

# **Online dating og valfridommens paradoks**

**Når tilgang til all fisk i havet endar i ingenting.**

Stud.Psychol Halldis Krossøy

Rettleiar: Britt-Marie Drottz-Sjöberg

Hovudoppgåve i profesjonsstudiet i psykologi ved NTNU



## SAMANDRAG

Online dating har i løpet av kort tid revolusjonert korleis folk søker romantiske partnarar og initierer relasjonar med dei, og sjekking og dating har gjennomgått ein stor forandringsprosess som fylgje av ny teknologi og tenester. Med omsyn til å initiere og forme romantiske relasjonar, opnar internett og datingtenester opp for å nå ut til uendeleg mange potensielle partnarar. Det vert stilt spørsmål om det å ha fleire alternativ å velja mellom er ein eintydig god ting, eller om det nokon gong kan vera for mange val. Valbelastingshypotesar stipulerer at auking i talet på alternativ kan leia til uheldige konsekvensar, inkludert nedgang i motivasjon for å velja, til å forplikta seg til eit val, eller å ta eit val i det heile. Det kan gje ein nedgang i styrken på preferansar og tilfredsheit med det valde alternativet, og ein auke i negative emosjonar, inkludert skuffelse og anger. Oppgåva er ei teoretisk betrakning av prediktorar og konsekvensar for valbelastning ved bruk av datingtenester, og undersøker kva som skjer med individ når dei står ovanfor eit stort utval av potensielle partnarar. Kan faktorar identifisert kring valbelastning forklara kvifor tilgang til all fisk i datinghavet, i nokre tilfeller endar i ingenting? Identifiserte ytre prediktorar for valbelastning, slik som beslutninga si vanskelegheitsgrad og kor komplekst utvalet er, og indre prediktorar, som preferanseusikkerheit, beslutningsmål og maksimeringstendensar, vert undersøkt opp mot online dating. Fastslåtte åtferdskonsekvensar, som t.d auka innsats og valunngåelse, og subjektive tilstandar hjå avgjerdstakaren, t.d anger og høge forventningar, vert også testa i relasjon til bruken av datingtenester. Teoretiske forklaringar på valbelastinga vert diskutert, blant anna knytta til informasjonsbelastninga, konflikter og trade-offs som kjem med store utval. Fram til no har empiriske undersøkingar av valbelastning primært vore begrensa til konsumentdomenet. Oppgåva freistar å gje eit bidrag til refleksjon kring korleis det å ha tilgang til eit stort utval av partnarar påverkar prosessar knytta til det å skulla velja ein partnar, og tar med betraktningar som er særskilte for ein relasjonell kontekst og ved val av partnar. Betraktningane viser preliminare parallellar som kan indikera at valbelastning også kan manifestera seg ved val av partnar, ved å syna at tidlegare identifiserte prediktorar og konsekvensar for valbelastning også kan vera gjeldande her.



## FORORD

I 2013 såg eg filmen HER, ein romantisk science fiction-film om vårt forhold til teknologi, kjærlyghet og trua på noko større enn oss sjølv. Hovudpersonen går til innkjøp av verdas fyrste sjølvbevisste operativsystem, og vert forelska i Samantha, ei kvinne med ein sterk og sjarmerande personlegdom som utviklar seg i tankt med erfaringane sine. Filmen skildrar korleis mobiltelefonar, sosiale medier og smartsystem endrar premisset for sosial og fysisk kontakt mellom menneske. Denne oppgåva heldt seg i notid, men forholdet mellom menneske og teknologi består, saman med undringar kring korleis pardanning og parforhold vert forma av tida me lever i. Som observatør og deltakar i ein endrande datingkultur, assistert av tenester og digitale hjelpemiddel, har det vore interessant å fordjupa seg fagleg innanfor denne tematikken. Desse siste tastetrykka markerer innlevering av oppgåva og avslutning på tida som psykologistudent. Vegen mot innlevering har vore lang og krokete, og eg har vore innom fleire omvegar og blindvegar, før endeleg problemstilling og oppgåve tok form. Men no er dagen her, då oppgåva skal sendast til trykk og eg skal ta fatt på nye spennande gjeremål.

Eg vil takka Britt-Marie Drottz Sjøberg for å ha sett potensiale der eg berre har sett kaos, og for det kampinduserande rådet: «bruk frustrasjon som ei drivkraft og ikkje lat det gå over i fortvilelse». Eg vil takka Bente Lømo, ein hjelpsom og klok kollega, som leia meg inn på rett veg når eg hadde gått meg vill. Sissel Gran, takk for gode tilbakemeldingar i innspurten og for at du usett fatta interesse for arbeidet mitt. Takk til Fredrik Pedersen, for å ha gitt meg ein fin balanse mellom motivasjon til vidare jobbing og distraksjon frå arbeidet. Saman er ein mindre aleine, og veggen mot innlevering vert lettare å gå! Takk skal de ha.

Halldis Krossøy



# INNHALDSFORTEGNING

<b>INNLEIING.....</b>	<b>1</b>
Online dating og behovet for assistert pardanning.....	3
Tilgang.....	5
Avklaringar kring oppgåva.....	6
Avgrensing.....	6
Framgangsmåte.....	8
<b>TEORETISK RAMME.....</b>	<b>9</b>
Valfridommens paradoks.....	9
Valbelastning.....	11
Prediktorar for valbelastning.....	13
Ytre faktorar.....	13
Beslutninga si vanskegrad.....	13
Tidsbegrensning.....	14
Ansvar for beslutninga.....	14
Talet på attributtar.....	15
Presentasjonsformat.....	15
Kompleksiteten til utvalet.....	16
Dominant alternativ.....	16
Moglegheiter for samanlikning.....	17
Indre faktorar.....	18
Preferanseusikkerheit.....	18
Ekspertise.....	18
Artikulert preferanse.....	20
Mål for beslutninga.....	21
Maksimeringstendensar.....	22
Konsekvensar.....	25
Subjektive tilstandar.....	25
Anger.....	25
Høge forventningar.....	26
Åtferdskonsekvensar.....	28
Auka innsats.....	28
Valungåing.....	29
Teoretiske forklaringar.....	30
Konflikt og trade-off-aversjon.....	31

Informasjonsbelastning.....	32
Byte av strategi.....	33
Selektivitet.....	34
Manglande adaptasjon.....	35
Menneskeleg evolusjon.....	35
<b>DISKUSJON.....</b>	<b>37</b>
Implikasjonar.....	38
Teoretiske implikasjonar.....	38
Val av partner.....	39
Evaluering av potensielle partnerar.....	39
Relation-shopping.....	41
Tyding av friedom.....	42
Praktiske implikasjonar.....	43
Implikasjonar for brukarane.....	44
Innendingar mot valbelastningshypotesa.....	46
Fornuft og følelsar.....	48
Individuelle forskjellar.....	50
Vegen vidare.....	53
Avsluttande betraktningar.....	55
<b>KONKLUSJON.....</b>	<b>59</b>
<b>REFERANSAR.....</b>	<b>61</b>



## INNLEIING

I løpet av dei siste femten åra har sjekking og dating gjennomgått ein stor forandringsprosess som fylgje av ny teknologi og tenester. Tal frå desember 2017 tilseier at oppmot 4,16 milliardar menneske har tilgang til internett, noko som tilsvarar over halvparten av verdas befolkning (Internet World Stats, 2017). Ein rapport estimerte at nesten 25 millionar brukarar verda rundt var innom ei datingside i april 2011, aleine (Subscription Site Insider, 2011), og tal frå 2013 indikerer at 1 av 10 vaksne amerikanarar nytta datingtenester på nettet (Smith & Duggan, 2013). Forsking antydar at bruksprevalensen er veksande verda over. Med innovasjonar som datingtenester på nettet, kan folk bokstaveleg talt ha tilgang til «millions of profiles for millions of [romantic] possibilities» (Match.com, 2017). Online dating fasiliterer introduksjonar som ellers ville vore nestan umogleg å generera, både i talet på tilgjengelege alternativ og at det er relativt enkelt å initiere kontakt med dei potensielle partnerane. Det er no eit sterkt fundament av vitenskapleg forskning som evaluerer implikasjonane online dating har på initiering og utvikling av romantiske relasjonar. Denne forskinga spenner seg over mange domene, inkludert mange som direkte studerer personlege relasjonar.

I tillegg har tiår med forskning på tema som avgjerdstaking, interpersonleg kommunikasjon og motivasjon også komme med nyttige bidrag. Nokon hevdar at endringane i dating-lanskapet har leia til ein praksis som er friare og meir effektiv (Whitty & Carr, 2006), medan andre meiner endringane fører til at jakta på kjærleiken vert objektivisert og kommersialisert (Heino, Ellison, & Gibbs, 2010). Nyleg forskning demonstrerer at internett har ei generell positiv rolle for forming og utvikling av platoniske forhold (t.d Amichia-Hamburger & Furnham, 2007; Kraut, Kiesler, Boneva, Cummings, Helsen & Crowdord, 2002; McKenna, Green & Gleason 2002; Nie, 2001). Med tanke på dei positive effektane internett har på platoniske sosialt liv, ser det ut til at internet har eit potensiale til å forbetra romantiske liv også. Etersom kommersielle datingsider har vorte ein meir akseptert måte å forma romantiske relasjonar, er det i dag ein stor andel single som møter partneren sin via datingtenester (Rosenfeld, 2010). Match hevdar at «1 in 5 relationships start online» (Match.com, 2017), noko som er ei stor endring frå den eine prosenten som starta sine forhold via skriftlege personlege annonser eller andre kommersielle tenester i 1992 (Laumann, Gagnon, Michael & Michaels 1994, referert i Finkel, Eastwick, Karney, Reis & Specher, 2012). Dersom nokon av desse ikkje hadde funne ein partner på andre måtar, men formar

relasjonar via datingsidene, vil tilgangen og tenestene som vert tilbydd vera ei velsigning for dei som leitar etter ein partner.

Samtidig er det nokon som ikkje lukkast i å finna ein partner blant alle fiskane i datinghavet. Aftenposten skriv om ei singel kvinne som har møtt meir enn 100 menn dei siste fire åra. Ho seier at det er som om ho har brukt opp følelsane, og at ho opplever at «det bare er tomt». Ho fortell at i starten var responsen overveldande, og at ho mottok mange smigrande responsar. Ho følte seg spesiell når ho mottok slike bekreftelsar. Då ho prøvde å venda tilbake til tradisjonelle datingarenaer, sakna ho fort merksemda som menn på online dating gav ho (Lundgaard, Halvorsen & Skjervold, 2016). Ein singel mann seier at han alltid trur det finst ein betre match der ute. Som mange andre, nytta han datingtenester i håp om å finna seg ein kjæreste, men etter fleire år på jakt og over 150 dater er han lei. Han seier han har mange positive erfaringar, og stort sett pleier å ha det hyggeleg, sjølv om det ikkje nødvendigvis er så god kjemi der. Han har også vore på to-tre møter med same person, men så ebbar det litt ut. Han seier at tida som aktiv på datingtenester har gjort han tjukkhuda. Det å tola å verta avvist er nødvendig viss ein ynskjer å finna seg ein partner via dagens datingtenester (Midbøe & Wallenius, 2017). Lauritzen (2017) har skriva feltnotat frå den digitale datingverda, og boka vert omtalt som «et skråblikk på hva det vil si å være på leting etter en kjæreste i et univers som minner om en produkthylle på et supermarked» (Wessel-Holst, 2017). Ho skildrar ei verd der du alltid kan sveipa deg vidare til neste date, og der tilgangen til nye interessante menneske aldri tar slutt. Alternativa er så mange, og neste date virkar alltid meir forlokkande enn dei noverande. Ho fortel at ho etter ei stund vart både nonchalant, kynsisk – og litt tom - av å vera på Tinder, og at innsatsen vart stadig meir halvhjerta. Utfrå desse eksempla kan det sjå ut til at online dating er ein blanda fornøyelse. Kva skjer med individ når dei står ovanfor eit stort utval av potensielle partnerar? Kan faktorar identifisert kring valbelasting forklara kvifor tilgang til all fisk i datinghavet, i nokre tilfelle endar i ingenting?

Kjærleik og det å finna nokon å dela livet med, er eit sentralt tema i menneske sine liv. Ein kan meina at alle har eit kjærligheitsliv, i det minste i form av minne, draumar eller fantasiar. Romantiske relasjonar spelar ei sentral rolle i menneske sitt fysiske og emosjonelle velvære, både når dei er suksess og fiasko. Det vert ofte trekt fram at parforhold dekkjer grunnleggjande menneskelege behov, og det å vera nært knytta til andre har vorte beskrive som ein fundamental menneskeleg motivasjon (Baumeister & Leary, 1995). Når dette behovet er dekkja av ein tilfredstillande intim relasjon, kan det vera ei kjelde til betre helse, raskare læking frå sjukdom (Kiecolt-Glaser m.fl., 2005), og lenger levetid (Gallo, Troxel, Matthew &

Kuller, 2003; Holt-Lunstad, Smith & Layton, 2010). Tilfredstillande tosamheit er ein av dei sterkaste prediktorane for glede og emosjonelt velbehag som er vorte målt (Diener & Seligman, 2002). På den andre sida er einsemd og ulykkelege relasjonar prediktorar for auka risiko for depresjon og sjukdom (Cacioppo m.fl., 2002), og skaper auka nasjonale kostnader knytta til tapt produktivitet (Forthofer, Markman, Cox, Stanley & Kessler, 1996). Som ein ser har romanstiske relasjonar, og kvaliteten på desse, stor inverknad på mennerske sine liv. I tråd med dette vil datingtenester truleg ha store ringverknader, uavhengig av kva implikasjonar dei viser seg å ha. Føremålet med oppgåva er å teoretisk betrakta prediktorar og konsekvensar for valbelastning ved bruk av datingtenester, for å undersøkje korleis datingtenester sin tilgang på potensielle partnerar kan ha innverknad på brukarar som ser etter ein å etablere eit samliv eller eit parforhold med. Oppgåva vil sjå på fenomenet med utgangspunkt i rammeverket til valbelastningshypotesen, som kort fortalt refererer til dei psykologiske prosessane som trer i kraft når eit individ vert konfrontert med eit overflod av val. Skaper dette valvegning, og i så tilfelle korleis og kvifor? Kven endar opp med å oppleva valbelastning og negative konsekvensar i møtet med mange potensielle partnerar, og kven handterer datingtenestene sitt store utval? Etter nomenklaturen i litteraturen, vil oppgåva vidare referera til fenomenet som valbelastning basert på det mest nytta omgrepet, choice overload.

### **Online dating og behovet for assistert pardanning**

Like lenge som menneske har kjent trangen til å forma romantiske relasjonar, har dei vedkjent at å finna ein passende partner kan vera utfordrande, og at det nokon gongar kan vera nyttig å få hjelp. I Noreg har Kirsten Giftekniv, opprinneleg ein figur frå fleire av Ludvig Holberg sine skodespel, vorte eit allment uttrykk for ein matchmaker som introduserer potensielle par for kvarandre. Gjennom tradisjonar som går mange hundre år tilbake i tid, kan ein sjå rabbinarar, prestar og nokon gongar eldre kvinner som har assistert foreldre med å finna potensiell partnerar til barna sine. Slike tradisjonar er skildra i Bibelen og er også gjenkjenneleg i tradisjonar som jødiske Shidduch og Khastegari frå Iran (Finkel m.fl., 2012). Som ein ser har ikkje romantiske relasjonar berre oppstått utifrå tilfeldige møte mellom to individ, men også utifrå uttenkte intervensjonar frå tredjepartar. Dei jobba ofte med ei lita kundegruppe som dei vart kjent med personleg, og deira matching-avgjerder vart vanlegvis basert på intuisjon og erfaring, heller enn matematiske algoritmar (Gottlieb, 2006). Sjølv om dei gamle tradisjonane for å medvirka til pardanning kan reknast som utdatert i det moderne vestlege samfunn, har ønske om å finna romantiske partnerar vedvart, likeså erkjenninga om at dette kan vera utfordrande. Når ein skal vurdere dagens behov, er det naturleg å ta i

betraktning dei generelle tendensane som auka fokus på karriere, meir tid på jobb, meir reising og høgare grad av mobilitet (Whitty og Carr, 2006), samt at sosiale medier og internett generelt har vorte ein integrert del av kvardagslivet (Kraut m.fl., 2002). Sjekking og dating har i løpet av dei siste tiåra gjennomgått ein stor forandringsprosess som fylgje av nye kommunikasjonsteknologiar (Whitty & Carr, 2006). Etersom nye tekniske innovasjonar har vorte oppfunne, har entreprenørar freista å laga tenester og foretak for å hjelpa folk med å møte potensielle partnerar. Om lag femti år etter at den moderne avisa vart oppfunnen, starta ein med kontaktannonser i rubrikkformat (Cocks, 2009, referert til i Finkel m.fl., 2012), og utviklinga av seinare pardannings-verktøy har vore tett knytta opp til teknologien som støttar dei. På denne måten representerer online dating kun det neste steget i ein lengre prosess med å ta i bruk nye teknologiar for å møte romantiske partnerar. Eit slikt synspunkt fangar likevel ikkje faktumet at bruksprevalensen av slike tenester representerer ei fundamental auke frå all tidlegare bruk av teknologi for å introdusera folk til potensielle romantiske partnerar (Finkel m.fl., 2012). Medan personlege annonser og liknande aldri vart ein gjennomgripande eller sosialt akseptert måte å møte ein make, har online dating overvunne mykje stigma og vorte meir omfangsrik.

Dating-praksisen er vorte meir digitalisert, og Jakobsen (2015, s. 1) uttaler at datingtenester har ført til eit skifte «frå kjærlighet ved første blick til kjærlighet ved første klikk». Nettdating er eit sekkeomgrep som kan verta definert som «a purposeful form of meeting new people through specifically designed Internet sites» (Barraket & Henry-Waring, 2008, s. 149). Nettsidene eller applikasjonane har som føremål å formidla kontakt mellom potensielle partnerar, og vanlegvis er hensikta med dette møtet å utvikla eit personleg, romantisk eller seksuelt forhold. Tenestene tillet folk å oppretta profilar ved å setja inn personleg informasjon, slik som fritext og bilete. Vidare kan brukarane søkja gjennom andre sine profilar, og koma i kontakt med potensielle partnerar gjennom meldingar eller andre kommunikasjonsformer (Jakobsen, 2015). Sjølv om aktørar tidlegare freista å etablere databaserte datingtenester (Sjå Finkel m.fl., 2012, for ei oversikt), kan ein ikkje datera den verkelege begynnelsen av nettdating før datamaskinene vart billigare, mindre og kraftigare, og internet vart allemannseige. Etersom moglegheitene som internet tilbyr er vorte anerkjent, har fleire kommersielle nettsider vorte oppretta for å tilby tenester til brukarar som søker romantiske relasjonar. I fylgje Forbes Magazine, finst det over 2500 aktive online datingtenester i USA, og over 8000 sider på verdsbasis, og kvart år vert det etablert rundt 1000 nye tenester (Zwilling, 2013). Ein kan kategorisera desse datingtenestene i tre

generasjonar. Den fyrste generasjonen kom i 1995 med Match.com sitt inntog, og omfattar personlege annonsesider som gjer single eit spekter av alternativ for å posta personleg informasjon og søkja gjennom andre sine personlege annonsar. Den andre generasjonen starta då eHarmony vart lansert i 2000, og tilbyr «vitenskapleg baserte» matching system som lagar compatible partnerforslag utifrå algoritmar. Brukaren vert beden om å oppgje utfyllande opplysningar om seg sjølv, ofte gjennom sjølvrapportering av personlegdom, bakgrunn, interesser, verdiar og ønska eigenskapar i ein partner. Nokre av sidene har leigd inn åtferds- eller sosialforskarar for å assistera i matchingprosessen, og dei krev vanlegvis ei høgare månadleg avgift enn fyrste-generasjonssider. I dei seinare åra har skiljet mellom sjølv-selekterte og algoritme-selekterte sider vorte meir utydeleg. Etter at andre generasjonssider har hatt stor finansiell suksess, har mange fyrstegenerasjonssider begynt å tilby anbefalte matchar, saman med moglegheita for å søkja etter potensielle partnerar. Den tredje generasjonen av datingtenester starta i 2008, ikkje lenge etter at det vart opna for at uavhengige selskap kunne byggja software program, kalla apps. På marknaden i dag er det mange lokasjons-baserte dating appar som Tinder, Happn og Grindr. Tinder er kobla opp mot Facebook, og herfrå kan ein lasta ned inntil seks bilete, og oppgje fornamn, interesser og leggja ut ein kort profilttekst på maks 500 ord. Deretter bestemmer ein eit geografisk område og eit aldersspenn der ein kan søkja etter andre Tinder-brukarar. Online dating kan vera misvisande ettersom datinga som desse tenestene fasiliterer ikkje vanlegvis finn stad på nettet. Brukarane tar heller initiativ og opprettar kontakt online med mål om å forma ein ansikt-til-ansikt relasjon, og «relasjonsinitieringstenester» ville såleis gjerne har vore eit meir passende omgrep.

## **Tilgang**

Med omsyn til å initiere og forma romantiske relasjonar, opnar internett og datingtenester opp for å nå ut til uendeleg mange potensielle partnerar. Dei tilbyr tilgang til hittil ukjente mengder menneske, og denne tilgangen kan karakteriserast som ein av tre hovudtenester som datingsider på nettet tilbyr, saman med moglegheiter for asynkronisert kommunikasjon og algoritmebasert matching (Finkel m.fl., 2012). Datingtenester på nettet gjev tilgang til eit breitt nettverk bestående av tusenvis, av og til millionar, av andre brukarar. Dette er ei stor endring, då utvalet av partnerar tidlegare primært var avgrensa til medlemmer av eins eige sosiale nettverk og interaksjonar mellom potensielle partnerar var avhengig av umiddelbar nærheit til kvarandre. I tillegg til auka størrelse på utvalet, er også måten datingtenestene presenterer potensielle partnerar for kvarandre ulik tradisjonell dating. Til dømes tilbyr datingtenester initiell tilgang til potensielle partnerar gjennom profiler heller enn

ansikt-til-ansikt møte, og brukaren vert eksponert for og får moglegheit til å evaluera fleire potensielle partnarar samtidig, i motsetna til ein spesifikk partnar om gangen. Sjølv om desse prosedyrene karakteriserer nokre datingsider meir nøyaktig enn andre, er det likevel meir regelen enn unntaket (Finkel m.fl., 2012). I konvensjonell offline dating kan ein få kunnskap om små bitar av informasjon om potensielle partnarar før ein møter personen, men ein får ikkje tilgang til ei utbrodert framstilling slik som via datingtenester. Heller enn å møta potensielle partnarar og stegvis læra der å kjenna, kan brukarar av datingtenester finna ut ei rekkje fakta om potensielle partnarar før dei avgjer om dei ynskjer å møtast. Ein anna skilnad mellom offline- og online dating er at via datingtenester kan ein læra om hundrevis, gjerne tusenvis av potensielle partnarar innan få timar, heller enn å periodisk læra om ein eller to potensielle partnarar som kan vera interessante å møta for ein date.

Nokre datingtenester har ei brei gruppe med brukarar, medan andre sider er designa for spesifikke subpopulasjonar som religiøs orientering (Jdate), seksuell orientering (GaySinglesOnline), sosial status (Elitesingel) ein bestemt alder (SeniorPeopleMeet), for å nemna nokre. I teorien kan brukarane kontakta alle desse potensielle partnarane, sjølv om dei gjerne ikkje får svar. Dette indikerer at tilgangen brukarane får gjennom datingsider ikkje nødvendigvis gjer tilgang til relasjonspartnarar, men at det heller varslar brukaren om eksistensen til tilgjengelige partnarar. Å søkja gjennom andre sine profilar er ein sentral aktivitet i online dating. Datingtenester som er sjølvselekterte tillet brukarane å søkja etter alle potensielle partnarar som fyller søkjekriteria (til dømes heteroseksuelle menn mellom 35 og 50, som bur innanfor ein radius på 10 kilometer, utan barn, ikkje-røykar). På sider som vektlegg algoritmebaserte matchar kan brukaren kun søkja gjennom profilane til potensielle partnarar som matchingalgoritmen har funne at dei er kompatible med. Logikken bak denne måten å gjera det på, er at brukarane gjerne manglar evne eller motivasjon til å evaluera partnarar som dei er spesielt kompatible med og at algoritmar kan auka sjansen for at dei finn ein passende partnar. Til tross for at datingtenestene har ulik utforming og tilbod deler dei mange eigenskapar, slik som det store talet på tilgjengelege partnarar som brukarane vert presentert for.

## **Avklaringar kring oppgåva**

### **AVGRENSING**

Det finst mange ulike former for datingtenester, som speed-dating, personleg matchmakers, singelturar o.l, men oppgåva er skriven med tanke på tenester som er

tilgjengeleg for brukarane gjennom ein datamaskin eller ein smarttelefon. Oppgåva fokuserer på sider som har eit eksplisitt eller primært mål om å introdusera single for potensielle romantiske partnarar som håpar på å forma eit kort- eller langvarig forhold. Oppgåva betraktar difor ikkje generelle *personal advertising sites* der forminga av romantiske relasjonar er eit biprodukt av sidene sin hovudfunksjon, sex- eller «hookup»-sider, utruskapsider, sider for å arragera gruppedatar, sider for generell nettverksbygging, eller *massively multiplayer online games*. I tillegg har vektlegginga vore på online dating slik det vert praktisert i Noreg og andre vestlege land, noko som inneber at visse typar datingtenester som er prevalente andre stader (t.d ekteskapsider i India) vert ekskludert. Forskinga som oppgåva er basert på omhandlar heterofile par, med vestleg opphav. Noko av det grunnleggjande vil kunne gjelda for homofile par, og gjerne for andre kulturar, men dette kan eg ikkje seia noko klart om. Fokuset vil liggja på den initiale fasen av pardanning, der eit individ fyrst evaluerer han eller hennar tiltrekning til ein potensielle partnar, og legg til grunn at individet har moglegheit til å utøva eit sjølvstendig val.

Oppgåva legg fram grunnar og empiriske funn for perspektivet som stipulerer at etter eit vist punkt vil vidare auking i utvalstørrelse leia til negative konsekvensar. Det er foreslått at valbelasting kun er eit tilfelle av informasjonsbelasting og begrensingar i vår kognisjon. Ein kan likevel hevda at sjølv om informasjonsbelasting spelar ei viktig rolle, er vlabelasting i tillegg eit resultat av vanskar med å etablere kva alternativ ein foretrekkjer over eit anna, og Valbelastningshypotesa er valt fordi den fokuserer på utvalstørrelse og det er tilgangen som datingtenester gjev som er sentralt i denne oppgåva. Det har ikkje vore eit føremål å gje ein fullstendig gjennomgang av materialet som finst om valbelasting eller online dating, og utvelging av aktuell litteratur er gjort ved skjønn i samsvar med litteratur som er vurdert som mest aktuell for å belysa korleis det å ha tilgang til eit stort utval av partnarar påverkar prosessar knytta til val av partnar. Oppgåva tar utgangspunkt i prediktorar og konsekvensar som er identifisert i tidlegare studier på valbelasting. Desse resultatane vil verta nytta som ein bakgrunn for å forklara, diskutera og vurdere moglegheita for at valbelastning kan oppstå ved bruk av datingtenester. Betraktingar utover den noverande valbelastningshypotesa er vorte inkludert for å indikera aspekt som kan auka forklaringsverdien til valbelastningshypotesa innanfor online dating. Fokuset vil sentrera seg kring at valbelastninga kan auka tendensen til å unngå å ta eit val, men andre konsekvensar og betraktningar rundt når og om talet på alternativ vil leia til valbelastning vert trekt fram. Mange disiplinær har studert online dating og valbelasting, og oppgåva nyttar eit vidt spekter av forskingsfunn frå psykologar,

økonomar, marknadsforskarar og avgjerdsforskarar; alt relatert til å undersøkje relasjonen mellom utvalsstørrelse og valbelastning ved bruk av datingtenester. Då utvelgingsprosessen både byggjer på skjønn og mi eiga forståing av problemstillinga, kan ei reproduisering av søk og utvelging føra til eit noko anna utval av kjelder. Likevel kan oppgåva gje ei ny vinkling basert på ein tematikk som er aktuell og berører mange, og i tillegg gje innspel til område som treng vidare undersøking. Føremålet med denne hovudoppgåva er ikkje å søkja eller gje absolutte sanningar for temaet, men oppgåva freistar å gje eit bidrag til refleksjon omkring temaet.

## **FRAMGANGSMÅTE**

Tematikken er vorte undersøkt ved å skriva ei teoretisk oppgåve, der problemstillinga har vorte granska ved hjelp av forskning og teoriar forankra i psykologi, med mål om å betrakta prediktorar og konsekvensar av valbelastning ved bruk av datingtenester. Det er utført søk i elektroniske databasar som var tilgjengeleg ved NTNU i tidsrommet november 2016 til og med mai 2018, via Oria, PsychINFO, og Google Scholar. Det er vorte nytta søkjeord som; online dating, romantic relationship, paradox of choice, choice overload, decision making, predictor, consequence, relationship building, både enkeltvis og i ulike kombinasjonar. Dei ekvivalente norske orda er også nytta for å søkja etter litteratur. Søkinga har foregått trinnvis, med ein brei søkestreng fyrst, for deretter å ha meir spesifiserte søk. I tillegg har det vorte nytta kjedesøking, ved å forfylgja referansar i studia som er vorte sett på som relevante for tematikken i oppgåva. Artiklar og reportasjar om datingtenester i aviser og andre publikasjonar har stundom vorte nytta for å supplera dei forskingsvitskaplege kjeldene.



## TEORETISK GRUNNLAG

### Valfridommens paradoks

Å ha valmoglegheit vert vanlegvis betrakta som ein føresetnad for personleg fridom ettersom det tillet folk å leva eit liv i tråd med han eller hennar agenda. I dagens samfunn vert valfridom sett på som eit viktig prinsipp og det er empirisk klart at folk ynskjer valfridom (Botti, 2004; Botti & Hsee, 2010; Bown, Read & Summers, 2003; Iyengar & Lepper, 2000; Leotti, Iyengar & Ochsner, 2010). Opplevinga av å ha alternativ og valmoglegheiter aktiverer hjerneregionar som er assosiert med motivasjon og belønning (Leotti & Delgado, 2011), og personleg autonomi har gjentatte gongar vist seg å predikera velvære-utfall (Ryan & Deci, 2000). Og omvendt er det bevis for at individ kan verta deperimete når dei ikkje har lyve til å kontrollera miljøet sitt (Seligman & Maier, 1976) og folk kan ofte oppleva psykologisk reaktans (Brehm, 1966) når dei ikkje vert tillatt personleg valfridom. Talet på val ein gjer i løpet av ein dag er stor, og truleg veksande. Til dømes selde eit gjennomsnittleg amerikansk supermarknad sirka 9000 produkt i 1976, og dette vart trippla til 30 000 i 1992 og har dobla seg kvart tiår etter det (Cross, 2000). Samtidig har stadig fleire brasjar funne vegen til den digitale marknadsplassen, der det ikkje finst nokon fysiske begrensningar på utvalstorleik. Den raske utbreiinga av valmoglegheiter gjer at ein må retta søkjelys mot om det å ha fleire alternativ å velja mellom er ein entydig god ting, eller om det somme gonger kan vera for mange val.

Effektane av auka utvalsstorleik kan i litteraturen grovt verta inndelt i tre kategoriar; fordelaktig, skadeleg, eller liten til ingen effekt. Utfrå klassisk økonomisk teori antar ein at fleire alternativ alltid vil vera betre enn få, då større utval gjev kunden større sjanse for å finna det ideelle produktet (White & Hoffrage, 2009). Dei normative aksiom som prøver å skildra rasjonelle val påstår at tilførselen av fleire alternativ berre kan ha positive og fordelaktige effektar (Schwartz, 2000). Studier innanfor bedømmings- og beslutningspsykologi viser derimot at dette ikkje alltid er tilfellet, og ein har funne at auka valmoglegheiter kan ha potensielle kostnader (Simonson & Tversky, 1992; Tversky & Shafir, 1992). Til tross for folk sitt ynskje om valfridom, viser studier at for store valmoglegheiter kan overvelda og forvirra folk, og undergrava deira evne til å ta gode avgjerder, og nokon gongar produsera ein tilstand av overbelastning, der motivasjonen for å ta eit val vert redusert og folk gjerne unnvik å ta ei avgjerd (For ein nyleg debatt kring valbelastning sjå metaanalysa til Scheibehenne, Greifeneder & Todd, 2010, og Chernev, Böckenholt & Goodman, 2010, for ytterlegare kommentarar).

Den tredje, ingen-effekt kategorien snakkar til fordel for at mennesker er adaptive avgjerdestakrar, og argumenterer for at menneske er sensitive til endringar i miljøet og endrar omdømmings- og valstrategiar i tråd med dette, og utviser med dette økologisk- og sosial rasjonalitet (For ein oversikt over dette synspunktet i relasjon til val av partner sjå Lenton, Penke, Todd & Fasolo, 2003).

Valfridommens paradoks inneber at individ pleier å verdsetja val (Leotti m.fl., 2010), sjølv om det ofte har sin pris. Schwarts (2004) og fleire med han anerkjenner at noko valfridom kan vera personleg tilfredstillande og logistisk effektivt. Men, som nemnt (og for mange eksempel, sjå Schwarts, 2004), vert me ikkje berre stilt ovanfor eit par alternativ og eit par viktige avgjerder. I boka *Paradox of choice: Why more is less* drøftar Schwartz (2004) val amerikanarar står ovanfor i nesten alle område i livet, inkludert utdanning, karriere, vennskap, sex, romansar, oppdragelse og religion. Kulturen vår er metta med daglege avgjerder frå dei trivielle (kva skal eg eta til frukost?) til imperative (kva medisinsk behandling bør eg søkja?). Også innanfor det moderne parforholdet er ideen om valfridom framståande og det finst mange arrangement der ein kan velja mellom ulike intime relasjonar og samlivsformer (Thagaard, 2005). Historisk sett har «standard»-valet vore sterkt, og forventningar til parforholdet vore tydlegare; ein skulle gifta seg ung, kjøpa eit hus, få barn, og halda fram med å vera gifte (Finkel, Hui, Carswell & Larson, 2014). No er folk, spesielt vestlege heteronormative, frie til å velja ein partner frå praktisk talt kor som helst i verda, når dei skal flytta ilag, når (og om) dei skal gifta seg, når (og om) dei skal ha barn, korleis dei skal nyta og uttrykkja deira forhold, og om dei skal verta ilag på lang sikt, og mange andre avgjerder som i større grad verta tatt innanfor konteksten til paret.

Iyengar og Lepper (2000) publiserte ein ofte sitert artikkel, som har fått mykje merksemd både innanfor psykologi og andre faggreiner. Deira forskning illustrerer nokre av dei moglege ulempene med å ha mange val, og viste at folk ikkje alltid tener på å ha fleire alternativ. Deltakarar i ein dagligvarebutikk vart meir tiltrekt ei utstilling med mange ulike typar syltetøy, men var meir avventande til å forplikta seg til eit kjøp når dei vart tilbydt 24 ulike smakarsvariantar framfor seks. Sjølv om det var 50 prosent større sjansje for at folk stoppa opp når det var mange tilgjengelige smakar, var det 10 gongar så stor sannsynlegheit for at dei kjøpte noko når det var kun eit lite utval av syltetøy. Liknande resultat vart replikert med sjokoladeplater. I det studiet rapporterte deltakarane lågare tilfredsheit med vala sine viss dei hadde vorte vist mange alternativ istadenfor kun eit fåtall. Andre studier har påvist liknande resultat for val av andre gjenstander, inkludert pennar (Shah & Wolford, 2007),

gåveesker (Reutskaja & Hogarth, 2009), kaffi (Mogilner, Rudnick, & Iyengar, 2008) og pensjonsordningar (Huberman, Iyengar & Jiang, 2007). Fenomenet vert omtalt med forskjellige namn som «choice overload» (Iyengar & Lepper, 2000), ”too-much-choice effect” (Scheibehenne, Greifeneder & Todd, 2009), ”the paradox of choice” (Schwartz, 2004), “overchoice effect” (Gourville & Soman, 2005) eller ”the tyranny of choice” (Schwartz, 2000). Felles for alle desse utgreiingane er ideen om at store utval kan leia til valbelasting, der uheldige konsekvensar kan oppstå grunna ei auking i talet på alternativ ein kan velja mellom.

## **Valbelasting**

Valbelastingshypotesen hevdar at individ som må ta stilling til ei overflod av val vil kunna stå ovanfor negative psykologiske konsekvensar (Chernev, Böckenholt & Goodman, 2015). Blant dei foreslåtte effektane av omfattande utval finn ein ein nedgang i motivasjon for å velja, til å forplikta seg til eit val, eller å ta eit val i det heile (Anderson, 2003; Iyengar & Lepper, 2000), ein nedgang i styrken på preferansar og tilfredsheit med det valte alternativet (Chernev, 2003; Iyengar & Lepper, 2000), og ein auke i negative emosjonar, inkludert skuffelse og anger (Schwartz, 2000). Omgrepet valbelasting vert ofte nytta i referanse til eit scenario der kompleksiteten til eit avgjerdsproblem overgår individet sine kognitive ressursar (Scheibehenne, 2008), og skildrar at ei auking i talet på alternativ vil kunna føra til ein auka tendens til å utsetja valet. Rasjonalet for at val kan verta overbelastande senterer seg kring dei kognitive kostnadane assosiert med å prosessera eit stort tal alternativ, slik som auka oppmerksomheits- og minnebelastning (Malhotra, 1982), aukande vanskar med å evaluera skilnadene mellom alternativa (Reutskala & Hogarth, 2009), eller auka usikkerheit og mindre grunngeving for kva som utgjer det beste alternativet (Iyengar & Lepper, 2000). Utfordringa med overveldane utval er truleg spesielt gjeldande på internett, der det ikkje finst fysiske begrensingar for kor mange bilar, bøker, typar av vin og liknande som konsumentane er eksponert for (Edward & Fasolo, 2001). Det same kan verta sagt om internett når det kjem til partneravgjerder: Online dating presenterer folk for masse informasjon om mange potensielle partnara. Korleis handterer folk denne overfloden av alternativ og informasjon?

Sjølv om det sjeldan vert nemnt i noverande publikasjonar, har idèen om å ha for mange val røter tilbake til Aristoteles (Rescher, 2005). Han undra seg over om ein hund kunne velja rasjonelt, dersom han stod ovanfor valet mellom to måltider som var like fristande. På 1300-talet tok filosofen Buridan opp eit liknande dilemma, og teorisererte at ein organisme som stod ovanfor to like freistande alternativ, slik som eit esel mellom to haugar med høy, ville

utsetja avgjerda, noko som ofte vert referert til som "Burdian's ass". Miller (1944) rapporterte tidleg om ein situasjon han omtalte som "double approach avoidance competition", der tilbakelevering av eit attraktivt alternativ for å oppnå eit anna kan leia til prokrastinering og konflikt. Ideen vart vidare utvikla av Lewin og Festinger (Referert til i Scheibehenne, 2008), som meinte at val blant attraktive, men gjensidig utelukkande alternativ, førte til meir konflikt ettersom alternativa vart meir like. I sin teori om belastninga ved attraktive stimuli i velståande indistrielle samfunn, utvida Lipowski (1970) denne idèen ved å hevda at valkonflikter vil auka ytterlegare med talet på alternativ, som igjen leiar til forvirring, angst og manglande evne til å velja. Meir nyleg markerte dei tidlegare omtalte eksperimenta utført av Iyengar og Lepper (2000) ei tilbakevendande interesse for dei moglege negative konsekvensane av å ha for mange val. Sjølv om Iyengar og Lepper (2000) sine resultat støttar hypotesen, gjorde dei lite for å forklara mekanismene som ligg bak valbelastning. Kva er det med store utval som senkar motivasjonen for å ta eit val? Har me andre mål og forventningar ved store utval som gjer at me behandlar dei annleis? Nyare forskning byggjer vidare på funna, og har bevegde seg frå å kun dokumentera valbelastning til å identifisera forløparar og grensebetingelsar.

Fram til no har empiriske undersøkingar av valbelastning primært vore begrensa til konsumentdomenet, og val av partner er sjølvstundt på mange måtar ulike val konsumentar står ovanfor, og det er dermed tenkjeleg at ei overflod av partneralternativ ikkje vil vera overveldane på same måte som eit stort utval av syltetøy og sjokoladar. Med dersom det er funn som tyder på valbelastning i avgjerdstaking innanfor konsum og andre livsavgjerder, kan desse kreftene påverka våre val når det kjem til å velja ut og å forplikta oss til ein romantisk partner? Votaw (2016) si doktoravhandling har argumentert for at valfridommens paradoks og valbelastning er synlege også i litteraturen om romantiske relasjonar. Ho peikar på at litteratur er rik på parallelar til prediktorar for valbelastning, som t.d store utval, reversible avgjerder, og maksimerings tendensar, og konsekvensar, som t.d høge forventningar, adaptasjon, tapte moglegheiter, anger, og til slutt misnøye og minka forpliktelse. Sjølv om mange kjelder tilfeldig nemner at individ kan verta konfrontert med valbelastning i romantiske relasjonar, er det veldig få studier som eksplisitt har undersøkt denne relasjonen. Det har vore eit par unntak som har manipulert storleik på utvalet i speed-dating og online dating paradigmer (t.d Lenton, Fasolo & Todd, 2008; 2009; Lenton & Francesconi, 2011; Wu & Chiou, 2009; Yang & Chiou, 2010), men avgjerande bevis manglar ettersom desse studiene berre undersøkte eitt aspekt av valbelastning i romantiske relasjonar.

## **Prediktorar for valbelasting**

Det er ikkje klart om eit stort utval alltid leier til valbelasting (Scheibehenne m.fl., 2010), og sjølv om storleiken på utvalet er viktig, er truleg ikkje relasjonen talet på alternativ og psykologiske konsekvensar linjert. Modererande og medierande faktorar spelar truleg ei viktig rolle i valbelasting. Chernev og hans medarbeidarar (2015) utførte ei metaanalyse av 99 observasjonar, som dei hadde avleia frå 53 studier med totalt 7202 deltakarar. Basert på observasjonane som var rapportert av tidlegare forskning identifiserte dei fire nøkkelfaktorar som påverka innverknaden utvalsstørrelse hadde på valbelasting: Beslutninga si vanskegrad, kompleksiteten til utvalet, preferanseusikkerheit og beslutningsmål. Relasjonen mellom utvalsstorleik og valbelasting vil verta presentert utfrå dei fire faktorar som Chernev og hans kollegaer (2015) identifiserte og nytta i sin review. Faktorane er basert både på ytre variablar som definerer avgjerdsproblemet og er like på tverrs av individ, og indre faktorar som er særigne for den personen som vert omtalt, og reflekterer blant anna individet sin kunnskap og motivasjon, og vil vera ulik for kvar avgjerdstakar.

### **YTRE FAKTORAR**

Ytre faktorar kan delast i to kategoriar knytta til faktorar ved oppgåva og ved konteksten, i tråd med tidlegare forskning på avgjerdstaking (Payne, Bettman, & Johnson, 1993). Det vert argumentert for at dei spesifikke omstenda ein møter potensielle partnarar påverkar korleis ein vel, og kven ein vel. Valmiljøet påverkar blant anna kva *cues* me legg merke til, korleis me kombinderer desse, og det påfølgande valet me tar (Lenton m.fl., 2013). Faktorar knytta til oppgåva skildrar dei generelle og strukturelle karkteristikaen til avgjerdsproblemet, medan faktorar ved konteksten omhandlar aspekt ved avgjerda som er assosiert med bestemte verdiar til avgjerdsalternativa. Framover vil faktorar ved oppgåva og deira innverknad på valbelasting verta omtalt som beslutninga sin vanskegrad, og faktorar knytta til konteksten verta omtalt som kompleksiteten til utvalet.

### **Beslutninga sin vanskegrad**

Kor utfordrande det er å ta ein beslutning i eit stort utval avheng av kor vanskeleg avgjerdsoppgåva er, og reflekterer som nemnt dei strukturelle særtrekka til avgjerdsproblemet, utan å ha innverknad på verdiane til eit bestemt alternativ (Payne m.fl., 1993). Desse eigenskapane omhandlar måtar som avgjerdsoppgåva er bygd opp eller samansett på.

**Tidsbegrensning.** Ein faktor ved avgjerdsoppgåva som truleg påverkar innverknaden utvalsstorleik har på valbelastning, er påføringa av tidsbegrensningar. Spesifikt har det vorte argumentert for at ei ytre begrensing av bedømmingstid aukar dei kognitive utfordringane assosiert med å gjera eit val (Bettman, Luce & Payne, 1998). Til tross for at det ikkje er noko ytre tidsbegrensningar når ein nyttar datingtenester, hevdar Yang og Chiou (2010) at å søkja gjennom mange alternativ kan leia brukarane til å akselerera prosessen og redusera tida dei nyttar på kvar potensielle profil, og at dei på denne måten skaper eit sjølv-indusert tidspress. Votaw (2016) utførte eit studium der deltakarane søkte gjennom 20, 50 eller 200 oppdikta datingprofilar. Deltakarane skulle søkja gjennom profilane inntil dei fann personen dei mest truleg (hypotetisk sett) ville ha gått på eit stemnemøte med. Ho gjor ei førebels gissing om at individ som hadde fleire profilar å velja mellom ville bruka lenger tid på å velja ut ein potensiell partner, og ville bruka mindre tid på kvar individuelle profil. Ingen av dei predikerte utfalla var signifikante med eit signifikansnivå på  $p \leq .05$ . Det kan vera sannsynleg at manipulasjonen i studiet ikkje var sterk nok eller at deltakarane ikkje opplevde oppgåva som autentisk, indikert ved at deltakarane kun såg på gjennomsnittleg 9 profilar. Brukarar vil kunna oppleva at dei har avgrensa tid om dei prøver å leita gjennom alle alternativa, enten motivert av å skulla finna den «beste» eller i redsel for å gå glipp av noko. Desse kan oppleva at tida er knapp, og at ein hurtig må finna ut som det er noko potensial, eller om ein skal leita vidare.

**Ansvar for beslutninga.** Ein annan faktor ved avgjerdsoppgåva som kan påverka innverknaden utvalsstørrelse har på valbelastning, er avgjerdstakaren sitt ansvar for beslutninga, til dømes om det er krav om at han eller ho rettferdiggjjer sine val. Relatert forskning har vist at preferanse for store utval pleier å auka om konsumentar forventar at dei må rettferdiggjera deira val av sortiment til andre, men at det tenderer til å minka når dei må rettferdiggjera valet av eit bestemt alternativ frå det tilgjengelege utvalet (Chernev, 2006; Scheibehenner m.fl., 2009). Overført til online dating kan dette jamførast mellom å velja mellom ulike datingtenester, og å velja ein spesifikk partner frå ei av datingtenestene. Det er vidare vorte vist at når ein tar eit val utfrå eit gitt sortiment, kan ansvar for beslutninga minka sjansen for at ein tar eit val frå eit stort, relativt til eit mindre sortiment (Gourville & Soman, 2005). Dette kan skuldast at når ein har mange valmoglegheiter reflekterer vala ein tar i større grad brukaren eller konsumenten, heller enn eksterne begrensningar og restriksjonar: Det vert ein manifestasjon av eigen smak. Opplevinga av ansvar for avgjerda kan påverka korleis ein tar avgjerd, og det er vist at behovet for å rettferdiggjera ei avgjerd ovanfor andre gjer at

veljaren vert meir sensitiv til visse aspekt ved avgjerdsoppgåva (Payne m.fl., 1993), og dermed påverkar effekten av valbelasting.

**Talet på attributtar.** Kor mange eigenskaper avgjerdsoppgåva er utstyrt med har vist seg å påverka relasjonen mellom utvalstørleik og valbelasting. Dess fleire dimensjonar alternativa er differensiert på, dess meir informasjon må ein sila gjennom for å samanlikna alternativa, noko som gjer valet meir krevande (Chernev, 2003). Det å velja mellom eit utval som vert skildra langs ein enkel dimensjon (til dømes farge) vil vera mindre kognitivt krevande enn å velja frå eit utval der der einingane vert skildra langs fleire eigenskaper (t.d farge, design, pris). Har ein til dømes seks alternativ som alle kun har eit attributt, krev dette 15 samanlikningar for å ha stilt alle eigenskapene opp mot kvarandre. Har for øvrig alternativa fleire eigenskaper krev dette aukande mengder samanlikningar for å koma til ein fullstendig informert beslutning. Ein annan ting å ta i betraktning er kva type attributtar som alternativa består av. Søkbare varer, som vaskemiddel, hundemat, og vitaminer, er varer som varierer blant objektive, konkrete eigenskaper, og val blant dei kan verta konstruert som eit forsøk på å maksimera forventta prestasjon blant desse målbare dimensjonane, jamfør nyttemaksimeringsprinsipp. Opplevingsvarer, er i motsetning, vurdert på grunnlag av følelsane dei framkallar, heller enn funksjonane dei utfører. Eksempel inkluderer parfyme, kvalpar, måltid, og i dette tilfellet potensielle partnerar. Desse varene er definert av eigenskaper som er subjektive, estetiske, holistiske, følelsesbetonte, og knytta til produksjonen av følelsar og fornemmelse. I denne forbindelse er menneske vorte skildra som "the ultimate experience good" (Frost, Chance, Norton & Ariely, 2008, s. 52), og potensielle partnerar består av uendelege mange eigenskapar, som varierer langs mange dimensjonar både av søkbare og erfaringsbaserte attributtar.

**Presentasjonsformat.** Måten alternativa er presentert på er også vist å moderera effekten av utvalstorleik. Gjennom datingtenester møtes millionar av single fyrst potensielle partnerar i form av ein profil i staden for å møtast fysisk eller via omtale av kjentfolk. Dette formatet består primært av søkbare attributtar (t.d inntekt, alder, fysisk attraktivitet) som er lette å evaluera gjennom enkel informasjonspresentasjon, på bekostning av erfaringsmessige eigenskaper som er lettast å evaluera ansikt til ansikt (t.d humor og empati) (Frost m.fl., 2008). Nyleg forskning har vist at valbelasting truleg er ein funksjon av om utvalet er presentert på ein visuelt eller verbalt format, der visuell presentasjon fremjer ei mindre systematisk prosessering av alternativa, og er vist å auka sannsynlegheita for valbelasting samanlikna med skriftlege presentasjonar (Townsend & Kahn, 2014). Bilete produserer ei

oppleving av større variasjon enn tekst, og vert oppfatta som meir tiltrekkjande, men kan resultera i auka valkompleksitet og –overbelastning når utvalet er stort og preferansane er ukjente. Medan alternativa kan verta presentert ved bruk av både tekst og bilete, dominerer ein informasjonstype ofte den initielle presentasjonen, spesielt når ein ser tilbod på ein liten skjerm. Til dømes prioriterer mange applikasjonar for smarttelefonar og nettbrett (t.d. datingtenestene Tinder og Happn) visuell presentasjon i den initielle presentasjonen og deretter skriftleg informasjon. For å tiltrekkja seg konsumentar til eit utval, prøver tenester å auka opplevinga av variasjon, som er positive og attraktive aspekt ved utval, samtidig som å dei ynskjer å minimera opplevinga av kompleksitet, som er eit negativt aspekt ved utval og kan oppstå i løpet av valstadiet og forårsaka valbelastning. Som nemnt varierer datingtenester mellom å la brukarane sjølv selektera blant partnerar som fyller deira søkjekriterer, og å kun presentera profilar til potensielle partnerar som matchingalgoritmen til datingtenesta har funne at dei er kompatible med. Å presentera alternativa på ein organisert måte kan gjera at det same utvalet vert opplevd som mindre komplekst, og dermed dempa dei negative effektane ved valbelastning. I tråd med dette er det vist at sorteringsalternativa til eit gitt sortement kan vera med på å senka søkjekostandane, og på denne måten senka vanskaner med å velja eit produkt frå eit stort utval (Diehl, 2005; Mogilner m.fl., 2008). På same vis har forskning gjort av Hock, Bradlow og Wansink (1999) demonstrert at konsumentar er meir tilfreds med og meir truande til å velja sortiment som tilbyr høg grad av variasjon blant alternativ som er framvist på ein organisert heller enn tilfeldig måte.

### **Kompleksiteten til utvalet**

Kompleksiteten til utvalet reflekterer aspekt ved beslutningskonteksten som er spesifikt knytta til verdiane som vert tilskrive alternativa og den verdimesige relasjonen mellom dei. Kompleksiteten omhandlar aspekt ved avgjerdsoppgåva som påverkar verdiane til eit bestemt valalternativ utan å nødvendigvis påverka dei strukturelle aspekta ved det aktuelle avgjerdsproblemet. Tidlegare forskning har postulert fleire faktorar knytta til kompleksiteten til utvalet som truleg påverkar innverknaden utvalstørrelse har på valbelastning (sjå Chernev m.fl., 2015 for ei oversikt), og medan større variasjon vert foretrekt når ein vel blant ulike sortement, kan variasjon gjera prosessen meir vanskeleg og kompleks når ein skal velja mellom individuelle alternativ og sjansen for at ein utsett valet eller vel å ikkje velja aukar (Townsend & Kahn, 2014).

**Dominant alternativ.** Ein sentral faktor for kompleksiteten til eit utval er i kva grad det inneheldt eit dominant alternativ, med andre ord om eit gitt individ opplever at eit



alternativ er overlegen alle andre tilgjengelege alternativ (Chernev m.fl., 2015). I den grad det finst eit klart dominant alternativ som er enkelt å identifisera, vil talet på alternativ ha liten innverknad på valet si vanskelighetsgrad. Valet vert enkelt og avveiningar mellom alternativ vert ikkje nødvendig. Dei fleste betraktar fråvær eit klart dominant alternativ som ein føresetnad for at valbelasting effektar vil kunna oppstå (Scheibehenne m.fl., 2009; Scheibehenne m.fl., 2010). Det er vorte vist at konsumentar i større grad gjennomfører eit kjøp frå eit sortiment når det inneheldt eit dominant alternativ enn når eit slikt alternativ er fråverande (Boatwright & Nunes, 2001; Chernev, 2006). I denne konteksten kan det jamnførast med at brukarar som opplever at dei har møtt nokon gjennom ei datingteneste som framstår som overlegen dei andre alternativa, ikkje vil verta påverka av valbelasting på same måten som nokon som opplever at eit slikt partner er fråverande og dei potensielle partnerane er meir jamstilte. På same måte, vil det å leggja til eit overlegent alternativ som forbetrar dominansen til ein av dei eksisterande alternativ auka sjansen for at det vert gjort eit val i frå utvalet, medan å leggja til like attraktive alternativ har vorte rapportert å ha den motsatte effekten og aukar sjansen for at eit val vil verta utsatt (Dhar, 1997). Når avstanden mellom attributtane er liten og alternativa er meir lik kvarandre, vert det vanskelegare å identifisere eit dominant alternativ og beslutningstakaren er nødt til å gjera vanskelege avveiningar som kan føra til opplevingar av choie overload.

**Moglegheiter for samanlikning.** Kompleksiteten til utvalet er også knytta til korleis attributtane til alternativa er innretta. Ikkje-innrettbare eigenskapar skildrar eit scenario der eit gitt trekk er tilstades hjå det eine alternativet, men er fråverande hjå andre, medan innrettbare eigenskapar skildrar tilfeller der objekta har ulike nivå av ein gitt eigenskap (Markman & Medin, 1995). Desse skilnadane verkar inn på korleis ein kan samanlikna alternativa, og det er vist at dersom alternativa varierer langs dei same trekka er det mindre komplekst enn om alternativa har forskjellige trekk (Gourville & Soman, 2005). Om alternativa derimot inneheldt unike, eller komplementære eigenskapar som er vanskelege å samanlikna, vil ei auking av alternativ også føra til ei auking av vanskelege samanlikningar (Chernev m.fl., 2015). . Eksempelvis kan det vera vanskeleg å avgjerda kva som utgjer det beste valet mellom ein bil med innbrotalarm, eller ein bil med kollisjonsputar i passasjerasetene når dette er hovudforskjellen mellom dei. I Gourville og Somans (2005) sitt forsøk gav ein auking av alternativa ein senka motivasjon for å fullføra eit kjøp, kun når alternativa inneholdt eigenskapar som var vanskelege å samanlikna. Dei forklarte funna sine med at attributtar som var vanskelege å samanlikna krevde meir kognitive ressurser å vurdere og å utsetja valet

kunne dermed verta meir attraktivt. I ein relasjonell kontekst kan dette jamførast med vanskelege samanlikningar mellom to potensielle partnarar som ein finn tiltrekkjande, og der hovudskilnaden er at den eine sin humor samanfell med din, medan den andre pirrar intellektet ditt. Lenton og Francesconi (2011) undersøkte korleis variasjon i utval, operasjonalisert som grad av korleis eit sett av make-alternativ er heterogent eller homogent, påverkar mennesker sine datingavgjerder. Resultata frå over 3700 deltakarar fordelt på 84 speed-datingshendingar indikerte at når dei tilgjengelege partnarane viste større variasjon på tverrs av attributter som alder, høgde, yrke og utdanning, vart det gjort færre positive datingavgjerder, i form av deltakarane oftare takka nei til vidare kontakt med partnarane dei hadde interagert med på speed-date og mange enda opp med å ikkje velja nokon. Denne effekten var spesielt uttalt når deltakarane vart presentert for eit stort utval av potensielle partnarar. Forskarane antyda at konteksten vart oppfatta som forvirrande og avveiningane mellom dei ulike alternativa krevjande. I samsvar med dette, fann Heitmann, Herrmann og Kaiser (2007) at innanfor ein konsument-kontekst førte opplevinga av for mykje variasjonar til redusert kjøp, fordi konsumentane assosierte variasjon med høgare evalueringskostnader og potensiale for framtidig anger. Samnlikning av ulike menneske vil vera krevjande ettersom ulike partnarar består av mange ikkje-innrettbare eigenskaper, og dermed utgjer vanskelege avveiningar mellom trekk som er tilstades hjå den eine, men ikkje hjå den andre.

## **INDRE FAKTORAR**

I motsetning til ytre faktorar, som refererer til karakteristika ved sjølve avgjerdsproblemet og er like på tvers av individ, er indre faktorar spesielle for enkeltindivid. Chernev og medarbeidarar (2015) trekkjer fram to spesifikke indre faktorar som har vorte diskutert i tidlegare forskning kring innverknaden utvalstørrelse har på valbelasting; preferanseusikkerheit og beslutningsmål. I tillegg har maksimeringstendensar vorte skildra som ein framtrekande modererne variabel, i blant anna Schwartz (2004) sin teori om valfridommens paradoks.

### **Preferanseusikkerheit**

Preferanseusikkerheit kan delast opp i to underkategoriar og referer til i kva grad individet har produkt-spesifikk ekspertise og artikulerte preferansar når det kjem til den aktuelle avgjerda (Chernev m.fl., 2015).

**Ekspertise.** Produkt-spesifikk ekspertise har samanheng med om avgjerdstakaren er familiær med alternativa, og er knytta til om han eller ho er kjent med eigenskapane og

attributtnivåa som skildrar dei tilgjengelege alternativa. Tanken er at det er lettare å danna seg ein preferanse når ein har kunnskap om det ein skal velja, og jo meir ekspertise ein person har, jo mindre sannsynlig er det at personen opplever valbelastning. I denne samanhengen har det vorte påvist at konsumentar som ikkje er kjent med ein produktkategori i større grad utset valet og viser svakare preferanse for det valde alternativet når dei vel frå store utval samanlikna med mindre utval. For konsumentar som er ekspertar vil effekten vera motsatt, ved at små utval aukar sjansen for at dei utset vala og viser svakare preferanse for det valde alternativet enn om dei står ovanfor eit stort utval (Chernev, 2003; Mogilner m.fl., 2008). Folk har valt partnerar sidan menneska sin morgon, og utfrå eit evolusjonært perspektiv kan dei betraktast som ekspertar innanfor partnerval. I fylgje ein slik tankegang har mennesket som eit resultat av evolusjonsprosessar utvikla ulike mentale mekanismar for å vurdere potensielle partnerar. Dette har også resultert i at menneske føretrekkjer nokre særtrekk framfor andre, og har fått erfaring med å evaluera desse eigenskapane i potensielle partnerar. I tråd med dette demonstrerer og sjølvrapporterer menneske nokolunde stabile og universelle preferansar angående kva karakteristika ein ideell partner bør ha (Buss & Barnes, 1986; Todd, Penke, Fasolo & Lenton, 2007). Til dømes føretrekkjer kvinner og menn partnerar som har rikdom og status, viser forpliktelse til familie, er attraktive, og som ein ventar er trufast. Menn vektlegg teikn på fruktbarheit, slik som hofte-midje ratio og ungdommeligheit, og kvinner ser etter indikatorar på eigenskaper ved menn som kan gje avkommet gode gener og trygge omgivnader (Buss & Barnes, 1986). I møte med den moderne datingverda ser det ut til at folk kan sankta tilstrekkeleg informasjon frå profilar til å evaluera kva potensielle partnerar som er generelt meir tiltrekkjande enn andre. Når brukarar søkjer gjennom profilar, kan dei sankta nøyaktig informasjon, ikkje berre om openberre trekk som fysisk attraktivitet, men også om meir subtile trekk, som varme og kompetanse. Faktisk viser forskning at individ nøyaktig kan evaluera ei rekkje med trekk-relevant informasjon om andre, basert på ei rask eksponering for bilete av dei (Ambady, Bernieri & Richeson, 2000; Willis & Todorov, 2006). Sjølv om makeval frå eit evolusjonært synspunkt kan betraktast som eit domene der menneske har utvikla artikulerte preferansar angående kva kvalitetar som utgjer ein ynskjeleg langtidspartner, noko som kan beskytta mot valbelastning, vert biletet annleis når ein tar omsyn til ideosynkrastiske preferansar. Potensialet for vidareføring av gener og reproduksjonssuksess framstår gjerne ikkje bevisst som det viktigaste når Kari leitar etter sin Ola?

**Artikulert preferanse.** Medan produkt ekspertise impliserer kunnskap om ein produktkategori og det aktuelle produktet, antydar tilgjengelegheita av ein artikulert preferanse at konsumenten har definert kva han/ho føretrekkjer innanfor ein gitt kategori (Chernev m.fl., 2015). Sjølv om personar kan evaluera attraktivitet utfrå profilar på ein nøyaktig måte, følgjer det ikkje automatisk at dei er spesielt gode på å kjenna kva karakteristikka som vil pirra deira tiltrekning til ein spesiell partnar. Nærvær av ein veldefinert preferanse går utover produkt ekspertise og inneber at ein har gjort seg opp ei meining om dei ulike attributtane, og forstår og kan prioritera fordelar og ulemper ved alternativa (Chernev, 2003). Chernev (2003) si forskning på konsumentavgjerdstaking indikerer at individ med artikulerde preferansar er meir resistent til ulempene med store utval, og forklarte det med at dei kunne nyttiggjera seg av eit klart punkt for samanlikning. Payne og hans kollegaer (1993) meinte at preferansar kan leia til meir selektiv og fokusert søking, der folk leitar etter eit alternativ som fell saman med deira behov, og avsluttar leitinga når dei har funne dette og såleis unnlet å betrakta det resterande utvalet, noko som er i samsvar med Simon (1959) sin idè om *satisficing*, som vil verta nærare beskrive seinare. Det framstår som rimeleg at å velja utan predefinerte preferansar krev ekstra innsats, sidan avgjerdstakaren gjerne fyrst ynskjer å læra om distribusjonen i eit gitt utval og konstruera deira preferansar før dei tar eit val (Scheibehenne, 2008). Forsking har undersøkt i kva grad folk vert tiltrekt av potensielle partnarar som samsvarer med deira oppgitte preferansar for ein ideell partnar, og det ser ikkje slik ut (Eastwick & Finkel, 2008). Folk manglar ofte innsikt i kvifor dei likar ting (Nisbett & Wilson, 1977), kanskje inkludert kva eigenskaper som er tilgjengeleg på ein potensiell partnar sin profil som vil inspirera deira attraksjon for han eller henne når dei møtet ansikt-til-ansikt (Eastwick & Finkel, 2008; Sprecher, 1989). Til støtte for hypotesa om at folk manglar sjølvinnsikt, er at folk sin idiosynkratiske sjølvrapporterte preferansar for visse eigenskaper i ein hypotetisk romantisk partnar ser ut til å vera irrelevant for deira romantiske utfall med ein spesifikk potensiell partnar som dei faktisk har møtt. Den manglande koblinga mellom preferansar oppgitt på førehand og preferansar avslørt in-vivo har vist seg å ikkje berre gjelda i utval frå bachelorstudentar, men også i sample frå avgangsstudentar ved eit eliteuniversitet (Iyengar, Simonson, Fisman & Mogilneer, 2005, referert i Finkel m.fl., 2012), til klientar av eit profesjonelt speed-dating selskap i Tyskland (Todd m.fl., 2007). Sidan ein har sett at preferansar kan verta danna i avgjerdsoyeblikket og er avhengig av kontekst og sosial identitet, har antakelsen om at preferansar er stabile, vorte modifisert (Ariely, 2010). Om preferansane til ein brukar ikkje er så stabile, kan dette bidra til at det vert vanskeleg å manøvrera i havet av potensielle partnarar. Ein kan tenkja seg at å auka talet på

alternativ, kan gjera det vanskelegare å finna ut kva ein føretrekkjer eller så tvil ved tidlegare artikulerte preferansar.

### **Mål for beslutninga**

Beslutningsmål reflekterer i kva grad avgjerdstakarar intenderer å velja blant alternativa eller om dei tar sikte etter å minimera den kognitive innsatsen knytta til å ta eit val og dermed ikkje er utsette for valbelastning i same grad (Chernev & Hamilton, 2009). Chernev m.fl. (2015) har utifrå tidlegare forskning identifisert tre faktorar knytta til beslutningsmål, som omhandlar om fokuset for avgjerda er knytta til å velja eit sortiment eller velja eit bestemt alternativ, om avgjerdsprosessen vert konseptualisert som ein abstrakt og fjern prosess eller ein konkret og nærliggjande ein, og mest relevant i denne samangengen; avgjerdsintensjon. Konsumentar sine avgjerdsintensjonar reflekterer i kva grad dei tilnærmar seg avgjerdsoppgåva med eit eksplisitt mål om å ta ei avgjerd (t.d kjøpa) eller kun å betrakta dei tilgjengelige alternativa utan eit eksplisitt mål om å velja eitt eller fleire av dei tilgjengelige alternativa (t.d kikka eller prøva). I sistnemnte tilfelle kan konsumenten tilnærma seg tilgjengelige utval med det kognitive målet å læra om dei tilgjengelige alternativa og/eller deira eigne preferansar. I same gate, tilnærmar nokon konsumentar seg tilgjengelege utval med kjenslerelaterte mål om å oppnå tilfredstilsele frå evalueringprosessen i seg sjølv (Kahn & Ratner, 2005). Medan det meste av studium gjort på sortiment, har fokusert på scenario der konsumenten sitt mål involverer å velja utifrå det tilgjengelege utvalet, ser ein at dette ikkje alltid er tilfelle. I ein slik kontekst, kan ein argumentera for at avgjerder assosiert med mål om å kikka eller prøva truleg i mindre grad vil leia til valbelastning samanlikna med avgjerder som involverer målet om å ta ei avgjerd. I tråd med denne grunngjevinga har tidlegare forskning vist at konsumentar som evaluerer utvalsalternativ med mål om å undersøka heller enn å ta eit val, i mindre grad møter valbelastning når dei vert presentert med eit meir utvida utval (Chernev & Hamilton, 2009; Choi & Fishback, 2011).

Ettersom omfanget til datingtenester har auka og stigmaet knytta til bruken har minka er det vorte antyda at brukarpopulasjonen i aukande grad gjenspeglar offline-populasjonen (Gatter & Hodkinson, 2016). Blant desse menneska eksisterer det ulike motiv for bruken, og dermed også ulike avgjerdsintensjonar. Sumter, Vandenbosch og Ligtenberg (2017) utførte eit empiriske studium på kvifor unge vaksne (mellom 18 og 30 år) frå Nederland nytta Tinder. Ei faktoranalyse viste seks ulike intensjonar for bruken: Nokre leita etter kjærleiken, andre etter tilfeldig sex. Nokre nytta appen fordi den gjorde kommunikasjon lettare, andre for å få

sjølvbekrefting, nokon på grunn av spenning, eller fordi det var trendy. I tråd med Hitsch, Hortacsu og Ariely (2005) sine funn var det fleire menn enn kvinner som lista sex som ein viktig motivasjon, men jakta på kjærleiken var likevel ein viktigare motivasjon enn sex for deltakarane i undersøkinga. Også i Botnen, Bendixen, Grøntvedt og Kennair (2018) sitt studium kjem det fram ein skilnad mellom kjønna, der kvinner oftare nyttar datingtenestene for å styrka sjølvtiliten, medan menn viser meir interesse for uforplikta sex. Menneske er karakterisert av to ulike partnerstrategiar, noko som tillet både kvinner og menn å bestemma seg for å investera meir tid, energi og andre ressursar i å forfylgja ein langtids-strategi, der ein ønskjer å forplikta seg til ein partner, eller ein kort-tids strategi for partnerval, der ein har uforplikta affærer og seksuelle kontaktar med ulike partnerar (Buss & Barnes, 1986). Funna til Botnen og kollegaene hans indikerer at brukarar med kortsiktige beslutningsintensjonar ikkje har fleire sex-partnarar enn personar offline, som deler ein liknande sosioseksuell orientering og er opne for kortvarige seksuelle forhold.

Eit studium utført av Skog (2014) nyanserer bilete om brukarane sine intensjonar. Utvalet i hennar undersøking nytta Tinder for å få venner (10%), for å få flest mogleg *matches* (27%), for å flørta (40%), for å «kikka» på andre (42%), og for å finna kjærast/partnar (43%). Ettersom sumprosenten oversteig 100 prosent, tyder det på at same individ kan ha fleire grunnar til å nytta datingtenestene. Brukarar av datingtenester rapporterer også at dei nyttar tenestene til ikkje-relasjonelle føremål, slik som underhaldning eller tidsfordriv (Ligtenberg, 2015; Stephure, Boon, MacKinnon & Deveau, 2009). Funna presentert ovanfor peikar mot at brukarane har ulik motivasjon for bruken av datingtenester og dermed vil avgjerdsintensjon truleg variera i tråd med dette. Opplevd kompleksitet og potensialet for valbelasting oppstår når brukaren sitt mål er å velja mellom alternativa i eit utval, og på dette stadiet vert størrelsen av utvalet relevant (Chernev m.fl., 2015). Om intensjonen er knytta til ei betydningsfull avgjerd med eit langsiktig mål, kan ein tenkja at ein i større grad opplever valbelasting i møte med mange alternativ.

### **Maksimeringstendensar**

Simon (1959) introduserte omgrepet *satisficing*, og antyda at økonomar burde forklara vellukka foretningsåtferder i forhold til å oppnå av bestemte mål, slik som eit nivå for sal, som var godt nok, heller enn ved å maksimera profitt, som var den klassiske tankegangen. Schwarts og hans kollegaer lånte omgrepet og nytta det til å namngje ein ende av eit avgjerdstakingspektrum, medan omgrepet *maximizing* beskreib det andre ytterpunktet (Schwartz, Ward, Monterosso, Lyubimirsky, White & Lehman, 2002), og saman kan dei

nyttast som ein skilje mellom ulike strategiar ein bruker når ein tar val. I fylgje dette spektrumet finn ein på den eine enden satisficers, eller individ som set minimumskriterier for eit val dei treng å ta. Når dei har kome over det fyrste alternativet som møter deira absolutte terskel for aksept, sluttar dei å leita. Dei søker utifrå kriteriet om å verta tilfredstilt, og leitar etter noko som er «godt nok». Å nytta denne strategien inneber å søkja til ein finn eit alternativ som overgår ein minimumsstandard (Schwartz, 2004; Schwartz m.fl., 2002), og dei som nyttar denne strategien vert i mindre grad påverka av tilgangen til mange alternativ. På den andre enden av spektrumet finn ein maximizers. Å maksimera inneber å søkja etter det beste og krev eit utvida søk og undersøking av alle alternativa. Samanlikna med satisficers, har maximizers også eit minimumskriterium, men dei stoppar ikkje å leita før dei enten finn det beste alternativet, eller meir truleg, dei går tom for ressursar (t.d tid) og må gå med på å ta det tilsynelatande beste, om enn, "uperfekte" valet (Schwartz m.fl., 2002). Maximizers søker meir informasjon via sosial samanlikning enn satisficers, viser meir produktsamanlikning, konterfaktuell tenking og mindre tilfredsheit med sine innkjøp (Schwartz, 2004), noko som alle er indikatorar for konsekvensar av valbelasting. I tillegg har maximizers konsekvent vist å uttrykkja meir anger enn satisficers over ei avgjerd (Diab, Gillespie & Highhouse, 2008; Iyengar, Wells & Schwartz, 2006; Schwartz m.fl., 2002), trass i at maximizers ofte tar betre avgjerdar objektivt sett (Iyengar m.fl., 2006).

Votaw (2016) har utført nokre av dei fyrste studium som eksplisitt undersøker avgjerdstakingsstrategiane maximizing og satisficing i tilknytning til romantiske relasjonar. Ho utvikla ein modifisert maksimeringsskala for å evaluera desse tendensane når ein valde partner, basert på dei tre maksimeringsfaktorane identifisert av Nenkov, Morrin, Schwartz, Ward og Hulland (2008). Det vart som forventat funne ein positiv korrelasjon mellom generelle tendensar til å maksimera og tendensen til å maksimera i romantiske relasjonar. Generell maksimering var sterkast korrelert med å ha høge standardar (eks. "Når eg tenkjer på min romantiske partner, er eg på leiting etter «the one» eller min sjelevenn"), samanlikna med indikasjonar på alternative søk (eks. «viss eg fann eit individ som var ein betre romantisk match for meg, ville eg vurdert å forlata min noverande partner for å data dette nye mennesket») og avgjerdstakingsvanskar (eks. «Eg synst det er vanskeleg å forplikta meg til ein partner fordi eg veit at det finst andre potensielle partnerar for meg"). Sjølv om det er nokre funn som peikar mot at menn er meir truande til å maximize generelt (Schwartz, 2004), hevdar andre at kvinner i større grad vil maksimera i nære relasjonar, spesielt når dei søker ei langtidspartner, ofte basert på argument frå *Parental Investment Theory* (Lenton m.fl.,

2013). I tråd med denne argumentasjonen, har det vorte vist at kvinner er meir diskriminerande enn menn i speed-dating paradigmer (Todd m.fl., 2007). På den andre sida fann ikkje Votaw (2016) ein signifikant forskjell mellom skårene for kvinner og menn for variablar på romantisk maximization eller for opplevd kvaliteten på potensielle partnarar. Vidare indikerte resultat til Votaw (2016) at dei som er yngre hadde ein større tendens til å maksimera i romantiske relasjonar og til å oppfatta at dei hadde meir potensielle partnarar (skjønt ikkje høgare kvalitet) enn sine eldre motstykke. Tendensar til å maksimera vil vera med å påverka i kva grad brukarane opplever tilgangen som belastande, i relasjon til om ein leiter til ein er tilfreds eller søker i håp om å finna ein «ideell partnar».



## Konsekvensar

Dei presenterte prediktorane kan truleg påverka i kva grad utvalstørrelse får ein innverknad på valbelasting, ved å virka som enten modererande eller medierande variablar. Valbelasting kan ikkje observerast direkte, sidan det er ein mentalt konstruksjon som skildrar den subjektive tilstanden til avgjerdstakaren, og fenomenet vert i målt av eit fleirtal av objektive indikatorar (Chernev m.fl., 2015). Det er vorte observert mange potensielle konsekvensar av valbelasting, som varierer både i natur og operasjonelle definisjonar. Ei mogleg gruppering av desse effektane er å kategorisera dei som subjektive tilstandar hjå avgjerdstakaren og observerbare åtferdskonsekvensar, og denne oppdelinga vert nytta framover.

### SUBJEKTIVE TILSTANDAR

#### Anger

Blant dei dokumenterte konsekvensane av valbelasting i møte med store utval, er gjerne dei mest dramatiske konsekvensane knytta til anger (viser til Gilovich & Medvec, 1995 og Landman, 1993 for ein gjennomgang av anger), som kan oppstå både etter at me har opplevd resultatet av ei avgjerd (*postdecision regret*) og før ei avgjerd er tatt (*anticipated regret*). I tråd med valbelastingshypotesen, opplever folk generelt meir anger etter eit val dersom dei vel frå eit stort utval framfor eit lite (Iyengar & Lepper, 2000; Sagi & Friedland, 2007). Når ein vel frå eit utval, vil talet på alternativ som vert valt bort auka proporsjonalt med størrelsen på utvalet. Dessutan, jo fleir alternativ som vert etterlatt, jo større er sjansen for at å gå glipp av betre moglegheiter, noko som aukar potensialet for å angra. Empiriske funn antyd at subjektive følelsar av tap aukar når talet på etterlatte alternativ aukar frå ein til to (Carmon, Werebroch & Zeelenberg, 2003). Ting tydar på at ei auking i alternativ over ein viss mengde gjer beslutningstakaren usikker på om dei har foretatt eit riktig val (White & Hoffrage, 2009), og funn indikerer at post-avgjerdsanger er ganske vanleg blant dei overbelasta (Landman, 1993) og kan verta forsterka av kontrafaktisk tenking (Kahneman & Tversky, 1982). Alle er sårbare for kontrafaktisk tenking, men dess lettare det er å førestilla seg eit alternativt utfall (inkludert hypotetiske, men faktisk ikkje-eksisterande utfall), dess større er sannsynlegheita for at kontrafaktisk tenking oppstår (Roese, 1997). Overført til valbelasting må ein tru at dess fleire alternativ eit individ står ovanfor, dess lettare er det å forestilla seg eit anna utfall. Anger og kontrafaktisk tenking påverkar folk si tilfredsheit med

eit utfall, og ein har eksempelvis sett at olympiske utøvarar som vinn ein sølvmedalje ser ut til å vera mindre tilfreds enn utøvarar som vinn bronse, til tross for deira objektivt betre utfall (Medvec, Madey & Gilovich, 1995) Medvec og hans medarbeidarar rekna med at dette skuldast at det er lett å generera kontrafaktuelle alternativ slik at sølvvinnaren i større grad samanliknar deira utfall med den tapte gullmedaljen medan bronsevinnaren meir sannsynleg samanliknar seg med dei lenger ned på resultatlista og er glad han fekk ei pallplassering. Den bitre kjenla av anger kan skyggeleggja tilfredsheit, uavhengig av om angeren er rettvis.

I fylgje teoriar om skuffelse og anger, samt dissonanseteoriar, vil ofte avgjerder verta tatt slik at dei minimerer den forventade følelsen av anger og skuffelse (Zeelenberg, van Dijk, Manstead & van der Pligt, 2000). Dei fleste avgjerder inneber eit vist element av usikkerheit: Me er ofte usikre når det gjeld framtidige hendingar; om dei kjem til å inntreffa, og korleis me vil evaluera dei om dei hender. Ein måte å handtera denne usikkerheita når ein tar avgjerder er å forma forventningar om moglege utfall av ulike handlingsforløp, og korleis me vil evaluera dei om dei inntreffer. Idèen om at folk tar emosjonelle reaksjonar til moglege utfall med i berekninga når dei tar avgjerder, har eksistert i lengre tid innanfor forskning på avgjerdestaking (Janis & Mann, 1977), og i visse situasjonar betraktar ein moglegheita for anger *før* ein tar ei avgjerd, og på denne måten kan forventning om framtidig anger påverka noverande bedømmelsar med usikre utfall. Studier viser også at forventning om anger kan promotera risikoaversjon, og ettersom menneske ofte foretar val for å redusera negative følelsar, kan den senka motivasjonen for å velja som ein ser ved valbelastning, delvis forklarast av den forventade følelsen av anger knytta til førespegla avgjerdsutfall (Botti & Iyengar, 2006; Schwartz, 2004). Vil eg verta fornøgd med denne partnaren i framtida? Ville eg finna ein betre partner ein anna plass? Har eg undersøkt alternativa godt nok? Sjølv om det er individuelle skilnader når det kjem til tilbøyelighet for anger, som til dømes tendensen til å maksimera, er det nokre omstendigheter som i større grad triggjar anger enn andre, og valbelastingshypotesa viser til at dess fleire alternativ du har, dess større er sannsynlegheita for at du vil oppleva anger, enten i forkant eller etter ei avgjerd.

### **Høge forventningar**

Høge forventningar er ein anna verknad som kan oppstå når ein har tilgang til mange alternativ, og vert innanfor valbelastingshypotesa dokumentert som ein mogleg konsekvens av store utval og valbelastning. Avgjerdestakarar som står ovanfor eit stort utval kan få større håp om å få innfridd sine preferansar og finna noko som står til deira forventningar, noko som

er i tråd med økonomiske modellar som hevdar at konsumentar har større sjanse for å finna det ideelle produktet når dei har tilgang til eit utvida utval (Diehl & Poynor, 2010). Vidare har det vorte argumentert for at store utval ofte endrar konsumentar sitt ideelle punkt på ein måte som gjer dei vanskelegare å oppnå (Chernev, 2003; Schwarts m.fl., 2002), noko som truleg er spesielt uttalt for dei som viser maksimeringstendensar. Å ha tilgang til eit stort utval av alternativ kan gjera konsumentar meir kravstore og mindre villige til å inngå kompromiss (Bakos, 1997). Som ein fylgje av dette har det vorte hevda at val frå store utval kan leia til avkrefthing av forventningane til veljaren, og resultera i større valutsetjing og mindre tilfredsheit med det valde alternativet. Datingindustrien nyttar årleg hundrevis av millionar dollar for å reklamera for tenestene dei tilbyr (Nielsenwire, 2009), og måten datingtenestene promoterer seg på er truleg med på å påverka kva forventningar brukarane får. Eksempelvis reklamerer tenesta *Plenty of fish* med at dei vil matcha deg med personlegdomar som fører til «langvarige, stabile forhold», og personar som vil «møte dine emosjonelle behov» (Plenty of fish, 2018), viss du legg ut på symjing i deira basseng av kjærsteemne. Elitesingel refererer til at dating på nettet har auka i omfang og seier at «grunnen til det er at det er både gøy, praktisk og effektivt», og hjå dei kan du "innstille individuelle søkekriterier, treffe andre single og omsider forelske deg" (Elitesingles, 2018). Desse lovnadane høyrer tilforlateleg forlokkande ut!

Forsking har identifisert to typar overbevisningar knytta til relasjonar, som enten vektlegg trua på skjebne eller vekst. Overtydningar kring skjebne har ein deterministisk karakter og kan illustrast ved ideen om at relasjonar enten kjem til å fungera eller ikkje (Knee, 1998). Dei som deler denne trua vil i større grad meina at individ innanfor ein relasjon enten er meint for kvarandre eller ikkje, og leita etter ein sjelevenn og kjærligheit ved fyrste blikk. Slike overbevisningar har lenge vorte dyrka i media (Holmes, 2007), og påstandene til datingtenester kan vidare vera med å framheva denne trenden. Konsistent ? med denne moglegheita indikerte brukarundersøkelser i januar 2011 at 73 prosent av amerikanarar trudde på sjelevenner, noko som var ei aukiing frå 66 prosent seks månader tidlegare (Marist Poll, 2011). På den andre sida finn ein overbevisningar som er karakterisert med idear om at relasjonar veks over tid (Knee, 1998). I dette ligg det at ein tenkjer at relasjonar er formbare og kan verta forbetra gjennom kommunikasjon og det å overvinna hinder i relasjonen. Knee (1998) fann at individ med sterkare vekst-overbevisningar har færre one-night stands og datar i lengre periodar samanlikna med dei med svakare vekst-overbevisningra. Varigheita på relasjonar for individ med sterke skjebne-overbevisningar var i motsetnad i større grad

bestemt av deira initielle tilfredsheit og nærheit med den relasjonelle. I tråd med dette kan det tenkjast at dei som trur på skjebnen i større grad handlar meir beslutsomt og myndig når dei bestemmer at forholdet ikkje er «meant to be». Det er vorte indikert at individ med sterkare skjebneoverbevisningar oftare vil sjå partnaraane sine handlingar som diagnostiske for styrken av relasjonen deira (Finkel, Burnette & Scissors, 2007) og er raskare til å avslutta ein relasjon om dei opplever at partnaren ikkje er ideell (Franiuk, Cohen & Pomerantz, 2002; Knee, 1998). Ideen om ein sjelevenn ser ut til å vera spesielt sterk blant unge vaksne. Eit studium fann at 94 prosent av single menn og kvinner mellom 20 og 29 år, var einige i utsagnet «When you marry, you want your spouse to be your soul mate, first and foremost» (Popenoe & Whitehead, 2001). Vidare kan slike overbevisningar om skjebne og høge forventningar motivera brukarar av datingtenester til å fortsetja å søkja etter ein perfekt make sjølv når dei har vorte involvert i eit potensielt belønnande forhold, jamfør utsagnet «I would prefer to be on my own rather than just fall into any relationship where I am not a hundred percent happy» (Leslie & Morgan, 2009, s. 13), og tilgangen som datingtenestene tilbyr kan vera med å auka forventningar om å finna den "ideelle" partnaren.

## **ÅTFERDSKONSEKVENSA**

### **Auka innsats**

Auka innsats er ein av dei dokumenterte konsekvensane av valbelasting (Sela & Berger, 2011), og kan målast i tid ein legg ned i avgjerdsoppgåva. I likskap med andre betydningsfulle avgjerder, er informasjonssøkinga individet gjer før dei forpliktar seg, eit viktig element ved parnarval. Prosessen med å søkja etter informasjon kan vera krevjande i møte med eit stort utval av potensielle partnarar. Funn frå Hitsch m.fl (2005) sitt studium tyder på at dei som leitar etter eit langtidsforhold legg ned meir innsats i online dating enn dei som har andre avgjerdsintensjonar, inkludert motivasjonar som nysgjerrigheit eller uformelle relasjonar. Brukarar som, i fylgje deira eigne oppgjevne motivasjonar, sa at dei såg etter eit langtidsforhold (39%) utgjorde meir enn halvparten av den observerte aktiviteten. Til dømes stod menn som såg etter denne typen relasjon for 57 prosent av alle e-postane sendt av menn, og blant kvinner som såg etter ein langvarig relasjon var prosentandelen 53 prosent. Det korresponderande tallet på meldingar sendt av brukarar som berre var på "utkikk" var på rundt 20 prosent. Sela og Berger (2011) hevdar at folk nyttar subjektive opplevingar av vanskar med avgjerdstaking som ein indikator for kor mykje lenger tid og innsats dei skal nytta. Dei argumenterte for at dersom ei avgjerd vart opplevd som uventa vanskeleg grunna tilfeldige

årsaker, kan folk dra slutningar om at avgjerda er viktig og fortener meir merksemd. Dette vil igjen kunne auka tida folk bruker på å velja (Chaiken & Maheswaran, 1994). Subjektive vanskar kan verta generert av tilfeldige faktorar slik som å ha for mange val å velja mellom, overflod av informasjon, eller motstridande avveiningar mellom valmoglegheiter (Schwartz, 2004). Deira studium demonstrerte at uventa vanskar blant anna leia folk til å søkja fleire alternativ, noko som ytterlegare kan auka vanskane med å ta ei avgjerd og opplevinga av valbelastning. Brukarane investerer tid og innsats for å møta folk, finna og evaluera informasjon om desse potensielle partnarane, og forkasta upassande kandidatar. Eit utval rapporterte at dei nytta 5.2 timar i veka på å søkja gjennom profilar, og 6.7 timar på å skriva og svara på meldingar, ein prosess dei ikkje likte særlig godt og som kun leia til 1.8 timar med ansikt-til-ansikt kontakt (Frost m.fl., 2008). Eit anna estimat antyder at brukarar nyttar gjennomsnittleg 22 minutt kvar gong dei besøkjer ei datingside (Mitchell, 2009). Lauritzen (2017) skildrar at ho nytta å mykje tid på datingrelaterte aktivitetar, at det vart opplevd som ein ulønna deltidjobb. Det er uklart om denne tidsbruken er ein konsekvens av den store utvalet og påfølgjande valbelastning, eller om tidsbruken kan attribuerast til andre faktorar slik som tidtrøytte og underhaldningsverdi, og/eller avhengigheitstendenar. Det peikar uansett på at mange brukarar investerer mykje tid på aktivitetar knytta til datingtenestene.

## **Valunngåing**

Valbelastninghypotesen skildrar at ei auking av talet på alternativ i eit utval vil kunne føra til ein auka tendens til å unngå å ta eit val, og denne konsekvensen vart vist allereie til Iyengar og Lepper (2000) sitt studium. Anderson (2003) definerer valunngåing som ein tendens til å unngå å foreta eit val ved å utsettja det eller ved å søkja ein enkel utveg som ikkje inkluderer handling eller ikkje inkluderer endring. Valunngåing kan dermed verta uttrykt enten som ein preferanse for *status quo* eller valutsetjing. Gitt at det å velja å ikkje velja er eit alternativ i mange verkelege anledningar, kan denne åtferda verta utført blant anna for å at ein kan sjå på ytterlegare informasjonskjelder eller for å evaluera fleire alternativ som vil verta tilbydd (Dhar, 1996; 1997). Det å ikkje velja kan likevel i mange tilfelle også reknast som eit bevisst val i seg sjølv som er i tråd med beslutningstakaren sine intensjonar, jamfør dei ulike beslutningsmåla som vart skildra tidlegare. Eit studium (Fisman, Iyengar, Kamenica & Simonson, 2006) belyser at talet på alternativ har potensial til å minka sannsynlegheita for å velja ein partnar. I dette speed-dating-paradigmet vart studentar spurt om å vera med på ei speed-dating-hending der dei var i grupper på 18-42 individ. Forskarane fann at deltakarane i mindre grad sa «ja» ettersom talet på potensielle partnarar auka, sjølv om effekten var

begrensa til å kun gjelda for kvinner. Det var 40 prosent større sannsynlegheit for at dei kvinnelege deltakarane ynskte å møte igjen ein potensiell partnar dersom dei møtte eit relativt lite tal menn (9-14) enn om dei møtte fleire menn. I tillegg er det indikert at variabilitet blant partnarar i speed-dating-paradigmer leia deltakarane til i større grad å seia nei til alle potensielle partnarar, med andre ord; dei valde å ikkje velja (Lenton & Francesconi, 2011). Ein kan tenkja seg at ei undergruppe av potensielle brukarar vert overvelda berre ved synet av mengda profilar som er tilgjengeleg, og loggar av og ut allereie ved fyrste blikk. Det er uklart om dei som vert avskrekka alt på dette stadiet kan reknast som råka av valbelastning og valunngåing, eller om dette kan betraktast som ein meistringsstrategi for å unngå negative konsekvensar knytta til opplevinga av overdriven valfridom.

Eit val som vert oppfatta som vanskeleg vil krevja tid og ressurser av beslutningstakaren og har større sjanse for å verta utsett (White & Hoffrage, 2009). Tanken er at avgjerdstakaren i mindre grad tar ei avgjerd når dei har mange valmoglegheiter fordi søking-, diskriminerings- og evalueringskostnadane er høge. I tråd med dette har forekomsten av valutsetjing vorte relatert til valensen av unike og delte attributter, tidspress, den oppfatta likskapen til alternativa og valet sin vanskelighetsgrad, usikre preferansar og måten alternativa kan samanliknast på (Dhar, 1997; Haynes, 2009). Funn frå Votaw (2016) sitt studium indikerer at single i større grad maksimerer, og såleis utset å gå inn i ein relasjon, enn dei som er tilfredse og har funne ein partnar. Resultata viste også at single deltakarar i større grad nytta ein romantisk maksimeringsstrategi enn dei som var i eit forplikta forhold. Det vart vidare funne at individ som skåra høgare på relasjonsmaksimisering i mindre grad var i eit forhold, noko som kan tyda på at maximizers gjerne opplever vallenging når dei skal avgjera om dei skal gå inn i ein romantisk relasjon grunna deira høge standardar for forhold, sjølv om denne kausaliteten ikkje nødvendigvis kan verta antatt utifrå dei gitte korrelasjonsdataa. Usikkerheit og forvirring kring eit val blant mange alternativ vil også kunne gjera at beslutningstakaren fryktar at ho/han vil angra på utfallet av valet, og utset beslutninga (Zeelenberg m.fl., 2000).

### **Teoretiske forklaringar på valbelastning**

Det framstår som hensiktsmessig å diskutera potensielle forklaringar og teoretiske perspektiv som kan vera med å klargjera funn knytta til valbelastning. Etologar, som indikert av Luttbeg (2002) sin modell, hevdar at oppfatta mangfall leier utveljaren til å setja ein høgare terskel for aksept og gjer ein meir kresen, og at dette er grunnen til valutsetjing. Eit enkelt mål

på det å vera kresen, er proposjonen av individ som vert avvist, og ein kan tenkja seg at proposjonen aukar med talet på valalternativ. Tidlegare forskning innanfor avgjerdstakingspsykologi kan også tilby fleire perspektiv som kan forklara kvifor valbelastning oppstår, og kvifor nokon endar opp med å ikkje velja ein partner ved bruk av datingtenester, og vidare vil oppgåva forsøka å plassera valbelastning innanfor ei større teoretisk ramme basert på eksisterande litteratur.

## **KONFLIKT OG TRADE-OFF-AVERSJON**

Eit forsøk på å finna ein teoretisk forklaring på valbelastning er relatert til veletablerte funn som viser at avgjerdstakarar tenderer til å unngå avgjerder som involverer avveiningar (*trade-offs*) mellom motstridande alternativ (Scheibehenne, 2008). Det er argumentert for at innhaldet i attributtane som skildrar alternativa spelar ei viktig rolle for mengda av konflikt som oppstår når ein skal ta ei avgjerd, og dermed også for fremveksten av valbelastning. Konflikt er ikkje eit klart definert konsept, men vert mykje brukt i psykologiske analyser av beslutningstaking, og kan oppstå når ein person vert utsikker på korleis han/ho skal avveia kostnad mot nytte eller risiko mot verdi (Tversky & Shafir, 1992). Tversky og Shafir (1992) viste at når ei gruppe deltakarar vart tilbydd å kjøpa ein CD-spelar av låg kvalitet eller ingenting, valte 34 prosent å ikkje kjøpa, medan når ei anna gruppe kunne velja mellom ein CD-spelar av høg kvalitet til \$159 og ein med lågare kvalitet til \$99, auka talet på dei som utsette valet til 46 prosent. Den einaste skilnaden mellom vilkåra var at det fanst eit ekstra alternativ, som truleg førte til ein konfliktsituasjon der deltakarane i den andre gruppa måtte avveia kvalitet mot pris, og som ein konsekvens vart motivasjonen for å ta eit val redusert. I eit anna studium av Tversky og Shafir (1992) mottok deltakarane \$1.50 som ein kompensasjon for deltakinga deira i eit tidlegare studium. Deretter vart ei gruppe tilbydd å byta inn pengane mot ein metall-pen, medan den andre gruppa fekk tilbod om å velja mellom to ulike pennar. I likheit med resultatata frå det fyrste studiet, beheldt fleire av deltakarane i den sistnemnde gruppa pengane (53%), samanlikna med den fyrste gruppa (25%), noko som kan indikera at fyrstnemnte gruppa foretrak *status quo* framfor avveiningar mellom dei to alternativa. Tversky og Shafir sine funn knytta til *trade-off*-aversjon har vorte replikert i andre valsituasjonar, inkludert konsumentavgjerder for varer som trådlause telefonar og lyspærer (Hsee & Leclerc, 1998), også ved medisinske avgjerder (Redelmeier & Shafir, 1995).

Desse resultatata antyder at ein auke i konflikt eller avveiningar kan auka tendensen til valunngåing, og tilhengjarar av valbelasntingshypotesen argumenterer for at når talet på

alternativ innanfor eit utval aukar, så aukar talet på avveiningar også (Shanteau & Thomas, 2000). Det er truleg ikkje berre talet på avveiningar i seg sjølv som betyr noko, men også størrelsen på forskjellane og viktigheita til motstridane attributtane som gjer det vanskeleg å trekkja ein konklusjon (Chernev m.fl, 2015). Konflikt kan oppstå når valet mellom ulike alternativ inneber at nokre fordelaktige aspekt må veljast bort. Dette kan vera tilfelle dersom det eine alternative er betre og meir ynskjeleg på ein attributt (t.d humor), medan det andre alternativet er betre på ein anna attributt (t.d ordenssans), eller begge har unike og attraktive eigenskapar. Når ein står ovanfor mange potensielle partnerar kan slike avveiningar verta krevjande, noko som kan føra til ein auka motivasjon for å utsetja valet. Kahneman og Tversky (1979) skildrar i sin prospektteori at menneske tar avgjerder basert på dei potensielle verdiane av tap og vinning, at folk ofte er meir tilbøyelege til å unngå tap enn å forfylgja vinning. Tendensen til at risiko framkallar motvilje kan ha parallellar til nære relasjonar, og vera ei potensiell forklaring på kvifor nokon unngår å forplikta seg til ein partner, ved at dei bevegar seg saktare framover for å minimra deira tap heller enn å ta risikoar som kan ha potensielle fordelar. Ved å konseptualisera partnerval som ei multi-attributtavgjerd, og undersøkje fordelar og ulemper ved ulike alternativ, kan ein vidare undersøkje følelsar av konflikt (Le & Agnew, 2003). Å ha sterke argument for begge sider kan lett leia til ambivalens, noko som er psykologisk stressande samanlikna med likegyldigheit. Det kan vera nyttig å konseptualisera relasjonelle avgjerder på denne måten, slik som avveiningar mellom potensielle partnerar. Dette kan bidra til å betre forstå usikkerheit rundt val, samt informera funn frå valbelastning.

## **INFORMASJONSBELASTNING**

Nokre psykologar hevdar at forklaringa på at mange valmoglegheiter leier til fleire avvisningar er eit resultat av forvirring heller enn kresenheit og at denne forvirringa skuldast ei *information overload*, vidare kalla informasjonsbelastning. Datingtenester på nettet vert ofte promotert i form av storleiken på tilgjengelege brukarar, med tanke på at brukarane vil finna ein betre match frå eit større utval av foreslåtte kandidatar. Det har likevel lenge vorte kjent at den menneskelege kapasiteten til bevisst prosessering av informasjon er begrensa. Allereie i 1956 demonstrerte Miller at bevisstheita til ei kvart tid berre kan handtera omtrent sju element med informasjon. I forlenginga av dette har forskarar antyda at valbelastning oppstår grunna begrensningar i vår kognisjon, og at når utvalsstørrelsen og mengda med informasjon auka vil dette kunne gå utover mennesker si prosesseringsevne (Sjå Scheibehenne, 2008, for ytterlegare gjennomgang av relatert forskning). Speider, Valacich & Vessey (1999, s 338) hevda at «Information overload occurs when the amount of input to a system exceeds its



processing capacity. Decision makers have fairly limited cognitive processing capacity. Consequently, when information overload occurs, it is likely that a reduction in decision quality will occur». I tillegg er det funne at informasjonsbelastning kan gjøra at valprosessen vert oppfatta som mindre fornøyeleg og redusera tilfredsheit med det valte produktet (Reutskaja & Hoghart, 2009). Dette er konsekvensar som samsvarer med funn frå valbelastning.

Det har vorte diskutert om valbelastningseffektane er forårsaka av mengda av alternativ aleine, eller av vanskar med å prosessera mengda med informasjon som kjem med ei spreing av moglegheiter (Chernev m.fl., 2015). Litteraturen om valbelastning og informasjonsbelastning framstår som betydeleg overlappande, og dei fleste av situasjonane som vert betrakta er karakterisert både av overload av informasjon og val. Somme har hevda at valbelastning kun er eit spesielt tilfelle av informasjonsbelastning (Scheibehenne m.fl., 2010), medan andre argumenterer for at sjølv om informasjonsbelastning spelar ei viktig rolle, er valbelastning i tillegg er eit resultat av vanskar med å bestemma kva alternativ ein føretrekkjer framfor eit anna (Chernev m.fl. 2010). I fylgje det siste synspunktet ser det ut til at folk som står ovanfor store utval opplever meir vanskar, eller forvirring, når dei skal rangera alternativa og evaluera dei opp mot eigne preferansar (Chernev, 2003). Uavhengig av ytterlegare nyansar i denne debatten kan ein oppnå auka forståing for valbelastning ved å sjå nærare på eksisterande litteratur frå informasjonsbelastningsfeltet.

### **Byte av strategi**

Forsking antyder at brukarar gjerne byter strategiar og endrar kva heuristikkar dei nyttar når dei står ovanfor eit stort utval av potensielle partnarar for å handtera overfloda av informasjon (Lenton & Steward, 2008). Å ta høgde for alle attributtar og vega dei opp mot kvarandre er krevjande, og forsking har vist at når ein har tilgang på mange alternativ aukar sannsynlegheita for at ein ikkje samanliknar uttømmande kvar potensielle partnar, men nyttar i staden «stopp rules» for å bedømme om ein potensiell partnar har tilstrekkelig høg kvalitet (Saad, Eba & Sejean, 2009). Det er vidare funn som tyder på at ein nyttar mindre kognitiv innsats på kvar enkelt kandidat når talet på dating-alternativ veks, noko som leier til at ein i større grad stoler på overfladisk informasjon (Lenton & Francesconi, 2010). I eit studium vart kvinner bedne om å velja ein mann som dei i hadde lyst å kontakta utfrå ei datingside som inneheldt 4, 24, eller 64 profilar. Etter kvart som talet på alternativ auka, rapporterte deltakarane at dei i mindre grad nytta omfattande valstrategiar (t.d weighted averaging, der

ein gjer "trade-offs" blant eigenskapene) og i større omfang nytta heuristiske strategiar (som til dømes elimination-by-aspects og a lexicographic rule) (Lenton & Stewart, 2008). Deltakarane som skulle velja ein potensiell partner frå 64 ulike online profilar var dei meir truande enn dei med mindre utval til å seia seg einige i utsagn som omhandla at dei eliminerte kandidatar som ikkje var akseptable på eit gitt kriterium (t.d attraktivitet), for så å eliminera dei resterande som ikkje møtte deira standardar på eit anna kriterium (t.d utdanning). Desse funna antydar at når avgjerda er meir kognitivt krevjande, nyttar folk forenkla heuristikkar som fører til at dei finn ein partner som er over terskelen på det viktigaste kriteriet til den som vel. Avgjerdene vert tatt utifrå eit sett av minimumskrav framfor å vera resultat av ei heilskapsvurdering. Som eit resultat av slike strategibyte kan folk føler seg tilsvarande tilfreds med å velja frå eit stort og lite utval, men for at slike ikkje-kompensatoriske strategiar skal vera hensiktsmessig ved val av partner må brukarane ha klare preferansar og kunna rangera viktigheita av ulike vurderingskriterier som dei anvender. Dette kan vera utfordrande gitt at mange manglar innsikt i kva eigenskaper ved ein potensiell partner sin profil som vil inspirera deira attraksjon når dei møtes ansikt-til-ansikt (Eastwick & Finkel, 2008; Sprecher, 1989), samt den manglande koplinga mellom preferansar oppgjevne på førehand og preferansar avslørt in-vivo (Todd m.fl. 2007). Tiltrekning er trass alt ein komplisert prosess som omhandlar meir enn objektive bedømmingar av eigenskaper over ein gitt terskelverdi.

## **Selektivitet**

I tilknytning til ideen om begrensa kognitive ressursar, vert det er antyda at informasjonsmengen som kjem med mange alternativ kan leia til dårlegare val og lågare selektivitet (Luri, 2004), grunna at når ein vert stilt over for mange valmoglegheiter vert ein konsekvens at ein har mindre selektiv prosessering. Selektivitet refererer i denne konteksten ikkje berre til ulike grader av merksemd, men også til om merksemda er nytta hensiktsmessig i forhold til brukarane sin preferanse. Brukarar som dedikerer meir merksemd til betre alternativ og mindre tid til dårlegare alternativ, viser større selektivitet og har ein auka sjanse for å ekskludera underlegne alternativ. Wu og Chiou (2009) sitt studium på online dating indikerer at å søkja gjennom fleire alternativ kan leia brukarane til å akselerera prosessen og redusera tida ein nyttar på kvar potensielle profil. Slikt sjølv-indusert tidspress kan minska brukarane si evne til å skilja mellom betre og dårlegare alternativ, og funna til Wu og Chiou tyder på at ein moglegvis vert distraherert av irrelevant informasjon, og har redusert evne til å velja vekk underlegne alternativ når ein leitar etter ein partner via online dating. Gjennom ein serie av fem studier viste Townsend og Kahn (2014) at preferanse for visuelle framstillingar

ytterlegare kan svekka selektiviteten, og leia til suboptimale utfall når ein står ovanfor store utval. Sporing av augerørsler viste at visuelle presentasjonar fasiliterte ein raskare, men meir tilfeldig, skanning av utvalet, samanlikna med den bitvise behandlinga som er assosiert med verbale stimuli. Dette kan tyda på at minka selektivitet kan inntreffa når ein skal vurderer datingprofilar som ofte er dominert av visuell informasjon. Sjølv om ei slik mindre systematisk visuellprosessering følest lettare, kan brukarar få eit betre utfall med verbale framstillingar som induserer ein saktare, meir systematisk prosesseringsstil. Liknande effektar er funne i partnarvalkontekstar for dyr: Medan studier viser at kvinnelege fuglar, slik som orrhøna, i utgangspunktet føretrekkjer større utval, eksepelvis ved at potensielle partnarar grupperer seg i klynger, framfor at dei presenterer seg enkeltvis, kan dei verta forvirra av det og kvaliteten på avgjerda deira kan verta redusert (Hutshinson, 2005). Viss det har seg slik at tilgangen til mange potensielle partnar gjer at brukarane står i fare for å selektera ein underlegen kandidat samanlikna med det dei ville gjort i ein annan setting, kan dette vera ei mogleg delforklaring på kvifor nokon endar med å utsetja valet av ein endeleg partnar.

### **Manglande adaptasjon**

Payne og medarbeidarane hans (1988) argumenterer for at bruk av forenklande avgjerdstakingsstrategiar og valheuristikkar er ein adaptiv respons i møte med krav frå komplekse avgjerdsoppgåver, nettopp grunna hjernen sin begrensa kapasitet til å prosessera informasjon. Dei hevdar at slike strategibyte kan reknast som intelligente responsar dersom folk etterstrebar å vera nøyaktige og samtidig konservera begrensa kognitive ressurser. Forsking på adaptiv avgjerdstaking (Payne m.fl., 1993) antydar at folk er kapable til å ta rimelege val sjølv om talet på alternativ og mengda med informasjon er stor, og frå dette perspektivet vil empiriske funn på valbelastning verta tolka som ein manglande tilpassing av beslutningsstrategien til den noverande situasjonen. Utifrå denne argumentasjonen vil utsetjing av val vera meir sannsynleg dersom folk ikkje har ein strategi for å handtera situasjonen dei står ovanfor. Som ein ser, er det usemje om valbelastning oppstår ved at ein i aukande grad nyttar ikkje-kompensatoriske strategiar i møte med store utval, eller om effekten er eit resultat av manglande bruk av slike strategiar.

### **Menneskeleg evolusjon**

Hutchinson (2005) på si side argumenterer for at valbelastning vil oppstå fordi organismar har adapterar til utvalsstørrelsane som naturleg oppstår i deira miljø, og

valbelastning vil verta funne i nye situasjonar med eit overdrive tal på alternativ der utvalet overgår økologisk vanlege størrelsar. I forlenging av dette antydar Dunbar (1992) at primatar sin neocortex har utvikla seg for å handtera storleiken til deira respektive sosiale miljø, og ein konsekvens av dette er at moderne primatar ikkje har den kognitive kapasiteten til å oppretthalda sosiale nettverk som er større enn deira neocortex var tiltenkt å handtera. Dunbar (1992) estimerer at storleiken på stabile menneskelege grupper tidlegare har lege på rundt 150 individ, og fleire teoriar har trekt fram proksimitet som ein viktig faktor for tiltrekning. I dag har tilgangen til tilgjengelege partnarar auka betrakteleg samanlikna med tilgangen våre forfedre hadde. Lenton med fleire (2008) argumenterer for at medan det gjerne eksisterer begrensningar på talet på individ som vår hjerne er førebudd på å handtera, kan ynsket om større utval av partnarar ha vore adaptivt i vår evolusjonære historie. Til dømes vil motivasjon for variasjon minka sjansen for incest og auka sjansen for å finna ein partnar over ein gitt terskel. Tilgangen som datingtenestene tilbyr kan utfordra balansen mellom kognitive begrensingar og dragingar mot variasjon og utval. I løpet av mesteparten av mennesket si historie, har ikkje folk møtt på ei overflod av valmoglegheiter. I staden å spørja seg «skal eg ta a, eller b, eller c, eller...?», var avgjerder i større grad knytta til avveiningar mellom tilnærming og unngåing, aksept eller avvisning (Schwartz, 2004). I fylgje dette perspektivet kan valbelastning oppstå når ein utvidar utvalet av tilgjengelege partnarar til ein storleik som er utanfor vår prosesseringskapasitet og overgår tidlegare økologiske utvalsstørrelsar. Til no har ikkje studia tatt omsyn til utvalstorleikar slik dei reelt førekjem ved bruk av datingtenester, og utvala har vore begrensa til tosifra tal. Dette er dermed interessant å undersøkje vidare. Miljøet har endra seg, men det tar lenger tid før hjernen (og hjarta) endrar seg. Adaptsjon tar tid!

## DISKUSJON

Online dating har i løpet av kort tid revolusjonert korleis folk søker romantiske partnerar og initierer relasjonar med dei. Ulikt andre partner-søke-innovasjonar som aldri oppnådde omfattande interesse, slik som skriftlege personlege annonsar og video-chatting, er online dating svært populært og har ekspandert hurtig. Det har fundamentalt endra dating-landskapet og rekonstruert den romantiske bekjenskapsprosessen. Som fylgje av at kommersielle datingsider vert ein meir akseptert måte å forma romantiske relasjonar, er det fleire og fleire par som møter kvarandre via nettet (Rosenfeld, 2010). Likevel er det nokon som ikkje lukkast i å finna ein partner blant alle dei tilgjengelege partnerane, og det er desse som har vore i fokus her. Oppgåva har hatt som føremål å betrakta prediktorar og konsekvensar for valbelastning ved bruk av datingtenester, og har undersøkt korleis datingtenester sin tilgang på potensielle partnerar kan ha innverknad på beslutningsprosessar for brukarar som ser etter ein å etablere eit samliv eller eit parforhold med, med utgangspunkt i rammeverket til valbelastningshypotesen.

Det at tilsynelatande uendelege alternativ endar i ingenting, og at tilgangen på potensielle partnerar ikkje fører til at ein endar opp med ein «utkåra» og eit forpliktande forhold, kan innanfor oppgåva sitt rammeverk attribuerast som ein konsekvens av valbelastning, der ein endar opp med å unngå å ta eit val. Det er hensiktsmessig og tru at ei kompleks og generell åtferd som valunngåing kan ha fleire årsakssamanhengar (Anderson, 2003). Oppgåva har sett på nokre faktorar som kan vera med å påverka om ein brukar av datingteneste opplever valbelastning og om val av partner vert utsatt eller ikkje. Forventa anger, kostnader ved handling og endring, og valets vanskelighetsgrad er faktorar som spelar inn. Eit val som vert oppfatta som vanskeleg vil krevja tid og ressursar av avgjerdstakaren og har større sjanse for å verta utsett (Dahr, 1996; White & Hoffrage, 2009; Jessup, Veinott, Todd & Busemeyer, 2009). Usikkerheit kring eit vanskeleg val kan gjera at avgjerdstakaren fryktar at han/ho vil angra på utfallet av valet, og i slike tilfeller kan beslutninga verta utsett (Haynes, 2009). Sjølv om det er debatt blant forskarar når det gjeld storleiken på effekten av val-lamming (Scheibehene m.fl., 2010), minner andre lesarane på viktigheita av moderne variablar på lamming (Chernev m.fl., 2010), slik som ein maximizer sin auka førekomst av forventa anger samanlikna med satisficers (Schwartz m.fl., 2002). Det er fortsatt usikkerheit kring når og under kva omstendigheiter valbelastningseffekten oppstår, men det er truleg at utvalet av datingtenester kan påverka sjansen for å finna ein langsiktig partner. Dersom

brukaren føler seg overbelasta av valmoglegheiter, og dermed av ulike årsaker vegrar seg for å ta ei avgjerd og forplikta seg, eller selekterer ein partner som er underlegen den vedkommande ville valt i ein anna valsituasjon, kan ein tenkja seg at utfallet minkar sjansen for ein langsiktig relasjon. Fokuset har til no vore på valbelastning innanfor eit kognitivt perspektiv, og oppgåva har nytta mykje forskning frå konsument- og beslutningstakingslitteratur. Framover vil andre moglege årsaker til at all fisk endar ut i ingenting verta inkludert, og valbelastning vil verta plassert innanfor ei større teoretisk ramme basert på eksisterande litteratur, ved å ta med betrakingar som er særskilde for ein relasjonell kontekst og val av partner.

## Implikasjonar

### TEORETISKE IMPLIKASJONAR

Frå eit teoretisk perspektiv utfordrar valbelastningshypotesen fleire modellar i psykologi og økonomi, inkludert klassiske, økonomiske beslutningsteoriar og normative beslutningsmodellar, som hevdar at å utvida eit utval ikkje vil ha uheldige konsekvensar for avgjerdstakaren. Det bryt med regularitetsaksionome, som utgjer ein hjørnestein i klassisk valteori. Normative beslutningsmodellar meiner at slutningar vert basert på rasjonalitet og logikk, og held for sannsynleg at veljarar vil kombinera alle relevante attributtar for å finna eit enkelt absoluttmål av verdi for kvart alternativ som er uavhengig av dei andre tilgjengelege alternativa, og velja det alternativet som har høgast samla verdi. Ei slik tilnærming ville resultera beslutningsåtfærdar som er i samsvar med økonomisk rasjonalitet (Kacelnik, 2005), slik som transitivitet og *independence of irrelevant alternatives*. Valbelastning og anna forskning på avgjerdstaking innanfor deskriptive modellar antyder at me ofte bryt med rasjonelle prinsipp, og dermed kan opptre inkonsistent på tverrs av ulike avgjerdskontekstar. For sjølv om ein kvinneleg brukar likar Fredrik betre enn Vebjørn, og Vebjørn betre enn Håkon, er det ikkje sikkert at ho foretrekkjer Fredrik framfor Håkon. Vilkår for rasjonelle val vert ikkje innfridd når ein skal velja partner, jamfør til dømes eksempel på intransitivitet. Ein vel heller ikkje alltid den partnaren som har ein kombinasjon av «goder» som gjev høgast nivå av nytte, sett frå eit nyttemaksimeringsperspektiv. *Beauty is in the eye of the beholder*, og individuelle, subjektive erfaringar av tiltrekning kan vera vanskeleg å omsetja til reine kost-og-nytte funksjonar. Sjølve kjærleiken kan betraktast som irrasjonell i sin natur, og val av partner likeså.

## **Val av partnar**

Det ser ut til at folk er bevisst og har forventningar om effektane utvalstorleik kan ha på prosessen med å velja ein partnar. Deltakarar i ein simulert online dating-kontekst ynskte å ha ein stor grad av valfridom, men forventa samtidig at etter eit vist punkt ville kostnadane ved å velja ein partnar frå eit stort utval (t.d større anger, auka vanskar med å velja) begynna å overgå fordelane (t.d meir glede ved prosessen og meir tilfredsheit ved det valde alternativet) (Lenton m.fl., 2008). Sjølv om brukarar ser ut til å vera bevisst at det utvida utvalet som ofte er tilgjengeleg på internet kan ha sin pris, ser det ut til at dei overestimerer når potensielle kostnader ved tilgang kan verta opplevd og når metningspunktet truleg inntreffer. Forsking antyder at brukarane truleg byter strategi og endrar kva heuristikkar dei nyttar når dei står ovanfor eit lite eller eit stort utval av potensielle partnarar (Lenton & Stewart, 2008), truleg utan at dei sjølv er bevisst at dei gjer slike adaptasjonar. Som eit resultat av strategibyte kan dei føla seg tilsvarande tilfredse med å velja frå eit stort eller lite utval. Sjølv om det å nytta ikkje-kompensatoriske valheuristikkar, og nytta mindre tid på å undersøkje kvar enkelt profil kan gjera at ein får vurdert fleire alternativ, og dermed gjerne er ein god måte å handtera dei store mengdene med utval og informasjon, kan det gjerne ha negative konsekvensar også. Edwards og Fasolo (2001) trekkjer fram at det å nytta ikkje-kompensatoriske strategiar kan føra til at ein overser/avviser ein «samla vinnar». Med andre ord; det er mindre sjanse for at ein vel det alternativet som samla sett er best ved bruk av slike strategiar, ettersom ein gjerne ikkje ser korleis personen sine gode kvalitetar kompenserer for han eller hennar eigenskaper som er under terskelverdien. Det som utgjer det «beste» alternativet på lang sikt for eit gitt individ er noko som ikkje nødvendigvis kan verta avgjort ved å nytta ein nytte-maksimeringstilnærming på eit bestemt punkt i tid. Å finna den aller beste partnaren er truleg heller ikkje eit godt mål, då det er betre å finna seg ein «god nok» partnar, (satisficing) ettersom dette er ein meir adaptiv heuristikk (Todd & Miller, 1999).

## **Evaluering av potensielle partnarar**

Tilgangsfunksjonen til datingtenester kan påverka omdømmings- og avgjerdsprosessar også på andre måtar enn dei som vert trekt fram i valbelastningshypotesen, og minska nytten av tilgangen på potensielle partnarar. Eit problem kan vera knytta til den manglande koplinga mellom karakteristikkar som ein brukar er truande til å prioritera når dei søkjer i potensielle partnarar sine profiler, og kva eigenskaper som betyr noko når dei fylgjer opp ein relasjon med ein spesifikk potensiell partnar. Dette kan knyttast til kva evalueringsmodus ulike situasjonar appellerer til. Evalueringsmodus kan verta betrakta som

ein kontekstuell eigenskap ved avgjerdstaking, og har vist seg å påverka korleis alternativa vert evaluert, slik at alternativ som vert presentert samtidig, vert evaluert annleis enn når dei same alternativa vert presentert kvar for seg (Hsee & Zhang, 2004). Måten tilgangsfunksjonen til datingtenster er lagt opp, gjer at folk samanliknar og vurderer fleire alternativ samtidig. Tenestene tillet brukarane å søkja gjennom profilar, og dei vert presentert for fleire potensielle partnerar nesten samtidig. Denne evalueringstilnærminga står i kontrast til situasjonar der kvart alternativ vert evaluert separat, eksempelvis ved at ein vert betre kjent med ein spesifikk partner isolert og forfylgjer ein relasjon med ein bestemt partner om gongen. Fleire studier i ikkje-romantiske domene har demonstrert at folk ofte prioriterer andre kvalitetar når dei evaluerer ulike alternativ samtidig, enn når dei møter alternativa kvar for seg (Hsee, Loewenstein, Blount, & Bazerman, 1999; Hsee & Zhang, 2010). Eit resultat av å samanlikna fleire alternativ samtidig, er at sjølv små ulikskapar mellom alternativa kan verka framtrekande. Når ein står framfor to fjernsyn i ein butikk, kan forskjellen på bilde- og lydattributtar på to kvalitetsfjernsyn framstå som stor, og ein konsument kan vera villig til å betala ein høg pris for det aller beste fjernsynet, sjølv om kvalitetsforskjellen ikkje er merkbar når produktet er komme heim og vert sett på isolert. I relasjon til bruken av datingtenster kan dette forårsaka at brukarane fokuserer på visse eigenskaper som dei *tenkjer* er viktige for ein potensiell partner når dei søker gjennom profilar, og overser gjerne kvalitetar som faktisk *er* viktige. Bruk av ulike evalueringsmodus vil truleg påverka kva eigenskapar brukarane vier merksemd, og påfylgjande alternativ dei vel, eller vel bort. Når brukarar søker gjennom datingprofilar, samanliknar dei fleire alternativ med kvarandre, medan når han eller ho initierer og fylgjer opp ein relasjon med ein potensiell partner som han eller ho har møtt, vert forholdet ofte evaluert åleine: Heller enn å samanlikna fleire potensielle partnerar, evaluerer ein i kva grad den spesifikke potensielle partnaren er god nok for vedkommande (Hsee & Zhang, 2010). Endringar i måten kvalitetar vert prioritert når ein evaluerer potensielle partnerar samtidig framfor kvar for seg, kan vera ei kjelde til at folk mislukkast i å gjera kjenslemessige prediksjonar om kven som vil pirra deira tiltrekning ved eit eventuelt møte, og kva eigenskaper som er viktig hjå ein framtidig partner.

Ein anna konsekvens av å samanlikna potensielle partnerar samtidig er at evalueringsmodusset som vert trigga av denne prosessen ofte styrkar *assessment mindsets* og undergrev *locomotion mindsets* (Kruglandski m.fl., 2000). Det fyrstnemnte tankesettet vektlegg kritisk evaluering av einheiter, tilstander eller mål når ein samanliknar tilgjengelige alternativ, medan eit *locomotion mindset* vektlegg å forplikta psykologiske ressursar til å



oppnå eit mål på ein effektiv og behageleg måte (For eit utdjupa skiljet mellom dei to, sjå Gollwitzer & Bayer, 1999). All dating, spesielt i starten når ein held på å verta kjent med ein potensiell partner, involverer ein grad av evaluering, men Finkel m.fl. (2012) antyder at online dating, der brukarane ofte gjer make-avgjerder etter å ha sett på ein profil eit par sekund og der den neste potensielle partnaren kun er eit museklikk unna, gjerne nyttar *locomotion* tankesett i større grad. Å vera i ein evalueringstilstand vil gjerne ikkje promotera tilfredstillande sosiale interaksjonar. Fyrstegongs-møte er ofte klønete og pinsame, og eit evalueringstankesett kan kanalisera merksemda på måtar som ytterlegare hindrar flytande, spontan interaksjon.

### **Relation-shopping**

I relasjon til det evalueringssystemet og -tankesettet som bruken av datingtenester kan indusera, komseptualiserer Heino, Ellison og Gibbs (2010) online dating som «relationshopping» (sjå også Whitty & Carr, 2006), og meiner at den konsumeriske metaforen «å handla» kan brukast for å skildra korleis brukarane vel ut potensielle partnarar dei er tilstrekkelig interessert i, og tar med vidare enn til søkjestadiumet. Analyse av deltakarane sitt språk viste at marknadsmetaforar var framtrudande for brukarar av datingtenester, ettersom halvparten uoppfordra nytta slike metaforar for å forklara erfaringane sine. Heino m.fl. (2010) fann at deltakarane adopterte ein shopping-mentalitet og valde eigenskapar som av ein katalog. Datingprofilane vart oppfatta som reklame, og produktet som vart "seld", var dei sjølv og andre potensielle partnarar. Denne «shopping»-mentaliteten ser ut til å koma frå at folk har umiddelbar tilgang til profiler som presenterer alle desse «produkta» (potensielle partnarar) som dei kan velja og vraka mellom. Det kan tenkjast at ein slik tankegang kunne resultera i objektivering av potensielle partnarar, og gjera prosessen med å finna ein partnar til eit "numbers game". Ahuvia og Adelman (1993) fann at marknadsmetaforar rundt konsumering (potensielle partnarar som ei «pakke») og sal («sell yourself») var meir vanlege enn romantiske metaforar (slik som å «skapa magi»), når deltakarane skildra sine opplevingar med å bruka datingtenester, men at desse vart erstatta med andre metaforar (som «kjemi») etter at deltakarane hadde forma relasjonar. Studiet til Heino og hans medarbeidarar (2010) er begrensa til initiel relasjonsformasjon, og dei veit ikkje om marknadsmetaforar vil fortsetja å vera framtrudande eller om, som antyda av Ahuvia og Adelman (1992), vil verta erstatta av nye metaforar når brukarane formar relasjonar. Sjølv om shoppingmetaforen også er tilstades i tradisjonelle former for dating, når den truleg nye høgder i online dating, spesielt på sjølv-selekterte sider. Dette er delvis grunna kvantiteten av potensielle partnarar som brukaren kan

evaluera, og delvis grunna måten ein kan velja dei ut. Funksjonalitetet og designet til datingtenester kan framkalla assosiasjonar til e-handelverksamheiter som Amazone.com. Ein kan tenkja seg at dess tydlegare marknadspreg ei datingteneste har, dess tydlegare vert marknadskreftene i form av tilbod og etterspurnad. Metaforen med ein marknadsplass formar eit bilete av ein plass der folk går for å «handla» potensielle romantiske partnarar og «selja» seg sjølv i håp om å skapa ein vellukka romantisk relasjon. Medan dette ikkje er den einaste måten å forstå relasjonsinitiering (Carl & Duck, 2004; Duck, 1973) og partnarseleksjon, kan marknadsplass- perspektivet tilby potensiell nyttig innsikt i korleis brukarar av online datingtenester ser på seg sjølv, andre og prosessen med å velja ein partnar.

### **Tydinga av fridom**

Valbelasning- hypotesen opnar for ein diskusjon rundt kva som eigentleg utgjør fridom. Ein kan ikkje benekta at val betrar livskvaliteten vår. Det tillet oss å kontrollera framtida vår og til å koma nærare nøyaktig det me ynskjer av einkvar situasjon. Valmoglegheiter er essensielt for autonomi, som er sentral for trivsel: Sunne menneske ynskjer og treng å styra sine eigne liv. For at eit val skal vera fritt, er det ein nødvendig betingelse at ein person kunne ha gjort noko anna. Som fylgje av dette er det nødvendig å ha meir enn eitt alternativ for å ha eit fritt val. Andre trekkjer dette mykje lenger, og definerer individuell fridom som moglegheita til å velja ubegrensa av ytre og indre krefter, og det å leggja til fleire val skulle såleis minka begrensingar og auka fridom. Men ettersom det kan leia til minka tilfredsheit og motivasjon for å ta eit val, argumenterer forkjemparar av valbelastning-hypotesen for ein antagonisme mellom mengda på val og deira avgrensande innverknad, som leier inn i ein filosofisk debatt om kva ein forstår med fridom. Sen (2000), som både er økonom og filosof, har undersøkt naturen og kor viktig det er med fridom og autonomi, og vilkår som promoterer dette. Han seier at me bør spørja oss sjølve om vala fremjer eller hindrar oss, om det gjer oss mobile eller hemmar oss, om det fremjer sjølvrespekt eller minskar det, om det tillet oss å delta i samfunnet eller om det hindrar oss i dette. Fridom er essensielt for sjølvrespekt, offentleg deltaking, mobilitet og vekst, men ikkje alle val fostrar fridom. Auka valfridom blant tenester og varer bidrar gjerne lite eller ingenting til den typen fridom som tel. Det kan heller vera med å svekka fridom ved å stela tid og energi som me hadde hatt betre utbyte av å dedikera til andre ting. Me ville truleg vore veldig misfornøgde viss nokon prøvde å ta vekk valfridomen vår på område i livet som me brydde oss om og viste noko om. Dersom det var opp til oss å velja om me skulle ha val eller ikkje,

ville me truleg gått for å ha alternativ i nesten alle tilfelle. Men det er den kumulative effekten av alle desse vala som truleg skapar stress.

Av det som er nemnt ovanfor kan det vera interessant å undersøkjja om brukarane opplever at tilgangen som datingtenester tilbyr, fremjer eller hindrar dei, aukar deira oppleving av fridom og autonomi, eller stel tid og energi. Ein kan spørja seg om tilgangen aukar eller minkar tilfredsheit og motivasjon for å ta eit val, og om denne valfridommen fører brukarane nærare det dei ynskjer. For brukarar som lever eit sjølvvalt singelliv kan tilgangen gje fridom til å vera open mot verda, til eksperimentering, utforsking og leik. Fridom og moglegheit til å ha tilgang til og velja tilsynelatade kven som helst, kan vera freistande i slike fasar. Men fridomsbehovet kolliderer ofte på eit tidspunkt med behovet for tilknytning og tosamhet, og mange brukarar vender seg til tenestene med ynskje om å oppgje personleg fridom til fordel for tilhørigheit og forpliktelse til ein utvald partner. For desse kan tilgangen og valfridommen gjerne verta opplevd som både belastande og begrensande, og enda opp som ei rastlaus jakt som ikkje fører dei nærare det dei ynskjer. Giddens (1996) skildrar korleis individualisme og sjølvutfolding i vår moderne tid inneber ein fridom til å velja som representerer ei frigjerding for den enkelte. Samtidig inneber valmoglegheitene mange utfordringar, fordi me får eit større ansvar for å skapa vårt eige liv. Fridomen til å velja er prega av forpliktelsar og ansvar. Nettopp fordi valmoglegheitene er mange, kan ansvaret for å velja riktig framtre som tyngjande. Fridommen til å velja inneber tvil og risiko fordi me må leva med konsekvensane av dei vala me tek. Valfridommens utfordringar er spesielt framståande i forhold til viktige avgjerder i livet. Val av samlivspartner representerer dilemmaer mellom sjølvrealisering og utfolding på den eine sida, og ynskje om å etablere eit varig forhold på den andre sida. I eit studium av korleis unge vaksne vel sine liv, skildrar Bratt (2004) korleis kompleksiteten og dilemmaene som mangfallet av valmoglegheiter gjer, vert opplevd som «ein slitsom refleksivitet».

## **PRAKTISKE IMPLIKASJONAR**

Dersom ein finn ein påliteleg reduksjon i tilfredsheit eller motivasjon på grunn av å ha for mange val, vil dette frå eit anvendt perspektiv, fordra at marknadsførarar og offentlege beslutningstakarar revurderer sin praksis med å stadig auka utvalet å velja mellom, fordi dei truleg kan auka sin suksess ved å tilby færre alternativ. Det same kan vera gjeldande for regjeringar som heller mot privatisering og liberalisme, ettersom fritt val er eit av kjenneteikna til den frie marknadsøkonomien. Medan grunngevinga for slike tiltak er å auka konkurranse og deltaking, antydar valbelastningshypotesen at overflod av alternativ kan føra til motsett effekt. Resultata frå Huberman m.fl (2007) tyder på at når tilsatte vart førespegla

eit stort utval av investeringsmoglegheiter i ulike pensjonsplanar, reduserte det deltakinga i desse programma, noko som igjen kan føra til ein resuksjon i livskvalitet etter pensjonering. Mange viktige avgjerder vert tatt i interaksjon med ein ekspert som kontrollerer talet på alternativ som vert tilbydd. I slike situasjonar kan ei betre forståing av valbelastningshypotesen hjelpe eksperten med å rettleia folk til å ta betre avgjerder, om det er ein doktor som presenterer ulike medisinske behandlingar eller ein banktilsett som foreslår ulike spareordningar. Føremålet bør vera å forsøka og styra folk sine val i velferdsfremjande retning, samtidig som valfridommen vert respektert.

Vidare gjer valbelastninghypotesen indikasjonar som fører oss til å forventa at brukarar av datingtenester med store utval, kan enda opp med å søkja gjennom fleire profilar på ein stadig aukande overfladisk måte og enda opp lamma av valfridomen. Det kan vera hensiktsmessig å oppfordra designarar av datingtenester til å hugsa på at det er ein balanse som bør oppretthaldast mellom folk sitt ynskje om valfridom og potensiale for valbelastning. Datingtenestene kan bistå med assistanse og setja rimelege grenser for tilgang, til dømes med å avgrensa talet på profilar ein brukar får tilgang til pr. dag. Ei klar forståing av valbelastning vil også kunna ha konsekvensar for korleis profilane vert utforma og korleis dei vert presenterte, jamfør eksempelvis funn som peikar mot at bilete produserer ei oppleving av større variasjon enn tekst, og vert oppfatta som meir tiltrekkjande, men kan resultera i auka valkompleksitet og -belastning når utvalet er stort og preferansane ukjente (Townsend & Kahn, 2014).

## **IMPLIKASJONAR FOR BRUKARANE**

Den mest lovande eigenskapen ved online dating er truleg tilgangen den gjer til potensielle datingpartnarar. Dette er spesielt hjulpsamt for single som gjerne elles manglar slik tilgang og har vanskar med å finna tiltrekkjande romantiske partnarar. Dette kan skuldast at dei manglar etablerte sosiale nettverk eller at deira sosiale møteplassar ikkje tilbyr passande partnarar i større grad.. Dette kan til dømes gjelda folk som tilhøyrrer ein seksuell eller religiøs minoritet, om dei har nett flytta til eit nytt område eller bur grisgrent, dei som har begrensa tilgang til å møte potensielle partnarar grunna faktorar som lange arbeidsdagar eller å vera enkeltforsørgar, eller har mista interessa for bar-scenen eller som manglar innsikt i alternativ for kvar dei kan møte single i deira aldersspekter. Men også for desse gruppene kan tilgangen verka overveldande. Oppgåva har gitt indikasjonar på at tilgang til for mange valmoglegheiter kan ha negative konsekvensar når ein skal velja partnar og valbelastning kan ha implikasjonar for individ som håper på å oppretta og vedlikehalda eit langvarig og tilfredsstillande forhold.

Nokre av utfordringane som oppgåva har skissert kan verta bøtt på ved å informera brukarane om korleis dei kan dra nytte av moglegheitene online dating tilbyr utan å verta offer for fallgruvane. Ei auka bevisstgjering rundt dei potensielt uheldige konsekvensane ved store utval og valbelastning kan minska sjansen for at dei vert «caught in the «web» instead of fishing with a «net»» (Wu & Chiou, 2009, s 318). Brukarane av datingtenester kan dra nytte av å verta merksam på korleis deira eiga kognitive prosessering og avgjerdstaking vert påverka under slike omstendigheiter. Brukarane bør styra unna eit for evaluerande og kritisk tankesett og heller prøva å førestilla seg kva dei må gjera for å ha ein hyggeleg interaksjon med ein person. Dei kan dra fordel av å *satisfice* meir og *maximize* mindre, noko som er i samsvar med Votaw (2016) som hevdar at me ville hatt det betre viss me leita etter det som var «bra nok», heller enn å søkja etter det beste. I forlenging av dette bør brukarar vera opne for å vurdera potensielle partnarar som gjerne ikkje oppfyller alle deira ynskte kriterier. Det er viktig at ein satsar på ein kjæraste som "passar", men eit sterkt fokus på korleis den perfekte kjærasten skal vera, kan gjera ein i overkant kritisk, og faren for at ein konkluderer for raskt og dermed ikkje lar relasjonen få moglegheit til å utvikla seg, aukar. Samanlikning av ulike potensielle partnarar fører ikkje nødvendigvis til ein effektiv måte å evaluera ein potensiell attraksjon (eller kvalitet på ein framtidig relasjon) til ein gitt partnar. Her må ein ta tida til hjelp. Å finna ein kjærast handlar om å tåla usikkerheit og vanskelege følelsar før tilknytning er etablert og ein framstår som eit par, og det er føremålstenleg at brukarar ikkje underestimerer innsatsen og tida som krevst for å byggja ein vellukka relasjon når ein finn ein potensiell partnar.

Me kan ha dra fordel av å akseptera visse frivillige avgrensingar på valfridomen vår, i staden for å kjempa imot dei, og Schwartz (2004) argumenterer for at me bør minimera valmoglegheitene for dei mest viktige avgjerdene, sidan det er dei avgjerdene me ynskjer å føla oss mest tilfreds og forplikta av til sjuande og sist. Det er lett å eta noko nytt til frukost kvar morgon. Men det kan vera øydeleggjande å bruka den same teknikken når det gjeld romantiske relasjonar. Ein måte å avgrensa valbelastninga på, kan vera å begrensar seg til eit relativt handterbart set av kandidatar innanfor eit visst tidsrom. Ved å tillata ein viss grad av begrensingar og rutiner, kan ein frigjera seg frå det som verkeleg betyr noko i livet og kjærleiken.

## Innvendingar mot valbelastningsypotesen

Dei postulerte implikasjonane tar for gitt valbelastningshypotesen sin gyldigheit, men det finst innvendingar mot at ein kan trekkja gyldige slutningar om det hypotesen har sett seg som mål å undersøkje, samt mot målingane som til no ikkje har vore konsistente eller stabile. Ei større metaanalyse rekna på den samla effekten av 50 publiserte og upubliserte forsøk på valbelastningshypotesen og fann ikkje noko korrelasjon mellom talet på alternativ og deltakarane sin evne til å velja (Scheibehenne m.fl., 2010). Variasjonen i resultata var høgare enn kva normal distribusjon skulle tilseia, og antyder at effekten er mindre robust enn tidlegare tenkt. Forfattarane meinte dei kunne identifisera fleire viktige føresetnader for at valbelastning kunne oppstå, men dei kunne ikkje fastslå kva faktorar som var naudsynte for å forklara når og korleis effekten oppstår. Ein manglande kontroll av medierande og modererande faktorar kan vera ei forklaring på variasjonen i resultata, og kvifor replikasjonar ikkje alltid har gitt liknande resultat. Metaanalysa til Scheibehenne m.fl. (2010) er blant anna vore kritiser for å sjå på hypotesen for simplistisk, utan å fokusera nok på moderatorar for når effekten er tilstades (Goldstein, 2010). Dette gjer indikasjonar på at det er viktig å finna faktorar som utgjer dei systematiske skilnadene mellom studia, og peikar mot at effektar av valbelastning er avhengig av visse grensebetingelsar. Chernev og medarbeidarane hans (2015) sin review og metaanalyse viser at når modererande variablar vert tatt i betraktning, vert den samla effekten av utvalsstorleik på valbelastning signifikant, eit funn som står i motsetnad til data rapportert av tidlegare metaanalyseforsking. Sjølv om fleire nødvendige føresetnader er identifisert, kan ein endå ikkje med sikkerheit fastslå i kva situasjonar effekten vil kunne verta påvist. For å oppnå dette er det behov for ei breiare forståing av kva faktorar som påverkar valbelastning og korleis dei innverkar på kvarandre. Sjølv om nokre studium og forsøk finn ein sterk korrelasjon mellom talet på alternativ og valbelastningssonsekvensar, og andre igjen finn resultat som viser motsette effektar, (Scheibehenne m.fl., 2009; White & Hoffrage, 2009), ser det likevel ut til å vera ein veksande konsensus om at val er fordelaktige opp til eit visst vendepunkt, der ein vidare auke kan gje negative effektar (Reutskaja & Hogarth, 2009; White & Hoffrage, 2009; Gourville & Soman, 2005). Posisjonen til vendepunktet og formen på kurva vil kunne variera avhengig av kva val det greier seg om, men kan vera med på å gje eit bilete av korleis valbelastningseffektar fungerer i ulike situasjonar. Trass talrike bevis som støttar at det å gje individ fleire alternativ kan ha negative konsekvensar, vert spørsmålet om når store utval svekkar val, ståande delvis ubesvart. Sjølv om eksisterande litteratur har identifisert fleire forløparar og konsekvensar av valbelastning, gjenstår det å samla desse

enkeltstående funna til ei samanhengande forståing av når store utfall kan vera fordelaktig for val og når det kan vera skadeleg. Førebels manglar hypotesen ei felles forklaring som stadfestar kva føresetnader som er viktige, i tillegg til å tydeleggjera interaksjonane mellom eigenskaper ved miljøet og avgjerdestakaren som handlar i dette miljøet. Vidare er valbelastningshypotesen vorte kritisert for å argumentera på ein måte der konklusjonane peikar tilbake på og validerer innleiinga av grunngevinga. Scheibehenner (2008) argumenterte for at dersom tilfredsheit og anger er to sider av same mynt, og tilfredsheit er målet som effekten av valbelastning vert undersøkt med, oppnår ein lite innsikt ved å undersøkje overbelastning med å sjå på anger. Han refererer til at ei slik forklaring står i fare for å vera sirkulær, og hevdar at det samme kan vera tilfelle for preferanseusikkerheit. Andre har igjen argumentert for at visse sirkelslutningar også kan bidra til å grunnkje det som skal grunnjevast sidan effektane ein opererer med utgjer eit kompleks der visse mål på valbelastning kan nyttast om kvarandre (Chernev m.fl., 2015).

Medan storleiken på utvalet utgjer kjernen av valbelastningshypotesen, finst det ikkje ein eksakt definisjon av kva som utgjer for mange val. Iyengar og Lepper (2000, s 996) skildrar det som ein «reasonably large, but not ecologically unusual, number of options.». Basert på dette utsagnet kan valbelastning og størrelse på utval verta evaluert relativt utifrå distribusjonar av utvalstorleikar som ein kan forventast innanfor eit visst miljø (Hutchinson, 2005). Dersom dette stemmer, vil valbelastning oppstå i nye situasjonar med eit overdrive tal på alternativ, der utvalet overgår økologisk vanlege storleikar. Dunbar (1992) estimerte som tidlegare nemnt at storleiken på stabile menneskelege sosiale grupper har lege på rundt 150 individ, noko som ikkje gjenspeglar den uendelege tilgangen som datingtenester tilbyr. Det er likevel ikkje klart om store utvalstørrelse aleine er nok til å indusera valbelastningsonsekvensar i relasjonskontekstar (Lenton m.fl., 2008; Lenton & Stewart, 2008), og det gjennomsnittlege talet på potensielle partnarar leier ikkje alltid til tradisjonelle valbelastning konsekvensar i relasjonslitteraturen. I eit studium såg deltakarar på 4 til 64 ulike online dating-profilar, og rangerte samanliknbare nivå av tilfredsheit og glede, til tross for betingelsar med ulike størrelsar på utvalet (Lenton & Stewart, 2008). Dette kan peika mot at det ikkje er ein enkel linjær relasjon mellom storleiken på utvalet og valbelastning konsekvensar.

Det er mange kjelder som tilfeldig nemner at individ gjerne vert konfrontert med valbelastning i romantiske relasjonar, men det er framleis veldig få studier som eksplisitt har undersøkt denne relasjonen. Det har vore eit par unntak som har manipulert utvalstørrelse i

speed-dating og online dating paradigmer, men avgjerande bevis manglar ettersom desse studiene kun undersøkte eit aspekt av valbelasting i romantiske relasjonar. Forsking på valbelasting er fortsatt relativt ny, og har som nemnt sjeldan vorte utvida til å sjå på romantiske relasjonar spesifikt. Som nemnt har empiriske undersøkingar av valbelasting fram til no primært vore begrensa til konsumentval, og dei fleste studium på valbelasting ser på effekten i forhold til trivielle val med kunstige kjøpsituasjonar, som inneber val mellom ulike syltetøy og sjokoladar, eller lottogevistar. Det kan vera at valsituasjonar der kostnaden ved å velja feil er langt høgare vil kunne produsera sterkare valbelastningsffektar. Sett i lys av dette vil valbelastning kunne vera ein forventet effekt i beslutningar som er viktige og som gjer langvarige konsekvensar for beslutningstakaren. Det gjenstår likevel å sjå om desse effektane vil verta funne også innanfor partnerval, men basert på funn frå dyreverda gjer indikasjonar på at valbelastning kan oppstå også når mennesker søkjer etter å finna ein partner. Hutchinson (2005) gjennomgjekk forskning som antyder at indikatorar på fenomenet kan finnast hjå så forskjellige dyr som froskar og ryper. Hutchinson trekkjer fram at i fylgje Bernays (1999) produserer nokre insekt færre egg når dei vert presentert for tre ulike vertsplantar samanlikna med kun ein, moglegeins fordi insekta vert stimulert til å bevega seg for ofte. Han viser også til at når for mange hann-froskar spelar artspesifikke melodiar for å tilstrekkja seg hoer for paring, kan kvinnelege froskar verta forvirra. Bakgrunnsstøyen gjer det vanskeleg å skilja froskane frå kvarandre, og kun lyden til dei næraste froskane kan haldast frå kvarandre, noko som forvirrar ho-froskane og fører til at dei vert mindre selektive til kvaliteten ved dei ulike songane. For at valbelastningshypotesen skal kunna anvendast på partnerval ved bruk av datingtenester, er det truleg andre faktorar som ein må betrakta i tillegg til dei som allereie er omtalt. Skal ein ha som mål å forklara avgjerdsåferd innanfor ein relasjonell kontekst, framfor berre val av varer og tenester, vil blant anna betraktningar rundt fornuft og følelsar vera hensiktsmessig.

## **Fornuft og følelsar**

Oppgåva har brukt eit kognitivt perspektiv på val av partner, sentrert kring informasjonsprosessering og fornuftsbaserte avveiningar, men val av partner er ikkje berre basert på fornuft, og vår kultur er prega av verdiar som framhevar både romantiske og rasjonelle sider ved val av partner. Fyrstnemnte viser til den følelsesmessige forankringa for parforholdet, og sistnemnte framhevar det å vurdere parforholdet i lys av fornuftsbaserte overveielsar. På den eine sida vert me fascinerte av sterke og umiddelbare følelsesmessige opplevingar, samtidig som me på den andre sida framhevar verdien av å utvikla parforhold over



lenger tid (Thagaard, 2005). Kjærleik og følelsar har fått aukande betydning for danninga av parforhold. Tidlegare var parforhold og ekteskap ofte sett på som ei produksjonseining, og tufta på økonomiske og sosiale grunnar. Sjølv om det også i førindustriell tid kunne oppstå sterke følelsar mellom kjønna, var ekteskapet fyrst og fremst ei "fornuftig" innordning. Forelsking, kjærleik og sterke følelsar var sjølvsgagt tilstades (jfr. Shakespeare sin Romeo og Julie), men fornuft la grunnlaget for giftemål. Langt inn på 1900-talet var fornuftsmessige vurderingar avgjerande i valet av ektefelle, og dei praktiske sidene ved ekteskapet betydde meir enn den emosjonelle. For kvinner var ekteskap primært eit spørsmål om økonomisk tryggleik og sosial status, og relevante attributtar ville ha vore mogleg å portrettera i ein datingprofil. Endringar i sosiale forhold knytta til økonomi og velferdspolitik, samt kvinner si stilling, både når det gjeld utdanning og inntektsmoglegheiter, har gjort at parforholdet og ekteskapet i nyare tid har gått i ein retning av kontraktuelle former med eit innhald som er tilpassa partane, og følelsesmessige avveiningar har fått større spelerom. I dag har idèar om romantisk kjærleik, basert på forventningar om følelsesmessig tiltrekning, fått større betydning for val av partner. Slike ideal framhevar følelsar sin betydning, og forelsking vert av mange sett på som ein føresetnad for å etablere eit parforhold.

Følelsesmessige avveiningar kan vera utfordrande ved bruk av datingtenester og i møte med mange potensielle partnerar, sidan spelerommet til datingverda på nettet ikkje har vorte tilsvarande utvida, og fangar ikkje opp erfaringsmessige eigenskapar eller tiltrekning mellom potensielle partnerar. Bauman (2003) hevdar at vårt syn på kjærleik har vorte konsumorientert, og at «bruk-og-kast»-mentaliteten pregar vår søken etter ein partner. Kommersialiseringa av det romantiske og bruken av datingtenester kan føra til at handlingar som har til intensjon å skapa følelsesmessige opplevingar vert redusert til eit «numbers game» og vurdering av "ingredienser". Det autentiske ved situasjonen vert erstatta av overfladiske inntrykk, og den lovande profilen vert ikkje nødvendigvis ledsaga av ei god følelsesmessig oppleving når ein møtes ansikt til ansikt. Ein kan stå i fare for at søken etter ein partner vert prega av ein ambivalens der me vekslar mellom kritiske vurderingar og å gje oss over til dei følelsane som situasjonen innbyr til (Illouz, 1997), noko som kan bidra til at val av partner vert opplevd som belastande. I denne datingverda kan kapitalistiske ideal gjera at jakta på kjærleik vert prega av at ein betraktar følelsar som ein emosjonell kapital som bør forvaltast utfrå prinsippet om lønsemd, og der ein investerer i følelsesmessig kontakt utfrå det utbyttet ein trur det kan gje (Hochschild, 2003). Usikkerheit og tvil kring potensielle parforhold sine føresetnader og framtid kan gjera oss sårbare slik at me vegrar oss og avgrensar innsatsen vår i kjærleikslivet og følelsesmessig involvering i moglege relasjonar. Å ta omsyn til slike avveiningar og betrakningar i møte med

datingtenester sine tilgjengelege partnaremner, kan auka forklaringsverdien til valbelastningshypotesen. Kanskje vegringar mot å investera i, og involvera seg i, ein som kanskje ikkje gjengjelder følelsane, bidreg til at nokon utset valet av ein partner? Den single mannen i innleiinga fortalte at ein måtte vera tjukkhuda og tola avvisning dersom ein skulle finna seg ein partner via dagens datingtenester (Lungdgaard m.fl., 2016). Viss risikoen knytta til potensielle forhold vert opplevd høg, kan *status quo* framstå tryggare og hindra at ein involverer seg heilhjarta.

Kjelsler kan vera ein dominerande faktor når ein skal ta avgjerder, og i enkelte samanhengar kan kjelsler verta karakterisert som den avgjerande faktoren når ein skal ta ei avgjerd (Overskeid, 2000). Følelsar kan nyttast som eit signalsystem for å evaluera hendingar og objekt, og gje informasjon om korleis du har det med deg sjølv og dei rundt deg. Eit slikt synspunkt inneber at eit kvart alternativ framkallar ein følelse som kan plasserast ein stad på eit hedonisk kontinuum. Det er mogleg at valunngåing oppstår fordi ingen av alternativa framkallar ein følelse som er relativt meir positiv enn dei øvrige alternativa. Eksempelvis kan ein undra seg over korleis ein kan ta eit emosjonelt informert val om langtidsbruk av datingtenester gjer at nokon opplever at dei ar brukt opp følelsane og alt som er igjen er «tomhet» (Lundgaard m.fl., 2016). På den andre sida kan vanskelege val der ein må velja mellom følelsar og fornuft, gjera at ein utset valet. Ei kvinne vender seg til samlivsspalta i Aftenposten og fortel at ho er komen i ein lykkeleg og forunderleg valsituasjon. Ho har truffe to menn samtidig: Eit trygg og stødig alternativ med vennskap i bønn, og eit meir usikkert alternativ som det er knytta varme følelsar og forelskelse til. No lurar ho på om ho skal fylja fornuft eller følelsar ved val av partner. Dette kan illustrera at innanfor val av partner kan effektar av valbelastning oppstå sjølv om utvalet berre betår av to potensielle partnerar. Avveiningar og vurderingar kan her fort verka overveldande og vanskeleg. Thuen svarer henne at «Kjærlyghet er for viktig til å overlates til følelsene. Eller til fornuften. Ingen av delene fungerer som veiviser alene. Men begge trengs for å velge veien til varig kjærlyghet» (Thuen, 2007). Sidan val av partner er ei avgjerd som er rettleia av følelsar, må valbelastningshypotesen ta omsyn til, og integrera følelsar for at hypotesen kan brukast på partnerval og online dating på ein hensiktsmessig måte.

## **Individuelle forskjellar**

Oppgåva har trekt fram nokon indre faktorar som kan påverka relasjonen mellom utvalstørrelse og opplevd valbelastning. Desse har vore knytta til preferanseusikkerheit, beslutningsmål og maksimeringstendensar, og er basert på valbelastningshypotesen sitt tidlegare fokus. På same måte som følelsar er ein essensiell faktor når ein skal skildra val av

partner, er det fleire individuelle forskjellar som kan påverka i kva grad store utval av potensielle partnerar vert opplevd som belastande. Ulike undergrupper ? av brukarar kan verta påverka av tilgangen på ulikt vis, og vert utsette for valbelastning i ulik grad.

Eksempelvis kan tilknytningsstil ha betydning for etablering av parforhold, og moglegeins påverka relasjonen mellom storleiken på utvalet og valbelastning innanfor ein datingkontekst. Til dømes tyder litteraturen på at personar med trygg tilknytningsstil oftare har eit samsvar mellom reell partner og føretrukken hypotetisk partner enn det personar med utrygg tilknytningsstil har (Holmes & Johnson, 2009), noko som kan indikera ein klarare artikulert preferanse og minkar sjansen for valbelastning. Ei metastudie av van Ijzendorp og Bakermans-Kranenburg (1996) viste at av dei som kunne klassifiserast i normalbefolkninga, var ca 58 prosent trygt tilknytt, medan dei andre hadde ein eller anna kategorisering av utrygg tilknytning. Online dating kan vera ei emosjonell berg-og-dalbane der ein håpefullt sender meldingar med nokon som verkar som eit lovande prospekt, medan ein neste dag kan verta avvist utan vidare forklaring. Det er rimeleg å tru at ei trygg tilknytning kan gje betre føresetnader for å handtera møtet med mange potensielle partnerar, samanlikna med menneske som tenderer mot ei pågåande, engsteleg eller unnvikande, uttrygg eller desorganisert tilknytning. Dei med trygg tilknytning har oftast stødigare eigenverd og eit balansert sjølvbilde, og kan visa ei reflektert openheit i forhold med andre menneske og kommunisera deira behov på ein ærleg og tydeleg måte (Holmes & Johnson, 2009). Dette kan verka beskyttande mot uhelige konsekvensar i møte med ufordrande datingsituasjonar.

Vidare er det fleire som har peika på at tenåringar og unge vaksne har innlemma digital kultur og sosiale medier i liva sine i langt større grad enn generasjonar som vaks opp i pre-digitale tider (Garner & Davis, 2013). Online dating gjer moglegheit for ei proaktiv tilnærming for å finna seg ein partner, og ettersom tilgangen har gått frå å vera på stasjonære maskiner til applikasjonar ein har i lomma, er datingtenestene no tilgjengeleg 24/7 og kan framstå som ein ulønna deltidsjobb for nokon. Forsking gjort på dette feltet har primært vore kobla til å undersøkje den digitale kvardagen og bruken av sosiale medier (sjå eksempelvis Brandtzæg, Heim & Karahasanović, 2011). Me veit lite om korleis dette skiljet ser ut innanfor nettdating, men ein kan tenkja seg at yngre generasjonar som i større grad innlemmer datingtenester i liva sine, vil oppleva det store utvalet som ei større belastning enn dei som har eit avgrensa forhold til bruken.

I tillegg til ein aldersskilnad, kan valbelastning også arta seg annleis for menneske som er disponerte for å verta avhengig. For desse kan tilgangen og bruken av datingtenester føra til avhengigheitsliknande slik at ein opplever det som vanskeleg å velja vekk sjølve bruken av datingtenesta til tross for at ein har funne ein partner ein er nøgd med. Nokre tenester kan framstå som spelemaskiner med belønnande aspekt i form av ein evig variasjon av menneskeansikt og tilgang til stadfesting. Korleis vil t.d. dei som har vanskar med å setja grenser for seg sjølv handtera eit stort utval av potensielle partnerar på eit virtuelt spelekasino? Eit relatert fenomen er knytta til redselen for å gå glipp av noko, *fear of missing out*. Lauritzen (2017, s. 123) utvida dette omgrepet til å omhandla frykt for å gå glipp av ein potensiell partner, og skriv «Sveipinga er drevet av en FOMAM – Fear Of Missing out A Match. Bunken med menn blir aldri mindre, sjansen for at det dukker opp noe bedre bak neste kort, er alltid til stede. Tenk om jeg går glipp av noe.». Ein har begynt å sjå på internett-avhengighet (Eichenberg, Schott, Decker & Sindelar, 2017) og ulike aldersgrupper sin bruk av digitale medier (Brandtzag, Heim & karahasanović, 2011). Foreløpig veit me lite om korleis dette utartart seg ved bruk av datingtenester og i relasjon til valbelastning, men ein kan tenkja seg at ulike grupper med brukarar både tilnærmar seg og opplever bruken av datingtenester forskjellig, og framtidig forskning kan undersøkje om dette kan ha innverknad på om folk opplever tilgangen som belastande.

Seksuell legning kan også ha innverknad på opplevd valbelastning. Sjølv om homofile relasjonar er likare heteroseksuelle relasjonar enn dei er forskjellige (Kurdek, 2005), er det grunn til å tru at homofile gjerne møter meiningsfulle ulike opplevingar når dei betraktar sitt potensielle utval. Det same kan seiast om ei kvar gruppe som avvik frå den kulturelle majoriteten i romantiske relasjonar. Viss kun seks prosent av menn og elleve prosent av kvinner rapporterer å ha seksuelle relasjonar med eit medlem av samme kjønn og færre enn tre prosent betraktar seg som homofil (Savin-Williams, 2006) er det grunn til å tru at dei har færre opplevde alternativ om me betraktar utvalsstorleik åleine. Og dersom fleire opplevde alternativ leier til valbelastning, som har konsekvensar som resulterer i auka anger, mindre tilfredsheit og mindre forplikting, er dette ei mogleg forklaring for funna som peikar mot at individ i homofile og lesbiske parforhold rapporterer meir tilfredsheit i relasjonen (Kurdek, 2005), og andre positive relasjonsutfall slik som kompatibilitet og intimitet (Balsam, Beauchaine, Rothblum, & Solomon, 2008), enn heterofile individ.

## Vegen vidare

Sjølv om ein kan tenkja seg at det finst ein relasjon mellom tilgangen på potensielle partnarar og valbelastning, vil det vera interessant å utforska kva som ligg bak denne relasjonen, ved å sjå på både modererande og medierande variablar som kan spesifisera korleis og når gjevne effektar oppstår. Kunnskap om interaksjonseffektar kan auka forståinga vår når det gjeld relasjonen mellom sentrale variablar. Kartlegging av moderatorar kan spesifisera kva forhold som forårsakar effekten, samt korleis effekten varierer i retning og styrke avhengig av omstenda. Når det kjem til relasjonen mellom utvalstorleik og valbelastning ved bruk av datingtenester, kan ein tenkja seg at andre modererande faktorar spelar inn i tillegg til dei som er funne innanfor konsumentstudier. Forsking gjennom dei siste tretti åra har synleggjort at det er vanskeleg å gje ei deskriptiv framstilling for avgjerdstaking, utan å ta høgde for korleis kjensler påverkar avgjerder. Kjensler er eit sentralt aspekt ved val, og kan vera nødvendige for å ta adaptive beslutningar innanfor partnarval. Per i dag har valbelastningshypotesen i liten grad tatt omsyn til emosjonar. Det er all grunn til å forventa at kjensler kan vera ein faktor som spelar ei rolle for valbelastning når ein skal finna ein partnar ved bruk av datingtenester. Innanfor konteksten til online-dating og partnarseleksjon kan eksempelvis emosjonelle og relasjonelle aspekt som endå ikkje er vorte tatt høgde for i hypotesen, påverka forholdet mellom storleiken på utvalet og valbelastning, og manifestera seg som prediktorar så vel som konsekvensar av valbelastning. Ei vidare kartlegging og undersøking av dette kan vera både interessant og fruktbart.

Med tida vil det vera føremålstenleg å inkludera mindre representerte grupper og å betrakta tverrkulturelle perspektiv, for å undersøka om forskinga kan verta generalisert utover unge, kvite, heterofile, vestlege mennesker. Eksempelvis kan ulikskapar når det gjeld om individet sluttar seg til ein individualistisk eller kollektivistisk kultur og tankesett vera eit kulturelt aspekt som kan ha innverknad på korleis dei tek stilling til potensielle partnarar. Vestlege kulturar vert tradisjonelt sett på som individualistiske, og individ vert i aukande grad oppmuntra til sjølvrealisering og sjølvstende. I kontrast, vert omsynet til fellesskapet i større grad sett framfor omsynet til einskildsmennesket i kollektivistiske kulturar. Det er funn som peikar mot at valbelastning ikkje er like utprega i kollektivistiske kulturar (Roets, Schwartz & Guan, 2012). Det kan tyda på at kollektivistiske individ gjerne er påverka av andre prosessar, eller at dette gjerne er meir korrelasjonelle funn som indikerer at kulturar som promoterer personleg ansvar for val gjerne har direkte effektar på relasjons-forpliktelse.

Forskinga fram til no er ofte utført med operasjonaliseringar som ikkje avspeglar den verkelege datingverda som brukarar står ovanfor. I den samanhengen er det viktig å trekkja fram at mange online datingsider ikkje er avgrensa til eit titalls alternativ, eller hundrevis; mange tilbyr tusenvis, ja, nokre gongar fleire millionar potensielle alternativ. Det er foreløpig uvisst kva effekt det har å verta stilt ovanfor eit så kritisk stort utval av potensielle datingpartnarar når ein ser etter eit forhold, spesielt desom den opplevde kvaliteten til partnarane er høg. Det kan tenkjast at ein vil finna andre effektar viss utvalsstorleiken vert opplevd som ubegrensa. Ein tilnærming kan vera å samla inn elektronisk materiale, som direkte kan monitorera avgjerdsrelaterte åtferder ved bruk av datingtenester i ein naturalistisk setting. Fenomenologiske studier kan fungera som eit utgangspunkt for å undersøkje relasjonen mellom utvalstorleik og choice overload ved bruk av datingtenester, gjennom at ein på denne måten får innsikt i korleis fenomena framtrer for brukarane frå eit fyrstepersonsperspektiv. Ei slik tilnærming kan auka forståinga for potensielle prediktorar og konsekvensar ut frå brukarane sitt eige perspektiv og opplevingar, samt korleis dei forholdt seg til situasjonar dei møter via datingtenester. Slik kunnskap kan fungera som eit utgangspunkt for hypotesedanning, som seinare kan undersøkjast eksperimentelt. Vidare er det ikkje, så vidt eg veit, gjort longitudielle studier på korleis brukarane vert påverka av å ha tilgang til mange potensielle partnarar. Det kan tenkjast at ein vil finna andre langtidsvirkningar som ikkje vert fanga opp med å ha kortvarig eksponering, slik som ofte er tilfelle i dei eksperimentelle studia. Ein kan vidare tenkja seg at opplevingar knytta til tilgangen på potensielle partnarar og valbelastning vert påverka av temporale og kontekstuelle faktorar, og bruk av longitudinelle studier kan gje verdifull kunnskap. Ved å fylgja dei same brukarane over tid kan ein undersøkje utvikling og endring, og undersøkje om eksponering over tid og fleirtallege opplevingar ved bruk av datingtenester påverkar manifestasjonar av valbelastning. Bruk av longitudinelle studier kan fasilitera det å få oversikt over hendingsforløp, og ein kan koma eit skritt nærare det å få avklart årsaker og virkningar.

Det teoretiske grunnlaget for valbelastningshypotesen er framleis delvis uklare, og innanfor ein relasjonell kontekst er det ytterlegare manglar. Med utgangspunkt i den eksisterande forskningslitteraturen og framtidig forking gjort direkte på online-dating, kan ein med tida få betre innsikt i korleis datingtenester sin tilgangsfunksjon påverkar prosessar og utfall relevante for brukarane, og få ei betre forståelse for mekanismane som leiar til effektane. Det er truleg eit komplisert byggverk av faktorar som verkar inn, og det vil vera behov for å sjå på heilskapen, i tillegg til utvalde element, for på denne måten å få svar på

ubesvarte spørsmål. Kvar for seg har mange av desse samanhengane vorte grundig undersøkt, men det er lite forskning som kombinerer resultatane og bruker dei ved undersøking av datingtenester. I framtida vil ein kunna gjera konseptuelle framsteg ved å undersøkje vidare individuelle ulikskapar og aspekt ved underliggjande søkings- og avgjerdsstrategiar, framfor å berre studera effekten av ulike utvalstorleikar. Eit einseitig fokus på miljøet gjev eit utilstrekkeleg bilete av psykologiske fenomen, og ei meir fruktbar tilnærming vil vera å sjå på interaksjonar mellom miljøet på den eine sida og individet som handlar innanfor dette miljøet på den andre sida.

### **Avsluttande betraktningar**

I den moderne vestlege verda er det forventa at folk identifiserer romantiske partnarar på eige initiativ, ein prosess som vanlegvis krev signifikant innsats, tid, tvetydigheit, og for mange ofte smertefulle feiltsteg. Datingtenester tilbyr brukarar ein moglegheit til å vurdere mange potensielle partnarar i eit enkelt, brukarvennlig og trygt format, noko som kan gje verdifulle moglegheiter til ein låg kostnad. Det er lite som tyder på at parforhold som har kome i stand via nettdating er noko dårlegare enn andre forhold (Finkel m.fl., 2012). Spørsmålet er om datingtenester gjer at vegen dit vert lettare eller om tilgangen fører med seg uheldige konsekvensar for dei involverte. Det er utfordrande å ta inn over seg kompleksiteten og motsetningar som val av partnar kan skapa. Spesielt når ein har tilnærma ubegrensa tilgang på alternative partnarar å velja mellom, og gjerne har ideal om å ikkje gå glipp av noko(n) og finna det «beste». Usikkerheit kring eit vanskeleg val kan gjera at den som skal ta avgjerda fryktar at han/ho vil angra på utfallet av valet, og beslutninga vert utsatt (Haynes, 2009). Likevel hellar forskning til at individ i det lange løp er meir tilbøyelege til å angra på at dei ikkje handla enn at dei handla (Gilovich & Medvec, 1994). Andre finn at det ser ut til at folk tidvis trur det motsette og dermed unngår å ta ei avgjerd (Anderson, 2003). Desse divergerande funna kan sameinast ved å ta omsyn til eit systematisk tidsforløp, ved at det finst indikasjonar på at anger følgjer eit systematisk tidsforløp, der handling forårsakar meir smerte og anger i det korte løp, medan mangel på handling vert angra på i det lange løp. Kanskje er det slik at konterfaktisk tenking får oss til å tru at me ikkje har fått det beste, medan når tida går ser me kva me har gått glipp av ved å unnvika å agera?

Sett i lys av informasjonen som er tilgjengeleg på datingprofilar og eit fyrste møte, og det faktum at mange av dei viktigaste prediktorane for relasjonsuksess er utilgjengelege før ein relasjon startar (Sjå Finkel m.fl, 2012 for ei utdypning av utsagnet), kan forsøk på ei

rasjonell tilnærming til den store tilgangen på potensielle partnerar føra til valbelastning, samt potensielt føra til eit evaluerte tankesett og følelsar av tomheit. Datingprofilar på nettet reduserer multidimensjonelle personar til eit todimensjonell framvisning av informasjon, og desse framvisningane klarer ikkje å fanga dei eksperimentelle aspekta av sosial interaksjon som er essensiell for å evaluera ein kompatibilitet med potensielle partnerar. Lauritzen (2017, s. 136) skreiv etter lenge tid i den digitale datingverda:

Jeg satt på date og tenke på neste date(er). Sjekket appen for nye matcher mens daten var på do. Sveipet på vei til date. Personene jeg møtte, festet seg liksom ikke, de forble profiler på en skjerm, brikker i et spill, ansikter uten innhold.

Lauritzen si skildring framstår kontraproduktiv for forminga av relasjonar, for korleis kan ein finna ut om ein likar nokon viss menneska vert verande profilar på ein skjerm, ansikt utan innhald? Sjansen for at nokon utmerkar seg som eit dominant alternativ og gjer grobotn for eit bryande «me» minkar. Datingtenester er eit verktøy som koblar oss saman, og gjer oss valmoglegheitene. Dei legg moglegheitene til rette for oss, men skaper ikkje forhold. Det er opp til oss. Det er viktig å hugsa at bak kvar profil skjuler det seg ein person med tankar, følelsar og idèar. Og desse tar det tid å få undersøkt. Utviklinga av nære relasjonar er assosiert med vedvarande, eskalerande, gjensidige sjølvavsløringar, og intimitet er ein prosess der kvar føler at han eller hennar innerste sjølv vert validert, forstått og tatt vare på. Ein ung mann bekrefta at den store tilgangen på potensielle partnerar påverka hans tilnærming til dating, og uttalte "I often think that given fewer options, I'd be more likely to raise the ante? and give something a real opportunity that I otherwise would not." (Krupnick, 2015). Kanskje kan det vera hensiktsmessig å avgrensa sin eigen valfridom ved å ofra noko av kvantiteten som tilgangen på datingtenestene tilbyr, mot ei utforsking av kvalitetar hjå ein potensiell friar?

Online dating er kome for å verta verande, og kjem truleg til å auka ytterlegare i omfang i tida som kjem, og det vil vera interessant å forska vidare på kvifor nokon brukarar av datingtenester endar opp med å finna ein partner, medan andre er single. Trass tilgang til all fisk i havet. Det er mange vegar til eit parforhold, og ein god ting når mennesker som leitar etter nokon å knytta seg til, lukkast i strevet sitt, med eller utan hjelp av datingsider og -applikasjonar. Romantiske relasjonar kan starta kvar som helst. Når Amor sine piler treffer, kan du vera på skulen eller bussen, spela rugby eller dansa. Du kan søkja etter ein partner på ein fest eller verta introdusert til høvelege felles kjende. Men nokon gongar går Amor på ferie, eller tar ein lang kvil, og som eit resultat, går mange lengre periodar utan at tiltrekkjande potensielle partnerar er i siktet. Ein nasjonal undersøkelse frå USA (Rosenfeld, 2010) viste at



blant dei som hadde møtt partnaren sin mellom 2007 og 2009, hadde 22 prosent av heteroseksuelle par møttes via nettet, noko som gjer internett den nest vanlegaste måten å møte nokon, rett etter det å møtast gjennom venner. Online dating har potensial til å bøta på det som for mange er ein tidkrevjande og ofte frustrerande aktivitet; søken etter ein forpliktande, emosjonelt tilfredstillande romantisk relasjon, og datingtenester kan vera ein fin måte å møte potensielle partnerar og likesinna på. Ein må berre vera varsam slik at ein ikkje går seg vill blant alle dei moglege alterativa og endar opp med ingenting.



## KONKLUSJON

Føremålet med oppgåva var å teoretisk betrakta prediktorar og konsekvensar for valbelastning ved bruk av datingtenester, for å undersøkje korleis datingtenester sin tilgang på potensielle partnarar kan ha innverknad på brukarar som ser etter ein å etablere eit samliv eller eit parforhold med. Oppgåva har peika på premilinære parallellar som kan indikere at valbelastning også kan manifestere seg ved val av partnar, ved å visa til at tidlegare identifiserte prediktorar og konsekvensar for valbelastning også kan vera gjeldande her. Valunngåelse kan oppstå som eit resultat av forvirring og usikkerheit. Eit val som vert oppfatta som vanskeleg vil krevja tid og ressursar av beslutningstakaren, og har større sjanse for å verta utsett. I fråvær av eit dominant alternativ kan avveiningar mellom ulike alternativ verta krevjande. Variasjonen som store utval av menneske inneber, gjev høge evalueringskostnader og potensiale for anger både før og etter ei avgjerd, og kan auka sjansen for at ein utset å ta ei avgjerd. Den bitre følelsen av anger kan skuggeleggja tilfredsheit, uavhengig av om angeren er rettviss. Tilnærma uendeleg tilgang på potensielle partnarar kan også auka trua på at ein kan finna ein «perfekt» partnar berre ein leitar grundig nok, og leia brukarane til å setja ein høgare terskel for aksept. Nokon kan vera meir disponerte for å oppleve uheldige konsekvensar. Dette kan gjelda individ som tenderer mot å maksimere. Desse vil halda fram med å søkja og dei kan setja standardar som er vanskelege å innfri. Også yngre generasjonar som i større grad innlemmer datingtenester i liva sine, menneske som er disponert for avhengigheit, og andre som har vanskar med å setja grenser for seg sjølv, kan oppleve tilgangen som meir belastande. Andre kan ha betre førestnader for å manøvrere i det nye datinglandskapet. Dei som har klare preferansar og leitar til dei har funne eit alternativ som fell saman med deira minimumskriterium, vil i større grad vera beskytta mot dei uheldige konsekvensane som store utval kan føra med seg. Dei som har ein trygg tilknytningsstil er også truleg meir rusta for å handtera møtet med mange potensielle partnarar, samanlikna med dei som har ulike former for utrygg tilknytning. Chernev m.fl (2015) foreslår at det interessante spørsmålet ikkje er *om* valbelastning oppstår, men *når* det oppstår, og nøkkelen ligg i å identifisere betingelsar som kan minimere og maksimere sjansen for valbelastning ved bruk av datingtenester. Innanfor konteksten til online-dating og partnarseleksjon kan emosjonelle og relasjonelle aspekt som endå ikkje er vorte tatt høgde for i hypotesen, påverka forholdet mellom utvalstorleik og valbelastning, og manifestere seg som prediktorar så vel som konsekvensar av valbelasnting. Ei betre forståing for korleis tilnærma ubegrensa partnarval kan påverka brukarar av datingtenester kan betra tenestene og opplevinga til brukarane, og minka sjansen for at tilgang til all fisk i havet endar i ingenting.



## REFERANSAR

- Ahuvia, A. C., & Adelman, M. B. (1993). Market metaphors for meeting mates. *Research in Consumer Behavior*, 6(2), 55–83.
- Ambady, N., Bernieri, F. J., & Richeson, J. A. (2000). Toward a histology of social behavior: Judgmental accuracy from thin slices of the behavioral stream. I M. P. Zanna (Red.), *Advances in experimental social psychology* (s. 201–271). San Diego: Academic Press.
- Amichai-Hamburger, Y., & Furnham, A. (2007). The positive net. *Computers in Human Behavior*, 23(2), 1033-1045.
- Anderson, C. J. (2003). The psychology of doing nothing: forms of decision avoidance result from reason and emotion. *Psychological bulletin*, 129(1), 139-166.
- Ariely, D. (2010). *Predictably Irrational. The Hidden Forces That Shape Our Decisions*. New York: Harper Perennial.
- Bakos, J. Y. (1997). Reducing buyer search costs: Implications for electronic marketplaces. *Management science*, 43(12), 1676-1692.
- Balsam, K. F., Beauchaine, T. P., Rothblum, E. D., & Solomon, S. E. (2008). Three-year follow-up of same-sex couples who had civil unions in Vermont, same-sex couples not in civil unions, and heterosexual married couples. *Developmental psychology*, 44(1), 102-116.
- Barraket, J. & Henry-Waring, M. S. (2008). Getting it on(line): Sociological perspectives on e-dating. *Journal of Sociology*, 44(2), 149-165.
- Bauman, Z. (2003). *Liquid love: on the frailty of human bonds*. Cambridge: Polity Press.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological bulletin*, 117(3), 497-529.
- Bettman, J. R., Luce, M. F., & Payne, J. W. (1998). Constructive consumer choice processes. *Journal of consumer research*, 25(3), 187-217.
- Boatwright, P., & Nunes, J. C. (2001). Reducing assortment: An attribute-based approach. *Journal of marketing*, 65(3), 50-63.
- Botnen, E. O., Bendixen, M., Grøntvedt, T. V., & Kennair, L. E. O. (2018). Individual differences in sociosexuality predict picture-based mobile dating app use. *Personality and Individual Differences*, 131, 67-73.
- Botti, S. (2004). The psychological pleasure and pain of choosing: when people prefer choosing at the cost of subsequent outcome satisfaction. *Journal of personality and social psychology*, 87(3), 312-326.
- Botti, S., & Hsee, C. K. (2010). Dazed and confused by choice: How the temporal costs of choice freedom lead to undesirable outcomes. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 112(2), 161-171.
- Botti, S., & Iyengar, S. S. (2006). The dark side of choice: When choice impairs social welfare. *Journal of Public Policy & Marketing*, 25(1), 24-38.
- Bown, N. J., Read, D., & Summers, B. (2003). The lure of choice. *Journal of Behavioral Decision Making*, 16(4), 297-308.
- Brandtzæg, P. B., Heim, J., & Karahasanović, A. (2011). Understanding the new digital divide—A typology of Internet users in Europe. *International journal of human-computer studies*, 69(3), 123-138.
- Bratt, E. (2004). *Kunsten å velge sitt liv: en kvalitativ studie av unge kvinners refleksjoner rundt livsvalg i det moderne*. (Hovedoppgåve). Oslo: Universitetet i Oslo.
- Brehm, J. W. (1966). *A Theory of Psychological Reactance*. New York: Academic Press
- Buss, D. M., & Barnes, M. (1986). Preferences in human mate selection. *Journal of personality and social psychology*, 50(3), 559-570.
- Cacioppo, J. T., Hawkey, L. C., Crawford, L. E., Ernst, J. M., Burleson, M. H., Kowalewski, R. B., ... & Berntson, G. G. (2002). Loneliness and health: Potential mechanisms. *Psychosomatic medicine*, 64(3), 407-417.
- Carl, W. J., & Duck, S. (2004). How to do things with relationships... and how relationships do things with us. *Annals of the International Communication Association*, 28(1), 1-35.
- Carmon, Z., Wertebroch, K., & Zeelenberg, M. (2003). Option attachment: When deliberating makes choosing feel like losing. *Journal of Consumer research*, 30(1), 15-29.
- Chaiken, S., & Maheswaran, D. (1994). Heuristic processing can bias systematic processing: effects of source credibility, argument ambiguity, and task importance on attitude judgment. *Journal of personality and social psychology*, 66(3), 460-473.
- Chernev, A. (2003). When more is less and less is more: The role of ideal point availability and assortment in consumer choice. *Journal of Consumer Research*, 30(2), 170-183.
- Chernev, A. (2006). Decision focus and consumer choice among assortments. *Journal of Consumer Research*, 33(1), 50-59.
- Chernev, A., & Hamilton, R. (2009). Assortment size and option attractiveness in consumer choice among retailers. *Journal of Marketing Research*, 46(3), 410-420.
- Chernev, A., Böckenholt, U., & Goodman, J. (2010). Commentary on Scheibehenne, Greifeneder, and Todd valbelasting: Is there anything to it? *Journal of Consumer Research*, 37(3), 426-428.
- Chernev, A., Böckenholt, U., & Goodman, J. (2015). Valbelasting: A conceptual review and meta-analysis. *Journal of Consumer Psychology*, 25(2), 333-358.
- Choi, J., & Fishbach, A. (2011). Choice as an end versus a means. *Journal of Marketing Research*, 48(3), 544-554.
- Cross, G. S. (2000). *An all-consuming century: Why commercialism won in modern America*. New York: Columbia University Press.
- Dhar, R. (1996). The effect of decision strategy on deciding to defer choice. *Journal of Behavioral Decision Making*, 9(4), 265-281.
- Dhar, R. (1997). Consumer preference for a no-choice option. *Journal of consumer research*, 24(2), 215-231.
- Dhar, R., & Nowlis, S. M. (1999). The effect of time pressure on consumer choice deferral. *Journal of Consumer Research*, 25(4), 369-384.
- Diab, D. L., Gillespie, M. A., & Highhouse, S. (2008). Are maximizers really unhappy? The measurement of maximizing tendency. *Judgment and Decision making*, 3(5), 364-370.
- Diehl, K. (2005). When two rights make a wrong: Searching too much in ordered environments. *Journal of Marketing Research*, 42(3), 313-322.
- Diehl, K., & Poynor, C. (2010). Great expectations?! Assortment size, expectations, and satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 47(2), 312-322.
- Diener, E., & Seligman, M. E. (2002). Very happy people. *Psychological science*, 13(1), 81-84.

- Duck, S. W. (1973). Personality similarity and friendship choice: Similarity of what, when?. *Journal of Personality*, 41(4), 543-558.
- Dunbar, R. I. (1992). Neocortex size as a constraint on group size in primates. *Journal of human evolution*, 22(6), 469-493.
- Eastwick, P. W., & Finkel, E. J. (2008). Sex differences in mate preferences revisited: Do people know what they initially desire in a romantic partner?. *Journal of personality and social psychology*, 94(2), 245-264.
- Edwards, W., & Fasolo, B. (2001). Decision technology. *Annual review of psychology*, 52(1), 581-606.
- Eichenberg, C., Schott, M., Decker, O., & Sindelar, B. (2017). Attachment style and internet addiction: an online survey. *Journal of medical Internet research*, 19(5), 170-179.
- Elitesingles (2018, januar) Henta frå <https://www.elitesingles.no>
- Finkel, E. J., Burnette, J. L., & Scissors, L. E. (2007). Vengefully ever after: Destiny beliefs, state attachment anxiety, and forgiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(5), 871-886.
- Finkel, E. J., Eastwick, P. W., Karney, B. R., Reis, H. T., & Sprecher, S. (2012). Online dating: A critical analysis from the perspective of psychological science. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(1), 3-66.
- Finkel, E. J., Hui, C. M., Carswell, K. L., & Larson, G. M. (2014). The suffocation of marriage: Climbing Mount Maslow without enough oxygen. *Psychological Inquiry*, 25(1), 1-41.
- Fisman, R., Iyengar, S. S., Kamenica, E., & Simonson, I. (2006). Gender differences in mate selection: Evidence from a speed dating experiment. *The Quarterly Journal of Economics*, 121(2), 673-697.
- Forthofer, M. S., Markman, H. J., Cox, M., Stanley, S., & Kessler, R. C. (1996). Associations between marital distress and work loss in a national sample. *Journal of Marriage and the Family*, 58, 597-605.
- Franiuk, R., Cohen, D., & Pomerantz, E. M. (2002). Implicit theories of relationships: Implications for relationship satisfaction and longevity. *Personal Relationships*, 9(4), 345-367.
- Frost, J. H., Chance, Z., Norton, M. I., & Ariely, D. (2008). People are experience goods: Improving online dating with virtual dates. *Journal of Interactive Marketing*, 22(1), 51-61.
- Gallo, L. C., Troxel, W. M., Matthews, K. A., & Kuller, L. H. (2003). Marital status and quality in middle-aged women: Associations with levels and trajectories of cardiovascular risk factors. *Health Psychology*, 22(5), 453-463.
- Gardner, H., & Davis, K. (2013). *The app generation: How today's youth navigate identity, intimacy, and imagination in a digital World*. Yale: Yale University Press.
- Gatter, K., & Hodkinson, K. (2016). On the differences between Tinder™ versus online dating agencies: Questioning a myth. An exploratory study. *Cogent Psychology*, 3(1), 116-138.
- Giddens, A. (1996). *Modernitet og selvidentitet*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Gilovich, T., & Medvec, V. H. (1994). The temporal pattern to the experience of regret. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67(3), 357-365.
- Gilovich, T., & Medvec, V. H. (1995). The experience of regret: What, when, and why. *Psychological review*, 102(2), 379-395.
- Goldstein, E. R. (2010). *To Choose or Not to Choose*. Hente fra: <http://chronicle.com/article/The-Choice-Driven-Life-of/64587/>
- Gollwitzer, P. M., & Bayer, U. (1999). Deliberative versus implemental mindsets in the control of action. I S. Chaiken & Y. Trope (Red.), *Dual-process theories in social psychology* (s. 403-422). New York: Guilford.
- Gottlieb, L. (2006, mars). How do I love thee? *The Atlantic Monthly*. Henta frå <http://www.theatlantic.com/doc/200603/online-love>
- Gourville, J. T., & Soman, D. (2005). Overchoice and assortment type: When and why variety backfires. *Marketing science*, 24(3), 382-395.
- Haynes, G. A. (2009). Testing the boundaries of the valbelasting phenomenon: The effect of number of options and time pressure on decision difficulty and satisfaction. *Psychology & Marketing*, 26(3), 204-212.
- Heino, R. D., Ellison, N. B., & Gibbs, J. L. (2010). Relationshipshopping: Investigating the market metaphor in online dating. *Journal of Social and Personal Relationships*, 27(4), 427-447.
- Heitmann, M., Herrmann, A., & Kaiser, C. (2007). The effect of product variety on purchase probability. *Review of Managerial Science*, 1(2), 111-131.
- Hitsch, G. J., Hortacsu, A., & Ariely, D. (2005). What makes you click: An empirical analysis of online dating. I *Meeting Papers* (Vol. 207). Society for Economic Dynamics.
- Hoch, S. J., Bradlow, E. T., & Wansink, B. (1999). The variety of an assortment. *Marketing Science*, 18(4), 527-546.
- Hochschild, A. R. (2003). *The commercialization of intimate life. Notes from home and work*. Los Angeles: University of California Press.
- Holmes, B. M. (2007). In search of my "one-and-only": Romance-related media and beliefs in romantic relationship destiny. *The Electronic Journal of Communication*, 17(3/4), 1-29.
- Holmes, B. M., & Johnson, K. R. (2009). Adult attachment and romantic partner preference: A review. *Journal of Social and Personal Relationships*, 26(6-7), 833-852.
- Holt-Lunstad, J., Smith, T. B., & Layton, J. B. (2010). Social relationships and mortality risk: a meta-analytic review. *PLoS medicine*, 7(7), e1000316.
- Hsee, C. K., & Leclerc, F. (1998). Will products look more attractive when presented separately or together?. *Journal of Consumer Research*, 25(2), 175-186.
- Hsee, C. K., & Zhang, J. (2004). Distinction bias: Misprediction and mischoice due to joint evaluation. *Journal of personality and social psychology*, 86(5), 680-695.
- Hsee, C. K., & Zhang, J. (2010). General evaluability theory. *Perspectives on Psychological Science*, 5(4), 343-355.
- Hsee, C. K., Loewenstein, G. F., Blount, S., & Bazerman, M. H. (1999). Preference reversals between joint and separate evaluations of options: a review and theoretical analysis. *Psychological bulletin*, 125(5), 576-590.
- Huberman, G., Iyengar, S. S., & Jiang, W. (2007). Defined contribution pension plans: determinants of participation and contributions rates. *Journal of Financial Services Research*, 31(1), 1-32.
- Hutchinson, J. M. (2005). Is more choice always desirable? Evidence and arguments from leks, food selection, and environmental enrichment. *Biological reviews*, 80(1), 73-92.
- Illouz, E. (1997). *Consuming the romantic utopia. Love and the cultural contradictions of capitalism*. Los Angeles: University of California Press.
- Internet World Stats (2017, desember) Internet usage statistics. Henta frå <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- Iyengar, S. S., & Lepper, M. R. (2000). When choice is demotivating: Can one desire too much of a good thing? *Journal of personality and social psychology*, 79(6), 995-1006.
- Iyengar, S. S., Wells, R. E., & Schwartz, B. (2006). Doing better but feeling worse: Looking for the "best" job undermines satisfaction. *Psychological Science*, 17(2), 143-150.
- Jakobsen, A. (2015). *Fra match til møte: En kvalitativ studie av unge voksnes bruk av Tinder*. (Masteroppgave). Trondheim: NTNU.

- Janis, I. L., & Mann, L. (1977). *Decision making: A psychological analysis of conflict, choice, and commitment*. New York: Free Press.
- Jessup, R. K., Veinott, E. S., Todd, P. M., & Busemeyer, J. R. (2009). Leaving the store empty-handed: Testing explanations for the too-much-choice effect using decision field theory. *Psychology & Marketing, 26*(3), 299-320.
- Kacelnik, A. (2005) Meanings of rationality. I S. Hurley & M. Nudds (Red.) *Rational Animals?* (s. 87–106), New York: Oxford University Press
- Kahn, B. & Ratner, R. (2005). Variety for the sake of variety? Diversification motives in consumer choice. I S. Ratneshwar, & David Glen Mick (Red.), *Consumption: Frontiers of Research on Consumer Motives, Goals, and Desires.* (s. 124-143) London: Routledge.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica: Journal of the Econometric Society, 47*(2), 263-291.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1982). The psychology of preferences. *Scientific American, 246*(1), 160-173.
- Kiecolt-Glaser, J. K., Loving, T. J., Stowell, J. R., Malarkey, W. B., Lemeshow, S., Dickinson, S. L., & Glaser, R. (2005). Hostile marital interactions, proinflammatory cytokine production, and wound healing. *Archives of general psychiatry, 62*(12), 1377-1384.
- Knee, C. R. (1998). Implicit theories of relationships: Assessment and prediction of romantic relationship initiation, coping, and longevity. *Journal of Personality and Social Psychology, 74*(2), 360-370.
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., & Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of social issues, 58*(1), 49-74.
- Kruglanski, A. W., Thompson, E. P., Higgins, E. T., Atash, M., Pierro, A., Shah, J. Y., & Spiegel, S. (2000). To "do the right thing" or to "just do it": Locomotion and assessment as distinct self-regulatory imperatives. *Journal of personality and social psychology, 79*(5), 793-815.
- Krupnick, E. (2015, januar). Is too much choice ruining dating? Science might have the answer. Henta frå <https://mic.com/articles/107210/is-too-much-choice-ruining-dating-science-might-have-the-answer#.BOoDDL1a0>
- Kurdek, L. A. (2005). What do we know about gay and lesbian couples? *Current Directions in Psychological Science, 14*(5), 251-254.
- Landman, J. (1993). *Regret: The persistence of the possible*. New York: Oxford University Press.
- Lauritzen, E. S (2017) *Snakkes til uka*. Oslo: Cappelen Damm.
- Le, B., & Agnew, C. R. (2003). Commitment and its theorized determinants: A meta-analysis of the Investment Model. *Personal Relationships, 10*(1), 37-57.
- Lenton, A. P., & Francesconi, M. (2010). How humans cognitively manage an abundance of mate options. *Psychological Science, 21*(4), 523–533.
- Lenton, A. P., & Francesconi, M. (2011). Too much of a good thing? Variety is confusing in mate choice. *Biology letters, 7*(4), 528-531.
- Lenton, A. P., & Stewart, A. (2008). Changing her ways: The number of options and mate-standard strength impact mate choice strategy and satisfaction. *Judgment and Decision Making, 3*(7), 501-511.
- Lenton, A. P., Fasolo, B., & Todd, P. M. (2008). "Shopping" for a mate: Expected versus experienced preferences in online mate choice. *IEEE Transactions on Professional Communication, 51*(2), 169-182.
- Lenton, A. P., Fasolo, B., & Todd, P. M. (2009). The relationship between number of potential mates and mating skew in humans. *Animal Behaviour, 77*(1), 55-60.
- Lenton, A. P., Penke, L., Todd, P. M., & Fasolo, B. (2013). The heart has its reasons: Social rationality in mate choice. I R. Hertwig & U. Hoffrage (Red.). *Simple heuristics in a social world* (s. 433-459). New York: Oxford University Press.
- Leotti, L. A., & Delgado, M. R. (2011). The inherent reward of choice. *Psychological science, 22*(10), 1310-1318.
- Leotti, L. A., Iyengar, S. S., & Ochsner, K. N. (2010). Born to choose: The origins and value of the need for control. *Trends in cognitive sciences, 14*(10), 457-463.
- Leslie, B., & Morgan, M. (2011). Soulmates, compatibility and intimacy: Allied discursive resources in the struggle for relationship satisfaction in the new millennium. *New Ideas in Psychology, 29*(1), 10-23.
- Ligtenberg, L. (2010). *Tinder, the app that is setting the dating scene on fire: A uses and gratifications perspective*. (Masteroppgave, University of Amsterdam). Henta frå <http://scriptiesonline.uba.uva.nl/document/605982>.
- Lipowski, Z. J. (1970). The conflict of Buridan's ass or some dilemmas of affluence: the theory of attractive stimulus overload. *American Journal of Psychiatry, 127*(3), 273-279.
- Lundgaard, H., Halvorsen, B. E., & Skjervold, H. (2016, november). Single Christine (24) har datet mer enn 100 menn: "Det er som om jeg har brukt opp følelsene. Det er bare tomt». *Aftenposten* Henta frå <https://www.aftenposten.no/amagasinet/i/Pxj45/Singl-e-Christine-24-har-dattet-mer-enn-100-menn-Det-er-som-om-jeg-har-brukt-opp-folelsene-Det-er-bare-tomt>
- Lurie, N. H. (2004). Decision making in information-rich environments: The role of information structure. *Journal of Consumer Research, 30*(4), 473-486.
- Luttbeg, B. (2002). Assessing the robustness and optimality of alternative decision rules with varying assumptions. *Animal Behaviour, 63*(4), 805-814.
- Malhotra, N. K. (1982). Information load and consumer decision making. *Journal of consumer research, 8*(4), 419-430.
- Marist Poll. (2011, februar). «It's destiny!» Most Americans believe in soul mates. Henta frå: <http://maristpoll.marist.edu/210-its-destiny-most-americans-believe-in-soul-mates/>
- Markman, A. B., & Medin, D. L. (1995). Similarity and alignment in choice. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 63*(2), 117-130.
- Match.com (2017, januar). Henta frå: <http://match.clayteller.com>
- McKenna, K. Y., Green, A. S., & Gleason, M. E. (2002). Relationship formation on the Internet: What's the big attraction? *Journal of social issues, 58*(1), 9-31.
- Medvec, V. H., Madey, S. F., & Gilovich, T. (1995). When less is more: counterfactual thinking and satisfaction among Olympic medalists. *Journal of personality and social psychology, 69*(4), 603-610.
- Midbøe, O. M. & Wallenius, H. (2017, juli). Christoffer (30) om Tinder-dating: -Tror alltid det finnes en bedre match der ute. *Verdens gang*. Henta frå: <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/rqRKe/christoff-fer-30-om-tinder-dating-tror-alltid-det-finnes-en-betere-match-der-ute>
- Miller, G. A. (1956). The magical number seven, plus or minus two: Some limits on our capacity for processing information. *Psychological review, 63*(2), 81-97.
- Miller, N. E. (1944). Experimental Studies of Conflict. I J. M. Hunt (Red.) *Personality and the Behavior Disorders*. New York: Ronald Press, (s. 431–465)
- Mitchell, R. L. (2009, februar). Online dating: Analyzing the algorithms of attraction. PCWorld. Henta frå [http://www.pcworld.com/article/159884-2/online\\_dating\\_analyzing\\_the\\_algorithms\\_of\\_attraction.html](http://www.pcworld.com/article/159884-2/online_dating_analyzing_the_algorithms_of_attraction.html)
- Mogilner, C., Rudnick, T., & Iyengar, S. S. (2008). The mere categorization effect: How the presence of categories increases choosers' perceptions of assortment variety and outcome satisfaction. *Journal of Consumer Research, 35*(2), 202-215.
- Nenkov, G., Morrin, M., Schwartz, B., Ward, A., & Hulland, J. (2008). A short form of the Maximization Scale:

- Factor structure, reliability and validity studies. *Judgment and Decision Making*, 3(5), 371-388
- Nie, N. H. (2001). Sociability, interpersonal relations, and the Internet: Reconciling conflicting findings. *American behavioral scientist*, 45(3), 420-435.
- Nielsenwire.com. (2009, februar). *Online dating and advertising prove to be a good match*. Henta frå <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/consumer/online-dating-and-advertisingprove-to-be-a-good-match/>
- Nisbett, R. E., & Wilson, T. D. (1977). Telling more than we can know: Verbal reports on mental processes. *Psychological review*, 84(3), 231-259.
- Overskeid, G. (2000). The slave of the passions: Experiencing problems and selecting solutions. *Review of General Psychology*, 4(3), 284-309.
- Payne, J. W., Bettman, J. R., & Johnson, E. J. (1988). Adaptive strategy selection in decision making. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 14(3), 534-542.
- Payne, J. W., Bettman, J. R., & Johnson, E. J. (1993). *The adaptive decision maker*. New York: Cambridge University Press.
- Plenty of fish (2018, januar). Henta frå <https://www.pof.com>
- Popenoe, D., & Whitehead, B. D. (2001). The state of our unions: the social health of marriage in America, 2001. New Brunswick: National Marriage Project at Rutgers University.
- Redelmeier, D. A., & Shafir, E. (1995). Medical decision making in situations that offer multiple alternatives. *Journal of the American Medical Association*, 273(4), 302-305.
- Rescher, N. (2005). *Cosmos and Logos: Studies in Greek Philosophy*. Berlin: Walter de Gruyter. (s. 89-99)
- Reutskaja, E., & Hogarth, R. M. (2009). Satisfaction in choice as a function of the number of alternatives: When "goods satiate". *Psychology & Marketing*, 26(3), 197-203.
- Roese, N. J. (1997). Counterfactual thinking. *Psychological bulletin*, 121(1), 133-148.
- Roets, A., Schwartz, B., & Guan, Y. (2012). The tyranny of choice: a cross-cultural investigation of maximizing-satisficing effects on well-being. *Judgment and Decision Making*, 7(6), 689-704.
- Rosenfeld, M. (2010). Searching for a Mate: The rise of the internet as a social intermediary. *American Sociological Review* 77(4): 523-547.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American psychologist*, 55(1), 68-78.
- Saad, G., Eba, A., & Sejean, R. (2009). Sex differences when searching for a mate: A process-tracing approach. *Journal of Behavioral Decision Making*, 22(2), 171-190.
- Sagi, A., & Friedland, N. (2007). The cost of richness: The effect of the size and diversity of decision sets on post-decision regret. *Journal of personality and social psychology*, 93(4), 515-524.
- Savin-Williams, R. C. (2006). Who's gay? Does it matter?. *Current directions in psychological science*, 15(1), 40-44.
- Scheibehenne, B. (2008) *The effect of having too much choice*. (Doktoravhandling) Berlin: Humboldt University.
- Scheibehenne, B., Greifeneder, R., & Todd, P. M. (2009). What moderates the too-much-choice effect?. *Psychology & Marketing*, 26(3), 229-253.
- Scheibehenne, B., Greifeneder, R., & Todd, P. M. (2010). Can there ever be too many options? A meta-analytic review of valbelasting. *Journal of Consumer Research*, 37(3), 409-425.
- Schwartz, B. (2000). Self-determination: The tyranny of freedom. *American psychologist*, 55(1), 79-88.
- Schwartz, B. (2004). *The paradox of choice: Why more is less*. New York: HarperCollins.
- Schwartz, B., Ward, A., Monterosso, J., Lyubomirsky, S., White, K., & Lehman, D. R. (2002). Maximizing versus satisficing: Happiness is a matter of choice. *Journal of personality and social psychology*, 83(5), 1178-1197.
- Sela, A., & Berger, J. (2011). Decision quicksand: how trivial choices suck us in. *Journal of Consumer Research*, 39(2), 360-370.
- Seligman, M. E. P. & Maier, S. F. (1976). Learned helplessness: Theory and evidence. *Journal of Experimental Psychology: General*, 105(1), 3-46.
- Sen, A. (2000). Development as freedom. *Development in practice-Oxford*, 10(2), 258-258.
- Shah, A. M., & Wolford, G. (2007). Buying behavior as a function of parametric variation of number of choices. *Psychological Science*, 18(5), 369-370.
- Shanteau, J., & Thomas, R. P. (2000). Fast and frugal heuristics: What about unfriendly environments? *Behavioral and Brain Sciences*, 23(5), 762-763.
- Simon, H. A. (1955). A behavioral model of rational choice. *The quarterly journal of economics*, 69(1), 99-118.
- Simon, H. A. (1959). Theories of decision-making in economics and behavioral science. *The American economic review*, 49(3), 253-283.
- Simonson, I., & Tversky, A. (1992). Choice in context: Tradeoff contrast and extreme aversion. *Journal of Marketing Research*, 29(3), 281-295
- Skog, B. (2014): Spørreundersøkelse under Forskningsdagene NTNU. Rapport ISS.
- Smith, A., & Duggan, M. (2013). Online dating and relationships. *Pew Internet & American Life Project*. Henta frå <http://www.pewinternet.org/2013/10/21/online-datingrelationships/>
- Speier, C., Valacich, J. S., & Vessey, I. (1999). The influence of task interruption on individual decision making: An information overload perspective. *Decision Sciences*, 30(2), 337-360.
- Sprecher, S. (1989). The importance to males and females of physical attractiveness, earning potential, and expressiveness in initial attraction. *Sex Roles*, 21(9/10), 591-607.
- Stephure, R. J., Boon, S. D., MacKinnon, S. L., & Deveau, V. L. (2009). Internet initiated relationships: Associations between age and involvement in online dating. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(3), 658-681.
- Subscription Site Insider (2011). *Dating and matchmaking site benchmark report*. Newport, RI: Anne Holland Ventures.
- Sumter, S. R., Vandenbosch, L., & Ligtenberg, L. (2017). Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. *Telematics and Informatics*, 34(1), 67-78.
- Thagaard, T. (2005). *Følelser og fornuft. Kjærlighetens sosiologi*. Oslo: Abstrakt forlag.
- Thuen, F. (2007, januar) Følelser eller fornuft. *Aftenposten*. Henta frå <https://www.aftenposten.no/amagasinet/i/KzevM/Fol elser-eller-fornuft>
- Todd, P. M., Penke, L., Fasolo, B., & Lenton, A. P. (2007). Different cognitive processes underlie human mate choices and mate preferences. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 104(38), 15011-15016.
- Todd, P.M., & Miller, G.F. (1999). From pride and prejudice to persuasion: Satisficing in mate search. I G. Gigerenzer, P.M. Todd, og the ABC Research Group, *Simple heuristics that make us smart* (s. 287-308). New York: Oxford University Press.
- Townsend, C., & Kahn, B. E. (2014). The "visual preference heuristic": The influence of visual versus verbal depiction on assortment processing, perceived variety, and valbelasting. *Journal of Consumer Research*, 40(5), 993-1015.
- Tversky, A., & Shafir, E. (1992). Choice under conflict: The dynamics of deferred decision. *Psychological Science*, 3(6), 358-361.



- Van Dijk, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford: Oxford University Press.
- van Ijzendoorn, M. H. & Bakermans-Kranenburg, M. J. (1996). Attachment representations in mothers, fathers, adolescent, and clinical groups: A meta-analytic search for normative data. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 64, 1, 8–21.
- Votaw, K. L. (2016). *What about the other fish in the sea? Testing the paradox of choice in romantic relationships* (Doktoravhandling) St. Louis: Saint Louis University.
- Wessel-Holst, B. (2017, september). Tinder: -Nødhjelp for den ensomem sveiperen. KK. Henta frå: <https://www.kk.no/samliv/nodhjelp-for-den-ensomme-sveiperen-68675287>
- White, C. M., & Hoffrage, U. (2009). Testing the tyranny of too much choice against the allure of more choice. *Psychology & Marketing*, 26(3), 280-298.
- Whitty, M. & Carr A. (2006) *Cyberspace romance: The psychology of online relationships*. New York: Palgrave Macmillan.
- Willis, J., & Todorov, A. (2006). First impressions: Making up your mind after a 100-ms exposure to a face. *Psychological science*, 17(7), 592-598.
- Wu, P. L., & Chiou, W. B. (2009). More options lead to more searching and worse choices in finding partners for romantic relationships online: An experimental study. *CyberPsychology & Behavior*, 12(3), 315-318.
- Yang, M. L., & Chiou, W. B. (2010). Looking online for the best romantic partner reduces decision quality: The moderating role of choice-making strategies. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(2), 207-210.
- Zeelenberg, M., Van Dijk, W. W., Manstead, A. S., & van der Pligt, J. (2000). On bad decisions and disconfirmed expectancies: The psychology of regret and disappointment. *Cognition & Emotion*, 14(4), 521-541.
- Zwilling, M. (2013, mars). How many more online dating sites do we need? *Forbes Magazin*. Henta frå <http://www.forbes.com/sites/martinzwilling/2013/03/01/how-many-more-onlinedating-sites-do-we-need/>