



**“En sorts postorderverksamhet där man beställer
ett drömideal”**

- En kvalitativ studie om användningen av sökkriterier
på nätdejtingsidor

Sociologiska institutionen

Kandidatuppsats: SOCK04, 15hp

Vårterminen 2016

Författare: Emma Fredlund & Marina Arends

Handledare: Veronika Burcar Alm

Abstrakt

Syftet med denna uppsats är att få förståelse för hur medlemmar på nätdejtingsidor upplever att sökprocessen inom nätdejting påverkar möjligheterna att bygga en relation. I uppsatsen undersöks också hur det stora utbudet av potentiella partners påverkar valet av partner. Dessutom studeras hur den egna föreställningen om en person online relaterar till samma person offline, det vill säga i det verkliga mötet. Studien baserar sig på en enkät där 73 nätdejtare, aktiva på en av Sveriges största dejtingsidor, har besvarat frågor om utbud och efterfrågan, kriterier för tänkbara partners och verkliga möten. Studien grundas i en netnografisk ansats vilket innebär att den genomförs om och med internets hjälp. Empirin är insamlad genom en kvalitativ enkät som lades ut på en nätdejtingsida vilken publicerades under fem dagars tid. I analysen har följande sociologiska teoretiker använts; Eva Illouz, Zygmunt Bauman, Jean-Claude Kaufmann samt Erving Goffman. Resultatet visar tre utmärkande teman. Det första är att utbudet av medlemmar skapar ett behov av att filtrera bland potentiella partners. Det andra utmärkande temat är att utbudet i sin tur skapar en konsumistisk syn i jakten på kärlek. Det tredje är att kriterier och krav på en partner ökar risken för besvikelse inom nätdejting.

Nyckelord

Nätdejting, utbud, besvikelse, konsumtion.

Innehållsförteckning

1. Inledning	4
2. Syfte och frågeställningar	5
3. Disposition	5
4. Tidigare forskning	5
4.1. <i>Filtreringsprocessen</i>	6
4.2. <i>Preferenser hos partners</i>	6
4.3. <i>Föreställningar</i>	7
5. Metod	7
5.1. <i>Tillvägagångssätt</i>	8
5.2. <i>Urval</i>	9
5.3. <i>Etik</i>	10
5.4. <i>Begränsningar</i>	10
6. Teori	11
6.1. <i>Eva Illouz: Cold intimacies</i>	11
6.2. <i>Eva Illouz: Därför gör kärlek ont. En sociologisk förklaring</i>	12
6.3. <i>Zygmunt Bauman: Konsumtionsliv</i>	12
6.4. <i>Erving Goffman: Jaget och maskerna</i>	13
6.5. <i>Jean-Claude Kaufmann: Love online</i>	14
7. Analys	15
7.1. <i>Nätdejting; en sorts postorderverksamhet</i>	15
7.2. <i>Filtreringsprocess; en uppsjö av människor</i>	17
7.3. <i>Besvikelse; när fantasi blir verklighet</i>	22
8. Sammanfattning och diskussion	28
9. Källförteckning	34
10. Bilaga	36
10.1. <i>Enkät</i>	36

1. Inledning

Människor spenderar allt mer tid uppkopplade på internet vilket idag är tillgängligt nästintill överallt, i hemmet, i köpcentrat, på tåget och till och med på flygplanet. Genom att hålla sig uppkopplad på internet skapas en ständig tillgänglighet. En stor del av den sociala kommunikationen går att sköta via exempelvis mail, sms, Facebook etcetera och det går att skapa nya kontakter via nätdejtingsidor. Då fenomenet nätdejting låg i startgroparna i början av 2000-talet ansågs det som något skamligt av allmänheten. Allt eftersom tiden gått har det skett en successiv attitydförändring vilket gjort nätdejting mer socialt accepterat (Lagerblad, 2006). Det har bidragit till att nätdejtingsidor idag omsätter stora belopp. Under 2011 lade svenskar dryga 274 miljoner kronor på nätdejting, vilket är näst mest jämfört med resten av Europa (mest pengar omsätter Schweiz) (Hallberg, 2011). Ungefär 30 procent av alla kärleksförhållanden i Europa har inletts online (Hegevall, 2012). För de som väljer att nätdejta finns det många aspekter i sökprocessen att ta i beaktande för att öka möjligheten att träffa en kärlekspartner. Risken är därför stor att bli besviken vid en dejt när personen inte lever upp till skapade förväntningar. Det är lätt att bygga upp förväntningar av en annan person när det endast finns textuell information att utgå ifrån. Det stora utbudet av potentiella partners kan skapa en känsla av att komma in i en stor godisaffär, det blir svårt att välja eftersom man vill ha allt. I en av Lagerblads (2006) intervjuer beskrivs detta:

I början gick jag omkring och fantiserade om att jag skulle träffa väldigt rika och snygga män. Då var det dessutom ännu vanligare att människor lade ut falska bilder av sig själva. Att gå in på vissa dejtningssajter blev därför lite som att kliva in i en gigantisk godisaffär. Man visste inte vad man skulle välja, utan ville ha allt (Lagerblad, 2006).

2. Syfte och frågeställningar

Syftet med denna uppsats är att skapa förståelse för medlemmars sökprocess inom nätdejting samt processens upplägg. Vi vill studera vilken inverkan sökprocessen har över medlemmars möjligheter till att finna en partner. Våra frågeställningar ser ut som följer:

- Hur beskrivs sökkriterier på en nätdejtingsida?
- Hur beskrivs ett stort utbud av partners påverka sökandet av partner på nätdejtingsidor?
- Hur upplevs övergången från online- till offlinemöte?

3. Disposition

I kommande kapitel presenteras tidigare forskning fördelat i tre olika teman. I kapitlet som följer därefter beskrivs metod och tillvägagångssätt. I nästa kapitlet presenteras teorin som använts i uppsatsen. Därefter innehåller följande kapitel analysen av empirin. Nästa kapitel består av sammanfattning och diskussion och sist i uppsatsen finns källförteckning följt av den enkät som används.

4. Tidigare forskning

Allt mer forskning har under de senaste åren ägnats åt fenomenet nätdejting. Medan vissa har studerat hur internet blivit ett forum för konstruktioner och omkonstruktioner av jaget (Turkle, 1997) har andra ägnat sig åt att studera bilden av hur idealpartnern har förändrats genom tiderna (Engwall, 2005). Den forskning som tydligast knyter an till vårt studieområde berör emellertid framförallt den så kallade filteringsprocessen (Best & Delmege, 2011), preferenser hos partners (Hitsch, Hortaçsu & Ariely, 2010) samt föreställningar om potentiella partners (Arvidsson, 2006).

4.1. Filtreringsprocessen

Kirsty Best och Sharon Delmege, medieforskare vid Murdoch University, har utfört en kvalitativ studie om filtreringsprocessen i sökandet av partners på nätdejtingsidor (Best & Delmege, 2011:237). Detta är en process där medlemmar på en nätdejtingsida sållar och väljer bland andra medlemmar beroende på vilka egenskaper och kriterier de söker. Best och Delmege (2011) har i studien även undersökt vilka potentiella sociala konsekvenser denna process kan leda till. Resultatet visar att medlemmar använder sig av en denna process redan vid första sökandet efter en partner på nätdejtingsidan (ibid:244). En filtreringsprocess handlar i stora drag dels om att presentera sin egen profil på ett så bra sätt som möjligt, dels om förmågan att söka efter specifika kriterier hos andra profiler (ibid:247). Möjligheten till att kunna filtrera bort oönskade partners på grund av deras egenskaper inger hopp hos medlemmar att kunna finna den perfekta partnern, men det skapar samtidigt en slags shoppingkultur inom nätdejting (ibid:246). Sättet som medlemmar söker efter partners på liknar Best och Delmege (2011) med att gå in i en affär och välja ut en vara. Respondenter i studien jämförde till och med nätdejting med att leta efter ett nytt hus eller en ny bil (ibid:253). Undersökningen visar att ju längre en person varit medlem på en nätdejtingsida desto viktigare blir effektiviteten i själva sökandet, och nya strategier skapas. Detta för att inte riskera att slösa tid på personer som senare visar sig vara fel (ibid:253). Studien visar även att ju längre en person varit aktiv inom nätdejting desto mer selektiv och kritisk blir hen gentemot andra medlemmar på sidan (ibid:251).

4.2. Preferenser hos partners

Ekonomen Gunther J. Hitsch och psykologerna Ali Hortaçsu och Dan Ariely har undersökt registrerade medlemmars egenskaper och sätt att interagera (Hitsch, Hortaçsu & Ariely, 2010:130). Deras studie baseras på insamlad data om interaktioner från en nätdejtingsida. Syftet med studien var att förstå om olika preferenser påverkar sättet att använda sökkriterier hos de som dejtar (ibid:130). Hitsch et al (2010) har vidare studerat hur matchnings- och sorteringsmönster ser ut på nätdejtingmarknaden (ibid:131). Deras studie visar bland annat att äktenskap som uppstått

efter nätdejting inte är slumpmässiga, utan uppstår från starka förbindelsemönster utifrån flera egenskaper. Exempelvis att partners är i samma ålder och har liknande utbildningsnivå liksom särskilda fysiska egenskaper såsom utseende, längd och vikt (ibid:132). I studiens analys nämns att både män och kvinnor söker sig till en partner som beskriver sig själva som mycket attraktiv (ibid:148). Studien pekar på att egenskaper som eftersöks hos en partner på nätdejtingsidor inte är samma egenskaper som eftersöks hos populationen utanför nätdejting (ibid:161).

4.3. Föreställningar

Sociologiprofessorn Adam Arvidsson (2006) har genomfört en studie på Match.com, världens största nätdejtingsida. Arvidsson uppmärksammar särskilt fantasy work, det vill säga det arbete som görs när en person föreställer sig situationer, personer och relationer (Arvidsson, 2006:672). I studien framkommer det att medlemmars profiler på dejtingsidor varken avslöjar eller döljer uppgifter om sig själva; - istället lämnar de ledtrådar. Ofta är profilerna ofullständiga, vilket ger tillfälle för besökarnas fantasi att fylla i resten (ibid:679). Männerna i Arvidssons studie var mer obekväma än kvinnorna med att beskriva sig i profilen (ibid:682). Det framkommer att medlemmar uppmanas söka efter partners med liknande kroppsform som de själva har av dejtingsidan. Det är av vikt att medlemmar beskriver sig själva så sanningsenligt som möjligt för att undvika att förmedla en bild som de inte kan leva upp till i verkligheten. I studien finns det en antydning till att ovanstående tips främst riktar sig till män (ibid:684).

5. Metod

Denna uppsats bygger på en kvalitativ studie, där syftet är att karakterisera och beskriva ett fenomen, nämligen nätdejting. Utgångspunkten är studieobjektets egna perspektiv och empirin samlas in genom textuella utsagor (jfr. Denscombe, 2013:383). Insamling av empiri i studien har skett via en kvalitativ enkät (se bilaga) bestående av öppna frågor. Vanligen förknippas enkäter med kvantitativa undersökningar med givna svarsalternativ, vilket vår studie dock skiljer sig

från. Studien är genomförd med netnografi som metod vilken innebär att interaktioner på internet observerats i syfte att skapa förståelse för interaktionens substans (Berg, 2011:119). Den typ av datainsamling som använts i vår undersökning är vad Berg (2011) beskriver som framkallad data som skapats utifrån intervjufrågor. Framkallad data är en typ av empiri som främst vuxit fram genom interaktion (ibid:128).

5.1. Tillvägagångssätt

Empirin som ligger till grund för studien har samlats in via en webbenkät som publicerats på en nätdejtingsida. Enkäten bestod av öppna frågor vilket är typiskt för kvalitativa undersökningar (Denscombe, 2013:323). Användning av enkäter har visat sig vara effektiv när ett stort antal respondenter ska tillfrågas. När undersökningen går ut på att få så öppna och ärliga svar som möjligt, samt när det inte krävs ett möte ansikte mot ansikte har enkäter visat sig vara effektivt (ibid: 208). Enkät som tillvägagångssätt valdes för att få tillgång till respondenter som var aktiva på nätdejtingsidan i nutid, och samtidigt för att få in så många svar som möjligt för att vidga bilden av upplevelser. Respondenterna uppmanades i enkäten att utveckla sina svar och gärna ge egna exempel från sina upplevelser.

Efter val av metod kontaktade vi en av Sveriges största nätdejtingsidor. Vi frågade om vi fick skapa ett konto med avsikt att intervjua medlemmar via chatten. Detta nekades eftersom dejtingsidan inte tillät att konton skapades i annat syfte än att söka partner. Istället publicerades en enkät på deras förstasida. Nätdejtingsidan föreslog att vi skulle använda oss av en kvantitativ enkät med fasta svarsalternativ eftersom de tidigare fått ca 1000 svar per vecka från publicerade enkäter. Vi valde att behålla den kvalitativa enkäten eftersom avsikten var att ta reda på förväntningar och erfarenheter, vilket inte hade framkommit i en kvantitativ enkät med fasta svarsalternativ. Däremot valde vi att begränsa tiden för publiceringen för att inte bli översvämmade med svar.

För att kunna granska om frågorna i enkäten uppfyllde studiens syfte, utfördes en mindre teststudie via en privat Facebookprofil med tolv öppna frågor. Syftet med undersökningen förklarades tillsammans med frågorna, där det även framgick en önskan om feedback på frågornas formulering. Det inkom 13 svar från personer av båda könen i åldrar 22-65 år och utifrån dessa utformades undersökningen. Svaren och feedbacken på teststudien skapade alltså grunden till den huvudsakliga undersökningen. Exempel på en fråga som inte kändes relevant och därmed uteslöts var om medlemmarna varit aktiva på andra nätdejtingsidor än den aktuella sidan. Den reviderade enkäten innehöll en presentation av oss själva, en presentation av studiens syfte samt information om att respondenterna skulle förbli anonyma. Vi frågade också om kön och ålder i enkäten ifall en jämförelse skulle visa sig intressant i analysen. Enkäten publicerades mellan den 31 mars och 4 april 2016 och genererade 73 svar. En analys mot bakgrund av kön och ålder blev inte aktuellt eftersom det inte fanns några märkbara skillnader. Vi lämnade våra mejladresser i presentationen ifall respondenterna skulle vilja kontakta oss angående frågor. Det kom önskemål från både nätdejtingsidan och ett par respondenter om att få se det slutliga resultatet av undersökningen och därför erbjöds nätdejtingsidan att ta del av den färdiga kandidatuppsatsen. Eftersom samtliga frågor i enkäten var obligatoriska, gick det inte att komma vidare i enkäten om en fråga inte besvarades. Detta medförde att samtliga respondenter svarade på alla frågor.

5.2. Urval

I studien användes ett sannolikt klusterurval (Denscombe, 2013:33ff) vilket innebär att enkäten endast gjordes tillgänglig för de som var medlemmar på den aktuella nätdejtingsidan. Enbart de som var inloggade under dagarna 31 mars - 4 april 2016 kunde se och svara på enkäten. Eftersom respondenterna var anonyma hänvisar vi till dem genom att skriva ut hur lång tid som personen i fråga har varit aktiv inom nätdejting.

5.3. Etik

Den undersökta nätdejtingsidan namnges inte eftersom syftet inte var att undersöka just den aktuella nätdejtingsidan, utan studien kunde ha genomförts på vilken nätdejtingsida som helst. Det var även ett önskemål från vår kontaktperson på nätdejtingsidan att inte omnämna sidans namn i studien. Det är av vikt att ha i åtanke att det som sker online ofta kan få konsekvenser offline (Berg, 2011:129), exempelvis om en informants identitet skulle röjas och de anonyma berättelserna om hans upplevelser skulle bli tillgängliga för alla. Detta skulle kunna påverka informanten och hans familj och vänner negativt på många plan (Öberg, 2011:65). Därför är informerat samtycke är en viktig del av etiken i kvalitativa intervjuer (Kvale, 1997:107). Det innebär att man som intervjuare förklarar intervjuens syfte och dess upplägg för respondenterna innan intervjun. Informerat samtycke innebär också att respondenterna deltar i intervjun frivilligt, att de samtycker och kan dra sig ur när de vill. Frågorna i enkäten hade för avsikt att få respondenterna att berätta och utveckla sina personliga tankar om erfarenheter av nätdejting. För att skydda respondenternas intressen och inte riskera att exponera dem, var det viktigt att de fick vara anonyma, vilket de informerades om i samband med publicering av enkäten (Denscombe, 2013:195f).

5.4. Begränsningar

Urvalet var till viss del begränsat då enkäten endast var publicerad under knappt fem dygn, vilket innebar att endast de medlemmar som var inloggade under dessa dagar kunde se enkäten och därmed vara delaktiga i studien. Vi beslöt att plocka bort enkäten på den femte dagen då vi ansåg att antalet svar var tillräckligt. En begränsning med att använda sig av en enkät är att svaren inte får samma djup som i en personlig intervju (Denscombe, 2013:56). Det finns inte heller möjlighet till följdfrågor och mimik och gester uteblir.

6. Teori

Denna studies teoretiska ramverk grundar sig i teorier av sociologerna Eva Illouz (2012 & 2014), Zygmunt Bauman (2008), Erving Goffman (1959/1994) och Jean-Claude Kaufmann (2012). Illouz (2012 & 2014) diskuterar fenomenet nätdejting samt valet av partners, ranssakan av sig själv och vilka tvivel som kan uppstå inom valet av partner. Vidare diskuterar hon de förväntningar och föreställningar som skapas inom nätdejting och den besvikelse dessa kan leda till om de inte infrias. Bauman (2008) diskuterar konsumtionssamhället vilket även Kaufmann (2012) gör, medan Goffman (1959/1994) skriver om sociala interaktioner. Samtliga teorier går att applicera på fenomenet nätdejting och har använts som verktyg för att kunna tolka och analysera empirin.

6.1. Eva Illouz: *Cold intimacies*

Eva Illouz, professor i sociologi, lyfter i sin bok *Cold intimacies* (2012) problematiken inom nätdejting som kräver ett känslomässigt engagemang och hon fokuserar särskilt på att kärlekslivet blir allt mer rationellt och kalkylerande. Illouz (2012) beskriver nätdejting som en konkurrerande marknad med synliga konkurrenter (Illouz, 2012:79). Trots att medlemmar använder sig av nätdejtingsidans sökfunktion, upplever de att det skapade urvalet känns oöverskådligt vilket kräver en standardiserad hantering. En problematisk aspekt av nätdejting är en visualisering av marknaden som medför att medlemmar inte nöjer sig med en godtagbar partner då de hela tiden kan jämföra med vad som finns tillgängligt (ibid:87). Illouz (2012) lyfter också en typ av fantasi som uppstår specifikt inom nätdejting, vilken skapas utifrån fotot och profilen men också utifrån kunskap om den andra personen (ibid:104). Vidare använder hon sig av begreppet informationsöverflöd, vilket är resultatet av ett stort utbud och som påverkar förmågan att kunna fatta snabba beslut (ibid:106).

6.2. Eva Illouz: *Därför gör kärlek ont. En sociologisk förklaring*

I *Därför gör kärlek ont. En sociologisk förklaring* (2014) lyfter Illouz introspektion som en orsak till varför ambivalens uppstår kring val av partner, om huruvida ens partner är den rätta eller inte (Illouz, 2014:17). Introspektion beskrivs som den process där människor rannsakar sina känslor, jämför alternativ och försöker föreställa sig sina framtida känslor (ibid:136). Ambivalens förklaras som en villrådighet i känslor för någon annan vilket resulterar i en svårighet i att binda sig (ibid:132f). Ett stort utbud av potentiella partners innebär mycket tillgänglig information och alternativ som i sin tur skapar informationsöverflöd (ibid:138). En person som Illouz (2014) beskriver som en "satisficer" kommer att nöja sig med det första möjliga alternativet till skillnad mot den som beskrivs som en "maximizer" som fortsätter sökandet efter en partner tills den finner det bästa alternativet (ibid:141). Vidare beskriver Illouz (2014) att all överflödig information på nätdejtingsidor bidrar till skapade föreställningar om andra personer vilket vanligen leder till besvikelse och minskad chans till attraktion (ibid:312ff). Dessa fantasier är framåtblickande men grundar sig på tidigare levda erfarenheter av rörelser, tonfall eller gester av en verklig person. De skapas av ofullständig information i språklig eller textuell information (ibid:313f). Kemi beskrivs som visuellt synliga egenheter såsom rörelser och gester (ibid:315). För mycket textuell information om en person riskerar att mynna ut i en verbal överskuggning. Detta innebär att den visuella bedömningen överskuggas av den verbala och textuella, som i sin tur riskerar att minska chansen till att attraheras av den andra personen (ibid:316).

6.3. Zygmunt Bauman: *Konsumtionsliv*

Sociologen Zygmunt Bauman diskuterar i sin bok *Konsumtionsliv* (2008) vår samtids konsumtionssamhälle. Han menar att människor idag lever i en kultur där konsumtion inger en känsla av status och delaktighet i samhället. Jakten på denna delaktighet leder till en ständig längtan av att konsumera de bästa och nyaste tingen. Detta i sin tur skapar en evinnerlig känsla av otillfredsställelse och en ond cirkel av konsumtion uppstår (Bauman, 2008:94ff). Bauman (2008) skriver även om datorernas och mobilernas inverkan på människans konsumtionsbeteende. Han menar

att genom att shoppa på internet skapar vi oss mer tid att fundera över våra köp. Vi jämför varor och väger för- och nackdelar mot varandra. Varför skulle detta shoppingmönster då inte gälla för köpet av partner frågar sig Bauman (2008:26). På grund av den enorma mängden medlemmar som finns på dejtingsidor, menar Bauman (2008) att medlemmarna måste marknadsföra sig själva för att kunna få uppmärksamhet. Marknadsföra sig själv gör man genom att visa upp sina bästa sidor (ibid:13). Detta beteende medför att medlemmar inom nätdejting agerar som en vara på samma gång som de är konsumenter. Det senare är de i sitt sökande av en partner, medan de blir varor i marknadsföringen de gör för att synas. Enligt Bauman (2008) är en framträdande egen-skap i konsumtionssamhället att konsumenter förvandlas till varor (ibid:19). Bauman (2008) diskuterar även i sin bok den bekvämlighet och trygghet som internet erbjuder. Möten offline kräver ansträngningar genom sociala färdigheter, dialoger och inte minst genom att utsätta sig för det okända. Däremot känns det tryggare att sitta framför datorn i möten online. Då har man kontroll över sig själv vilket kan göra att hämningar försvinner. Genom enbart ord kan blyga personligheter framstå som väldigt utåtriktade (ibid:25).

6.4. Erving Goffman: Jaget och maskerna

I boken *Jaget och maskerna* (1959/1994) använder sociologen Erving Goffman sig av skådespeleri som metafor när han skriver om vardagen. Han jämför vardagens sociala interaktioner med olika roller i teaterns värld. Detta synsätt beskrivs som ett dramaturgiskt perspektiv vilket innebär att alla människor intar olika roller i vardagens sociala föreställningar, där de strävar efter att göra intryck hos andra (Goffman, 1959/1994:9). I det dramaturgiska perspektivet framträder människor antingen on stage eller off stage. On stage är de tillfälle då en person agerar på ett visst sätt utifrån vad som förväntas av omgivningen, vilket Goffman (1959/1994) liknar med att uppträda på en scen framför publik. Han menar att kontakten mellan on stage och off stage går att liknas med en teaterföreställning. Under framförandet förmedlas en roll som ska spelas, vilket kan ses som on stage. Så snart personen går av scenen går hen också ur sin roll, vilket kan ses som off stage. Off stage innebär att personen befinner sig bakom kulisserna och förbereder sig

inför nästa framträdande. Hit kan personen dra sig tillbaka och slappna av (ibid:97ff). Goffman (1959/1994) menar att när människor kommer i kontakt med varandra, försöker de läsa av varandra genom att samla information om den andra. Detta gör de för att de ska kunna definiera situationen och veta vad som förväntas av den andra och därmed hur rollerna ska spelas (ibid: 11). Här kommer begreppet intrycksstyrning in, vilket innebär att en person försöker påverka hur hen uppfattas av andra genom att agera på ett särskilt vis (ibid:182). I sin presentation och sitt framträdande inför andra försöker personen kontrollera andras intryck. Enligt Goffman (1959/1994) förväntas publiken tro på att den person som står framför dem verkligen besitter de egenskaper som hen försöker visa (ibid:25). Därför försöker personen styra intrycken så att rollen känns äkta.

6.5. Jean-Claude Kaufmann: Love online

I boken *Love online* (2012) diskuterar sociologen Jean-Claude Kaufmann för- och nackdelar med nätdejting. Han skriver om den fantasi som uppstår under möten online och om besvikelsen som det oftast leder till. Han jämför även, precis som Bauman (2008), sökandet efter partners på nätet med konsumtion. Kaufmann (2012) beskriver nätdejtingsidor som en sorts plattform där människor interagerar virtuellt, där förväntningar och föreställningar om den andra personen byggs upp. En presentation i profilen på en nätdejtingsida innehåller en kort och förskönad information om personen, vilket i sin tur bidrar till att besökarna låter sin egen fantasi fylla i den bristande informationen (Kaufmann, 2012:106). Kaufmann (2012) använder begreppet konsumtion i sin analys av nätdejtingens stora utbud. Han menar att människor på nätdejtingsidor lever i illusionen att de kan söka efter en partner på samma sätt som de väljer en vara i en affär. Det är dock enbart just en illusion eftersom kärleken inte fungerar på det viset, kärleken går inte att reducera till konsumtion (ibid:6). Kaufmann (2012) skriver att hämningar lämnas utanför nätdejtingens värld eftersom mötena sker online med en skärm emellan personerna, vilket kan uppmuntra människor att säga vad de inte vågar i normala fall. Detta kan leda till att en vanligtvis blyg person framstår som en utåtriktad person online. I följande möte offline, är det därför vanligt att be-

svikelsen blir stor hos den andra personen då förväntningarna inte motsvaras. Kaufmann (2012) menar att nätdejtingens till synes riskfria värld strider mot kärleken i den verkliga världen offline, där det råder andra krav och förväntningar (ibid:29f).

7. Analys

Vid analysen utmärkte sig tre teman som särskilt framträdande i respondenternas svar. Det första temat handlar om det stora utbudet av potentiella partners som nätdejting erbjuder. Det andra temat handlar om den process av filtrering av potentiella partners som detta utbudet medför. Vidare handlar det tredje temat om känslan av konsumtion som denna filtrering leder till.

7.1. Nätdejting; en sorts postorderverksamhet

Flera av respondenterna i vår studie beskriver att det stora utbudet av medlemmar skapar ett konsumistiskt beteende. Ett sådant beteende beskrivs av respondenterna visa sig genom ett kontinuerligt ratande av potentiella partners i tron om att det finns någon bättre runt hörnet. Illouz (2012) beskriver att ett medlemskap på en nätdejtingsida innebär, förutom medlemskapet i sig, också inträde till en konkurrerande marknad där konkurrenter blir synliga (Illouz, 2012:79).

För att bli sedd i det stora utbudet av medlemmar på en dejtingsida, krävs en presentation som lockar andra medlemmar. Många av respondenterna beskriver att medlemmar ideligen presenterar förskönade bilder av sig själv i profilen. Genom att göra reklam för sig själv på detta vis gör konsumenter sig själva till varor. Bauman (2008) beskriver denna överväxling som det mest framträdande draget i konsumtionssamhället (Bauman, 2008:19). Detta går att applicera på nätdejting, då medlemmar på en dejtingsida blir både konsumenter i sökandet och sållande av partners, men även varor som vill bli utvalda i det stora utbudet. En respondent berättar om sin konsumistiska syn på nätdejting:

Nätdejting kan jämföras med att köpa kläder på nätet det första du ser är färg och utseende och du väljer bort storlekar mm som inte passar dig [...] (Respondent aktiv i 7 år).

Utöver fysiska attribut beskriver flera respondenter att de söker efter andra kriterier såsom utbildning eller inkomst. De medlemmar som inte uppfyller de eftersökta kraven ratas och ersätts av någon annan. Bauman (2008) menar att konsumtionssamhället leder till att de varor som inte anses tillräckligt tillfredsställande byts ut mot nyare och bättre (ibid:28). Nätdejtingens konsumtion gör att ju mer erfarenhet en medlem har av dejting på internet desto mer krav och kriterier behöver en person uppfylla innan hen överhuvudtaget övervägs som partner (Illouz, 2012:86). Detta konsumtiska tankesätt går att liknas med att välja en yoghurt på ICA, eller när ett barn väljer godis i en godisaffär (Kaufmann, 2012:7). En respondent beskriver:

Det är lätt att man blir lite vårdslös eftersom det finns så otroligt många att välja bland; att man sorterar bort personer som man kanske skulle ha gett en chans om man träffade dem IRL (In Real Life). Jag kan också tycka att det är lite sjukt att man positionerar sig själv som en konsument som skrollar igenom utbudet likt man gör när man är inne i en webbutik och letar efter till exempel ett plagg [...] (Respondent aktiv i 1 år).

Baumans (2008) teori kan appliceras på det som ovanstående respondent beskriver. De som använder sig av tjänster från nätdejtingsidor riskerar att gå från sida till sida för att på ett konsumtiskt vis söka efter idealpartnern (Bauman, 2008:23). Flera respondenter beskriver nätdejting i en negativ ton då önskade kriterier hos en partner inte har uppfyllts. Trots känslor av besvikelse väljer de att fortsätta nätdejta. Bauman (2008) beskriver detta som en värld av ständiga nystarter, där lyckan ligger i konsumtionens tillfredsställelse. Följder av detta konsumtionsbeteende blir ett ökande missnöje av upprepade besvikelser och det enda som hjälper mot detta missnöje är ännu mer konsumtion. För att bedöva sitt misstag konsumeras nya ting i förhoppning om att finna lyckan, vilket leder till ytterligare konsumtion som blir till en ond cirkel (Bauman, 2008:26). Flerta-

let respondenter i studien beskriver ett konsumistiskt sökande efter partners på dejtingsidor. En respondent beskrev nätdejting som en postorderverksamhet:

[...] Många ser det som en sorts postorderverksamhet där man beställer ett drömideal, där längd, vikt, ögonfärg osv. måste stämma in i minsta detalj, annars ratar man skningslöst [...] (Respondent aktiv i 10 år).

Kaufmann (2012) skriver att människor på nät dejtingsidor lever i illusionen att de kan shoppa efter en partner på samma sätt som de väljer en vara i en affär. Denna illusion jämför Kaufmann (2012) med konsumtion. Dock påpekar han att det enbart är just en illusion, eftersom kärlek inte fungerar så (Kaufmann, 2012:6). Det går att applicera denna teori på en av respondenternas svar:

Sökandet efter en partner blir likställt med att köpa kläder eller något annat på nätet, människor (inkl jag själv) exponerar sig som handelsvaror; människovärdet och det unika i varje individ ska kokas ner till några fyndiga meningar... (Respondent aktiv i 5 år).

Respondenterna i vår studie uppger att trots att potentiella partners uppfyller alla sökta kriterier, går det inte att veta om det uppstår någon kemi förrän i mötet offline. Fysiska attribut och gester går förlorade i mötet online, vilka av respondenter beskrivs vara avgörande i fysisk attraktion.

7.2. Filtreringsprocess; en uppsjö av människor

Den stora uppsjön av medlemmar på nät dejtingsidor har skapat ett behov av att använda sig av de sökfunktioner som finns tillgängliga för att kunna skapa en överblick av utbudet. Innan filtreringsprocessen analyseras är det av vikt att belysa vilken betydelse ett stort utbud på dejtingsidan tycks ha för de tillfrågade respondenterna. De uppger ett stort utbud som ett utmärkande drag med nätdejting:

Urvalet är gigantiskt, och det finns en uppsjö med människor på en nätdejtingsajt (Respondent aktiv i 5 år).

Det stora utbudet bidrar enligt respondenterna till att de som är aktiva på nätdejtingsidor söker efter perfektion, vilket beskrivs som en risk att sätta krokben för sig själv. I sökandet efter den rätta partnern kan guldklimpar råkar sållas bort, personer som eventuellt kunnat bli en perfekt match offline. Trots att respondenterna beskriver fördelar med nätdejting så lyfts även nackdelar just angående det stora utbudet av medlemmar:

Man blir nog kräsen och kan nog va svårt för vissa att "nöja" sig eftersom man har så stort utbud. Tror alltid att det finns någon som är ännu bättre match (Respondent aktiv i 1 år).

Att aktivt välja bort personer på nätdejtingsidor förklaras med att det stora utbudet skapar illusionen om att det hela tiden är lätt att hitta en bättre match. Det enkla i att rata någon beror enligt Illouz (2014) på att nätdejting upplevs som något opersonligt (Illouz, 2014:138). Detta går att jämföra med respondenters utsagor om att datorskärmen skapar en distansering och därmed upplevs det enklare och mer okej att avvisa de personer som inte upplevs intressanta. Respondenterna beskriver att de snabbt går vidare från personer de kommunicerar med på nätdejtingsidor, för att leta efter någon bättre:

Det blir för lätt att välja bort och tror man ska hitta någon som är bättre hela tiden (Respondent aktiv i 2 år).

All tillgänglig information om medlemmar på nätdejtingsidor skapar ett överflöd av information, vilket bidrar till att det blir för många alternativ att välja bland. Detta leder till att medlemmars förmåga att fatta beslut försämras (Illouz, 2014:138). En respondent beskriver detta dilemma:

Urvalet blir enormt stort, väldigt svårt att sortera (Respondent aktiv i 4 år).

Det stora utbudet av potentiella partners skapar ett behov av att filtrera urvalet för att göra det hanterbart och överskådligt. Exempelvis är det enklare att välja mellan 4 produkter än mellan 20, då ett överflöd av alternativ försvårar en urvalsprocess. En mängd alternativ hanteras olika beroende på om en person är en "satisficer" som nöjer sig med det första möjliga alternativet eller om personen är en "maximizer" som istället fortsätter att söka tills det bästa alternativet är funnet. Det är en orsak till att ett stort utbud försvårar valet snarare än förenklar det (Illouz, 2014:141). Trots en definierad sökning av en ideal kärlekspartner på en dejtingsida, återstår det en stor massa av personer som uppfyller de sökta kriterierna (Illouz, 2012:84). En respondent beskriver denna hantering av önskvärda kriterier hos en partner:

Jag letar bara efter män som stämmer överens med vissa kriterier (Respondent aktiv i 3 år).

Det stora utbudet av människor på dejtingsidor kräver en rationell hantering av potentiella partners (Illouz, 2014:250). En orsak till att sökandet efter partners rationaliserats är att det tillgängliga utbudet är synligt för medlemmar, vilket gör det möjligt att jämföra potentiella partners (Illouz, 2014:251). En respondent beskriver:

[...] Så länge man inte hittar en algoritm för den perfekta matchningen, är nätdejting bara en stor folksamling, en enorm postorderkatalog (Respondent aktiv i 4 år).

På frågan om man söker en partner efter specifika kriterier på dejtingsidan svarar alla utom fyra av respondenterna ja. De mest återkommande kriterierna är ärlighet, ålder, längd, rökfri, barn, politik och religion. Att ha kontakt med en person som inte uppfyller kriterierna beskrivs som slöseri med tid. Rökare samt personer som har barn exkluderas av de flesta respondenter, då de beskrivs inte vara önskvärda som potentiella partners. Det enorma utbudet av potentiella partners på dejtingsidor uppmuntrar medlemmarna att finna den bästa möjliga partnern. Många personer tar endast kontakt med medlemmar som uppfyller samtliga av de krav och kriterier som ställs.

Att träffa en partner via en dejtingsida har blivit kunskapsbaserat och därmed ett rationellt sätt att samla information (Illouz, 2014:253). I skydd av internet beskriver respondenterna att de inte tycker att det känns lika svårt att välja bort potentiella partners och att de därför ratar medlemmar lättvindigt. Det beskrivs bero på att nätdejting upplevs som opersonligt och därmed är det mindre sårande att bli ratad online än offline. Denna process av ratande beskrivs av respondenterna som tidsbesparing. Utöver att bedöma en potentiell partner efter dess profilmild, presentationstext eller beskrivna egenskaper så lyfts utbildning och intellekt som viktiga kriterium:

Jag söker ngn som har ngn form av universitetsutbildning då jag själv är doktor, docent och läkare. Jag har genom personlig erfarenhet insett att jag har mest gemensamt med ngn med den typen av utb (Respondent aktiv i 7 år).

En av nätdejtingens problematiska aspekter är att medlemmar inte vill nöja sig med en partner som de inte tycker är jämförbar med sig själva. De vill ha en så bra partner som möjligt, vilket gör att de förfinar sina sökningar och därmed vägrar att nöja sig förrän de funnit någon som inte kan överträffas. Nätdejtingsidor synliggör marknaden för medlemmar och därför kan de hela tiden se vem som finns tillgänglig, vilket gör att sökandet kvarstår så länge en bättre partner finns någonstans där i utbudet (Illouz, 2012:87). Politisk ställning samt om det finns intresse för att skaffa barn eller inte i framtiden beskrivs också som viktiga kriterier i filtreringen av många respondenter. Med andra ord ökar nätdejting risken att medlemmen blir alltför kräsen då alternativet, som konstaterats, är för många (ibid:143). Detta kan knytas till att valet av partner till största del består av att finna någon som lever upp till väldigt specifika krav och förväntningar (Illouz, 2014:250). Många av respondenterna beskriver att det stora utbudet bidrar till att de blir kräsna i sitt val och leder till att de lättare ratar potentiella partners:

Nackdelen är att man kan kanske lätt tro att gräset är grönare på andra sidan och att man därmed bli väldigt kräsen i sitt urval. Man struntar helt enkelt i personerna som tar kontakt om de bara ha ett litet litet fel (Respondent aktiv i 10 år).

Flera respondenter beskriver att de kommit på sina partners med att inte ha slutat använda sig av nätdejtingsidor efter att de ingått i en relation. Denna beskrivning kan kopplas till Illouz (2014) användning av begreppet ambivalens, vilket hon beskriver som osäkerhet inför känslorna för den andra. Personen vill fortsätta att ingå i den relationen som finns, men samtidigt lockar det att prova på en relation med ännu en person (Illouz, 2014:143ff). För att kunna förbinda sig i en relation krävs det en förmåga att föreställa sig hur jaget ser ut i framtiden tillsammans med partnern, samt att ge upp sökandet efter ett bättre alternativ (ibid:145). En respondent beskriver:

[...] Den personen jag träffade ville aldrig sluta leta efter ny på nätsajten och det tyckte jag inte var ok samt sårande (Respondent aktiv i 5 år).

Problem med att binda sig grundar sig ofta i en svårighet att tillskriva partnern ett värde, tvivel på sig själv samt en oförmåga att föreställa sig sitt framtida jag (Illouz, 2014:132f). Det stora utbudet av potentiella partners skapar villrådighet kring valet, vilket i sin tur hämmar förmågan att kunna hålla sig till endast en relation. Detta medför en ständigt pågående introspektion som tvingar individen att hela tiden rannsaka sig själv. Det innebär också att ställa alternativen mot varandra och försöka föreställa sig sina framtida känslor. Introspektion är ämnad till att finna klarhet genom känslor, genom föreställningen om huruvida relationen kommer att hålla, hur den ser ut i framtiden och hur starka känslorna kommer att vara då (Illouz, 2014:136). Utöver upptäckten av att partnern fortsätter att vara aktiv på nätdejtingsidan så har en annan respondent beskrivit att hon blivit utbytt mot en annan kvinna då hennes partner fann den andra mer tilltalande:

[...] En gång varade relationen i 2 månader, men det visade sig att han fortsatte vara online och till slut gjorde slut när han hittat en annan som tilltalade honom mer [...] (Respondent aktiv i 7 år).

Eftersom nätdejting skapar en konkurrerande marknad, är de med högst värde på marknaden de som besitter de mest eftertraktade egenskaperna (Illouz, 2014:78). Det är hård konkurrens i sökandet efter partner på denna marknad (ibid:79).

7.3. Besvikelse; när fantasi blir verklighet

Ett återkommande tema från respondenters svar är just den besvikelse som uppstår när fantasi blir till verklighet, vilket sker när kontakten online byts till kontakt offline. Illouz (2012) beskriver att fantasin aktiveras av en uppsättning föreställningar som inte hör ihop med en specifik person utan snarare är resultatet av föreställningen av personen (Illouz, 2012:104). I mötet med en person offline kan det visa sig att personen besitter en personlighet som inte nödvändigtvis förväntats utifrån de kriterier som eftersökts, vilket kan bli en besvikelse (Bauman, 2008:27). En respondent berättar om sin syn på detta:

Problemet med att folk inte lever upp till personers förväntningar tror jag också är att man innan man träffa ngn lägger man lätt till en mängd önskade egenskaper (Respondent aktiv i 7 år).

I möten online spelar fantasin en stor roll vilket ofta leder till besvikelse vid möten offline, då förväntningarna om den andra inte uppfylls (Kaufmann, 2012:14). En respondent berättar att förväntningarna som skapats i möte online inte uppfyllts i mötet offline, vilket har skapat en besvikelse:

Attraktionen kanske inte fanns där. Problemet med internetdejting är ju egentligen att man går 'bakvägen' och först kollar om det finns gemensamma intressen/värderingar etc och sen ses och hoppas att attraktion ska uppstå. Träffas man ute/genom vänner/ på jobbet etc är det ju attraktionen som kommer först (Respondent aktiv i 8-10 år).

Nätdejting gör att de traditionsenliga romantiska mötena utförs baklänges, då attraktion vanligtvis föregår kunskap om den andra. Nätdejting utförs på så vis baklänges eftersom kunskap föregår attraktion (Illouz, 2012:78).

Många respondenter beskriver hur de upplever att personen de konverserat med på nätdejtingsidan inte överensstämmer med den person de sedan träffat offline. En del beskriver att de har mött en person som ser ut att vara 10-15 år äldre än personen på bilden eller att personen gått upp mycket i vikt sedan bilden togs. I ett fall visade det sig att personen på bilden i själva verket var bror till personen som kom på dejten. Det empiriska materialet visar på samstämmighet mellan respondenterna då de upplever att personen de mött offline inte motsvarat de föreställningar som skapats av de bilder och den textuella kontakten online:

[...] Besvikelse har väl främst varit att personen inte uppfattas på samma sätt som från bilderna [...] (Respondent aktiv i 1,5 år).

Fantasin sätts vanligen i rullning efter att två personer avtalat en dejt (Illouz, 2012:93). Fantasier över internet skapas på två vis, genom bilder och profilen samt genom verbal och rationell kunskap om den andra personen (ibid:104). Den typ av fantasi som uppstår inom nätdejting behöver förstås i kontext av den icke-förkroppsligande teknologi som internet ger upphov till (ibid:96f). Då en presentationstext på en dejtingsida innehåller en kort och ofta förskönad information om personen, leder det till att besökarna fyller ut den bristande informationen med sin fantasi (Kaufmann, 2012:106). En bild på en person går inte att jämföra med en kropp i rörelse eftersom kroppen och dess rörelsemönster är det bästa sättet att veta om det finns attraktion (Illouz, 2012:100). Respondenter berättar om tillfällena då personen de haft kontakt med online inte motsvarat förväntningarna de hade i mötet offline. Denna besvikelse beskrivs uppkomma från en fysisk grund. En respondent har i de flesta fall blivit besviken över hur nätdejten uttryckt sig offline jämför med i en textuell konversation:

I majoriteten av fallen "klickar" det inte i verkligheten, varken som vänner eller mer, jag kan uppleva folk som smartare och mer genomtänkta när de skriver (Respondent aktiv i 10 år).

En annan respondent svarade att även om det känns som att det finns kemi i interaktionen online eller i när de talar i telefon, innebär det inte automatiskt att det uppstår kemi i mötet offline:

Det är inte så ofta kemin stämmer överens i verkligheten även om vi klickar när vi pratar i telefon och skriver till varandra men det lilla extra som ska till i verkligheten saknas, för min del eller så är inte intresset besvarat från den andre (Respondent aktiv i 3 år).

En presentation av sig själv på internet består endast av skrivna ord där avsikten är att framhäva sig själv på bästa vis (Illouz, 2012:80). Trots internets förmåga att icke-förkroppsliga så är skönhet och kroppar högst relevanta (ibid:81). En återkommande beskrivning från respondenterna är besvikelse som en faktor när den fysiska attraktionen uteblivit. Vikten av att kemi uppstår vid ett möte offline beskrivs av respondenterna som viktig, då de uppger att brist på kemi upplevs som en besvikelse när kontakten online känts lovande:

Har målat upp en bild efter personen genom att snackat med den men när man sedan träffas i verkligheten finns inte kemin (Respondent aktiv i 10 år).

Kaufmann (2012) menar att förr eller senare vaknar man upp till verkligheten från nätdejtingens fantasivärld och förväntningar. Detta kan ske när man träffar någon offline efter en tids nätdejting och risken att bli besviken under detta mötet är då stor (Kaufmann, 2012:29). I enighet med Kaufmanns (2012) teori berättar respondenter att de haft en helt annan bild av den person som de kommunicerat med på nätdejtingsidan, än vad de mötts av offline:

Ibland går man till en dejt med alldeles för höga förväntningar och förhoppningar och sen blir det inte som man drömt om och då blir det tack och hej (Respondent aktiv 8-10 år).

Många respondenter berättar att den föreställda bilden av den andra, som byggts upp baserat på personens profilbild, presentation av sig själv samt kommunikationen dem emellan, inte har matchat personen som de mött offline. Det har också baserats på hur personen interagerat via nätdejtingsidan visavis hur hen har fört sig offline. Detta beteende är något som Bauman (2008) lyfter då han talar om att människor känner sig tryggare bakom en datorskärm där hämningarna släpper. Personen framstår då som självsäker och utåtriktad, vilket kan visa sig vara missvisande när träffen sedan sker offline (Bauman, 2008:25). En person som uttrycker sig väl och mycket i textuell kommunikation som sedan vid en träff offline visar sig vara blyg har på så vis inbringat en känsla av besvikelse hos respondenten:

Man bygger tyvärr upp en bild baserad på profilttext, bilder och chatt. Skiljer avsevärt hur en person beter sig online och offline. Ett exempel är en kille som skrivit oerhört mycket online, men säger inte mer än 2 meningar offline (Respondent aktiv i 7 år).

Även Kaufmann (2012) framhåller att nätdejting kan minska hämningar, vilket gör att en medlem som egentligen är blyg och introvert kan förefalla utåtriktad och självsäker online. Nätdejtingsidor skapar en plattform för människor att interagera virtuellt där förväntningar och föreställningar om de andra personerna byggs upp (Kaufmann, 2012:4). En respondent beskriver att nyckeln till att inte bli besviken på den andra personen är att ses så tidigt som möjligt, då hinner man inte bygga upp en egen bild av personen som inte stämmer med verkligheten:

Jag tror nyckeln till det ligger i att träffas tidigt, så man inte hinner bygga upp sin egen bild av en person, som sedan inte visar sig stämma (Respondent aktiv i 6 månader).

Illouz (2014) beskriver att föreställningen av den andra som skapats över internet grundar sig på spontana och ofta oreflekterade känslor som byggts upp från ett överflöd av information genom ett stort utbud av medlemmar (Illouz, 2014:313). Det informationsöverflöd som utbudet skapar kan ses som en förklaring till respondenters resonemang om att ses i ett tidigt stadium och därmed minska risken för detta. Respondenter beskriver just att föreställningen av personen de interagerat med online sällan stämmer överens med personen de sedan möter på en dejt offline:

Det är mycket intressant att de som jag hade en spännande skriftlig kontakt med visade sig vara helt fel IRL. Numera vill jag inte brevväxla utan träffas så fort som möjligt om vi visar intresse för varandra (Respondent aktiv i 4 år).

För mycket skriftlig kommunikation med en person minskar sannolikheten av att attraheras av denne (Illouz, 2014:315f). När en språklig eller textuell bedömning tar överhanden, vilket ofta sker online, sker en så kallad verbal överskuggning. Det innebär att den visuella bedömningen överskuggas av den verbala och textuella, vilket i sin tur kan minska chansen till attraktion av den andra personen på grund av för mycket textuell kommunikation med den andra (ibid:316). Ytterligare en respondent framhåller att ett tidigt möte är det bästa för att avgöra om det finns en attraktion:

[...] när man kanske träffas till slut och man passar inte alls ihop. Det bästa är att träffas rätt fort, så att man inte "fastnar" i chattandet. Man behöver se varandra "live" för att veta om man kan falla för varandra [...] (Respondent aktiv i 4 år).

Ett par respondenter har erfarenheter av att personer gärna beskriver sig att ha attraktiva intressen såsom att de gymmar, seglar eller springer marathont. Detsamma skriver en annan respondent som menar att beskrivning av egna intressen ofta överdrivs eller kryddas till för att personen vill framstå som bättre:

[...] Om en person till exempel skriver att denna gillar att cykla betyder det bara att cykla till stranden en enda gång under sommaren [...] (Respondent aktiv i 15 år).

Flera av respondenterna har fått erfara att potentiella partners kommit med avsiktliga lögner för att framstå som mer attraktiva. Exempelvis om civilstatus eller hur länge man varit singel. En del respondenter har kommit på potentiella partners ljuga om vilken politisk ställning de har. Exempelvis uppgav en kvinna att hon var ateist för att stå i bättre dager hos en potentiell partner som utgav sig för att vara det. I själva verket var hon djupt troende kristen vilket inte passade så bra med vad ateisten sökte för typ av partner. Dessa lögner uppfattas av respondenter som sårande. Dessa exempel kan ses utifrån hur Goffman (1959/1994) beskriver att personer väljer vilka roller de vill spela och sedan tar på sig olika masker i livets skådespeleri. Han lyfter människans förmåga att i detta skådespel framhäva sina positiva egenskaper och dölja de negativa (Goffman, 1959/1994:58). En respondent beskriver:

[...] personen i fråga var inte alls som han ville framställa sig när jag väl träffade honom (Respondent aktiv i 8-10 år).

On stage beskrivs som den plats där en person framställer sig på bästa sätt och även förväntas framträda på specifika vis av omgivningen. Off stage beskriver Goffman (1959/1994) som den plats där en person kan slappna av och vara sig själv (Goffman, 1959/1994:101f) liksom i ett skydd av datorskärmen. Som en respondent beskriver:

Lätt att vara en person bakom skärmen, men i verkliga livet var han alkoholist (Respondent aktiv i 7 år).

8. Sammanfattning och diskussion

Man kan först och främst konstatera att den stora uppsjö av människor som finns tillgänglig på nätdejtingsidor bidrar till problem i själva sökandet av en partner. För att kunna få en översikt och hantera det stora omfånget av medlemmar, använder man sig av sökfunktioner där medlemmar filtreras baserat på olika kriterier. Det stora utbudet skapar därmed möjligheter att finna en kärlekspartner men också svårigheter på grund av dess omfång. Filtreringsprocessen bidrar till att medlemmar agerar både som konsumenter och som vara. Konsument är de i sitt sökande av en partner och vara blir de i framställandet av sig själv. Genom att framställa sig på bästa sätt, kan andra medlemmar skapa en egen fantasi om personen i fråga. Då möten online byts till möten offline kan det leda till besvikelse.

Detta kravfyllda sökande beskrivs av Illouz (2014), Bauman (2008) och Kaufmann (2012) som konsumtion. Oförmågan att känna sig tillfredsställd leder till jakten på den rätta utan att man kan uppskatta dem som redan finns till hands. Ju längre en person varit medlem på en dejtingsida, desto högre krav ställer hen på en potentiell partner. Detta styrks av respondenter som varit aktiva inom nätdejting i tio år eller mer och deras inställning till nätdejting kan ses som cynisk. Trots det är de fortfarande medlemmar på nätdejtingsidan som om hoppet för att finna någon i den stora massan av potentiella partners ändå inte är ute. Vi kan alltså konstatera att risken för att fastna i nätdejting tycks öka med tiden och därmed också kraven på en potentiell partner. Dessa krav kan dessutom vara anledningen till att det blir svårare att finna en partner som kan leva upp till alla kriterier. Det hela blir till en ond cirkel.

Goffman (1959/1994) använder sig av begreppen aktör och publik i sitt dramaturgiska perspektiv. På en nätdejtingsida blir gränsen suddig, för samtidigt som en person framträder som aktör i sitt framställande av sig själv, så är hen också en del av publiken genom de andra medlemmarnas framställningar. Detta kan vidare kopplas ihop med Baumans (2008) teori om att medlemmar på dejtingsidor både agerar som varor och som konsumenter. Därmed är rollerna aktör/vara och publik/konsument något som ständigt är närvarande på en nätdejtingsida.

Goffmans (1959/1994) begrepp on stage och off stage kan appliceras på flera sätt inom nätdejting. Off stage kan även jämföras med online, då en person sitter bakom sin dator och det inte syns hur personen ser ut samtidigt som det kan upplevas lättare att leva ut sitt verkliga jag utan att mötas av dömande blickar. Med andra ord kan personen andas ut och vara sig själv online. Det kommande mötet offline kan jämföras med begreppet on stage eftersom personen då gör ett framträdande inför en annan eller andra människor. I en sådan situation behöver personen i fråga spela sin roll genom att framträda på ett sådant sätt som förväntas eller önskas.

Nätdejtingsidan vill förmedla ändamålet att finna en partner genom att bli medlem på sidan, vilket medför att människor kliver in i typiska roller för hur de ska framställa sig på bästa sätt. Off stage kommunikationer har genom internet flyttat till att även bli on stage. Gränserna mellan on och off suddas ut och blir svårare att urskilja.

Gemensamt för ovan nämnda teoretiker är att de alla har en negativ ton i sin syn på nätdejting. De lyfter att många viktiga aspekter från den traditionella dejtingen försvinner för att ersättas av en konsumistisk, snabb och opersonlig process. Samtliga beskriver nätdejting som en illusion som leder till ett konsumistiskt beteende och senare besvikelse.

Funktionen att söka efter specifika kriterier ökar risken att avvisa en person på grund av minsta fel. Sökfunktioner ger möjlighet att filtrera potentiella partners genom olika kriterier så som tobaksvanor, längd, motionsvanor etcetera. Detta bidrar till flytten från en irrationell och villkorslös kärlek, till att göra den just rationell och kravfylld. Det innebär att den spontana kärlek som uppstår genom en omedelbar fysisk attraktion försvinner. Kriterierna i sig är ett sätt att sätta villkor för sin kärlek.

Rädslan av att nöja sig med någon sämre än sig själv kan leda till ett letande och sorterande av personer som aldrig tar slut. Illouz (2012) nämner, som vi sett, informationsöverflöd som en risk vid ett för stort utbud. Det kan liknas vid den överväldigade känslan som uppstår när allt för många alternativ finns att tillgå. Det blir svårare att bestämma sig för vilken av alla som är rätt och mest tilltalande. När alternativen är färre så känns beslutet genast lättare eftersom jämföran-

det förenklas med ett mindre utbud. På så vis blir ett stort utbud snarare till ett hinder än en garanti att finna en partner.

I överensstämmelse med Illouz (2012) kan vi konstatera att förloppet inom nätdejting sker i motsatt riktning jämfört med traditionella romantiska möten då attraktion ofta går före kunskap om den andra personen. Inom nätdejting söks det först efter de kriterier som tros skapa attraktion, vilket innebär att kunskap kommer före attraktion.

För att synas i konkurrensen av potentiella partners krävs ett väl utfört framträdande. Möjligheten att söka med hjälp av kriterier gör också att föreställningar byggs upp av den person som uppfyller kriterierna, vilket i sin tur skapar förväntan. Ett kriterium som exempelvis omtänksamhet kan ha en innebörd för en person medan en annan person skulle beskriva omtänksamhet på ett annat sätt. En tolkning av en specifik egenskap är högst subjektiv utifrån hur den skulle beskrivas av andra personer. Detta kan också vara en bidragande faktor till att besvikelse uppstår, när någon beskrivit sig själv som generös och haft i åtanke på att hen gärna bjuder på en kaka till kaffet. Mottagaren kanske däremot sätter generositet i en kontext av att bli bjuden på semesterresor. Personen som blev bjuden på kaka till kaffet skulle utan tvivel känna att den potentiella parten inte levde upp till förväntningarna.

Skrivna ord eller stillbilder kan aldrig leva upp till en levande och visuell person med dess rörelsemönster, gester och uttryck. Det menar Illouz (2012) och det framgår också av analysen ovan. Den textuella beskrivningen av jaget är den bild av oss själva som vi besitter eller önskar att besitta. Sällan exponeras sämre eller icke önskvärda egenskaper. Fantasin av den andra är uppbyggd på tidigare erfarenheter i kombination med en önskan om hur en partner bör vara. De rationellt kalkylerbara sökkriterierna tycks bidra till förväntningar som sedan resulterar i besvikelse. Inte sällan är det de små egenskaperna hos en person som vi faller för och blir förälskade i. Egenheter i form av gester som inte går att beskriva i ord eller som personen själv kanske inte är medveten om. Det sätt hur en person tvinnar sitt hår mellan fingrarna eller på det sätt personen ler. Kanske kan det vara så att de par som träffat varandra offline inte hade varit ett par om de

istället hade mötts online, då de först och främst hade sökt efter egenskaper och kriterier hos en person?

Utöver sin egen föreställning och fantasi av andra, så uppstår också besvikelse när dejten offline inte lever upp till den presentation personen gett i form av kriterier eller fotografier. Genom att framställa sig själv på bästa sätt försöker personen på så vis styra andras intryck. Men det uppstår problem när personen inte kan leva upp till denna föreställning av sig själv som hen projicerat på andra. Upprepade gånger beskriver respondenterna att de haft kontakt med personer som använt sig av gamla bilder där mötet i verkligheten avslöjat personen som i själva verket åldrats 10 år eller ökat 20 kilo i vikt. Det kan vara lättare att styra intrycken av sig själv i framträdande online eftersom online interaktioner inte alltid sker i nutid vilket skapar en möjlighet att exempelvis lägga upp bilder och texter som är noggrant granskade. På detta sätt kan medlemmar på nätdejtingsidor styra andras intryck av dem själva till att framstå som mer positiva. Sett ur ett samtida nätdejtingperspektiv kan, såsom vi sett med stöd av Goffman (1959/1994), en beskrivning av sig själv och val av publicerat fotografi online ses som en del av on stage. Man väljer således att presentera sig själv så som man vill bli sedd och uppfattad. Ett möte offline kan då ses som off stage, där personen inte lever upp till den projicerade bilden av sig själv, alltså så som hen framställt sig online eller on stage.

Utöver de fysiska attributen finns det tendenser till att försköna egenskaper och intressen för att framstå som bättre. Om en presentation inte är sanningsenlig eller om den andra dessutom skapat sig en föreställning om dejten, så är det sannolikt att besvikelse uppstår. En företeelse som flera respondenter har fått erfara är att partnern de mött på nätdejtingsidan har fortsatt söka efter andra partners under tiden som de träffats. Detta kan förstås utifrån vad Illouz (2014) beskriver som att det råder tvivel om vad man verkligen känner för den andra. Lösningen på det är att ge upp sökandet för en bättre partner, så snart man kan föreställa sitt framtida jag med den partner man mött, menar Illouz (2014).

De som varit aktiva en längre tid ställer sig ofta utan förhoppningar om den andra, för att på så vis minska risken för besvikelse. För att minska denna risk skulle ett möte offline behöva ske i

ett tidigt stadium. Detta minskar i sin tur risken för att bygga upp en ouppnåelig fantasibild av en person baserat på online-kommunikation framhåller Illouz (2014).

Det är något av en paradox att medlemmar på dejtingsajter så ofta ljuger om sig själva, sitt utseende, sina kunskaper etcetera. Man kan koppla det till de förhärskande normerna som finns i samhället och som säger oss hur vi bör se ut, bete oss, och så vidare. Mycket sannolikt är det dessa normer (eller ideal) som återspeglas i vad medlemmarna medvetet eller omedvetet väljer att skriva i sina profiler. Chanserna att få en dejt på en dejtingsida är mer eller mindre helt avgörande utifrån hur man presenterar sig. Men just här finns paradoxen, det motsägelsefulla, då uppenbara lögnar i presentationen avslöjas vid mötet offline, vilket logiskt sett omöjliggör, eller avsevärt försvårar, en lyckad relation mellan två människor.

Men detta faktum kan problematiseras. Av intresse är förhållandet mellan värde och verklighet, mellan objekt och subjekt vilket också återkopplar till konfrontationen mellan mötena online och offline. Vi ger objektet ett subjektivt värde, vilket här motsvaras av det som vi offline upplever som lögnar i en dejtingannons, alltså efter att ha skapat ett värde som inte motsvaras i verkligheten. Men objektet är likväl det samma. Detta visar att det inte finns någon neutral sanning när det gäller att bedöma en människas egenskaper, utseende, talanger etcetera. Att skapa en förståelse av en människa endast baserad på en summa subjektiva intryck är alltså inget att rekommendera, absolut inte i dejtingdjungeln på internet.

Avslutningsvis vill vi kasta ut en trevare om hur Goffmans (1959/1994) syn på nätdejting kunde ha varit. Kanske hade han kallat fenomenet för en ny sorts scen, där utförandet av roller har andra villkor och normer. En scen där fler möjligheter ges för de roller, som nätdejtaren vill agera i.

En större andel av de svar som enkäten inbringat har resulterat i en negativ klang eftersom många respondenter beskriver en upplevd besvikelse inom nätdejting. Ett sätt att tolka all negativitet kan vara att missnöjda personer är mer benägna att ge uttryck för sitt missnöje än de som är positivt eller neutralt inställda. Det är också värt att nämna att i valet av att endast söka respondenter som är aktiva på en nätdejtingsida utelämnas per automatik de som funnit en partner och

därmed sagt upp sitt medlemskap. Dessa solskenshistorier har inte tagit någon plats i denna studie.

9. Källförteckning

Arvidsson, Adam (2006). *'Quality singles': internet dating and the work of fantasy*. Köpenhamn: University of Copenhagen.

Bauman, Zygmunt (2008). *Konsumtionsliv*. Göteborg: Daidalos.

Berg, Martin (2011). *Netnografi* i Ahrne, Göran & Svensson, Peter (Red) (2011). *Handbok i kvalitativa metoder*. Stockholm: Liber AB.

Best, Kirsty & Delmege, Sharon (2011). *Online dating and the problem of filtering through excessive information*. Murdoch: Murdoch university.

Denscombe, Martyn (2013). *Forskningshandboken*. Lund: Studentlitteratur AB.

Engwall, Kristina (2005). *Drömmen om den rätta: från singel till förälder*. Stockholm: Institutet för framtidsstudier.

Goffman, Erving (1959/1994). *Jaget och maskerna: en studie i vardagslivets dramatik*. 3. uppl. Stockholm: Rabén Prisma.

Hallberg, Emma (2011). *Svenska singlar investerar årligen 240,72 mnkr i nätdejting*. Publicerad: 24 augusti 2011. Hämtad: 2016-07-10. <http://www.dejting-experten.se/press.htm>

Hegevall, Sofia (2012). *Svenskar betalar flera miljoner för nätdejting*. Publicerad: 8 oktober 2012. Hämtad: 2016-05-30. <http://www.expressen.se/halsoliv/svenskar-betalar-flera-miljoner-for-natdejting/>

Hitsch, Günter J., Hortaçsu, Ali & Ariely, Dan (2010). *Matching and sorting in online dating*. University of Chicago: Chicago.

Illouz, Eva (2012). *Cold intimacies: the making of emotional capitalism*. Cambridge, UK: Polity Press.

Illouz, Eva (2014). *Därför gör kärlek ont: en sociologisk förklaring*. Göteborg: Daidalos.

Kaufmann, Jean-Claude (2012). *Love Online*. Cambridge, UK: Polity Press.

Kvale, Steinar (1997). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.

Lagerblad, Anna (2006). *Nätdejta -en affär utan slut*. Svenska Dagbladet. Publicerad: 7 maj 2006. Hämtad: 2016-05-30. <http://www.svd.se/natdejta--en-affar-utan-slut>

Turkle, Sherry (1997). *Leva online*. Norstedts Förlag AB, Stockholm.

Öberg, Peter (2011). *Livshistorieintervjuer* i Ahrne, Göran & Svensson, Peter (Red) (2011). *Handbok i kvalitativa metoder*. Stockholm: Liber AB.

10. Bilaga

10.1. Enkät

- Kön
- Ålder
- Hur länge har du varit aktiv inom nätdejting?
- Vilka förväntningar hade du när du registrerade dig på en nätdejtingsida? Utveckla och beskriv gärna de mest primära förväntningarna.
- Hur många personer som du fått kontakt med på en nätdejtingsida har du träffat offline sedan du började med nätdejting?
- Hur har dina förväntningar av de personer du kommit kontakt med via en nätdejtingsida besvarats? Utveckla och förklara gärna med exempel.
- Har ditt nätdejtande någon gång utvecklats till en fast relation? Beskriv gärna relationens utveckling och varaktighet.
- Söker du partners efter specifika kriterier på nätdejtingsidan? Ge gärna exempel på vilka och varför.
- Har du upplevt besvikelse efter att ha träffat någon IRL genom en nätdejtingsida, i så fall på vilket vis? Förklara och utveckla gärna med exempel.
- Anser du att nätdejting har särskilda fördelar jämfört med traditionella sätt att söka partner? Utveckla och förklara gärna med exempel.
- Nätdejting är bekvämt, tillgängligt och effektivt. Vad anser du vara fördelar och nackdelar med detta?
- Finns det något annat du önskar dela med dig angående dina upplevelser kring nätdejting?