



LUNDS UNIVERSITET

Institutionen för kommunikation och medier

Medie- och kommunikationsvetenskap

Kandidatkurs HT20

Den moderna relationsekonomin på Tinder

*En kvalitativ studie om dejtingappen som gör miljardvinster för
att gräset verkar grönare på andra sidan*

Handledare: Tobias Linné

Författare: Jennelie Joelsson och Maja Johansson

Examinator: Gustav Persson

Förord

Först och främst vill vi tacka vår handledare Tobias Linné för hans stora engagemang, den goda supporten och vägledningen. Vi vill även tacka intervjupersonerna för deras bidrag till studien samt varandra för ett gott, givande och roligt samarbete.

Abstract

The thesis examines the commercialization of intimacy, love and relationships on Tinder. The thesis examines young adults' active use of the Tinder application, which offers an easily accessible love market with an abundance of potential partners. Furthermore, the essay focuses on the interviewees' views on lasting and volatile relationships in today's consumer society. The sample examined consisted of six men and six women aged 20-25, all of whom are active in dating life and users of the application. Data collection was done using semi-structured qualitative interviews followed by an observation. The study's analysis presents three themes: capturing attention, attractiveness and identity, as well as the economy of free relations. The results showed that the consumer society's mentality of renewing and replacing what is no longer fashionable is contagious when it comes to the consumption of love and partners. Producing a true self and one's best self tends to be a difficult balancing act. Being single is not something sad or depressing today but rather a trend. Tinder could be likened to a game plan where the game rules, that is, what users can expect, are unwritten rules and how they act towards each other is a habitual behavior. The conclusion that can be drawn from the study is that Tinder does not lead away from Tinder but rather to more Tinder. The abundance of potential partners through the application tends to lead to greater dissatisfaction as it minimizes the likelihood of feeling satisfied by choosing one and the same person. Actually, Tinder has no reason to pair different users with each other in the long run, but rather the opposite.

Keywords: Tinder, digital dating, identity, modern love, consumer society, relationship

Innehållsförteckning

| | |
|--|----|
| 1 Inledning..... | 1 |
| 1.1 Syfte och frågeställning..... | 2 |
| 1.2 Vetenskapliga studier inom dejting och romantiska applikationer..... | 2 |
| 2 Teoretiska perspektiv..... | 4 |
| 2.1 Den konsumistiska attityden..... | 4 |
| 2.2 Kärlek i det moderna samhället..... | 5 |
| 2.3 Att bevara och utforma sin identitet i en digital värld..... | 7 |
| 3 Metod..... | 8 |
| 3.1 Intervjupersoner och miljö..... | 8 |
| 3.2 Intervju och observation..... | 9 |
| 3.3 Etik- och metodreflektion..... | 10 |
| 4 Analys och resultat..... | 11 |
| 4.1 Fånga uppmärksamheten..... | 11 |
| 4.1.1 Snabba tillfredsställelser och stora bekräftelsebehov..... | 12 |
| 4.1.2 Spelregler för att ta kontakt på Tinder..... | 14 |
| 4.2 Attraktionskraft och identitet..... | 19 |
| 4.2.1 Att balansera det äkta jaget med det bästa jaget..... | 19 |
| 4.2.2 Synen på Tinder som spel, en delikat balansgång..... | 24 |
| 4.3 Den fria relationsekonomin..... | 26 |
| 4.3.1 Odefinierade relationer..... | 27 |
| 4.3.2 Frihet och flyktighet..... | 31 |
| 4.3.3 Tinder föder mer Tinder..... | 33 |
| 5 Slutdiskussion..... | 35 |
| 6 Källor..... | 39 |
| 7 Bilagor..... | 42 |
| 7.1 Persongalleri..... | 42 |
| 7.2 Intervjufrågor..... | 43 |
| 7.3 Samtyckesblankett..... | 45 |

1 Inledning

Hösten 2020 rasade en debatt på kultursidorna, där dramatiken var att kärlek övergått till ett materiellt förfogande där människor blivit en ”slit- och slängvara”, som kan bytas ut och ersättas av en förnyad och bättre vara. Aldrig tidigare har det funnits ett sådant lättåtkomligt överflöd av potentiella partners via digitala applikationer och hemsidor. Kontroversen handlar om strukturer och ideér om kärlek och intima relationer som florerar i samhället idag, där vissa menar att kärleksförhållanden liknas vid en ihållande audition. Sociologen Eva Illouz som, i boken *Därför tar kärlek slut*, studerat moderna relationer uttrycker det som att femtio miljoner tinderanvändare nyttjar sin mobiltelefon som en typ av singelklubb där de kan finna en sexpartner lika enkelt som de kan finna en lågprisresa (Illouz 2019:83).

En bidragande komponent till att kärleksförhållanden liknas vid en audition som aldrig upphör har varit den sexuella revolutionen som medfört förändrade oskrivna regler avseende sexualitet. Idag uppmuntras sexuell frihet och rätten att äga sin egen kropp. Följden av att det alltid verkar finnas en bättre potentiell partner har blivit att människor lever med mentaliteten av att gräset är grönnare på andra sidan. Å ena sidan menar en del att denna mentalitet främst sitter hos de intimitetsrädda männen, så kallade “Kanske-män”, som vill att relationerna ska förbli lösa, odefinierade och fortgå utan några löften (Holmström 2020). Frändén menar till och med att kvinnor förvandlas till obetalda prostituerade på dejtingapplikationer som Tinder och att männen går ut som segrare och kvinnorna som förlorare av dessa lösa relationer (Frändén 2020). Å andra sidan redogör Ölmedal för “Kanske-kvinnan” som lever efter samma principer som “Kanske-männen” och har perioder i livet där de prioriterar friheten framför tryggheten i stabila kärleksrelationer (Ölmedal 2020). Tinder ger inte några garantier eller löften om att finna kärlek på applikationen, utan snarare att matcha, chatta och dejta. Primärt leder Tinder inte bort från Tinder, utan snarare till ännu mer Tinder (Svensson 2020).

Med utgångspunkt i denna kontrovers vill vi intervjua och observera ett antal aktiva Tinderanvändare genom att lyssna till deras åsikter, upplevelser och erfarenheter av hur de upplever matchingsprocessen. Vidare kommer vi undersöka hur tinderanvändare resonerar gällande relationens varaktighet och flyktighet i dagens konsumtionssamhälle. Studien fokuserar på konsumtion av varandra och kärlek i en digital hook-up kultur som accepterar och uppmuntrar sexuell aktivitet utan att nödvändigtvis inkludera emotionell intimitet eller bindning.

1.1 Syfte och frågeställning

Syftet med uppsatsen är att studera kommersialisering av intimitet, kärlek och relationer på Tinder. Uppsatsen ämnar undersöka unga vuxnas aktiva användning av applikationen Tinder där en lättåtkomlig kärleksmarknad med ett överflöd av potentiella partners erbjuds. Frågeställningarna är därför utformade efter följande:

- Hur ser tinderanvändare på valet av partner genom applikationen Tinder?
- Hur väcker användare av Tinder uppmärksamhet och attraktion på applikationen?
- Hur resonerar användare av Tinder när det kommer till varaktighet och flyktighet i relationer?

1.2 Vetenskapliga studier inom dejting och romantiska applikationer

Det finns mycket forskning som berör hemsidor för dejting och romantiska applikationer. Efter att ha studerat och läst på om forskning som berör ämnet har det gett djupare förståelse och kunskap inom området för studien. Fokus för studien är hur användare resonerar när de kommer till att välja partner på Tinder, deras tankar kring relationers varaktighet och flyktighet samt synen de har på att påbörja och avsluta relationer.

I artikeln *Comparing narratives of personal and preferred partner characteristics in online dating advertisements* undersöker forskare hur unga vuxna presenterar sig själva som önskvärda partners på dejtingmarknaden. De studerar vilka utmärkande egenskaper intervjupersonerna beskriver som önskvärda och attraktiva hos andra i relation till deras demografiska variabler och önskad typ av relation. De undersöker hur frekvent personliga attribut som beskrivs i deras egna onlineannonser speglas i deras föredragna partner berättelser (Morgan, Richards och VanNess 2010:883-885). Resultaten visar att de egenskaper intervjupersonerna föredrar hos en partner matchar de som listas i deras egna onlineannonser. I studien erbjuder och begär män och kvinnor liknande typer av personliga attribut, men när det kommer till ålder skiljer det sig. Ju äldre en intervjuperson är desto viktigare är de egenskaper som baseras på livsstil och personlighet. De som söker intima men kortvariga relationer är enligt studien betydligt mer benägna att föredra sexuella förmågor och fysiska egenskaper än de som söker långvariga och seriösa relationer. Resultaten från studien anger även att individer som anger dessa sexuella och fysiska egenskaper hos en potentiell partner också är villig att erbjuda sina egna i en personlig berättelse (Morgan, Richards

och VanNess 2010:887-888).

I artikeln *Free to be me: The relationship between the true self, rejection sensitivity, and use of online dating sites* redogörs det för att 54.350.000 personer i USA var singlar 2017, varav 49.650.000 personer testade nätdejting. Studien visar även att av de pågående romantiska relationerna hade 20% inletts via nätdejting (Hance, Blackhart och Dew 2018:421). Forskarna i artikeln undersöker sambandet mellan avvisningskänslighet i traditionella dejtingmiljöer och nätdejting. I undersökningen jämför forskarna även hur återhållsamma intervjupersonerna är när det kommer till självutlämnande mellan det äkta jaget och jaget över nätet. Resultatet visar att individer med högre avvisningskänslighet kan vara bekvämare att dela med sig av mer information om sig själva och sitt äkta jag i en miljö på nätdejtingsajter, än i mer traditionella miljöer för dejting (Hance, Blackhart och Dew 2018:424-428).

Forskarna i artikeln *How gender-stereotypical are selfies? A content analysis and comparison with magazine adverts* redogör för att selfies är en vanlig form av självpresentation som har blivit en viktig del av den visuella kommunikationen i sociala medier. Forskarna studerar hur visuella könsstereotyper kan observeras i selfies på plattformen Instagram. Utöver detta jämför de könsstereotyper i selfies direkt med könsstereotyper i tidningsannonser (Döring, Reif och Poeschl 2016:955). Studien visar att selfies på Instagram återger traditionella könsstereotyper och gör det i större utsträckning än i tidningsannonser. Selfies som publiceras på unga kvinnor innehåller oftare visuella underordnade kännetecken som liggande hållning, tillbakadragande blick och exponering av kroppsdelar. Dessutom innehåller unga kvinnors selfies putande läppar som antyder på förförelse och sexualisering menar forskarna. Resultatet visar att användargenererat innehåll såsom selfies som publiceras på Instagram inte automatiskt leder till en minskning av stereotypa könsbildningar (Döring, Reif och Poeschl 2016:960-961).

I *Marketing the self, buying an other: dating in postmodern, consumer society* undersöker Elizabeth Jagger individens livsstilsval som identitetsmarkörer, önskvärda attribut hos en partner och hur jaget marknadsförs via dejtingannonser. Forskaren studerar hur traditionella stereotyper av manlighet och kvinnlighet lever kvar i samhället och hur intervjupersoner beskriver en föredragen partner i fysiska termer (Jagger 1998:795). I resultaten av studien framgår en tydlig minskning av mannens roll som försörjande samt minskning av kvinnans begränsning till hemmet samt deltid- och lågbetalda arbeten. I studien redogörs det för feminismens inverkan på det sociala livet som bidragande faktor till att kvinnor numera näst intill är lika benägna som män att marknadsföra sig

för deras yrkesmässiga, kulturella och pedagogiska tillgångar. Ytterligare en aspekt av denna studie är hur kroppen har blivit ett av de främsta sätten att marknadsföra självet. Kvinnor är som även historien talar för benägna att betona sin fysiska attraktionskraft men däremot indikerar även studien att detta smittat av sig på män. En ny kroppsmedvetenhet har dykt upp hos män där de söker efter den kvinnliga blicken när de kommer till ytliga attribut som längd, hår och ansiktsdrag på ett mycket liknande sätt som kvinnor (Jagger 1998:809-812).

2 Teoretiska perspektiv

Eva Illouz, Zigmunt Bauman, Anthony Giddens och Sherry Turkle är teoretiker vars resonemang och teorier kan tillämpas i uppsatsen utifrån olika vinklar och perspektiv. Under avsnittet teoretiska perspektiv kommer tre centrala teman att diskuteras: den konsumistiska attityden, kärlek i det moderna samhället och att bevara och utforma sin identitet i en digital värld. Den konsumistiska attityden ligger i att konstant vilja förnya och ersätta det gamla då den ena lockande nyheten följs av den andra. Det har skett en förflyttning av varumarknadens regler till den mänskliga sfären, inte minst har den konsumistiska mentaliteten smittat av sig på kärlekslivet. Internet dukar upp en buffé av potentiella partners och valmöjligheter där individerna får ta del av det stora utbudet, men också marknadsföra sig själv och sin egen identitet för att lyckas vara så eftertraktad som möjligt på kärleksmarknaden.

2.1 Den konsumistiska attityden

Sociologen Zigmunt Bauman har i boken *Konsumtionsliv* utforskat olika sidor av det moderna samhällets kulturella och sociala liv, som han benämner som "flytande". Han menar att identiteter, relationer och institutioner ständigt befinner sig i en förändring där nya möjligheter men även faror skapas. Bauman redogör för att konsumtion är något flyktigt då den ena lockande och frestande nyheten följs av nästa nyhet. Den gamla mentaliteten av att bevara föremål så länge som möjligt och att hellre laga än slänga, har ersatts med att snabbt slänga gamla föremål och köpa nya. "Köp det, njut av det, kasta bort det" är dagens mentalitet och melodi (Bauman 2008:71). Illouz redogör vidare för att internet har skapat en marknad som gör det möjligt för människor att jämföra olika alternativ och värden mot varandra för att vid ett senare skede kunna välja det bästa alternativet, vilket påminner om urvalsprinciper som är hämtade från den ekonomiska sfären (Illouz 2013:251-254).

Ett samhälle där varaktighet, långsiktighet och säkerhet är inte kompatibelt med konsumtionssamhället eftersom konsumtionism står i tydlig kontrast till tidigare livsformer. I tidigare livsformer var tillfredsställelse av behov och att kontinuerligt byta ut föremål i synnerhet inte förknippat med lycka. Ett konsumtionssamhälle fungerar så länge individerna i samhället förblir icke-tillfredsställda, aldrig nöjer sig och att detta tillstånd kvarstår och bevaras (Bauman 2008:57). Idag kräver nya behov nya varor, liksom att nya varor kräver nya behov och begär (Bauman 2008:39). Konsumtionssamhället uppmuntrar en konsumistisk livsstrategi och livsstil, då det tycks vara det enda rätta sättet att leva för att vara en del av samhället. Att som individ anpassa sig till reglerna inom konsumistiska iakttagande och dess kultur som finns i ett konsumtionssamhälle är gynnsamt (Bauman 2008:63).

Frihetens ankomst innebär att människan vill vara fri från ansvar skyldigheter och förbud, men även från vardagens rutiner och tvång. Människan kan skapa en känsla av befrielse genom att konsumera, men den känslan är inte varaktig. Det har vuxit fram en rädsla för ansvar i det moderna samhället där individen i stället drömmer om att vara ansvarslös (Bauman 2008:100).

2.2 Kärlek i det moderna samhället

Eva Illouz redogör i boken *Därför gör kärlek ont* för att kärlek i det moderna samhället inte anses vara en förtrollande akt på samma sätt som förut. Hon menar att en anledning till detta kan vara att kärleken rationaliseras inom teknikens-, politikens- och vetenskapens område på grund av digitaliseringen. Detta gör att kärleken får en fiktiv roll där personer slipper förklara sina känslor för andra personer i verkligheten och kan istället göra det över nätet. Samtidigt skapar nya sociala strukturer i samhället problem för personer som söker efter långvariga relationer eftersom synen på kärnfamiljen har förändrats (Illouz 2013:225). Valets ekologi, som är den sociala miljö som påverkar vilka val vi gör, förändrades av den sexuella revolutionen då valet av sexpartner blev allt friare. Valets arkitektur handlar om kulturella och subjektrelaterade processer som påverkar hur människor bedömer en ny tröja likaväl som en potentiell partner. Det handlar om hur en individ använder sina erfarenheter, känslor och logiskt tänkande för att kunna ta ett beslut i olika val, inklusive kärleksval (Illouz 2013:35). Sherry Turkle, psykolog och sociolog skriver i boken *Alone Together*, att individer förväntar sig mer från teknologin än av varandra. Anslutningar på nätet, där andra användare hela tiden finns nära till hands, fungerar som sällskapliga robotar som tycks vara ett enklare sätt att vara social än att träffa någon i verkligheten. Möjligheten att älska eller att bli

älskad av en person bakom en skärm förändrar innebörden av vad kärlek kan vara. De som frestas av denna nya typ av kärlek tycks främst vara de unga som ser möjligheterna av vad kärlek kan erbjuda dem i ett modernt digitalt samhälle (Turkle 2011:295).

Anthony Giddens, sociolog och politisk teoretiker, redogör i boken *Intimitetens omvandling. Sexualitet, kärlek och erotik i det moderna samhället* för begreppet rena relationer som innebär att det skett en förflyttning av varumarknadens regler till den mänskliga sfären. Begreppet syftar på en situation där en relation har etablerats för den egna vinningen. Fokus ligger på vad varje individ kan få ut av den andra i en relation och som bibehålls när båda individerna ger varandra tillfredsställelse som får båda parterna att vilja stanna kvar i relationen (Giddens 1995:58). Den rena relationen är reflexivt organiserad, vilket innebär att individer i en relation reflekterar över sin egen situation. Relationers reflexivitet har ökat i takt med den digitala utvecklingen genom att massmedia skapat en medvetenhet hos individen om hur olika former av relationer bör eller ska se ut. När personer ser sig själva i förhållande till sin omgivning kan detta göra att en person förhåller sig till de krav och normer som finns i omgivningen, då individen ser vad som förväntas av en. Detta har gjort att individer i större utsträckning än tidigare ifrågasätter sina egna relationer, vilket innebär att individer jämför sina egna relationer med relationer så som de skildras i sociala medier (Giddens 1999:59-60). Illouz redogör för ekonomen Gary Beckers uttalanden om att personer i ett äktenskap båda behöver ett utbyte av varandra. Han redogör även för att kvinnors förbättrade ekonomiska situation och arbetsvillkor, vilka gjort att de inte är i lika stort behov av att ingå i ett äktenskap som förr. Vidare menar han att detta skulle kunna vara bidragande faktorer till de minskade giftermålstalen. Konsekvensen av detta kan vara att kvinnor blivit mer kräsna och har råd att avvisa män som inte håller måttet, i väntan på att en bättre man dyker upp. När kvinnor var i behov att gifta sig av ekonomiska skäl var också äktenskapsmarknaden mer stabil (Illouz 2013:105-106). Bauman menar att individualisering och samhälleliga förändringar är bidragande faktorer till en mer flytande form av kärlek som finns i dagens moderna samhälle. Tryggheten som finns i långvariga romantiska relationer har blivit utbytt mot kortvariga relationer som snarare finns till som underhållning (Bauman 2003:65).

En av de senaste trenderna i jakten på partners i dagens moderna samhälle är nätdejting. Syftet är att göra processen av att finna en potentiell partner enklare och mer lättillgängligt. Äktenskapsmarknaden har öppnat nya dörrar där män och kvinnor nu kan mötas på en fri och öppen marknad där deras sociala, etniska och religiösa bakgrund inte längre spelar någon roll.

Valet av att hitta en romantisk partner handlar om så mycket mer än att bara finna en person som du finner attraktiv. I ett sexuellt fält tampas alla de involverade om den mest åtråvärda och attraktiva potentiella partnern. Genom att avverka så många olika plausibla potentiella partners som möjligt och genom detta bevisa sin egen attraktionskraft, prestanda och kapacitet konkurrerar individer med varandra. Dessa aspekter är betydelsefulla på äktenskapsmarknaden, men även andra attribut såsom socioekonomisk status, personlighetsdrag och kulturell kvalifikation är av vikt. Att äktenskapet är en form av handelsområde är inte särskilt naturligt, utan snarare ett verkligt förhållningssätt som grundas i utvecklingen av valets ekologi (Illouz 2013:328).

2.3 Att bevara och utforma sin identitet i en digital värld

Giddens menar att den moderna människan är ett reflexivt projekt som fungerar som en process där identitet inte är något som tilldelas, utan konstrueras och rekonstrueras genom livet (Giddens 1999:10). Detta påverkar hur personer tar kontroll över självet och utformar det till sin fördel. Framgår det att framställning av självet inte är gynnsam kan personen enkelt förbättra framställningen av sig själv och sin identitet (Giddens 1999:45).

Teknikens utveckling och globaliseringen har gjort att samhället inte är lika beroende av tid och rum. Detta har blivit en faktor som är viktig för identitetsskapande i modern tid och detta skapar nya möjligheter till interaktion som blivit oberoende av plats då man kan tala via telefon exempelvis. Handeln är inte längre uppbyggd efter att man måste vara på samma plats för att det ska vara möjligt att göra en affär, vilket skapat stora förändringar i samhället (Giddens 1999:26). Turkle menar att vara oberoende av tid och rum bidrar till att fler personer hellre umgås med personer över nätet istället för i verkligheten. Detta menar hon på så sätt bidrar till en ökad ensamhet hos individer i verkligheten, trots att personer är mer uppkopplade än någonsin på nätet (Turkle 2011:280). Bauman menar att viljan att framställa sina bästa sidor utmärker en fiktiv nätdejtare som skapat en dejtingprofil i syfte att maximera utdelningen av sin profil. Att som människa vara och förbli en efterfrågad och säljbar vara är den främsta drivkraften bakom konsumtionsaktiviteterna, trots att det undantagsvis är något medvetet och ännu mindre att det uttalas högt (Bauman 2008:67). I dagens moderna samhälle slutar individerna aldrig att sträva efter att vara mest eftertraktad och snyggast. Individerna i konsumtionssamhället tar inte bara del av det stora utbudet av varor utan framställer också sig själv som en så attraktiv vara som möjligt. I relation till detta diskuterar Bauman vidare att en människa definieras som en konsument, där den

kortvariga tillfredsställelsen av att köpa och använda en vara inte kvarstår utan att varor slängs innan de ens hunnit slitas upp. Detta är kraften som skapar ett driv efter nya varor, partners och ett nytt jag (Bauman 2008:9-10). Det senmoderna samhället gör på så sätt att individen ställs inför snabba och föränderliga normer och budskap som de ska agera efter, vilket kan leda till ett ifrågasättande av den egna identiteten, vilket i sin tur skapar oro och ångest hos individen (Giddens 1991:54).

3 Metod

En kvalitativ metod krävs för att studera ett abstrakt fenomen som kommersialisering av kärlek och relationer i dagens samhälle, då metoden ger en djupare förståelse av ämnet med hjälp av individers personliga berättelser och åsikter. Metoden är lämplig i uppsatsen för att skapa förståelse utifrån ett perspektiv av de som är inblandade i relationerna. Den kvalitativa forskningen bidrar till att skapa insikt och förståelse för intervjupersonernas sätt att tänka, ta beslut och handla samt handlandets innebörder. Kvalitativ forskning strävar efter komplexa förståelser där primärt fokus ligger i det undersökta problemets bakomliggande innebörd och struktur (Widerberg 2002:15). Forskaren befinner sig ofta i den sociala miljö som observeras och analyseras samtidigt som tolkning genomförs (Kvale och Brinkmann 2014:3). I studien ämnar vi att skapa en djupare förståelse för attityder och ideér som förorsakar människors tankebanor, uttryckssätt och beslutsfattande samt agerande på Tinder.

3.1 Intervjupersoner och miljö

I denna studie undersöks hur ett litet urval av aktiva användare på Tinder interagerar, påbörjar och avslutar relationer samt ser på relationers flyktighet och varaktighet på applikationen. Brinkmann redogör för att ett noggrant urval av intervjupersoner kan ett litet antal intervjuer räcka för att besvara en forskningsfråga. Kvalitativ intervju utmärker sig genom sin förmåga att komma nära människors liv, inte genom att inkludera ett stort antal deltagare (Brinkmann 2013:59).

Intervjupersonerna som deltar i studien är 12 heterosexuella, aktiva användare av Tinder, mellan 20-25 år. Svenskarna och Internet redogör i sin studie för att en fjärdedel av Sveriges singlar under 2020 har ägnat sig åt nätdejting, varav 36% är studenter. När de jämförde personer som antingen var i en relation eller singlar var det endast 9% av de personer som var aktiva på nätdejting som arbetade medan 16% av dessa var studenter (Svenskarna och Internet 2020). I

åldersgruppen 16-25 använder var fjärde man Tinder och var femte kvinna Tinder (Svenskarna och Internet 2018). Detta gör åldersgruppen och intervjupersonerna relevanta för studien.

För att avdramatisera, skapa likhet och en avslappnad miljö intervjuades kön och olika åldrar för sig. Lika många kvinnor som män deltog i intervjuerna för att få en trovärdig jämförelse mellan könen. Intervjupersonerna valdes utifrån förväntningar om deras informationsinnehåll där syftet var att maximera användbarheten av information. Alla informanter citeras i uppsatsen med bokstäver och har varierande sysselsättningar men flertalet är studenter (se bilaga). Intervju och observation skedde under samma vecka och tog mellan 45-60 minuter samt utfördes i ett grupprum på universitetet för att enklare kunna höra varandra och interagera, eftersom momenten inte stördes av för mycket extern interaktion.

3.2 Intervju och observation

Intervjumanualen var konstant under utveckling och nya frågor som uppkom under intervjuerna lades till vid senare intervjuer. Lärdom drogs från tidigare intervjuer och möjliggjorde förbättringar och ändringar. Ett tema som inte var på tal från början, var Tinder som en spelplan fyllt av oskrivna spelregler. Detta kom dock upp i våra inledande intervjuer och ledde till valet att inkludera följande fråga “Har du någon strategi för att sticka ut på Tinder?”. Både kärlek i stort och Tinder som applikation kan liknas vid ett spel, där intervjudeltagarna agerar och spelar efter likanande premisser.

Semistrukturerade kvalitativa intervjuer har använts i syfte att följa upp intervjupersonens samtal och för att samla kontrasterande och kompletterande information. Intervjuerna gjordes med två personer åt gången för att uppnå en relativt dynamisk och flexibel diskussion om åsikter och tankar, samtidigt som kärlek är ett ämne som för vissa är högst personlig och till och med tabu när det kommer till vissa områden. Intresset ligger i att ta reda på människors berättelser av erfarenheter och upplevelser men även deltagarnas diskussioner, argument och hur de motiverar åsikter och attityder. Intervjuerna utfördes ansikte mot ansikte för skapa ett förtroende och en relation till deltagarna för att få en speciell insikt i deras åsikter och levda erfarenheter. Med enbart två deltagare åt gången var det lättare att skapa en atmosfär som bygger på förtroende och diskretion, samtidigt som det underlättade för att intervjun inte skulle bli trivial där forskaren ställer frågor och intervjupersonen svarar. Kvalitativa forskare har nyligen undersökt grupper med endast två deltagare, främst för att det underlättar forskningsprocessen att hantera mindre grupper

av människor (Brinkmann 2013:26-27).

Abstrakta och reflekterande frågor undveks i syfte att ge intervjupersonerna möjligheten att motivera åsikter och svara på varför-frågor (Wengraf 2001:122). Frågorna i intervjuerna är uppbyggda kring ett begränsat antal teman som utgör varsitt frågeområde i manualen. Inom varje frågeområde formulerades sedan temats underliggande frågor, från breda öppna frågor till mer konkreta frågor. Genom att kombinera intervju och observation är förhoppningen att få större förståelse för människors svar i vårt frågeformulär. Ekström och Larsson redogör för att en kombination av intervju och observation bidrar till att få förståelse, inte bara för hur individer uttalar sig om något utan också för hur de agerar och hur de tänker i olika situationer (Ekström och Larsson 2010:48). Enbart en person från varje intervju observerades på grund av att det är en högst intim situation och en privat handling där intervjupersonerna skulle kunna känna sig utlämnade. Ett fåtal intervjupersoner tackade även nej till observations momentet då de inte kände sig bekväma när de fick förfrågan. Efter alla intervjuer transkriberades det inspelade materialet från intervju och observation och hade därför möjligheten att spela om dessa filmer hur många gånger som helst. Inspelningarna gjordes även för att kunna vara närvarande och ställa frågor under intervju och observationstillfälle.

3.3 Etik- och metodreflektion

Genom hela forskningsprocessen har vi ansvarat för att bevara intervjudeltagarna anonyma. All information som tilldelas kommer att förbli konfidentiell och intervjupersonerna har givit sitt samtycke att bidra till studien genom att signera en blankett. Vid genomförandet av forskningsstudier ställs forskaren inför etiska dilemman när informanterna delar med sig om sin aktivitet och interaktion för att skydda deras integritet (Esaiasson et al. 2012:320).

Observationen togs med för att komplettera intervjuens svagheter. Vissa typer av beteenden eller övertygelser kan vara svåra att erkänna och uttrycka explicit. När det kommer till agerande kan det även vara så att intervjupersonerna gör det omedvetet utan att reflektera över det. Hansen och Machin menar att det bästa sättet att förstå hur andra agerar och vad de tänker är att studera dem och delta i vad de gör (Hansen och Machin 2013:61). En nackdel när det kommer till observationen som metod är att frågan ”varför” intervjupersonerna gör som de gör inte besvaras därför ställdes även kompletterande frågor under detta moment. Ett annat kritiskt moment när det kommer till observationerna är att de gjordes av två personer, vilket kan vara problematiskt när det

kommer till att tolka materialet likadant utan att ha en dialog sinsemellan. Testobservationer gjordes för att undgå detta problem, möjligheten att föra en dialog på förhand och synkronisera var därmed enklare när det väl var dags för de riktiga observationerna. Ämnet som observerades, nämligen kärlek, kan räknas till ett mycket privat och intimt område för intervjupersonerna. Det finns en risk att de svajpade annorlunda under observationen, vilket innebär att intervjupersonerna kanske inte agerade på samma sätt som de normalt sett skulle ha gjort utan istället i enlighet med vad de tror förväntades av dem. Även platsen och kontexten de svajpar i kan vara en påverkande faktor. Ekström och Larsson skriver om att det kan vara svårt för forskaren att undersöka vad människor gör av anledningen att omgivningen av forskare och miljö runtomkring kan vara en faktor för påverkan (Ekström och Larsson 2010:41).

Rutinmässigt informerades deltagarna om att de spelades in både under intervju och observation. En negativ aspekt av detta är att det skulle kunna finnas en medvetenhet hos intervjupersonerna att allt de uttryckte fanns som ett inspelat material. Denna negativa aspekt kan påverka personerna och därmed förändra deras svar (Rapley 2007:27). För att bemöta ovanstående byggdes ett förtroende upp genom att vara noggrann med att poängtera att de är anonyma.

4 Analys och resultat

Analysen har en tematisk indelning: att fånga uppmärksamhet, attraktionskraft och identitet samt den moderna relationsekonomin. I det första avsnittet beskriver deltagarna hur de väcker intresse och fångar uppmärksamhet i det stora överflödet av potentiella partners. I avsnittet därefter diskuteras framställning av identitet och attraktion där det gäller att kombinera det äkta jaget med det bästa jaget, vilket kan vara en svår balansgång. I avsnitt tre diskuteras den moderna synen på relationer som idag inte ligger alltför långt ifrån den ekonomiska sfären. I konsumtionssamhället är mentaliteten att förnya och ersätta det som inte håller måttet längre, denna mentaliteten har långsamt och säkert sipprat över till relationer och kärlekslivet.

4.1 Fånga uppmärksamheten

Tinder har vänt upp och ner på spelplanen för dejtinglivet och hur individer tar kontakt med andra personer. Att gå fram till en främling är ovanligt idag då personer kan gå in på Tinder med ett klick och valmöjligheterna av potentiella partners som befinner sig utanför den sociala kretsen är oändliga. I avsnittet nedan beskriver intervjupersonerna hur de arbetar för att fånga

uppmärksamhet och väcka intresse i det enorma utbudet av potentiella partners. Baserat på intervjupersonernas uttalanden skulle en social norm på Tinder kunna identifieras nämligen att männen ska ta initiativ och starta konversationerna.

4.1.1 Snabba tillfredsställelser och stora bekräftelsebehov

Att bli bekräftad av många andra användare på applikationen skulle kunna vara ett kvitto på att användaren blir sedd och är framgångsrik i stora utbudet på kärleksmarknaden.

Intervjuperson H “Det som är kul med Tinder är att få bekräftelse. Jag matchar gärna med många olika för att det är kul, men skulle aldrig träffa någon från Tinder, om det inte är någon jag känner sedan innan”.

Intervjuperson H:s uttalande ovan tyder på att behovet av att få bekräftelse i form av matchningar, inte från en person utan från flera, är en stor del av nöjet med användandet av Tinder. Samtidigt skulle intervjupersonen aldrig träffa någon från Tinder såvida det inte är någon personen känner. Citatet skulle kunna signalera att tillfredsställelsen av en matchning inte är särskilt långvarig då sökandet efter nya bekräftelser från nya användare ständigt fortsätter. Det handlar inte om att matcha med en speciell och betydelsefull person där bekräftelsen görs till en meningsfull uppskattning. Matchningar som ger korta bekräftelser finns hela tiden inom nära räckhåll, vilket skulle kunna vara ett skäl till att tidigare matchningar fort tappar lyster. Turkle redogör för hur individen ständigt vill bli bekräftad av andra personer och att det är mycket enkelt att uppnå detta via sociala plattformar på nätet (Turkle 2011:153). Illouz menar att kärlek förväntas innehålla en pågående process av bekräftelse där en individ hela tiden får sitt personliga värde bekräftat av en annan person (Illouz 2013:171).

Intervjuperson E “Det går att köpa till en tjänst, vilket innebär att du kan förflytta dig till olika platser i världen. Jag satte mig i Norge, Oslo. Oh juste Las Vegas har jag också varit, Las Vegas. Oh juste vi var ju i USA där en sväng också. Det är mer för att kolla vilka som är på Tinder där, hur många matchningar man får och hur utbudet ser ut”.

När användarna köper till tjänster på Tinder utökas deras frihet. Det går att göra det geografiska avståndet rörligt, vilket därmed även öppnar upp för möjligheten att matcha och chatta med personer världen över. Rörligheten av de geografiska platserna gör att ytterligare potentiella matchningar blir möjliga. Detta är en utmärkt funktion för de som söker tillfälliga kickar genom att slå rekord i matchningar och studera utbudet på andra platser, vilket intervjuperson E tillkännager i citatet ovan. Processen av att Tinder tar användarna bortom deras vardagliga sociala krets skulle kunna skapa en friare kärlek utan geografiska och kulturella hinder om syftet är att enbart matcha och chatta. Användare med detta syfte uppnår snabbt och effektivt sina mål genom att använda Tinder och kan vara nöjda med att sitta fysiskt ensamma eftersom de är virtuellt tillsammans.

Intervjuperson G “Jag matchar inte med folk från Danmark till exempel, då blir det direkt en vänstersvajning. Har ett avstånd på typ 15 km max, längre än så är faktiskt inte lönt. Stör mig sjukt mycket på att det inte finns en funktion där jag kan ta bort alla danskar. Vill inte matcha med dem för kommer ändå aldrig att träffa dem, det är helt för långt. Känns helt meningslöst att skriva isåfall också“.

Överflödet av personer som enbart är där för att studera utbudet och för att få matchningar skulle kunna hindra de personer som är ute efter att träffa andra användare och finna riktig kärlek. Intervjuperson G är intresserad av möjligheten till enkla fysiska möten, inte processen av att matcha och chatta. Om syftet är att finna kärlek utanför den digitala världen fyller den geografiska rörligheten inte samma funktion. Bortsett från om användarna tillfälligt befinner sig på en annan plats och vill möta upp en person där. En person som vill möta upp andra användare slösar egentligen bara tid på att få upp personer som är geografiskt långt borta. Den geografiska rörligheten leder till korta tillfredställelser i form av matchningar, men i regel inte till långvariga och stabila kärleksrelationer. Chansen att användarna åker till ett annat land för att möta upp en helt främmande person är mindre än att de stöter på en person inom det geografiska närområdet. Den geografiska rörligheten leder i detta fall inte till kärlek eller till att finna en partner utan enbart till att matcha, chatta och eventuellt dejta. Den geografiska rörligheten underlättar inte för användarna att lämna Tinder utan bidrar snarare till att de stannar på plattformen och fortsätter att matcha och chatta på olika håll.

Ulrich Beck och Elisabeth Beck-Gernsheim menar i *The Normal Chaos of Love* att en stor aspekt av det moderna livet innebär nya typer av social och geografisk rörlighet. Kärleksliv, identitet och vänskapsband påverkas av detta då varje individ har möjlighet att forma sitt liv utifrån egna behov och önskemål (Beck och Beck-Gernsheim 2004:82-83). Turkle menar att olika användare av sociala plattformar befinner sig i olika rum världen över och är ensamma tillsammans. Det grundar sig i att användare känner att de är upptagna och spenderar därför hellre tid på sociala medier än på att träffa personer i verkligheten. Beteendet leder till att personer till sist hellre spenderar mer tid på nätet än med varandra eftersom detta har blivit ett sätt att vara nära andra personer även om man inte är på samma plats (Turkle 2011:280-281). Den geografiska friheten leder därmed inte till en minskad ensamhet hos individer i det verkliga livet (Turkle 2012:280).

4.1.2 Spelregler för att ta kontakt på Tinder

Traditionellt sett har normen varit att männen ska fria, bjuda ut och betala notan. Likaså att kvinnan ska vara passiv och hålla sig i hemmet medan männen ska vara aktiva initiativtagare. Utifrån de sociala normer som identifierats på applikationen framgår det att kvinnorna ger respons till männen först efter att männen visat sitt intresse. Detta skulle kunna vara en följd av de historiska stereotypa rollerna som tidigare funnits för män och kvinnor.

Intervjuperson L "För det första, om jag ska starta en konversation med en kille så ska det ju inte vara någon som jag bara fan jag skriver bara till honom. Utan då ska det vara en riktigt snygg person som jag skiter i om han skriver till mig först eller inte, jag vill liksom starta någonting med just honom och då det är någon jag är genuint intresserad av. I övrigt skulle jag aldrig få för mig att starta några konversationer med killar, de hör väl av sig om de är intresserade".

En social spelregel som alla intervjupersoner kände till är att det är männen som ska ta första initiativet. Detta skulle kunna vara betryggande för kvinnor eftersom de kan invänta männens bekräftelse innan hon själv erkänner sitt eget. Kvinnor behöver i regel inte jaga efter männens bekräftelse, utan om männen är intresserade kommer de att visa sitt intresse och ta kontakt, menar intervjuperson L. Baserat på citatet ovan ska det en hel del till för intervjupersonen att starta

konversationer. Å ena sidan skulle detta kunna vara en passiv strategi för att flörta, det vill säga att hennes strategi är att vara svårtillgänglig. Intervjupersonen tar initiativ som en sista utväg, om mannen är riktigt attraktiv, men väntar vanligen på att mannen ska ta första kontakten. Å andra sidan skulle en anledning till att kvinnor undviker att starta konversationer kunna vara en underliggande rädsla för att känna sig underlägsen eller oattraktiv när hon tar initiativ, eftersom kvinnor inte anses behöva göra detta. Illouz menar att kvinnor genom historien varit mer reserverade och försiktiga med att yttra känslor av romans och sexuell drift än män (Illouz 2013:95). Kvinnor förväntades vara mer sexuellt avlägsna och därmed avvisa männen. En konsekvens av detta var att männen i sin tur var tvungna att vara ännu mer initiativtagande för att något skulle hända under uppvaktningen (Illouz 2013:97).

Intervjuperson B “Det är inte lönt för tjejer att skriva till en kille, så de är faktiskt inte så ofta som tjejer skriver. Snygga tjejer har så många som skriver till dem redan vilket gör att de inte behöver ta några initiativ till att skriva först, det är bara att välja någon de tycker är snygg från meddelandelistan som har skrivit till dem. Till exempel en tjej som jag har chans på i verkligheten har jag ingen chans på på Tinder, det är svårt att sticka ut där”.

Intervjuperson B menar att kvinnor har en lista av meddelandeförfrågningar som de kan välja mellan och att det därför inte är i behov av att ta initiativ. Baserat på citatet från intervjuperson B medför konkurrens och svårigheter att sticka ut på Tinder som man. Den sista meningen i citatet skulle kunna tolkas som att han upplever att han måste “gå ner sig”. Att träffa sin livspartner på Tinder skulle på så sätt också kunna kännas mer avlägset, eftersom att man då redan innan känner att möjligheten att träffa en bättre partner i verkligheten är större.

Intervjuperson C “Det finns en hel del killar som skriver till mig. Jag skulle dock aldrig få för mig att skriva till någon. Men av de som skriver till mig är det sällan jag svarar alla eller helt ärligt jag gör typ aldrig det. Om det är någon jag finner lite extra intressant så svarar jag såklart. Jag kan såklart både matcha och chatta med flera, men jag skriver liksom inte med tio olika ointressanta matchningar”.

Citatet ovan tyder på att intervjuperson C enbart svarar de män hon finner lite extra intressanta. Hon har möjligheten att välja och vraka i meddelandeflödet. Hon svarar sällan alla som skriver, en anledning till detta skulle kunna vara medvetenheten kring det stora utbudet av potentiella nya partners. Enligt studien är männen de som får ta initiativ, vilket skulle kunna göra att kvinnorna har att råd att avvisa erbjudanden som verkar bristfälliga i väntan på bättre erbjudande. Sannolikt skulle det kunna vara lättare att avvisa en annan person ifall man förväntar sig att en ny chans dyker upp igen. Intervjuperson C uttrycker att hon inte skriver med tio olika ointressanta matchningar. För personer som får erbjudande om flera dejting på samma dag skulle avvisningen kunna anses vara mer odramatisk. Baserat på citaten ovan matchar inte någon av intervjupersonerna med de användare som de önskar. Männen menar att de kan få bättre i verkligheten medan kvinnor svajpar höger, får en matchning och sedan undviker att svara ointressanta matchningar. Det skulle kunna vara så att användare tror att de blir lyckligare om de bara lyckas få det där som de inte kan få. När användaren väl fått bekräftelse genom en matchning blir personen mindre intressant. Det skulle kunna vara så att en matchning ger en tillfredsställelse under en kort period då användarna anser att de lyckats få den bekräftelsen som de strävade efter. Sedan faller lyckonivåerna tillbaka till samma position som tidigare och svajpningen fortsätter. Med utgångspunkt från dessa antaganden skulle det i detta fall också betyda att Tinder inte leder till kärlek utan snarare till mer användning av Tinder.

Ytterligare en faktor till att kvinnor skulle kunna ha råd att avvisa flertalet män är att de inte längre är beroende av att finna en man för att överleva rent ekonomiskt. Behovet av att välja en man och binda sig är inte längre nödvändigt. Detta skulle i sin tur kunna leda till ett beteendemöster hos kvinnor där de undviker att binda sig eftersom det finns många andra alternativ. Det behöver inte nödvändigtvis röra sig om att kvinnorna inte vill binda sig, utan snarare att de inte tänker binda sig om det inte är säkra på att det är med rätt person. Illouz redogör för att kvinnors förbättrade ekonomiska situation är en aspekt till varför det inte är lika många som gifter sig i det moderna samhället. Kvinnor kan vara mer kräsna än män av denna anledning, men trots detta är kvinnorna inte lika motvilliga som männen att ingå i romantiska relationer. Ett skäl till detta kan vara att män har psykiska brister och saknar förmågan att känna samhörighet i romantiska relationer. Ytterligare en aspekt av detta är att makten kvinnorna fått i samband med deras förbättrade situation skapar en osäkerhet hos männen då den påverkar den traditionella mansrollen (Illouz 2013:106-107).

Intervjuperson K "...ofta såhär killar som skriver flera gånger i rad för det är så oattraherande asså jag svarar ju när jag har tid. Om det är så att vi precis matchat så är det ju så att du är lite för exalterad för detta så svarar jag inte, och jag tror det var senast i förrgår då fick jag en kille som skrev svarar du inte så skickar jag dig. Då tänkte jag bara gör de då, I will not die. Så nä killar kan bli väldigt såhär när man inte klappar deras ego och svarar de så blir det en avmatchning. De blir offended och tänker varför svarar hon inte mig”.

De manliga användarna lägger sig snabbt i underläge genom att vara framfusiga och skriva många gånger på rad till en kvinna. Detta skulle kunna ge kvinnorna intrycket av att männen är impopulära och desperata på marknaden, även om beteendet inte nödvändigtvis indikerar detta. Avmatchning kan i detta fall fungera som ett hjälpmedel för männen att skydda sig själva och sitt ego när användare visar bekräftelse för en person som inte visar ett ömsesidigt intresse tillbaka. En intressant aspekt i detta fall är att det enbart är män som har Tinder Gold eller åtminstone erkänner att de har Tinder Gold. Tinder Gold gör att användaren kan ta kontrollen över matchningarna för egen vinning då användaren ser vem som har bekräftat dem.

Intervjuperson E “När jag skaffade Tinder Gold kunde jag handpicka bland de som har svajpat höger på mig, och välja de jag tyckte var mest attraktiva. På så sätt visste jag också att de tyckte jag var snygg eftersom de hade svajpat höger på mig“.

Intervjuperson E bekräftar att Tinder Gold ger honom kontroll över vilka kvinnor som sedan tidigare funnit honom attraktiv och att han därefter kan handplocka bland urvalet av kvinnor. Under observationen var detta ett känsligt ämne för vissa av de manliga intervjupersonerna, det vill säga att svajpa höger på en kvinna utan att få en match tillbaka. Detta främst från männens sida där de visade på ett förändrat osäkert kroppsspråk i kombination med kommentarer om att det inte blev en matchning. Genom att ha Tinder Gold minskar risken för att manliga användare behöva blotta sina känslor i förväg till en kvinnlig användare. Tinder Gold visar inte vilka som kommer svara på meddelanden utan fungerar för att se vilka som bekräftat och svajpat höger på dem. Illouz

menar att männen är sårbara och utsatta i sin position som initiativtagare. De männen måste å ena sidan visa upp ett självsäkert och tydligt intresse för att väcka uppmärksamhet hos kvinnor. Å andra sidan måste de vara återhållsamma för att inte lämna ut sig själv helt och vara oskyddad i fall de skulle bli avvisande (Illouz 2013:98).

Intervjuperson L “Tråkiga konversationer går bort. Liksom hur är det med dig idag? Ja skit du i de. Fråga något annat”.

På Tinder går det snabbt och är enkelt för användarna av plattformen att kontakta varandra, vilket även skulle kunna ses som en nackdel. Det är svårt att sticka ut och vara unik på en applikation där överflödet av användare och skickade meddelanden är enormt. Snabbt och enkelt är två nyckelord som skulle kunna anses sammanfatta dejtandet på applikationen Tinder. Relationerna på Tinder är både flyktiga, kortvariga och många. De kan även mycket enkelt ersättas av en annan användare, vilket gör att ett meddelande som skickas måste sticka ut, vara speciellt och väcka intresse. Detta innebär att det måste vara riktat som ett personligt budskap till en specifik person för att det ska utmärka sig, eller åtminstone måste det ge intrycket av att vara riktat till en specifik person.

Intervjuperson A “Asså när jag var liten så var man ju väldigt omogen skickade man en GIF så kanske dem skickar en GIF tillbaka och så bara efter de så gjorde man. Men nu har man ju advanced sitt game kan man säga och utvecklat det. Det brukar vara de vanliga att jag utgår från bion. Annars har jag har en klassiker, om det inte finns något i deras profil skriver jag alltid samma sak “Vad kallt och ruggigt det är i vinterkylan, ska vi dra till Spanien?”. Man kan absolut inte börja skriva hej de är så jävla tråkigt ju, leder ingenstans”.

Intervjuperson A visar på olika strategier för att få matchningen att känna sig speciell. För allmänna konversationsstartare räknas som konversationsdödare, eftersom konversationen blir relativt trivial och platt. Turkle menar att vi ständigt är uppkopplade och måste tvinga oss själva att stänga av telefonerna för att få en lugn stund. Vi är konstant tillgängliga och kontaktbara via våra mobiltelefoner. Information skickas till olika personer under middagar, joggingturer eller när vi kör bil, vilket inte är konstigt i dagens samhälle, men konsekvensen blir att vi inte har tid och

möjlighet att ta del av all information och meddelanden som skickas (Turkle 2011:280).

4.2 Attraktionskraft och identitet

Attraktionskraft och identitet är två viktiga aspekter på Tinder. Användarna har en utmaning när det gäller att skildra sitt jag på ett tillräckligt attraktivt sätt utan att vara skönmålade, vilket kan vara en svår balansgång.

4.2.1 Att balansera det äkta jaget och det bästa jaget

För tinderanvändare finns en balans mellan att visa upp sitt äkta jag och sitt bästa jag för att få matchningar på applikationen. Det upplevs naturligtvis som viktigt att vara attraktiv, men samtidigt behöver bilden som visas upp på Tinder vara tillräckligt äkta för att inte överträffa verkligheten.

Intervjuperson K “Något som jag känner är väl för att jag alltid känt att jag är en kurvig tjej, så jag har alltid en helkroppsbild så folk ser att det är såhär jag ser ut så att inte dem förväntar sig någon liten skinny för det är jag inte”.

Intervjuperson K signalerar tydligt en rädsla för att inte räckta till eller visa upp en bild som sedan inte stämmer vid ett möte i verkligheten. Därför är hon mån om att presentera ett jag som ger en rättvis bild av hennes yttre.

Intervjuperson A “Att dem ställer krav i bion. Typ såhär ja om du är under 2.10 så svajpa vänster. Det är så jävla löjligt, att dem tror liksom, ja sånt stör jag mig på. Det är riktigt jävla konstigt”.

Intervjuperson A uppskattar inte kvinnor som ställer krav på honom som han inte kan leva upp till. Det skulle kunna gå tillbaka till hans egen känsla av otillräcklighet. Att inte leva upp till kvinnornas krav skulle kunna leda till att han inte uppnår den bekräftelse han önskar och att han inte lever upp till marknadens krav. Egentligen handlar det i båda fallen om att sortera bort personer som ställer krav som användaren i fråga inte kan leva upp till. Men skillnaden är fortfarande att kvinnan lägger problemet på sig själv, medan mannen i detta fall lägger problemet

på kvinnor som ställer orimliga krav. Illouz redogör för en modern äktenskapsmarknad där hon menar att ett av kraven är att kvinnorna inte ska vilja ha något annat av männen än vad de senare i varje läge är beredda att ge. Trots detta tenderar männen att ha mer att vinna av relationer än kvinnor. Det kan handla om känslan av att en kvinna kan uppfattas som en problemlösare, tillgång och resurs (Illouz 2013:105).

Intervjuperson J “Om jag ser en tjej som bara har facebilder så tänker jag att det är något konstigt med henne. Kanske inte kopplat till kroppen utan bara att någonting är konstigt. Tänker likadant kring tjejer i solglasögon och varför man inte vill visa upp sitt ansikte. Det viktigaste är en bild på ansiktet, har man bara bilder med solglasögon så blir det ingen match liksom. Jag vill verkligen se hela personen innan, framförallt ansiktet innan jag känner mig intresserad”.

Intervjuperson J menar att det är viktigt att få en helhetsbild av ansiktet för att få en uppfattning av hur en person ser ut. Detta skulle kunna vara för att användare av Tinder inte vill investera tid i en person som de inte tycker är attraktiv. Därför vill användare genom bilderna på Tinder se hela paketet innan de köper det. När en person bär solglasögon finns risken att de upplevs aningen mer anonyma då de döljer delar av sig själv. I det verkliga livet får personer se varandra från alla vinklar, de får se varandras rörelsemönster samt uppleva hur en person talar och uttrycker sig. Verkligheten ger på så sätt en större helhetsbild av vem och hur en människa är. För personer som gett en rättvis bild av sig själv kan detta vara en fördel, men för de som framställt sig felaktigt över dejtingappen skulle detta kunna vara en nackdel.

Intervjuperson I “Jag tror att tjejers största rädsla är att något ska hända och att de kommer råka illa ut, medan killars största rädsla är att tjejerna inte ser ut som de gör på bild. Asså grovt sagt, att de är skitfula. Det händer ju rätt ofta att tjejer är bättre på bild än vad de är i verkligheten”.

Användare av Tinder skapar i regel en bild av jaget i hopp om att andra på applikationen ska uppmuntra och bekräfta bilden på ett positivt sätt. Detta skulle kunna göra att individer återskapar en felaktig bild av jaget i mån om att få bekräftelse. Vid ett senare möte i verkligheten skulle en

låg ärlighet kunna leda till missnöje, vilket tydligt framgår i intervjuperson I:s uttalanden. När syftet är att mötas upp i verkligheten finns det ingen vinning i att presentera sig själv felaktigt, utan i detta fall bör man finna en strategi för att uppnå trovärdighet. Är syftet däremot att bara matcha och chatta för bekräftelse har detta mindre betydelse. Anledningen till att användarna väljer att framställa sig felaktigt behöver inte alltid heller vara avsiktligt, de skulle kunna ha dålig självkänedom. Det skulle även kunna finnas en rädsla hos användarna att andra användare inte har goda avsikter, utan rent av är farliga. Intervjuperson I redogör för två olika konsekvenser av att en person inte är den som den utger sig för att vara. De möjliga konsekvenserna för män är ganska bagatellartade medan konsekvenserna för kvinnor skulle kunna vara väldigt allvarliga i detta fall. Baserat på citatet ovan kan en kvinna önska att få se hela ansiktet på bild då det även i en kontext på Tinder visar upp vem vi är på ett djupare plan än en kroppsdel. Ansiktet blir som ett belägg på att vi är den person vi utger oss för att vara i dejtingvärlden, men även i flertalet andra sammanhang.

Giddens redogör för en reflexiv identitet som innebär att identitetsskapandet anpassas till omgivningen där identitetsskapandet en friare process som är i ständig förändring (Giddens 1991:52). Detta ger individer möjligheten att ta kontroll över framställningen av sig själv och utforma sin den till sin fördel (Giddens 1999:45). Bauman menar att när jaget är på jakt efter kärlek gör individen automatiskt sig själv till ett säljbart objekt, mån om att sticka ut från den stora mängden. Han menar vidare att det aldrig tidigare varit lättare hitta potentiella romantiska partners likt varor tillgängliga i överflöd (Bauman 2003:65).

Intervjuperson C “ Jag söker ofta ungefär samma sak hos andra som jag vill ha i min egen profil. Det jag gillar hos andra profiler vill jag liksom ha i min egen också. Kanske en äventyrlig och glad profil med fina ögon och stort leende. Ja vet inte riktigt, men man vill ju ha någon glad och snygg, antar att de vill väl att andra också så därför önskar jag att de uppfattar mig som en sådan människa“.

Intervjuperson C menar att hon söker efter profiler på Tinder med liknande ytliga och personliga egenskaper som hon själv innehar. Användarna försöker marknadsföra de delar av sig själv som de tror är önskvärda eller som de själva tycker är attraktiva hos andra.

Intervjuperson D “För att hitta liksom matchningar och börja prata med någon som man sen kanske kan träffa så gäller det ju att hitta någon som spelar i samma liga för att ha en chans. Jag kan ju inte direkt satsa på en 10 poängare om man själv snarare är en 5:a”.

Användarna söker andra som de anser attraktionsmässigt ligga på samma nivå. Om användaren som är mest attraktiv också får den mest attraktiva partnern skulle detta kunna leda till att användare ständigt känner press då de upplever att de underpresterar och därför försöker förbättra sitt yttre. Detta skulle kunna innebära att en person som förnyar och förbättrar sitt utseende genom plastikkirurgi, träning och kost söker efter nya behov. När kroppen förnyas och förbättras skulle personer också kunna vara mer benägna att söka efter uppgradering av föremål eller i detta fall av en partner. Det skulle kunna vara så att nya förbättrade varor kräver nya behov. Bauman redogör för den konsumistiska kulturen och menar att det finns ett ständigt tryck av att vara någon annan. Han menar att en person först byter identitet för att sedan försöka bli född på nytt. I konsumtionssamhället nedvärderas tidigare erbjudanden för att skapa en plats i den allmänna efterfrågan som kan fyllas av nya erbjudanden (Bauman 2008:113). Illouz redogör för att det moderna jaget har en uppfattning om sig själv som ett pågående arbete, där jaget är i behov av att förbättra sig själv och låta sitt eget jag utvecklas för att uppfylla de behov en person innehar (Illouz 2019:256).

Intervjuperson F “Till exempel när vi var i Stockholm då var det verkligen McDonald’s experience, det såg bra ut på bild men upplevelsen var en helt annan i verkligheten. En av tjejerna hade en annan hårfärg och var mycket större i verkligheten, på bild hade hon ett fint leende och fina ögon. Dessutom hade den andra tjejen ett öppet förhållande, jag menar vem fan säger inte det innan man bestämmer träff med någon”.

Vissa dejtingprofiler innehåller lögnar och överdrifter, detta skulle bland annat kunna bero på att det idag är det betydligt enklare att justera vinklar och bilder med tekniska hjälpmedel. Frågan är vad det fyller för funktion att visa upp en felaktig självframställning om användarna tänker att de ska träffa personer från Tinder i verkligheten. Genom förvrängd information eller förvrängda

bilder kan en person använda en falsk utsida för att ge insidan en chans vid en träff i verkligheten. För intervjuperson F är det tydligt att tjejen undanhållit information och visat upp en felaktig självframställning. Detta gäller inte primärt bara utseendet utan här skapas en negativ reaktion hos intervjupersonen om att ha ett öppet förhållande på utsidan. Självframställningen gav i detta fall användarna trots missnöjet en chans att ses i verkligheten. Vid intervjupersonernas första ytliga visuella granskning av andra användare på plattformen, tenderar skönheten att stå centralt och explicit verkar det finnas en objektiv sanning om vad de flesta människor uppfattar som attraktivt. Ögonkontakt, ett stort leende, en äventyrlig och social profil är attribut som flertalet intervjupersoner föredrar. Vid det första sociala samspelet, det vill säga vid svajpandet, omprövas detta första intryck på subjektiva grunder. Det som räknas till en bra match rör sig ofta om ytliga attribut. Intervjupersonerna blir speciellt glada för matchningar med snygga personer eller personer som upprätthåller en viss status.

Bauman menar att det idag inte krävs mycket för att börja om igen och få en nystart. Han redogör för expansionen av kosmetisk kirurgi där han hänvisar till drivet att göra om det synliga jaget där personer enkelt kan få ett nytt och förbättrat utseende. Centralt är att ständigt hålla jämna steg med normerna som snabbt förändras och på så sätt behålla sitt marknadsvärde trots att kroppen förändrats med tiden. Det handlar om att upprätthålla en bild av jaget som sett sitt bäst före datum och låta en ny bättre version av jaget få träda fram (Bauman 2008:114-115).

Intervjuperson G "Är man snygg får man dispens oavsett vad man skriver på Tinder tror jag. Allting handlar om hur man ser ut eller möjligtvis vilken status man har. Jag tror till exempel att väldigt attraktiva tjejer har väldigt många som skriver till dem redan och om de skulle få för sig att skriva till en kille kan de nog i princip skriva vad som helst och han kommer svara eftersom att hon är så snygg och tvärtom".

Det skulle kunna vara så att snygga och rika har en fördel på den digitala marknaden när det kommer till kärlek och romans. Attraktiva människor åtnjuter fördelar på Tinder och för att ett intresse ska finnas för att prata med en annan användare tenderar attraktivitet att vara centralt. Attraktionskraft kommer i den mån i så fall också med fler möjligheter när det kommer till relationer. Som en följd av detta skulle attraktiva personer därmed även kunna ha svårare att binda sig eller att bibehålla relationer. Om attraktivitet skapar fler valmöjligheter skulle själva

attraktiviteten också kunna missgynna längre förhållanden. En annan intressant aspekt av attraktionskraft är huruvida det finns vissa grupper som gynnas på andras bekostnad på en digitaliserad dejtingmarknad eller om det är samma personer som skulle ha gynnats oavsett. Attraktiva personer slår ut de mindre attraktiva personerna på marknaden. Detta kan ses som en industriell företeelse likt hur storföretag slår ut de mindre attraktiva företagen. Det skulle kunna vara så att ett attraktivt yttre kan lura en person att tro att insidan kommer vara en avspegling av detta. En del personer skulle kunna ha en subjektiv föreställning om att ett vackert yttre hänger ihop med positiva egenskaper. Inom fältet marknadsföringspsykologi, som studerar människan som social varelse, kan flera tankar hämtas som också kan vara belysande för hur attraktiviteten fungerar på Tinder. Attraktiva människor har en fördel i sociala sammanhang, detta kallas haloeffekten, vilket innebär att en människa tillskrivs andra positiva egenskaper på grund av att de är attraktiva. Ett gynnsamt eller ogynnsamt generellt intryck av en människa påverkar individers senare slutsatser och framtida förväntningar på den människan (Aronson 2008:142).

4.2.2 Synen på Tinder som spel, en delikat balansgång

Tinder är ett spel med oskrivna regler precis som kärlek. Att visa för mycket intresse är sällan ett vinnande koncept i verkligheten, vilket blir ännu tydligare på Tinder där detta i regel sänder signaler som skrämmer bort andra användare.

Intervjuperson E "Det är intressant med killar som visar ett personligt intresse för en men allting handlar ju om balans liksom. Man vill inte att de visar för stort intresse heller. Superlikes till exempel, oftast kanske det inte är de man vill matcha med som superlikear en. Om det är så att jag skulle få en superlike och vi matchar då är det verkligen på honom att skriva först, för då har han ju superlikeat mig. Man hamnar lite i underläge när man ger någon en superlike skulle jag säga".

Relationer som utvecklas känslomässigt är per automatik mer sårbara. Att ta ett steg tillbaka för att den andra parten anses vara för påstridig skulle detta kunna ses som en försvarsmekanism som användare använder för att hindra och skydda sina hjärtan från att bli sårade. Å andra sidan skulle det även kunna vara för att uppmärksamhet i överflöd kan liknas vid hopplöshet eller att det saknas självständighet. Personerna som visar ett för starkt intresse visar i dessa fall omtänksamhet och

känslor som inte uppskattas eller är önskvärda. Att ha egna intressen i det privata livet som är helt utanför relationen anses ofta vara mer attraktivt än någon som lägger hela livet i relationen.

Intervjuperson I “Det är väl ett gränsläge där tycker jag, det är egentligen ingen win att ge en superlike. Då lägger man sig i underläge direkt från början. Då ger man dem uppmärksamhet och då måste man backa sen”.

Det är en hårfin gräns mellan att bevara sin position och attraktivitet på marknaden genom att inte vara för framfusig, men samtidigt visa upp personligt engagemang och omtanke i meddelanden som skickas för att väcka uppmärksamhet. När en användare visar för mycket intresse genom komplimanger eller liknande försvinner ofta innebörden av dessa handlingar och de riskera att mista sitt värde. Ytterligare en diskussion ifrån marknadsföringspsykologin som är relevant för relationer på Tinder är vinst-förlust teorin. En del av den innebär att när människan lärt sig att förvänta kärlek, stöd, och beröm från en annan person, är komplimanger och ett sådant beteende sällan en vinst för oss. Det tappar helt enkelt sitt värde eftersom vi vant oss vid beteendet (Aronson 2008:383-387). I observationen ser vi att intervjupersonerna studerar profiler lite extra när de gett dem en superlike. Däremot var det inte en enda person som svajpade höger på en person som superlikeat dem i observationen, då många menar att de som har gett en superlike inte är intressanta.

Intervjuperson A “För lättklädda bilder kan ju framstå som att dem har träffat tusentals. Man förstår ju vad hon vill när hon har lättklädda bilder. Man vill ju inte direkt komma hem till henne så är hon naken, det hade varit sjukt konstigt liksom. Vafan skulle vi inte ta ett glas vin liksom?”.

Ytterligare en aspekt som inte uppskattas är lättkläddhet eftersom även det räknas som utmanande och bekräftelsesökande. Bilderna indikerar att användarna försöker synas på ett sätt som andra inte finner attraktivt. Detta ger enligt intervjupersonerna intrycket av att en person är lite för enkel eller till och med lite “billig” och alltför lättillgänglig.

Intervjuperson D “Jag skulle aldrig stöta på någon som står och pumpar på gymmet i bar överkropp tre timmar om dagen, det är ju inget jag är intresserad av direkt. Så även om en kille har fyra bra bilder men på den femte står där och pumpar avklädd i ett linne som knappt täcker nippelsen så går han bort”.

Bilderna är det första som visas upp på Tinder och därmed även det första intrycket utåt för andra som ska skapa lockelse. Ett skäl till att intervjupersonerna inte uppfattar lättkläddhet som särskilt attraktivt skulle kunna vara att det tycks signalera sex. Detta innebär i sin tur att det blir problematiskt att framställa och visa upp sig själv som en seriös person som är ute efter annat än sexuella relationer utan känslor. Sex var förr mer intimt än vad det är idag, när individer delar intima bilder på offentliga applikationer kan detta göra att sex och intimitet kopplas loss än mer från känslolivet. Som ett försök att bibehålla sex som någon form av intim relation, skulle det kunna vara en fördel att bevara lättkläddhet i det privata rummet och inte dela med tusentals andra på sociala applikationer. Giddens menar att intimitet är en viktig komponent till en ren relation. Intimiteten innebär att en individ delar med sig av känslor och handlingar som individen helst håller privat och inte delar offentligt. Vidare redogör han för att sexuella band inte bör förväxlas med intimitet då intimitet kan identifieras i nära vänskapsrelationer som inte är av sexuell karaktär. Trots detta är sexuella intressen och intima situationer ofta nära belägna (Giddens 1995:60-61).

4.3 Den fria relationsekonomin

Det finns ett stort utbud av dejtingappar som utgör en motpol till Tinder, exempelvis Match.com och GoodOnes. Match.com uppger att de är Sveriges mest seriösa dejtingtjänst och GoodOnes kräver legitimering av BankID. Det finns alltså en marknad för ”seriös” dating som existerar som en motpol till Tinder. Match Group äger 45 olika dejtingtjänster varav Tinder och Match.com är två av dem. Tinder är däremot den dejtingapplikationen som anses vara Match Groups kronjuvel (Eklund 2019). All nätdejting behöver alltså inte vara oseriös, odefinierad och flyktig även om detta tycks vara återkommande hos användarna i den fria relationsekonomin på Tinder. Intervjupersonerna menar att en tvåsamhetsrelation som är uttalad skapar förväntningar och krav både från de som ingår i den och omgivningen. Om en relation förblir odefinierad är den fri och får ta den tid den behöver för att mogna och bli seriös om den någonsin blir det.

4.3.1 Odefinierade relationer

Baserat på studien är relationer på Tinder kravlösa. Intervjupersonerna accepterar i regel korta och ytliga relationer över applikationen. Tinder skulle kunna liknas vid en spelplan där spelreglerna, det vill säga vad användarna kan förvänta sig, är oskrivna regler och hur de agerar mot varandra är ett invariant beteende. Användare blir lätt föråldrade och ersätts mot nya användare.

Intervjuperson G “Om man inte vill ha en relation längre tänker jag att man slutar svara och att det är ganska ömsesidigt med tanke på att dem flesta har appen bara för att det är en kul grej. Man förväntar ju inte direkt sig att hitta sin livspartner på Tinder. Jag skulle aldrig få för mig att säga till någon att vi inte klickar, då uteblir jag hellre. Det är jobbigt med just avslut tycker jag, framför allt i relationer, det sköna med Tinder är att jag lite slipper den delen”.

Intresse kan avta väldigt oväntat och hastigt, både i verkliga livet och på Tinder, exempelvis på grund av att intresset blir större för någon annan. För intervjuperson G är det tydligt att avslut är en jobbig fas och när intresse avtar krävs ofta avslut i någon form. Detta skulle vara ett skäl till att intervjupersonerna håller sig till de kravlösa relationerna på Tinder, då det blir mer ansträngande och ansvarstagande att ingå i seriösare relationer utanför eftersom de följer med risker allra mest i form av att såra någon. Tinder skulle kunna anses vara ett kärleksspel på så sätt att det är en oskriven regel att en användare kan avsluta en relation utan förklaring. I verkligheten är detta beteende inte accepterat och det är betydligt svårare att bara ignorera en tidigare partner. Tinder kräver inte avslut eller långa utläggningar till varför man inte vill höras eller ha en relation längre, utan det är tillräckligt att utebli, sluta svara eller skicka ett kort meddelande.

Turkle skriver om att använda tystnad som ett sätt att avvisa alltid varit en del av kärleksförhållanden, men att det nu har satts i rutin. Tystnad är i modern tid en naturlig företeelse i dejtingrelationer, det är en hint som alla vet vad den har för betydelse. Turkle hänvisar till sin forskning där intervjuer utfördes med över trehundra unga amerikaner om deras liv på nätet och menar att unga idag har fått lära sig att acceptera och tolerera ignorans. Hon menar vidare att unga redan i tidig ålder idag tvingas lära sig att acceptera tystnad som svar då deras föräldrar går förlorade i sina mobiltelefoner. När de sedan växer upp och blir äldre accepterar de att bli

ignorerade som svar i sina kärleks- och dejtingförhållanden (Turkle 2011:294). Illouz skriver även om att avslut bland unga idag är en nedtonad och försiktig handling snarare än något emotionellt och känslofyllt (Illouz 2019:228). Processen av att avbryta relationer utanför Tinder kan vara ansträngande och krävande då det innebär meningsfulla och förståndiga rättfärdiganden för att göra beslutet att gå skilda vägar förståeligt för sig själv och för sin omgivning (Illouz 2019:32).

Intervjuperson B “Ofta när man ska träffa någon från Tinder kanske det samtidigt händer mycket saker runt omkring. Har man inte träffats innan har man verkligen inga förväntningar på den andra heller. Blir de inget blir det inget. Har man då inte riktigt spikade planer med henne och sen är det någonting som händer på annat håll och då kanske man spikar planer med någon annan istället, då är det inte lönt att fortsätta snacka med tjejen tycker jag om man enbart hade planerat att träffas för en kväll”.

Dilemmat för intervjuperson B är tydligt då han menar att det kan röra sig om snabba känslomässiga vändpunkter på Tinder, där intresset för en person förändras från en dag till en annan. Dagens konsumtionssamhälle är konstruerat efter att trendiga varor är populära under en kortare tid för att människor senare ska införskaffa sig nya varor för att bli tillfredsställda. Intervjuperson B är inte lojal mot den första personen han hade tänkt träffa, precis som konsumenten inte har lojalitet till en vara om han skulle finna en bättre. Om det inte flyter på enkelt och fungerar med den första personen står det dig tusen åter, precis som att det går att köpa en vara i flera olika butiker. Känslan för en person förändras i snabb hastighet och när krav och lojalitet tas bort från en relation, som inkluderar intimitet, skulle det kunna ses som att det intima för en kväll enbart blir ett nöje och därmed också en ren materialitet. Illouz menar både att bilda och underhålla intima relationer är en del av ett allmänt socialt ekosystem. Hon menar att detta belastar individer och pressar dem till att på egen hand ta itu med sociala begränsningar. Detta är ett av flera motiv till att undvika emotionella band och känslomässiga förbindelser (Illouz 2019:236).

Intervjuperson C “Det har hänt att jag avmatchar om jag matchar med någon liksom, men det är inga större anledningar till varför jag avmatchar. De har inte betett sig dåligt eller så men det känns inte som en bra matchning liksom. Det är inga hard

feelings de flesta är ju på Tinder för att ha kul, inte för att hitta kärlek eller vänner för den delen”.

Intervjupersonerna skrattade åt frågan om vänskapsrelationer över applikationen. Det skulle kunna vara så att våra intervjupersoner värderar kärleksrelationer högre än vänskapsrelationer, men samtidigt är de inte där för att finna sin livs kärlek. Kärleksrelationer har en tendens att få personer att känna sig begränsade eftersom de tvingar oss att välja och bestämma oss för en person. Vänskapsrelationer däremot är relationer som inte går att ha för många av. Det skulle kunna vara så att människor lockas att använda Tinder för att applikationen verkar leda till enkla relationstyper. Relationer på en applikation som Tinder kräver inte avslut eftersom att relationerna sällan heller behöver definieras eller bli seriösa. Illouz redogör för att det i dagens samhälle finns oändligt många fler sätt att bestämma betydelsen och definiera en relation än förr. Hon tar upp one-night stand, hookup, fling, vänner med förmåner, avslappnad dejting och cybersex. Alla ovanstående nämnda relationstyper är tillfälliga och övergående, utan någon eller endast med ett mycket litet engagemang i form av känslor, trots att sexuell relation involveras. Frihet blir omfattande så fort den känslomässiga engagemanget saknas och så länge det stannar som känslolöst är beslutet att gå skilda vägar och välja bort varandra också mycket enkelt (Illouz 2019:33-34).

Intervjuperson E ”Jag kan ju absolut tänka mig att bara ligga med tjejer för en kväll från Tinder, om jag känner att vi inte klickar på något annat plan. Så att jag skulle väl inte säga att jag inte är ute efter korta relationer men jag är också öppen för mer seriösa om det skulle kännas bra med någon”.

Detta citatet signalerar hur intervjuperson E önskar att ha alla valmöjligheter öppna och tillgängliga. Att älska en person och binda upp sig till denna kräver mycket uppoffring och att det känns rätt på alla olika plan. När det rör sig om korta enkla relationstyper krävs det inte att det känns rätt på alla plan utan det räcker med några. Det skulle kunna vara så att attraktion och kärlek skiljer sig en del ifrån varandra. Ett förhållande utan sex håller inte, men däremot att ha en sexuell relation utan några bindningar är vanligt bland våra intervjupersoner. Det skulle kunna vara så att attraktionen är så pass viktig att när den inte håller måttet tar människor också en emotionell

distans ifrån varandra. En bra sexuell relation och attraktion till varandra prioriteras högt, kanske till och med framför tryggheten i många fall. Istället för att arbeta på relationer som är trasiga och lappa ihop dem, finns det lätta utvägar för att ersätta relationerna med nya, vilket skulle kunna anses vara mer lockande. Intervjuperson E är öppen för alla typer av relationer, som skulle kunna innebära att han inte har några specifika förväntningar. Dörrarna är på så sätt även öppna för allt, vilket gör att det fortsätter vara spännande. Det finns någonstans i intervjuperson E:s uttalande en icke-uttalad önskan om att någonstans finna kärleken, men däremot har han en förväntan om att för att binda sig måste det kännas rätt. Han är inte bara ute efter att roa sig eftersom att han menar på att den rätta finns någonstans i hans föreställningsvärld. Möjligtvis dejtar användarna många olika tills dess att de funnit vad de söker efter, känner sig trygga i sig själv och därmed vågar binda sig.

Beck och Beck-Gernsheim redogör för forskning som visar att de riktlinjer som finns för att binda sig och leva tillsammans idag är betydligt fler än vad de tidigare har varit. Det är inte längre tillräckligt att bara hålla sams och komma överens, utan idag önskar personer mer av varandra. Människor letar ständigt efter upprymdhet, glädje och tillfredsställelse, när missnöje är ofrånkomligt. Ju fler förväntningar de har på sina kärleksrelationer, desto mer troligt är det att relationen anses vara tråkig och händelselös i förhållande till annat (Beck och Beck-Gernsheim 2004:93). Å andra sidan är kärleksrelationer en avgörande faktor för att uppnå en social struktur i våra liv då det även är grundläggande för utformandet av den egna identiteten. Idag går vi miste om många referenspunkter i våra liv, såsom i traditioner, religion eller klasstillhörighet och behöver istället lägga vikt och trygghet hos dem vi älskar (Beck och Beck-Gernsheim 2004:94-95). Giddens redogör i relation till detta för ett begrepp som han kallar för ontologisk trygghet som innebär att en person redan som liten får rutiner och vanor som kommer att spela en avgörande roll för bildandet av relationer. Den ontologiska tryggheten som skapas och utformas när människor växer upp bidrar sedan till vilket förhållningssätt som personen i fråga agerar efter, vilket tillför säkerhet till den egna identiteten. För att kunna skapa stabila relationer till andra krävs också en viss trygghet och säkerhet hos individen själv. Att finna säkerhet i sig själv är därmed även väldigt nära relaterat till att finna trygghet och våga förbinda sig till andra (Giddens 1999:9-11).

4.3.2 Frihet och flyktighet

Romantiska applikationer är passande för dagens idéer av att äga sina känslor, kontrollera sin egen kropp och välja sexuell partner samt gå in och ur relationer efter eget tycke.

Intervjuperson H "Eftersom att det är okej för mig att du ligger med andra kan inte du heller förvänta att jag inte gör det. Jag vill liksom inte binda mig till någon och vill inte heller att någon binder sig till mig. Jag vill ha en period i livet då jag fokuserar på mig själv och inte på någon annan. Jag gör det som är kul och känns bra i stunden. Alla vet ju att man närsomhelst och varsomhelst kan träffa någon annan".

I ovanstående citat ligger svårigheten för intervjuperson H i att välja en person i det enorma utbudet av människor och att på så sätt begränsa sina möjligheter att dejta andra. Citatet skulle kunna tolkas som att sexet enbart är en tillfredsställelse som delas lika mellan de två parterna. Relationen innehar inga känslor och betyder ingenting, vilket innebär att ingen behöver såras då ingen investerar sitt hjärta. Det skulle kunna ses som att personer på Tinder snabbt går miste om sin ytliga glans och dragningskraft då alternativa relationer finns nära till hands. Konsekvensen av mentaliteten av att det alltid kan förekomma en bättre person bakom nästa svajpning, i varje fall ett flertal alternativ att besluta mellan och jämföra med, skulle kunna leda till större valmöjligheter. Tinder skulle kunna liknas vid ett stort fält tillgängligt för alla användare att finna potentiella partners. Tinder skulle på så sätt även kunna bidra till att det är avskräckande att välja en partner och ingå i varaktiga relationer. De tinderanvändare som enbart strävar efter att finna en eller flera sexpartners över applikationen skulle kunna finna Tinder tillfredställande, förutsatt att andra användare av applikationen också enbart önskar sex. Användare som å andra sidan önskar att möta en stjälsfrende att dela livet med, känna sig uppskattad och behövd, kan placeras i en sårbar och känslig position där kärlek liknas vid nätshopping och egotillfredställande konsumtion. Tinder tvingar aldrig sina användare att välja en partner, tvärtom de uppmuntrar till att matcha, chatta och dejta. På Tinder behöver det heller aldrig bli aktuellt att förkasta någon eller att själv bli förkastad. Tinder skulle kunna anses nedvärdera varaktigheten och höja flyktigheten, precis som dagens konsumtionssamhälle gör med varor det vill säga att de höjer nyhetens värde.

Illouz redogör för att människors frihet under 70-talet utökades i kombination med att det blev vanligare att leva tillsammans utan att vara gift, nya preventivmedel tillkom och långa förhållanden var i regel mindre påkallade. Antalet enpersonshushåll har ökat markant och särboförhållanden har även ökat kraftigt. Den ökade friheten och valbarheten har förändrat känslomässiga förförelser och uppgörelser i parrelationer (Illouz 2013:94). Detta är extra tydligt när det kommer till något som Illouz kallar för bindningsfobi (Illouz 2013:95). Bindningsfobi är skräcken av att binda sig till en person att älska, vilket kan tillämpas på både kvinnor och män, men syndromet tycks såväl historiskt som kulturellt drabba flest män (Illouz 2013:103-104). Jordås menar att människor idag kan kategoriseras till ett "Kanske-folk", vilket innebär att personer gärna dejtar, men helst aldrig kommer till en situation där de behöver välja eller ge några löften (Jordås 2020).

Intervjuperson L "Jag skulle vilja träffa en TT typ, någon som man kan träffas och trivas med. Då kan man umgås, hänga, ha sex när man vill men man måste inte alltid ha sex. Man har det bara gött ihop utan att sätta en stämpel på det".

Intervjuperson L förhåller sig positiv till sexuella relationer utan känslor och krav. Det skulle kunna ses som att ingen av parterna går ut som vinnare eller förlorare av dessa sexuella relationerna så länge båda har samma känslomässiga grunder. Sex utan känslor skulle kunna ses som en önskvärd form av relation av den anledningen att användarna slipper avvisa eller bli avvisad. Eftersom det inte finns en vinnare av sexuella relationer bör inte användarna behöva bevisa någonting för varandra utan kan snarare ses som en kravlös relation. Intervjupersonerna är unga och lever efter frihetens ideal där frihet och att få välja sin egen väg är högst prioriterat. Ingen har stress att finna en partner att leva och skaffa barn med. Många kvinnor som kommer upp i åldern skulle annars kunna uppleva press från en biologisk klocka och vill därför skaffa familj. Äldre kvinnor skulle på så sätt kunna hamna i underläge i de lösa relationerna. Tillfälliga förbindelser missgynnar inte unga kvinnor enligt studien. Att vara positiv och ha en lättsam inställning till sexuella relationer är vanligt och en del av singellivets lekfullhet bland båda könen. Baserat på studien har såväl män som kvinnor åtminstone en period i livet då obundenhet prioriteras högre än en enda säker partner.

Illouz redogör för det knapplösa knullet som hon menar är det renaste som finns, det håller

sig borta från maktkamp, ånger och skuld (Illouz 2013:157). Giddens diskuterar aspekten av att kvinnor söker kärlek medan män strävar efter sexuella relationer, men kommer fram till att även kvinnor strävar efter sexuell tillfredsställelse utan känslor som en fundamental beståndsdel i deras liv (Giddens 1997:66-67). Dagens konsumtionssamhälle byter ut material och tillgångar som inte håller måtten, istället för att lappa ihop och förbättra dem. När material och tillgångar tillhör gårdagens begär och inte ger dem den fullständiga tillfredsställelsen som förväntades, bör man göra sig av med dem (Bauman 2008:45).

4.3.3 Tinder föder mer Tinder

Intervjupersonerna har alla haft applikationen under en längre tid, men har periodvis tagit bort den. Många av intervjupersonerna behöver paus från det gränslösa svajpandet, men installerar de kort därefter igen.

Intervjuperson D "Man laddar ner appen och tindrar lite, ofta så tröttnar man rätt fort när det inte leder någonstans, vilket det typ aldrig gör. Eller också så börjar man träffa någon om man har tur och då pausar man från Tinder. Men sen laddar man ofta ner det igen någon månad senare eftersom att man har sug efter lite matchningar och är taggad på att hoppa på tåget igen".

Baserat på studien befinner sig i regel många av intervjupersonerna på Tinder för kroppsliga föreningar. Flirtandet i baren har flyttat till en applikation i mobilen som finns tillgänglig dygnet runt. Singellivet skulle idag kunna ses som något trendigt och lekfullt snarare än deprimerande. Ett enormt antal unga människor befinner sig på applikationen, vilket skulle kunna vara ett skäl till att Tinder fått denna lekfulla prägel. Hemsidor för dejting har tidigare gett känslan av att finnas till för de som strävar efter riktig kärlek. Många av intervjupersonerna menar att de haft applikationen sedan de var 18 år och att syftet inte har förändrats sedan dess. En 18-åring är i regel inte ute efter samma typ av relation som en 30-åring.

Tinder lanserades 2012 och blev en succé för dejtingvärlden, inte minst för unga vuxna. Grundtanken att ladda ner applikationen för att finna sin själsfrände är inte ny. Men Tinder utlovar å andra sidan inte ens kärlek, utan snarare konceptet av att "Matcha, chatta, dejta". Illouz redogör för att Tinder uppskattas ha 50 miljoner människor som använder applikationen dagligen och att

över 8 miljarder ”anslutningar” har gjorts sedan 2012. Vad anslutningar betyder är dubbeltydigt om det handlar om enkla matchningar eller möten i verkliga livet, eller en sammankoppling av båda delar (Illouz 2019:100).

Intervjupersonerna menar att de använder Tinder för att söka sig vidare efter förhållanden då de tänker sig att Tinder är till för att skapa nya relationer. Det finns också en annan dimension, att börja använda Tinder handlar också om att komma bort från en tidigare relation, det vill säga att Tinder blir ett medel för det snarare än att hitta en ny partner. Tinder skulle kunna ses som en plattform där användarna tillfredsställer sina behov tillfälligt. Intervjupersonerna verkar ha en tendens att använda applikationen för korta tillfredställelser, snarare än för letandet efter en seriös partner. I en dejtingapplikation som Tinder finns det inga riktlinjer för relationer och vad de ska leda till. Singellivet på Tinder kan därmed vara mer lätthanterligt och nervkittlande än att vara i ett förhållande med en enda defekt person, där känslor är investerade och relationen kräver underhållning. Applikationen har inte fört våra intervjupersoner bort från Tinder, utan snarare fått dem att stanna kvar på plattformen. Det skulle kunna vara så att Tinder är ett utmärkt verktyg för att matcha många olika människor med varandra utseendemässigt, men mindre bra på att få människor att finna äkta kärlek som varar för evigt. Tinder är ett företag som tjänar pengar på att användningen av applikationen inte upphör, vilket även kräver att användarnas behov av förnyelser inte får tillfredsställas. Bakomliggande bör Tinder av detta skäl inte önska användarna riktig kärlek, ju fortare användarna nöjer sig desto snabbare försvinner de från applikationen. Att avgöra en potentiell partner utifrån några få bilder och ord, kan enligt studien ha en tendens att leda till att du blir attraherad av någon som du inte är attraherad av i verkligheten, vilket leder till ett fortsatt tindrande. Tinder är i behov av att vi fortsätter att jaga och drömma om kärleken. Det skulle kunna vara så att Tinder väcker ett intresse hos användare att vilja se hela utbudet av människor, för att inte missa en bättre kommande partner. Trots matchningar, konversationer och träffar har svajpandet en tendens att inte utebli. Intervjupersonerna har i regel flera personer i luften som de bollar mellan samtidigt. Tinder nämner och trycker extra på hur viktigt det är med säkerhet och hur enkelt det är att avsluta kontakten med någon du inte önskar ha kontakt med samt hur du hindrar personer från att skicka oönskade meddelande till dig. Dejtingapparna visar tydligt hur du gör dig av med personer, vilket också kan leda till att du fastnar på applikationen. Tinder erbjuder även prenumerationsbaserade tjänster där extra funktioner kan tillhandahållas mot betalning. Tinder plus och Tinder Gold är sådana tjänster där användarna frigörs från geografiska

begränsningar samt kan återgå till ett antal tidigare profiler som de redan svajpat bort. Att utöka funktionerna för att underlätta för användare att få matchningar och utöka deras frihet tjänar Tinder mycket pengar eftersom användarna är beredda att bekosta det.

Bauman menar att det är principen av att försvaga och nedsätta gårdagens behov som står centralt i konsumtionssamhället, inte utformningen av nya behov. Det är detta som håller konsumtionslivet och konsumtionsekonomi levande. Personer manas konstant till att söka tillfredsställelse, men också att bevara och späda på den slags tillfredsställelse som skulle kunna hindra oss från att fortsätta söka efter den. En permanent "en gång för alla" tillfredsställelse måste för konsumenterna framträda som allt annat än ett frestande alternativ, den måste i själva verket framträda som ett stort misslyckande (Bauman 2008:112).

5 Slutdiskussion

En avgörande komponent för att väcka uppmärksamhet och skapa intresse vid matchningsprocessen är att användarna inte är medvetna om vad som ska hända innan de svajpar höger eller vänster. Osäkerheten genererar attraktion, det vill säga att inte veta om hur andra användare har kategoriserat dem. Detta ökar spänningsnivån och viljan att undersöka en potentiell relation.

Att ge för mycket uppmärksamhet till en matchning genom komplimanger och ett stort visat intresse är inte en vinnande strategi. Detta ger ofta varningssignaler av att användaren söker något väldigt seriöst, vilket har en tendens att skrämja bort andra användare. Uppmärksamhet i överflöd kan även ge en uppfattning av att personen är desperat eller att den är beroende av andra och osjälvständig, vilket inte är önskvärda egenskaper. När en relation blir mer personlig och inkluderar känslor blir den också mer sårbar. Många användare tar därför ett steg tillbaka, möjligtvis som en försvarsmekanism för att hindra sig själv från att få ett brustet hjärta. Männens tycks i denna fas vara de personer som är mest utsatta, då de även är de största initiativtagarna på Tinder. Kvinnor har möjligheten att undvika förfrågningar från män som inte faller dem i smaken i väntan på bättre erbjudanden, eftersom de har en stor mängd potentiella partners att välja mellan. Sannolikt kan det vara lättare att undvika att svara på meddelanden och avvisa en matchning ifall användarna förväntar sig att en ny förfrågan visar sig mycket snart igen.

Varje användare på Tinder är en i mängden i det stora utbudet och det är svårt att sticka ut. Intervjupersonerna upplever till och med att de måste "gå ner sig" för att få napp på Tinder. På

Tinder får användarna aldrig reda på hur många andra användare som gett dem en vänstersvajpning när de visades upp som potentiella kandidater på deras skärm. Användarna på Tinder är hela tiden ovetande om huruvida andra användare ignorerat och avvisat deras meddelande som skickats eller om det bara har hamnat vid sidan av. Hur många personer andra användare matchar med eller hur många olika konversationer de håller levande samtidigt är information man som användare aldrig kommer få ta del av. Relationer som skapas och förkastas på Tinder är i högsta grad mycket kravlösa, parterna saknar förväntningar på varandra och nästa potentiella matchning eller partner är inte längre ifrån än ett fåtal svajningar bort. En svajpning som blir en matchning skapar en mycket kort men också direkt bekräftelse och tillfredsställelse som lika fort förlorar sin lyster. Att visa för en annan användare att ”jag är intresserad av dig”, genom att ge bekräftelse i form av en matchning bör inte uppfattas som något betydelsefullt eller seriöst.

När användarna väljer partner på Tinder är personer i grund och botten antingen vänster eller höger. Upplevelsen av en annan person i verkligheten utanför Tinder ser aningen annorlunda ut. Personen ses från ett stort antal olika vinklar och personens rörelsemönster och röstläge kan göra att uppfattningen om personen ifråga förändras drastiskt. Valmöjligheterna på Tinder att finna en potentiell partner är oändliga. Överflödet på applikationen har lett till ett större missnöje eftersom det minimerar sannolikheten att känna sig tillfredsställd och nöjd med att göra ett val för en person. Mentaliteten hos användarna är att gräset är grönnare på andra sidan och att den ultimata matchningen inte finns bland de personer de redan matchat med utan snarare finns i nästa svajpning. Detta bidrar i sin tur till att användarna stannar på Tinder, då logiken blir att det är bättre att granska alla valmöjligheter innan de väljer och bestämmer sig för en person. Tinderanvändare väntar på så sätt hellre för att inte gå miste om den bästa möjliga partnern.

Intervjupersonerna önskar sig en “TT” (träffas och trivas), det vill säga en odefinierad relation utan löften där de helt enkelt bara kan träffa och trivas. Människan sägs alltid ha trivts i tvåsamhet vilket blivit en norm som individer vant sig vid. Idag är det lättare för användarna att besparas från att välja en person och kategorisera sitt dejtande som något exklusivt. De undviker så långt det går att behöva sätta en etikett på relationen. Användarna önskar att ha en öppen och flyktig relation som är beroende av dagsform, vilket också är den direkta definitionen av “Kanske-folket”. Relationerna på Tinder är i regel därför även dömda att misslyckas eftersom mentaliteten bygger på att inte nöja sig, behålla flyktigheten och förkasta varaktigheten.

Användare baserar sina beslut på en mentalitet av att gräset är grönare på andra sidan. På precis detta sätt överlever och växer även Tinder som företag. Matchningarna och de lösa relationerna tar oss inte bort från applikationen utan leder snarare till ett större användande av den. Konceptet Tinder är uppbyggt på att det skapar en tro hos användarna om att de går miste om något perfekt om de inte fortsätter att svajpa. När användarna har svajpat höger och matchat med många personer de funnit attraktiva finns en stor buffé att välja mellan precis som Illouz skriver. Trots att valmöjligheterna av personer som redan bekräftat dig är oändliga fortsätter användarna av applikationen att leta vidare. Intresset som fanns för de tidigare matchningarna försvinner långsamt bort och nyfikenheten växer för de matchningar som kan gömma sig bakom nästa svajpning. Visst leder en del matchningar till att personer möts upp i det verkliga livet, men mentaliteten lever kvar och användarna är fortfarande aktiva i spelet. Känslorna trängs undan om de dyker upp eller också tillåter användarna sig inte att visa sina känslor eftersom de inte är öppna för en seriös relation med en partner. Att matcha, konversera och träffa flera samtidigt förenklar processen av att distansera känslor.

Tinder har utvecklats till en "one-stop-shop" för personer som vill få bekräftelse, underhållas och dejta eller bara kolla in vilka som är singlar i närområdet. Tinder används alltså som en bar för singlar där de kan flirta och ligga runt samt dejta flera personer samtidigt när som helst på dygnet. Förr gjordes ansträngningar att försöka laga instabila relationer, medan de idag ersätts så fort de inte håller måttet. Den flyktiga mentaliteten vid konsumtion av olika produkter har smittat av sig och är densamma vid konsumtion av kärlek och partners. Relationer och potentiella partners förnyas och blir till slit- och slängvaror. När relationer aldrig uttalas och bestäms behöver de heller aldrig ha ett riktigt avslut. Användarna av Tinder kan få bekräftelse och tillfredsställelse och ändå lyckas undvika den besvärliga känslan av att bli avvisad eller att avvisa.

Att vara singel är inte något sorgligt eller deprimerande idag utan snarare en trend. Detta för att det idag är vanligt att vara singel och det är viktigt att vara självständig. Det råder ingen skam över att vara singel varken som kvinna eller som man. Egentligen har Tinder inget skäl till att långsiktigt para ihop olika användare med varandra utan snarare det motsatta. En aktiv användare som möter sin blivande partner försvinner från applikationen, vilket knappast kan vara Tinders mål då företaget önskar ha så många användare som möjligt. Tinder tjänar sina pengar på att användare är aktiva och köper till tjänster för att finna bekräftelse och kärlek. Ju mer irriterande det är för användarna att de inte finner de bästa matchningarna och sin drömpartner i överflödet av

människor desto bättre. Tinder erbjuder då sina extra betaltjänster som ska lösa det problem för användarna som de själva har skapat. Tinder ger användarna mot en betalning åtkomst till extra fördelar och funktioner i den digitala dejtingvärlden där de sedan fortsätter att konsumera och att konsumeras av andra användare (med ett leende på läpparna).

För fortsatta studier inom ämnet skulle det vara intressant att göra en jämförelse mellan olika åldersgrupper för att se hur ålder och generation påverkar synen på relationsbyggande. Det skulle också vara intressant att jämföra två olika grupper där en grupp nätdejar på en sida som utger sig från att vara "seriös" i jämförelse med Tinder för att se hur detta påverkar relationers varaktighet.

6 Källor

Aronson, Elliot. (2008). *The Social Animal*. New York: Worth Publishers.

Bauman, Zygmunt. (2013). *Auschwitz och det moderna samhälle*. Göteborg: Bokförlaget Diadlos AB.

Bauman, Zygmunt. (2008). *Konsumtionsliv*. Göteborg: Bokförlaget Diadlos AB.

Bauman, Zygmunt. (2003). *Liquid Love: On the Frailty of Human Bonds*. Cambridge: Polity Press.

Brinkmann, Svend. (2013). *Qualitative interviewing, understanding qualitative research*. New York: Oxford university Press.

Henning, Eklund. 2019. Tinders ekonomi - på 3 minuter. Sydsvenskan. 26 november.

<https://www.svd.se/tinders-karleksekonomi--pa-3-minuter> (Hämtad 2020-12-18)

Ekström, Mats. Larsson, Larsåke. (2010). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur AB.

Esaiasson, Peter. Gilljam, Mikael. Oscarsson, Henrik. Towns, Ann. & Wängnerud, Lena. (2012). *Metodpraktikan - Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Vällingby: Nordstedts juridik AB.

Giddens, Anthony. (1995). *Intimitetens omvandling. Sexualitet, kärlek och erotik i det moderna samhället*. Nora: Bokförlaget Nya Doxa.

Giddens, Anthony. (1999). *Modernitet och självidentitet: självet och samhället i den senmoderna epoken*. Göteborg: Bokförlaget Daidalos AB.

Giddens, Anthony. (1991). *Modernity and self-identity*. Cambridge: Polity press.

Morgan, Elizabeth M., Richards Tamara C., VanNess Emily M. 2010. *Comparing narratives of personal and preferred partner characteristics in online dating advertisements*. Pages 883-888

- Hansen, Anders, & Machin, David. (2013). *Media and Communication Research Methods*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Illouz, Eva. (2019). *Därför tar kärlek slut*. Göteborg: Bokförlaget Diadlos AB.
- Illouz, Eva. (2013). *Därför gör kärlek ont*. Göteborg: Bokförlaget Diadlos AB.
- Hance Margaret A., Blackhart Ginette, Dew Megan. 2018. *Free to be me: The relationship between the true self, rejection sensitivity, and use of online dating sites*. Pages 421-429
- Frändén, Johanna. 2020. Kanskemännen är en velig och rätt partisk typ. Aftonbladet. 30 oktober. <https://www.aftonbladet.se/nyheter/kolumnister/a/jBBOoo/kanskemannen-ar-en-velig-och-ratt-pat-etisk-typ> (Hämtad 2020-12-02)
- Jordås, Jon. 2020. Ett brev till kanske-kvinnan. Sydsvenskan. 2 november. <https://www.sydsvenskan.se/2020-11-02/ett-brev-till-kanske-kvinnan> (Hämtad 2020-11-27)
- Holmström, Josefine. 2020. "Grät i taxin - kvinnors porr är att rädda män". Sydsvenskan. 17 oktober. <https://www.svd.se/grat-i-taxin-hon-hade-ratt-kvinnors-porr-ar-att-radda-man> (Hämtad den 2020-11-27)
- Döring Nicola, Reif Anne, Poeschl Sandra. 2016. *How gender-stereotypical are selfies? A content analysis and comparison with magazine adverts*. Pages 955-962.
- Jagger, Elizabeth. 1998. *Marketing the self, buying an other: dating in postmodern, consumer society*. Cambridge University Press. Pages 795-814
- Svenskarna och Internet. 2018. *Unga använder Tinder*. <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2018/andra-aktiviteter-pa-natet/unga-anvander-tinder/> (Hämtad 2020-11-15)
- Svenskarna och Internet. 2020. *Var tionde internetanvändare har ägnat sig åt online gambling under pandemin*. <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2020/digitala-beteenden/var-tionde-internetanvandare-har-agnat-sig-at-online-gambling-under-pandemin/> (Hämtad 2020-12-20)

Svensson, Julia. 2020. Tinderromanerna visar att den som söker kärlek måste vara rationell. Sydsvenskan. 26 januari.

<https://www.sydsvenskan.se/2020-01-26/tinderromanerna-visar-att-den-som-soker-karlek-maste-vara> (Hämtad 2020-11-28)

Turkle, Sherry. (2011). *Alone together*. New York: Basic Books.

Wengraf, Tom. (2001). *Qualitative Research Interviewing*. London: Sage Publications.

Ölmedal, Ida. 2020. Sorgligt att ”sexnegativ” blivit ett modeord. Sydsvenskan. 24 oktober.

<https://www.sydsvenskan.se/2020-10-24/sorgligt-att-sexnegativ-blivit-ett-modeord> (Hämtad 2020-12-02)

7 Bilagor

7.1 Persongalleri

“Intervjuperson A”, 20, M, Malmö, Arbetar, Intervju med Maja Johansson och Jennelie Joelsson.
18 november 2020.

“Intervjuperson B”, 21, M, Malmö, Arbetar, Intervju med Maja Johansson och Jennelie Joelsson.
18 november 2020.

“Intervjuperson C”, 20, K, Malmö, Arbetar, Intervju med Maja Johansson och Jennelie Joelsson.
19 november 2020.

“Intervjuperson D”, 21, K, Malmö, Arbetar, Intervju med Maja Johansson och Jennelie Joelsson.
19 november 2020.

“Intervjuperson E”, 22, M, Lund, Studerar, Intervju med Maja Johansson och Jennelie Joelsson.
20 november 2020.

“Intervjuperson F”, 23, M, Malmö, Studerar, Intervju med Maja Johansson och Jennelie Joelsson.
20 november 2020.

“Intervjuperson G”, 22, K, Lund, Studerar, Intervju med Maja Johansson och Jennelie Joelsson.
23 november 2020.

“Intervjuperson H”, 23, K, Malmö, Studerar, Intervju med Maja Johansson och Jennelie Joelsson.
23 november 2020.

“Intervjuperson I”, 24, M, Malmö, Arbetar, Intervju med Maja Johansson och Jennelie Joelsson.
24 november 2020.

“Intervjuperson J”, 25, M, Vellinge, Arbetar, Intervju med Maja Johansson och Jennelie Joelsson.
24 november 2020.

“Intervjuperson K”, 24, K, Trelleborg, Arbetar, Intervju med Maja Johansson och Jennelie Joelsson.
24 november 2020.

“Intervjuperson L”, 25, K, Malmö, Arbetar, Intervju med Maja Johansson och Jennelie Joelsson.
24 november 2020.

7.2 Intervjufrågor

1. Varför Tinder?

1. Under hur lång period har du varit användare av Tinder?
2. Har du eller har du haft någon annan dejtingapp tidigare?
Om ja: Vad är skillnaden mellan apparna?
Om nej: Varför just Tinder?
3. Av vilken anledning laddade du ner appen?
4. Har ditt syfte med appen förändrats med tiden?
Om ja: Varför förändrades det, vad hände, på vilket sätt?
5. Har du någonsin betalat för applikationen?

2. Att bygga och bevara relationer på Tinder

6. Har du någon gång skrivit med andra tinderanvändare?
Om ja: Har du aktiva konversationer med flera personer samtidigt eller håller du dig till att konversera med en person i taget?
Om nej: Varför det? Vill du berätta mer?
7. Är det oftast du eller din matching som startar en konversation?
8. Hur startar du konversationer på Tinder?
9. Hur önskar du att andra startar konversationer med dig?
10. Upplever du att Tinder leder till kortvariga eller långvariga relationer?
Om ja eller nej: Berätta hur du tänker?
11. Har du träffat någon från Tinder?
Om ja:
- Träffades ni kort eller lång tid efter att ni hade matchat?
- Under hur lång period träffades ni?
Om nej: Finns det någon anledning till det? Vill du berätta mer?
12. Under hur lång period har du träffat någon på Tinder som längst?

13. Har du träffat någon från Tinder som sedan blivit din vän?
14. Är du ute efter vänskapsrelationer på Tinder?
15. Vad har du för upplevelser av att avbryta relationen på Tinder?
16. Vad har du för upplevelser av att andra avbryter relationer med dig?

3. Användarens profil

17. Berätta om dina bilder på Tinder, hur tänkte du när du valde dem?
18. Hur många bilder har du i din profil?
19. Hur tänker du när du ställer in distanser?
20. Har du någon lättklädd bild i din tinderprofil?
21. Använder du filter på dina bilder på Tinder?
22. Har du bilder från olika avstånd och vinklar?
23. Hur vill du bli uppfattad av andra användare?
24. Tycker du att dina bilder på Tinder reflekterar ditt liv och din personlighet? På vilket sätt?

4. Mottagares profil

25. Beskriv en attraktiv Tinderprofil?
26. Beskriv en profil som du inte skulle swipea höger på?

5. Trovärdigheten av profiler

27. Upplever du att användare är de personer som de utger sig för att vara på appen i verkligheten?
Om nej: Hur bemöter du denna bilden i det verkliga livet? Vill du berätta om mötet?

6. Tinder i ett konsumtionssamhälle

28. Upplever du att det är enkelt att få nya matchningar på Tinder?
29. Hur tänker du när du får en superlike?
30. Hur tänker du när du ger en superlike?

31. Har du någon strategi för att sticka ut på Tinder?
Om ja: Vill du beskriva den?
Om nej: Har du ingen baktanke med dina bilder?
32. Vill du berätta om en matchning som du särskilt minns och som gjorde dig extra glad?
Om ja: Vad var speciellt med denna profilen?

7. Intervju/observation

33. Vid högerswipe:
- Hur tänkte du där?
- Varför swipea du höger på den profilen?
34. Om intervjupersonen stannar på en särskild profil:
- Vad tänker du?
35. Vid muntlig reaktion från intervjupersonen:
- Vad får dig att reagera på just den profilen?

8. Avslutande frågor

36. Vilka positiva och negativa aspekter tycker du finns med appen?
37. Finns det något mer du vill tillägga innan vi avslutar intervjun?

7.3 Samtyckesblankett

Informerat samtycke

Institutionen för kommunikation och medier

Lunds Universitet

Titel på examensarbetet:

Kärlekens marknad

Ansvariga för studien:

- Jennelie Joelsson

Student, Institutionen för kommunikation och medier

Hjorttackegatan 17b, 211 33

E-Post: jennelie.joelsson@gmail.com

Telefon: 0706395615

- Maja Johansson

Student, Institutionen för kommunikation och medier

Kamrergatan 32, 211 56 Malmö

E-Post: majajohansson@live.se

Telefon: 0705823653

Denna manual innehåller information om vad som gäller om du vill delta i intervjun och observationen samt dina rättigheter du har som medverkande. Vi ämnar att skapa en förståelse för tinderanvändares beteenden och självrepresentation på applikationen utifrån kärlek och konsumtion i det moderna samhället, i relation till reklam och massmedier.

12 användare av Tinder mellan 20-25 år kommer delta i studien. Om du samtycker att delta i denna studie så kommer deltagandet ta ungefär 45 minuter. Detta är en semi-strukturerad intervju som avslutas med en observation. Intervjufrågorna är kopplade till användning och erfarenhet av applikationen, framställning av din profil och synpunkter och åsikter om andras profiler. Frågorna är formulerade för att underlätta för dig att uttrycka dina synpunkter och perspektiv. Intervjun och observationen kommer att spelas in som material för transkribering och kommer därefter raderas. Som intervjuperson kommer du att vara anonym under hela intervjun och har även tystnadsplikt att inte berätta vidare det som sägs under intervjun. Du kan undvika frågor som du inte känner dig bekväm att besvara och du kan när som helst avsluta din medverkan.

Ja Nej **Jag godkänner att det görs inspelningar av mig till denna forskning**

Ställ gärna frågor om du har några!

Din signatur undertill godkänner att du blivit informerad om studiens innehåll och att du kommer att delta i denna forskning om applikationen Tinder.

Deltagare Signatur

Datum

Ansvarig för studien

Datum

Ansvarig för studien

Datum