



**LUNDS**  
UNIVERSITET

Lunds Universitet  
Sociologiska Institutionen  
Socialantropologi  
SANK02: 15 HP

## Kärlek på nätet –

*En analys av nätdejtingens inverkan på individen och uppfattningen om  
partnerskap*

Författare: Janine Marie Björklund Cilli  
Handledare: Hanna Wittrock & Tova Höjdestrand  
VT 2015

## **Abstract**

Under de senaste 20 åren har allt fler människor vänt sig till Internet för att leta efter en kärlekspartner. Syftet med denna uppsats är att analysera nätdejtingens inverkan på individen och på dennes förhållande. Mina huvudfrågor är: Vad innebär ett konsumistiskt förhållningssätt för intima relationer? Vilken inverkan har fenomenet online-dejting på den traditionella uppfattningen om partnerskap? Vilka konsekvenser har online-dejting för individen? Det empiriska materialet utgörs av intervjuer med fyra olika informanter med olika erfarenheter gällande nätdejting. I uppsatsen analyseras vilka effekter dejtingsidornas struktur har på uppfattningen om partnerskap. Nätdejtingen beskrivs sedan som en stor hjälp för personer med problem att interagera. Trots det är online-dejting även orsak till en stor känsla av besvikelse för de individer som känner att de har blivit lurade.

Nyckelord: socialantropologi, nätdejting, online-dejting, partner, kommodifiering, effektivitet, konsumistiskt förhållningssätt, partnerskap.

# Innehållsförteckning

1. Inledning	4
Syfte och problemformulering	5
Disposition	5
2. Teori och tidigare forskning	6
Tales from Facebook	7
Cold intimacies	8
Konsumtionssamhället	9
Homo sexualis & Homo consumens	10
3. Metod	12
Datingsidornas topografi	13
4. Konsumtion av känslor	17
Bli mer effektiv!	17
Ibland blir det som ett knark	19
Kommodifieringen av känslor	21
5. Virtuellt partnerskap	24
Sex.com	24
Hejdå monogami!	26
6. Den virtuella individen	30
Ibland blir man besviken	30
Vem är du online?	31
7. Avslutande diskussion	34
8. Källförteckning	37

# 1. Inledning

Under de senaste decennierna har alltfler människor sökt sig till dejtingsajter på Internet för att hitta en kärlekspartner. Nätdejting beskrivs som en Internettjänst genom vilken individer kan leta efter och kontakta andra människor i syfte att skapa och utveckla en kärleksrelation.

I ett globalt perspektiv har online-dejting funnits i nästan 20 år. I Sverige fortsätter marknaden för nätdejting att öka i popularitet. Denna utveckling sammanfaller troligen med en minskad stigmatisering av de som använder sig av dejtingsidor för att komma i kontakt med en potentiell partner. De webbsidor som erbjuder möjligheten att hitta en partner varierar beroende på typen av relation som de erbjuder, vilket ofta återspeglas i sidans namn. Den kända dejtingsidan Elitsinglar vänder sig till individer med ett stort ekonomiskt och kulturellt kapital. Enligt dejtingsidan riktar sig plattformen: *”främst till välutbildade singlar över 30 år som har lika höga privata ambitioner som de har professionella. Målet med ELITSINGLAR är att skapa en plattform med fokus på kvalitet, där medlemmar kan träffa en likasinnad partner för en långvarig relation.”*

Enligt sociologen Jennie Bristow återspeglar online-dejting en grundläggande förändring av hur människor uppmuntras att se på sina personliga relationer och organisera sina liv (Bristow, 2006, mars). Precis som andra typer av utvecklingar visar denna företeelse på existensen av några bredare sociala tendenser.

Vissa dejtingsidor kan sägas ha inneburit ett möte mellan romantisk kärlek och ekonomisk rationalitet. Sidorna hanterar följaktligen sina användare inte bara som romantiska subjekt utan även som ekonomiska aktörer. Aktörerna söker enbart inte efter effektivitet utan även en god affärsuppgörelse när det kommer till partnervalet. Profiler på potentiella partner presenteras i viss mån som varor på eBay eller Amazon. Olika komplexa sökformulär gör det möjligt att begränsa sina egna preferenser när det kommer till valet av partner. Dessa verktyg erbjuder även möjligheten att utvärdera sitt eget marknadsvärde samt öka det. Den nuvarande populariteten av dejting på nätet anses därför som ett resultat av ett konsumistiskt förhållningssätt till intima relationer (Droge & Voirol, 2011).

Partnerskap och äktenskap är bland de äldsta och mest debatterade företeelserna inom socialantropologin (Hendry 2008:207). Ett vanligt antagande inom tidigare antropologin, var att äktenskap i de primitiva samhällena sågs som en sorts politisk eller ekonomisk allians, ofta i syfte att lösa konflikter mellan fientliga grupper (Hendry 2008:225). Utvecklingen av det

västerländska samhället har dock i en viss mån inneburit en distansering från detta antagande. Äktenskap anses i den moderna världen som en union som skall ingås fritt av ett par som vill dela sina liv tillsammans. Enligt olika medier, är det en idé om spontan kärlek som gäller i det västerländska samhället, men trots det har online-dejting långsamt förändrat vår idé om förhållanden och kärlek. Sedan uppkomsten av Internet är vi mer tillgängliga, och detta har bland annat inneburit att vi inte nöjer oss med en enda partner utan att vi är ute efter mer än ett förhållande. Företeelser som ofta har varit centrala inom den antropologiska analysen, såsom partnerskap, äktenskap, monogami, är idag påverkade av detta växande fenomen.

Trots det verkar det existera ett tomrum inom antropologi när det kommer till analysen av online-dejting och dess påverkan.

## Syfte och frågeställningar

Syftet med denna uppsats är att undersöka vilka förändringar fenomenet av online-dejting innebär för föreställningen om partnerskap samt för själva individen. Jag kommer att analysera den konsumistiska sidan av dejtingsidor, och hur denna påverkar både individen och dennes relationer. Jag hoppas sålunda på att kunna ge en verklig bild av dessa konsekvenser.

Mina frågeställningar kan således sammanfattas i följande:

- Vad innebär ett konsumistiskt förhållningssätt för intima relationer?
- Vilken inverkan har fenomenet online-dejting på den traditionella uppfattningen om partnerskap?
- Vilka konsekvenser har online-dejting för individen?

## Disposition

I kapitel 2 av denna uppsats analyseras teori och tidigare forskning. I kapitel 3 beskriver jag metoden som har använts. I kapitel 4 analyseras online-dejtingens konsumistiska egenskaper. I kapitel 5 beskrivs vilka konsekvenser nätdejtingen innebär för uppfattningen om partnerskap, genom att exempelvis beskriva online-dejtingens inverkan på sexuella relationer. I kapitel 6 presenteras nätdejtingens effekter på individen. I detta kapitel lyfter jag fram ord som besvikelse och självkänsla. I Kapitel 7 avslutar jag med att sammanfatta analysen samt att beskriva mina slutsatser.

## 2. Teori och tidigare forskning

I inledningen av min uppsats, förklarar jag att det finns ett tomrum inom antropologin när det kommer till analysen av online-dejting. Trots att antropologi är ett brett ämne som idag täcker många olika områden, och trots ett växande intresse gällande Internet och andra medier, har det varit svårt att finna antropologiska texter gällande fenomenet som kunde bidra till mitt uppsatsskrivande.

Jag har till slut valt att använda mig av främst två böcker. Den första boken jag kommer att examinera är *"Tales from Facebook"* skriven av antropologen *Daniel Miller*. Antropologen Miller är mest känd för sina studier gällande påverkan av materiella ting på individen, och har valt i sin bok att ta ytterligare ett steg i denna analys för att analysera vilken effekt ett socialt nätverk kan ha på en individuell nivå. *Tales from Facebook* analyserar således det växande fenomenet Facebook samt dess inverkan på individers kärleksrelationer på den Västindiska ön Trinidad.

Jag har även valt att använda mig av *"Cold Intimacies"*, skriven av sociologen *Eva Illouz* som utforskar mänskliga känslor i det kapitalistiska samhället. I denna bok kommer jag främst att fokusera på Illouz analys av dejtingsidor.

Många av de begreppen som togs upp i dessa två analyser visade även ha en teoretisk relevans för min uppsats. Av denna anledning har jag bestämt mig att sammanföra teori och tidigare forskning i samma kapitel. Jag kommer således inte enbart använda mig av Millers och Illouz analyser, utan även av två olika teorier av sociologen *Zygmunt Bauman*. Den första teorin är den av *konsumtionssamhället*, vars syfte är det av att analysera kommodifieringen av individen och dennes känslor. Den andra teorin är den av *homo sexualis* och *homo consumens*, vilka är begrepp som Bauman använder för att beskriva hur individens personliga och mer intima relationer idag har förändrats.

## Tales from Facebook

Facebook, som har existerat i snart 10 år, är idag Internets mest besökta sida. Enligt företagets statistik så har Facebook cirka 500 miljoner aktiva medlemmar. Varenda månad blir cirka 3 miljarder foton upplagda på sidan, tillsammans med 60 miljoner status uppdateringar. Den genomsnittliga användaren har cirka 130 vänner och tillbringar cirka en timme per dag på sidan (Miller 2011: VIII). Millers huvudintresse har varit att analysera den påverkan Facebook kan ha på själva individen. Som antropologen själv skriver i bokens inledning: *"It is an anthropological enquiry into the consequences of social networking for ordinary people"* (Miller 2011: VIII).

Miller är av den åsikten att det finns betydelsefulla anledningar till att analysera Facebook utifrån ett antropologiskt perspektiv, där den främsta orsaken ligger i antropologins själva natur. Miller menar att till skillnad från andra vetenskapsgrenar – som alltid har behandlat människor endast som individer – så har antropologi alltid sett människor som del av en bredare helhet av relationer. Av denna anledning har en ny uppfinning benämnd med termen *socialt nätverk*, såsom Facebook, väckt ett stort intresse hos antropologer (Miller 2011: X).

Utifrån detta antagande analyserar Miller vilka konsekvenser ett socialt nätverk som Facebook kan ha för individen och dennes förhållanden. Ett intressant exempel är berättelsen om Marvin, Millers informant. Marvin är en trettioårig man, som främst använder sig av Facebook på grund av sitt arbete. Med cirka 620 vänner – där de flesta är kvinnor – tillbringar Marvin således mycket tid på Facebook (Miller 2011:6). Någon som dock använde sig av Facebook mer än Marvin, var hans fru. Det fanns dock en betydelsefull skillnad i deras användning av Facebook. Marvins fru använde sig främst av Facebook för att hålla sin man under kontroll, bland annat för att se vem han hade blivit vän med på Facebook (Miller 2011:7). Detta innebar att hon ofta ”spionerade” på de kvinnliga profilerna. Detta exempel leder Miller till att påstå att Internet, och i detta fall sociala nätverk, har stor makt när det kommer till att påverka mänskliga relationer. Via Facebook kan vi till exempel komma i kontakt med personer vi vanligtvis inte skulle träffa, samt komma åt mer information gällande andra människor. I Marvins och hans frus fall var detta avgörande, då det ledde till slutet på deras äktenskap.

Enligt Miller har dock Facebook även sina fördelar. Många människor har idag svårigheter när det kommer till att socialisera, och Facebook kommer i detta avseende med en attraktiv

lösning. Den hjälper oss att ta reda på mycket information gällande potentiella vänner utan att man behöver vara tvungen att träffas i verkligheten.

## Cold Intimacies

År 1999 hade den romantiska komedin *"You've got mail"* premiär i USA. Filmen handlar om om Kathleen Key och Joe Fox, och deras platoniska kärlek online (Illouz 2007:74).

Användarnamnen *"NY152"* och *"Shopgirl"* skriver anonyma e-post meddelanden till varandra och blir med tiden kära. I verkligheten är de Joe Fox och Kathleen Kelly. Joe är ägare till en stor bokhandel och en bitter konkurrent till Kathleen som är ägare av en liten barnbokhandel på andra sidan gatan. När de träffas har de därför svårt att komma överens. Kathleen och Joe känner inte till varandras identitet, men publiken vet vilka de två karaktärerna är. På grund av Joe Fox:s lönsamma bokhandelsföretag är Kathleen tvungen att stänga sin älskade bokaffär. De två karaktärerna är därför fiender i verkligheten men romantiska vänner online. Med tiden blir de dock vänner även i verkligheten och långsamt förtjusta i varandra. Det som gör denna film till en romantisk Internet-komedi är det faktum att när Kathleen är tvungen att välja mellan Joe Fox – som hon med tiden har blivit kär i – och sin Internetkärlek så väljer hon det sistnämnda. Då filmen självklart följer Hollywoods kärlekslogik, så slutar allting lyckligt när Kathleen till slut får reda på att hennes virtuella kärlek och Joe Fox i verkligheten är samma person. Poängen med allt detta är enligt Illouz ganska enkel. I filmen är "Internetjaget" mer autentiskt, äkta och medkännande än det offentliga jaget, som troligen styrs av rädslan för andra människor, och känslan av svek. I motsats till nätkärlek där båda kan avslöja sina hemliga svagheter och mest djupa egenskaper till varandra, har de två karaktärerna i det verkliga livet visat sina värsta sidor (Illouz 2007:74).

*"How can romantic interpersonal relationships... come to exist in this seemingly inanimate and impersonal global matrix of computers?"* (Illouz 2007:75)

Svaret som filmen ger oss är självklart. Det som gör att nätromantik är överordnad livets verkliga relationer, är faktumet att nätkärlek upplöser kroppen, vilket möjliggör en fullständig yttring av ens egen autentiska jag. Internet framstår således som en teknologi som befriar människan från kroppen. Filmen grundas på idén att jaget är mer uppenbart och mer autentiskt när det presenteras utanför de kroppsliga interaktionernas tvång.



Denna idé är kopplad till en grundläggande diskussion gällande datorns teknologi, som kretsar kring den potential som datorer erbjuder människor för att fly från sina kroppar (Illouz 2007:75). I cybervärlden är den mänskliga kroppen beskriven som "dött kött" som endast omger de aktiva sinnen, som utgör det autentiska jaget. Utifrån detta antagande, möjliggör kroppens frånvaro utvecklingen av känslor ur ett mer autentiskt jag. (Illouz 2007:75).

För att komma in i den virtuella världen av möjliga partner, begär de flesta sidorna att medlemmarna ska komplettera ett frågeformulär, som sedan kommer att utgöra ens egen profil. En av de dejtingsidorna som Illouz själv analyserat, menar att målet är att ge medlemmarna ytterligare verktyg för att definiera ens känslomässiga match samt gå bakom det rent fysiska (Illouz 2007:76). Så fort man har svarat på dessa frågor, så är man redo att betala sitt medlemskap och att börja leta efter en kompatibel profil. Dessa profiler är således datorns version av vem individen är. För att finna sitt virtuella jag så måste individen gå igenom en lång process av reflexiv självobservation och själviakttagelse. Individen som använder sig av dejtingsidor ska således beskriva sig själv objektivt samt sammanfatta sina egna ideal gällande bland annat kärlek och den rätta partnern. Jaget konstrueras genom att det bryts ner i distinkta kategorier av smak, opinioner, personlighet, temperament och ideologi av emotionell kompatibilitet. Att bygga en profil tillåter således Internet att omvandla det privata jaget till en offentlig prestation (Illouz 2007:77).

## Konsumtionssamhället

De föreställningar och beteendemönster som kännetecknar varumarknaderna, har idag erövrat och koloniserat individen och mänskliga interaktioner (Bauman 2008:32). Sociala nätverk som Facebook, och de många dejtingsidorna, är ett bevis på hur individer börjar betraktas alltmer som varor som kan bli sålda, köpta och marknadsförda på ett sätt som höjer efterfrågan på dem.

I analysen av denna företeelse använder sociologen *Zygmunt Bauman* begreppet *konsumtionssamhälle*. Baumans konsumtionssamhälle läggs fram som det *Max Weber* benämnde som "idealtyper". Idealtyper var enligt Weber kognitiva verktyg som skall användas för att kasta ljus över vissa aspekter av den beskrivna sociala verkligheten. De är

således abstraktioner som försöker gripa de unika aspekterna hos en konfiguration (Bauman 2008:35).

Konsumtionssamhället är en särskild samling existentiella relationer där oddsen är höga för att de flesta män och kvinnor kommer att motta den *konsumistiska kulturen*, samt följa dess regler (Bauman 2008:62). Bauman definierar en konsumistisk kultur som det speciella sätt på vilket medlemmarna av konsumtionssamhället föreställer sig att de ska uppträda, eller på vilket de uppför sig omedvetet (Bauman 2008:62). Enligt Bauman hindrar denna typ av kultur människor från att behålla tingen för länge och hålla fast vid dem (Bauman 2008:98).

För att komma in i detta samhälle samt förbli en del av det måste individer, enligt Bauman, uppfylla de valbarhetsvillkor som bestäms av marknadens normer. Individer skall således göra sig själva tillgängliga på marknaden och i konkurrens med resten av medlemmarna söka sitt mest fördelaktiga värde (Bauman 2008:73).

## Homo sexualis & Homo consumens

Branislaw Malinowski brukade håna diffusionisterna för att missta museisamlingar för ett sorts släktskap av verktyg. Enligt Malinowski kunde man inte påstå att exempelvis en stenaxa härstammade från ett annat verktyg, på samma sätt som en *Equus caballus* härstammar från en *Hipparion* (Bauman 2003:3). Hästars ursprung kan spåras tillbaka till andra hästar, men verktygen är inte förfäder eller ättlingar till andra verktyg. Verktyg, till skillnad från hästar, har ingen egen historia. Dess skapelse motsvarar mänskliga enskilda eller kollektiva historier (a.a.).

Samma sak kan sägas om kärlek. Släktskap och samhörighet är kännetecknen på mänsklighet. Kärlek har således ingen egen historia. Den är en händelse i den mänskliga tiden som inte är kopplad till någon liknande händelse (Bauman 2003:3). Den moderna kärleken kan således betraktas som en skapelse, eller konsekvens av det moderna samhället och dess moderna individ. Bauman anser att ordet kärlek idag har en helt annan innebörd. Från att vara en stark känsla som ofta kopplades ihop med idén av ”evighet”, är kärlek idag något ytligt och kortvarigt. *One-night stands* benämns exempelvis med kodnamnet ”*making love*” (Bauman 2003:5).

Denna förändring är till stor del kopplad till Baumans tidigare nämnda begrepp - konsumtionssamhället. Konsumtionssamhället gynnar produkter som är färdiga för omedelbar användning, snabba lösningar, momentära tillfredsställelser med mera. Denna typ av kultur verkar kunna förvandla varje aspekt av våra liv till konsumtionsvaror, till och med löftet om ”kärlekserfarenhet” (Bauman 2003:7).

En ytterligare förändring som har ägt rum i det moderna samhället är den så kallade ”*purification of sex*”, vilket innebar en mer öppen syn på individens sexualitet. Enligt Bauman har denna företeelse inneburit att sexuell praktik har anpassats till de redan nämnda inköpsmönstren. ”*Pure sex*”, eller *one-night stands*, konstrueras utifrån en idé om ”pengarna tillbaka-garanti”, då partnerna i ett sexuellt möte kan känna att de är i ett möte utan villkor (Bauman 2003:50).

Utifrån dessa antaganden har Bauman formulerat två betydelsefulla begrepp för att beskriva den moderna individen, ”*homo sexualis*” och ”*homo consumens*”. Begreppet *homo sexualis* refererar till individens förändrade synsätt på kärleksförhållanden och intima relationer. *Homo consumens* beskrivs av Bauman som konsumtionssamhällets mest uppenbara skapelse. *Homo consumens* ser inte bara varje infallsvinkel av livet som en konsumtionsmöjlighet, utan är själv en vara.

Ytterligare ett viktigt begrepp inom Baumans teorier är ”*virtuell proximity*”. I den virtuella närheten minskar rädslor som verkliga relationer kan innebära, som rädslan att prata ansikte mot ansikte med en annan person (Bauman 2003:63).

I min analys kommer jag även använda mig av artikeln *Relationshipopping: Investigating the market metaphor in online dating* ” skriven av Rebecca D. Heino, Nicole B. Ellison och Jennifer L. Gibbs. Denna artikel analyserar online-dejting i termer av ekonomiska metaforer. Nätdejting beskrivs således som en ekonomisk transaktion där individer genom deras profiler når ett visst värde. När en profil kontaktas av flera personer så ”höjs dess värde”, vilket innebär att människan bakom profilen ofta får en bättre självkänsla (Heino, Ellison & Gibbs, 2008).

### 3. Metod

Den grundläggande drivkraften bakom den etnografiska intervjun är att försöka få en uppfattning av varför de individer vi studerar agerar på det sättet de gör. ”*I want to know what you know in the way that you know it will you become my teacher and help me understand?*” (Atkinson et al. 2001:369).

Beroende på hur mycket vi styr intervjuerna och informanternas svar ändras typen av intervju. Dessa olika typer av intervjuer skapar olika typer av data. I situationer där man inte får mer än en chans att intervju sin informant är den semistrukturerade intervjun den bästa metoden. Trots att informanterna får möjligheten att prata ganska fritt följer denna typ av intervju till skillnad från den ostrukturerade intervjun en så kallad intervjuguide. En intervjuguide är en skriftlig förteckning över vilka frågor och ämnen som ska tas upp, samt ordningen dessa ska följa (Bernand 2006: 212).

Intervjumaterialet i min uppsats utgörs av semistrukturerade samtalsintervjuer med fyra informanter i åldersspannet 25-45 år. Jag träffade mina respondenter en gång vardera vid olika tillfällen i Stockholm och Malmö under mars och april 2015. Dessa intervjuer följde en mall av cirka 10 frågor, och varade mellan cirka 20 och 45 minuter. Samtalen spelades in och transkriberades. Min metodologiska ansats utgörs därför av det materialet som har hämtats ifrån de fyra olika intervjuerna. Många av citaten som förekommer i texten är således hämtade från dessa samtal.

Trots att stigmatiseringen av de individer som använder sig av dejtingsidor under de senaste åren har minskat, har det varit svårt att finna personer som vill bli intervjuade. Många av de personer som jag först hade kommit i kontakt med genom att lägga ut ett inlägg på fakultetens Facebook sida, bestämde sig i ett senare tillfälle att inte längre delta i min undersökning. Jag kom till slut i kontakt med fyra informanter, detta genom kontakter och bekanta som kände till personer i deras omgivning som använde sig av nätdejting vilka visste om att jag skrev en kandidatuppsats gällande nätdejting.

Ytterligare ett problem har varit så kallade situationer av *awkwardness*. Begreppet ”awkwardness” innefattar allt som kan kännas konstigt och märkligt när man gör fältarbete. Ett exempel kan vara en informant som uppenbarligen ljugar under en intervju. Den etnografiska forskningen innebär ofta att antropologen medvetet sätter sig i en kontext av obekväma sociala situationer, vissa mer besvärliga än andra (Hume & Mulock, 2004). Under

en av intervjuerna uppstod det exempelvis diverse motsägelser vilket följaktligen fick mig att tvivla på min informants ärlighet. Ännu en ”awkward” situation inträffade när en annan informant hade uppenbara problem att öppna sig samt svara på mina frågor. Trots dessa problem lyckades jag dock i slutändan samla in det material jag behövde.

Den etnografiska forskningen innebär följandet av en rad etiska principer. Bland dessa finns sekretess, som huvudsakligen handlar om hur man bemöter den information man har samlat in gällande sina egna informanter under själva forskningen.

Detta sammanfaller med överväganden gällande integritet och försäkran om anonymitet (Davies 2002:51). Under mina intervjuer togs frågan gällande anonymitet upp ett flertal gånger, trots att jag hade försäkrat mina informanter att deras uppgifter skulle bli behandlade med diskretion. Detta gav mig ytterligare ett intryck att individer fortfarande idag, inte är helt öppna gällande sin användning av dejtingsidor.

När det kommer till anonymitet är det viktigt att använda pseudonymer samt förändra vissa detaljer i informanternas biografi för att på så sätt undvika att dessa personer kan bli identifierade. Jag har således valt att kalla mina informanter ”Charles”, ”Sarah”, ”Emma” och ”Christian”. Jag har valt att inte tillägga någon beskrivning av mina informanter – bortsett från det som kommer fram i analysen – just på grund av mina respondenters oro att bli igenkända. Jag kan kort säga att alla fyra informanterna har en svensk kulturell bakgrund, men skiljer sig åt i andra aspekter som exempelvis ålder eller yrke. Charles och Emma har nu använt sig av nätdejting i cirka sex år, medan Sarah och Christian endast har varit aktiva i några månader.

## Dejtingsidornas topografi

I decennier har etnografer observerat människor i deras miljö för att på så sätt få en djupare förståelse av hur människor uppfattar, skapar och lever i den sociala världen. Michael Burawoy definierar etnografi som ”*the study of people in their own time and space, in their own everyday lives*” (Hallet & Barber, 2014).

Då onlineinteraktioner idag är del av den sociala världen, bör de etnografer som studerar samtida sociala interaktioner överväga onlinerummet som en annan nivå av de sociala

interaktionerna. Cyberetnografi analyserar exempelvis en stor mängd onlineinteraktioner som bloggar, forum, Facebook, chattrum med mera (Hallet & Barber, 2014).

Etnografi på Internet består av en samling av olika metoder som främst har använts och utvecklats av forskare i sociologi och inom forskningsfältet konsument-och marknadsföring. Dessa har framförallt varit intresserade av gemenskaper på Internet som samlas kring ett delat intresse, identitet eller erfarenhet (Scaramuzzino 2014:88). De har myntas flera olika termer som online-, cyber, virtuell och digital etnografi och netnografi. Termerna används idag återkommande som synonymmer (a.a.).

Eftersom denna uppsats fokuserar på fenomenet nätdejting, har jag även valt att analysera de dejtingsidor som blev nämnda under de fyra intervjuerna. Av etiska skäl har jag dock valt att inte skapa en egen profil eller att interagera med sidornas medlemmar, utan att enbart analysera den information som var tillgänglig till offentlig publik. Under min analys blev främst sex dejtingsidor nämnda, både i litteraturen och under själva intervjuerna. Dessa sidor är *Match.com*, *Mazily*, *Happy Pancake*, *Mötesplatsen*, *Badoo* och *Tinder*.

Match.com grundades den 21 april 1995 i USA av *Gay Kremen*, och kom in på den nordiska marknaden år 2002. Idag användas Match.com i cirka 25 länder, främst i USA, Canada, Japan, England och Sverige. Nästan varje dag är men än 20 000 medlemmar aktiva på den svenska sajten, och varje vecka går mer än 6 700 svenska singlar på dejt med någon de träffat via Match.com (Match.com).

Trots att Match.com började som en onlinetjänst, organiserar sidan även offline-evenemang i Sveriges storstäder. Sidan organiserar således olika aktiviteter som exempelvis afterwork, mingelkvällar, bowling med mera. Ibland får medlemmarna även möjligheten att åka utomlands med andra singlar (Match.com).

Match.com skiljer sig åt från andra sidor då dejtingsidan inte använder sig av så kallade *instant messages* utan bara av mejl. Ytterligare en skillnad är de extra tjänster som sidan erbjuder. Ett exempel är *Match.com Platinum*™, ett system som är tillgängligt för användare som inte har tid att gå igenom de olika profilerna och som vill hitta en möjlig partner så snabbt som möjligt (Match.com).

Dejtingsida Mazily skapades år 2012 i Sverige. Till skillnad från andra dejtingsidor vänder sig Mazily främst ”till alla som brinner lite extra för kultur”. Mazily är således en dejtingsida för kulturintresserade och skapades därför som en mötesplats på nätet där ett gemensamt intresse

för musik, film, konst, litteratur, scen, design med mera kan fungera som en katalysator för nya möten. Mazily beskriver sig själv som en modern sajt fri från kärlekens klyschor och jobbiga personlighetstester. Enligt sidan är gemensamma intressen den kortaste vägen till vänskap och kärlek. Sidan ger således även möjligheten att möta nya potentiella vänner och inte endast nya partner (Mazily.se).

Till skillnad från andra sidor är Mazily inte endast ett sätt att träffa nya människor, utan även en guide till de bästa och största kulturhändelserna i Stockholm, Malmö och Göteborg. Till skillnad från Match.com är Mazily gratis. Sidan erbjuder dock även betaltjänster ifall man vill förbättra sin profil. Den genomsnittliga singeln som är aktiv på Mazily är 32 år, och intresserad av populärkultur i någon form. Könsfördelningen är enligt sidan jämn (Mazily.se). Av alla sidor har Mazily den mest tilltalande estetiska designen, något som ytterligare understryker sidans kulturella intresse.

Happy Pancake är en nätdejtingwebbplats där kvinnor och män mellan 18 och 99 år gratis kan söka efter nya partners. Till skillnad från många andra dejtingsajter som enbart erbjuder gratis registrering så är alla tjänster på Happy Pancake kostnadsfria. För att bli medlem behöver man endast fylla i några grundläggande uppgifter om sig själv och vad man söker efter i ett enkelt formulär. Sidan försöker hålla bort innehåll och medlemmar som inte hör hemma på en nätdejtingwebbplats. Av denna anledning blir alla texter och foton granskade innan de läggs upp (happypancake.com).

Badoo lanserades 2006 av en liten internationell grupp av unga programmerare och teknikentreprenörer. Visionen var att skapa ett modernt, snabbt och enkelt sätt för människor att träffa nya människor i sitt område. Idag har Badoo cirka 246 miljoner medlemmar över hela världen, varav över 500 000 är från Sverige. Skapandet av en profil är gratis men trots det erbjuder sidan extra inställningar, eller *krafter* som de kallas. Ett exempel är möjligheten att titta på andras profiler utan att deras användare få reda på det (badoo.com).

Tinder har ingen onlinetjänst utan existerar endast som en mobilapplikation. Denna applikation baseras endast på bilder, vilket ofta kan ge ett ytligt intryck. Tinder ger möjlighet att komma i kontakt med personer i ens område. Finner man en viss person attraktiv så drar man bilden åt höger. Är fallet inte sådant, så drar man bilden åt vänster. Om man har gillat en

persons bild och samma person gillar ens egen din bild tillbaka, får man en *match* vilket innebär att man kan börja chatta med varandra.

Denna egenskap ser till att du enbart kan prata med personer du är intresserad av samt att du slipper att bli kontaktad av människor du inte finner attraktiva. Dessa profiler är i viss mån porträtt som man kan beundra eller håna. De har ingen innebörd, inga tankar eller liknande.

Mötesplatsen grundades sommaren 2001 och har sedan dess växt kontinuerligt. Idag är Mötesplatsen en av Skandinaviens största dejtingsajter med mer än 140 000 aktiva medlemmar i Sverige och Norge. Könsfördelningen är enligt sidan ganska jämn, med cirka 47 % kvinnor och 53 % män. Omkring 90 % av Mötesplatsens medlemmar är över 25 år. På Mötesplatsen finns alla samhällsgrupper representerade, och enligt sidan är mer än hälften av de registrerade högskoleutbildade (motesplatsen.se). Dejtingsidan ger möjlighet till att samla personer i olika listor. Denna funktion anses som väldigt praktisk då det minskar risken att missa intressanta profiler. Precis som Match.com är Mötesplatsen noga med att förklara vilka risker online-dejting kan innebära. Ett exempel är att bygga upp en bild av en person som kanske sedan inte stämmer när man väl träffas i verkligheten (motesplatsen.se).

Match.com och Möteplatsen liknar varandra vad gäller struktur och funktioner och kostar ungefär lika mycket. Dessa två sidor verkar inte koncentrera sig på en enda kategori av människor. En annan tjänst som dessa sidor har gemensamt är möjligheten att komma i kontakt med kundtjänst via telefon, precis som på vilket företag som helst. Mazily vänder sig som sagt endast till kulturintresserade människor, vilket innebär att inte alla kan eller vill bli medlemmar på sidan. Av alla sidor är Happy Pancake den mest tillgängliga, framför allt för att den är gratis. Av samma anledning och på grund av dess mindre tilltalande design skulle den kunna uppfattas som mindre seriös. Då Tinder endast existerar i form av applikation vänder den sig främst till en yngre publik.



## 4. Konsumtion av känslor

Online-dejting har utvecklats från stigmatiserat media till ett socialt accepterat sätt att finna en partner, samtidigt som den har blivit en alltmer lukrativ affärsverksamhet. Idag omsätter nätdejting cirka 300 miljoner kronor i Sverige (Aftonbladet, 2013 ), 932 miljoner dollar i USA och cirka 4 miljarder amerikanska dollar i hela världen (Blossfeld & Schmitz, 2011). Den ekonomiska sidan av online-dejting är även förknippad med massiva reklamkampanjer, en växande exponering i media samt en ökad relevans av online-dejting i dagens partnerskap(a.a.).

*”Acceptansen höjs när det gäller sådana grejer, till exempel via tv-reklam. Vackra människor i reklamen som träffar varandra. Desto fler som gör det, ju mer blir det accepterat. Lite som Hipster kulturen. Flera med dumma mössor.”* (Christian)

Drivna av en längtan efter kärlek, blir idag fler och fler människor medlemmar hos dejtingsidor. Trots romantiken passerar inte den ekonomiska drivkraften bakom nätdejtingen obemärkt förbi. I intervjumaterialet framkom just tre teman kring nätdejtingens ekonomiska realitet det vill säga effektivitet, beroende av nätdejtingen samt begreppet kommodifiering av känslor. I följande kapitel kommer jag analysera dessa tre teman i tre olika avsnitt.

*”Dejtingsidor har en väldigt ekonomisk aspekt. De tjänar pengar på varenda klick.”*(Charles)

### Bli mer effektiv!

*”Det som förvånar mig är hur fruktansvärt snabb och effektiv hela Internetdejting proceduren är.”* (Charles)

Liksom andra Internettjänster får jag intrycket av att nätdejting är väldigt effektiv. Bortsett från att mina informanter har beskrivit den just som sådan, var denna effektivitet även tydlig i dejtingsidornas struktur.

Nätdejtingens effektivitet börjar den stunden man bestämmer sig för att pröva denna virtuella funktion. När man loggar in på Internet går det att välja mellan ett flertal sidor, vilket ger oss möjligheten att hitta den sida som man tror kommer passa en bäst. Under de senaste 20 åren har nätdejtingen utvecklats så pass mycket att den har skapat dejtingsidor som återspeglar specifika nischer av människor i samhället. I metodkapitlet beskrev jag till exempel hur dejtingsidan Mazily sägs vara riktad främst till människor med mer ”sofistikerade” intressen.

*”Jag använder mig bland annat av Mazily. Vet inte om du känner till den. Den är en sådan kulturell sida. Man kan även skriva statusuppdateringar. Har träffat flera som är konstintresserade som mig.”* (Emma)

Det faktum att tjänsten inte enbart existerar för en allmän publik utan även för de mest varierande typer av personer, har visat sig vara något väldigt positivt då detta ger möjligheten till flertalet människor att hitta någon. På Internet finner man exempelvis sidor som endast vänder sig till personer med psykiska problem och där de får möjligheten att lära känna personer med liknande problem.

Anledningen till att vi vänder oss till specifika sidor är inte så märklig, då de flesta av oss ofta har specifika förväntningar gällande vår framtida partner. Charles menade till exempel att: *”ElitSinglar är en rimlig konsekvens. Om man är ute efter en tydlig match så är det bra att man har önskemål.”*

Ytterligare en faktor som gör online-dejting effektiv är hur den virtuella interaktionen inte kräver aktörens närvaro. Denna egenskap var en av de främsta anledningarna till att Christian valde att använda sig av nätdejting. Som singelfar med tre barn var detta enligt honom det enklaste sättet att träffa nya kvinnor: *”Detta funkar bäst för mig. Har inte tid annars. Jag har mina barn att ta hand om under eftermiddagarna.”*

De flesta människor har som jag tidigare nämnt en specifik idé av hur den perfekta partnern skall se ut. Bortsett från någon med samma intressen eller samma sociala klass, söker vi oftast en person med ett visst utseende och i en viss ålder. Effektiviteten i nätdejtingen gör det möjligt för dess medlemmar att fastställa specifika kriterier i deras sökande av en partner. Alla mina informanter hade sina särskilda önskningar. Sarah menade till exempel att hon endast ville träffa killar från storstäder. Christian å andra sidan hade inte bara specifika önskningar utan gillade även en viss typ av profil: *”Jag vill inte ha sådana duckface-profiler. Det tyder lite på dumhet. Ville inte bara se bilder utan vill även läsa några mer fakta. Och nu när jag tänker på det, så har jag nog en favorit typ. Brunette-tjej, runt 28 år kanske.”* (Christian)

Online-dejting tycks även vara effektiv då den ger oss möjligheten att komma i kontakt med personer vi vanligtvis inte skulle ha träffat. Urvalet av människor man kan kontakta är extremt brett vilket ger intrycket av att man säkerligen kommer hitta någon som stämmer in på den man söker. Den långa listan av potentiella kandidater som skulle kunna vara ens nästa partner har dock även en negativ konsekvens. Trots att det finns flera olika kriterier, är databaserna

fulla av likadana profiler. Om man exempelvis är intresserad av en blond tjej på 35 år med universitetsutbildning, kommer ett stort antal människor att motsvara denna beskrivning (Illouz 2007:84). Christian menade exempelvis att efter redan några veckor som medlem hade han märkt hur man alltid fick samma typ av match, det vill säga att han blev kontaktad flest gånger av samma typ av person. Individer möter således ett problem när de skall hantera det stora utbytet av möjliga partner (Illouz 2007:84). Av denna anledning är den genomsnittliga medlemmen tvungen att filtrera bort potentiella partner för att finna den rätta.

När man pratar om kärlek drömmer man oftast om en väldigt specifik typ av person man skulle vilja ha i sitt i liv, vilket egentligen inte är så konstigt. Den extrema effektiviteten och det faktum att man själv kan välja specifika kriterier förvandlar det som en gång var drömmar och önskingar till ett extremt strategiskt system för att finna kärleken, vilket även mina informanter har funderat över. Charles som beskrev sig själv som en oförbätterlig romantiker, menade till exempel. *"Valet av en partner i nätdejtingen är väldigt strategisk. Bortsett från kärlek, vad kan denna person bidra med? Lite arkaiskt på så sätt. Detta känns som en återgång till sökandet av en lämplig partner [arrangerade äktenskap] tyvärr. Även om man letar själv så känns det nästan som ens förälder är i huvudet och letar efter någon passande."*

Enligt sociologen Illouz har effektiviteten av online-dejting lett till en växande cynism gällande kärleken. Denna cynism markerar en tydlig avvikelse från kärlekens traditionella kultur (Illouz 2007:89). Medan den romantiska kärleken var karakteriserad som en ideologi av spontanitet, begär idag Internet ett rationaliserat partnerval (Illouz 2007:90).

## Ibland blir det som ett knark

*"Det kan bli för bra. Nästan som ett knark."* (Christian)

*"Man fastnar ju lätt."* (Emma)

Fördelen med Internet är att man kan köpa allt man vill utan att behöva lämna lägenheten. Internettjänster anses ibland vara ett säkrare och mer kontrollerat alternativ, då de ger möjligheten att undvika oförutsägbarheten som är kopplad till icke-virtuella möten. Bekvämligheten och känslan av säkerhet kan dock leda till ett slags missbruk när människor går från den ena webbsidan till den andra, vilket innebär att vi använder oss av Internet för att tillfredsställa nästan alla våra behov (Bauman 2008:23).

Under intervjusamtalen förekom även hur nätdejtingen kan leda till ett visst beroende, något mina informanter ofta hade funderat över.

Enkelheten att börja chatta med en potentiell partner genom Internet, är en av anledningarna till missbruk. Som Charles menade: *"Internet gör det enkelt. Nästan som att bli full."* Även dejtingsidornas struktur kan kopplas till detta beroende. Som jag tidigare beskrev i min metoddel är det flesta dejtingsidor idag tillgängliga som mobilapplikationer. Detta innebar att mina informanter ofta är inloggade utan att tänka på det. Ibland rent automatiskt. Christian berättade hur han själv hade insett att han hade blivit beroende av nätdejtingen, då han loggade in nästan varenda timme: *"Man glömmar att man loggar in. Mobilen är alltid där."* Även sättet man kan välja de olika profilerna på ansågs ge en viss känsla av "missbruk". Charles menade till exempel att Tinder hade blivit som ett sorts spel för honom, då han endast behövde trycka ja eller nej i fall han var intresserad av en kvinna.

Denna känsla av beroende orsakas främst av två faktorer: nätdejtingens effektivitet, och förväntan om att man kommer hitta kärleken online. Faktorer som egentligen är extremt kopplade till varandra. När man blir medlem på en dejtingsida är man ofta ute efter något specifikt, vilket även sker i "verkligheten". Effektiviteten i dessa sidor innebär dock att vi inte nöjer oss, utan att vi fortsätter leta efter något eller någon som kanske inte finns. Charles och Emma var de mest kritiska av alla fyra informanterna när det gäller att finna kärleken online. Charles menade till exempel att: *"Det skapas för många orealistiska förväntningar. Det känns som att man är fast. Man letar efter något som förmodligen inte finns och spenderar år efter år med att vara jätteaktiv, men blir bara bittrare och bittrare. Det kan man se på vissa sidor. Människor uttrycker verklig bitterhet i sina statusuppdateringar."*

Liksom Charles menade Emma att svårigheten att finna kärleken online samt övertygelsen att man kommer att hitta den rätta partnern leder till att människor inte kan få nog av online-dejting. *"Man märker det eftersom det alltid är samma människor som är på dessa sidor år efter år."*

## Kommodifiering av känslor

Skapandet av en profil på en dejtingsida tycks följa en rad ekonomiska kriterier. Medlemmar marknadsför sig själva genom att skapa den bästa möjliga profilen. Enligt dejtingsidan *Match.com* är det exempelvis betydelsefullt att skapa ett bra användarnamn, då det är viktigt att fundera på vad man vill att namnet ska skapa för associationer. Bilden är dock den mest centrala faktorn i skapandet av en bra profil. dejtingsidan konstaterar att profiler med bra bilder i genomsnitt får sju gånger fler besök och mejl, på samma sätt som de varor som tilltalar oss mest blir mer sålda. Enligt sidan är även profiltextern viktig. I texten presenterar man vem man är, vilket mina informanter var medvetna om. Trots att de menade att ärlighet var viktig, erkände två av de fyra informanterna att de ”byggde” upp en bättre version av sig själva i deras profiler. Emma menade till exempel att: ”*Grundfakta är ärliga men sen skriver man ju det man vill ska komma fram.*” En bra profil är på så sätt bra reklam. Det gör att varan blir såld. Individuer deltar således i en sorts *branding*-process i letandet efter en partner, vilket även kan definieras i termer av ”*kommodifiering av känslor*” (Heino, Ellison & Gibbs, 2008).

Konstruktionen av en dejtingprofil får dock konsekvenser. Illouz menar till exempel att ingen existerande teknik på ett sådant extremt sätt har radikaliserat föreställningen om jaget som en ”väljare”, samt tanken att det romantiska mötet bör vara resultatet av det bästa möjliga valet (Illouz 2007:79). Detta påminner återigen om Charles antagande att nätdejting är mer riktad mot ett strategiskt val än riktig kärlek.

Internet strukturerar på så sätt sökandet efter en partner på en marknad, eller rättare sagt, formaliserar det till en sorts ekonomisk transaktion. Internet förvandlar jaget till en förpackad produkt som konkurrerar med andra produkter på marknaden (Illouz 2007:87). Som Charles säger: ”*På dejtingsidor är vi alla som varorna som står på Icas hyllor.*”

Det tidigare nämnda begreppet *kommodifiering* är den centrala drivkraften bakom det Bauman definierar som *konsumtionssamhället*. Syftet med konsumtionen i konsumtionssamhället är inte att tillfredsställa behov och begär, utan att kommodifiera konsumenterna, vilket innebär att konsumenterna upphöjs till positionen av säljbar vara. (Bauman 2008:67 ). Detta har inneburit att konsumtionssamhället har koloniariserat inre rum. Individens intima/privata sfär är ett av dessa rum, och nätdejting är delvis dess konsekvens.

När människor använder sig av Internet för att söka en partner följer de den moderna tendensen att handla på webben. Som jag tidigare nämnt är bekvämligheten och en känsla av säkerhet anledningen till att människor använder Internet när de är i behov av något. Detta gäller till exempel när man köper en bärbar dator eller en semesterresa. Så varför bör det inte gälla vid sökandet efter en partner? (Bauman 2008:26). Som Charles säger: *"Det är en naturlig utveckling, mycket av det man gjorde i verkligheten är nu på Internet. Det känns rimligt. Sen kan man känna att det är dåligt eller bra. Men så måste det bli. Och det kommer så klart ha sina konsekvenser som med alla andra utvecklingar."*

Avslutningsvis är det stora urvalet av personer vi kan komma i kontakt med samt nätdejtingens effektivitet anledningen till att vi tror att det säkerligen finns någon bättre ute på nätet. Då nätdejtingen följer de konsumistiska mönstren är människor drivna till att vilja lära känna nya personer, och samtidigt lägga de vi redan har träffat åt sidan. Detta innebär att man kastar bort flera möjligheter. Missbruket som jag tidigare beskrev skulle därför kunna definieras i termer av *"det konsumistiska syndromet"*. Detta syndrom handlar helt enkelt enligt Bauman om snabbhet, övermått och slöseri (Bauman 2008:98).

När en ny version av en mobiltelefon lanseras, springer vi omedelbart och köper den. Samma logik gäller idag för partnerskapet. Letandet efter en partner har som följd av konsumtionssamhället blivit alltmer konsumistiskt. Det har som mål att förminska alla sorters risker, att kategorisera de artiklar som eftersöks, och att exakt avgränsa de egenskaperna hos den sökta partner som kan antas motsvara den sökandes aspirationer (Bauman 2008:116). Partnerskapet har på så sätt blivit en ytterligare vara i *homo consumens* händer.

Det grundläggande antagandet är att det är möjligt att skapa kärleksobjekt utifrån specifika och mätbara fysiska och sociala egenskaper samt karaktärsdrag (Bauman 2008:116). Principen i en sådan *"kärleksmarknadsföring"* är att om det sökta kärleksobjektet inte är tillräckligt utifrån vissa önskade aspekter bör den eventuella köparen av kärleksobjektet avstå, precis som de flesta konsumenter skulle göra med en vara. Om brister upptäcks efter köpet måste det bristfälliga kärleksobjektet i likhet med alla andra varor på marknaden ersättas. Individernas sätt att kryssa på nätet i jakt efter den ideala partnern ger således intrycket av en emotionellt distanserad aktivitet- som om människor vore varor i ett skyltfönster (Bauman 2008:117).

I detta avsnitt har jag analyserat hur online-dejting kan kopplas till utvecklingen av en alltmer konsumistisk kultur och samhälle. Nätdejting eller ”köttmarknaden” som den ofta kallas, påminner idag om vilken ekonomisk transaktion som helst. Individer attraherar andra personer främst genom sina profiler som i flera fall påminner om annonser. Möjligheten att fylla i specifika kriterier gällande den typen av person eller förhållande man är ute efter motsvarar på så sätt en shoppingsida. Nätdejtingen bör dock inte endast förknippas med ekonomiska kriterier.

Online-dejting och den virtuella kärleken innebär olika konsekvenser för själva individen och hennes eller hans relationer. I nästa kapitel kommer jag därför analysera vilka konsekvenser denna företeelse har haft för traditionella föreställningar om partnerskap.

## 5. Virtuellt partnerskap

I förra kapitlet beskrev jag hur nätdejting kan beskrivas i termer av ett konsumistiskt förhållningssätt till känslor. Jag tog upp ord som effektivitet och urval för att beskriva hur dejtingsidor ger oss möjligheten att träffa många potentiella partner, samt valet att fastställa kriterierna i partnersökandet. Dessa två faktorer har sedan blivit beskrivna som orsaker till ett beroende av nätdejtingen.

I detta kapitel kommer jag analysera vilka konsekvenser nätdejtingen innebär för uppfattningen om partnerskap. Framförallt, kommer jag fokusera på hur uppfattning påverkas av Internetdejtingens möjligheter att knyta sexuella kontakter.

### Sex.com

*”Det finns en ny syn på sex. Man är mer öppen. Denna direkthet och oblyghet har slagit mig. Vilket är bra tycker jag. Det är bara sex. Det är inte så konstigt.”* (Christian)

Detta citat understryker en betydelsefull aspekt av nätdejtingen där sexualiteten ofta tycks vara central. Av alla mina informanter var Charles den som mest gav mig intrycket av att ha blivit cynisk gällande online-dejting efter all sina år som medlem. Han menade att *”den manliga sexuella jakten”* ofta var en central del, om inte den mest centrala, på de flesta dejtingsidor. Detta innebar enligt honom att kvinnor ofta får många och ibland opassande meddelanden: *”Tjejer får många meddelanden och opassande meddelanden. De är ofta tvungna att blockera vissa individer. Detta är baksidan av ett så stort utbud.”*

Trots att jag inte ställde några direkta frågor gällande sexualitet i nätdejtingen, började Charles att berätta hur ofta just sexualiteten framkommer när män kontaktar kvinnor. Medan kvinnor är väldigt passiva på dejtingsidor är män, enligt Charles, väldigt direkta med vad de vill ha. Det är oftast män som kontaktar kvinnor. Ibland även med opassande meddelanden: *”Ja men det händer ju att tjejer får massor av penisbilder.”* (Jag vågade aldrig fråga hur han egentligen visste).

Kan sådana opassande meddelanden vara en konsekvens av anonymiteten på dejtingsidor? Trots att det kan hända i offline-sammanhang, att personer vi egentligen inte är intresserade av försöker fånga vår uppmärksamhet, så skulle nog aldrig någon komma på tanken att dra ner sina byxor för att söka kontakt.



*”Är man ute på krogen riskerar man att få en örfil. På Internet kan det inte bli så mycket mer än att man blir blockerad.”* (Charles)

Sexualiteten i nätdejtingen kan även kopplas till sidornas struktur. Utifrån min analys av de olika dejtingsidorna framstår fotona som extremt centrala. Ett fint foto kan leda till en dejt. Trots att vi även i verkligheten söker oss till den person vi finner mest attraktiv, blir en sådan faktor i nätdejtingen extremt uppenbar. Detta innebär att man blir mer kräsen och väljer ut de profiler som ser bäst ut. En logik som på så sätt påminner om de konsumistiska mönstren. Man skulle aldrig välja ut en klänning som inte faller en i smaken.

Av alla dejtingsidor eller applikationer är Tinder den mest utseendebaserade eftersom applikationen bara består av bilder. När jag frågade Charles om hans åsikt gällande Tinder, så kunde han inget annat säga än att han anser att den är extremt ytlig. Charles förklarade även att han själv hade använt sig av Tinder, men inte i sökandet efter något seriöst, utan liksom andra män i sin omgivning, i letandet av ett *”engångsligg”*. På så sätt skulle jag definiera Tinder som en mindre relationscentrerad dejtingapplikation och mer *”varför inte ses en gång och ha kul”*.

En ytterligare faktor som leder till ett ökat fokus i sökandet av flera sexuella partner, istället för ett enda förhållande, är det stora urvalet av personer man kan komma i kontakt med. Att träffa flera människor gör det möjligt att *”pröva på”* innan man kanske bestämmer sig för något mer seriöst. Baksidan är att man riskerar att inte komma ur denna *”onda”* cirkel. Bauman menar att den moderna individen, som vi även kan definiera i termer av *homo sexualis*, är driven av en temporär önskan snarare än av ett riktigt behov. När det kommer till partnerskapet innebär det att man lämnar en öppen dörr till flera sexuella möjligheter. (Bauman, 2003, sid 12).

Att säga att alla de som använder sig av nätdejting är ute efter sexuella äventyr skulle dock vara missledande och en generalisering. Det är ett faktum att många längre relationer har uppstått via online-dejting. Så var dock inte fallet hos mina informanter. Bara en av dem hade haft mer seriösa förhållanden via nätdejting. Trots det beskrev hon dem som väldigt kortvariga.

Nätdejting ligger givetvis inte bakom vår samtids öppna syn på sexualitet, men det är bevisat att kommunikationsteknologier faktiskt har inverkan på sexuella relationer.

Etnografiskt fältarbete har bevisat att kommunikativ teknologi kan ha en betydande effekt på sexuella relationer. Ett exempel är användningen av mobiltelefoner i Jamaica, där privata konversationer har inneburit att många sexuella interaktioner har blivit lättare att komma undan med (Miller, 2011, sid 167). Teknologin har således smälts samman med längtan efter sex, vilket får konsekvenser för monogami som ideal.

Slutsatsen är att det stora urvalet är avgörande samt att teknologin gör det lättare att komma i kontakt med andra människor. På så sätt skulle vi kunna säga att redan befintliga men ”gömda” instinkter blir mer uppenbara. Detta betyder som sagt inte att alla resonerar så, men som Charles säger: *”Om en kille skriver och frågar till cirka 200 tjejer om de vill ha sex med honom så kommer i alla fall en tjej svara ja.”*

## Hej då monogami

Min sociologi- och antropologilärare på gymnasiet påstod under en av sina föreläsningar att människan rent biologiskt känner behov av att ha flera partner. Individerna följer dock kulturella värderingar vilket innebär att hen – i alla fall när det gäller det västerländska samhället – har monogami som norm.

Monogami beskrivs inom antropologi som ett system där endast två personer ingår i ett äktenskapsförhållande (Hendry 2008:232). Monogami är således en form av relation där en individ bara har en partner under sitt liv. I det vardagliga språket används ordet monogami även för att beskriva två partner som inte är gifta, men som ändå inte har andra partner utanför förhållandet. I det västerländska samhället används benämningen monogami även i de fall där man har samma sexuella partner under en längre period. Detta innebär att även om äktenskap och livslånga förhållanden inte längre är norm så är det fortfarande inte acceptabelt för de flesta människor att ha flera sexuella partner parallellt.

I förra avsnittet beskrev jag hur teknologin, i detta fall nätdejtingen, innebär att vissa befintliga och dolda instinkter blir mer synliga. Den strukturen som dejtingsidorna följer tycks ha haft ett starkt inflytande på uppfattningen om monogami.

Det stora urvalet av människor online innebär att vi inte nöjer oss med en enda partner utan att vi är ute efter mer än ett förhållande. Möjligheten att träffa nya partner har bidragit till att människor i olika åldrar har insett att det inte finns någon anledning att nöja sig med ett

förhållande som kan ge intryck av att vara medelmåttigt. Även mina informanter var eniga om att nätdejtingen har en negativ konsekvens för parbildningen, då man lätt tror att det säkerligen finns någon mer passande *”där ute”*.

Under samtalet kom det fram att endast Emma hade fortsatt att kontinuerligt leta efter ett mer seriöst förhållande: *”Jag var ute efter ett seriöst förhållande. Har faktiskt även haft några seriösa förhållanden. Inte så långvariga bara.”* Christian å andra sidan berättade hur hans inställning hade förändrats under tiden han var medlem hos de olika sidorna: *”Jag trodde att jag var ute efter något seriöst i början, men nu känner att jag inte längre är det. Nu vill jag bara träffa några kvinnor och ha sex med dem.”* Ett citat som ytterligare understryker mitt antagande gällande sexualiteten i nätdejtingen.

Under min intervju med Charles uppstod det en väldigt intressant motsägelse som fick mig att ytterligare fundera över online-dejtingens inverkan på föreställningarna om partnerskap. I början av intervjun sa Charles att han i dagsläget var i ett seriöst förhållande. Detta innebar att han hade slutade med nätdejting. Senare i intervjun kom det däremot fram – helt oavsiktligt – att han fortfarande loggade in rätt ofta på dejtingsidorna. Trots sitt förhållande, fanns det fortfarande en önskan hos Charles att kunna träffa någon annan.

Känslan av tillgång har således fått konsekvenser när det kommer till strävan efter kärlek. Många blir mer kräsna när det kommer till kärlek: *”Nej, men här i region Skåne är det för många bönder. De bor långt ute på landet, typ Staffanstorp. Ibland har de barn. Klart att man letar folk på nätet då. MEN NEJ TACK! Inget jag vill ha!”* (Sarah)

Att följa monogaminormen innebär som sagt att ha endast en partner i ett förhållande. Att bryta mot normen betyder därför i de flesta fall att man är otrogen.

I ett förhållande har de flesta av oss en klar bild om vad otrohet innebär och dess konsekvenser. För somliga kan en flirt vara acceptabel. Kyssar och andra sexuella handlingar är däremot inte det. Otrohet i den verkliga världen definieras således av en fysisk interaktion med en annan person som inte är ens partner. Den virtuella världen har dock bevisat att fallet inte behöver vara sådant. ”Otroheten” kan även vara virtuell. Den virtuella otroheten kan ha många olika former, så som otillåtna e-postmeddelanden, hemliga sms, eller i så kallade sex chattar.

Marvin som jag tidigare har nämnt i denna uppsats, brukade ofta chatta– och ibland flirta – på Facebook med flera kvinnor. Trots att han aldrig träffade dessa kvinnor i verkligheten, kunde

inte Marvins fru acceptera beteendet. I hennes ögon var Marvin otrogen eller i alla fall, ett steg från att vara det.

När jag frågade mina informanter om de någonsin hade använt sig av nätdejting under ett förhållande svarade alla fyra nej: *"VA? NEJ! SÅ KLART INTE! Jag var inte i något förhållande när jag använde mig av sidorna. Vad är meningen annars?"*(Emma). Christian erkände däremot under vårt samtal, att han hade flera sexuella partner – både virtuellt och i verkligheten – vilka han nu hade träffat kontinuerligt under flera månader.

Syftet med denna uppsats är inte att bevisa att man automatiskt blir otrogen mot sin partner om man någon gång har varit medlem på en dejtingsida, utan att analysera vilka konsekvenser nätdejtingen kan innebära för uppfattningen om partnerskap.

Christians erkännande verkar vara något som idag blir alltmer accepterat, bland annat på grund av Internet, och i detta fall på grund av online-dejting. Detta får följaktligen uppenbara konsekvenser för föreställningen om partnerskap och även för normen monogami.

Christians exempel är så klart något som även skulle kunna ske i fall där nätdejting inte är inblandad. Återigen är jag dock av den åsikten att det stora urvalet och tillgängligheten spelar en stor roll. Möjligheten att komma i kontakt med flera personer samt idén att någon bättre finns där ute, är alltid kvar, vilket är något som Charles ger oss bevis på.

I sin analys av Facebooks påverkan i Trinidad kommer Miller fram till en liknande slutsats. Miller anser att före Facebook var idén om andra män eller kvinnor i Trinidad endast ett vagt hot i befolkningens medvetande. Andra män och kvinnor var inte synliga på samma sätt som de är nu. Facebook "erbjuder" däremot en stor mängd fotografier, samt möjligheten att tydligt flirta i kommentarer (Miller, 2011, sid 8). Detta innebär enligt Miller, att oavsett vilket förhållande människan befinner sig i, kommer de alltid att fantisera om otrohet (Miller, 2011, sid 166).

Avslutningsvis, skulle jag kort vilja nämna dejtingsidan *VictoriaMilan*. Trots att den inte togs upp under mina intervjuer finner jag sidan extremt intressant. Äktenskap är ett godtagande av regelbundenheten, vilket tillfälliga förhållanden inte följer. VictoriaMilan erbjuder dock möjligheten för personer i förhållanden samt äktenskap att träffa människor utanför relationen. Som sidan själv säger: *"Gör livet levande, ha en affär!"*.

Detta är ett ytterligare bevis på att vissa instinkter, behov och längtan kan bli verklighet. I detta fall intar de till och med formen av en dejtingsida, vilket uppenbart påverkar uppfattningar och ideal om partnerskap.

## 6. Den virtuella individen

I förra kapitlet beskrev jag i vilka avseenden nätdejting påverkar uppfattningen om partnerskap. Sexualiteten i online-dejting påverkar exempelvis monogaminormen som alltid har varit central i det västerländska partnerskapet. Online-dejtingens effekter finner man dock även på en individuell nivå. I följande kapitel kommer jag därför att analysera vilka konsekvenser nätdejtingen får för individen.

### Risken att bli besviken

Rädslan att bli besviken förekom ofta som tema under alla fyra intervjuer. Mina informanter var av den åsikten, att bland alla möjliga risker som en nätdejting medför, så är just besvikelsen mest vanlig.

Alla användare är som sagt anonyma. Detta innebär att man aldrig kan vara säker på vem personen egentligen är som man pratar med. Personen på andra sidan skärmen kan vara vem som helst, och därmed även farlig. Dejtingsidan Match.com föreslår exempelvis säkerhetsåtgärder. Enligt sidan borde man till exempel akta sig för profiler utan bilder, samt vara misstänksam vid stor åldersskillnad. Sidan ger sedan några grundläggande råd om säkerhet, som att alltid prata via telefon först innan man ses, att träffas på en säker plats och meddela någon vart man befinner sig (Match.com).

Trots att Match.com verkar vilja skapa en trygg miljö för sina medlemmar, är dejtingsidor idag i fokus hos medierna, just på grund av falska profiler. Match.com har blivit anklagad för att ha betalat sina anställda för att kontakta sidans medlemmar och bjuda ut dem på en dejt. Allt detta för att kunderna inte ska lämna dejtingsidan (NYdailynews, 2005).

Känslan av besvikelse uppstår vanligtvis när personen vi möter inte stämmer överens med sin profil, något som alla mina informanter hade råkat för. *”Jag träffade en tjej för några dagar sedan. Hon var ganska olik sina bilder. Det var inte så att hon hade ljugit eller något. Hon var väl bara väldigt fotogenisk.”* (Christian)

Charles berättade att även personer i hans omgivning hade varit med om samma sak: *”Jag har flera vänner som också har råkat ut för ”bedrägeri”. I min kompis fall så hade personen använt sig av en bild av en känd person. Detta gjorde min kompis väldigt arg.”*

Känslan av besvikelse är dock inte enbart orsakad av profilbilder som inte verkar stämma. Den största risken var enligt mina informanter att bygga upp en viss bild av den andra personen – kanske till och med blir kär – och sedan inse att bilden inte stämmer när man väl träffas i verkligheten. *”Det är inte så att man blir lurad. Jag tror mest att man lurar sig själv. Man träffas på riktigt och så stämmer inte ens förväntningar.”* (Emma)

Christian erkände att han hade blivit kär i en kvinna han hade lärt känna online, trots att de endast hade chattat och pratat via telefon. Han berättade även hur han till slut hade bestämt sig för att sluta prata med kvinnan. Christian berättade aldrig varför, men enligt min åsikt så var rädslan att bli besviken den största anledningen.

## Vem är du online?

Jag inleder detta avsnitt med att berätta en anekdot. Sarah, som jag under denna uppsats inte har refererat mycket till, berättade varför hon började använda sig av nätdejting. Trots att vårt samtal inte gav det resultat jag förväntade mig, finner jag denna berättelse extremt viktig i min analys av nätdejtingens effekter på individen.

Berättelsen börjar en lördagskväll, i en förort till Stockholm. Sarah befinner sig på en fest med sina vänner. Under kvällen träffar hon en kille som hon finner väldigt intressant, men som hon inte vågar prata med. Det leder henne till online-dejting, då hon känner att det kanske kan vara lättare att träffa en kille på så sätt. Några veckor senare, börjar hon chatta med en väldigt trevlig kille som hon så småningom börjar gilla. Vid deras första dejt upptäcker Sarah att killen hon hade lärt känna genom dejtingsidan är samma kille som hon träffat på festen några veckor innan. Killen erkände att han hade känt igen henne på sidan och därför bestämt för sig att skriva till henne, då han inte hade vågat prata med henne under festen.

Trots att denna dejt till slut inte ledde till något lycklig förhållande, finner jag ovanstående exempel intressant, då det bevisar hur nätdejting kan hjälpa personer som känner sig obekväma i verkligheten att komma i kontakt med andra personer, och hur det kan kännas lättare att prata med något virtuellt.

Den virtuella interaktionen i nätdejtingen innebär som sagt vissa risker. Ett exempel är en möjlig känsla av desillusion när personen man har pratat med online inte är som förväntat i verkligheten. Onlineinteraktioner har dock sina fördelar. Som Sarahs exempel visar, kan det vara lättare att prata med någon via en chatt än i verkligheten. Nätdejtingen kommer på så sätt med en bra lösning för de personer som kanske är för blyga – eller som kanske har problem med att socialisera – för att finna en partner i verkligheten. När jag exempelvis ställde frågan ”*föredrar du online-dejting eller traditionell dejting?*” svarade Christian att nätdejtingen var enklare för honom då det ger möjligheten att fundera på vad man ska säga. Den virtuella närheten desarmerar pressen som icke-virtuell närhet förväntas utöva (Bauman, 2003, sid 63).

*”Jag föredrar online- dejting. Jag är hopplöst dålig på att ragga. Det är som Afrikas savann där ute. Här har man chansen med lite humor och välvalda ord att locka någon på ett mer subtil sätt. Och sen behöver man inte vara full. Så jag föredra absolut det ” (Christian)*

Ett slående exempel på just det är de indiska kvinnor i södra Trinidad, som är ett samhälle där kvinnan är ansvarig för att upprätthålla familjens rykte och heder. När dessa kvinnor visade sig vara mer öppna och äventyrliga online än de flesta hade förväntat sig, var antropologen Miller av den åsikten att kvinnorna började bli mer extroverta tack vare Facebook (Miller, 2011, sid 169). Enligt Miller tillhandahåller Facebook ytterligare rum för personligt uttryck och en mer kreativ och extrovert offentlig närvaro. (Miller, 2011, sid 170).

Det virtuella rummet i nätdejtingen möjliggör följaktligen att individen kan uttrycka sig själv på sätt hen vanligtvis inte skulle våga göra. Detta innebär att ett nytt jag skapas. Individen har således två identiteter, en online och en offline. Individen kan också fokusera intensivt på sig själv, på sin egen självuppfattning samt på ett självideal genom skapandet av profilen på dejtingsidan. Känslan av att vara unik skärps av dejtingsidorna (Illouz, 2007, sid 78). Självkänslan förstärks ytterligare när man blir kontaktad av en annan person. Det som ibland verkar vara viktigare än själva samtalet med en annan person, var att denna person visat intresse för personen ifråga. Ju fler personer som gillar profilen, desto mer stärks självkänslan (Heino, Ellison & Gibbs, 2008). Som Christian sa: *”Det är mest uppdragningen som räknas, själva bekräftelsen. Bra för självkänslan och egot. Och efter det måste man ha en till, och en till. Man behöver en kick.”*



Kapitlet visar hur nätdejting både kan ha nackdelar och fördelar. Anonymiteten online och den virtuella interaktionen innebär att det kan vara lättare att uttrycka sig. Onlineidentiteten kan dock skilja sig från den man är i verkligheten, vilket kan orsaka desillusion för de som har visat intresse för den virtuella personen.

## 7. Avslutande diskussion

I uppsatsen har jag arbetat med att undersöka vilken inverkan nätdejting har på individen och dennes relationer.

Jag började med att presentera hur online-dejting kan beskrivas i termer av ett konsumistiskt förhållningsätt till känslor. Nätdejting har idag blivit en av de mest lönsamma tjänsterna på Internet, tack vare kommodifieringen av människors längtan och behov av kärlek.

Nätdejtingens konsumistiska sida visade sig vara extrem tydlig i dejtingsidornas struktur. dejtingsidor ger möjligheten att fylla i specifika kriterier för att hitta någon som ”matchar” oss. Detta faktum påminner om att man på de flesta shoppingsidor kan fastställa kriterierna gällande den vara man vill köpa. Min teori stämde således med Baumans teori om konsumtionssamhället. Bauman menar att individer i det moderna samhället har förvandlats till säljbara varor, vilket är uppenbart i dejtingsidor.

Urvalet av människor på dejtingsidorna är stort. Detta har även kopplats till en känsla av beroende av nätdejtingen, då idén om att det alltid kommer finnas någon bättre innebär att man kontinuerligt loggar in. I min analys har jag även beskrivit hur det stora urvalet av människor på nätdejtingsidorna innebär att många fortsätter leta efter någon mer ”passande, vilket hotar individens befintliga relationer och föreställningen om partnerskapet i sig.

Jag har till slut analyserat vilken inverkan online-dejting har på individen. Utvecklingen av virtuella interaktioner hjälper idag flera personer med problem att kommunicera i offline sammanhang att komma i kontakt med andra människor. Nätdejting hjälper på så sätt personer som känner att de inte kan uttrycka sig själva i verkligheten, att lära känna potentiella partner online utan rädslan att göra bort sig i ett möte ansikte mot ansikte.

Anonymitet innebär dock att vi inte alltid är ärliga med vilka vi är. Genom en virtuell chatt kan vi även ge intrycket att vara en helt annan person. Av denna anledning är en stor känsla av besvikenhet vanlig mellan personer som använder sig av online-dejting.

Syftet med denna uppsats har således varit att analysera vilken inverkan nätdejtingen har på individen och dennes relationer. Det ekonomiska och konsumistiska mönstret som har analyserats i uppsatsen leder mig till slutsatsen att uppfattningen om kärlek har förvandlats från att ha varit unik och spontan, till en idé av masskonsumtion, vilken återspeglas i sidornas struktur. Detta har även inneburit att potentiella partner nu intar en position av

konsumtionsmöjligheter. Fortsätter vi följa detta konsumistiska mönster, så kan människor på dejtingsidor definieras som varor, som sedan kan lämnas tillbaks om man nu inte gillar dem. Ett seriöst och mer långvarigt förhållande kan däremot beskrivas i termer av en större ekonomisk investering.

Kärlek beskrivs ofta som magisk och oförväntad, något som inte går att kontrollera. Effektivitet och strukturen av dejtingsidor rationaliserar och förvandlar däremot föreställningen om kärlek och längtan av en partner i ens eget liv, till ett strategiskt letande. Ett exempel är hur de flesta användare optimerar sina profiler, vilket även kom fram i mina intervjuer. Själva idén om kärlek vid första ögonkastet tycks inte finnas i nätdejtingen. Detta beror inte enbart på att det till en början handlar om virtuella interaktioner, utan även för att man själv väljer profilen man vill kontakta. På dessa dejtingsidor är det de olika kriterier som gäller och inte individen i sig i sin helhet. I alla fall i början av samtalet.

Det konsumistiska förhållningssättet till känslor och det stora urvalet av människor i dejtingsidorna har uppenbara konsekvenser för uppfattningen om partnerskapet. Människor är drivna att föredra mer kortvariga förhållanden, då de är rädda för att de kommer missa bättre ”partnersmöjligheter”. När förhållanden tar slut är det ofta på grund av att man har träffat någon annan. Det intressanta med denna analys är att det som kan inverka mer på en relation är idén av en annan person, eller rättare sagt flera personer, än en person man verkligen har träffat och interagerat med.

Avslutningsvis kan nätdejting hjälpa, som jag nämnde tidigare, personer som har problem att interagera i verkligheten. Det virtuella rummet kan skapa ytterligare en identitet online. Skillnaden mellan den verkliga identiteten och den virtuella, kan dock skapa problem när denna virtuella interaktion flyttas offline. Medan den ena personen har haft möjligheten att uttrycka sig som hon vill, kommer den andra personen kännas sig lurad vilket även kan medföra negativa konsekvenser. Personen kommer kanske i framtiden vara rädd att träffa andra personer via dejtingsidor. Av denna anledning anser jag att nätdejting inte automatiskt är en lösning på människors problem att interagera socialt.

I början av denna uppsats skrev jag att det finns ett tomrum inom antropologi när det kommer till nätdejting. Jag hoppas sålunda på att min uppsats kommer bidra med att fylla en del—om en liten— av detta rum.

## 8. Källförteckning

### Tryckta och elektroniska källor

- Atkinson, Paul (red.) (2001). *Handbook of ethnography [Elektronisk resurs]*. London: SAGE
- Bauman, Zygmunt (2008). *Konsumtionsliv*. Göteborg: Daidalos
- Bauman, Zygmunt (2003). *Liquid love: on the frailty of human bonds*. Cambridge: Polity Press
- Bernard, H. Russell (2006). *Research methods in anthropology: qualitative and quantitative approaches*. 4. ed. Lanham, MD: AltaMira Press
- Blossfeld, Hans-Peter; Schmitz, Andreas. *Introduction to the special issue: Online dating: Social innovation and a tool for research on partnership formation*. *Journal of Family Research*. 2011, Vol. 23 Issue 3, p264-266
- Bristow Jennie (2008, 26 mars). *Are we addicted to love?* Spike-online. Hämtad 2015-04-30 från [http://www.spiked-online.com/newsite/article/271#.VWG0eE\\_tmkp](http://www.spiked-online.com/newsite/article/271#.VWG0eE_tmkp)
- Davies, Charlotte Aull. (2002). *Reflexive ethnography [Elektronisk resurs] a guide to researching selves and others*. Taylor & Francis e-Library ed. London: Routledge
- Dröge, Kai; Voirol, Olivier. *Online-Dating zwischen romantischer Liebe und ökonomischer Rationalität*. *Zeitschrift für Familienforschung - Journal of Family Research*. 2011, Vol. 23 Issue 3, p337-357
- Hallett, Ronald E. Barber, Kristen. *Ethnographic Research in a Cyber Era*. *Journal of Contemporary Ethnography*. Jun2014, Vol. 43 Issue 3, p306-330

- Heino RD; Ellison NB; Gibbs JL; *Relationshopping: Investigating the market metaphor in online dating*. Journal of Social & Personal Relationships, 2010 jun; p 427-47
- Hendry, Joy (2008). *An introduction to social anthropology: sharing our worlds*. 2. ed. Basingstoke [England]: Palgrave Macmillan
- Hume, Lynne & Mulcock, Jane (red.) (2004). *Anthropologists in the field: cases in participant observation*. New York: Columbia University Press
- Illouz, Eva (2007). *Cold intimacies: the making of emotional capitalism*. Cambridge, UK: Polity Press
- Kennedy Helen (2005, 18 november). *Call'em Match.com- Lawsuit sez online dating service set up fake dates*. NewYork Daily News. Hämtad 2015-05-05, från <http://web.archive.org/web/20070222150633/http://www.nydailynews.com/front/story/367167p-312443c.html>
- Miller, Daniel (2011). *Tales from Facebook*. Cambridge UK: Polity Press
- <http://badoo.com/sv/> (2015-05-10)
- <http://dating.elitsinglar.se/> (2015-05-05)
- <http://www.happypancake.com/> (2015-05-10)
- <https://www.mazily.se/>(2015-05-10)
- <https://www.motesplatsen.se/> (2015-05-10)
- <http://se.match.com/> (2015-05-10)
- <http://www.victoriamilan.se> (2015-05-10)

- Scaramuzzino Gabriella (2014). *Sexsäljares och sexköparens kollektiva handlande på Internet: En svensk "fuckförening"?* Doktorsavhandling, Linnaeus University Press. Tryck: Elanders Sverige AB.  
Tillgänglig: <http://lnu.divaportal.org/smash/get/diva2:716993/FULLTEXT01.pdf>
- Stengård Mikael (2013, 14 februari). *Vår kärleksjakt- en miljonbransch*. Aftonbladet. Hämtad 2015-05-14 från <http://www.aftonbladet.se/minekonomi/article16237269.ab>