



LUNDS
UNIVERSITET

Grattis! Du har en ny matchning.

– En kvalitativ studie om kläders betydelse på Tinder

Martina Claesson & Louise Bogö Larsen

Avdelningen för modevetenskap

Institutionen för kulturvetenskaper

Lunds universitet

MODK63, 15 hp. Examensarbete för kandidatexamen, vt 2016

Handledare: Joacim Sprung

Abstract

Congratulations! You have a new match - a qualitative study about the meaning of clothes on Tinder is a bachelor thesis about how people can communicate via clothes on the dating application Tinder. This thesis analyses how clothes communicate and give a glimpse of the identity of the person in the images. Through Erving Goffman and his theory on roles in everyday situations the thesis analyses the online-roles that are acted out in the appearance on the application. The aim of the thesis is to investigate how clothes worn in profile pictures on Tinder communicates and if clothes symbolize identity. It also brings up the question about the roles that are played online and if they are trustworthy. To answer these questions the thesis is based on five semi-structured interviews and five dating handbooks have been used to give the empirical material of the study more depth. Four of the interviews are with experienced Tinder users and the last one is with a so called dating expert.

The thesis concludes and argues that clothes do communicate but not as a spoken language but as a cultural language. It also argues that roles are being acted out on Tinder and to make the role and the character trustworthy the clothes worn in the profile pictures are of great importance.

Keywords: Fashion, communication, identity, social media, Tinder, roles, construction of identity

Innehållsförteckning

| | |
|---|----|
| 1. INLEDNING..... | 3 |
| 1.1 Syfte/frågeställning | 4 |
| 1.2 Teoretiskt ramverk | 5 |
| 1.2.1 Mode och kläder | 5 |
| 1.2.2 Det representerade plagget..... | 6 |
| 1.2.3 Social identitet | 7 |
| 1.2.4 Kläder som kommunikationsmedel | 8 |
| 1.2.5 Rollen och den sociala scenen | 9 |
| 1.3 Forskningsöversikt..... | 10 |
| 1.4 Material, metod och genomförande | 12 |
| 1.4.1 Semistrukturerade intervjuer..... | 12 |
| 1.4.2 Telefonintervju..... | 13 |
| 1.4.3 Intervjuguide | 14 |
| 1.4.4 Urval av informanter..... | 14 |
| 1.4.5 Urval handböcker..... | 15 |
| 1.4.6 Innehållsanalys..... | 15 |
| 1.4.7 Metodkritik | 15 |
| 1.4.8 Avgränsningar..... | 16 |
| 1.4.9 Begrepp..... | 17 |
| 1.5 Disposition | 17 |
| 2. ANALYS | 19 |
| 2.1 Presentation av informanterna | 19 |
| 2.2 Presentation av handböckerna och dess författare | 19 |
| 2.3 IDENTITET | 20 |
| 2.3.1 Identitetsskapande genom kläder på Tinder | 20 |
| 2.3.2 En bild säger mer än tusen ord..... | 21 |
| 2.3.3 Den avklädda kroppens betydelse på Tinder | 28 |
| 2.3.4 Sök och du skall finna..... | 30 |
| 2.3.5 Kulturbetingat hur man tolkar kläder och identitet..... | 33 |

| | |
|---|----|
| 2.4 KLÄDERS BETYDELSE PÅ PROFILBILDERNA | 35 |
| 2.4.1 Samma plagg - olika betydelser | 36 |
| 2.4.2 Dubbla budskap | 38 |
| 2.4.3 Andra viktiga faktorer på Tinder | 39 |
| 2.5 ROLLER | 40 |
| 2.5.1 Den trovärdiga Tinder-rollen | 40 |
| 2.5.2 Framför och bakom scenen | 43 |
| 2.5.3 Utseendet och kläderna är viktiga | 44 |
| 3. AVSLUTNING | 46 |
| 3.1 Slutsatser | 46 |
| 3.2 Slutdiskussion och framtida forskning | 48 |
| 4. Källförteckning | 50 |
| 4.1 Litterära källor | 50 |
| 4.1 Elektroniska källor | 51 |
| 5. Bildförteckning | 53 |
| 5.1 Bild 1 | 53 |
| 5.2 Bild 2 | 54 |
| 5.3 Bild 3 | 55 |
| 6. Bilagor | 56 |
| 6.1 Bilaga 1 | 56 |

1. INLEDNING

Grattis! Du har en ny matchning. Överallt visas människor upp på internet. Bilder och skriftliga statusar läggs upp på Facebook, bilder publiceras och olika konton följs på Instagram, några sekunders långa sekvenser av bilder skickas på Snapchat människor emellan och många uppdaterar ständigt sina profilbilder på olika dejtingapplikationer i mobilen. De flesta sajter och applikationer har fokus på bilder och genom smartphonens informationsplatstjänst visar den var vi befinner oss. Vi visar upp vad vi äter till frukost, vilka vi umgås med och även vilka kläder vi bär för dagen. I detta bildtäta samhälle och dess uppvisningskultur visar vi ständigt upp oss på internet. Utifrån denna bakgrund har vi i uppsatsen valt att fokusera och analysera fenomenet nätdejting, då det blivit ett allt vanligare sätt att möta människor. För att lyckas med sin nätdejting måste man kommunicera, ett sätt att kommunicera är genom de kläder man bär. Inom det modevetenskapliga fältet har det sedan länge funnits en diskussion och oenigheter om i hur stor mån kläder kan kommunicera. Vissa menar att det kan ses som ett språk medan andra menar att de endast fungerar som symboler som kan ge en antydning om en persons identitet. Diskussioner om klädernas kommunikativa förmåga har gjort oss intresserade av att undersöka kläders betydelse på profilbilderna på Tinder och vad de faktiskt kan kommunicera och vad det kan få för konsekvenser för att lyckas med sitt nätdejtande.

Tinder är en applikation som laddas ner till smartphone, som lanserades 2012. Tinder går ut på att man får upp bilder på personer i närheten genom telefonens platsinformationstjänst. Tillsammans med dessa bilder får man ofta även en mycket kort profiltext som oftast endast omfattar några få ord. Om man gillar personen som kommer upp på bilderna sveper man med fingret över bilden till höger, gillar man däremot inte personens profil sveper man med fingret till vänster.¹ Om en person du har svept höger gör detsamma tillbaka uppstår en ”matchning”² och ni kan börja skriva till varandra genom applikationens chattfunktion. De flesta rutinerade tindrare³ sveper höger eller vänster inom bara någon sekund, längre tid tar det inte att se om man skulle kunna tänka sig någon form av relation med en person utifrån en profilbild som visas på skärmen. Då applikationen endast går att ladda ner till smartphone har man den med sig överallt och Tinder kan vara ett bra sätt att fördriva tiden även om man inte letar efter den stora kärleken. Många vill endast se ”utbudet” av singlar i närheten eller kolla om man kan matcha med någon man finner attraktiv för att förhöja självtroendet.

¹ Se bilder på hur applikationen är utformad i bildförteckningen Bild 1 och Bild 2

² Se bild på hur en matchning ser ut i bildförteckningen Bild 3

³ En tindrare är slang för Tinderanvändare

Att välja partner utifrån bilder är långt ifrån nytt, redan på 1500-talet var det vanligt inom hovet att skicka friarporträtt till potentiella makar eller makor.⁴ Eftersom utseendet var svårförändrat var kläderna som avbildades i porträtten viktiga för att visa på sin makt och rikedom.⁵ Det kan kopplas till hur man idag, på Tinder, visar upp sig från sin mest tilltalande sida för att locka till sig så attraktiva partners som möjligt. Genom studien vill vi komma underfund med om kläderna bara är en yta eller om det säger någonting mer om en person på bild och i så fall i vilken mån?

1.1 Syfte/frågeställning

Syftet med undersökningen är att ta reda på hur kläder påverkar uppfattningen av en person som syns på bild på den utvalda dejtingapplikationen, Tinder, för att öka förståelsen för hur identitet speglas genom de kläder som bärs på profilbilderna. Detta kommer att göras inom ramen för det modevetenskapliga fältet. Vi vill därmed även bidra till en djupare förståelse för hur kläder kan användas som identitetsskapande i dagens svenska samhälle och framför allt på den utvalda dejtingapplikationen.

Syftet leder i sin tur fram till frågeställningarna:

- Hur kan kläder på profilbilder på Tinder fungera som uttryck för identitet?
- Hur upplever informanterna kläder som visas upp på profilbilderna på Tinder? Vilken betydelse har dessa?
- På vilket sätt hjälper kläderna till att spela upp en trovärdig roll på Tinder?

⁴ Nationalmuseum (2016) Om samlingarna. Hämtat via: <http://www.nationalmuseum.se/sv/Om-samlingarna/Maleri/1500-tal/>

Alm, G. (red.) (1996). *Signums svenska konsthistoria. [Bd 5], Renässansens konst*. Lund: Signum, s.254-255

⁵ Nationalmuseum (2016) Om samlingarna

1.2 Teoretiskt ramverk

Studien bygger på ett modevetenskapligt och därmed tvärvetenskapligt perspektiv. Det innebär att flera olika perspektiv kommer behandlas då de flätas in i varandra. De teorier vi använder oss av är främst utformade av sociologer vilket ger studien ett sociologiskt perspektiv. Vi har dessutom använt oss av intervjuer som är en etnologisk metod som har nyttjats i syftet att undersöka ett kulturellt fenomen, vilket gör det till en kulturanalytisk studie. Intervjuerna beskrivs i studien fenomenologiskt, vilket innebär att de beskrivs utifrån informanternas synvinkel.⁶ Därefter har teman hittats och tolkas enligt en hermeneutisk tradition, som innebär att man tar hänsyn till forskarens egen förförståelse i tolkningarna som är en del av analysen.⁷

1.2.1 Mode och kläder

Den japansk-amerikanska sociologen Yuniya Kawamura som skrivit boken *Modeologi* (2007) beskriver begreppen mode och kläder som två olika begrepp med olika innebörd. Då dessa begrepp ofta blandas ihop eller likställs är det viktigt att förklara vilken innebörd som kommer användas i uppsatsen. Kawamura menar att dessa två begrepp bör studeras var och för sig och att ett plagg blir mode efter att det har genomgått en viss förvandlingsprocess innan det kan etiketteras som mode.⁸ I uppsatsen kommer vi därför använda oss av begreppet kläder då vi ska titta på dess uttryck utan att blanda in begreppet mode, då vi inte ämnar undersöka vad Kawamura benämner som mode. För oss kommer det inte vara relevant om kläderna som visas räknas till att vara modeplagg eller inte, i så fall hade vi behövt problematisera frågan om vem som bestämmer att ett plagg är ett modeplagg, vilket vi inte ämnar göra i uppsatsen. Om skillnaden mellan kläder och mode skriver också den amerikanska sociologen Fred Davis. Han menar att alla samhällen uttrycker något genom sina kläder men att vissa kulturer inte har anammat mode då de inte följer tidsbestämda cykler i hur de ska klä sig och vilka förändringar som ska ske med klädedräkten.⁹ Vi kommer därför utgå ifrån begreppet kläder då kläderna uttrycker något men det är irrelevant om kläderna räknas till att vara modeplagg i just denna studie.

⁶ Dalen, M. (2015). *Intervju som metod*. (2., utök. uppl.) Malmö: Gleerups utbildning, s. 18-19

⁷ Berger, A.A. (1999). *Kulturstudier: nyckelbegrepp för nybörjare*. Lund: Studentlitteratur, s. 32

⁸ Kawamura, Y. (2007). *Modeologi: introduktion till modevetenskap*. Stockholm: Norstedts akademiska förlag, s.17

⁹ Davis, F. (1992). *Fashion, culture, and identity*. Chicago: Univ. of Chicago Press, s. 27

En person som ofta dyker upp när man talar om mode som språk är den amerikanska Malcolm Barnard, högskolelektor i historia, konst och design, som tar sig an ett modeteoretiskt och semiotiskt perspektiv i boken *Fashion and communication* (1996;2002). I sin bok skriver han att mode och kläder är ett sätt att kommunicera där det både kan utmana klass, genus, sexualitet och sociala identiteter. Dessa tankar bygger på flera teoretiker så som Barthes, Baudrillard och Marx. Han menar att modets kommunikativa förmåga kan användas för att både skapa och kritisera identiteter.¹⁰ Han menar precis som Kawamura¹¹ och Davis¹² att det är viktigt att skilja på mode och kläder som begrepp. Att separera på dessa ord är viktigt när man som modestudent skriver en uppsats då dessa ord: mode, stil, dekoration och kläder ofta likställs med varandra.¹³ Som verktyg kommer vi att använda hans teorier om att kläder inte bara fungerar som värme eller skydd, utan se kläderna som ett kulturellt fenomen där kläderna inte har någon betydelse från början, utan får sin betydelse utifrån olika kulturella faktorer. Kläderna kan dessutom också missleda och påverka människor på olika sätt.¹⁴ Han vill i sin studie gå på djupet med vad som ofta tas för allmänna sanningar inom området mode, kläder, kommunikation och kultur, för att se hur kläder har blivit associerat med något och hur denna mening blivit konstruerad. Mode, kläder och textilier är mer komplicerat än det först verkar och därför vill han redogöra för hur mode och kläder kan fungera som kommunikativa medel.¹⁵ Vi kommer även använda oss av den tyske sociologen Georg Simmels teori om att modet utgår från den dualistiska principen där en människa vill höra till kollektivet med sina kläder men samtidigt sticka ut från detta, vi kommer dock inte använda oss av hans övriga teorier som känns föråldrade då hans teorier till stor del utgår ifrån ett klassamhälle.¹⁶

1.2.2 Det representerade plagget

Den franska lingvisten och semiotikern Roland Barthes (1915-1980) var en av de första till att göra en modern studie om hur kläder kommunicerar, han gjorde främst detta genom sitt verk *The Fashion System* (1967) där han studerade på vilket sätt ett plagg kommunicerar. Från början tänkte han studera kläder ute på gatan men insåg att det var för komplicerat, istället började han

¹⁰ Barnard, M. (1996;2002). *Fashion as communication*. (2. ed.) London: Routledge.

¹¹ Kawamura, 2007, s. 17

¹² Davis, 1992, s. 27

¹³ Barnard, 1996;2002, s. 8

¹⁴ Barnard, 1996;2002, s. 21

¹⁵ Barnard, 1996;2002, s. 27

¹⁶ Svensk översättning av Simmels text "Modets filosofi" i Danius, S., Sjöholm, C. & Wallenstein, S. (red.) (2012). *Aisthesis: estetikens historia. D. 1*. Stockholm: Thales.

studera modemagasin genom vad han kallar det skrivna plagget. Det skrivna plagget innebär att han istället för att titta på illustrationerna i magasinerna utgick ifrån texten och beskrivning av kläderna då han tyckte att ord var mer exakta än bilder, då bilder kan ha tvetydiga meningar.¹⁷ Utifrån Barthes tankar om att ord är mer exakta än bilder kommer vi endast i analysen utgå ifrån informanternas beskrivningar av plaggen samt texten i dejtinghandböckerna, vi kommer därmed utesluta bild- och semiotisk analys. Barthes menade även att bilder och text är två helt olika språk med olika struktur där bilden fokuserar på form, färg, utseende och liknade och det skrivna plagget istället fokuserar på ord, grammatik och meningar.¹⁸ Det finns enligt Barthes i stort sett inget symbol som kan tolkas utan förförståelse.¹⁹

Utifrån Barthes teori, som enklare förstås genom Svendsens förtydligande, att ett plagg finns i tre olika stadier. Dessa är: det verkliga plagget, det representerade plagget och det använda plagget, vilka alla kan ha olika betydelse och finnas i olika sammanhang. I denna studie kommer vi utgå ifrån det Barthes kallar det representerade plagget, det vill säga det plagg som presenteras för konsumenterna eller i detta fall de plagg som visas upp på profilbilderna.²⁰

1.2.3 Social identitet

Social identitet är ett viktigt begrepp som Davis tar upp, med begreppet menas inte bara social klass och de symboler som är kopplade till denna status, men även alla symboler som en person kan använda sig av för att kommunicera med andra. Det kan vara allt ifrån kläder som har betydelser inpräntade hos de flesta i samhället till dofter som man kan använda för att visa vem man är. Det är ofta i situationer där man vill visa en viss social identitet som man tar till kläder som kommunikation, då det i de flesta sammanhang redan har en tydlig kodning som de flesta förstår. Man måste i det sammanhanget veta vem det är man klär sig för. När man klär sig på ett visst sätt kommer man med största sannolikhet att föroläpa någon samtidigt som att andra kommer att uppskatta och förstå innebörden av de kläder man bär.²¹ Davis använder begreppet social identitet för att beskriva den identitet som man vill framvisa, en slags yttre identitet, utan

¹⁷ Barthes, R. (2013). *The Language of Fashion / Roland Barthes*. London: Bloomsbury Publishing, s. 72-75, 92-93

¹⁸ Barthes, 2013, s.75

¹⁹ Barthes, 2013, s. 23-24, 27, 37-38

²⁰ Barthes, R. (Original 1967, översättning 1983[1990]). *The fashion system*. Berkeley: Univ. of California Press, s. 3-5

Svendsen, L.F.H. (2006). *Mode: en filosofisk essä*. Nora: Nya Doxa, s. 66

²¹ Davis, 1992, s. 16-17, 24-26

att gå närmre in på hur identitet uppfattas av individen, en inre identitet.

1.2.4 Kläder som kommunikationsmedel

Davis skriver om hur man kan se på kläder och hur de kommunicerar med omvärlden. Han menar inte att det är någon fråga om att kläder kommunicerar, utan i stället *hur* de kommunicerar.²² Man kan därför inte se kläder som ett språk som kan liknas vid det talade språket så som Alison Lurie gör i sin bok *The Language of Clothes* (1981), så detaljerat kan inte kläderna säga något men de kan göra ett *statement*. En viktig poäng Davis har i detta sammanhang är att alla inte uppfattar kläder på samma sätt, att ett visst plagg har en betydelse idag just för en viss grupp i samhället betyder inte att samma plagg har samma betydelse för en annan samhällsgrupp eller vid en annan tidpunkt.²³ Davis ser kläder som ett kommunikationsmedel, ett slags språk, men skiljer mellan ett talat- eller skrivet språk och klädernas symboliska språk genom att klädernas språk inte är lika meningsfullt eller skarpt som ett talat- eller skrivet språk och dessutom är det en kulturell fråga hur man ska tolka det som kläderna ”säger”.²⁴ Det viktigaste för vår studie ur Davis teori är hans påstående om att kläder kommunicerar, kläder säger inte så mycket om omvärlden eller den inre identitet men de säger mycket om en persons sociala identitet.²⁵

Mode och kläder är kulturellt då det på något sätt konstruerar och kommunicerar identitet.²⁶ Trots att kläderna enligt Barnard kommunicerar och är en form av icke-verbal kommunikation, menar han att de aldrig kan likställas med skrivna eller talade ord trots att kläder har logotyper och märken, så skriker dessa inte saker rakt ut.²⁷ I studien applicerar vi även hans teori om att meningarna som kläderna ger upphov till inte är statiska eller fixerade²⁸ och hur mode kan ses som ambivalent²⁹ i likhet med Davis. Det finns inte heller någon neutral eller oskyldig form av kommunikation i kläderna, då dessa alltid kommer att säga något.³⁰ Genom att applicera denna teori på Tinder är inte heller kläderna på bilderna neutrala, utan kläderna kommunicerar alltid på något sätt, då vi räknar Tinder-applikationen och smartphone-användandet som en vardagssituation enligt Goffmans teorier (1959).

²² Davis, 1992, s. 3-4

²³ Davis, 1992, s. 6-10

²⁴ Davis, 1992, s. 13

²⁵ Davis, 1992:191

²⁶ Barnard, 1996;2002, s. 48

²⁷ Barnard, 1996;2002, s. 29-30

²⁸ Barnard, 1996;2002, s. 173, 187

²⁹ Barnard, 1996;2002, s. 182

³⁰ Barnard, 1996;2002 s. 5

1.2.5 Rollen och den sociala scenen

Den Kanadensiske sociologen och antropologen Ervin Goffman skriver i sitt kända verk *Jaget och maskerna* från 1959 hur alla möten mellan människor utspelar sig som på en scen, där människor går in i olika roller, i likhet med ett skådespeleri. Goffman använder därmed ett dramaturgiskt perspektiv.³¹ Med inspiration från Bernie Hogan (2010) som skrivit en artikel för den akademiska journalen *Bulletin of Science, Technology & Society* med namnet "Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online", kommer vi utgå ifrån och applicera Goffmans teorier på framträdandet som sker online på dejtingapplikationen Tinder.³² Då Goffman applicerar sina teorier på vardagssituationer, anser vi att agera online i vårt nutida västerländska samhälle har blivit en sådan situation där vi framställer oss själva på olika sätt.³³ När människor framställer sig själva genom dessa roller menar han att det finns en publik som observerar, denna publik är i vårt fall den eller de som ser på bilderna som kommer upp på skärmen på smartphonen, medan aktören är den som lägger upp bilderna och profilen på Tinder. Vi kommer även använda oss av begreppet personlig fasad vilket ingår i den expressiva utrustning som, medvetet eller omedvetet, används av individen i sitt framträdande. Den personliga fasaden innefattar bland annat detaljer så som kön, kläder, storlek, ålder, utseende, gester och etnicitet³⁴ likt det som Davis nämner om vad kläder enkelt symboliserar i hans teori.³⁵

Fokus i Goffmans bok är att undersöka hur individen agerar och presenterar sig inför andra i en vardagssituation och hur denne styr och kan kontrollera vad andra ska få för uppfattning om denne.³⁶ Vi kommer utgå från att en individ vid ett möte med en annan individ försöker skaffa sig en bild av denne, samt bland annat hans uppfattning om sig själv, kompetens och pålitlighet. Dessa upplysningar gör att personen som agerar publik kan definiera situationen och få reda på vad denne kan förvänta sig av personen i fråga.³⁷ Detta går att koppla till bilderna på Tinder och vad publiken får för förväntningar av en person utifrån dessa, samt vad aktören vill förmedla med sina bilder. Vi kommer även använda oss av vad Goffman kallar den bakre regionen (*back stage*),

³¹Goffman, E. (1959;2014). *Jaget och maskerna: en studie i vardagslivets dramatik*. (6. uppl.) Stockholm: Studentlitteratur

³²Hogan, Bernie. (2010). The presentation of self in the age of social media: distinguishing performances and exhibitions online. *Bulletin of Science, Technology and Society*, vol. 30, ss. 377-386. Hämtad via: <http://bst.sagepub.com/content/30/6/377.abstract>

³³Goffman, 1959;2014, s. 9

³⁴Goffman, 1959;2014, s. 28-30

³⁵Davis, 1992, s.191

³⁶Goffman, 1959;2014, s. 9

³⁷Goffman, 1959;2014, s.11-12

vilket innebär bakom kulisserna där själva Tinder-profilen förbereds och främre regionen (*front stage*) där själva framträdandet sker. Vi menar att man befinner sig på den bakre regionen när man förbereder sin Tinderprofil med bilder och det är även i den bakre regionen där bilder eventuellt redigerats innan de laddas upp och den främre regionen är vad publiken ser på den färdiga profilen.³⁸ Goffman menar också att publiken har kännedom om att aktören i fråga kommer att framställa sig på ett fördelaktigt sätt där han menar att det å ena sidan är enkelt för individen att manipulera men å andra sidan finns en del som man inte kan kontrollera.³⁹

1.3 Forskningsöversikt

Trots att det finns mycket tidigare forskning inom ämnet mode, identitetsskapande och sociala medier, samt mode som kommunikationsmedel, kommer vi fylla ett glapp då det inte finns någon tidigare forskning om just kläders betydelse på Tinder. Här nedan redogörs för tidigare forskning som berör vårt ämne. Förutom ordet Tinder har vi utgått från nyckelorden: mode som kommunikation, sociala medier, identitet och identitetsskapande.

Den forskning som i dagsläget ligger närmast den typ av studie som här har bedrivits är kandidatuppsatsen *Självpresentation, klass och genus på dejtingapplikationen Tinder – En kulturanalytisk studie* av Christian Liliequist från 2015.⁴⁰ Uppsatsen är intressant därför att den behandlar självpresentation, likt vad vi har undersökt, samt att den har en kulturanalytisk vinkel. Studien ämnar till att se hur unga svenskar med högre utbildning presenterar sig själva genom bild, samt bedömer andras presentation på Tinder. Studien har fokus på klass och genus vilket vi inte i någon större mån kommer behandla i vår uppsats där det visuella i kläderna istället kommer att stå i fokus, och för att det i dagens samhälle tycks vara svårt att se på kläderna vilken klass någon tillhör.⁴¹ Liliequist använder sig dessutom av Goffman, en intressant teoretiker i sammanhanget, då han skriver om självpresentation och hur man spelar olika roller i boken *Jaget och maskerna* från 1959.

³⁸ Goffman, 1959, s. 207

³⁹ Goffman, 1959, s. 16

⁴⁰ Liliequist, Christian (2015). *Självrepresentation, klass och genus på dejtingapplikationen Tinder: En kulturanalytisk studie*. Kandidatuppsats. Umeå: Institutionen för kultur- och medievetenskaper/Kulturanalysprogrammet, Umeå Universitet.

Hämtat via: <http://umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:875059/FULLTEXT01.pdf>

⁴¹ Hammarén & Johansson, 2009, s. 33

En annan kandidatuppsats skriven 2015 visar på att Tinder ligger i tiden och är ett hett omdiskuterat ämne. *Att konsumera bekräftelse – Tinder och dejting i konsumtionssamhället* är skriven av Amanda Hjærtmyr på institutionen för kommunikation och medievetenskaper. Texten analyserar Tinder som ett nytt dejtingforum och tar reda på av vilken anledning applikation används, hur den används och fokus ligger på hur man marknadsför sig med hjälp av profilden. Hon har använt sig av intervjupersoner, och därigenom fått deras bild om hur de ser på andra användare genom deras bilder och hur de tänker när de lägger upp bilder på sig själva.⁴² Uppsatsen anammar ett konsumtionsperspektiv där man konsumerar bekräftelse, vilket i vår uppsats inte kommer gås in djupare på. Denna uppsats kommer vi inspireras av då hon använder Bernie Hogans (2010) jämförelse med Goffmans teorier på dagens sociala medier.⁴³ Jaget delas upp i olika framställningar och man framställer sig olika beroende på situation. Vi kommer i likhet med Hjærtmyr använda oss av dessa teorier och applicera dem på dejtingapplikationen Tinder. Kläder nämns endast i kort i denna uppsats, då en av informanterna berättar hur en kille genom sin bild fångar hennes intresse, då hon menar att han gärna får ha en bild där man ser mer av kläderna och kroppen än bara en bild på sitt ansikte.⁴⁴

Den amerikanska sociologen Diana Crane är ett centralt namn inom temat kläder och identitet med sin bok *Fashion and its social agendas – Class, gender and identity in clothing* från 2000. I boken undersöker Crane vad kläderna betyder där hon gör en historisk genomgång av plagg och kläder från 1800-talets industriella och postindustriella samhälle, där hon utgår ifrån olika exempel från Frankrike, USA och England. Hon menar att kläder är en av de mest synliga formerna av konsumtion och har en stor roll i konstruktionen av identitet. Kläder tycker hon dessutom är ett bra sätt att studera hur människor tolkar kulturen på olika sätt och vilka normer som råder i tiden.⁴⁵ Crane skriver också att det på 1800-talet har gått ifrån att kläderna tydligt visat vilken klass någon tillhört, till att bli mer komplext, då samma moderiktiga kläder har kunnat bäras av flera olika sociala klasser.⁴⁶ Vi ämnar inte att göra en historisk genomgång av plagg som Crane utan istället lägga vikt vid hur informanterna (som presenteras längre fram i uppsatsen) uppfattar sin samtid, applikationen och kläders betydelse vid nätdejting.

⁴² Hjærtmyr, Amanda (2015). *Att konsumera bekräftelse – Tinder och dejting i konsumtionssamhället*. Kandidatuppsats. Lund: Institutionen för kommunikation och medier, Lunds Universitet. Hämtat via: <http://lup.lub.lu.se/student-papers/record/7794064>

⁴³ Hogan, 2010

⁴⁴ Hjærtmyr, 2015, s. 25

⁴⁵ Crane, D. (2000). *Fashion and its social agendas: class, gender, and identity in clothing*. Chicago: University of Chicago Press, s. 1-2

⁴⁶ Crane 2000, s. 23

En författare som går till ytterligheten av att se kläder som ett språk, är amerikanskan Alison Lurie som har skrivit boken *The language of clothes*. Hon menar att alla innerst inne vet att kläder betyder någonting, och att man använt sig klädernas kommunikativa förmåga i över 1000 år. Hon ger ett exempel på att innan ett samtal påbörjas på gatan eller på till exempel en fest så uttrycker kläderna ditt kön, din ålder och vilken klass du tillhör genom vilka kläder som bärs. Kläderna kan ge både viktig information men även missledande information om hur någon är.⁴⁷ För att se kläder som språk måste det dessutom finnas en vokabulär och grammatik precis som i ett vanligt språk, vilket hon hävdar att kläder har. I vokabulären ingår, förutom kläder, även andra attribut så som smycken, smink, kroppsdekorationer och olika frisyrrer.⁴⁸ Precis som i ett språk kan man dessutom ljuga med sina kläder.⁴⁹ När hon skriver att den som har lite klädesplagg inte kan uttrycka lika mycket som en person med en stor garderob, menar bland annat Svendsen att hon är förhållandevis extrem i sin teori om kläderna som ett språkssystem.⁵⁰ Precis som Svendsen⁵¹ anser vi att mycket är taget ur luften och är dragit till sin yttersta spets, dock kommer vi inspireras av boken då hon skriver omfattande om ämnet och behandlar en rad saker av intresse så som vad olika plagg kan betyda, samt hur tid och plats är en viktig faktor för klädernas betydelse.

1.4 Material, metod och genomförande

Vårt empiriska material består av kvalitativa intervjuer och handböcker om dejting skrivna i vår samtid, som vi sedan har gjort en kvalitativ innehållsanalys på. Nedan kommer vi redovisa hur vi har gått tillväga för att samla in vårt material samt vårt metodologiska val. Transkriptioner av intervjuerna kan fås vid förfrågan.

1.4.1 Semistrukturerade intervjuer

Det empiriska materialet består av fem semistrukturerade intervjuer, varav en telefonintervju. Enligt Dalen har kvalitativa intervjuer olika steg som bör följas. Dessa steg är att välja tema samt problemformulering, val av informanter, utarbetande av en intervjuguide, genomförande, bearbetning av det insamlade materialet, tolkning och redovisning av de viktigaste som

⁴⁷ Lurie, A. (1981). *The language of clothes*. New York: Random House, s. 3

⁴⁸ Lurie, 1981, s. 4

⁴⁹ Lurie, 1981, s. 24

⁵⁰ Lurie 1981, s. 4-5; Svendsen 2004, s. 64-65

⁵¹ Svendsen, 2004, s. 64

framkommit.⁵² Dessa steg har vi valt att använda oss av när vi tillämpar kvalitativa intervjuer i studien. Det finns olika typer av intervjuer, både de som är mer öppna till sin karaktär och de som är mer strukturerade.⁵³ Att vi har valt just en semistrukturerad intervju beror på att en öppen intervju ställer större krav på informanten.⁵⁴ Att vi inte valt en helt och hållet strukturerad intervjuform beror på att vi inte vill missa saker som informanten vill lyfta fram som viktiga och för att vårt syfte är att nå informanternas upplevelser som då kan gå förlorade vid en allt för strukturerad intervjuform.⁵⁵ Den semistrukturerade intervjuformen innebär att intervjuaren redan innan förberett teman och frågor till informanten men att dessa kan ändras allteftersom intervjun pågår. Metoden låser alltså inte intervjun och ger ett mer flexibelt och öppet intervjuklimat till skillnad från en helt fastställd och strukturerad intervjuform.⁵⁶ Intervju är en etnologisk metod och utgår från informanternas livsvärld och upplevelser, det kan alltså inte ses som en absolut sanning. Detta innebär att vi utgår från ett etnologisk och fenomenologiskt perspektiv.

1.4.2 Telefonintervju

Med en av informanterna gjorde vi en telefonintervju. Enligt Carr och Worth (2001) definieras telefonintervju som en forskningsstrategi som används för att samla in data genom kommunikation som sker utan ett fysiskt möte. Telefonintervjuer ger minst lika användbar data i form av kvalité som intervjuer gjorda öga-mot-öga. En fördel med telefonintervjuer är att dessa är mer fokuserade än intervjuer som görs i en miljö där det kan vara lättare att tappa bort sig då det händer saker runtomkring.⁵⁷ Burke och Miller menar att det är viktigt att testa intervjuguiden innan och tidsbestämma när intervjun ska ske.⁵⁸ Det är även viktigt att introducera sig själv i intervjun och tydligt berätta vad intervjun ska handla om, var den ska publiceras, vilka generella teman som finns och fråga om det är okej att den spelas in.⁵⁹ Intervjun ska ske i en trevlig och professionell ton där intervjuaren vet vilka frågor som ska ställas.⁶⁰ Dessa steg var viktiga för oss

⁵² Dalen, 2015, s. 31-32

⁵³ Dalen, 2015, s. 34-36

⁵⁴ Dalen, 2015, s.34-36

⁵⁵ Ryen, A. (2004). *Kvalitativ intervju: från vetenskapsteori till fältstudier*. (1. uppl.) Malmö: Liber ekonomi., s. 44-45

⁵⁶ Dalen, 2015, s. 35-36

⁵⁷ Carr, C.J. Eloise & Worth, Alison. (2001). The use of the telephone interview for reaserch. *NT Research, Vol 6, No 1, s. 511-524*, s. 512-514

⁵⁸ Burke, A. Lisa. & Miller, K. Monica. (2001). Phone Interviewing as a Means of Data Collection: Lessons Learned and Practical Recommendations. *Forum: Qualitative Social Research, Vol 2, No 2, (2. Lessons Learned in Conducting Phone Interviews)*

⁵⁹ Burke & Miller, 2001, 2.1 Pre-interview phase

⁶⁰ Burke & Miller, 2001, 2.2 During the interview phase

att följa för att få ut så mycket som möjligt av telefonintervjun och för att informanten skulle känna att vi är pålitliga och känna trygghet i att kunna berätta saker för oss.

1.4.3 Intervjuguide

Som nämndes ovan valde vi att följa Dalens principer om hur en semistrukturerad intervju går till, där ett av stegen är att göra en intervjuguide. I intervjuguiden finns ett antal teman som är centrala för det vi vill undersöka med intervjun och de frågor som ska ställas till informanten.⁶¹ En intervjuguide är ett hjälpmedel till att få en struktur och ska bidra till att inte glömma bort viktiga teman och frågor i en intervjusituation som kan komma att bli intensiv.⁶² Dessa teman och frågor hänger ihop med problemformuleringen och har hjälpt oss att arbeta fram material relevant för studiens syfte.⁶³

1.4.4 Urval av informanter

Inom kvalitativ intervjuforskning är det viktigt att noga välja ut sina informanter eftersom det oftast handlar om ett fåtal personer som studeras djupgående. Det ska inte vara för många människor men inte heller för få menar Dalen, eftersom intervjuer är en tidskrävande process. Vi har därför valt att ha fyra intervjuer med aktiva Tinder-användare och en telefonintervju med en dejtingexpert. Det är även viktigt att göra läsaren uppmärksam på varför detta urval har gjorts. I vårt fall har urvalets gjorts genom att välja personer som är aktiva Tinderdejtare och ingår i det valda segmentet.⁶⁴ De segment som informanterna ingår i är män och kvinnor i Sverige i åldrarna 20-30 år som är singlar och letar efter en partner på dejtingapplikationen Tinder. Segmentet är valt därför att det framställs som det största segmentet som använder sig av Tinder, dock är det inget som Tinder själva vill kommentera. Dessa åldrar uppges dock på flera andra sidor, i ett flertal kandidatuppsatser, och i en masteruppsats som Jessica L. James skrivit, hon genom sin forskning kommit fram till att åldern 18-24 är den populäraste i tät följd av åldrarna 25-32 samt att Tinder själva på hemsidan visar bilder på personer som ser unga ut.⁶⁵ För att få en större bredd i det empiriska materialet har även en telefonintervju genomförts med en person som har stor auktoritet och erfarenhet av online-dejting, en så kallad dejtingexpert, som tidigare har arbetat

⁶¹ Se bilaga 1

⁶² Ryen, 2004, s. 44-47

⁶³ Dalen, 2015, s. 35-36

⁶⁴ Dalen 2015, s. 58-60

⁶⁵ Alladejtingsajter.se (2016) Dejtingsajter för unga singlar, hämtad via: <http://www.alladejtingsajter.se/unga>; Hjærtmyr, 2015, s.12; Liliequist, 2015, s. 3; Tinder (2016) hämtad via: <https://www.gotinder.com/>; James, Jessica L. (2015) "Mobile dating in the digital age: computer-mediated communication and relationship building on Tinder". Masteruppsats, Texas State University

med att hjälpa människor att lyckas med sin dejting. Det måste tilläggas att dejtingexperten inte längre arbetar som dejtingcoach eller liknande och därför inte har haft någon form av ekonomisk vinning på att ställa upp på intervjun. De aktiva tinderanvändarna har fått fiktiva namn medan dejtingexperten kommer tituleras som dejtingexperten Marie för att stå ut från de andra informanterna.

1.4.5 Urval handböcker

Då uppsatsens omfång är begränsat har vi valt att titta på fem handböcker om dejting. Alla dessa är skrivna på svenska och utgår ifrån ett västerländskt perspektiv. Böckerna vi använt oss av är *Nätdejting – allt du behöver veta* av Marie Hagberg och Lisa Bjerre,⁶⁶ *Alla får ligga – Strategier i förförelsekonst för den moderna gentlemannen och kvinnan* av Henrik Fexues,⁶⁷ *Dejtingbok för singlar* av Jo Hemmings,⁶⁸ *Att bemästra nätdejting* av André Armani⁶⁹ och *Dejting: En handbok – 52 lysande idéer om hur du hittar den du söker* av Lisa Helmanis.⁷⁰ Dessa böcker är valda därför att de alla behandlar kläder som en viktig del när de ger tips och råd om dejting. Att välja att ha med dejtinghandböcker ger studien en större bredd i materialet än att endast använda oss av intervjuer, de används i syfte att stärka informanternas utsagor.

1.4.6 Innehållsanalys

En kvalitativ innehållsanalys har gjorts på det empiriska materialet, det vill säga intervjuerna och handböckerna. Innehållsanalys innebär att läsa igenom, hittat teman och mönster och därefter kopplat ihop dessa med teorier inom ramen för modevetenskap.⁷¹

1.4.7 Metodkritik

Då vår metod endast utgår ifrån de intervjuade personerna är metodkritiken viktig att lyfta fram då vi inte kan ge något generaliserat svar utan endast kommer analysera resultatet utifrån deras svar och upplevelser i deras livsvärld. Vi kommer att beskriva intervjuerna fenomenologisk och analysera dem utifrån ett hermeneutiskt perspektiv. Att använda dessa perspektiv där man utgår

⁶⁶ Hagberg, M. & Bjerre, L. (2008). *Nätdejting: allt du behöver veta*. Stockholm: Lind & Co.

⁶⁷ Fexues, H. (2009). *Alla får ligga: strategier i förförelsekonst för den moderna gentlemannen och kvinnan*. Stockholm: Forum.

⁶⁸ Hemmings, J. (2004). *Dejtingbok för singlar*. Stockholm: B. Wahlström.

⁶⁹ Armani, A. (2014). *Att bemästra nätdejting*. Sollentuna: Ariton

⁷⁰ Helmanis, L. (2009). *Dejting - en handbok: 52 lysande idéer om hur du hittar den du söker*. Stockholm: Addera.

⁷¹ Kawamura, 2011, s. 22

från forskarens egen förförståelse kan ge olika resultat beroende på vem forskaren är. Livsvärld innebär en persons upplevelse av vardagen och hur personen förhåller sig till denna.⁷² Viktigt att framhäva enligt Dalen⁷³ är att vi även har en förförståelse sedan tidigare av Tinder och själva har använt oss av applikationen och att vi därigenom kan framstå som subjektiva och ställt frågor utifrån vår egen erfarenhet vilket kan ha påverkat resultatet. Något som måste beaktas när man använder sig av ett hermeneutiskt perspektiv. Dock har vi försökt att vara så objektiva som möjligt för att lyssna på vad informanterna berättat.

En kritik mot intervju som metod är att det inte är säkert att man får reda på allting på grund av känsliga ämnen och på grund av att det krävs mycket av intervjuaren för att få informanten att öppna sig.⁷⁴ Det kan därmed hända att informanten inte svarar utförligt på frågorna samt att det finns risk för missuppfattningar. För att undvika detta har vi i enlighet med Dalen,⁷⁵ agerat professionellt under våra intervjuer och startat dessa med mer öppna frågor för att komma igång med ett mer avslappnat samtal. Under de fysiska intervjuerna har vi dessutom haft möjlighet att se kroppsspråk och gester vilket kan hjälpa till att förhindra eventuella missuppfattningar. Denna möjlighet hade vi dock inte under telefonintervjun där vi istället fick förlita oss på det talade ordet och tonläget. Viktigt att poängtera är även det empiriska materialet, som består av handböcker, är skrivna i ett ekonomiskt syfte och är inte baserade på vetenskap.

1.4.8 Avgränsningar

På grund av uppsatsens omfång har vissa avgränsningar varit nödvändiga. Då vi ville undersöka ett aktuellt ämne valde vi Tinder som i dagsläget på sin hemsida skriver att det sker 1,4 miljarder svepningar och 26 miljoner matchningar om dagen. Tinder finns i 196 länder⁷⁶ och kan numera räknas som ett kulturellt fenomen. Då Tinder finns i många länder har vi valt att avgränsa oss endast till Sverige för att vi har bättre kännedom om klädernas kulturella betydelser i just Sverige. Utifrån vår erfarenhet och genom Tinders hemsida ges bilden av att Tinder främst riktar sig till heterosexuella singlar då det på hemsidan visas 16 bilder varav endast 2 stycken visar homosexuella par.⁷⁷ Därför har vi valt att utgå ifrån en heterosexuell norm när vi undersöker kläders betydelse vid nätdejting. Att vi utgått från Tinder och ingen annan dejtingapplikation

⁷² Dalen, 2015, s. 15

⁷³ Dalen, 2015, s. 117

⁷⁴ Dalen, 2015, s. 42-43

⁷⁵ Dalen, 2015, s. 35

⁷⁶ Tinder (2016). Press. Hämtad via: <https://www.gotinder.com/press>

⁷⁷ Tinder (2016). Stories. Hämtad via: <https://www.gotinder.com/stories>

beror på att Tinder erbjuder bilder men inte särskilt mycket skriftlig information om personen som visas, man väljer i stort sett utifrån en bild. Dessutom kommer endast kläders visuella uttryck att behandlas, det vill säga att inga specifika märken kommer att läggas vikt vid, om kläderna är dyra eller billiga och liknande då vi inte ämnar komma in på någon klassfråga. Det läggs inte heller vikt vid att behandla olika poser och uttryck, vilket annars kunde varit intressant när man behandlar identitet och klädernas kommunikativa förmåga. Vi kommer inte heller utgå från Tinderapplikationens tekniska utformning då det inte är relevant för klädernas visuella uttryck. Inte heller ämnar vi göra en bildanalys utan vill åt informanternas upplevelse av kläderna som visas på profilderna på Tinder.

1.4.9 Begrepp

Då identitet är ett av huvudbegreppen i studien är det viktigt att konkretisera vad som menas med begreppet, då det enligt Nils Hammarén och Thomas Johansson finns en begreppsförvirring kring just det ordet. I deras stycke om identitet som livsstil och mode menar de att det i historien tidigare har varit enklare att se på kläderna hur mycket makt någon hade, men att det under 1900-talet har förändrats och blivit allt svårare att läsa av det yttre i form av just kläder och utsmyckningar. De menar dock att dessa kopplingar bara blivit mer komplexa. Identitetsbegreppets innebörd kommer därför att ses som föränderligt och flyktigt då modet idag blivit mer lättillgängligt.⁷⁸ Då kläderna snabbt går att ändra, manipulera och byta ut för att kommunicera olika saker och bidra till olika syn på hur människor uppfattas är denna definition av identitet av relevans för den analytiska delen av studien. Vi väljer att se identitet som ett tvetydigt begrepp som både innefattar en inre och en yttre form av identitet, där den inre identiteten är den som beskrivs av Hammarén och Johansson och den yttre, eller sociala, identiteten är den som Davis använder i sina teorier.

1.5 Disposition

I analysen kommer allra först en presentation av informanterna och författarna till handböckerna. Handböckernas innehåll och intervjuerna presenteras sedan löpande genom texten och vävs ihop med teori. Först ut är ett kapitel om identitet då det är grundläggande för förståelsen av resten av analysen. Därefter följer ett kapitel om hur informanterna upplever kläders betydelse på profilderna på Tinder och sist ett kapitel om roller baserad på Goffmans teorier om hur alla

⁷⁸ Hammarén, N. & Johansson, T. (2009). *Identitet*. (1. uppl.) Stockholm: Liber, s. 32-37

spelar roller i sociala situationer. Slutligen kommer en sammanfattning/slutdiskussion där vi tar upp vad studien kommit fram till. Vi kommer även ge förslag på framtida forskning.

2. ANALYS

2.1 Presentation av informanterna

Då materialet i studien främst utgår ifrån intervjuer, kommer först en presentation av informanterna göras. Felix är en 23 årig kille som bor i Lund. Han arbetar inom restaurangbranschen i både kök och med servering och har tidigare läst på Lunds Universitet. Från Lund kommer även Max, en 28 årig kille som arbetar inom musikbranschen. Den tredje informanten är Stina, 24 år som bor i Malmö, pluggar vid Lunds Universitet och jobbar extra i en klädbutik. Vår fjärde och sista informant Klara, studerar även hon vid Lunds Universitet. Klara är 21 år och bor för tillfället i Helsingborg, hon arbetar vid sidan om studierna inom skönhetsbranschen. Gemensamt för dessa fyra personer är att de alla är eller har varit aktiva på Tinder under en längre period samt har erfarenhet av att ha träffat personer från just denna dejtingapplikation.

Marie Hagberg var Sveriges första dejtingcoach men jobbar i dagsläget med PR bland annat med tjänsten "Hjälp en journalist" samt är PR-konsult och hjälper företag att få utrymme i media.⁷⁹ Hon har tidigare läst biologi vid Stockholms Universitet och tänkte bli vetenskaplig journalist och rikta in studierna mot humanetnologi, läran om människans beteende, men hoppade av och startade istället ett bemanningsföretag. När det tog slut med hennes dåvarande sambo började hon dejta mycket och blev tillfrågad att skriva en bok om dejting. När hon sedan började arbeta med dejting jobbade hon som *match maker*, ordnade singelaktiviteter, middagar och fester för singlar samt gav privatlektioner för att lyckas med dejting både i verkliga livet och på nätet. Sammanlagt har hon skrivit fyra böcker om dejting och gett ut ett relationsspel.⁸⁰

2.2 Presentation av handböckerna och författarna

Då vårt sekundärmaterial består av dejtinghandböcker följer här en kort presentation av dess författare för att styrka deras reliabilitet. André Armani har skrivit boken *Att bemästra nätdejting* (2014). Armani har skrivit flera artiklar inom dejting och relationer, han arbetar även inom försäljning, ledarskap och mentalträning.⁸¹ *Alla får ligga – Strategier i förförelsekonst för den moderna gentlemanen och kvinnan* (2009) skriven av Henrik Fexeus. Fexeus beskrivs som tankeläsare och psykologisk manipulatör. Han har skrivit flera böcker om att styra andras

⁷⁹ Hjälp en journalist (2016). Om Marie. Hämtad via: <http://www.hjalpenjournalist.nu/om-marie/>

⁸⁰ Telefonintervju, Marie Hagberg

⁸¹ Armani, 2014

beteende och läsa tankar och dessutom varit med i tv-serien *Hjärnstorm* (2007, 2009).⁸² Marie Hagberg och Lisa Bjerre har tillsammans skrivit boken *Nätdejting – Allt du behöver veta* (2008). Hagberg är sedan tidigare presenterad då hon är en av våra informanter, Bjerre däremot är frilansjournalist och har skrivit om internet under många års tid.⁸³ *Dejting: En handbok – 52 lysande idéer om hur du hittar den du söker* av Lisa Helmanis (2009)⁸⁴ som är livsstilsjournalist⁸⁵ och författare, har utöver denna skrivit böckerna *How to be an irresistible woman* (2006) och *Perfect weddings* (2012). Den sista handboken är *Dejtinghandbok för singlar* av Jo Hemmings (2003). Hemmings är psykolog och har bland annat skrivit för Daily Mail och har medverkat i olika brittiska tv- och radioprogram.⁸⁶

2.3 IDENTITET

I följande avsnitt kommer vi redogöra för hur informanterna upplever kläderna en person har på sig på sina profilbilder på Tinder, samt hur de uppfattar personens identitet utifrån dessa. Vi kommer göra detta genom att se kläderna enligt Barthes teori om plaggets tre stadier, som enklare beskrivs genom Svendsen som det verkliga plagget, det representerade plagget och det använda plagget.⁸⁷ Fokus kommer ligga på det representerade plagget, det vill säga plagget som syns på bilderna på dejtingapplikationen Tinder. Det går dock inte att undvika att prata om det verkliga plagget i relation till det representerade eftersom matchningar och konversationer på Tinder ofta resulterar i ett fysiskt möte. Mötena har beskrivits i intervjuerna och det är därför som vi inte kan undvika att ta upp två av plaggets tre stadier.

2.3.1 Identitetsskapande genom kläder på Tinder

Identitet är ett genomgående tema i vår studie. Vi kommer därmed närma oss detta först i vår analys eftersom det är ett svårfångat begrepp så som även Hammarén och Johansson beskriver.⁸⁸ Informanterna visade sig ha tvetydiga svar på vad identitet innebär. Dejtingexperten Marie uttalar sig om identitet på följande sätt “[...]Identitet... jaa.. jag tror det har mycket att göra med vad man har för självkänsla. För mig betyder det mycket att man vet vem man är och vågar stå för

⁸² Fexeus, 2009

⁸³ Hagberg & Bjerre, 2008

⁸⁴ Helmanis, 2009

⁸⁵ Infinite Ideas (2016). Lisa Helmanis. Hämtad via: <http://www.infideas.com/authors/lisa-helmanis/>

⁸⁶ Hemmings, 2004

⁸⁷ Svendsen, 2002, s. 66

⁸⁸ Hammarén & Johansson, 2009, s. 10-15

vem man är. Inte bryr sig så mycket om vad andra kan tänkas tänka[...]”.⁸⁹ Informanten Max svarar däremot: “Det är hur jag presenterar mig för omvärlden skulle jag vilja säga” och fortsätter med att berätta att “[...] det kan ju vara en identitet som folk ser ut också. Om du tittar på bilder på din Tinder, då har jag ju en speciell identitet för dig ju, men du kanske ser något annat än vad en annan tjej gör kanske och vice versa”.⁹⁰ Detta visar på att identitet är flyktigt, det är svårt för informanterna att sätta fingret på just vad begreppet betyder. De var dock överens om att identitet har att göra med vem man själv känner att man är och hur man uttrycker det till omvärlden. Utifrån citaten kan vi se att informanten Max menar att identitet är både något inre och yttre och han beskriver det som något socialt, hur man visar upp sig för omvärlden för att visa på vem man själv är och hur man vill uppfattas. Han är samtidigt medveten om att alla inte uppfattar kläderna man har på sig på sina profilbilder på samma sätt. Samma bild kan ha olika betydelser för olika personer som ser dem. Denna syn på bilder, och de kläder man visar upp i dem, är i likhet med den synen Barthes hade när han valde att studera det skrivna plagget för att inte misstolka det han såg, utan i stället använda det mer exakta skrivna plagget till hans studie.⁹¹ Ordet association blir ett nyckelord, då kläder associeras olika av olika personer.

2.3.2 En bild säger mer än tusen ord

Informanternas egna profilbilder på Tinder är noga utvalda, så även de kläder de bär på dem, framför allt när det gäller de manliga informanterna. De manliga informanterna visade upp sina bilder för oss under intervjuerna, de båda bär skjorta på alla sina bilder och en av dem även kavaj på två av sina fyra bilder, detta för att visa att de gillar ordning och reda, att de är seriösa med sina dejtingprofiler som på så sätt kan spegla deras personliga liv.

Martina: Vad vill du själv förmedla med dina bilder på Tinder? Då du tidigare sa att du ändå valt ut dom ganska mycket med omsorg?

Felix: Nää... Men jaa... Vad jag själv vill förmedla är väl att jo men det här med just ordning och reda och det är väl betydelsefullt för mig. Jag är väl mycket sån. Strukturerad och det ska vara, det kan inte vara mycket kaos eller fan det låter tråkigt att säga men... Det ska inte vara så spontant heller **skratt**⁹²

Martina och Felix⁹³

⁸⁹ Telefonintervju, Marie Hagberg

⁹⁰ Intervju Max

⁹¹ Barthes, 2013, s. 72-75, 92-93

⁹² Ord markerade med fetstil i citat innebär gester, skratt, ageranden och liknande som är viktiga men som inte är direkt talade ord.

⁹³ Intervju, Felix

I motsättning till Max och Felix berättar Stina att hennes kläder inte syns på bilden, men kommer efter en liten stund på att man ser att hon har en kofta på sig, vilket syns på hennes halvfigurbild som är hennes enda profilbild. Hon tycker dock den är passande för det hon gör på sin bild, där hon äter sockervadd på Tivoli, och att den ger en väldigt bra bild av vem hon är som person. Hennes livssyn är att äta det hon tycker är gott, så att hon äter något på sin profilbild på Tinder tycker hon beskriver henne väl, det är en stor del av hennes identitet. Det är så man kan förvänta sig att hon är i verkligheten.

Martina: Har du tänkt på till exempel vad du har för kläder på den här bilden?

Stina: Nää... För mina kläder syns inte på den... Det är verkligen bara mitt ansikte!

Martina: Det gör inte det?

Stina: Nää, nu ljög jag **tänker efter**... Det är lite mer. Nä fast jag har typ en stor gammal kofta och... Den är helt luddig. Vi var på Tivoli i Danmark... Så nää....

Martina: Du har alltså inte tänkt på det så mycket?

Stina: Nä det har jag nog inte. **Visar upp bilden** Jag har den här bilden... Och jag har inte skrivit något om mig själv eller någonting heller, utan det är såhär jag är så glad över mitt sockervadd liksom. Ehm... Men nej.

Martina och Stina⁹⁴

Att ha kläder som visar vem man är kan kopplas ihop med Davis teori om social identitet. Han menade att man med hjälp av kläder och det de symboliserar kan ge andra människor en bild av vem man är. Till den sociala identiteten räknade han inte bara de symboler som visar på en persons klass⁹⁵ men att alla symboler, tyger, accessoarer och dofter är med till att forma den sociala identiteten.⁹⁶ På så vis visar Stina upp sin sociala identitet, inte bara med hjälp av koftan som knappt syns, utan med hjälp av hennes accessoar som man i detta fall kan kalla sockervadden. De kläder Felix bär tycker han visar vem han är och visar på att han gillar ordning och reda. På samma gång som Davis teorier är mycket applicerbara på dessa utsagor är det även viktigt att inte glömma att kläderna inte skriker rakt ut vad de betyder, menar Barnard,⁹⁷ att kläderna uppfattas så som Felix själv uppfattar dem kräver att de som ser dem har samma förförståelse, så som Barthes också framförde i sin teori.⁹⁸

⁹⁴ Intervju, Stina

⁹⁵ Klassfrågan inte är så lätt att svara på genom att se på kläder idag vilket även Crane skriver om i första kapitlet i hennes bok *Fashionand it's social agendas: Class, gender, and identity* (2000).

⁹⁶ Davis, 1992, s. 15-16

⁹⁷ Barnard, 1996;2002, s. 29

⁹⁸ Barthes, 2013, s. 23-24, 27, 37-38

Att man kan uttrycka sin identitet genom sina kläder var genomgående i alla intervjuerna. Max var övertygad om att man kan säga mycket om sig själv och sin identitet genom hur man klär sig, och han tyckte att man kunde se på en tjejs profilbilder på Tinder hur hon skulle vara som person om man träffas i verkligheten.

Tinder är ju väldigt ytligt, det kan man ju inte säga någonting annat om. Så ibland så kan det ju säkert stämma sjukt bra om man ser någon på Tinder och sen hur de är i verkligheten. Man kan se om de är väldigt så stiligt klädda eller väldigt så bohemiska och sådär, vegetarianer och så vidare och så vidare. Det är många grejer som är länkade men självklart så har man ju träffat folk som är helt motsatt mot vad man har sett på bilderna.

Max⁹⁹

Felix tycker tillika att man kan se mycket av hur en person kommer att vara genom att titta på deras kläder. Han tycker att vissa kläder som visas upp visar på olika personlighetsdrag, som till exempel att pennkjol, blus och uppsatt hår ger intrycket av en tjej som är duktig i skolan och har kontroll på allt i sitt liv. En tjej som till största del har selfies har inte så stor självdistans och tjejer som inte ser ut som att de har klätt upp sig för sina bilder är förmodligen slarviga, associerar Felix.¹⁰⁰ “Är det någon bild som är bara selfie då är det väl OK, men är det för mycket sånt så blir det det där självupptagna igen som är så avtändande”.¹⁰¹ Även här kan man med hjälp av Davis teori om att kläderna kommunicerar en social identitet¹⁰² se hur informanterna med hjälp av deras eget kulturella kapital placerar en del kläder i olika fack. De ser snabbt och enkelt genom kläderna vilken form av identitet de tror att en person har, på grund av de symboler som visas. Man måste dock alltid tänka på att det som kommuniceras inte är envägskommunikation, det finns alltid både en sändare och en mottagare av informationen och det är i den processen där de båda kan tolka information på olika sätt som det kan bli missförstånd i det kläderna kommunicerar skriver Barnard när han diskuterar Fiskes (1990) kommunikationsteori.¹⁰³ Sändaren har medvetet eller omedvetet haft en intention med de kläder den bär, dock finns alltid risk att mottagaren uppfattar dem på ett annat sätt än vad som var sändarens intention. Fiske (2010) beskriver att det kan finnas brus i de meddelanden som sänds. Han liknar det vid exempelvis det brus som kan finnas på en dålig telefonlinje och som gör det svårare för

⁹⁹ Intervju, Max

¹⁰⁰ Intervju, Felix

¹⁰¹ Intervju, Felix

¹⁰² Davis, 1992, s. 16-17

¹⁰³ Barnard, 1996;2002, s. 30-33

meddelandet att uppfattas rätt av mottagaren. Brus kan vara allt ifrån något yttre som påverkar mottagaren till mottagarens egna tankar som kan störa uppfattandet av ett meddelande. Det kan även vara så att brus i kommunikationen uppstår när två personer som läser av varandra (sänder ut och tar emot meddelande genom kläder) inte kommer från samma kultur.¹⁰⁴ Detta eftersom kläder inte har ett tydligt språk och inte bara kan tolkas utifrån en specifik betydelse. Att medvetet eller omedvetet ha valt sina kläder visas på genom de kvinnliga informanternas svar, till exempel Stina uppger att hon inte tänkt på vad hon har för kläder på sin bild, medan de manliga informanterna uppgav att de noga valt ut sina kläder på bilderna. När informanterna berättar hur de tolkar kläderna de ser på andras profilbilder tror de i enlighet med Goffmans teori om att intrycket man förmedlar är ett verklighetstroget intryck, det vill säga att de tolkar kläder på samma sätt som sändaren.¹⁰⁵ Stina som inte har tänkt på sitt klädval förmedlar omedvetet en form av social identitet eller mening, för att koppla till Barnards teori finns det ingen som ser någon annans kläder som betydelselösa.¹⁰⁶

Att kläder kan kommunicera så som Lurie beskriver som ett exakt språk med sin egen vokabulär¹⁰⁷ kom aldrig på tal under intervjuerna, kläderna kan genom informanternas svar tolkas som att de mer ger ett intryck om vilken karaktär eller social identitet en person har. Davis fasthåller likväl att kläder kommunicerar med omvärlden men att de kan tolkas tvetydigt och att de inte är ett exakt språk,¹⁰⁸ vilket överensstämmer med den syn informanterna hade på de flesta aspekter av hur kläderna kommunicerar. På vår fråga till dejtingexperten Marie om hon ofta fick frågor om vad man ska ha på sig för kläder på profilbilderna svarade hon att hon brukade rekommendera att man skulle ha tre profilbilder vilket hon beskriver på följande vis:

[...] då brukade jag rekommendera att man har tre stycken profilbilder, en bild där man syns i närbild där bara ansiktet syns, en bild där man ser hela kroppen och en bild där man gör någonting aktivt och det viktiga här är då att man faktiskt har bilder... Bilderna kan vara tagna vid samma tillfälle det behöver inte tittaren veta men det är jättejätte viktigt att man har olika kläder på varje bild[...]

Dejtingexperten Marie¹⁰⁹

¹⁰⁴ Fiske, J. (2010). *Introduction to Communication Studies*. Taylor & Francis, s. 7

¹⁰⁵ Goffman, 1959;2014, s.25

¹⁰⁶ Barnard, 1996;2002, s. 31

¹⁰⁷ Lurie, 1981

¹⁰⁸ Davis, 1992, s. 3, 191

¹⁰⁹ Telefonintervju, Marie Hagberg

Att inte visa samma sorts bild på alla sina profilbilder lägger alltså dejtingexperten Marie vikt vid. Det går att ta alla bilder på samma dag, menar hon, men tycker däremot inte det ser bra ut om man har samma kläder på sig på flera av bilderna. Då ser man att de är tagna under samma dag och förmodligen är iscensatta, vilket inte är positivt för den publik man visar upp sig för. Hon menar att kläderna ska visa vem man är, men om man i vanliga fall har en mycket avslappnad stil måste man klä upp sig lite, men inte så mycket att man ser obekvämt ut eller att man inte ser ut som sig själv.

...Jag brukar rekommendera att man ska vara en bättre version av sig själv att man gärna ska klä upp sig lite grann, man behöver inte klä upp sig till tårna för den delen, för den sakens skull, men att klä upp sig lite grann. Man får gärna ha helt vardagliga kläder men lite finare och det behöver inte vara dräkt eller kostym om man inte jobbar på till exempel på bank. Annars är det bra att kläderna speglar hur man är som person. Dejtingexperten Marie¹¹⁰

Att visa upp en bättre version av sig själv på Tinder med bilder som ser ut som de är tagna vid olika tillfällen kan ses som det Goffman benämner som *falsk fasad*,¹¹¹ det vill säga om den som visar upp sig på sina profilbilder inte visar en trovärdig bild av sig själv. Han beskriver även hur man ofta reagerar starkare på den som utger sig för att vara finare eller bättre än vad den i själva verket är. De som ser bilden kommer i sin tur att mycket snabbt få ett intryck av om den identitet eller det skådespel som förmedlas är sant eller falskt,¹¹² det är därför viktigt att den som lägger upp profilbilder på Tinder förmedlar sig på ett trovärdigt sätt för att inte ge ett falskt intryck.

Marie kopplar ihop identitet med självkänsla och tycker själv att hon alltid har haft det och därför har hon inte sminkat sig eller ansträngt sig för att klä sig snyggt. Att inte sminka sig eller klä sig snyggt håller hon med om är ett sätt att visa vem man är för omvärlden.¹¹³ Barnard lägger vikt vid att man alltid förmedlar något om sig själv med sitt klädval då han beskriver att det inte finns någon form av neutral klädsel,¹¹⁴ man kan alltså inte undvika att säga något med sina kläder även om man själv tycker att man har klätt sig neutralt, eller som dejtingexperten Marie säger, att hon inte har lagt vikt vid att klä upp sig.

¹¹⁰ Telefonintervju, Marie Hagberg

¹¹¹ Goffman, 1959;2014, s. 58-59

¹¹² Goffman, 1959;2014, s. 57-58

¹¹³ Telefonintervju, Marie Hagberg

¹¹⁴ Barnard, 1996;2002, s. 5

Stina menar på liknande sätt att det är viktigt att presentera sig själv på ett sätt som man vill bli förmedlad och själv vill hon förmedla att hon är glad och gillar att äta godsaker med sin bild.¹¹⁵ Dejtingexperten Marie menar också att det är viktigt att visa sig från sin bästa sida och berättar hur hon själv ofta klär upp sig och får professionell hjälp med både smink och hår innan till exempel en fotografering och likställer detta med hur man bör framställa sig själv för att lyckas hitta någon på en dejtingsida.¹¹⁶ Att framställa sig själv från sin bästa sida visar på att informanterna är medvetna om hur de agerar som aktörer, och att det finns en publik på en slags teaterscen, där de själva försöker styra vilket intryck andra får av dem enligt Goffmans teorier om roller och scener i vardagen. Goffmans teori innebär att aktören försöker styra hur publiken ska uppfatta aktören genom att uttrycka sig på ett speciellt sätt som man tror framkallar önskad reaktion hos publiken. Att man uttrycker sig på dessa sätt görs både avsiktligt och oavsiktligt då det enligt gruppens normer är så man bör agera. Dock kan publiken, det vill säga gruppen, välja hur de ser aktören, de kan antingen välja att förstå den tänkta meningen eller aktivt välja att missförstå det aktören vill förmedla. Publiken vet om att aktören kommer att framställa sig själv på ett sätt så dennes bästa sida kommer fram, kan de därför dela upp akten i två delar. Den ena delen som aktören själv påverkar, exempelvis hur den formulerar sig verbalt, den andra delen är det som Goffman benämner som det aktören *överför* det vill säga exempelvis hur den ser ut, gester, kroppsspråk och liknande.¹¹⁷

Marie menar att man inte ska klä sig för uppklätt men inte heller för nedklätt och rekommenderar alltid kvinnor att bära färgen rött både för uppmärksamhetens skull och för att rött har en tendens till att få mäns hjärta att bulta lite extra, som hon beskriver under intervjun.¹¹⁸ Stina tycker bilden ska spegla ens personlighet och Klara tycker att den stil man uppvisar kan kopplas ihop med hur man är som person. Hon hoppas på att hitta någon som är lik henne själv genom att hitta någon med liknande klädstil.¹¹⁹ Felix tycker kläderna ska vara välmåttade och hela och rena,¹²⁰ Max föredrar lite mer nedtonade färger på kläderna för att inte sticka ut för mycket.¹²¹ En person kan enligt Goffman presentera sig så att andra får en hög uppfattning om denne. Avsikterna kan även

¹¹⁵ Intervju Stina

¹¹⁶ Telefonintervju, Marie Hagberg

¹¹⁷ Goffman, 1959;2014, s. 15, 25

¹¹⁸ Telefonintervju, Marie Hagberg

¹¹⁹ Intervju, Stina; Intervju, Klara

¹²⁰ Intervju, Felix

¹²¹ Intervju, Max

vara att vilseleda, förvirra eller bedra någon,¹²² vilket inte är helt osannolikt att folk har som intention att göra på Tinder. Trots att informanterna är medvetna om att det går att manipulera och att det förekommer manipulation på Tinder verkar informanterna ändå i sin upplevelsevärld tro att de flesta bör vara den som den utger sig för att vara. Detta kan kopplas ihop med Goffmans teorier om att samhället är organiserat efter principen att en individ kan vänta sig att andra ska behandla den på det sätt den utstrålar genom sina sociala egenskaper och att denne också då bör vara på det sättet som den utger sig för att vara.¹²³ Bland annat säger Klara: “Förhoppningsvis vill man väl visa upp en verklig bild av sig själv. Men är det ju svårt att säga om någon annan spelar några roller...”.¹²⁴ Våra informanter tycker att de själva har visat upp sig på deras profilbilder på ett trovärdigt sätt och förväntar sig därför att andra gör detsamma. Trots att aktören litar på att publiken ser hens antydningar och tecken som något betydelsefullt i sitt framträdande kan samma princip göra att publiken kan missförstå antydningarna och tolka dessa på ett annat sätt, där det även kan handla om saker som inte var menat att uttrycka något med.¹²⁵

Att klä sig på ett speciellt sätt betyder också att man på någon nivå försöker att göra någon belåten med sitt klädval. Det kan vara så att man har på sig något praktiskt som till största del är till för att bara skyla kroppen, men i de flesta fall klär vi oss för någon annan,¹²⁶ i detta fall är de man klär sig för personer man vill attrahera på Tinder. Genom att klä sig på ett visst sätt kommer kläderna göra någon i publiken nöjd men det finns också stor risk att man förolämpar andra med sitt klädval, exempelvis genom att ha på sig för avslöjande kläder så som det kommer framgå i stycket “Den avklädda kroppen”. Det kan också bidra till att personer klär sig olika i olika situationer eller när de ska träffa olika personer. Den identitet man visar upp för omvärlden är lätt att ändra genom hur man klär sig,¹²⁷ på så sätt kan man försöka vara sig lik sina profilbilder från Tinder när man träffar någon man svept fram genom applikationen. Klara berättar om när hon träffade en kille från Tinder som visade sig vara något olik sina profilbilder när de träffades i verkligheten. Klara gillar i vanliga fall mössa eller keps men just denna kille passade, enligt henne, inte så bra i mössa. Han hade inte haft mössa på sina profilbilder och bilderna var tagna ur vinklar som var smickrande, i verkligheten var han inte riktigt det hon hade tänkt sig.¹²⁸ Att ta

¹²² Goffman, 1959;2014, s. 13

¹²³ Goffman, 1959;2014, s. 21

¹²⁴ Intervju, Klara

¹²⁵ Goffman, 1959;2014, s. 51-52

¹²⁶ Davis, 1992, s. 24-26

¹²⁷ Davis, 1992, s. 24-26

¹²⁸ Intervju, Klara

bilder som är smickrande men inte så verklighetstroga kan ses utifrån Goffmans teori om vita lögn. Han beskrev att man i massmedia ofta använder sig av vita lögn genom att redigera och fota från vinklar som visar personen från sin bästa sida.¹²⁹ Det verkar vara det som Klaras dejt hade gjort, dock kan inte hela skulden läggas på honom då det lika gärna kan ha varit Klara som har läst av de meddelanden han har sänt ut med hjälp av sina bilder på ett felaktigt sätt så som både Goffman och Barnard beskriver.¹³⁰ Sändaren har haft en intention men Klara kan ha läst av bilderna fel och det har därmed blivit ett missförstånd i tolkningsprocessen.

2.3.3 Den avklädda kroppens betydelse på Tinder

På frågan om Stina tycker kläder på profilbilderna på Tinder kan säga något om personen i frågas identitet, beskriver hon att hon ofta tycker sig se någon form av identitetsdrag i profilbilder genom att titta på kläderna, men inte alltid. Vissa kläder man har på sig, eller framförallt de kläder man inte har på sig, säger mycket om en person och om dennes syfte med att använda Tinder tycker hon.¹³¹

Stina: Aaa men typ när det kommer upp en kille som inte har några kläder på sig typ. Bara alltså... Helt seriöst kanske inte hans identitet men ändå liksom vad han är ute efter på nått sätt så man bara nej...

Martina: Där besvarade du faktiskt en av mina sista frågor hur du liksom förhåller dig till när man bara får upp typ en kille utan tröja?

Stina: Aaa gud... Nej...

Martina: Då blir det alltså nej direkt?

Stina: **Skratt** Herregud ja... Ingen tvekan om saken.

Stina¹³²

De killar som poserar utan tröja eller mindre kläder tycker hon verkar oseriösa med sitt dejtande. Detsamma berättar även Klara, som tycker det verkar oseriöst när killar har profilbilder där de inte har på sig tröja. Hon kan dock tycka det är okej att ha någon bild utan tröja om det även finns andra bilder med tröjan på. Den första bilden får dock inte vara halvnaken.¹³³ Enligt Hagberg & Bjerre bör strandklädda bilder undvikas då en person med sådana bilder sänder ut att endast vara intresserad av att locka sexuella kontakter.¹³⁴ Helmanis skriver dock i sin bok att uringning kan

¹²⁹ Goffman, 1959;2014, s.60-61

¹³⁰ Goffman, 1959;2014, s.51-52; Barnard, 2002, s. 30-33

¹³¹ Intervju, Stina

¹³² Intervju, Stina

¹³³ Intervju, Klara

¹³⁴ Hagberg & Bjerre, 2008, s. 58

vara bra¹³⁵ i likhet med vad dejtingexperten Marie berättade i telefonintervjun.¹³⁶ Helmanis skriver också att nakenheten inte ska överdrivas och att uringningen inte bör bäras tillsammans med en kort kjol eller höga klackar och tipsar om att bära linne med långbyxor för att inte visa för mycket hud.¹³⁷ “Du skulle ha större chans att få en kvinna att ta av sig tröjan om du hade på din när du tog bilder”¹³⁸ med citatet menar Armani, i likhet med Helmanis, att det är viktigt att inte vara allt för sexig på bilderna om det inte är en lös relation man är ute efter, samt ger en uppmaning till alla män att inte ha bar överkropp på bilderna på dejtingsajter.¹³⁹ Hemmings tycker inte heller att man ska klä sig överdrivet åt något håll och uppmanar att välja enkla, sexiga och snygga kläder utan att djupare gå in på vad det är för plagg som tillhör dessa kategorier.¹⁴⁰ Hon menar också att det är mer attraktivt att skymta en bit av låret än att visa allt med en kort kjol, då sex-appeal enligt henne kopplas till det mystiska.¹⁴¹ Även Fexeus skriver att alla går igång på hemlisar och att ett bra sätt att skapa hemlisar är genom kläderna där de plagg som är mindre avslöjande ibland kan vara mer sexiga än de som visar allt.¹⁴² Både av informanterna och i handböckerna framkommer att överdriven nakenhet inte uppskattas på profilbilder och vid en första dejt. Barnard ser kritiskt på den allmänna uppfattningen om att kroppen i sig inte bär någon mening, med hjälp av en del andra teoretiker kommer han fram till att den nakna kroppen har olika betydelse för olika tider och för olika situationer.¹⁴³ Alla informanterna ser således på den nakna eller halvnakna kroppen i sammanhanget som oseriöst, hade det varit i andra sammanhang skulle resultatet kunnat vara ett annat. Felix berättar att det är okej med halvnakna bilder om de är tagna i rätt sammanhang “[...] Men en strandbild med lite hud som någon annan har tagit är OK”.¹⁴⁴ Vilket tyder på att kroppen uppfattas olika beroende på situation, omgivning och kontexten man ser bilden enligt Barnards teori.¹⁴⁵

¹³⁵ Helmanis, 2009, s. 70-71

¹³⁶ Telefonintervju, Marie Hagberg

¹³⁷ Helmanis, 2009, s. 70-71

¹³⁸ Armani, 2014, s. 27

¹³⁹ Armani, 2014, s. 26

¹⁴⁰ Hemmings, 2004, s. 23

¹⁴¹ Hemmings, 2004, s. 72

¹⁴² Fexeus, 2009, No 012– Alla går igång på hemlisar

¹⁴³ Barnard, 1996;2002, s.21-22

¹⁴⁴ Intervju, Felix

¹⁴⁵ Barnard, 1996;2002, s.21-22

2.3.4 Sök och du skall finna

Felix kategoriserar tjejerna han sveper fram på Tinder. Hans svar på frågan om det finns något generellt mönster för hur tjejerna på Tinder klär sig är följande:

Det finns inget generellt mönster för alla tjejer såklart, men det finns uppenbart subgrupper där. Där finns de här ordningsamma och pedantiska MVG – alla ämnen tjejerna som säkert blir jurister eller ekonomer. Rent fördomsstereotyp då liksom och de har väldigt mycket den här pennkjolen och visar många gånger hur de har roligt med kompisar är ute och dricker en kaffe latte eller vad det nu är. Och så finns där ju den här subgruppen av tjejer som är... Vad ska man säga... Dom som tar mycket av dom här selfiesarna där de tiltar på huvudet och har mjukisbyxor och det verkar vara hela puderdosan i ansiktet och det ser lite... Känns hemskt att säga det men det är lite halvt whitetrashigt liksom. Då är det mycket skinnjackor och så liksom. Felix¹⁴⁶

Vidare beskriver han även att det finns en hipsterlook, den bärs ofta av tjejer som gärna talar om att de är feminister och dricker öl på Möllan. LTH-tjejerna, dessa är ofta lite tråkiga och bryr sig inte så mycket om hur de ser ut tycker Felix. Dessutom finns hans idealtjej som kännetecknas av blus och pennkjol, de visar ofta hur de är ute med sina tjejkompisar och dricker kaffe latte på sina bilder, han tolkar ofta detta som att de är pedantiska och ordningsamma.¹⁴⁷ Detta visar på att Felix kopplar olika identiteter till olika kläder och att kläder som visas i en profilbild säger mycket om tjejen på bildens identitet. Stina beskriver likväl att hon tycker att det finns flera olika kategorier av killar på Tinder, det finns de som vill uttrycka att de är äventyrslystna genom att lägga upp bilder från olika friluftaktiviteter, resor och där de klättrar i berg.¹⁴⁸ De uttrycker en del av deras identitet genom vad de gör men som oftast är de också klädda för just den aktiviteten de ska utföra, kläderna kan alltså säga något om vad för aktivitet man gillar. Stina menar också att de som är mycket välklädda vill signalera något med det.¹⁴⁹ Samma sak berättar både Max och Felix, är man välklädd i sina bilder ger man ett seriöst intryck menar de.¹⁵⁰ Stina poängterar att det är viktigt att killar inte är för välklädda, då ger de intryck av att vara tråkiga eller stela, för henne är en mer vardaglig stil viktig att visa upp.¹⁵¹ Hon vill se hur någon skulle klä sig om de skulle träffas, inte hur en kille klär sig när han ska på bröllop eller på ett viktigt möte. Klara brukar också svepa vänster på uppklädda killar, de är inte vad hon letar efter, då hon vill hitta en

¹⁴⁶ Intervju, Felix

¹⁴⁷ Intervju, Felix

¹⁴⁸ Intervju, Stina

¹⁴⁹ Intervju, Stina

¹⁵⁰ Intervju, Max; Intervju, Felix

¹⁵¹ Intervju, Stina

kille som är mer som hon själv stilmässigt och hennes stil är mer avslappnad och “artsy” berättar hon.¹⁵²

Att informanterna kategoriserar personerna på bilder utifrån deras kläder kopplar vi ihop med Barnards teori om att kläder kan skapa broar mellan människor och att de därigenom kan känna en form av tillhörighet med varandra och utveckla en gruppidentitet. De som tillhör gruppen antas ha liknande värderingar och därmed ha något gemensamt, vilket innebär att de utesluter andra från sin grupp.¹⁵³ Ser man denna gruppidentitet utifrån att det är en social identitet, så som Davis har beskrivit begreppet, så blir sättet de klär sig ett uttryck för hur de visar upp deras identitet och de symboler, som i detta fall är kläder, de använder sig av är lätta att läsa av för andra som kommer från samma kultur/grupp.¹⁵⁴ Att informanterna har lätt för att placera andra i fack kan med hjälp av Barnards teori tyda på att de tillhör en annan grupp och därmed har en annan gruppidentitet. Kläder kan enligt Barnard användas både för att bygga broar men även för att skapa avstånd till andra grupper.¹⁵⁵ I likhet med Barnards teori menade Simmel att vissa naturfolk som var grannar hade väldigt olika moden (kläder) för att skilja sig från varandra och för att markera en inre tillhörighet och därmed en distans till de som hamnar utanför gruppen.¹⁵⁶ På liknande sätt har Crane tidigare skrivit om hur olika klädkoder har använts för att differentiera sociala grupper ifrån varandra och de som tillhör en grupp kan ha svårt att tolka symboler som tillhör en annan grupp.¹⁵⁷

När informanterna sveper på Tinder letar de ofta efter någon som verkar ha samma syfte som de själva. Det kan vara svårt att veta utifrån en Tinder-profil om personen på andra sidan av smartphoneskärmen är lika seriös som en själv, men informanterna verkar tycka att det framgår genom kläderna och den identiteten dessa utstrålar. Ett exempel är när Stina berättar att det verkar oseriöst om en kille inte har på sig tröja på sina bilder. Även Felix berättar att det finns många olika syften med Tinder och att man kan klä sig olika beroende på vad man söker och hur seriös man är. För honom finns det tre olika syften med att använda Tinder:

¹⁵² Intervju, Klara

¹⁵³ Barnard, 1996;2002, s. 40-41

¹⁵⁴ Davis, 1992, s. 16-17

¹⁵⁵ Barnard, 1996;2002, s.40-41

¹⁵⁶ Svensk översättning av Simmels text “Modets filosofi” i Danius, Sjöholm & Wallenstein, 2012, s.513

¹⁵⁷ Crane, 2000, s.s.242-243

[...] för min del finns det egentligen tre syften. Vad heter det... Det första hade ju varit ja okej, vi kan väl träffas och ligga, det andra är ja men det här kan väl kanske bli någonting mer, det tredje är väl fåfänga och bekräftelsebehov kan vi väl säga.

Felix¹⁵⁸

Om man bara letar efter en kort romans blir kläderna mindre viktiga, letar man efter något mer seriöst letar Felix efter tjejen med blåa ögon i pennkjol och blus, eller i alla fall någon som matchar hans stil väl. Att ställa sitt bekräftelsebehov genom Tinder är också rätt vanligt, det beskriver även Hjärtmyr i sin kandidatuppsats *Att konsumera bekräftelse - Tinder och dejting i konsumtionssamhället* där hon menar att få matchningar med någon man finner attraktiv på Tinder ger en, vad hon kallar, självförtroende-boost.¹⁵⁹

Förutom att leta efter någon som har ungefär samma syfte som en själv på Tinder berättas det i flera av intervjuerna att man ofta letar efter en partner som är lik sig själv. Det kan både vara till hår- och ögonfärg som i Felix fall, där just ögonfärg och klädstil är mycket viktigt.¹⁶⁰

Dejtingexperten Marie berättar om sin före detta mans släkt, där alla hade olika hårfärg och lyckades bli ihop med en partner som var lika dem själva rent utseendemässigt. Att utseende är viktigt påpekar hon även genom att berätta om ett tv-program som hon har sett. Publiken i programmet skulle gissa vilka av de 10 männen och 10 kvinnorna som var gifta med varandra. Där det visade sig att publiken hade lätt för att para ihop de gifta paren eftersom de ofta var lika utseendemässigt eller hade lika kläder.¹⁶¹ Att man försöker hitta någon som har ungefär samma klädstil som en själv berättar även Max. Han säger att han själv har en mycket nertonad stil och neutrala färger på sina kläder och att han inte vill hitta en tjej som sticker ut alltför mycket:

Jag tror inte att de flesta letar efter tjejen som visar upp sig i turkos klänning. För att jag själv gillar ju också klä mig i ganska dova färger. Alltså den gråa, svarta, vita, mörkblåa-färgskalan. Så då tror jag också att man letar efter någon som har ungefär samma stil.

Max¹⁶²

Precis som Max berättar i citat ovan verkar de kvinnliga informanterna också eftersöka personer som är lika dem själv för att de tror att de har mest gemensamt med dessa. Klara berättar till

¹⁵⁸ Intervju, Felix

¹⁵⁹ Hjärtmyr, 2015, s. 23-24

¹⁶⁰ Intervju, Felix

¹⁶¹ Telefonintervju, Marie Hagberg

¹⁶² Intervju, Max

exempel att hon inte eftersöker en kostymkille då hon själv har en mer avslappnad stil. Hon är istället ute efter killar i keps som har lite mer beach-kläder i mjukare material eller någon cool t-shirt med mönster.¹⁶³ I handboken av Hemmings skriver hon att man ska vara realistisk och ärlig mot sig själv om hur attraktiv man är när söker partners eftersom det enligt henne är mer troligt att vackra människor träffar andra vackra människor och mer allmogliga människor träffar andra med mer allmogligt utseende. Resonemanget stöds bland annat av Hwang, Lundberg och Smedler (2012) i boken *Grunderna i vår tids psykologi* där de psykologiskt underbygger resonemanget att fysiskt attraktiva personer attraheras av varandra och dessutom att personer med liknande intressen och bakgrund ofta attraheras mer av varandra än de som är olika på dessa punkter.¹⁶⁴ Resonemanget om att man letar efter någon som är lik en själv, kopplar vi ihop med den ovannämnda teorin om grupptillhörighet av Barnard¹⁶⁵ det vill säga att man tror sig ha liknande preferenser som de som ingår i den egna gruppen. Han menar därmed att man genom att känna tillhörighet med en grupp distanserar sig från andra grupper. Håller man sig inom samma grupp som, enligt Barnard, symboliseras av liknande kläder,¹⁶⁶ så kan man lättare förstå en potentiell partners sociala identitet och därmed också den inre identitet som det dock är svårare att säga något exakt om. Det blir i det fallet lättare att läsa av kläderna på någon inom samma grupp eller kategori då man tror sig ha liknade preferenser som dess personer. Att leta efter någon som är lik sig själv klädmässigt framgick av alla intervjuerna, vilket vi redogjort för här ovan. Nedan kommer vi redogöra för hur identitet kan tolkas som något kulturellt.

2.3.5 Kulturbetingat hur man tolkar kläder och identitet

Hur man tolkar klädernas betydelse och hur man kopplar ihop kläder med identitet är olika inom olika kulturer menar Davis.¹⁶⁷ Inom vår västerländska nutida kultur signalerar en skjorta för de flesta ordning och reda, eller så kan det ses som en sorts arbetsuniform för de som jobbar på kontor eller liknande. Detta ändå inom ramen för det som kan kallas normal klädsel så som Max och Felix beskriver det.¹⁶⁸ Inom en annan kultur kan skjortan ha helt andra betydelser, till exempel att det endast är en stel och påtvingad arbetsuniform. På samma sätt kan ett visst material eller tyg kan ha olika betydelse beroende på vilken situation de används i. Samma plagg

¹⁶³ Intervju, Klara

¹⁶⁴ Hwang, Lundberg och Smedler, 2012, s. 309

¹⁶⁵ Barnard, 1996;2002, s. 40-41

¹⁶⁶ Barnard, 1996;2002, 40-41

¹⁶⁷ Davis, 1992, s. 8

¹⁶⁸ Intervju, Max; Intervju, Felix

kan på så sätt ha olika betydelser beroende på omgivningen¹⁶⁹ eller situationen som de är fotade i. Felix gav ett exempel på detta när han berättade att en tjej kan se hur attraktiv eller trevlig ut som helst, men om hon festar på alla sina bilder spelar det ingen roll, då har hon uttryckt att hon är oseriös som person enligt hans värderingar.¹⁷⁰ Att man har rätt kläder eller utseende, men gör fel saker kan alltså vara viktigt beroende på vad en potentiell partner söker.

Varje kultur har en så kallad klädkod som man lärt sig under livets gång.¹⁷¹ Inom olika delar av en kultur kan det vara mindre skillnader i hur man associerar olika plagg. Trots att Stina och Klara kommer från samma nutida västerländska kultur som Felix och Max, har de en annan syn på vad en skjorta betyder. Stina tycker det verkar väldigt uppklätt och stelt,¹⁷² inte alls som de manliga informanterna, som tycker det är en normal vårdad klädsel.¹⁷³ Detta tyder alltså på att även personliga preferenser spelar en viktig roll när man associerar en viss identitet till klädesplagg. Davis menade att man associerar lika som andra som har upplevt ungefär samma saker i livet, att man associerar ett speciellt plagg till en person med en speciell identitet är alltså en inlärd ”översättning” man gör från kläder till identitet.¹⁷⁴ Kläder och de associationer man kopplar till dem kan dock aldrig tas för en absolut sanning, de är aldrig lika exakta som ett talat språk och kan tolkas tvetydigt av olika människor eller i olika situationer.¹⁷⁵ Vilket är precis vad vi har sett här i exemplet med skjortan.

Hur man kombinerar klädesplaggen kan också vara av betydelse för identitetsskapandet och ingår likväl i Davis teori om att man kopplar ihop kläder och identitet.¹⁷⁶ Felix anser att det är viktigt hur man kombinerar sina kläder. Hans drömtjej har på sig pennkjol och blus och han verkar tycka att dessa plagg hör ihop. Han berättar att han en gång träffade en tjej som han trodde skulle ha denna klädsel. Hon dök dock upp på deras dejt i jeans. Han svarade följande på frågan om han hade träffat en tjej från Tinder i verkligheten som inte var så som han tänkt sig:

Nu måste jag fundera lite. Det var någon som ja, som hade annorlunda bilder... När hon först kom emot mig och vi möttes på gatan. Då var det lite ”jaha, var det du?” för då skiljde det sig åt från

¹⁶⁹ Davis, 1992, s. 8

¹⁷⁰ Intervju, Felix

¹⁷¹ Davis, 1992, s. 13-15

¹⁷² Intervju, Stina

¹⁷³ Intervju, Max; Intervju, Felix

¹⁷⁴ Davis, 1992, s. 17

¹⁷⁵ Davis, 1992, s. 22

¹⁷⁶ Davis, 1992, s. 8

bilderna en aning i just kläder. Men sedan när hon tog av sig rocken okej... Det var en blus där under. Så att där är, rent spontant kan jag känna att det är många som gör sig till för Tinderbilderna. Man väljer ut dem med omsorg och såhär.

Felix¹⁷⁷

Citatet visar att kläderna vid första anblick gjorde honom besviken, då han trodde att hon skulle haft på sig kjol. Det blev dock bättre när det visade sig att hon hade på sig en blus under kappan, på så sätt kan man säga mycket om sig själv genom hur man presenterar sig på sina Tinder-profilbilder, men det är svårt att veta om den identitet man kopplar ihop med en person stämmer i verkligheten. Som Felix kom in på, i sitt svar, är det vanligt att göra sig till för sin publik på sina profilbilder på Tinder. Detta är även något som alla informanterna höll med om och som kommer fördjupas med hjälp av Goffmans teorier i avsnittet om roller.

Vi har i detta kapitel analyserat hur informanterna och dejtinghandböckerna uppfattar identitet genom de kläder som visas upp på profilbilder. Vi har framför allt sett hur social identitet och gruppidentitet är kulturellt bundet och hur identitet förmedlas genom alla kläder man bär eller inte bär. Vi har dessutom analyserat hur kläder kommunicerar identitet som det beskrivs genom både Davis och Barnard och att kläder inte kommunicerar genom ett exakt språk. Informanterna har även beskrivit hur de upplever att de letar efter någon med speciella kläder och hur det går att koppla ihop detta med grupptillhörighet och gruppidentitet.

2.4 KLÄDERS BETYDELSE PÅ PROFILBILDERNA

I det här kapitlet kommer vi att se hur samma klädesplagg kan ha olika betydelser i olika situationer och för olika personer, och hur kläder uppfattas beror på vem som ser och deras förförståelse. Vi kommer även lyfta att informanterna ofta motsäger sig själva i frågan om klädernas betydelse och slutligen kommer vi ta upp andra saker än kläder som informanterna anser är viktiga för att läsa av en person på Tinder via dennes bilder.

Enligt våra intervjuer verkar alla informanterna överens om att kläderna som visas på profilbilderna på Tinder kommunicerar något. Detta är något som speglas genom hur de svarar på intervjufrågorna. Att alla informanterna är överens om att kläderna kommunicerar ses i denna studie som ett tecken på hur kläderna vi bär gör ett *statement* enligt Barnards teori, som vidare

¹⁷⁷ Intervju, Felix

menar, i likhet med Davis, att de flesta människor faktiskt har denna bild av att kläderna vi bär säger någonting mer än att bara vara kläder.¹⁷⁸

2.4.1 Samma plagg - olika betydelser

Alla våra informanter som är aktiva användare på Tinder svarar och resonerar om att kläder är viktiga, men att de endast är en del av en helhet. När Felix svarar på frågan om klädernas betydelse för om han ska svepa ja eller nej på en tjej svarar han på följande sätt:

Kläderna är aldrig avgörande... Jo okej om det är ett hål på jeansen så är det nog avgörande, men det hjälper till personens sak om det är fina kläder på bilden. Så som en blus och en pennkjol, vilket jag går igång på.

Felix¹⁷⁹

Genom citatet kan vi trots att han säger att kläder bara är en del av flera aspekter, som är viktiga när han sveper på Tinder se att vissa klädesplagg går bort i hans livsvärld, och därmed de som bär plaggen, på grund av hur han associerar dessa plagg. Om en tjej har byxor med hål i som han säger i citatet, är hon inte är hans typ och han vill inte dejta henne på grund av hennes klädval. Han berättar även om hur han inte tycker om mjukisbyxor och lägger vikt vid vad detta plagg kommunicerar för honom.¹⁸⁰ Vad en tjej med mjukisbyxor själv har tänkt när hon lagt ut denna bild vet vi dock inte, men antagligen har inte hon samma uppfattning av mjukisbyxorna som Felix har då han, genom att läsa mellan raderna, tycker att det tyder på att man är ostrukturerad, kaotiskt och inte har ett driv, vilket är något han eftersöker hos en tjej. Att det råder olika uppfattningar var något Davis tog upp när han skrev att förhållandet mellan ett fysiskt plagg och dess mening är ostabilt då det är helt upp till betraktaren och dennes bakgrund hur de tolkar kläder.¹⁸¹ Hål i byxorna är inte något Felix går igång på och under intervjun framkommer det att det är viktigt för honom att kläderna ska vara hela och rena, både på honom själv och på personen han sveper fram.¹⁸² Att kläderna ska vara hela och rena är ett av de tips som flera av handböckerna och som dejtingexperten Marie lyfter fram som viktigt.

¹⁷⁸ Barnard, 1996;2002, s. 72; Davis 1992, s. 3

¹⁷⁹ Intervju, Felix

¹⁸⁰ Intervju, Felix

¹⁸¹ Davis, 1992, s. 8-9

¹⁸² Intervju, Felix

Att Barnard ser klädernas kommunikation som något komplext kan kopplas ihop med Felix tankar om hur han ser på olika typer av plagg, eftersom Barnard menar att kommunikationen handlar om att sända ut meddelanden¹⁸³ men att dessa meddelanden kan skapa missförstånd.¹⁸⁴ En viktig fråga som Barnard tar upp är vem det är som bestämmer vilket budskap kläderna ska ha.¹⁸⁵ En central fråga i detta sammanhang är vem som är sändaren av budskapet: är det bäraren av plagget? Plagget i sig självt? Eller designern som bestämmer?¹⁸⁶ Problemet med vem som bestämmer budskapet kommer också fram genom flera av intervjuerna. Till exempel då Felix berättar om vad han själv har på sig på sina Tinderbilder och beskriver vad det är han vill förmedla med dessa kläder. Han berättar att han själv har på sig skjorta på alla sina bilder och att det är viktigt att ha olika kläder på sig på alla bilder för att inte verka egocentrerad.¹⁸⁷ Att ha olika kläder på sina bilder är också något som vi nämnde innan som dejtingexperten Marie rekommenderar.¹⁸⁸

När vi intervjuar Felix har han, även då, skjorta på sig, vilket gör att bilden han försöker förmedla på Tinder verkar trovärdig med hans fysiska gestalt vilket vi kommer gå in på djupare i avsnittet om roller med hjälp av Goffmans teorier. Med sina skjortor berättar han att han vill utstråla ordning och reda, att han är strukturerad, driven och har mål. När vi frågar honom hur han tror han uppfattas genom sina bilder svarar han att det är svårt att veta vad andra tänker och att det ibland blivit missförstånd när han träffat någon från Tinder. Då har det aldrig sagts rakt ut att det var något som inte stämt under dejten, men senare har det kommit ett sms där det står ”Jag tror inte att vi passar ihop”.¹⁸⁹ Om det beror på att det är kläderna som inte har sett ut som på bilden är dock svårt att veta och hade krävt en djupare studie och efterforskning. En liknande händelse berättar Stina om:

Martina: När du träffat någon har personen uppfyllt dina förväntningar på hur den ska se ut utifrån bilderna? Eller har det skiljt sig åt? Och även hur personen skulle vara?
Stina: Då när X kom liksom... Då kommer jag ihåg att jag tänkte ”Jackpot!” **skratt**

¹⁸³ Barnard, 1996;2002, s. 27

¹⁸⁴ Barnard, 1996;2002, s. 21

¹⁸⁵ Barnard, 1996;2002, s. 21

¹⁸⁶ Barnard, 1996;2002, s. 32-33

¹⁸⁷ Intervju, Felix

¹⁸⁸ Telefonintervju, Marie Hagberg

¹⁸⁹ Intervju, Felix

Så då kändes det bättre... Jaa det var bättre än när jag såg honom först på bild för då var det verkligen alltså... Jag hade ju inte ens tänkt komma... Så var det mamma igen som sa "Nu gör du det här"... Okej... Så att nää bättre absolut och också att han vara roligare än vad jag trodde att han skulle va liksom.

Martina: Tror du att det kan bero på till exempel kroppsspråk och... Gester och så?

Stina: Jag tror att det var att han hade den där jävla bilden där han såg så stel ut, när han satt uppklädd i kostym. Jag var rädd att han inte skulle ha någon humor överhuvudtaget liksom. Sen var det han som sprang iväg för att det kom en geting typ **skratt** ja han var mycket mer avslappnad och rolig än vad jag kanske förväntade mig att han skulle vara.

Stina¹⁹⁰

Killen Stina träffade hade på en av bilderna väldigt strikta och välklädda kläder i form av skjorta och kostym, vilket hon uppfattade som lite stelt och undrade om han hade någon humor. Stina blev övertalad att gå på dejten och fick en helt annan bild av killen när de träffades på riktigt. Han hade humor, ett personlighetsdrag som Stina inte kopplade ihop med den strikta kostymen. Hur man associerar klädesplagg är alltså viktigt för att mottagaren ska uppfatta sändaren av en bild på rätt sätt om man ser det utifrån Barnards teori som beskrivits ovan.¹⁹¹

2.4.2 Dubbla budskap

I informanternas svar kan man se att det råder dubbla budskap. Killarna tänker mycket på vad de själva har på sig samtidigt som de säger att klädernas inte det viktigaste.¹⁹² Stina säger att det inte är så viktigt men att de ändå får de inte vara nakna, helst inte friluftsklädda och inte för välklädda heller.¹⁹³ Informanternas svar visar alltså på att kläderna spelar en stor roll för hur de både tittar på bilderna på Tinder och hur de själva väljer att gestalta sig på applikationen. Det blir som Goffman beskrev att man avsiktligt eller oavsiktligt påverkar andra till att få ett visst intryck av sig själv genom hur man handlar¹⁹⁴ eller i detta fall uttrycker sig själv med hjälp av kläderna man bär på sina bilder. Det är inte alltid medvetet att man uttrycker något med sina bilder, men det uppfattas av och påverkar publiken oavsett intentioner. Dejtingexperten Marie menar dock att kläderna är oerhört viktiga och drar paralleller till hur hon rekommenderar olika kläder och särskilt färgen rött till sina klienter när hon i dagsläget jobbar med PR istället för dejting.¹⁹⁵

¹⁹⁰ Intervju, Stina

¹⁹¹ Barnard, 1996;2002, s. 40-41

¹⁹² Intervju, Max, Intervju, Felix

¹⁹³ Intervju, Stina

¹⁹⁴ Goffman, 1959;2014, s. 12

¹⁹⁵ Telefonintervju, Marie Hagberg

2.4.3 Andra viktiga faktorer på Tinder

Då det nämndes av flera av informanterna att kläderna inte är allt, kommer detta stycke kort redogöra för vad som utöver kläderna påstods vara viktigt för informanterna när de tindrar. Stina berättar att hon är en, vad hon själv kallar, "hår-människa" och tittar mycket på om personen hon svept fram, enligt henne, har fint hår eller inte.¹⁹⁶ På frågan om det är okej med solglasögon på bilderna på Tinder svarar Felix att han inte gillar det, och att det direkt gör att han sveper nej eftersom han inte ser hela ansiktet. Det är dessutom viktigt för honom att tjejen ifråga har blåa ögon.¹⁹⁷ Solglasögon är en accessoar som enligt alla informanterna var något negativt, särskilt när det bara fanns bilder med solglasögon på profiltbilderna. Stina menar att det är strängt förbjudet med solglasögon på bilderna och detta gör att hon direkt sveper nej om det bara finns bilder med solglasögon, eftersom hon tycker det är viktigt att ansiktet syns, precis som Felix.¹⁹⁸ Klara uttalar sig inte så mycket om just solglasögon, men när hon visar upp sina bilder på applikationen under intervjun berättar hon att hon på ena bilden har solglasögon, vilket hon säger gör att man inte ser så mycket av henne, utan att förklarar att det viktiga med bilden har varit att den ska kännas konstnärlig.¹⁹⁹ Även två av de fem handböckerna som har analyserats är negativa till denna accessoar med argumenten om att ögonen är själens spegel och bör synas²⁰⁰ samt att ögonen bör synas för att man ska kunna visa vem man är.²⁰¹ Dock menar båda författarna att det är okej med solglasögon på någon enstaka bild men tipsar om att inte ha solglasögon på första bilden som visas.

Förutom håret nämner Stina också ansiktet och att det är viktigt med ett fint leende.²⁰² Ansiktet är även viktigt för dejtingexperten Marie, vilket kan utläsas genom att hon berättar hur man helst ska ha tre bilder, där en av dessa bilder är en ansiktsbild eller en så kallad närbild.²⁰³ På Tinder menar dessutom Max att majoriteten av bilderna är just ansiktsbilder eller semesterbilder,²⁰⁴ vilket tyder på att ansiktet är viktigt för många. Även Klara tycker att ansiktet och symmetri i ansiktet är viktigt. Hon exemplifierar med en kille hon svepte fram på Tinder nyligen vars ansikte

¹⁹⁶ Intervju, Stina

¹⁹⁷ Intervju, Felix

¹⁹⁸ Intervju, Stina; Intervju, Felix

¹⁹⁹ Intervju, Klara

²⁰⁰ Hagberg & Bjerre, 2008, s. 58-59

²⁰¹ Armani, 2014, s. 36

²⁰² Intervju, Stina

²⁰³ Telefonintervju, Marie Hagberg

²⁰⁴ Intervju, Max

hon tyckte såg lite hoptryckt ut, en sådan osmickrande bild fick en vänstersvepning.²⁰⁵ Profiltextern, trots sin ofta korta utformning, verkar viktig enligt de två manliga informanterna. Felix menar till exempel att texten är viktig för att veta vad den andra personen har för syfte med Tinder, och menar att en profil utan text tolkar han som att personen letar efter en lös relation.²⁰⁶ Stina och Klara tycker däremot inte att texten är viktig och ingen av dem har text på sina profiler.²⁰⁷ Vilket också tyder på att missuppfattningar kan uppstå då man har olika bild över hur saker ska tolkas, då Stina och Klara inte är ute efter något oseriöst trots att de inte har någon text. Då vårt syfte är att ta reda på kläders betydelse, och inte ansiktet eller texten, kommer vi inte fördjupa oss i dessa spår, men de är väl värda att uppmärksammas för att sedan kunna dra trovärdiga och kritiska slutsatser.

I detta kapitel har vi analyserat hur informanterna uppfattar klädernas kommunikation med hjälp av Barnard och Davis teorier, samt kommit underfund med att det kan ske missförstånd i processen där man avläser kläder. Vi har även med hjälp av Goffmans teorier analyserat att man oavsett intentioner påverkar andra till att få ett visst intryck av en själv genom hur man klär sig eller hur man handlar. Slutligen har vi förstått att det finns många andra saker än kläderna som kommunicerar i en profilbild och gett exempel på dessa utifrån intervjuerna. Dessa rekvisita hjälper till att spela den *roll* som vi ska undersöka närmare i nästa kapitel.

2.5 ROLLER

I kapitlet om roller kommer vi använda Goffmans teorier om framträdande och hans dramaturgiska perspektiv och applicera dem på det sociala mediet Tinder. Detta för att se hur informanterna framställer sig själva och hur de upplever andra utifrån kläderna de bär på sina profilbilder. Vi kommer ta upp teman som trovärdighet, manipulation och hur en profil bearbetas framför och bakom kulisserna med fokus på hur kläder kan hjälpa till att underbygga den roll man vill framvisa.

2.5.1 Den trovärdiga Tinder-rollen

Genom att applicera Goffmans teorier om roller på sociala medier och applikationer som exempelvis Tinder, som vi räknar till att vara en vardaglig situation i dagens västerländska samhälle, där de flesta ungdomar håller till och framställer sig själva på ett eller annat sätt på

²⁰⁵ Intervju, Klara

²⁰⁶ Intervju, Felix

²⁰⁷ Intervju, Stina; Intervju, Klara

internet. Genom Goffmans dramaturgiska perspektiv, som likställer sociala interaktioner med teaterföreställningar, kan vi se att det finns en slags Tinder-roll, alltså en roll man kan ikläda sig på internet, en slags online-roll. Enligt Goffmans teori presenterar individen sig själv på olika sätt och styr, eller till och med kontrollerar, den uppfattning som andra får av denne²⁰⁸ man kan se att det på Tinder fungerar likadant. Individen som visar upp sin Tinder-profil väljer vi att benämna som aktören, vilket innebär personen som finns på Tinder och själv lägger upp sin presentation med bilder och med en eventuell text. Aktören har då en publik som blir den andra personen bakom skärmen som *tindrar*, ett begrepp som Felix förklarade utförligt under intervjun. Att tindra innebär enligt honom processen där man sveper höger eller vänster på applikationen och innefattar inte när man skriver med personen i applikationens chattfunktion,²⁰⁹ vi kommer att använda oss av denna definition härnäst. Publiken (personen som sveper) bestämmer sig snabbt för att svepa ja eller nej genom de uppfattningar de får av personen på bild. Detta går i klang med hur Goffman skriver om hur individer som kommer i kontakt med andra individer snabbt försöker skaffa sig information om personen i fråga,²¹⁰ bland annat genom vad han kallar för den personliga fasaden, där aktören medvetet eller omedvetet ger information om sig själv, genom detaljer så som kön, kläder, storlek, ålder och utseende.²¹¹ På samma sätt som dejtingexperten Marie berättade att man snabbt sveper bland bilderna på dejtingsajt.²¹²

När vi pratar om den personliga fasaden fokuserar vi på just kläderna och i intervjuerna framkom det att informanterna var överens om att det är ett *framträdande* som sker på Tinder och att detta framträdande kan skilja sig ifrån verkligheten. Felix säger följande: "Så att där är, rent spontant kan jag känna att det är många som gör sig till för Tinderbilderna. Man väljer ut dem med omsorg och såhär."²¹³ Citatet visar på att det finns en medvetenhet om att bilderna som framställs kan förvrängas och förfinas. Dock nämnde ingen att kläderna i sig kan vara manipulerande på bilderna. Inte heller ifrågasattes det om kläderna på bilderna faktiskt tillhörde personen på bilden. Det framkom att uppfattningen de fått av en person utifrån bilderna och kläderna på dessa oftast stämte bra med verkligheten. Stina uttrycker också det faktum att hon inte har någon text på sin profil därför att hon tycker det är lättare att uttrycka sig med bilder än med text.²¹⁴

²⁰⁸ Goffman, 1959;2014, s. 9

²⁰⁹ Intervju, Felix

²¹⁰ Goffman 1959;2014, s. 11-12

²¹¹ Goffman 1959;2014, s. 28-30

²¹² Telefonintervju, Marie Hagberg

²¹³ Intervju, Felix

²¹⁴ Intervju, Stina

En trovärdig Tinder-roll uppstår enligt informanterna, när de träffar en person från Tinder på ett fysiskt möte, vilken de endast har sett bilder på och fört en kortare chattkonversation med. Om bilden de fått av personen genom applikationen stämmer med vad de förväntat sig genom till exempel kläderna, blir det en slags trovärdig roll som spelas. Ett exempel är när Stina skulle träffa den välklädda killen som hon hade fått en bild av verkade vara strikt och tråkig på grund av sitt klädval på bilderna.²¹⁵ Det är dock svårt att klargöra om den felaktiga bilden alltid beror på kläderna eller om det beror på andra faktorer så som till exempel: gester, uttryck, smink, kroppsspråk, röst eller liknande eftersom detta inte sägs rakt ut, enligt Felix, som några gånger varit med om att det inte har stämt på de fysiska mötena.²¹⁶ Goffman menar att aktören tar förgivet att publiken ska ta det intryck som skapas på scenen på allvar och därför tro på att aktören har de egenskaper han uppger sig att ha. Aktören som spelar rollen måste därför även tro på rollen som denne spelar för att verka äkta.²¹⁷ Den personliga fasaden i form av kläderna blir därför något som intimt identifieras med personen i fråga, vilket det inte råder några som helst tvetydigheter om i informanternas svar, då de bland annat berättar hur skjortan ses som ordning och reda och där andra attribut så som smink, hår och ansikte är viktiga för att utläsa hur en person är.²¹⁸ Även dejtinghandböckerna trycker på att kläderna är en persons yttre skal och att man i en profilbild blir ett med sina kläder. De anser därför att det är mycket viktigt vad man har på sig på sina profilbilder och även på en första dejt. Man får endast en möjlighet till att göra ett första intryck och det gäller att ta vara på detta.

Klä dig snyggt. Ja, det är väldigt ytligt, men våra kläder är trots allt vårt yttersta skal; vår yta utgörs till väldigt stor del av vad vi sätter på oss. Att det sen påverkar oss så starkt är inte mitt fel, det beror på att vi människor är lata och föredrar enkla symboler och koder.

Fexeus²¹⁹

Fexeus menar i citatet att det är mycket viktigt med rätt kläder för att göra ett bra förstaintryck, men han beskriver inte vilka kläder som bör bäras. Att människor är lata och vill läsa av kläderna på enklaste sätt stämmer för de flesta, men alla associerar som tidigare visat inte samma plagg till samma klädkod, vilket gör det svårt att utläsa om den bilden man tycker sig se faktiskt är

²¹⁵ Intervju, Stina

²¹⁶ Intervju, Felix

²¹⁷ Goffman, 1959;2014, s. 25

²¹⁸ Goffman 1959;2014, s. 29-30

²¹⁹ Fexeus, 2009, No 015

trovärdig. Informanterna menar också att det är svårt att avgöra trovärdigheten av en annan individ på Tinder, då det inte på en bild går att visa till exempel gester, ansiktsuttryck och liknande.²²⁰ Det kan även som William James, som Goffman beskrev, handla om olika sidor vi visar upp till exempel inför kompisar, föräldrar, barn, klubben och liknande.²²¹ På Tinder visar man upp en sida av sig själv och lägger vikt vid saker som inte läggs lika mycket vikt vid på ett fysiskt möte.

Alla informanterna är överens om att man kan manipulera mycket på sin profil men går inte in djupare på det. De är också alla överens om att man bör visa sig ifrån sin bästa sida, och informanten Max menar till exempel att killar inte kan visa hur de är på riktigt för att de då inte hade lyckats på Tinder. Han är helt säker på att en "Tinder-roll" är nödvändig, och han svarar på frågan om han tror att man spelar någon roll på Tinder på följande sätt:

Alltså, jag tror att hade alla killar varit sitt riktiga jag på Tinder så hade det inte gått alltså! Man måste ändå spela lite grann i början och försöka vara lite annorlunda om man nu har matchat med någon tjej man tycker är söt eller snygg för att liksom visa att man skiljer sig från mängden på något sätt. Jag kan tänka mig att tjejer får hur många träffar som helst, och kan sälla mer noga än vad vi killar gör. Och då känns det som att vi har liksom mer att jobba för. Vi måste sälja in oss mer på något sätt. Sen tycker jag att det ofta också kan vara något med en kommentar man lägger, ofta räcker det inte bara att skriva hej, eller hej läget? För det har jag hört från flera tjejer att det är skittråkigt om en kille skriver det. Så det... Så absolut det är viktigt att presentera sig själv bra, första linjen så att säga, den tror jag är viktig.

Max²²²

2.5.2 Framför och bakom scenen

Informanterna uttrycker en medvetenhet om att det går manipulera och visa falska bilder på Tinder, trots detta verkar det inte vara något de lägger vikt vid när de bestämmer sig för att svepa höger eller vänster. På detta sätt måste de lita på att en person uppger sig för att vara sig själv, även om det oftast är ett lite förbättrat eller idealiserat jag som visar upp. En förklaring kan vara att det finns en bakre region, som kan likställas med bakom kulisserna vid en teaterföreställning, där allting förbereds.²²³ På Tinder är det alltså i den bakre regionen som framförandet på Tinderprofilen förbereds. Detta kan innefatta att bilder fotograferas och redigeras, kläderna

²²⁰ Goffman 1959;2014, s. 29-30

²²¹ Goffman, 1959;2014, s. 49

²²² Intervju, Max

²²³ Goffman, 1959;2014, s.101-102

bestäms in i minsta detalj, ansiktet sminkas efter konstens alla regler och håret piffas till. Det kan knäppas 100 kort innan det blir någon bild som aktören tycker duger till att lägga upp är vår erfarenhet. Eftersom detta sker i den bakre regionen är det något som publiken inte ser och inte heller är ämnad för att se, då publiken endast ser vad som visas på den främre regionen där själva framförandet sker,²²⁴ alltså i form av vilka slutgiltiga bilder som laddas upp på Tinder. De bilder som visas är de som aktören tycker är bäst och de visar därför hur aktörens bild av idealet ser ut. Som vi har sett i alla intervjuerna letar de flesta efter någon med ungefär samma stil eller estetisk ideal vilket också kan vara en förklaring till varför det är viktigt att visa upp rätt kläder på sina profilbilder, utöver att väcka intresse med ett attraktivt utseende.

2.5.3 Utseendet och kläderna är viktiga

Det sker ofta liknelser med krogen i handböckerna i anslutning till dejtingsajt. Enligt alla dejtingböckerna och dejtingexperten Marie framgår det att utseendet är viktigt och oftast det vi fastnar för först.

Så utseendet är viktigt och speciellt på en dejtingsajt som Tinder då att man liksom bara swipar till höger eller vänster beroende på om man gillar utseendet eller ej, utseendet är ändå det första vi kommunicerar med. Det är ju samma sak som på krogen. Vi går ju inte fram till någon för att den personen ser så intellektuellt stimulerande ut, det gör vi inte. Vi går till dem vi tycker ser bäst ut.

Marie Hagberg²²⁵

Att utseendet är viktigt kan vara en anledning till att Tinder har lyckats locka så många människor till att använda det, samt att det går snabbt i dagens samhälle där tiden ofta sägs att inte räcka till.²²⁶ Hagberg och Bjerre tipsar om att det är bra att skilja sig från mängden då första intrycket är viktigt och bara går att få en enda gång.²²⁷ En van nät-dejtare, menar dejtingexperten Marie, bläddrar snabbt vidare om någon inte sticker ut och med en gång ger ett gott intryck.²²⁸ Detta kan kopplas till Simmel som trots att hans teori är gammal passar in i detta sammanhang, då han skrev om hur det inom modets sfär var viktigt att vara individuell med sina kläder, men samtidigt inte vara för individuell för att då riskera att inte höra till kollektivet²²⁹. Precis som

²²⁴ Goffman 1959;2014, s. 97, 101-102, 207

²²⁵ Telefonintervju, Marie Hagberg

²²⁶ Mossberg & Sundström, 2011, s.183-184

²²⁷ Hagberg & Bjerre, 2008, s.32, 39

²²⁸ Telefonintervju, Marie Hagberg

²²⁹ Svensk översättning av Simmels text "Modets filosofi" i Danius, Sjöholm & Wallenstein, 2012, s.513-515

Liliequist kommer fram till i sin kandidatuppsats, där han skriver att det är viktigt att ha en profil som sticker ut från mängden för att få många matchningar på Tinder.²³⁰ Det gäller dock enligt informanterna och handböckerna i vår studie att inte sticka ut för mycket i enlighet med Simmels teori, då finns det risk att skrämman bort samt att inte locka rätt personer på dessa dejtingsidor. Till exempel när Max berättar att han inte söker efter en tjej som sticker ut, enligt honom, för mycket, i en turkos klänning.²³¹

Vi har i detta kapitel sett att informanterna upplever att de spelar en roll på dejtingapplikationen Tinder, de beskriver hur de tycker att de själva spelar en ärlig roll men att det inte är så lätt att veta om deras publik uppfattar den på samma sätt. De nämner också att de inte kan veta om de profiler de sveper fram är trovärdiga, de väljer dock, i enlighet med Goffmans teorier om att ta ett framträdande på allvar, att tro att alla framställer sig själv på ett trovärdigt sätt därför att informanterna själva gör detta. Kläderna på profilmBilderna kan hjälpa till att verka mer trovärdig men de kan samtidigt bidra till missförstånd. För att undvika missförstånd har vi, med hjälp av Simmels teori om att tillhöra ett kollektiv men att ändå sticka ut, sett att man enligt informanterna, kan sticka ut mycket på Tinder men att man måste hålla sig inom vissa ramar.

²³⁰ Liliequist, 2015, s. 27

²³¹ Intervju, Max

3. AVSLUTNING

3.1 Slutsatser

Syftet med undersökningen har varit att öka förståelsen för hur kläder kan bidra till identitetsskapande på profilbilder på Tinder. Detta har gjorts genom intervjuer för att ta reda på hur informanterna uppfattar andra personer, som visas på bild, utifrån deras kläder. Att kläderna som bärs på en profilbild speglar en form av yttre identitet eller en social identitet har vi sett genom studien, men även att kläder inte kan tolkas som ett exakt språk.

På vår första fråga som handlar om hur kläder kan fungera som uttryck för identitet har vi kommit fram till att kläder, enligt våra informanter, uttrycker en form av identitet. Den form av identitet som vi har kunnat koppla svaren till är den som Davis kallar social identitet²³² vilken vi tolkar som en form av yttre identitet. Den sociala identiteten består av olika symboler som bland annat innefattar kläder och vad de symboliserar. Den sociala identiteten är kulturellt bunden och kan endast förstås av de som kommer från samma kultur. Dock har vår studie visat att även om informanterna kommer från samma kultur har de ibland uppfattat samma symboler på olika sätt. Tydligast blev detta när de beskrev hur de associerar vad en skjorta betyder, de var inte alla överens om plaggets betydelse. Denna upptäckt går lite emot Davis teori om att man associerar likvärdigt med de som kommer från samma kultur. Informanterna hade dock liknande värderingar om till exempel den avklädda kroppen och vad den signalerar, vilket istället styrker Davis teori. Kläderna kommunicerar alltså, som vi visat, men de fungerar inte som ett exakt språk och det uppstår lätt missförstånd i tolkningsprocessen så som vi poängterat med hjälp av Barnard²³³ och Fiske. Fiske kallar dessa missförstånd brus.²³⁴ Kläders kommunikation går genom kulturell förförståelse och blir svåravlästa för de som inte tillhör samma kultur. Studien har alltså visat att alla informanterna är överens om att kläderna kommunicerar på olika sätt och att kläderna på så sätt kan fungera som ett uttryck för identitet på profilbilderna på Tinder.

Vår andra fråga om hur informanterna upplever kläderna som de ser på profilbilderna och vilken betydelse de har, har lett till svaren att det råder dubbla budskap hos informanterna. Då de vid flera tillfällen uppger att kläderna inte har särskilt stor betydelse för att senare resonera om kläder som något mycket viktigt för dem när de tindrar. Både kläderna de själva har på sina bilder och kläderna de ser på andra på Tinder har stor betydelse. Genom studien har även det framkommit

²³² Davis, 1992, s.16-17

²³³ Barnard, 1996;2002, s. 30-33

²³⁴ Fiske, 2010, s. 7

att de två manliga informanterna lägger större vikt vid sina kläder inför framträdandet på Tinder än de kvinnliga informanterna, vilket strider mot de stereotypa förväntningar vi hade innan undersökningen. Vi måste dock poängtera att studien har få informanter och att det därför inte går att generalisera resultatet, då vi endast utgått ifrån våra informanternas upplevelsevärld. De upplever kläderna som viktiga kommunikationsmedel för att veta om de ska svepa ja eller nej och om de har samma grupptillhörighet som de själva. Om kläderna inte stämmer med deras grupptillhörighet nämner flera av informanterna att det ofta blir en vänstersvepning då de tror att deras personligheter inte passar ihop. Allt på grund av klädernas tysta språk och vårt samhälle som distribuerar ytliga ideal. Det har även visat sig att det varit lättare för informanterna att beskriva de kläder de inte eftersöker. Kläderna upplevs i vissa fall som viktiga och i andra fall som mindre viktiga beroende på syftet med Tinder. Alla informanterna tog upp detta och kläderna upplevs som mindre viktiga när det inte är en långvarig relation som sökes eller om det är en bild där kläderna inte står i fokus. En del av de bilder som visas på Tinder visar endast ansiktet och gör det omöjligt att säga något om personen i frågas kläder och kan därmed inte användas som ett hjälpmedel för att förstå deras identitet. Svaret leder oss till vår nästa fråga om på vilket sätt kläderna kan hjälpa till att spela upp en trovärdig roll på Tinder.

På Tinder har man, till skillnad från verkligheten, möjlighet att ta om bilder och endast välja de bilder man tycker ha blivit bäst. Det finns alltså ingen i publiken som vet om man visar upp sitt riktiga jag eller om det är ett tillgjort, manipulerat jag som visas upp på en Tinderprofil. Därför är det viktigt, på Tinder, att spela upp en trovärdig roll. Vi har i avsnittet om roller kommit fram till att kläderna är en viktig faktor för att iscensätta en trovärdig roll på Tinder. Alla informanterna är överens om att man på Tinder spelar en slags roll men de menar att de försöker hålla den så verklighetstrogen som möjligt utan att den blir så verklighetstrogen att den skrämmer bort eventuella framtida dejting. Kläderna blir viktiga genom att de visar en sorts grupptillhörighet och vi har i studien kommit fram till att informanterna ofta letar efter någon som har liknande kläder som de själva, de vet då hur de ska läsa av klädkoderna hos personen. För aktören är det också viktigt att försöka agera så att denne uppfattas så som den vill, om publiken uppfattar aktören rätt beror på olika faktorer bland annat om aktören spelar sin roll på ett övertygande sätt och om publiken har tillräckliga förkunskaper och tillhör samma kultur.²³⁵ Genom Goffmans teorier om personlig fasad har vi i studien kommit fram till att kläderna är viktiga för att framställa sig själv på ett trovärdigt sätt, då publiken som ser bilderna bestämmer sig snabbt om bilden är trovärdig

²³⁵ Goffman, 1959;2014, s. 15

eller inte. Vi har kommit fram till att kläderna hjälper till att uppvisa en trovärdig bild av sig själv på Tinder genom att de ingår i den personliga fasaden. Enligt informanterna är det inte förrän vid det fysiska mötet som de kan se om rollen som spelats på Tinder är trovärdig. För att en roll ska uppfattas som trovärdig på Tinder är det alltså viktigt att kläderna vid det fysiska mötet stämmer överens med vad som har visats upp på profilbilderna på Tinder.

3.2 Slutdiskussion och framtida forskning

Genom studien har vi kommit fram till en del saker som vi förväntade oss och som tidigare forskare också har kommit fram till. Att kläderna kommunicerar har i vår studie varit tydligt genom informanterna och handböckerna. Klädernas kommunikativa förmåga är inget nytt forskningsområde, då flera tidigare forskare har skrivit om ämnet. Så som till exempel Barnard och Davis vars teorier har varit centrala för studien. Informanterna har även visat på att kläderna inte är ett exakt språk så som Lurie påpekar i sin bok *The language of clothes*.²³⁶ Något oväntat som kom fram var att informanterna, som inte har någon koppling till varandra, uppgav att de sökte efter partners som är lika dem själva, till utseendet och till kläderna. Studien har också visat att den sociala identiteten är starkt sammankopplad med kläderna, och då kläderna i vårt nutida västerländska samhälle är enkla att byta ut blir identiteten flyktig. Begreppet identitet har varit centralt för studien, det är dock ett problematiskt begrepp då det inte verkar ha någon exakt definition. Vi har tolkat Davis begrepp, social identitet, som någon form av yttre uttryck för identitet som speglar det som vi vill kalla en "inre identitet". Någon inre identitet har vi inte haft möjlighet att studera i denna studie då det hade krävt en djupare psykologisk infallsvinkel. Om identitet ses som lika flyktigt som kläderna, betyder det i så fall att en människa kan ha oändligt många olika identiteter, då det idag är lätt att ikläda sig andra kläder och byta mellan olika klädstilar. Det är dock här Goffmans teorier om den trovärdiga rollen kommer in då en person kan ha kläder som passar ihop med en social identitet (det yttre) som personen strävar efter, men att denna sociala identitet inte passar ihop med personens inre identitet, alltså personlighet. Man kan på så sätt manipulera sin publik avsiktligt eller oavsiktligt till att tro att man är på ett annat sätt än vad som utstrålas genom kläderna.

Vi hoppas att genom denna studie ha kastat ljus över hur identitet speglas i de kläder man bär och hur kläderna fungerar som kommunikativa, framför allt på profilbilder på dejtingapplikationen Tinder. Då vår studie endast har utgått ifrån informanternas syn på kläders uttryck och vad dessa

²³⁶ Lurie, 1981

förmedlar skulle det i framtida forskning vara intressant att inkorporera dessa tankar med andra kroppsliga och moderrelaterade uttryck så som till exempel poser, ansiktsuttryck och gester för att få en större helhetsbild. Det skulle även vara intressant att göra en större studie med fler informanter för att få en större bredd. Vi hoppas även att ha bidragit till ett fortsatt intresse för nutidens sociala medier som forskningsobjekt inom modevetenskapen.

4. Källförteckning

4.1 Litterära källor

Alm, G. (red.) (1996). *Signums svenska konsthistoria. [Bd 5], Renässansens konst*. Lund: Signum.

Armani, A. (2014). *Att bemästra nätdejting*. Sollentuna: Ariton.

Barnard, M. (2002). *Fashion as communication*. (2. ed.) London: Routledge.

Barthes, R. (2013). *The Language of Fashion / Roland Barthes*. London: Bloomsbury Publishing

Barthes, R. (1983[1990]). *The fashion system*. Berkeley: Univ. of California Press.

Crane, D. (2000). *Fashion and its social agendas: class, gender, and identity in clothing*. Chicago: University of Chicago Press.

Dalen, M. (2015). *Intervju som metod*. (2., utök. uppl.) Malmö: Gleerups utbildning.

Danius, S., Sjöholm, C. & Wallenstein, S. (red.) (2012). *Aisthesis: estetikens historia. D. 1*. Stockholm: Thales.

Davis, F. (1992). *Fashion, culture, and identity*. Chicago: Univ. of Chicago Press.

Fexeus, H. (2009). *Alla får ligga: strategier i förförelskonst för den moderna gentlemannen och kvinnan*. Stockholm: Forum.

Goffman, E. (2014). *Jaget och maskerna: en studie i vardagslivets dramatik*. (6. uppl.) Stockholm: Studentlitteratur.

Hagberg, M. & Bjerre, L. (2008). *Nätdejting: allt du behöver veta*. Stockholm: Lind & Co.

Helmanis, L. (2009). *Dejting - en handbok: 52 lysande idéer om hur du hittar den du söker*. Stockholm: Addera.

Hammarén, N. & Johansson, T. (2009). *Identitet*. (1. uppl.) Stockholm: Liber.

Hemmings, J. (2004). *Dejtingbok för singlar*. Stockholm: B. Wahlström.

Kawamura, Y. (2007). *Modeologi: introduktion till modevetenskap*. Stockholm: Norstedts akademiska förlag.

Lurie, A. (1981). *The language of clothes*. New York: Random House.

Mossberg, L. & Sundström, M. (2011). *Marknadsföringsboken*. (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Ryen, A. (2004). *Kvalitativ intervju: från vetenskapsteori till fältstudier*. (1. uppl.) Malmö: Liber ekonomi.

Svendsen, L.F.H. (2006). *Mode: en filosofisk essä*. Nora: Nya Doxa.

4.1 Elektroniska källor

Burke, A. Lisa. & Miller, K. Monica. (2001). Phone Interviewing as a Means of Data Collection: Lessons Learned and Practical Recommendations. *Forum: Qualitative Social Research, Vol 2, No 2*.

Tillgänglig: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/%20view/959/2094>

[Hämtad: 2016-05-12]

Carr, C J. Eloise & Worth, Alison. (2001). The use of the telephone interview for reaserch. *NT Research, Vol 6, No 1, s. 511-524*.

Tillgänglig: <http://jrn.sagepub.com/content/6/1/511.full.pdf+html>

[Hämtad: 2016-05-12]

Fiske, J. (2010). *Introduction to Communication Studies*. [Elektronisk resurs] Taylor & Francis.

Tillgänglig:

[http://reader.eblib.com/\(S\(2fw5jgz4sdaba1xjlnxf5ua\)\)/Reader.aspx?p=958077&o=103&u=8ZC Uk%2f5rgIENwoOHc%2fAISQ%3d%3d&t=1463737790&h=61A0899C1229F61A38549B0A837FD22FAA3009DA&s=45351121&ut=233&pg=1&r=img&c=-1&pat=n&cms=-1&sd=2#](http://reader.eblib.com/(S(2fw5jgz4sdaba1xjlnxf5ua))/Reader.aspx?p=958077&o=103&u=8ZC Uk%2f5rgIENwoOHc%2fAISQ%3d%3d&t=1463737790&h=61A0899C1229F61A38549B0A837FD22FAA3009DA&s=45351121&ut=233&pg=1&r=img&c=-1&pat=n&cms=-1&sd=2#)

[Hämtad: 2016-05-20]

Hjälpen en journalist (2016). *Om Marie*.

Tillgänglig: <http://www.hjalpenjournalist.nu/om-marie/>

[Hämtad: 2016-05-12]

Hjärtmyr, Amanda (2015). *Att konsumera bekräftelse – Tinder och dejting i konsumtionssamhället*. Kandidatuppsats. Lund: Institutionen för kommunikation och medier, Lunds Universitet.

Tillgänglig: <http://lup.lub.lu.se/student-papers/record/7794064>

[Hämtad: 2016-05-12]

Hogan, Bernie. (2010). The presentation of self in the age of social media: distinguishing performances and exhibitions online. *Bulletin of Science, Technology and Society*, vol. 30, ss. 377-386.

Tillgänglig: <http://bst.sagepub.com/content/30/6/377.abstract>

[Hämtad: 2016-05-12]

James, Jessica L. (2015) “*Mobile dating in the digital age: computer-mediated communication and relationship building on Tinder*”. Masteruppsats, Texas State University

Tillgänglig: <https://digital.library.txstate.edu/bitstream/handle/10877/5529/JAMES-THESIS-2015.pdf?sequence=1>

[Hämtad: 2016-05-12]

Liliequist, Christian (2015). *Självrepresentation, klass och genus på dejtingapplikationen Tinder: En kulturanalytisk studie*. Kandidatuppsats. Umeå: Institutionen för kultur- och medievetenskaper/Kulturanalysprogrammet, Umeå Universitet.

Tillgänglig: <http://umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:875059/FULLTEXT01.pdf>

[Hämtad: 2016-05-12]

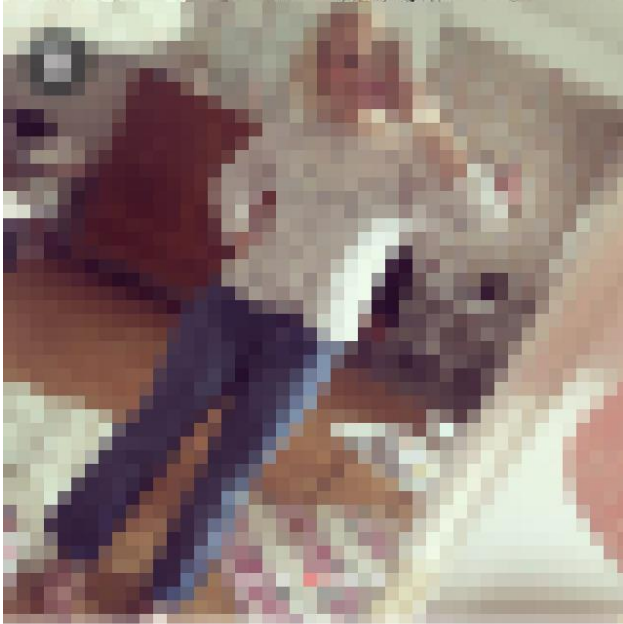
Nationalmuseum. (2015). *1500-tal*.

Tillgänglig: <http://www.nationalmuseum.se/sv/Om-samlingarna/Maleri/1500-tal/>

[Hämtad: 2016-05-11]

5. Bildförteckning

5.1 Bild 1

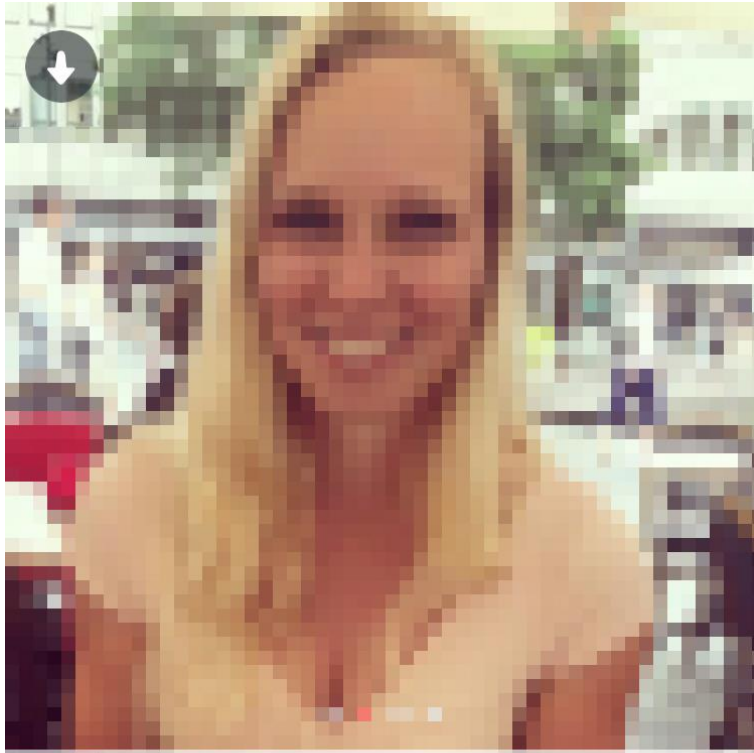


 22

Lunds universitet
10 kilometer bort



5.2 Bild 2



[Redacted] 25



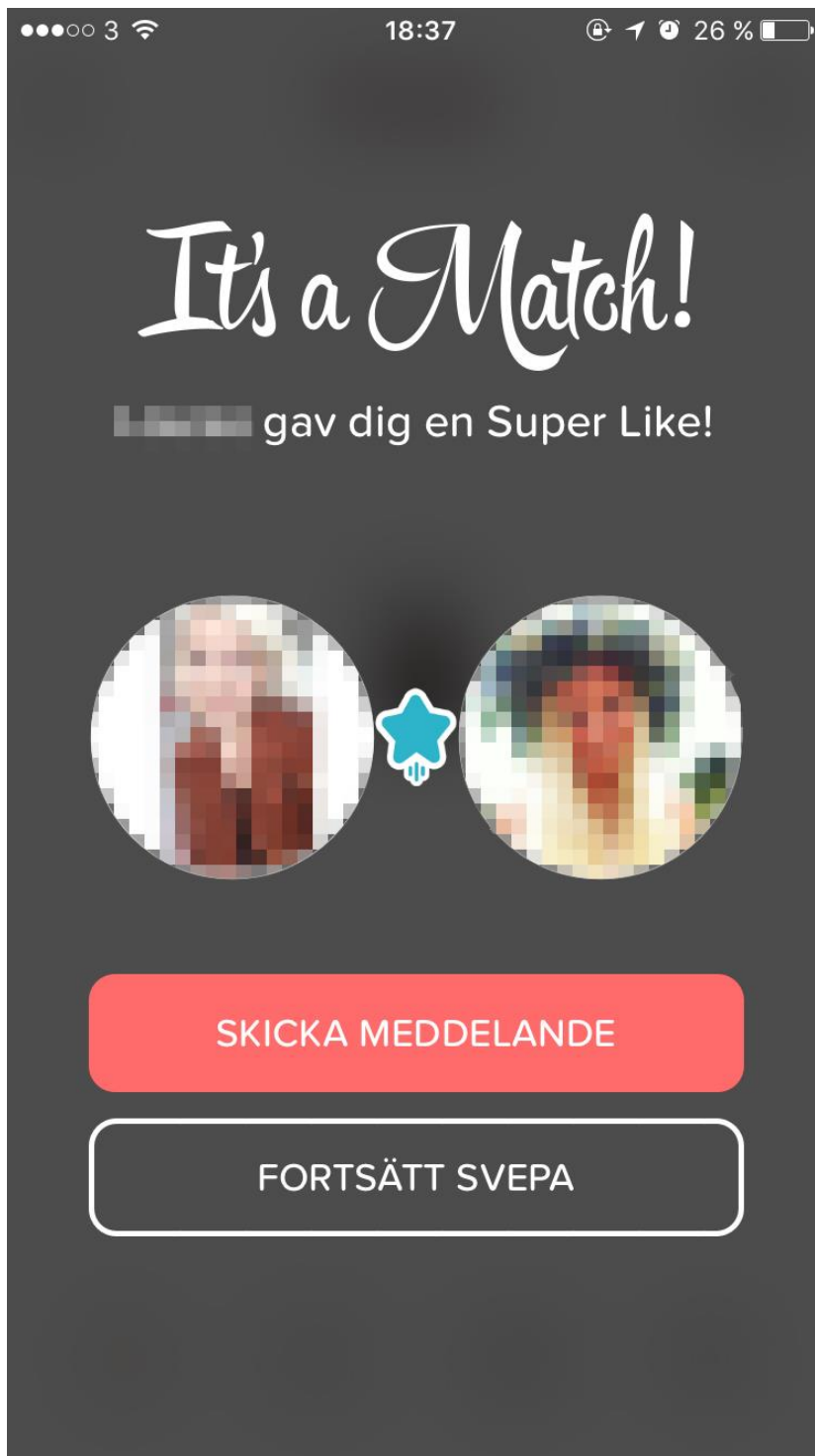
Lunds universitet
10 kilometer bort

[Redacted bio text]

36 Gemensamma Kontakter



5.3 Bild 3



6. Bilagor

6.1 Bilaga 1

Intervjuguide till aktiva nätdejtare

Informera om:

- Uppsatsen, var/vad vi studerar, vad intervjun ska användas till
- Anonymitet (inget som skall kopplas till intervjupersonen)
- Sammanställning av intervjun till intervjupersonen kan skickas vid förfrågan
- Fråga om det är okej att spela in intervjun

Temor: Tinderanvändande, Identitet, Klädernas betydelse

1. Berätta lite om dig själv.
2. Hur länge har du använt dig av Tinder? Hur ofta använder du Tinder?
3. I vilket syfte använder du Tinder?
4. Har du träffat någon från Tinder?
5. Vad betyder begreppet identitet för dig?
6. Kan kläder på profilbilderna på Tinder säga något om personen i frågas identitet?
Vid ja: På vilket sätt? Vid nej: Varför inte?
7. Hur tycker du de flesta av motsatt kön klär sig på bilderna på Tinder?
8. Hur mycket utrymme ges för att uttrycka en ”personlig stil”? Hur mycket kan man sticka ut utan att ”skrämma bort” potentiella matchningar?
9. När du swipar på Tinder vad tycker du är det viktigaste i bilden när du bestämmer dig för att trycka ja eller nej?
-Kläder? Kroppen? Posen? Bakgrunden? Etc.
10. Hur viktiga är kläderna som visas i bilden när du swipar ja eller nej på en person?
På vilket sätt?
11. När du träffat någon från Tinder har personen uppfyllt dina förväntningar på hur denne skulle vara och se ut? Utifrån den uppfattning du har skaffat dig genom att titta på dennes profilbilder.
12. Tycker du att man spelar en slags roll på Tinder? Kan man visa upp sitt riktiga jag?

13. Vad vill du själv förmedla med din/dina profilbilder? Hur tror du dina kläder uppfattas?
14. Vad är det första du tittar på i någons profilbild? Är texten viktig?
15. Vad tycker du om någon som visar mycket hud?
16. Föredrar du någon viss stil eller liknande?
17. Vad tycker du generellt om Tinder?

Intervjuguide till dejtingcoaching (telefonintervju)

Informera om:

- Uppsatsen, var/vad vi studerar, vad intervjun ska användas till
- Sammanställning av intervjun till intervjupersonen kan skickas vid förfrågan

Teman: Coaching, klädråd, klädernas betydelse, profilbilder på nätet

1. Berätta om dig själv, din utbildning, ditt arbete och din roll som dejtingcoach
2. Vilken är den vanligaste gruppen som vänder sig till dig som dejtingcoach?
3. Vilken fråga om nätdejting får du oftast? Och vilket problem verkar vara vanligast?
4. Vad betyder begreppet identitet för dig? Och hur tycker du man bäst uttrycker den?
5. Är det vanligt att du får frågor om klädråd?
6. Får du ofta frågor om vad man ska ha på sig för kläder på sin profilbild?
-Vad ger du då för råd?
7. Tror du kläderna som visas upp på profilbilderna gör stor skillnad för att lyckas med sin nätdejting?
8. Vad anser du att kläderna säger om någons identitet?
9. Tycker du att man spelar en slags roll på nätdejting sidor?
10. Kan man visa upp sig riktiga jag? Och hur är man när man är sig själv?