

Lunds Universitet
Sociologiska institutionen

Partnervalet i uppmärksamhetsekonomin
En kvalitativ studie av Tinder

Författare: Malte Just

Kandidatuppsats: SOCK04

HT 2017

Handledare: David Wästerfors

Tack till
Lisa Broberg
David Wästerfors

Abstract

Författare: Malte Just

Titel: Partnervalet i uppmärksamhetsekonomin: En kvalitativ studie av Tinder

Kandidatuppsats: SOCK04, 15 hp

Handledare: David Wästerfors

Sociologiska institutionen, HT -17

Sammanfattning: Följande uppsats är en kvalitativ studie vars syfte är att undersöka Tinder och Tinder-användares upplevelser. De övergripande frågorna som önskas besvaras är: Vad händer när människor söker kärleks- och sexpartners via en plattform som Tinder? Hur påverkar detta användarnas intentioner, känslor och förståelse? Mitt tillvägagångssätt har varit en kombination av kvalitativa metoder däribland intervjuer och diskussionsforum på nätet. Med Eva Illouz hjälp har Tinders infrastruktur knutits samman med den historiska omdaning av partnervalets ekologi och arkitektur. Här har exempelvis Tinders betoning på det visuella förstås gå i linje med det framväxande och avgörande kriteriet "sexighet". Mot bakgrund av mitt andra teoretiska spår uppmärksamhetsekonomin framhåller jag att Tinder främst ackumulerar kapital genom att fånga och sälja uppmärksamhet. Genom distinktionen hård och mjuk uppmärksamhetsekonomi har jag belyst hur Tinders kapitalackumulation formar användarna att agera efter liknande principer. Något som gynnar Tinder, då det skapar en kontinuerlig produktion av uppmärksamhet.

Omformningsprocessen har förklarats med begreppen själv-varufiering och bekräftelse-kapitalist. Jag har även tolkat de känslomässiga konsekvenserna av denna process, som visat sig speciellt slitsam om man har intentionen att finna en långvarig relation. Vilket går stick i stäv med Tinders mål att fånga uppmärksamhet. Det är min slutsats att Tinders främsta syfte *inte* är att underlätta sökandet av en partner utan att få användarna att fortsätta använda appen och producera uppmärksamhet. Användarna på Tinder utför ett icke-erkänt arbete, vilket kan likställas vid en exploatering som sker i det tysta.

Nyckelord: Tinder, själv-varufiering, varufiering, uppmärksamhet, bekräftelse-kapitalist, exploatering, uppmärksamhetsekonomi, Eva Illouz

1. Introduktion	1
2. Utgångspunkter	1
2.1 Problem, frågeställning och syfte	1
2.2 Material och metod	2
2.3 Tidigare forskning	6
2.4 Eva Illouz och partnervalets ekologi och arkitektur	7
2.5 Uppmärksamhetsekonomi och internet	9
2.6 Begrepp	11
3. Tinders infrastruktur	12
4. Analys	13
4.1 Tinders infrastruktur sett genom partnervalets omvandling	13
4.2 Tinders dragningskraft	15
4.3 Överflödets konsekvenser	17
4.4 Att bli fångad och fånga andras uppmärksamhet	20
4.5 Upplevelser av själv-varufiering och att agera som bekräftelse-kapitalist	22
4.6 Avsluta Tinder, anpassade intentioner eller göra motstånd	24
5. Resultat och slutsatser	27
6. Referenslista	29
6.1 Böcker	29
6.2 Artikel i antologi	29
6.3 Tidskriftsartiklar på nätet	29
6.4 Tidningsartiklar på nätet	30
6.5 Hemsidor	30
6.6 Rapporter - åtkomst via nätet	31
6.7 Inspelat föredrag, föreläsning eller tal - åtkomst via nätet	31
Bilaga 1: Intervjuguide	32
Transkriptionsschema	32
Frågor	32

1. Introduktion

Sedan lanseringen 2012 har dejtingappen Tinder vuxit till att bli en av de mest använda och omtalade apparna inom nätdejting. Appen har över 50 miljoner registrerade användare världen över (Forbes 2017). I Sverige har var fjärde man och var femte kvinna i ålderskategorin 16-25 använt appen (Svenskarna och internet 2017). I det svenska språket ser vi nyord som ”swajpa” och ”tindra”, sprungna ur det specifika användandet av Tinder. På Youtube har det vuxit fram trender där självutnämnda experter förklarar hur du blir framgångsrik på Tinder medan andra avråder tittarna att aldrig använda appen. Journalisten Nancy Jo Sales krönte vågen av kritik i ett längre reportage (2015). Sales målade upp en dystopisk kärlekslös värld där kalla och korta sexuella möten ersatt längre förhållanden. Skulden hamnade inte oväntat på Tinder. I en intervju säger skaparen och Vd:n Sean Rad som svar på kritiken:

If someone is rude do you blame the restaurant where it happened, or civilisation as a whole? All we are is connecting people. And yeah, there are some disturbing people out there.. Tinder isn't redefining romance. Progress is.¹

Det är av sociologiskt intresse att ställa sig den fråga som skaparen Rad skjuter ifrån sig, vilken roll spelar restaurangen om gästen är otrevlig. Tinder är och kan aldrig vara den neutrala kanal Rad hävdar, utan måste bli utgångspunkten för att förstå intentioner, emotioner och sociala handlingar som relaterar till appen.

Tinder är ett kulturellt fenomen som väcker känslor och diskussion. Jag menar att man som ung i dag många gånger förväntas förhålla sig till Tinder. Det är en viktig betingelse i unga människors val av partner och syn på kärlek och sexuella relationer.

2. Utgångspunkter

2.1 Problem, frågeställning och syfte

Allt fler delar av den moderna människans liv emigrerar till den digitala sfären. Det handlar om att betala räkningar, till att utföra arbetsuppgifter, boka tvättid och möta potentiella partners. Internet och det stora utbud av sociala medier inte bara agerar kanaler för kommunikation utan de skapar kontakter som annars inte vore möjliga. Det innebär att allt mer av vårt sociala liv slussas via- och blir möjlig inom ramen för en teknologisk infrastruktur. I linje med Skeggs argumenterar jag för att denna infrastruktur måste ses som ideologisk då den är utformad i någons intresse, vilket motiverar

¹ Evening Standard. 2015. <<https://www.standard.co.uk/lifestyle/london-life/tinder-im-an-addict-says-hookup-apps-cocreator-and-ceo-sean-rad-a3117181.html>> (hämtad 2018-01-04)

en kritisk analys av denna infrastruktur (Skeggs & Yuill 2016, 1367). Min uppsats vilar på den gängse sociologiska förståelsen att subjekts viljor, känslor och preferenser måste förstås i sitt sociala kontext. Ett subjekt föregår inte kontexten utan formas av sin kontextuella placering. Således måste sociologisk forskning undersöka det liv som utspelar sig inom och via den digitala sfären. Detta för att skönja de betingelser som karakteriserar vår samtid och som socialt liv formas av och relaterar till.

Kärleks- och sexrelationer har en central roll i västerländsk kultur. Detta reflekteras inte minst i den enorma produktion av kultur och media som rör denna tematik, men också i hur vi organiserar våra liv. Enligt Illouz, är kärlek en central pusselbit för att förstå hur ”jaget och identiteten institutionaliserats i modern tid” (Illouz 2013, 17). Ofta förstås kärlek som livets mål och mening och som det mest åtråvärda tillståndet man kan befinna sig i (Illouz 1997, 30). Om kärlek och även sex är avgörande i människors liv, ger mening och bidrar till självförståelse, så finner jag det intressant att undersöka hur vi söker införliva detta. Särskilt intressant är det att analysera hur vi väljer partner.

Uppsatsens syfte är att undersöka dejtingappen Tinder och hur den möjliggör, begränsar och formar aktörers attityder, viljor, känslor i sökandet efter en partner. För det första kommer jag att (1) sätta Tinder i ett sammanhang bestående av en historisk utveckling rörande partnervalets omvandling och visa under vilka ekonomiska premisser som Tinder verkar. Kortfattat kommer jag beskriva Tinders infrastruktur för att klargöra det ramverk som mitt material relaterar och springer ur. För det andra kommer jag att (2) analysera användares egna upplevelser (såsom de formuleras i intervjuer och på diskussionsforum) och hur de kan förstås i förhållande till Tinders infrastruktur.

De två frågor jag ämnar besvara är: a) vad händer när människor söker kärleks- och sexpartners via en plattform som Tinder? b) Hur påverkar detta användarnas intentioner, känslor och förståelse? Begränsad av uppsatsens omfång kommer jag endast lyfta fram några av de svar som mitt material visat och som jag menar är viktiga för att förstå Tinder.

2.2 Material och metod

Likt allt råmaterial som verkligheten och livet utgörs av, är så även mitt material präglad av ett heterogent gytter av tankar, känslor och berättelser som inte sällan tycks fragmentariska och inkonsekventa. Att som forskare in spe ge sig i kast med att skapa förståelse i denna oreda kan under arbetets gång te sig som ett bräckligt och oärligt företag. Att lyfta fram en nyans i sitt material

sker ofta på bekostnad av någonting annat. Detta är ett inneboende dilemma i alla försök att begripa något, i skuggan av en förståelse står tusen åter. Med detta sagt så menar jag inte att hänfalla åt relativism, det finns mer eller mindre relevanta och pålitliga förklaringar baserade på mer eller mindre starka ontologiska och metodologiska antaganden. Så hur har jag gått tillväga för att anse denna uppsats vara tillförlitlig?

Mitt tillvägagångssätt har varit eklektiskt och jag har tillämpat en kombination av metoder och så även en kombination av teorier (Denscombe 2009, 149f, 187). Detta för att ge en så fulltäckande bild som mitt omfång tillåter men även för att kompensera för metoderna och teoriernas, var för sig, svagheter. I inledningen beskrev jag Tinder som ett kulturellt fenomen som väcker diskussion, detta har jag dragit till min fördel och samlat in vad David Silverman skulle kalla ”naturligt förekommande data” (Silverman 2007, 71ff). Ytterligare en fördel är att förebygga tendenser till fabricering som exempelvis intervjuer kan ha.

Mitt material kan grovt delas in i två kategorier, detta för att de ämnar besvara två aspekter av min frågeställning. Den första och huvudsakliga kategorin ämnar svara på hur användarna upplever och förstår Tinder. Detta har inhämtats via intervjuer, diskussionsforum på nätet och video-bloggar (vloggar). Den andra kategorin vill besvara hur Tinder är utformat och materialet kommer ur tidnings -artiklar och -intervjuer, online-dokument samt deltagande observation. Dessa kategorier har inte jämbördig status i min analys. Den senare vill synliggöra den infrastruktur som är Tinder och som användarnas upplevelser relaterar till, formas av och agerar inom.

Uppsatsen knyter an till ämnen som sex och kärlek vilket ofta ses som en privat angelägenhet och något man inte gärna delar med en främling. Med detta i åtanke valde jag att intervjua fyra personer som jag känner väl och som jag vet har använt eller använder Tinder. Mina intervjuer var semi-strukturerade och utförda under informerat samtycke var för sig, antingen i mitt hem eller hemma hos intervjupersonen (Denscombe 2009, 235). Uppsatsarbetet tog sin början i en av dessa intervjuer, då mitt ämne ännu inte var fullt synligt för mig tjänade det första samtalet som vägledare i vad uppsatsen kom att handla om. Efter detta blev mina frågor allt färre och allt mer inriktade på erfarenheter av Tinder. Just eftersom mitt ämne berör mötet mellan män och kvinnor på det sexuella fältet, var det viktigt för mig att intervjua både män och kvinnor för att möjligtvis blotta skilda erfarenheter. Mitt material har emellertid snarare blottat likartade problem oavsett kön. Med tanke på det delvis personliga innehållet i mitt material har de intervjuade av hänsyn anonymiserats (Denscombe 2009, 195). Samtliga intervjuer har spelats in och transkriberats. Tidsmässigt sträckte de sig från 45 minuter upp till två timmar. När mitt forskningsområde blev allt tydligare blev också

intervjuerna kortare. Efter varje avslutad intervju har den intervjuade getts chansen att ta upp frågor jag eventuellt förbisett och som de själva ansett relevanta. Den intervju som gjordes med "Simon" blev i mycket oanvändbar på grund utav tekniska problem med inspelningsutrustning. De utdrag som likväl använts här anser jag tillförlitligt förmedla den intervjuades mening. Fördelen med att jag kände intervjupersonerna är också en nackdel. Under intervjutillfället upplevde jag en känsla av samförstånd som innebar att jag ibland allt för hastigt ansåg mig förstå vad den intervjuade menade. Vilket i vissa fall lett till att inga följdfrågor ställts. Den förståelse som jag upplevde under intervjutillfället speglas sålunda inte alltid i klar text. Under transkriberingen noterade jag vid några tillfällen att mina egna förutfattade meningar om ämnet gav ledande frågor där intervjupersonen inte kunde göra annat än att instämma. Dessa svar har jag inte ansett tillförlitliga och därför valt bort (Denscombe 2009, 244).

Svagheter med intervju är bland annat den potentiellt ledande inverkan jag som intervjuare har. Detta har kompenseras med kompletterande material från diskussionsforumet Flashback. Tindertråden på Flashback är över 1100 sidor lång och sträcker sig från 2014 och kan liknas vid en ständigt pågående fokusgrupp (Mann & Sutton 1998, 210). Här avlöser personer varandra men med det gemensamma fokuset att tala om Tinder. Jag har utan att ge mig till känna och påverka det pågående samtalet tagit del av de värderingar, normer och erfarenheter som utbyts.

Diskussionstråden har också den fördelen att lyfta fram interaktionen och synliggöra vilka värderingar som blir rådande och vilka som tystas eller helt saknas (Denscombe 2009, 237).

Materialinsamlingen på Flashback har pågått parallellt med att jag utfört intervjuer. En nackdel med att vara dold deltagare är att jag inte kan ställa följdfrågor. Vissa teman som blivit tydliga för mig på Flashback har jag i bästa fall kunnat notera även i mina intervjuer och då tagit tillfället i akt att ställa följdfrågor för att utforska temat djupare. Med tanke på trådens längd har jag inte kunnat ta del av allt material. Jag har systematiskt gått igenom de senaste hundra sidorna, och även de första tjugo sidorna, där utöver har jag gjort nedslag i tråden för att se om samtalen avsevärt skiljer sig. Jag har likt vid en fältstudie fört anteckningar, kort noterat vad som sägs och var. Efter att ha gått igenom materialet har jag gett de olika anteckningarna siffror efter återkommande teman. Ett etiskt problem är just min dolda närvaro, måste inte en forskare bekänna sina motiv och sin närvaro? Jag vill framhålla att Flashback är ett offentligt forum och tråden går att läsa av vem som. Dessutom skriver personerna under pseudonym (Denscombe 2009, 203).² På ett liknande vis vill jag argumentera för att min användning av vloggar är etiskt försvarbart. Personerna vänder sig aktivt ut i sina offentliga kanaler på Youtube och alla kan med en enkel sökning ta del av deras berättelser. I

² Jag har här förenklat och förtydligat genom att benämna de olika användarna med bokstäver exempelvis A, B, C.

Flashback-tråden är diskussionernas fokus främst att utbyta erfarenheter och strategier med målet att nå mer framgång på Tinder. Vloggarna har den fördelen att personerna får lägga ut texten och oavbrutet berätta, reflektera och också ifrågasätta hur Tinder fungerar, om de så vill. De gånger det sker på Flashback är det ofta kortfattat och mer öppet för tolkning. Att inlemma material från Youtube skedde även naturligt då flera på Flashback hänvisade till och hämtade argument från vloggar. Vilket gjorde mig uppmärksam på att samtal om Tinder pågick också på Youtube. Vloggarna har likt mina intervjuer transkriberats.

Den andra kategorin av mitt material söker förstå Tinders utformning eller infrastruktur. Främst har detta gjorts genom vad som kan liknas vid en dold deltagande observation (Denscombe 2009, 283). Vilket inneburit att jag själv skaffat appen, gjort en profil och testat Tinder och utforskat de olika funktionerna under en timme men utan att vara i kommunikation med någon. Jag har ansett detta nödvändigt för att förstå den miljö som användarnas upplevelser relaterar till. Detta skulle även kunna förstås besläktat med ”netnografi”; att försöka förstå de sociala och tekniska villkoren som användarna verkar i (Denscombe 2009, 96f). Jag har även tagit skärmdumpar av de olika fönstren och utifrån dessa är min beskrivning gjord med ett minimum av tolkning.³ Observationen skärpte även min lyhördhet inför Flashback- och intervju-materialet då min egen erfarenhet gav resonans åt ibland subtila nyanser. Observationen har kompletterats med tidningsintervjuer med skaparna av appen och hur de själva beskriver appen. För att sedan förstå varför denna infrastruktur ser ut som den gör har jag läst de policy-dokument och användarvillkor som alla användare gett godtycke till.

I linje med min inledande reflexion stödjer jag mitt förfaringsätt på pragmatismens epistemologiska antaganden. Främst vill jag lyfta fram att kunskap är provisorisk och måste alltid förstås i relation till sin tid och sitt historiska och kulturella kontext (Denscombe 2009, 161). Jag gör inga anspråk på en slutgiltig förståelse av det undersökta området utan förespråkar en fortsatt kunskapsrörelse. Detta är inte minst viktigt när det gäller undersökning av appar och teknik vars livslängd blir allt kortare. Av samma anledning har min tillämpning av teori gjorts abduktivt. Min initiala och då allena teoretiska utgångspunkt var Illouz *Därför gör kärlek ont* (2013). Här tar Illouz upp nätdejting och romantik på internet, ofta med hänvisning till hennes äldre studie *Cold Intimacies* (2007). Tio år är en lång tid när det kommer till teknik och internet, vilket jag också blev varse under arbetets gång. Illouz teori implicerar att dejtingsajter ackumulerar kapital genom att de tillhandahåller en betaltjänst. Detta stämmer delvis men kan inte förklara den primära källan till värdeförmering. Mitt material ägde så en nyansrikedom som pekade bort från Illouz och krävde en

³ Se avsnitt 3 ”Tinders infrastruktur”.

annan teori vilket fick mig att under arbetets gång komplettera med mitt andra teoretiska spår - uppmärksamhetsekonomin. Med Howard Beckers råd att låta fallet definiera begreppen har jag mycket sent i min skrivprocess lyckats utvinna de begrepp jag kommit att använda (Becker 1998, 123f). En vag föraning om vilka marxistiska begrepp som kunde komma till användning har funnits i bakhuvudet. Men dessa har som sagt omdefinierats i förhållande till mitt material även om de idéhistoriska rötterna är tydliga. När uppmärksamhetsekonomin som teoretisk ramverk mötte mitt material upptäckte jag även att en distinktion behövde införas för att bättre förstå mitt material. Denna distinktion introduceras i den löpande texten så den blev till. Ordningsföljden för teorierna i analysen går i linje med min egen upptäckt av att ett nytt spår behövdes. Men främst följer den ordningen av att först sätta Tinder i en kultursociologisk och historisk kontext med hjälp av Illouz. Ju närmare min analys rör sig Tinder-användarna kommer ett successivt skifte ske till uppmärksamhetsekonomin och mina begrepp.

Jag kommer avgränsa min uppsats till att främst undersöka upplevelser av själva användandet av appen, sålunda inte närliggande upplevelser av att gå på dejt som föranletts av Tinder. Mitt fokus skulle kunna kritiseras för att allt för ensidigt lyfta fram de svårigheter och hinder som användare upplevt. Till detta kan sägas att användare på Tinder har inlett relationer, kortvariga men också långvariga. Enligt undersökningen "Svenskarna och internet" har 13% av de som använt dejting-sidor inlett en relation (2017). Detta förtäljer emellertid inte hur många som träffats via Tinder men appen är en av de mest använda. Mitt fokus på användarnas svårigheter kan dels motiveras med att detta fokus är även det primära i mitt naturligt förekommande material hämtat från nätet, samt att dessa upplevelser är rika på information då de ofta förtäljer användarnas förståelse och känslor vilket i sin tur kan hjälpa synliggöra Tinders infrastruktur.

2.3 Tidigare forskning

Min uppsats är besläktad med Beverly Skeggs och Simon Yuills pågående forskningsprojekt som har den övergripande frågeställningen: "What happens when forms of intimacy gets monetized?" (Skeggs & Yuill 2017). Mer specifikt har de undersökt hur Facebook formar sociala relationer. De har bland annat utvecklat mjukvara som följer hur användare blir spårade och de kan i sin forskning påvisa hur detta har direkta effekter för innehållet i flöden och på hemsidor. De menar att spårning, utvärdering och försäljning av användardata pågår konstant i en enorm hastighet, reklamföretag är i tävlan om data och det handlar om att hinna före konkurrenterna. Denna marknad kan i mycket liknas vid "flash trading", detta görs inte direkt via människor utan sker automatiserat

via maskininlärning och algoritmer.⁴ Efter att de påvisat hur Facebook fungerar har de sedan delat sina resultat med användare för att få deras perspektiv. Jag har tagit del av denna pågående forskning genom en inspelad föreläsning från London School of Economics men även en artikel där de främst introducerar och förklarar deras metodologi och tillvägagångssätt (Skeggs & Yuill 2016).

Min uppsats skiljer sig från deras i att den inte försöker påvisa hur denna spårning och försäljning görs, mitt fokus har varit hur den påverkar och upplevs. Emellertid vilar min uppsats i mycket på det Skeggs och Yuill påvisar; att en försäljning och spårning pågår. Min undersökning skiljer sig också i att den inte fokuserar på vänskap och etablerade relationer utan att initiera kärleks och sexrelationer via Tinder. Jag menar att min uppsats i mycket är en utvidgning av Skeggs och Yuills forskning inte bara tematiskt utan också eftersom Tinder är nära sammantvinnat med Facebook.⁵ I nästkommande stycke kommer jag introducera mina två teoretiska utgångspunkter.

2.4 Eva Illouz och partnervalets ekologi och arkitektur

Min första teoretiska utgångspunkt hämtas ur Eva Illouz *Därför gör kärlek ont: En sociologisk förklaring* (2013). Hennes forskning kan övergripande sägas behandla hur kärleken kommit att omformas under modernitetens och kapitalismens framväxt. I följande stycke sammanfattas de centrala dragen i Illouz teori om hur partnervalet kommit att omformas.

Möjligheten att välja är modernitetens främsta kulturella kännetecken eftersom den, åtminstone på den ekonomiska och politiska arenan, inte bara förkroppsligar utövandet av frihet utan också vår användning av två förmågor som rättfärdigar denna frihet, nämligen rationalitet och autonomi. I det avseendet är möjligheten att välja en av de viktigaste kulturella och institutionella förutsättningarna för det moderna jaget: det är såväl en rättighet som ett slags kompetens. Om valmöjligheten är inbyggd i den moderna individualiteten, är frågan om hur och varför människor bestämmer sig för att inleda – eller avstå från – ett förhållande avgörande för att förstå kärleken som modern erfarenhet (Illouz 2013, 35).

Illouz framhåller att kärleken i modern tid skiljer sig primärt från det förmoderna (före kapitalismen, tekniken och vetenskapernas framväxt) vad gäller betingelserna för vårt val av partner. Dessa betingelser delar Illouz upp i två huvudkategorier: *partnervalets ekologi och arkitektur*. Med ekologi avser Illouz den sociala miljö som våra val görs i, påverkas och begränsas av. Som exempel tar Illouz endogami, detta att välja en partner inom den egna gruppen och således utesluta andra, exempelvis av annan etnicitet, statusgrupp eller klass. Valets arkitektur å andra sidan rör de kriterier vi har för vårt val och vilka verktyg vi har till hands för att bedöma hur vi ska välja.

⁴ Flash Trading används på somliga aktiebörser och är handel som bedrivs i hög hastighet med avancerad datateknik.

⁵ Se avsnitt 3: "Tinders infrastruktur"

Dessa verktyg kan vara allt från en uppsättning rationella eller emotionella tankesätt, en psykologisk självhjälps-diskurs som uppmanar till introspektion, det kan vara hjälp från ”expertis” eller kulturella normer och metoder för att motivera och ifrågasätta sina begär (Illouz 2013, 35).

För att blotta de moderna betingelsernas särprägel använder Illouz sig av litterära verk, liksom Jane Austens romaner, som får agera kontrasterade idealtyper av det förmoderna partnervalets ekologi och arkitektur. Då var valet en familjeangelägenhet som främst syftade till att reproducera familjens status och säkra dess klasstillhörighet. Kvinnan skyddades av familj och vänner och mannen som visade intresse var under noga granskning. Som främsta kriterium stod detta att ha god karaktär: att leva upp till och agera efter de klassbundna handlingsmönster och normer. Partnervalet skedde enligt en strikt ritualiserad process, där utövandet av ritualer och användandet av koder för kärlek frambringade känslorna snarare än tvärtom (Illouz 2013, 46–50).

I kapitalismens framfart växte en ny urban konsumtionskultur fram, parallellt var de rådande stora institutionerna i upplösning. Som konsekvens uppluckrades de traditionella endogami-normer som knutits till kategorier som religion, klass och etnicitet (Illouz 2013, 135). Partnervalet frikopplades således från gruppens sociala och moraliska struktur vilket innebar ett överflödande utbud av potentiella partners och att detta val nu blivit individualiserat. Av det uppstod en situation där alla konkurrerar med alla om de mest åtråvärda - det är detta som Illouz kännetecknar och benämner som framväxten av en äktenskapsmarknad. Illouz lägger in en viktig brasklapp i anslutning till marknadsmetaforen som skulle kunna implicera en människosyn likt homo economicus, där förnuftsstyrda och jämlika individer möts på en marknad för att välja en partner utifrån en lista med preferenser. När par bildas skulle det då ses som att båda parter funnit vad de sökt. Illouz menar att ekonomer glömmer att äktenskapsmarknader är en konsekvens av en historisk process (som beskriven ovan) och de måste fråga sig i vilket sammanhang dessa preferenser blir till. Illouz föreslår att det skulle må hända vara bättre att tala om sexuella fält, eftersom det skulle knyta an till en Bourdieusk förståelse som uppmärksammar att aktörer möts under olika villkor, och förfogar över olika kapitalsammansättningar och har skiftande intentioner. På sexuella fält råder kamp och det finns vinnare och förlorare (Illouz 2013, 79).

I och med att tidigare normer i huvudsak fått ge vika för en individualisering förändrades även kriterierna för valet av partner. Kriterier som förstås som egenskaper och uttryck för jagets själva essens har fått en företrädande roll. Detta kan vara egenskaper som rör emotionalitet, personlighet eller sexualitet, Illouz menar att dessa kvaliteter har i vår tid blivit ”indicier på en persons inre värde” (Illouz 2013, 80f). Men främst lyfter Illouz fram ”sexighet” som kriterium, vilket ska förstås

som fysiska, språkliga och kläd-relaterade markörer som syftar till att skapa ett sexuellt begär (Illouz 2013, 66). Genom bland annat psykologin har sexualiteten under moderniteten blivit allt mer normativt legitim och konsumtionskulturen har spätt på genom att uppmuntra begäret som beslutsfattare i våra val och dessutom sätta likhetstecken mellan begär och sex. Detta har bidragit till att sexighet som kriterium inte bara fått en acceptabel status utan även en *avgörande* roll i valet av partner. Det är därför Illouz väljer att tala om *sexuella* fält och inte äktenskapliga.

Denna skiftning av kriterier måste även förstås i sammanhanget av ett ”system av känslomässig autenticitet”. Med detta menas att känslor inte ses som ett resultat efter att ha genomgått en ritualiserad process i valet av partner, liksom tidigare, utan att affekter gentemot en person föregår och ses som självständiga kriterium för att närma sig en potentiell partner. Detta implicerar ett antagande gällande emotioners ontologi; att emotioner föregår och står relativt fria från interaktionens former och innehåll (Illouz 2013, 51f).

Denna förändring i partnervalets ekologi och arkitektur innebär en ökad komplexitet för den enskilde att ta hänsyn till i beslutsprocessen. I och med överflödet, de individualiserade kriterierna och föreställningen om autentiska känslor och en föregripande vilja krävs rationella metoder som introspektion och informations-inhämtning för att få visshet om hur man ska välja. Illouz argumenterar för att kärlek i vår tid blivit allt mer rationaliserad och ett tydligt uttryck för detta är hur vi med tekniska hjälpmedel försökt underlätta processen av att välja partner, där nätdejting har kommit att bli ett av de viktigaste tekniska hjälpmedlen i vår tid (Illouz 2013, 249f). Jag kommer inledningsvis i min analys se Tinder som ett sådant tekniskt hjälpmedel. För att förstå under vilka premisser som Tinder verkar och är format ur vill jag först redogöra för hur man kan förstå kapitalismen av idag. Så som den drivits fram och utvecklats på den digitala arenan. I nästkommande avsnitt kommer jag kortfattat definiera uppmärksamhetsekonomi och visa dess relevans för Tinder.

2.5 Uppmärksamhetsekonomi och internet

Begreppet uppmärksamhetsekonomi har under senare blivit allt mer använt om än med skiftande innebörd. Dess övergripande syfte är att förklara hur kapitalismen kommit att utvecklas från det som många gånger betecknats som ”informationssamhället” eller ”informationsekonomin”. Här läggs betoning på uppmärksamhet som den senaste källan till värdeproduktion (Crogan & Kinsley, 2012, 9). Ekonomen Herbert Simon sägs ofta ha myntat begreppet (Simon 1971) även om tankegodset sträcker sig längre tillbaka. Patrick Crogan och Samuel Kinsley sammanfattar

begreppets idéhistoria i två övergripande teoretiska förgreningar; en som tycks välvilligt inställd till denna utveckling och en som är mer kritisk(2012, 4).⁶ Det är den senare idétraditionen jag sällar mig till. Den förstnämnda definierar uppmärksamhet som en medveten viljeakt, att vi aktivt väljer ge vår uppmärksamhet till en viss information. Denna definition går i linje med idén om homo economicus och antaganden att människan är rationell. Uppmärksamhetsekonomi tycks enligt dessa teoretiker vara oproblematiskeftersom vi antas ha friheten att välja vad vi vill uppmärksamma (Crogan & Kinsley 2012, 6). Den kritiska teoribildningen bygger inte på ett sådant antagande och lämpar sig bättre för att förklara det ibland motstridiga i mitt material. Det har också en förklaringskraft till själva Tinders tekniska infrastruktur och under vilka betingelser ett företag som Tinder verkar. Båda dessa aspekter gör den kritiska teoribildningen sociologiskt orienterad.

Om man med ekonomi syftar till hur ett givet samhälle varufierar och utbyter knappa resurser då förstås uppmärksamhet, inom teoribildningen för uppmärksamhetsekonomi, som en bristvara men en kvantifierbar sådan (Crogan & Kinsley 2012, 1):

Ett överflöd av information innebär en brist på något annat: en brist på det som information förbrukar. Vad information förbrukar är ganska uppenbart: Den förbrukar mottagarnas uppmärksamhet. Följaktligen resulterar ett överflöd av information i en brist på uppmärksamhet [Min övers] (Simon, 1971, 40).

Uppmärksamheten är också en bristvara eftersom den är begränsad av dels vår fysiska förmåga att varsebli något men också de sociala gränser för hur mycket tid vi kan lägga på att ge något vår uppmärksamhet. Giltigheten för denna teoribildning gör sig som mest tydlig i den digitala och tekniska utvecklingen. Det är via teknik som datorer, tv och smarta telefoner som information medieras, mer precist genom olika sökmotorer, nätverk, appar och kommunikationskanaler som Google, Facebook och Snapchat. Här är överflödet av information som mest påtagligt och uppmärksamhet är bristvaran - Internet är sålunda den främsta skådeplatsen för uppmärksamhetsekonomi (Crogan & Kinsley 2012, 5). Beverly Skeggs och Simon Yuill har i sin forskning påvisat just hur Facebook agerar efter denna logik. De ackumulerar kapital främst genom riktad reklam; att de sammanför företag med potentiella konsumentgrupper. Facebooks styrka ligger i deras förmåga att mäta och fånga uppmärksamhet. Detta görs genom att samla in stora mängder data som exempelvis användares klick, köp, besökta sidor, antal följare, likes, ålder, utbildning eller yrke. Denna data samlas in, analyseras och utvärderas med hjälp av algoritmer och säljs bokstavligen snabbare än man hinner blinka (Skeggs & Yuill 2017).⁷ Detta återkopplar direkt till

⁶ I den kritiska traditionen ser vi rötter till tänkare som Theodore Adorno, Max Horkheimer och Guy Debord.

⁷ Algoritm är en systematisk procedur som i ett antal steg anger hur man utför en beräkning eller löser ett givet problem.

den enskilda användaren där innehållet ständigt förändras efter vad den tros vilja ha mer av, eller mer precist vad Facebook vill att användaren ska önska mer av. Förstått som så är inte uppmärksamhet bara en vara utan kapital; det befinner sig i en ständig rörelse av att skapa mervärde (Terranova 2012, 2). Det ligger i Facebooks intresse att ackumulera mer kapital (så som för alla företag). Skeggs och Yuills forskning visar på hur denna ackumulation av uppmärksamhets-kapital är central för att förstå Facebooks själva infrastruktur (Skeggs & Yuill 2016, xx). Facebook tillämpar flertalet tekniker för att inte bara mäta uppmärksamhet utan även fånga den och hålla användarna kvar (Skeggs och Yuill 2017). På arenan av sociala medier är Facebook den största aktören i uppmärksamhetsekonomin, men de är inte ensamma. Tinder uppger explicit i sina användaravtal att just den här typen av information säljs för att rikta reklam (GoTinder.com 2017). Det är under dessa digitala lagar av värdeförmering som Tinder verkar.

2.6 Begrepp

För att visa på Illouz relevans till mitt material har jag valt begreppsparat *ekologi* och *arkitektur* som introducerats och förklarats ovan. Tinder kan i en kulturell kontext förstås vara ett verktyg i partnervalets arkitektur, i denna uppsats kommer jag emellertid förstå Tinder både som en ekologi och en arkitektur. Detta eftersom Tinder både konstruerar en social miljö, ett utbud av potentiella partners och tillhandahåller verktyg för att välja partner. Tinders arkitektur kan också förstås gå utöver appens gränser, där forumet Flashback och ”experter” på Youtube tillhandahåller rationella tankesätt, normer och metoder tänkt att bistå i partnervalet på Tinder.

Länken mellan mitt material och uppmärksamhetsekonomin kommer ske via begreppen *självarufiering*, *exploatering* och *bekräftelse-kapitalist*. Dessa begrepp är nära sammankopplade och kommer därför förklaras i anslutning till varann med hjälp av Marx och Illouz, dock har mina begrepp fått en något annorlunda definition än de ursprungliga. Med varufiering avses att förhålla sig till ett ting som något som kan bli köpt eller sålt. I Marxska termer innebär det att ett ting har ett bytesvärde (Davis 2003, 9). Centralt för Marx teori i *Kapitalet* är att arbete blivit varufierat, men till skillnad från andra varor har arbetet den inneboende förmågan att producera mervärde (Crompton 2008, 29). Det vill säga att arbetaren spenderar bara en del av sin arbetsdag för att tjäna in sin lön, som ur kapitalistens perspektiv är arbetsvarans pris. Resterande del av arbetsdagen går till att skapa det mervärde som tillfaller kapitalisten som köpt arbetet. Det är detta som Marx åsyftar när han talar om utsugning eller *exploatering*. Med själv-varufiering åsyftar jag en process av att se sig själv och förpacka sig själv som en vara på en marknad i syfte att bli ”såld” (Davis 2003, 8). Detta innebär ett instrumentellt förhållningssätt där man bryter ner sitt jag i egenskaper, kvaliteter och kompetenser.

Dessa lyfts fram eller censureras i syftet att göra sig själv så åtråvärd som möjligt utefter den marknad man producerar sig själv för. Så själv-varufiering innebär dels en process där en själv är aktiv del i varufieringen och att det som förpackas är ens jag. I *Därför gör kärlek ont* beskriver Illouz sexuella kapitalister som någon som ser antalet sexuella partners som en källa till jagets sociala värde (Illouz 2013, 86). Besläktad med detta är vad jag kallar bekräftelse-kapitalister. Dessa agerar på en marknad där potentiella partners varufierats och följaktligen gjorts mätbara. En bekräftelse-kapitalist agerar efter uppmaningen att ständigt få visat intresse av fler potentiella partners. Antalet intresserade blir en måttstock på den egna varans bytesvärde, hur åtråvärd man är eller jagets sociala värde. Dessa begrepp kommer bli än mer precisa och utvecklas i relation till mitt material i analysen.

I följande avsnitt kommer Tinders själva utformning beskrivas, primärt utifrån min egen observation av appen. Detta för att ge en förståelse till den läsare som saknar kännedom om Tinder men också för att visa på den tekniska infrastruktur som man som användare förhåller sig till och agerar inom.

3. Tinders infrastruktur

Tinder är i egen utsago en app för att ”träffa nya intressanta människor i närheten” (gotinder.com 2017). När man startar appen första gången skapar man en profil och anger könstillhörighet och om man är intresserad av att träffa män eller kvinnor. Sedan laddar man upp en profilmild föreställande sig själv och en kortare presentationstext, om man vill. Efter det ställer man in sökfunktionens vidd; inom vilket åldersspann Tinder skall söka efter potentiella partners och inom vilken radie från ens egen position som potentiella partners ska befinna sig. Omvänt innebär det att ens profil kommer enbart dyka upp för dom som både uppfyller ens egna och deras sökinställningar. Tinder har i huvudsak tre fönster. Det första fönstret som dyker upp är också det som gäller appens primära funktion; att välja vem man är intresserad av att träffa eller ej. Fönstret består främst av den virtuella högen av användares profilmoton. Varje användare som uppfyller ens sökkriterier visas i tur och ordning. Här ser man den profilmoton som personen valt och dennes namn och ålder i fotots nederkant, samt eventuell anställning och utbildning om detta angetts. Klickar man på bilden får man tillgängligt eventuella övriga foton och presentationstext. En snabb dragning med fingret åt vänster och en röd stämpel med texten ”NOPE” dyker upp på profilmotonen och användaren försvinner ut till vänster och är nu ersatt av nästa profil i högen av användare. En snabb dragning till höger och en grön stämpel med texten ”LIKE” dyker upp, profilen försvinner nu ut till höger, och så fortsätter det tills alla som uppfyller ens sökkriterier har visats. Det är detta som gett upphov till nyordet att

”swajpa”. Skulle ens intresse för en person vara besvarat uppstår en ”match”. Dessa profiler görs tillgängliga för interaktion i ens chattfönster, de som inte visat intresse går inte att kontakta. Det andra fönstret är menyn för ens matchar och de man chattar med. På en horisontell rad i överkant samlas alla ens matchar representerade av sitt profilmfoto i en liten ikon med deras namn under. De man chattar med samlas i samma fönster, men samlas i en vertikal rad längs med vänsterkanten. Det tredje och sista huvudfönstret är ens egen profil, här kan man ladda upp nya foton, ändra profilmfoto och ordning på foton samt skriva sin presentationstext.

Tinder är ett vinstdrivande företag värderat till cirka 3 miljarder dollar (Forbes 2017). Av de cirka 50 miljoner användare är en miljon betalanvändare (Businessinsider 2017). Tinders betaltjänst ger användaren fler likes, möjligheten att ångra ett val och lägger en högre upp i potentiella partners ”utbudshög”. Genom att använda appen godkänner man Tinders användarvillkor. Detta innebär att Tinder äger all data som användarna delar med Tinder och producerar genom sin användning av appen (gotinder.com). Datan består exempelvis av ens chatt-logg, vart man befinner sig, vilka man swajpar ja och nej på, vad man gillat på Facebook och ens utbildning. Detta är både data som krävs för att appen ska fungera och som Tinder har rätt att sälja vidare till vad de kallar ”tredje part”. Dessa företag har i sin tur rätten att sälja denna data vidare för att exempelvis rikta reklam (gotinder.com & Duportail 2017). Den mest framträdande tredje parten är Facebook. För att göra en profil på Tinder kan man gå tillväga på två sätt, en direkt via Facebook en indirekt via Facebook. Via det första sättet ger man rätten till Tinder att skapa en profil utifrån ens Facebook-konto, då överförs bilder och information från Facebook till Tinder. Det andra sättet sker via ens telefonnummer, detta är en tjänst kallad ”Account kit” som likväl är Facebook (accountkit.com). Via detta sätt ges inte några Facebook uppgifter till Tinder men Tinder har likväl rätten att sälja till Account kit alltså Facebook all data de samlar in. På så vis kan Facebook och Tinder samla data även från personer som inte har ett Facebook-konto.

Nästkommande avsnitt utgörs av min analys. Inledningsvis kommer jag förstå min observation av Tinder med Illouz. Detta för att visa på hur Tinder kan förstås växa fram ur den historiska omvandlingen av partnervalets ekologi och arkitektur, som redogjorts för i teorin.

4. Analys

4.1 Tinders infrastruktur sett genom partnervalets omvandling

Om man förstår Tinder, likt Illouz betraktar nätdejting, som ett tekniskt hjälpmedel tänkt att underlätta i valet av partner, kan det vara klokt att fråga sig vilka rationella metoder det är som

Tinder bistår med. Må hända är det mest uppenbara att Tinder *konstruerar* en ekologi eller ett utbud. Illouz menar att utbudet i verkligheten alltid är hypotetiskt men som i fallet Tinder, blir utbudet verkligt. Appen skapar och visualiserar ett enormt överflöd av potentiella partners och gör det möjligt att jämföra dessa sinsemellan (Illouz 2013, 250f). Även att ”fatta tycke för någon” ges konkret form på Tinder, med match-funktionen tydliggörs ett ömsesidigt intresse. Om ett verkligt möte präglas av en ovisshet så kan match-funktionen ses som ett försök att överbrygga detta. Så också ens identitet konstrueras på Tinder. Om vi betraktar verkligheten som präglad av en pågående rumslighet och tidslighet där människor delar verbal men även kroppslig närvaro och interaktion så erbjuder Tinder att man i viss mån drar sig undan tiden och rummet. Man erbjuds verktyg för att med bilder och text framställa sig som närvarande i sin frånvaro. Detta ökar möjligheten att agera strategiskt, att kunna välja hur man ska framställas i bild och i text och välja när och vad man ska skriva. Tinder bistår också med utgallrings-funktioner. Genom basala avgränsningar gällande ålder och plats kan man minska urvalet och man kan enkelt ta bort en oönskad match.

Genom att begränsa interaktionen enbart till dem man matchar med slipper användarna även ta ställning till en strid ström av inviter som man inte visat intresse för. Att valet föregår interaktionen implicerar även det system av känslomässig autenticitet som nämnt ovan; där preferensers och känslors ontologi föregår mötet. Så Tinder inte bara uppmanar sina användare att välja utan de *måste* välja. Användare är endast synliga en i taget, för att nå nästa användare i högen så måste du ta ställning till den som syns för tillfället. Det informationsunderlag som står till buds är i första hand foton.

Profilmotots centrala roll på Tinder kan förstås som en följd av sexighetens höga status. Enligt Illouz har sexigheten som kriterium fått konsekvensen att attraktion allt mer kommit att betona det ikoniska och visuella (Illouz 2013, 75–77). Med detta i åtanke skulle man kunna resonera att profilmotots centrala och mer eller mindre allena rådande roll som bedömningsunderlag i urvalsprocessen på Tinder objektiverar ”sexighet” som det primära kriteriet; det blir en fast del i Tinders arkitektur.

Sammanfattningsvis kan sägas att Tinder samlar människor i ett väldigt flöde. Användarna står i konkurrens med varandra och man kan jämföra potentiella partners och välja ”den bästa”. Fotots framträdande roll kan förstås som att sexighet eller fysisk attraktion är kriteriet som premieras. Av denna förståelse blir Tinder i mycket ett uttryck av den historiska process som Illouz målar upp, men Tinders infrastruktur och mitt material äger en nyansrikedom som delvis undslipper Illouz förklaringar. I det följande kommer jag visa dels på Illouz giltighet för mitt material men också hur

jakten på uppmärksamhets-kapital kan förklara väsentliga drag av Tinder och användarnas upplevelser.

4.2 Tinders dragningskraft

Illouz menar att kärlek och intima relationer har en central roll i västerländsk kultur, med en närmast religiöst status. Kärlek tillskrivs kraften att skapa mening, självkänsla och lycka (Illouz 1997, 30). Detta syns inte minst i den enorma kulturproduktion som kretsar kring kärlek och relationer. I den generiska romantiska komedin är lycka och mening likställt med tvåsamhet och intimitet och ensamhet knutet till meningsförlust och sorg. Kärlekens centrala status i vår kultur skulle också kunna förklara en initial attraktion i att använda Tinder, i det att kärlek och lycka förhoppningsvis införlivas för den som använder appen.

Vad som mer specifikt attraherar användare skulle kunna förstås i att det erbjuder en relativ trygghet och en barriär mot de smärtsamma känslor som partnervalet är konnoterat av. I anslutning till frågan om hur det känns att bli avvisad på Tinder beskriver Olof:

I början var det jobbigt så klart det är precis som på krogen- krogen är *hundratusen gånger* värre när man blir dissad eller *en miljon gånger värre* kanske för att det känns så jävla mycket men på Tinder är det så här okej att hon sluta svara e:h jag bruka dra iväg en sista sån och se om hon bara har glömt eller va fan som helst men sen så jag är väldigt okej med det.

Enligt Illouz är det typiska för psykiskt lidande i modern tid att det är knutet till själva jagets definition och att självkänslan står på spel (Illouz 2013, 31). Jaget i modern tid har "essentialiserats" och förstås som egenskaper likt utseende och personlighet, snarare än klasstillhörighet. Dessa egenskaper har, som nämnts tidigare, också fått en företrädande roll i valet av partner. Följaktligen skulle man kunna förstå ett avvisande på kärlekens område som ett avvisande av en persons själva väsen (Illouz 2013, 55). I skydd bakom skärmen och i glappet mellan sig själv och ens representation av sig själv (i form av ens Tinder-profil) skulle Tinders attraktion kunna förstås i att det helt enkelt är emotionellt mildare. Det erbjuder ett avförokroppsligt möte som skapar en distans till andras blickar och omdömen och omvänt är andra användare inte direkt medvetna om ens egna blick och omdöme. Trygghet ges också genom att försöka reducera antalet avvisanden efter visat intresse, eftersom man endast kan ta kontakt med någon som visat intresse tillbaks.

Dragningskraften skulle också kunna förstås utifrån omdaning av partnervalets ekologi; det enorma utbud av faktiska eller inbillade valalternativ som görs tillgängligt via Tinder. Detta utbud i

sig utövar en stark attraktion och ger en känsla av att bekvämt och enkelt kunna hitta någon. Olof svarar på frågan hur det kommer sig att han använder Tinder:

... [K]rogen är, svårt, det är ett annat samtalsämne tror jag också men det- ah det är speciellt asså och det är- krävs, mycket övning, mycket mer övning och mycket mer disciplin, e:h och mycket mer bearbetande av en själv, hehe, Tinder är en väldigt lat väg jämfört med krogen så jag tindrar för att det är bekvämt och för att höja mina chanser att bara träffa nån, Tinder är tråkigt i sig men när man väl träffas så är det kul liksom...

Olofs förståelse av Tinder går i linje med Illouz beskrivning av dejtingsajter som ett tekniskt hjälpmedel, vars enda syfte är ”att underlätta sökandet efter en romans eller rentav äkta kärlek som uppfyller de två idealen av fysisk attraktion och känslomässig överensstämmelse” (Illouz 2013, 249f). Tinders visualisering av utbudet och ens matchningar, samt det tydliga valet i form av att swajpa höger eller vänster kan förstås som tekniker för att effektivisera partnervalet.

En tredje faktor till att Tinder utövar en dragningskraft skulle kunna härledas ur att det är utformat som ett spel, något som skaparen Sean Rad explicit uttrycker i en intervju:

“We always saw Tinder, the interface, as a game,” Rad said. “What you’re doing, the motion, the reaction.” So Rad and Badeen modeled the original stack of potential matches’ faces after a deck of cards. When playing with physical cards for inspiration, their natural urge was to interact with the top card by throwing it to the side. Thus, the iconic Tinder swipe was born...”They join [Tinder] because they want to have fun. It doesn’t even matter if you match because swiping is so fun” (Time Magazine 2014).

Flera användare tycks också förstå Tinder i dessa termer, exempelvis Simon berättar:

M: Och hur använder du det ((Tinder))?

S: Eh, som det är nu jag går in och swajpar och ser om det händer nånting, tittar på folk. Det är sällan nån som skriver till mig, jag bara har det [M: mm] Men jag har pratat väldigt mycket med folk på Tinder men eh tröttnat lite på det, det ger mig inte särskilt mycket. Jag är väldigt sällan sugen på att träffa nån som att-

M: Hur kommer det sig?

S: Det beror väl mycket på att det är, jag känner mig inte bekväm, stressar upp mig själv inför eventuella möten liksom. [M: mm] och lägger för mycket förhoppningar- och bli sårad och då blir det inte liksom ((ohörbart tal)) Det känns som ett *väldigt spel där jag samlar på matchningar liksom.*

Swajpandet, som Rad och Simon pratar om, skulle delvis kunna förstås som en katalysator för fantasin. Om fantasi förstås som att göra något frånvarande närvarande, så tillåter det outsinliga flödet användaren att fantisera om andra användare och/eller att potentiellt föranleda sex och kärleksrelationer (Illouz 2013, 310ff). Fantiserande i sig kan förstås som ett självändamål som skapar stimulans. I Tinders gratisversion, som de flesta använder, är ens ”höger-swajpar” begränsat till ett visst antal, vilket innebär att om de tar slut får man nya efter 24 timmar. Detta kan förstås

som en teknik för att inte devalvera värdet i en match och skapa incitament för användaren att kontinuerligt återkomma. Hanna berättar om vad hon använder Tinder till:

H: [J]ag skulle säga att jag använder Tinder för.. typ gå på dejting, ibland, men bekräftelse också.

M: Genom då att få en match liksom?

H: Ja det är kanske inte den primära anledningen men det ligger ju ändå nåt i det.

Den bekräftelse som Hanna beskriver är en anledning till att hon återkommer, om än inte den primära. Detta accentueras även i appen med ett glatt ljud och ett fönster som poppar upp med texten ”Grattis du och X gillar varandra”. Denna utformning som skaparna beskriver som spel-liknande premisser skulle också kunna ses som tekniker för att fånga användarens uppmärksamhet vilket kommer undersökas i avsnitt 4.4.

Sammanfattningsvis kan man förstå Tinders lockelse i: att det agerar mot bakgrund av en kultur där kärlek och sex ses som en meningsskapande kraft, Tinder sägs förmedla kontakter för denna typ av relation. Det upplevs av vissa användare som enkelt och tryggt, som en ”lat” teknik jämfört med krogen och ett sätt att höja sina chanser att träffa någon. Tinder är även utformat som ett spel för att fånga användarnas uppmärksamhet och få oss att stanna kvar. Det tillämpar tekniker för att fånga uppmärksamhet, som den bekräftelse man får vid en match. Så vad berättar användarna om hur de agerar på- och förhåller sig till- Tinder? Vilka känslor och tankar väcks? Detta ämnar jag besvara i nästa del och även försöka förstå hur dessa kan tänkas korrelera med Tinders infrastruktur.

4.3 Överflödets konsekvenser

Tråden på Flashback kan förstås som en del av Tinders arkitektur i det att den präglas av ett utbyte av strategier och värderingar rörande Tinder. Ett framträdande tema är samtal om hur man kan bli mer framgångsrik på Tinder. Det är nästan uteslutande män som skriver och målet är ofta att inleda en sexuell kontakt, helst flera. Andra uttrycker att de skulle vilja finna ett längre förhållande.

Samtalen rör strategier och rådfrågning om vad som fungerar och inte, somliga rapporterar om sina framgångar och ger förklaringar till varför de lyckas, dessa diskuteras sedan, förkastas, ifrågasätts eller hyllas. Frågorna och råden rör allt ifrån vilka bilder man ska ha, när och vad man ska säga i chatten, vart man går på dejt, vilken ”typ av tjej” man bör swajpa ja på, och vilka som är lättast att få ligga med. Frågorna rör även Tinders infrastruktur, finns det ett sätt att nyttja algoritmerna till fullo? Lönar det sig att betala? I följande utdrag diskuteras hur man bäst ska initiera en chatt:

A: Skriv aldrig hej. Va kreativ och försök bygga en sorts reaktion i henne. Näm [sic] något i hennes bio, bilder, etc. Hon får inte tro att du copy paste till alla tjejer, gör det personlig för henne.

B: Det om något är väl patetiskt? Man har inte ens fått ett svar och redan i inledaren ska man vara clown och få henne glad och intresserad . Kan man inte svara på ett Hej har man nog inget intresse iaf.....
Däremot efter Hej är det bra att styra....

C: Håller med dig i principen. Men tyvärr ser marknaden ut som den gör för många, och även om man är ett kap så måste man sticka ut från övriga matches, åtminstone inledningsvis, och inte bli det 11:e "Hej"-et på en dag, och drunkna i mängden innan man lyckats etablera en konversation som hon kan relatera till.

D: Att spela clown hjälper inte. Intresset måste finnas där ändå. Ett hej räcker om hon är intresserad.
That's it. Tjejerna är inte på cirkus.

A: Vet du hur marknaden ser ut på tinder?? Tjejer matchar med 99/100 swipes. Av de killar som tjejerna matchar med skriver majoriteten ingenting eller Hej.... Ifall du inte är 10/10 så sänks din sannolikhet att få svar[sic] då tjejer får många såna meddelande. Du måste sticka ut. Måste acceptera spelet fastän du inte gillar det om du vill ha nåt.

B: Ok jag accepterar. Exempel : så om tjejen har en bild att hon spelar fotboll, ska man öppna med typ "blir det några mål eller??" Och vara "rolig" 2-3 mess SEN kan man fråga om dricka vin? Dricka vin = Hint om knull.

I detta samtalsutbyte blir några drag tydliga. Konversationen präglas av en förgivettagen målrational och strategisk attityd, där bästa tillvägagångssätt för att nå målet, i detta fallet sex, diskuteras. Användarnas talar även explicit i ekonomiska termer av "marknad". En annan användare gör den explicita kopplingen i ett av sina råd: "När artighetsfraserna är avklarade, försök 'gå på avslut' (som säljare brukar säga)" (Flashback 2017). Detta berättar att somliga användare själva förstår Tinder som en marknad, likt Illouz, och att de tillämpar tankesätt som är inlånat från den ekonomiska sfären för att begreppsliggöra och navigera på Tinder. I diskussionen härleds också problemets kärna till att överflödet av potentiella partners skapar en konkurrenssituation där det är svårt att få kontakt. Att de agerar strategiskt skulle då förstås vara en konsekvens av överflödet och den avförkroppsligade närvaron på Tinder snarare än att deras strategiska och målrationala förhållningssätt föregår Tinder. Vloggaren Alexa berättar hur hon upplever andra sidan av detta dilemma:

The atmosphere on there is just strange it's weird they all just blur into one big ball of- they are all the same to me and maybe I look at the display picture but it's not enough to distinguish one bloke from another... I had to shut off my notification because it was so annoying... later I just got ((imiterar telefonens notifikations-ljud)) för new matches and new messages and then I got messages like 'I guess you weren't interested' or 'why won't you answer me back?'... The truth is I just could never be bothered to answer everyone it got too overwhelming...

Denna problematik som nu exemplifierats från två sidor har flera potentiella förklaringar. Att Alexa uttrycker att hon har svårt att skilja den ena killen från den andra skulle kunna förstås som en känsla av värdeförlust; att hon har svårt att tillskriva någon ett värde eller känna ett begär för någon. Vad man begär kan delvis förstås som styrt av en knapphetsprincip, att vi begär det som är svårfångat och otillgängligt (Illouz 2013, 128). Överflödet skulle således kunna göra att Alexa har svårt att

avgöra vem som över huvud är värd att besvara. Att sexighet blivit ett avgörande kriterium, vilket inte minst lyfts fram på Tinder, skulle kunna föranleda ytterligare en förklaring. En konsekvens av sexigheten och det yttres höga status är att utseendet allt mer likriktats (Illouz 2013, 78). Via medie-, mode och kosmetika industrin har bilder av skönhet och sexighet standardiserats och fått ett relativt obundet förhållande till klass med avsikten att tilltala så många som möjligt (Illouz 2013, 75). Vissa ansiktsdrag, kroppar, klädkoder och poser klassas som åtråvärda och andra inte. Alexas problem med att särskilja de olika killarna skulle kunna förstås som en konsekvens av en sådan likriktning; att de flesta strävar efter och spelar enligt nästintill samma snäva symbolspråk för vad som anses vara åtråvärt. På frågan om vad Sarah och hennes vänner brukar prata om i anslutning till Tinder svarar hon:

S: Eh ((imiterar sina vänner)) 'jag matchade med honom vet du? du vet han' typ man ba 'ah najs' ja så kan det vara till exempel eller typ ... 'jag ska på tinder dejt' men också typ 'fan vad jag har tröttnat på Tinder'.

M: Varför säger dom att dom tröttnat på Tinder?

S: 'Det finns inga snygga i Malmö!' Hehe den har jag hört många gånger. 'Det finns inga' den liksom, lite uppgivenheten. Eller 'alla ser så jävla tråkiga ut'.. ja så.

Troligtvis är det inte att det inte "finns inga" på Tinder, utan det Sarah beskriver skulle kunna förstås följa den tendens som beskrivits ovan; att hennes vänner har svårt att tillskriva någon ett värde i överflödet av alternativ eller att alla anspelar på standardiserade koder för vad som är åtråvärt och upplevs därför likartade.

Må hända är den primära svårigheten med att välja, som konsekvens av överflödet, att personer slutar leta efter en partner som är ett full gott alternativ och istället börjar nyttomaximera, det vill säga att användarna hela tiden söker få fler matchar och "bättre" matchar (Illouz 2013, 141). Det vittnar flera användares utsago om:

E: Det finns dock ett visst problem. När man får till det med någon som man skulle kunna tänka sig att investera mer tid i, så finns det alltid någon matchning som man ser mer potential i. Oklart hur man ska lösa det om man kanske strävar efter något mer seriöst.

F: Varför fortsätter man använda Tinder om man hittat en kvinna med potential i?

G: Aldrig fokusera på endast 1 tjej är en grundregel.

Detta utdrag illustrerar den nyttomaximerings-princip som genomsyrar tråden på Flashback. Vanligtvis är det ett underförstått mål som de flesta ömsesidigt accepterar, här har användaren "E" identifierat en konsekvens av nyttomaximering - det finns alltid någon med "mer potential", vilket

implicerar att kraven hela tiden förändras eller ökar. Om ens intention är att skaffa sig en ”seriös” relation som jag tolkar som en långvarig relation, så undergräver överflödet förmågan att välja, vilket kan leda till att man fastnar i ett ständigt sökande efter ett bättre alternativ (Illouz 2013, 250f). I meningsutbytet råds även ”E” att rätta sig efter nyttomaximeringens logik; att ”aldrig fokusera på endast 1 tjej”. Nyttomaximeringen är må hända främst en konsekvens av att Tinders konstruerar en ekologi, ett överflödigt utbud men här ser vi även hur en visst förhållningssätt normativt uppmanas att inlemmas. Där denna normativa uppmaning kan förstås vara en del av Tinders arkitektur.

4.4 Att bli fångad och fånga andras uppmärksamhet

Jag har fram till nu betraktat Tinder genom Illouz teori. Utifrån detta förstås Tinder främst som en tjänst, ett tekniskt hjälpmedel utformat efter marknadsprinciper. Tinder ses då i första hand ackumulera kapital genom att de utför denna tjänst, att de vill underlätta i partnervalet. Sett som så framstår exempelvis nyttomaximering som en oönskad konsekvens som blir till problem för användarna att försöka lösa. Jag vill här skifta fokus till mitt andra teoretiska spår. Ovannämnda problem kan också förstås genom att Tinders infrastruktur är utformat för att fånga uppmärksamhet. Nyttomaximeringen innebär en ständig rörelse på Tinder, genom att fortsätta swajpa, ladda upp nya bilder, matcha och ta upp nya kontakter, genererar uppmärksamhet i form av data som Tinder äger och säljer. I ljuset av detta skulle nyttomaximering inte förstås som en oförutsedd konsekvens av ett tjänst som vill underlätta i valet av partner utan snarare en aktiv strategi för att skapa en kontinuerlig produktion av uppmärksamhet. Två exempel på hur Tinder är utformat skulle kunna argumentera för denna förståelse: För det första så erbjuder inte Tinder en överblick av utbudet utan man måste ta ställning och swajpa på varje person som dyker upp, vilket kräver tid, aktivitet och uppmärksamhet. För det andra är däremot alla ens matchar överblickbara i ens chattfönster, att andra potentiella partners är visuellt närvarande skulle kunna bidra till svårigheten att välja och följaktligen ständigt leta vidare. Även Hannas förståelse av varför så många enligt henne endast swajpar, svarar hon:

Ja men jag tänker det är hela smarttelefon-grejen att man ständigt har den i handen. Man har scrollat Facebook, man har scrollat Instagram, man har scrollat Twitter vad gör jag jo men jag går in och swajpar lite medans jag kollar på nåt dåligt tv-program som jag ändå inte bryr mig om typ.

Jag vill här införa en distinktion, den mellan *hård* och *mjuk* uppmärksamhetsekonomi. Med den förra avser jag en monetär ekonomi styrd av principen att ständigt ackumulera kapital, där uppmärksamhet varufierats och säljs i utbyte mot pengar. Sannolikt agerar Tinder och är format av detta system. I konkurrens med en mängd olika sociala medier gäller det för Tinder att *fånga användarnas uppmärksamhet*. Användarna kan här ses som exploaterade arbetare eftersom de

genererar kapital, oavlönat, genom sin användning på Tinder (Crompton 2012, 29). I Hannas betraktelse ovan blir det dels tydligt hur dessa medier förstås i anslutning till varandra i kontexten av ens smarta telefon. Hon visar även på den vardagliga dimensionen av hur konkurrensen i den hårda ekonomin tar sig uttryck i en enskild användares liv, de vill alla ha hennes uppmärksamhet. Enligt detta sättet att se det skulle Tinder inte främst fungera som ett hjälpmedel utan som en teknik för att få användarna att spendera så mycket tid på appen som möjligt och producera uppmärksamhet. Att Tinder också lyckas ta mycket tid i anspråk är något användare själva berättar. Vloggaren Ted har en liknande upplevelse av Tinder som Hanna ovan, även hans erfarenhet vittnar om sociala mediers konkurrens om hans uppmärksamhet. Men Ted uttrycker även en känsla av meningslöshet och i hans fall ledde det till att han avslutade sitt Tinder-konto:

The second reason why I deleted Tinder is it was taking up all my time. When it comes down to technology, internet and my phone I waste a lot of time and I try to change that. I always have my phone on me I literally sometimes spend an hour just bringing up Facebook scrolling through, bringing up Instagram scrolling through, bringing up Twitter scrolling through... with Tinder added to that jungle of apps I wasted even more time...

Med mjuk avser jag ett ekonomiskt system där det som ackumuleras är värden så som bekräftelse och sex. Tinder är i sig en sådan mjuk uppmärksamhetsekonomi. Här kan användarna förstås som både bekräftelse-kapitalister och varor i konkurrens med varandra i ett överflöd av potentiella partners, matchar och meddelanden, bristvaran är uppmärksamhet. Vloggaren Tim, som ger råd på Youtube, understryker liksom i Flashback-tråden att man "måste sticka ut". Hans råd belyser även att uppmärksamhetsekonomi fungerar på två olika nivåer:

The biggest mistake people make is they say 'oh your so cute' ... or ... 'hey whats up?' or 'how are you doing?'. You know the problem with that is- what everyone is saying- that is literally what every guy say so if you want to get her *attention and that-s what you need to do you need to get her attention* you need her to respond essentially.

Från användarens perspektiv gäller det att *fånga andra användares uppmärksamhet*. Detta sker genom en själv-varufiering där man med hjälp av främst bilder producerar sig själv som vara på en partnervarelets marknad (Davis 2003, 9). Tims råd ovan och samtalen på Flashback visar hur centralt det är att fånga andras uppmärksamhet. Samtalen på Flashback kan också förstås bistå med strategier för hur man bäst varufierar sig själv. Ens värde fås genom bekräftelse. I den mjuka ekonomin ges bekräftelse mätbar och fast form genom matchar, superlikes och chattkonversationer. Förutom den lustfyllda känslan som detta i mån skapar så genererar denna mätbara och fasta form även social status, den berättar något om jag-varans bytesvärde. Användaren "H" uttrycker just detta:

...Tro mig, om du får 4 matchningar nu, kommer du aldrig få några matchningar om några veckor. Lika bra du börjar om, skaffa bättre bilder, eller om det är så att ditt utseende är katastrof, inte mkt att göra åt. *Appen bestämmer ditt sexuella värde just nu*, och lyckas du inte matcha med flera i början, så kommer du hamna lägst ner på skalan. Vill inte vara otrevlig, bara säger sanningen.

Användare ”H”s råd blottar de två rollerna som användarna agerar efter i den mjuka ekonomin på Tinder. Dels som varor, och som bekräftelse-kapitalister. Här förstås detta att ackumulera fler matchar inte som ett hinder utan ett mål i sig, att ständigt få fler och sålunda höja sin status. För H framstår detta värde som objektivt och sant.

Distinktionen mellan mjuk och hård fungerar som idealtyper för att synliggöra olika perspektiv inom ekonomin, den av Tinder och den av användarna. Det är två sidor av samma mynt där den hårda i mycket bestämmer den mjuka. I verkligheten är Tinders ackumulation av uppmärksamhet som kapital koordinerad och sammanfaller med användarnas ackumulation av potentiella partners. En match är för en användare en bekräftelse och ökad status, för Tinder är det säljbar data. Det är just att de sammanfaller som är Tinders styrka, de får användarna att producera uppmärksamhet genom att varufiera sig själva och jaga bekräftelse. En princip som innebär ständigt rörelse. Tim är i nån mån medveten om dessa principer och uppmanar explicit sina tittare att rätta sig efter Tinders logik och både varufiera sig själva och agera som bekräftelse-kapitalister.

Förstått enligt denna distinktion blir användaren på Tinder tredelad. Sedd från Tinders perspektiv i den hårda uppmärksamhetsekonomin är användaren en exploaterad arbetare som utför ett arbete som inte erkänns som arbete. I den mjuka ekonomin agerar användaren dels som kapitalist gentemot andra men måste varufiera sig själva och bli sedd och utvärderad som en vara. Denna tredelning skapar konflikt i användarna främst då intentionen att träffa någon krockar med rollerna man ges. Detta tar sig uttryck i nedslående känslor, förändrade intentioner, att man lämnar Tinder eller finner mot-strategier för att kringgå problemen. Det är dessa uttryck som följande avsnitt ämnar utforska.

4.5 Upplevelser av själv-varufiering och att agera som bekräftelse-kapitalist

Vloggaren Alexa berättar om hur en känsla av att vara falsk uppstod till följd av hennes Tinder-användning:

I did not feel like myself on there I had very heavily curated photos, no they were not photoshopped but they were certainly some of my good blogging pictures. I did everything from have a face shot a body shot a smiley face shot a shot that made me look interesting I think and then my bio is like cute and qwerky not just really a list of things separated by commas I feel like *I omitted things that are really core to my personality* that I could either not include in my profile or I thought would make me uninteresting

so I did not include them cause I was trying to get the most amount of matches possible so though I wasn't lying about anything I didn't feel authentic.

Detta kan förstås som att Alexa varufierar sig själv och försöker framställa sig själv så attraktiv hon bara kan. Detta för att fånga så många uppmärksamhet som möjligt och maximera sitt bytesvärde eller "marknadsvärde" (Davis 2003, 8). Att Alexa känner sig falsk skulle kunna förstås i relation till det system av känslomässig autenticitet; där ens personlighet och utseende är likställt med ens jag (Illouz 2013, 51). När Alexa varufierar och således manipulerar eller censurerar aspekter av sitt jag upplever hon att hon inte är autentisk och därmed falsk. Sarah berättar på ett liknande vis att Tinder gav henne ångest och på följdfrågan varför svarar hon:

*Jo men det kändes så himla konstruerat i så hära hur man tog kontakt med en person typ.. både du och jag, tycker att du ser bra ut i nån bemärkelse, eller du verkar va intressant eller cool eller jag vet inte, vad det nu var man försökte framhäva med sig själv typ. Det var väl allt det kanske hehe men, och sen då så ska man skriva typ och det känns jättekonstigt. Och det gav en lite ångest typ, eller så här vilken förväntning har den personen av en, när man tackade ja när man sa yes ja- ah vad precis och det kanske mer också så här handlade om att så hära att *man inte lever upp till det då på nåt vänster.**

Det Sarah upplevde som ångestskapande kan förstås växa ur att hon allt för mycket börjat tänja på gränserna för det autentiska jaget. Hennes profil eller vara var må hända, likt Alexas, en uppsatsad version av sig själv. När ett potentiellt möte var i förestående så blev hon osäker huruvida varan hon framställt överensstämde med henne själv. I övergången från Tinder till verkligheten skapar själv-varufieringen en osäkerhet som kan försvåra eller stå i vägen för en kontakt. Alexa igen:

*[L]ets be real most guys swipe with their dicks and most girls aren't any better at least I'm not to be really honest with you yes of course I did swipe for really superficial reasons hehe I made very shallow connections with people based on how they looked or *based on how interesting they seemed on their profile which had nothing to do with real life.**

Alexa kan här förstås belysa glappet mellan Tinder och verkligheten som själv-varufieringen skapar. Vloggaren Ted å andra sidan belyser en känslomässig konsekvens som kan sägas springa ur att agera som bekräftelse-kapitalist:

It took a toll on my self confidence don't get me wrong I had matches and plenty of them so you know when you matched with someone they must have swiped right on you because they must have thought you were cute who must seem like the perfect thing right? But then you just think about how many girls you swiped right on and then of those girls how many swiped right on you. I begin to question why other girls weren't swiping right on me even though I had this large group of girls on this side who did swipe right on me. I was just not content I had to get that perfect 100% swipe right statistics and it really zapped some self confidence out of my system. It shouldn't have but it did get to me.

Istället för att glädjas åt dem han matchat med så beskriver Ted hur hans jakt på bekräftelse får som effekt att han snarare sörjer alla dem som han *inte* matchat med. Sarah fick ångest för att varan av

henne själv och henne själv potentiellt inte överensstämde och att detta skulle blottas vid ett reellt möte. Något annorlunda skulle Teds dåliga självförtroende kunna tolkas komma ur att han allt för starkt sammankoppla varan av sig själv med sig själv och när han inte matchade med alla blev det ett avvisande av jaget. Viktigast här dock är att utbudet i sig och jakten på mer bekräftelse må hända förtar glädjen, man kan alltid få ett högre bytesvärde.

I det inledande analysavsnittet beskrev jag Tinders dragningskraft som delvis en konsekvens av att kändes tryggare och mindre smärtsamt än att bli avvisad på krogen. Exempelen ovan berättar likväl om smärta kopplat till Tinder. Jag menar att även om smärtan inte avtagit så har dess betingelser och orsaker förändrats. Ett enskilt nekande svar på Tinder gör må hända mindre ont än om det gjorts öga mot öga, men insikten om att flertalet i det överflöd av potentiella partners sagt nej, kan orsaka osäkerhet och smärta. Själv-varufieringen innebär att användarna framställer sig så åtråvärda de bara kan och kan skapa osäkerhet och motstånd för att initiera en kontakt. Denna smärta kan förstås komma ur att å ena sidan varufiera sig själv och å andra sidan agera som bekräftelse-kapitalist. Smärtan kan också förstås ur hur väl ens intentioner överensstämmer eller anpassas till Tinders infrastruktur. Detta ska undersökas i nästa stycke.

4.6 Avsluta Tinder, anpassade intentioner eller göra motstånd

För Alexa, Sarah och Ted blev de känslomässiga konsekvenserna av själv-varufieringen, som beskrivits ovan, alltför stora och de avslutade sina Tinder-konton. Andra användare som i mån upplevt samma problematik har agerat och resonerat annorlunda. Hanna erkänner att en viss smärta varit knuten till sin Tinder-användning med att de avtagit med tiden och att hon lägger mindre vikt vid att bli ”unmatchad” idag än när hon först började. Hur det kommer sig att Hanna funnit de känslomässiga kostnaderna hanterbara skulle kunna förstås i relation till hennes förståelse av hur folk använder Tinder:

Jag skulle väl kanske säga, att folk använder det till, asså dels så här slentrianmässigt swajpande när man inte har nåt bättre för sig ehm eller så här för att träffa folk och ligga eller bara utmana sig själv och gå på dejts eh man vill att det ska hända nånting man skriver till nån och går på en dejt ah eh. Som en kanal och träffa folk oftast kanske mindre seriöst.

I kontrast svarade Sarah, som avslutade sitt konto, att hon tror många använder Tinder för att finna ”den sanna kärleken” vilket föranledde mig att följa upp Hannas svar med frågan om inte Tinder-användare även sökte kärlek:

H: Nej, kanske inte som det uttalande målet hehe kanske för att det är så här det är orimligt att att ha en men kanske förvänta sig att man ska träffa den stora kärleken genom en app som många använder, för att träffa engångsligg typ men sen kanske folk hoppas på det, lite mer, under ytan.

M: Man kan inte hoppas på att man ska träffa liksom en partner, eller hur menade du?

H: Eller jag skulle absolut aldrig göra det i alla fall.

M: Varför då?

H: Nä men det är väl så här vad man varit med om själv eller så här tidigare erfarenheter av Tinder och Tinder-dejting hehe liksom, ehm så skulle jag absolut inte, säga att det här är appen för där jag kommer träffa min framtida partner sen kanske man gör det men jag skulle inte använda den för det specifika syftet.

Hannas erfarenhet och förståelse av Tinder speglar den flyktighet och svårighet som präglar mötena på Tinder och som även materialet på Flashback visar. Hennes intention skulle kunna förstås ligga inom ramen för vad hon av erfarenhet finner är möjligt med Tinder; hon skulle aldrig hoppas på att finna kärleken, det är i hennes ord "orimligt". På frågan om hur hon själv använder Tinder, uttryckte hon en mer försynt ambition att "gå på dejt" och "se vad som händer" och "inget direkt mål". Huruvida Hanna initialt hade en annan intention med Tinder och därför kände smärta när hon blev avvisad, förtäljer inte mitt material, men att hennes intentioner ligger inom ramen för den möjlighetsstruktur som Tinder erbjuder skulle möjligtvis förklara varför hennes användning av Tinder fortsatt. Må hända har hon anpassat sig. Sarah å andra sidan uttryckte att hon använde Tinder för att finna en framtida partner och upplevde det alltför ångestfyllt när svårigheterna blev för stora, istället för att ändra sina intentioner så valde hon att avsluta sitt konto. Denna förhandlings- och förståelse-process mellan tillbuds stående möjligheter och intentioner sätter Sarah själv ord på när hon reflekterar över vad Tinders används till:

...[J]ag tänker också att många kan gå in i syftet 'jag ska hitta den sanna kärleken' men att man också mer faller tillbaks på nån så hära nej men det är väl kul att bara så här att gå på dejt och ligga med folk typ och liksom så här syftet ändras lite.

Sarahs upplevelse och förståelse vittnar om att själv-varufieringen och dem ständiga jakt på fler matchar kan för somliga upplevas stå i vägen för att möta en långvarig partner och att man följaktligen ändrar sina intentioner efter Tinders ekologi och arkitektur.

Olof som tidigare berättade att Tinder var en relativt smärtfri kontaktkanal jämfört med krogen har likväl noterat, för honom oönskade konsekvenser:

...[J]ag märkte att jag började välja vilka jag skulle swajpa ja och nej på så blev jag väldigt cynisk och jag märkte också för att jag hade haft Tinder ett tag och så gick jag ut på krogen, och då märkte jag, att om

jag såg nån på krogen som jag hade till exempel swajpat nej på på Tinder så- så bara ville jag asså jag- så här jag kapade av henne helt från min värld jag ville inte prata med henne jag såg inget värde i henne som människa att hon är kanske rolig fast jag inte känner den här spontana attraktionen för henne det blev nästan liksom, jag började se människor på ett sätt som jag inte var bekväm med liksom, det gör man ju alltid det tror jag inte går att komma ifrån men det förstärktes så väldigt mycket när jag började e:h så här kryssa folk på Tinder liksom och så här nej *den människan kan jag inte ha roligt med för henne hade jag inte swajpat ja på på Tinder* liksom den approachen till människor är inget jag vill ha liksom så det är en problematik som växer fram med Tinder att man förstärker sin kategorisering av människor liksom och man förminskar sin acceptans för människor...

Varufieringen på Tinder sker inom en arkitektur där fysisk attraktion är främsta kriteriet eller en varas främsta värde. Vad Olof blivit varse och vänder sig emot är för det första att han själv inlemmat attraktionen som det avgörande värdet. För det andra att potentiella partners varufierade jag fått företräde framför de faktiska personerna.⁸ Om Olof i kontexten av Tinders överflöd inte anser någon ha ett värde så gäller det även i ett faktiskt möte. Olofs berättelse vittnar om att Tinder driver på en viss mentalitet och ett förhållningssätt till andra människor i partnervalet, även utanför appens kontext. En intressant följd av att Olof varseblivit denna mentalitet eller ”approachen till människor” är att han gör motstånd:

[J]ag tittar inte ens på skärmen man har typ 50 swajps per dag om man inte betalar så jag trycker bara ja 50 ggr och så stänger jag ner appen och så dom jag matchar med matchar jag med liksom och är det nån jag matchar med som jag inte vill prata med så skriver jag inte helt enkelt.

Olof har identifierat momentet av att välja som upphovet till problemet och som citatet visar har han hittat på en strategi för att minimera den kategoriska mentaliteten. På Flashback har somliga vidtagit liknande strategier men då ofta i syftet att få så många matchar som möjligt. Flera på forumet uttrycker dock ilska mot dom som gör likt Olof:

I: Det som faktiskt förstör allt däremot är alla desperata ärthjärnor till män därute som swipar höger på verkligen allt och alla, egentligen är det sorgligt...Männen känner att de får för få matchningar och för att kompensera detta högerswipar man på allt. Det blir en ond spiral och konkurrensen extremt mycket hårdare...

Flashback-användare kan här förstås försöka normativt reglera vad som är ”rätt” förhållningssätt till Tinder. Att inte välja efter kriteriet av fysisk attraktion som själva swajpandet kretsar kring skulle kunna förstås devalvera den bekräftelse eller uppmärksamhet man får av en match. Detta är även från Tinders perspektiv ett önskat beteende och anledningen till att de införde ett begränsat antal swajps per dag. Tinders talesperson Rosette Pambakian berättar:

⁸ Denna process skulle kunna benämnas som reifikation. Enligt sociologen Peter Berger innebär begreppet att människor ”glömmer” den sociala världens mänskliga ursprung.

It's really meant to *curb the behavior of the chronic right-swipers*, who are cheating the system by flooding it with right swipes...The *validity of the swipe is core to the Tinder experience*...Tinder works best when swipes are genuine reflections of a user's desire to connect. Limitations on right-swiping give users more incentive to make sure their swipes are honest. (Hollywood Reporter 2015)

Vad Flashback-tråden och Pambakians citat vittnar om är dels den mjuka sidan av uppmärksamhets ekonomin där användare normativt uppmanas spela enligt reglerna; själv-varufiering och agera som bekräftelse-kapitalister. Pambakian betonar att en swajp har ett värde är centralt för användningen av Tinder. Så också om man ser det från den hårda sidan av uppmärksamhetsekonomin. Swajpandet är centralt för hur Tinder ackumulerar kapital. Om den data som Tinder samlar in inte förtäljer något om vad användarna uppmärksammar så har den inget värde, eftersom dess syfte är att kunna rikta reklam. Det ligger sålunda i Tinders intresse att användarna fortsätter aktivt välja och sålunda utsättas för en extrem om än tyst form av exploatering.

5. Resultat och slutsatser

I denna uppsats har jag primärt försökt besvara hur Tinder påverkar användares attityder, viljor och känslor i sökandet efter en partner. För att besvara detta har jag med hjälp av Illouz försökt synliggöra de kulturella och historiska betingelser som Tinder vilar på. Jag har bland annat sammankopplat Tinders infrastruktur med den historiska omdaning av partnervalets ekologi och arkitektur. Här har exempelvis Tinders betoning på det visuella förstått gå i linje med det framväxande och avgörande kriteriet "sexighet". Vidare har Tinders attraktion, med Illouz vägledning, förstått som en teknik som underlättar och konstruerar ett utbud av potentiella partners. Detta sker mot bakgrund av en kultur där kärlek och sex, enligt Illouz har en närmast religiös status. Jag har genom en analys av användarnas upplevelser i Illouz termer visat hur somligas agerande och intentioner kan förstås som nyttomaximering. I detta perspektiv ses användarnas upplevelser som indirekta biprodukter av Tinders marknadsmässiga utformning och överflöd. Jag menar emellertid att utifrån detta spår förbises frågan om *hur* Tinder ackumulerar kapital. Förstått genom uppmärksamhetsekonomin som teoretiskt ramverk framhåller jag att Tinder främst ackumulerar kapital genom att fånga och sälja uppmärksamhet. Detta anser jag ytterligare stöds av de användarvillkor som Tinder utformat och som samtliga måste acceptera för att använda appen. Genom distinktionen hård och mjuk uppmärksamhetsekonomi har jag önskat begripliggöra hur Tinders kapitalackumulation formar användarna att agera efter liknande principer. Något som gynnar Tinder, då det skapar en kontinuerlig produktion av uppmärksamhet.

Omformningsprocessen har förklarats med begreppen själv-varufiering och bekräftelse-kapitalist. Jag har även tolkat de känslomässiga konsekvenserna av denna process, som visat sig speciellt slitsam om man har intentionen att träffa en långvarig partner. Vilket går stick i stäv med Tinders

mål att fånga uppmärksamhet. Avslutningsvis har jag lyft fram ett exempel på en användares som gör motstånd. Men jag visar även hur Tinder försöker stävja detta beteende rent tekniskt och hur användare på Flashback normativt gör likaledes.

I motsats till Illouz förståelse av nätdejting, hävdar jag att Tinders främsta syfte *inte* är att underlätta i sökandet efter en partner utan att få användarna att fortsätta använda appen och producera uppmärksamhet. Det kan ses som ett institutionaliserat förflyktigande, vilket innebär en rörelse som genererar data som omvandlas till kapital. Användarna på Tinder kan då förstås utföra ett icke-erkänt arbete, vilket kan likställas vid en exploatering som sker i det tysta.

6. Referenslista

6.1 Böcker

Becker, Howard S. 1998. *Tricks of the Trade: How to think about your research while you're doing it*. Chicago: The University of Chicago Press.

Crompton, Rosemary. 2012. *Class and Stratification*. 3:e uppl. Cambridge: Polity Press.

Denscombe, Martyn. 2009. *Forskningshandboken: för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. 2:a uppl. Lund: Studentlitteratur.

Illouz, Eva. 2013. *Därför gör kärlek ont: en sociologisk förklaring*. Göteborg: Daidalos.

Illouz, Eva. 2007. *Cold intimacies: The Making of Emotional Capitalism*. Cambridge: Polity Press.

Illouz Eva. 1997. *Consuming the Romantic Utopia: Love and the contradictions of capitalism*. London: University of California Press.

Silverman, David. 2007. *En mycket kortfattad, ganska intressant och någorlunda billig bok om kvalitativ forskning*. Lund: Studentlitteratur.

6.2 Artikel i antologi

Simon, Herbert. 1971. Designing Organizations for an Information-Rich World. I Greenberger, Martin (red). *Computers, Communication, and the Public Interest*. Baltimore: MD: Johns Hopkins Press.

6.3 Tidskriftsartiklar på nätet

Crogan, Patrick & Kinsley, Samuel. 2012. Paying attention: Towards a critique of the attention economy. *Culture Machine*. Vol 13. <<https://www.culturemachine.net/index.php/cm/article/view/463>> (hämtad 2017-12-08).

Mann, David & Sutton, Mike. 1998. Netcrime: More Change in the organization of thieving. *The British Journal of Criminology*. Vol 38. <<https://academic.oup.com/bjc/article/38/2/201/495050>> (hämtad 2018-01-03).

Skeggs, Beverly & Yuill, Simon. 2016. The methodology of a multi-model project examining how facebook infrastructures social. *Information, Communication & Society*. Vol 19, <<https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1091026>> (hämtad 2017-12-08).

Terranova, Tiziana. 2012. Attention, economy and the brain. *Culture Machine*. Vol 13, <<https://www.culturemachine.net/index.php/cm/article/view/463>> (hämtad 2017-12-08).

Davis, Joseph E. 2003. The commodification of self. *Hedgehog Review*. Vol 5. <<http://eds.b.ebscohost.com.ludwig.lub.lu.se/eds/detail/detail?vid=2&sid=5f1fb0f6-667b-4818-9711-3dfb1618f455%40sessionmgr102&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUmc2NvcGU9c2l0ZQ%3d%3d#AN=12720965&db=hlh>> (hämtad 2018-01-04).

6.4 Tidningsartiklar på nätet

Bertoni, Steven. 2017. Tinder Hits \$3 Billion Valuation After Match Group Converts Options. *Forbes*. 31 Augusti. <<https://www.forbes.com/sites/stevenbertoni/2017/08/31/tinder-hits-3-billion-valuation-after-match-group-converts-options/#1554d45134f9>> (hämtad 2018-01-04).

Duportail, Judith. 2017. I asked Tinder for my data. It sent me 800 pages of my deepest, darkest secrets. *The Guardian*. 26 september. <<https://www.theguardian.com/technology/2017/sep/26/tinder-personal-data-dating-app-messages-hacked-sold>> (Hämtad 2017-12-19).

Edwardes, Charlotte. 2015. Tinder? I'm an addict, says hook-up app's co-creator and CEO Sean Rad. 18 November. <<https://www.standard.co.uk/lifestyle/london-life/tinder-im-an-addict-says-hookup-apps-cocreator-and-ceo-sean-rad-a3117181.html>> (hämtad 2018-01-04).

Jo Sales, Nancy. 2015. Tinder and the Dawn of the 'Dating Apocalypse'. *Vanity Fair*. 6 augusti. <<https://www.vanityfair.com/culture/2015/08/tinder-hook-up-culture-end-of-dating>> (hämtad 2017-12-20).

McAlone, Nathan & Reuters. 2016. More than 1 million people now pay for Tinder's premium tier. *Business Insider*. 4 Maj. <<http://www.businessinsider.com/r-match-group-revenue-beats-as-tinder-attracts-more-paid-users-2016-5?r=US&IR=T&IR=T>> (hämtad 2018-01-04).

Stampler, Laura. 2014. Inside Tinder: Meet the Guys Who Turned Dating Into an Addiction. *Time Magazine*. 6 Februari. <<http://time.com/4837/tinder-meet-the-guys-who-turned-dating-into-an-addiction/>> (hämtad 2018-01-04).

THR staff. 2015. Tinder Responds to Class-Action Lawsuit Over New Fees: "It's Downright Silly". *Hollywood Reporter*. 11 Mars. <<https://www.hollywoodreporter.com/thr-esq/tinder-class-action-lawsuit-filed-780707>> (hämtad 2018-01-04).

6.5 Hemsidor

Account Kit. 2018. *Facts*. Account Kit. <<https://www.accountkit.com/faq/>> (hämtad 2018-01-03).

Alexa Likes. 2016. *Why I Deleted Tinder*. Youtube. <<https://www.youtube.com/watch?v=NTkD6CArQi0&t=300s>> (hämtad 2017-12-20).

Brooks, Ted. 2015. *5 Reasons Why I Deleted Tinder*. Youtube. <<https://www.youtube.com/watch?v=z0gdIEd4iyI&t=235s>> (hämtad 2017-12-20).

Flashback. 2017. *Tinder-appen*. Flashback. <<https://www.flashback.org/t2403635>> (hämtad 2018-01-04).

Tim M. 2017. *Tinder Close - From Swipe to Bedroom (For Men Only)*. Youtube. <<https://www.youtube.com/watch?v=ArBZohPDpmc&t=182s>> (hämtad 2017-12-20).

Tinder. 2017. *Tinder Privacy Policy*. GoTinder. <<https://www.gotinder.com/privacy>> (hämtad 2017-12-19).

6.6 Rapporter - åtkomst via nätet

Davidsson, Pamela & Thoresson, Anders. 2017. *Svenskarna och Internet*. <<https://www.iis.se/fakta/svenskarna-och-internet-2017/>> (hämtad 2018-01-04).

6.7 Inspelat föredrag, föreläsning eller tal - åtkomst via nätet

Skeggs, Beverly. 2017. You are being tracked, evaluated and sold. [online], Youtube. London School of Economics and Political Science, <https://www.youtube.com/watch?v=y_7DdivH4L0&t=1705s&index=25&list=WL> (senast tillgänglig 2017-12-19).

Bilaga 1: Intervjuguide

Transkriptionsschema

- : : utdraget tal.
- ? : Frågande.
- . : Avslutning.
- , : Kort paus.
- .. : två sekunders paus
- (5) : Längre paus, angett i sekunder.
- : Abrupt avslutning.
- () : Inte säker, eventuell gissning.
- (()) : Förklarade kommentar.
- > < : Snabbare tal.
- A : (Versaler) Högt tal.
- [] : Samtidigt tal.
- A : (Kursivt) Betoning.
- °° : Tyst tal.

Frågor

1. Berätta för mig hur Tinder funkar, som om jag var en person som aldrig hört talas om det?
2. Vilka använder Tinder?
3. Vad tror du folk använder Tinder för? Skiljer det sig mellan tjejer och killar?
4. Om folk använder det på olika sätt, hur vet man det liksom när man matchar med nån eller så?
5. Vad använder du Tinder för?
6. Är det kul med Tinder? Varför/varför inte?
7. Är det enkelt att möta människor via Tinder? Varför varför inte?
8. Hur utformar man sin profil? Vad tänker du på när du väljer bilder och så?
9. Har det blivit några dejting från Tinder? Hur var det?
10. Är det annorlunda att gå på dejt från nån man matchat med på Tinder än nån annan typ av dejt eller att träffa nån på krogen?
11. Vilka eventuella problem har du stött på med att använda Tinder? Eller som du hört att andra upplevt?

12. Finns det något positivt med Tinder/fördelar med att mötas via det än att träffas exempelvis på krogen?
13. När du swajpar, letar du efter något speciellt i en partner? Hur väljer du vem som får ja eller nej?
14. Vilka går bort när du letar, finns det några signaler eller tecken som gör att du swajpar bort?
15. Har du några preferenser som du letar efter i en dejt?? Spelar det exempelvis roll att din match har pengar? Jobb? Bra stil? Utseende? Vilka intressen ska hen ha? Typ av utbildning?
16. Brukar du ta kontakt med dina matchar eller brukar dom?
17. Hur många skulle du säga att du chattar med av dom du matchat med?
18. Vad brukar ni prata om? Hur brukar ett samtal se ut?
19. Är det många som du pratar med som du sen träffar? Om inte hur kommer det sig?
20. Har du tagit bort någon du matchat med? Hur kom det sig?
21. Har du märkt att du blivit borttagen av någon? Varför tror du att du blev det? Vad tänker du om det?
22. Pratar du med dina vänner om Tinder, och om att dejta? Kan du beskriva en typisk konversation med någon av dina vänner? Hur pratar ni om det?
23. Finns det något som jag glömt fråga som du tycker är viktigt att ta upp när det kommer till Tinder, något som du själv tänkt på ?

