte dejtat</i>	<i>Dejtat</i>	<i>Inte dejtat</i>	<i>Dejtat</i>			
Öppenhet i kommunikationen	3,91	4,10	0,95	0,85	-0,19**	2,72	0,21
Foto	3,95	3,89	1,07	1,20	0,06	0,64	0,05
Personlig, utförlig presentationstext	3,73	4,02	1,05	1,07	-0,28***	3,48	0,27
Utseende	3,36	3,45	0,98	0,97	-0,10	1,30	0,10
Relationstestetets totala matchningsprocent	3,14	3,13	1,13	1,18	0,01	0,11	0,01
Geografisk närhet	2,91	3,19	1,25	1,26	-0,27**	2,83	0,22
Social status	2,61	2,77	1,07	1,21	-0,16	1,81	0,14
Utbildning	2,56	2,71	1,14	1,24	-0,15	1,62	0,13
Inkomst	2,17	2,06	1,02	1,04	0,10	1,30	0,10

Not: * = $p < 0,05$; ** = $p < 0,01$; *** = $p < 0,001$

Frågor om Q500s relationstest. Ett annat område i enkäterna var frågor om Q500s relationstest. Bland annat fick deltagarna svara på hur viktiga de olika delarna i relationstestet ansågs vara. Av samtliga frågor inom detta område var det frågan om ”kommunikation” som hela gruppen ($N=732$) skattade högst (se tabell 4). Därefter skattades ”personlighet”, ”värderingar”, ”samlevnad”, ”sex”, ”intressen” och till sist skattades både ”inställning till relationstestet” och ”matchningen av relationstestetets staplar” till samma medelvärde (se tabell 4). Även här är kommunikation skattad som den viktigaste faktorn, vilket skulle kunna ses som en grund för att överhuvudtaget kunna skapa en relation Internetdejtare emellan.

Tabell 4.

Medelvärden och standardavvikelser för frågor om relationstestet för hela gruppen

	<i>M</i>	<i>SD</i>
Kommunikation	4,99	1,13
Personlighet	4,59	1,16
Värderingar	4,39	1,30
Samlevnad	4,34	1,26
Sex	3,91	1,52
Intressen	3,87	1,27
Inställning till relationstestet	3,05	1,17
Matchning av relationstestets staplar	3,05	1,19

Not: N=732

Q500s relationstest – vad anser män vara viktigast? Den del i "Frågor om relationstestet" som männen skattade högst var "kommunikation" (se tabell 5). Därefter skattade männen enligt följande ordning; "personlighet", "samlevnad", "sex", "värderingar", "intressen", "inställning till relationstestet" och "matchningen av relationstestets staplar" (se tabell 5).

Q500s relationstest – vad anser kvinnor vara viktigast? Även kvinnorna skattade "kommunikation" högst i "Frågor om relationstestet" (se tabell 5). Därefter skattade kvinnorna enligt följande ordning; "personlighet", "värderingar", "samlevnad", "intressen", "sex", "matchningen av relationstestets staplar" och "inställning till relationstestet" (se tabell 5).

Skillnader mellan män och kvinnor rörande frågor om relationstestet. Det framkom signifikanta skillnader mellan mäns och kvinnors åsikter om relationstestet på alla frågorna (se tabell 5), utom en. Denna fråga gällde delen "samlevnad" i relationstestet (se tabell 5). Kvinnorna skattade högre än män på alla frågor utom delen "sex" i relationstestet (se tabell

5). På delen ”värderingar” i relationstestet var effektstorleken relativt stor angående skillnaden mellan könen, de andra delarna visade inte lika stora skillnader mellan könen (se tabell 5).

Tabell 5.

Skillnader mellan män och kvinnor rörande frågor om relationstestet uttryckt i medelvärden, standardavvikelser, differens, t-värde och effektstorlek (Cohens d)

	<i>M</i>		<i>SD</i>		<i>diff</i>	<i>t</i> -värde	<i>d</i>
	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor			
Kommunikation	4,74	5,20	1,23	0,99	-0,46***	-5,54	-0,41
Personlighet	4,37	4,78	1,25	1,04	-0,41***	-4,86	-0,36
Samlevnad	4,26	4,40	1,26	1,26	-0,14	-1,46	-0,11
Värderingar	3,92	4,78	1,34	1,11	-0,86***	-9,51	-0,70
Sex	4,11	3,73	1,49	1,52	0,38***	3,36	0,25
Intressen	3,70	4,03	1,37	1,16	-0,33***	-3,51	-0,26
Inställning till relationstestet	2,85	3,23	1,19	1,13	-0,37***	-4,32	-0,32
Matchning av relationstestets staplar	2,80	3,26	1,18	1,16	-0,47***	-5,38	-0,40

Not: * = $p < 0,05$; ** = $p < 0,01$; *** = $p < 0,001$

Skillnader mellan de som dejtat och de som inte dejtat tidigare via Internet rörande frågor om relationstestet. Det fanns en enda signifikant skillnad mellan de som dejtat och de som inte dejtat någon via Internet och den gällde ”matchningen av relationstestets staplar”, $t(732) = 2,81$; $p < 0,01$; $d = 0,22$. Även här var medelvärdena högre för de som dejtat via Internet ($M = 3,14$; $SD = 1,20$) än medelvärdena för de som inte dejtat tidigare via Internet ($M = 2,88$; $SD = 1,16$).

Vad leder fram till en dejt via Q500? Det tredje och sista stora området i enkäterna handlade om vad som kan leda till en dejt. Av de sex frågorna på detta område skattade gruppen som helhet ($N=732$) ”att veta tillräckligt mycket om en person” högst (se tabell 6). Därefter skattades ”snabba svar får mig mer intresserad”, ”flirta via Q500:s flirttjänst”, ”att verka

angelägen”, ”att sakna en del information kan vara intresseväckande” och till sist ”att verka vara svårfångad” (se tabell 6). Svaren antyder att snabb information och att intresse visas är viktiga beståndsdelar i vad som leder fram till en dejt. Däremot verkar deltagarna uppfatta ett mer tillbakadraget förhållningssätt som hämmande för utvecklingen mot en dejt.

Tabell 6.

Medelvärden och standardavvikelser kring vad som leder fram till en dejt via Q500 för hela gruppen

	<i>M</i>	<i>SD</i>
Veta tillräckligt	3,56	1,07
Snabba svar	3,55	1,07
Flirttjänst på Q500	2,72	1,31
Angelägen	2,61	1,10
Sakna en del info	2,24	1,12
Svårfångad	2,08	1,06

Not: N=732

Vad anser män kan leda fram till en dejt? Påståendet ”snabba svar får mig mer intresserad” var det som män (se tabell 7) skattade högst i ”Vad som kan leda fram till en dejt”. Därefter skattade männen enligt följande ordning; ”att veta tillräckligt mycket om en person”, ”flirta via Q500:s flirttjänst”, ”att verka angelägen”, ”att sakna en del information kan vara intresseväckande” och ”att verka vara svårfångad” (se tabell 7).

Vad anser kvinnor kan leda fram till en dejt? ”Att veta tillräckligt mycket om en person” var det som kvinnor (se tabell 7) skattade högst i ”Vad som kan leda fram till en dejt”. Därefter skattade kvinnorna enligt följande ordning; ”snabba svar får mig mer intresserad”, ”flirta via Q500:s flirttjänst”, ”att verka angelägen”, ”att sakna en del information kan vara intresseväckande” och ”att verka vara svårfångad” (se tabell 7).

Skillnader mellan män och kvinnor rörande vad som kan leda fram till en dejt. De signifikanta skillnader som framkom mellan män och kvinnor rörande vad som kan leda fram

till en dejt var på följande frågor ”att veta tillräckligt mycket om en person”, ”flirta via Q500:s flirttjänst” och ”snabba svar får mig mer intresserad” (se tabell 7). Kvinnor skattade ”snabba svar” och ”att veta tillräckligt mycket om en person” högre än män (se tabell 7). Män skattade att ”flirta via Q500:s flirttjänst” högre än kvinnor (se tabell 7).

Tabell 7.

Skillnader mellan män och kvinnor rörande vad som kan leda fram till en dejt uttryckt i medelvärden, standardavvikelser, differens, t-värde och effektstorlek (Cohens d)

	<i>M</i>		<i>SD</i>		<i>diff</i>	<i>t</i> -värde	<i>d</i>
	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor			
Snabba svar	3,47	3,63	1,09	1,05	-0,16*	-2,04	-0,15
Veta tillräckligt	3,25	3,82	1,07	1,01	-0,57***	-7,37	-0,55
Flirttjänst på Q500	2,87	2,60	1,30	1,31	0,27**	2,84	0,21
Angelägen	2,62	2,60	1,13	1,08	0,01	0,18	0,01
Sakna en del info	2,30	2,18	1,13	1,11	0,11	1,35	0,10
Svårfångad	2,08	2,08	1,08	1,04	0,00	-0,04	0,00

Not: * = $p < 0,05$; ** = $p < 0,01$; *** = $p < 0,001$

Skillnader mellan de som dejtat och de som inte dejtat tidigare via Internet beträffande vad som kan leda fram till en dejt. Det fanns signifikanta skillnader mellan de som dejtat och de som inte dejtat någon via Internet på följande fyra faktorer; ”flirta via Q500:s flirttjänst”, ”att verka vara svårfångad”, ”att veta tillräckligt mycket om en person” och ”att sakna en del information kan vara intresseväckande” (se tabell 8).

Medelvärdena för de som dejtat via Internet var lägre på samtliga fyra faktorer än för de som inte dejtat via Internet sedan tidigare (se tabell 8).

Tabell 8.

Skillnader mellan de som dejtat och de som inte dejtat tidigare via Internet rörande vad som kan leda fram till en dejt uttryckt i medelvärden, standardavvikelser, differens, t-värde och effektstorlek

	<i>M</i>		<i>SD</i>		<i>diff</i>	<i>t</i> -värde	<i>d</i>
	Inte dejtat	Dejtat	Inte dejtat	Dejtat			
Veta tillräckligt	3,71	3,47	1,04	1,08	0,25**	3,01	0,23
Snabba svar	3,50	3,58	1,10	1,05	-0,08	0,94	0,07
Flirttjänst på Q500	3,32	2,39	1,10	1,31	0,93***	9,79	0,77
Angelägen	2,70	2,56	1,07	1,11	0,14	1,61	0,12
Sakna info	2,38	2,15	1,12	1,11	0,23**	2,64	0,20
Svårfångad	2,26	1,98	1,07	1,03	0,27***	3,39	0,26

Not: * = $p < 0,05$; ** = $p < 0,01$; *** = $p < 0,001$

Resultat angett i procent för frågan ”Hur viktigt är/var det för dig att få vara anonym på sajten Q500”? I hela gruppen ($N=732$) skattade 25,7 % anonymitet som ”mycket betydelsefullt” (se tabell 9), vilket är typvärdet för totala antalet deltagare. 17,8 % skattade anonymitet som ”inte alls betydelsefullt”. I övrigt sågs en relativt jämn fördelning, men flertalet ansåg dock att anonymitet var av vikt (se tabell 9) för att vilja befinna sig på Q500, vilket även medelvärdet och standardavvikelsen för hela gruppen ($M = 3,23$; $SD = 1,43$) antyder.

Tabell 9.

Rangordnade resultat för totala antalet deltagare rörande anonymitet – angivet i procent

<i>Valid</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
Mycket betydelsefullt	188	25,7
Ganska betydelsefullt	159	21,7
Betydelsefullt	152	20,8
Inte alls betydelsefullt	130	17,8
Mindre betydelsefullt	103	14,1
Total	732	100

Skillnad mellan män och kvinnor rörande anonymitet. När det gäller mäns och kvinnors syn på anonymitet fanns det en signifikant skillnad, $t(732) = 7,84$; $p < 0,001$; $d = 0,60$, där kvinnor ($M = 3,59$; $SD = 1,39$) ansåg anonymitet vara mycket mer betydelsefullt än män ($M = 2,80$; $SD = 1,35$).

Skillnad mellan de som dejtat och de som inte dejtat tidigare via Internet rörande anonymitet. Det fanns ingen signifikant skillnad mellan de som dejtat och de som inte dejtat tidigare via Internet angående anonymitet, $t(732) = 1,35$; $p > 0,05$; $d = 0,10$. Medelvärdena för de som dejtat ($M = 3,17$; $SD = 1,42$) var något lägre än för de som inte dejtat tidigare via Internet ($M = 3,32$; $SD = 1,44$), men det går dock inte att utesluta slumpen när det gäller denna skillnad.

Hur viktigt var relationstestet för Internetdejtarnas val av Q500? Ett annat område i enkäterna handlade om hur viktigt relationstestet var för valet av Q500 som dejtingsajt. Av deltagarna ansåg 28,1 % att relationstestet var ”viktigt” för deras val av Q500. Överlag var det en jämn fördelning, dock med tonvikt på att det var viktigt för att avgöra valet av Q500 som dejtingsajt (se tabell 10). Även medelvärdet och standardavvikelsen för hela gruppen ($M = 3,48$; $SD = 1,23$) indikerade detta.

Tabell 10.

Rangordnade resultat för totala antalet deltagare rörande relationstestets roll för val av Q500 – angivet i procent

<i>Valid</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
Viktigt	206	28,1
Ganska viktigt	185	25,3
Mycket viktigt	182	24,9
Mindre viktigt	101	13,8
Inte alls viktigt	58	7,9
Total	732	100,0

Skillnad mellan män och kvinnor rörande relationstestets roll för val av Q500. Det fanns en signifikant skillnad mellan män och kvinnor, $t(732) = 3,94$; $p < 0,001$; $d = 0,29$, som visade att kvinnor ($M = 3,65$; $SD = 1,17$) tyckte att relationstestet spelade större roll för deras val av Q500 jämfört med män ($M = 3,29$; $SD = 1,27$).

Personbeskrivning online – stämde den med verkligheten? En annan fråga som förekom i enkäten löd; ”Stämde bilden du fått från informationen på Q500 väl överens med verkligheten?”. Största andelen (36,5 %) av de som hade dejtat någon ansåg att den bild de fått av en person utifrån informationen på Q500 ”stämmer ganska bra” med verkligheten (se tabell 11). Därefter skattade gruppen som dejtat ”stämmer bra” (24,5 %), vilket antyder att den information som fanns om en person på Q500 hade en överensstämmelse med verkligheten (se tabell 11). En del (11,8 %) ansåg dock att informationen om personen online inte stämde väl överens med verkligheten (se tabell 11).

Tabell 11.

Frekvenstabell för de som hade dejtat angående personbeskrivning online – överensstämmelse med verkligheten

		<i>N</i>	<i>%</i>
Bildöverensstämmelse	Stämmer ganska bra	170	36,5
	Stämmer bra	114	24,5
	Stämmer delvis	70	15,0
	Stämmer mycket bra	57	12,2
	Stämmer inte alls	55	11,8
Total		466	100,0

Civilståndets påverkan på antalet dejting via Internet. Civilstånd behandlades statistiskt som två grupper. Singlar och skilda utgjorde en grupp och sambos, särbos och gifta lades ihop till en grupp med det gemensamma att alla befann sig i en relation och eftersom dessa, som tidigare nämnts, var få till antalet.

Enligt beräkningar med One-way ANOVA framkom inte någon signifikant skillnad mellan dessa grupper beträffande hur många personer de dejtade via Internet (se tabell 12).

Tabell 12.

One-way ANOVA för civilstånd och hur många de dejtade

	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
Mellan grupperna	2,66	1	2,66	3,54	0,06
Inom grupperna	347,96	464	0,75		
Total	350,62	465			

Korrelationsberäkningar för ålder samt civilstånd. Korrelationsberäkningar har utförts med Pearson Correlation när det gäller ålderns och civilståndets eventuella betydelse för skattningarna av samtliga frågeområden från enkäterna. Det visade sig att det fanns en del svaga positiva samband (se tabell 13). Detta indikerar att åldern till viss del kan ha påverkat

svarstendensen medan civilstånd i mindre utsträckning har påverkat deltagarna att svara på ett specifikt sätt.

Tabell 13.

Korrelationsberäkningar med Pearson Correlation för ålder och civilstånd samt signifikanta resultat (Sig. 2-tailed)

	Ålder	Civilstånd två grupper
Anonymitet	0,16**	-0,04
Relationstestets roll för val av Q500	0,11**	-0,01
Chat/videochat	0,05	-0,09*
Foto	-0,09*	0,07
Personlig, utförlig presentationstext	0,18**	0,02
Öppenhet i kommunikationen	0,12**	-0,01
Utbildning	0,16**	0,02
Inkomst	0,10**	0,01
Relationstestets totala matchningsprocent	0,11**	0,03
Matchning av relationstestets staplar	0,11**	0,04
Intressen	0,15**	0,02
Värderingar	0,14**	-0,01
Kommunikation	0,09*	0,03
Stämde matchningen överens med verkligheten (N=466)	0,02	-0,14**
Flirttjänst på Q500	0,04	-0,08*
Svårfångad	0,10**	-0,02
Veta tillräckligt	0,10*	0,03
Sakna en del info	0,00	-0,08*
Bildöverensstämmelse	0,07*	-0,04

Not. * = $p < 0,05$, ** = $p < 0,01$

Diskussion

Denna uppsats handlar om vad det är som får människor att vilja träffas ”face-to-face” via en kontakt på Internet. Det fanns även en ambition att försöka ta reda på vad som väcker attraktion för en annan människa med utgångspunkt från Internetdejtingsajten Q500, samt att undersöka om det fanns skillnader mellan män och kvinnor och de som dejtade och de som inte dejtade någon tidigare via Internet.

När det gäller vad som uppfattas attraherande av användarna på Q500 var det ”öppenhet i kommunikationen” som skattades högst av hela gruppen. Kommunikationens betydelse visades även vid skattning av de olika områdena på relationstestet. Att öppenhet i kommunikationen skattades så högt är nästan en självklarhet eftersom Internet som fenomen går ut på att kommunicera. För att överhuvudtaget kunna få kontakt med en annan individ krävs någon form av kommunikation. Utan kommunikation är det som tidigare nämnt, enligt Spitzberg (2006 i Whitty & Carr, 2006), nästan omöjligt för ett förhållande att uppstå. Fletcher, Fincham, Cramer och Heron (1987) hävdade att människor tenderar att vara försiktiga med att attribuera i dejtingfasen, det vill säga tolka hur individen är. Denna försiktighet kan tänkas bota i risken att bli besviken om personen inte skulle leva upp till förväntningarna. Utifrån användarnas svar angående vikten av ”öppenhet i kommunikationen” skulle detta kunna visa på ovanstående, eftersom en öppen kommunikation minskar tolkningsmöjligheterna och därmed även risken att göra felaktiga bedömningar av den individ det interageras med.

Förutom att kunna kommunicera verkar användarna på Q500 anse att det är viktigt att få reda på hur en person ser ut för att kunna bli attraherad, men även att personen presenterar sig själv på ett utförligt sätt. Att detta väcker intresse hos användarna kan bero på att de lättare får en uppfattning om den person de mött online.

En del forskare hävdar att anonymiteten på Internet dessutom gör det möjligt för människor att visa sina ”sanna själv” (Whitty & Carr, 2006), det vill säga visa sidor av sig själva som kan kännas svåra att avslöja offline. Detta skulle kunna appellera till vikten av att presentera sig själv på ett utförligt sätt, vilket användarna ansåg vara attraktivt. Generell anonymitet var något som den största andelen användare på Q500 skattade som ”mycket betydelsefullt” för valet av sajten. Författarna tänker sig att anonymitet i förlängningen inte bara skulle kunna stå

för säkerhet på sajten, där ens närvaro och identitet inte ska kunna röjas, utan även skulle kunna ha en inverkan på hur pass mycket användarna vågar avslöja om sig själva. När användarna successivt närmar sig varandra kan anonymiteten ge en känsla av både säkerhet och intimitet. Det kan kanske finnas en tyst förväntan användarna emellan att anonymiteten skulle kunna bidra till en ökad närhet, detta var även något som Whitty och Carr (2006) lyfte fram. Möjligheten att vara relativt anonym på Internet är något som bland annat McKenna och Bargh (2000) framhöll som viktigt för relationsutveckling och gruppdeltaktighet. De underströk även att webbaserad kommunikation faktiskt inte förs "face-to-face", vilket minskar eller till och med helt kan utesluta saker som till exempel kroppsspråk i kommunikationen. Interpersonella kännetecken skulle då inte heller ha, enligt McKenna och Bargh (2000), lika stort inflytande på relationen när kommunikationen förs via dator. Frågan är dock om detta är ett lika stort problem idag, då datavetenskapen utvecklats och kommunikationsvägarna därmed också utökats, till exempel kan webbkamera användas för att kunna se den andra personen och på så sätt ge kommunikationen en extra dimension.

Som tidigare nämnts skattades även "kommunikation" högst i relationstestet, men därefter skattades i följande ordning "personlighet" och "värderingar". Q500s relationstest ger en fingervisning om hur pass lika individernas inställning till de olika områdena i testet är och de matchas samman med hjälp av den matchningsprocent som räknas ut från svaren av sajten. Byrne (1971/1997) belyste i sin forskning vikten av likhet i attityder, vilket skapar positiva affekter som kan leda till attraktion. Det människor uppskattar hos sig själva är också det de sätter värde på hos en annan (Byrne, 1997). Med andra ord tycks Byrnes likhetsteori stämma in med de resultat som framkommit i enkätundersökningarna bland Q500s användare. Pines (1999 i Nilsson, 2007) menade att om det i början av en relation är viktigt att ha liknande åsikter och attityder så kommer det längre fram i relationen att vara viktigare med likartade personligheter. Eftersom medelåldern bland användarna på Q500 ligger någonstans mellan 30-40 år kanske det kan tänkas att de i större utsträckning söker långvariga relationer och detta skulle till viss del kunna förklara den höga skattningen av personlighet. Samtidigt är det nog allmänt känt att likartade personligheter är viktiga när det gäller de flesta relationer, oavsett om det gäller kärlek eller vänskap.

När det gäller vad som kan tänkas leda fram till en dejt offline från en kontakt online skattade användarna på Q500 "att veta tillräckligt mycket om en person" högst. Därefter skattades "snabba svar får mig mer intresserad" och "flirta via Q500:s flirttjänst". De svar som

framkom på dessa frågor antydde att snabb information och att visa intresse är viktiga komponenter i vad som leder fram till en dejt, till skillnad från ett mer tillbakadraget förhållningssätt som skulle kunna vara hämmande för utvecklingen mot en dejt.

En annan tanke rörande vikten av snabba svar är att det kan vara ett sätt att hålla intresset och attraktionen vid liv. Att sitta framför en dataskärm i jämförelse med att sitta vid en bardisk kan försvåra internalisering av ”objektet”, det vill säga att hålla bilden av personen levande inom sig.

Det är möjligt att längtan efter fysisk närhet med en person som kontaktats online skulle kunna vara en motiverande faktor till att börja knyta an till denna person på ett mentalt plan. Brehm (1992) förklarade detta anknytningsförfarande med att ju mer individen tänker på den andre, desto mer ökar attraktionen. I en förälskelse kan förmågan att i fantasin skapa en drömbild om en framtid som är i det närmaste perfekt vara väldigt viktig. Idealiseringen kan då möjligen vara den viktigaste kognitiva komponenten i förälskelsen (Brehm, 1992).

Bowlby (1996) menade att vuxnas nära relationer styrs av de inre arbetsmodeller som skapats tidigt i livet. När människor i vuxen ålder går in på en sajt för att finna kärleken kan deras tidigare relationsmässiga erfarenheter i viss utsträckning styra dem i hur de försöker nå fram till en annan människa online. Det finns dock forskning (Parkes et al., 1993; Hazan, Campa & Gur-Yaish, 2006 i Nilsson, 2007) som pekar på att människor inte nödvändigtvis kommer att upprepa tidigare anknytningsmönster.

Vidare kan möjligheten att missförstå varandra online diskuteras. I inledningen nämns det att det kan vara lättare att bli misstolkad online (Daneback, 2006). Detta kan kanske ha att göra med att det finns färre intryck att ta fasta på när en diskussion förs i cyberspace. Om ett missförstånd uppstår på ett tidigt plan är det kanske svårt att kunna överbrygga detta, eftersom ett skrivet meddelande är mer beständigt. Minnet kan nämligen blekna efter det sagda ordet, medan det skrivna ordet finns kvar svart på vitt. Det skulle kunna vara möjligt att vi missförstår varandra lättare när kontakten är textbaserad. Den idealisering som kan förekomma online, när användarna inte känner till tillräckligt mycket om varandra för att göra en adekvat bedömning, skulle kunna leda till en hel del missförstånd.

Det fanns några signifikanta skillnader mellan könen, samt de som dejtade och de som inte dejtade någon via Internet rörande skattningarna av frågeområdena. Det framkom svaga positiva samband mellan svarstendens och civilstånd samt ålder, där ålder visade sig ha störst

påverkan. När det gäller vad som ansågs vara attraktivt hos en partner så skilde sig männen och kvinnorna signifikant åt på frågorna ”social status”, ”utbildning” och ”inkomst”. Männen skattade klart lägre än kvinnorna på dessa frågor, vilket till viss del överensstämmer med Buss (1989) tvärkulturella forskning där kvinnorna ansåg att ekonomisk trygghet var mer viktigt i jämförelse med männen. Smuts (1991) menade dock att detta lika gärna skulle kunna vara kontextbundet, alltså hur omständigheterna omkring människan ser ut som avgör hur individen väljer. Utifrån den undersökning som gjorts för denna uppsats är det dock svårt att avgöra hur det förhåller sig. Kanske är det så att kvinnor planerar mer långsiktigt i ett biologiskt perspektiv eller kan det lika gärna vara en gammal stereotyp som säger att det är männen som ska försörja familjen?

De skillnader som framkom mellan män och kvinnor när det gällde skattning av vad som skulle kunna leda fram till en dejt visade också på stereotypa mönster som att det är männens uppgift att uppvakta, ”flirta via Q500:s flirttjänst”, och kvinnorna ska låta sig bli uppvaktade, där erhållande av ”snabba svar” kan ses som ett tecken på attraktivitet.

De signifikanta skillnader som fanns mellan de som dejtade och de som inte dejtade via Internet verkade till stor del bero på erfarenhet. De som hade dejtade skattade högre än de som inte hade dejtade någon via Internet på de frågor som till stor del rörde attraktion, men inte på de frågor som rörde vad som kan leda fram till en dejt. Detta kanske kan bero på att de som har dejtade faktiskt till viss del känner till vad som är viktigt för att kunna få kontakt, samt få till stånd en dejt. De som inte hade dejtade någon via Internet skattade mer traditionella områden högre, såsom att verka vara svårfångad, vilket skulle kunna tyda på att de helt enkelt inte hade tidigare erfarenhet.

I likhet med Whittys (Whitty & Carr, 2006) tidigare nämnda forskning som gjordes 2003/2004 om dejting via Internet, där 97 % av männen tyckte att det var viktigt att kunna se hur personen såg ut jämfört med 83 % av kvinnorna, har det i enkätundersökningen för denna uppsats framkommit att ”foto” var det som män skattade högst bland vad som attraherar online. Överlag skattade kvinnorna högre än männen på vad som attraherar online förutom på frågan om ”foto”. I Whittys forskning var det främst möjligheten att kunna bilda sig en uppfattning om personens utseende – inte främst den fysiska attraktiviteten – som var av betydelse vid dejting online. Eftersom informationen online är mer begränsad än vid ”face-to-face”-möten så anser författarna att det faller sig naturligt att foto är en viktig del vid dejting online.

I Buss (1989) undersökning skattades utseende högre bland män än kvinnor och han menade, ur ett evolutionspsykologiskt perspektiv, att detta beror på mäns och kvinnors olika

strategier för att välja partner vilka grundar sig i viljan att reproducera sig. När det gällde undersökningen på Q500 fanns det inget stöd för detta med tanke på att skillnaden inte ens var signifikant mellan män och kvinnor rörande frågan om utseende. Kvinnorna verkade till och med lägga större tonvikt vid utseende än män då detta skattades högre av kvinnorna även om skillnaden inte var signifikant.

Metoddiskussion

Den metod som valdes för denna explorativa studie tjänade sitt syfte väl eftersom det fortfarande är ett relativt nytt forskningsområde och det finns möjlighet att göra en större studie utifrån de resultat som framkommit. En stor mängd data kunde insamlas och det är möjligt att antalet deltagare blev så många tack vare den lättillgänglighet som valet av metod erbjöd. De frågor som ställdes gav den information som efterfrågades. Dock skulle det vara möjligt att utveckla en del av dessa för att få mer precis information om huruvida användarna till exempel har barn eller mer ingående definiera olika civilstånd. Exempelvis skulle man även kunna fråga om en person haft ett tidigare förhållande istället för att enbart fråga om personen är singel eller skild. Detta för att eventuellt fånga upp nyanser i svarstendenserna. Ytterligare en infallsvinkel hade kunnat vara att fråga deltagarna om sexuell attraktion och sexuell öppenhet för att kanske få reda på lite mer om hur dessa resonerar kring ämnet men också hur öppna de kan vara i sin kommunikation, om det är möjligt att prata om "allt" via Internet?

Den generella tendensen var att kvinnor skattade högre än män och detta kanske till viss del berodde på hur frågorna var ställda. Frågor om andra områden, som till exempel sexuell attraktion, hade kanske kunnat ge andra svar som eventuellt kunde ha jämnat ut skillnaden mellan könen.

Eftersom det inte var ett randomiserat stickprov kan det hända att deltagarna i studien var personer som var mer aktiva och engagerade på sajten än de som inte svarade på enkätfrågorna. Samplingen kan med andra ord ha gett upphov till en viss sortering som författarna inte kunde kontrollera genom den metod som valdes. Eftersom enkäterna översattes från svenska till norska finns det risk för att vissa frågor i de norska enkäterna kan ha innehållit syftningsfel. Detta är dock något som i möjligaste mån har motarbetats genom den korrespondens som hölls med Ingvild Sommer.

Det går att generalisera resultatet av denna undersökning till gruppen Internetdejtare på dejtingsajten Q500 i Norge och Sverige. Att generalisera till gruppen Internetdejtare rent

allmänt skulle bli något missvisande eftersom olika dejtingsajter skiljer sig åt beträffande både upplägg och användare.

Förslag till fortsatt forskning

En möjlig framtida studie skulle kunna vara att intervjua ett större antal Internetdejtare men med en tydligare gruppdefinition för att få mer avgränsade och utförliga svar. De enkäter som användes för denna studie var ganska övergripande och en tydligare avgränsning kan ge en mer ingående beskrivning av Internetdejting som fenomen.

Det kan tänkas finnas omedvetna önskningar hos användarna som kanske inte känns helt acceptabla att uttrycka, som till exempel att utseende egentligen skulle vara helt avgörande för att attraheras av en person online. Frågan är om det är socialt önskvärt att se det på detta vis och om det genom en annan undersökning skulle kunna gå att få reda på detta.

Vidare skulle det kanske vara värt att undersöka olika dejtingsajters test för att se om och hur de skiljer sig åt och kanske vad det går att dra för slutsatser om vetenskapligheten hos dessa test.

Det skulle även vara intressant att publicera enkäter på en amerikansk dejtingsajt och se om det finns några kulturella skillnader för de resultat som denna studie har kommit fram till. Dejtingkulturen är trots allt, tror författarna, något annorlunda i Amerika jämfört med Skandinavien och mycket aktuell forskning om Internetdejting har gjorts vid olika amerikanska universitet.

Författarna tycker att det hade varit intressant att forska vidare kring eventuella könsskillnaders inverkan när det gäller partnerval, om det verkligen finns och i sådana fall på vilket sätt.

En annan inriktning hade kunnat vara att försöka se om det finns några skillnader i kommunikationssätt på HBT-sajter och mer generellt riktade sajter.

Referenser

- Amodio, D. M., & Showers, C. J. (2005). 'Similarity breeds liking' revisited: The moderating role of commitment. *Journal of Social and Personal Relationships*, 22(6), 817-836.
- Aron, A., Paris, M., & Aron, E. N. (1995). Falling in love: Prospective studies of self-concept change. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(6), 1102-1112.
- Bargh, J. A., McKenna, K. Y. A., & Fitzsimons, G. M. (2002). Can you see the real me? Activation and expression of the "true self" on the internet. *Journal of Social Issues. Special Issue: Consequences of the Internet for self and society: Is social life being transformed?*, 58(1), 33-48.
- Bargh, J. A., & McKenna, K. Y. A. (2004). The internet and social life. *Annual Review of Psychology*, 55, 573-590.
- Bowlby, J. (1996). *En trygg bas – Kliniska tillämpningar av bindningsteorin*. Borås: Natur och Kultur.
- Brehm, S. S. (1992). *Intimate relationships* (2nd ed.). New York, NY, England: McGraw-Hill Book Company.
- Broberg A., Granqvist P., Ivarsson T., & Risholm Mothander P. (2006). *Anknytningsteori – Betydelsen av nära känslomässiga relationer*. Falköping: Natur och Kultur.
- Buss, D. M. (1989). Sex differences in human mate preferences: Evolutionary hypotheses tested in 37 cultures. *Behavioral and Brain Sciences*, 12(1), 1-49.
- Byrne, D. (1971). *The attraction paradigm*. New York: Academic Press.
- Byrne, D. (1997). An overview (and underview) of research and theory within the attraction paradigm. *Journal of Social and Personal Relationships*, 14(3), 417-431.
- Cooper, A., & Sportolari, L. (1997). Romance in cyberspace: Understanding online attraction. *Journal of Sex Education & Therapy. Special Issue: Sexuality and the Internet*, 22(1), 7-14.

- Daneback, K. (2006). *Love and sexuality on the internet*. Doktorsavhandling, Göteborgs universitet, Samhällsvetenskapliga fakulteten.
- Egidius, H. (1995). *Termlexikon i psykologi, pedagogik och psykoterapi*. (5. uppl.). Lund: Studentlitteratur.
- Fletcher, G. J., Fincham, F. D., Cramer, L., & Heron, N. (1987). The role of attributions in the development of dating relationships. *Journal of personality and social psychology*, 53(3), 481-489.
- Friedin, J. V. (2006). *Psychologists' beliefs and advocacy regarding the formation of romantic relationships through internet communication*. Doctoral dissertation, The Chicago School of Professional Psychology. ProQuest Information & Learning. Dissertation Abstracts International: Section B: The Sciences and Engineering, 67 (10-B). (Electronic; Print).
- Galotti. K. M. (1999). *Cognitive psychology: in and out of the laboratory* (2. ed.). London: Pacific Grove, Calif., Brooks/Cole, Belmont, Calif., Wadsworth.
- Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & Heino, R. D. (2006). Self-presentation in online personals: The role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in internet dating. *Communication Research*, 33(2), 152-177.
- Griffin, D. W., & Bartholomew, K. (1994). Models of the self and other: Fundamental dimensions underlying measures of adult attachment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67(3), 430-445.
- Hampton, K., & Wellman, B. (2001). Long distance community in the network society: Contact and support beyond netville. *American Behavioral Scientist. Special Issue: The Internet in everyday life*, 45(3), 476-495.
- Hazan, C., & Shaver, P. (1987). Romantic love conceptualized as an attachment process. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(3), 511-524.
- Hazan, C., & Shaver, P. R. (1994a). Attachment as an organizational framework for research on close relationships. *Psychological Inquiry*, 5(1), 1-22.

- Hazan, C., & Shaver, P. R. (1994b). Deeper into attachment theory. *Psychological Inquiry*, 5(1), 68-79.
- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. Hoboken, NJ, US: John Wiley & Sons Inc.
- Houran, J., Lange, R., Rentfrow, P. J., & Bruckner, K. H. (2004). Do online matchmaking tests work? An assessment of preliminary evidence for a publicized 'predictive model of marital success'. *North American Journal of Psychology*, 6(3), 507-526.
- McKenna, K. Y. A., & Bargh, J. A. (2000). Plan 9 from cyberspace: The implications of the internet for personality and social psychology. *Personality and Social Psychology Review. Special Issue: Personality and social psychology at the interface: New directions for interdisciplinary research*, 4(1), 57-75.
- McKenna, K. Y. A., Green, A. S., & Gleason, M. E. J. (2002). Relationship formation on the internet: What's the big attraction? *Journal of Social Issues. Special Issue: Consequences of the Internet for self and society: Is social life being transformed?*, 58(1), 9-31.
- Montoya, R. M., & Horton, R. S. (2004). On the importance of cognitive evaluation as a determinant of interpersonal attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86(5), 696-712.
- Nilsson B. (2007). *Nära relationer – introduktion till relationspsykologi*. Slovenien: Liber AB.
- Norsk mediebarometer 2006. (2006). *Tilgang til ulike medier*, Hämtad, 2007-11-07, från http://www.ssb.no/emner/07/02/30/medie/sa86/tilgang_til_ulike_medier.pdf.
- Passer, M. W. & Smith, R. E. (2008). *Psychology – The Science of Mind and Behavior* (4th. ed.). New York: McGraw-Hill Book Company.
- Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2007). Who looks for casual dates on the internet? A test of the compensation and the recreation hypotheses. *New Media & Society*, 9(3), 455-474.

- Shaver, P., Hazan, C., & Bradshaw, D. (1988). *Love as attachment*. I J. R. Sternberg, & M. L. Barnes (Red.), (1988). *The psychology of love*. (pp. 68-99). New Haven, CT, US: Yale University Press.
- Smuts, R. W. (1991). The present also explains the past: A response to Tooby and Cosmides. *Ethology & Sociobiology*. Vol 12(2), 77-82.
- Statistiska Centralbyrån (SCB). (Våren 2006). *Andel personer i åldern 16-74 år som har tillgång till mobiltelefon, stationär och bärbar dator samt spelkonsoll*. Hämtad, 2007-11-20, från http://www.scb.se/templates/tableOrChart____187899.asp.
- Statistiska Centralbyrån (SCB). (Våren 2006). *Andel personer i åldern 16-74 år som har tillgång till Internet på olika sätt i hemmet*. Hämtad, 2007-11-07, från http://www.scb.se/templates/tableOrChart____187901.asp.
- Whitty, M. T. (2003). Cyber-flirting: Playing at love on the internet. *Theory & Psychology*, 13(3), 339-357.
- Whitty, M. T., & Carr A. (2006) *Cyberspace Romance - The Psychology of Online Relationships*. New York: Palgrave Macmillan.
- Zhang, F., & Hazan, C. (2002). Working models of attachment and person perception processes. *Personal Relationships*, 9(2), 225-235.

Bilagor

Bilaga 1 – de som har dejtat någon via Internet

Har du dejtat någon via Internet?

JA NEJ

Vi vill undersöka vad det är som leder fram till en dejt från en kontakt på Q500. Vi är alltså intresserade av vad som gör att två människor vill träffas i verkligheten och inte enbart hålla kontakt via Internet.

MAN KVINNA

CIVILSTÅND:

Välj det som passar in på dig:

Singel

Gift

Skild

Sambo

Särbo

ÅLDER

20-29

30-39

40-49

50-59

60-69

70-79

Frågor om sajten Q500

1. Hur betydelsefullt är det för dig att få vara anonym på sajten Q500?

Inte alls Mycket

2. Hur viktigt är relationstestet för ditt val av Q500?

Inte alls Mycket

3. Hur viktigt är det att det finns möjlighet till kommunikation via chat/videochat?

Inte alls Mycket

När du tänker på personen/personerna du träffat via Q500...

4. Hade utseendet stor betydelse för dig?

Inte alls Mycket

5. Hur viktigt var det med ett foto för att väcka ett intresse hos dig?

Inte alls Mycket

6. Hur viktigt var det att det fanns en personlig och utförlig presentationstext för att väcka ett intresse hos dig?

Inte alls Mycket

7. Föredrog du en personlig öppenhet i kommunikationen för att bli intresserad?

Inte alls Mycket

8. Var personens utbildningsnivå viktig för dig?

Inte alls Mycket

9. Var personens sociala status viktig för dig?

Inte alls Mycket

10. Var personens inkomstnivå viktig för dig?

Inte alls Mycket

11. Var geografisk närhet viktigt för dig?

Inte alls Mycket

12. Var relationstestets totala matchningsprocent viktig för dig?

Inte alls Mycket

Frågor om relationstestet

13. Hur var din inställning till relationstestet?

Inga förväntningar alls Höga förväntningar

14. Hur viktigt var det att staplarna i relationstestet var höga för att du skulle vilja dejta personen?

Inte alls Mycket

15. Vilken del av relationstestet tyckte du var **viktigast** för att vilja träffa personen?
Rangordna för varje del av testet från vänster till höger där vänster är "inte alls viktigt" och höger "mycket viktigt".

- a. Intressen
- b. Personlighet
- c. Värderingar
- d. Sex
- e. Samlevnad

f. Kommunikation

16. Upplevde du att matchningen stämde i verkligheten?

Inte alls Mycket

Vad var det som ledde fram till en dejt?

17. Gjorde snabba svar dig mer intresserad?

Inte alls Mycket

18. Hade användning av flirt-tjänsten på Q500 betydelse för att ni ville dejta?

Inte alls Mycket

19. Att verka vara svårfångad ledde fram till en dejt.

Inte alls Mycket

20. Att verka angelägen ledde fram till en dejt.

Inte alls Mycket

21. Att jag visste tillräckligt mycket om personen ledde fram till en dejt.

Inte alls Mycket

22. Det var en del information som jag saknade om personen som gjorde mig intresserad, vilket ledde fram till en dejt.

Inte alls Mycket

Hur gick det?

23. Stämde bilden du fått från informationen på Q500 väl överens med verkligheten?

Inte alls Mycket

24. Stämde i så fall personens sätt att beskriva sig själv på Q500?

Inte alls Mycket

25. Blev det fler träffar? JA NEJ

26. Blev det en romans? JA NEJ

27. Om NEJ, har ni fortsatt att träffas som vänner även om det inte blev en romans?

JA NEJ

28. Ville du att dejten skulle leda fram till en romans?

Inte alls Mycket

29. Ville du att dejten skulle leda fram till en tillfällig sexuell kontakt?

Inte alls Mycket

30. Ville du att dejten skulle leda fram till en vänskapsförbindelse?

Inte alls Mycket

31. Hur många har du dejtat via Internet? 1 2-3 4-9 10-

Tack för din medverkan!

Bilaga 2 – de som inte har dejtat någon via Internet

Har du dejtat någon via Internet?

JA NEJ

Vi vill undersöka vad det är som leder fram till en dejt från en kontakt på Q500. Vi är alltså intresserade av vad som gör att två människor vill träffas i verkligheten och inte enbart hålla kontakt via Internet.

MAN KVINNA

CIVILSTÅND:

Välj det som passar in på dig:

Singel

Gift

Skild

Sambo

Särbo

ÅLDER

20-29

30-39

40-49

50-59

60-69

70-79

Frågor om sajten Q500

1. Hur viktigt är det för dig att få vara anonym på sajten Q500?

Inte alls Mycket

2. Hur viktigt är relationstestet för ditt val av Q500?

Inte alls Mycket

3. Hur viktigt är det att det finns möjlighet till kommunikation via chat/videochat?

Inte alls Mycket

Vad väcker ditt intresse för en person?

4. Har utseendet stor betydelse för dig?

Ingen alls Mycket stor

5. Hur viktigt är det med ett foto för att väcka ett intresse hos dig?

Inte alls Mycket

6. Är en personlig och utförlig presentationstext viktig för dig?

Inte alls Mycket

7. Det är intresseväckande med en personlig öppenhet i kommunikationen.

Inte alls Mycket

8. Spelar personens utbildningsnivå roll för dig?

Inte alls Mycket

9. Spelar personens sociala status roll för dig?

Inte alls Mycket

10. Spelar personens inkomstnivå roll för dig?

Inte alls Mycket

11. Är geografisk närhet viktigt för dig?

Inte alls Mycket

12. Är relationstestets totala matchningsprocent viktig för dig?

Inte alls Mycket

Frågor om relationstestet

13. Hur är din inställning till relationstestet?

Inga förväntningar alls Höga förväntningar

14. Hur viktigt är det att relationstestets staplar matchar dina egna för att du ska vilja dejta personen?

Inte alls Mycket

15. Vilken del av relationstestet tycker du är **viktigast**?

Rangordna för varje del av testet från vänster till höger där vänster är "inte alls viktigt" och höger "mycket viktigt".

a. Intressen

b. Personlighet

c. Värderingar

d. Sex

e. Samlevnad

f. Kommunikation

Vad skulle kunna leda fram till en dejt?

16. Snabba svar får mig mer intresserad.

Stämmer inte alls Stämmer

17. Att flirta via Q500:s flirt-tjänst kan leda fram till en dejt.

Stämmer inte alls Stämmer

18. Att verka vara svårfångad kan leda fram till en dejt.

Stämmer inte alls Stämmer

19. Att verka angelägen kan leda fram till en dejt.

Stämmer inte alls Stämmer

20. Att veta tillräckligt mycket om en person kan leda fram till en dejt.

Inte alls Mycket

21. Att sakna en del information kan vara intresseväckande och leda fram till en dejt.

Stämmer inte alls Stämmer

22. Till vilken grad tror du att den bild du får av informationen på Q500 kommer att stämma med verkligheten?

Inte alls Mycket

Vad har du för förhoppningar med att dejta någon från Q500?

23. Vill du att dejten skall leda fram till en romans?

Inte alls Mycket

24. Vill du att dejten skall leda fram till en tillfällig sexuell kontakt?

Inte alls Mycket

25. Vill du att dejten skall leda fram till en vänskapsförbindelse?

Inte alls Mycket

26. Är du på Q500 för att kunna dejta någon? JA NEJ

Tack för din medverkan!