

# **Unge voksne på Tinder**

- En kvalitativ studie

**Masteroppgave i sosiologi**

**Mathilde Dagsvik Ottesen**

**Institutt for sosiologi og statsvitenskap**

**NTNU, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet**

**Juni 2015**

## **Forord**

Det er med stor glede at jeg leverer denne masteroppgaven. Det har vært et utfordrende prosjekt som jeg har lært mye av. Samtidig sitter jeg igjen med en litt vemodig følelse når jeg tenker på at denne fine studietiden i Trondheim nå er over. Studietiden har gitt meg fantastiske nye venner og flotte opplevelser.

Jeg vil starte med å takke Berit Skog. Du har vært en engasjert og god veileder med mye kunnskap. Tusen takk for all hjelp.

Prosjektets informanter fortjener også en stor takk. dere har vært lett å be, hyggelige, interesserte og har bidratt med mye nyttig informasjon. Masteroppgaven ville ikke vært mulig uten dere.

Jeg vil også takke de fantastiske venner Gunnhild, Anneli, Susanne og Emilie. Takk for at dere har motivert og hjulpet meg. Spesielt takk til Anneli som har lest korrektur og bidratt med flere produktive diskusjoner om Tinder. Det er mye takket være dere at jeg har fullført en masteroppgave i dag.

Til slutt vil jeg takke Mamma, Pappa og min nydelige tvillingsøster. Takk for at dere er så flotte forbilder. Takk for alle telefonsamtalene når jeg har trengt motivasjon og støtte og takk for at dere har trodd på meg.

## **Sammendrag**

Denne studien undersøker Tinder som arena for selvpresentasjon. Gjennom kvalitative intervjuer med syv studenter mellom 20 og 30 år, har jeg søkt svar på hvordan en presenterer seg selv på Tinder, hvordan en vurderer andre brukeres selvpresentasjon, samt implikasjoner av Tinder. I samsvar med Bourdieu (1986), undersøker jeg Tinder som et sosialt-felt. For å belyse kommunikasjon og presentasjon innenfor Tinder-feltet, benyttes Goffmans (1992) teoretiske perspektiv om selvpresentasjon.

Studien viser at bilder er hovedfunksjonen for både presentasjon og vurdering. Informantene presenterer seg selv ved hjelp av kulisser, rekvisita og utsmykking. De velger en mest mulig attraktiv selvpresentasjon og unngår usannheter som lett vil oppdages ved et møte ansikt til ansikt. Presentasjonen er også påvirket av sosialt definerte attraktive egenskaper. Det teknologiske aspektet ved Tinder muliggjør en kontrollert form for inntrykksstyring, ved at en har større betenkningstid ved kommunikasjon og mulighet for å søke råd blant venner med kunnskaper om attraktiv presentasjon. Chat-feltet fungerer som en arena for selvpresentasjon og vurdering. Smileansikt og symboler fungerer her som en erstatning for kroppsspråk og for å unngå misforståelser. Informantene benytter seg av vurderingsstrategier for en effektiv vurdering av andre brukere, for å avsløre usannheter og for å avsløre lite attraktive egenskaper.

Den skriftlige kommunikasjonen i chatten danner et vurderingsgrunnlag for informantenes avgjørelse om å møte en annen bruker. Vurdering i chat-feltet oppleves også som trygt, dersom en ønsker å avslutte kommunikasjon uten ubehagelige sanksjoner. Tinder har også ifølge informantene implikasjoner ved at (1) de opplever objektivering og konkurranse i samsvar med en markedsstruktur (2) nettdating er blitt vanlig og akseptert (3), de kommuniserer med fremmede, på grunn av normer for interaksjon på Tinder (4), de flørter mer i hverdagen og (5) og de går på date.

# Innholdsfortegnelse

<b>1 INNLEDNING</b>	<b>1</b>
<b>1.1 TINDER SOM POPULÆR SOSIAL ARENA</b>	<b>1</b>
<b>1.2 VISUELL KULTUR</b>	<b>2</b>
<b>1.3 TINDERS FUNKSJONER OG BEGREPSAVKLARINGER</b>	<b>3</b>
1.3.1 APP	3
1.3.2 TINDERPROFIL	3
1.3.3 PROFILBILDE	3
1.3.4 FACEBOOK OG OPPDAGELSE SINNSTILLINGER	4
1.3.5 HJERTE (♥) ELLER KRYSS (X)	5
1.3.6 MATCH	5
1.3.7 MIDLERTIDIGE BILDER	6
1.3.8 CHAT	6
1.3.9 MISREPRESENTASJON	7
1.3.10 UNGE VOKSNE	7
<b>1.4 TIDLIGERE FORSKNING</b>	<b>7</b>
1.4.1 TINDER	7
1.4.2 NETT DATING	9
1.4.3 NETT DATING OG NORMER I ENDRING.	11
1.4.4 PARTNERVALG	11
<b>1.5 STUDIENS OPPBYGGING</b>	<b>12</b>
<b>2 TEORETISK PERSPEKTIV</b>	<b>14</b>
<b>2.1 BOURDIEU</b>	<b>14</b>
2.1.1 KULTURELL KAPITAL	14
2.1.2 SOSIAL KAPITAL	15
2.1.3 SYMBOLSK KAPITAL	16
2.1.4 HABITUS	16
2.1.5 DOXA	17
<b>2.2 GOFFMAN</b>	<b>17</b>
2.2.1 SELVPRESENTASJON	18
2.2.2 FRONT STAGE, BACK STAGE OG INNTRYKKSSTYRING	18
2.2.3 FORM	19
2.2.4 UTSMYKKING	19
2.2.5 KULISSER OG REKVISITA	20
2.2.6 FØRSTEINNTRYKK	20
2.2.7 IDEALISERING	21
2.2.8 GOFFMAN OM MISREPRESENTASJON	22
<b>2.3 NORMER OG SANKSJONER</b>	<b>22</b>
<b>3 METODE</b>	<b>24</b>
<b>3.1 VALG AV METODE</b>	<b>24</b>
<b>3.2 UTVALG</b>	<b>25</b>
<b>3.3 UTFORMING AV INTERVJUGUIDE</b>	<b>26</b>
<b>3.4 GJENNOMFØRING AV INTERVJUENE</b>	<b>27</b>
<b>3.5 FORSKERROLLEN</b>	<b>29</b>
<b>3.6 BEHANDLING AV DATA</b>	<b>30</b>
<b>3.7 VURDERING AV DATAS KVALITET</b>	<b>31</b>
3.7.1 RELIABILITET	31
3.7.2 VALIDITET	32
3.7.3 GENERALISERBARHET	33

<b>4 SELVPRESENTASJON PÅ TINDER</b>	<b>34</b>
<b>4.1 BILDER</b>	<b>34</b>
4.1.1 FØRSTEINTRYKK OG FYSISK ATTRAKSJON	34
4.1.2 ROLLEKONFLIKT	35
4.1.3 FRONT STAGE OG BACK STAGE	36
4.1.4 INTERESSER VIA BILDER	37
4.1.5 MISREPRESENTASJON VIA BILDER	40
4.1.6 IDEAL OG SOSIALISERING	44
<b>4.2 PROFILTEKST</b>	<b>45</b>
<b>4.3 CHAT</b>	<b>46</b>
4.3.1 KONTROLLERT PRESENTASJON	46
4.3.2 SMILEANSIKT OG SYMBOLER	48
4.3.3 GENERASJON CHAT	50
<b>4.4 OPPSUMMERING</b>	<b>51</b>
<b>5 VURDERING AV ANDRES SELVPRESENTASJON</b>	<b>53</b>
<b>5.1 PROFILBILDER</b>	<b>53</b>
5.1.1 TIDSBRUK FOR VURDERING AV PROFIL OG EFFEKTIVISERT SORTERING	54
5.1.2 MISREPRESENTASJON	56
5.1.3 VURDERINGSSTRATEGIER	59
<b>5.2 PROFILTEKST</b>	<b>61</b>
<b>5.3 CHAT</b>	<b>63</b>
5.3.1 FORDELER VED KOMMUNIKASJON I CHAT-FELTET	64
5.3.2 FORM I CHAT-FELTET	66
<b>5.4 MIDLERTIDIGE BILDER</b>	<b>68</b>
<b>5.5 OPPSUMMERING</b>	<b>69</b>
<b>6 KONSEKVENSER AV TINDER</b>	<b>70</b>
<b>6.1 TINDERBRUKEREN SOM PRODUKT PÅ ET DATINGMARKED.</b>	<b>70</b>
<b>6.2 NORMALISERING AV NETTDATING</b>	<b>72</b>
<b>6.3 TINDER SOM FORLENGELSE AV TIDLIGERE TEKNOLOGI</b>	<b>73</b>
<b>6.4 NY ARENA MED NYE NORMER</b>	<b>74</b>
<b>6.5 MER FLØRTING I HVERDAGEN</b>	<b>76</b>
<b>6.6 NY DATINGKULTUR</b>	<b>76</b>
<b>6.7 OPPSUMMERING</b>	<b>77</b>
<b>7 AVSLUTNING</b>	<b>79</b>
<b>7.1 HOVEDFUNN</b>	<b>79</b>
<b>7.2 KONKLUSJON</b>	<b>80</b>
<b>7.3 TEORETISK DISKUSJON</b>	<b>82</b>
<b>7.4 VIDERE FORSKNING</b>	<b>83</b>
<b>LITTERATURLISTE</b>	<b>84</b>
<b>TABELLER OG FIGURER</b>	<b>88</b>
<b>VEDLEGG</b>	<b>89</b>

# 1 INNLEDNING

Temaet for denne oppgaven er selvpresentasjon på datingappen Tinder. Jeg vil fra et sosiologisk perspektiv forsøke å forklare hvordan unge Tinderbrukere utformer egen selvpresentasjon i et teknologisk datingsamfunn. Videre vil jeg vise hvordan brukerne oppfatter andres selvpresentasjon, samt implikasjoner ved bruken av Tinder. For å belyse dette har jeg tatt utgangspunkt i relevant forskning og teori, og utført kvalitative intervjuer med unge Tinderbrukere.

## 1.1 Tinder som populær sosial arena

Tinder brukes av mange unge voksne og har gjort stor suksess i mange land. Tjenesten har i dag mer en 50 millioner aktive brukere hvorav 83 prosent av disse har en alder på 16 til 34 år (Digital Marketing Ramble: 2015). Den nye teknologiske sosiale plattformen har også vekket oppmerksomheten til unge nordmenn (Aftenposten: 2014). Berit Skogs forskning i Norge viser også at 17 prosent av Tinderbrukere har møtt noen via appen, og at 47 prosent er på Tinder for å finne seg en kjæreste (Skog:2014). Ved dette kan en se at Tinder fungerer som en populær sosial arena hvor brukerne danner romantiske relasjoner.

Ifølge en av Tinders grunnleggere, Sean Rad, vokste appen i Mars 2014 med 15 prosent brukere hver uke (Quiroz: 2013). Den populære datingappen hadde i Februar 2014 750 millioner ”swipes” hver dag, som ledet til 10 millioner introduksjoner (Sullivan: 2014). Tinder har også blitt omtalt som den raskest voksende dating-applikasjonen på markedet (New York Times: 2014).

Sean Rad hevder at Tinder har forsøkt å speile hvordan mennesker møtes og dater i virkeligheten, bare bedre. Rad hevder at man enten er en jeger, som plasserer seg i en situasjon med fare for avvisning, eller en person som befinner seg i en situasjon hvor andre tar uønsket kontakt som kan føles ubehagelig. Dette er en iboende spenning som Tinders skapere ville finne en løsning på (Quiroz: 2013).

## 1.2 Visuell kultur

Sean Rad presiserer også at Tinder har et stort fokus på bilder. Dette fordi en kan lære mye av å se hva brukeren velger å dele via det aktuelle bildet. Han mener brukerne helst vil se personlighet via bildene som blir lagt ut, der de viser seg selv i ulike sammenhenger. (Quiroz: 2013). Dette store fokuset på bilder kan sees i sammenheng med andre visuelt baserte teknologier. Vektleggingen av bilder er også vanlig i andre nye sosiale medier, noe som igjen avspeiler en ny visuell kultur.

Den nye visuelle kulturen er en del av dagens teknologiske samfunn. De fleste mobiltelefoner har innebygde kameraer og svært mange er brukere av sosiale medier. Facebook, Instagram og Snapchat er noen eksempler på teknologi med bildedelingskultur. Facebook hadde i følge Metronet i 2014 1,32 milliarder brukere, hvorav ca. 80 prosent av trafikken gikk via mobiltelefonen (Metronet: 2014). Instagram og Snapchat er i likhet med Tinder apper som lastes ned og benyttes via mobilen. Instagram hadde i 2014 1,065 millioner norske brukere med over 20 milliarder bilder delt på verdensbasis. Snapchat ble brukt av 1,1 millioner nordmenn på samme tidspunkt, og det er estimert at det her blir delt 400 millioner bilder hver dag (Metronet: 2014). Disse tallene viser at tilgjengelig teknologi aktivt blir benyttet for deling av bilder, samt at mange er aktive brukere av sosiale medier gjennom mobiltelefonen. Tinders utforming samsvarer med flere egenskaper ved disse teknologiene, som for eksempel bildedeling og teknologisk interaksjon. På bakgrunn av dette kan en se på Tinder som en del av en teknologisk og visuell kultur som kan påvirke hvordan vi initierer og vedlikeholder personlige relasjoner.

Med nye former for medier, spesielt smarttelefonen og apper, kan nettdatere laste ned applikasjoner som de kan ha med seg og bruke til alle døgnets tider. Dette kan også ha endret prosessen i hvordan en søker etter en romantisk partner. Ved en fremvekst av en ny datingteknologi, presenterer Tinder en unik mulighet til å utforske hvordan denne teknologien blir brukt, samt hvordan brukerne her utnytter muligheter for selvpresentasjon i søken etter partner.

Dette har ført meg til **Problemstillingen**: *Hvordan bruker unge voksne Tinder, og hvilken implikasjoner har bruken av appen?*

### **1.3 Tinders funksjoner og begrepsavklaringer**

Tinder består av ulike funksjoner som gir muligheter og begrensninger for selvpresentasjon, kommunikasjon og vurdering. For å besvare studiens problemstilling om hvordan unge voksne bruker Tinder, vil det være nødvendig å forstå utformingen av denne datingteknologien. Derfor vil jeg nå presentere relevante begreper og forklare hvordan Tinder fungerer.

#### **1.3.1 App**

I 2012 ble Tinder lansert som en ny datingapp designet for smarttelefoner med GPS (Aftenposten: 2014). Begrepet *app* fungerer som en forkortelse for ordet applikasjon. Dette vil typisk si en liten og spesialisert programvare som kan lastes ned via mobiltelefonen. Programvaren krever ofte tilgang til internett. Tinder er en programvare som kan lastes ned, installeres og brukes på mobiltelefonen, og faller dermed under betegnelsen app.

#### **1.3.2 Tinderprofil**

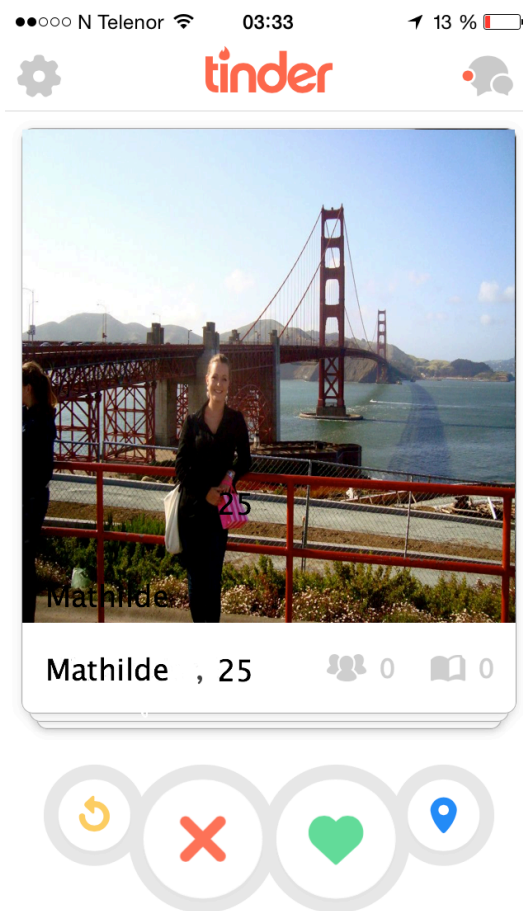
Når en tar i bruk Tinder, er det vanlig å laste opp personlig informasjon som andre brukere kan se på brukerens profil. En Tinderprofil er det vinduet på Tinder det en kan se personlig informasjon om en annen bruker, og alle brukere har egne profiler. Den personlige informasjonen som lastes opp kan bestå av bilder, navn, alder, en kort tekst, felles venner fra Facebook, geografisk avstand i km og felles interesser hentet fra Facebook.

#### **1.3.3 Profilbilde**

Bildene som lastet opp på profilen kalles *profilbilde*. På Tinder har en mulighet til å presentere seg selv via inntil fem bilder. Det første bildet kan ha spesiell betydning, da det er dette bildet som vurderes. Det kan også være det eneste bildet som vurderes om ikke den andre brukeren tar seg tid til å gå inn på profilen for å få tilgang til flere bilder eller tekst. Nedenfor kan en se et eksempel på en Tinderprofil som dukker opp for vurdering ved bruken av Tinder. Bildet som presenteres, er også et eksempel på profilbilde. Her har jeg brukt eget navn og bilde som en illustrasjon på en Tinderprofil:



**Figur 1. Illustrasjon av Tinderprofil**



Created by Paint X

### **1.3.4 Facebook og oppdagelsesinnstillinger**

Tinder fungerer ved at appen kobles til brukerens Facebook-profil, uten at Facebook-venner kan se at en er bruker av Tinder. Facebook er navnet på et sosialt media, hvor brukerne i likhet med Tinder oppretter en profil og kommuniserer med andre. På Tinder finnes det også en form for selektering i innstillingene, hvor brukerne kan gjøre oppdagelsesinnstillinger for hvilken aldersgruppe de ønsker å møte, preferanse for kjønn, samt hvor langt unna andre Tinderbrukere maksimalt kan befinne seg. Vinduet for oppdagelsespreferanser illustreres i figur 2.

**Figur 2, Illustrasjon av oppdagelsesinnstillinger**



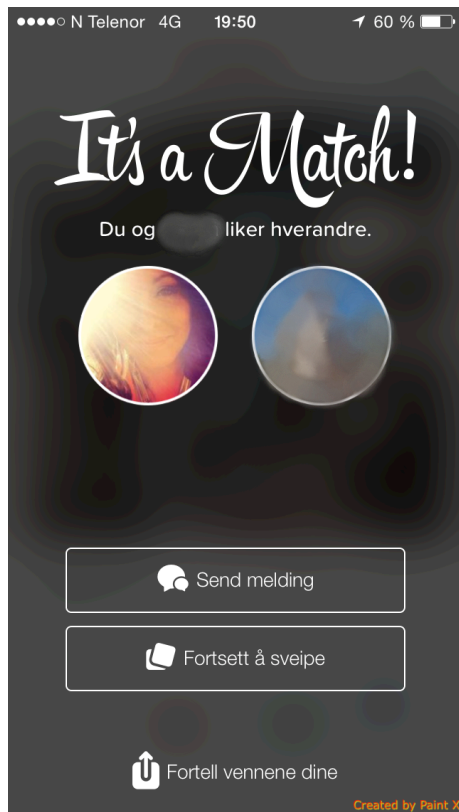
### 1.3.5 Hjerte (♥) eller kryss (X)

Ved bruk av Tinder vil man kunne bla gjennom andre brukeres profiler og få tilgang til informasjon om dem. Deretter får man et valg om å trykke på et hjerte eller et kryss. Hjertet betyr at en liker den andre brukeren, og krysset betyr at en ikke er interessert og en ny bruker vil dukke opp for vurdering. Før en gjør et valg om å trykke på et hjerte eller et kryss, kan en også gå inn på den andre brukerens profil og eventuelt se profilttekst eller flere bilder av personen.

### 1.3.6 Match

Når to personer har likt hverandre får begge beskjed, noe som kalles en *match*, og det er først da man kan begynne å skrive til hverandre. Har en bruker trykket liker på en annen brukers profil uten at den andre har gjort dette tilbake, vil det *ikke* oppstå en match, og det vil dermed ikke være mulighet for kommunikasjon. Figur 3 illustrerer vinduet på Tinder som dukker opp ved en match. Min profil er brukt som illustrasjon, mens brukeren som er matchet med, er anonymisert av etiske hensyn.

**Figur 3, Illustrasjon av en Match**



### **1.3.7 Midlertidige bilder**

I Juni 2014 ble det også mulig for brukerne å dele midlertidige bilder. Denne funksjonen er tilnærmet lik bildedelingsapplikasjonen Snapchat, der Tinderbrukerne kan publisere bilder som midlertidig vises for alle matchene. De midlertidige bildene muliggjør deling hverdagslige bilder som ikke vises for andre enn brukerens matcher.

### **1.3.8 Chat**

Chatten på Tinder vil si en meldingsfunksjon som gir brukere som har likt hverandres profiler mulighet til å sende både lange og korte meldinger til hverandre. Disse meldingene er private, slik at kun avsender og mottaker har tilgang til disse. Chatten kan gi brukerne en mulighet til å bli bedre kjent, avtale å møtes, flørte og kommunisere med hverandre. En Tinderbruker får bare mulighet til å skrive slike meldinger til en annen Tinderbruker før etter en match.

### **1.3.9 Misrepresentasjon**

Jeg har benyttet meg av begrepet misrepresentasjon for å forklare aspekter ved informantenes bruk av Tinder. Ved misrepresentasjon mener jeg selvpresentasjon som er usann. Dette kan være overdrivelser eller usannheter. På Tinder kan dette være å presentere seg ut ifra bilder som ikke presist reflekterer brukerens utseende, eller presentasjon av hobbyer og interesser som brukeren egentlig ikke interesserer seg for. I tillegg vil misrepresentasjon også gjelde om en bruker oppretter en falsk profil, med bilder av noen andre eller bruker falskt navn.

### **1.3.10 Unge voksne**

Jeg ønsker å undersøke unge voksnes bruk av Tinder, da denne gruppen er den største andelen brukere av appen (Metronet: 2014). I følge Ivar frønes (2000) oppstod ung voksenalderen som en konsekvens av kunnskaps- og utdanningssamfunnet. Hammer og Hyggen (2013) hevder at ung voksen vanligvis er et uttrykk som beskriver aldersspennet fra slutten av tenårene til slutten av 20-årene. På bakgrunn av dette har jeg i denne studien valgt å fokusere på Tinderbrukere mellom 20 og 30 år.

## **1.4 Tidligere forskning**

I denne delen av oppgaven vil jeg presentere relevant forskning om temaet Tinder, nettdating og partnervalg.

### **1.4.1 Tinder**

Tinder ser ut til å treffe en ny målgruppe innen nettdating, fordi appen oppleves som avslappet og lik andre sosiale media. Koblingen til Facebook bidrar ifølge Håkansson og Rosèn (2014) også til en økt tillit for selvpresentasjonen blant Tinderbrukere, i tillegg til at ”ja-eller-nei-funksjonen” på Tinder kan ha skapt en standard som kommer til å påvirke framtidige datingtjenester og brukeropplevelser.

Et kvantitativt forskningsprosjekt utført av Jessica L. James (2015) viser at informantene var sterkt uenige i utsagnet ”nettdating er for desperate folk som ikke kan finne en kjæreste på egenhånd”. Noen Tinderbrukere vurderer andre utelukkende med fokus på utseende og fysisk attraktivitet. Det er videre blitt hevdet at Tinderbrukere favoriserer appen fremfor andre datingtilbud, fordi de personlig kan selekttere hvem de kommer i kontakt med basert på

utseendet. Studien viste også at flere menn trykte liker på alle andre brukere, og benyttet seg derfor av Tinder for å øke oddsen for flere matcher og forbedre egen selvtilitt (James: 2015).

Funnene om vurdering av utseende og fysisk attraktivitet vil også være relevant for dette forskningsprosjektet. På Tinder presenteres utseendet og fysisk attraktivitet hovedsakelig gjennom bilder. Jeg vil derfor undersøke hvordan studiens informanter presenterer seg selv ved hjelp av bildene, samt deres vurdering av andre brukeres bilder. I tillegg vil jeg utforske andre muligheter for selvpresentasjon på appen. Derfor vil jeg også undersøke andre tjenester på Tinder. Dette gjør jeg ved å undersøke tjenestene chat og profilttekst i tillegg til profilbilder og midlertidige bilder.

Førsteamanuensis Berit Skog ved NTNU har utført en undersøkelse på hvordan Tinder brukes i aldersgruppen 15 til 17 år og 26 år og eldre (Skog: 2014). Hennes undersøkelse viser at 69 prosent brukte appen for å se og klikke på andre brukere. 73 prosent hadde den hensikt at de var der for å flørte, mens 47 prosent ønsket å finne en partner. I aldersgruppen 26 år og eldre var det flest som hadde et mål om et forhold ved bruken av Tinder. Appen kan også i følge Skog benyttes for å finne nye venner og danne nye sosiale relasjoner, til sammen 44 prosent av Tinderbrukerne i undersøkelsen brukte Tinder til dette formålet (Skog: 2014). Berit skog viser at Tinderbrukerne har ulike mål de ønsker å oppnå ved bruken av Tinder. Et sentralt element ved mitt studie er å utforske hvordan Tinderbrukerne presenterer seg selv for å oppnå disse målene.

Håkonsson og Rosèn (2014) har gjennomført fokusintervjuer og nettbaserte undersøkelser for å utforske unge voksnes bruk av Tinder. Deres funn viser at det finnes gjeldende markedsmetaforer på Tinder, for eksempel ved bruk av metaforer som ”kjøttmarked” eller ”å selge seg selv”. Det blir også beskrevet opplevelser blant informantene som kobles til vanlige uttrykk i markedssammenheng. Det hevdes at Tinderbrukerne bedømmer egen og andres markedsverdi, kalibrerer egen selektivitet og søker etter perfekte egenskaper. Jeg vil i min studie utforske denne sammenhengen mellom markedsstruktur og Tinder, ved å se nærmere på om unge Tinderbrukere opplever seg selv som et produkt på et datingmarked.

Ben Seefeldt (2014) har gjennomført en undersøkelse som viser at det finnes ulikheter på hvordan menn og kvinner bruker Tinder. Hans studie viser at kvinner har seks ganger større sannsynlighet for å matche med en mann, enn hva en mann hadde med en kvinne. Dette kan

viser at kvinner som søker menn, ofte er mer kritisk til menns selvpresentasjon enn menn som søker kvinner. Seefeldt presiserer at disse ulikhetene mellom kjønnene viser at tradisjonelle kjønnsnormer også forekommer på Tinder (Seefeldt: 2014). Seefeldt viser at tradisjonelle kjønnsnormer eksisterer både på og utenfor Tinder. Jeg vil se på Tinder som et sosialt felt (Bourdieu:1996), og undersøke om dette feltet også har egne normer som skiller seg fra tradisjonelle normer utenfor appen.

### **1.4.2 Nettdating**

Det kan trekkes flere paralleller mellom Tinder og nettdatingprofiler. Mobiltelefonen kan regnes som en liten bærbar PC, som også har programmer med internettilgang. I likhet med datingtjenester typisk brukt via PC, lager brukere en profil basert på et ønske om interaksjon med potensielle romantiske, seksuelle eller vennskapelige partnere. Brukerne velger ut bilder og har mulighet til å skrive en kort tekst om seg selv. Den største forskjellen mellom Tinder og de typiske datingtjenestene på internett er grad av informasjon gitt ved registrering, samt Tinders tydelige hovedfokus på bildet som førsteinntrykk. Begge tjenester gir også mulighet til å skrive private meldinger, som en mulighet til å bli bedre kjent og få mer informasjon om den andre brukeren.

Haugholt, Moen og Røisland (2011) har gjennomført en undersøkelse som viser at profilbildet er det viktigste aspektet ved en datingprofil. Profilbildet vil derfor også være et sentral del av selvpresentasjonen for å skape interesse. For å oppnå suksess ved nettdating, kreves det unike ferdigheter og strategier, fordi brukerne presenteres her annerledes enn andre arenaer. Dermed kreves det også en viss form for sosial kompetanse for å kommunisere og uttrykke seg på datingsidene. Symbolske tegn benyttes for å underbygge innhold, og smileansikt er det vanligste hjelpemiddelet.

Zytko, Sukeshini, Grandhi og Jones(2014) har forsket på selvpresentasjon via nettdating. De har funnet at brukere av nettdating benytter seg både av profiler og private meldinger for å avgjøre om de vil møte andre brukere ansikt-til-ansikt. Initiativtakerne til disse private meldingene prøver typisk å fremheve positive attributter med sin kommunikasjonspartner, og promoterer seg selv ved å fremheve likheter og kvaliteter de tror vil tolkes som attraktiv.

De private meldingene er regnet som en mulighet til å vise komplekse attributter som er utelatt i profilen. Samtidig er dette kommunikasjonsmetoden som brukere har størst vanskeligheter med. Undersøkelsen viser at brukerne blir frustrert når kommunikasjonspartnere plutselig ikke svarer på private meldinger, hvor samtalepartneren ikke vet hvorfor samtalen sluttet. Brukerne vet dermed ikke om deres selvpresentasjon ble oppfattet som tiltenkt, og hvis ikke, hvordan de kan rette på oppførselen sin for å unngå fremtidige misforståelser. Samtidig er ikke brukerne trygg på de inntrykkene de danner online av andre brukere før et møte med personen ansikt til ansikt. Den største frustrasjonen blant brukere er utilstrekkelige tilbakemeldinger, hvor mange føler at de ikke blir tolket på ønsket måte av kommunikasjonspartnerne. (Zytko et al.: 2014)

Den samme studien viser at mange er misfornøyd og føler seg hindret gjennom mangel på mulighet til å vise en kompleks selvrepresentasjon av seg selv. Nettdating tvinger brukeren til å presentere en enklere versjon av seg selv. Ved et møte ansikt-til-ansikt, viser det seg at denne presentasjonen ofte har blitt mistolket. Forskningen deres viser også at få ”matcher”, få svar på meldinger og mangel på respons kan bli tolket som avvisning, som igjen kan føre til at brukere ikke tørr å skrive til andre brukere de er tiltrukket av. Fysisk attraksjon basert på profilbilder er et viktig krav mange har for at de skal være villige til å møte en annen bruker ansikt-til-ansikt. Brukerne benytter seg av det første møte til å validere denne fysiske attraksjonen basert på bildet, i tillegg til andre inntrykk formet online. (Zytko et al.: 2014)

En studie med fokus på selvpresentasjon på nettdating, viser at selvpresentasjonen der skiller seg fra selvpresentasjonen i andre digitale rom (Ellison et al.: 2006). På datingsider finnes en forventning om å møte en annen bruker ansikt til ansikt. Studien viser at brukere av datingteknologi ofte overdriver egen selvpresentasjon, og presenterer et bilde av hvem de ønsker å være, fremfor den personen de faktisk er. Eksempler på faktorer som ofte ble overdrevet, er fritidsaktiviteter og kroppsvekt. Ellison og kollegaene viser også hvordan faktorer ved kommunikasjonen spiller en viktig rolle, som hvor raskt noen svarer. Lengden på innholdet og grammatikk i private meldinger viser seg å være like viktig for informantene som ordene som blir kommunisert. (Ellison et al.: 2006)

En undersøkelse som tar for seg misrepresentasjon via nettdating viser at ni av ti misrepresenterer seg selv i ulik grad på datingtjenestene (Hancock et al.:2007). Samtidig er det

viktig å presisere at de fleste misrepresentasjonene ikke er løgner, men heller overdrivelser som ikke lett vil avsløres ved et møte ansikt til ansikt (Hancock et al.:2007)

Studiene om nettdating tar for seg selvpresentasjon, misrepresentasjon, samt fordeler og vansker ved bruk av bilder og private meldinger. I likhet med Haugen, Moen, Rausland (2011) og Sytko, Sukeshini, Grandhi og Jones (2014), vil jeg utforske ulike funksjoner ved datingteknologien som arena for selvpresentasjon. Jeg vil også i likhet med med Hancock og kollegaene (2007) ta for meg misrepresentasjon på Tinder. Jeg vil undersøke hva som oppfattes som misrepresentasjon, hvorfor informantene eventuelt velger å mispresentere seg selv, samt hvilken normer for misrepresentasjon som finnes på Tinder. Jeg vil også undersøke hvordan en forventning om et møte ansikt til ansikt påvirker Tinderbrukernes selvpresentasjon.

### **1.4.3 Nettdating og Normer i endring.**

Nettdating har tidligere vært stigmatisert. Søken etter partner ved bruk av hjelpemidler har vært stigmatisert også før framveksten av datingteknologi (Finkel et al.:2012). Bruk av aviser og magasiner for å finne seg en romantisk partner, har lenge vært lite akseptert. Disse negative holdningene har blitt overført til nettdating. Senere har denne formen for dating økt i popularitet og blitt kvitt en del av sitt dårlige rykte (Finkel et al.:2012). På den andre siden viser forskning at mange unge voksne i 2002, fremdeles hadde negative assosiasjoner rundt nettdating (Donn & Sherman: 2002). Den store mengden unge brukere av Tinder viser at disse holdningene til nettdating blant unge er i endring i dag. Denne holdningsendringen kan underbygges av forskning utført i 2013, som viser at 59 prosent oppfatter nettdating som en god måte å møte nye mennesker på (Smith & Duggan: 2013). Ut fra dette vil jeg undersøke om bruken av Tinder oppfattes som vanlig og akseptert, eller om brukerne blir stigmatisert.

### **1.4.4 Partnervalg**

Luo og Zhang (2009) har funnet at fysisk attraktivitet er den sterkeste indikatoren for om en person er tiltrukket av en annen person i en speed-dating kontekst. Dette var tilfellet for både menn og kvinner, noe som igjen viser at menn og kvinner er like sterkt tiltrukket av fysisk attraktive partnere.



Dette samsvarer med funn i flere forskningsprosjekt. I feltundersøkelser der handlinger og oppførsel blir observert, viser resultatene at interesse for en mulig partner, ofte baseres på fysisk attraksjon (Aranson et al. : 2013). Elaine Walster (1966) og hennes kollegaer utførte en studie med 752 studenter ved universitetet i Minnesota. Studentene ble tilfeldig satt sammen i par som skulle på et stevnemøte med hverandre. Stevnemøtet fant sted på en dans for førsteklasinger på universitetet. Selv om studentene på forhånd hadde utført personlighets og kunnskapsundersøkelser, så ble de satt sammen tilfeldig. På den aktuelle kvelden danset og snakket parene noen timer sammen. Etterpå evaluerte studentene partneren og indikerte hvilken grad de ønsket å møte personen igjen. Av de utallige mulige karakteristikkene som kunne ha indikert om dem likte hverandre – som for eksempel partnerens intelligens, følsomhet, humor eller ærlighet- så var fysisk attraktivitet den klart hyppigste gitte grunnen for et ønske om å møte noen igjen (Walster et al. : 1966).

Lou, Zhang (2009) og Walster (1966) har studert hvilke faktorer som avgjør valg av partner ansikt til ansikt. På Tinder vil brukerne gjøre et valg om å trykke liker eller ikke like en annen bruker, samt avgjøre om de vil møte andre brukere ansikt til ansikt. Jeg vil i min studie undersøke hvordan informantene vurderer andre brukere og velger ut fra informasjon som blir gitt gjennom datingteknologien.

## **1.5 Studiens oppbygging**

For å gi sosiologisk innsikt i temaet Tinder, benytter jeg meg av ulike sosiologiske teorier. Disse er teoretiske perspektiver fra Goffman og Bourdieu i tillegg til sosiologisk teori om normer. Disse teoriene vil jeg redegjøre for i kapittel 2. I kapittel 3 beskrives forskningsprosessen. Her redegjøres metodevalg, valg knyttet til utvalg og kvalitetsvurdering av datamaterialet.

For å besvare studiens problemstilling om hvordan selvpresentasjon utføres og oppfattes på Tinder, har jeg utformet tre forskningsspørsmål. Disse er:

- 1. Hvordan utføres selvpresentasjon på Tinder?*
- 2. Hvordan vurderer brukere andres selvpresentasjon på Tinder?*
- 3. Hvilken implikasjoner har bruken av Tinder?*

I kapittel 4 vil jeg presentere mine funn i henhold til første forskningsspørsmål, om hvordan Tinderbrukere utfører egen selvpresentasjon. I kapittel 5 vil jeg se nærmere på studiens andre forskningsspørsmål, om hvordan informantene vurderer andre brukeres selvpresentasjon. I kapittel 6 undersøker jeg om bruken av appen fører til noen implikasjoner for informantene. I de tre kapitlene vil jeg belyse mine funn med tidligere forskning og teori. Til slutt vil jeg i kapittel 7 oppsummere funn, vurdere teorier som er brukt i tillegg til å foreslå videre forskning på temaet.

## **2 TEORETISK PERSPEKTIV**

Målet med dette kapittelet er å presentere den teoretiske rammen for forskningsprosjektet. Jeg presenterer sosiologiske teorier fra Goffman og Bourdieu, fordi jeg oppfatter deres teorier som relevant for å forklare selvpresentasjon og bruken av Tinder. Dette vil bidra til å forstå og tolke resultatene i Analysekapittelet.

### **2.1 BOURDIEU**

Bourdieu beskriver samfunnet som et sosialt rom som er delt i ulike uavhengige felt. Eksempler på disse feltene er politiske, og økonomiske felt. Sosiale felt er hvor personer møtes og samhandler. Disse feltene defineres gjennom bestemte kapitalformer som det er om å vise disponere mest mulig av. Innenfor feltene vil det finnes en konflikt der noe står på spill, og hvor aktørene vil kjempe om fordelingen av ulike kapitalformer (Bourdieu:1986). Jeg vil i mitt studie se på Tinder som et sosialt felt hvor brukerne opererer med flere ulike former for kapital.

Kapital kan defineres som ressurser det kjempes om mellom ulike grupper, eller en verdi som en person er i besittelse av. Den relative verdi av kapitalen avhenger av feltet som den befinner seg i (Bourdieu & Wacquant: 1996). I tillegg til materiell kapital og økonomisk kapital definerer Bourdieu(1996) også kulturell kapital, sosial kapital og symbolsk kapital. Kapitalformene kan også virke overlappende ved at de vil kunne overlappes og påvirke hverandre.

Jeg har valgt å benytte meg av begrepene kulturell kapital og sosial kapital da disse mest hensiktsmessig vil bidra til å belyse min problemstilling. I tillegg har jeg valgt å benytte meg av Bourdieus begrep Habitus for å belyse hvordan internaliserte handlingsmønstre og tolkningsmønstre kan ha innvirkning på informantenes bruk av Tinder.

#### **2.1.1 Kulturell kapital**

Den kulturelle kapitalen kan opparbeides gjennom oppvekst og utdanning. Kapitalen består av en kulturspesifikk kompetanse som kan brukes som en ressurs i ulike sammenhenger (Bourdieu:1986). Eksempler på dette er kunnskaper, språk og mestring av sosiale koder eller regler for oppførsel.

Videre definerer Bourdieu tre ulike former for kulturell kapital: Kroppsliggjort, institusjonalisert og objektivert. Den kroppsliggjorte kapitalformen vises gjennom individets kunnskaper, preferanser og ferdigheter som er blitt tilegnet og internalisert i oppveksten. En institusjonalisert kapitalform tilegnes blant annet gjennom utdanning og er basert på erfaringer og utdanningstitler en tilegner seg gjennom utdanningssystemet. Den objektiverte tilstanden erverves for eksempel ved å være belest, kunne spille instrumenter eller å kunne spille fotball. Kulturell kapital vil ikke kunne kjøpes, men må heller erverves over tid (Bourdieu:1986). Innenfor kulturell kapital benytter Bourdieu(1990) seg av begrepet *lingvistisk kapital*, som defineres som mestring av språklige forhold. Lingvistisk kapital er en form for kulturell kapital ved at den representerer et kunnskaper om kommunikasjon og selvpresentasjon ervervet fra kulturen en lever i.

På Tinder kan kulturell kapital demonstreres ved å vise at en har kunnskaper om normer, sosiale koder og attraktiv selvpresentasjon på appen. Kulturell kapital vil dermed også kunne være viktig for en vellykket selvpresentasjon på appen og bidra ved å forklare ulike spekter ved Tinder. Jeg vil benytte meg av lingvistisk kapital for å forklare informantenes selvpresentasjon og vurdering av andre brukere i chat-feltet. Lingvistisk kapital vil på Tinder demonstreres ved kunnskaper om sosiale koder ved skriftlig kommunikasjon og språk.

### **2.1.2 Sosial kapital**

Sosial kapital er summen av faktiske eller potensielle ressurser som besittes som følger av et varig nettverk av mer eller mindre institusjonaliserte relasjoner av gjensidig bekjentskap og anerkjennelse (Bourdieu: 1986). Sosial kapital kan med andre ord sies å være bekjentskap eller medlemskap i en gruppe, som igjen gir alle i den aktuelle gruppen egen kapital.

Bourdieu hevder også at disse forholdene også kan eksistere ved at materielle eller symbolske utvekslinger opprettholder dem. Den sosiale kapitalen kan være sosialt institusjonalisert og eksistere på bakgrunn av et felles navn, som for eksempel felles etternavn eller skolenavn. Kapitalformen vil også kunne dannes og styrkes av institusjonaliserte handlinger og utvekslinger.

Sosial kapital skiller seg fra økonomisk og kulturell kapital ved at den ikke kan uttrykkes direkte, men er heller forankret gjennom relasjoner. Kapitalen er feltspesifikk, og er dermed ikke nødvendigvis legitim i andre sosiale felt (Bourdieu: 1996).

Volumet av sosial kapital som tilegnes vil være avhengig av størrelsen på nettverket og volumet av økonomisk, kulturell og symbolsk kapital som aktøren kan mobilisere fra de personen er i kontakt med. Profitten som tilegnes er ikke nødvendigvis et bevisst mål for aktøren, men kan gi fordeler i en konkurranse om goder innenfor et sosialt felt (Bourdieu 1986).

Tinder kan regnes som et eget sosialt felt der sosial kapital kan erverves gjennom match. Matchene kan gi nye bekjentskap, ny partner og et økt sosialt nettverk.

### **2.1.3 Symbolsk Kapital**

Symbolsk kapital er ifølge Bourdieu (1986) egenskaper som blir verdifulle når andre oppfatter, anerkjenner og verdsetter dem. Symbolsk kapital er med andre ord den verdi en tillegges av andre. En har dermed høy symbolsk kapital når distinksjoner, som for eksempel designerklær, oppfattes og tillegges verdi av andre innenfor feltet. Den symbolske kapitalen er gjeldende for et enkelt felt og anerkjennelse oppnås på bakgrunn av hvilket felt en befinner seg i. Bourdieu (1986) hevder at alle mennesker ønsker symbolsk kapital, som igjen legger føringer for handlinger.

Jeg vil undersøke hvilken symbolsk kapital som er gjeldende innenfor feltet Tinder, hvor en avgjørelse om å trykke liker på en profil, kan oppfattes som et tegn på anerkjennelse. Jeg vil benytte meg av begrepet for å forklare ulike sider ved hvordan informantene vurderer andre brukere

### **2.1.4 Habitus**

Bourdieu var ikke den første som har benyttet seg av begrepet Habitus, men han har stått for mye av videreutviklingen av begrepet. Han beskriver kroppens habitus som; *Dens tillærte og tilvante handlemåter og tolkningsmønstre, som igjen er dannet gjennom tidligere praktisk virksomhet, særlig under oppveksten* (Bourdieu, Østerberg, Prieur, & Barth: 1995). For alle klasser og posisjoner finnes det en type habitus. Bourdieu benytter seg av begrepet habitus for

å forklare inkorporerte sett med normer og regler som en aktør bærer med seg. I noen tilfeller vil det være mulig å endre habitus, men dette er en langsom og omfattende prosess. I habitus ligger det blant annet idéer for hvordan vi ter oss, for eksempel i form av klær og kroppsspråk. Habitus vil ikke utelukke et visst handlingsrom, og aktørene kan være både kreativ og innovativ innenfor dette handlingsrommet (Joas og Knöbl: 2009).

Bourdieu's habitusbegrep kan også tolkes som et kulturbegrep som framhever de aktive relasjonene mellom individet og det sosiale. Det henviser både til individenes mentale disposisjoner, til erfaringens kroppslige forankring og til individets sosiale forankring (Wilken & Andreassen: 2008). Habitus blir dannet av sosialisering, og er dermed av betydning for hvilke muligheter individet kan velge mellom. Bourdieu mener at de tillærte disposisjonene i habitus er fortrent eller glemt, og at habitus er forankret i individet. På denne måten forklarer habitus bakgrunnen og rammene for individets praksis (Wilken: 37).

Habitusbegrepet vil kunne bidra til å forklare tillærte og tilvante handlemåter og tolkningsmønstre som er dannet gjennom praktisk erfaring, som videre overføres til Tinder. Dette kan for eksempel være hvordan informantenes bruk av tidligere teknologi har ført til tillærte handlinger og tolkningsmønstre, som igjen kan ha innvirkning på deres bruk av Tinder. Tidligere sosialisering vil kunne ha en innvirkning på brukernes sosiale interaksjon på datingappen.

### **2.1.5 Doxa**

Begrepet doxa kan enkelt forklares som feltets regler. Aktørene må akseptere feltets doxa for å delta i feltet, og gjør dette ofte ubevist (Bourdieu:1992). Dette vil si at reglene ofte blir tatt for gitt, og kan diskuteres og problematiseres *utenfor* feltet (Bourdieu: 1993). Aktører innenfor feltet som besitter anerkjente kapitalformer, står for feltets doxa og opprettholder feltets regler (Järnvinen: 2007). Med utgangspunkt i dette begrepet vil jeg undersøke regler innenfor Tinder-feltet.

## **2.2 GOFFMAN**

Innenfor feltet Tinder presenterer en seg selv for andre brukere. Jeg vil ved hjelp av Goffmans teori om selvpresentasjon undersøke hvordan selvpresentasjon utføres gjennom funksjonene på Tinder.

### 2.2.1 Selvpresentasjon

For å kunne si noe om selvpresentasjon på Tinder vil det først være nødvendig å forklare hva selvpresentasjon er. Selvpresentasjon knyttes ofte til Goffman (1959), som hadde fokus på interaksjon ansikt til ansikt før internett ble tatt i bruk. I følge Goffman(1959) er selvpresentasjon kontekstuel bestemt. Jeg vil undersøke hvordan selvpresentasjon gjøres og oppfattes i konteksten Tinder, som kan være ulik andre kontekster. Ved kommunikasjon tar man hensyn til tilbakemeldinger fra kommunikasjonspartnere, samt holdepunkter i den aktuelle konteksten for å presentere seg selv på en ønskelig måte (Goffman: 1959).

Goffman (1992) benytter seg av en scenemetafor for å forklare at all sosial interaksjon kan bli sammenlignet med en forestillinger på en scene, hvor individene ved hjelp av ulike strategier utspiller sine roller. Dette gjør de for å styre andres inntrykk i ønsket retning, noe som han videre kaller *inntrykksstyring*.

### 2.2.2 Front stage, Back stage og inntrykksstyring

Goffman (1992) hevder at aktører i det sosiale liv kan sammenlignes med skuespillere på en scene. Her skiller han mellom det som skjer på og bak scenen. Goffman benytter seg av betegnelsene *front stage* og *back stage* for å skille mellom disse. Det er på scenen, altså front stage, at forestillingene utføres for et publikum. Det er dermed her selvpresentasjonen hovedsakelig skjer. Bak scenen kan skuespillerne legge fra seg roller og fakter. Skuespillerne er sosiale aktører, front stage er hvor skuespillet finner sted og back stage er der skuespillet planlegges (Goffman:1959)

Ved en opptreden *front stage* vil målet for sceneopptreden være å oppfattes som troverdig for å oppnå det man ønsker. Avgjørende for denne måloppnåelsen er at andres oppfattelse danner bestemte inntrykk blant tilskuerne. Evnen til å fremstille seg selv på en måte som gir ønskede resultater, blir derfor en viktig sosial ferdighet. Goffman betegner dette som inntrykksstyring. De som er flink til dette, kan planlegge fremtreden på forhånd og gjøre nødvendige korrigeringer underveis, avhengig av publikums reaksjoner (Schiefløe: 2010). Inntrykksstyringen front stage vil også være påvirket av den sosiale situasjonens normer som er preget av personens forventninger til hva som er ønsket oppførsel. Normer og forventningene vil dermed prege det som kommuniseres (Goffman: 1992).

Tinder er en arena hvor inntrykk styres og hvor selvpresentasjon kan planlegges og utføres. Disse inntrykkene kan være lettere å styre på Tinder enn ”i det virkelige liv”, fordi inntrykkene grundig kan planlegges og presenteres. Grunnen til at disse inntrykkene kan være lettere å styre er at en kan tenke nøye over hvordan man vil fremstå før en trykker ”send” i en skriftlig samtale. Dette i motsetning til kommunikasjon utenfor Tinder, hvor ting blir mer spontant og hvor impulser og kroppsspråk kan være vanskelige å styre. Samtidig er bildene på Tinder en fundamental del av inntrykksstyringen som kan overveies nøye før utlegging, i motsetning til det virkelige liv, hvor man for eksempel kan møte på en potensiell partner den ene dagen med lite søvn, influensa og dårlig hår-dag. Derfor kan også Tinder være en unik arena å se nærmere på.

Hvordan andre oppfatter oss vil også påvirkes av innholdet i kommunikasjonen som formidles. Hva vi gjør og hva vi sier, hvordan vi gjør det og hvordan vi sier det er dermed viktig for inntrykket som oppfattes. Innen inntrykksstyringen finner vi ifølge Goffman tre hovedformer for kommunikative virkemidler. Disse er *form*, *utsmykking* og *kulisser/rekvisita* (Goffman: 1992). Jeg har valgt å se nærmere på disse aspektene ved informantenes selvpresentasjon, spesielt med tanke på Tinderbrukernes selvpresentasjon via bilder.

### **2.2.3 Form**

Formen dannes av både verbal og ikke-verbal kommunikasjon. Våre inntrykk av andre dannes ikke bare av hva de sier, men også hvordan det blir sagt (Schieffloe:2010). Form kan blant annet kommuniseres gjennom måten en snakker på, hva som blir sagt, kroppsspråk, dialekten som snakkes eller gjennom tonefall (Goffman: 1992). Begrepet form vil være nyttig for å forklare ulike aspekter ved kommunikasjon som formidles på Tinder.

### **2.2.4 Utsmykking**

Et annet virkemiddel for inntrykksstyring er utsmykking eller fremtreden. Utsmykking vil hovedsakelig si inntrykksstyring i form av personens utseende. Ulike aspekter ved kropp, klær og utseendet vil kunne formidle ulik informasjon, som dermed også vil bidra til inntrykket som avgis. Eksempler på utsmykking er klesstil, hårfasong, smykker, tatoveringer eller sminke. Utsmykking som inntrykksstyring kan gi informasjon om personlighet eller tilhørighet. Uniformer kan for eksempel signalisere tilhørighet til en yrkesgruppe. Utsmykking kan også vise tilhørighet til andre sosiale lag. En kan dermed uttrykke ulike



inntrykk ved hjelp av utsmykking, ofte med hensyn til normer og hva som er akseptabelt i ulike samfunn og situasjoner (Goffman:1992). Utseendet vises hovedsakelig på Tinder via bilder. Hvilken informasjon om brukeren som gis via bildene vil dermed være en del av brukernes inntryksstyring. Begrepet utsmykking vil dermed også være nyttig for å forklare aspekter ved brukernes formidling og forståelse rundt selvpresentasjonen på Tinder.

### **2.2.5 Kulisser og rekvisita**

Den siste formen for styring av inntrykk er *kulisser og rekvisita*. Dette vil si innredning, utsmykking og annen bakgrunn som befinner seg på scenen hvor inntryksstyringen kommuniseres. Kulisser og rekvisita vil med andre ord si omgivelser og objekter som benyttes i inntryksstyringen (Goffman:1992). Disse aspektene kan benyttes for å skape inntrykk av rikdom, status, klasse, interesser, prestasjoner eller kulturelt nivå. Hvordan vi arrangerer rekvisita eller tilbehøret, og hvor mye arbeid vi legger i det avhenger igjen av hvem som er publikum og hvilket inntrykk vi ønsker å gi (Schieffloe: 2010). På samme måte kan kulisser og rekvisita som publiseres på Tinder, bidra til brukernes inntryksstyring. Dette vil også ha betydning for hvor informantene tar bilder, innhold i bildene og vekt som legges på omgivelsene på profilbildene. Begrepene vil derfor også være viktig for å kunne beskrive aspekter ved brukernes selvpresentasjon, spesielt i bildesammenheng.

Tilretteleggelse av omgivelser ved bruk av kulisser og rekvisita kan også settes i sammenheng med det Goffman betegner som "tilsynelatende arbeid". Tilsynelatende arbeid er når vi later som vi driver med noe ønskelig i motsetning til hva som er sannheten (Schieffloe: 2010). Tilsynelatende arbeid vil blant annet kunne bidra i Analysen ved å forklare misrepresentasjon på Tinder.

### **2.2.6 Førsteintrykk**

Goffman legger også vekt på hvor viktig førsteinntrykket er i møte med andre personer og hevder at førsteinntrykket kan legge føringer for videre kommunikasjon. Ifølge Goffman så baserer førsteinntrykket i ansikt-til-ansikt-kommunikasjon seg på *sosiale kjennetegn* som for eksempel antrekk, kroppsspråk, utseende og sosioøkonomiske faktorer. Han hevder at førsteinntrykket sier noe om individet, og at både den som gir førsteinntrykket og de som mottar dette forventes å tilpasse sine handlinger i forhold til det inntrykket som blir gitt (Goffman:1992).

Førsteintrykket kan derfor sies å være en viktig del av vår selvpresentasjon fordi det legger utgangspunktet for våre videre presentasjoner av oss selv. Førsteintrykket på Tinder er hovedsakelig det første bildet i den potensielle bildeserien på ens profil, da det spesielt her legger føringer for videre kommunikasjon. Dermed kan valget av det første bilde vise hvilket førsteinntrykk en ønsker å gi og hvilke sider av seg selv man ønsker å vise. Ifølge Goffman (1992) er det også viktig å tilegne seg informasjon om personen en samhandler med, hvis inntrykksstyringen skal være suksessfull. Mennesker vil derfor søke opplysninger om den det samhandles med. Jeg velger derfor også å ta for meg bildets betydning for selvpresentasjonen på Tinder og hvordan brukerne tilegner seg informasjon og former inntrykk om andre brukere ved hjelp av profilbildene. Goffmans teorier vi også kunne bidra til å forklare selvpresentasjon i et felt med begrenset mulighet for presentering og innhenting av informasjon.

### **2.2.7 Idealisering**

En forestilling presenteres gjennom front stage ifølge Goffman (1959). Her presenteres det ofte noenlunde abstrakte påstander ovenfor et publikum. Disse påstandene er påvirket av sosialisering, og er modifisert for å passe til samfunnets forståelse og forventninger. Goffman (1959) hevder videre at påstandene har en tendens til å være idealisert på flere ulike måter.

*If we never tried to seem a little better than we are, how could we improve or "train oirselves from the outside inward?" And the same impulse to show the world a better or idealized aspect of ourselves finds an organized expression in the various professions and classes, each of which has to some extent a cant or pose, which its members assume unconsciously, for the most part, but which has the effect of a conspiracy to work upon the credulity of the rest of the world (Goffman:1959)*

Når et individ presenterer seg selv ovenfor andre, vil selvpresentasjonen inkorporere og eksemplifisere offisielle samfunnets verdier. På den andre siden er vi mennesker skapninger med ulike impulser og humør som skifter fra det ene øyeblikket til det neste. Som skuespillere fremfor et publikum kan en i følge Goffman(1959) ikke vise disse oppturene og nedturene i

stor grad. I en sosial kontekst kreves det at en utfører en homogen forestilling hver gang, der en ved høyere sosial aktivitet, ikke føler kroppens tilstand. Gjennom sosial disiplin vil en maske av manerer bli vist for publikum. De inntrykkene som presenteres er dermed ikke nødvendigvis sannheten, men en idealisert maske som gjenspeiler samfunnets normer og forventninger, samt individets forståelse av hva som er ønskelig (Goffman: 1959).

### **2.2.8 Goffman om misrepresentasjon**

Goffman (1959) hevder også at mennesker har en tendens til å godta andres selvpresentasjon som pekepinner på hva som er sannheten. Denne tendensen til å akseptere andres selvpresentasjon som en sannhet vil kunne plassere en person i en posisjon for å bli misforstått. Dette fører videre til at den som presenterer seg selv gjør dette med stor forsiktighet, noe som igjen setter publikum i en posisjon til å bli villedet. Det er ifølge Goffman (1959) få hint som ikke kan brukes til å presentere noe som egentlig ikke er tilstede.

Goffman(1959) hevder også at grunnen til at mange ofte velger å ikke misrepresentere fakta er at skam, skyld eller frykt hindrer dem i å gjøre det. Han hevder også at mennesker vil forsøke å finne ut av om det inntrykket som presenteres er sant eller usant, ved å gi ekstra oppmerksomhet til trekk ved presentasjonen som ikke lett kan manipuleres, for så å bedømme påliteligheten til de andre trekkene ved presentasjonen ut fra dette. Oppfattes den gitte presentasjonen som falsk, vil publikum komme med en reaksjon som kan gi øyeblikkelig ydmykelse og noen ganger permanent tap av omdømme. Ifølge Goffman vil dermed en oppfattelse av misrepresentasjon kunne føre til sanksjonering med betydelige sosiale konsekvenser for individet som sanksjoneres (Goffman: 1959).

### **2.3 Normer og sanksjoner**

George C. Homans (1961) omtaler sosiale normer som : *"a statement of a group, not necessarily by all of them, that he members ought to behave in a certain way in certain circumstances"*. Dette vil si at en norm er en gruppes felles forståelse for hva som er akseptert eller lite akseptert i ulike situasjoner. Sosiale normer er ikke nødvendigvis nedskrevne lover og regler, men heller mønstre som det forventes at individer skal handle etter. Disse mønstrene dannes ofte i sosiale grupper. At mennesker følger normer vil si at de følger de forventningene som omgivelsene har for opptreden i en viss situasjon (Østerberg 1991). Allmenne normer blir ofte internalisert gjennom en sosialiseringsprosess, hvor man tar

innover seg de forventningene samfunnet stiller til individet (Berger og Luckman: 1966). I delkulturer kan det eksistere egne normer som kan stå i motsetning til storsamfunnets (Martinussen: 1991). På Tinder kan det dermed eksistere en delkultur med egne normer for hvordan man opptrer, hvordan man presenterer seg selv, hva som er akseptert å skrive og for hvordan man flørter, tar kontakt og evaluerer andre brukere. Tinder kan også ha hatt en påvirkning på normene utenfor datingappen. Det kan være vanskelig for en aktør som kommer inn i en delkultur eller en subkultur å vite hvilken normer og forventninger som er gjeldende. Derfor kan det også være utfordrende for en ny Tinderbruker å vite hva som forventes og hva som er akseptabelt inne på appen.

Et sosialt felt består dermed av visse forventninger til handlinger. Bryter en aktør disse forventningene blir personen konfrontert med sanksjoner fra andre aktører hvor normene finner sted. Disse sanksjonene kan være både positive og negative, avhengig av om handlingen er mer positiv enn de forutsatte forventningene eller om det tolkes som mer negativ enn forventet (Martinussen: 1991).

Normbegrepet vil være nyttig for å forstå hva som er akseptert og lite aksepterte handlinger i Tinder-sammenheng. Lite aksepterte handlinger vil også kunne føre til negative sanksjoner. En match kan sees på som positiv sanksjonering på at en bruker har fulgt de aktuelle normene for selvpresentasjon på sin Tinderprofil. Jeg vil i denne studien undersøke hvilke normer for selvpresentasjon og kommunikasjon som finnes på Tinder.

### **3 METODE**

I dette kapittelet vil jeg redegjøre for metodevalg, prosjektets utvalg, utformingen av intervjuguide og gjennomføring av intervjuene. Videre vil jeg ta for meg forskerens rolle, behandling av data samt forskningens reliabilitet, validitet og generaliserbarhet.

#### **3.1 Valg av metode**

Jeg oppfatter en kvalitativ tilnærming som den beste fremgangsmåten for å belyse og gi dybdekunnskap om emnet jeg ønsker å beskrive. En kvalitativ tilnærming gir grunnlag for fordypning i de sosiale fenomenene som studeres. I studier som er preget av en nær kontakt mellom forsker og de som studeres, som ved intervju, gir denne tilnærmingen grunnlag for å oppnå en forståelse av sosiale fenomener på bakgrunn av fylldige data om personer og situasjoner (Thagaard:2009). På bakgrunn av dette har jeg valgt en kvalitativ tilnærming for en fordypning i de sosiale fenomenene på Tinder. Jeg har videre valgt å utføre intervjuer, for å tilegne meg fylldige data som kan belyse fenomenene jeg studerer. Kvalitative metoder egner seg godt til å studere personlige og sensitive emner, som kan gå inn på private forhold i menneskers liv (Thagaard : 2009). Tinder går inn på temaer som dating, sjekking og søken etter en partner, noe som kan betegnes som private forhold og er dermed en av grunnene til at jeg valgte en kvalitativ tilnærming.

For å svare på problemstillingene er det nødvendig å få innblikk i informantenes egne refleksjoner og erfaringer rundt bruken av Tinder. Jeg har valgt å utføre semi-strukturerte dybdeintervju fordi det er en fleksibel måte å få svar på slike spørsmål.

Colin Robson(2002) definerer et semi-strukturert intervju som et intervju med forhåndsbestemte spørsmål der rekkefølgen kan bli modifisert, basert på intervjuerens oppfatning om hva som oppfattes som passende. Ordleggingen av spørsmålene kan forandres, forklaringer kan bli gitt og tilleggsspørsmål kan bli inkludert.

Jeg har benyttet meg av en intervjuguide under intervjuene (Vedlegg 2), med forhåndsbestemte spørsmål. Et semi-strukturert intervju har vært hensiktsmessig da jeg har endret rekkefølgen på spørsmålene underveis, for en mest mulig naturlig samtale i intervjusituasjonen. Tilleggsspørsmål har vært nødvendig for å motta utfyllende informasjon om Tinder-temaet.

### 3.2 Utvalg

I rekrutteringen av informanter har jeg benyttet meg av et strategisk utvalg informanter med egenskaper eller kvalifikasjoner som er strategiske i forhold til prosjektets tema. (Thagaard: 2009) Dette ble gjort slik at informantene har den kunnskapen og erfaringen som trengs for å kunne uttale seg om temaet.

På bakgrunn av dette er et av kriteriene at informantene skal være brukere av Tinder. Etersom Tinder synes å ha blitt et legitimt kulturelt fenomen blant unge voksne, som også er den største gruppen Tinderbrukere, har jeg derfor valgt å fokusere på denne gruppen i forskningsprosjektet. Denne gruppen har jeg valgt å avgrense til alderen 20-30 år, som er mitt andre kriterium for deltakelse. Jeg har også valgt å benytte meg av informanter fra Trondheim, som er en relativt stor by i Norge. Dette fordi Tinder krever en viss mengde andre Tinderbrukere i nærområdet for å fungere optimalt. I tillegg vil dette også øke sannsynligheten for at brukerne har kommet i kontakt med mennesker de ikke har møtt eller kjenner fra før av, fått en mengde brukere å velge mellom og kanskje dermed også i større grad er aktive Tinderbrukere.

At intervjuene blir utført i en større by med et stort antall brukere gjør også at informantene blir mer anonyme og vanskeligere å gjenkjenne av andre, noe som styrker det etiske i undersøkelsen. Til sist har jeg av etiske hensyn unngått informanter jeg kjenner fra før av.

Jeg har benyttet meg av snøballmetoden for å komme i kontakt med aktuelle informanter. Dette har blitt gjort ved at jeg har informert om forskningsprosjektet til bekjente og bedt dem spørre sine venner og sosiale nettverk om noen kunne tenke seg å bli intervjuet til mitt forskningsprosjekt. Dette har blitt gjort både muntlig og skriftlig via Facebook. Etter å ha fått kontakt med noen informanter, bad jeg dem om å gjøre det samme og spørre sine venner å bekjente om noen kunne tenke seg å delta.

Gjennom denne metoden har jeg mottatt telefonnumre og e-mail adresser til mulige informanter. Jeg informerte disse om prosjektet, og bad dem bekrefte at de er interesserte i å delta. Videre avtaltes tid og sted for intervju. Alle svarte ikke på henvendelsene og noen

endret mening om å delta. Jeg erfarte også at det er gunstig å ta kontakt og avtale intervju kort tid etter meldt interesse.

Jeg endte opp med et utvalg på syv personer mellom 21 og 26 år som er bosatt i Trondheim. Informantene er fordelt på 4 kvinner og 3 menn. I analysen vil jeg benytte sitater fra informantene. Disse er navngitt med pseudonymer for å sikre deres anonymitet. For å gi en oversikt over informantene, har jeg under vist en tabell med deres alder og fiktive navn.

**Tabell 1. Oversikt over studiens informanter**

Navn	Alder
Andre	25 år
Aurora	23 år
Kari	25 år
Knut	25 år
Lisa	26 år
Nora	21 år
Ola	23 år

### 3.3 Utforming av intervjuguide

I følge Thagaard (2009) er en viktig målsetning for kvalitative intervjuer å gå i dybden på de temaene det er ønskelig å få informasjon om. Spørsmålene i intervjuguiden vil dermed være viktig for å tilegne seg relevant informasjon. Jeg startet arbeidet med dette prosjektet gjennom en semesteroppgave på samme tema, hvor jeg fikk lest meg opp på tidligere forskning og sosiologiske teorier rundt temaene Tinder, nettdating, Grindr, Geysir, sosiale medier, selvrepresentasjon og normer. Deretter gikk jeg i gang med å utforme intervjuguiden (Vedlegg 2). Her utformet jeg spørsmål som var basert på det jeg hadde lest, som jeg mente kunne være relevante for problemstillingene, og som kunne gi ny informasjon om bruken av Tinder. Jeg inkluderte nøkkeltema for å være sikker på å dekke de viktigste aspektene ved bruken av Tinder, og hvordan selvrepresentasjonen der gis og oppfattes. Samtidig forsøkte jeg å unngå for lange spørsmål, fagspråk, ledende og lite nøytrale spørsmål. (Robson:2002)

Etter utformingen av intervjuguiden testet jeg den (Vedlegg 2) ved å intervju en venninne som er aktiv bruker av Tinder. Gjennom dette fikk jeg tilbakemeldinger på hvordan jeg var som intervjuer og hva jeg kunne gjøre bedre i intervjusituasjonen. Her erfarte jeg at flere spørsmål trengte oppfølgingsspørsmål for å gi utfyllende svar og at jeg kunne virke litt mer engasjert i intervjusituasjonen. Dette testintervjuet gav meg også en indikasjon på hvor lang tid et intervju ville vare. Etter noen intervju med noen informanter i tillegg til tilbakemelding fra veileder bestemte jeg meg for å gjøre små endringer på intervjuet. Jeg omformulerte spørsmål som kunne føre til misforståelser og omformulerte begrep som kan regnes som akademiske. For å få litt bedre flyt i samtalen ble også rekkefølgen på noen spørsmål endret. (Vedlegg 2. Intervjuguide)

### **3.4 Gjennomføring av intervjuene**

Intervjuene ble gjennomført på NTNU Dragvoll og på NTNU Gløshaugen. Intervjuene ble gjort på grupperom, som jeg reserverte i forkant. Grupperommene ble valgt fordi de er stille, slik at det som blir sagt blir registrert og slik at det oppstår minimalt med forstyrrelser. Reservasjonen gjorde også at vi ikke ble forstyrret av andre studenter. Jeg møtte Informantene på et sted på NTNU begge kjente til, for så å vise hvor det reserverte grupperommet befant seg. Dette fordi flere av informantene ga beskjed om at de hadde problemer med å finne fram til det aktuelle grupperommet. Dette ga meg også muligheten til å småprate litt før intervjuet, noe som så ut til å gjøre informantene mer komfortable før intervjustart. Jeg påminnet informanten om at intervjuet ville vare mellom 30-60 minutter, grupperommet ble reservert i en til to timer for å være sikker på å ikke bli avbrutt. Intervjuene viste seg å varierte i varighet fra 25 minutter til en time og fem minutter.

Intervjuene ble gjennomført etter et informert samtykke. Informantene ble gitt skriftlig informasjon om prosjektet og skrev deretter under på en samtykkeerklæring . Jeg la merke til at noen av informantene skrev under på samtykkeerklæringen uten å ta seg tid til å lese informasjonsskrivet. Jeg bestemte meg derfor også å gi informasjon om prosjektet muntlig før jeg startet intervjuene. Jeg spurte om de hadde noen spørsmål før start. Informantene ble også informert om at intervjuene er anonyme, og at de kunne trekke seg når som helst i prosessen. Jeg benyttet en lydopptaker med informantens samtykke. Intervjuene ble senere transkribert, kodet og analysert. Lydopptakeren gav meg mulighet til å følge godt med under intervjuet. Ved første intervju skrev jeg noen notater. Dette virket distraherende på



intervjusituasjonen. Lydopptakeren gjorde at jeg kunne fjerne dette elementet fra de senere intervjuene.

Intervjuene ble utført ansikt til ansikt, noe som gjorde det mulig å stille oppfølgingsspørsmål og undersøke motiver, som et e-mail basert eller et annet selv-administrert spørreskjema ikke ville gjort. Jeg valgte også å intervju en informant om gangen fremfor å utføre intervjuer i fokusgrupper. Dette fordi bruken av Tinder kan være et personlig og sensitivt tema, hvor flere personer til stede vil kunne føre til at informantene ville valgt å holde tilbake aspekter av sin bruk og opplevelser rundt Tinder.

Intervjuet startet med enkle introduksjonsspørsmål for å komme i gang og for å gjøre informanten komfortabel og løse på stemningen. deretter fulgte en rekke hovedtema med nøkkelspørsmål rundt temaet. Temaet Tinder viste seg ikke overaskende å være personlig for de fleste. Jeg oppfatter det like vel som at informantene åpnet seg, svarte oppriktig på spørsmålene og delte det de hadde av erfaringer og meninger så godt de kunne.

I intervjuenes hoveddel, hadde jeg kategorisert spørsmålene etter tema. Dette gjorde jeg for at samtalen skulle fremstå mest mulig naturlig. Eksempler på disse temaene er chat, sortering og uskrevne regler. Jeg opplevde ofte at intervjuet gikk som en naturlig samtale, hvor informantene allerede hadde svart på følgende spørsmål før de ble stilt. Jeg oppfatter dette som at intervjuguiden fungerte bra. Mine spørsmål ble besvart, og informantene virket å være komfortable nok til å fortelle utdypende. Informantene hadde ofte besvart spørsmål før de ble stilt og gav utdypende informasjon om Tinder. Aspekter som kunne være relevant, og som jeg ikke hadde spurt om ble også tatt opp, noe som førte til en naturlig samtale med mange oppfølgingsspørsmål.

Valget ved å utføre semi-strukturerte intervjuer gjorde at jeg kunne utdype spørsmålene og kunne forandre på spørsmålenes rekkefølge for å gi bedre flyt i intervjuet når det passet seg. Det semi-strukturerte intervjuet ga meg også mulighet for å spørre tilleggsspørsmål når svarene ble knappe og når jeg ville vite mer eller interessante poeng kom opp. Noen tilleggsspørsmål kom også til nytte når svar var litt uklare og trengte utdypning. Ved intervjuets slutt avsluttet jeg med en debriefing hvor jeg gjorde en kort oppsummering og spurte om det var noe som hun/han ville tilføye eller om det var noe hun/han mente manglet.

Her ble ingenting nevnt, noe jeg oppfattet som at jeg hadde fått med meg de viktigste aspektene ved Tinder i intervjuguiden (Vedlegg 2).

### **3.5 Forskerrollen**

Under intervjuene kom det fram at Tinder er noe informantene er engasjerte i, hadde mange meninger om og noe som de snakker mye om ellers med venner. Jeg har også en betydelig interesse for temaet, og en vurdering av egen rolle i intervjuene er viktig for å sikre dataens kvalitet.

*Med hensyn til et perspektiv som fremhever betydningen av at intervjusituasjonen representerer en sosial interaksjon mellom forsker og informant, er det viktig å fokusere på hvordan forskeren fremstår for vedkommende. Det gjelder både forskerens personlige egenskaper og ytre kjennetegn som kjønn, alder og sosial bakgrunn. (Thagaard: 2009)*

Mitt kjønn som kvinne kan styrke min situasjon som intervjuer i intervjuene med andre kvinner på bakgrunn av det vi har til felles. Samtidig kan det at jeg er kvinne ha ført til uønsket effekt blant de mannlige informantene. (Thagaard:2009) To av de mannlige informantene er single menn som via Tinder søker en kvinnelig partner. Min posisjon som kvinnelig singel bruker av Tinder i samme alder, kan ha ført til påvirkning av svarene gitt i intervjuet der de vil kunne ønske å vise seg fra en bedre side. På den andre siden er jeg som kvinne utenforstående om hvordan det er å være mann på Tinder. Ved dette kan jeg ha fått tilgang på informasjon som menn oppfatter som en selvfølge.

For å etablere en tillitsvekkende intervjusituasjon er det viktig at forskeren unngår å skape sosial avstand til informanten (Thagaard: 2009). Dette oppfatter jeg ikke som et problem i mitt prosjekt. Jeg er i samme aldersgruppe som informantene, samt en aktiv bruker av Tinder. Samtlige informanter er også studenter og befinner seg dermed i samme livssituasjon som meg, samtidig som vi befinner oss i samme by. Dermed vil jeg si at min bakgrunn har ført til likhet og lite sosial avstand i forholdet til informantene.

Et annet spørsmål å ta høyde for er om informantene forteller det de tror jeg vil høre (Thagaard:2009). For å forebygge dette har jeg forsøkt å forhindre at egne verdier preger intervjusituasjonen.

Jeg har også forsøkt å holde egne meninger for meg selv under intervjuet for å hindre at egne synspunkter skal påvirke informanten. Selv om jeg ikke kan kontrollere for slike skjevheter, oppfatter jeg at den aktive adferden til informantene som at dette ikke var et problem.

Min egen interesse rundt Tinder kan være en fordel ved at jeg har god kjennskap til appen, dens funksjoner og ulike uttrykk rundt temaet som for eksempel ”match”, ”sveiping”, ”chat”, ”selfies” og ”blind date”. Denne bakgrunnen gjorde også at jeg kunne stille relevante oppfølgingsspørsmål. Mine egne oppfatninger og erfaringer rundt temaet kan på den andre siden ha hindret meg fra å se saken fra andre perspektiv eller stille spørsmål ved aspekter som jeg oppfatter som en selvfølge (Thagaard:2009). Jeg har forsøkt å være så nøytral som mulig i intervjuene, selv om fullstendig nøytralitet er umulig å oppnå i intervjusituasjonen. (Silverman: 2010)

### **3.6 Behandling av data**

Etter intervjuingen startet jeg prosessen med transkribering. Å transkribere intervjuene fra muntlig til skriftlig form, gjorde intervjusamtalene strukturert og bedre egnet for analyse. (Kvale:2005) I denne prosessen ble informantenes identitet anonymisert. Navn og spesielle kjennetegn ved samtalen som kunne identifisere personen, ble ikke inkludert. For å sikre informantens stemme og betydningen av hva som ble sagt, valgte jeg å transkribere intervjuet ordrett. (Kvale:2005) Samtidig valgte jeg å oversette til bokmål, der informantene snakket dialekt. Jeg mener at jeg ikke mistet relevante data eller poeng som følge av denne transkriberingsmetoden.

Etter transkriberingen var gjennomført startet jeg kodingen av intervjuene. Her skrev jeg ut det som hadde blitt transkribert og kodet materialet etter forskningsspørsmålene. Hver informant har blitt gitt ett tall i transkriberingen som ble plassert fremfor svarene de hadde gitt, slik at jeg lett kunne se hvem som hadde sagt hva. I kodingsprosessen ga jeg hvert av forskningsspørsmålene en egen farge i tillegg til en ekstra kategori for andre viktige og interessante synspunkt som hadde kommet fram. Deretter markerte jeg og sorterte svarene av betydning med de aktuelle fargene etter relevans for problemstillingene. Problemstilling en ble gitt fargekoden grønn. Deretter markerte jeg alle utsagn som hadde relevans for problemstilling en med fargen grønn. Utsagn som hadde relevans for problemstilling to og tre ble gitt to egne fargekoder. For å ikke gå glipp av andre interessante poeng ble en ekstra

kategori inkludert med fargekoden gul. Etter å ha lest gjennom datamaterialet noen ganger og observert noen mønster, markerte jeg de mest interessante sitatene og de som på best måte viste mine funn.

### **3.7 Vurdering av datas kvalitet**

For å vurdere datas kvalitet har jeg valgt å ta utgangspunkt i kriteriene reliabilitet, validitet og generaliserbarhet. Jeg vil nå ta for meg disse kriteriene, samt presentere konkrete tiltak som er blitt gjort for å kvalitetssikre studiens datamateriale.

#### **3.7.1 Reliabilitet**

Med prosjektets reliabilitet mener jeg hvordan forskningsprosjektet er utført på en pålitelig og tillitsvekkende måte. Med andre ord kan reliabilitet i sammenheng med kvalitativ forskning oversettes til prosjektets troverdighet(Thagaard:2009).

Ordet Reliabilitet omhandler hovedsakelig om en annen forsker som tar i bruk lik forskningsmetode, vil få samme resultat. Dette er mer komplisert i et kvalitativt studie, der data oppstår mellom informant og forsker, som ikke kan gjenskapes eksakt av andre. I kvalitativ forskning er det viktig at forskeren gir en inngående beskrivelse av fremgangsmåten for alle deler av forskningen(Johannessen:2010), i tillegg til å tydelig skille mellom hva som er primærdata, informantenes sitater og hva som er forskerens tolkninger i analysekapittelet. (Silverman:2010)

Pålitelighet og nøyaktigheter viktig for datamaterialets reliabilitet, derfor har jeg i intervjuene stilt spørsmål hvis noe var uklart og gjentatt svar som ble gitt for å sikre at jeg hadde forstått dem riktig. Båndopptakeren gjorde også at jeg fikk med meg alt som ble sagt ordrett, noe som kunne blitt problematisk ved å bare basere forskningen på notater. Lydopptakeren har med andre ord gitt grunnlag for data som i større grad er uavhengig av mine oppfatninger som forsker enn ved notater (Thagaard:2010).

Reliabiliteten kan også styrkes av at flere forskere deltar i prosjektet (Thagaard: 2010). På bakgrunn av dette styrker veilederen min forskningens reliabilitet ved at avgjørende beslutninger diskuteres i forskningsprosessen. I forskningsprosessen har jeg også diskutert og

spurt om råd fra andre masterstudenter som også har gitt en kritisk evaluering av fremgangsmåte og avgjørelser.

Jeg har også forsøkt å styrke prosjektets pålitelighet ved å gi en detaljert beskrivelse av fremgangsmetoden i metodekapittelet. Jeg har påpekt avgjørelser som har blitt tatt underveis og hvorfor. Lyddopptakene har også gjort at jeg kan dobbeltsjekke at informantene er riktig sitert. Dette er blitt gjort for å beskrive konteksten data er produsert i. I analysekapitlet er det skilt mellom hva som er informantens ord og hva som er mine. Informantenes sitater er skrevet i kursiv, og lengre sitater er også adskilt fra resten av teksten. Sitatene er også gjengitt ordrett, noe som minimerer faren for å manipulere data. Ved å beskrive mitt teoretiske ståsted i teorikapitlet viser jeg også hva som representerer grunnlaget for mine tolkninger.

Informantene er alle aktive brukere av Tider og har derfor relevant erfaring for å svare på og reflektere over spørsmålene som ble stilt i intervjuguiden. De har også vært preget av åpenhet i relasjonen mellom meg som forsker og dem som informant (Thagaard:2010). På bakgrunn av dette vil jeg anse reliabiliteten i forskningsprosjektet som god.

### **3.7.2 Validitet**

Med validitet menes om de tolkninger som det er kommet fram til, er gyldige i forhold til virkeligheten som er studert (Thagaard:2010).

Før jeg utformet intervjuguiden og startet forskningen oppdaterte jeg meg på tidligere forskning på temaet og andre tema med relevans for prosjektet. Slik forsikret jeg meg at spørsmålene var relevante for mitt forskningsprosjekt. Jeg har også spørsmål som er relevante for problemstillingene mine. Et eksempel på spørsmål jeg inkluderte for å få relevant informasjon om problemstillingen om selvrepresentasjon er:

1. Hva ønsker du å vise via profilbildene dine?
2. Har du noen gang byttet profilbilde? Hvis ja, Hvorfor?
3. Viser profilen din hva du ønsker å oppnå via Tinder? Hvordan?
4. Hvor viktig er det at man er ærlig i sin profil? Hvorfor?
5. Har du tekst på profilen din?
  - Hva har du skrevet?

- Hva er grunnen til at du har valgt å skrive tekst / ikke skrive tekst?

Spørsmålene i intervjuguiden er basert på problemstillingene og tidligere forskning samt med hensyn til relevante teorier, noe som gjør at jeg mener prosjektet er av tilfredsstillende validitet.

### 3.7.3 Generaliserbarhet

Det begrensede utvalget i denne studien gir ikke et grunnlag for statistisk generalisering. Informantene er heller ikke tilfeldig utvalgt, men på bakgrunn av kriterier som at de er aktive brukere av Tinder, og funnene kan derfor ikke generaliseres til å gjelde for hele den unge befolkningen. Funnene er relevant for en analytisk generalisering (Kvale:2005). Det vil si at resultatene kan gi innblikk i samme tema, gjennomført med andre informanter eller på et annet sted. Informantene svarte tilnærmet likt på flere av spørsmålene i intervjuguiden. På bakgrunn av dette mener jeg det kan gi en indikasjon på hva en annen gruppe informanter i et tilsvarende forskningsprosjekt ville svart.

Videre vil jeg nå ta for meg Analysen av resultatene. For å besvare hovedproblemstillingen har jeg utformet tre forskningsspørsmål. Disse er:

4. *Hvordan presenterer en seg selv på Tinder?*
5. *Hvordan vurderer brukere andres selvpresentasjon på Tinder?*
6. *Hvilken implikasjoner har bruken av Tinder?*

Analysen er delt opp i tre kapitler etter prosjektets forskningsspørsmål. Jeg vil her diskutere og ta for meg relevante sitater som er kommet fram i intervjuene, samtidig som jeg tar utgangspunkt i tidligere forskning og relevante teoretiske perspektiv.

## 4 SELVPRESENTASJON PÅ TINDER

I dette kapitlet tar jeg for meg studiens første forskningsspørsmål; *Hvordan presenterer en seg selv på Tinder?* Jeg vil se nærmere på hvordan brukere presenterer seg selv gjennom de ulike funksjonene på Tinder. Underveis vil jeg trekke inn relevante sitater fra intervju, og belyse disse med teori og tidligere forskning.

### 4.1 Bilder

Tinder består av ulike fasiliteter som gir mulighet for selvpresentasjon, blant annet ved hjelp av bilder. Jeg vil her undersøke bildets betydning for informantenes selvpresentasjon på Tinder.

#### 4.1.1 Førsteintrykk og fysisk attraksjon

Kari er opptatt av å fremme seg selv gjennom bildene på Tinder. På et oppfølgingsspørsmål om hvor viktig bildet er for hennes presentasjon av seg selv, svarer Kari:

*Bildene er veldig veldig viktig. Det er på bildene du har sjansen til å vise deg fram på Tinder. Det er bildene som har noe å si, det er ikke i teksten. Der vil folk vise seg fram fra sin beste side. Alt er basert på utseende og førsteinntrykket, det er basert på om personen er pen eller ikke. (Kari)*

Karis utsagn er representativt for flere av informantene, og uttrykker at bildene er et viktig element i hennes selvpresentasjon. Videre påpeker hun at brukerne ønsker å vise seg fram fra sin beste side, og at alt er basert på utseende og førsteinntrykk.

Informantene påpeker at de legger størst vekt på selvpresentasjonen via profilbilder. Karis utsagn kan også indikere at bildene er av betydning fordi det presenterer brukerens utseende og former førsteinntrykket av personen. På Tinder får en se bilder av andre brukere før du får mulighet til å lese eventuell tekst.

Dette kan sees i lys av forskning utført av Wills & Todorov (2006). De viser at et førsteinntrykk formes i løpet av 100 ms. Lengre tid vil øke tilliten til egen vurdering, men vil ikke endre det. Et førsteinntrykk formes dermed i løpet av kort tid. Førsteintrykket formes på bakgrunn av brukerens bilde på Tinder, da dette er informasjonen som først mottas gjennom

appen, noe som igjen samsvarer med informantenes oppfattelse av bildets betydning for inntryksdannelse.

Ifølge Goffman (1992) legger førsteinntrykket føringer for videre kommunikasjon. Dette er spesielt tilfellet på Tinder, der en ikke har mulighet til å kommunisere før etter en har vurdert den andre brukers bilder. Goffman (1992) hevder også at førsteinntrykket i ansikt-til-ansikt-kommunikasjon baserer seg på sosiale kjennetegn som for eksempel antrekk, kroppsspråk, utseende og sosioøkonomiske faktorer. Disse faktorene kan bare gis via bildene.

#### 4.1.2 Rollekonflikt

Nina opplever en rollekonflikt ved bruk av bilder fra hennes Facebookprofil:

*Bildene er det viktigste. Jeg skulle ønske jeg kunne bruke bilder fra telefonen, ikke bare fra Facebook. På Facebook er det kollegaer, familie og lignende. Bildene er derfor litt målrettet mot dem. Når jeg skal være fin for menn på Tinder skulle jeg gjerne heller brukt bilder som ligger på telefonen. Du kan ikke framstille deg på samme måte på Facebook. (Nora)*

Noras uttrykker at hun vurderer bildene som den viktigste delen av hennes selvpresentasjon. Dette er også representativt for flere av informantene. Hun skulle ønske at hun kunne laste opp profilbilder fra telefonen, og ikke bare bilder som er hentet fra Facebook. Hun presiserer videre at bildene på Facebook blant annet er målrettet mot kollegaer og familie. Når hun skal være attraktiv for menn på Tinder, skulle hun helst benytte seg av andre typer bilder.

Dette viser at Nora opplever en rollekonflikt (Martinussen:2008), hvor hun på Facebook velger en selvpresentasjon basert på kollegarollen og rollen som familiemedlem, som vanskelig lar seg overføre til Tinder. Appens utforming kan dermed oppleves som begrensende for Noras selvpresentasjon. Å måtte bruke bilder fra Facebook kan med andre ord virke problematisk når de skal overføres til en arena med en annen form for målgruppe. Noras utsagn illustrerer også at noen brukere ønsker å presentere seg ulikt på Tinder enn på andre sosiale medier.

Informantene mener bildene er det mest fundamentale aspektet ved Tinder, og flere nevner bildets betydning flere ganger. Noen mener at bildene fører til en økt grad av objektivering,



og at Tinder dermed kan tolkes som overfladisk. Samtidig er de bevisste på at konseptet Tinder er basert på bilder. Flere setter også pris på dette, og mener det er enklere å bruke en bildebasert datingapp enn å skulle presentere seg selv via tekst.

#### 4.1.3 Front stage og back stage

Informantene er bevisste på førsteinntrykkets betydning, og derfor også egen selvpresentasjon via bildene. Lisa er i likhet med de andre informantene også opptatt av bildene på Tinder, og svarer følgende på et oppfølgingsspørsmål om hvor viktig bildet er i hennes presentasjon av seg selv:

*Bildene har alt å si. Det er alt du har å gå på. Jeg vil derfor vise meg fra min beste side. Bildet avgjør om jeg kommer i kontakt med personene jeg er interessert i eller ikke. Det er veldig bra at man kan vise seg fram via bilder. Da får mange menn sett deg når du er på ditt beste, og ikke som jeg egentlig ofte ser ut når jeg sitter på Tinder. Jeg sitter ofte på Tinder om kvelden i nattbuksa, uten sminke og håret alle veier, så det passer meg fint at ikke drømmemannen skulle fått sitt førsteinntrykk av å sett meg da.  
(Lisa)*

Lisas utsagn er representativt for de andre informantene, og viser at hun hovedsakelig fronter seg selv gjennom bilder. Hun ønsker å presentere seg selv fra sin beste side, og hevder at bildet avgjør om hun kommer i kontakt med de brukerne hun er interessert i eller ikke. Lisa påpeker også at hun ofte benytter seg ofte av appen om kveldene mens hun er ikledd nattbukse, er uten sminke og ustelt hår, og liker at ”drømmemannen” ikke skal forme sitt førsteinntrykk ut ifra dette, men heller gjennom bildene hennes.

Lisas inntrykksstyring er basert på å vise seg ”på sitt beste”, som indikerer at hun velger bilder som gir en mest mulig attraktiv presentasjon. I likhet med de andre er hun bevisst på hvordan bildet avgjør førsteinntrykket og fremtidig kontakt med andre brukere. Lisa mener det er en fordel å benytte Tinder for å presentere seg selv for andre single, noe som kan være på grunn av en stor grad av inntrykksstyring gjennom bildene. Utsagnet antyder at det oppfattes som lettere å gi et kontrollert og planlagt førsteinntrykk via bilder enn ved inntrykksstyring ansikt til ansikt.

At Tinder gir mulighet for en mer kontrollert form for inntrykksstyring enn utenfor Tinder kan sees i lys av Goffman (1992). Ved interaksjon ansikt til ansikt kan være vanskelig å vise seg fra sin beste side til en hver tid. Inntrykksstyringen skjer blant annet via utvelgingen av

bildene, som kan betegnes som *front stage*. Bildene som blir valgt presenteres som et galleri for et publikum, og vil dermed være en sentral del av Tinderbrukernes inntryksstyring.

Lisa gir et godt innblikk i hvordan det er ”bak telefonen”, altså hvordan det er i det Goffman(1992) kaller *back stage*. Hun sitter ofte på Tinder om kvelden i nattbuksa, med ustelt hår og uten sminke. Dette viser at Tinders front stage ikke alltid presenterer brukerens back stage, og at inntryksstyringen blir brukt av Lisa for å fremstille seg selv front stage fra sin mest attraktive side.

Bildene ser ut til å ha stor betydning for informantenes selvpresentasjon. Dette fordi de mener bildet er hovedinformasjonen som blir presentert og som dermed former et førsteinntrykk. Førsteintrykket vil være viktig, fordi dette avgjør om den andre brukeren liker deres profil eller ikke, slik at de senere får mulighet til å kommunisere. Informantene viser også at selvpresentasjon gjennom bildene oppfattes som en fordel, fordi de dermed kan presentere en kontrollert og attraktiv presentasjon av seg selv.

#### **4.1.4 Interesser via bilder**

Her vil jeg se nærmere på om informantene presenterer andre sider ved seg selv enn utseende, samt om presentasjon av interesser er av betydning for informantenes selvpresentasjon.

Aurora, Andre, Knut og Kari svarer følgende på spørsmål om hva de ønsket å vise gjennom deres utvalgte bilder:

*Jeg valgte det som var finest. Det er også en del friluftsbilder. Litt klatring og naturbilder, for å vise at jeg er interessert i friluftsliv. (Aurora)*

*Jeg vil vise interesser via tatoveringene mine. Ting som man legger fort merke til med meg, siden jeg har hele armen full av tatoveringer. Jeg vil vise andre aspekter ved meg, som at jeg er litt morsom kanskje. Humor er veldig viktig om jeg skal bli sammen med noen. (Andre)*

*Jeg har bilder av litt forskjellig. Jeg har både helfigur, ansiktsbilder og ett hvor jeg drikker øl. Jeg ønsker å vise litt av meg selv. Jeg har også et bilde av meg på jobb, så det kan jo hinte til at jeg jobber. (Knut)*

*Jeg vil vise meg fra min beste side, og at jeg ikke kun er en festjente. Jeg har heller ikke kort kjole eller stor utringning på bildene. Jeg vil vise litt ulike sider av meg selv. Derfor liker jeg å ha litt ulike bilder på profilen. (Kari)*

Aurora, Andre og Knut bruker bildene som et middel for å presentere sine egne interesser og identitet. Aurora ønsker å markere sine interesser for friluftsliv ved å laste opp naturbilder og klatrebilder. Andre vil i likhet med Aurora fremstille sine interesser, og gjør dette gjennom bilder av sine tatoveringer. Han ønsker også å presentere egen humor og derfor også egen personlighet. Humor er også viktig hos en partner for Andre. Knut vil også fremstille ulike bilder som viser mer en hans utseende. Han benytter seg av et bilde der han drikker øl og et der han er på jobb, for å demonstrere at han er i arbeid. Kari vil markere at hun ikke er en festjente, og er derfor også bevisst på hva hun *ikke* ønsker å uttrykke i sin selvpresentasjon.

Alle informantene presiserer at det er viktig for dem å presentere ulike sider av seg selv, og gjør dette via bildene. Bildene brukes dermed ikke bare for å fremstille eget utseende, men kan også gi mer utdypende informasjon om en person.

Studiens informanter viser at de flittig benytter seg av utsmykking, kulisser og rekvisita i sin selvpresentasjon. Ifølge Goffman(1992) er utsmykking, kulisser og rekvisita en del av inntrykkstyringen. Utsmykking er alt som gjøres med kroppen og utseende, og brukes for å skape en oppfattelse via en markering av personlighet og for å signalisere tilhørighet til en sosial klasse, til en yrkesgruppe eller tilhørighet til en bestemt gruppe. André har bevisst valgt et bilde der egen utsmykking kommer fram i form av sine tatoveringer. Dermed kan også egne interesser komme fram gjennom utsmykking og benyttes til å markere personlighet og interesser.

Kari er derimot bevisst på fraværet av spesifikk utsmykking, for å vise hva hun *ikke* er. Hun vil indikere at hun ikke bare er en festjente, og har derfor valgt å ikke bruke bilder der hun har på seg korte kjoler eller utringning. Hun er med andre ord bevisst på utsmykkingen og hva ulike utsmykking signaliserer.

Knut og Aurora benytter seg heller av kulisser og rekvisita i sin selvpresentasjon. Kulisser og rekvisita vil si omgivelser i bildet og objekter inkludert i bildet. Aurora benytter seg hovedsakelig av kulisser i sine bilder, der hun befinner seg i naturen eller klatrer. Knut

benytter seg av kulisser på et bilde der han er i jobb og rekvisita i et bilde der han inkluderer øl.

Ifølge Goffman(1992) kan kulisser og rekvisita benyttes for å skape inntrykk av rikdom, status, klasse, interesser, prestasjoner eller kulturelt nivå. Informantene uttrykker hovedsakelig at de er opptatte av å vise sine interesser og prestasjoner, og ikke rikdom, status, klasse, eller kulturelt nivå. Dette kan tolkes som en økt grad av individualisering, der faktorer som klasse og status ikke spiller en like stor rolle for egen identitet og selvpresentasjon i dagens samfunn.

Denne indikerte individualiseringen samsvarer med Becks (2007) samfunnsdiagnose. Han hevder at endringer i samfunnets strukturer, fører til at fenomen som familieband og klasseidentitet blir mindre viktig i det moderne samfunnet. Informantene kan derfor ønske å presentere individuelle egenskaper og hva som gjør dem unik, enn å fremstille klassetilhørighet eller status.

Et kvantitativt forskningsprosjekt utført av Jessica L. James (2015) viser at informantene var sterkt uenige i utsagnet ”nettdating er for desperate folk som ikke kan finne en kjæreste på egenhånd”. Noen Tinderbrukere vurderer andre utelukkende med fokus på utseende og fysisk attraktivitet. Det er videre blitt hevdet at Tinderbrukere favoriserer appen fremfor andre datingtilbud, fordi de personlig kan selekttere hvem de kommer i kontakt med basert på utseendet. Studien viste også at flere menn trykte liker på alle andre brukere, og benyttet seg derfor av Tinder for å øke oddsen for flere matcher og forbedre egen selvtillit (James: 2015).

Ifølge en av Tinders grunnleggere, Sean Rad (Sullivan: 2014), er kulisser og rekvisita en viktig del av selvpresentasjonen og fremstillingen på Tinder, hvor brukere foretrekker å se bruk av kulisser og rekvisita på bildene. Dette kan være en følge av knapphet på informasjon gitt via tekst eller andre virkemidler via en Tinderprofil. Bildet som hovedkilde til informasjon vil dermed være en av grunnene til at informantene ønsker å presentere flere sider av seg selv gjennom denne funksjonen. Nora svarer dette på spørsmål om hva hun ønsker å vise gjennom sine utvalgte bilder:

*Jeg har et bilde av hobbyen min så jeg ønsker å vise at jeg er aktiv, driver med noe om dagene og at jeg har noe jeg er interessert i på en måte. Det er viktig å vise noe annet en bare meg selv og speilet. Det som er med i bildet sier også noe om meg. Jeg har en hest på bildet for eksempel som viser litt om meg selv. Bilder av meg selv i speilet gir*

*litt lite og kan være litt overfladisk. Da er det kun utseendet som spilles på. Ett par selfies er greit, men om alle bildene er det, så viser man ganske lite av seg selv. (Nora)*

Noras vektlegger å fremstille mer om seg selv enn bare utseendet. og at mangel på kulisser og rekvisita gir lite informasjon om personen. Hun mener profilen dermed kan virke overfladisk, da det bare fremstiller brukerens utseende. Hun vil vise at hun er aktiv, og presenterer dermed sin interesse gjennom å inkludere en hest på et av bildene.

Flere informanter ønsker å presentere seg selv ved å fremstille egne interesser via bildene på Tinder. Dette blir gjort både for å gi mer utdypende informasjon om seg selv i tillegg til å tiltrekke seg andre med like interesser. Studiens informanter presenterer disse ulike aspektene ved å benytte seg av ulik utsmykking, kulisser og rekvisita.

#### **4.1.5 Misrepresentasjon via bilder**

Her vil jeg undersøke informantenes oppfatning rundt misrepresentasjon gjennom egne profilbilder, samt hvor viktig det er for dem å være ærlig i deres selvpresentasjon. Med begrepet misrepresentasjon menes presentasjon som er usann i ulik grad, som overdrivelser eller usannheter. Kari vil ikke presentere usanne profilbilder og svarer dette på spørsmålet om hvor viktig det er å være ærlig i sin Tinderprofil:

*Jeg har en regel at jeg ikke skal ha "lyvebilder". Da lurer jeg bare meg selv og andre. Jeg tjener ingenting på det. Lyvebilder er bilder der jeg ser mye penere ut enn det jeg er i virkeligheten. Jeg prøver å ha bilder jeg synes jeg ser fine ut på, men som fremdeles skal ligne på meg. Han må kjenne meg igjen i virkeligheten, om vi skal møtes. (Kari)*

Kari har en regel om å ikke benytte seg av det hun betegner som lyvebilder på Tinder, der hun ser mye penere ut enn i virkeligheten. Det kan tolkes som at et lyvebilde er et bilde der hun ikke er gjenkjennelig. Hun vil likevel bruke bildene hun ser fin ut på.

Dette kan tyde på hun velger bilder der hun er mest mulig attraktiv, men at hun samtidig vil unngå å bli tatt i å ha løyet om eget utseende ved et eventuell møte. Dette er representativt også for de andre informantene. Kari ser dermed ikke på overdrivelser som misrepresentasjon, så lenge man er gjenkjennelig ved et eventuell møte. Karis utsagn indikerer også at en forventning om et møte, vil kunne forhindre en større grad av misrepresentasjon.

En studie utført av Toma, Hancock og Ellison (2008) viser at dette også tilfellet ved selvpresentasjon på datingsider. Deres studie viser at brukere av teknologisk dating presenterer seg på en mest mulig attraktiv måte ved bruk av overdrivelser, men unngår usannheter som lettere vil kunne avsløres ved et møte ansikt til ansikt (Toma et al.:2008). Ved utforming av en datingprofil velger brukerne hvordan de vil presentere seg selv med tanke på hva de skal gi av informasjon og hvordan de skal presentere denne informasjonen. Dermed vil de også gjøre et valg om de skal være ærlig eller uærlig for å tiltrekke seg andre attraktive brukere.

Flere informanter uttrykker at er deres selvpresentasjon typisk er guidet av to underliggende spenninger. Dette er deres ønske om å virke så attraktiv som mulig for å bli lagt merke til av potensielle matcher, samtidig som de ønsker å oppfattes som sannferdig i sin presentasjon av seg selv. Dette kommer tydelig fram i Lisas utsagn: *"Jeg ønsker jo å vise meg selv på en best mulig måte, uten at de skal tenke at jeg har løyet når vi møtes."* Lisa opplever et dilemma rundt attraktiv og sannferdig selvpresentasjon, og illustrerer at dette er et dilemma som også kan forekomme blant informantene.

Toma, Hancock & Ellison (2008) har sett nærmere på slike spenninger ved å utforske selvpresentasjon gjennom spørreskjemaene i datingprofiler. Toma og kollegaene fant at brukere balanserer motstridende ønsker for attraktiv selvpresentasjon og autenticitet ved å jevnlig presentere seg selv feilaktig, men med usannheter som ikke vil oppdages ved et eventuelt møte. Ved registrering på Tinder, må ikke brukeren fylle ut spørreskjemaer som er vanlig på flere datingsider. Kari og Lisas utsagn illustrerer at motstridende ønsker for attraktiv selvpresentasjon og autenticitet er spenninger som også er tilstede ved utvelgingen av bilder på Tinder. Med utgangspunkt i Toma, Hancock og Ellison (2008), kan en dermed anta at et dilemma mellom attraktiv selvpresentasjon og autenticitet er motstridende ønsker ved selvpresentasjon på Tinder, uavhengig av funksjonene som studeres.

Aurora, Ola, Knut og Nora har endret profilbilde fordi de oppfattet det første bildet som misvisende. Aurora endret bilde på bakgrunn av et ønske om å gi en sannferdig selvpresentasjon:

*Det var ett som jeg tenkte var litt for utfordrende og litt sånn "hei, se hvordan jeg ser ut". Så da tok jeg bort de. Jeg ville ikke tiltrekke meg feil menn. Jeg er ikke bare der for den fysiske tiltrekningen, så jeg ville ikke ha sånne type bilder. (Aurora)*

Aurora viser at hun ikke bare er oppmerksom på misrepresentasjon i form av at hun skal være gjenkjennelig ved et møte, men også at hun tar i betraktning hva hun ønsker å oppnå via Tinder. Det kan oppfattes at hun mente hun misrepresenterte seg selv, gjennom å gi feil signaler gjennom bildene. Dermed kan det antas at hun ikke bare tar i betraktning å være attraktiv, men også å gi signaler som tiltrekker seg ønskelig målgruppe.

Knut og Ola endret derimot profilbildet fordi de mener det var gammelt, og dermed ikke sannferdig. På spørsmål om de hadde endret profilbilde og hvorfor svarer Knut: *"Bildet var for gammelt og lignet ikke på meg. Så jeg følte at profilen ble uærlig. Jeg vil ikke lure folk"*. Knut utsagn viser at hans bruk av et gammelt bilde som ikke lignet på han, følte uærlig. Dette samsvarer med Olas svar på samme spørsmål: *"Jeg byttet bilde på grunn av tidens tann egentlig. Bilder var av meg når jeg var tjue år, så jeg har jo endret meg på fem år. Det ble litt misvisende"*. Ola har også endret profilbilde fordi han mener et gammelt bilde opplevdes som misvisende.

Knut og Ola uttrykker begge et ønske om å presentere sannferdige bilder som fremstiller hvordan de ser ut i dag. En misvisende presentasjon gjennom bilder vil raskt kunne avsløres ved et møte. Dette indikerer også at det kan oppfattes som viktig å bruke nye bilder for å gi en sannferdig selvpresentasjon av seg selv. Nora er i likhet med de andre opptatt av sannferdig selvpresentasjon, og ga dette svaret på spørsmål om hun hadde endret profilbilde:

*Ja det har jeg. Det var litt fordi når det gikk over til skrivingen og det ble prat om å møtes, så ble jeg litt nervøs for at bildene ikke skulle ligne på meg. Jeg hadde jo plukket ut de beste bildene, men så tenkte jeg at jeg kanskje skulle hatt nyere bilder og flere typer bilder slik at det var større sjans for at bildene viste hvordan jeg ser ut og hvordan jeg er. Jeg hadde et bilde med snøscooter som jeg fjernet også. Mange trodde jeg var veldig interessert i snøscooterkjøring og drev med det til vanlig. Men jeg har jo bare vært på scootertur noen få ganger. Jeg måtte forklare så mange ganger at jeg ikke drev med snøscooterkjøring til vanlig at jeg bestemte meg for å bytte ut bildet. (Nora)*

Nora har endret profilbilde fordi hun ble nervøs for at bildene ikke skulle ligne på henne etter det ble snakk om å møtes. Hun har valgt de beste bildene av seg selv, endret til nyere bilder,

samt valgt flere typer bilder for at profilbildene skal vise hvordan hun ser ut og hvordan hun er. Hun har også slettet et bilde av seg selv med en snøscooter, fordi andre brukere hadde oppfattet bildet som at hun drev med snøscooterkjøring aktivt, noe hun ikke gjorde.

Nora påpeker hvordan et potensielt møte har gjort henne mer oppmerksom på egen selvpresentasjon. Dette viser igjen at forventninger om å møte noen ansikt til ansikt vil kunne føre til en mer sannferdig selvpresentasjon. Nora presiserer også at hun har plukket ut de beste bildene, men at dette førte til nervøsitet ved et potensielt møte. Et dilemma mellom attraktivitet og sannferdighet er dermed også et dilemma gjennom hennes presentasjon. Samtidig påpeker hun at hun også opplever presentasjon av scooterkjøring som misvisende. Det er viktig for Nora å presentere egne interesser som sannferdig og ikke kun en sannferdig presentasjon av utseendet. Det må også tas i betraktning at endring av snøscooterbildet er en konsekvens av tilbakemeldinger fra andre brukere. Andre brukeres tilbakemeldinger kan dermed gjøre Tinderbrukeren oppmerksom på deres selvpresentasjon, samt å gi informasjon om egen inntryksstyring. Tilbakemeldingen fører derfor til at Nora tilpasser profilen etter det inntrykket hun ønsker å presentere.

Goffman (1959) hevder at grunnen til at mange ofte ikke velger å misrepresentere fakta, er fordi at skam, skyld eller frykt forhindrer dem i å gjøre det. Oppfattes den gitte presentasjonen som falsk, vil publikum komme med en reaksjon som kan gi øyeblikkelig ydmykelse og noen ganger permanent tap av omdømme. Grunnen til at informantene ikke gir en feilaktig presentasjon av seg selv som lett kan avsløres på et møte, kan dermed være av frykt for mulige sanksjoner og ydmykelse. Skam og skyld vil også kunne være et mulig hinder for at de ikke presenterer seg feilaktig.

Informantenes utsagn illustrerer en konflikt mellom front stage og back stage (Goffman:1992). Det oppstår med andre ord et dilemma blant brukerne om de skal fremstille en mest mulig attraktiv front stage og få mange match, eller om de skal presentere seg på en mest mulig sannferdig måte, vise mer av back stage og unngå potensielle misforhold ved et eventuelt møte.

Informantene ønsker å presentere en ærlig profil og vil ikke "lure" andre brukere, noe som kan være en konsekvens av frykt for sanksjoner som kan oppstå ved et eventuelt møte. De



ønsker også å fremstille seg selv på en mest mulig attraktiv måte. Noe som løses ved å presentere overdrivelser som ikke lett vil avsløres ved et møte ansikt til ansikt.

#### 4.1.6 Ideal og sosialisering

I denne delen av oppgaven vil jeg undersøke om samfunnets ideal og sosialisering påvirker hvilke bilder informantene velger å presentere.

Knut svarer følgende på et oppfølgingsspørsmål om hva han tar i betraktning når han velger profilbilder som skal presenteres på Tinder: ”Du velger ikke bilder der du ligger på sofaen og spiser potetgull”. Dette illustrerer at Knut oppfatter slike bilder som mindre sosialt attraktivt. På spørsmål om hva hun ønsker å vise gjennom sine bilder, svarer Nora:

*Jeg vil vise at jeg ikke bare sitter hjemme om dagene, det tar seg ikke bra ut. Jeg vil heller ikke bare ha selfies på profilen min. Alle bildene er ikke bilder jeg har tatt selv. Det blir litt mer autentisk når andre har tatt noen av bildene. Om jeg hadde tatt alle, så får du ikke et inntrykk utenfra på en måte. Det er viktig å vise noe annet en bare meg selv og speilet. (Nora)*

Nora ønsker å markere at hun ikke sitter hjemme om dagene, noe hun mener ikke tar seg bra ut. Det kan antas at Knut og Nora tenker på å være fysisk aktiv som en attraktiv egenskap, og at ”å sitte hjemme om dagene” eller ”å ligge på sofaen å spise potetgull” gir et lite attraktivt inntrykk. Nora mener også at bilder som andre har tatt av henne virker mer autentisk, og dermed også kanskje troverdig.

Tidligere forskning viser at nettdatere fremhever positive attributter og promoterer seg selv ved å presentere kvaliteter de tror vil tolkes som attraktiv (Zytka et.al: 2014) Ifølge Rjukan (2009) er en mannlig idealkropp slank og muskuløs og en kvinnelig idealkropp tynn og slank. Dermed vil fysisk aktivitet og et sunt kosthold også være idealer som kan regnes som attraktivt og settes høyt.

Knut og Noras utsagn indikerer at de er bevisste på disse idealene, og at dårlig kosthold og stillesitting er lite attraktive egenskaper i dagens samfunn. Profilene kan derfor også sies å være formet ut ifra samfunnets ideal om hva som er attraktivt og mindre attraktivt.

Dette samsvarer med Goffman (1959), som hevder at individer har en tendens til å presentere inntrykk som er idealisert. Å presentere seg selv på en idealisert måte vil også kunne betegnes

som Goffmans ”tilsynelatende arbeid”, hvor man later som man driver med noe ønskelig i motsetning til hva som er sannheten (Schiefløe: 2010). Når et individ presenterer seg selv ovenfor andre, vil front stage inkorporere offisielle definerte verdier i et samfunn.

Forestillingen front stage er derfor også formet av sosialisering (Goffman: 1959). Dette samsvarer med informantenes utsagn, der deres selvpresentasjon tilpasses forståelsen og forventningene for hva som regnes som attraktivt i samfunnet.

Lisa uttrykker også hvordan dette er tilfellet i hennes selvpresentasjon i hennes svar på oppfølgings spørsmål om hva hun tar i betraktning ved hennes utvelgning av profilbilder:

*Det virker som om alle vil ha ei jente som trener og aktiv, så derfor måtte jeg jo ha et bilde på fjellet. Og så har jeg også et bilde der jeg er på backpacking, for reising er jo bra. Jeg måtte jo velge et bilde bare av meg selv for å vise at jeg ser bra ut også, selv om det ofte er på fest. Da har jeg tatt meg tid til falske vipper, selvbruning og slikt, så det blir jo ofte da man ser best ut. (Lisa)*

Lisa påpeker at hun tenker på trening, reising og aktiv livsstil som attraktivt og at hennes selvpresentasjon følgelig er påvirket av dette. Dette viser hvordan hennes profil er påvirket av egenskaper som hun oppfatter som sosialt definert attraktiv. Hun påpeker også at hun bruker et bilde der hun mener hun ser bra ut med falske vipper, selvbruning og lignende. Lange vipper og solbrun hud kan tolkes som et institusjonalisert ideal av fysisk utseende, som Lisa ønsker å presentere.

Å ha kunnskaper om de sosiale kodene for hva som regnes som sosialt definerte attraktive kunnskaper vil si at informantene har tilegnet seg en kulturell kapital som kan brukes som ressurs i Tindersammenheng.

Informantene viser at de har tilegnet seg en viss kulturell kapital, som de aktivt benytter seg av i sin selvpresentasjon. Dette gjør de ved å presentere en front stage som de oppfatter som attraktiv. Selvpresentasjonen er dermed også påvirket av hva som defineres som attraktivt i samfunnet de befinner seg i. Den kulturelle kapitalen kan igjen omsettes i sosial kapital ved en økt tilgang på mange match.

## **4.2 Profiltekst**

Her vil jeg se nærmere på bruken av profiltekst som et ledd i informantenes selvpresentasjon.

Ola har i likhet med alle de andre informantene valgt å ikke skrive en profilttekst på sin Tinderprofil. Han mener at profiltteksten ikke er nødvendig, og svarer følgende på spørsmål om hvorfor han ikke har valgt å skrive en profilttekst : ”*Jeg føler ikke at jeg trenger det egentlig*”. Dette viser hvordan det kan oppfattes at profilbildene gir tilstrekkelig informasjon.

Aurora og Kari opplever presentasjon via tekst som problematisk. Aurora svarer følgende på hvorfor hun ikke har valgt å skrive profilttekst: ”*Jeg visste ikke hva jeg skulle skrive. Jeg synes det ble så rart og litt mye press*”. Aurora mener det ble litt mye press og visste ikke hva hun skulle skrive i profiltteksten, noe som samsvarer Karis svar på dette spørsmålet: ”*Jeg har ikke så mye å skrive da, det ble bare teit. Jeg likte det ikke. Jeg unngikk det*”. Kari hevder hun ikke har så mye å skrive og liker ikke dette aspektet ved Tinder. Hun oppfatter det som teit, og valgte derfor å ikke skrive profilttekst.

Ola, Kari og Auroras utsagn er representativt for resten av utvalget. Informantene benytter seg av selvpresentasjon via profilttekst i svært liten grad, noe som kan tyde på en oppfatning om at bildet gir nok informasjon, og at tekstmomentet regnes som unødvendig. Dette kan være en konsekvens av dagens visuelle kultur som informantene er sosialisert inn i, hvor presentasjon gjennom bilder er blitt vanlig (Gigaom: 2014). De har en kulturell kapital som gir kunnskap om hvordan de skal presentere seg via bilder i sosiale medier, og Tinder vil dermed kunne oppfattes som en videreføring av dette. Informantenes uttrykk om vanskeligheter ved presentasjon gjennom profilttekst kan også sees som et produkt av mangel på kulturell kapital og mangel på kunnskaper om hva som regnes som attraktiv profilttekst.

### **4.3 Chat**

Etter en bruker har blitt matchet med en annen bruker, kan en velge å skrive til hverandre i chatt-feltet. Selv om informantene la størst vekt på selvpresentasjon gjennom bildene, kom det også fram noen interessante funn om deres bruk av chatten.

#### **4.3.1 Kontrollert presentasjon**

I denne delen av oppgaven vil jeg se nærmere på om informantene opplever en økt kontroll rundt egen selvpresentasjon gjennom chatten, sammenlignet med ansikt til ansikt

kommunikasjon. André og Knut svarer følgende på spørsmål om de opplever noen fordeler ved bruken av chat-feltet:

*Du kan tenke grundig gjennom svarene. Har du lyst å si noe morsomt, har du en del betenkningstid for å finne på noe gøy å skrive. Jeg har en del kompiser som er ganske dårlige til å sjekke, og er ikke så flink til å snakke med jenter. Vi kan fort da sitte en guttegjeng på tre fire stykker for å hjelpe han med hva han skulle skrive i chatten. Det gir en fin mulighet for de som er sjenerte (André)*

*Man kan kanskje skryte mer av seg selv. Når folk snakker ansikt til ansikt er man kanskje litt mer ærlig. Det er lettere å gi et bedre bilde av seg selv på chat enn i virkeligheten. Man har så lang betenkningstid der (Knut)*

Knut og André sine utsagn er representativ for resten av informantene. André poengterer at han kan tenke grundig over hva han skal skrive i chatten, for eksempel når han ønsker å oppfattes som morsom. André viser det samme poenget når han presiserer at han har lang betenkningstid når han skal avgjøre hva han vil skrive i chat-feltet.

Chatten kan dermed gi en større mulighet for betenkningstid rundt hvordan man skal presentere seg selv. Brukerne kan tenke grundig over hva som oppfattes som attraktivt før de kommuniserer dette videre, i motsetning til ved ansikt til ansikt kommunikasjon. Andre hevder også at vennegjengen har samlet seg for å hjelpe en annen venn med hva han skal skrive, da han ikke er så flink til å snakke med jenter. Kommunikasjon via chat muliggjør dermed at brukere med mangel på en spesifikk sosial kompetanse, kan få hjelp fra andre som sitter på denne kompetansen. Skriftlig kommunikasjon via teknologi muliggjør at brukere kan få hjelp fra venner som besitter lingvistisk kapital. Lingvistisk kapital kommer til uttrykk ved kunnskaper om sosiale koder og mestring av språklige forhold om attraktiv selvpresentasjon gjennom chatten.

Knut hevder det er lettere å gi et bedre bilde av seg selv på chatten, i motsetning til kommunikasjon ansikt til ansikt. Han oppfatter også kommunikasjon ansikt til ansikt som ærligere fordi chatten muliggjør selvskryt. Det er mulig Knut oppfatter kommunikasjonen ærligere utenfor chatten fordi den er mindre gjennomtenkt, og dermed også mer autentisk.

Informantenes utsagn samsvarer med forskning utført av Whitty (2007), som har funnet at nettdatere i stor grad er strategiske i sin selvpresentasjon, spesielt fordi inntrykksstyringen på

internett ofte er mer kontrollert. Denne tendensen er også å finne blant studiens informanter. Betenkingstid for hva en ønsker å skrive i chatten i motsetning til en umiddelbar respons som forventes ved kommunikasjon ansikt til ansikt, er noe som er representativt for studiens informanter. Dette viser at en kontrollert selvpresentasjon også oppleves blant studiens Tinderbrukere, da chatten er tilnærmet lik annen teknologisk kommunikasjon.

Informantenes inntryksstyring via tekst-basert kommunikasjon oppleves som kontrollert. Dette kan være en konsekvens av muligheten for betenkingstid, at kommunikasjonspartnerne ikke ser hverandre og at de kan få råd av venner og bekjente underveis i sjekkeprosessen.

#### **4.3.2 Smileansikt og symboler**

Informantene kan benytte seg av funksjonene smileansikt og symboler i chat-feltet. Smileansiktene vil si bilder av ulike ansiktsuttrykk, mens eksempler på symboler kan være bilde av et hjerte, en stjerne eller en vinkende hånd. Jeg vil nå se nærmere på om informantene tar i bruk disse symbolene i sin kommunikasjon, samt om smileansiktene og symbolene gir et bidrag til deres kommunikasjon, selvpresentasjon eller inntryksstyring.

Nora og Lisa er blant dem som nevner smilefjes og tegn som viktig når de skal chatte på Tinder. De svarer følgende på oppfølgingsspørsmål om de benytter seg av smileansikt eller symboler i chatten, og hvorfor de gjør dette :

*Jeg elsker smileys! Jeg bruker dem konstant. Jeg gidder ikke skrive med noen som ikke bruker dem, da blir jeg bare forvirret. Nei smilefjes, det er nødvendig. (Nora)*

*Jeg synes at Smileys nesten viktigere enn hva som er skrevet. Det sier så mye. Uten smileys ville det ikke vært gøy å skrive. Du vet ikke helt hvordan ting er ment da. Akkurat som om noen skriver "OK" uten noen form for smiley bak, så tolker jeg det som personen er sur, men om det kommer et smilefjes bak er det liksom greit. Det ville vært vanskelig å være morsom eller ironisk uten smileys. Jeg tror det ville skjedd mange misforståelser. Takk gud for at det finnes. (Lisa)*

Nora og Lisas utsagn er representative for flere av informantene. Begge bruker det engelske ordet "smileys" for smileansikt og tegn. Nora mener at smileansiktene er nødvendig, og at hun blir forvirret uten dem. Hun hevder til og med at hun ikke "gidder" å skrive med noen som ikke bruker smileansikt eller tegn i sin kommunikasjon. Lisa hevder at smileansiktene

nesten er viktigere enn hva som er skrevet, fordi de illustrerer hvordan ting er ment. Hun påpeker også hvordan ironi og humor lett vil kunne misforstås uten dette symbolet.

Nora og Lisas utsagn om at mangel på smileansikt og symboler vil kunne føre til misforståelser, kan vise at slike tegn spiller en sentral rolle i deres inntryksstyring på chatten. Smileansiktene og symbolene kan fungere som et hjelpemiddel for informantene, slik at kommunikasjon og inntrykk vil oppfattes som tiltenkt. Nora påpeker også at hun ikke gidder å snakke med andre brukere som ikke benytter seg av smileansiktene, noe som viser at smileansikt og symboler kan oppfattes som så nødvendig at hun sanksjonerer andre brukere ved å avslutte kommunikasjonen om disse tegnene ikke er inkludert i teksten.

Gajadhar og Green (2005) påpeker at kommunikasjon ofte ikke bare består av hva vi skriver eller sier, men hvordan vi skriver og hvordan noe blir sagt. Dette samsvarer med Lisas utsagn om at smileansiktene ofte kan oppleves som viktigere enn hva som er skrevet. Mening i chat-samtaler består dermed ikke bare av ordene som blir brukt, men også hvordan mening uttrykkes gjennom ikke-verbale tegn.

Smileansikt og symboler er en del av hva Goffman(1992) kaller form. Han hevder at inntrykk av andre ikke bare dannes av hva som sies, men også hvordan det blir sagt. Form vil si måten en snakker på, kroppsspråk, dialekt eller tonefall (Goffman :1992). Uten kroppsspråk og toneleie vil sentrale deler av denne kommunikasjonen falle bort. Dermed kan smileansiktene og tegnene fungere som et viktig hjelpemiddel for meningsfull kommunikasjon ved å være en erstatning for tonefall eller kroppsspråk. Dette hjelpemiddelet kan være spesielt viktig på en arena som Tinder, der flørting, humor og gjennomtenkt selvpresentasjon skal formidles.

Ifølge Berit Skog (2011) kan smileansikt ha en pragmatisk, emosjonell, sosial og instrumentell funksjon. Den pragmatiske funksjonen er at smileansiktet kan understreke innholdet i en setning. Flørting kan underbygges med hjerter og blinkeansikt. Det kan også ha en emosjonell funksjon gjennom flørtingen, der smileansikt og tegn vil kunne forsterke et romantisk budskap. En sosial funksjon er også tilstede fordi å tilegne seg kapital for å forstå kodene kan gi tilhørighet og anerkjennelse innenfor det aktuelle språksamfunnet. Nora vil ikke skrive med noen som ikke benyttet seg av smiletegn, som igjen viser at disse tegnene for henne er en nødvendighet for at brukeren skal aksepteres. Den instrumentelle funksjonen er

viktig fordi kroppsspråk, toneleie og ansiktsuttrykk faller bort ved chatten. Smilefjesene virker derfor som en erstatning for dette (Skog: 2011)

Informantene benyttet seg av smileansikt og symboler i chat-feltet. Smileansikt kan fungere som et sentralt aspekt ved informantenes kommunikasjon og inntrykksstyring. Faktorer som kroppsspråk faller bort ved bruken av Tinder, noe som igjen fører til at faktorer som smilefjes kan spille en viktig rolle. Informantene tar i bruk smileansikt og symboler som et ledd i selvpresentasjon og inntrykksstyring. Disse tegnene er viktig for å formidle et budskap, som for eksempel humor, eller for å unngå misforståelser.

### 4.3.3 Generasjon Chat

Utvalget av informanter er unge voksne. Disse har vokst opp i en digital alder og benyttet seg av ulike sosiale media før de tok i bruk Tinder. Det vil derfor være interessant å se om informantene opplever noen vanskeligheter ved bruken av chatten, eller om de sitter med kulturell kapital og kunnskaper om sosiale koder tilegnet gjennom generell sosialisering og tidligere teknologi, som kan gjøre denne formen for kommunikasjon uproblematisk. Ola og Lisa svarte følgende på spørsmål om de opplevde noen vanskeligheter ved bruk av chatten:

*Nei det er en kunst å sitte å skrive på chat, det å klare å gi uttrykk for hva man føler når man skriver. Smileys blir viktig der for å vise hvordan ting er ment. Min generasjon er praktisk talt oppvokst med chat, så jeg føler ikke at det er noe problem. Vi kan kunsten. (Ola)*

*Tinder er egentlig ganske likt andre ting som Facebook og slikt. Vi har jo chattet og flørtet der lenge. Tinder har bare gjort det mer brukervennlig egentlig. (Lisa)*

Ola uttrykker at det er en kunst å klare å gi uttrykk for hva en føler når man skriver i chat-feltet. Han presiserer også at hans generasjon er oppvokst med bruk av chat, og at han derfor ikke opplever noen problemer ved bruk av dette. I Lisas utsagn fremgår det at Tinder er ganske likt annen teknologi som for eksempel Facebook. Hun hevder hun har chattet og flørtet der lenge, men at Tinder bare har gjort flørting via chatten mer brukervennlig.

Ola og lisas utsagn er representative for informantene i denne studien, som presiserer at det å kommunisere via tekst ikke er noe nytt. Dette er noe de behersker og ikke opplever noen problemer med. Dermed kan det sies at de gjennom bruken av Facebook og lignende

teknologi har ervervet seg de sosiale kodene og den kulturelle kapitalen som trengs for å formidle det de ønsker på en vellykket måte på Tinder. Flørting via tekst er ikke noe nytt, men noe Tinder kan ha tilrettelagt for i større grad.

Dette kan sees i motsetning til hva Grandhi, Zytko, Sureshini & Jones (2014) har funnet i sin studie på nettdating. De har vist at det er kommunikasjonsmetoden chat som brukerne har størst vanskeligheter med. Deres informanter var frustrert fordi de ikke visste om de hadde blitt oppfattet som tiltenkt. Mine funn viser at dette ikke er tilfellet blant mine informanter. De opplever ingen problemer med å kommunisere via chat og har god trening i dette fra før av. Samtidig kan en ikke generalisere mine funn på grunn av et ikke representativt utvalg. Dette temaet kan følges opp i en ny studie.

Informantene ser ut til å ha ervervet seg kulturell kapital i form av kunnskaper og ressurser om hvordan de skal presentere seg selv via chat fra andre sosiale medier. Samtidig kan en si at dette er blitt en del av deres habitus. Habitus er i følge Bourdieu (1995) *tillærte og tilvante handlemåter og tolkningsmønstre, som igjen er dannet gjennom tidligere praktisk virksomhet, særlig under oppveksten* (Bourdieu et. Al.: 1995). Informantene har lært seg handlemåter og tolkningsmønstre under oppveksten om hvordan de skal formidle og tolke tekstbasert kommunikasjon. Derfor opplever de ikke dette som en problematisk del av deres selvpresentasjon.

En kan dermed se at studiens informanter ikke opplever problemer ved bruk av chat feltet, fordi de tilhører en generasjon med kunnskaper om kommunikasjon via chatten. De kan dermed betegnes som ”generasjon chat”. Denne generasjonen er unge, og har ofte vært aktive brukere av teknologi som ligner på Tinder. De har chattet, brukt internett, flørtet via tekst, og vært aktive brukere av sosiale media og apper, noe som kan ha gitt en kulturell kapital, blitt en del av deres habitus og gitt kunnskaper som vil kunne overføres til Tinder.

#### **4.4 Oppsummering**

Jeg har nå undersøkt hvordan selvpresentasjon utføres på Tinder. Tinders utforming gir brukerne mulighet til å presentere seg selv via bilder og tekst. Informantene er svært bevisste rundt sin egen gjennomtenkte selvpresentasjon. De regner bilder som den viktigste arenaen for selvpresentasjon, spesielt fordi det oppfattes som (1) *hovedkilde til informasjon* og fordi



det (2) legger grunnlag for andre brukeres førsteinntrykk. At bildene må lastes ned fra Facebook kan oppfattes som en hindring, dersom roller en ønsker å oppfylle på Facebook vanskelig lar seg overføre til Tinder.

Informantene ønsker også å presentere seg selv *fra sin beste side*, men vil samtidig *unngå misrepresentasjon* som lett kan avsløres ved et eventuelt møte. Forventningen om et møte ansikt til ansikt vil kunne føre til en mer sannferdig presentasjon av brukeren. Det teknologiske aspektet ved Tinder muliggjør også en mer *kontrollert form for inntrykksstyring* enn ved samhandling utenfor Tinder.

Det er også viktig for informantene å fremstille *ulike sider ved seg selv*. De ønsker å vise andre sider av seg selv enn bare fysisk utseende. *Utsmykning, kulisser og rekvisita* blir aktivt brukt for å presentere egen identitet, personlighet, hobbyer og interesser. Selvpresentasjonen som blir vist er påvirket av hva som er *sosialt definerte attraktive kvaliteter*. Å være sunn og aktiv er typiske egenskaper informantene regnet som ønskelig.

Informantene oppfatter selvpresentasjon gjennom profilttekst som unødvendig i motsetning til bildene. De benyttet seg av dette i liten grad, som kan være en konsekvens av mangel på kulturell kapital og kunnskap om sosiale koder for hva som er ønskelig og akseptert å skrive i dette feltet. Men også på grunn av sosiale koder som kan definere profilttekst som lite attraktivt på en Tinderprofil. Informantene har ingen vanskeligheter ved å kommunisere via chat-feltet, noe som kan være en konsekvens av tilegnede kunnskaper ervervet fra tidligere bruk av teknologi og sosiale media. *Smileansikt og symboler* blir regnet som svært viktig i formidlingen av kommunikasjon i chatten, fordi elementet vil fungere som en erstatning for *kroppsspråk*. Mangel på smileansikt og tegn kan føre til forvirring og misforståelser i tillegg til sanksjonering av de som ikke forstår de aktuelle sosiale kodene.

## 5 VURDERING AV ANDRES SELVPRESENTASJON

I denne andre delen av analysen tar jeg for meg studiens andre forskningsspørsmål; *Hvordan vurderer brukere andres selvpresentasjon på Tinder?* Ifølge Goffman (1992) presenterer aktører inntrykk av seg selv som skuespillere front stage for et publikum. I tillegg til å presentere seg som skuespillere på Tinder, er også brukerne et publikum som oppfatter andres selvpresentasjon. Jeg vil se nærmere på hvordan brukerne oppfatter og vurderer andres selvpresentasjon på Tinder. Her undersøker jeg betydningen av profilbilder, midlertidige bilder, profilttekst og chat. Underveis vil jeg trekke inn relevante sitater fra intervju, og belyser dette med aktuelle teorier og tidligere forskning på samme tema.

### 5.1 Profilbilder

Profilbildene er ikke bare en arena for egen selvpresentasjon, men kan også spille en rolle i vurdering av andres selvpresentasjon på Tinder. Jeg vil derfor også undersøke profilbildets betydning for informantenes vurdering av andre Tinderbrukere. André svarer dette på spørsmål om hva han legger størst vekt på i vurderingen av en profil:

*Jeg ser først og fremst på bildene. Noen bruker man kanskje lengre tid for å evaluere. Førsteintrykk kan være at hun er søt, så kan jeg se om det er noe mer. Da ser jeg etter om det er noe hun har lagt til i profilen sin som gjør henne mer attraktiv, at hun skiller seg ut altså. (André)*

André presiserer at han først og fremst har fokus på profilbildene som skaper førsteinntrykket. Men at andre aspekter ved profilen også kan gjøre at en bruker skiller seg ut eller er mer attraktiv. Dermed vil også egenskaper som utsmykking, kulisser og rekvisita være viktige komponenter for informasjon i tillegg til brukerens utseende. Noras utsagn viser også dette i hennes svar på samme spørsmål :

*Utseende er viktigst. Utseende blir viktig fordi det er hovedinformasjonen jeg har å velge etter. Det er den informasjonen jeg får. Den ene setningen med tekst kan supplere, men det er fremdeles bildet som gir informasjon. (Nora)*

Noras utsagn om at utseende er viktigst i hennes evaluering, viser at bildet spiller en viktig rolle. Utseende kommer fram gjennom bildet, som dermed gjør bildet til hovedkilden av informasjon. Noras utsagn kan også vise at bakgrunnen for hennes vurdering av andres profiler er basert på et førsteinntrykk om umiddelbar fysisk tiltrekning. Først etter dette ser

hun på andre egenskaper som profiltekst som kan supplere og gjøre brukeren enda mer attraktiv.

Å motta et inntrykk av en person er en prosess ved samling av informasjon om et individ, for så å forme en generell forståelse av individet. Det er estimert at mer enn 80% av informasjon er mottatt gjennom øynene (Berger: 2008). På Tinder presenteres både fotografier og tekst visuelt. Tidligere forskning viser at selv om tekst blir brukt for å avgjøre likbarheten av en annen bruker, er fotografiet en sterkere indikator for førsteinntrykk, fysisk attraksjon og en nettdaters avgjørelse om å initiere kontakt med en annen bruker (Taylor et al. : 2010). Dette samsvarer med informantenes utsagn om deres bruk av Tinder. Fotografiet kan være den viktigste indikatoren for førsteinntrykk, fysisk attraksjon og avgjørelse om å trykke liker på en annen Tinderbruker.

Det er ifølge informantene bildene som hadde størst betydning for deres vurdering av andre brukere. Tekst kan brukes til å supplere informasjon, men bildet gir hovedinformasjonen for informantenes avgjørelse om å like eller ikke like en annen profil.

### **5.1.1 Tidsbruk for vurdering av profil og effektivisert sortering**

På Tinder vil det komme opp et stort antall potensielle partnere for vurdering. Jeg vil i denne delen av oppgaven se nærmere på tidsbruken for informantenes vurdering og om de har effektivisert vurderingen for å tilpasse seg det store antallet brukere.

Aurora og andre svarer dette når de blir spurt om hvor lang tid de bruker på å vurdere hver Tinderprofil:

*Det var noen ganger i starten at jeg så veldig nøye igjennom og så på hva folk skrev. Etter hvert sveipet jeg bare videre, og tenkte ikke så mye over det egentlig. Det tar kanskje to sekunder da. (Aurora)*

*Jeg bruker bare 3-4 sekunder. Noen ganger var jeg litt usikker og gikk inn på profilen for å se litt mer. Men som regel ser jeg bare på det første bildet og trykker ja eller nei. (Andrè)*

Aurora og Andrès utsagn er representative for resten av informantene, og viser at tidsbruken for vurdering av en profil er liten. Dette samsvarer med hvor raskt et førsteinntrykk blir skapt, som ofte er på noen få sekunder. Den korte tiden for vurdering kan være en konsekvens av et

stort antall brukere, noe som gjør en grundig vurdering av alle profilene tidkrevende. Hovedfokuset på bildet som informasjon kan også være en konsekvens av det samme. Det vil ta lengre tid å lese en tekst om en bruker enn å se gjennom profilbildene. Å vurdere brukere med hovedfokus på bildet, kan dermed være en strategi for å være mest mulig effektiv i sortering av et stort antall potensielle partnere. Kari og Knut svarer følgende på samme spørsmål om hvor lang tid de bruker på å vurdere en profil:

*Det er veldig overfladisk, så det tar bare noen sekunder. Om jeg går inn på en profil, ser jeg etter bestemte ting, så det tar ikke mange sekundene da heller. Det er jo bare bildene en ser på, så da får man bare gå etter utseende. På byen kommer man tilfeldig i snakk med folk uten å kanskje først har evaluert de etter utseende. Så liker man dem av andre grunner, selv om de kanskje ikke var så kjekk i starten. (Kari)*

*Ikke lang tid. Det var vel alt fra ett sekund til litt lengre tid. Det går som oftest veldig raskt i svingene. Det går jo egentlig bare ut på utseende. (Knut)*

Kari hevder at hennes vurdering av profiler er overfladisk og bare tar noen sekunder. Når hun går inn på profiler ser hun etter bestemte ting, slik at denne vurderingen heller ikke tar lang tid. Karis vurderingsstrategi kan være en konsekvens av et stort antall potensielle match og et behov for å effektivisere sorteringen. Hennes vurdering baseres på bildene og brukernes utseende. Utenfor Tinder kan hun komme tilfeldig i snakk med mennesker uten å først ha vurdert dem etter utseendet, for så å bli interessert av andre grunner en umiddelbar fysisk attraksjon. Knut gjør i likhet med Kari sin vurdering på bakgrunn av utseendet og hevder at vurderingen tar kort tid.

Flere informanter hevder at de kan komme i kontakt med mennesker utenfor Tinder de ikke er tiltrukket av, for så å føle en tiltrekning på bakgrunn av andre egenskaper enn utseendet. Forskning viser at dette ikke er vanlig i stor grad. I feltundersøkelser der handlinger og oppførsel er blitt observert, viser resultatene at mennesker hovedsakelig velger partnere på bakgrunn av fysisk attraksjon også utenfor Tinder (Aronson et.al: 2013). Samtidig er det viktig å poengtere at mine funn ikke kan generaliseres, ettersom utvalget ikke er representativt.

Elaine Walster Hatfield (1966) og hennes kollegaer utførte et studie der 752 studenter tilfeldig ble satt sammen i par på et stevnemøte. Deres forskning viste at av de utallige mulige karakteristikkene som kunne indikert om aktørene likte værandre – som for eksempel

intelligens, følsomhet, humor eller ærlighet, så var fysisk attraktivitet den klart hyppigste gitt grunnen for et ønske om å møtes igjen (Walster et.al.:1966). Hatfields studie indikerer at vurderingen av en annen Tinderbruker ikke er så ulik hvordan en evaluerer potensielle partnere ansikt til ansikt.

Informantene bruker kort tid på å vurdere andre brukere på Tinder, og baserer denne vurderingen i hovedsak ut fra bilder. Å vurdere bildene uten å ta i betraktning større mengder informasjon kan være en strategi for å effektivt sortere potensielle match, da en grundig vurdering av et stort antall brukerne og større mengder informasjon, kan resultere i en tidkrevende prosess.

### 5.1.2 Misrepresentasjon

Som nevnt tidligere ønsker informantene å vise en attraktiv presentasjon av seg selv, samtidig som de unngår misrepresentasjon som lett vil kunne oppdages ved et møte ansikt til ansikt. I denne delen vil jeg derfor utforske informantenes oppfatning rundt andre brukeres misrepresentasjon, samt hvor viktig det er for dem at andre brukere er ærlige i deres selvpresentasjon. André svarte følgende om hvor viktig det er at man er ærlig i sin Tinderprofil:

*Jeg hadde blitt forbannet om jeg møtte opp på en date og hun ikke så ut som hun gjorde på bildene. Det er greit å smøre på litt ekstra i chatten. Hvite løgner der er lov. Man kan late som man er litt mer interessert i det samme som henne enn det man er for eksempel. Utseende er viktigere. Selv om man ikke har like interesser, så betyr ikke det at man ikke kan finne noe man liker å gjøre sammen. Løgn på bildene er lettere å avsløre. Siden appen er så kynisk at man først og fremst velger via utseende, så blir det det viktigste. Dermed vil hele matchen og interessen være basert på en løgn om personen ikke ser ut som på bildet. (André)*

André hevder han ville blitt ”forbannet” om han hadde møtt noen fra Tinder som ikke lignet på bildene sine. Han mener det er greit å overdrive egen selvpresentasjon i chatten, men ikke via bildene. Dette fordi hovedinformasjonen og interaksjonen er basert på Profilbildene. Andre forklarer dermed at matchen og interessen ville vært basert på en løgn om personen ikke ser ut som på bildet. Knut har også en mening om presentasjon via bilder:

*Løgn om utseende er den største løggen. Hva folk sysler med spiller egentlig ikke så stor rolle. Du ser ingen som sitter å spiller sjakk eller leser bøker. De skal alltid virke*

*mer attraktiv ved å heller inkludere treningsbilder og lignende, selv om flere ikke trener så mye egentlig. (Knut)*

Knut mener det er viktig å være ærlig i sin Tinderprofil. Han hevder at hva brukerne holder på med, ikke spiller en stor rolle for han, men at andre brukere vil virke mer attraktiv ved å inkludere treningsbilder og lignende, selv om de ikke trener så mye.

Knut og Olas utsagn er representative for flere av informantene. Knuts utsagn viser at hobbyer ikke spiller like stor rolle, da flere velger å presentere egenskaper som kan tenkes er mer sosialt definert attraktivt. Det kan dermed sies at det eksisterer en norm om at det er akseptabelt å overdrive eller misrepresentere hobbyer og lignende, men misrepresentasjon av fysisk utseende er mindre akseptert. Det kan derfor også tenkes at det finnes flere normer for hva som er akseptert og lite akseptert selvpresentasjon, der usann presentasjon rundt eget fysisk utseende sees på som lite akseptabelt.

Nora har også en mening om andre brukeres misrepresentasjon, og besvarer følgende på spørsmålet om hvor viktig det er å være ærlig på sin profil:

*Jeg synes man skal være ærlig, men alt trenger kanskje ikke belyses. Man ønsker jo å vise seg fra sin beste side. Det er lov å brife litt med interesser, jobb og lignende. Men han må se ut som han ser ut på bildene. Hele personen blir uaktuell om han blir tatt i en løgn. Da ville jeg egentlig blitt litt sint og ikke møtt han igjen. Var han ikke samme person som på bildet i det hele tatt ville jeg nok avblåst han og gått hjem. Jeg ville sikkert også advart venninnene mine om han og slettet han fra Tinder. (Nora)*

Nora presiserer at en ønsker å vise seg fra sin beste side og samtidig være ærlig. Det er ifølge henne lov å ”brife” litt med interesser, jobb og lignende, noe som visser at presentasjon av jobb og interesser benyttes for å skape en attraktiv Tinderprofil. Avsløring av en annen brukers misrepresentasjon vil gjøre brukeren uaktuell for Nora, samt føre til sanksjonering, som avslag og sinne.

Nora viser i likhet med Knut og André at å overdrive hobbyer og interesser oppfattes som mer akseptabelt enn å misrepresentere eget utseende. Noras utsagn viser også hvordan usann presentasjon av bilder vil kunne sanksjoneres med positive og negative sanksjoner. Denne

sanksjoneringen indikerer at misrepresentasjon via bilder på Tinder, regnes som brudd på eksisterende normer.

At mennesker følger normer vil si at de følger de forventningene som omgivelsene har for opptreden i en viss situasjon (Østerberg: 1991). Brukere av Tinder vil dermed ofte følge de forventningene som finnes for deres opptreden på Tinder. Allmenne normer blir ofte internalisert gjennom en sosialiseringssprosess, hvor man tar innover seg de forventningene samfunnet stiller til individet (Berger og Luckman: 1966). I delkulturer kan det eksistere egne normer som kan stå i motsetning til storsamfunnets (Martinussen: 1991). På Tinder kan det dermed eksistere en delkultur med egne normer for hvordan man opptrer, hvordan man presenterer seg selv og vurderer andre brukere. I et møte ansikt til ansikt vil det ikke være like store muligheter for misrepresentasjon av eget utseende, og dermed ikke like nødvendig med disse normene for misrepresentasjon. Normen på Tinder om at en ikke skal misrepresentere seg selv via bilde, vil kunne være en konsekvens av en stor grad av kontrollert selvpresentasjon, der egen presentasjon lett manipuleres.

Informantenes oppfatning om å misrepresentere seg på Tinder, kan reflektere spilleregler innenfor Tinder-feltet. Dette kan forstås i lys av Bourdieus(1993) begrep doxa, som refererer til uutalte normer som gjelder innenfor et sosialt felt. I denne sammenhengen gjelder dette spilleregler på Tinder, som at det ikke er akseptert å vise en usann presentasjon i form av bilder, men at overdrivelser av interesser og prestasjoner i chat-feltet er akseptert. Disse spillereglene vil kunne opprettholdes av brukere som besitter mye kapital, noe som kan gjøres via sanksjonering.

Informantene hevder at det er viktig at andre brukere er ærlig i sine profiler. Samtidig mener de det er akseptabelt å overdrive hobbyer og interesser for å gjøre et bedre inntrykk i motsetning til misrepresentasjon av utseendet. En feilaktig presentasjon av utseende kan være lite akseptert fordi informantene ofte baserer sin vurdering på bakgrunn av fysisk attraksjon og bildet. Brudd på normen om å presentere et sannferdig utseende vil kunne føre til sanksjonering og avslag, som å slettes fra Tinder, avbrutt date eller sinne.

### 5.1.3 Vurderingsstrategier

Ved bruken av Tinder får informantene mulighet til å vurdere et stort antall brukere. De blir presentert for mange profiler og gjør valg om de skal like eller avslå disse profilene. Jeg vil undersøke hvilke strategier informantene benytter i sin vurdering av brukerne. Lisa svarer dette om det er spesifikke egenskaper ved en profil hun typisk avslår:

*Alle profilene er jo nesten helt lik, så man må jo lage seg noen metoder for å sortere ut og avsløre. Jeg avslår for eksempel profilene med menn som har bilder med andre damer. Det virker så useriøst og litt "player-aktig". Jeg avslår også bilder av menn med lite klær fordi de da bare er ute etter tilfeldig sex. Bilder sammen med hund er et pluss, fordi de da kanskje er omsorgsfulle typer. (Lisa)*

Lisas utsagn er representativt. Hun hevder at alle profilene ser nesten helt like ut, og at hun derfor har måttet lage seg metoder for å sortere og avsløre. Utsagnet viser at hun for en effektiv sortering, tillegger brukerne egenskaper på bakgrunn av hva som blir presentert i bildene.

At profilene oppleves som like, kan være en konsekvens av at brukerne fokuserer på å presentere seg selv ut ifra hva de oppfatter som sosialt definert attraktivt. Lisa illustrerer hvordan hun sorterer ut og *avslører* andre Tinderbrukere. Hennes bruk av ordet "avsløre", kan tyde på at hun ønsker å avsløre andres misrepresentasjon. Hun velger bort menn med bilder av andre kvinner fordi hun mener disse er "player-aktig", som kan forstås som at de ofte har flere partnere samtidig. Hun avslår brukere med bilder av seg selv med lite klær, og antar de er ute etter tilfeldig sex. Hun ser derimot på profilbilder med for eksempel en hund som positivt, og tolker dette som at personen er omsorgsfull. Hun har egne vurderingsstrategier, der hun tolker og tillegger personene egenskaper ut fra informasjon på bildene.

Lisas anerkjennelse av profiler med bilder av hunder, kan vise til at Lisa tilskriver brukere med hundebilder symbolsk kapital. Den symbolske kapitalen kommer fram ved at Lisa oppfatter og tillegger bilder med hund verdi innen Tinder-feltet. Mange match på bakgrunn av bilder med kjæledyr eller andre symboler kan vise at brukeren har høy symbolsk kapital, ved at disse symbolene vurderes som attraktiv og tillegges verdi. At informantene tillegger brukerne egenskaper på bakgrunn av symboler presentert i bildene, viser at en del av deres vurderingsstrategi er å vurdere andre brukeres symbolske kapital. På den andre siden kan et symbol som tillegges verdi blant noen Tinderbrukere, være uten verdi for noen andre.



Ola, André og Nora har også sine egne vurderingsstrategier, men med fokus på å avsløre misrepresentasjon av utseendet, og svarer dette når de blir spurt om det er spesifikke egenskaper ved en profil de avslår:

*Ja, det går jo på utseende først og fremst da. Ellers så er det sånne rare bilder holdt jeg på å si. Visst det bare er bilde av jenta og 20 venninner liksom, og om det bare er bilder som jenta har tatt, altså 5 forskjellige selfies. (Ola)*

*For eksempel om det bare er hodet på bildet. Det kan være litt skummelt. Man vil gjerne se hele kroppen. Om hun ikke ser bra ut, så er det ikke noe vits. (André)*

*Jeg avslår når han har bilder sammen med andre jenter eller om det ikke er noen tydelige bilder av personen. Er det ingen bilder der du ser personen klart så tenker jeg at personen ikke ser så bra ut. Om det er en profil der bare et bilde ser bra ut, mens resten ikke er så bra vil jeg også avslått og gått ut fra at han ser mer ut som det dårligste bildet enn det beste. (Nora)*

Ola avslår profiler med bilder der brukeren er sammen med mange andre mennesker. Det kan antas at dette er fordi det da vil være vanskelig å vite hvem av personene på bildet som er brukeren, i tillegg til at Ola kanskje ikke ønsker å ta seg tid til å finne dette ut. Dette kan igjen være fordi det finnes et stort antall brukere på Tinder, og ekstra tidkrevende evaluering vil dermed kunne unngås. Ola avslår også profiler som bare består av bilder som brukeren har tatt av seg selv.

En kan anta at grunnen til at Ola avslår profiler som bare består av bilder en har tatt selv, kan være fordi selvpresentasjon oppfattes som mindre troverdig, eller fordi bildene viser få andre elementer, som for eksempel kulisser og rekvisita.

André har også fokus på å avsløre misrepresentasjon av utseendet, som igjen samsvarer med tidligere utsagn om at denne formen for misrepresentasjon oppleves som uakseptabel. Han påpeker at han gjerne ønsker at en bruker skal benytte seg av bilder som viser hele kroppen. Dette kan være fordi han opplever en tiltrekning av ansiktet, men at den kroppen muligens ikke passer hans preferanser. Det kan også tenkes at om brukeren ikke inkluderer kroppen på et bilde, kan det oppfattes som det er noe de bevisst ønsker å skjule, da trening og sunnhet ofte oppfattes som ønskelige attributter i dagens samfunn.

Nora vurderer fysisk attraktivitet, ved å basere sitt inntrykk på bakgrunn av brukerens minst attraktive bildet av seg selv. Dette kan være på grunn av en bevissthet rundt at brukere ofte vil presentere seg selv på en mest mulig attraktiv måte, samt velge de fineste bildene av seg selv. Hun avslår også profiler der det ikke er noen tydelige bilder av personen. Et utydelig bilde kan forsås som et bevisst valg av brukeren som vurderes, da en ikke vil regnes som attraktiv etter de sosialt definerte attributtene for fysisk attraktivitet.

Potensialet for misrepresentasjon via internett og Tinder, kombinert med tid og energi som skal til for et møte utenfor Tinder, kan gjøre at vurderingsstrategier er viktig for Tinderbrukerne. Brukere av nettdating opererer i et miljø hvor vurdering av andre brukere er en kompleks prosess med tolkning av signaler og hint. Mine funn viser at informantene danner strategier for å tolke signaler og hint i likhet med brukere av andre digitaliserte datingtilbud (Tidwell & Walther: 2002). Når informantene vurderer andre profiler med begrenset tilgang på informasjon, utnytter de de gjenværende signalene og hintene til å forme inntrykk og gjøre avgjørelser. Dette samsvarer med tidligere forskning som har vist at brukere av internett ser etter små hint for å forme et inntrykk av andre (Donath:1999).

I vurderingen av det store antallet Tinderbrukere har informantene tatt i bruk egne vurderingsstrategier. De har en oppfatning rundt ulike ”faresignaler, og utnytter få signaler til å forme inntrykk og gjøre avgjørelser. Disse strategiene kan oppfattes som et resultat av et ønske om å gjennomskue andre brukeres misrepresentasjon, samt å tilegne seg informasjon dersom profilene tilsynelatende er opplevs som like.

## **5.2 Profiltekst**

Jeg vil her undersøke hvordan profiltekst vurderes av informantene (se kap.1 og 4). På oppfølgingsspørsmål om hvordan hun oppfatter og vurderer andre brukeres profiltekst svarer Kari:

*Jeg tenker at det er mer desperat å ha tekst. Det er desperat fordi det blir en ekstra innsats for å selge seg selv inn. Det finnes veldig mange rare tekster, men det kommer veldig an på hva som står. Jeg får jo vertfall et annet grunnlag å bedømme dem på annet en utsende om en profil har tekst. Jeg tenker litt at om han ikke prøver så hardt og ikke gjør så mye ut av profilen sin, så er han også attraktiv i det virkelige liv. Han har kanskje ikke noen problemer med å komme i kontakt med folk der på en måte og er ikke like desperat. Navn og hvor de kommer fra er greit, men større utredning i tekst*

*virker mer desperat. Det er en fin balanse mellom å være tilgjengelig og desperat. (Kari)*

Karis hevder at den ekstra innsatsen som legges i en profilttekst, virker desperat. Hun tolker denne dette som at brukeren ikke er like attraktiv utenfor Tinder. Dermed er dette også blitt en del av hennes evalueringsstrategi. Den ekstra innsatsen noen brukere gjør for å forbedre sin selvpresentasjon, kan dermed virke mot sin hensikt. En attraktiv selvpresentasjon skal ifølge Kari ikke dele for mye. En kan dermed se at en utfyllende selvpresentasjon kan virke mindre attraktivt for noen av informantene. Dette samsvarer også med Lisas utsagn:

*Profiltteksten kan kanskje gi litt personlighet, selv om jeg ikke legger merke til den før etter jeg har snakket med dem en stund. Først går det bare etter utseendet. Det er ikke så mange som har profilttekst og jeg ville ikke tatt meg tid til å lese så mange om alle hadde hatt det. Profilttekster er ikke noe kult. Det virker litt desperat. (Lisa)*

Lisa påpeker at profiltteksten kan ha en positiv funksjon ved at de gir mer informasjon om en bruker. Samtidig hevder hun at hun ofte ikke legger merke til dem før en stund etter en match. Profiltteksten inngår dermed ikke i avgjørelsen om hun skal trykke liker eller ikke på en annen profil.

Lisa og Karis utsagn er representative for informantene. Begge viser at profilttekster ikke er kult eller vanlig. Det kan derfor antas at det eksisterer en delkultur med egne normer for hvordan man skal presentere seg selv, og hva som er akseptert å skrive i profiltteksten. Kari påpeker at å skrive navn og hvor de kommer fra oppfattes som greit, men at en lengre profilttekst med utfyllende informasjon ikke er like attraktivt. Å beherske de sosiale kodene og normene på Tinder vil være viktig for en Tinderbruker. Å erverve seg kunnskaper for hva som er akseptert, vil gi en form for kulturell kapital, som igjen kan gi en økt grad av sosial kapital i form av match og sosiale relasjoner.

At profilttekst vurderes som desperat og lite attraktivt viser til Tinder-feltets doxa. Å ikke skrive profilttekst kan være en av spillereglene for presentasjon på Tinder, hvor dette ikke oppfattes som ønskelig.

Informantene viser at profiltteksten kan gi mer informasjon og dermed et større grunnlag for vurdering. Samtidig oppfatter de ikke profilttekst som attraktivt på en profil, og vurderer dette

som desperat. Denne ekstra innstasen med selvpresentasjon kan dermed virke mot sin hensikt på bakgrunn av mulige sosiale koder og normer på Tinder.

### 5.3 Chat

Jeg vil se nærmere på chatten som en arena der informantene vurderer andre brukere (Se kap. 1 og 4 om chat) . Kari svarer følgende på et spørsmål om det er samtaletema som ofte går igjen i chat-feltet:

*Du må alltid ta et jobbintervju i starten før den ordentlige praten begynner. Det vil si tørrprat med spørsmål som "Hva gjør du om dagene?" og "hvor kommer du fra?". Det må fortsatt være noe å snakke om etter dette, for at jeg skal ønske å holde kontakten. (Kari)*

Kari påpeker at samtalene ofte starter med tørrprat og generelle spørsmål. Hun hevder også at det er etter disse spørsmålene hun avgjør om hun vil fortsette å skrive med den andre brukeren. Har de fortsatt noe å snakke om etter dette, vil hun holde kontakten videre.

Karis utsagn er representativ for flere av informantene og viser at de først gjør et valg når de skal like eller avslå en profil på bakgrunn av bilder, for så å evaluere andres selvpresentasjon for andre gang via chatten. Deretter vil de gjøre et nytt valg om å avslå eller fortsette kommunikasjonen. At kommunikasjon ofte starter med tørrprat og generelle spørsmål, kan vise til eksisterende normer på Tinder for hvordan en samtale skal åpnes etter en match. André og Kari svarer dette på spørsmål oppfølgingsspørsmål om hva som skal til for at de opprettholder interaksjon i chat-feltet:

*Det er viktig at det ikke bare er jeg som bærer samtalen hele tiden. Om de aldri tar kontakt eller spør spørsmål tilbake. De må bidra med noe og vise interesse. Det er greit med noen komplimenter sånn at jeg vet jeg gjør noe rett. (André)*

*For at jeg skal opprettholde samtalen må jeg oppleve at det er noe interessant å snakke om etter de tørre spørsmålene i starten. I tillegg til at han må virke interessert og ikke bare snakker med meg for å være høflig. Han må gi meg litt bekreftelse rett å slett. (Kari)*

Kari og André påpeker at det er viktig for dem at den andre brukeren viser interesse, spør spørsmål tilbake og gir dem bekreftelse. Det kan antas at brukerne her søker bekreftelse på egen selvpresentasjon. Samtidig kan dette igjen være en konsekvens av det store antallet

brukere på Tinder, der informantene søker en følelse av å være unik i tillegg til å skille seg ut fra resten.

At informantene søker bekreftelse via chatten og en følelse av å skille seg ut fra resten, kan sees i lys av Hochchild (2011). Hun hevder at en stor tilgang med potensielle partnere via teknologisk dating kan føre til at brukerne oppfattes som et produkt som lett kan dupliseres. En bruker vil av den grunn kunne ønske bekreftelse på at de blir lagt merke til, samt at de er unike og ikke dupliserbar.

Søken etter bekreftelse kan også være en konsekvens av mangel på kroppslig tilstedeværelse som vil kunne indikere interesse, for eksempel via kroppsspråk. Å bidra aktivt i chatten samt å gi komplimenter, vil i følge informantene være en måte å vise interesse. Dette er ekstra ønskelig på grunn av mangel på kroppslige indikatorer.

Informantene hevder at chat-feltet avgjør om de kunne tenke seg å møte en annen bruker eller ikke. Samtaler starter ofte med generelle spørsmål, som informantene opplevde som nødvendig for å danne et grunnlag for videre kommunikasjon. Det var først etter disse spørsmålene de avgjorde om brukeren var en person de ønsket å holde videre kontakt med. Informantene søker bekreftelse i chatten, som kan være en konsekvens av mangel på kroppslige indikatorer, et stort antall brukere og potensielle match.

### **5.3.1 Fordeler ved kommunikasjon i chat-feltet**

Chatten er en arena på Tinder der kommunikasjon foregår ved hjelp av skrift. Jeg vil undersøke om informantene opplevde noen fordeler ved å vurdere og kommunisere med andre brukere via chatten forut for et eventuelt møte. Når Kari og Aurora ble spurt om de erfarte noen fordeler ved bruk av chatten, svarte de følgende:

*Jeg liker å bli godt kjent med personene før jeg møter dem. Eller så godt det går an på Tinder da. Det føles litt tryggere. Det hjelper meg å finne ut om det er en person jeg liker eller ikke. Samtalene må gå bra på Tinder, fordi da tenker jeg det også vil gå bra ansikt til ansikt. Er samtalen veldig klein på Tinder, så blir det sikkert på samme måte ansikt til ansikt også. At man føler man har en god tone og pratet mye. (Kari)*

*Før jeg møter noen vil jeg helst ha hatt en lang samtale, der jeg finner litt ut av hvordan han er. Jeg hadde ikke lyst å møte folk bare etter et "hei". Hvis jeg ser at vi*

*har mye til felles når vi snakker sammen. Da vet man at man har noe å prate om på date. Å prate med noen der først er litt tryggere enn om jeg skulle møtt en person uten å vite hva jeg gikk til. (Aurora)*

Kari liker å bli godt kjent via chatten på Tinder før et møte og mener i likhet med Aurora at dette føles tryggere enn å starte kommunikasjonen ansikt til ansikt. Dette er representativt for flere av informantene. Kari argumenterer at om samtalene går bra på Tinder, vil de også gå bra ansikt til ansikt. Det er derfor viktig for henne at hun finner en god tone på chatten forut for et møte.

Aurora vil også kommunisere på chatten forut for et møte. Dette for å vurdere hvordan personen er. Hun presiserer at å oppdage felles interesser i chat-feltet vil indikere at de også har noe å prate om ved et møte utenfor Tinder. Aurora opplever i likhet med de andre informantene at å prate med noen på Tinder, oppleves som tryggere enn å møte noen uten en skriftlig vurdering på forhand.

I kroppslig kommunikasjon med en potensiell partner forventes det også at en holder en samtale i gang uten lange mellomrom med stillhet. På Tinder kan en bruker unngå denne pinlige stillheten, og en har god tid til å tenke på hva som skal skrives. Ved et potensiell møte har det allerede vært kommunisert såpass mye om felles interesser og personlige erfaringer, at det vil være noe å snakke om. Dette fraværet av muligheter og forventninger i en kroppslig kontekst, kan dermed by på en viss form for trygghet ved kommunikasjonen på Tinder.

Denne opplevde tryggheten kan også være en konsekvens av graden av anonymitet på Tinder, der brukeren vet lite om andre brukeres personlighet på forhand. Dermed vet heller ikke informantene hva som kan forventes. Chatten kan derfor tolkes som et hjelpemiddel for å få tilgang til mer informasjon om en annen person.

Er brukeren ikke det informantene hadde forestilt seg på forhånd, vil det kunne være ubehagelig å avslutte samhandlingen. Ved kommunikasjon utenfor Tinder vil en for eksempel signalisere at man ønsker å gå videre, flakke med blikket eller fjerne seg fysisk fra samhandlingen. Dette kan oppleves som en sårbar situasjon hvor det er særlig lett og krenke andre, og vil derfor også kunne erfares som ubehagelig. Alle informantene hadde fjernet matcher de hadde på Tinder, og følte dette var uproblematisk. På Tinder kan lukkingen skje ved at en sletter matchen med den andre brukeren, og dermed komme unna mulige

ubehagelige sanksjoner. At en kan fjerne en annen bruker uten videre sanksjoner på Tinder-forumet, kan også være en av grunnene til at informantene opplever kommunikasjon via chat som trygt.

Informantene vurderer andre brukeres selvpresentasjon via chatten, for å danne et grunnlag for en avgjørelse om å møte andre Tinderbrukere. Dette gjør de fordi det føles tryggere å kommunisere med andre brukere de vet lite om fra før, enn det ville gjort ved ansikt-til-ansikt kommunikasjon. Informantene opplever kommunikasjon via chat-feltet som en fordel, ved at de kan vurdere en potensiell partner, og avslutte kommunikasjon om ønskelig, uten videre sanksjonering eller ubehag.

### **5.3.2 Form i chat-feltet**

I denne delen av oppgaven vil jeg se nærmere på om informantene vurderer kommunikasjonens *form* i chatten og baserer sine vurderinger på bakgrunn av dette (se form, kap.2). Lisa var blant dem som tilegnet seg informasjon om en bruker på bakgrunn av kommunikasjonens form:

*Skrivefeil gjør meg gal. Da blir de slettet med en gang. Jeg tenker kanskje det er et tegn på lav intelligens eller lav utdanning. Det frister lite. (Lisa)*

Lisa viser at hun misliker skrivefeil, og at hun sletter brukere med skrivefeil. Hun oppfatter dette som et tegn på lav intelligens eller lav utdanning, noe som gjør henne uinteressert.

Dette viser at hun tar i betraktning kommunikasjonens form, for å gjøre en vurdering og fatte avgjørelser. Flere informanter påpeker at de tak skrivefeil i betraktning når de vurderer andre brukere. Deres vurdering baseres dermed ikke bare på hva som blir skrevet, men også hvordan det blir skrevet.

Her fremgår det at informantene vurderer andre brukeres lingvistiske kapital i chat-feltet, hvor mestring av språklige forhold anses som viktig. Informantenes vurdering av lingvistisk kapital som et tegn på lav utdanning, viser også til en vurdering av andre former for kulturell kapital. Deres vurdering av lav lingvistisk kapital som en indikasjon på lav utdanning, viser til en vurdering av institusjonalisert kulturell kapital. En kan dermed anta at utdanningstitler og kunnskaper ervervet fra utdanningssystemet, er faktorer som anses som viktig.

Walther (1992) hevder at form, som for eksempel feilstavelser på et internettsamfunn, er viktige tegn om en brukers identitet. Slike tegn kan også forstås som viktig, fordi de kan tolkes som selvpresentasjon som vises ubevisst, og dermed virker legitim. Disse pekepinnene spiller derfor en betydningsfull rolle ved informantenes vurdering av andre Tinderbrukere. Nora er også bevisst rundt kommunikasjonens form i chatten:

*Det er ikke bare hva som skrives som gir informasjon om en person. Brukere som skriver med samme dialekt som meg for eksempel får pluss i boka. Jeg vet ikke helt hvorfor, men tror det er fordi det som føles kjent føles trygt. Vi har liksom noe til felles også da. Jeg liker også at de skriver navnet mitt. Det er føles litt bra. (Nora)*

Nora mener dialekt og bruken av navnet hennes er pekepinner som gir viktig informasjon om en bruker. Hun er dermed ikke bare oppmerksom på hva som kommuniseres, men også hvordan det blir kommunisert.

I følge Goffman(1992) dannes våre inntrykk ikke bare av hva som blir sagt, men også hvordan det blir sagt. Ordbruk, setningsoppbygging, dialekt, kroppsspråk, fakter og blikk vil være viktig for å forme en oppfatning utenfor Tinder. Faktorer som kroppsspråk faller bort ved bruken av Tinder, som igjen kan gi økt fokus på de gjenværende faktorene som ordbruk, setningsoppbygging og dialekt i en Tindersamtale.

Bruken av navnet til Nora kan også gi henne en følelse av å være unik og bekreftelse i en konkurranse med andre Tinderbrukere. Nora viser at kommunikasjonens form også kan vise positive egenskaper ved andre brukere, og ikke bare avsløre mindre attraktive egenskaper, som i Lisas utsagn.

En annen grunn til at tekstens form kan anses som viktig informasjon, er at Tinder gir begrenset med informasjon om en annen bruker. En konsekvens av dette kan være at Informantene legger stor vekt på den gjenværende informasjonen som tilegnes i deres inntrykksformasjon. Flere Informanter tar i betraktning skrivefeil, ordvalg og dialekt i deres inntrykksdannelse av andre brukere, og former en oppfatning av brukeren på bakgrunn av dette.



## 5.4 Midlertidige bilder

Midlertidige bilder er en nyere funksjon på Tinder hvor brukerne kan laste opp bilder som vises for matchene i et begrenset tidsrom før det forsvinner. Jeg ønsker her å undersøke hvordan informantene oppfatter bruken av midlertidige bilder i deres vurdering av andre brukeres selvpresentasjon.

Flere av informantene hadde ikke oppdaget at Tinder hadde en funksjon der en kan se midlertidige bilder, og kunne ikke uttale seg på dette punktet. Ola, Lisa og Nora var blant dem som hadde oppdaget dette. Olas svar på spørsmålet om han benytter seg av midlertidige bilder og hvorfor eller hvorfor ikke han gjør dette, er også representativt for de andre to informantene:

*Jeg spør heller om snapchaten deres først. Det er lettere å bli kjent via bildene der. For da kan du sende snaps bare til dem, og ikke til alle matchene. Disse bildene går ut til alle matchene på Tinder, så det føles egentlig bare negativt. (Ola)*

Ola påpeker at de midlertidige bildene vises for alle matchene som en bruker har på Tinder, og opplever dette som negativt. Lisa og Nora hevder i likhet med Ola at utformingen av appen ved at bildene går ut til alle matchene, oppleves som en ulempe. Dette fører til at brukere som benyttes seg av slike bilder, fremstår mindre attraktiv. Dette kan være fordi de da blir påminnet om brukerens andre matcher og konkurransen ovenfor andre brukere. Dette kan også gjøre at de oppfatter seg selv som mindre betydningsfull for den andre brukeren.

Ifølge Illouz (2008) er mye av fortryllelsen vi tradisjonelt har forbundet med opplevelsen av romantisk kjærlighet, knyttet til en ide om knapphet, som i sin tur gir mulighet for nyhet og spenning. Når Ola, Lisa og Nors gjøres bevisst på de andre brukerne via de midlertidige bildene vil, dermed fortryllelsen rundt opplevelsen av romantisk kjærlighet og knapphet kunne påvirke deres reaksjon negativt. Ifølge Hochschild (2011) kan en stor tilgang på potensielle partnere også føre til at brukere oppfattes som et produkt som lett kan dupliseres. De midlertidige bildene kan virke som en påminning på dette og fremstår som en av grunnene til de negative assosiasjonene rundt disse.

Bruk av midlertidige bilder kan vise til en mangel på symbolsk kapital. Selvpresentasjon gjennom midlertidige bilder som symbol anerkjennes ikke av informantene. Disse bildene er

kommunikasjon som presenteres for alle matchene, som derfor kan oppfattes som negativt og lite personlig.

Flere visste ikke om denne funksjonen på Tinder. Blant de som gjorde det, ble midlertidige bilder vurdert som lite attraktivt. Dette er fordi bildene kommuniseres til alle matchene, noe som kan fungere som en påminnelse om de andre brukerne som en match kommuniserer med.

## 5.5 Oppsummering

I studiens andre analysekapittel har jeg undersøkt hvordan mitt utvalg brukere vurderer andres selvpresentasjon på Tinder. Jeg har funnet at brukerne baserer mye av sin vurdering på bakgrunn av profilbildene. Profilbildet er den viktigste indikatoren for førsteinntrykk, fysisk attraksjon og avgjørelse om å trykke liker eller ikke på en annen bruker. Senere ser informantene etter annen informasjon som kan supplere til inntrykket. Denne informasjonen innhentes gjennom profilbildenes (1) *kulisser*, (2) *rekvisita*, (3) *utsmykking*, eller gjennom (4) *profilteksten*.

Informantene bruker bare noen få sekunder i vurderingen av andre profiler. Vurdering av bilder fremfor mye tekst og annen informasjon, appellerer til informantene fordi det blir oppfattet som lite tidkrevende. De benytter seg også av *vurderingsstrategier* for en (1) *effektivisert sortering av profiler*, for å avsløre (2) *misrepresentasjon* og for å (3) *avsløre lite attraktive egenskaper*.

Chatten regnes som en viktig arena for vurdering, fordi kommunikasjonen her avgjør om informanten kan tenke seg å møte en annen bruker ansikt til ansikt. Chatten fungerer også som en arena der brukerne *søker bekreftelse*. Vurdering ved hjelp av chatten oppfattes som trygt, fordi de her kan avslutte samtalen uten negative sanksjoner. Kommunikasjonens *form* i chat-feltet, som *dialekt* eller *feilstavelser*, blir lagt vekt på i informantenes vurdering av andre brukere. Dette kan sees på som en konsekvens av marginal informasjon gitt via en Tinderprofil, som fører til at den gjenværende informasjonen som tilegnes anses som viktig.

Flere informanter har ikke kunnskaper om midlertidige bilder. De som har det, vurderer ikke bruken av dette som positiv selvpresentasjon. Profiltekst blir også regnet som lite attraktivt eller akseptert, noe som kan vise til en *delkultur* med *egne normer for selvpresentasjon*.

## 6 KONSEKVENSER AV TINDER

I det tredje og siste kapittelet av oppgaven vil jeg besvare studiens tredje forskningsspørsmål: *Hvilken implikasjoner har bruken av Tinder?* Her undersøker jeg informantenes opplevde konsekvenser av Tinder. I tillegg undersøker jeg hvordan Tinder kan regnes som en forlengelse av eksisterende teknologi, og at ikke alle aspektene ved Tinder oppleves som nytt for informantene.

### 6.1 Tinderbrukeren som produkt på et datingmarked.

I denne delen vil jeg vise at informantene kan oppfatte seg selv og andre brukere som produkter på et datingmarked. Dette med utgangspunkt i studie til Illouz(2007) og Hochschild(2011). Lisa forteller her hva hun ønsker å vise med de utvalgte bildene på Tinder:

*Jeg ønsker jo å vise meg selv på en best mulig måte, uten at de skal tenke at jeg har løyet når vi møtes. Men det er litt vanskelig fordi man burde jo skille seg ut fra havet av andre jenter og se så bra ut at de gidder å trykke liker. I tillegg må jeg virke bra nok til at de gidder å bruke tid og energi til å skrive med meg i chatten. Jeg må liksom utkonkurrere de andre samtidig som jeg viser hvem jeg selv er om du skjønner. Det ender sikkert med et slags glansbilde av meg selv egentlig. (Lisa)*

Lisa ønsker å vise seg selv på en best mulig måte, uten at andre brukere skal tenke at hun har løyet når hun eventuelt møter dem. Hun presiserer at hun må *utkonkurrere* de andre samtidig som hun viser hvem hun selv er, og at dette kan ende med at hun presenterer seg selv som et glansbilde.

Lisa tar altså i betraktning de andre brukerne når hun utformer sin egen profil. Profilen hennes blir satt i konkurranse med andre profiler, samtidig som det må være autentisk nok til at en annen bruker ikke føler seg lurt. Hun påpeker også at det er et ”hav” av andre brukere som hun har å konkurrere mot. Dette er representativt for flere av informantene, som mener det er viktig å virke mer attraktiv enn andre Tinderbrukere for at de skal bli valgt fremfor andre.

I følge Illouz (2007) sin forskning på nettdating plasserer nettdatingen hver enkelt person som søker en annen, i et marked i åpen konkurranse med andre. Teknologien posisjonerer dermed *selvet* på en selvmotsigende måte (Illouz:2007). På den ene siden vil man formidle seg selv på en troverdig måte med sin egen unike essens, mens Tinder på en annen side gjør selvet til en vare på offentlig visning. Dette betyr at en Tinderbruker blir som en vare som markedsføres

og selges via Tinder. Tinderbrukeren reklamerer dermed for seg selv for å utkonkurrere andre varer.

Videre hevder Illouz(2007) at prosessen med å lete etter en partner via nettdating fører til en objektivisering av møtet gjennom teknologi og marked-strukturen. Dette representerer en betydelig forandring fra det tradisjonelle møtet. Knuts utsagn viser at dette også kan være tilfelle på Tinder. Knuts påpeker også at Tinder oppleves som industrielt:

*Tinder er jo mer industrielt. Du får jo fem matcher i løpet av en dag om du er der litt. Det ville kanskje ikke skjedd utenfor Tinder. Men det er ikke noe personlig og koselig lenger. Før måtte man manne seg opp å gå bort til noen, det må man ikke lenger. Tinder blir veldig upersonlig. Nå går alt etter noen bilder og hva du viser på bildene og jeg får lite innblikk i hele personen. (Knut)*

Her påpeker Knut at han opplever Tinder som industrielt på bakgrunn av store mengder match. Han ser ut til å vurdere Tinder som lite tidkrevende og effektivt, men også upersonlig.

Tinder kan følgelig ses som et marked der man shopper etter andre single på samme måte som netthandel. Er man ute etter en kjole, kan man enkelt gå inn på netthandel og få tilgang til et stort antall kjoler. På samme måte kan man gå inn på Tinder og få tilgang til et stort antall single. Denne industrialiseringen av dating har gjort at dating på Tinder oppleves upersonlig. Noen av informantene hevder også at profilbildene fører til en økt grad av objektivisering. Knut som sier dette:

*Vi er litt mer overfladiske, da vi bare tar kontakt på bakgrunn av bilder. Det er et økt grad av objektivisering. Vi er veldig opptatte av og vise oss fram riktig å framstå bra overalt. (Knut)*

Knut mener at opprettelsen av kontakt via bilder fører til en økt grad av objektivisering. Bildene er valgt ut ifra det som regnes som den riktige selvpresentasjonen. Bildene er en fundamental del av Tinder, da opprettelsen av kontakt er basert på bakgrunn av bildene (se kapittel 4.1).

Ved å presentere seg selv via et fotografi på en datingside, blir brukeren ifølge Illouz(2007) satt i samme posisjon som de som jobber i skjønnhetsindustrien, som modeller og skuespillere. De blir plassert i en posisjon hvor de blir oppmerksom på sitt utseende, hvordan

kroppen er deres hovedkilde for sosial verdi, hvor de gjennom kroppen er nødt til å konkurrere mot andre og hvor kroppen og dens utseende vises offentlig (Illouz:2007). Dette underbygges av informantene og spesielt i Knuts utsagn om hvordan bildet fører til objektivering. Knuts utsagn kan ses i lys av Illouz (2007), som hevder at nettdating kan føre til at individer blir karakterisert som et objekt, et objekt til salg på et datingmarked.

Det kan også tenkes at markedet har tatt over deler av våre private liv og også til en viss grad vår søken etter en partner. Mange informanter påpeker at det er lett å få kontakt med andre single og møte potensielle partnere på Tinder, fremfor å gå ut å ta kontakt med mennesker utenfor appen. På samme måte som noen velger å ta i bruk vaskedamer, festplanleggere, hundepassere og barnepassere fordi de mener de gjør en bedre jobb enn dem selv, eller fordi de ikke har tid eller mulighet til å gjøre disse jobbene selv, kan det virke lettere å benytte seg av et teknologisk hjelpemiddel i søken etter en partner (Hochschild:2011).

## 6.2 Normalisering av nettdating

I denne andre delen vil jeg se på normalisering av nettdating som en mulig implikasjon av Tinders suksess. Jeg vil utforske om Tinder oppfattes som flaut eller stigmatisert, samt hvordan informantene har oppfattet teknologisk dating tidligere. På spørsmål om Tinder er flaut å bruke i dag, svarer Nora og Kari:

*Jeg tenkte også på Tinder som litt overfladisk og desperat. Men jeg endret mening når jeg så at de ikke var tapere de som var der. Nå er Tinder en ting som alle har. Før brukte jeg ikke slike ting fordi jeg var redd for hva folk kom til å si og tenke, men nå er det ikke det samme. Jeg føler det er helt vanlig og akseptert nå. (Nora)*

*Nettdating har jo vært ganske tabu ganske lenge, selv om den nok henger litt igjen, så har vel Tinder ført til en liten endring slik at det er blitt mer akseptabelt. Nå har jeg hørt om så mange som har blitt sammen via Tinder, i tillegg til at nesten alle single i min generasjon er brukere av det, så er det blitt veldig normalisert. (Kari)*

Nora og Kari's utsagn er representative for informantene. De viser at Tinder og nettdating ikke alltid har vært like sosialt akseptert. De påpeker også at et stort antall brukere har gjort at bruken av appen nå oppleves som normalisert. Dermed kan det ha eksistert normer for nettdating som nå er i endring som konsekvens av Tinder. Nora påpeker også at hun tidligere var redd for negative sosiale sanksjoner. Nå mener Nora at Tinder er vanlig og akseptert og er ikke redd for sanksjonering. Nora og Kari kan vise til en datingkultur i endring, der

teknologiske hjelpemidler for å oppnå en partner og nye sosiale relasjoner er vanlig og akseptert.

Nettdating har tidligere i følge Finkel og hans kollegaer vært stigmatisert. Dette har også vært tilfellet før framveksten av datingteknologi da aviser og magasiner ble brukt i søken etter partner (Finkel et al.:2012). Den store mengden unge brukere av Tinder viser at disse holdningene til nettdating blant unge er i endring i dag. Denne endringen samsvarer med en studie utført av Smith og Duggan (2013), som viser at 59 prosent av unge informanter oppfattet nettdating som en god måte å møte nye mennesker på. Denne studien ble utført i 2013, og Tinder er blitt tatt i bruk av en enorm mengde brukere siden den gang.

En av Tinders grunnleggere, Sean Rad hevder at appen i Mars 2014 vokste med 15 prosent brukere hver uke (Quiroz: 2013), og Tinder har blitt omtalt av New York Times i 2014 som den raskest voksende dating-applikasjonen på markedet. Disse tallene samsvarer med informantenes utsagn om at appen nå oppfattes som vanlig og akseptert.

Informantene påpeker at Tinder har ført til en normendring ved at teknologiske hjelpemidler i søken etter en parter, nå er mer akseptert. Tinder kan dermed ha bidratt til normalisering av nettdating blant unge voksne. Samtidig er det viktig for flere av informantene å skille mellom nettdating og Tinder, da flere mener dating via internett ikke er like sosialt akseptert som Tinder. Noen har hatt en negativ holdning til Tinder i starten, men har endret standpunkt etter at Tinder ble mer populært.

### **6.3 Tinder som forlengelse av tidligere teknologi**

Informantene tilhører en generasjon som benytter seg av teknologi og sosiale medier (Metronet:2014). Tinder kan derfor virke som en naturlig forlengelse av dette, og bidra til en ufarliggjøring av datingappen. Jeg vil nå undersøke om informantene benytter seg av tidligere ervervede kunnskaper fra annen teknologi og overfører dette til Tinderbruken. Nora og Andre svarer følgende når de blir spurt om hvorfor de tror Tinder er så populært:

*Jeg sitter mye på telefonen. Når jeg er innom Facebook, Snapchat og lignende sjekker jeg også innom Tinder. Appen er blitt en del av rutinen. Det er en bra ting ved Tinder, det er lett vint og passer inn i rutinen. Det gjør at jeg ikke ser på det som en datingside.*

*Det blir mer som et ekstra sosialt media, bare med litt mer flørting. Matchene blir litt mer som vennelista på Facebook. (Nora)*

*Du har med deg datingsentralen overalt, som gjør ting enklere. At det er en app på telefonen ufarliggjør det litt i forhold til å sette seg fremfor PC'en, logger inn og bevisst gjør mye ekstra. Det blir litt mer desperat. Tinder blir som SMS, Facebook og andre ting på telefonen, som også ufarliggjør det litt. (André)*

Nora bruker mobiltelefonen og apper mye, og hevder at appen er blitt en del av denne rutinen. Tinder som app gjør at hun ikke oppfatter det som en datingside, men heller som et ekstra sosialt medium, bare med mer flørting.

André presiserer at å ha "datingsentralen" med seg overalt gjør ting lettere. Tinder som app ufarliggjør datingen. I likhet med flere informanter sier han at Tinder oppleves som lik annen teknologi som de unge aktivt benytter seg av, som tekstmeldinger, Facebook og andre program på telefonen.

Nora og Andrés utsagn er representativt for utvalget av informanter. De påpeker at Tinder er utformet ganske likt som annen teknologi de benytter seg av i hverdagen. Å benytte seg av denne teknologien for å flørte og finne en partner vil være en naturlig forlengelse av tidligere teknologi. Kari påpeker også at "*Tinder traff min generasjon mitt i blinken*". En kan dermed anta at Tinder appellerer til unge brukere, da de sitter på kulturell og teknologisk kapital som lett kan overføres til datingappen.

Denne kapitalen ser ut til å inngå i informantenes habitus, fordi tidligere bruk av teknologi og sosiale medier har bidratt med tillærte handlemåter og tolkningsmønstre, som er dannet gjennom praktisk virksomhet (Bourdieu et.al:1995). Tinder er dermed en ny arena som lett lar seg bruke og som normaliseres på bakgrunn av brukernes allerede eksisterende kapitaler og habitus.

#### **6.4 Ny arena med nye normer**

Jeg vil nå utforske om Tinder har ført til en normendring, og om informantene opplever at det er lettere å få kontakt med nye mennesker i Norge ved bruken av Tinder. Aurora og Knut svarer følgende på spørsmål om de opplever at Tinder har ført til at det er lettere å få kontakt med nye mennesker her i landet:

*Vi er litt reservert i Norge. Det er ikke åpent om hvem du har likt på Tinder. De får bare vite om det når de har likt deg tilbake. Det er ganske trygt. Jeg tror det er litt typisk nordmenn å trenge noe sånt før å tørre å ta kontakt med folk. (Aurora)*

*Du snakker med fullt av folk på Tinder. Nordmenn er litt innesluttet som regel. Det er ikke så lett å komme i kontakt med folk utenfor jobb og skole. Det er for eksempel ikke akseptert å gå bort til noen på bussen. (Knut)*

Aurora hevder at det nordmenn oppleves som reservert. Hun hevder også at det er typisk nordmenn å trenge noe slikt for å tørre å snakke med folk. Auroras utsagn samsvarer med Knut, som hevder at nordmenn ofte er litt innesluttet, men at han snakker med mange mennesker inne på Tinder. Han hevder at det ikke er lett å komme i kontakt med folk utenfor jobb og skole, og eksemplifiserer at det ikke er akseptert å gå bort til noen på bussen.

Disse utsagnene er representativt for studiens informanter. De betegner nordmenn som innesluttet, eksemplifiserer normer som kan gjøre opprettelsen av kontakt med nye mennesker vanskelig, samt at de på Tinder får kontakt og kommuniserer med mange fremmede.

Aurora og Knuts utsagn avspeiler normer vi den norske kulturen, hvor det ikke er sosialt akseptert å søke kontakt med fremmede uten at en har noe med dem å gjøre i hverdagen. Ut ifra utsagnene kan en også anta at dette ikke er tilfellet på Tinder, hvor det er tilrettelagt for interaksjon med fremmede.

Studentenes helse og trivselsundersøkelse som er utført av TNS Gallup (Nergård & Olsen : 2014), viser at en av seks studenter føler seg ensom i studiehverdagen. En kan dermed anta at Tinder oppfyller et behov hos informantene, som alle er studenter. Tinder tilrettelegger for økt sosial kapital og sosial interaksjon.

At informantene kommuniserer med mange fremmede på Tinder, som de ellers ikke ville gjort ansikt til ansikt, viser også til Tinder-feltets doxa. Innenfor dette feltet kan egne spilleregler muliggjøre interaksjon med et stort antall brukere. Det kan dermed se ut til at det finnes egne normer på Tinder som ikke eksisterer utenfor appen, og som muliggjør en større grad av sosial interaksjon med fremmede.



## 6.5 Mer flørting i hverdagen

Tinders åpner for økt grad av sosial interaksjon og teknologisk dating med et stort antall fremmede brukere. Jeg vil derfor også undersøke om informantene flørter mer etter de har lastet ned appen. På spørsmålet ”Har Tinder gjort det lettere å flørte?” svarer Ola og Kari:

*Tinder er en veldig ekstrem rask måte å bare møte masse mennesker på fra sofaen din liksom. Og fordi det er veldig enkelt. Du får liksom muligheten til å møte noen i hverdagen via Tinder også da. Jeg sjekker ikke opp folk utenfor Tinder i ukedagene ellers. Tinder har tilrettelagt for at jeg nå sjekker i ukedagene, det gjorde jeg ikke før. (Ola)*

*Tinder gjør det lettere å flørte, men bare inne på appen. Det blir ikke det samme når du er ute i den virkelige verden, du er så trygg når du sitter inne bak telefonen. Utenfor appen er ting stort sett det samme. Jeg kan fremdeles ikke gå bort til en fremmed på gata og be han ut på en date. (Kari)*

Ola presiserer hvordan Tinder bidrar til en å møte et stort antall mennesker på en enkel måte. Han hevder også at Tinder har bidratt til et større rom for flørting i ukedagene, noe som Ola ikke har gjort tidligere. Kari hevder at Tinder har gjort det lettere for henne å flørte, men at dette bare er tilfellet ved hjelp av appen og ikke utenfor Tinder

Ola og Karis utsagn er representativt for informantene. En kan dermed se at en mulig konsekvens av den store mengden brukere på den nye sjekkearenaen Tinder, er mer flørting i hverdagen. Informantene viser at Tinder som arena ikke nødvendigvis har endret normer for sjekking utenfor appen, men at appen kan fungere som et eget sosialt felt med egne normer og kapitalformer.

## 6.6 Ny datingkultur

Jeg vil videre undersøke om informantene møtte andre brukere ansikt til ansikt som en implikasjon av Tinderbruken. Kari svarte følgende på spørsmål om Tinder har endret måten hun møter nye mennesker på:

*Flere går på date nå uten at det er flaut, tenker jeg. Jeg tror helt klart at Tinder gjør at folk tør mer. De tør å snakke med flere, møte flere og gå ut med flere, uten at det er noe galt. Jeg tror det er bra. Folk har det travelt. Man møter ikke folk på bussen, så Tinder er en bra arena for å møtes på. (Kari)*

Ordet ”date” er det engelske ordet for stevnemøte. Kari presiserer at det ikke er flaut å gå på date. Hun mener også at Tinder gjør at folk tørr mer, snakker med flere og går ut med flere. Tinder tilrettelegger for å komme i kontakt med nye mennesker, men Kari viser også at brukere møtes ansikt til ansikt utenfor Tinder. En match vil kunne åpne kommunikasjon mellom to personer, som igjen kan gjøre det lettere å møte mennesker man ikke kjenner fra før ansikt til ansikt. Dette samsvarer med Olas svar:

*Det har sikkert gjort at jeg tar litt lettere på en date da. Det er ikke så høytidelig som det var før. Jeg gikk på date før jeg brukte Tinder også, men da var det mer sånn blind dates satt opp av venner. Da var jeg litt sånn nervøs og hadde på meg skjorte og sånn, mens nå er det helt ”casual”, møtes på byen og prate litt. Tinder har gjort dating litt mindre høytidelig og vanlig. (Ola)*

Ola har gått på date før, men hevder at dating er blitt mer vanlig og mindre høytidelig. Tidligere ble han satt i kontakt med fremmede gjennom venner, var nervøs og pyntet seg. Tinderdatene er mer avslappet, ved at en for eksempel møtes på byen og prater litt. Dette kan vise til en ny type stevnemøte som er mer avslappet enn det som har vært vanlig tidligere. Muligheten for å date et stort antall brukere og tilgjengeligheten på Tinder, kan også ha bidratt til denne forandringen i datingkulturen. Lisa viser også til en ny datingkultur:

*Tinder har ført til at jeg nå dater. Jeg går på date ganske ofte og møter mange nye mennesker. Alle vennene mine går også ofte på date på grunn av Tinder. Alt fra å gå en tur, møtes på kafè, treffes ute på byen eller si hei på en pub en kveld. Ganske useriøst. Jeg tar ganske lett på det nå, men hadde jeg blitt bedd på date før jeg hadde Tinder, ville jeg nok tatt det kjempeseriøst og vært kjempenervøs. Denne datingen vil jeg si er noe nytt i Norge, vertfall med mennesker du ikke har møtt før. (Lisa)*

Lisa presiserer i likhet med Ola at Tinder har gjort at hun går oftere på date i tillegg til at disse datene ikke er så seriøse eller trenger mye forarbeid. Hun presiserer videre at hun oppfatter dater med mennesker en ikke har møtt før som et nytt fenomen i Norge. Dermed kan en se en ny datingkultur som følge av Tinder. Brukere har begynt å gå på date, går oftere på date, treffer mennesker de ikke har møtt før og gjør dette på en uhøytidelig måte.

## **6.7 Oppsummering**

I studiens tredje og siste analysekapittel har jeg undersøkt implikasjoner ved bruken av Tinder. Studien viser at informantene erfarer Tinder som et sted der det er mange single brukere å velge mellom. De beskriver Tinder som et sted der det blant annet finnes et ønske

om å (1) *utkonkurrere andre*, (2) *industrialisert dating* og en økt grad av (3) *objektivering*. Dette samsvarer med Illouz (2007) og Hochshilds (2011) forskning på nettdating, der det eksisterer en markedsstruktur hvor brukere kan oppleves som en vare som tilbys på et datingmarked. Dette kan også vise til en tendens hvor markedet tar over større deler av våre private liv.

Tinderbruken gir også implikasjoner ved at (1) *nettdating normaliseres*, (2) *appen er en arena med egne normer for interaksjon*, (3) *informantene flørter mer i hverdagen* og (4) *informantene går på date og dater oftere*. Normalisering av nettdatingen viser til en datingkultur i endring, der teknologiske hjelpemidler i søken etter partner eller nye sosiale relasjoner er vanlig og akseptert, spesielt ved hjelp av Tinder. Normene for interaksjon på Tinder, gjør det lettere for informantene å opprette kontakt og danne nye bekjentskap. Bruk av appen har ført til at informantene flørter mer, som en konsekvens av stor tilgang på single brukere og normer som gjør det lettere å flørte. Informantene opplever implikasjoner ved at de går på date, dater oftere og hevder datene er mindre høytidelige nå enn tidligere.

## 7 AVSLUTNING

Utgangspunktet for denne masteroppgaven har vært å bidra til en økt forståelse av selvpresentasjon på Tinder. Studien er basert på kvalitative intervjuer med et strategisk utvalg på syv aktive Tinder-brukere i alderen 20 til 30 år (Kap.3). Jeg har undersøkt hvordan informantene presenterer seg selv på Tinder, hvordan de vurderer andre brukeres selvpresentasjon, samt om Tinderbruken har noen implikasjoner for informantene. I dette siste kapittelet vil jeg presentere hovedfunn, konklusjon, teoretisk diskusjon og forslag til videre forskning.

### 7.1 Hovedfunn

Det første forskningsspørsmålet er: *hvordan presenterer en seg selv på Tinder?*

Gjennom å laste opp bilder med kulisser, utsmykking og rekvisita mener informantene at deres personlighet og interesser synliggjøres. De reflekterer over hvordan de ønsker å presentere seg, og vil unngå å gi et feilaktig inntrykk. Informantene mener at de har større kontroll ved inntryksstyring på Tinder, enn ved kommunikasjon ansikt til ansikt.

Selvpresentasjonen blir også formet ut fra hva de oppfatter som sosialt definert attraktivt. Profilbildet regnes som det viktigste ved deres selvpresentasjon, mens profilttekst er lite viktig. Chatten er av betydning for videre selvpresentasjon, der bruk av smileansikt og symboler er viktig for å bli forstått på en ønskelig måte.

Studiens andre forskningsspørsmål er: *Hvordan vurderer brukere andres selvpresentasjon på Tinder?* Informantene benytter seg av informasjon gitt gjennom de ulike funksjonene på Tinder når de vurderer andre brukere. Bildet er også viktigst i evaluering av andres selvpresentasjon. Informantene baserer seg primært på førsteinntrykket om fysisk tiltrekning ut fra utseende, for senere å ta i betraktning annen informasjon gitt gjennom profilen. De bruker ofte bare noen få sekunder før de tar et valg om å like eller å ikke like en annen profil. Evalueringen er preget av individuelle strategier for en effektiv sortering av profilene. Misrepresentasjon via bilder oppfattes som lite akseptert og egne evalueringsstrategier benyttes for å avsløre dette. Chat-feltet er avgjørende for om informantene kan tenke seg å møte en annen bruker eller ikke. De vurderer andre brukere i to omganger, først ut fra bilder og fysisk tiltrekning, deretter ut fra chatten, som legges til grunn for å vurdere brukernes personlighet. Informantene beskriver også chatten som en trygg arena, hvor de kan vurdere andre brukere, og fjerne seg fra situasjonen ved å slette den andre brukeren om ønskelig, uten

ubehagelige sanksjoner. Kommunikasjonens form i chat-feltet, som feilstavelser eller dialekt, blir også lagt vekt på i vurderingen av andre brukere.

Studiens tredje forskningsspørsmål er *Hvilken implikasjoner har bruken av appen?*

Informantene påpeker ulike implikasjoner ved bruken av Tinder. Den første implikasjonen som følger av Tinder er at informantene opplever en økt grad av objektivisering, konkurranse og industrialisert dating. Dette kan føre til at Tinderbrukere opplever seg selv og andre brukere som et *produkt i et datingmarked*. En opplevd konsekvens av Tinder er at appen har *normalisert nettdating* for unge brukere, og at den fungerer som en *arena med egne normer*: informantene *flørter mer*, spesielt i hverdagen. I tillegg er de begynt å *gå på date*, *dater mer* og oppfatter en date fra Tinder som *uhøytidelig*, noe som kan reflektere en ny datingkultur.

Jeg vil også presisere at alle erfaringer ved Tinderbruken ikke er ny. Informantene presiserer at de tilhører en generasjon som lenge har benyttet seg av sosiale media, og flere *har tidligere flørtet* gjennom teknologi og ulike nettsamfunn. De påpeker også at Tinder ikke er så ulik annen teknologi de benytter seg av i hverdagen. Dette viser at Tinder kan appellere til unge brukere fordi de sitter på en kulturell, teknologisk kapital som lett overføres til datingappen. Denne kapitalen inngår i informantenes habitus, fordi tidligere bruk av teknologi og sosiale medier har bidratt med tillærte handlemåter og tolkningsmønstre, som er dannet gjennom tidligere praktisk virksomhet. Samtidig er det viktig å bemerke seg at studiens utvalg ikke er representativt, og kan derfor ikke generaliseres.

## **7.2 Konklusjon**

Studiens hovedproblemstilling lyder: *Hvordan bruker unge voksne Tinder, og hvilke implikasjoner har bruken av appen?*

Innenfor det sosiale feltet Tinder, presenterer brukerne seg selv og vurderer andre brukeres selvpresentasjon. Tinder som arena for selvpresentasjon, vurdering og kommunikasjon fører også til implikasjoner for informantene og datingkulturen.

Selvpresentasjonen blir utført gjennom Tinders ulike funksjoner. Dette er primært gjennom *bilder og chat*. Profilbildet regnes som den viktigste arenaen for selvpresentasjon, spesielt fordi det oppfattes som hovedkilde til informasjon og fordi det danner andre brukeres

førsteintrykk. Informantene ønsker også å presentere seg selv fra sin beste side, men vil samtidig unngå misrepresentasjon som lett kan avsløres ved et eventuelt møte. Denne forventningen om et møte vil dermed føre til en mer sannferdig presentasjon av brukeren.

Det teknologiske aspektet ved Tinder muliggjør en mer kontrollert form for inntrykksstyring enn ved samhandling utenfor Tinder. Det er viktig for informantene å vise ulike egenskaper ved seg selv. *Utsmykking, kulisser og rekvisita* blir aktivt brukt for å vise egen identitet, personlighet, hobbyer og interesser. Selvpresentasjonen som blir valgt, er påvirket av hva som er sosialt definerte attraktive kvaliteter innenfor Tinder-feltet. Å presentere en attraktiv Tinderprofil viser at brukeren besitter kulturell kapital, med kunnskaper som tillegges verdi innenfor dette feltet. Den kulturelle kapitalen kan gi økt sosial kapital i form av match.

Chat-feltet fungerer som en arena for vurdering av brukere og bekreftelse. Smileansikt anses som viktig i formidlingen av kommunikasjon i chatten, fordi elementet vil fungere som en erstatning for kroppsspråk. Mangel på smileansikt og tegn kan føre til forvirring og misforståelser i tillegg til sanksjonering av de som ikke forstår de aktuelle sosiale kodene.

Fotografiet viser seg å være den viktigste indikatoren for førsteinntrykk, fysisk attraksjon og avgjørelse om å trykke liker eller ikke på en annen bruker. Vurderingsstrategier blir benyttet for en effektiv vurdering, for å avsløre usannheter, samt lite attraktive egenskaper.

Chatten fungerer som vurderingsgrunnlag for en avgjørelse om å møtes utenfor Tinder. Informantene foretrekker å vurdere en bruker i chat-feltet forut for et møte, for å tilegne seg mer informasjon, vurdere kapabilitet og fordi kommunikasjonen lett kan avsluttes uten sanksjoner fra den andre brukeren. Kommunikasjonens form anses også som viktig, og viser til en vurdering av brukerens kapitalformer.

Tinders implikasjoner for datingkulturen, er at brukerne kan oppfatte seg selv og andre som en vare på et datingmarked. Informantene uttrykker en økt grad av objektivisering, konkurranse og industrialisert dating som underbygger dette argumentet. Tinder oppfattes som vanlig og akseptert, noe som kan vise til en normendring, hvor teknologisk dating normaliseres. Tinder kan også forstås som et felt med egne normer for interaksjon. Disse normene gir implikasjoner for informantene, ved at de flørter mer, går på date og dater mer.

Studien er basert på et ikke-representativt utvalg informanter. Resultatet kan derfor ikke generaliseres, men heller gi et grunnlag for videre forskning på Tinder.

### 7.3 Teoretisk diskusjon

Jeg har i denne studien presentert en forståelse av unge voksnes utforming av egen selvpresentasjon og vurdering av andres selvpresentasjon. Dette har jeg gjort med bakgrunn i teori fra Goffman (1992) og Bourdieu (1986). Her vil jeg kort vise hvordan disse teoriene har kommet til nytte.

Jeg har valgt å utforske selvpresentasjon på Tinder, ved å se på Tinder som et *sosialt felt*. Bourdieus (1986) begrep *kulturell kapital* har vært nyttig i diskusjonen hvor Tinderbrukerne sitter på kunnskaper som kan brukes som en ressurs på Tinder. Dette kan være kunnskaper om hva som regnes som sosialt definert attraktivt eller om sosiale koder og normer på Tinder. *Sosial kapital* har vært et middel for å beskrive et mål ved bruken av appen. Dette fordi appen bidrar til interaksjon og kontakt med fremmede, noe som kan skape nye sosiale relasjoner, og dermed også en økt *sosial kapital*. *Kulturell kapital* vil kunne bidra til at en er en mer attraktiv Tinderbruker, og derfor også føre til en høyere *sosial kapital*. *Habitusbegrepet* til Bourdieu har også bidratt til å forklare hvordan kunnskaper og handlemåter fra eksisterende teknologi kan videreføres til Tinder. *Lingvistisk kapital* forklarer språklige egenskaper som informantene vurderer som viktig i chat-feltet. *Symbolisk kapital* er også benyttet for å beskrive bruk av symboler som informantene anerkjenner og tillegger verdi ved andre brukeres selvpresentasjon.

Innenfor det sosiale feltet Tinder, har Goffmans (1992) begrep *selvpresentasjon* og *inntrykksstyring* har vært sentrale, og vist seg å være nyttig i undersøkelsen. Informantene har fokus på at bildene, uttrykksmåtene, personlig informasjon og at profilen som helhet presenterer dem slik de ønsker å bli oppfattet. Også begrepet *front stage* har vært nyttig. *Front stage* er hvor inntrykksstyringen skjer på Tinder, og er dermed hovedsakelig Tinderbrukerens profil. Begrepet *misrepresentasjon* har også vært viktig for å forklare hvor viktig det er for informantene å vise et sannferdig inntrykk av seg selv, samt deres forventninger om en sannferdig selvpresentasjon fra andre. *Idealisering* har bidratt med å forklare aspekter hvor Tinderbrukerne presenterer en idealisert versjon av seg selv der samfunnets verdier inkorporeres. Goffmans (1992) begreper *form*, *utsmykking kulisser* og *rekvisita* har vært

sentrale i beskrivelsen av virkemidler i informantenes selvpresentasjon og i forklaringen av egenskaper som legges fokus på ved andres selvpresentasjon.

Til slutt har teori om normer bidratt til å forklare hva som er akseptert og mindre akseptert på Tinder og utenfor Tinder. Det har også bidratt til å forklare endringer og ulikheter ved Tinder og ansikt til ansikt kommunikasjon.

I studien oppdaget jeg egenskaper ved digital selvpresentasjon jeg på forhånd ikke hadde tenkt over. En av dem var at informantene fokuserte på kommunikasjonens form ved andres selvpresentasjon. kommunikasjon som ikke bevisst blir presentert, som for eksempel skrivefeil anses som viktig. Her ville Goffmans begreper om inntrykk som er ”given” og ”given off” kunne vært aktuelt for å forklare inntrykk som ubevisst presenteres på Tinder.

#### **7.4 Videre forskning**

I denne studien er det kommet fram at Tinderbrukerne går på stevnemøter. Disse stevnemøtene kan være et tema som kan utforskes videre, for eksempel ved å undersøke normer ved dating. En slik studie vil kunne belyses ut fra kvalitative intervjuer.

Denne studien har fokusert på unge voksnes bruk av Tinder som arena for selvpresentasjon og vurdering av andres selvpresentasjon. Et interessant tema for videre forskning kan være selvpresentasjon etter kjønn via Tinder. Det ville også vært spennende å sett på andre aldersgruppers selvpresentasjon, for å se ulikheter mellom yngre og eldre aldersgrupper. Klassetilhørighet for selvpresentasjon er et tredje perspektiv som kunne vært interessant. For å undersøke om det eksisterer kjønnsmessige, aldersmessige eller klassemessige ulikheter i Tinderbrukernes selvpresentasjon vil en kvantitativ statistisk spørreundersøkelse være hensiktsmessig. Ved en slik undersøkelse vil også resultatene kunne generaliseres til populasjonen.



## LITTERATURLISTE

Aftenposten (2014): "Deler du bilder i sosiale medier?" 02.04. Hentet 23.01.2015, fra: <http://www.adressa.no/forbruker/article9441729.ece>

Beck, U. (2007). *Beyond class and nation: reframing social inequalities in a globalizing world*. The British Journal of Sociology, 58(4):679-705.

Berger, Peter L. & Luckmann, Thomas(1966): *The Social Construction of Reality*. Doubleday Anchor. New York.

Bourdieu, Pierre (1986). The forms of capital I: Richardson, J.G (edt): *Handbook of Theory and Research in the Sociology of Education*. New York: Greenwood Press.

Bourdieu, Pierre og Jean Claude Passeron, (1990) *Reproduction in Education, Society and Culture*, Sage Publications Inc, ISBN 0-8039-8320-4

Bourdieu, P. and Eagleton, T. (1992). *Doxa and common life*. *New Left Review*, 199, 111–121.

Bourdieu, P. (1993). *Sociology in Question*. Cambridge: Sage Publication.

Bourdieu, P, Østeberg, D., Prieur, A., & Barth, T. (1995). *Distinksjonen: en sosiologisk kritikk av dømmekraften*. Oslo: Pax

Bourdieu, P. & Wacquant , L.J.D. (1996): *Refleksiv sosiologi: mål og midler*. København: Hans Reitzel.

Digital Marketing Ramble (2015). By the numbers: *17 impressive Tinder statistics*. Hentet 26.06.15 fra: <http://expandedramblings.com/index.php/tinder-statistics/>

Donn, J. E., & Sherman, R. C. (2002). *Attitudes and practices regarding the formation of romantic relationships on the Internet*. *CyberPsychology & Behavior*, 5, 107– 123.

Donath, J.S (1999): *Identity an deception in the virtual community*. In M.A. Smith & P. Kollock (Eds.), *Communities in Cyberspace*. New York: Routledge.

Ellison, Nicole. Heino, Rebecca. Gibbs, Jennifer (2006). Managing Impressions Online: Self-Presentation. Processes in the Online Dating Environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 11(2). pp 415–441,

Finkel, E., Eastwick, P., Karney, B., Reis, H., & Sprecher, S. (2012). *Online Dating: A Critical Analysis From the Perspective of Psychological Science*. Psychological Science In The Public Interest

Frønes, I. (2000) *På sporet av den nye tid; kulturelle varsler for en nær fremtid*. Bergen: Fagbokforlaget.

- Gajadhar, Joan & Green, John (2005) *The importance of Nonverbal Elements in Online Chat*. Educause review online.
- Gigaom (2014) *Tinder should expand beyond dating, but not with ephemeral photos*. Artikkel 05.06
- Goffman, Erving (1959) *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday: Garden City, New York
- Goffman, Erving (1992) *Vårt rollespill til daglig*. Oversatt av Kari og Kjell Risvik. Oslo: Pax Forlag.
- Hammer, T og Hyggen, C. (2013) *Ung voksen og utenfor. Mestring og marginalitet på vei til voksenlivet*. Oslo: Gyldendal Akademiske.
- Hancock, Jeffrey T. Toma, Catalina. Ellison, Nicole (2007): *The truth about lying in online dating profiles*. CHI '07 Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems. pp. 449-452
- Haugholt, Moen og Røisland (2011): *"Sukker; mediet for å finne kjærligheten."* Trondheim: NTNU
- Hochschild, Arlie (2011): *"Emotional life on the market frontier"*. Annual Review of sociology, 37, pp.21-33.  
<http://www.annualreviews.org/doi/full/10.1146/annurev-soc-081309-150137>
- Homans, George. C (1961). *Social behavior: its elementary forms*. Brace & World. New York: Harcourt,
- Håkansson, Jesper & Rosén (2014): *"Tinder: Från nätkontakt till närkontakt?" Hur utformingen och användandet av Tinder påverkat normer och beteenden avseende nätdejting bland unga vuxna*. Södertörns högskola.
- Illouz, Eva (2007): *"Romantic webs", cold intimacies. The making of emotional capitalism*. Polity press: Cambridge & Malden.
- Jessica L. James (2015): *Mobile dating in the digital age: Computer-mediated communication and relationship building on Tinder*. Texas State University : USA
- Joas, H., & Knöbl, W. (2009). *Social theory: twenty introductory lectures*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Johanessen, A., Tufte, P.A & Christoffersen, L.(2010): *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. Abstrakt forlag. Oslo
- Järvinen, M. (2007). Pierre Bourdieu. I H. Andersen, og L. Kaspersen (Red.), *Klassisk og moderne samfundsteori* (side 354-366). København: Hans Reitzels Forlag.

Lou, Shanhong & Zhang, Guangjian (2009): *"What leads to Romantic Attraction: Similarity, Reciprocity, Security, or Beauty? Evidence From a Speed-Dating Study"*. Universitu of North Carolina at Wilmington & University of Notre Dame. Journal of Personlaity.

Martinussen, Willy (2008): *Samfunnsliv*. Oslo: Universitetsforlaget.

Martinussen, Willy (1991): *Sosiologisk analyse*. Oslo: Universitetsforlaget.

Metronet (2014): *Statistikk sosiale medier 2014*. Hentet 20.06.2015, fra: <https://metronet.no/statistikk-sosiale-medier-2014/>

Nergård, Truls & Olsen, Rune (2014): *"Studentenes helse- og trivselsundersøkelse"*. TNS Gallup

New York Times (2014): *"Tinder, the Fast-Growing Dating App, Taps an Age-Old Truth."* 29.10. Hentet 02.01.2015, fra: [http://www.nytimes.com/2014/10/30/fashion/tinder-the-fast-growing-dating-app-taps-an-age-old-truth.html?\\_r=5&ncid=txtlnkusaolp00000618](http://www.nytimes.com/2014/10/30/fashion/tinder-the-fast-growing-dating-app-taps-an-age-old-truth.html?_r=5&ncid=txtlnkusaolp00000618)

Quiroz, Pamela Anne (2013): *"From Finding the Perfect Love Online to satellite Dating and "Loving-the-One-You're Near": A Look at Grindr, Skout, Plenty of Fish, Meet Moi, Zoosk and Assisted Serendipity"*. SAGE. University of Illinois-Chicago. USA.

Rjukan, Torfinn Hansen (2009) *Prosjekt perfekt: Fysisk aktivitet, kroppsideal og kroppsbilde blant norske 18-19 åringer*. Telemark open research archive.

Robson, Colin (2002) : *Real world research*. Second edition. Blachwell Publishing.

Schiefloe, Per Morten (2010) *Mennesker og samfunn*. Innføring i sosiologisk forståelse. Bergen: Fagbokforlaget.

Seefeldt, Ben. (2014). *Tinder Interaction Messages*. Department of Computer Science University of Illinois

Silverman, David (2010): *Doing qualitative research*. Third edition. Sage publications.

Smith, A., & Duggan, M. (2013) *Online Dating & Relationships*. 20.10. Hentet 26.09.14, fra: <http://www.pewinternet.org/2013/10/21/online-dating-relationships/>.

Skog, Berit (2011): *"Smilefjeset som symbol"* Berit Skogs Blogg. Forskning.no 10.01 Hentet 15.05.15, fra: <http://forskning.no/content/smilefjeset-som-symbol>

Skog, Berit (2014): *Spørreundersøkelse under Forskningsdagene NTNU*. Rapport ISS/NTNU.

Sullivan, Danny (2014): *Tinder: Now Doing 750 Million Swipes & 10 Million Matches Per Day*. Marketing Land. 27.02. Hentet 03.10.14 fra: <http://marketingland.com/founders-whisper-tinder-75424>

Thagaard, Tove (2009): *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode*, 3. Utgave. Fagbokforlaget. Bergen (S,11-12)

Tidwell, L. C., & Walther, J. B (2002): *Computer-mediated communication effects on disclosure, impressions, and interpersonal evaluations: Getting to know one another a bit at a time*. Human Communication research.

Toma, C., Hancock, J. T., & Ellison, N. (2008). *Separating fact from fiction: An examination of deceptive self-presentation in online dating profiles*. *Personality and Social Psychology Bulletin*,

Walster, E., Aronson, V., Abrahams, D., & Rottmann, L. (1966) : *Importance of physical attractiveness in dating behavior*. *Journal of Personality and Social Psychology*.

Whitty, Monica T. (2007): *"The Art of Selling One's Self on an Online Dating Site: The BAR Approach."* I Monica T. Whitty, Andrea J. Baker og James A. Inman (red.) *Inline matchmaking*. Houndmills: Palgrave Macmillan.

Wilken, L., & Andreassen, V. F. (2008). *Pierre Bourdieu*. Trondheim: Tapir akademisk forl.

Wills, Janine & Todorov, Alexander (2006) *First Impressions. Making Up Your Mind After a 100-ms Exposure to a Face*. Assosiation for Psychological Science.

Zytko, Doug, Grandi, Sukeshini A., Jones, Quentin (2014) *Impression Management Struggles in Online Dating*. New Jersey Institute of Technology

Østerberg, Dag (1991): *Sosiologiens nøkkelbegreper og deres opprinnelse*. J. W Cappelens Forlag a.s. Trondheim.

## **Tabeller og figurer**

TABELL 1 OVERSIKT OVER STUDIENS INFORMANTER .....	26
FIGUR 1 ILLUSTRASJON AV EN TINDERPROFIL .....	4
FIGUR 2 ILLUSTRASJON AV EN OPPDAGELSESINNSTILLINGER .....	5
FIGUR 3 ILLUSTRASJON AV EN MATCH .....	6

## VEDLEGG

### Vedlegg 1, Informasjonsbrev og samtykkeerklæring til informanter.

#### Informasjonsskriv og samtykkeerklæring

Jeg er masterstudent i sosiologi på NTNU og jobber nå med min masteroppgave. Tinder er et nytt digitalt fenomen som er blitt forsket lite på. Appen har fått mange aktive brukere i Norge. Dette har fengst min interesse for hvordan denne teknologien brukes og eventuelle endringer som følger av dette. Min overordnede problemstilling stiller spørsmål ved hvordan Tinder blir brukt, og om bruken av Tinder fører til endringer i hvordan vi søker etter en romantisk, seksuell eller vennskapelig partner.

Jeg vil også undersøke hvordan man presenterer seg selv på Tinder ved hjelp av de virkemidlene som er til stede og hvordan man evaluerer andre brukere på bakgrunn av en Tinderprofil. Til sist vil jeg se nærmere på hvordan Tinder brukes for å oppnå sosiale relasjoner, og om appen forandrer noe ved hvordan vi oppretter disse sosiale relasjonene både på Tinder og utenfor appen.

For å finne ut av dette vil jeg intervju ca. 12 personer som er brukere av Tinder i byen Trondheim, mellom 20-30 år og som i tillegg er studenter. Intervjuet vil vare i ca. 1 time.

Spørsmålene vil dreie seg om Tinder, hvordan du bruker Tinder, hvorfor du bruker Tinder, tidsbruk på Tinder, om din profil, hvordan chat-feltet blir brukt, normer på Tinder, eventuelle endringer som følge av Tinder etc. På grunnlag av dette vil jeg se hvordan man bruker Tinder i hverdagen, hvordan man fremstiller seg gjennom en slik profil og eventuelle konsekvenser av Tinder.

Jeg vil bruke båndopptaker og ta notater når intervjuet blir gjennomført, og vi blir sammen enige om tid og sted.

Intervjuet er frivillig, og du har mulighet til å trekke deg når som helst underveis, uten å måtte begrunne dette nærmere. Dersom du trekker deg vil data om deg bli slettet. Opplysningene vil bli behandlet konfidensielt, og ingen enkeltpersoner vil kunne kjennes igjen i den ferdige oppgaven. Opplysninger gitt anonymiseres og opptakene slettes etter oppgavens slutt. Prosjektet skal etter planen avsluttes 30.05.15

Dersom du vil være med på et intervju, er det fint om du skriver under på den vedlagte samtykkeerklæringen.

Hvis det er noe du lurer på, eller du ønsker å delta på intervjuet kan du ringe meg eller sende en SMS på 98859207.

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste A/S

Mvh. Mathilde Dagsvik Ottesen

## SAMTYKKEERKLÆRING

Jeg har mottatt og forstått informasjon om studien av Tinder og ønsker å gjennomføre et intervju på bakgrunn av dette. Jeg samtykker også til at informasjonen blir brukt som data i masteroppgaven.

Dato \_\_\_\_\_

Signatur \_\_\_\_\_

## Vedlegg 2, Intervjuguide

### INTERVJUGUIDE

Hei, jeg heter Mathilde og holder på med min masteroppgave gjennom institutt for sosiologi og statsvitenskap ved NTNU. Jeg skal undersøke hvordan unge voksne presenterer seg selv på Tinder, i tillegg til hvordan de vurderer andre Tinderbrukere. Alt som blir sagt under intervjuet er konfidensielt, og du vil anonymiseres i oppgaven. Du kan trekke deg både før, under og etter intervjuet, om du ombestemmer deg og ikke vil delta i undersøkelsen likevell. Er det greit om jeg bruker båndopptaker under intervjuet?

#### Bakgrunnsspørsmål

1. Hvor gammel er du?:
2. Hvor lenge har du vært bruker av Tinder?
3. Hva førte til at du opprettet en profil på Tinder?
4. Hva gjør du når du er på Tinder?
5. Har bruken eller hensikten med bruken av Tinder forandret seg fra du opprettet profil til i dag?
6. Hva håper du eventuelt å oppnå ved bruken av Tinder?
7. Hvorfor tror du Tinder er så populært?
8. Benytter du deg av andre datingtjenester? Hvilke?

#### Tidsbruk

1. Hvor ofte er du på Tinder?
2. Når på døgnet er du på Tinder?
3. Hvor ofte, og hvor mange skriver du typisk med på Tinder?
4. Hvor lang tid bruker du for å evaluere hver profil?

#### Sortering

1. Er det spesifikke egenskaper ved en profil du typisk avslår?
2. Hva ser du på som attraktivt i en tinder-profil? Samsvarer dette med profilene du typisk "liker"?



3. Hva legger du størst vekt på i evalueringen av en profil?
4. Har du møtt noen fra Tinder ansikt-til-ansikt?
  - Hvor mange?
  - Hvor?
  - Hvordan gikk det?
5. Hva skal til for å gå med på et ansikt-til-ansikt møte?
6. Har du noen gang avslått noen etter en match? Hvis ja : Hvordan? Hvorfor?
7. Har du noen følt deg avslått etter en match? Hvis ja: Hvordan? Hvordan følte du deg etterpå?

### Profilen

1. Har du profilbilder? – hvis ja, hvor mange?
2. Hva ønsker du vise gjennom de utvalgte bildene?
3. Har du noen gang byttet profilbilde? Hvis ja, hvorfor?
4. Viser profilen din hva du er ute etter å oppnå ved bruken av Tinder? Evt. Hvordan?
5. Har du tekst på profilen din?
  - Evt. Hva har du skrevet?
  - Hva er grunnen til at du har valgt å skrive tekst?
  - Hva er grunnen til at du ikke har valgt å skrive tekst?
6. Hvor viktig er det at man er ærlig i sin profil? Hvorfor?

### Chatt

1. Bruker du chat feltet?
  - Hvordan bruker du chat feltet?
2. Er det typiske samtaletema som går igjen?
3. Hva skal til for at du opprettholder interaksjon i chat-feltet?
4. Opplever du noen vanskeligheter ved bruk av chat?
5. Hvilken fordeler (om noen) finnes ved bruk av chat?
6. Har det hendt at en samtale har avsluttet i chaten?
  - Hvem avsluttet samtalen?
  - Hvorfor avsluttet samtalen?

### ”Snaps”

1. Benytter du deg av de midlertidige bildene? Hvorfor/hvorfor ikke?
2. Gir bruken av slike bilder deg en økt interesse for bildetakeren?
3. Har du noen gang startet en samtale på bakgrunn av slike bilder?
4. Gir bruk av slike bilder noen fordeler eller ulemper?

### Stigma

1. Er det flaut å bruke Tinder i dag? Kan du utdype dette?
2. Har du fått kommentarer fra ikke-brukere rundt bruken av tinder? Evt. Hva?
3. Finnes det en forskjell mellom bruk av nettdating og Tinder med tanke på tabù?

### Normer

1. Finnes det normer på hvem som skal ta kontakt først i chat feltet?
2. Finnes det en regel for hvem som skal foreslå et evt. Møte ansikt-til-ansikt?
3. Finnes det en norm for hvor man skal møtes ved et eventuelt ansikt-til ansikt møte?
4. Finnes det en norm for hva en skal skrive i chaten?
5. Finnes det spesifikke normer for kjønn på Tinder? Hva er disse?

### Endringer som følge av Tinder-bruk

1. Har Tinder endret måten du møter nye mennesker? Hvordan?
2. Har Tinder endret opprettelsen av interaksjon utenfor appen?
  - Sjekker du opp eller flørter i like stor grad utenfor appen nå som før? Evt. Hvorfor?
3. Har Tinder gjort det lettere å flørte? Forklar.
4. Har få match eller å bli avslått på Tinder hindret deg i å søke kontakt utenfor appen? Kan du utdype dette?
5. Har få match eller å bli avslått hindret deg i å trykke ”liker” eller å skrive til noen du er interessert i på Tinder?

6. Har Tinder ført til at det er lettere å få kontakt med nye mennesker i Norge? Hvordan?
7. Har Tinder endret noen handlingsmønstre ved nordmenn? Fortell?
8. Gir Tinder noe som ikke andre datingtjenester gir? Hva?

#### Avrundning

1. Er det noe mer du ønsker å tilføye om din Tinder-bruk?
2. Oppsummering med muligheter for utdypning.

**Tusen Takk for at du tok deg tid til å komme på intervju!**

## Vedlegg 3, Godkjenning fra personvernombudet

### Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS

NORWEGIAN SOCIAL SCIENCE DATA SERVICES



Harald Hårfagres gate 29  
N-5007 Bergen  
Norway  
Tel: +47-55 58 21 17  
Fax: +47-55 58 96 50  
nsd@nsd.uib.no  
www.nsd.uib.no  
Org.nr. 985 321 884

Berit Skog  
Institutt for sosiologi og statsvitenskap NTNU  
Dragvoll  
7491 TRONDHEIM

Vår dato: 05.03.2015

Vår ref: 42154 / 3 / AMS

Deres dato:

Deres ref:

#### TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 10.02.2015. Meldingen gjelder prosjektet:

<i>42154</i>	<i>Tinder og digital sjekking</i>
<i>Behandlingsansvarlig</i>	<i>NTNU, ved institusjonens øverste leder</i>
<i>Daglig ansvarlig</i>	<i>Berit Skog</i>
<i>Student</i>	<i>Mathilde Dagsvik Ottesen</i>

Personvernombudet har vurdert prosjektet, og finner at behandlingen av personopplysninger vil være regulert av § 7-27 i personopplysningsforskriften. Personvernombudet tilrår at prosjektet gjennomføres.

Personvernombudets tilråding forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldeskjemaet, korrespondanse med ombudet, ombudets kommentarer samt personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.

Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget skjema, <http://www.nsd.uib.no/personvern/meldeplikt/skjema.html>. Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet.

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://pvo.nsd.no/prosjekt>.

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 31.05.2015, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen

Katrine Utaaker Segadal

Anne-Mette Somby

Kontaktperson: Anne-Mette Somby tlf: 55 58 24 10

Vedlegg: Prosjektvurdering

*Dokumentet er elektronisk produsert og godkjent ved NSDs rutiner for elektronisk godkjenning.*

*Awdelingskontorer / District Offices:*

OSLO: NSD, Universitetet i Oslo, Postboks 1055 Blindern, 0316 Oslo. Tel: +47-22 85 52 11. nsd@uio.no  
TRONDHEIM: NSD, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, 7491 Trondheim. Tel: +47-73 59 19 07. kyrr.svarva@svt.ntnu.no  
TROMSØ: NSD, SVF, Universitetet i Tromsø, 9037 Tromsø. Tel: +47-77 64 43 36. nsdmaa@sv.uit.no



### Prosjektvurdering - Kommentar

---

Prosjektnr: 42154

#### FORMÅL

Formålet er å se nærmere på hvordan Tinder er blitt tatt i bruk, hvordan Tinder gjøres og om appen har ført til noen endringer.

#### INFORMASJON OG SAMTYKKE

Utvalget informeres skriftlig om prosjektet og samtykker til deltakelse. Informasjonsskrivet er godt utformet.

#### SENSITIVE OPPLYSNINGER

På grunn av prosjektets formål har ombudet tatt høyde for at det behandles sensitive personopplysninger om seksuelle forhold.

#### INFORMASJONSSIKKERHET

Personvernombudet legger til grunn at forsker etterfølger NTNU sine interne rutiner for datasikkerhet. Dersom personopplysninger skal lagres på privat pc/mobile enheter, bør opplysningene krypteres tilstrekkelig.

#### PROSJEKTSLUTT OG ANONYMISERING

Forventet prosjektslutt er 31.05.2015. Ifølge prosjektmeldingen skal innsamlede opplysninger da anonymiseres. Anonymisering innebærer å bearbeide datamaterialet slik at ingen enkeltpersoner kan gjenkjennes. Det gjøres ved å:

- slette direkte personopplysninger (som navn/koblingsnøkkel)
- slette/omskrive indirekte personopplysninger (identifiserende sammenstilling av bakgrunnsopplysninger som f.eks. bosted/arbeidssted, alder og kjønn)
- slette lydopptak