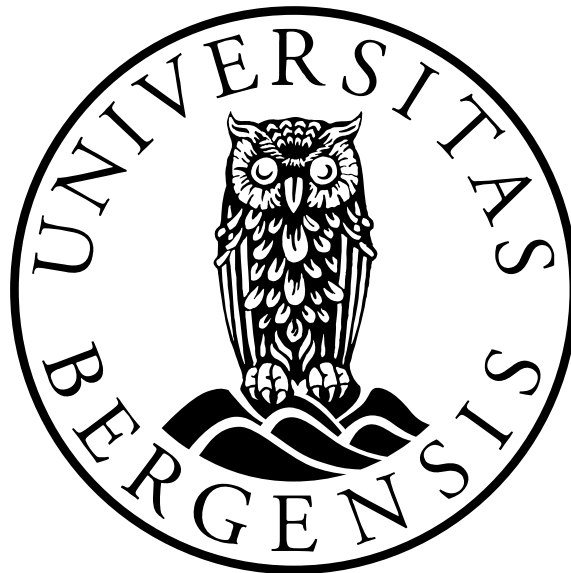


I nettdatingens alder

**- en studie av digitale forutsetninger og syn på nettdating
på tvers av det digitale skillet**



Hilde Sakariassen

**Masteroppgave i medievitenskap Institutt for informasjons- og
medievitenskap Universitetet i Bergen
Våren 2016**

Førord

Høsten 2014 jobbet jeg med en semesteroppgave der jeg så på visuell retorikk og datingappen Tinder. Samtalene jeg den gang hadde med andre om nettdating pirret nysgjerrigheten min videre, for det slo meg at det var noen mønstre som gikk igjen i måten folk snakket om nettdating på. Det handlet om hvor åpen de var, i hvilken grad de unnskyldte bruk av nettdating eller følte behov for å forsvare den, og det i sterk kontrast til de som hadde implementert den som en naturlig del av sosiallivet sitt. Det var en ulikhet, og jeg så en tilknytting til alder, men jeg forsto ikke helt hva denne ulikheten handlet om, var den koblet til et digitalt skille eller til ulike samfunnsnormer?

Takk til min veileder Jan Fredrik Hovden for å ha vist interesse hele veien, for engasjement og gode råd under veis.

Takk til Rådet for anvendt medieforskning ved Medietilsynet for stipend til utarbeiding av denne masteroppgaven.

Innhold:

Kapittel 1: Innledning	2
1.1 Tema, problemstilling og avgrensing	3
1.2 Oppgavens struktur	4
Kapittel 2: Teoretisk bakgrunn	6
2.1 Selvpresentasjon	6
2.1.1. Å fortelle om verden hvem du er	6
2.1.2 Hvorfor benytter vi selvpresentasjon?	7
2.1.3 Hvordan virker selv-presentasjon?	8
2.1.4 Selvmonitorering, selvbevissthet og ulike strategier	9
2.1.5 Selvpresentasjon og publikum	10
2.1.6 Selvpresentasjon i sosiale medier	11
2.1.6.a Sosiale medier – en definisjon	11
2.1.6.b En plattform for selvpresentasjon	13
2.1.6.c Fra anonym lek til refleksjon av identiteten ellers	13
2.1.6.d Å observere egen identitet	14
2.1.6.e Sosiale medier som verktøy i selvpresentasjon	14
2.1.6.f Tredjepartsinformasjon på kollisjonskurs	15
2.1.6.g Hvem er publikum	15
2.1.6.h Vedvarenhet og replikering	16
2.2 Nettdating	17
2.2.1 Nettdating - en definisjon og avgrensing	17
2.2.2 Historisk tilbakeblikk	19
2.2.3 Nettdatingens utbredelse og oppsett	20
2.2.4 Hva skiller nettdating fra andre sosiale medier	22
2.2.4.a Strangers in the night	22
2.2.4.b Uten nettverk, står vi for selvpresentasjon helt alene	22
2.2.4.c Bredden og dybden i selvpresentasjonen - en hårfin balanse	23
2.2.5 Hva vi vet om nettdatere	24
2.2.6 Hva skiller nettdating fra å treffe noen offline	25
2.2.6.a Et univers av single tilrettelagt for vindusshopping	25
2.2.6.b Å skrive frem en sosial tilstedeværelse	26
2.2.6.c Å flørte uten kropp	27
2.3 Digitalt skille	28
2.3.1 Alder, mer enn bare et tall	28
2.3.2 Ulike generasjoner, historiske betingelser og erfaringer	29
2.3.3 Fra analog til digital hverdag	30
2.3.4 Digitalt skille, en provokasjon eller nyttig begrep	31
2.3.5 Digital generasjon eller digitale individ	32
2.3.6 På hver sin side av et digitalt skille	33
2.4 Oppsummering av bakgrunnskapittelet	34
Kapittel 3: Forskningsmetode	36
3.1 Kvalitativ metode	36
3.2 Forskningsintervju	37
3.2.1 Valg av informanter	38
3.2.2 Rekruttering	40
3.2.3 Hvem er så informantene?	41
3.2.4 Testintervju	41
3.2.5 Intervjuguiden	42
3.2.6 Innsamling av datamaterialet	42
3.2.7 Transkribering av data	44
3.3 Dataanalyse	45
3.4 Forskningens kvalitet	46
3.4.1 Troverdighet	47
3.4.2 Bekreftbarhet	48
3.4.3 Overførbarhet	50
3.5 Forskningsetiske vurderinger og betraktninger	51

Kapittel 4: Analyse	53
4.1 Aktivitet på sosiale medier og nett	53
4.1.1 Å logge på eller leve digitalt	53
4.1.2 Hele tiden eller sporadisk	55
4.1.3 Antall og valg av sosiale medier	57
4.1.4 Digitalt stress	59
4.1.5 Uten sosiale medier – hva nå?	61
4.1.6 Å følge en oppskrift eller gjøre det sitt	64
4.1.7 Oppsummering	65
4.2 Nettdating	66
4.2.1 Bruken av og formålet med nettdating	66
4.2.2 Grunner til å velge nettdating	69
4.2.3 Å treffes digitalt versus å treffes fysisk	72
4.2.4 Mangel på non-verbale tegn	74
4.2.5 Vindusshopping	76
4.2.6 Stort, for stort... ..	79
4.2.7 Forskjell på Tinder og annen nettdating	81
4.2.8 Nettdating i samfunnet	83
4.2.9 Offentlig eller skjermet	87
4.2.10 Oppsummering	88
4.3 Selvpresentasjon i nettdating	89
4.3.1. Selvpresentasjon gjennom tekst	90
4.3.1.a Unngåelsesstrategier	90
4.3.1.b I have nothing to say, and I am saying it	91
4.3.1.c Å spille ut sin identitet i regi av andre	93
4.3.1.d Implisitt selvpresentasjon	94
4.3.1.e Den vanskelige starten og veien videre	95
4.3.1.f Å finne seg selv under veis	97
4.3.1.g Selvmoderering & strategier	98
4.3.1.h Hva og hvor mye skal en si?	99
4.3.1.i Publikumskollaps	102
4.3.1.j Å være menneske i media	103
4.3.2 Selvpresentasjon gjennom bilder	105
4.3.2.a Valg av profilbilde	108
4.3.2.b Visuelle symboler	109
4.3.3. Oppsummering	112
Kapittel 5: Oppsummering og konklusjon	113
6.1 Oppsummering	Error! Bookmark not defined.
6.2 Veien videre	118
KILDER:	120
Vedlegg	129
Figurer:	
Figur 1: Eksempel på nettdatingprofil (kilde: sukker.no)	18
Figur 2: Tinderprofil- utseende, søkeoppsett (kilde: tinder) og forklaring av funksjon	18
Figur 3: Eksempel på utfyllingsvindu (kilde: match.com)	21
Figur 4: Modell basert på Palfrey (2010)	33

Kapittel 1: Innledning

1.1 Tema, problemstilling og avgrensning

Vi lever i et samfunn der digitale medier har blitt helt vanlig, og sosiale medier har hatt en særlig fremvekst og økt popularitet. Mens rundt 90 % av ungdommer og unge voksne brukte et nettsamfunn i løpet av en gjennomsnittsuke i 2011, var snittet bare 33 % for de i aldersgruppen 45 – 66 år (Norskmediebarometer & Medienorge, 2016). Det er flere som peker på en tendens der de ser at tenåringer og unge voksne har innlemmet digital kultur og sosiale medier i livene sine i lang større grad enn generasjoner som vokste opp i pre-digitale tider (Gardner & Davis, 2013), og at både bruk og opplevelse av medier vil være farget av våre digitale forutsetninger. Et digitale skille er en måte å identifisere ulike grupper basert på deres familiaritet med digitale media der alder ofte er brukt som hovedindikator (Palfrey, 2010; Prensky, 2001). Digitalt innfødte er da født inn i en digital verden, mens digitale innvandrere må tilpasse seg nye medier senere i livet (ibid.). Forskning gjort på dette fenomenet har vært koblet til digital hverdag og sosiale medier (se feks. Brandtzæg, Heim, & Karahasanović, 2011), men vi vet lite om hvordan det ser ut i nettdating. Strengt talt vet vi lite om nettdating i norsk sammenheng i det hele tatt. Nettdating er en type sosialt medium som i likhet med andre har hatt enorm vekst, men nettdating har også hatt mer tvilsomt rykte enn andre sosiale medier. Det har gått fra å være noe som ble benyttet av visse typer mennesker; sosiale tapere og de som ikke greier å finne kjærlighet på “vanlig” vis, til å bli det ”vanlige viset” (Eriksen, 2010). I media hevdes det at nettdating nå er sosialt akseptabelt fordi ”alle”, i betydningen all slags mennesker, bruker det (Myrmel, 2014; Reuterdaahl, 2010), noe som også støttes av en forskning og rapporter på området (Smith & Duggan, 2013). Vi vet kanskje ikke så mye om nettdating som skjer i Norge, men fra internasjonale studier vet vi en del, blant annet at nettdating skiller seg ut fra andre sosiale medier ved å ha et særlig fokus på selvpresentasjon. Grunnen til det er at nettdating bruker stort sett match-funksjoner som ikke er tilknyttet navn eller sosiale nettverk, og i stedet blir koblinger gjort ut fra elementer i selvpresentasjonen, som da blir mer sentral og må systematisert i større grad. Selvpresentasjon er en naturlig del av alle sosiale samhandlinger (Schlenker, 2000: 224) og dermed er det spesielt interessant å følge bruken av dette inn i digitale medier. Da får vi se møtetpunktet der mennesket med sin egen digitale forutsetning og

holdning møter teknologien, og der et fenomen som er en naturlig del av å være menneske skal utføres digitalt med de begrensingene og muligheten som finnes der.

Problemstillingen for denne oppgaven er dermed: *”Hva er sammenhengen mellom alder, våre digitale forutsetninger og syn på nettdating? Og hvordan blir selvpresentasjon i nettdating farget av dette?”*

Denne problemstillingen vil belyses ved å intervju kvinnelige nettdatere i to ulike aldersgrupper som er valgt med tanke på at de er på ulike sider av et digitalt skille 18-25 år og 45+ år. Svarene mellom de to gruppene vil sammenlignes i et forsøk på å se spor av dette skillet, og hvordan det i så fall utarter seg. Digital hverdag og bruk av sosiale medier ellers blir et grunnlag for å se hvordan ulike digitale forutsetninger virker inn her. I tillegg vil opplevelsen av nettdatingens diskurs, plass i samfunnet og i informantens eget liv være et tema. Grunnlaget blir da å se et digitalt skille ut fra informantens eget handlemønster men også ut fra oppfatningen av sosiale og kulturelle normer. Ved å bruke informasjonen over er intensjonen å se hvordan et digitalt skille henger sammen med selvpresentasjonen i nettdating.

1.2 Oppgavens struktur

I kapittel 2 blir det en gjennomgang av det relevante teoretiske grunnlaget som vil belyse ulike forhold og danne et bakgrunnstappe for analysen. Dette kapittelet består av tre ganske ulike perspektiv, men som alle belyser ulike sider av problemstillingen. I den første delen er temaet selvpresentasjon som regnes som en fundamental part i all sosial samhandling (Schlenker, 2000: 224). Det blir først en gjennomgang av selvpresentasjon slik det er sett i psykologien uten tilknytting til teknologi, før vi setter den i sammenheng med sosiale medier og ser på hva vi vet om selvpresentasjonen som skjer der. Her vil vi se at sosiale medier er både et verktøy for selvpresentasjon, men også representerer nye utfordringer som vi må lære å håndtere. Nettdating er en undergruppe av sosiale medier med særlig fokus på å koble mennesker romantisk eller seksuelt, og har sine egne tekniske begrensinger og digitale kultur. Den andre delen tar for seg nettdating, hva det er, hvordan det gradvis har oppstått og hvordan landskapet ser ut i dag. I nettdating har, som nevnt, selvpresentasjonen særlige betingelser, og publikum, graden av selvutlevering og

mangel på nettverk vil bli tematisert i forhold til dette. Men det skiller seg også ut fra å møte noen ellers, i meningen offline, og dermed blir det også tegnet bilde av hva denne forskjellen består av. Den siste delen handler om et digitalt skille. Dette er et omdiskutert begrep som betyr ulike ting i ulike sammenhenger, og diskusjonen rundt dette, i tillegg til hvordan det er tenkt å operasjonaliseres i denne studien vil legges frem. Her blir også alders- og generasjonskonsepter sentrale tema knyttet opp mot digitale forutsetninger, og vi vil se hvordan alder som en sosial, kulturell og psykologisk faktor har ulike betydninger, også for bruk av sosiale medier.

Kapittel 3 handler om forskningsmetode og er en gjennomgang av studiens oppsett og gjennomføring. Dette er en redegjørelse for de valgene som har blitt tatt og metodiske utfordringer som har oppstått underveis. Dette studiet baserer seg på intervjudata fra individuelle semi-strukturerte intervjuer av kvinnelige nettdatere, for å få et bilde av deres "livsverden" (Kvale, Brinkmann, Anderssen, & Rygge, 2009: 325) og da særlig tilknyttet bruk av sosiale medier og deres opplevelse av nettdating. Da dette regnes som et kulturelt sensitivt tema blir personvern og etiske vurderinger som har skjedd under veis en viktig komponent i denne gjennomgangen.

I kapittel 4 er finner vi analysen av intervjudataene, der funn settes sammen med relevant teori. Også dette kapittelet er tre-delt, der den første delen tar for seg informantenes sosiale medievaner, og de to aldersgruppene sammenlignes for å se om det finnes spor av et digitalt skille og hvordan dette i så fall utarter seg. Her får vi et bilde av en digital hverdag sett fra to ulike ståsted, og likheter og motsetninger i svarene ses opp mot hva vi vet om et digitalt skille. I den neste delen er alder også et sammenligningspunkt når vi ser på nettdating. Her handler det om å se etter et digitalt skille i informantenes egen atferd og bruk, men også oppfatningen av sosiale og kulturelle normer. I den siste analysedelen blir selvpresentasjon i nettdating et tema, både skriftlig og visuelt. Vi vet da noe om de digitale forutsetningene informantene har og hvordan de oppfatter normene rundt nettdating. Denne delen handler om hva de gjør av selvpresentasjon koblet til det vi vet om det som psykologiske fenomen, men også om hvordan digitale forutsetninger og syn på nettdating henger sammen med denne atferden. Avslutningsvis samler jeg trådene og peker på hvilken ny innsikt som har kommet frem i denne studien, og til slutt skisserer jeg noen tanker rundt fremtidig medieutvikling.

Kapittel 2: Teoretisk bakgrunn

2.1 Selvpresentasjon

I dette prosjektet er intensjonen å se hvordan digitale forutsetninger henger sammen med selvpresentasjonen digitalt. Men hva er egentlig selvpresentasjon?

Selvpresentasjon har gått fra å være det Schlenker (2000: 200) referer til som ”psykologiens sorte får” til å ha fått en mer sentral plass. Historisk sett ble selvpresentasjon sett på som en type tilgjort sosial atferd som bare forekom i visse situasjoner, den var overfladisk og mer eller mindre et spill for galleriet. Dette var i motsetning til resten av tiden, da vi bare ”var oss selv” uten noe form for innpakning (ibid.). I forskning på sosial atferd ble selvpresentasjon sett på som støy og de prøvde å eliminere den. Men som Schlenker (ibid.) påpeker, virker det i retrospekt navlebeskuende og naivt å prøve å eliminere en prosess som er så sentral for sosial atferd, i et forsøk på å forstå akkurat denne atferden. Helt siden Erving Goffman (1959) identifiserte selvpresentasjon som en fundamental part i alle mellommenneskelige prosesser, har forståelsen utviklet seg og selvpresentasjon er nå sett på som en sentral del av sosial samhandling (Schlenker, 2000). Når målet er å se på selvpresentasjon i sammenheng med nettdating kan det være vanskelig å si hva som er bestemt av menneskelige faktorer, og hva bestemmes av det tekniske i mediet og den digitale kulturen. For å kunne utforske skjæringspunktet mellom menneske og den tekniske nettdatingtjenesten, er det et behov for å først etablere en forståelse for rollen selvpresentasjon har i sosial samhandling. Og det er her denne historien begynner, ved å se på det teoretiske grunnlaget for hvordan selvpresentasjon og sosiale ferdigheter blir brukt offline.

2.1.1. Å fortelle om verden hvem du er

Ideen om selvet er et sosialt fenomen med sosiale røtter fordi den inkluderer en sosial identitet og rolle, guider vår oppfatning av andre og vår egen adferd i sosiale settinger (Brown, 1998: 161). *Selvpresentasjon* kan forklares som all adferd som følger en intensjon om å danne, modifisere eller opprettholde det inntrykket av oss andre har (ibid.). Men selvpresentasjon er også en fundamental part i all sosial samhandling. For å kunne omgås hverandre må situasjonen og deltakerne være definerte, og selvpresentasjon kommuniserer vår definisjon av identitet, motiv og holdning til situasjonen (Schlenker, 2000: 224). Selvpresentasjon er ikke bare noe vi gjør, men

noe som sitter så dypt i oss at selv når vi er alene former vi adferden vår til et forestilt eller forventet publikum. Dette forsøket på å kontrollere publikummets oppfatning blir gjerne referert til som *Impression management* (inntrykksstyring) og kan forklares som all den målrettede aktiviteten knyttet til å kontrollere informasjonen rundt person, ting, ide eller situasjon for publikum (Goffman, 1959). Selvpresentasjon blir i forhold til denne definisjonen et mer spesifikt begrep som omhandler hvordan vi kontrollerer informasjon som omhandler oss selv (Schlenker, 2000: 201).

2.1.2 Hvorfor benytter vi selvpresentasjon?

Det blir sagt at vi hovedsakelig benytter selvpresentasjon av tre grunner. En er å tilrettelegge sosial samhandling ved å definere den sosiale situasjonens natur og å styre roller slik at samhandlingen blir mer sømløst. En annen grunn for selvpresentasjon kan være at vi ønsker å oppnå noe, enten ved å skaffe materiell eller sosial gevinst, eller i motsatte fall ønske å unngå sosiale eller materielle "sanksjoner". Den siste grunnen er en identitetskonstruksjon, enten ved å skape en identitet for oss selv eller ved å opptre bekræftende overfor det synet vi allerede har på oss selv, som en verifisering av eksisterende identitet (Swann, 1990: 414-415). Å overbevise andre om at vi besitter visse karakteristikk er viktig grunnet den tette sammenhengen selvpresentasjon har med eget selvbylde. Det kan ses som en sirkel der vårt selvbylde påvirker selvpresentasjon, og at vår atferd igjen påvirker konseptet rundt egen identitet. Vi blir da på sett og vis tilskuere til egen oppførsel, og på samme måte som vi kan overbevise andre, overbeviser vi også oss selv. Denne overbevisningen er en stor del av å konstruere en identitet, den gir oss mer tro på egen identitet som igjen fører til at vi har det bedre med oss selv (Brown, 1998: 162-3). Giddens karakteristikk av *senmoderniteten* er at en snur seg vekk fra tradisjon og retter seg mer mot refleksjon, en prosess der vi må vurdere og avgjøre hvordan vi ønsker å oppføre oss og være del av samfunnet. Mennesker i sen moderniteten blir nødt å formulere sine egne sosiale roller og identiteter (Giddens, 2008). Identitet blir et uunngåelig tema, noe vi må kontinuerlig reflektere over – alle må ta avgjørelser om sitt liv, og rollene blir mer sammensatte og tilpassede konstruksjoner, også når det gjelder seksualitet og kjønnsroller. Forhold og intimitet, befridd fra tradisjonelle restriksjoner blir et individuelt prosjekt som må arbeides frem og forhandles (Giddens, 2013). Når vi da spiller oss selv ut i ulike sosiale roller finnes det ulike forventninger av hvordan en skal være. Disse personlige karakteristikkene blir igjen også internalisert. På den

måten observerer vi egen oppførsel i ulike roller basert på hvordan vi oppfatter andres reaksjon, og ved å spille rollen – blir vi karakteren vi spiller (Brown, 1998: 163). Og siden vi ikke har så enkle sosiale liv at vi bare følger et mål om gangen må de ulike agendaene vi har koordineres og endres når man forflytter seg fra en situasjon til en annen (Schlenker, 2000: 203). Fremfor å håndtere disse målene separat blir de koordinert, og samlet sett vår ”persona” i selvpresentasjon (Leary & Allen, 2011: 1034).

2.1.3 Hvordan virker selv-presentasjon?

Vi har begrensede kognitive ressurser og dermed blir det vanskelig å fokusere på ulike agendaer og selvpresentasjon som skjer simultant. Noe av det må derfor fungere med en viss automatikk eller vane og disse blir kalt *bakgrunnsagendaer*. Andre ganger overvåker vi oss selv er oppmerksom på hva vi gjør, og dette er kjent som *forgrunnsagendaer* (Schlenker, 2000: 204). Beviste og automatiske inntrykk varierer avhengig av situasjon. Om vi for eksempel holder på med en vrien oppgave vil våre kognitive ressurser benyttes til dette og selvpresentasjonen vil gå på automatikk eller vane (ibid.: 203). Det avhenger også av om vi kommuniserer med kjente eller fremmede og om vi snakker sant eller lyger. Det å være ærlig og kommunisere med kjente er for eksempel mer knyttet til automatisk eller selvpresentasjon basert på vaner (Tice, Butler, Muraven, & Stillwell, 1995: 1120). I bakgrunnsmodus fungerer selvpresentasjonen nærmest av seg selv, uten planlegging, men basert på formulærer som har blitt benyttet med suksess tidligere. Denne atferden er bygget på forhåndsformede, vanedrevne mønstre som går av seg selv uten at en trenger å være dem bevisst og som oppleves som helt naturlig (Schlenker, 2000: 203). Her benyttes ikke store kognitive ressurser og selvpresentasjonen blir man først bevisst om det skjer en endring der publikummet eller situasjonen blir mer viktig, uvanlig eller problematisk. Da forflyttes selvpresentasjonen til forgrunnsmodus og vi blir igjen bevisst hvilke inntrykk vi gir og tar i bruk kognitive evner for å overvåke og kontrollere våre handlinger (ibid.). Her prøver vi gjerne å kontrollere andres oppfatning (impression management) men vi er avhengig av tre faktorer. Vi må være motivert for å gi et visst inntrykk, vite hvilken oppførsel som fører til det inntrykket vi ønsker å gi, og ha ferdigheter som gjør oss i stand til å vise den atferden som trengs for å gi et visst inntrykk, inklusive hva vi sier og vårt utseende (Brown, 1998: 164-5). Goffman (Goffman, 1959: 4) beskriver selvpresentasjon der han benytter en metafor

til en scene for å forklare dynamikken rundt opprettholdelsen av identitet, der ”skuespilleren” strategisk spiller ut den identiteten som han/hun tenker at andre vil akseptere. Her trekker han frem at inntrykkene vi gir er todelt. Han skiller mellom uttrykk vi gir, eksplisitte uttrykk, som er det som blir verbalt kommunisert og uttrykkene vi avgir, implisitte uttrykk, er det som kommuniseres gjennom visuell fremtoning (ibid.). Det å gi akkurat det inntrykket vi ønsker er ganske kompleks og derfor monitorerer vi oss selv underveis.

2.1.4 Selvmonitorering, selvbevissthet og ulike strategier

Selvmonitorering er beskrevet av Snyder som en kombinasjon av selvobservasjon og selvkontroll guidet av situasjonen og hva som er korrekt sosial opptreden (Snyder, 1974: 526). Vi monitorerer og kontrollerer egen atferd, men i ulik grad. De som monitorerer seg selv i høy grad opplever seg selv som fleksibel, pragmatisk, de prøver å være riktig person avhengig av situasjon og tilpasser sin atferd til slik de oppfatter som passende (Brown, 1998: 166-8). De er opptatt av hvordan de oppfattes av andre og er derfor særlig sensitive i tolkningen av hva som er de sosiale og mellommenneskelige tegnene for korrekt oppførsel (Snyder & Gangestad, 1986, p. 126). På motsatt side er de som i liten grad monitorerer seg selv og oppfatter seg selv som prinsippfaste. I sosiale sammenhenger retter de blikket innover og lar deres holdning og overbevisning guide deres atferd. De prøver ikke å være rett person for situasjonen, men å være seg selv (Brown, 1998: 166-8). Deres uttrykte atferd blir da en refleksjon av deres egen vedvarende eller temporær indre tilstand, inkludert holdning, karaktertrekk og følelser (Snyder & Gangestad, 1986). Når det kommer til å skape et ønsket inntrykk er det ulike strategier som kan tas i bruk. Brown har definert fem strategier som han anser som de mest vanlige verktøyene når det gjelder selv-presentasjon. Det ene er å forsøke å få andre til å *like oss* (ingratiation).

Selvpromotering (self-promotion) er en annen strategi der vi overbeviser andre om de ferdighetene vi har og prøver å få andre til å oppfatte deg som kompetent, intelligent eller talentfull. En tredje strategi er hvor en prøver å oppleves som *truende* (intimidation) og dermed sette seg i respekt eller etablere frykt hos andre. Vi kan også fremstille oss selv som et eksempel, der vi prøver å gi et inntrykk av *høy moral* (exemplification), gjerne ved å overdrive hvor vanskelig vi har hatt det. Den siste strategien er *ydmukhet* (supplication), der en fremmer ens egen inkompetanse for å få det en vil ha, ved for eksempel å spille dum (Brown, 1998: 170). Strategiene kan

benyttes hver for seg, kombineres og tilpasses hvem som er publikummet.

2.1.5 Selvpresentasjon og publikum

“Effective communication involves packaging information to have a desired impact on an audience. To communicate effectively, one must put oneself in the place of the audience; take into account their perspective, including their competencies, interests, and attitudes; gauge how they are likely to interpret and react to alternative message possibilities; and then edit, package, and transmit the information in a way that leads the audience to draw the desired conclusion” (Schlenker, 2000: 211).

Det finnes alltid flere måter å presentere seg selv på og likevel være ærlig. Ved å forflytte en agenda til forgrunns modus og planlegge vår oppførsel kan vi lettere sørge for at den beskjedne vi ønsker å gi kommer klarere frem, og vi kan også forsikre oss om at informasjonen er korrekt (ibid.: 211). Hvordan informasjon pakkes påvirkes av hvem som er publikummet. Vi justerer kommunikasjonen ved å se an den andres rolle og tilpasse oss til deres forventede reaksjon. Sosial atferd påvirkes dermed av vår persepsjon og formes av det tiltenkte publikummet. Publikummet, intendert eller ekte, kan ses å ha tre ulike måter å påvirke selvpresentasjon (ibid.). Først og fremst gir det oss mulighet til å kunne oppnå det ønskede resultatet, eller i motsatt tilfelle et utfall vi ikke ønsker. Derfor former vi vår sosiale atferd for å gi det ønskede inntrykket. For det andre aktiverer publikummet et mentalt bilde av hvordan vi bør føre oss, som et script eller en rolle, der et eksempel på dette vil være forskjellen på hvordan vi kommuniserer til voksne og til barn. Og for det tredje er publikummet målet for all kommunikasjon, så de vil påvirke hvordan ting legges frem. For at kommunikasjonen skal være god, må informasjonen tilpasses publikummets kunnskap og verdier, og at vi benytter eksempler som er forståelig (ibid.). Når vår identitet er etablert, har alle parter en moralsk forpliktelse til å ha atferd som står i sammenheng med denne identiteten og til å respektere andres identitet ved å behandle han eller hun på en passende måte (Schlenker, 2000: 221). Inntrykkene vi gir fungerer bare om de blir akseptert av andre. Goffman beskriver det sosiale samspill som høyst strukturert, dog mest uformelt og forstått gjennom normer. Han referer ”*Face-work*” (Goffman, 1959) som er deltakeres forpliktelse til å akseptere og støtte hverandres sosiale identitet. Der

denne aksepten balanserer mellom hva som er troverdig og fordelaktig. Siden det er viktig for andre at vi står for det vi sier, pleier vi å være mer ærlig i tilfeller der fakta kan sjekkes eller der vi forventer at noen sjekker (DeAndrea, Tom Tong, Liang, Levine, & Walther, 2012: 400), og vi pleier generelt sett å være mer positiv til andre om det de sier matcher den faktiske presentasjonen (Brown, 1998: 171-2). Giddens trekker inn integritet og beskriver at for å forstå valgene våre, lager vi individuelle narrativ som en måte å organisere et sammensatt liv (Giddens, 2008: 66). Vi kreerer, opprettholder og revurderer vårt biografiske narrativ –historien om hvem vi er nå og hvordan vi kom dit. Dermed blir ikke identiteten et sett med karaktertrekk, men vår personlige oppfatning av den biografien, hevder Giddens. Stolthet og selvtilit har rot i narrasjonen om oss selv; at det har personlig verdi og integritet (ibid.).

2.1.6 Selvpresentasjon i sosiale medier

Frem til nå har temaet vært selvpresentasjon generelt og ikke koblet til sosiale medier, men siden mye sosial samhandling for flere av oss nå foregår på sosiale medier, skjer deler av selvpresentasjonen vår også her. De neste avsnittene vil handle om selvpresentasjon på sosiale medier som et samlet fenomen, mens nettdating, som skiller seg ut på noen sentrale punkt, vil bli tematisert senere. Men for at en slik kobling skal gi mening, er det behov for en avklaring av hva sosiale medier er, før vi går videre med å se på hva vi vet om selvpresentasjonen som foregår der.

2.1.6.a Sosiale medier – en definisjon

Boyd og Ellison har definert sosiale nettverkssider som nettbaserte tjenester som tillater brukere å (1) konstruere en offentlig eller halv-offentlig profil innen et gitt system, (2) angi en liste over andre brukere som de har en forbindelse med, og (3) se og gå over deres nettverk av forbindelser og de gjort av andre i systemet (danah boyd & Ellison, 2007: 211). Videre poengterer boyd at det som gjør sosiale nettverk unik er ikke at de åpner for at en kan møte mennesker en ikke kjenner, men heller at det tilrettelegges for å artikulere og vise ens sosiale nettverk. På mange av de store sosiale nettverksplattformene er det ikke slik at brukere nødvendigvis prøver å danne nye nettverk eller å møte nye mennesker, i stedet kommuniserer vi stort sett med mennesker som allerede er en del av vårt utvidede nettverk (Chen & Marcus, 2012: 2091; N. B. Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007). For å fremheve viktigheten av nettverk har boyd og Ellison derfor valgt å kalle disse sidene sosiale nettverkssider.

Sosiale nettverkssider eller sosiale medier kan ha en rekke bruksområder og tekniske løsninger, men noen kjennetegn går igjen. I artikkelen “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship” (danah boyd & Ellison, 2007) er det en gjennomgående beskrivelse av hvordan sosiale nettverkssider fungerer, og der hovedpoengene er; For å opprette informasjon på profilen fyller brukere ut et skjema eller en “om meg-seksjon”. I de fleste tilfeller lastes det også opp et profilbilde. Når en bruker først har opprettet profil finnes det i varierende grad mulighet for å endre måten den ser ut og fremstår. Brukerne plasseres i et sosialt nettverk ved at de lager en liste over bekjentskaper som også er brukere av dette nettverket. I noen nettverk kreves det at motparten bekrefter dette bekjentskapet, mens andre steder en følge de en vil uten at dette må aksepteres eller bekreftes på noe måte. Listen over bekjentskaper er en vital del av sosiale nettverk, mener boyd, selv om noen sosiale nettverk slik som Facebook nå lar brukere skjule nettverket sitt. Både private meldinger og muligheten til å kommentere andre profiler er funksjoner som er tilgjengelig på sosiale nettverk flest. Utover dette finnes en rekke funksjoner og muligheter, noen fokuserer på billeddeling, noen på blogfunksjon mens andre på direkte meldingstjenester (ibid.). Ikke alt blir dekket i denne beskrivelsen, for det har i nyere tid kommet til sosiale medier som en del av app-landskapet som har andre typer nettverksfunksjoner, blant annet basert på GPS. En app kan kort fortalt sagt forklares som dataprogram som er laget for å fungere på smarttelefoner, og eksempler på disse er Jodel, Kik, Happn eller Tinder.

Sosiale medier eller sosiale nettverk sider er en del av digital kultur. Deuze (2006) ser på hva som konstituerer ulikheten mellom offline og online kultur og definerer digital kultur som et fremvoksende sett med verdier, praksiser og forventninger når det gjelder hvordan en (bør) oppføre seg og være i relasjon til hverandre innen et sosialt nettverk. Når han så drar inn ”social systems theory” sier han (ibid.) at det er ikke den handlingen å publisere i sosiale medier som utgjør digital kultur, men heller forventningen om hvordan andre skal oppføre seg. Ved å se på det på denne måten vil mønstre vise seg og belyse visse normer, verdier og forventning til andre (ibid.). Da ser vi at sosiale medier eller nettverkssider har en gitt teknisk ramme, men det betyr også at selvpresentasjon vil bli mediert av ideen om hvordan vi skal oppføre oss i det spesifikke sosiale mediet (Uski & Lampinen, 2014).

2.1.6.b En plattform for selvpresentasjon

Når det gjelder selvpresentasjon på sosiale medier er det noen faktorer som endrer seg og det kan være fordelaktig, men også kompliserende. Hele oppsettet i sosiale medier kan sies å tilrettelegge for selvpresentasjon og gir oss nye måter vi kan uttrykke oss på (Palfrey, 2010). Aktivitet på sosiale medier kan ses på som "impression management" og viser en konstruksjon av det sosiale selvet (Tufekci, 2008). Vi kan benytte nettet for å vise oss selv frem på mest mulig attraktiv måte ved å beskrive oss selv i selvpromoterende ordelag eller vise oss frem visuelt (Buffardi & Campbell, 2008). Det har blitt funnet at de som beskriver seg selv mer genuint i sosiale medier former nærmere bånd med andre online, og at relasjonene også i større grad flyttes videre til det fysiske liv (McKenna, Green, & Gleason, 2002). Mens andre har vist at svake sosiale band kan forsterkes når de får en felles etablert form for kommunikasjon (Haythornthwaite, 2002: 385) og at sosiale medier kan hjelpe å opprettholde sterke bånd (N. B. Ellison et al., 2007). Om vi ser dette i sammenheng ser vi at digital selvpresentasjon er viktig å beherske og at den tilstedeværelsen vi har på sosiale medier kan påvirke relasjoner vi har ellers.

2.1.6.c Fra anonym lek til refleksjon av identiteten ellers

Da sosiale medier var nytt ble det sett på noe som var helt separat fra den fysiske verden, en scene der identitet, uten kobling til kropp eller fysisk kjønn, kunne utspille seg på hvilken som helst måte. Dermed ble de et sted hvor man kunne leke med og utforske sin egen identitet uten tilknytting til hvem man var i hverdagen (Turkle, 1995, 2011) og selv om anonymitet beskrives som en styrke når det gjelder å leke med identitet, er det en svakhet for ærlig selvpresentasjon (Turkle, 2011). Noen sosiale medier er fortsatt knyttet til virtuell identitet, men måten flere sosiale nettverksplattformer har utviklet seg på har gått i retning av å være profilbasert og i større grad knyttet til offline identitet, slik som Facebook er et eksempel på. Da blir det mindre rom for å eksperimentere så fritt med identitet, og forskning viser at selvpresentasjonen på denne typen sosiale medier er mer en refleksjon av den vi er offline (Zhao, Grasmuck, & Martin, 2008). En rekke studier har også funnet at det finnes individuelle forskjeller i hvordan vi bruker sosiale medier avhengig av personlighet og karaktertrekk (Buffardi & Campbell, 2008; Casale, Fioravanti, Flett, & Hewitt, 2015; Lee, Ahn, & Kim, 2014; Michikyan, Subrahmanyam, & Dennis,

2014; Seidman, 2012), som bekrefter at vår atferd og relasjon til sosiale medier er nært knyttet til den vi er som person offline og de personlige karakteristikene vi måtte besitte der.

2.1.6.d Å observere egen identitet

Bilder er en stor komponent av sosiale medier (Eftekhar, Fullwood, & Morris, 2014), og det ser vi med fremveksten av billedbaserte tjenester som Instagram og Flickr. Men det er ikke hvilke som helst bilder, for mye av fokuset ligger på visuell selvpresentasjon (Chua & Chang, 2016) og studier har vist at den viktigste faktoren når tenåringer velger profilbilde på Facebook er akkurat det å se bra og tiltrekkende ut (Siibak, 2009). En profil på et sosialt media er en måte å visualisere en identitet for andre, men også for deg selv. Her får andre mulighet til å gi tilbakemelding på denne identiteten, og å vise at de aksepterer identiteten vi har skapt for oss selv både med kommentarer og funksjoner som "like-ing". Psykoanalytikerens Jacques Lacans teori om *the mirror stage* har blitt knyttet til selfier¹ og menneskers behov for å kontrollere hvordan de blir sett (Fausing, 2013). Vi avbilder oss selv og bruker det som et verktøy for selvrefleksjon (ibid.) og ved å gjøre det finner vi en egen måte å presentere oss selv (Walker, 2005). Det er også vist at dersom du blir eksponert for din egen Facebookprofil, som da gjerne viser din sosiale tilkobling og sider du liker best ved deg selv, får du en økning i selvtillit som ikke blir funnet om vi ser på noen andres profil (C. Toma, 2013). På sett og vis blir da profilen en verifisering av egen identitet som igjen har en positiv effekt på selvfølelsen og blir gitt uttrykk for gjennom selvtillit (ibid.). Dette ser ut til å fungere ganske likt det som skjer offline, der det, som nevnt, er viktig å overbevise oss selv og andre for å ha tro på egen identitet (Swann, 1990: 414-5). Men det som endrer seg med sosiale medier, er at vi får nye måter å gjøre dette på, som vi skal se nærmere på her.

2.1.6.e Sosiale medier som verktøy i selvpresentasjon

I sosiale medier blir nye måter å uttrykke selvpresentasjon på tilgjengelig, både ved å være multimodalt, men også ved at informasjon kan synliggjøres på en ny måte ettersom venner og det de sier blir også en del av selvpresentasjonen. Ved å strategisk vise nettverk blir det en markør som leder andres oppfatning av vår sosiale verden

¹ En Selfie er et selvportrett, vanligvis tatt med et digitalt kamera eller med en mobiltelefon.

(Donath & boyd, 2004). Det har også blitt vist at Facebook brukere helst benytter implisitt selvpresentasjon, der gruppetilhørighet og forbruksvaner blir fremhevet fremfor egne narrativ. Den implisitte selvpresentasjonen skjer gjerne visuelt gjennom både egne bilder og det som blir postet av andre (Zhao et al., 2008), ”To show rather than tell” (ibid.). Bakgrunnen for det er at både bilder og positive tilbakemeldinger fra andre er sett som mer effektivt enn selvskryt når det gjelder å stille deg selv i et godt lys. At vi fremhever våre positive sider og toner ned de negative er nærmest forventet i selvpresentasjon i sosiale medier, og opplysninger fra en tredje part er da vanligvis oppfattet som mer pålitelig (Chambers, 2013: 64-65).

2.1.6.f Tredjepartsinformasjon på kollisjonskurs

Men hva skjer da om tredje parts opplysningene ikke gir den type informasjonen du ønsker? I Goffmans metafor til teaterscenen trekker han frem fremføringen av identitet er ikke noe vi gjør alene, men i samarbeid med våre medskuespillere. Da blir ikke fremførelsen av identitet det essensielle, men heller samhandlingsprosessen mellom de ulike aktørene (Goffman, 1959). I dette ligger også et behov for å kontrollere medskuespillere eller publikum som utfordrer vår identitet, så om noe forstyrrende eller upassende oppstår i en situasjon, vil alle involverte parter ta i bruk teknikker for å minimere støyet og redde forestillingen (ibid.). Når denne metaforen ses i sammenheng med Facebook, kan man si at profilen vår representerer vår identitet som kan utfordres av at noen poster informasjon om eller bilder av oss som er på kollisjonskurs med den identiteten vi har konstruert (Rui & Stefanone, 2012). I slike tilfeller går vi aktivt inn og korrigerer og våre medskuespillere og publikum er med på å glatte over hendelsen. For å opprettholde identitet blir derfor undertrykkelsesstrategier viktig i visse typer sosiale medier, særlig Facebook der man kan ”avtagge” og be om sletting av bilder (Strano & Wattai Queen, 2012), der det for øvrig er vanligere å velge det førstnevnte for å glatte over heller enn å tiltrekke oppmerksomhet (ibid.). Men også en bevisst styring av privatinnstillingene (Tufekci, 2008) blir benyttet til dette formålet (Tufekci, 2008).

2.1.6.g Hvem er publikum

Publikum påvirker som nevnt selvpresentasjonen og i noen sosiale medier, slik som Facebook, kan de definerte rollene og situasjonens natur bli forstyrret ettersom roller

og situasjoner ikke opptrer separat på samme måte som i den fysiske verden (N. N. Bazarova & Choi, 2014). I sosiale medier er publikummet annerledes på flere måter; ved at de er flere, mer sammensatt, ikke er avgrenset på samme måte og mer konstant tilgjengelig (Litt, 2012). ”Venner” i sosiale medier har den funksjonen at de setter selvpresentasjonen vår i en kontekst der de blir vårt forestilte publikum (Chambers, 2013: 65) men de vil ikke nødvendigvis være en homogen gruppe. Den idealiserte selvpresentasjonen blir vanskelig å håndtere når publikummet er uklart og, der det som kanskje virker ideelt for en rolle kanskje ikke virker i det hele tatt i en annen kontekst (danah boyd, 2008; Meyrowitz, 1985). Det er også et poeng at våre venner i sosiale medier er kanskje det forestilte publikummet, men at dette ikke betyr at de nødvendigvis er det faktiske publikummet. Sosiale medier befinner seg i et område mellom privat og offentlig (Madden, 2010) og vi må navigere oss gjennom offentlige steder der publikummet er potensielt stort og usynlig (Litt, 2012). Utrykkene på scenen (fronstage) og bak scenen (backstage), også hentet fra Goffman (1959) blir gjerne benyttet for å diskutere ideen om privatlivets grenser. På scenen er atferden vår gjerne mer formell, vi vet at vi blir observert og vi inntar en rolle som er tilpasset situasjonen. Bak scenen er vi mer uformell, der blir vi ikke observert på samme måten (ibid.). Der det er uklart om en er på eller av scenen, slik som i medier, blir et nytt begrep mellomscene (middle region) blir tatt i bruk (Meyrowitz, 1985). Det har blitt vist at dette oppleves som en gråson hos enkelte brukere i sosiale medier der det forestilte publikummet påvirker atferd i like stor grad som det faktiske publikummet (Baldwin & Holmes, 1987). Et eksempel er unge bloggere som vet at bloggen deres er kan leses av hvem som helst, men likevel behandler de den i stor grad som noe privat mellom seg og sine venner (Darbandi, 2012).

2.1.6.h Vedvarenhet og replikering

Selvpresentasjon offline skjer gjerne ved talte ord og non-verbale tegn. Begge eksisterer bare akkurat i det de ytres eller fremføres. Walter Ong skriver om overgangen til skrift, der han sier: “With writing came a shift, the culture, history, could be written down, and this gave it a permanent existence, whilst before stories – when not being told - only existed in the potential in certain human beings to tell it” (Ong, 2013: 24). Selvpresentasjon på sosiale medier får også noe vedvarende ved seg, og det kan være problematisk om det for eksempel er noe vi angrer på at vi selv har

skrevet eller tredje parts informasjon på kollisjonskurs slik som beskrevet over. Selv om det blir korrigert, er det ikke sikkert det skjedde umiddelbart, og informasjonen kan uansett ha blitt replikert eller lagret av andre, noe som kan få konsekvenser (Baym, 2010: 10) både ved at det kan distribueres til andre, men også at ting kan gjøres søkbart (ibid.). Siden det har blitt vanlig å bruke internett til å søke informasjon om andre (Madden, 2010) er brukere i sosiale medier er seg det bevisst når de legger ut informasjon (ibid.), og det har også blitt vist at brukere i sosiale medier er villig til å gi atskilling mindre personlig informasjon online enn offline (Emanuel et al., 2014). Da ser vi at dette kan ha konsekvenser for selvpresentasjonen, og for noen, slik som mennesker som i høy grad monitorerer seg selv vil gjerne da bli mer påvirket.

2.2 Nettdating

Så langt har vi sett på selvpresentasjon offline og i sosiale medier generelt. Da temaet i denne oppgaven sentrer seg rundt nettdating, blir de neste avsnittene viet til dette fenomenet, der blant annet det som gjør at det skiller seg ut fra andre sosiale medier i sammenheng med selvpresentasjon blir tematisert.

2.2.1 Nettdating - en definisjon og avgrensing

Nettdating blir gjerne brukt som et samlebegrep for all bruk av sosiale medier der brukere kobles romantisk eller seksuelt. Begrepet brukes sånn sett ganske vagt ettersom dette kan skje i hvilket som helst sosialt media, og det egentlig beskriver et hendelsesforløp mer en mediet i seg selv. For å gjøre definisjonen mer avgrenset er det bare nettdating som skjer via internettdatingportaler vi ser på her. Det er en nettside eller app² som har som formål å formidle kontakt mellom potensielle partnere, der brukere oppretter en profil ved å sette inn personlig data, slik som fritext og bilde. Videre er det mulig å kommunisere gjennom portalen og den enkelte dater søker selv etter potensielle partnere og styrer videre kommunikasjon (Radil, 2009). Det gir mening å gjøre denne avgrensingen i norsk sammenheng siden nettdating her i stor grad foregår på internettdatingportaler. Mens de bare står for 38 % av aktiviteten internasjonalt, der det blant annet Facebooknettverk i større grad benyttes for å også finne partner, ser det ut til at vi i nord Europa, med Norge på topp, foretrekker den strukturerte en-til-en kommunikasjonen som internettdatingportaler tilbyr. Her oppgir nemlig 64 % at det er denne typen nettdating de benytter (Hogan,

² Mobilapplikasjon (app, mobilapp, miniprogram) er et dataprogram som kan installeres på smarttelefon, nettbrett eller andre mobile enheter.

2011). Under to viser eksempler på hvordan en profil på en internettdatingportalen kan se ut, der sukker.no er mer en tradisjonell side når det gjelder oppsettet, mens tinder er et eksempel på en app.

Figur 1: Eksempel på nettdatingprofil (kilde: sukker.no)

The screenshot shows a dating profile for a user named 'frkbergen', 33 years old from Hordaland. The profile includes a bio, personal details, and interests.

frkbergen 33 år, Hordaland

frkbergen Kart

frkbergen sier hun selv er optimistisk, selvstendig og utadvendt. Hun har valgt følgende livsinnstillinger: følg magesfølelsen, kun død fisk svømmer med strømmen og gjør ting helhjertet.

Personalia

frkbergen:	33 år fra Hordaland
Kropp:	163 cm
Utdanning:	Media og underholdning
Barn:	Nei

Om seg selv

>Lorem ipsum dolor sit amet, et duo erat rebum accusamus, at vix pericula scribentur. Cum in summo forensibus, copiosae inducto patrioque mei ea. Dicit cilia pertinacia vim in, eum democritum incorrupte honestatis ad. Simul tantas occurreret an his, ut sed ludus putant definitiones. Probatus mnesarchum sadipscing et eos.

Cu duo omnes mucius, per habemus mnesarchum disputationi at, vim no choro audire percipit. Quo alii tale mentium eu, omnis perfecto qui no. Eam in natum malis recteque. Menandri definiebas referrentur vis at. Ea sit dicat viris epicuri. An has idque ubique aliquip.

Nusquam omniam patrioque at mea, dicta legendos recusabo te qui. Sed graecis dissentiunt ad, mei eius apeirian antiopam at. Ad meis munere conceptam ius, vix ullum falli no, cu commodo scaevola mel. Ei euismod delectus honestatis eam, mea veri utroque omniam ne.

Tibique deterruisset in his. Mollis impetus scribentur qui et. No vim facer appareat, id partem rationibus instructor vis. Quo sumo noster lucilius et, iuaret feugiat ei sit. Mei cu eros possim petentium. Sit ei idque commune adipiscing, ipsum omnesque scribentur has ei, pri reprimique sadipscing te. Vis tibique salutandi ad, pri ne mediocrem percipitur, eum

Pålogget nå

Humor
Absurd
Britisk

Musikk
Jazz
Opera og musical
Rythm and blues

Figur 2: Tinderprofil- utseende, søkeoppsett (kilde: tinder) og forklaring av funksjon

The screenshot shows the Tinder app interface. On the left, there are search settings, and on the right, there is a profile card for a user.

← Oppdagelsesinnstillinger

Oppdagelse

Hvis du deaktiverer oppdagelse, forhindrer det at andre kan se kortet ditt. Det har ingen påvirkning på matchene du allerede har.

Sveiper i **Mitt nåværende sted**

Endre sveipestedet ditt for å se Tinder-medlemmer i andre byer.

Vis meg: **Menn, Kvinner**

Menn

Kvinner

Søkeavstand: **161km.**

Vis alderen: **20 - 54**

tinder

Navn, alder
yrke/tilknytting

Navigation icons: back, close, like, favorite

Tinder er en mobil-app som lar oss se bilder av andre brukere (single) i vårt geografiske område, basert på noen demografiske valg; alder, kjønn og radius. Det er mulig å legge inn flere bilder og en kort profilttekst, men det første skjermbildet viser bare av bilde, navn, alder og noen ganger annen info knyttet til Facebookprofil, slik som arbeidsgiver. Hvis man ikke er interessert, sveiper man fingeren til venstre. Men dersom du liker det du ser, sveiper du fingeren til høyre – og kanskje blir det en match. Det skjer først etter at begge parter har sveipet til høyre, og da åpnes muligheten for å kontakte hverandre gjennom beskjeder.

2.2.2 Historisk tilbakeblikk

Allerede for 300 år siden, da aviser begynte å bli vanlige, kom de første personlige annonsene og på midten av 1900-tallet de ble et jevnlig innslag i avisene (Schaefer, 2003). Når vi skal se tilbake på hvordan nettdating oppsto kan det ses som en videreutvikling av personlige avisannonser fordi det også her handler om å møte et partner gjennom et medium og ikke gjennom bekjentskap eller tilfeldig fysisk møte. Historisk sett finnes det et mønster som gjentar seg; teknologi blir utviklet for et gitt formål, men etter hvert som bruken sprer seg tar mennesker det i bruk på en annen måte (M. T. Whitty & Carr, 2006: 3). ARPANET, internets forløper, ble utviklet på 60-tallet for å koble maskiner sammen, men ble snart tatt i bruk for kommunikasjon og å koble mennesker, og etter en kort stund var det e-post nettverket ble brukt mest til (Aalen, 2015). Om vi beveger oss noen få år fremover til 1982 og til California ble den første "nettdatingen" som ligner på det vi har i dag tatt i bruk. Dette var et Bulletin Board System på Usenet (forgjengeren til internett) som het Dial-your-match. Systemet var basert på et omfattende spørreskjema som ble benyttet for å sammenligne/pare brukere. Basert på dette fikk to personer som matchet hverandre kjennskap til det og kunne ved hjelp av brukernavn kommunisere. Dial-your-match kom før internett, men omtales gjerne som den første nettdatingtjenesten fordi den skilte seg markant fra kontaktannonser og de klassiske kontaktbyråene. Her foregikk det online og man var ikke avhengig av andre medier eller mellomledd som formidlet kontakten ettersom det fantes et innebygget "matchingsystem" (Radil, 2009). Men det som virkelig var begynnelsen for nettdating og sosiale medier ellers var først da Web 2.0 kom i begynnelsen av 2000-tallet (Hogan, 2011; Van Dijk, 2013). Web 2.0 er en definisjon som beskriver den nye måten utviklere av programvare og sluttbrukere begynte å utnytte internett som en plattform hvor innhold og applikasjoner ikke lages og publiseres av et individ, men heller blir konstant kan bli modifisert av alle brukere på kollektivistisk måte (Kaplan, 2010). Med web 2.0 kom også muligheten for to-veis kommunikasjon til forskjell fra massemedia, noe som ga brukere makt, mulighet til å ytre seg og kommunisere på andre måter. Innen det første tiåret vokste sosiale medier og det brukerstyrte internettet frem, det penetrerte kulturen vår og formet et nytt digitalt lag i sosiallivet vårt (Van Dijk, 2013). Det samme kan sies om nettdating, fra de store nettdatingaktørene etablerte seg i Norge i perioden 2002-2004 har det hatt en enorm økning som sosialt fenomen og blitt normalisert (Reuterdaahl, 2010). Nettdating

har kanskje opplevd en utvikling i form av flere brukere og økt popularitet, men har ingen fundamental utvikling av funksjonaliteten de siste 20 årene. Det har skjedd en rekke tekniske forbedringer og mulighet for multimedia integrering, noe som understøtter interaktiviteten, men grunnsteinen blir fortsatt databaser med brukere der man kan søke etter partner (Radil, 2009).

2.2.3 Nettdatingens utbredelse og oppsett

Å søke etter partner på nett har vært mulig i lengre tid og nettdating er en bransje i vekst og et sosialt medium med en stor brukermasse. Men nøyaktig hvor stor er vanskelig å si. En rapport om nettdating oppgir at det er nå rundt en halv million nordmenn som ser etter partner på nett (Nettdatingexperten, 2014), men disse tallene er svært usikre. For nettdating, som andre sosiale medier er brukere det egentlige produktet de selger (Vaidhyanathan, 2011: 2), og det å ha en stor brukergruppe er da en markedsfordel. For nettdatingsidene er det derfor et poeng å rapportere så mange brukere som mulig. Dermed oppgir de ikke de faktiske brukertallene, men heller tall som indikerer popularitet. Match.no er et eksempel der de fremhever at de har 6600 nye brukere hver måned (match.no, 2015). Mens en annen nettdatingside, sukker.no, rapporterer totalt antall profiler som har blitt opprettet siden oppstart og hvor mange som gjennomsnittlig har logget på per år (sukker.no, 2016). Felles for flere av sidene er at de rapporterer bruk på en måte som indikerer at de har høyere aktivitet enn sine konkurrenter, men som ikke er sammenlignbar. Det er også vanlig for brukere å ha profil på flere nettdatingsider samtidig, noe som kompliserer bildet ytterligere.

NRK hadde en lignende konklusjon, det er vanskelig å få oversikt over brukertall på de ulike plattformene og tilbydere er motvillige til å gi vekk informasjon som kan skade deres markedsposisjon (Reuter Dahl, 2010). Men de fant at cirka en av ti voksne nordmenn har prøvd nettdating, noe som er i overensstemmelse med tall fra USA (Smith & Duggan, 2013). Nettdatingens vekst og at det har blitt et omfattende sosialt fenomen kan knyttes til samfunnet ellers der det er en økende andel av befolkningen som er single (SSB, 2016). Når nettdatere blir spurt om hvorfor de foretrekker nettdating fremfor å treffe folk på andre måter bli disse tre grunnene trukket frem; nettdating tilrettelegger for at vi kan møte folk vi ikke ellers ville truffet, at det er privat og skjer i konfidensialitet, og at det er en praktisk måte å møte andre på (Brym, 2001). Så det er kanskje enkelt og praktisk å se etter partner fra sofakroken, men en annen side av saken er at å lage en profil på en internettdatingportal krever en innsats

i form av selvpresentasjon og da også en viss vilje til å forplikte seg. Mange nettdatingportaler har en kostnad³ for medlemskap, så allerede her er det en økonomisk forpliktelse. Riktignok er denne kostnaden ofte skjult frem til vi først har laget profil og innser at visse, ofte essensielle, funksjoner (som det å kontakte andre) ikke fungerer uten en form for medlemskap. For å komme i gang blir vi bedt å lage en profil som beskriver oss, der vi kan velge i hvilken grad vi ønsker å fylle ut, men ”matching” mot andre profiler og at vi får et ”utstillingsvindu”, er avhengig av denne informasjonen.

Figur 3: Eksempel på utfyllingsvindu (kilde: match.com)

Vi må finne på kallenavn og svare på en rekke med spørsmål og i tillegg ta standpunkt til påstander om både oss selv, livet vårt og hva vi ser etter hos en partner. Videre blir vi bedt om å skrive en profilttekst (fritekst), der meningen er å skrive en individuell og unik presentasjon av oss selv. Å laste opp profilbilde blir vi også bedt om, og det er ganske viktig får vi vite – å ha profil med bilde øker nemlig antall besøk på profilen din. På en nettdatingside sier de ”Et bilde sier mer enn 1000 ord – også på nettet. Hvis du laster opp et bilde på profilen din, så har vi på Match sett at du får opptil 15 ganger så mange kontakter” (match.no, 2015). På mange måter likner dette på oppsettet til sosiale nettverkssteder, slik som det ble beskrevet av boyd tidligere (danah boyd & Ellison, 2007), men profilen her er mer omfattende og personlig enn

³ Kostnaden for flere av de store internettdatingportalene er på 250,- 350,- per måned, men om det velges medlemskap for en lenger periode (3, 6 eller 12 måneder) vil den månedlige prisen bli redusert. (Nettdatingeksperten, 2014)

sosiale medier ellers (M. T. Whitty, 2008b). Nå har vi ikke lenger bare investert økonomisk, tid er lagt ned og avhengig av hvilken grad vi har gått inn for det er det også en personlig investering. Vi har bydd på oss selv i håp om at vi skal møte noen.

2.2.4 Hva skiller nettdating fra andre sosiale medier

Nettdating er mye forskjellig, men noen trekk knyttet til selvpresentasjon, som skiller seg fra andre sosiale medier, går igjen på de fleste nettdatingportalene; hvem vi treffer, mangel på sosiale nettverk og nivået på selvpresentasjonen.

2.2.4.a Strangers in the night

Sosiale medier, som Facebook, er som tidligere nevnt, primært brukt for å opprettholde kontakt med de en allerede kjenner (Chen & Marcus, 2012). Det er som regel ikke lagt opp til det i nettdating. Her treffer vi mennesker vi ikke har kjennskap til fra før og om vi ønsker å finne partner gjennom nettdating, finnes det en grunnleggende intensjon om å fysisk møtes (J. E. Gibbs, NB; Heino, RD 2006). Vi går da i motsatt retning enn i andre sosiale medier; det opprettes kontakt med ukjente med intensjon om å treffes offline, i motsetning til at bekjentskaper som allerede eksisterer offline blir opprettholdt digitalt. Selv om de vi har kontakt med helst er folk vi ikke kjenner fra før, er ikke publikummet for selvpresentasjonen fullstendig ukjent. I nettdating har vi på en side et definert og ensartet publikum fordi noen parametere er satt; de er av et visst kjønn, innen en gitt aldersgruppe, og er der (tilsynelatende) for å finne en partner, som gjør at vi kan være mer strategisk og spisset i selvpresentasjonen. Men de er også mennesker som ikke vet noe om oss fra før og dermed blir selvpresentasjonen et viktig steg i prosessen med å bli kjent.

2.2.4.b Uten nettverk, står vi for selvpresentasjon helt alene

Nettdating skiller seg kanskje mest markant fra andre sosiale medier ved å ikke være et sosialt nettverkssted slik (danah boyd & Ellison, 2007) beskriver. Med det menes at de fleste funksjonene som finnes i andre sosiale medier finner vi også gjerne på nettdatingsider, mens nettverk vises som regel ikke⁴. Det betyr at vi står for hele selvpresentasjonen selv og kan ikke benytte informasjon bidratt av våre medskuespillere eller som vi implisitt kan lese ut fra et nettverk, som i sosiale

⁴ Noen nettdatingtilbud viser deler av nettverk, men da de personene man har til felles, slik som på Tinder og tidligere Friendster.

nettverkssteder (Donath & boyd, 2004). ”To show rather than tell”, som er en populær selvpresentasjonsstrategi i andre sosiale medier (Zhao et al., 2008) er begrenset i nettdating. Dermed blir selvpresentasjonen vårt eget narrativ bestående av det vi selv sørger for i form av tekst, bilder og preferanser.

2.2.4.c Bredden og dybden i selvpresentasjonen - en hårfin balanse

Det er jo vi som kjenner oss selv best, vi vet stort sett hvem vi er og vi bruker allerede selvpresentasjon i andre settinger, men å beskrive oss selv i denne settingen er ikke nødvendigvis så enkelt. Ofte blir vi bedt om å skrive noe i det profilen opprettes, det er spesielt vanskelig siden vi ikke har vært inne på portalen og sett hva normen er (Uski & Lampinen, 2014). Det har blitt funnet en betydelig forskjell når det gjelder dybden og bredden for selvpresentasjonen som finner sted i nettdating, sett i forhold til offline og andre sosiale medier (M. T. Whitty, 2008b). Og da er det snakk om selvpresentasjon i form av profil før noen form for kontakt er opprettet (ibid.). De fleste nettdatingportaler er som et slags semi-offentlig univers, datingprofiler er ikke søkbar på google, men synlig for alle som er medlem av tjenesten. I nettdating er vi uten nettverk og selvpresentasjonen må være utfyllende nok til at andre får en forståelse av hvem vi er og at det skapes interesse (H. T. S. Reis, Phillip, 1988), men ikke så mye at vi føler at privatlivet blir krenket. Det er en mulighet fordi vi i nettdating har vi noen demografiske avgrensinger, men ikke vet om vi henvender oss til ukjente, eller om det blir en kontekstkollaps der en kan ende opp med et uønsket publikum (Chambers, 2013: 74) slik som sjefen, naboen eller eks-kjæresten. Dermed blir selvpresentasjonen i nettdating et balansearbeid.

Her har vi sett at forutsetninger for selvpresentasjon på nettdating er annerledes enn i sosiale medier ellers, men også at den har en større betydning. Det er et møtepunkt vi har med mennesker vi ikke kjenner, og hvordan vi fremstiller oss selv blir da i første omgang det eneste de har å forholde seg til. Mens vi på Facebook søker på navn eller gjennom nettverk, blir det selvpresentasjonen som gjør oss søkbar på nettdating. I tillegg er vi her ikke en del av et nettverk, så vi må bidra med hele innholdet i selvpresentasjonen selv og kan i liten grad støtte oss til implisitte strategier. Det handler om å by på seg selv, men ikke for mye, for som i andre sosiale medier, er det

ikke gitt at det intenderte publikummet er det faktiske publikummet og det er en fare for å utlevere seg til feil person.

2.2.5 Hva vi vet om nettdatere

Frem til nå har vi sett på hva nettdating er og hvordan det skiller seg ut fra andre sosiale medier, men hva vet vi egentlig om de som driver med nettdating? Nettdatere er en stor og på ingen måte en homogen gruppe og det finnes derfor også en rekke ulike måter å forholde seg til nettdating (Radil, 2009). Nettdating benyttes gjerne som et tillegg heller enn en erstatning til å møtes offline (Witty, 2006) og måten vi søker partner på blir da en sammenblanding av offline og online nettverk, noe som blir mer en individuell nettverksorientering (Hogan, 2011). Vi vet lite om dette fra forskningen om nettdatere i Norge, men når det gjelder hvem som forsøker nettdating vet vi, basert på utenlandske studier, at både alder, digital kompetanse, sosiale faktorer og personlighet kan virke inn. Det har blitt funnet at bruk av internett ellers er en sterk prediktor når det gjelder hvem som vil ta i bruk nettdating. Det vil si at de som i større grad har digital kompetanse og benytter internett til flere ulike oppgaver har større sannsynlighet for å også prøve nettdating (Kang & Hoffman, 2011). De som allerede har prøvd nettdating tidligere er mer positive til å finne en partner på denne måten (Smith & Duggan, 2013), men det er mer knyttet til eksponering enn tidligere suksess (Hogan, 2011). Om du kjenner andre nettdatere har også noe å si, siden nettdating har vist seg å ha en sosial utforming, der de som kjenner andre som driver med nettdating, er mer positivt innstilt og har større sannsynlighet for å benytte det selv (Brym, 2001; J. E. Gibbs, NB; Heino, RD 2006; Hogan, 2011). Det har blitt vist at med alderen er det en økning heller en nedgang i hvor stor grad vi tyr til internett for å treffe en partner (Stephure, Boon, MacKinnon, & Deveau, 2009) og det brukes hyppigst av de over 40 år (Hogan, 2011). Synet på nettdatere som ensomme eller sosiale utskudd er en utdatert myte (Brym, 2001; Wellman, 2001), men forskning som prøver å knytte personlighetstrekk til bruk av nettdating har funnet noen koblinger. En studie fant at det var høyere sannsynlighet for at de som var sensitiv for avslag ville benytte nettdating (Blackhart, Fitzpatrick, & Williamson, 2014). Det har også blitt vist at nettdating kan være fordelaktig for de som er sjenerte, og at de som scorer høyere på sjenanse oftere har forsøkt det (M. T. Whitty & Buchanan, 2009). På en annen side ser personer med lavere sosial kompetanse fordelen med nettdating, men her vises det at de likevel benytter det i

mindre grad og heller foretrekker å møte andre ansikt til ansikt (Poley & Luo, 2012). Så da vet vi egentlig ikke så mye om hvem nettdaterne er, men vi vet noen faktorer som spiller inn når det kommer til at en velger å benytte nettdating. De over 40, god digital kompetanse, og som har venner som nettdater har større sannsynlighet for å prøve. Og når de først har prøvd vil dette øke troen på at dette er en god måte å møte en partner.

2.2.6 Hva skiller nettdating fra å treffe noen offline

Det er noen forskjeller som utpeker seg når vi sammenligner nettdating med det å treffe noen ellers. I nettdating samler single seg på et sted og har ”utstillingsvinduer” med selvpresentasjon, men mediert kommunikasjon påvirker oss og mangel på kropp gjør at vi må tenke nytt om flørting.

2.2.6.a Et univers av single tilrettelagt for vindusshopping

Når vi er i et nettdatingunivers tenker vi gjerne at alle som er der er single og søkende. Nå er de gjerne ikke det (Hogan, 2011), men denne forventningen om at alle er i ”samme båt” gjør at vi opplever andre som tilgjengelig, de kan kontaktes, vurderes som potensielle partnere og flørtes med. De vanligste måtene å møte noen offline er på bar, i jobbsammenheng, i sosiale tilstelninger og gjennom nettverk (ibid.) Om vi går inn på eksempelvis en bar vet vi ikke hvem som er interessert i møte noen eller hvem som er single. Dermed blir det et sjansespill å nærme seg. Goffman har sett på dette i ansikt-til-ansikts kommunikasjon der han trekker frem at vanskeligheten ofte ligger i det å etablere kontakt fordi dette åpner for usikkerhet og potensielt refusjon (Goffman, 1959). I nettdating minimeres denne risikoen, du kan ta kontakt og lett gå videre om du ikke får ønsket respons eller avslutte kontakten dersom den ikke ble helt som du ønsket. Media som begrenser oss non-verbalt og nettdating kan brukes for beskytte oss i stressende situasjoner som ved flørting (Baym, 2010: 4). Men i og med at vi kan forholde oss til andre mer strategisk, vil andre gjøre det samme med oss (ibid.). Og når en sammenligner romantiske online relasjoner (på chat) med romantiske relasjoner ellers, er det vist at de gjerne er mindre forpliktende (Cornwell & Lundgren, 2001). På bar vet vi heller ikke mye om personene vi ser rundt oss, noe kan vi lese ut fra utseende, kroppsspråk og hvem de er med, og vi kan vurdere om de er tiltrekkende. Men de står som regel ikke med en plakett der vi kan lese oss frem til om vi har felles interesser og hva de liker og ikke liker. Nettdating

åpner for noe helt nytt, nemlig det å ”vindusshoppe”, å studere andres selvpresentasjon i form av bilde, tekst og kartlagte hvem vedkommende er før vi i det hele tatt bestemmer om vi vil ta kontakt (M. T. Whitty, 2008b). Du kan sitte foran din egen skjerm og skjult fra omverden studere hvem du vil ta kontakt med uten at de det gjelder vet om det. Det betyr også at andre gjør det samme og vindusutstillingen av oss selv og vårt liv må utarbeides bevisst for å tiltrekke de vi vil ha kontakt med (N. H. Ellison, R; Gibbs, J, 2006).

2.2.6.b Å skrive frem en sosial tilstedeværelse

Helt siden internetts begynnelse har forskere tvilt på dets anvendbarhet når det gjelder å utvikle og opprettholde psykisk sunne romantiske og intime forhold. Forkjempere for *Social presence theory* (sosial tilstedeværelsesteori) og *Media richness theory* (mediafylde teori) hevder at brukere gjennom media med få modaliteter har en atferd som kan være mindre sosioemosjonell og dermed mer aggressiv (Walther, 1992). Når det er færre koder eller kanaler tilgjengelig i et medium, blir man i følge ”Social presence theory” mindre opptatt av andre brukere/deltakere. Det at sosial tilstedeværelse minsker fører igjen til at meldinger mellom brukere blir mer upersonlig (ibid.). Sosial tilstedeværelse påvirkes av hvor fyldig mediet man kommuniserer gjennom er, og det er dette Media richness theory går ut på. Med fylde menes hvor mange tolkningspunkt som er tilgjengelig. Ansikt til ansikt kommunikasjonen regnes som gullstandarden der alle tolkningspunkt er tilgjengelig, mens sms eller e-post vi regnes som mindre fyldig ettersom all nonverbal kommunikasjon er eliminert (J. P. Walther, Malcolm R, 2002). Forskning som ser på dette har funnet at kommunikasjon har en tendens til å bli mindre personlig og emosjonell når den går gjennom mindre fyldige medier (Hiltz, 1985), men også at effekten ikke er så sterk som først antatt ettersom brukerne tilpasser seg mediet (Kerr, 1982). Her blir det som er kjent som *Social Information Processing (SIP)-theory* (J. B. Walther & Burgoon, 1992) introdusert, der det blir sett på hvordan brukere av internett danner seg et inntrykk av hverandre på tross av manglende non-verbale tegn. Det blir hevdet at de få non-verbale tegnene som eksisterer, om enn så små blir benyttet for å danne seg et inntrykk av vedkommende de kommuniserer med (ibid.) slik som e-postadresse eller tidspunktet en melding var sendt (N. H. Ellison, R; Gibbs, J, 2006). Mangelen på tradisjonelle eller non-verbale tegn gjør da at vi ser etter andre

spor i kommunikasjonen og på den måten danner oss et bilde av helheten ut fra det som er tilgjengelig, og slik vil det også være på nettdating.

2.2.6.c Å flørte uten kropp

Å flørte på nett kan oppfattes som en form for lek som kan ha terapeutiske sider (M. T. Whitty & Carr, 2003) der vi kan erfare og lære om forhold og seksualitet (M. T. Whitty, 2008a). Men selv om det er realistiske elementer i online flørting er det også mer uklart hva som er realitet og fantasi (M. T. Whitty, 2003). Når det gjelder flørting har Givens' (1978) en fem-steps modell der det blir hevdet at kvinner er vanligvis initiativtakeren til flørt. Det første stadiet, sier han, et oppmerksomhetsstadiet der kvinner typisk bruker nonverbale tegn som blikk og berøring (kjærtegn) av gjenstander. Det neste stadiet er gjenkjennelsesfasen der begge parter er involvert, blant annet hodebevegelser, smil og blikkontakt tas i bruk. Først i den tredje fasen er det sosial samhandling der samtale blir igangsatt (ibid.) Menn oppgir at de nøler med å ta kontakt om de ikke først opplever indikasjon på interesse, noe som indikerer hvor viktig nonverbale tegn er i flørting og for å signalisere interesse (ibid.). Kroppen blir et viktig verktøy i flørt, noe som ikke er så rart med tanke på at det å formidle interesse verbalt gir en høy risiko for både pinlige situasjoner og avslag (M. T. Whitty & Carr, 2003). I motsetning til verbale ytringer er kroppsspråk mer subtilt og tvetydig slik at det fungerer beskyttende skulle det vise seg at den andre parten ikke er interessert. Forskning gjort på flørting har sett mye på disse nonverbale tegnene og funnet ut at de kan grupperes innen følgende kategorier; bevegelse (kinetics), øyebevegelse (oculesics), utseende (physical appearance), lukt (olfactics), stemmebruk (vocalics), nærhet (proxemics) og berøring (haptics). Av de nevnte kategoriene er det bare utseende, ved hjelp av profilbilde, vi viser i tradisjonell nettdating. I nettdating har vi ikke en fysisk kropp som kan vise tegn på interesse og igangsette flørt, og dermed må denne kroppen representeres gjennom tekst (M. T. Whitty, 2003). Emoticons, som er tegninger laget av grammatiske symboler (:-) = ☺), er en måte å prøve å vise ansiktsuttrykk og gjennom det hjelpe mottaker å forstå budskapets intensjon. Vi kan også bruke akronymer som står for lyder eller stemmebruk, for eksempel LOL (laughing out loud), som gir et bilde av hvordan vi er i situasjonen (ibid.). Andre nonverbale tegn brukt i flørting er derimot vanskelig å oversette digitalt, sånn som lukt, stemmeleie eller å lene seg frem for å indikere interesse. Når Witty ser på disse

ulike stadiene av flørt sier hun at de glir over i hverandre online ettersom kroppen må rekonstrueres digitalt og at dette skjer gjennom samtale, altså etter at kontakten er initiert (M. T. Whitty, 2003).

2.3 Digitalt skille

I denne studien vil nettdating ses i sammenheng med alder. Kvinner i to ulike aldersgrupper er intervjuet og svarene vil bli sett opp mot hverandre for å se hvordan det er en faktor i bruk av sosiale medier generelt, holdning til å date på nett og selvpresentasjon på nettdating. I kapittelets siste del går vi videre med å se hvordan alder kan påvirke vårt behov for sosiale medier, men også våre digitale forutsetninger. Og et digitalt skille, hva er egentlig det?

”I perioder preget av rask sosial endring vil folk med forskjellige fødselsår møte ulike historiske verdener, verdener med ulike muligheter og begrensninger”

(Glen H Elder & Shanahan, 1997: 23)

Når informantene i denne studien kommer fra to ulike aldersgrupper, betyr det både at de er født på ulike tidspunkt historisk og derfor har hatt ulike teknologiske betingelser (Mannheim 1923). Men også at de har ulik alder, som plasserer dem på ulike steder i livsløpet og som guider oppfatningen av hvordan de ser verden og samfunnet rundt dem (Elder 1994: 7).

2.3.1 Alder, mer enn bare et tall

Biologisk sett har vi en alder, men ulike stadier i livet er i stor grad konstruert ut fra sosiale og kulturelle betingelser (Giddens & Sutton, 2013: 190). Aldring er en sammensetning av biologiske, psykologiske og sosiale prosesser og ”sosial alder” består da av normer og forventninger som kulturelt sett er knyttet til en spesifikk kronologisk alder (ibid.). Et livsløp kan sies å være et fenomen med flere nivåer, fra den strukturelle veien som går gjennom sosiale institusjoner, til sosiale, individuelle baner og deres utvikling og utviklingsløp (Glen H. Elder, 1994: 5) og det er visse stadier i livet som går igjen generasjon etter generasjon (Santrock, 1997: 12-13). I denne studien er det to informantgrupper, en på vei inn i voksenlivet, i en livsfase knyttet til omfattende endringer som å etablere personlig og økonomisk uavhengighet

(Glen H. Elder, 1994: 20) og hvor det sosiale liv kontinuerlig etableres og reetableres (Frønes & Futsæter, 2013: 368). Den andre gruppen har passert 45 år og er på et annet sted i livsløpet, de er middelaldrende og har mer stabile sosiale nettverk og mindre flyktige forbindelser enn de unge (ibid.), ofte vil de også ha barn og lengre forhold bak seg. Elder hevder at om vi skal se på livets gang, må vi se både mot den sosiale og individuelle verden for å undersøke prosesser som knytter de to til sammen (Glen H Elder & Shanahan, 1997: 20). På den individuelle siden kan vi se til det Erikson kaller psykososiale stadier som han kobler til alder, der han sier at det er åtte stadier alle må passere i et livsløp, og at hvert har sine egne utfordringer og gevinster (Erikson, 1963: 222). For de unge voksne, beskriver han at det er viktig å knytte bånd med andre og ha gode relasjoner for å føle trygghet og forpliktelse, for her er det intimitet versus isolasjon som er utfordringen (ibid.). Mens de eldre informantene har er på stadiet hvor de løfter de blikket og blir, i følge Erikson, mer opptatt å være en del av det større bildet og samfunnet rundt oss. Utfordringen deres er å ikke stagnere, men heller generere, og det gjøres gjerne ved å engasjere seg i det som skjer rundt dem (ibid.). En annen teori som er relevant er sosioemosjonell seleksjonsteori (Carstensen, 1995) som belyser ulike mål i et livsløp og hevder at sosial tilbaketrekking ikke er knyttet til alderdom, men noe som skjer gradvis når vi eldes. Oppfatningen vår av tid, hevdes å påvirke målene våre (Carstensen, Isaacowitz, & Charles, 1999). Målene deles inn i to kategorier der en er anskaffelses- og kunnskapsorientert, mens den andre handler om emosjoner. Når tiden oppfattes som ubegrenset prioriteres anskaffelser og kunnskap, og i motsatt tilfelle der tiden føles som begrenset overtar de emosjonelle målene prioritet. Derfor vil dette være knyttet til kronologisk alder der det er en gradvis gå fra den ene prioriteten til den andre (ibid.). Dermed er informantene i de to ulike gruppene på ulike steder i livsløpet og dette kan knyttes til ulike psykososiale behov, men også til ulik sosial alder. Både alder, sosialt utgangspunkt og historisk utvikling påvirker det individuelle livsløpet og dette gjelder også bruk av digitale og sosiale medier.

2.3.2 Ulike generasjoner, historiske betingelser og erfaringer

”In case you are worried about what is going to become of the younger generation, it’s going to grow up and start worrying about the younger generation.”

Om vi trekker inn et sosiologisk perspektiv blir generasjoner ikke lenger bare assosiert med fødsel, men også typen erfaringer vi deler med våre jevnaldrende (Glen H Elder & Shanahan, 1997: 20 -21). Mannheims generasjonsteori er en tankegang som gjerne kobles til generasjonsveksling, der et kultursosiologisk perspektiv på generasjoner blir en måte å organisere sosiale og kulturelle fenomen på (Mannheim, 1923). Da blir generasjon forstått som personer i samme livsfase og som møter de samme historiske betingelser av sine grunnleggende opplevelser i ungdomsårene (Glen H Elder & Shanahan, 1997). Noen forskere argumenterer for at digitale teknologier fører med seg en ny måte å tenke generasjoner på, som omfatter både hvordan bevisstheten kan bli påvirket, men også lengden på generasjonene (Gardner & Davis, 2013: 38). Bevisstheten blir formet av digitale teknologier og skiller seg med dette klart fra sine forgjengere, men generasjonen blir med dette også kortere intervaller som beveger seg i takt med den teknologiske utviklingen. Vi snakker da om teknologiske generasjoner som ikke korrelerer med sosiale eller kulturelle hendelser (ibid.). Informantene i denne studien tilhører ulike generasjoner, både biologisk, men også sosialt og ikke minst teknologisk.

2.3.3 Fra analog til digital hverdag

I løpet av det siste århundret har kommunikasjonsmedier har fått en sentral økende sentral rolle i samfunnet vårt, slik som både TV, radio og telefonen er eksempler på. Etter at internett kom til har det i løpet av kort tid har det skjedd en vridning fra analoge- til digitale medier (Gardner & Davis, 2013: 21), der et eksempel på det er at Facebook nå har flere daglige brukere enn NRK1 (Medienorge, 2014). Det som er felles med denne typen kommunikasjonsteknologi er at de åpner for kommunikasjon som går direkte og over store distanser (ibid.: 21). Mens det som er nytt med digitale media er at de gir oss mulighet å kommunisere personlig med store grupper slik at skillet mellom massekommunikasjon og mellommenneskelig kommunikasjon blir brutt ned (Baym, 2010: 4). Hurtigkommunikasjonsteknologiens popularitet kan knyttes til en psykologisk forklaring; at menneskesinnet ikke liker forsinkelser når vi først er fokusert på et mål. Basert på denne tankegangen er mediert kontakt ensbetydende med bedre kontakt i dobbel forstand; vi får raskere kontakt og vi kan nå flere (Wicklund & Sjøbu, 2007: 71). I løpet av bare noen tiår har digital teknologi blitt

utviklet og adoptert av milliarder av mennesker (Palfrey, 2010: 3), så dette er en periode med rask teknologisk utvikling. Når ny teknologi kommer til påvirker det hvordan vi ser verden, våre samfunn, våre relasjoner og oss selv. De fører til kulturell reorganisering og nye situasjoner oppstår (Baym, 2010: 2).

2.2.4 Digitalt skille, en provokasjon eller nyttig begrep

Digitale innfødte og digitale innvandrere er begrep som brukes for å belyse ulikheter i vår oppfatning av digital teknologi og dermed også sosiale medier. Et *digitalt skille* er en del av en større debatt som handler om ulik tilgang til og bruk av internett i et samfunn som i økende grad er digitalt (Brandtzæg et al., 2011; Roe, 2006). Når begrepet brukes i denne oppgaven er betydningen snevret inn og det handler bare om forskjeller mellom det som kalles digitalt innfødte og digitale innvandrere. Marc Prensky introduserte uttrykket digitalt innfødt, og dets motpart, digital innvandrer i en ikke-vitenskapelig artikkel hvor han beskrev et digitalt skille mellom studenter og lærere (Prensky, 2001). I artikkelen påstår han at digitalt innfødte, der han mener alle som har vokst opp med bruk av digitale medier, er radikalt forskjellig fra de som lærte å benytte digitale medier i voksen alder. De sistnevnte bærer nemlig med seg en aksent fra fortiden og kalles digitale innvandrere (ibid.: 1). Tankemåter har endret seg, sier han, og fortsette med å forklare det slik

“Digital Natives are used to receiving information really fast. They like to parallel process and multi-task. They prefer their graphics before their text rather than the opposite. They prefer random access (like hypertext). They function best when networked. They thrive on instant gratification and frequent rewards. They prefer games to “serious” work. “ (Prensky, 2001: 2).

Så hvem nøyaktig er de digitale innfødte? Prensky definerer egentlig ikke det i sin artikkel. En rapport fra The Centre for Internet and Society basert på internasjonale litteratursøk viser også at det ikke finnes klart svar på det, men definisjoner som blir brukt er ”barn født etter 1980; ungdom betydelig preget av internett teknologier, en fremvoksende global gruppe som vokser opp med digitale teknologier sterkt knyttet til funksjon i hverdagen” (Shah, 2009: 7). Prensky blir kritisert på flere holdt, blant annet for mangel på faglig bevis og for å starte en form for moralsk panikk innen akademia uten å ha grunnlag for det (Sue Bennett, 2008). Andre synes at hans syn på

de digital innfødte er forenklet (Shah, 2009; J. Smith, Skrbis, & Western, 2013), men at det terminologien i seg selv kan være nyttig. En artikkel foreslår “besøkende” og “beboere” som en erstatning for Preskys uttrykk for å kunne kartlegge et individs forhold til Internett, og ved å se på hvordan en benytter teknologi ut fra motivasjon og kontekst, heller enn å kategorisere basert på alder og bakgrunn (White, 2011). Da danah boyd tok opp begrepet digital innfødt (digital native) på The Society for Social Studies of Science Annual sin konferanse i 2007, anmodet hun for en ny måte å bruke det på.

“While I groan whenever the buzzword ‘digital native’ is jockeyed about, I also know that there is salience to this term. It is not a term that demarcates a generation, but a state of experience. The term is referencing those who understand that the world is networked, that cultures exist beyond geographical coordinates, and that mediating technologies allow cultures to flourish in new ways. Digital natives are not invested in ‘life on the screen’ or ‘going virtual’ but on using technology as an artefact that allows them to negotiate culture. In other words, a ‘digital native’ understands that there is no such thing as ‘going online’ but rather, what is important is the way in which people move between geographically-organized interactions and network-organized interactions. To them, it’s all about the networks, even if those networks have coherent geographical boundaries.” (danah boyd, 2007)

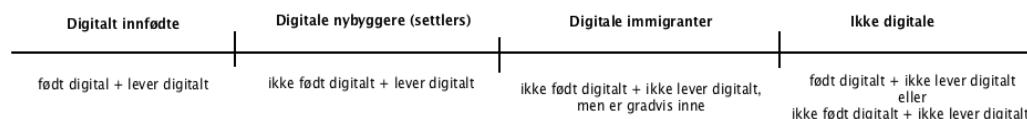
Selv om uttrykkene digital innfødt og digital innvandrer er kontroversielt, er det også klart at det er noe i dette som resonerer med et fenomen som observeres av flere som forsker på dette området, så det kan tolkes som at operasjonaliseringen av begrepet skaper friksjonen mer enn ideen om et digitalt skille i seg selv.

2.2.5 Digital generasjon eller digitale individ

Palfrey og Gasser har funnet at dette ikke er snakk om et generasjonsskille, men heller er snakk om visse egenskaper som handler om hvordan mennesker samhandler, og at de er mer sannsynlig å finne blant de som er født i den digitale alder (Palfrey, 2010). De ser at det finnes et generasjonsskille, men det er ikke et rent

generasjonsskille og dermed foreslår de en tosidig idé om at man kan være født digital (altså når man er født historisk sett) og/eller leve digitalt (ibid.:4) og vi får da en inndeling som ser slik ut.

Figur 4: Modell basert på Palfrey (2010)



For å undersøke hvordan et tentativt digitalt skille ser ut i denne studien er det valgt en forenklet versjon av modellen over, der informasjonen vil komme fra to ulike aldersgrupper, der alle lever digitalt i mer eller mindre grad. En gruppe med unge voksne, under 25 år, representerer de ”digitalt innfødte”. Den andre gruppen er voksne, over 45 år, som representerer de ”digitale innvandrere” som i følge modellen kan være en blanding av digitale innvandrere og nybyggere (ibid.). Denne distinksjonen innad i gruppen vil ikke bli diskutert, siden det er forskjellen mellom de to gruppene som er temaet. De som ikke ”lever digitalt”, uansett aldersgruppe, vil ikke inkluderes i denne oppgaven siden tematikken er nettdating, så da ekskluderes de gruppene som forventes å være mest radikalt forskjellige (ibid.). Valget om å bruke denne teoretiske modellen er basert på at den lot seg lettest operasjonaliseres, både ved at informantene kan velges ut fra et enkelt inklusjonskriterie, alder (fødselsår), men også at det da ble lettere å sile vekk potensielle digitale mellomliggere. For å se et mest mulig klart skille er det valgt informantgrupper med 20 år i mellom, dermed vil det ikke bli utforsket hvor et eventuelt digitalt skille i et norsk utvalg går, og digitale mellomliggere vil heller ikke bli tematisert.

2.2.6 På hver sin side av et digitalt skille

Det som går igjen i de ulike diskusjonene om og forskningen på et digitalt skille er fokuset på hva som er nytt, altså de digitalt innfødte og deres praksis (Gardner & Davis, 2013; Palfrey, 2010). De *digitale innvandrere* blir dermed en lite beskrevet men likevel tilstedeværende motpart som bærer med seg det som blir referert til som en ”aksent fra fortiden”. De digitalt innfødte kjenner ikke personlig til en verden uten digital teknologi, men lever i en verden som er digital (Palfrey, 2010: 4). De kjennetegnes, som tidligere beskrevet av Boyd, ved noen felles praksiser; som å ikke

skille mellom å være online og offline, den omfattende tidsbruken på nett, multitasking, deres tendens til å uttrykke seg og forholde seg til hverandre gjennom digitale medier og deres mønster i bruk av teknologi for å finne informasjon og uttrykke seg (ibid.). Teknologien blir i så stor grad implementert i hverdagslivet at distinksjonen mellom digital og fysisk viskes ut, og selv om de selv ikke tenker på dette "hybrid livet" som noe spesielt, er det en kombinasjon av teknologi og menneske som aldri har eksistert tidligere (ibid.: 5). Definisjonen *digital innvandrer* er brukt med henvisning til innvandrere ellers, de tilpasser seg sitt nye miljø i varierende grad, men beholder også kulturen de kommer fra (Prensky, 2001). De kan ses som å ha en fot i begge verdener, den pre-digitale og den digitale. Ved å ha vokst opp i en analog verden blir kulturen deres formet av det, og de fortsetter i stor grad å støtte seg til analoge interaksjoner (Palfrey, 2010 :4). Selv om de kan bruke digital teknologi og gjerne er sofistikert i bruken vil de aldri omfavne digitale medier på samme måte som de digitalt innfødte (ibid.). I denne sammenhengen handler det digitale skillet om en oppfatning av at tidlig eksponering for digital teknologi endrer måten vi forholder oss til den.

2.4 Oppsummering av bakgrunnskapittelet

Vi har sett hvor sentralt selvpresentasjon er i våre sosiale liv. Selvpresentasjon er noe som benyttes i all sosial samhandling, enten for å definere situasjonens natur og styre roller, eller fordi vi vil oppnå noe eller i motsatt fall unngå sosiale "sanksjoner" (Swann, 1990: 414-415). Men det er også knyttet til identitet, enten ved å skape en identitet eller opptre bekræftende overfor den identiteten vi allerede har, noe som blir sett som sentralt for eget selvbilde (ibid.). Flere faktorer påvirker, både på det personlige plan der vi i mer eller mindre grad monitorerer oss selv (Snyder, 1974: 526) og internaliserer ulike roller (Schlenker, 2000: 211), men også det som skjer rundt oss der situasjon og publikum har noe å si for selvpresentasjonen vår (ibid.). Selvpresentasjon er også sentralt i atferden vår på sosiale medier, og den knyttes til den vi er som person ellers (Zhao et al., 2008) og kan ha innvirkning på sosiale relasjoner (N. B. Ellison et al., 2007; Haythornthwaite, 2002; McKenna et al., 2002). Oppsettet på sosiale medier ble beskrevet som å tilrettelegge for selvpresentasjon (Palfrey, 2010) og tilbyr nye muligheter slik som multimodalitet og implisitte strategier, og disse brukes i stor grad (Zhao et al., 2008). Men selvpresentasjon her er også utfordrende på grunn av uklarhet i hvem som er publikum (Natalya N. Bazarova,

Taft, Choi, & Cosley, 2013) mindre avgrensning og mangel på kontroll (Rui & Stefanone, 2012). Det ble redegjort for hva sosiale medier og nettdating er, koblet til et historisk perspektiv og hva vi vet om nettdating nå. Nettdating skiller seg ut fra andre sosiale medier når det gjelder tre hovedpunkt som berører selvpresentasjonen. Publikummet er hovedsakelig er fremmede, selvpresentasjonen består av vårt eget narrativ og vi kan i liten grad lene oss på implisitt informasjon, og det vi skriver om oss selv her er som regel mer omfattende enn ellers og det blir en balansegang mellom å by nok på seg selv, men likevel ikke føle seg utlevert. Når selvpresentasjon i nettdating skal kobles til et digitalt skille handler det, som vi har sett, om når vi ble født (Glen H Elder & Shanahan, 1997). Om vi ser digitalt skille, alder og generasjon i sammenheng, er tidspunktet vi er født en indikator for hvilken side av et digitalt skille vi er på ettersom dette knyttes til de teknologiske betingelsene som har formet oss i ungdomsårene (Gardner & Davis, 2013; Palfrey, 2010) Når informantene i begge aldersgrupper nå har tatt i bruk digitale teknologier og sosiale medier, er det forventet at oppfattelsen deres vil være styrt av dette (ibid.) Men oppfatningen vil også gjerne reflektere hvor de er i livsløpet (Carstensen, 1995; Erikson, 1963) nå, de har vokst opp med ulike betingelser, men livene deres nå er heller ikke like ettersom de er i forskjellige aldre og dermed ulike faser av livet (ibid.)

Snart vil denne teorien ses i sammenheng med intervju materialet, men før det blir det en gjennomgang av forskningsmetode, der vi ser på utformingen og gjennomføringen av prosjektet.

Kapittel 3: Forskningsmetode

Dette kapitlet er en redegjørelse for den metodiske tilnærmingen som ligger til grunn for denne avhandlingen, der de valgene som er tatt gjennom hele prosessen presenteres. Dette prosjektet baserer seg på kvalitativ datasamling og innledningsvis beskrives metoden, begrunnelse for valg av metode, og hva som kjennetegner og er styrkene med kvalitativt forskningsintervju. Deretter beskrives hele prosessen rundt gjennomføringen av forskningsintervjuet. Dette innebærer valg av informanter, rekruttering, testintervju, intervjuguide, selve datasamlingen og transkribering av intervjudataene. Deretter følger en beskrivelse av arbeidet med analysen, der temasentrert analyse beskrevet, i tillegg til de analysemetodene som ble benyttet. Dette følges av en evaluering av forskningens kvalitet, der gjennomføringen og resultatene i denne studien blir sett sammen med begrepene *troverdighet*, *bekreftbarhet* og *overførbarhet*, som kan sies å være den kvalitative tradisjonens måte å svare på kunnskapskrav i forskning. Avslutningsvis blir det en gjennomgang av forskningsetiske vurderinger og betraktninger.

3.1 Kvalitativt intervju

Metode er vårt hjelpemiddel for å forstå et komplekst fenomen (Gentikow, 2005) og forskningens tema og innfallsvinkel blir retningsgivende for valg av metodisk tilnærming. Intensjonen med denne studien er å følge mennesker inn i ”nettdatinguniverset” og forstå deres digitale opplevelse for så å se dette i sammenheng med alder. Nettdating er i dette studiet blir dermed et kasus som benyttes i forsøket på å få en dypere forståelse for hvordan våre digitale forutsetninger ut fra alder, henger sammen med vår digitale selvpresentasjon. Her er det den individuelle opplevelsen, atferd og motivasjon som er viktig å få frem, og for å oppnå innsikt i dette har jeg valgt å benytte kvalitativt intervju. Kvantitativ forskning gir en beskrivelse av virkeligheten ut fra tall, tabeller og store enheter, mens kvalitativ forskning beskriver virkeligheten via få enheter og tekstlige beskrivelser (Ringdal, 2007). Et digitalt skille sett opp mot nettdating er et ukjent terreng, både fordi jeg ikke kjenner til at denne koblingen er gjort, og fordi vi i det hele tatt vet lite om nettdating i norsk sammenheng. I følge Gentikow (2005: 35-6) egner kvalitativ metode seg godt for akkurat studier av temaer som det er lite forskning på fra før fordi den er eksplorerende. Forskningen kan være basert på hypoteser, men i mange tilfeller kan

det være et mindre kjent fenomen der forskeren er i en situasjon av ”kulturell uvitenhet” (ibid.: 38). Kvalitativ forskningsmetode danner da et grunnlag for å oppnå en forståelse av sosiale fenomen og kulturell praksis med utgangspunkt i folks erfaringer fortalt med deres egne ord. Hovedmotivet for forskningen er ny innsikt og nye erkjennelser, der teori som kommer fra denne metoden vokser frem med dataene (ibid.:47). I dette prosjektet er det viktig å fremme informantenes erfaringer, opplevelse og meninger knyttet til sin nettdatingpraksis. For å innhente denne kunnskapen ble dybdeintervju vurdert som best egnet, og det ble gjennomført ansikt-til-ansikt-intervju, som også er den vanligste innsamlingsstrategien innen kvalitativ metode (Gentikow, 2005: 84) . Denne typen direkte, ikke mediert kommunikasjon letter forståelsen av hva den andre sier ved at også non-verbale tegn er inkludert, og fremmer både spontane reaksjoner og refleksjon (ibid.). Semi-strukturert intervju ble valgt for å sikre at informantene ble stilt tilnærmet de samme spørsmålene, samtidig som det åpnet for å kunne stille spørsmål med utgangspunkt i informantenes beskrivelser og utsagn for videre utdyping og avklaring, såkalt ”boreteknikk” (ibid.). Kvale og Brinkmann (2009: 325) definerer et semi-strukturert livsverdenintervju som ”en planlagt og fleksibel samtale som har som formål å innhente beskrivelser av intervjupersonens livsverden med henblikk på fortolkning av meningen med de fenomener som blir beskrevet”. Altså brukes et semi-strukturert intervju når man ønsker å få beskrivelser av hvordan mennesker forstår sin livsverden. Det er ikke ulikt en dagligdags samtale, men det profesjonelle intervjuet har det formål å samle inn data, hvor særegne tilnærminger og teknikker er nødvendig (ibid.). At intervjuene ville bære preg av å være samtaler ble vurdert å fremme en likeverdig relasjon i et forsøk på å skape en trygghet for å snakke fritt om temaet. Som nevnt tidligere er temaet for prosjektet av personlig karakter, og kan oppleves som sensitivt eller være i en gråson for kulturelle tabuer. I følge Dalen (2004) vil da det viktigste være å ha evnen til å lytte og vise genuin interesse for hva informanten formidler ved å vise anerkjennelse både ved måten det spørres og lyttes på. Og jeg har en oppriktig interesse for dette temaet, som kom til nytte både i intervjusituasjonen og ellers.

3.2 Forskningsintervju

Studiet tar utgangspunkt i intervjuer med 10 kvinnelige nettdatere i to ulike aldersgrupper gjort i perioden november/desember 2015. Som en del av forarbeidet var det i tillegg gjennomført 4 intervju med mannlige informanter, to var testintervju

og to var vanlige intervju. Disse ble ikke tatt med i analyse materialet av grunner jeg kommer tilbake til. Arbeidet med forskningsintervju er en omfattende prosess, i forkant, under gjennomføring, og ved etterarbeid og analyse. Her vil denne arbeidsprosessen presenteres gjennom syv underpunkt.

3.2.1 Valg av informanter

Valg av informanter er sett på som et særlig viktig tema innen kvalitativ forskning og å få et formålstjenlig utvalg (Gentikow, 2005: 76) krever strategiske valg. Målet med en kvalitativ studie er et fyldig datamateriale, der en går i dybden. Dersom antallet informanter blir for stort, er faren at analysen mer overfladisk fordi datamengden blir vanskelig å håndtere (ibid.: 77), men samtidig må det samles tilstrekkelig intervju materiale som grunnlag for analyse. Hvor mange informanter som trengs, avhenger av forskningens formål, samtidig som det råder ulike meninger om hvor mange personer som bør intervjues. Dette studiet tar utgangspunkt i intervjuer med 10 informanter, som er i tråd med anbefalinger for et minimumsantall informanter for et kvalitativt studie (Gentikow, 2005: 75). Målet for denne oppgaven er å belyse hvordan alder henger sammen med forholdet vi har til nettdating og måten vi benytter selvpresentasjon i denne settingen. Dermed ble to faktorer viktig for valg av informanter, alder og at de hadde erfaring med nettdating. To aldersgrupper ble valgt, en der deltakerne er 18-25 og en der de er 45+. Valget av aldersgrupper var basert på det digitale skillet, der det ikke er et tydelig skille på en gitt alder, men heller en stor digital gråsoner. Ved å holde 20 år mellom gruppene var det en intensjon om å velge ”rene” grupper fra begge de to sidene av det tentative skillet. Det må poengteres at dette var en antagelse ut fra det vi vet om et digitalt skille (beskrevet i bakgrunnskapitlet) og ikke basert på empiri som sier noe om nøyaktig alder. Informantene som er 45+ har alle for eksempel vokst opp før gjennombruddet av flerkanalssamfunnet og internettets populære gjennombrudd, mens de i aldersgruppen 18-25 har kunnet ta i bruk digitale teknologier fra tidligere alder. Den yngste gruppen måtte være over 18 siden dette er den nedre aldersgrensen for de fleste nettdatingplattformene, og 25 år ble satt som øvre grense. For den voksne aldersgruppen var 45 år satt som nedre grense og ingen øvre grense. Dermed ble denne gruppen 45 år +. Informantene var bare kvinner, noe som ble valgt av faglige, men også pragmatiske grunner, som jeg vil komme tilbake til. Kjønnsperspektivet er ganske sentralt i mye av litteraturen rundt nettdating (Alterovitz & Mendelsohn, 2009;

Lance, 1998; C. H. Toma, JT; Ellison, NB, 2008; M. T. B. Whitty, T, 2010), og siden dette ikke var en del av problemstillingen her, ble det ekskludert for å redusere noe av den sosiale variasjonen og gjøre sammenlikningen enklere. Det var i større grad kvinner som meldte seg, dermed ble de valgt ut fra et tilgjengeligprinsipp. I en innledende fase ble det også forsøkt å inkludere mannlige informanter, men to de intervjuene som ble gjort er ikke tatt med i denne analysen. Det var langt færre menn som meldte seg, og under et av intervjuene i tillegg til de to testintervjuene, der begge informantene var menn, kom det frem at nettdating var et tema som passet bedre for meg, som kvinne, å snakke med andre kvinner om. Når temaet var dating ble det en latent flørtende tone fra de mannlige informantenes side og det er grunn til å tro at det de sa ville være påvirket av dette. Det ble en uønsket tvetydighet i settingen som jeg opplevde som personlig ubehagelig, problematisk for sammenlignbarheten til svarene (bekreftbarhet), og som forskningsetisk problematisk. Informasjon fra en intervjusituasjon vil aldri være nøytral (Gentikow, 2005: 48) men ut fra det vi vet om selvpresentasjon vil blant annet situasjon, rollen vi inntar og publikum påvirke det som blir sagt (Schlenker, 2000: 211) og her var det en uklarhet på alle tre punkt. Jeg regnet det slik at disse dataene var for influert av selvpresentasjon tilpasset en annen setting til å kunne benyttes, og i tillegg opplevde jeg at det ville være uetisk av meg å publisere det som kanskje ble sagt på andre premisser, der nivået for selvavløring er lavere, selv om den offisielle rammen var en intervjusetting. Dette kan det se ut til å være noe andre studier som har sett på nettdating har tatt forhåndsregler om i forhold til kjønn på intervjuer, kanskje basert på same erfaring, men det er bare så vidt nevnt og ikke beskrevet noe videre (Se feks. metode M. T. Whitty, 2008b). Valget av å bare ha kvinnelige informanter gjorde dessverre at også et godt intervju med en mannlig informant ble ekskludert. Videre ble sivilstatus tatt inn som et inklusjonskriterie. Deltakerne var enslig eller hadde benyttet nettdating da de var enslig. Grunnen til dette var at jeg i de innledende fasene hadde intervjuet to informanter som brukte nettdating til utroskap og som en del av det (naturlig nok) var opptatt av å skjule identitet, noe som i stor grad påvirket selvpresentasjonen. Dermed ønsket jeg å fjerne dette som et usikkerhetsmoment i informasjonen. Når det gjaldt nettdatingerfaring, var også tidligere nettdatere som ikke var aktiv lenger og bruk av alle nettdatingportaler, slik som beskrevet tidligere, inkludert.

3.2.2 Rekruttering

Metoden som først ble benyttet for rekruttering var selvseleksjon (Gentikow, 2005: 80) ved hjelp av Facebook annonse i høyre felt, der det sto ”Forskningsprosjekt om nettdating søker deltakere”. Annonsen hadde innstillinger slik at den bare viste for personer i aldersgruppen 18-25 og 45+ i Bergen (radius på 20 km) og lenket videre til en nettside med informasjon om studien der de som var interessert i å stille på et intervju kunne skrive kontaktinformasjonen sin i et elektronisk skjema⁵. Basert på denne informasjonen ble det tatt kontakt med potensielle informanter via telefonoppringning der intensjonen var å avtale tidspunkt og sted for intervjuet. Denne rekrutteringsmetoden ble meldt inn til Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste (NSD) da det her var snakk om en midlertidig digital oppbevaring av personinformasjon. Informasjonen som sto på nettsiden var for øvrig identisk med informasjonsskrivet som ble benyttet (vedlegg 1). Det var på denne måten alle informantene i den unge aldersgruppen ble rekruttert. Totalt 31 potensielle informanter meldte seg, men langt færre som hadde mulighet til å stille på intervju når alt kom til alt, og til slutt sto jeg igjen med 5 deltakere i denne gruppen. Deltakere fra den voksne gruppen meldte seg i liten grad på denne måten, i første omgang 5 personer, men bare to jeg fikk laget avtale med. Da gikk jeg videre til å rekruttere ved hjelp av ”snøballmetode” (Gentikow, 2005: 80) gjennom eget Facebook nettverk. For å få nok informanter ba jeg vennene mine på Facebook spre informasjon om studien til sine kvinnelige bekjenskaper på over 45 år. På denne måten greide jeg å rekruttere tre deltakere til. En av disse personene hadde jeg kjennskap til, men kjenner ikke personlig. Begge rekrutteringsmåter har sine svakheter. Ved å bruke egne nettverk, ved ”snøballmetode” kan jeg ende opp med informanter som er lik meg og mine bekjenskaper. Mens ved selvseleksjon er svakheten økt mulighet for å rekruttere mennesker som gir et for ensidig bilde (ibid.). Mens jeg i liten grad opplevde at utvalget ble likt meg, muligens på grunn av aldersvariasjon, vil jeg tro at de som melder seg for å snakke om nettdating, representerer den gruppen som er mest åpen om det, og at det ganske sikkert finnes nettdatere som er mye mer privat. Uansett kan vi si at dette ikke representativt utvalg for befolkningen i sin helhet. Utvalget mitt ble da 5 personer i aldersgruppen 18-25 rekruttert gjennom annonsering på Facebook og

⁵ Skjemaet var satt opp i surveymonkey.com.

5 personer i aldersgruppen 45 + som ble rekruttert gjennom annonsering og nettverk på Facebook, ved hjelp av en kombinasjon av selvseleksjon og snøballmetode.

3.2.3 Hvem er så informantene?

Dette intervjumaterialet består, som nevnt, av totalt 10 intervjuer. Informantene er alle kvinner fra to aldersgrupper der det er fem informanter i hver. I den yngste gruppen (18-25) er den faktiske aldersvariasjonen fra 19-23 år. 4 av 5 er studenter som holder på med bachelorgrad eller årsstudium ved universitetet, mens en er i arbeid etter å ha fullført videregående og et år på folkehøyskole. I den andre aldersgruppen er aldersvariasjonen noe større, der den yngste informanten er 45 og den eldste 61 år. Her har alle fullført høyere utdanning, men på ulikt nivå. Tre informanter har høyskole utdanning, en har tatt en mastergrad og en doktorgrad fra universitetet. I denne gruppen er fire i arbeid, mens en er arbeidssøkende. Det fremkommer også i intervjuene at alle i denne gruppen har barn, og de fleste av barna er i ungdomsalder eller unge voksne, på alder med de yngste informantene, så her kommer det biologiske generasjonsskillet frem.

3.2.4 Testintervju

Noen uker før selve intervjuene ble det gjort en pilotstudie. Dette var i utgangspunktet bare sett på som en test av om intervjuguiden fungerte og to testintervju, slik det anbefales (Gray, 2003: 102), ble gjennomført. Testinformantene her var rekruttert fra Facebook nettverk, og det var en representant for hver aldersgruppe. Svarene fra testintervjuene ga informasjon som var nyttig for å redigere intervjuguiden, der det ble testet om ”spørsmål og intervjuet var effektivt”(ibid.). Dette var en mulighet for å samkjøre forventningen om hvordan informanter ville svare med hva som faktisk ble svart og det førte til en del helt konkrete endringer i intervjuguiden, som blant annet handlet om å reformulere spørsmål som var tvetydig og finne andre inngangsvinkler på spørsmål som ikke så ut til å produsere gode svar. I tillegg hadde testintervjuene to andre resultat som ikke var planlagt. De påvirket valget av informanter slik det har blitt beskrevet, der det skjedde begrensinger for både kjønn(bare kvinner) og sivilstatus (bare enslige). Men det var også en test av den prosessen det er å gjennomføre et intervju, og det førte til en del refleksjoner rundt min egen atferd i situasjonen og forsøk på forbedring av egen intervjuteknikk.

3.2.5 Intervjuguiden

Intervjuguiden (vedlegg 2) er et sentralt verktøy i et kvalitativt intervju, ettersom den gir samtalen et mål og et fokus slik at det blir en konversasjon med en hensikt (Gentikow, 2005: 88). I utformingen av intervjuguiden er det en avveining mellom behovet for en viss struktur på samtalen, og å tillate samtalens naturlige åpenhet og dialogiske karakter (ibid.). Både Kvale og Gentikow ser at det er hensiktsmessig med to versjoner av intervjuguiden (Gentikow, 2005: 91; Kvale et al., 2009: 122-3), en med overordnet problemstilling knyttet til forskningsspørsmål og en der dette har blitt oversatt og operasjonalisert med intervju spørsmål. Vanskelige og abstrakte spørsmål erstattes da av spørsmålsformuleringer som vurderes å kunne gi best og mest mulig informasjon fra informanten (Foddy, 1993: 50). Denne intervjuguiden ble tematisk sett delt i fire hoveddeler med tilhørende intervju spørsmål. Rekkefølgen på tema og tilhørende spørsmål ble satt ut fra en tanke om at det i minst mulig grad skulle foregripe begivenhetenes gang og gjøre at svar ble farget som det tidligere ble snakket om (Foddy, 1993: 60). Siden nettdating som tematikk kan oppleves som personlig, ble intervjuet lagt opp strategisk og begynte med et nøytralt tema som ga mulighet til å etablerte en intervju eller samtalerelasjon og lot informanten ”settle in” to the interview (Gray, 2003: 102). Dette temaet var *bruk av nett og sosiale medier*, der intensjonen var å finne ut hvordan den digitale hverdagen til informantene så ut og legge et grunnlag for resten av intervjuet. Deretter snakket vi om informantenes *bruk av og personlige forhold til nettdating*, der en del var å avklare hva de brukte men også synet de hadde på nettdating. Dette ble etterfulgt av *selvpresentasjon i nettdating* der vi først tok for oss visuell fremstilling, og så på betydningen av bilde og hva som ble vektlagt i valget av bilde(r), for å så snakke om utforming av profiltekst. Det siste temaet var *utvendig påvirkning* som ble en slags vurdering fra informanten om hvilke faktorer som spilte inn og i hvor stor grad de ble påvirket når de skulle utforme nettdatingprofil.

3.2.6 Innsamling av datamaterialet

Alle intervjuene ble gjennomført i perioden november/desember i 2015. Intervjuene fant sted på en av byens cafeer eller på møterom på min arbeidsplassen. På grunn av støy og potensielle forstyrrelser ble møterom helst benyttet for intervjuene som foregikk på ettermiddag og kveldstid. På dagtid var møterommene ofte booket, men da er også kafélivet relativt rolig slik at det var mulig å fokusere på

samtalen der. Informantene fikk velge hvor de synes det var best å møtes, slik som Gentikow anbefaler (2005: 44). Ulike omgivelser kan ha virket inn på intervjuene, å treffes på kafé er gjerne mer nøytralt enn å treffes på kontoret, men en ”kvalitativ studie har den fordelen at data kan produseres under ulike forhold” (ibid.) og derfor ble de ulike intervjusettingene dokumentert, men ikke regnet som problematisk. Intervjuene begynte med kaffe eller te og en ”briefing” (Kvale et al., 2009: 141) der informanten ble informert om hensikten med intervjuet og der eventuelle spørsmål informanten hadde ble avklart. Informantene ble også bedt om å lese gjennom informasjon- og samtykkeskriv (vedlegg 1), utarbeidet etter NSDs retningslinjer, og å signere på at de hadde mottatt denne informasjonen før vi gikk i gang med selve intervju spørsmålene. Et informert samtykke innebærer at informantene får vite hva forskeren er ute etter å undersøke, er villig til å gi informasjon om problemstillingen og at de er kjent med muligheten til å trekke seg (Gentikow, 2005: 64). Under intervjuet var det en tendens til at de unge informantene svarte kortere og det hendte at de ble bedt om å se på nettdatingprofil(ene) sin(e) for å forsøke å få mer informasjon enn det de i utgangspunktet svarte. Dette var i tilfeller der informanten ikke husket og dette var et forsøk på å tilrettelegge for å trigge hukommelsen (Foddy, 1993: 100). Dette ble ikke gjort med informantene i den eldre gruppen, men her hendte det at de selv var usikker på noe og uoppfordret sjekket nettdatingprofilen(e) sine. Jeg ba for øvrig aldri om å få se profiler eller direkte om informasjon om hva som sto der fordi jeg opplevde det som en etisk gråsoner der jeg kanskje ville be om mer enn informanten var villig til å gi (Kvale et al., 2009: 91), og dette var heller ikke blitt beskrevet eller klarert med NSD. Intervjuene varte mellom 38 og 80 minutter, der de fleste var ca. en time lang. Da intervjuet var ferdig og båndopptaker ble stoppet var det en avsluttende debriefing (ibid.), som var en kort oppsummering av hvordan jeg hadde oppfattet intervjuet og der jeg fortalte kort hvordan informasjonen ville bli behandlet videre og litt mer om studiet for de som var interessert i det. Når samtalen ikke lenger ble tatt opp bevegde seg til det Goffman (1959) beskriver som ”off stage” ble det en liten endring i stemningen og informantene delte gjerne litt flere mer personlige opplevelser relatert til nettdating. I to tilfeller kom informantene inn på temaer som var tatt opp i løpet av intervjuet eller husket noe de egentlig ville si og båndopptaker ble slått på igjen for å fange opp også denne informasjonen. I noen tilfeller kom det frem relevant informasjon som ikke ble fanget på opptaket. Da ble

dette ikke tatt med i intervjuet, men i tilleggsnotatene som ble skrevet underveis og i etterkant av intervjuet.

3.2.7 Transkribering av data

Intervjuet ble tatt opp med båndopptaker og transkribert i sin helhet slik det anbefales (Gray, 2003: 149). Å transkribere betyr å skifte fra en form til en annen (Gentikow, 2005: 77), og i denne sammenhengen handler det om å overføre muntlige intervju til skriftspråk. At intervjuene er skrevet ut gir en oversikt over innholdet og åpner for strukturering som i seg selv er en del av analysen (ibid.: 188). Transkripsjon av et lydopptak er en abstraksjon, slik et opptak av intervjuet også er. I denne abstraheringsprosessen forsvinner non-verbale tegn og intonasjon (ibid.: 187) og dermed var det viktig å knytte egne observasjoner rundt det som skjedde i intervjusituasjonen til teksten. Mens inntrykkene fortsatt var fersk etter hvert intervju skrev jeg en oppsummering som sa noe om stemningen, hvordan intervjuet eller samtalen hadde glidd og der jeg merket meg spesielle ting som hadde blitt sagt slik Kvale knytter til intervjuteknikk (Kvale et al., 2009: 142). Transkriberingen skjedde også hovedsakelig direkte etter hvert intervju og for å holde den så virkelighetsnært uttalelsene som mulig, ble intervjuene transkribert ord for ord, også for å bidra til å øke transkripsjonenes pålitelighet. Transkriberingen ble gjort på bokmål selv om informantene snakket ulike dialekter, for å ivareta informantenes anonymitet, mens både pauser, fyllord og gjentakelser ble beholdt slik de var. Å beholde den verbale stilen kan i verste fall virke som utlevering av informantene (Kvale et al., 2009: 187), der de kan fremstå stotrete, men det er ikke intensjonen her. Vurderingen med å beholde språket slik var heller basert på å få frem nyanser i språket (ibid.). Det var viktig å beholde måten å informantene gjerne reflekterte seg frem til svar, eller hvordan de snakke seg frem til et synspunkt på ting de ikke hadde tenkt på før som er en ekstra dimensjon i svaret. Indirekte personidentifiserbar informasjon ble deretter redigert vekk, ettersom all informasjon som ble gitt ble behandlet fortrolig og informantene ”simpelthen ikke må kunne identifiseres” (Gentikow, 2005: 64) Transkriberingsarbeidet kom da i et skjæringspunkt mellom lojal transkribering og konfidensialitetshensyn (Kvale et al., 2009: 81), men å sikre anonymisering besto av små endringer, som å fjerne stedsnavn og navn på personer, og ble ikke vurdert å ha noe å si for meningsinnholdet i intervjuene ellers. I denne prosessen ble også informantenes navn erstattet av et pseudonym, alder av aldersgruppe, og det ble

bestemt å ikke inkludere en detaljert liste over informantenes bakgrunn i denne oppgaven, men heller holde bakgrunnsinformasjonen deres på et overordnet nivå.

3.3 Dataanalyse

Arbeidet med analysen er ikke en avgrenset del av forskningsprosessen. Den vil være et kontinuerlig arbeid som er med allerede fra starten av forskningsprosjektet (Kvale et al., 2009: 197). Her beskrives intervjuanalysen å bestå av seks trinn, og det første trinnet er allerede når informantene beskriver sin livsverden (ibid.) Datainnsamling og dataanalyse er gjentatte og dynamiske prosesser, som kobler ytringer med teori, noe som skjer ved at ytringene blir tolket og satt inn i en teoretisk sammenheng (Dalen, 2004). Analyseprosessen innebærer sånn sett både en sammenfatning av dataene og så en utvidelse av funnene igjen når meningen i dataene knyttes til tematikk. Det er mulig å la seg inspirere av ulike analytiske tilnærminger for å finne ut hvilken måte som er best egnet ut fra sitt unike datamateriale (Gentikow, 2005), og her ble det valgt temasentrert analyse der alle informantenes svar relateres til forskningsspørsmålene. Denne analysen bidrar til å kunne sammenligne informantenes likheter eller ulikheter rettet inn mot ønsket tematikk (Gentikow, 2005: 136). Etter at intervjuene var transkribert ble gjort en ”meningsfortetting” av materialet ved å komprimere innholdet der utsagnene ble kortet ned (Kvale et al., 2009). Fortettingen gjør det enklere å finne ut hvordan materialet skal tolkes (Gentikow, 2005: 118). Pauser, gjentakelser og ufullstendigheter ble fjernet og teksten ble mer lesbar, noe som forenklet prosessen med å skille enhetene etter tematikk tilpasset meningsinnholdet (Kvale et al., 2009). Videre ble de tre temaene som var definert på forhånd brukt som hovedkategorier. Disse var *digital forforståelse*, *utvendig påvirkning* og *tanker om selvpresentasjon*. Innad i disse kategoriene ble det benyttet ”teoretisk koding” (koding koblet mot teori) for å finne underkategorier eller ”knagger” (Gentikow, 2005) å henge diskusjonen på, der målet er å utvikle kategorier som gir en fullstendig beskrivelse av de opplevelsene og handlingene som informantene formidler (Kvale et al., 2009). Grounded Theory (Glaser & Strauss, 1967) er en metode som handler om analysestrategier, hvor koding og kategorisering er en viktig fase for å utvikle erfaringsbasert teori (Charmaz, 2006: 515). Dette prosjektet baserer seg ikke grounded theory i sin helhet, men det er inspirert av disse analyse- og kode strategiene, som etter den teoretiske kodingen ble benyttet på tvers av hovedkategoriene for belyse mønstre eller trender. Etter hvert i kodingen begynte jeg

å se omrisset av noen underkategorier som brakte elementene sammen til en helhet, som Corbin og Strauss (2008) omtaler som den selektive kodingsprosessen. Disse kodene sammenfalt til dels med underkategoriene fra den teoretiske kodingen, men noen var nye kategorier som ble tydeliggjort av å se på helheten i datamaterialet. Etter flere gjennomgang av dataene fikk kategoriene benevnelse som beskriver dem på en god måte med tanke på at de gjenspeilte sentrale temaer i prosjektet, slik at kategoriene blir meningsbærende (Thagaard, 2013). Da er det funnene som bestemmer kategorisering, og presentasjonen blir ikke preget av vilkårlige valg (Gentikow, 2005: 56). Det var mange interessante vinklinger og enkeltformuleringer som dessverre måtte legges til side til fordel for å ha et bredt utvalg som er dekkende for analysen.

3.4 Forskningens kvalitet

I ethvert forskningsprosjekt vil en kunne finne svakheter, og i kvalitativ forskning hevder Gentikow (2005: 161) at resultatene er ”prinsipielt diskutabile”. Det kan være ulike grunner til det, som faktorer og perspektiver som ikke er inkludert eller faktorer som influerer resultatene, men siden det ikke finnes måter å teste dette objektivt på blir det nyttig med en produkt- og prosessevaluering (ibid.) I teksten som følger blir det redegjort for fremgangsmåter knyttet til innsamling og bearbeiding av data. Jeg har underveis forsøkt å ha et kritisk blikk på forskningens kvalitet, men det finnes likevel punkter som kan være mangelfulle, og som jeg nå vil belyse i et helhetlig perspektiv ved å gjennomgå dens troverdighet, bekreftbarhet og overførbarhet. Gjennom metodekapittelet har jeg forsøkt å synliggjøre fremgangsmåten for dette prosjektet, både valg som er tatt, men også hvorfor. Reliabilitet, validitet og generalisering er begreper som har utviklet seg innen kvantitativ forskning motivert av kunnskapskrav. I denne sammenheng viser reliabilitet til om gjentatte målinger med samme måleinstrument gir samme resultater, og hvor nøyaktig denne målingen har vært. Validitet går på om en faktisk måler det en vil måle (Ringdal, 2007). Generalisering handler om hvorvidt forskningens funn har en mer generell gyldighet (ibid.). Disse begrepene passer dårlig for kvalitativ forskning som har problemer med å fylle alle disse kravene (Gentikow, 2005: 56). De kvalitative studiene handler ikke om å måle fenomener og resulterer ikke i tall. Dette er grunnlaget for at den kvalitative forskningen heller benytter begrepene troverdighet og bekreftbarhet framfor reliabilitet og validitet, og overførbarhet framfor generaliserbarhet (Thagaard,

2013). Troverdighet handler om forskningen er utført på en tillitvekkende måte. Her blir det sentralt å kunne reflektere over hvordan datainnsamlingen har foregått med sikte på å bli bevisst mulige feilkilder. Bekreftbarhet knyttes til kvaliteten i de tolkninger som gjøres, og om den innsikt prosjektet gir støttes av andre undersøkelser. Overførbarhet går på om resultatene fra undersøkelsen gjelder i andre situasjoner eller andre steder (ibid.). Disse begrepene kan sies å bedre fremme den kvalitative tilnærmingens særpreg og det er disse begrepen jeg velger å benytte i fortsettelsen.

3.4.1 Troverdighet

Troverdighet, pålitelighet eller reabilitet knyttes til grundig redegjøring for hvordan data utvikles, det handler om å kunne stole på dataene og på analysen (Gentikow, 2005: 56), og knyttes gjerne til spørsmålet om et resultat vil kunne reproduseres av en annen forsker på et annet tidspunkt (Kvale et al., 2009: 250). Innenfor kvalitativ forskning knyttes troverdighetsdiskusjonen inn i forhold til selve intervjustadiet, lydopptak, transkripsjonsstadiet og analysestadiet (ibid.). Troverdigheten i transkripsjons- og analysestadiet er det redegjort for tidligere i metodebeskrivelsen, troverdigheten her handler om å ”være konsistent og ende opp med holdbare konklusjoner”(Gentikow, 2005: 57), slik at funnene ikke må være preget av vilkårlige valg og ambivalens eller tvetydighet i materialet underslås (ibid.). I intervjusituasjonen var jeg opptatt av å være åpen og prøve å etablere en god relasjon til informantene for å få best mulig og ikke bare overfladisk informasjon. På grunn av intervjuets natur, der nettdating kan oppleves som sensitivt eller kulturelt stigmatiserende å fortelle om, vurderte jeg nøye hvordan jeg skulle opptre i intervjusituasjonen. Jeg har selv prøvd nettdating, så jeg vurderte å si det innledningsvis for å etablere en åpenhet i dialogen helt fra starten, og da særlig med de informantene som virket litt usikker. Men jeg valgt å la være på grunn av den potensielle påvirkningen det kunne ha for troverdigheten. I stedet bestrebet jeg å holde min rolle som intervjuer fri for den rollen jeg har som nettdater, og da også for å være minst mulig forutinntatt og la min forforståelse prege hva informantene svarte. Bevisst naivitet (Kvale et al., 2009) er når et tilsynelatende kjent fenomen i egen kultur får nye dimensjoner. Å løsrive seg fra forhåndsoppfatninger, fordommer eller forutinntatthet rundt det som undersøkes hjelper oss å forstå informantenes perspektiv, selv om forskningen likevel vil være farget av forskerens eget teoretiske ståsted, opplevelser og erfaringer.

Siden tema for denne oppgaven er selvpresentasjon blir det unaturlig å ikke reflektere over det her. Informasjon fra en intervjusetting vil aldri være nøytral, som det også ble nevnt tidligere (Gentikow, 2005: 48). Her vil både jeg som intervjuer, situasjonen og rollene vi har denne sammenhengen påvirke selvpresentasjonen til informanten (Schlenker, 2000: 211). Det er grunn til å tro at en intervjusituasjon er uvant for de fleste (Gentikow, 2005: 49) som betyr at selvpresentasjonen vil foregå i forgrunnsmodus (Schlenker, 2000: 203) og at informanten dermed i større grad monitorerer egen atferd (Snyder, 1974: 526). Noen svar kan da bli preget av at informanten ønsker å fremstille seg selv i best mulig lys (social desirability bias) (Grimm, 2010). Et eksempel på dette er de yngre informantenes fremvisning av en ironisk distansert holdning til nettdating, der det er uklart om denne ironien var genuin eller en slags beskyttelsesmekanisme i forhold til et normativt press, både i intervjusettingen og ellers.

Alle intervjuene fulgte intervjuguiden mer eller mindre, for å holde tematikken relativt lik og få et grunnlag der resultater kunne sammenlignes. Men ofte krevde intervjuet en fleksibilitet fordi, som Gentikow (2005: 53) formulerer det, informantene ”svarer” før de blir spurt, og det å følge en intervjuguide mekanisk kan virke drepende på dialogen (ibid.). Å være fleksibel i intervjusituasjonen innebærer at intervjuer må kunne spørsmålene og frigjøre seg å ”ha et manus”, men heller benytte intervjuguiden som en rettesnor for å sørge for at alle spørsmål blir berørt underveis. Det var ikke alle intervju som gled like lett. Det hadde både med meg som intervjuer, som spesielt i de første intervjuene, fulgte intervjuguiden litt for slavisk og ikke ga nok rom for dialog. Men også i de tilfellene der informanten sa veldig lite, hadde jeg vansker for å finne gode strategier og intervjuene bar til tider preg av å bare være en opprømsing av spørsmål og svar. Da ble det mer løsrevne fakta jeg sto igjen med og i mindre grad med fortellinger og spontane formuleringer (Gentikow, 2005: 45).

3.4.2 Bekreftbarhet

Mens troverdighet er knyttet til fremgangsmåter for utvikling av data, er bekreftbarhet, validitet eller gyldighet knyttet til tolkningen av resultatene. ”Et valid argument er et fornuftig, velfundert, berettiget, sterkt og overbevisende argument. En valid slutning er basert på korrekte premisser”(Kvale, sitert av Gentikow, 2005: 60). Her følger noen vurderinger rundt validiteten i tolkningen av resultatene i denne studien. I denne oppgaven er sitater fra informantene ordrett. Å inkludere pauser,

gjentakelser og tonefall er relevant for en mest mulig korrekt gjengivelsen av intervjupersonens uttalelser, og det ble gjort for å tydeliggjøre hva informanten sa, sett opp mot min tolkning av det som ble sagt. Da blir det også tydeligere for leseren å se validiteten i mine tolkninger. En kvalitativ forskningstilnærming vektlegger gjerne en fortolkende tilnærming til datamaterialet. Det bygger på at mennesker skaper og konstruerer sin sosiale virkelighet, og med det gir mening til egne erfaringer (Dalen, 2004), og denne fortolkede virkeligheten fortolkes igjen av forskeren i det som er kjent som dobbel hermeneutikk (Giddens, 1993). En svakhet med studien er at informasjonen jeg fikk fra den eldre gruppen er mye mer nyansert og mettet enn den jeg fikk fra de som var yngre. De yngre informantene svarte oftere kort og på akkurat det de ble spurt om, mens informantene i det eldre utvalget svarte lenger og inkluderte flere aspekter mens de reflekterte seg frem til et svar. Dette er problematisk når målet er å sammenligne informasjon fra de to gruppene. Når en tendens viser seg i svarene blant de eldre informantene og ikke blant de unge, er det da ikke alltid sikkert at det er snakk om en ulikhet, men at det kanskje er en refleksjon av ulik svarmengde. Når jeg likevel setter mønstre eller tendenser opp mot hverandre, er jeg observant på denne skjevheten i intervjumaterialet og har tatt ulike grep for å vise dette i analysen. Dette kan i ses på som en av de asymmetriske maktforholdene som er mellom intervjuer og informant og som blir beskrevet av Kvale (Kvale et al., 2009: 52) der han sier at intervjueren har monopol på å fortolke og rapportere hva informanten virkelig mente. Der det ble sagt lite er det større rom for fortolkning og jeg kan i retrospekt se at jeg i for liten grad klarte å ”bore” meg frem til de gode svarene (Gentikow, 2005: 93) hos enkelte av informantene. Kvale benytter uttrykket livsverden, som er verden slik vi møter den i dagliglivet, uavhengig og forut for vitenskapelige forklaringer (2009: 324). Ved å velge temabasert analyse blir informasjonen fra den enkelte informant fragmentert (Gray, 2003: 153) og den mer helhetlige informasjonen om informantens livsverden kommer ikke frem. Derfor ble personsentrert analyse vurdert for å gi en bedre forståelse av informantens univers inkludert tematikken i intervjuet ellers (ibid.: 154), som en stemme til ulike sidene av et digitalt skille. Analysene ble gjort og var interessante i seg selv, men i sammenheng med resten av teksten bidro de i liten grad med noe nytt knyttet til problemstillingen, og skapte heller rot i rekkefølgen på ting og førte til gjentakelser. Når det da måtte gjøres noen strategiske valg av plasshensyn ble disse valgt bort.

Bekreftbarhet innebærer både at forskeren forholder seg kritisk til egne tolkninger og at prosjektets resultater kan bekreftes av annen forskning. Sistnevnte er i denne sammenheng vanskelig å bevise fullstendig, da det som nevnt tidligere i oppgaven ikke er gjort særlig mange studier på selvpresentasjon på nettdating koblet mot alder. Men både digitale vaner knyttet til alder, og selvpresentasjon i nettdating vet vi litt om, og i analysen ses disse funnene i sammenheng med andre studier. Tanken her har vært å benytte en slags ”teoritriangulering”(Gentikow, 2005: 158), ikke på analysenivå men teoretisk, der de to kjente faktorene kan vise bekreftbarhet, og med dette gi indirekte gyldighet til funn som fremkommer i kombinasjonen av disse.

3.4.3 Overførbarhet

I kvantitativ forskning er det et krav at funn er allmenn (statistisk) gyldig, og dermed må kunne generaliseres (Gentikow, 2005: 60). Da handler det om at forskningen skal finne ut av forhold som er representativ for flere enn bare de som har deltatt i en studie. Overførbarhet i kvalitative studier dreier seg om en annen form for overføring enn den som benyttes innenfor den kvantitative forskningen. Istedenfor å trekke konklusjoner om en bestemt populasjon på bakgrunn av representative utvalg og statistiske utregninger, dreier overførbarhet innenfor kvalitativ forskning seg om antakelser om at teorien som utvikles, kan være nyttig i forhold til å forstå lignende personer eller situasjoner (ibid.). Gentikow foreslår å flytte generaliseringskravet fra personnivå til tematisk nivå og sier at det handler om å lage et bilde av fenomenet som er så saturert som mulig (ibid.:62). Da blir overførbarhet knyttet til at den forståelsen som utvikles innenfor rammen av et enkelt prosjekt, også kan være relevant i andre situasjoner. Ved å benytte kvalitativ forskning har man en unik mulighet til å gå i dybden på et fenomen og få innsikt i hvordan andre mennesker opplever sin virkelighet. Min undersøkelse dreier seg om et digitalt skille og hva det har å si for selvpresentasjon i nettdating. Resultatene fra min undersøkelse kan ikke overføres til å skulle gjelde alle nettdatere ettersom informantene ikke kan sies å være representativ på noe måte. Men studien viser hvordan to relativt ensartede grupper mennesker opplever selvpresentasjon i nettdating og forhold rundt digitale medier ellers, og på den måten kan den kanskje bidra til mer kunnskap omkring dette fenomenet.

3.5 Forskningsetiske vurderinger og betraktninger

Etiske spørsmål er ikke begrenset til intervjusituasjonen, men er integrert i alle faser av en intervjuundersøkelse (Kvale et al., 2009: 79). En del etiske betraktninger har allerede vært belyst tilknyttet ulike faser, slik som informasjon til deltakere, samtykke, og det har også redegjort for hvordan konfidensialitet er ivaretatt ved at personsensitiv eller indirekte identifiserende informasjon ble fjernet etter transkribering. Det har også blitt gjort en etisk vurdering av hvor dypt eller kritisk dataene kan tolkes ut fra kvaliteten (Gentikow, 2005: 66), der lojalitet til dataene ligger i å ikke forvrengte meningen. Men dataene kommer fra informanter, og lojaliteten til dem har i liten grad blitt tematisert her. Det finnes mange ømfintlige forhold i den sosiale virkelighet og opplysninger må behandles med varsomhet ettersom de kan være svært personlige eller knyttet til tabubelagte tema. ”Ved å uttrykke holdninger, vurderinger, fortelle om atferd, prøve å sette ord på sanselige og estetiske erfaringer og ”å gå i dybden når forskeren oppfordrer til det, utleverer informantene store deler av seg selv overfor forskeren ” (Gentikow, 2005: 64). Nettdating kan bli oppfattet som personlig og for enkelte knyttet til sosial tabu, og opplysninger informantene har gitt må da behandles med varsomhet. Flere av informantene var særlig opptatt av dette, der noen var redd for at det de hadde sagt ble for identifiserbart og trengte mer informasjon om hvordan det skulle håndteres, mens andre valgte intervjusted ut fra at de ikke ville treffe kjente. Og i et tilfelle måtte vi avklare ”dekkhistorie” dersom det mot formodning skulle skje, så ivaretagelsen av informantene i intervjusituasjonen ble sentralt, både for deres del og for å etablere en ro rundt intervjuet. Det ligger en implisitt antakelse om at forskere har rett til å utforske andres liv, og denne antakelsen må vi være klar over (Gray, 2003: 75-6). ”Et spørsmål alle bør stille seg er ”hvilken rett har jeg til å gjøre dette?” Vi ber tross alt mennesker om å delta i forskning, ”haler” informasjon ut av dem, de får ingen kompensasjon og i mange tilfeller vil de ikke engang få muligheten til å lese publikasjonen forskningen leder frem til” (ibid.). I en intervjusituasjon er det forventet at deltakeren er åpen og deler erfaringer. Da blir det viktig å huske at deltakere er informanter og ikke studieobjekt. Dette innebærer at forskeren bør føle seg etisk forpliktet til å besvare spørsmål om forskningen, fortelle hvordan data skal brukes og respektere konfidensialitet (Gray, 2003: 76-7) i tillegg til å ikke fremstille informantene negativt (Gentikow, 2005: 66). Kvale (2009: 80) mener at også

potensielle skadelige konsekvenser forskningen kan ha for informanter må vurderes. Jeg vurderte at denne risken var mest knyttet til eksponering av informanter og har i derfor vært sær påpasselig for å unngå at det kan skje.

Kapittel 4: Analyse

Frem til nå har vi sett bakgrunnen for studien, der teoretiske perspektiv og utforming er gjort rede for. I det neste kapittelet vil intervjudataene analyseres og ses opp mot denne bakgrunnen. Dette kapittelet består av tre deler; *aktivitet på sosiale medier og nett, nettdating og selvpresentasjon i nettdating*. I den første delen får vi se hvordan informantene opplever sin egen digitale hverdag og hvordan denne ser ut, ved å høre om sosial mediebruk og vaner. Her vil svarene fra de to informantgruppene ses opp mot hverandre for å se om det er noen klare spor etter et digitalt skille i dette utvalget. I neste del fortsetter denne sammenligningen, men er her er tema nettdating. Her får vi vite om informantenes bruk av nettdatingportaler, men også holdningen deres til nettdating. Det finnes både fordeler og ulemper med å møte noen på denne måten, og synspunktene informantene har på dette vil presenteres. I siste del handler det om selvpresentasjon i nettdating, og her blir visuell og skriftlig selvpresentasjon sett hver for seg. Informantene i de to ulike aldersgruppene viser seg å forholde seg ganske ulikt til akkurat dette, og vi følge de to gruppene for å se hvorfor det er sånn. Handler det om et digitalt skille eller noe annet?

4.1 Aktivitet på sosiale medier og nett

For å etablere om det finnes spor av et digitalt skille mellom de to aldersgruppene og for å se på hvordan dette skillet i så fall utarter seg, ble informantene spurt om bruk av sosiale medier og nett. Her skilles det ikke mellom nettdating og andre sosiale medier, men de ses sammen for å danne et bilde av hvordan den digitale hverdagen ser ut for informantene. Både kvantitative faktorer som tidsbruk og antall sosiale medier, og mer kvalitative observasjoner rundt opplevelse og bruk er inkludert. Dette er en deskriptiv gjennomgang og et digitalt skille vurderes på tre relativt løse kriterier; om de unge forteller om bruk som er i tråd karakteristikk av digitalt innfødte, om de i den eldre gruppen forteller om bruk som er ulik de unges, og det finnes spor av en aksent fra fortiden i svarene deres.

4.1.1 Å logge på eller leve digitalt

I diskusjonen om digitalt skille er det visse karakteristikk som blir påpekt, og en av dem er at de digitalt innfødte ikke oppfatter offline og online som to ulike ting. De lever ikke offline og så logger på, men opplever det mer som en sammensmelting av ulike situasjoner som er både online og offline (Palfrey, 2010 :4). Informantene ble

spurt om hvordan de opplever at tilkobling er for dem, og i den unge gruppen forteller de at de stort sett alltid er online.

” - Tenker du på det, på den måten at du logger av og på?

- Neeei, det er liksom bare livet (ler).”

- Jane (18-25)

Når de blir spurt om de noen gang er offline er det tydelig at de syns det var vanskelig å komme på situasjoner der det er tilfellet. Det ble gjerne lange tenkepauser eller de snakket om at de kunne skru av lyden på telefonen når de sov (det hendte). En respondent, etter å ha tenkt seg om, kom med et veldig spesifikt svar som handlet om omstendigheter mer enn valg.

” - Tenker du noen gang at ”nå er jeg offline”?

- Ja, når jeg er i utlandet og ikke har wifi, da tenker jeg at jeg er offline.”

- Kristin (18-25)

Det som blir sagt her reflekterer karakteristikken av de digitalt innfødte og tidligere funn av Facebookbruk blant ungdommer (Brandtzæg & Heim, 2009). De oppgir at de er stort sett online, men tilsynelatende uten å tenke noe at det er noe spesielt ved det. Det virket ikke lett for dem å komme på situasjoner der de er offline, men det kom også frem i måten de reagerte på spørsmålet at skillet mellom online og offline ikke er noe de tenker så mye over i daglige. Dette støtter tanken om at de forflytter seg sømløst fra det ene nettverket til det andre, om det så måtte være geografisk eller digital avgrenset, slik boyd beskriver (danah boyd, 2007). Denne sammensmeltingen av situasjoner fremheves som noe nytt (Palfrey, 2010: 4), og det vises når vi sammenligner med svarene fra de eldre informantene. Her oppgir alle å mene at det er et helt klart skille mellom å være online og offline, noe som de fortalte med en viss selvfølgelighet. Også i sammenheng med andre spørsmål kom det frem at tilkobling ble omtalt ulikt i de to gruppene. I den eldre gruppen snakket de om å logge eller koble på, mens de yngre inkluderte stort sett ikke ord som markerte et skille mellom online og offline. Denne forskjellen kan knyttes til et opplevd skille mellom å være online og offline slik som det beskrives (danah boyd, 2007; Gardner & Davis, 2013;

Palfrey, 2010), men det kan også henge igjen fra den tiden da vi benyttet analoge modem og faktisk logget på. Uansett kan ideen om at en kobler av og på anses som en ”aksent fra fortiden” (Prensky, 2001). Gjennom intervjuet holder den eldre gruppen konsekvent på dette skillet, deres digitale og fysiske liv er to forskjellige ting, også når det gjelder det som skjer på nettdating. Mens alle i den yngre gruppen, som ikke så ut til å skille når det gjelder sosiale medier, begynner å snakke som om de opplever en forskjell når de forteller om nettdating. Da omtaler de nettdating og ”det virkelige liv/i virkeligheten” som to ulike ting. Dette er ikke i tråd med slik de omtaler sosiale medier, og da heller ikke med fremstillingen av digitalt innfødte. Det kan være koblet til at nettdating, selv om det benyttes til andre formål enn å finne partner (noe som vil bli tematisert senere) er satt opp med en intensjon om at man skal møte mennesker først på nett, så fysisk (J. E. Gibbs, NB; Heino, RD 2006), og at informantene på grunn av dette blir mer observant på dette skillet. Det kan også være knyttet til at dette er et sosialt media der man treffer fremmede, og at forskjellen ligger der ettersom man da ikke blander fysisk og digital omgang slik man gjerne gjør med venner på Facebook (Chen & Marcus, 2012). Det som uansett blir klart er at nettdating er et sosialt media som skiller seg ut med tanke på at det oppleves et skille mellom situasjonene online og offline, også for de unge informantene.

4.1.2 Hele tiden eller sporadisk

Sosiale medier benyttes i stor grad og alle informantene forteller de er innom jevnlig. Her finnes det likevel en tydelig forskjell mellom aldersgruppene som igjen er i tråd med beskrivelsen av et digitalt skille. Informantene i den unge gruppen snakker om omfattende daglig bruk som starter fra de våkner og fortsetter gjennom resten av dagen, noe som reflekterer den konstante påloggingen de allerede har fortalt om. Alle beskrev en høy nettaktivitet og at de var innom sosiale medier ofte eller ”bruker det hele tiden”. For å få en bedre forståelse av bruken blir de bedt om å beskrive en vanlig dag fra de våkner, og to av respondentene beskrev det slik.

”- Om morgenen og...

- Både morgen, midt på dagen, ettermiddagen, kveld. Konstant tilkobling.”

- Kristin (18-25)

”- Ja, for eksempel en vanlig mandag, du våkner og...

- Jo, da er det viktig å alltid sjekke Facebook, Instagram og Snapchat og så mail. ”

- Lise (18-25)

Informantene i den eldre gruppen er tilsynelatende ikke så mye på sosiale medier som sine yngre likemenn, men det er også variasjon innad i gruppen. Her blir bruken av flere av informantene beskrevet som sporadisk, der noen forteller at de er innom i løpet av uken, mens andre forteller om at de gjerne er innom daglig og gjerne da flere ganger for dagen.

”Kanskje i løpet av dagen, men det er ikke sikkert, det kommer an på, jo... stort sett, men bare helt kjapt.”

- Anne (45+)

Det at ordet sporadisk går igjen kan indikere at de eldre informantene ikke har sosiale medier så ”under huden” som de i den yngre gruppen, noe som er forventet ut fra ideen om et digitalt skille. Men det kan også knyttes til et mønster som går igjen i svarene i denne gruppen, der det fremkommer at bruk av sosiale medier er noe de føler behov for å unnskyldes eller bortforklare, og som kan tolkes som at de ikke regner det som sosialt akseptabel tidsbruk. De informantene i den eldre gruppen som er innom flere ganger daglig, har gjerne høy aktivitet, men også de spesifiserte at bruk av sosiale medier som noe de gjør innimellom, når de husker på det eller har ledig tid. For de unge informantene indikerte svarene sosial mediebruk preget av vane, og det Baym refererer til som ”innebygget del av dagliglivet” (Baym, 2010: 5). Vaner er en sentral del av dagliglivet og med digital teknologi oppstår ulike digitale vaner som kan variere fra å være dypt engasjert i mange sider av teknologien, til å bare bruke den til et par innøvde formål (Gardner & Davis, 2013: 25). Det er vist at nye brukere i høyere grad aktivt vurderer bruk opp mot formål eller personlig behov, mens de som har benyttet media over lang tid har en bruk som i større grad er drevet av vane (LaRose & Eastin, 2004: 373). Gjentakende bruk av sosiale medier er vanedannende og når vaner først er etablert vurderes ikke bruken på same måte, men blir heller en automatisert prosess (ibid.: 374). Og vi ser et lignende mønster her selv om forskjellen mellom informantene i denne studien er alder og ikke hvor ny man er i mediet.

4.1.3 Antall og valg av sosiale medier

De fleste informantene i den unge gruppen begynte å beskrive bruk av sosiale medier og nett ved å ramse opp alle de ulike sosiale mediene de benytter, der Facebook (Messenger), Instagram og Snapchat er de som nevnes oftest. Fire av fem i denne gruppen nevnte i løpet av intervjuet minst seks sosiale medier som de var aktiv på. Et eksempel er denne informanten som allerede har oppgitt at hun bruker Snapchat, Facebook messenger og Jodle daglig.

” - Bruker du flere typer sosiale medier enn de du har nevnt?

- Ja, jeg har Instagram, jeg har Twitter og Happn og Tinder...og det er vel kanskje de egentlig.”

- Maya (18-25)

Stadig nye sosiale medier kommer på markedet og blitt tatt i bruk, men det er vist at et sosialt medium ikke nødvendigvis erstatter et annet fordi de hver har sin unike form for kommunikasjon (Quan-Haase & Young, 2010). Det som blir tendensen da er at brukere i økende grad har flere medier de varierer mellom (ibid.), slik som det også ser ut her. Den samme informanten forteller at hun tar i bruk nye sosiale medier først når flere av vennene hennes bruker dem. Hun oppgir at grunnen til det er at hun vil følge med, både ved å ha det alle snakker om, men heller ikke gå glipp av det som skjer på dette mediet. Dette forteller oss at hennes sosiale liv er knyttet til digitale medier, så det handler ikke om å være opptatt av digital teknologi, slik hun selv også poengterer, men å delta sosialt. Når vi oppfatter at vi har mye tid (foran oss), vil vi i følge sosioemosjonell seleksjonsteori (Carstensen et al., 1999) prioritere en stor sosial kontaktflate som en del av å optimere fremtidige muligheter. Også knyttet til Eriksons psykososiale aldersbehov (1963) vil de i den yngre informantgruppen, uansett om det skjer digitalt eller ikke, regnes å ha et større behov for å knytte bånd med andre. Og i tilkobling til ”user-gratification” er det funnet at personer som deltar i sosiale medier for å tilfredsstille sosiale behov er vist å være opptatt av kontakten med andre, å oppleve sosial støtte og en følelse av samhold (Park, Kee, & Valenzuela, 2009:731) Kobling med venner og bekjente i flere nettverk fører gjerne til mer robuste vennskap eller relasjoner (N. B. Ellison et al., 2007; Haythornthwaite, 2002). Dermed ser det ut til viktigheten av å være med på sosiale medier ikke bare handler om digitalt skille

men også om alder og livsfase.

Også noen av informantene i den eldre gruppen forteller å ha konto på andre sosiale medier, men de oppgir at de hovedsakelig bruker Facebook i det daglige. Likevel virker de å være orientert om andre sosiale medier som finnes, så det handler ikke om kjennskap til, men kanskje mer om å ta et personlig valg av hva de vil bruke.

”Jeg hadde Snapchat en stund fordi at datteren min ville at jeg skulle ha det, men så sa jeg at ”jeg har ikke tid til dette (...)”, så jeg bare lukket den ned. Og da er det flere som spør også ”har ikke du...?”, men det vil jeg ikke ha kjenner jeg.”

- Hege (45+)

”Jeg har ikke noe sånn Twitter, Instagram eller Snapchat eller noe sånt. Men til gjengjeld syns jeg at jeg bruker litt for mye Facebook da. Både i tide og utide, for å se hva som skjer.”

- Eva (45+)

Av de eldre informantene ser sosiale medier ut til å bli vurdert ut fra den personlige nytten og tidsbruk, heller enn at det baseres på hva som det er vanlig at andre bruker, slik det ble beskrevet at også nye brukere gjør (LaRose & Eastin, 2004: 373). Dette kan knyttes til at de er digitale immigranter, der de ikke ”lever digitalt” og dette blir et supplement til, og ikke en naturlig del av, deres ellers analoge liv (Palfrey, 2010). Likevel oppgir de å kjenne til sosiale medier og forteller å ta de i bruk der de ser behovet. Dette behovet handler ikke nødvendigvis om et digitalt skille for den enkelte, men hvordan dette preger kulturen rundt sosialt samhandling (Frønes & Futsæter, 2013). Spredning av ny teknologi forklares av diffusjonsteori (Rogers, 2003). Nye teknologier blir adoptert når de oppleves som nyttige, men også som en del av sosiale prosesser (ibid.) der det skyldes ”flertallets normative kraft like mye som egen vurdering av produktet” (Frønes & Futsæter, 2013: 355). Når bruken av et sosialt medium når et visst nivå, vil de som ikke er bruker av det risikere å bli utelatt i sosial sammenheng (Rogers, 2003: 259 - 265) og dette vil være en motivasjon for å ta mediet i bruk. Men det er også et poeng at disse informantene middelaldrene og det er vist at med alderen er det en gradvis dreining fra å ha stor sosial kontaktflate til å bli

mer opptatt av nære bånd (Carstensen et al., 1999), dermed vil også dette ha noe å si for motivasjonen.

Det vi ser her er at de eldre informantene oppgir at de ikke føler behov for å delta på flere sosiale medier fordi de forteller at de ikke føler at de går glipp av noe ved å la være. For de unge er situasjonen en litt annen, de oppgir å bruke flere sosiale medier for å ikke gå glipp av noe sosialt, og det er vist at særlig for unge brukere er vennenettverk ikke bare en viktig kilde til informasjon om hvilke trender som kan adopteres, men også et sosialt press for å delta i de nye trendene (Quan-Haase & Young, 2010).

4.1.4 Digitalt stress

Selv om de rapporterer relativt lite bruk og stort sett holder seg til Facebook, er det flere av informantene i den eldre gruppen oppgir at de er innom sosiale medier oftere enn de egentlig skulle ønske. Uten at det blir spurt om direkte, dukker det på ulike plasser i intervjuet opp informasjon om at de vurderer sosiale medier som litt forstyrrende og at de bruker for mye tid her. Det kan igjen tolkes som om bruk av sosiale medier (Facebook) ikke har blitt inkorporert som en del av dagliglivet. Tidsbruk på nett er vist å reguleres opp mot det brukeren tenker et passende mengde sett fra et personlig eller sosialt ståsted (LaRose & Eastin, 2004: 374) som er knyttet til sosiale normer, og her ser vi at aktivitet på sosiale medier ikke regnes som en fullgod erstatning for å gjøre noe annet.

”Noen ganger velger jeg bevisst å ikke være på. At nå nei, nå kutter jeg helt ut og gjør andre ting. Jeg kan ikke sitte og være pålogget hele tiden.”

- Anne (45+)

”Av og til har jeg noen pauser der jeg deaktiverer hele profilen, men det er lenge siden nå. Men jeg er ikke så fornøyd med det selv, jeg syns jeg har for lett for å klikke fra det ene til det andre. (...) Det er veldig deilig de gangene jeg vet... når jeg har bestemt meg for å være offline. Det kan være når jeg går tur og lar telefonen ligge igjen hjemme og hvis jeg tar toget (...), så pleier jeg å late som om det ikke er nett på toget (ler). Det er et sånn vindu, og jeg syns det er utrolig deilig.”

- Eva (45+)

Flere forteller om grep de har tatt for å bruke mindre tid på Facebook, siden de opplever denne bruken som litt forstyrrende. Noen oppgir at de kobler seg av, mens andre er ofte innom, og kontrollerer heller tidsbruken ved å holde det kort, der de gjerne beskriver Facebook som et pauseinnslag på jobb og ellers. Enkelte informanter forteller at de opplever sosiale medier som mer enn forstyrrende, at de også er stressende. Dette stresset beskriver handler om følelsen av at de må være pålogget hele tiden, litt for å få med seg hva som skjer, men særlig fordi dette er en av kommunikasjonskanalene med barna deres, og at de derfor opplever det som problematisk å logge helt av.

”- Jeg tror jeg ville klart meg godt uten sosiale medier i hverdagslivet. Det ville nok, som de fleste sier, blitt mye roligere. Jeg ville fått mer tid som jeg kunne disponert annerledes, jeg tror skuldrene mine ville blitt senket. At den delen av det som er et forstyrrende element ville blitt borte.

- Så du ser på sosiale medier som forstyrrende?

- Ja egentlig. Det blir et sånn stress-ord i det daglige.

- Blir det sånn at du logger deg av på grunn av det?

- Ja, når jeg er på ferie hender det at jeg stenger fullstendig av. Men så går det en liten stund og så lurer på... og så har jeg en sønn og han må få mulighet til å nå meg og han bruker blant annet sosiale medier til å nå meg. Så det er litt av og på. Men når jeg er på ferie vil jeg helst stenge fullstendig av ja.”

- Cecilie (45+)

Her får vi et lite innblikk i møtet mellom foreldre som digitale innvandrere og deres digitalt innfødte barn, der foreldrene føler at de må være tilgjengelig i de kommunikasjonskanalene barna deres bruker, og derfor føler at det ikke er et valg å logge helt av. Cecilie forteller at hun tenker at de fleste syns at det ville bli roligere uten sosiale medier, som sier noe om at for henne er det slik den sosiale normen er. Og for sin aldersgruppe har hun rett, for i den eldre gruppen er dette et tema som går igjen. De yngre informantene snakker ikke om noe tilsvarende, men en informant tar opp et at sosiale medier kan være forstyrrende siden hun driver med multitasking, noe hun forteller at hun gjør både når hun er på forelesning og i lesesalen, men også slik hun beskriver her.

”Ja, altså jeg prøver jo... særlig om en er med andre mennesker skal en ikke sitte på telefonen hele tiden. Det blir jo veldig usosialt. Men altså, sitter jeg alene i sofaen, så er det fort at jeg sitter på telefonen selv om jeg ser på noe på TV. Men så tenker jeg sånn at ”nei, nå skal jeg legge telefonen på lading noen timer” og da er ikke jeg på nett på en stund.”

- Maya (18-25)

Fordi medier nå er i overflod hevdes det at digitalt innfødte benytter multitasking for å konsumere mer media på kortere tid (Palfrey, 2010: 191). Mens andre ser at multitasking mellom ulike medier også er prevalent blant de som eldre, men at det er en forskjell i hvilke medier som benyttes (Voorveld & van der Goot, 2013: 392) Multitasking er ikke noe nytt, men denne typen multitasking er mer avansert enn tidligere, for her veksler en ikke bare mellom gjøremål, men gjerne også sosiale roller (Thomas, 2007: 168) og mellom å være fysisk og digitalt tilstede. Om multitasking er positivt eller ei, strides det om, noen hevder at det reduserer vår evne til å følge med og å konsentrere oss (Hembrooke & Gay) mens andre mener det kan være positivt for våre kognitive evner (Lui & Wong, 2012). Multitasking blir ikke nevnt av andre informanter, men i den unge gruppen virker det å være relativt vanlig, siden fire av informantene, hadde telefonen oppe flere ganger i løpet av intervjuet, og samtlige tok seg i det og la den vekk igjen. Både Maya, ved det hun fortalte over, og de andre informantene ved hjelp av atferd, peker da mot en sosial norm som handler om at man ikke ”skal” holde på med sosiale medier (telefonen) når man er i en sosial situasjon.

4.1.5 Uten sosiale medier – hva nå?

Når Cecilie beskriver ro og mindre stress over, er det svar på hvordan det ville være for henne å klare seg uten sosiale medier i hverdagslivet. I den eldre gruppen handler svarene på akkurat dette spørsmålet gjerne om forstyrrelse, at de ville opplevd det ikke ha sosiale medier som noe positivt, selv om de også oppgir å se fordeler med å benytte sosiale medier i noen sammenhenger. De har levd store deler av livet uten sosiale medier, det er ikke en sentral del av livet deres, dermed virker det ikke så vanskelig å se for seg hvordan det ville vært å klare seg uten. Når det samme spørsmålet blir stilt til de yngre informantene blir det helt andre svar, og som regel lange tenkepauser.

” - Hvordan ville det vært for deg å klare deg uten sosiale medier i hverdagen, og hva ville vært annerledes?

- (ehm.....) Jeg har nå klart meg en måned uten internett før, men det var før alt ble så stort. Jeg tror jeg kunne klart meg, men jeg har veldig mange venner som bor i utlandet og det er en enkel måte å kontakte de på via sosiale medier (pause). Men jeg tror kanskje jeg kunne klart meg.

- Ville du planlagt sosiallivet ditt annerledes?

- Ja, det vil jeg tro... Jeg måtte faktisk fysisk kontakte noen (tenkepause). Kanskje det, det hadde vært veldig annerledes. ”

- Lise (18-25)

Det viser at det ikke er helt klart for Lise hvordan hun skal beskrive en hverdag uten sosiale medier, fordi det er en veldig sentral del. Når digital tilstedeværelse er viklet inn i livet ellers blir det vanskelig å skille de to fra hverandre igjen (Palfrey, 2010). En annen informant trekker frem at det ville være uvant for henne å måtte pleie sosial kontakt uten å bruke sosiale medier, og at hun heller ikke er helt sikker på hvordan hun eventuelt skulle gjort det.

” Jeg tror jeg ville snakket mye mindre med folk, for jeg snakker jo med noen hele tiden via sosiale medier. Jeg vet ikke hvordan jeg skulle klart det, for jeg er jo så vant med det. Tror jeg ville følt meg litt mer usosial egentlig, rett og slett.”

- Maya (18-25)

I den unge gruppen bekrefter også samtlige informanter at sosiale medier brukes for å planlegge sosiallivet, og det virker som om det i stor grad har erstattet det å lage avtaler på andre måter.

” - Bruker du sosiale medier til å planlegge ditt sosiale liv?

- Ja. Ja på Facebook er der jeg får invitasjon til arrangement, snakker med venner på Facebook om vi skal møtes. Kan til og med avtale ting på Snapchat – at vi skal møtes. Så det er ikke mange avtale som skjer face til face (ler)”

- Maya (18-25)

Her ser vi at informantene forteller å bruke digital teknologi som den primære kontakten med venner, og at denne konstante kontakten er en viktig del av å pleie sosiale relasjoner.

Også blant de i den eldre aldersgruppen oppgis det at Facebook benyttes for å planlegge sosialliv, og da særlig i forbindelse med å arrangere ting og å holde oversikt over ting som skjer. Men det kommer også frem at Facebook ikke har tatt over for andre kommunikasjonskanaler, men heller blir beskrevet som et tillegg. To informanter i den eldre gruppen svarer tvert nei på spørsmål om de bruker sosiale medier for å planlegge sosiallivet sitt, der en informant forteller at hun ikke synes mediert kommunikasjon er rett for henne personlig.

”(...) jeg har egentlig et litt annet syn på mellommenneskelige relasjoner og jeg mener fast og bestemt at det er noe helt annet å møtes ansikt til ansikt og å møte menneskene. Jeg tenker også i forhold til at i den vanlige hverdagen er man ikke laget for å ha så mye sosialt, hvis du skal fordøye, hvis det skal blir noe nytte for deg, hvis du skal forholde deg til for eksempel 20 personer på en dag på Facebook. Jeg er ikke for det. Det er ikke realistisk.”

- Beate (45+)

Det Beate forteller om berører et tema det også er forsket på, antall venner i sosiale medier. Dunbar (2010) påpeker at sosiale nettverksteder fjerner tidbegrensninger og gir oss mulighet til å ha så mange ”venner” vi vil, mens vi i den fysiske verden bruker vi i snitt 40% av vår begrensede sosiale tid på de fem mest viktige vennene i våre liv og der investert tidsbruk blir reflektert i kvaliteten på relasjonen. Så vi er ikke mentalt utrustet for å ha mer enn et begrenset antall mennesker i vår sosiale verden, den psykologiske investeringen blir for omfattende for den emosjonelle kapitalen vi har tilgjengelig (ibid.). Så selv om den teknologiske muligheten er der endrer vi oss ikke mentalt. Nye medier møtes ofte med to ulike reaksjonsmønstre, hevder Baym, det ene er bekymring for hva det gjør med kommunikasjonen der det oppleves som mediet truer ”ekte” relasjoner. Ansikt til ansikt kommunikasjon har vært standarden i tusenvis av år, poengterer hun, og muligheten til å kommunisere over store distanser og med høy fart (selv om dette har kommet gradvis) bryter med den sosiale forståelsen som sitter dypt i vår kollektive bevissthet (Baym, 2010). Enkelte hevder at

de ser en de-evaluering av dype relasjoner, ettersom vår oppmerksomhet i nære relasjoner (som da gjerne er fysisk) blir avledet av den store kontaktflaten av mer perifere relasjoner og det som skjer i sosiale medier (Gregen, 2002: 233). På den andre siden er nye media sett på som en mulighet til å koble seg med flere mennesker, og få sterkere relasjoner gjennom flerfoldige kommunikasjonskanaler (Haythornthwaite, 2002). Og her ser vi at det er et skille mellom informantene, der de unge forteller å være opptatt av å være påkoblet i størst mulig grad, mens den eldre oppgir å være mer skeptisk til å bruke sosiale medier som en mediator i relasjoner.

4.1.6 Å følge en oppskrift eller gjøre det sitt

Alle informantene rapporterer, som nevnt, å bruke Facebook, og informanter i begge grupper oppgir at de bruker den mest til å følge med. Men i motsetning til de yngre informantene forteller alle de eldre informantene at de også publiserer innhold. Det skjer riktignok ikke hver gang de er pålogget, sier de, men mer sporadisk.

”Stort sett følger jeg med, men jeg publiserer ting og altså! Jeg er ikke sånn kjempeaktiv som enkelte er. Jeg er kritisk til hva jeg legger ut, jeg legger ut en del bilder. Og jeg kommenterer, jeg er flink å kommentere.”

- Anne (45+)

”Jeg legger ut og. Det er veldig opp og ned. Hvis jeg først legger ut noe en dag kan det være at jeg legger ut tre-fire ting på samme dagen, men så kan det gå i hvert fall et par uker og kanskje bort imot en måned der jeg ikke legger ut noe. Men gjør begge deler. Jeg legger sjeldent ut sånne bilder eller ferdigproduserte visdomsord, det er jeg ikke så god på å dele, men jeg skriver gjerne litt eller legger ut et bilde.”

- Eva (45+)

Flere av informantene omtaler det som å være ”flink eller god til å publisere”, som om de føler det finnes en oppskrift på hvordan en skal opptre på Facebook. Ingen i den unge gruppen nevner noe tilsvarende. Om vi ser det opp mot tilpasset bruk som de unge informantene gjerne forteller om, kan dette også tolkes som et tegn på ulike måter å ta i bruk sosiale medier på og muligens et digitalt skille. På den ene siden har vi de som bruker sosiale medier slik de forstår at det skal brukes, mens på den andre siden har vi de som er så inne i den sosiale medie verden at de approprierer bruken til

å fungere for dem, selv om dette betyr å bruke medier på annen måte enn det som var intendert. Et eksempel på dette er å lage avtaler med Snapchat og flere eksempler vil komme når vi tema blir nettdating.

4.1.7 Oppsummering

Det finnes et tydelig spor av et digitalt skille mellom informantene i de to aldersgruppene. Det fremkommer mest konkret når vi ser på hyppighet av bruk og antall sosiale medier som benyttes, men den mest slående forskjellen er likevel hvor ulik opplevelsen er. Der får vi på den ene siden et innblikk i hvordan unge mennesker bruker sosiale medier som en del av hverdagen lever et ”digitalt hybrid liv” (Baym, 2010: 1). For dem fremgår det at sosiale medier en naturlig del av hverdagen. På den andre siden har vi de eldre informantene som står litt utfor, men tar i bruk teknologien når de ser behov for det. Selv om bruken deres er mindre i omfang enn den yngre gruppen, forteller de at sosiale medier kan være forstyrrende og de opplever at de bruker mer tid der enn det de liker. Dette kan ses på som et tegn på at de ikke har inkorporert de helt i livet sitt og at de ikke regnes som noe legitimt å bruke tid på. Mens disse informantene opplever et press om å være tilstede i sosiale medier selv om de gjerne synes det er litt stressende, lurer informantene i den unge gruppen på hvordan de ville klart seg uten. Dette greier de ikke helt å forestille seg siden sosiale medier er så integrert i livet deres. Sosiale medier har ikke erstattet å treffe venner, men mye av kommunikasjonen skjer her, og flere av de unge informantene forteller at den digitale teknologien blir den primære kontakten med venner. For de eldre informantene er dette ikke tilfellet og de foretrekker gjerne å pleie sosiallivet sitt analogt fordi de ikke ser på sosiale medier som en fullgod erstatning. Det blir tydelig at opplevelsen i sosiale medier er ulik for de to informantgruppene og at mønsteret kan knyttes til karakteristikkene av et skille mellom digitale innfødte og innvandrere. Mønstre vi har sett her finnes det støtte for i litteraturen, men nettdating i norsk sammenheng vet vi mindre om, og enda mindre når det gjelder kobling til alder. Blir det da slik at noen lignende mønstre vil vise seg når vi ser nærmere på nettdating? Vi har allerede fått en indikasjon på at nettdating skiller seg ut fra andre sosiale medier ved at de unge informantene ser et skille mellom online og offline her som de ikke omtaler ellers.

4.2 Nettdating

Før vi skal se på selvpresentasjon i nettdating skal vi se hvordan informantenes nettdatingverden ser ut. Formålet de har med nettdating og fordeler og ulemper det har vil være tema, i tillegg vil holdning til nettdating og holdningen de ser i samfunnet ellers bli tatt opp. Informantenes digitale medievaner viste flere faktorer rundt bruk og holdning som indikerte et digitalt skille. Vil det samme gjelde for nettdating?

4.2.1 Bruken av og formålet med nettdating

Alle informantene i begge aldersgrupper forteller at de benytter eller har benyttet nettdating. I den unge gruppen er bruken beskrevet som litt ”av og på” og de fleste oppgir å ha brukt det i kortere tid, noen i bare noen måneder. En informant i denne gruppen forteller å ha truffet en som nå er kjæresten hennes på nett og informerer at hun derfor ikke på med nettdating lenger. Mens en annen informant beskriver et ambivalent i forhold til nettdating som gjør at hun har hatt profil flere ganger.

”Ja, jeg prøvde det første gang før jul 2014, men så syns jeg det ble litt for kleint, så jeg slettet det. Det var i mars/februar tenker jeg. Og så har jeg egentlig ikke vært borti det før i sommer da venninne klarte å overtale meg til å prøve det igjen. Og da var det snakk om en tre uker og så klarte jeg ikke mer.”

- Lise (18-25)

På intervjutidspunktet oppgir hun å igjen være aktiv på nettdating, og den ”kleinheten” hun beskriver greier hun ikke helt å gjøre rede for. I den eldre gruppen forteller også de fleste at de har hatt nåværende/den siste nettdatingprofil(en) i en kort periode. To av informantene i denne gruppen oppgir at de ikke aktiv på nettdating på intervjutidspunktet, en forteller at det er fordi hun har kjæreste som hun traff via nettdating, og en beskriver at grunnen er at hun har gitt det litt opp. Selv om profilene de har (hatt) nå er relativt nye beskriver flere at de har brukt nettdating tidligere også, og da gjerne flere år tilbake i tid.

” Det har vært veldig av og på fordi jeg har hatt forhold som har vart en stund og plutselig har jeg kanskje hatt et forhold som har vart i et år, og da har jeg jo ikke vært inne. Det er vel kanskje syv, syv og et halvt år siden jeg var inne for første gang.

- Og så har du brukt det i perioder siden den gang, når du har vært singel?

- Ja. Og så har det vært perioder der jeg har vært lei og ikke giddet og perioder der jeg har hatt det så travelt med andre ting, og har fokus mer på andre ting i livet.”

- Hege (45+)

Opphold blir fortalt å være knyttet til endring i sivilstatus, at partnersøk var nedprioritert på grunn av andre ting eller at de var lei av nettdating og tok en pause, slik hun ene informantene forteller at hun gjør nå. Nettdating skiller seg sånn sett litt fra andre sosiale medier med sin spesifisitet, disse informantene forteller at de går inn i det i forbindelse med et ikke-vedvarende behov, og når behovet er dekket eller ikke er der lenger går de ut. I denne gruppen er nettdating knyttet til et formål, for her beskrives det at den benyttes med en intensjon om å treffe noen. De fleste spesifiserer at de vil ha et forhold, en kjæreste, treffe mannen i sitt liv eller finne en partner, selv om noen oppgir å være mindre kategorisk og ikke har en forhåndsdefinert ide om hva slags relasjon det skal være.

Sosioemosjonell seleksjonsteori (Carstensen, 1995) kan være nyttig å se opp mot bruk av nettdating siden det i følge denne teorien, som tidligere nevnt, er hevdet at nære relasjoner får en økt betydning med alderen (ibid.). Opplevelsen av mindre tid kan igjen føre til et mer målbevisst forhold til nettdating (Stephure et al., 2009). Stephure har i denne konteksten funnet at økende alder samsvarer med et økende ønske om å finne en partner der det kan deles er emosjonelt og meningsfullt bånd. Han ser dette i sammenheng med at eldre treffer mindre nye mennesker fordi hverdagen er mer satt, og at de derfor vil være mer motivert for utnytte teknologisk utvikling, slik som nettdating (ibid.) Og det ser ut til å gjelde for de eldre informantene, de søker i stor grad etter noe seriøst, og det er de veldig klar på.

”Formål? Jeg er på jakt etter en livsledsager.”

- Beate (45+)

Når intensjonen er å møte en partner på nett vil selvpresentasjonen være viktig (M. T. Whitty, 2008b), og i økende grad desto mer seriøs vi er. Dette vil i utgangspunktet være det eneste referansepunktet der potensielle partnere vil kunne få en forståelse for hvem vi er og avgjøre om de ønsker å ta kontakt eller ikke, og dette vil igjen sette

noen parametere for hvordan den eventuelle kontakten vil bli videre (Swann, 1990: 414-415).

Blant de yngre informantene er det derimot nesten ingen som oppgir at de bruker nettdating i håp om å finne en partner. Informantene selv greier gjerne ikke helt å formidle intensjonen de har med nettdating, og den tilknyttingen til formål som de eldre nettdaterene forteller om, finnes stort sett ikke her. Bare en har forteller å ha brukt nettdating for å finne partner, og det er hun som nå har kjæreste. Interessant nok kunne hun informere om at hun endte opp med å treffe ham på Instagram, selv om hun da også benyttet nettdating på det tidspunktet. For de resterende kan det virke som om poenget er å være med på nettdating som en del av den sosiale medie verden, slik som denne informanten forteller.

”Hvilket formål har du med bruk av nettdating?”

- Ingen spesielle. Litt fordi jeg er innom det fordi venninner har overtalt meg til å prøve det ut. Så jeg har egentlig aldri lastet ned for egne tanker og formål, jeg har liksom bare blitt kastet inn i det og tenkt ”jaja”.

- Men et overordnet formål ville vært å finne en partner eller?

- Nei, bare for å teste.”

- Lise (18-25)

Andre informanter i denne gruppen forteller om bruk av nettdating relatert til kjedsomhet, vane og nysgjerrighet, og at de gjerne begynte med det for å se hva det var, som sammenfaller med begrunnelser for bruk av Facebook funnet i en annen studie (Quan-Haase & Young, 2010). En dansk studie finner som ser på nettdatere og det sosiale rom finner likhetstrekk til det som blir beskrevet her og som er knyttet til samme aldersgruppe (Radil, 2009). De finner en gruppe nettdatere som kjennetegnes ved at de er opptatt av å få anerkjennelse og oppmerksomhet online og at nettdating blir en slags underholdning eller sosial utveksling, mens det å møte noen fysisk er ikke så viktig og de er heller ikke nødvendigvis orientert mot et forhold (ibid.), som er det informantene her også sier. En informant forteller at valget om å bruke nettdating er likt valget av sosiale medier ellers, der hun oppgir å velge å bruke det andre rundt henne bruker. Og bruken er også lik på den måten at den har gått over til å bli en vane.

”Altså det ble egentlig bare fordi alle andre drev med det. Det høres jo veldig feil ut å si det på den måten, men... Alle var der og alle drev med det, så du måtte få med deg hva det var for noe. Og så ble det bare en vane. Men jeg har nok ikke gått inn i det med fullt fokus heller.”

- Maya (18-25)

Maya, selv om hun i utgangspunktet ikke tenkte det, sier hun likevel er åpen for at kontakt på nettdating kan lede til et forhold. Mens flere oppgir å ikke være åpen for det og eksplisitt sier at de ikke er der for å treffe en partner eller av romantisk/seksuelle grunner. En informant kastet litt nytt lys over dette og forteller at i hennes miljø bruker ”alle” nettdatingapper, men uten å være så opptatt av det med dating. De som hadde kjæreste ble oppgitt å bruke det også, men at de gjerne skrev noe om at de var i et forhold i profiltteksten. Da ble det sett på som en app som lar deg søke opp de i nærheten av deg i sosial sammenheng. Andre fortalte at de ”bare ville møte nye mennesker, venner og sånn” og bruker nettdating for å treffe nye bekjentskaper. Dette er et behov som også har blitt sett av flere enn disse informantene og har ført til at nye apper med fokus på venner er på vei inn på markedet, slik som ”Hey! Vina”(Bjørn, 2016), et eksempel på at kommunikasjonsteknologier både former vår sosiale praksis, men også blir formet av den (Dutton, 1996: 9). Ved å bruke nettdating til andre formål kan de yngre informantene tolkes som å appropriere bruken til å passe med deres liv, heller enn at man bruker nettdating knyttet til et formål om å treffe partner, som er slik bruken av mediet er intendert. Om vi knytter det til bruk av sosiale medier, så vi at de unge informantene tok det i bruk på nye måter, mens de eldre snakket mer om de var flinke til å bruke mediet, som om det skulle finnes en ”oppskrift”. Det virker som om denne tendensen går igjen her, slik at bruken av nettdating reflekterer bruken av sosiale medier ellers. De eldre ser det som et verktøy som de benytter i de situasjonene det passer; når de er singel og søker partner. Mens de unge er driver med nettdating for å være med sosialt og knytter ikke nødvendigvis bruken til partnersøk.

4.2.2 Grunner til å velge nettdating

Når informantene da ble spurt om hvorfor de hadde valgt å bruke nettdating reflekteres dette synet, og i den unge gruppen ble det snakket om utprøving og

tidsfordriv. En informant i denne gruppen beskriver bruken av nettdating som er slags utprøving av hvor akseptabel hennes identitet er. Hun beskriver seg som aseksuell og sier

”Så det er et type eksperiment for meg for å se om det er faktisk noen som liker det og faktisk sier ja. At de faktisk vil møte en som er det.”

- Jane (18-25)

Hun påpeker selv at det kanskje ikke er forventet at en aseksuell person er på en ”hook-up sted”, så hun forventer litt reaksjoner på det. I dette tilfellet blir nettdating en scene der hun kan spille ut identiteten sin og få tilbakemelding fra andre. Det kunne hun gjort i andre sosiale medier, men med nettdating får hun spilt den ut i et rom som er intendert til å handle om romantiske eller seksuelle relasjoner. I Goffmans metafor til teaterscenen trekker han frem fremføringen av identitet er ikke noe vi gjør alene, men i samarbeid med våre medskuespillere. Da blir ikke fremførelsen av identitet det essensielle, men heller samhandlingsprosessen mellom de ulike aktørene (Goffman, 1959). Mens det på Facebook kunne vært rart å prøve ut sin seksuelle identitet, blant annet fordi selvpresentasjon er påvirket av hvem som er publikum (Schlenker, 2000: 211) og publikummet der gjerne er blandet (N. N. Bazarova & Choi, 2014), finner hun en sosial plattform der dette er mer akseptabelt. Selv om ingen andre av de unge fortalte så eksplisitt om utprøving av identitet, lå det likevel i luften at også de syns det var en spenning rundt oppmerksomhet og tilbakemeldinger på profilen sin, og en del av kommunikasjonen de forteller om virker flørtende. Også Jane sier eksplisitt at hun ikke driver med nettdating for å treffe en potensiell partner, men det hun sier over indikerer at hun har lyst å treffe noen, og siden seksualitet er et tema kan dette tolkes som å handle noe mer enn vennskap. Denne tosidigheten går igjen i svarene fra flere av de unge informantene, de forteller at de ikke bruker nettdating for å finne partner, men det kommer frem i andre svar at sosial bekræftelse knyttet flørt og seksualitet likevel har en sentral rolle. Det er mulig at denne uklarheten kan kobles til at mennesker i denne alderen gjerne ikke søker etter partner så bevisst som de eldre gjør, og at det derfor blir omtalt forskjellig. Men det kan også være at intervju situasjonen spiller inn og informantene modererer seg selv og ”ufarliggjør” sin egen bruk av nettdating.

I den eldre gruppen kom det frem at nettdating ble valgt av praktiske årsaker, gjerne knyttet til hverdagslivet. Det kunne være det praktiske rundt å være enslig forsørger, å ha barn og dermed ikke ha så stor mulighet til å gå så mye ut og treffe mennesker på kveldstid. Dette sammenfaller med beskrivelsen av ”den effektive nettdater”, der nettdating blir sett som en pragmatisk måte å treffe noen (Radil, 2009).

”På det tidspunktet...fordi jeg kommer fra en liten plass der det ikke var så lett å møte noen. Eller jeg hadde for så vidt ikke så lyst å møte noen der siden jeg ville flytte vekk på sikt, og det var ikke så mange som jeg så som potensielle. Pluss at jeg hadde et lite, forholdsvis lite, halvstort, barn da, så hadde jeg ikke så god tid til å fly på byen. Da fungerte det mye bedre for meg å sitte hjemme med henne en kveld, og etter at hun hadde lagt seg kunne jeg kikke på nettet. ”

- Hege (45+)

Informanten over beskriver geografisk plassering, det å bo på et lite sted som en begrensning for å møte noen. På nettdating, som i andre sosiale medier er opphører geografiske avgrensinger (Meyrowitz, 1985), og dette utvider muligheten for å treffe noen. Det samme gjelder for den asynkrone kommunikasjonsformen (J. P. Walther, Malcolm R, 2002), for å treffe noen på en bar ville man måtte være der på samme tidspunkt, mens på nettdating kan andre ta kontakt så lenge vi har profil, uavhengig om vi ser på skjermen eller er opptatt med andre ting. Det blir en effektivisering i søken etter en partner og passer sånn sett inn det moderne liv der forhold og intimitet, blir et individuelt prosjekt som må arbeides frem (Giddens, 2013), og spesielt siden mange føler at de er travle og tiden ikke strekker til. Andre forteller om at nettdating ble et alternativ der andre sosiale aktiviteter ikke førte til at de traff noen, eller at det å gå på bar for å flørte ikke appellerte.

” Bortsett fra ta jeg vil treffe noen, så er det fordi at jeg ikke er noe sånn super utadvendt, og det å skulle henge i en bar og bli kjent med noen, det har jeg aldri...jeg er rett og slett så genert. Det er noe med den barrieren, jeg kan prate med folk og sånn, men jeg er litt ”slow to warm up” tror jeg. Og så sier de jo at det er man treffer noen, gjennom nettet, gjennom jobben eller gjennom venner. Mine fleste av mine

venner var, i hvert fall når jeg ble skilt, i forhold og hadde ikke sånne kjempesosiale liv, med fester og sånn.”

- Eva (45+)

De i den eldre gruppen har gjerne mer etablert liv og sosiale strukturer (Glen H Elder & Shanahan, 1997), og treffer kanskje færre nye mennesker. Da blir nettdating en mulighet til å treffe flere og gjerne mennesker man ikke ellers ville truffet gjennom sitt eget nettverk (Stephure et al., 2009). Enkelte informanter forteller om forsøk på å utvide nettverk med tanke på å treffe en partner ellers, der de da gjerne kobler inn hobbyer og interesser, slik som å melde seg inn i turforeningen eller holde på med dans. Så nettdatingen beskrives som et supplerende verktøy og ikke en erstatning for å treffe folk ellers, slik den også blir beskrevet i andre studier (Witty, 2006).

” - Men jeg er like åpen for å treffe noen på som ikke er på nett, altså utenom. Jeg er veldig sosial, jeg kommer lett i kontakt med folk når jeg er ute og sånn, så jeg er ikke overbevist om at det er på nettet jeg vil treffe noen.

- Så for deg er det en tilleggs mulighet da?

- Ja, en tilleggs mulighet for å slippe å dra på byn, ja for en finner jo ikke nødvendigvis noen på byen en fredag kveld, to om natten. Det er de færreste der jeg kan tenke meg, og jeg har jo truffet på mange av de...”

- Anne (45+)

4.2.3 Å treffes digitalt versus å treffes fysisk

Å bruke nettdating for å treffe nye mennesker kan ha både utfordringer og fordeler, og ulike aspekt av dette blir trukket frem når informantene blir spurt om hva som er forskjellen mellom å møte noen på nettdating og ellers.

”Forskjell? Det er jo det selvfølgelig! Hvis man møter de i person så er det litt vanskeligere å lyve...(ler) ja hvis du faktisk møter dem person til person.”

- Jane (18-25)

Selektiv selvpresentasjon er det flere som nevner, og da helst negativt i forhold til uærlig eller ufullstendig informasjon fra andre. Nettdating er gjerne mindre koblet til vår offline identitet enn sosiale nettverkssteder, derfor er det forholdsvis enkelt å være

uærlig (Lo, Hsieh, & Chiu, 2013) og det har blitt vist at dette blir sett på som både den største ulempen (Brym, 2001) og som en av de største risikoene (Couch, Liamputtong, & Pitts, 2012) med å benytte nettdating. Det er også vist at selv om det er relativt vanlig med misledende selvpresentasjon i sosiale medier generelt, er vi mer skeptisk om dette skjer blant mennesker vi ikke kjenner (DeAndrea & Walther, 2011) og derfor blir dette gjerne et større tema knyttet til nettdating enn andre sosiale medier.

” Ulempen er at man ikke kan være trygg på hva som skjuler seg bak og mellom linjene. Det er klart at sånn kan det jo være ute på byen og, men da ser man jo ansiktet og du vil gjøre deg noen kjappe tanker om hvem denne personen er. Når du er på nett kan folk være ”kongen på jord” og bak det gjemmer den mest stakkarslige på jord. Det er en del av det.

- Så du kjenner en usikkerhet på om folk er den de gir seg ut for?

- Mm.”

- Cecilie (45+)

Online er det lettere å styre hvilken informasjon som deles og det åpner for å være mindre ærlig og strategisk (M. T. Whitty, 2008b), slik Cecilie forteller om. Men det har blitt for øvrig blitt funnet at de som har en intensjon om at nettdating skal føre til noe mer er mer ærlig i kommunikasjonen og å byr mer på seg selv (J. E. Gibbs, NB; Heino, RD 2006).

Uærlighet et tema både unge og eldre informanter er opptatt av og forteller at de opplever det er vanskelig å ”bekrefte eller avkrefte” om det som blir sagt er sant, noe som også er funnet i andre studier (Donn & Sherman, 2002). Noen har forteller om opplevelser de har hatt av å treffe mennesker som har fremstilt seg selv feilaktig, men de fleste snakker om hva de har hørt om fra andre eller lest om i media. Flere i den eldre gruppen forteller at de gjerne tar seg tid til å kommunisere litt frem og tilbake på nettdatingsiden som et verktøy for å sile vekk de som eventuelt er uærlige. For selv uten non-verbale tegn kan det som bli sagt og ikke minst hvordan de sier det være avslørende eller inkonsekvent, og flere mener selv de har ganske god rader for å fange dette opp. Det har blitt vist at i mangel på informasjon legger vi mer vekt på det vi har, og detaljer som grammatikk og lengde på e-post blir inkludert for å danne et

inntrykk av hvem vi har med å gjøre (N. H. Ellison, R; Gibbs, J, 2006; Wahlter, 1992). Og informantenes svar her er knyttet til dette, der de forteller at de tolker denne typen tegn opp mot informasjonen personen skriver, og flere kunne oppgi at de hadde avslørt uærlighet på den måten.

4.2.4 Mangel på non-verbale tegn

Mangelen på identitet kan gjøre det vanskelig å vite om andre er ærlig, men mangelen på non-verbale tegn gjør at det er vanskeligere å tolke vedkommende. En løgn i det fysiske livet er gjerne knyttet til visse typer atferd (Kadv, 2010), men denne atferden er ikke synlig her. Og på motsatt side, det er heller ikke sjarm eller kjemi.

”Altså du får jo et slags inntrykk av hvordan personen er, men hvem som helst kan gjøre seg til en mer perfekt versjon av personen de er. Så du får en pekepinn, men du aner virkelig ikke om dette er en person du kommer til å like eller ikke. Og jeg tror man blir mer overfladisk (på nettdating) fordi man får ikke opplevd personen, hva som er sjarmerende med den personen og som du kanskje liker da.. det ser en liksom ikke. (...). I tillegg så får du ikke ... det kan være at man har god kontakt i meldinger, men at når en møtes er det null kjemi. Så du går kanskje glipp av ham som du kunne truffet som du hadde masse kjemi med, men bladde forbi på tinder.”

- Maya (18-25)

Ettersom non-verbale tegn stort sett ikke er tilgjengelig, blir formidlingsferdigheter viktig i nettdating, både når du skal utforme profil og i kommunikasjon med andre. Bruken av emoticons og akronymer for å kompensere for manglende muligheter for å uttrykke øyeblikkelige sinnsstemninger eller betoning har blitt fremmet mangelen på nonverbal kommunikasjon (M. T. Whitty, 2003). Her blir språket en omgangsform der vi må kjenne reglene i form av koding og avkoding på samme måte som i fagspråk. Randil et al. introduserer begrepet nettdatingkapital (som en subversjon av kulturell kapital) når de ser på nettdating i en sammenheng Bourdeus teorier om det sosiale rommet. Dette blir da sett på som en ressurs eller egenskap som bare er knyttet til nettdatingfeltet som er forbundet med at en bruker internett mye og at en kjenner spillereglene til fingerspissene (Radil, 2009). Det som blir skrevet i korrespondansen i nettdating påvirker i stor oppfatningen av personen som helhet (Rosen, Cheever, Cummings, & Felt, 2008), og de personene som behersker både nonverbalt og verbalt

språk vil derfor ha en fordel. Og om vi kobler det til en tanke om et digitalt skille kunne det tenkes at de unge hadde dette mer under huden, noe det også var indikasjoner på at de hadde. Informanter i begge grupper mente selv de hadde god forståelse for den digitale omgangsformen og brukte blant annet emoticons, men for noen av de eldre ble det en tilgjorthet over det, og i stedet for at det uttrykte en spontan sinnsstemning ble det mer knyttet til et formular som sa noe om når det passet å bruke hva. Mens mangel på non-verbale tegn gjør det vanskelig å vurdere kjemi og i noen tilfeller forstå hva den andre mener med det som blir sagt, kan denne typen kommunikasjon også gjøre at en kommer fortere innpå hverandre fordi det oppleves som en trygg setting for å by mer på seg selv (Walther, 1992). Walther benytter uttrykket “hyperpersonlig” for å beskrive datamedierte forhold som kan oppleves som mer intim enn tradisjonelle offline forhold. Dette skjer når brukere greier å se mulighetene teknologien gir fremfor å oppleve mangelen på nonverbal kommunikasjon som upersonlig eller begrensende (ibid.). En informant forteller om begge sider av dette.

”- Det største skillet er at en skal forholde seg til person ut ifra et bilde, kanskje et bilde, det er ikke alltid du har det, eller en tekst. Og noen er ekstremt gode å skrive og noen er ekstremt dårlige på å skrive. Du får et helt annet inntrykk når du møter en person, du får ikke mimikk, stemme, du får ikke... når du bare skriver. Men samtidig så kan det være selvfølgelig hvis en får... du kan trenge dypere litt kjapt hvis du bare skriver. Og hvis du har noen som er god å skrive så kan du komme inn under huden på den personen på veldig kort tid. Og det kan være litt spennende, for da kan du tørre å ta opp tema som du kanskje ikke kommer inn på når en bare møter de. Men samtidig går du glipp av utrolig mye informasjon fordi at det ikke er alle som er så flink... sånn ”hva mener du egentlig nå” når en sitter og prater [på nett].”

- Anne (45+)

”Hyperpersonlig” kommunikasjon kan føre oss inn i en sirkel der vi får overdrevne forventninger som blir bekreftet og gjengjeldt fordi det er knyttet til selektiv selvpresentasjon (J. B. Walther, 1996), og der vi opplever stor og økende grad av intimitet (Bridges, 2012; J. B. Walther, 2007). Det hevdes gjerne at datamediert kommunikasjon tar lenger tid når det gjelder å utvikle relasjoner (J. B. Walther,

Deandrea, & Tong, 2010), men det har på en annen side blitt vist at kommunikasjonen i nettdating har en tendens til å gå fortere fremover (enn offline), både på grunn av den høye frekvensen av korrespondanse, men også den store graden av intimitet og betroelser (Rosen et al., 2008). Asynkron kommunikasjon, som ofte benyttes i nettdating, gir oss mulighet til å bruke mer kognitive ressurser på selektiv selvpresentasjon (N. H. Ellison, R; Gibbs, J, 2006) og tid til å tenke over budskapet, hvilke deler av vår personlighet vi vil vise eller hvilke bilder som best gir det inntrykket vi ønsker, for så å formidle dette best mulig (J. B. Walther, 2007). Dette er en fordel for senderen, men kan også være til fordel for mottakeren, der en informant trekker frem det positive ved at det skaper en slags distanse gjør det lettere å vurdere det som blir sagt.

”Altså du har en avstand og en mulighet til å vurdere mer det som blir sagt. Forhåpentligvis er man ganske edruelig og, for folk drikker jo gjerne når de sitter og skriver på nettet. Det er det å betrakte ting litt på avstand i stedet for at det kommer rett på deg i en sånn sosial sammenheng ute på byen. ”

- Cecilie (45+)

Her blir skjermen vi kommuniserer gjennom også skjermende, noe som kan være en fordel i situasjoner der vi føler oss emosjonelt utrygg (Baym, 2010: 4), slik som i nettdating. Baron (2008) beskriver det som at nye medier gir oss en ”volum kontroll” der vi kan stille inn vårt sosiale miljø og styre våre møter. Vi kan finne nye muligheter å kommunisere på og måter å unngå kommunikasjon på (ibid.), eller i tråd med det informanten over beskriver ”skru ned volumet” ved å unngå direkte kommunikasjon.

4.2.5 Vindusshopping

Det at nettdating gir deg mulighet til å treffe flere mennesker som også er singel og ”andre enn de man ville møte ellers – i det virkelige liv”, blir trukket frem som en fordel av flere av informantene. Og det påpekes også at det åpner opp for kommunikasjon ettersom alle som har en profil på nettdating oppfattes som å være åpen for kontakt, og at slik er det ikke ellers. En eldre informant sammenligner nettdating med å gå på bar; ”går du en kveld ute på byen, så kan du gjerne treffe på noen, men så er de kanskje gift eller opptatt og det er heller ikke så lett å komme i

kontakt med folk.” Digital kultur er som nevnt et fremvoksende sett med verdier, praksiser og forventninger når det gjelder hvordan en (bør) oppføre seg og være i relasjon til hverandre innen et sosialt nettverk(Deuze, 2006). Og her ser vi at forventningen til kulturen på nettdating legitimerer det å ta kontakt med andre, noe informanter i begge aldersgrupper påpeker.

”Altså, du har jo muligheten... muligheten for å bli kjent med noen er mye større. Det er ikke ofte en går på gaten og noen spør om en vil gå på date eller at du møter noen på byen som vil noe annet enn å bare bli med deg hjem denne ene kvelden. Så du har i hvert fall muligheten til å møte mange flere som også kanskje er litt interessante mennesker.”

- Maya (18-25)

En i den eldre gruppen påpeker at nettdating kan være fint når ”alle” rundt henne er i forhold og hun føler hun er den eneste uten partner. Da oppfattes det som om det er mange i samme båt og som betryggende at det er flere i samme situasjon heller enn at hun skal tenke at hun aldri vil finne noen.

En annen fordel mange av informantene trekker frem er muligheten for å lese om andre og få informasjon før de tar kontakt eller involverer seg. Det er ”vindusshopping” der en kan finne ut en hel del om en person uten å i det hele tatt måtte ta kontakt (M. T. Whitty, 2008b), og informanter i begge aldersgrupper tematiserer dette.

”Det som jeg synes er fint med nettdating er å se hvordan andre tenker. Og det er mye variasjon i hva som blir skrevet i profilene. Så selv om man kanskje ikke kan danne seg et bilde av det de skriver, så er det likevel forskjeller der det er noe som fenger og noe som ikke fenger av det som blir skrevet. Hvor mye engasjement den enkelte har. Noen skriver jo bare to setninger og så er de ferdig. Men jeg synes det er spennende å se hva en tenker. ”

- Beate (45+)

”Du får ofte mer bakgrunnsinformasjon om en person umiddelbart enn hvis man møter noen ellers, for da har du jo bare utseende deres og det de forteller om seg

selv, mens på en nettside står det mer informasjon om interesser og sånn, så da blir det mer effektiv velg og vrak situasjon.”

- Nora (18-25)

At nettdatere ”screener ” ved å se på profiler er også kjent fra andre studier, der det ble funnet at utseende, det vil si profilbilde, er aller viktigst, men tett fulgt av å ha lignende verdier og interesser, og indikatorer på sosioøkonomisk status (M. T. Whitty, 2008b). Screeningprosessen blir også knyttet til hvordan man formulerer seg, og nettdatere oppgir å være mistroisk til klisjeer, som oppfattes som lite genuin og en ”turn off” (ibid.; M. T. Whitty & Carr, 2006). Men det ligger også en frihet i å lese profil og å kommunisere med dens eier, men uten å forplikte seg til noe mer. Og flere informanter oppgir at de føler å ha større kontroll over hvor fort ting skal gå fremover, og at de ”ikke trenger å gå hele veien” før de har blitt kjent.

”Du leser og ser bilder og hvis ikke det er interessant så blar en bare videre og svarer ikke hvis de skriver til deg. Jeg har kanskje hatt noen venninner som har truffet noen på byen, og så virker det bra. Men veldig fort har det kanskje skjedd noe, så en har egentlig ikke fått tid til å bli kjent med den personen i forkant, før en er i noe, i et datingopplegg. Men her føler jeg at du kan, hvis du vil i hvert fall, bruke god tid til å bli kjent, både gjennom profil og bilde, og ved å kommunisere. Og så etter at en har holdt på med det en del uker eller måneder, så tar man en kaffe. Så en kan ta det litt piano, i ditt tempo...

Og uten at du har forpliktet deg til noe?

- Ja. Det syns i hvert fall jeg er en fordel.”

- Hege (45+)

Igjen et eksempel på nettdatingens skjermende funksjon (Baym, 2010: 4) der mangel på fysisk tilstedeværelse og asynkron kommunikasjon gir mulighet til å gå frem i eget tempo. Mens andre forteller at denne typen kontakt eller kommunikasjonsform kan være fordelaktig for hvordan de er som person. Der en informant beskriver at hun opplever at sjekking på bar kan være en utfordring fordi hun feiltolkes, og dermed blir nettdating, med manglende non-verbale tegn et bedre alternativ.

”Ja, det er en fordel for sånne som ikke er så veldig på hugget. Jeg har heller aldri hatt noe sånn voldsomt draget, det må jeg bare innrømme (ler). Jeg tror jeg utstråler noe som, det er kanskje sjenanse, men jeg tror jeg virker avvisende. Det er jo en ærlig sak.”

- Eva (45+)

Som tidligere nevnt finnes det forskning som støtter opp om det Eva sier, nettdating kan være fordelaktig for de som er sjenerte, og de som scorer høyere på sjenanse har ofte forsøkt det (M. T. Whitty & Buchanan, 2009). Informantene ble for øvrig spurt om de regnet seg selv som sjenert, og stort sett var det vanskelig å svare på siden de opplevde det som situasjonsavhengig. Dating er likevel den situasjonen flest nevner i forhold til sjenanse, men siden det er det som er tema i samtalen vil jeg tro at tankelandskapet er farget av det, og dette kan sånn sett tolkes som en selvoppfyllende profeti.

4.2.6 Stort, for stort...

At det er stort eller populært slik at de potensielt kan treffe mange mennesker der, er det informantene i begge gruppene er mest opptatt av når de blir spurt om hvordan de velger nettdatingplattform.

”Og jeg syns det er slitsomt å skulle bla gjennom, sånn han, han, ikke han.”

- Beate (45+)

Men for flere informanter i den eldre gruppen, viser det seg at de likevel opplever at utvalget er for stort på nett og at de får følelsen av å se seg blind når de må bla gjennom mange profiler, og derfor blir opptatt av å kunne spisse søk og bruke match-funksjoner. Det å måtte bla gjennom profiler, påpeker en informant at har noe inhumant ved seg, og at hun da ser profilen heller enn mennesket. Dette kan tolkes som spor av det samme som ble tematisert i forhold til sosiale medier; en bekymring for mediens effekt på mellommenneskelige relasjoner (Baym, 2010: 5). Mens en annen forteller at det kan være vanskelig å gi folk en skikkelig sjanse ettersom det er så lett å gå videre til neste, dersom det er noe en ikke liker ved personen. Dette oppgir hun at kan være tilfellet både når hun ser på profiler og ”vindusshopper” eller etter at hun har kommet i kontakt med noen.

”Når en kommer inn i begynnelsen kan en tenke at wow, dette blir enkelt, her er det mange å velge i mellom. Om en har noenlunde normalt utseende får en kontakt med mange også. Det jeg tro ulempen kan være er at du blir for kresen, at du begynner å utvikle sånn at du har veldig mange punkt du vil ha ”check” på og at det er lett, i hvert fall etter en har datet en stund, å tenke sånn at ”nei, han hadde ikke ”check” på sånn og sånn, da går jeg videre” og det finnes alltid noen andre. Det viser jo også forskningen, at dette er litt av faren da. Så jeg prøver å være litt bevisst på det, å ikke ha en forventning om at alt skal stemme, og møter jeg noen der mange ting stemmer, så går jeg ut ... jeg fortsetter ikke å holde kontakt med flere, jeg går ut og avslutter kontakten med andre for å gi den personen en sjanse. Gir det god tid. For det finnes jo ikke perfekte mennesker, og en må være bevisst på det og ikke tro at det alltid skal dukke opp noen som er mer perfekt. For jeg tror noen går i den grøften, og jeg har vært der selv i perioder.”

- Hege (45+)

Opplevelsen Hege kan knyttes til funn i en kanadisk rapport, der 32 % av nettdatere sier det kan være vanskelig å etablere seg i par når de alltid har tilgang på å møte andre mennesker (Smith & Duggan, 2013: 3). I media spekuleres det i om nettdating kan være en trussel mot monogami, både på grunn av problemet med å etablere seg, men også fordi det finnes indikatorer på at nettdating kan være ødeleggende for eksisterende forhold, der parterapeuter forteller at dette er et problem de ser i økende grad (Berntsen & Aardal, 2014). Dette var det for øvrig ikke noe de to informantene som hadde kjæreste sa noe om. Et annet aspekt av det med å ha for stort utvalg blir påpekt av en informant. Her handler det om mangel på avgrensing og at hun oppgir at hun ønsker å kunne avgrense mer for å unngå å måtte bruke tid på menn som er uinteressant for henne, noe som igjen viser målrettet aktivitet for å finne en partner.

”Altså, det som er viktig for meg er ikke nødvendigvis å ha ekstremt...altså det er frustrerende å ha for mange å velge i. Da tenker jeg at jeg er ikke interessert i alle som ikke er innenfor...for eksempel aldersaspektet jeg ønsker. Jeg ønsker et rimelig sånn jevnaldrende personer å forholde meg til. Og da er ikke jeg interessert i alle

disse 39-åringene som tar kontakt eller de som er 31. Det er en bråte ut av de... Og jeg skulle ønsket at det var mye mer spisset, at det var mulig å velge. ”

- Anne (45+)

Ingen av de unge informantene forteller noe lignende, heller det motsatte, der det å kunne bla gjennom mange virker å være kjekt. Og to forteller også at de i perioder har ”gått tom for folk på Tinder” fordi de har bladd gjennom alle profilene innen deres demografiske valg⁶. Den ulike tankegangen rundt dette kan knyttes til formål, der de eldre føler de må lete (for mye) for å finne potensielle partnere, mens de unge bruker nettdating mer som tidsfordriv.

4.2.7 Forskjell på Tinder og annen nettdating

Tinder og andre datingapper er relativt nye i forhold til de mer tradisjonelle nettdatingsidene, og blant de unge deltakerne er det oppgitt at det er Tinder som stort sett er i bruk, selv om de fleste forteller å ha prøvd andre typer nettdating i tillegg. Derfor skal vi se litt på hva informantene sier om Tinder i forhold til annen nettdating. En informant forteller at hun har prøvd sukker.no, som er en mer tradisjonell nettdatingside, siden den var mye snakket om, men også at hun ikke helt la sjelen i det fordi det ikke falt i smak.

”Du har jo prøvd sukker.no litt, men du har (...) valgt å bruke tinder mer. Hva var grunnen til det?

- Jeg synes det var så tungvint, for du må jo fylle ut en sånn veldig lang profil og det kan bli litt sånn... ”Jeg har ikke så god tålmodighet. Gidder jeg virkelig dette her?” Så tar du bare og setter den der på en av de (her er det snakk om spørsmål der du skal velge svaralternativ). Og så var det veldig mye rare mennesker der, og jeg synes de var litt eldre enn det som funker for min del, sånn oppe i 30-årene og sånn. Og det blir for gammelt for min del.”

Maya (18-25)

Å registrere en profil på Tinder er kjapt gjort, du laster ned appen, kobler til Facebook og så er den klar til å brukes. Dermed blir det kanskje mer tilgjengelig å gå inn i første

⁶ På Tinder skjer det avgrensing på kjønn, alder og geografisk plassering (kilometer på radius) som brukeren selv bestemmer, se side 18 for nærmere beskrivelse.

gang for de som bare er nysgjerrig, vil se hva det er eller kjeder seg, ”instant gratification” med andre ord. I tillegg er det gratis å bruke, selv om det i senere tid har kommet til noen mer avanserte funksjoner som en må betale for. Blant de eldre er det bare en som oppgir å ha prøvd Tinder. Tre andre informanter i denne gruppen, som ikke selv har prøvd det, forteller at de oppfatter Tinder som et sted der man bare møtes for sex og derfor ikke vil prøve denne appen. Dette er et bilde informantene påpeker at de har dannet seg basert på omtalen Tinder har fått av media (se feks Eiksen, 2013). Om vi ser det opp mot svar på spørsmålet om hvordan informantene syns nettdating generelt er fremstilt i media, er det ingen i noen av aldersgruppene som forteller om sterke synspunkt i verken positiv eller negativ retning, og de fleste lander på ”litt både og”. Men når vi snakker om Tinder virker det å ha fått mer negativ pressdekning (Buer, 2015; Eiksen, 2013; NTB, 2016) i det siste enn andre nettdatingtjenester, noe som om samtlige påpeker.

”Nei, for, ut fra det jeg har lest, blir det mer sånn uforpliktende opplegg som ikke tiltaler meg. Som jeg ikke er interessert i. (...) Jeg hadde tenkt å gå inn på Tinder og hadde en venninne som var der, men så kom det litt i media at folk som er der fordi de egentlig ønsker å finne en kjæreste har opplevd at... det var en jente som hadde møtt en som hun trodde hun hadde noe med, mens han datet 5-6 stykker på en gang liksom. Sånn at Tinder har nok fått et dårlig rykte i media og det er derfor jeg styrer unna det.”

- Hege (45+)

Men de som selv benytter Tinder er ikke nødvendigvis enig med dette bildet. De yngre informantene forteller at de ser at det til dels er rett at Tinder benyttes som en sexapp av noen brukere, men opplever ikke det som problematisk, og flere påpeker at det er lett å styre unna de det måtte gjelde. Den ene informanten som benytter Tinder i den eldre gruppen påpeker at det har fordeler fremfor annen nettdating, selv om også hun er bevisst ryktet denne appen har. Hun trekker frem at førsteinntrykk gjerne er visuelle, og forteller at da er det mer naturlig for henne, og ikke nødvendigvis mer overfladisk enn ellers, å treffe noen her. Det visuelle blir forklart å ikke handle om å se pen ut, men om koder.

” - Mange sier at Tinder er så overflatisk og det er sånn sjekke - sex sted, men jeg har ikke det inntrykket. Det kan godt hende at det er forskjellig for forskjellige aldersgrupper og jeg kan jo også være enig i det overfladiske, men jeg tenker at det er en ærlig sak altså. Man liker noen fordi de har håret på akkurat den måten eller har et eller annet ved seg som... det er jo derfor du blir forelsket i det virkelige liv og sånne ting kan en jo se. Det er jo ikke bare utseende, at en skal være pen, det er jo bare tull, det er jo fra hvilken type bilder en person har valgt, hva de signaliserer, motivene. Hvis du har fem ski og fjelltoppbilder sier du en ting og hvis du har bare bilder med drinker sier du en annen ting. Men også iscenesettelsen av bildet, alt fra om det er skarpt, om det er godt tatt. Man kan si det er overfladisk, men det gir meg mye... (tenkepause)

- Så du føler du får mer informasjon av det visuelle...

- Ja, mer effektiv informasjon. Det skinner også gjennom hva en ikke har valgt å vise. Alle vil jo presentere seg selv på beste måte og med ord blir det kanskje svada, men med bilder er det konsentrert... ja det er mer informasjon. Sånn som de som legger ut bilde av ungene sine og det tenker jeg er helt absurd, jeg kan ikke forstå hva de tenker på! Jeg tenker at de da har dårlig dømmekraft og ikke forstår hva som passer seg.”

- Eva (45+)

I dette svaret ser vi også viktigheten av det visuelle som en del av profilen i nettdating, noe vi kommer tilbake til i sammenheng med selvpresentasjon senere.

4.2.8 Nettdating i samfunnet

Samtlige av informantene oppgir at de mener at nettdating er helt vanlig nå, så vanlig at flere sammenligner det med Facebook både i den unge og eldre gruppen.

”Jeg tror egentlig at det er litt sånn positiv holdning akkurat som med Facebook, ”øh Facebook?” når det var nytt og så er plutselig alle på Facebook. Og nå er alle som kan på nettdating i en eller annen form. Det er litt sånn, vi tilpasser oss og blir mer tolerant.”

- Anne (45+)

Informantene i den unge gruppen mener at de fleste rundt dem har prøvd det og i hvert fall vet hva det er. Spesielt Tinder, forteller de, er mye brukt i sin aldersgruppe.

Men som vi tidligere har vært innom handler denne bruken ikke nødvendigvis om dating, og ble av disse informantene benyttet til andre sosiale formål.

”Jeg tror egentlig bare at det er sosialt akseptert i de gruppene jeg er i. De fleste har prøvd det og vet hva det er... har det selv. Jeg har aldri hørt noen spørre ”eh, hva er Tinder?” (ler) Så det er bare en del av dagligtalen.”

- Maya (18-25)

Når informantene ble spurt om hvilke holdninger de hadde til nettdating før de selv benyttet det, er det ikke alle som kunne fortelle å ha tenkt så mye over det, og noen oppga at de omtrent ikke hørt noe om nettdating før de selv prøvde. Men flere forteller også at de har tidligere hatt en litt negativ holdning til nettdating, som handler om at de så det som noe som bare ble benyttet av en viss type mennesker som ikke klarte å treffe noen på annen måte, og som også er slik det ble omtalt i media (Reuter Dahl, 2010). Men det blir beskrevet å ha skjedd en holdningsendring hos flere der de tidligere opplevde nettdating som noe tvilsomt fordi det ikke var så vanlig, men at de nå oppgir å tenke på det som sosialt akseptabelt (Stephure et al., 2009). Dette blir fortalt at det er koblet til at de har prøvd det selv, men også at det har blitt mer vanlig i samfunnet generelt (ibid.; Brym, 2001).

”Det er mulig at dette har endret seg med konsensus på en måte. At det er mer allmenakseptert, og jo mer har jeg akseptert det muligens. Det er jeg ikke sikker på, men vi er jo et produkt av samfunnet.”

- Nora (18-25)

De i den eldre gruppen som begynte med nettdating noen år tilbake i tid, da det ikke var så vanlig, beskriver at de kjente på at det ikke var helt stuerent og dermed var det ”hysj, hysj” og de forteller at de var veldig privat i bruken.

”I begynnelsen syns jeg at det var veldig sånn skummelt, eller tvilsomt.. og var redd for at noen skulle finne ut at jeg gjorde der. Kanskje ikke mine fordommer, men mer venner og familie sine fordommer var jeg redd for. Og det gjorde at jeg var veldig sånn at jeg ikke hadde bilde og ikke sa til noen at jeg hadde vært og tatt en kaffe med

noen i byen. Det var kanskje litt sånn, ja jeg vet ikke, skamfølelse. Jeg tror jeg sammenlignet det litt med disse kontaktannonsene fra gamle dager, litt sånn for de som ikke greide å finne noen i det virkelige liv. Men veldig fort så jeg at dette ble mer og mer noe alle gjorde, flere og flere møtte en partner eller fant kjæreste der, og da ble jeg mer og mer avslappet.”

- Hege (45+)

Siden nettdating i de senere årene i økende grad blitt stuerent, kunne en sett for seg at de i det unge utvalget ikke kjenner så godt til det tidligere dårlige ryktet det hadde. Men det viser seg at informanter i begge grupper kjenner til dette, og mens de eldre gjerne snakket om den følelsen knyttet til egen nettdating da de begynte, forteller de unge om foreldres nettdatingaktivitet og reksjoner de har hatt på den, der de bruker ord som ”stakkarslig” og ”trist” for å beskrive hva de syns. En ung informant skiller seg ut og forteller at hun syns det var fint at moren, som hadde begrenset omgangskrets, kunne treffe noen på andre måter, selv om hun også oppga å følte bekymring for hvem de andre nettdaterne var. Selv om alle informantene er samstemt forteller at nettdating er helt akseptert nå, kommer det også drypp fra flere om at det ikke er en helt god erstatning for å møte en partner likevel.

”Jeg skulle nok helst sett at jeg ikke trengte å gå på nettet for å finne partner, så det er et nødvendig onde. Men det er ikke noe stort onde. Det er ikke sånn at det er moralsk forkastelig eller at det er flaut eller noe sånt, det tenker jeg ikke. Men jeg har gjort det fordi jeg vil treffe noen og jeg er ikke noe god på å treffe folk. Og kanskje ikke samfunnet er helt innrettet på det heller. Kanskje det er annerledes når en er ung, men nå er det sånn at de fleste er i forhold og er de ikke det blir de snappet opp omtrent før de har skilt seg (ler). Eller så er det noe i veien med de... (nøler) Jeg syns jo det er litt stakkarslig på en måte eller litt trist. Det hadde vært hyggeligere å møte noen i det virkelige... Så det er jo en nødløsning eller second best, tenker jeg.

- Er det fortsatt det, eller var det noe du tenkte før?

- Nei, jeg tenker vel egentlig fortsatt det.”

- Eva (45+)

Dette kan ses i sammenheng med tanken om at mediert kontakt er dårligere enn direkte menneskelig kontakt (Baym, 2010: 5), noe en kan forvente at informantene i den eldre gruppen svarer i tråd med ideen om et digitalt skille. For denne informanten blir nettdating beskrevet som en reserveløsning, og bruk av nettdating virker ikke å ha gjort at denne holdningen endret seg. Det er ingen av informantene her som forteller at det er på noen som helst måte uakseptabelt at andre dater på nett, men snakker heller om det som noe de føler på i forhold til egen nettdating. Dette kan handle om andre ting enn nettdatingen, som forhold rundt det å være singel. Nettdating er i utgangspunktet et sosialt medium for de som ikke har funnet en partner på annet vis som kan kobles til ensomhet, et av samfunnets siste tabu (Fagerheim, 2004). Vi er opplært til at meningsfylte forhold er en viktig del av vårt sosiale liv (Brown 1998) og nettdating kan bli sett på som å blottlegging av manglende sosial suksess. I den eldre gruppen blir det i hvert fall situasjonen, heller enn opplevd stigma knyttet til nettdating, som påpekes som grunn for å holde det litt privat.

”Jeg er ikke veldig åpen om det, men jeg er avslappet til det selv og familie og venner vet om det, men jeg går ikke og forteller hver gang jeg har hatt en kaffe med noen. Om det ikke var vellykket, så holder jeg det for meg selv, legger det bak meg og går videre. Selvfølgelig hvis jeg møter noen og vi blir sammen, så forteller jeg det. Det gjør ikke meg noe å fortelle at jeg har truffet noen på nettdating. Jeg snakker åpent om det med mine nærmeste venninner og med datteren min. Og selvfølgelig, de jeg har datet på nettet. Men jeg snakker ikke åpent om det på jobb for eksempel. Jeg hadde en kollega som spurte, og hun har nok vært på det selv, men da ble jeg veldig stresset og tenkte ”hva om hun sier det til noen andre på jobb”, så jeg er nok veldig privat om det egentlig. Bare de nærmeste vet om det. Jeg tenker nok og at i dag, hvis jeg skulle finne noen som det ble varig med, da ville jeg nok vært åpen, i hvert fall når jeg først har funnet ham da, så ville det ikke gjort meg noe å være åpen med folk om at vi møttes på nettet”

- Hege (45+)

Det som er litt overraskende, er at også flere av de unge informantene forteller om noe lignende.

”Det er vel fortsatt litt kleint, altså det å si at en møttes på tinder? ”Jeg skal på tinderdate” er vel fortsatt litt kleint. Men ellers tror jeg det er ganske sosialt akseptert. Jeg tror egentlig at man føler litt mer på det selv. Hadde noen sagt til meg at de skulle på date med en fra tinder, så hadde ikke jeg tenkt noe over det. Men når jeg sier ”jeg møtte noen på tinder” føler jeg mer på det selv.”

- Maya (18-25)

Her virker det riktignok å være mer koblet til den distanserte holdningen flere i denne gruppen har - at det er pinlig å være for seriøs i bruken. En studie foreslo at unge nettdatere opplever et annet type stigma, som er knyttet til at de i utgangspunktet skal ha større tilgang på nye mennesker og potensielle partnere. Så å resultere til nettdating vil være for ”avvikere”(Stephure et al., 2009). Denne studien, som benyttet spørreskjema, fant for øvrig ikke støtte for at deltakere opplevde noe form for stigma, verken gammel eller ung, og dermed ikke støtte for denne teorien heller. Grunnen til at den likevel nevnes er at den fyller et teoretisk hull som potensielt forklarer den ”kleinheten” flesteparten i den unge gruppen kjenner på, men uten at det finnes nok informasjon til at det kan trekkes noen slutninger.

4.2.9 Offentlig eller skjernet

De unge informantene oppgir ikke å ha sterke meninger om nettdatingprofilen er offentlig eller privat, men de er veldig klar på å formidle at de heller ikke bryr seg spesielt om det ettersom de ikke synes at noe i profilen deres er ”hemmelig”. En informant påpeker at nettdating alltid er potensielt offentlig fordi det hun sier her kan bli tatt videre, enten ved at det fortelles til andre eller spres på nett via screenshots, det har noe vedvarende ved seg, som tidligere nevnt (Baym, 2010: 10). For den eldre gruppen oppgis det at skjerming av privatlivet er viktig, så alle i denne gruppen forteller at de har gjort vurderinger og forholdt seg aktivt til akkurat dette. To informanter i denne gruppen sier de har valgt nettdatingplattform basert på personvern. Der en av de forteller at hun synes mange plattformer er for offentlig og burde være mer privat.

”Ja, litt. Jeg kjenner faktisk ganske stor forskjell mellom Sukker og Match akkurat fordi at jeg føler at Sukker er et lukket system der de andre er i samme situasjon, mens Match er sånn vips så kan man gå inn og se. Så der kjenner jeg at jeg føler meg

mer utrygg og det er mer ubekvent på grunn av det. Mens på mer lukkede, også Elitesingles, for det er veldig lukket og en må betale for å se bilder, så der er der ikke folk som bare er der inne for å se. Det er det ikke.”

- Hege (45+)

Hun andre har forteller å ha valgt å benytte en type nettdating der hun ikke engang kan se de andre medlemmene i utgangspunktet, bare noen få som blir selektert av systemet (og visa versa). For henne beskrives dette som gunstig siden hun da føler at oppsettet er mer privat.

”Men sånn at folk som er inne på denne siden... sånn som på match.com eller sukker.no, der får du en hel liste med folk som du kan bla nedover. Det kan du ikke her. Det er veldig selektert. Du får fire hver dag og du velger hvem du vil beholde. (...) Jeg kan ikke kontakte alle på siden, det kan jeg ikke. Så sånn er det ganske privat i forhold til andre. (...) Jeg vil at den skal være privat. Men jeg må ta sjansen på at den kan bli offentlig. Man kan ikke garantere for at...selv om den siden sier og jeg tror de har veldig godt personvern. Men de kan ikke garantere for at alle profilene... (tenkepause)”

- Beate (45+)

Dette kan knyttes til at de er seriøs i sitt søk etter partner og opplever det som en privat sak, uavhengig av nettdating.

4.2.10 Oppsummering

I den eldre gruppen benyttes nettdating for å treffe er partner, for dem er nettdating som et praktisk verktøy der de kan treffe noen, når de av ulike grunner ikke føler at de treffer så mye nye folk ellers. De fleste av disse informantene har benyttet nettdating også i perioder tidligere, og bruken henger sammen med at de er single eller livssituasjonen deres. I den unge gruppen er det litt mer usikkerhet rundt hva formålet med nettdating er. Bortsett fra en som har funnet truffet kjæresten på nett, handler nettdating i denne gruppen ikke om å finne partner, noe de avkrefter når de blir spurt direkte. De benytter heller nettdating som et sosialt media der de får kontakt med både nye mennesker og de man kjenner ellers uavhengig av romantikk eller dating, selv om det også finnes spor av sosial bekreftelse knyttet flørt og seksualitet. Valget å bruke nettdating blir av de eldre nettdaterne knyttet til praktiske årsaker, mens de unge så

det mer som tidsfordriv, noe som gjenspeiler formålet. Når det gjaldt fordeler og ulemper med nettdating snakket informantene i begge grupper mye om det samme, at det var vanskelig å vite om andre var den de ga seg ut for, mangel på non-verbale tegn, og at nettdating åpner for å ”vindusshope”. Det som skilte de to gruppene var at de eldre informantene synes at ”utvalget” kan bli for stort, og er mer privat om egen nettdating, noe som gjør at de også er opptatt av skjerming og personvern på de sidene de bruker. I begge gruppene blir nettdating sett på som helt vanlig og akseptert i samfunnet, men det kommer også frem hint om at det ikke er helt ok å drive med likevel. For de unge ser dette ut til å handle om at det er noe pinlig å med å ta nettdating seriøst, at det er ok som underholdning, men man ”skal” ha en litt ironisk distanse. For de eldre så det ut til å være knyttet mer til å være singel, og en slags sårhet i det å søke partner på denne måten. Også koblet til bruk av nettdating ser vi et spor av et digitalt skille mellom informantene, og det har sammenheng med bruken av sosiale medier ellers. Men det blir også klart at det ikke bare handler et digitalt skille, for også alder og livssituasjon spiller inn. Nå skal vi snu oppmerksomheten vår mot selvpresentasjon i nettdating og se om, og i så fall hvordan, de digitale forutsetningene vi har sett så langt vil ha en innvirkning også her.

4.3 Selvpresentasjon i nettdating

Selvpresentasjon er, som nevnt innledningsvis, en viktig del av alle sosiale samhandlinger. Vi mennesker driver med selvpresentasjon hele tiden, selv når vi er alene (Schlenker, 2000: 224), så det er ikke noe nytt for oss, men når vi skal lage en slags oppsummering av hvem vi er i et digitalt format der rammene er satt, slik som i nettdating, blir det en ny situasjon. Selvpresentasjon benyttes for tilrettelegge sosialt, oppnå noe og for å konstruere identitet (Brown, 1998). Når vi benytter selvpresentasjon på nettdating er nok ideen at vi bruker det for å fortelle om oss selv, tilrettelegge for kommunikasjon med andre, og at grunnen er at vi ønsker å finne en partner. Gjennom å svare på spørsmål, legge ut bilder og skrive en profilttekst oppretter vi det som blir vår identitet i dette forumet, og siden vi stort sett ikke kjenner de vi treffer her fra før, blir informasjonen vi selv oppgir i utgangspunktet det eneste andre har å forholde seg til når de vurderer om de vil ta kontakt. Det er forventet at selvpresentasjon her skjer i forgrunnsmodus av fordi publikum er ukjent og situasjonen er uvanlig. Da tar vi i bruk impression management (Schlenker, 2000: 203) for å styre andres inntrykk av oss. For å styre dette er det, som vi vet, tre faktorer

som spiller inn; motivasjon for å gi et visst inntrykk, å vite hva man skal gjøre for å gi dette inntrykket og å ha evner til å gjennomføre det (Brown, 1998). I denne delen skal vi se hvordan selvpresentasjon på nettdating oppleves for disse informantene, først i form av tekst og så visuelt.

4.3.1. Selvpresentasjon gjennom tekst

Når informantene forteller om skriftlig selvpresentasjon på nettdating er det en betydelig forskjell mellom hvor mye informantene i de to aldersgruppene oppgir å ha tenkt over dette. Mens de i den yngre gruppen oppgir at de ikke har utfyllende profilttekster og reflekterer mest rundt hvorfor og hvordan de har unngått å skrive om seg selv, forteller de i den eldre gruppen å ha jobbet med utformingen av selvpresentasjon og gjort seg erfaringer og tanker rundt denne prosessen. Noe som kan knyttes til at de har en mer definert intensjon med nettdatingen der de ønsker å finne en partner, og at det derfor er naturlig at de også legger mer vekt på selvpresentasjonen. Fordi svarene fra de to gruppene er så ulike vil de bli presentert hver for seg, før de ses i sammenheng.

4.3.1.a Unngåelsesstrategier

I den unge gruppen er det en trend med lite selvpresentasjon i form av tekst, de er opptatt av å poengtere at de ikke tar sin egen nettdatingprofil så nøye. Forholdet de har til egen profil virker litt ironisk distansert, der det virker uheldig å være for seriøs, selv om de virker å være genuin i bruken når det kommer til en-til-en kommunikasjon med andre. At nettdating stort sett ikke brukes for dating blir sentralt i forståelsen av selvpresentasjonen. En bruker i den unge gruppen skiller seg ut, hun forteller å ha brukt nettdating for å treffe noen og har forsøkt å skrive profilttekst, men etter å ha forsøkt sier hun at hun endte opp med å ikke ha så mye tekst likevel.

”Det var veldig rart. Det var første gangen jeg gjorde det. I ettertid så har jeg jo også gjort det i CV og søknader til jobb og det føles egentlig som om jeg skriver det samme der, bare med andre ord. Man skal jo liksom vise sine gode sider. (...) Det var ting som ble utelatt. Jeg tror aldri jeg ble helt fornøyd med det. Det var så rart å lese over en profil der en skal selge seg selv.”

- Kristin (18-25)

Det kommer frem at nesten alle opplever det som en litt ukjent situasjon og Kristin er ikke alene om å sammenligne med jobbsøknad eller intervju, der man også ”skal” fremstille seg selv positivt. I tilfeller der vi kommuniserer med fremmede og er bevisst ute etter å skape et gitt inntrykk av oss selv, flyttes selvpresentasjonen til forgrunnsmodus (Tice et al., 1995: 1120) og vi overvåker egen oppførsel (Schlenker, 2000: 204). Så selv om settingen eller tematikken i nettdating og jobbsituasjon ikke ligner, ligner gjerne konteksten for selvpresentasjonen.

4.3.1.b I have nothing to say, and I am saying it

Utfordringen med selvpresentasjon ble taklet på ulikt vis av de unge informantene, noen oppgir at de valgte å ha lite informasjon mens andre fikk hjelp av venner. En informant forteller at hun ikke viste hva hun skulle skrive og derfor har valgt å ha lite, nærmest ingen, tekst på profilen sin. Men hun beskriver også å ha gjort seg noen tanker om hvorfor hun tok det valget.

”(...) men så så jeg at det var blitt en ting å skrive hvor høy en er og hva en driver med, og mange skrev hva de var ute etter. Men jeg tenkte at det var opp til personen å finne ut av det de ville heller enn at jeg skulle forklare og så skal de, i ”dømme” meg ut ifra det som står der og bildet mitt. Det var vel en vag tanke jeg hadde.”

- Lise (18-25)

Hun oppgir at hun velger å opprette profil på nettdating, men i stedet for å fortelle noe om hvem hun er og hva hun vil, gir hun andre ansvaret for å finne det ut. Dette er samme person som tidligere forteller om en viss ambivalens til å være på nettdating, og denne usikkerheten reflekteres nok her. Selvpresentasjonen i dette formatet er spesiell på flere måter. Den er skriftlig, og dermed både mer vedvarende og replikerbar (Baym, 2010: 10). I tillegg fjerner man seg selv fra selvpresentasjonen, den kunne stå alene og fungere på et selvstendig nivå, og er dermed ikke noe som oppstår relasjonelt slik vi er vant med ellers (Schlenker, 2000: 211). Utfordringen blir da selvpresentasjon uavhengig av publikum og å finne ut hvordan vi skal formidle hvem vi er i forhold til det. Informanten her kan tolkes som å prøve å justere for denne usikkerheten ved å tilbakeholde informasjon på profilen, som betyr at andre ikke vil vite noe om henne før de eventuelt tar kontakt. Selvpresentasjonen vil da skjje

i dialog med andre og vil være i en relasjonell setting, mer naturlig (ibid.) men også privat. Usikkerhet i situasjoner, slik som dette, kan føre til høyere grad av selvmonitorering, og tilbakeholding av informasjon betyr at vi skjærer oss selv, men også fremstår som mer distansert og uanfektet enn det vi egentlig er (Snyder, 1974: 527). En annen informant, som heller ikke oppgir å ha spesielt mye profilttekst, forteller at hun har valgt å gjøre det slik siden hun synes at de som har en tekst som er for ”skikkelig” kan fremstå som lite sosialt intelligent. Siden dette er noe hun forteller å være observant på selv, vil hun distansere seg fra at andre skal få et slikt inntrykk av henne.

” - Jeg har ikke tenkt så mye på det, men jeg har sett på andre som har skrevet da... og særlig for min aldersgruppe, så ser jeg liksom bort fra de som har veldig sånn seriøse ..”Hei, jeg heter Ole og liker å drikke vin og gå tur i solnedgangen” og sånn. De som har sånne profiler er kanskje ikke de du velger fordi de har en sånn tekst.
- Er det fordi de er for seriøse? Eller?
- Jeg vet ikke helt. De aller fleste på tinder, i min aldersgruppe... du får kanskje litt inntrykk av at de ikke har så høy sosial intelligens egentlig. Mens de som har en sånn tekst for å være morsom, for det er lett å skille mellom de, de får plusspoeng fordi denne personen her har faktisk humor som jeg finner morsom. Så da blir det plusspoeng selv om de har tekst med svada.”

- Maya (18-25)

At inntrykkene av andre kan ha en selvrefleksiv effekt på nettdaterne, er noe som også har blitt vist i andre studier (N. H. Ellison, R; Gibbs, J, 2006). Men i stedet for å finne en måte å justere informasjonen i samsvar med egen observasjon, velger Maya å nærmest ikke ha tekst. Som nevnt tidligere er impression management (Schlenker, 2000: 203) avhengig av at vi er motivert for å gi et visst inntrykk (Brown, 1998). Men mangelen på formål kan gjøre det uklart hvilken rolle informantene inntar (Schlenker, 2000: 224), og da blir det usikkert hvilket inntrykk de ønsker å gi. Og når vi ikke har definert rollen for oss selv, er det vanskelig å kommunisere dette videre.

4.3.1.c Å spille ut sin identitet i regi av andre

Det fremkom at venners påvirkning var viktig for flere av informantene i valget av nettdating. En informant forteller at det var venninnen hennes som, ikke bare gjorde at hun begynte med nettdating, men også skrev profiltteksten for henne og valgte bilder.

”Ja mye enklere. Uten henne så hadde jeg ikke klart å starte med nettdating på Tinder. Både det med bilder og hun skrev alt omtrent.”

- Så det hadde vært vanskelig for deg å beskrive deg

- På den måten. Jeg hadde ikke vist hva jeg skulle skrevet på en datingside.

(...) Jeg hadde ikke skrevet de tingene selv, men når det var først hun som hadde skrevet det så var det sånn ”jaja hvorfor ikke?” (...) Jeg ville egentlig sagt at det er det motsatte (av reklame). Hovedgreien med den teksten var faktisk at jeg er nysgjerrig på om noen faktisk overhodet ville like det.”

- Jane (18-25)

Dermed har hun i liten grad jobbet med selvpresentasjonen, og oppgir at det ikke var det hun ville ha skrevet selv og at hun føler lite eierskap til profiltteksten, men at det likevel fungerer for henne. Dette er samme person som forteller at hun har nettdatingprofil for å se hvordan andre reagerer på hennes aseksualitet. Teksten i profilen blir beskrevet som å være skrevet på en litt utleverende måte, å trigge reaksjon, men for å verne om seg selv gjemmer hun seg på sett og vis bak tredjepartsinformasjon og bak mediets ”volum kontroll” (Baron, 2008: 6). Det er funnet at sammenlignet med ansikt-til-ansikt kommunikasjon gir internett brukeren muligheten til å bedre uttrykke sider ved seg selv som de opplever er vanskelig å uttrykke ellers (Bargh, McKenna, & Fitzsimons, 2002; Joinson, 2001). Og den relative anonymiteten og mangel på sosiale nettverk har vist at brukere deler også potensielle negative sider ved seg selv (Bargh et al., 2002). I dette tilfellet handler det ikke om negative, men heller uvanlige sider, og som i nettdatingsammenheng kan oppleves som provoserende.

4.3.1.d Implisitt selvpresentasjon

Bare en informant forteller å ikke oppleve det å skrive nettdating profil som utfordrende, men hun har heller ikke skrevet noe om seg selv og oppgir å ha valgt å sitere en tekst som hadde en stil vedkommende følte representerte henne.

” Jeg synes ikke det var noe utfordrende. Det var mer sånn som med valg av bilder, at jeg spilte på en litt sånn humoristisk tolkning, og litt intern kanskje? Jeg ville nå en viss type publikum med valg av tekst som kan forstås som humoristisk av en viss type mennesker med samme kulturelle forforståelse som meg da.”

- Nora (18-25)

Denne typen selvpresentasjon ligner mer på den som gjerne benyttes i sosiale medier, der det som tidligere nevnt er en trend med implisitt identitetsbygging (Zhao et al., 2008). Og selv om den muligheten er begrenset i nettdating bruker disse informantene litt det samme prinsipp, der de heller beskriver hvem de er gjennom interesser, humor eller smak enn å fortelle detaljert om hvordan de er som person. Implisitte selvpresentasjonsstrategier er noe også andre studier har sett i nettdating, der det å vise heller enn å fortelle, er sett på som en bedre strategi for å formidle hvem de er. Historier som med innhold som sier noe om vedkommende er da eksempelvis å foretrekke fremfor en liste med personlighetstrekk (N. H. Ellison, R; Gibbs, J, 2006).

I denne gruppens selvpresentasjon ser det ut til at et digitalt skille har en indirekte effekt. Når nettdating bare blir et av flere sosiale medier og det ikke brukes med intensjon om å finne en partner, vil dette virke inn på graden av selvpresentasjon. Men det kan også virke som om det finnes en norm som påvirker selvpresentasjonen som handler om at man ikke skal fremstå som for seriøs. Derfor blir tilbakeholding av informasjon, selvmoderering og implisitte selvpresentasjonsstrategier tatt i bruk og vi ser da at informasjonen i nettdatingprofilen ikke består så mye av eksplisitt selvpresentasjon, og igjen blir mer som selvpresentasjon i sosiale medier ellers. Det er også et poeng at nesten alle informantene i denne gruppen gir tydelig uttrykk for at de ikke vet hvordan de skal utforme sin egen nettdatingprofil, og det er ikke fordi de ikke har tenkt på det, men kanskje fordi mangelen på formål gjør det vanskelig å vite hvilken rolle de skal innta. Usikkerheten fører til stor grad av selvmonitorering

(Snyder, 1974: 526) for flere av disse informantene, og for enkelte så stor at de ender opp med å ikke skrive noe.

4.3.1.e Den vanskelige starten og veien videre

I den eldre gruppen er beskrives situasjonen med profiltekst å være en helt annen. Her har alle skrevet noe om seg selv og jobbet med selvpresentasjonen på tross av at de også synes det var vanskelig. Ulike utfordringer ble beskrevet, som å holde seg innen et gitt format, å tolke hvordan en skal nå rett publikum, å finne den rette balansen mellom å fremstå som unik, men likevel som ”normal”, og hvordan de skal være menneske i en digital ramme. Akkurat det å skrive selvpresentasjon første gang de prøvde nettdating blir fortalt å være spesielt utfordrende, noe som blir beskrevet av alle informantene.

”Ja! Til begynne med var det vanskelig. Jeg tror jeg reviderte, reviderte, reviderte før jeg begynte å blir tryggere. For når du kommer inn og skal lage en profil så har du kanskje endelig tatt valget, og så skal du liksom bare skrive noe da. Og etter to dager, så begynner man å lande litt. Så jeg brukte god tid på det.”

- Beate (45+)

Å skrive en profiltekst oppleves å komme litt brått på, og mange beskriver at de jobbet med teksten, reviderte, gikk gjennom og skrev om flere ganger før de ble sikker på hva de ville skrive og hvordan. Oppretting av en nettdatingprofil på de tradisjonelle nettdatingsidene er en relativt omfattende prosess, og ofte er det helt til slutt blir du bedt om å skrive en profiltekst, noe en gjerne ikke har forberedt seg på. I mange tilfeller er dette feltet også obligatorisk, så det er ikke noe en kan hoppe over. Etter å ha opplevd det første forsøket på å lage profil som en prosess der hun mistet seg selv litt, beskriver Anne å ha gjort seg noen tanker om hvordan hun vil gjøre dette annerledes en annen gang.

”(...) Det som jeg ser er at, nå når jeg har bestemt meg for å gjøre det en gang til (skrive profiltekst)... For det som en gjorde er at en går inn og registrerer masse data, og så å begynne å skrive der og da. Det er dumt. Hvis du skal skrive en tekst, så må du ha tenkt på teksten uavhengig av de andre tingene. Sånn at jeg har skrevet

teksten på forhånd, for eksempel i et word-dokument. Hva skriver jeg, hva vil jeg ha frem, hva kan jeg stryke her. Og så lime det inn. Det vil jeg gjøre neste gang. Fordi at det kommer så brått på, sånn "nå kan du skrive teksten din" og så tenkte jeg "må jeg skrive tekst?"."

- Anne (45+)

Det fortelles av flere informanter, slik som Anne, at det å utforme en nettdatingprofil er en hermeneutisk prosess, der erfaring fører til endringer. Når de opprettet profil og var ny i dette universet ble selvpresentasjonen kanskje ikke helt slik de ville, og ofte mangelfull, men dette beskriver de å bearbeide over tid. Det blir oppgitt at informasjon fra andres profiler spiller inn, ikke bare som en inspirasjon, men også der de tolker egne reaksjoner og har de i bakhodet når de skal skrive selv. Som tidligere nevnt, i SIP, er subtile tegn en del av identitetsoppfatningen online (J. B. Walther & Burgoon, 1992), og nettdatere er seg det bevisst når de utformer egen profil (N. H. Ellison, R; Gibbs, J, 2006). Når dette knyttes til Goffman (Goffman, 1959) og tegn man gir versus tegn man avgir, vil innholdet i en tekst være formbart og utformet for å gi et visst inntrykk, mens feilstaving og grammatikk blir det tegnet man avgir (N. H. Ellison, R; Gibbs, J, 2006) og som nettdatere er vist å bruke som en del av sin tolkning av en person. Disse inntrykkene av andre er også vist å ha en selvrefleksiv effekt på nettdatere, der de i forhold til eksempelet over vil være ekstra nøye med grammatikk og rettskriving i sin egen profiltekst (N. H. Ellison, R; Gibbs, J, 2006). Profilutforming blir da av disse informantene fortalt å være en dynamisk prosess, slik det også er funnet i andre studier (M. T. Whitty, 2008b). Hele ideen om at selvpresentasjonen skal være et mer eller mindre statisk produkt som skjer utfor sosial samhandling går i mot sakens natur (Brown, 1998) og informantene har måtte jobbe med å konstruere et digitalt selv i dette formatet.

"(...) du måtte sitte og tenke gjennom hva ... fordi når du første gang går inn så vet du ikke hva som ligger der. Hva folk ligger vekt på, på en måte. Så jeg har jo endret teksten underveis, det har jeg. Og jeg har tenkt å endre den nå. Jeg skal legge inn et helt nytt bilde, jeg skal endre navn, jeg skal oppgradere. Jeg har endret forsidebilde noen ganger og da får en helt andre svar, så nå skal jeg ha denne mer spissete

profilen, og da skal jeg inn og endre. Jeg skal bare ha et bilde, kanskje to og så ser jeg responsen på det. Nå vet jeg også mer hva jeg vil skrive.”

- Anne (45+)

Passasjen over gir et glimt av hvilke tanker Anne gjør seg når hun jobber videre med å lage en profil som blir rett for henne. Hun forteller at å ha gått fra å være usikker på selvpresentasjon i det hun laget profil, til å finne ut noen strategier for hvordan hun skulle best kunne gjøre det, er hun nå kommet dit at hun beskriver å eksperimentere med de ulike momentene i selvpresentasjonen og mener å ha en mer klar formening av hvordan profilen skal se ut.

4.3.1.f Å finne seg selv under veis

Vi så at for flere ble oppretting av nettdatingprofil beskrevet som en dynamisk prosess, som ikke beskrives å bare handle direkte om nettdating, men også om å finne mer ut om seg selv under veis, både hvordan de vil fremstå, men også hva de egentlig ønsker å oppnå. Nettdating kan ses på som en ny scene der vi kan spille oss selv ut ved å innta en rolle som ”nettdater”. Gjennom å spille denne rollen vil vi både får mulighet til å observere oss selv, men også å internalisere personlige karakteristikkene knyttet til rollen, basert på hvordan vi oppfatter andres reaksjon (Brown, 1998). Flere forteller at de i begynnelsen var usikre og oppgir at dette førte til utydelighet, der de fikk ikke frem hva de ønsket og måtte bruke tid på å modnes inn i denne nye rollen.

I begynnelsen var jeg av en eller annen grunn veldig forsiktig med å skrive hva jeg ønsket, og da ble det sånn at jeg gjerne var på date med noen som ikke var ute etter et seriøst forhold, så da tenkte jeg at jeg vil ikke kaste vekk tiden min på å gå og ta en kaffe med noen som ikke virker som om de vil ha noe seriøst, så da skrev jeg ganske så tydelig i profilen at ”jeg ønsker å finne en kjæreste”. Så jeg har blitt mer ærlig og tydelig på det, så da kan de som ikke ... de kan styre unna og gå videre.”

- Hege (45+)

Det beskrives av informantene i den eldre gruppen at de har endret profilen etter at de har vært på date. De forklarer at erfaringen gjør at de har innsett at de vil være mer

spesifikk med å fortelle hva de ønsker, eller at det blir klart for dem at noen ting som er viktig må fremheves mer frem i profilt teksten. Det er spesielt møter som ikke har vært særlig vellykket som fortelles å trigge en profilendring. Det som kommer frem i det informantene forteller er at den fysiske testingen av det som skjer på nettdatingen gjerne blir en oppvekker og skaper endringer. Her forsvinner det digitale ”støyet” og vurderinger kan gjøres slik disse informantene har vært vant med store deler av livet.

”(...) og fordi jeg har truffet et par, så ser jeg at det er spesielt et par områder som jeg ønsker å, som betyr mer for meg enn jeg var klar over. Som er veldig meg og som er så grunnleggende for meg at jeg blir nødt å stå for det. Uten at jeg nødvendigvis må skrive så mye om det i teksten, men det må komme frem et sted. Det er jo sånne bokser en tikker av, så det fremgår litt der. Noe kommer frem der, og jeg kommer til å skrive om det andre i teksten når jeg skal endre den. Og dette kommer nok til å gjøre at det er noen som ikke kontakter meg, men så tenker jeg ”ok, da er det greit”, da slipper jeg å ha sånne som er veldig opptatt av den biten.”

- Anne (45+)

4.3.1.g Selvmoderering & strategier

Når informanter blir spurt om hvordan de modererer seg selv trekker de frem at de ikke liker andres profiler om de blir for skrytete, slik det også beskrives av den ungen gruppen, og at dette blir oppgitt å forme hva de selv skriver. Men her kommer det også frem at de ikke synes en bør være for ærlig, eller virke for desperat, for det er like avskrekkende. Denne opplevelsen tar de med seg når de skal utforme sin egen profil slik det også er funnet i andre studier (N. H. Ellison, R; Gibbs, J, 2006), og som denne informanten beskriver.

”Det er noe med å finne den balansen, ikke overdrive og bli for ego-sentrert men samtidig skal du vise at du har styrke. Har du en sutrete profil får du nok ikke napp. Det er en fin balanse.”

- Cecilie (45+)

De forteller at det handler om å ”by på det beste av seg selv samtidig som de ikke skryter seg opp i skyene”, og når andre snakker seg selv ned blir ikke dette oppfattet

som attraktivt. Dette er noe som også skjer på Facebook, der det oftere er positive ord knyttet til statusoppdateringer som omhandler oss selv, noe som indikerer at vi prøver å vise våre positive sider når vi ikke vet hvem publikum er (Natalya N. Bazarova et al., 2013). I forhold til selvpresentasjonsstrategier, ser vi ut fra det som er beskrevet over at det er kanskje ikke alle som fungerer like godt i nettdatingsammenheng, slik som *supplication*, som er når vi fremmer vår egen inkompetanse (Brown, 1998). Dette blir oppgitt å være lite attraktivt for informantene, og det kommer frem at de heller ikke benytter seg av denne strategien selv. Flere informanter forteller at de har sett på andres selvpresentasjon for å finne ut hvordan de skal utforme sin egen profil, og særlig de som bruker et språk og språklige virkemidler som vekker følelser blir fremhevet som tiltrekkende og inspirerende. Dette kan kobles til selvpresentasjonsstrategi som ingratiation der vi prøver å få andre til å like oss, men det handler også om å rekonstruere non-verbale tegn og fysisk tilstedeværelse på nett (M. T. Whitty, 2004). I nettdating har vi ikke en fysisk kropp som kan vise tegn på interesse og igangsette flørt, og dermed må denne kroppen representeres gjennom tekst (M. T. Whitty, 2003). Emoticons, som er tegninger laget av grammatiske symboler (:-) = ☺), er en måte å prøve å vise ansiktsuttrykk og gjennom det hjelpe mottaker å forstå budskapets intensjon. Men blir det beskrevet at et alternativ er å benytte scenarioer for å skrive inn kropp eller tilstedeværelse.

” (...) da er det gjerne profiler jeg har likt da, og så har jeg tenkt i forhold til når jeg skal skrive selv at ”han hadde en bra tekst, hva var det som gjorde det?” Og så har jeg gått inn og sett, han byr på seg selv, han tør å være åpen, han beskriver interesser, han setter følelsene mine litt i sving. Ikke sånn at jeg har kopiert det, men mer i store linjer. Jeg ser at det å by på seg selv, det å kanskje skrive litt i bilder, at det kanskje vekker følelser og jeg kan se for meg hvordan det er å være en plass sammen med ham. At det er virkningsfullt og at jeg kanskje vil gjøre noe lignende selv.”

- Hege (45+)

4.3.1.h Hva og hvor mye skal en si?

Flere studier har funnet at nettdatingprofilen blir sett som et strategisk verktøy der en prøver å markedsføre seg selv på best mulig måte (N. Ellison, Heino, & Gibbs, 2006;

J. E. Gibbs, NB; Heino, RD 2006), og disse informantene oppgir for så vidt å være enig i det. Det som blir fortalt av denne informantgruppen er at de er opptatt av å bruke selvpresentasjonen til å vekke interesse, men også til å luke ut de som ikke er interessant for dem. De beskriver å fremstille seg selv strategisk for å få kontakt med den type personer de er interessert i og for at de som ikke passer klikker seg videre, noe som igjen kobles til at de opplever å ha for stort utvalg. Men det er også noe de har mulighet til fordi de har erfaring fra seriøse forhold, gjerne i motsetning til de unge informantene, og vet derfor mer hva de vil ha. Det er funnet at for eldre, med tidligere forhold bak seg er nettdating særlig gunstig siden det er mulig å selektere på ønskete kriterier og sile bort de som har noe ved seg som gjør dem mindre attraktiv (Stephure et al., 2009). Også selvpresentasjonen drar fordel av dette, når det ikke er klart hvem som er publikummet, guider ideen om at forestilt publikum selvpresentasjonen (Schlenker, 2000: 211), og igjen vil de som har et rimelig klart bilde på hva de ønsker ha en fordel.

”Ja. Men det er jo ikke sånn at du vil nå ut til alle, du vil jo bare nå ut til... da tenker jeg at det å fremstå som litt intellektuell er... (...) Så en vil jo reklamere overfor det segmentet man tenker passer... nå er det ikke slik at jeg tror at jeg ikke kunne funnet en oljearbeider, men det er jo noe med... sannsynligheten er kanskje større om man har noen av de samme interessene.”

- Eva (45+)

Profilen ble for flere beskrevet som et utgangspunkt for den videre selvpresentasjonen som ville skje i kontakten med andre. De oppga da at de fikk vist et bilde av hvem de var der ulike sider var inkludert, men fortalte at dårlige sider og svakheter var gjerne tonet ned. Dette ble ikke forklart som en strategi for ideell selvpresentasjon (J. E. Gibbs, NB; Heino, RD 2006), men heller at det ville være unaturlig å presentere dette i en tidlig fase (Altman & Taylor, 1973), uansett på nett eller ikke. Da kom det fram at dette kunne handle om ting de ikke hadde lyst å si, men også om hva som oppleves som passende i denne sammenhengen der vurderingen var at noen ting kunne ha godt av å vente til en-til-en kommunikasjon er opprettet.

” I begynnelsen syns jeg det var vanskelig, og det ble litt kort og enkelt. Jeg ville ikke utlevere for mye. Men så begynte jeg å legge merke til at de profilene jeg likte var de som virkelig hadde bydd på seg selv og virkelig forklart hva de brenner for og da begynte jeg å tenke at om jeg skal tiltrekke meg de rette folkene så og kommunisere med de og gå på date med de, så må jeg begynne å by litt på meg selv jeg også. Så da begynte jeg kanskje å skrive mer personlig og mer utfyllende om både hvem jeg er, hva jeg søker og om interessene mine. (...) det er klart at når jeg møter noen og holder på å bli kjent med noen som du liker, da byr du jo enda mer på deg selv og forteller enda mer, men det ville ikke være naturlig i en profilttekst å fortelle om barndom eller fortelle om såre ting eller svake sider. Det er mer ting som du presenterer til den personen. Så jeg føler ikke at jeg moderer meg i den konteksten, altså profilttekst tror jeg ikke jeg gjør det.

- For du tenker at det er mer en slags intro?

- Ja, for du går ikke veldig i dybden og detaljer på vanskelige ting, såre ting, dårlige sider, da tenker jeg mer at her skal en selge seg selv og så får de andre tingene komme etter hvert liksom. Så det er ikke et naturlig fora å gå så veldig detaljert inn i ting tenker jeg.”

- Hege (45+)

Balansen mellom om å fortelle nok og å føle seg utlevert er som nevnt en av utfordringene med å opprette en nettdatingprofil, og dette er et tema flere av informantene snakker om. De forteller at de helst vil si lite for å skjerme seg selv, men opplever at for å tiltrekke andre må de by på seg selv, kjent som self-disclosure, eller selvavsløring på norsk (Dindia, Fitzpatrick, & Kenny, 1997). Selvavsløring handler om å fortelle en annen om personlige følelser, holdninger og erfaringer (Altman & Taylor, 1973) og dette er en viktig del av å skape intimitet i en relasjon, noe som igjen blir sett på som en fundamental del av å få et forhold til å fungere (H. T. Reis, & Shaver, P. , 1988). Men å fortelle avslørende om seg selv er ikke en statistisk karakteristikk i en relasjon, men noe som endrer seg i samsvar med at individ og relasjon endrer seg (Dindia et al., 1997: 411). Måten selvavsløring utvikler seg på er sett som relativt systematisk der man begynner med bredde og beveger seg dypere etter hvert (N. H. Ellison, R; Gibbs, J, 2006). Formålet med selvpresentasjonen her

ble da å fange oppmerksomhet for de ”rette” tingene og at en byr nok på seg selv til at andre vil ta kontakt, og så ta det videre derfra, slik Hege beskriver over.

4.3.1.i Publikumskollaps

Tanken på at bekjente kan se nettdatingprofilen blir oppgitt å ha mye å si for denne gruppen. De fleste forteller å oppleve det som ubehagelig og har tenkt mye over dette. Det blir også fortalt å ha påvirket selvpresentasjonen. Ubehaget som blir beskrevet ser ut til å bestå av to sider, det ene er at noen skal vite at de driver med nettdating, noe som de tenkte mest på når profilen var ny og de fleste ble mer fortrolig med over tid. Mens den andre siden er å vise frem informasjon knyttet til privatliv.

”Jeg følte vel helst at det ble veldig generelt, fordi jeg ikke turte å trekke frem spesielle ting, litt fordi jeg ikke ville bli gjenkjent. Det er en greie med at jeg ikke vil kunne bli gjenkjent for eksempel av naboene som er skilt. Så det blir litt flatt syns jeg da. (...) Nei, det er det med at det er litt privat, det er både privat og ikke privat, så det er en sjanse å ta. (...) Men i og med at man tar den sjansen og legger ut bilde så ...for meg i hvert fall, så gjør det at jeg blir litt moderat i teksten.”

- Cecilie (45+)

Kombinasjonen av profilbilde og tekst, slik Cecilie nevner, er et tema som går igjen i nettdatingstudier. Det har blitt funnet at i de tilfellene der nettdatere har representativt profilbilde, gjør gjenkjennbarheten at en tar mer ansvar for atferden online (C. H. Toma, JT; Ellison, NB, 2008). Det vil si at de nettdatere med profilbilde som tydelig er av dem selv, er mer ærlig i sin selvpresentasjon ellers fordi de vet at de kan bli sett og gjenkjennes av bekjente, venner eller familiemedlem (ibid.) For Cecilie ble det ikke snakk om ærlighet, men oppgir å moderere seg i større grad siden hun hadde profilbilde og kunne gjenkjennes. Når det finnes både tekst og bilde på profilen, kombineres vårt fysiske ytre med selvpresentasjon i form av tekst, og vi er gjenkjennelig om det skulle oppstå en publikumskollaps. Det kan handle om roller, der det er ubehag knyttet til sammensmelting av disse (Meyrowitz, 1985: 5), for eksempel fortvilelse over at eks-kjæresten plutselig dukker opp på samme nettdatingside. slik en informant beskriver. Men også ubehaget ved å treffe den utro mannen til en venninne, en nabo eller fastlegen som du vet du må forholde deg til i

andre roller og situasjoner ellers. En informant var spesielt opptatt av skjerme seg selv og fortalte at hun hadde tenkt mye på om kjente kunne se henne. Dette var basert på en hun kjente sin erfaring som illustrerer risikoen med å være for selvutleverende i nettdatingprofilen.

” I begynnelsen følte jeg konflikt i forhold til at jeg turte ikke å skrive noe om meg selv til..for jeg var så redd for at kjente skulle kjenne meg igjen og liksom at det skulle bli en sånn snakkis at hun er der. ”Hun driver med dating” og alle skulle snakke om det, sånn ”så du hva hun hadde skrevet?” Det var en episode med en annen som opplevde det på hennes jobb, eller i det miljøet. Så var det en gjeng som hadde gått inn og sett på hennes profil og sett hva hun hadde skrevet. Så det ... da ble jeg skeptisk. I begynnelsen syns jeg det var vanskelig at jeg ikke turte å by ordentlig på meg selv. Men den episoden var langt tilbake i tid og jeg tenker ikke på det nå liksom. Jeg driter litt i det, men jeg er kanskje mer redd i forhold til jobb enn venner og kjente, der bryr jeg meg ikke så mye. I jobbsammenheng hadde det vært litt vanskelig.”

- Hege (45+)

4.3.1.j Å være menneske i media

I intervjuene med den eldre gruppen kom det frem på ulike plasser beskrivelser av at det å være menneske noen ganger krasjet med å være på nettdating. Det kunne handle om mangelen på det fysiske andre mennesket i kommunikasjonen, der problemet ble beskrevet som å ikke få *”den skikkelige relasjonsfølelsen av å bare trykke på et tastatur og se på en skjerm”*, der det virtuelle ikke er sett som *”ekte”*(Baym, 2010: 5). Når det fysiske mennesket ikke er tilstede og kjemi og nonverbale tegn utelates, ender en opp med å måtte erstatte mye av dette med ord og dette ble beskrevet av noen som litt overveldende. Noe som kan knyttes til at skriftspråk er mye mer konkret, mens kroppsspråk mer subtilt og tvetydig (Witty, 2006). Beate velger å bruke sosiale medier ellers i liten grad, og foretrekker det hun kaller mellommenneskelige relasjoner. I nettdating syns hun det er vanskelig å finne ut hvor hun skal passe inn i det hun kaller en *”smørbrøddliste”* av preferanser.

”Jeg synes at det er mye sånn ”jeg er den og jeg er den, jeg liker det og liker ikke det. Liker ikke sånn, liker ikke det”. Og noen ganger føler jeg at det repeterer seg, og hvordan skal man få en profil til å fenge noen med sånn ”liker ikke det og liker ikke det, mens det og det liker jeg”? Og det synes jeg er en utfordring. (...) Og oppramsing av hva man liker og ikke liker. Men hva ligger midt mellom det? Hvor kan en komme inn der? Hvor skal en passe inn? Jeg har lyst i forhold til nettdating å være et levende menneske, og hvordan skal jeg være det levende i mennesket gjennom denne skjermen her?”

- Beate (45+)

Mens en annen informant påpeker at oppsettet som brukes for å lage profil er problematisk, både ved at selvpresentasjonen i dette formatet er amputert knyttet til mangelen på non-verbale tegn og for å vise de mer menneskelige aspektene av seg selv. Men også der de prøver å kategorisere mennesker for å finne ut hvordan de passer sammen, for hun poengterer ikke nødvendigvis mennesker kan kategoriseres på denne måten, en mening hun deler med andre nettdatere (N. H. Ellison, R; Gibbs, J, 2006). Her forteller hun om å utforme den delen av nettdatingprofilen som består av påstander der man skal rangere sitt standpunkt.

” For det første så hater jeg de der spørsmålene (når en oppretter profil), og ikke bare skal en svare, en skal gradere fra en til ti. For det første er det et menneskesyn som jeg ikke kan stille meg bak. Jeg forstår ofte ikke spørsmålene, jeg tenker at nå svarer jeg åtte, men om noen minutter kan det være at svaret mitt er to på samme spørsmålet. For ting varierer jo, og det kan og være relasjonelt sett. (...) jeg tror nok at den største ulempen er det der at det er så basert på at en skal fylle ut og passe sammen med den og den personen ut fra noen kriterier som jeg egentlig ikke tror på, så der er Tinder bedre.

- Så du føler at oppsettet ikke helt passer for deg?

- Det blir for detaljert. (...). Du kan ikke måle kjemien.”

- Eva (45+)

Det er basert på denne delen av profilen de fleste tradisjonelle nettdatingstedene finner ut hvem du kan passe sammen med og hvem de skal foreslå som potensielle

partnere. Men som Eva, og flere med henne, beskriver er det vanskelig å kategorisere seg selv på denne måten.

Tidligere så vi at det å ha for stort utvalg i nettdating oppfattes som negativt av disse informantene. En informant forteller at hun gjerne engasjerer seg emosjonelt, og at dette kan være litt slitsomt når nettdating åpner for å treffe så mange mennesker.

”Det er klart at man blir jo berørt følelsesmessig av enkelte, men det går og fort over. Jeg synes det kan være litt slitsomt hver dag, eller hver annen dag, hvis du skal kjenne at ”oi, her var det en som...”. Det tar et par dager for meg å hente meg inn igjen hvis det er en jeg har skrevet med og det ikke blir noe av. Så jeg er ikke sånn som går rett over på neste. Jeg trenger litt tid på å få landet litt før jeg går inn igjen.”

- Beate (45+)

Dette er for øvrig samme informant som også tidligere oppga at hun syns sosiale medier kan være overveldende fordi det blir så mange å forholde seg til. Her har vi sett ulike aspekter av fremmedgjørelse i en nettdatingsituasjon som kan ses i sammenheng med et digitalt skille. Tidligere ble det nevnt at de digitale innvandrerne ble omtalt som en motpart til de digitalt innfødte, men at de i liten grad ble beskrevet med egne karakteristikk (Gardner & Davis, 2013; Palfrey, 2010), og dette blir et lite utsnitt av hvordan digitale medier kan virke for en som ikke er vokst opp med de eller vært tidlig eksponering for digital teknologi (Palfrey, 2010).

4.3.2 Selvpresentasjon gjennom bilder

Foreløpig har vi sett på selvpresentasjon i form av tekst, mens her vil bilder, som også er en stor del av sosiale medier (Eftekhar, Fullwood, & Morris, 2014) og nettdating (Fiore, 2008) tematiseres. Bildet gir en formening om hvem vi snakker med, det knytter profilen til en fysisk person, og bilder opptar informantene.

”...noen har jo ikke peiling på bilder. Jeg er opptatt av bilde, bilde betyr mye for meg. Når de da sitter foran dataen og tar en selfie, jeg hater de der selfie-bildene! De er så dårlig og mørke og de sitter sånn (demonstrerer med å presse hodet ned og lage dobbelhake). Jeg kan jo gå glipp av drømmemannen fordi han overhodet ikke kan ta bilder! Og jeg har så lyst å ”du kan ikke jeg bare få møte deg og ta et fint bilde?”.

(...) Jeg kan gå glipp av mye fordi at en kan ha en dårlig profil eller et feil bilde. Og hvordan den personen tolker meg kan også være forskjellig, hun ser sånn eller sånn ut. (...)

- Anne (45+)

I nettdatingsammenheng vil avbildning av et attraktivt ytre påvirke antallet førstegangshenvendelser vi får (Shaojung Sharon Wang 2009). Men bare det å i det hele tatt ha et bilde, i motsetning til det å ikke ha noe, vil føre til at vi får flere henvendelser (Hitsch, 2005). Med tanke på den sentrale funksjonen profilbilde har vil vi se på hvordan disse informantene har tenkt om egen visuell selvpresentasjon. Flere av informantene i den eldre gruppen fortalte om skepsis i forhold til å laste opp profilbilde av seg selv, som igjen var koblet til vern av privatlivet. Men forventningen om at andre hadde bilde ble en utslagsgivende faktor, og alle hadde endte opp med å ha profilbilde.

”Det endret seg over tid. Det er noe med at en forventer at den andre siden skal legge ut bilde. Og da tenkte jeg at jeg må jo gjøre det selv, hvis jeg forventer det av andre. Så jeg lå ut etter hvert, men jeg har alltid vært litt i tvil.”

- Cecilie (45+)

Bilde ble beskrevet som et ”minstekrav” fordi informantene oppga at de trengte supplerende informasjon til teksten, og flere fortalte også at de ikke vurderte profiler som ikke hadde bilde. Bilde er den mest direkte måten å gjenskape kropp digitalt og når vi avbilder oss selv kan bildet fremskape en rekke ”pre-programmerte” emosjonelle reaksjoner (Messaris, 1997), som kan være gunstig i en nettdatingsetting. Men bildets sentrale rolle kan også knyttes til det som ble sagt tidligere om at det ligger en forventning til at vi fremhever våre positive sider og toner ned de negative i sosiale medier, og at tredje-part informasjon derfor oppfattes som mer pålitelig (Chambers, 2013: 64-65). Tredjepartsinformasjon er som nevnt ikke en mulighet i nettdating, og da blir bilder som ”fotografisk bevis” (Messaris, 1997) et alternativ. De fleste nettdating sider har filtre der du kan velge å bare se profiler med bilde og det ser ut til at denne funksjonen er mye brukt. I følge match.com kan det å ha bilde på nettdatingprofilen gi 15 ganger økning i antall visninger (match.no, 2015).

Informantene forventet at andre la ut bilder og at de syns dette var en viktig del av profilen, og dermed kjente de på at de også måtte ha bilde selv. Så det ble en avveining mellom å verne om privatlivet og å være tilgjengelig for andre nettdatere, slik en informant beskriver her.

” Ja! Jeg føler fortsatt skepsis (ler). Og det føler jeg i forhold til det, hvis du sammenligner match og sukker... På match er det mye enklere for en person som ikke egentlig er der, altså det tar bare et halvt minutt om en vil inn og sjekke mitt område (geografisk) og alder og så finne ut at jeg ligger der. (...) Ja, i begynnelsen la jeg jo ikke ut bilde i det hele tatt. Det gjorde jeg ikke. Men jeg fant vel ut etter en stund at folk gidder ikke ha kontakt... en mann som ser litt alright ut, han gidder ikke å styre med å få sendt bilde når det er mange som har bilde der ute. Så jeg fant ut ganske fort at jeg var nødt å ha bilde, ellers var det ingen vits. Ganske mange bilder og på en måte. Ikke noe sånn bikinibilder eller noe sånt, der er ikke jeg i det hele tatt. Men jeg tenker at hvis en person skal få et inntrykk av meg må jeg legge ut bilder av meg selv i mange ulike situasjoner, om det er i forhold til turer eller reiser eller... men ja mye forskjellig. Og jeg kjenner jo på at det er litt utleverende egentlig, men jeg tenker at jeg må bare gjøre det.”

- Hege (45+)

De unge informantene fortalte at de hadde stort sett ikke tenkt over det å bli gjenkjent som problematisk og oppga liten grad skeptisk til å legge ut bilder. Også her ble det fortalt at siden det var en forventning til at andre delte bilder, gjorde de det også. Mens dette spørsmålet stort sett ble besvart med et enkelt ”nei” fra informantene i denne gruppen, var det likevel en informant som beskrev å ha kjent på litt skepsis i forhold til at noen kunne gjenkjenne henne fra Tinder når hun gikk på gaten.

”Jeg merket at etter jeg meldte meg på tinder at jeg var sånn at ”å nei, hva hvis en dude bare går forbi og kjenner meg igjen fra tinder”. Det likte jeg ikke tanken på men ellers går det fint.”

- Jane (18-25)

4.3.2.a Valg av profilbilde

Det var forskjell mellom gruppene når det gjelder hva som ble vektlagt i valg av profilbilde. De unge hadde en tendens til å fortelle om avbildning av sitt eget utseende og hva de hadde tenkt om det. Der de oppga at de ville se bra, men naturlig ut. I sosiale medier generelt er det for denne aldersgruppen et stort fokus på visuell selvpresentasjon (Chua & Chang, 2016) der det er funnet at det å se bra og tiltrekkende ut (Siibak, 2009) er spesielt viktig. Fysisk tiltrekking er vist å være en viktig faktor når vi skal treffe noen på nett, og dermed blir også bildene den viktigste delen av en nettdatingprofil (Fiore, 2008). Faktisk kan bilde være så viktig at det overskygger hva som er skrevet i profilen, så det ser ikke ut til at nettdating utligner fysiske forskjeller når en søker partner (Brand, Bonatsos, D’Orazio, & DeShong, 2012). I denne gruppen oppga de å lite tekst, så da ble ofte bilder en ganske stor del av selvpresentasjonen, likevel var det bare en informant som fortalte om å ha hadde tenkt kritisk rundt hvilke bilder hun valgte å bruke.

”En blir jo litt sånn at ”legger jeg ut dette bildet - kan det hinte til sånn og sånn? Og legger jeg ut dette bildet – er det for useriøst?” En tenker over hvilket inntrykk en skal gi og er mer opptatt av det enn når en legger ut bilde på Facebook. For her er en jo også mer opptatt av utseende siden det er det første en møter. Og da blir en opptatt av alt og mer skeptisk til bilder en ville ha brukt ellers. Ikke noe tullebilder, det holder jeg til folk jeg kjenner på en måte. Veldig naturlige bilder, man skal jo som sagt prøve å vise seg fra sin beste side, så det ble bilder der jeg så bra ut, men naturlig og uten at det skulle virke som om det var bilder jeg hadde tatt for å ha på tinder.”

- Lise (18-25)

I den eldre gruppen ble det også fortalt om avbildning av eget utseende, men da handlet det mest om at bildet skulle likne på vedkommende eller være oppdatert. Dette kan knyttes til ryktet nettdating har, der det er vist at 86 % av nettdatere i en studie tror at andre nettdatere feilrepresenterer sitt eget utseende ved å benytte bilder som ikke er en representative eller sannferdige (J. E. Gibbs, NB; Heino, RD 2006). Når profilbilder fra nettdating ble sammenlignet med sine eiere i form av fysisk utseende har andre studier funnet at det var avvik, men mer som pynting på sannheten enn direkte løgn (C. H. Toma, JT; Ellison, NB, 2008).

”De legger ut bilder av seg selv som er 5, 10 år gammelt og så når du møter de er de jo ti år eldre og da blir det jo ”han er jo en gamlis... okeyyy” (ler). Den attraktive på bilde, jeg har noen bilder som bare slår mot deg fordi det er et flott bilde eller en flott mann eller glimt i øyet. Og så møter du personen og ”var det den som jeg...?” Forstår du? Så jeg er ganske opptatt av å ha et bilde som er oppdatert. Og det har jeg fått høre ”oi, du er jo sånn som på bildet!”. Ja, jeg er det. For jeg har et nytt bilde av meg selv. Jeg ønsker å presentere meg sånn som jeg er og ikke sånn at de skal føle seg lurt når de møter meg. I hvert fall ikke ut fra bilde! Om de ikke liker personligheten min så er jo det greit nok, men billedmessig skal de i hvert fall kjenne meg igjen.”

- Anne (45+)

Flere fortalte om erfaring med å møte folk som av utseende ikke var helt som forventet, og særlig alder er det funnet at mange misrepresenterer visuelt ved å benytte gamle bilder (Hancock, 2009). Siden dette var noe informantene beskrev at de opplevde som negativt selv, fortalte de og at de tok høyde for det i egen selvpresentasjon.

4.3.2.b Visuelle symboler

I visuell selvpresentasjon er det funnet at nettdatere strategisk planlegger profilbilder som inneholder symbol som de føler representerer hvem de er eller livet de lever (N. H. Ellison, R; Gibbs, J, 2006), der bildet blir fotografisk bevis for noe (Messaris, 1997) eller en del av implisitt selvpresentasjon. I den unge gruppen forteller informantene at de ikke har tenkt på symbolikk i noen stor grad. Noen nevner klær eller piercinger og hårstil, som er symboler nært knyttet til utseende. En informant skiller seg ut og beskriver at hun har gått for å ha en viss visuell stil på bildene, som sier noe om estetikk og smak og viser henne i lys av dette. Mens det som går igjen er at de er mest opptatt av å avbilde seg selv, og de fleste har egentlig ikke tenkt så mye over hva bildet signaliserer ut over det.

”- Jeg tok egentlig bare det jeg har på Facebook og alle andre har jo sett de bildene fra før, så det ble jo litt det samme.

- Du tok bare Facebook bilder, så du tenkte ikke over hva bildet viste av livsstil eller symboler eller noe sånt?

- Jeg gjorde dette kanskje litt ubevisst, for jeg lagde den profilen da jeg var (på reise) og da dro vi veldig mye ut, og jeg er ikke den som tar mest bilder av meg selv, så det ble fort til at jeg brukte bilder andre har tatt, og det ble gjerne i festsammenheng. Så jeg har jo fått noen meldinger med ”er du alkoholiker eller? For du er jo ute på alle bildene dine.” Så det har vært litt ubevisst. Men jeg har vært opptatt av at en skal kunne se at det er meg, fine bilder av meg, men at det ser ut som meg sånn at du ikke møter meg i virkeligheten og bare ”he, hvem er du?” ”

- Maya (18-25)

På spørsmålet om symboler og livsstil som et element av bildene oppgir de eldre informantene å være mye mer bevisst på dette, og forteller at de har tatt med denne typen informasjon i bildene sine. Når de blir spurt trekker de frem ulike bilder og forteller bakgrunnen for at det enkelte ble valgt. Her kommer det frem at denne gruppen, der alle sier at de søker partner, er mer opptatt av å vise interesser og hvordan deres liv er fordi de er opptatt av å møte likesinnete, og ikke bare hvem som helst(Stephure et al., 2009).

”Ja. Jeg legger ut, som sagt... jeg er veldig nøye med å styre unna lettkledde bilder, for da er det helt feil type menn som tar kontakt. Det å legge ut bilder som litt representerer den jeg er, mitt liv. Selvfølgelig blir det litt sånn ansiktsbilder, der en har sminket seg, men også aktivitetsbilder og reisebilder, på-sjøen-bilde, på-fjellet-bilde, litt sånn for å vise hva slags liv jeg lever og dermed tiltrekke meg en person som har ting felles, eller kjenner seg igjen eller føler et fellesskap med sånn som jeg lever mitt liv.”

- Hege (45+)

Men det handlet også mye om signaler som ble sendt gjennom å avbilde seg selv på visse måter, der bildene blir en mulighet for implisitt selvpresentasjon, og flere beskriver at de benytter bilder til å indirekte fortelle om interesser, der de kan vise flere sider uten å måtte skrive så lang tekst.

” Det er nok litt at jeg ville vise at jeg er mangfoldig (...) Og så har jeg tenkt at jeg ville vise, jeg ville ikke ha noe sånn der.... jo litt det der med reise. Og så har jeg jo bok på det med solbriller, så det er jo viktig for meg dette med å være intellektuell og sånn. Og på det med kameler så tenkte jeg at jeg ikke ville ha noe norsk flagg eller noe sånn, det ble nesten et litt politisk signal. Hvis du er muslimhater, så legger du ikke ut et bilde av kameler, i ørkenen i Marokko. Det med den fæle sminken, det tenker jeg er for ... det betyr både at jeg kanskje ikke tar meg selv så høytidelig og at jeg er litt leken og liker å kle meg ut. ”

- Eva (45+)

Andre som fortalte å opplevde det med å beskrive seg selv som litt unaturlig, oppga at de følte at bildene var en støtte når de forsøkte å vise mennesket bak profilen i håp om at andre skulle følelse av hvem de er som person gjennom det visuelle. Impression agreement er et uttrykk som kan forklares med at vi ser på et bilde av noen og opplever å få en følelse av hvem vedkommende er. Forskning viser at desto mer tilgjengelig informasjon som finnes i bildet, desto høyere blir forståelsen vår for hvem vedkommende er som person. Dette gjelder særlig i tilfeller hvor ansiktstrekk kommer godt frem, dersom bildet var tatt utendørs eller om det viser noen form for sosial samhandling (Fitzgerald Steele, 2009). Og dermed kan vi tenke oss at denne typer bilder er spesielt heldig for selvpresentasjonen.

Visuell selvpresentasjon for disse informantene viser klart tegn til et digitalt skille, men er igjen også nært knyttet til formål med nettdating. De eldre er igjen opptatt av å fremstille seg selv godt ut fra en motivasjon om å finne partner, mens de har kjent på skepsis til å ha bilde fordi det gjør dem mer gjenkjennbar. I denne gruppen er både symboler, eget utseende og implisitte koblinger til livsstil inkorporert i bilder, og de kan forklare logikken bak valget av hvert bilde, som indikerer at de har tenkt en del over dette. I den unge gruppen er de mest opptatt av å avbilde seg selv, og det er lite fokus på hva bildene sier utover det. En informant skiller seg ut og har valgt både tekst og bilder fra en litt artistisk vinkling, som representerer smak og kulturell plassering, men ikke sier så mye om hun som person. De unge virker også å kjenne lite på skepsisen de eldre forteller om.

4.3.3. Oppsummering

Den unge gruppens selvpresentasjon bærer preg av at de stort sett ikke bruker nettdating for å finne en partner. Formålet deres er heller koblet til sosialisering generelt. I denne gruppen er det en tendens å ha lite selvpresentasjon i form av tekst og når dette er tema snakker de mest om hvorfor og hvordan de har unngått å måtte skrive noe om seg selv, og der de selv hevder at profilen ikke er viktig fordi de ikke er så seriøs. Selv om resultatet er lite selvpresentasjon i form av tekst virker det likevel som om de har tenkt en del på dette og kan begrunne hvorfor det er slik. Det kan virke som om mangel på formål for disse informantene vanskeliggjør selvpresentasjonen siden dette også gjør at det er en uklarhet i hvilken rolle de inntar. For de som har tekst er andre strategier tatt i bruk, en har fått en venninne til å skrive profilttekst og en har brukt implisitt selvpresentasjon ved å ha en sangtekst som hun føler representerer henne. Disse informantene har i liten grad kjent på ubehag med å ha profilbilde, og flertallet er mest opptatt av å avbilde eget utseende og har ikke tenkt mye på symbolikk i bildet ellers. For den eldre gruppen er selvpresentasjonen viktig, noe som også er knyttet til formål, der de oppgir å søke et seriøst forhold. Da får nettdatingprofilen stor betydning. De møter utfordringer med selvpresentasjon der oppsettet er annerledes enn offline, og de forteller om en hermeneutisk prosess der de finner ut hvordan de skal presentere seg selv digitalt og der de også blir mer fortrolig med å ha informasjon som kan være selvutleverende på nett. Denne gruppen er særlig opptatt av å skjerme privatlivet sitt og forteller å moderere selvpresentasjonen ut fra en tanke om at mennesker de kjenner kan se dem. Selvpresentasjonen på nettdatingprofilen former de etter hva de selv opplever som bra og tiltrekkende med andre profiler og der de prøver å balansere det å være positiv, men ikke skrytete og det å fortelle nok om seg selv, men uten at det blir opplevet som for utleverende. Når det gjelder det visuelle er de opptatt av å vise et virkelighetsnært bilde av seg selv der de også i stor grad prøver å vise livsstil, noe som igjen kan kobles til formålet som er å finne en partner.

Kapittel 5: Oppsummering

Denne studien har fulgt forskningsspørsmålet ”*Hva er sammenhengen mellom alder, våre digitale forutsetninger og syn på nettdating? Og hvordan blir selvpresentasjon i nettdating farget av dette?*”

Studien er basert dybdeintervju med 10 kvinnelige nettdatere, fordelt på to aldersgrupper som er valgt med tanke på at de skal være på ulike sider av et digitalt skille, 18-25 år og 45+ år. Informantene ble rekruttert gjennom annonse på Facebook eller i eget nettverk, intervjuene var ansikt-til-ansikt, og fant sted høst/vinter 2015. Da et hovedtema i intervjuene var nettdating, et tema som kan oppleves som personlig og knyttes til sosialt stigma, ble tilrettelegging for gode intervju og ivaretaking av informantenes konfidensialitet sett som spesielt viktig. I følgende tekst kommer en oppsummering av hovedpoengene fra de tre analysedelene, før jeg peker på hvilken ny innsikt som har kommet frem i denne studien, og til slutt skisserer jeg noen tanker rundt fremtidig medieutvikling med utgangspunkt i det som er funnet her.

6.1 Oppsummering

Når det gjelder bruk av sosiale medier og digital hverdag for disse informantene, går det frem at det finnes en rekke spor av et digitalt skille. Det handler både om konkret bruk, men også om opplevelsen og forståelsen av denne. Et digitalt skille handler ikke bare om egen atferd, men også om normene rundt dem, og det virker som om alder uavhengig av digital forutsetning har også en betydning. Vi har sett at de unge informantene forteller om å leve et ”digitalt hybrid liv” (Baym, 2010: 1). Der de oppgir å være konstant pålogget, bruker en rekke sosiale medier, slik at sosiale medier fremgår som en naturlig del av hverdagen. Sosiale medier har ikke erstattet å treffe venner, men mye av kommunikasjonen skjer her, og flere av de unge informantene forteller at den digitale teknologien blir den primære kontakten med venner.

Informantene i den eldre gruppen forteller om en litt annen digital virkelighet. De oppgir å ta i bruk teknologien og sosiale medier bare når de ser behov for det, og uten at det blir sett som en fullgod erstatning for noen deler av sosiallivet deres. Stort sett oppgir de bare å bruke Facebook i tillegg til nettdating. Selv om de forteller om langt mindre bruk enn den yngre gruppen, blir denne bruken likevel beskrevet som litt forstyrrende og tidkrevende. Dette indikerer at det ikke er en innebygd del av

hverdagen, men noe man gjør, som for eksempel å se på TV, og det omtales ikke som legitimt å bruke tid på. Likevel føler de et press om å være tilstede i sosiale medier. Gjennom intervjuet forteller de eldre informantene om å bruke sosiale medier sånn som ”man skal”, mens de yngre informantene forteller om mer tilpassede måter å ta de i bruk på, der de justerer bruk og formål til eget behov.

Bruk av nettdating følger mye av de samme sporene fra bruk av sosiale medier ellers, men her virker alder og formål å ha større betydning, og det blir foreslått at disse må ses i sammenheng. I den yngre gruppen er det litt mer usikkerhet rundt hva formålet med nettdating er, og for de fleste å blir det omtalt som et sosialt media der de får kontakt med både nye mennesker uavhengig av romantikk eller dating, selv om det også finnes spor av sosial bekreftelse knyttet til flørt og seksualitet. Mangelen på formål gjør at nettdating her beskrives mer som et tidsfordriv eller noe de gjør for å delta sosialt. I den eldre gruppen oppgis det i motsetning at nettdating benyttes for å treffe en partner, for dem er nettdating som et praktisk verktøy der de kan treffe noen når de av ulike grunner ikke føler at de treffer så mye nye folk ellers. At de eldre nettdaterne bruker nettdating med formål om å finne partner gir de noen utfordringer de unge ikke forteller om; de forteller at utvalget av potensielle partnere som for stort og at de opplever nettdatingen som noe litt privat og derfor er opptatt av skjerming og personvern. Alle informantene hevder at nettdating er helt vanlig og akseptert i samfunnet, men det kommer også frem hint om at det er noe ved det som ikke er helt greit likevel. For de unge ser dette ut til å handle om at det er noe pinlig å med å ta nettdating seriøst, at det er ok som underholdning, men man ”skal” ha en litt ironisk distanse. Mens for de eldre så det ut til å være knyttet mer til å være singel, og en slags sårhet i det å søke partner på denne måten.

Selvpresentasjonen i nettdating er preget av formål mer enn et digitalt skille. Den unge gruppens selvpresentasjon bærer preg av at de stort sett ikke bruker nettdating for å finne en partner. Formålet deres er, som nevnt, heller koblet til sosialisering generelt. Når selvpresentasjon er tema forteller de mest om hvorfor og hvordan de har unngått å skrive noe om seg selv, og de er også opptatt av å formidle at nettdatingprofilen ikke er så seriøs. Selv om resultatet er lite selvpresentasjon i form av tekst virker det likevel som om de har tenkt en del på dette og kan begrunne hvorfor de har valgt å gjøre det slik. Mangel på formål kan se ut å vanskeliggjøre selvpresentasjonen for de som har forsøkt eller tenkt på å skrive egen profilttekst, og

ulike strategier blir tatt i bruk. Disse informantene har i liten grad kjent på ubehag med å ha profilbilde, og flertallet forteller å være mest opptatt av å avbilde eget utseende uten å tenke mye på symbolikk i bildet ellers. For den eldre gruppen er formålet med nettdating å finne partner, og da forteller de om å forholde seg til selvpresentasjonen på en annen måte. Nettdatingprofilen og utformingen av denne blir fortalt å få stor betydning. De møter utfordringer med selvpresentasjon der oppsettet er annerledes enn offline, og de forteller om en dynamisk prosess der de finner ut hvordan de skal presentere seg selv digitalt. For denne gruppen er selvutleverende informasjon i kombinasjon med bilde knyttet særlig til en bekymring om at noen de kjenner kan se dem. Når det gjelder det visuelle er de opptatt av å vise et virkelighetsnært bilde av seg selv der de også i stor grad prøver å vise livsstil, og indirekte si noe om livet de lever, noe som igjen kan kobles til formål.

Som vi ser er det spor av et digitalt skille i bruk av sosiale medier, som også strekker seg inn i bruk av nettdating. Men når det gjelder nettdating blir også alder i et sosialt psykologisk perspektiv fremtredende og virker å ha stor betydning for formålet med å benytte denne typen medium. Et direkte skille i selvpresentasjonen i seg selv ble ikke funnet, ikke fordi den ikke nødvendigvis eksisterer, men fordi ulikt formål gjorde sammenligning mellom de to aldersgruppene vanskelig. Likevel tegner det seg et bilde av hvordan selvpresentasjon blir farget av alder, men da ikke bare knyttet til et digitalt skille og formål som en medierende faktor. Noen funn fra analysen knytter seg sammen med tematikken på et mer overordnet nivå, og siden de i analysen kanskje ble vist på en fragmentert måte, vil disse innsiktene repeteres i et mer samlet perspektiv her.

Det ble vist at de yngre informantene i større grad har tatt i bruk flere sosiale medier, mens de eldre forteller at de ikke opplever å gå glipp av noe ved å la være. Dette kan knyttes til at de yngre informantene er digitalt innfødte, men også at de har et større sosialpsykologisk behov for stor sosial kontaktflate (Carstensen, 1995; Erikson, 1963), og at sånn sett er sosiale medier bedre tilpasset unge brukere. Nettdating skiller seg ut på det punktet. Det har tidligere vært vist at bruk av nettdating øker med alderen (Hogan, 2011) og at dette kan knyttes til både et økt behov, men også mindre mulighet for å treffe en partner ellers (Stephure et al., 2009). Siden denne studien ser på bruk av både sosiale medier og nettdating i sammenheng med alder, blir begge sider av dette belyst og finner en indikasjon på at det er liknende forhold i norsk

sammenheng. Men her ble det også funnet at nettdating ser ut til å skille seg litt ut fra andre sosiale medier for de unge deltakerne, det ene er dette ironiske forholdet eller distansen de er opptatt av å vise at de har, som ikke ser ut til å gjelde for andre sosiale medier. Det andre er at de ikke skiller mellom online og offline når de snakker om sosiale medier generelt, men i forhold til nettdating kommer dette skillet frem. Dette kan tolkes på et tegn om at selv om de mener at nettdating er helt vanlig og kan brukes til andre ting, henger likevel noe av det gamle synet på nettdating igjen.

Også andre studier har funnet at unge er mindre seriøse med nettdating (Radil, 2009) og forteller at de bruker det som tidsfordriv (Stephure et al., 2009). At de yngre informantene forteller om bruk som er knyttet til mer sosiale formål her, er likevel uventet siden nettdating er sett å ha en så spesifikk funksjon og det er så mange andre sosiale medier som fokuserer mer på det sosiale. Men mobilappen Tinder ser ut til å være særlig populært blant de unge, der populære elementer fra andre sosiale medier hentet inn. Ideen om å trykke ”ja” eller ”nei” på profiler etter hvert som de dukker opp er litt som et spill, det er noe du har på telefonen og dermed har med deg og kan trekke frem når det passer, det åpner opp for å treffe folk utfor eget nettverk, og tilrettelegger for ”sosial kiking” (Brandtzæg, 2012). Det ser også ut som ”nettdating”, der man søker venner i stedet for partner er et behov som er sett hos andre og der nye apper forsøker å imøtekomme det behovet (Bjørn, 2016). Giddens (2008) sier at hvert individs gjentatte handlinger er det som produserer den sosiale strukturen, og at sosial struktur dermed består av tradisjoner, moral og rutiner. På den andre siden betyr det også at strukturen endres når individ begynner å ignorere den sosiale strukturen eller å gjøre ting annerledes (ibid.). Slik som det å finne en partner på nett var en gang, er det nå de yngre informantenes valg om å bruke nettdating til andre formål som går mot tradisjonen og er med på å endre den sosiale (medie) strukturen.

De yngre informantene forteller også i sammenheng med andre sosiale medier om annen bruk enn det som er intendert, mens de eldre oppgir mer å bruke mediet slik ”man skal”. Sistnevnte bruker nettdating for å finne partner og noen faktorer knyttet til selvpresentasjon i nettdating for denne gruppen ble funnet, selv om den da ikke er sammenlignbar mellom gruppene. I nettdating er publikummet ukjent og vi forestiller oss hvem de er for å tilpasse selvpresentasjonen (J. L. Gibbs, Ellison, & Lai, 2011) men også hvem vi har lyst at de skal være, slik at den rettes mot et intendert publikum, en spesiell målgruppe. Da blir selvpresentasjonen bare rettet til noen

brukere, og en indirekte måte å si vekk andre på. Her kan eldre/voksne nettdatere ha en fordel fremfor de som er ung, ettersom de unge har et mer begrenset grunnlag for å vite hva de ser etter i en potensiell partner. I denne studien ble det funnet at ”silefunksjonen” ved bruk av selvpresentasjon var spesielt viktig for de eldre deltakerne for de opplevde at utvalget ble for stort. Andre studier har sett at nettdatere avveier ideell mot reell selvpresentasjon der de forsøker å fremstå så attraktiv som mulig men samtidig oppfattes som sannferdig nok til å ikke blir oppfattet som uærlig (N. Ellison et al., 2006; J. E. Gibbs, NB; Heino, RD 2006; Hancock, 2009), mens her var det mer snakk om å bruke profilen som filter, mer enn å prøve å tiltrekke flest mulig. De oppga riktignok å ville virke attraktiv, men bare for de som ble sett som potensielle partnere. Selvmoderering blir for de eldre informantene sterkt knyttet til at tanken om at noen de kjenner kan se profilen. Og mens andre studier har funnet at selvpresentasjon blir mer ærlig om den er i kombinasjon med profilbilde og de blir gjenkjennbar (C. H. Toma, JT; Ellison, NB, 2008), virker den for disse informantene å ha en tilleggs effekt. De modererer seg i større grad, og selvpresentasjonen blir mindre selvutleverende fordi de er opptatt av å verne om privatlivet. Ettersom sammenligningsgrunnlaget er studier fra utlandet, og særlig USA, kan disse ulikhetene muligens tilskrives kulturelle forskjeller, og ville vært lurt å koble til det. Her har vi sett at nettdating skiller seg ut fra andre sosiale medier, og det er foreslått at dette kan knyttes til alder og formål. Et annet funn handler også om formål, der vi ser at formål og bruksmåte har mye å si uavhengig av hvilken intendert funksjon et sosialt medium har. Og det siste funnet er knyttet til at selvpresentasjonen i nettdating har særpreg som kan knyttes til sosiale eller kulturelle forhold som er spesifikk for Norge (eller Skandinavia).

I denne studien ble det valgt å intervju nettdatere i to aldersgrupper for lære mer om deres opplevelse og bruk av digitale medier generelt og nettdating spesielt. Men det er noen begrensninger med studien som bør nevnes her og som funnene må ses i lys av. Informantene i denne studien er kvinner som bor i Bergen eller omegn, og som er innen en av to gitte aldersgrupper, og dermed ikke et representativt utvalg for nettdatere i Norge generelt. Ved at tema kan oppleves som personlig og rekruttering skjedde til dels gjennom selvseleksjon er det også grunn til å tro at det finnes en skjevhet i informantutvalget, der de i større grad er positiv til nettdating eller mer åpen for å snakke om det enn gjennomsnittet. En annen side er at denne studien

baserer seg på intervjudata og intervjusituasjonen kan resultere i det som er kjent som ”social desirability bias”, altså en tendens for deltakere å til å produsere svar som presenterer dem i det best tenkelige lys, heller enn å svare sannferdig, og spesielt i forhold til de yngre informantenes litt ironiske holdning til nettdating var det en uklarhet om det var genuint eller en del av selvmoderering. Som det også er nevnt i metodekapittelet er også informasjonsmengden i intervjudataene skjevfordelt, der informasjonen fra de eldre informantene er jevnt over mer omfattende. I noen situasjoner blir da informasjon fra denne gruppen ikke sammenlignet med informasjon fra den andre gruppen, men heller med mangelen på den. Selv om dette blir gjort rede for under veis, blir det likevel en tendens til at den ene gruppens synspunkt kommer bedre frem enn den andre. Når det gjelder sammenligningen av selvpresentasjonen i nettdating på tvers av aldersgrupper ble den i stor grad farget av at informantene hadde ulikt formål. Det ble det ikke justert for her, ettersom det ble regnet som en viktig side å få frem da dette var en sentral del av deres bruk og opplevelse. Det er dermed usikkert hvordan en sammenligning av selvpresentasjon mellom aldersgrupper ville sett ut dersom de hadde same formål.

6.2 Veien videre

Vi snakker gjerne om sosiale medier som et samlebegrep, noe som også har blitt gjort i denne avhandlingen, men det blir også vist at det er store forskjeller i funksjon og bruk. Kanskje vi i større grad bør være forsiktige med å omtale sosiale medier generelt, og være mer observant på disse forskjellene? Vi har sett her at nettdating virker å skille seg litt ut, og som et sosialt fenomen er nettdating i Norge lite beskrevet og det er mangelfull forskning og kjennskap til området. Selv om det når ser ut til å bli en vanlig måte å treffe partner på, og er omtrent det eneste strategiske verktøyet for singelpopulasjonen når de skal finne partner, mangler nettdating seriøs annerkjennelse for den funksjonen den har. En informant i denne studien trekker frem at hun ikke synes at samfunnet er tilrettelagt for å treffe noen, og med nye samlivsformer som inkluderer brudd og singelliv, er det lett å se at nettdating fyller et behov som har vokst frem. Om vi greier å se forbi det synet på nettdating som det litt rare sosiale mediet mange bruker og få vil vedkjenne seg, er det et stort og relativt uoppdaget felt der kjærlighet og relasjoner kan studeres både fra individets perspektiv, men også mer strukturelt. I denne studien har vi sett at nettdating kan brukes for å søke nye sosiale bekjentskaper, og å søke venner og bekjentskaper på

denne måten ser ut til å være noe som kommer mer. Men hva skjer om nye vennskap og utvidelse av våre sosiale nettverk blir styrt gjennom denne typen sosiale medier, der det finnes en rekke søke og avgrensningskriterier? Vil vi søke venner som er lik oss i større grad, slik at vi treffer mer folk med lignende bakgrunn og livssyn? Hva er fordeler og ulemper med et verktøy som lar oss spisse vår sosiale omgang, og kan det bli så omfattende at det har noe utslag i et samfunnsperspektiv?

Vi har ennå til gode å se hvordan samfunnet vil formes av digitale teknologier. Selv om digitale medier nå er en stor del av mange kulturer og vår hverdag, har ennå ingen generasjon levd fra vugge til grav med denne teknologien. Alder som en sosialpsykisk faktor ser ut til å påvirke bruk av sosiale medier generelt og nettdating, der de unge trekkes mot å ha stor sosial kontaktflate og at det skjer en sosial tilbaketrekking med alderen, og nære relasjoner får en mer sentral plass (Carstensen, 1995). Hva som skjer når de digitale innfødte blir eldre er interessant, da vil teknologiske vaner og menneskelige behov trekke i ulike retninger. Og da vil vi kanskje se nye digitale mønstre som tar over for det digitale skillet vi har sett på i denne avhandlingen.

KILDER:

- Alterovitz, S. S.-R., & Mendelsohn, G. A. (2009). Partner preferences across the life span: Online dating by older adults. *Psychology and Aging, 24*(2), 513-517. doi:10.1037/a0015897
- Altman, I., & Taylor, D. A. (1973). *Social penetration: the development of interpersonal relationships*: Holt, Rinehart and Winston.
- Baldwin, M. W., & Holmes, J. G. (1987). Salient private audiences and awareness of the self. *Journal of Personality and Social Psychology, 52*(6), 1087-1098. doi:10.1037/0022-3514.52.6.1087
- Bargh, J. A., McKenna, K. Y. A., & Fitzsimons, G. M. (2002). Can You See the Real Me? Activation and Expression of the "True Self" on the Internet. *Journal of Social Issues, 58*(1), 33-48. doi:10.1111/1540-4560.00247
- Baron, N. S. (2008). *Always on: language in an online and mobile world*. Oxford: Oxford University Press.
- Baym, N. K. (2010). *Personal connections in the digital age*. Cambridge: Polity.
- Bazarova, N. N., & Choi, Y. (2014). Self-Disclosure in Social Media: Extending the Functional Approach to Disclosure Motivations and Characteristics on Social Network Sites. *J. Commun., 64*(4), 635-657. doi:10.1111/jcom.12106
- Bazarova, N. N., Taft, J. G., Choi, Y. H., & Cosley, D. (2013). Managing Impressions and Relationships on Facebook: Self-Presentational and Relational Concerns Revealed Through the Analysis of Language Style. *Journal of Language and Social Psychology, 32*(2), 121-141. doi:10.1177/0261927x12456384
- Berntsen, C., & Aardal, E. (2014). Trenger parterapi etter flørting på datingsider. *nrk.no*. Retrieved from <http://www.nrk.no/rogaland/trenger-parterapi-etter-nettflort-1.11913257>
- Bjørn, C. (2016). Venne-Tinder for kvinner tar av. *VG*. Retrieved from <http://www.vg.no/nyheter/utenriks/sosiale-medier/venne-tinder-for-kvinner-tar-av/a/23652297/>
- Blackhart, G. C., Fitzpatrick, J., & Williamson, J. (2014). Dispositional factors predicting use of online dating sites and behaviors related to online dating. *Computers in Human Behavior, 33*(0), 113-118. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.022>
- boyd, d. (2007). "Choose Your Own Ethnography: In Search of (Un)Mediated Life". Paper presented at the The Society for Social Studies of Science (4S) Annual Conference
- boyd, d. (2008). *Taken out of context: American teen sociality in network publics.*, Berkeley: University of California.
- boyd, d., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication, 13*(1), 210-230. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
- Brand, R. J., Bonatsos, A., D'Orazio, R., & DeShong, H. (2012). What is beautiful is good, even online: Correlations between photo attractiveness and text attractiveness in men's online dating profiles. *Computers in Human Behavior, 28*(1), 166-170. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2011.08.023>
- Brandtzæg, P. B. (2012). *Social implications of the Internet and social networking sites : a user typology approach*. Department of Media and Communication, Faculty of Humanities, University of Oslo, Oslo.

- Brandtzæg, P. B., & Heim, J. (2009). Why People Use Social Networking Sites. In A. A. Ozok & P. Zaphiris (Eds.), *Online Communities and Social Computing: Third International Conference, OCSC 2009, Held as Part of HCI International 2009, San Diego, CA, USA, July 19-24, 2009. Proceedings* (pp. 143-152). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- 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.
doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhcs.2010.11.004>
- Bridges, J. C. (2012). *The Illusion of Intimacy: Problems in the World of Online Dating*: Praeger.
- Brown, J. D. (1998). *The self*: Mc Graw Hill.
- Brym, R. J., and Rhonda L. Lenton. (2001). *Love online: a report on digital dating in Canada*. Retrieved from Toronto:
- Buer, K. (2015). – Gjør det lettere å være utro og finne tilfeldige sexpartnere. *Abcnyheter*. Retrieved from
<http://www.abcnyheter.no/livet/2015/07/17/194410947/gjor-det-lettere-vaere-utro-og-finne-tilfeldige-sexpartnere>
- Buffardi, L. E., & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and Social Networking Web Sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(10), 1303-1314.
doi:10.1177/0146167208320061
- Carstensen, L. L. (1995). Evidence for a Life-Span Theory of Socioemotional Selectivity. *Current Directions in Psychological Science*, 4(5), 151-156.
- Carstensen, L. L., Isaacowitz, D. M., & Charles, S. T. (1999). Taking time seriously: A theory of socioemotional selectivity. *American Psychologist*, 54(3), 165-181. doi:10.1037/0003-066X.54.3.165
- Casale, S., Fioravanti, G., Flett, G. L., & Hewitt, P. L. (2015). Self-presentation styles and Problematic use of Internet communicative services: The role of the concerns over behavioral displays of imperfection. *Personality and Individual Differences*, 76, 187-192. doi:10.1016/j.paid.2014.12.021
- Chambers, D. (2013). *Social media and personal relationships: online intimacies and networked friendship*: PALGRAVE MCMILLAN.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory : a practical guide through qualitative analysis*. London: Sage.
- Chen, B., & Marcus, J. (2012). Students' self-presentation on Facebook: An examination of personality and self-construal factors. *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2091-2099. doi:10.1016/j.chb.2012.06.013
- Chua, T. H. H., & Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social media. *Computers in Human Behavior*, 55, Part A, 190-197. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011>
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). *Basics of Qualitative Research (3rd ed.): Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Thousand Oaks: United States, California, Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Cornwell, B., & Lundgren, D. C. (2001). Love on the Internet: involvement and misrepresentation in romantic relationships in cyberspace vs. realspace. *Computers in Human Behavior*, 17(2), 197-211.
doi:[http://dx.doi.org/10.1016/S0747-5632\(00\)00040-6](http://dx.doi.org/10.1016/S0747-5632(00)00040-6)

- Couch, D., Liamputtong, P., & Pitts, M. (2012). What are the real and perceived risks and dangers of online dating? Perspectives from online daters. *Health, Risk & Society*, 14(7-8), 697-714. doi:10.1080/13698575.2012.720964
- Dalen, M. (2004). *Intervju som forskningsmetode : en kvalitativ tilnærming*. Oslo: Universitetsforl.
- Darbandi, C. (2012). *Digitale medier, identitet og kjønn*. Retrieved from <http://www.sifo.no/page/Publikasjoner//10081/78198.html>
- DeAndrea, D. C., Tom Tong, S., Liang, Y. J., Levine, T. R., & Walther, J. B. (2012). When Do People Misrepresent Themselves to Others? The Effects of Social Desirability, Ground Truth, and Accountability on Deceptive Self-Presentations. *Journal of Communication*, 62(3), 400-417. doi:10.1111/j.1460-2466.2012.01646.x
- DeAndrea, D. C., & Walther, J. B. (2011). Attributions for Inconsistencies Between Online and Offline Self-Presentations. *Communication Research*, 38(6), 805-825. doi:10.1177/0093650210385340
- Deuze, M. (2006). Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principal Components of a Digital Culture. *The Information Society*, 22(2), 63-75. doi:10.1080/01972240600567170
- Dindia, K., Fitzpatrick, M. A., & Kenny, D. A. (1997). Self-Disclosure in Spouse and Stranger Interaction A Social Relations Analysis. *Human Communication Research*, 23(3), 388-412. doi:10.1111/j.1468-2958.1997.tb00402.x
- Donath, J., & boyd, d. (2004). Public Displays of Connection. *BT Technology Journal*, 22(4), 71-82. doi:10.1023/B:BTTJ.0000047585.06264.cc
- Donn, J. E., & Sherman, R. C. (2002). Attitudes and practices regarding the formation of romantic relationships on the Internet. *Cyberpsychol Behav*, 5(2), 107-123.
- Dunbar, R., & Dunbar, R. I. M. D. (2010). *How Many Friends Does One Person Need? Dunbar's Number and Other Evolutionary Quirks*: Harvard University Press.
- Dutton, W. H. (1996). *Information and communication technologies : visions and realities*. Oxford: Oxford University Press.
- Eftekhar, A., Fullwood, C., & Morris, N. (2014). Capturing personality from Facebook photos and photo-related activities: How much exposure do you need? *Comput. Hum. Behav.*, 37, 162-170. doi:10.1016/j.chb.2014.04.048
- Eiksen, D. (2013). «Kynisk» dating-app erobrer Norge. *NRK nettavis*. Retrieved from <http://www.nrk.no/kultur/ kynisk -dating-app-erobrer-norge-1.11357761>
- Elder, G. H. (1994). Time, Human Agency, and Social Change: Perspectives on the Life Course. *Social Psychology Quarterly*, 57(1), 4-15.
- Elder, G. H., & Shanahan, M. J. (1997). *Livsløp : oppvekst, generasjon og sosial endring: Oppvekst, sosial endring og handlingsevne*. Oslo: Universitetsforl.
- Ellison, N., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 415-441. doi:10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social

- Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x
- Ellison, N. H., R; Gibbs, J. (2006). Managing Impressions Online: Self Presentation Processes in the Online Dating Environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*(11), 415- 441. doi:doi:10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x
- Emanuel, L., Neil, G. J., Bevan, C., Fraser, D. S., Stevenage, S. V., Whitty, M. T., & Jamison-Powell, S. (2014). Who am I? Representing the self offline and in different online contexts. *Computers in Human Behavior*, 41(0), 146-152. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2014.09.018>
- Eriksen, C. (2010). Flest finner kjæreste på nett. *TV2 nyheter*. Retrieved from <http://www.tv2.no/a/3281137>
- Erikson, E. H. (1963). *Childhood and society* (2nd ed. rev and enl. ed.). New York: W. W. Norton.
- Fagerheim, H. (2004). Ensomhet - vårt siste tabu. Retrieved from <http://forskning.no/helsetjeneste-helseadministrasjon-sykdommer-psykiske-lidelser-sosiale-relasjoner/2008/02/ensomhet>
- Fausing, B. (2013). *Become An Image. On Sefies, Visuality and The Visual Turn in Social Medias*, Rome.
- Fiore, A. T., LS ;Mendelsohn, GA; Hearst, M. (2008). Assessing Attractiveness in Online Dating Profiles.
- Fitzgerald Steele, J., David C. Evans, Rachel K. Green. (2009). *Is Your Profile Picture Worth 1000 Words? Photo Characteristics Associated with Personality Impression Agreement*. Paper presented at the ICWSM Conference.
- Foddy, W. H. (1993). *Constructing questions for interviews and questionnaires : theory and practice in social research*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Frønes, I., & Futsæter, K. A. (2013). Diffusjon og bruk av Facebook i Norge. *Sosiologisk tidsskrift*, 21(04).
- Gardner, H., & Davis, K. (2013). *The app generation: How today's youth navigate identity, intimacy, and imagination in a digital World*: Yale University Press.
- Gentikow, B. (2005). *Hvordan utforsker man medieerfaringer? : kvalitativ metode* (Rev. utg. ed.). Kristiansand: IJ-forl.
- Gibbs, J. E., NB; Heino, RD (2006). Self-Presentation in Online Personals The Role of Anticipated Future Interaction, Self-Disclosure, and Perceived Success in Internet Dating. *Communication Research*, 33, 152-177. doi:10.1177/0093650205285368
- Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & Lai, C.-H. (2011). First Comes Love, Then Comes Google: An Investigation of Uncertainty Reduction Strategies and Self-Disclosure in Online Dating. *Communication Research*, 38(1), 70-100. doi:10.1177/0093650210377091
- Giddens, A. (1993). *New rules of sociological method : a positive critique of interpretative sociologies* (2nd ed. ed.). Cambridge: Polity Press.
- Giddens, A. (2008). *Modernity and self-identity : self and society in the late modern age*. Cambridge, England Polity
- Giddens, A. (2013). *The transformation of intimacy: Sexuality, love and eroticism in modern societies*: John Wiley & Sons.

- Giddens, A., & Sutton, P. W. (2013). *Sociology* (7th ed. ed.). Cambridge: Polity Wiley.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory : strategies for qualitative research*. New York: Aldine de Gruyter.
- Goffman, E. (1959). PRESENTATION OF SELF IN EVERYDAY LIFE.
- Gray, A. (2003). *Research practice for cultural studies : ethnographic methods and lived cultures*. London: Sage.
- Gregen, K. J. (2002). *Perpetual contact : mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Grimm, P. (2010). Social Desirability Bias *Wiley International Encyclopedia of Marketing*: John Wiley & Sons, Ltd.
- Hancock, J. T., CL (2009). Putting Your Best Face Forward: The Accuracy of Online Dating Photographs. *Journal of Communication*, 59, 367- 386. doi:10.1111/j.1460-2466.2009.01420.x
- Haythornthwaite, C. (2002). Strong, Weak, and Latent Ties and the Impact of New Media. *The Information Society*, 18(5), 385-401. doi:10.1080/01972240290108195
- Hembrooke, H., & Gay, G. The laptop and the lecture: The effects of multitasking in learning environments. *Journal of Computing in Higher Education*, 15(1), 46-64. doi:10.1007/bf02940852
- Hiltz, S. R. (1985). *Online Communities: A Case Study of the Office of the Future*.
- Hitsch, G. H., A; Ariely, D. (2005). What Makes You Click: An Empirical Analysis of Online Dating.
- Hogan, B. a. l, nai and Dutton, William H. (2011). A Global Shift in the Social Relationships of Networked Individuals: Meeting and Dating Online Comes of Age. *Social Science Research Network*.
- Joinson, A. N. (2001). Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity. *European Journal of Social Psychology*, 31(2), 177-192. doi:10.1002/ejsp.36
- Kadv, A. K. (2010). *Deception: Analysis of the Lying Cues Observed by Men, Women, the Self, and Others*. (Master), San Jose State University,, http://scholarworks.sjsu.edu/etd_theses/3814/.
- Kang, T., & Hoffman, L. H. (2011). Why Would You Decide to Use an Online Dating Site? Factors That Lead to Online Dating. *Communication Research Reports*, 28(3), 205-213. doi:10.1080/08824096.2011.566109
- Kaplan, A. a. H., M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. . *Business Horizons*, 53(1), 59-68
- Kerr, E. H., RS. (1982). *Computer-Mediated Communication Systems: Status and Evaluation*.
- Kvale, S., Brinkmann, S., Anderssen, T. M., & Rygge, J. (2009). *Det kvalitative forskningsintervju* (2. utg. ed.). Oslo: Gyldendal akademisk.
- Lance, L. (1998). Gender differences in heterosexual dating: A content analysis of personal ads. *Journal of Mens studies*, 6, 297.
- LaRose, R., & Eastin, M. S. (2004). A Social Cognitive Theory of Internet Uses and Gratifications: Toward a New Model of Media Attendance. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48(3), 358-377. doi:10.1207/s15506878jobem4803_2

- Leary, M. R., & Allen, A. B. (2011). Self-presentational persona: Simultaneous management of multiple impressions. *Journal of Personality and Social Psychology, 101*(5), 1033-1049. doi:10.1037/a0023884
- Lee, E., Ahn, J., & Kim, Y. (2014). Personality traits and self-presentation at Facebook. *Pers. Individ. Differ., 69*, 162-167. doi:10.1016/j.paid.2014.05.020
- Litt, E. (2012). Knock, Knock. Who's There? The Imagined Audience. *J. Broadcast. Electron. Media, 56*(3), 330-345. doi:10.1080/08838151.2012.705195
- Lo, S.-K., Hsieh, A.-Y., & Chiu, Y.-P. (2013). Contradictory deceptive behavior in online dating. *Computers in Human Behavior, 29*(4), 1755-1762. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.010>
- Lui, K., & Wong, A. (2012). Does media multitasking always hurt? A positive correlation between multitasking and multisensory integration. *Psychonomic Bulletin & Review, 19*(4), 647-653. doi:10.3758/s13423-012-0245-7
- Madden, M. S., Aron. (2010). *Reputation management in social media: how people monitor their identity and search for others online*. Retrieved from Washington DC: <http://www.pewinternet.org/2010/05/26/reputation-management-and-social-media/>
- Mannheim, K. (1923). The Sociological Problem of Generations.
- match.no. (2015). match.no/om_oss. Retrieved from <http://no.match.com/misc/proof.php>
- McKenna, K. Y. A., Green, A. S., & Gleason, M. E. J. (2002). Relationship Formation on the Internet: What's the Big Attraction? *Journal of Social Issues, 58*(1), 9-31. doi:10.1111/1540-4560.00246
- Medienorge. (2014). *Medieåret 2013–2014*
- MEDIEUTVIKLING I NORGE: FAKTA OG TRENDER*. Retrieved from Bergen:
- Messaris, P. (1997). *Visual persuasion: The role of images in advertising*.
- Meyrowitz, J. (1985). *No sense of place : the impact of electronic media on social behavior*. New York: Oxford University Press.
- Michikyan, M., Subrahmanyam, K., & Dennis, J. (2014). Can you tell who I am? Neuroticism, extraversion, and online self-presentation among young adults. *Computers in Human Behavior, 33*, 179-183. doi:10.1016/j.chb.2014.01.010
- Myrmel, K. (2014). Slik finner du kjæreste på nettet. *Vi over 60*.
- Nettdatingeksperten. (2014). Retrieved from <http://www.nettdating-eksperten.no/presse/markedet-for-nettdating-2014-no.pdf>
- Norskmediebarometer, & Medienorge. (2016). Bruk av nettsamfunn en gjennomsnittsuke. <http://medienorge.uib.no/statistikk/medium/ikt/350>
- NTB. (2016). Slår alarm om Tinder og nettdating. *BA*. Retrieved from <http://www.ba.no/nyheter/nettdating/tinder/slar-alarm-om-tinder-og-nettdating/s/5-8-282293>
- Ong, W. J. (2013). *Orality and Literacy: 30th Anniversary Edition*: Taylor & Francis.
- Palfrey, J. a. G., U (2010). *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*: Basic Books.
- Park, N., Kee, K. F., & Valenzuela, S. (2009). Being Immersed in Social Networking Environment: Facebook Groups, Uses and Gratifications, and Social

- Outcomes. *CyberPsychology & Behavior*, 12(6), 729-733.
doi:10.1089/cpb.2009.0003
- Poley, M. E. M., & Luo, S. (2012). Social compensation or rich-get-richer? The role of social competence in college students' use of the Internet to find a partner. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 414-419.
doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2011.10.012>
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*.
- Quan-Haase, A., & Young, A. L. (2010). Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(5), 350-361. doi:10.1177/0270467610380009
- Radil, C. S. L., T. (2009). Internetdating– et angreb på kærlighedens traditionelle former. *Kærlighedshistorier.dk : en digital antologi*. Retrieved from
- Reis, H. T., & Shaver, P. . (1988). Intimacy as an interpersonal process. In S. W. D. (Ed.) (Ed.), *Handbook of Personal Relationships: Theory, Research and Interventions* (pp. 376–389). Chichester, England: Wiley.
- Reis, H. T. S., Phillip. (1988). Intimacy as an interpersonal process.
- Reuter Dahl, A.-C. S., Charlotte Haarvik (2010). En av ti har funnet date på nettet. *NRK netavisen*. Retrieved from <http://www.nrk.no/norge/en-av-ti-har-funnet-date-pa-nettet-1.7081744>
- Ringdal, K. (2007). *Enhet og mangfold : samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode* (2. utg. ed.). Bergen: Fagbokforl.
- Roe, K. (2006). The digital divide in the twenty-first century. *Poetics*, 34 (4–5), 219-318.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed. ed.). New York: Free Press.
- Rosen, L. D., Cheever, N. A., Cummings, C., & Felt, J. (2008). The impact of emotionality and self-disclosure on online dating versus traditional dating. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 2124-2157.
doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2007.10.003>
- Rui, J., & Stefanone, M. A. (2012). Strategic self-presentation online: A cross-cultural study. *Computers in Human Behavior*, 29(1), 110-118.
doi:10.1016/j.chb.2012.07.022
- Santrock, J. W. (1997). *Life-span development* (6th ed. ed.). Madison, Wis: Brown & Benchmark.
- Schaefer, L. J. (2003). Looking for love online, or on paper.(history of personal ads)(Column) (pp. A31).
- Schlenker, B. R. P., Beth A. (2000). The strategic control of information: Impression management and self-presentation in daily life. In A. E. F. Tesser, Richard B. (Ed); Suls, Jerry M. (Ed) (Ed.), *Psychological perspectives on self and identity*. (pp. 199-232). Washington, DC, US: American Psychological Association.
- Seidman, G. (2012). Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences*, 54(3), 402-407. doi:10.1016/j.paid.2012.10.009
- Shah, N. A., S. (2009). *Digital Natives with a Cause?* . Retrieved from
- Shaojung Sharon Wang , S.-I. M., Kyounghee Hazel Kwon, Carolyn A. Evans, Michael A. Stefanone. (2009). Face off: Implications of visual cues on initiating friendship on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 26, 226–234.

- Siibak, A. (2009). Constructing the Self through the Photo selection - Visual Impression Management on Social Networking Websites. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 3(1).
- Smith, & Duggan. (2013). *Online dating & relationships*. Retrieved from
- Smith, J., Skrbis, Z., & Western, M. (2013). Beneath the 'Digital Native' myth. *Journal of Sociology*, 49(1), 97-118. doi:10.1177/1440783311434856
- Snyder, M. (1974). Self-monitoring of expressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30(4), 526-537. doi:10.1037/h0037039
- Snyder, M., & Gangestad, S. (1986). On the nature of self-monitoring: Matters of assessment, matters of validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(1), 125-139. doi:10.1037/0022-3514.51.1.125
- SSB. (2016). Statistikkbanken, tabell 06071.
- 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. doi:10.1111/j.1083-6101.2009.01457.x
- Strano, M. M., & Wattai Queen, J. (2012). Covering your face on Facebook: Suppression as identity management [Press release]
- Sue Bennett, K. M. a. L. K. (2008). The 'digital natives' debate: A critical review of the evidence. *British Journal of Educational Technology*, 39(5), 775-786. doi:10.1111/j.1467-8535.2007.00793.x
- sukker.no. (2016). sukker.no. Retrieved from <https://sukker.no/sok/match>
- Swann, W. (1990). *Motivation and cognition. To be adored or to be known? The interplay of self-enhancement and self-verification*. NY: Guilford Press.
- Thagaard, T. (2013). *Systematikk og innlevelse: en innføring i kvalitativ metode*: Fagbokforlaget.
- Thomas, A. (2007). *Yout Online -- Identity and literacy in the digital age*. NY: Peter Lang Publishing.
- Tice, D. M., Butler, J. L., Muraven, M. B., & Stillwell, A. M. (1995). When modesty prevails: Differential favorability of self-presentation to friends and strangers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(6), 1120-1138. doi:10.1037/0022-3514.69.6.1120
- Toma, C. (2013). Feeling Better But Doing Worse: Effects of Facebook Self-Presentation on Implicit Self-Esteem and Cognitive Task Performance. *Media Psychol.*, 16(2), 199-220. doi:10.1080/15213269.2012.762189
- Toma, C. H., JT; Ellison, NB. (2008). Separating Fact From Fiction: An Examination of Deceptive Self-Presentation in Online Dating Profiles. *Personality and Social Psychology Bulletin*(8), 1023 - 1036. doi:10.1177/0146167208318067
- Tufekci, Z. (2008). Can You See Me Now? Audience and Disclosure Regulation in Online Social Network Sites. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 28(1), 20-36. doi:10.1177/0270467607311484
- Turkle, S. (1995). *Life on the screen* Simon & Schuster Paperbacks.
- Turkle, S. (2011). *Alone together*: Basic Books.
- Uski, S., & Lampinen, A. (2014). Social norms and self-presentation on social network sites: Profile work in action. *New Media & Society*. doi:10.1177/1461444814543164
- Vaidhyathan, S. (2011). *The Googlization of everything : (and why we should worry)*. Berkeley, Calif: University of California Press.

- Van Dijk, J. (2013). *The culture of connectivity – a critical history of social media*. Usa: Oxford University Press.
- Voorveld, H. A. M., & van der Goot, M. (2013). Age Differences in Media Multitasking: A Diary Study. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(3), 392-408. doi:10.1080/08838151.2013.816709
- Walther, J. B. (1992). Interpersonal Effects in Computer-Mediated Interaction: A Relational Prospective. *Communication Research*, 19, 52-90. doi:10.1177/009365092019001003
- Walker, J. (2005). Mirrors and Shadows: The Digital Aestheticisation of Oneself.
- Walther, J. B. (1996). Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction. *Communication Research*, 23(1), 3-43. doi:10.1177/009365096023001001
- Walther, J. B. (2007). Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. *Computers in Human Behavior*, 23(5), 2538-2557. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2006.05.002>
- Walther, J. B., & Burgoon, J. K. (1992). Relational Communication in Computer-Mediated Interaction. *Human Communication Research*, 19(1), 50-88. doi:10.1111/j.1468-2958.1992.tb00295.x
- Walther, J. B., Deandrea, D. C., & Tong, S. T. (2010). Computer-Mediated Communication Versus Vocal Communication and the Attenuation of Pre-Interaction Impressions. *Media Psychology*, 13(4), 364-386. doi:10.1080/15213269.2010.524913
- Walther, J. P., Malcolm R. (2002). Cues filtered out, cues filtered in. *Handbook of interpersonal communication*.
- Wellman, B. (2001). Computer Networks as Social Networks. *Science*, 293(5537), 2031-2034.
- White, D. S. C., Alison Le (2011). Visitors and Residents: A new typology for online engagement.
- Whitty, M. T. (2003). Cyber-Flirting: Playing at Love on the Internet. *Theory & Psychology*, 13(3), 339-357. doi:10.1177/0959354303013003003
- Whitty, M. T. (2004). Cyber-Flirting: An Examination of Men's and Women's Flirting Behaviour Both Offline and on the Internet. *Behaviour Change*, 21(2), 115-126.
- Whitty, M. T. (2008a). Liberating or debilitating? An examination of romantic relationships, sexual relationships and friendships on the Net. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1837-1850. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2008.02.009>
- Whitty, M. T. (2008b). Revealing the 'real' me, searching for the 'actual' you: Presentations of self on an internet dating site. *Computers in Human Behavior*, 24(4), 1707-1723. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2007.07.002>
- Whitty, M. T., & Buchanan, T. (2009). *Looking for Love in so many Places: Characteristics of Online Daters and Speed Daters* (Vol. 3).
- Whitty, M. T., & Carr, A. (2006). *Cyberspace romance : the psychology of online relationships*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Whitty, M. T., & Carr, A. N. (2003). Cyberspace as Potential Space: Considering the Web as a Playground to Cyber-Flirt. *Human Relations*, 56(7), 869-891. doi:10.1177/00187267030567005

- Whitty, M. T. B., T. (2010). What's in a Screen Name? Attractiveness of Different Types of Screen Names Used by Online Daters. *International Journal of Internet Science [1662-5544]*, 5(1).
- Wicklund, R. A., & Sjøbu, A. (2007). *Mellommenneskelige forhold : å se, høre og berøre*. Bergen: Fagbokforl.
- Witty, M. C., Adrian. (2006). *Cyberspace Romance: The Psychology of Online Relationships* (Vol. 1): Palgrave macmillan.
- Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816-1836. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2008.02.012>
- Aalen, I. (2015). *Sosiale medier*. Bergen: Fagbokforl.

Vedlegg

Vedlegg 1: samtykke og informasjonsskriv

Vedlegg 2: intervjuguide



Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet om nettdating

Bakgrunn og formål

I dag er det en stor andel av singelbefolkningen som benytter nettdating. Medier hevder at det er så vanlig at det er den måten folk flest nå møter en partner på. Men vi vet likevel lite om nettdating i norsk sammenheng. Formålet med prosjektet er å finne ut mer om folk sine erfaringer med og synspunkt på nettdatingtjenester, og opplevelsen av andres holdninger til bruk av disse. Denne studien vil også utforske hvordan dette kan variere for ulike aldersgrupper.

Prosjektet er en del av en masterstudie ved Institutt for informasjons – og medievitenskap ved Universitetet i Bergen.

Hvem blir bedt om å delta?

Brukere av nettdating som er innenfor aldersgruppene 18-23 og 45+ og som er bosatt i Bergen er invitert til å delta via annonse på Facebook.

Hva innebærer deltakelse i studien?

De som melder sin interesse for å delta vil bli bedt om å stille på et konfidensielt intervju som vil ta ca en time.

Hva skjer med informasjonen om deg?

Det som blir sagt vil bli tatt opp, for så å transkriberes (skrives ut). Det transkriberte intervjuet vil bli oppbevart på sikker server ved Universitetet i Bergen, separat fra lydfilen med intervjuet. Det er bare undertegnede som vil ha tilgang til intervjuet og direkte identifiserende informasjon vil ikke lagres i etterkant av intervjuet. Dersom det finnes opplysninger i intervjumaterialet som kan identifisere deltakere vil dette bli omskrives/fjernes i oppgaven / publikasjoner. Alle opplysninger vil benyttes på en slik måte at enkeltpersoner ikke kan gjenkjennes i publikasjoner. Prosjektet skal etter planen avsluttes 31.07.16. Da vil lydfiler fra intervjuet slettes og alle personopplysninger senest anonymiseres.

Frivillig deltakelse

Det er frivillig å delta i studien, og du kan når som helst trekke ditt samtykke uten å oppgi noen grunn. Dersom du trekker deg, vil alle opplysninger om deg bli anonymisert

Dersom du ønsker å delta eller har spørsmål til studien, ta kontakt med masterstudent Hilde Sakariassen på telefon 480 60 615 eller send en e-post til hilde.sakariassen@uni.no eller førsteamanuensis Jan Fredrik Hovden på jan.hovden@uib.no på Institutt for Informasjon- og medievitenskap, Universitetet i Bergen.

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS.

Samtykke til deltakelse i studien

Jeg har mottatt informasjon om studien, og er villig til å delta

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Intervjuguide

Bakgrunn:

- Alder:
- Høyeste fullførte utdanning
- Jobbstatus: student, i arbeid, trygd, hjemmeværende etc.
- Sivilstatus

Sosiale medier/digital hverdag:

- Kan du beskrive din bruk av nett og sosiale medier i løpet av en vanlig dag?
 - o Hvilke sosiale medier som benyttes
 - o Databruk på jobb
 - o Bruk privat
 - o Planlegge sosial liv/ holde kontakt
- Når du bruker sosiale medier, legger du ofte ut innhold eller følger du mest med hva andre gjør?
- Tenker du at du i utgangspunktet er offline og må logge på nett, eller du "alltid" online?
 - o Tenker du over hva som er hva?
- Hvordan ville det vært for deg å klare deg uten sosiale medier i hverdagen?
 - Hva ville blitt annerledes?
- Hvordan vil du vurdere din egen digitale kompetanse?
 - har kjennskap til hvordan en "skal" opptre i sosiale medier?
 - forstår godt sosiale kodene
 - følger med på nye sosiale medier/apper

Nettdating bruk:

- Hvilket formål har du med bruk av nettdating?
- Hvor lenge har du brukt nettdating?
- Hvilken nettdatingsider/apper bruker du nå?
 - o har du brukt andre tidligere, hvilke?
- Hvordan valgte du nettdatingplattform?
- Hvorfor valgte du å prøve nettdating?
- Hva mener du skiller nettdating fra andre måter å møte partner på?
 - o Hva er fordelene med nettdating syns du?
 - o Og hva syns du er ulempen?

Til tinderbrukere:

- hvorfor valgte du tinder og ikke andre typer nettdating
- hva er forskjellen?

Nettdating holdning:

- Før du selv begynte med nettdating, hvilke holdninger hadde du til å date på nett og de som driver med det?
 - o Har denne holdningen utviklet seg over tid?
- Følte du at de tankene/holdningene du hadde ble bekreftet eller avkreftet da du selv ble nettdater? Hvordan?
- Hvilke holdninger opplever du det er vanlig å ha til nettdating?

- Er det disse holdninger du opplever at de rundt deg har?
- Hvordan syns du nettdating/nettdatere er fremstilt i media?
- Snakker du åpent at du driver med nettdating?
 - Hvilke holdninger/synspunkt møter du da?
 - Hvis ikke, hvorfor snakker du ikke åpent om det?
- Har du i noen situasjoner skjult at du driver med nettdating?

Til den eldre gruppen:

- Har du barn, og vet du i så fall hva de syns om nettdating?
- Vet de at du holder på med det? Hva synes de om det?

Til den yngre:

- Har du noen gang snakket med dine foreldre om nettdating. Hvilken holdning har de til dette?
- Vet de at du holder på med det? Hva synes de om det?

Nettdating profil:

- Når du utformet profilen din på det første nettdating stedet du prøvde...
 - var du skeptisk til å legge ut bilde av deg selv? (Evt hvorfor?)
 - Har dette endret seg med tiden?

I nåværende datingprofil:

- Når du valgte profilbilde(r), hva vektla du?
 - Ser akkurat ut som jeg gjør nå/vanligvis
 - Viser fem min livsstil
 - Viser symboler som representerer deg
 - Fremstiller meg i et godt lys/flatterende/ slik jeg har lyst å være
- Hvilke signaler vil du samlet sett at ditt/dine profilbilder skal sende?
- Opplever du at det finnes regler for hvordan en bør fremstille seg selv visuelt?
- Hvordan var det for deg å beskrive deg selv i fritekst? (vanskelig/enkelt?)
 - Har du noen gang beskrevet deg selv på den måten før?
 - lærte du noe om deg selv ved å beskrive deg selv?
- Hadde du noen tanker om hvor mye positive sider av deg selv du kunne trekke frem versus hvor moderat du ”burde” være?
 - Har dette noe med nettdating-settingen å gjøre eller hvordan du er som person generelt? (evt hvorfor er dette forskjellig)
- Skrev du teksten i det du opprettet profilen eller måtte du tenke på hva du skulle skrive?
 - Skrev du utkast eller skisse?
- Når du leser friteksten din nå, er du fornøyd? Hvorfor/hvorfor ikke?
 - Har teksten vært bearbeidet underveis, kan du i så fall fortelle litt om det?

Utvendig påvirkning:

- Følte du at du kunne beskrive deg selv slik du ville i profileteksten?
- Ble profilen akkurat slik du ville eller hendte det at du modererte deg selv med tanke på at noen du kjenner kunne komme til å se profilen din?

- hva kommer det av tror du?
- Følte noen gang konflikt mellom det du ville skrive om deg selv og det du tenkte andre ville oppleve som akseptabelt/tiltrekkende?
- Er det noe som er viktig for deg, som ikke er inkludert i profiltteksten av den grunn?
- Når du ser på din egen profil nå, føler du at den gir et godt bilde av hvem du er?
 - o Viser den bare noen sider
 - o Er den idealisert?
 - o Er eventuelle ulikheter bevisste valg eller noe som har oppstått som resultat av settingen?
- Opplever du at det å skrive en nettdatingprofil er å utlevere deg selv?
- Opplever du at det å skrive en nettdatingprofil er som å skrive en reklame for deg selv?
- Fikk du noen bekjente til å se på profiltteksten din for å komme med innspill?
 - o Hvordan var det/vurderte du det noen gang?
- Så du på andre profiler for å se/ få inspirasjon til hva du skulle skrive i friteksten?
- Tenker du at en nettdatingprofil er offentlig eller privat?
- Prøver du å forflytte kontakten videre til andre medier/ møtes så fort som mulig?
 - o Hva er grunnen til det?
 - o Føler du noen gang usikkerhet rundt om folk er den/slik de gir seg ut for å være?
- Når du har laget profil, føler du deg begrenset av oppsettet eller fungerer det som et godt verktøy for deg?

Er det noe du ikke føler har kommet frem under intervjuet som du ønsker å tilføye?