

## **Ett digitalt rollspel**

En kvalitativ intervjustudie om hur användare formar sina digitala självpresentationer som utmanar autenticitet på dejtingappar



**Engla Gustafsson & My Johansson**

KK429A Examensarbete 2024  
Medie- och  
Kommunikationsvetenskap  
Handledare: Linda Paxling  
Examinator: Reinhard Handler  
Konst, Kultur och Kommunikation (K3)  
Malmö Universitet

## Abstract

- Rubrik. Underrubrik: Ett digitalt rollspel: En kvalitativ intervjustudie om hur användare formar sina digitala självpresentationer som utmanar autenticitet på dejtingappar.
- Engla Gustafsson & My Johansson
- Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap, 15 hp
- Konst, kultur och kommunikation (K3)
- Fakulteten kultur och samhälle
- Malmö universitet
- Handledare: Linda Paxling
- Examinator:
- Höstterminen 2024

**Sökord:** *Digital dejting, Onlinedejting, Identitetsskapande, Identitet, Autenticitet, Självpresentation, Normer, Tinder, Hinge, Anthony Giddens, Erving Goffman*

Denna studie undersöker hur individer upplever självpresentation, identitetsskapande och autenticitet på apparna Tinder och Hinge. Genom tidigare forskningsöversikt, teori om identitetsskapande samt självpresentation och kvalitativa intervjuer med användare i åldrarna 24–28 utforskas skapandet av dejtingprofiler och relationsbildning. Resultatet visar att det finns en gemensam strävan efter att skapa autentiska självpresentationer, samtidigt som användare idealiserar deras profiler baserat på yttre påverkan för att uppnå attraktivitet och social acceptans. Användare balanserar mellan detta och uttryck för den personliga identiteten, där vissa delar exkluderas för att anpassa sig till normativa beteenden och egenskaper.

Studien belyser en spänning mellan den autentiska människan och den version som visas digitalt inom onlinedejting. Analys över autenticitetens komplexitet och resultatet visar att apparna i första hand underlättar initiala kontakter snarare än att fungera som mötesplatser för autentiskt uttryck. Resultaten bidrar till en djupare förståelse av hur dejtingappar påverkar identitetsskapande och autenticitet i jakten på meningsfulla relationer.

## Abstract

- Heading: A digital role-play: A qualitative interview study on how users construct their digital self-presentations that challenge authenticity on dating apps.
- Engla Gustafsson & My Johansson
- Final Exam Project in Media and Communication Studies
- School of Arts and Communication (K3)
- Faculty of Culture and Society
- Malmö University
- Supervisor: Linda Paxling
- Examiner:
- Autumn 2024

**Keywords:** *Digital dating, Online dating, Identity formation, Identity, Authenticity, Self-presentation, Norms, Tinder, Hinge, Anthony Giddens, Erving Goffman*

This study examines how individuals experience self-presentation, identity formation and authenticity on the dating apps Tinder and Hinge. Through a review of previous research, theories on identity formation and self-presentation, and qualitative interviews with users aged 24–28, the creation of dating profiles and the formation of relationships are explored. The results show a shared ambition to create authentic self-presentations, while users at the same time idealize their profiles based on external influences to achieve attractiveness and social acceptance. Users balance this with expressions of personal identity, where certain aspects are excluded to align with normative behaviors and traits.

The study highlights a tension between the authentic self and the version displayed digitally in online dating. An analysis of the complexity of authenticity and the results demonstrate that dating apps primarily assist initial connections rather than serving as platforms for authentic expression. The findings contribute to a deeper understanding of how dating apps influence identity formation and authenticity in the pursuit of meaningful relationships.

## Innehållsförteckning

<b>1. Inledning.....</b>	<b>6</b>
<b>2. Problemformulering, syfte och frågeställningar.....</b>	<b>7</b>
2.1. Problemformulering.....	7
2.2. Syfte.....	7
2.3. Frågeställningar.....	7
<b>3. Kontextualisering och begreppsdefinition.....</b>	<b>8</b>
3.1. Bakgrund.....	8
3.2. dejtingapparna Tinder & Hinge.....	9
3.3. Begreppsdefinition.....	10
3.3.1. Identitet.....	10
3.3.2. Självpresentation.....	10
3.3.3. Autenticitet.....	11
3.3.4. Normer.....	11
<b>4. Forskningsöversikt.....</b>	<b>12</b>
4.1. Tidigare forskning.....	12
4.1.1. Normativa självpresentationer.....	12
4.1.2. Vilseledande och autentiska profiler.....	13
4.1.3. Lika barn leka bäst.....	15
4.2. Sammanfattning.....	16
4.3. Forskningsmöjligheter.....	17
<b>5. Teoretiska perspektiv.....</b>	<b>18</b>
5.1. Anthony Giddens - Modernitet och självidentitet.....	18
5.1.1. Relevans och kritik.....	19
5.2. Erving Goffman - The Presentation of Self.....	20
5.2.1. Tro på rollen.....	21
5.2.2. Idealisering och förvrängning.....	22
5.2.3. Kritik och relevans.....	23
<b>6. Metod och material.....</b>	<b>24</b>
6.1. Kvalitativ intervju som metod.....	24
6.2. Genomförande.....	25
6.3. Urval.....	27
6.4. Presentation av intervjupersoner.....	28
6.5. Styrkor och svagheter med vår metod.....	28
6.6. Etisk diskussion.....	29
6.7. Validitet.....	31

<b>7. Resultat och analys.....</b>	<b>33</b>
7.1. Normer.....	33
7.1.1. Skillnaden mellan Tinder och Hinge.....	33
7.2.2. Profilens innehåll och bildval.....	35
7.2.3. Vägledning från vänner.....	37
7.4. Identitet.....	39
7.5. En attraktiv profil eller ett autentiskt uttryck.....	42
7.6. Sammanfattning av resultat.....	47
<b>8. Sammanfattning och sluddiskussion.....</b>	<b>50</b>
8.1. Sammanfattning.....	50
8.2. Sluddiskussion av Engla Gustafsson.....	51
8.3. Sluddiskussion av My Johansson.....	54
<b>9. Avslutande ord från Engla &amp; My.....</b>	<b>59</b>
<b>10. Referenslista.....</b>	<b>60</b>
10.1. Litteratur.....	60
10.2. Elektroniska källor.....	60
<b>Bilagor.....</b>	<b>63</b>
Bilaga 1: Intervjuguide.....	63
Bilaga 2: Samtyckesblankett.....	67

## 1. Inledning

“Tomma skal som sukter efter innehåll, fyller alla dansgolv, stryker längs varje vägg, går ensam hem igen”. Dessa ord sjunger den folkkära låtskrivaren Markus Krunegård (2012) i sin låt Korallreven och Vintergatan. Han fortsätter låttextern med “Mänsklig värme, snälla kom närmre, 37 grader celsius är allting som behövs.”

Texten uttrycker en längtan, ett behov, efter djupare mänsklig närhet, både fysisk och troligtvis själslig. Texten beskriver ett sökande efter närhet och gemenskap i sociala sammanhang, som på dansgolvet. Låten hävdar att mänsklig värme är grundläggande för oss (Krunegård, 2012).

Aldrig tidigare har vi haft möjligheter till kontakt som i dagens digitala värld, där onlinedejting numera är en allt vanligare mötesplats för relationsbildande (Dunlop, 2018).

Dejtingappar som Tinder och Hinge gör det möjligt att presentera en idealiserad version av oss själva, vilket påverkar hur vi visar vår personlighet, våra intressen och inte minst hur vi ser ut (Ellison, Hancock & Toma, 2011; Peng, 2020).

Vi upplever att människor står inför en ständig spänning mellan att vara autentisk och visa den ideala versionen av sig själva för att få kontakt med andra människor på dessa dejtingapparna. Därför vill vi i denna studie undersöka hur detta påverkar människan och formandet av en profil när denna spänning uppstår.

Dejtingappar är uppenbarligen effektivt och en bra tillgång till kontakter, men är risken att dessa möten stannar vid ytan om vi idealiserar oss själva? Trots att onlinedejting förenklar möjligheterna att mötas, kvarstår frågan: Hur kan digitala möten uppfylla vårt behov av äkta närhet, om vi konstant står inför medvetna val som inte behöver vara autentiska till vårt verkliga jag?

I den här studien kommer vi att undersöka frågor om människors autenticitet och självpresentation inom onlinedejting. Detta eftersom våra självpresentationer ofta präglas av polerade profiler och noggrant valda ord, vilket vi tror kan skapa en distans mellan vår verkliga identitet och den bild vi kan välja att framställa.

## **2. Problemformulering, syfte och frågeställningar**

### **2.1. Problemformulering**

I inledningen till vår studie riktar vi fokus på våra egna funderingar samt upplevelser av onlinedejting kopplat till autenticitet och hur det påverkat vår självpresentation.

Vidare strävar vi efter att undersöka det medievetenskapliga område som handlar om hur självpresentationer formas i den digitaliserade dejtingmiljön i sökandet efter kontakter.

Det väcker därmed frågor om hur detta påverkar människors identitetsskapande och autenticitet när mediets, Tinder och Hinge, funktioner möjliggör idealiserade profiler. Särskilt när samhällsliga och app-specifika normer influerar dessa val. Spänningen mellan den autentiska människan och den version vi visar digitalt är därför centralt att utforska.

### **2.2. Syfte**

Syftet med denna studie är att undersöka hur människors självpresentationer på Tinder och Hinge påverkar individers identitetsskapande och autenticitet online, med fokus på samhällsliga och app-specifika normer som existerar på dessa digitala mötesplatser. Studien kommer baseras på kvalitativa intervjuer och analys av resultaten med hjälp av Giddens teori om självidentitet och Goffmans teori om självpresentation.

### **2.3 Frågeställningar**

1. Vilka normer upplevs i digital dejting och hur formar det hur människor väljer att framställa sig själva på dejtingappar?
2. Hur upplever människor spänningen mellan sin egen identitet och sin självpresentation?
3. På vilket sätt påverkas förmågan att uttrycka sig autentiskt i dejtingprofiler?

### 3. Kontextualisering och begreppsdefinition

*Denna del av vår studie syftar till att introducera det växande fenomenet onlinedejting. Vi presenterar även de digitala dejtingapparna vi ska undersöka, Tinder och Hinge, för att ge en grundläggande förståelse för deras funktioner i förhållande till hur användare kan välja att presentera sig på apparna. Vi inkluderar också en lista av begreppsdefinitioner för att belysa centrala begrepp som en tydlig utgångspunkt för vår studie och analys.*

#### 3.1. Bakgrund

Att "swipa höger" förklaras enkelt genom att dra fingret över skärmen på telefonen för att visa intresse för en annan människa på dejtingappar, som exempelvis Tinder. Numera är det en vanlig handling för att visa för någon att du vill söka kontakt och inleda en konversation, i strävan efter någon form av relation med en annan person. Faktum är att det blir tydligt att digitaliseringen har förändrat våra sociala interaktioner och normer i det verkliga livet, bara genom att förstå detta fenomen (Scheibling, 2024:200).

Vid millennieskiftet presenterades de första dejtingapparna i Sverige, och enligt en undersökning av Sifo uppges ungefär 50 procent av de vuxna i Sverige har använt onlinedejting för att träffa potentiella partners (SVT, 2016). Norden, med Sverige i spetsen, är framförallt utmärkande när det gäller digital utveckling. Därtill är Sveriges befolkning ledande i användning av internet, där digital teknik integreras allt mer i vardagen (Nordicom, 2020).

Det ökade användandet av internet är en del av ett bredare mönster där digitalisering effektiviserar och genomsyrar allt fler områden i våra liv, inte minst dejting. Nu kan exempelvis människor som upplever svårigheter med att kunna uttrycka sitt autentiska jag i verkligheten få det lättare via onlinedejting, eftersom apparna underlättar relationsskapande för dessa individer (Blackhart, Hance & Dew, 2017:428). Eftersom svenskarna är uppkopplade till internet och mobiltelefonen kan vara nära till hands i byxfickan, är det lätt att säga att dejtandet numera är inom räckhåll.



Viktigt att poängtera är dock att det finns omtalade risker med onlinedejting då människors förutsättningar för självpresentation har förändrats. Tidigare forskning visar att självpresentation inom onlinedejting präglas av medvetna val som kan upplevas som vilseledande och baseras på att människor skapar idealiserade samt perfekta profiler, med målet att framstå som så attraktiva som möjligt snarare än autentiska (Hancock & Toma, 2011; Dunlop, 2018; Peng, 2020).

### **3.2. Dejtingapparna Tinder & Hinge**

Appen Tinder gör det möjligt för användare att skapa en personlig presentation genom att lägga till intressen, kort biografi, koppla sitt Spotify- och Instagram-konto, samt ange information om yrke, utbildning och geografiska plats. De kan även specificera kön, sexuella preferenser samt livsstilsval som alkoholkonsumtion och träning. Däremot är allt detta valfritt (Tinder, 2024).

En annan app som använder sig av liknande funktioner är Hinge. Till skillnad från Tinder adderar denna app möjligheterna att dela med sig av bland annat längd, önskan efter barn, religion och ger även förslag på hur du kan inleda korta biografiska texter, plural, om dig själv i profilen. Ytterligare en funktion är möjligheten att kunna gilla en specifik bild eller en av texterna för att visa intresse för en användare, detta kan visas genom en kommentar som kan fungera som en konversationsstartare. Därtill betonar appen vikten av autenticitet, mod och empati för att kunna bygga meningsfulla relationer (Hinge, 2024).

Alla dessa funktioner kan hjälpa användare att hitta potentiella kontakter och vara en bra början på en ny relation, men samtidigt som dessa funktioner inkluderar delar av dig själv kan användare också välja att exkludera delar av sig själv (Ellison, Hancock & Toma, 2011; Dunlop, 2018; Peng, 2020).

I samband med de normer och ideal som präglar vårt samhälle, så påverkas även vi som individer och hur vi väljer att forma bilden av oss själva. Självrepresentationer på dejtingappar är därmed tydligt kopplat till vårt identitetsskapande eftersom vi inte bara framställer oss själva utan också väljer vilka delar av vår identitet vi vill betona eller dölja. I det här fallet kan

identiteter alltså vara flexibla och beroende av det sociala sammanhanget, men människor har även en stabil grund som är central i alla situationer (Olausson, 2010:142).

Som en följd av detta och att dejtingapparna har skapat nya sätt för människor att uttrycka och forma sin självpresentation, upplever vi att det finns en potentiell spänning mellan att vara autentisk i sitt uttryck och sann till sin identitet. Samtidigt som självpresentationer online kan bidra till en ny form av identitetsskapande. I förhållande till denna bakgrund strävar vi efter att få en djupare förståelse för de utmaningar och möjligheter som uppstår när vi balanserar mellan valfriheten på apparna och sociala förväntningar. Det är även avgörande att belysa de normer som formar denna självpresentation, då de inte bara påverkar individens sätt att presentera sig, utan också hur vi uppfattar och interagerar med varandra i den digitala världen.

### **3.3. Begreppsdefinition**

#### **3.3.1. Identitet**

Människans identitet är en flexibel och social process som formas i samspel mellan individen och omgivningen. Den är både individuell och kollektiv, där bilden av en själv påverkas av sociala normer och interaktioner med andra. Identitet är både något vi tillskriver oss själva genom hur vi agerar och uttrycker oss, samtidigt som det är något som tillskrivs oss av samhället genom olika gruppmedlemskap samt sociala strukturer och bygger ofta på skillnader och likheter. Den är alltså inte en fast kärna i människan, utan något som ständigt förändras och utvecklas beroende på kontext och relationer (Olausson, 2010:142-143).

#### **3.3.2. Självpresentation**

Begreppet syftar till förståelsen av den aktiva processen av att presentera sig själv som individ. Det handlar om val och strategier som människor gör när de vill visa delar av sin personlighet och identitet, i interaktion med andra individer. Begreppet beskriver hur människor konstant arbetar med att skapa och upprätthålla specifika intryck av sig själva inför andra i olika sociala sammanhang (Goffman, 2020:14-15).

### **3.3.3. Autenticitet**

Autenticitet handlar om det som är äkta och genuint i en människas uttryck kopplat till dennes identitet. Det betraktas även som en idealbild som bidrar till ett meningsfullt liv. Ett komplext begrepp där spänningen mellan individens autentiska jag och samhällets normer ofta möts (Giddens, 1999:99).

### **3.3.4. Normer**

Begreppet normer syftar till de oskrivna överenskommelser och regler som existerar i samhället och inom olika sammanhang. Normerna är sociala, kulturella eller moraliska och fungerar likt riktlinjer som styr över hur människor förväntas vara, leva och se ut (Informationsverige, 2023).

## 4. Forskningsöversikt

*I den här översikten har vi granskat det nuvarande forskningsområdet genom tidigare publicerade vetenskapliga artiklar där samtliga studier, med undantag av en, har förekommit efter 2016. Utifrån dessa artiklar har vi kunnat bilda en god uppfattning om vad tidigare forskning säger om människors självpresentation och autenticitet inom onlinedejting.*

*Det har för oss blivit tydligt att dejtingappar på olika sätt har kommit att påverka hur människor formar sina självpresentationer av diverse anledningar enligt tidigare forskning. Forskningsöversikten inkluderar och sammanfattar därför artiklar som på olika sätt belyser handlingar, möjligheter och konsekvenser av onlinedejting.*

### 4.1. Tidigare forskning

#### 4.1.1. Normativa självpresentationer

Tidigare forskning visar att normativitet belönas. Människors självpresentationer som överensstämmer med samhällets normer och ideal är önskvärda för att andra användare ska initiera kontakt. Resultaten visar att normativitet även styr hur självpresentationer formas, då användare vill framställas inom normens ramar (Duguay, 2016; Ranzini & Lutz, 2016).

Duguay (2016) undersöker hur medieanvändning påverkar självpresentation på nätet, särskilt hur Tinders funktioner formar autenticitet i onlinedejting. Med stöd av Anthony Giddens teori om självidentitet betonar Duguay vikten av självinsikt för att bygga meningsfulla relationer. Detta eftersom självinsikt är grundläggande för att kunna forma en autentisk självpresentation.

Studien visar att Tinder belönar användare som anpassar sin självpresentation efter normativa kategorier som etnicitet, sexualitet och utseende, medan individer som avviker från dessa normer ses som mindre autentiska. Detta leder till att användare formar sin profil efter både samhälleliga och plattformsspecifika normer, vilket kan medföra exkludering av egenskaper och människor som inte följer normen (Duguay, 2016:363).

Precis som Duguay (2016) finner Ranzini och Lutz (2016) att normativitet belönas i självpresentationer på Tinder och därtill även anses vara mer autentiska. Studien lyfter att heterosexuella Tinder-användare tenderar att vara mer autentiska i sin självpresentation än HBTQ+-användare. Detta kan bero på att Tinder uppfattas som en heteronormativ plattform, vilket kan göra HBTQ+-användare mer självkritiska och mindre bekväma med att visa sitt verkliga jag (Ranzini & Lutz, 2016:91).

Ranzini & Lutz (2016) kvantitativa studie visar även att användare presenterar sig utifrån två aspekter: autentiska och vilseledande uttryck. Med stöd av Goffmans teori om självrepresentation menar de även att personer med hög självkänsla och ett normativt uttryck tenderar att skapa mer autentiska profiler utan att dölja information.

#### **4.1.2. Vilseledande och autentiska profiler**

Ytterligare ett argument som Ranzini och Lutz förklarar är att personer med högre självkänsla oftare väljer att framställa sig på ett sätt som är närmare deras verkliga jag, alltså mer autentiskt. De känner ett mindre behov av att dölja eller förändra sin personlighet och utseende för att imponera på andra. Detta kan bero på att de känner sig trygga med vilka de är och inte upplever samma press att manipulera sin självpresentation på Tinder för att få bekräftelse eller uppmärksamhet (Ranzini & Lutz, 2016:91-92). Enligt studien innebär stark självkänsla en trygghet som främjar autentiskt uttryck.

Däremot tenderar osäkra människor med lägre självkänsla att skapa en medvetet fördelaktig bild av sig själv för att försöka förbättra sina chanser genom att manipulera sin självpresentation. Vilket kan uppfattas som vilseledande snarare än autentiskt (Ranzini & Lutz, 2016:88). Ett motargument till detta blir dock att Blackhart, Hance & Dew (2018) finner i sin studie att personer som är osäkra och känsliga har lättare att uttrycka sitt autentiska jag via onlinedejting snarare än i verkliga livet.

Blackhart, Hance & Dew berättar hur människor ofta är mer öppna på nätet än i personliga möten, särskilt när de känner sig anonyma. Deras kvantitativa studie visar att digitala miljöer är särskilt attraktiva för de som är känsliga eftersom de möjliggör ett mer autentiskt uttryck,

vilket kan underlätta bildandet av relationer (Blackhart, Hance & Dew, 2018:428). Detta står alltså i kontrast till Ranzini och Lutz som menar att autentiskt uttryck främjas av stark självkänsla (Ranzini & Lutz, 2016:91).

Resultat från tidigare forskning som har undersökt människors självpresentation inom onlinedejting betonar att det finns en aktiv medvetenhet och beslutsamhet gällande vilseledande och idealiserade presentationer, samtidigt som dessa presentationer strävar efter att framstå som så attraktiva som möjligt (Ellison, Hancock & Toma, 2011; Dunlop, 2018; Peng, 2020).

Människor som onlinedejtar navigerar både mellan det verkliga jaget och det ideala jaget. I studierna av Dunlop (2018) och Ellison, Hancock & Toma (2011) demonstreras detta fenomen återigen med hjälp av analys utifrån Erving Goffmans teori om självpresentation. Studierna förklarar hur människor medvetet väljer vad de vill avslöja eller dölja om sig själva för att påverka andras uppfattning. Resultaten visar att onlinedejting erbjuder användarna friheten att konstruera en specifik bild av sig själva som inte alltid behöver överensstämma med verkligheten.

Vidare diskuterar Dunlop hur dejtingappar blivit en vanlig social mötesplats och belyser komplexiteten i självpresentationer, där användare balanserar mellan sitt verkliga och ideala jag. Genom intervjuer visar Dunlop att användare idealiserar sina profiler för att attrahera kontakter, påverkade av både samhällsnormer och app-specifika normer, samtidigt som de strävar efter autenticitet. Användarna är alltså medvetna och selektiva med vad de delar (Dunlop, 2018:66). En liknande uppfattning har Peng, vars resultat visar att användare vill framstå på ett sätt som andra uppfattar som attraktivt. Studien presenterar att människor försöker framhäva sina positiva sidor för att få andras bekräftelse och uppmärksamhet. De som vill framstå som attraktiva använder fler vilseledande strategier i sin självpresentation för att utelämna eller dölja information om sig själv (Peng, 2020:1159).

Ellison, Hancock & Toma använde sig också av intervjuer och kom fram till att människor som onlinedejtar skapar sina profiler genom att hämta inspiration från olika versioner av sig själva – tidigare, nuvarande och framtida. Detta eftersom det gav dem möjlighet att uttrycka

egenskaper de önskade att de hade, en gång haft eller strävar efter att få (Ellison, Hancock & Toma, 2011:60).

#### **4.1.3. Lika barn leka bäst**

Tidigare forskning tyder på att människor som upplever en igenkänning med varandra antingen blir belönade med lyckade relationer, eller får uppleva att de är välkomna i ett sammanhang (Hernandez & Sarge, 2020; Degen & Kleeberg-Niepage, 2021).

Degen och Kleeberg-Niepage (2021) analyserar i deras studie användarnas visuella uttryck i form av deras bildpresentation. Studien visar att dejtingappar upprätthåller och skapar starka normer och ideal som användare följer i sin självpresentation. De flesta framställer sig själva på likartade sätt vilket skapar en viss enformighet, både av sig själv men även bland användarna, trots att många söker något unikt och meningsfullt.

Detta menar Degen och Kleeberg-Niepage är motsägelsefullt då användarna, i sitt sökande efter kärlek och autentiska möten, underminerar sin egen identitet för att passa in och få bekräftelse. Självpresentationer är alltså mer formade för att passa in och bli accepterade genom sociala och app-specifika normer samt fokuserar på att vara omtyckt av många för att få likes och matchningar, snarare än att vara autentisk till sig själv (Degen & Kleeberg-Niepage, 2021:20-21).

Likt Degen och Kleeberg-Niepage (2021) diskuterar Hernandez och Sarge (2020) hur människor framställer sig på ett liknande sätt som andra inom onlinedejting för att bli belönade med lyckade kontakter. Denna studie föreslår att social identitetsteori och kategoriseringsteori kan förklara fenomenet, tillsammans med resultaten från ett online experiment på nischade dejtingsajt där människor letar efter partners med liknande intressen och värderingar. Hernandez och Sarge menar att dessa typer av dejtingplattformar betonar en gemensam gruppidentitet som blir central när människor utvärderar potentiella partners.

Resultatet tyder på att människor värderar potentiella relationer utifrån hur väl de kan identifiera sig med andra. Tillhörighet ökar både uppfattningen om pålitlighet och

förväntningarna på relationen. I vissa fall kan detta skapa ett mer splittrat samhälle, men även leda till framgångsrika relationer inom onlinedejting (Hernandez & Sarge, 2020:6-7).

## 4.2. Sammanfattning

Viktigt att poängtera är att forskningsöversikten har ett mångfald av kvantitativa och kvalitativa metoder som på olika sätt undersöker människors självpresentation och autenticitet i deras framställning inom onlinedejting. Utmärkande är Goffmans teori om självpresentation som är återkommande inom en del av artiklarna, samt Giddens teori som grundar en av studierna. Båda är teoretiska perspektiv som vi kommer att använda oss av i analysen av vårt resultat från intervjuerna längre fram i studien.

Den presenterade forskningsöversikten omfattar även olika metoder och resultat. Artiklarna belyser begrepp som självpresentation, autenticitet och identitet, vilket vi även vill undersöka i vår studie. Genom att analysera tidigare forskning om hur självpresentationer formas och belönas inom onlinedejting (Duguay, 2016; Ranzini & Lutz, 2016), samt hur användare balanserar mellan sitt verkliga och ideala jag (Ellison, Hancock & Toma, 2011; Dunlop, 2018), kan översikten bidra till förståelsen av hur digitala plattformar både möjliggör och begränsar autentiska uttryck.

Samtidigt tyder forskning på att detta autentiska uttryck ofta är idealiserat och medvetet valt för att skapa attraktiva profiler för potentiella relationer. Resultatet indikerar även att yttre påverkan, såsom samhälleliga normer och social tillhörighet spelar en stor roll i hur människor framställer sig själva och uppfattar andra (Hernandez & Sarge, 2020; Degen & Kleeberg-Niepage, 2021).

För att sammanfatta kan tidigare forskning belysa hur digitalt dejtande både underlättar och förvränger självpresentationer, vilket är centralt för att förstå hur människor framställer sig i strävan efter kontakt. Detta är relevant för vår studie då vi undersöker hur dessa utvecklas i relation till autenticitet och identitet. Genom att förstå denna dynamik kan vi bättre analysera hur autenticitet formas och hur individer navigerar mellan autentiska och vilseledande, möjligtvis strategiska, uttryck på applikationer som Tinder och Hinge.



### 4.3. Forskningsmöjligheter

Trots populariteten av onlinedejting, särskilt bland unga människor, finns det en påtaglig möjlighet till forskning i Sverige med denna grupp människor. Tidigare forskning från vår översikt har genomförts på platser utanför Sverige, och det vi ser är ett behov av att specifikt undersöka hur unga svenskar navigerar sig på Tinder och Hinge som nya mötesplatser, med studier kring autenticitet, identitet och självpresentation.

Unga människor som växer upp i ett digitalt samhälle har unika erfarenheter och uttryck när det kommer till dejtingkulturen idag i förhållande till tidigare traditionella mötesplatser. Det är därför av intresse att utforska deras perspektiv, utmaningar och möjligheter inom onlinedejting för att förstå vilka faktorer som påverkar ungas upplevelser av deras egen autenticitet och självpresentation inom onlinedejting, och hur dessa faktorer påverkar människors möjligheter till kontakt. Denna studien, och mer omfattande framtida forskning, kan vara nödvändigt för att bidra till en mer nyanserad förståelse av onlinedejtingens roll i unga människors identitetsskapande och sätt att framställa sig på i Sverige.

Utöver att vi upptäckt en demografisk lucka i vår forskningsöversikt, har vi även sett att applikationen Hinge ännu inte var undersökt i tidigare forskning, troligtvis eftersom appen är relativt ny. Trots att digitalt dejtande har blivit ett växande forskningsområde, har ingen tidigare studie vi hittat specifikt undersökt användningen av just plattformen Hinge inom vårt forskningsområde. Denna forskningslucka innebär en unik möjlighet att bidra med ny kunskap. Genom att undersöka applikationen i vår studie, som marknadsför sig som en mötesplats för seriösa relationer (Hinge, 2024), kan vi få en djupare förståelse för vad som skiljer denna plattform från andra dejtingappar i förhållande till människors självpresentationer och få insikter i om den bidrar till eller hämmar ett autentiskt uttryck.

## 5. Teoretiska perspektiv

*I det här avsnittet kommer vi att beskriva de två teoretiska perspektiv som vi har valt att utgå ifrån när vi arbetat med vår studie. Anthony Giddens teori om modernitet och det reflexiva jaget, samt Erving Goffmans teori om självpresentation i vardagen. Dessa teorier ger möjlighet för djupare förståelse för begreppen identitetsskapande och självpresentation, och hur dessa påverkas av samhällets sociala processer och strukturer. Nedan presenteras de båda teorierna under varsin underrubrik.*

### 5.1. Anthony Giddens - Modernitet och självidentitet

I boken *Modernitet och självidentitet* (1999) utforskar sociologen Anthony Giddens hur moderniteten påverkar människans skapande av självidentitet. Giddens menar att den moderna eran, som formas utifrån snabb förändring och utveckling, påverkar hur människor gör sina livsval och hur de uppfattar sig själva som individer. I moderniteten blir individens val en central del av identiteten, som påverkas av personliga val, såsom yrkesroll och kläder.

I dagens samhälle blir Giddens teori relevant för att se över hur den digitaliserade världen påverkar hur individer väljer att representera sig själva på sociala medier. Den snabba och effektiva teknologiska utvecklingen skapar offentliga arenor där möjligheter för uttryck och självpresentation påverkas av nya ideal och normer som skapas på medieplattformarna. Giddens menar att människors intima relationer förändras i direkt koppling till uppkomsten av sociala medier och dess utsträckning globalt (Giddens, 1999:44).

Teorin betonar att människors identitetsskapande baseras på dennes tolkning av historien och handlandet utifrån den. En individs handlande är sammankopplat med hur denne väljer att berätta sin egen historia, och skapa en berättelse om och av sitt eget liv. Teorin beskriver självidentiteten som en sammanhängande process med "självets berättelse", och menar att berättelsen om självidentiteten är något som varje individ skapar utifrån egna förutsättningar och det moderna samhället. Dessa förutsättningar är i stor utsträckning en del av en existentiell process, som tid och visionen av att leva i nuet (Giddens, 1999:96).

Den existentiella processen, eller de existentiella frågorna, kring identitetsskapandet hos en individ behandlar Giddens i teorin. Det innebär i Giddens mening att livsstilen människor

lever inte ärvs utan det är människan själv som gör valet i det senmoderna samhället. Han menar att premisserna ser annorlunda ut för identitetsskapandet när förutsättningarna förändras i samhället (Giddens, 1999:69-71).

Förutsättningarna i det senmoderna samhället präglas av de sociala, kulturella och teknologiska utvecklingarna, där globaliseringen och digitaliseringen är de dominerande faktorerna för förändringen. Traditioner har inte samma centrala roll i senmoderniteten, och det är hur individen själv väljer att handla som har inverkan på identiteten (ibid.).

Ett begrepp som Giddens (1999) använder i sin teori är det reflexiva jaget, och utgår ifrån idén av att människor själva väljer hur denne skapar sin identitet. Det reflexiva jaget beskriver Giddens som en central del i vår identitet, och menar att identiteten inte är ett konstant tillstånd, utan det är helt tvärtom. Identiteten är en föränderlig process, som människan förändrar och omdefinierar under livets gång genom möjligheten till nya livsval som skapats i senmoderniteten (Giddens, 1999:67-70).

Det som påverkar processen av identiteten är, enligt Giddens tre centrala frågor, "Vad ska man göra? Hur ska man handla? Vem ska man vara?" (Giddens, 1999:89). Giddens betonar sedan i sin teori att reflexiviteten öppnar upp för möjligheten att leva självförverkligande och meningsfullt, men det präglas av just de tre frågorna, de yttre omständigheterna och berättelsen som självet vill skapa. I dagens samhälle förändras de omständigheterna snabbt och påverkas av trender, både globalt och nationellt.

### **5.1.1. Relevans och kritik**

Giddens teori är relevant för studiens syfte på flera sätt. Det är exempelvis intressant att i sammanhanget applicera det reflexiva jaget på vår studie. Kanske är individen medveten om livsvalen som denne gör när vi exponeras för ett mer komplext mångfald av valmöjligheter, trender och snabbt föränderliga normer, eller så är individen inte det.

Reflexiviteten belyser på så sätt hur individen är en medveten aktör i medier, men genom tiden agerar denne automatiskt och naturligt utan närmare eftertanke på dess kontext. Teorin öppnar upp för att i vår studie undersöka hur individer anpassar och justerar sitt uttryck på sociala medier, för att skapa en identitet.

Även om Giddens teori har många aspekter som kan vara relevanta och intressanta för vår studie, så är det viktigt att ställa sig kritisk till delar av teorin. Giddens presenterade och utvecklade teorin under 1990-talet, och sedan dess har användningen av sociala medier och dejtingapplikationer ökat markant. Teorin syftar till att individen i senmoderniteten har förutsättningarna att själv ha kontroll över sitt identitetsskapande och att valen ofta är medvetna för hur denne vill framställa sig.

I och med framväxten och utvecklingen av dagens medielandskap har nya faktorer och fenomen blivit centrala i hur vi påverkas av användningen av dejtingapplikationer. Det är därför viktigt att ta hänsyn till hur teorin kan appliceras och anpassas till den digitala miljö som vi lever och hur nya aspekter på dejtingapplikationerna potentiellt påverkar individens självpresentation och identitet. I tidigare forskning har exempelvis Duguay (2015) undersökt hur medieanvändning påverkar självpresentation på nätet, genom att applicera Giddens teori, i ett mer samtida sammanhang.

Sammanfattningsvis är det viktigt att problematisera och kontextualisera Giddens teori i relation till dagens digitala samhälle för att bättre förstå hur den kan tillämpas i vår studie gällande onlinedejting. Vi ser också behovet av att använda ytterligare ett teoretiskt perspektiv för att få en bredare förståelse för hur Giddens teori om det reflexiva jaget träder fram i Tinder och Hinge när användare presenterar sig själva med polerade profiler och noggrant valda ord.

## **5.2. Erving Goffman - The Presentation of Self**

Självpresentation blir centralt inom onlinedejting, eftersom människor medvetet väljer hur vi beskriver oss själva, visar bilder och delar intressen för att skapa ett visst intryck i profiler.

Sociologen Erving Goffman (2020) talar om begreppet självpresentation som en "scenföreställning", där vi antar olika roller för att påverka andras uppfattning. Goffman menar även att det finns två versioner av självpresentation, en där vi medvetet väljer vad vi visar genom ord och handlingar, och en som skapas omedvetet genom kroppsspråk och andra signaler vi inte helt kan kontrollera. Dessa uttryck kan påverka hur andra tolkar oss på djupare sätt än bara ord (Goffman, 2020:55-57).

### 5.2.1. Tro på rollen

För att förstå hur dessa medvetna och omedvetna uttryck fungerar i samspelet mellan människor behöver vi också titta på hur individen medvetet skapar en bild av sig själv. I Goffmans teori om självpresentation talar han om att människor tar sig an olika roller. Rollerna tar form i ett framträdande av hur varje individ, likt en skådespelare på en scen, iscensätter sitt jag i olika sociala situationer och sammanhang. Och när människan då presenterar sig genom en viss roll förväntar sig denne att "publiken" också ska tro på det som presenteras (Goffman, 2020:67).

Goffman beskriver förtroendet för sin roll som avgörande för en trovärdig självpresentation. För att en social interaktion ska fungera måste både personen i rollen och den som tar emot uttrycket acceptera den bild som förmedlas. Den som spelar rollen bör också genuint engagera sig i sin självpresentation och den bild som försöker förmedlas, annars förlorar iscensättningen sin autenticitet. Om individen inte tror på sin egen roll kan det uppfattas som icke-autentiskt och detta skapar en klyfta mellan den verkliga personen och den roll som spelas (Goffman, 2020:68-69).

Så när Goffman (2020) talar om att "tro på rollen" handlar det om att skapa en överenskommelse mellan människan och situationen om att det som presenteras är genuint och autentiskt, vilket underlättar för att bygga relationer. Som tidigare nämnt baseras detta på både medvetna och omedvetna uttryck i våra roller som fungerar som teckenbärare för hur andra människor ska uppfatta oss som till exempel via vårt kroppsspråk, kön, utseende, kläder etc. Alla dessa typer av uttryck är delar av vår "fasad" inom rollerna vi tar oss an, där vissa är lättare att kontrollera än andra.

Fasad i det här fallet syftar till de yttre uttryck och strategier som en individ använder för att presentera sig på ett visst sätt inför andra. Goffman förklarar att detta är aspekter av oss själva som vi väljer, eller avstår från, att visa upp i sociala sammanhang och den vi medvetet iscensätter för att passa in i sociala normer och förväntningar (Goffman, 2020:72-75).

Alltså, fasaden går till viss del att kontrollera där vi medvetet kan bestämma vilken del av vår identitet som blir synlig för andra. Eller vilken del av oss själva som vi vill belysa. Därtill är det viktigt att tillägga att om vi inte själva tror på den fasad vi bygger upp genom våra roller, kan det skapa en känsla av falskhet eller oärlighet i interaktionen med människorna framför oss.

### **5.2.2. Idealisering och förvrängning**

I sociala interaktioner spelar den yttre presentationen, fasaden, en avgörande roll för hur individen uppfattas av andra. För att denna fasad ska vara trovärdig bör den vara i linje med de normer och förväntningar i den aktuella sociala situationen. Här menar Goffman att begreppet "idealisering" är en central del av denna process, eftersom individen framställer sig själv på ett sätt som betonar de egenskaper som anses vara mest önskvärda och socialt accepterade. Antingen i samhället eller i den sociala situationen (Goffman, 2020:86-87).

Idealisering förklaras genom att människan kan välja att framhäva sina styrkor samt dölja sina svagheter och därtill ge ett intryck av att denne lever upp till de sociala idealen. Detta görs för att upprätthålla en positiv och trovärdig fasad som stämmer överens med omgivningens förväntningar (ibid.). Om denna idealisering uppfattas som överdriven eller oäkta, kan den dock underminera människans trovärdighet och leda till att individen uppfattas som icke-autentisk (Goffman, 2020:105-106).

I samband med idealisering där människan framställer sig själv på ett sätt som stämmer överens med sociala normer, kan det också uppstå förvrängning i självpresentationer. Förvrängning innebär att en person medvetet justerar eller förändrar delar av sin identitet för att skapa ett visst intryck på andra och vilseleda (Goffman, 2020:113-114). Goffman menar att människan kan överdriva positiva egenskaper för ett visst intresse, men känslor av skuld och skam kan stå i vägen för att förverkliga den typen av självpresentation (Goffman, 2020:114). Å andra sidan kan människor dölja delar av sig själv som inte passar in i den sociala kontexten. Detta kan dock resultera i att människan blir avslöjad. Om andra uppfattar att presentationen inte är autentisk kan detta skapa en uppfattning av att människan är oärlig och sätter sin sociala position på spel (Goffman, 2020:116).

### 5.2.3. Kritik och relevans

Goffmans (2020) teori om självpresentation och sociala roller är ett bra medel för att förstå social interaktion och hur individer skapar och förmedlar sin identitet i olika sociala sammanhang. Trots att teorin är äldre, anser vi att den är relevant för vår undersökning då den belyser just hur vi presenterar oss själva för att attrahera andra. Dock krävs en anpassning för att spegla dagens digitala dejtingmiljö som bidrar med nya sätt att skapa och förmedla självpresentationer. Möjligheterna för att skapa en ideal presentation gör det nämligen enklare att dölja sidor av oss själva på appar som Tinder och Hinge.

Först och främst är teorin ursprungligen inte menad för det digitala samhället, och när vi applicerar hans tankar på fenomenet onlinedejting måste vi ta hänsyn till hur teknologin förändrar sättet vi iscensätter oss själva. I onlinedejting är presentationen av oss själva ofta reducerad till bilder och korta beskrivningar, vilket ger en mycket mer ytlig och begränsad möjlighet att kontrollera den fasad Goffman (2020) talar om. Vilket innebär att den inte helt kan jämföras med hur teorin talar om fysiska interaktioner där individen spelar en roll framför en publik i det verkliga livet.

I teorin är detta idealisering och förvrängning, vilket gör att autenticitet blir en central utmaning och desto mer intressant för oss att undersöka. Perspektivet är alltså fortfarande relevant, men kräver att vi omformulerar det för att förstå självpresentation i ett digitaliserat samhälle. Slutligen tror vi att detta hyllade teoretiska perspektiv kan vara fascinerande att sätta i en modern kontext.

## 6. Metod och material

*I vår studie har vi valt att använda oss av en kvalitativ metod i form av intervjuer. Valet är fördelaktigt för vår studie, för att få utvecklade och personliga svar från intervjupersonen, och på så sätt få en djupare förståelse kring individers självpresentation, autenticitet och identitetsskapande på dejtingapparna.*

### 6.1. Kvalitativ intervju som metod

Vår studies huvudsakliga mål var att få insikt i hur unga vuxna presenterar sig själva på Tinder och Hinge genom sin identitet och autentiska uttryck online, influerade av normer. Av det skälet har vi valt att genomföra sju stycken olika semistrukturerade intervjuer med unga vuxna mellan åldrarna 24-28 år. Dessa intervjuer har alla blivit inspelade.

Intervjun kan ses som en social produktion av kunskap, där både intervjuare och den intervjuade är aktiva deltagare. Kunskap formas i interaktionen och speglar inte enbart den intervjuades tankar utan påverkas även av samtalet. Vi var medvetna om vår roll och påverkan, och intervjun blev snarare en tolkning av mening och verklighet (Kvale & Brinkmann, 2014:34–35). Vi har genom kvalitativa intervjuer fått en djupare förståelse för unga vuxnas erfarenheter av onlinedejting. Metoden syftade till att studera människors erfarenheter och upplevelser i specifika situationer genom nyanserade och detaljerade beskrivningar (Ekström & Larsson, 2019:102).

Vårt urval, som inkluderar män och kvinnor, hetero- och homosexuella samt olika åldrar, krävde en flexibel metod för att hantera mångfalden i berättelserna. Därför valde vi semistrukturerade intervjuer, där vi utgick från en tydlig intervjuguide (se bilaga 1) baserad på olika teman men med anpassade följdfrågor efter intervjupersonernas svar. Metoden möjliggjorde både struktur och öppenhet, då intervjupersonerna fick forma sina svar utifrån deras uppfattning av frågorna, samtidigt som vi kunde förtydliga och fördjupa förståelsen. Processen var flexibel, styrd av både våra frågor och hur dessa uppfattades av



intervjupersonerna (Bryman, 2011:415). Metoden gav en balans mellan att styra samtalet mot våra ämnen och att låta intervjupersonerna dela sina tankar och erfarenheter fritt.

Viktigt att belysa är att subjektivitet är en naturlig del av forskningsprocessen vid kvalitativa intervjuer. Enligt Bryman (2011:368) innebär metoden att forskaren samlar in information och styr samtalet utifrån vad som anses viktigt, vilket påverkas av våra egna perspektiv, värderingar och erfarenheter. Då semistrukturerade intervjuer bygger på interaktion, går detta inte att förbise helt. Vi ser dock detta som en styrka, eftersom det möjliggjorde en djupare förståelse för vårt forskningsområde. Genom medvetenhet hanterade vi vår påverkan för att analysera och tolka materialet nyanserat.

## **6.2. Genomförande**

För att genomföra en studie som stödjer vårt syfte att undersöka människors självpresentationer på dejtingappar tillämpade vi Kvale och Brinkmanns (2014) sju stadier av intervjuforskning vilket innefattar: tematisering, planering, genomförande av intervjuer, transkribering, analys, verifiering och rapportering.

Inledningsvis började vi med att tematisera vår studie. Detta innebär att vi hade tydliggjort ett forskningsområde, klaggjort syftet och därtill även format frågeställningar för att kunna undersöka människors identitet och autenticitet i samband med deras självpresentationer på Tinder och Hinge. Detta var viktigt att formulera innan själva intervjuprocessen (Kvale & Brinkmann, 2014:144). Det andra stadiet av intervjuforskning innefattade planering, alltså att utforma ett upplägg till hur vi skulle nå den kunskap vi behövde för att kunna besvara våra frågeställningar. Vi har därmed gjort intervjuer med olika människor som vi ansåg vara relevanta till vår studie. Mer om detta utvecklar vi under urval längre fram (ibid.).

I det tredje stadiet började vi med våra intervjuer. Detta gjorde vi med hjälp av en intervjuguide (se bilaga 1) som vi hade förberett för att göra det enkelt för oss att förhålla oss till vilka teman och frågor vi ville ha besvarade (ibid.). Genomgående i vår intervjuguide var det viktigt för oss att de strukturerade frågorna var öppna för att inte ge enhetliga svar utan

möjlighet till reflektion (Kvale & Brinkmann, 2014:176). Vi strävade alltså inte efter att förbereda frågor som kunde besvaras med ett ja eller nej.

Som tidigare nämnt har vi använt oss av en semistrukturerad intervju, vilket ledde oss i denna fasen till att vara uppmärksamma på intervjupersonernas svar för att kunna ställa följdfrågor. Under intervjuerna lyssnade vi noga efter vad som berättades samtidigt som vi var uppmärksamma på hur det sades, istället för att fastna för mycket i våra planerade frågor (Kvale & Brinkmann, 2014:180).

Vi ställde därtill både inledande frågor för att nå beskrivningar av en möjlig situation, men även sonderade frågor för att intervjupersonen skulle få en möjlighet att berätta mer samt specificerande frågor som kan ge mer precisa svar om en upplevelse (Kvale & Brinkmann, 2014:176-177). Det kunde till exempel handla om att vi ville att personen skulle exemplifiera deras uppfattning om människors självpresentationer, eller exempelvis att vi ville ha mer information om hur intervjupersonen kände kring val av bilder till sin dejtingprofil.

Samtidigt kan tystnad i intervjusammanhang betraktas som hjälpsamt i syfte för att skapa utrymme för reflektion hos intervjupersonen. Vilket vi båda var måna om att möjliggöra för att driva intervjun till intressanta och djupgående svar (ibid.). Tystnad blev i vårt fall mycket hjälpsamt till vår studie då vi upplevde att vi fick betydelsefullt material.

Materialet valde vi att samla in med hjälp av en diktafon för att ha intervjun inspelad. Detta gjorde vi för att underlätta processen av transkribering, men även för att vi skulle kunna vara så fokuserade och närvarande som möjligt i och med vi ville kunna ställa följdfrågor (Kvale & Brinkmann, 2014:218). Det huvudsakliga målet i vår interaktion med intervjupersonen var att skapa en ömsesidig kontakt och det nås genom att vara just närvarande, lyhörd och respektfull. Vilket sedan leder till mer bekväma svar som förhåller sig till känslor och personliga reflektioner (Kvale & Brinkmann, 2014:171).

Därefter förberedde vi intervjumaterialet för en framtida analys genom att transkribera materialet vi spelat in från respektive intervju. Detta är det fjärde stadiet som innebär att ta en konversation från verkligheten och få ner det på papper. Intervjun är en social interaktion som fångar upp både kroppsspråk, talspråk och andra budskap (Kvale & Brinkmann,

2014:218), vilket gjorde det tydligt för oss att transkriberingen var viktig för vår studie, för att sedan kunna tolka materialet rättvist. I processen valde vi att ha med punkter, tystnad, pauser och reflekterande ljud som exempelvis "Ehm...".

Det femte stadiet i vår intervjustudie innebär att vi analyserat det insamlade materialet genom en sammanställning och tolkning med hjälp av vår forskningsöversikt, samt lämpliga teoretiska perspektiv från Giddens (1997) och Goffman (2020) i syfte att besvara våra frågeställning (Kvale & Brinkmann, 2014:145). Målet med denna analys var att urskilja och lyfta fram teman och mönster i materialet.

De två avslutande stadierna var verifiering och rapportering. Verifiering innebär att säkerställa att vårt resultat var giltigt och trovärdigt genom att granska validitet. Detta steg var avgörande för att bedöma om de slutsatser som vi dragit verkligen stöds av det insamlade materialet. En mer ingående reflektion kring detta hittas under rubriken 6.7. Validitet. I rapporteringen fokuserade vi på att redogöra för resultaten utifrån de etiska övervägandena som fungerade som riktlinjer under undersökningen. De etiska frågorna var centrala för att säkerställa att respondenterna behandlats med respekt och att deras integritet har skyddats (Kvale & Brinkmann, 2014:326).

### **6.3. Urval**

Vår urvalsgrupp bestod av deltagare mellan 24 och 28 år. Vi valde denna åldersgrupp eftersom det är en del av den svenska befolkningen som till största del använder just dejtingapparna Tinder och Hinge.

Inledningsvis använde vi målinriktat urval för att välja ut personer som hade relevanta erfarenheter för vår forskningsfråga. Det vill säga, personer som faktiskt hade erfarenhet av Tinder och Hinge. Vi valde medvetet deltagare baserat på detta, vilket gjorde att vi kunde få djupare och mer insiktsfulla svar för att belysa det fenomen vi undersökte. Urvalet var därmed inte slumpmässigt utan inriktat på att hitta personer som kunde bidra med värdefulla perspektiv (Bryman, 2011:350).

Därtill för att avgränsa ytterligare i syfte för att skapa en trygg miljö, gjorde vi ett bekvämlighetsurval. Vilket innebär att vi valde personer utifrån deras tillgänglighet och våra egna möjligheter att komma i kontakt med dem (Bryman, 2011:194). Vi valde därmed att intervjua personer vi redan kände och visade att vi var flexibla genom att anpassa oss efter deras schema och preferenser för plats av genomförandet.

#### 6.4. Presentation av intervjupersoner

Intervjupersoner	Könsidentitet	Ålder	Sexuell läggning	Användning: Hinge	Användning: Tinder	Tid för intervju
<i>Intervjuperson 1</i>	Man	24	Homosexuell	x	x	21 min
<i>Intervjuperson 2</i>	Kvinna	25	Heterosexuell	x		34 min
<i>Intervjuperson 3</i>	Kvinna	28	Heterosexuell	x		44 min
<i>Intervjuperson 4</i>	Kvinna	28	Heterosexuell	x	x	31 min
<i>Intervjuperson 5</i>	Kvinna	24	Homosexuell	x	x	40 min
<i>Intervjuperson 6</i>	Man	25	Heterosexuell	x		47 min
<i>Intervjuperson 7</i>	Man	27	Heterosexuell	x	x	32 min

#### 6.5. Styrkor och svagheter med vår metod

Som tidigare nämnt har vi använt oss av semistrukturerade intervjuer i vår studie, vilket visade sig vara både givande och utmanande. Genom en intervjuguide med förberedda frågor kunde vi skapa en grundstruktur som säkerställde att alla intervjuer täckte samma områden. Samtidigt gav flexibiliteten utrymme för oss att vara närvarande och ställa följdfrågor, vilket resulterade i mer detaljerade och nyanserade insikter. Detta säkerställde att samtliga intervjupersoner besvarade samma centrala frågor, vilket stärker validiteten i vår studie genom att göra materialet jämförbart och konsistent.

Balansen mellan struktur och flexibilitet var vår studies största styrka i syfte att berika insamlat material. En utmaning var dock att våra egna tolkningar av intervjupersonernas berättande kunde påverka vilka följdfrågor vi ställde, vilket i vissa fall gav vissa teman större

utrymme än andra. Vi behövde vara medvetna om detta för att säkerställa att vi verkligen mätte det avsedda och stärkte studiens validitet (Bryman, 2011:50).

Samtliga intervjupersoner fick dessutom välja vart intervjun skulle genomföras, och vi anpassade oss för att skapa en så avslappnad miljö som möjligt. Detta var för oss avgörande eftersom våra frågor berörde normer, ideal och känsliga ämnen som exempelvis utseende och troligtvis personliga osäkerheter. Sådana samtal kan vara sårbara, och vi ville skapa en atmosfär som uppmuntrade personerna att reflektera fritt, tryggt och framförallt ärligt.

Urvalet valde vi för att ge en bredd av perspektiv. Detta kan möjligtvis stärka materialets trovärdighet och möjliggjorde en bredare analys. En svaghet i vårt genomförande var dock att urvalet var relativt litet och begränsat, vilket gör att resultaten inte kan appliceras till en större population. Dessutom skulle fler deltagare från olika bakgrunder och kulturer ha gett en ännu mer representativ bild och ytterligare breddat våra insikter. Troligtvis skulle vi kunna ge ett mer omfattande resultat med generellt fler intervjupersoner.

## **6.6. Etisk diskussion**

De forskningsetiska överväganden innebär att forskaren har ett ansvar över hela forskningsprocessen, hur material samlas in, hanteras, redovisas, samt hur detta berör deltagarna. Beröringspunkten för forskaren i en kvalitativ forskningsintervju är att informera intervjupersonerna kring de etiska områdena som innefattar informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet. Vi anser därför att det var relevant för oss att under hela forskningsprocessen ta hänsyn till denna forskningsetik, för oss i studien och genom att tydligt klargöra kring ägandeskapet av materialet för intervjupersonerna (Lindstedt, 2017:49-51).

Informationskravet innebär att vi tydligt informerade deltagarna i studien om hur materialet kom att användas, vilka villkor som gällde för deras deltagande och att deltagandet var frivilligt under hela processen (Lindstedt, 2017:51). Innan genomförandet klargjordes syftet med studien, och att den kommer att publiceras offentligt på DIVA. Något som vi ständigt betonade, både innan och efter genomförandet av undersökningen, var att flera gånger

informera intervjupersonerna kring att medverkan i studien är frivillig, och att medverkan går att avbryta när de vill. Det här informerades både muntligt och skriftligt genom en samtyckesblankett (bilaga 2).

Samtyckeskravet är relevant i det syfte att deltagarna själva hade rätt att bestämma över sin medverkan i undersökningen, på vilka premisser de deltog och hur länge de ville medverka. Det innebar att intervjupersonerna kunde besluta sig för att avbryta sin medverkan, utan att motivera eller få negativa följder av beslutet. Samtyckeskravet och informationskravet samspelade alltså ständigt under processen, och utan att uppfylla informationskravet gick inte samtyckeskravet att förverkligas i genomförandet (Lindstedt, 2017:52).

Nästa etiska område vi tog hänsyn till var konfidentialitetskravet. Uppgifterna som behandlar information gällande individerna som ingår i undersökningen och överenskommelsen sinsemellan. Överenskommelsen syftar till det förtroende och den tillit som byggs under intervjuprocessen, samt hur det gemensamma materialet kommer att användas när resultatet av studien presenteras (Lindstedt, 2017:53). Här var vi transparenta med intervjupersonerna och betonade att deras medverkan i studien kommer att förbli avidentifierad och att det endast är vi som kommer att ha tillgång till det inspelade materialet. För att säkerställa intervjupersonernas anonymitet har varje person tilldelats kodade namn, exempelvis Intervjuperson 1 & Intervjuperson 2. Dessa används vid referens till citat i resultatdelen.

Det fjärde etiska området, är nyttjandekravet, som handlar om att de uppgifter som samlats in endast får användas för det forskningsändamål som kommer att presenteras längre fram i studien (Lindstedt, 2017:55). Det material som samlades in i undersökningen, spelades in på diktafon och transkriberades, för att sedan raderas. Det här är något som vi försäkrade våra intervjupersoner om, både innan och efter genomförandet.

När vi genomförde vår studie fungerade de etiska övervägandena likt riktlinjer där var och en agerar som en central roll i hur vi informerade intervjupersonerna kring hur materialet skulle användas i studien. Det var av yttersta vikt för oss att agera etiskt rätt och respektfullt gentemot våra intervjupersoner, och för att säkerhetsställa det här så användes de

forskningsetiska reglerna som grund för vårt arbete med intervjuprocessen (Lindstedt, 2017:50).

Vi upplevde båda, trots dessa riktlinjer, att det var svårt att komma åt svar som kom från intervjupersonernas innersta känslor. Det fanns en medvetenhet från både oss som intervjuare, och intervjupersonerna, att dialogen var en enkelriktad utfrågning. Eftersom vi valde personer vi redan kände och har förtroende för oss, antog vi att svaren vi skulle få skulle bidra till en mer sårbar och personlig vinkel på vår studie.

En konsekvens av den enkelriktade dialogen var att vi upplevde en asymmetrisk maktrelation. Vi gick in i samtalet med en tydlig kunskapskompetens, vi definierade intervjusituationen, vi skapade en tydlig intervjuguide för att besvara våra frågeställningar och vi bestämde även vilka följdfrågor eller ämnen som skulle leda samtalet. Vi kan på så vis säga att vi bemötte motkontroll. Eftersom vår grundtanke var att vi skulle tala om vårt ämne på ett mer sårbart vis, så uppfattade vi det som att intervjupersonerna talade runt en del frågor (Kvale & Brinkmann, 2014:51-52). Att intervjua personer vi redan kände kändes ibland felaktigt, eftersom vi inte kunde dela med oss av våra egna tankar och känslor. Detta skapade en obalans, där vår påverkan som intervjuare blev tydligare, och vi saknade ömsesidighet i samtalen. Det gjorde oss mer medvetna om de etiska och praktiska utmaningarna i intervjuprocessen. Kanske var därför vi inte riktigt kom åt den sårbarheten vi önskade.

## **6.7. Validitet**

Förutom att diskutera de etiska övervägandena, är det också relevant att se till studiens validitet. Det innebär att vi som undersöker mäter det som faktiskt avses att mätas med studien (Bryman, 2011:50). För att garantera en hög validitet i vår studie så utformade vi en intervjuguide (bilaga 1) med ett antal centrala teman som alla intervjupersoner besvarade med tillhörande frågor under genomförandet. Det var därför viktigt för oss att förutsättningarna för undersökningen såg liknande ut, och att frågorna korrelerade väl med varandra. Exempelvis att alla deltagarna fick möjligheten att välja plats för utförandet av intervjun själva och att vi utgick från samma specificerade frågor. Genom att utgå från detta kunde vi

säkerställa att de slutsatser vi drog om normer, identitetsskapande och autenticitet verkligen återspeglade de frågeställningar vi valt till vår studie.

Om vår studie däremot inte skulle ha en hög validitet riskerar detta att leda till missvisande eller felaktiga resultat, vilket skulle kunna påverka trovärdigheten i våra slutsatser. I resultatdelen var det därför viktigt att vi kopplade till tidigare forskning och visade att de teoretiska perspektiv vi använt för att samla in och analysera materialet, var relevanta för de frågeställningar vi har ställt, och att de gav ett korrekt och meningsfullt resultat om hur självpresentationer formas på Tinder och Hinge.



## 7. Resultat och analys

*I det här avsnittet presenteras resultaten av den genomförda studien och dess analys genom de teoretiska perspektiv och tidigare forskning som vi talat om, i syfte att ge läsaren en mer djupgående förståelse för materialet som samlats in. Genom att granska materialet kommer vi att belysa centrala aspekter av dejting på apparna Tinder och Hinge och hur självpresentationer påverkar människors identitetsskapande och autentiska uttryck. Nedan redogörs resultat från tre tema, normer, identitet och en attraktiv profil. Frågeställningarna som formulerats kommer att besvaras i den här delen av vår studie genom en analys i relation till tidigare forskning och teoretiska perspektiv av Giddens (1999) och Goffman (2020).*

### 7.1. Normer

I det här temat av resultatet kommer vi presentera tre mönster som framträder från analysen. Det mest framträdande är det material som pekar mot att det existerar skillnader mellan Tinder och Hinge, samt att det finns en yttre påverkan om hur vi ska presentera oss själva i våra profiler. Dessa normer och förväntningar som styr våra självpresentationer kommer vi att förklara genom resultatet av intervjupersonernas olika bildval och innehåll i deras profiler.

#### 7.1.1. Skillnaden mellan Tinder och Hinge

Samtliga intervjupersoner använder sig av digitala dejtingappar i sin vardag. Utmärkande i detta resultat är att samtliga sju intervjupersoner använder Hinge mer än Tinder, samt att intervjupersonerna främst använder apparna för relationskapande.

Tinder har färre möjligheter till självpresentation än Hinge (Tinder, 2024; Hinge, 2024). Det här belyser våra intervjupersoner genom de normativa beteenden som respektive app formar. En av intervjupersonerna uttrycker att dessa dejtingappar tilltalar användare olika beroende på deras individuella behov eller mål. Intervjuperson 3 uttrycker en preferens för Hinge, med motiveringen att appen bättre möter dennes önsknings och förväntningar.

Majoriteten svarade att de upplever att funktionerna på Hinge bidrar till en norm där användarna bör presentera sig som en relationssökande person genom att dela med sig av mer

information och en heltäckande beskrivning av sig själv. Samtidigt talar samtliga om att det normativa beteendet på Tinder är att människor söker snabba och ytliga kontakter, och skapar sin självpresentation utifrån appens upplevda miljö. En deltagare uttryckte sig på följande vis:

“Tinder är så mycket mer... knullig vibe. Och Hinge är mer liksom, nu ska man träffa någon så man kan ha en god konversation.”

(Intervjuperson 6)

Det vanligaste argumentet som intervjupersonerna talade om är att Hinge upplevs mer seriöst då appen ger möjligheten för användare att dela med sig av mer information om dem själva. Framträdande blir också att det finns olika förväntningar kring användandet av applikationerna, där Tinder anses vara mer ytligt och fungerar som en mötesplats för tillfälliga relationer. Det kan också spegla en medielogik där funktioner inte bara bidrar till relationsskapande, utan också användarnas uppfattning om vilka normer de kan förvänta sig på respektive app.

Det vanligaste argumentet i denna fråga är att Tinder uppfattas som en ytlig plattform, där fokus ligger på visuellt uttryck. En intervjuperson var dock inte lika tydlig i sin beskrivning av apparnas syfte men däremot talar personen om apparnas karaktär och sin egen användning som går i linje med de normer vi poängterat. Skillnaderna mellan Tinder och Hinge framträder tydligt i dessa argument och upplevelser. Hinge, med krav på detaljerade profiler, stödjer normen om att det är en applikation som främjar tydligare självpresentationer, där användare förväntas framställa sig som mer heltäckande. Tinder, med sin ytliga karaktär, speglar normer kring snabba relationer och visuellt uttryck genom bilder som är grundläggande för kontakt med andra människor.

Det som är utmärkande i analysen är att tidigare forskning inte har talat om Hinge och det normativa beteendet som förväntas på appen, enligt våra intervjupersoner. Däremot talar tidigare forskning om normativa självpresentationer utifrån egenskaper såsom sexualitet (Duguay, 2016; Ranzini & Lutz, 2016), och inte utifrån app-specifika normer som vi upptäckt genom vår undersökning.

### 7.2.2. Profilens innehåll och bildval

I samband med diskussioner om hur intervjupersonerna konstruerar deras profil dök också mönster upp gällande specifikt innehåll, funktioner som används och bildval. Följande resultat belyser vilka förväntningar, eller vad det är som är mest önskvärt på apparna, som styr valen användarna tar i skapandet av deras självpresentationer.

Utöver att samtliga intervjupersoner talar genomgående i sina intervjuer om att de vill ha bilder som visar att de är snygga, berättar samtliga om hur de vill uppfattas som en rolig, cool eller skön person. Detta kan presenteras både genom text och bilder, men det viktigaste är att det är en uppfattning andra ska få när andra användare ser ens profil. Citatet nedan är ett exempel på detta mönster:

“Det låter kanske lite töntigt, men jag vill uppfattas som lite cool. Gärna lite bilder om man är på klubben och är snygg. Och sen att man är lite rolig.”

(Intervjuperson 1)

Intervjumaterialet visar hur användare anpassar sina profiler för att framstå som snygga, roliga och coola, vilket går att koppla till Duguays (2016) idé om att profiler formas av samhällliga och plattformsspecifika normer. Genom att presentera dessa normativa egenskaper strävar intervjupersonerna efter att skapa en profil som uppfattas som attraktiv och kan leda till eventuella matchningar och interaktioner på plattformarna. Samtidigt framkommer det att det är egenskaper som samtliga intervjupersoner även letar efter i andras profiler.

Användningen av Goffmans (2020) teori om självpresentation kan i det här fallet kopplas till hur intervjupersonerna konstruerar sina profiler på dejtingappar efter förväntningar om vilka egenskaper som bör belysas. Exempelvis hur flera belyser vikten av att visa genom sina bilder och texter att de är roliga och coola. Intervjupersonerna talar ofta om att de vill framstå som roliga främst eftersom det är en önskvärd norm, men även för att det kan leda till att andra användare swipar höger och skriver till en. Enligt Goffman iscensätter individen sig själv inför en publik genom att medvetet välja vilka intryck som ska förmedlas genom handlingar. I det här fallet fungerar andra användare och potentiella matchningar som publik.

Detta kan ses som exempel på den "scenföreställning" som Goffman (2020) talar om, där intervjupersonerna antar en roll och skapar en profil med önskat innehåll för andra användare. Personerna vi intervjuade lyfter även fram betydelsen av humor vilket kan tolkas som en del av den medvetna iscensättningen för att väcka intresse och uppmuntra till interaktion, precis som Goffman beskriver i sin teori.

Denna iscensättning, som framhäver attraktiva och humoristiska egenskaper, går hand i hand med intervjupersonernas önskan att undvika allt för vardagliga profiler. Majoriteten av intervjupersonerna talar om att de belyser vissa egenskaper, och exkluderar andra. Ett exempel på detta är hur deras profiler ska väcka ett intresse hos andra användare, och att en alltför simpel profil kan verka mindre tilltalande och normbrytande.

Det som framträder hos intervjupersonerna är att de inte enbart använder sina profiler för att presentera sig själva, utan även för att särskilja sig från det de uppfattar som en mer "tråkig" eller "vanlig" presentation. Vilket i sin tur påverkar deras val av bilder och text. Av det skälet blir det centralt att tillägga att samtliga intervjupersonerna berättade att de främst använder sig av bilder som är tagna i ett socialt sammanhang. Antingen med vänner, i ett festsammanhang eller åtminstone så att andra kan uppfatta att du inte enbart är hemma med dig själv. Nedan följer exempel på detta:

"Alltså jag önskar ju egentligen att man bara skulle tagit en bild när man sitter hemma i soffan och tittar på tv för så ser man ju ut en stor del av sin tid. Men det vill man ju inte visa riktigt."

(Intervjuperson 3)

Detta mönster genomsyrar samtliga intervjuer, där somliga berättar konkret att det är så deras profiler konstrueras. Samtidigt är andra tydliga med att det är en slags förväntan eller önskan och berättar att det är bilder som eftersträvas även i andras profiler. Detta tyder på den norm som finns, där användare förväntas inkludera sociala sammanhang i deras bildval.

Ett vanligt förekommande mönster är att selfies, bilder som personer tagit på sig själva, inte säger så mycket om dig som person eller dina intressen enligt intervjupersonerna. Denna typ

av bilder framträder som avskräckande om dessa överanvänds. Samtidigt betonas vikten av att visa att du har vänner eller att du har ett socialt liv. Å andra sidan har vi ett undantag som hävdar att det är obetydligt i andras profiler. Intervjuperson 1 uttrycker det i följande citat:

“Det är väldigt många profiler som man skulle säga har för lite information. Inte lika mycket på Hinge då man måste skriva, men på Tinder är det liksom tomma captions och två bilder. Men sen är det definitivt för mycket av bilder generellt med andra kompisar, det tycker jag är helt irrelevant.”

(Intervjuperson 1)

Intervjupersonernas val att använda bilder från sociala sammanhang, som umgänge med vänner, kan kopplas till Giddens (1999) teori om identitet som en socialt konstruerad process. Giddens menar att identiteten formas genom interaktioner och de sociala sammanhang man är delaktig i, och eftersom intervjupersonerna berättar att de upplever ett mönster och betonar vad som är önskvärt går det att relateras till vilka appspecifika normer som existerar gällande användarnas bildval och hur detta ger ett visst intryck.

Att använda bilder från sociala sammanhang, snarare än selfies eller när du sitter framför tv:en, kan kopplas till normer kring hur en "attraktiv" eller "intressant" profil bör se ut på dejtingappar. Den identitetsskapande processen Giddens talar om kan ses genom intervjupersonernas medvetna val om att visa att de har vänner och därmed kan identifieras som en person som ingår i ett socialt sammanhang. Denna norm formar intervjupersonernas val av bilder, men även vilka de väljer att initiera kontakt med.

### **7.2.3. Vägledning från vänner**

Ett återkommande mönster i intervjuerna är hur vänner spelar en aktiv roll i skapandet av deltagarnas profiler på apparna. Beslut om vilka bilder som ska användas eller hur man bäst formulerar sig beskrivs ofta som en process där andras åsikter vägs in. I samband med att vi ställde frågor gällande bildval eller hur intervjupersonerna vill framställa sig själva svarade flera att de ofta får hjälp av vänner när de skapar sina profiler. Följande citat talar om bildval och texter:

“Jag försöker att vara mig själv i bilderna och att det ska se ut som jag. Det är också någonting jag frågar mina kompisar ofta när man visar det så.”

(Intervjuperson 1)

“Jag fick faktiskt hjälp av en kompis när vi gjorde min profil. Då har hon skrivit till mig att en typisk söndag är att kaka kebab och ha ångest. Jag älskar kebab, det är min favoritmat. Men en söndag är också att ha lite ångest.”

(Intervjuperson 6)

“Det kan också vara att jag ofta frågar en kompis typ vilka bilder de tycker att jag ska ha i min profil... också säger de en och så tar man den...”

(Intervjuperson 4)

Majoriteten av intervjupersonerna berättar om hur de utformar sina dejtingprofiler med hjälp av vänner för att skapa en profil som både känns rätt för dem själva och framstår som attraktiv för andra. En bild ska "se ut som jag", samtidigt som den förmedlar rätt intryck. En vän kanske föreslår en bild eller hjälper till att formulera en humoristisk beskrivning, som att söndagar innebär "kebab och lite ångest."

Att låta vänner hjälpa till med att skapa sin dejtingprofil behöver inte heller nödvändigtvis vara en norm som är specifik för just dejtingapparna, utan kan snarare förstås som en del av ett socialt mönster. Eftersom självpresentation är centralt i skapandet av sin profil är det enligt våra intervjupersoner vanligt att söka andras åsikter för att säkerställa att man framställer sig själv på ett sätt som upplevs positivt. Det tyder på att denna process inte är helt individuell, utan snarare något som sker i dialog med andra. Så även om det inte är en specifik norm för apparna i sig, verkar det finnas en bredare förväntan på att skapandet av en profil är en process som intervjupersonernas vänner är delaktiga i.

Den här processen handlar inte bara om att få hjälp, utan handlar även om att känna sig bekväm i rollen man skapar. Intervjupersonerna berättar att de får feedback från andra om att ens profil är attraktiv eller rolig, och då blir det lättare att tro på den version av sig själv som visas upp. Goffman (2020) beskriver detta som en del av självpresentationer att individen inte

bara spelar en roll för andra, utan också för sig själv. Eftersom intervjupersonernas vänner bidrar med sina perspektiv, hjälper de till att skapa en roll som både personen och andra användare på apparna kan uppfatta som en trovärdig och förhoppningsvis attraktiv version av sig själv.

#### 7.4. Identitet

Samtliga intervjupersoner diskuterade begreppet identitet i relation till hur de väljer att framställa sig själva på dejtingapparna. Alla intervjupersoner uttryckte, på olika sätt, att de upplever en spänning mellan dennes identitet och den profil som individen konstruerar för apparna. Intervjupersonerna beskrev och belyste ett mönster av identiteter som ansågs mer attraktiva än andra, där personerna med den typen av identitet visade upp ett socialt liv och en viss livsstil. Det här är ett exempel på en typ av spänning som våra intervjupersoner beskriver. Där normen att framställa som attraktiv för andra inte alltid överensstämmer med den identitet som intervjupersonerna upplever utanför appen, i det verkliga livet. Intervjuperson 2 berättar följande:

“Man vill se olika delar av personens liv. Man ska ha en bild på sig själv, man ska ha en resebild, man ska ha en bild med vänner och en bild med sin hobby. Det känns lite som att det är mallen.”

(Intervjuperson 2)

I Giddens teori om modernitet och självidentiteten lyfter han hur människors identitet och dess process påverkas av tre centrala frågor: "*Vad ska man göra? Hur ska man handla? Vem ska man vara?*" (Giddens, 1999:89). De frågorna är det som sedan påverkar hur en individ kan komma att leva självförverkligande och meningsfullt, men inte utan att påverkas av yttre omständigheter. I dagens samhälle förändras de omständigheterna snabbt och påverkas av trender, både globalt och nationellt. Det här är något som intervjuperson 2 beskriver i citatet ovan, att det finns en tydlig mall för hur en individ ska leva och presentera sin identitet, utifrån handlandet och vem denne vill uppfattas vara.

Tidigare forskning belyser hur användare anpassar sin profil till de appspecifika normer som finns och därtill skapas en exkludering av egenskaper som inte passar in på dejtingapparna (Ellison, Hancock & Toma, 2011; Dunlop, 2018; Peng, 2020). Samtliga intervjupersoner upplever att spänningen mellan deras identitet och självpresentation, och det mest framträdande för detta resultat är att tre av intervjupersonerna betonar hur de konstruerar sin identitet utefter vad som anses attraktivt och intresseväckande i självpresentationen på dejtingapparna. Intervjuperson 5 beskriver ett dilemma kring självpresentation och vilken press det skapar:

“Det finns en skiftning i hur jag presenterar mig själv och vem jag är. Jag skulle säga att jag i det har tappat lite av min feminina sida som jag ändå skulle identifiera mig mycket med i det verkliga livet. Det har ändå satt press på mig, att jag kanske omedvetet känner att jag behöver ändra mig på något sätt och då också i hur jag framstår i mina profiler för att locka människor jag är intresserad av.“

(Intervjuperson 5)

“Jag är ju en väldigt stor spelnörd, jag gillar brädspel och TV-spel tycker jag är fett. Nu har jag börjat med rollspel, alltså brädspelsrollspel, inte kinky, och det är ju liksom intressen som jag kanske inte pratar om eller visar upp”

(Intervjuperson 6)

“Jag har pluggat spelutveckling och det är ofta något jag inte brukar skriva eller ha i min profil av anledning till att det känns som att många kan ha lite förutfattade meningar kring just den utbildningen. Men det är nog en grej jag kan känna att jag är rädd för att jag skulle bli dömd för i dejting, eller i apparna om jag skulle skriva det direkt.“

(Intervjuperson 7)

Vidare så kan samtliga intervjupersonernas svar appliceras på Giddens i teori om det reflexiva jaget, som utgår ifrån ideén att människor själva bestämmer och konstruerar hur identiteten skapas. Teorin om det reflexiva jaget betonar att identiteten hos människor är under en ständig process, och präglas konstant av de sociala, kulturella och teknologiska



förändringarna (Giddens, 1999:67-71). Att individen förändrar sin identitet baseras på de normer och vad det är som anses vara mest önskvärdt i detta sammanhang av onlinedejting. Intervjupersonernas reflekterande svar i undersökningen visar på en medvetenhet och ett beslutsfattande kring hur deras identitet får ta plats i deras profiler och hur de aktivt väljer att presentera sig själva. De uttrycker att det finns en avsaknad av bilder från avslappnade miljöer, som hemmet, och att det här är något som de exkluderar från sina profiler.

Intervjupersonerna indikerar att de aktivt navigerar mellan det ideala jaget och det verkliga jaget på dejtingapparna. Intervjuperson 1 beskriver att denne väljer sina bilder baserat på hur denne vill uppfattas på apparna, och att det här inte stämmer överens med hur denne är i verkligheten. Skillnaden mellan det ideala jaget och verkliga jaget är något som samtliga intervjupersoner uttryckte att de var medvetna om när de besvarat frågorna i undersökningen. Dunlop (2018) demonstrerar hur onlinedating erbjuder frihet för användarna att konstruera sin identitet, och det här är något som intervjupersonerna beskriver som en central del i skapandet av en profil. Det här perspektivet är något som stämmer väl in på hur tidigare forskning har utforskat identitetsskapandet inom onlinedejting, och hur det här utmanar människors självpresentation online (Ellison, Hancock & Toma, 2011; Dunlop, 2018;).

I samband med hur intervjupersonerna belyser strävan efter en idealiserad bild av sin identitet, uttrycker de också en rädsla kring att uppfattas annorlunda i mötet med personer de har matchat med på dejtingappen. Det blir en ständigt avvägning och spänning i hur intervjupersonerna ska framställa sig själva, utan att förvränga det verkliga jaget. Både intervjuperson 2 och 3 uttrycker att de upplever en krock mellan den faktiska identiteten och den som visas i dejtingappen. Intervjupersonerna ger uttryck för att spänningen som uppstår är närvarande i processen av att skapa en relation. Rädslan över att bli avslöjad som en förvrängd person är något som samtliga intervjupersoner understryker i undersökningen. Det här belyser Goffman (2020) i teorin om självpresentation, och menar att individen framställer sig själv på ett sätt som betonar de egenskaper som förväntas och idealiseras i samhället. Detta talar intervjuperson 3 om i citatet nedan:

“Alltså, mardrömmen är ju att någon man halvkänner ska få upp en och bara, jävlar vad hon är desperat? För att man verkligen har beskrivit sig själv på ett annat sätt än hur man verkligen är.”

(Intervjuperson 3)

Detta material tyder på att intervjupersonerna upplever en spänning mellan sin identitet och självpresentation. Spänningen förklaras genom konstruerandet av sin egen profil där vissa positiva egenskaper blir framträdande, medan andra exkluderas. Identitetsskapandet sker i utformandet av profilen och självpresentationen blir därför starkt sammansvetsat med det ideala jaget. Det verkliga jaget hamnar i skuggan av den perfekta profilen, där identiteten inte är lika framstående som den roll som förmedlas. Intervjupersonerna understryker att motivationen att förmedla en idealiserad bild av sig själv väger tyngre än att synliggöra det verkliga jaget.

### **7.5. En attraktiv profil eller ett autentiskt uttryck**

Flera intervjupersoner uttrycker en önskan om autentiska självpresentationer samtidigt som majoriteten strävar efter autenticitet. Deras val av självpresentation överensstämmer inte alltid med detta. Samtliga intervjupersoner är medvetna om att de skapar en attraktiv profil, snarare än autentisk, för att få kontakt med andra människor på apparna. Vidare framkommer det att autenticitet som begrepp är mer komplext än förväntat, där det visuella uttrycket på dejtingapparna kan vara autentiskt, samtidigt som det ska stämma med verkligheten utan att förvränga utseende eller personlighet. Flera intervjupersoner talar även om att människan är alldeles för komplex för att kunna uttrycka sig autentiskt och heltäckande med de funktioner apparna tillhandahåller.

I intervjuerna framkom en tydlig vilja att vara autentisk i sin självpresentation genom bilder och texter på dejtingapparna. Flera av deltagarna betonade att det är viktigt att den bild man ger av sig själv i sin profil stämmer överens med verkligheten. En av intervjupersonerna uttrycker en oro för att en alltför orealistisk profil kan skapa missförstånd när man senare träffas i verkligheten, detta synliggörs i följande citat:

“Asså man vill ju vara autentisk om man träffar någon i verkligheten, och ser man helt annorlunda ut jämfört med profilen blir det lite fel.”

(Intervjuperson 4)

Samtidigt berättar en annan intervjuperson att denne vill vara autentisk i sökandet efter en relation. Intervjupersonen uttrycker att det är viktigt att visa vem du är och framstå på ett genuint sätt, eftersom det ska finnas som en grund när du lär känna en ny människa och förhoppningsvis inleder en relation. Resultatet tyder på en medvetenhet att inte förvränga det verkliga jaget och inte heller exkludera delar av ens identitet. Något som Goffman (2020) demonstrerar i samband med hur självpresentationer kan ske genom en idealisering av att dölja sina svagheter och framhäva sina styrkor. Flera intervjupersoner talar om den här idealiseringen, eftersom att de belyser att deras profiler skapas utifrån normativa mönster i bildval och annat innehåll. Det kan exempelvis handla om att intervjupersonerna publicerar bilder som framhäver att de har vänner, eller som flera intervjupersoner berättar att de använder sig av bilder som döljer fysiska attribut som de anser är svagheter. Två intervjupersoner berättar att de främst väljer bilder av deras ansikte som de anser visar deras mer tilltalande och attraktiva sida. Deras “snyggsida”.

Vidare uttrycker flera av intervjupersonerna att det är önskvärt att se andra profiler som autentiska och belyser även att det här är en aspekt som denne söker för att vilja initiera kontakt. En intervjuperson menar att andra uppfattas som mer autentiska om de i sin profil inkluderar mer av sig själva samt delar med sig av mer information. Det här innebär att texterna i profilerna är utvecklade och detaljrika.

I den här delen av resultatet blir det tydligt för oss att våra intervjupersoner uppfattar autentiskt uttryck annorlunda än det Ranzini och Lutz (2016) argumenterar för. Deras argument bygger på att högre självkänsla skapar en självpresentation som upplevs mer autentisk, då de har mindre behov av att dölja eller förändra delar av sig själv för att vara attraktiva för andra. Skulle vi applicera deras argument på våra intervjupersoner hade resultatet blivit att samtliga personer framstår som individer med låg självkänsla.

Däremot väljer vi att tolka vårt material utifrån att intervjupersonerna snarare följer normer som är socialt konstruerade, för att ingå i en gemenskap på dejtingapparna. Detta eftersom deras uppfattning av vad som är autentiskt bygger på de funktioner som existerar och förväntningar som apparna skapar. Exempelvis att du har möjligheten att faktiskt inkludera och exkludera delar av identiteten. Vi uppfattade inte att våra intervjupersoner skapade en självpresentation baserat på en låg självkänsla, utan mer som ett uttryck för att forma det ideala jaget. Då det framkommer att personerna strävar efter att framställa sig som attraktiva och att normen inom onlinedejting är att skapa den perfekta profilen.

Tilläggas kan, att det innebär enligt vårt resultat att intervjupersonernas tolkning av vad som är autentiska profiler med mycket information även är profiler som kan vara idealiserade och skapta för att attrahera andra användare.

På vår intervjufråga angående hur de helst skulle vilja att deras självpresentation skulle uppfattas så svarade 1 av 7 intervjupersoner att denne hellre uppfattas som attraktivt snarare än autentisk. Vidare argumenterar deltagaren för att ett autentiskt uttryck inte alltid är optimalt för att skapa kontakt med andra människor på apparna. Detta eftersom personen hellre kompletterar med information och egenskaper i det verkliga livet. Denne uttrycker sig följande:

“Rent spontant tänker jag ju typ att jag helst vill uppfattas som attraktiv. Alltså jag hade ju kunnat vara mycket mer autentisk, men jag väljer att inte vara det för att det inte ger ett attraktivt uttryck... och jag vill ju ändå sända ut ett attraktivt uttryck! Men ja, det är ju bra att vara autentisk men för min del så finns det en gräns. Jag känner att jag hellre kompletterar med det i det verkliga livet.”

(Intervjuperson 3)

Tidigare forskning hävdar att människor väljer att framhäva sina positiva sidor för att attrahera andra människor och få uppmärksamhet på det viset. Peng (2020) förklarar detta som vilseledande strategier i människans självpresentation, vilket intervjuperson 3 tydliggör genom att berätta att denne aktivt väljer att inte vara helt autentisk i sin profil.

Utöver detta berättar somliga intervjupersoner att de strävar efter att vara autentiska, och att de även uppfattar sig själv som autentiska. Intervjupersonerna menar att de vill konstruera någonting som är äkta för att attrahera andra människor som kan få ett sanningsenligt intryck och därmed skapa ett intresse för personens verkliga jag. En av intervjupersonerna beskrev sin syn på detta så här:

“Jag vill vara autentisk, alltså äkta... Jag vill bara att någon ska tycka om mig för den jag är och då känns det jättekonstigt att konstruera någonting för att locka till sig folk. Och sen efter det kan du ju visa den du är i verkligheten istället. Därför försöker jag vara så äkta som jag bara kan för att locka till mig någon som kommer tycka om mig.”

(Intervjuperson 2)

I relation till detta ser vi även ett mönster hos samtliga intervjupersoner att önskan om autenticitet i förhållande till det faktiska handlandet inte överensstämmer med hur samtliga intervjupersoner skapar sina profiler. Som tidigare nämnt följer intervjupersonerna de normer som existerar på apparna, samtidigt som bildval och texter präglas av det som anses vara önskvärt och attraktivt. Citaten nedan är ytterligare exempel på att intervjupersonerna faktiskt skapar profiler som är attraktiva för andra, i sökandet på relationer:

“Nu har jag ju ett bra jobb och så, men förr när jag typ jobbade i butik så hade jag tyckt det var gött om jag bara kunde säga “Ja hej jag pluggar till civilingenjör...” men istället struntade jag i att ha med mitt yrke överhuvudtaget.”

(Intervjuperson 3)

“På bilder kan man ju känna så att det här var ingen fin, det här var min fula sida... Då använder jag inte de bilderna. Men jag tror att jag döljer allt av det där... jag har lite svårt att sätta ord på det men man vill ju liksom inte känna sig ful.”

(Intervjuperson 6)

Avslutningsvis tyder ovanstående resultat på att det finns en medvetenhet gällande avvägningen av att inte visa sig alltför autentisk. Samtliga intervjupersoner berättar på ett eller

annat sätt att det är aktiva val de gör för att framstå som så attraktiva som möjligt. Samtidigt som majoriteten av intervjupersonerna upplever att det är svårt att vara helt autentisk, så belyser resultaten att begreppet autenticitet är komplext i sammanhanget av onlinedejting.

En intervjuperson svarade att det är omöjligt att presentera alla delar av den komplexa människan genom ett fåtal bilder och korta beskrivningar. Andra intervjupersoner talar om att apparnas funktioner inte är tillräckliga för att bygga heltäckande självpresentationer på följande vis:

“Jag tycker absolut att jag kan dölja information, men samtidigt är det svårt att ge information överhuvudtaget. Det är klart att 99% av ens personlighet döljer man ju. Men det är ju för att det inte finns medel att visa vem man faktiskt är.”

(Intervjuperson 3)

“Så jag känner inte att min profil är så långt ifrån hela jag, men det är komplext att få med hela mig på en profil. Jag kan omöjligt visa alla delar av mig eller mitt liv på apparna.”

(Intervjuperson 7)

“Vad är autenticitet egentligen? För jag menar... När vi träffar människor i verkligheten, är vi autentiska då? Det beror på vilken situation man är i. Jag tycker att det är bättre att prata om autenticitet som någon form av ytlighet.

Alltså att... Ser jag likadan ut i verkligheten som jag gör på bilderna? Men personlighetsmässigt. Det är ju jättesvårt...”

(Intervjuperson 4)

Deras funderingar kring vad som är autentiskt, både utseendemässigt och personlighetsmässigt, och hur de har möjlighet att presentera autentiska sidor av sig själv på apparna speglar den reflexiva processen där intervjupersonerna försöker att anpassa sig själva efter normer och sammanhang, precis som Giddens (1999) beskriver i sin teori om det reflexiva jaget.

Avslutningsvis belyser vårt resultat hur komplexiteten kring autenticitet präglar intervjupersonernas upplevelser av dejtingapparna. Det handlar alltså inte bara om att presentera sig själv, sitt utseende eller sin personlighet korrekt, utan också om begränsningarna i apparnas funktioner. Detta innebär att begreppet autenticitet behöver sättas i en tydlig kontext. I vår studie menar somliga intervjupersonerna att det autentiska uttrycket bör vara heltäckande rent informativt i människors profiler, men att det också sker en avvägning i vad man ska dela med sig av. Samtidigt som andra är medvetna om att autenticitet i det här fallet inte går att uppnå på apparna.

För att avrunda har vi identifierat att samtliga intervjupersoner känner en strävan att framstå som attraktiv för andra i sina självpresentationer, samtidigt finns det en önskan om att framställa sig själv som en autentisk person. Dessa upplevelser bidrar till en komplex beskrivning om utmaningar och möjligheter att förmedla ett autentiskt intryck på dejtingapparna.

## **7.6. Sammanfattning av resultat**

För att besvara vår frågeställning gällande vilka normer som existerar på dejtingapparna har vi fokuserat på att ställa frågor gällande skillnader på Tinder och Hinge, profilens innehåll och bildval, samt frågor som rör beslutsfattandet i skapandet av sin profil.

Intervjupersonerna använder sig alla av digitala dejtingappar i sin vardag. Utmärkande i vår studie är resultatet att Hinge används mer än Tinder, och att intervjupersonerna främst använder apparna för relationsskapande. Det mest framträdande är skillnaderna mellan Tinder och Hinge, där apparnas respektive funktioner och normer verkar skapa olika förväntningar på användarnas självpresentationer. Till exempel framgår det att Tinder främst präglas av ytlighet, där bildvalet ofta hamnar i fokus för att snabbt fånga uppmärksamhet. Hinge å andra sidan, uppmuntrar detaljerade och personliga profiler, vilket i högre grad kan förstärka en känsla av autenticitet och appen används för ett seriösare syfte, menar intervjupersonerna.

Utöver de app-specifika skillnaderna visar analysen också hur yttre påverkan, såsom ideal och normer kring attraktion och social status, formar hur användare väljer att skapa sin självpresentation. Det här syns i intervjupersonernas bildval och i de texter de inkluderar i sina profiler. Många beskrev att de anpassar sina presentationer för att framstå som attraktiva eller att de har ett socialt liv. Exempelvis innebär det här att inte enbart använda bilder som tagits själv, utan att också inkludera bilder som visar att man har ett intresse eller att man har ett socialt umgänge med vänner.

Samtliga intervjupersoner beskriver att de upplever spänning mellan sin identitet och självpresentation på dejtingappar, där profilerna ständigt behöver anpassas för att framstå som attraktiva enligt specifika normer. I resultatet framgår det att intervjupersonerna upplever en rädsla att bli dömda för personliga intressen och livsval, samt krav på att framställa sig på ett visst sätt för att kunna skapa relationer. Intervjupersonerna visar en medvetenhet kring att de presenterar en konstruerad och idealiserad bild av sig själva på plattformar, där vissa egenskaper framhävs och andra exkluderas. Eftersom det är förväntat och att skapandet av den perfekta profilen är normativt. Materialet besvarar på så vis vår frågeställning kring huruvida människor upplever en spänning mellan sin egen identitet och självpresentation på dejtingapparna.

Dessutom berättar majoriteten att de önskar att deras självpresentationer uppfattas som autentiska. Det mest framträdande i analysen är att majoriteten av intervjupersonerna talar om en strävan efter autenticitet, däremot visar materialet på att det inte överensstämmer med hur de faktiskt väljer att framställa sig. Intervjupersonerna präglas därtill av normer och formar profilerna därefter.

När intervjupersonerna reflekterade gällande sin egen autenticitet, upptäckte vi att begreppet autenticitet är mer komplext än vi förutspådde i sammanhanget av onlinedejting. Resultatet belyser aspekter som tyder på att det visuella uttrycket som dejtingapparna möjliggör fortfarande kan vara autentiska delar av intervjupersonerna, trots exkluderande val.

Samtidigt som detta uttryck ska överensstämma med verkligheten, strävar intervjupersonerna efter att inte förvränga delar av deras utseende och personlighet. Detta talar samtliga personer



om i samband med frågor gällande autenticitet och deras självpresentationer. Däremot är samtliga medvetna om att besluten de tar är just exkluderande och präglade av att framstå som så attraktiva som möjligt.

Komplexiteten kring begreppet autenticitet baseras på att intervjupersonerna talar om ett autentiskt uttryck som önskvärt både i relation till sin egen identitet och normer som existerar på dejtingapparna. Det sker en konstant avvägning och balans när profiler skapas, där normer, bildval och yttre påverkan är avgörande i skapandet av personernas självpresentationer.

Detta leder intervjupersonerna till att belysa svårigheter kring deras egen autenticitet och hur de ska uttrycka den. Somliga talar om att autenticitet på apparna är någonting som ska överensstämma med det verkliga livet, medan andra talar om att det ska överensstämma med det verkliga jaget. I analysen sker reflektion gällande begreppet autenticitet och tankar om att människan är alldeles för komplex för en heltäckande och fullt autentisk profil. Vårt huvudresultat som tyder på att människor främst presenterar sig själva som attraktiva förstärks av denna komplexitet, eftersom intervjupersonerna förväntas följa normer som utmanar deras autentiska jag. Den perfekta profilen är i fokus.

## 8. Sammanfattning och slutdiskussion

### 8.1. Sammanfattning

Vår studie inleddes med en reflektion om att onlinedejting riskerar att främja ytliga möten genom idealiserade och konstruerade profiler. Vi var kritiska till den digitaliserade dejtingmiljön, eftersom autenticiteten möjligen kunde utmanas av yttre påverkan. Även om apparna underlättar för möten, väckte det frågor om deras förmåga att tillgodose behovet av genuin kontakt mellan människor.

Studien undersökte hur självpresentationer på Tinder och Hinge påverkar individers identitetsskapande och autenticitet, baserat på kvalitativa intervjuer med sju personer i åldrarna 24–28 år. Teoretiska perspektiv om identitetsskapande och självpresentationer visar att app-specifika normer formar hur identiteten uttrycks. Med hjälp av Giddens teori förklaras användare aktivt skapa sina profiler under yttre påverkan, medan Goffman belyser hur de anpassar sig till roller präglade av attraktivitet och social acceptans i strävan efter seriösa relationer. Genom detta har vi kunnat se att våra intervjupersoner har skapat sina självpresentationer formade av vilka bilder, intressen och egenskaper som är normativa och mest önskvärda. Dessa val baseras på en strävan efter att framstå som attraktiv, och går i linje med vad tidigare forskning belyst.

Apparna skapar en mötesplats för att initiera mänskliga kontakter, även om denna kontakt ofta sker genom en exkluderad och idealiserad självpresentation. Våra intervjupersoner belyser att det finns en medveten framställning av sig själv som inte nödvändigtvis är fullt autentisk. Därtill framkommer det dock att det är nödvändigt att forma den perfekta profilen efter normer för att attrahera andra användare.

Vi ser hur vår undersökning ger djupare förståelse för människors självpresentationer och hur detta påverkar identitetsskapandet och autenticiteten på apparna. Avslutningsvis är det därför relevant att betrakta apparna som ett verktyg som effektiviserar relationskapande för det verkliga livet, snarare än en faktiskt mötesplats för autentiskt uttryck.

## 8.2. Slutdiskussion av Engla Gustafsson

I den här studien har vi undersökt hur individers identitetsskapande och autenticitet online påverkas av människors självpresentationer på dejtingapparna Tinder och Hinge. Studiens undersökning har baserats på tre frågeställningar: "Hur upplever människor spänningen mellan sin egen identitet och sin självpresentation?" "Vilka normer upplevs i digital dejting och hur formar det hur människor väljer att framställa sig själva på dejtingappar?" "På vilket sätt påverkas förmågan att uttrycka sig autentiskt i dejtingprofiler?". Genom att tillämpa tidigare forskning och två teoretiska perspektiv har vi analyserat vårt forskningsmaterial, och på så vis kunnat presentera ett resultat. De två teorier som vi ansåg var relevanta för vår studies syfte är Anthony Giddens teori om modernitet och det reflexiva jaget, samt Erving Goffmans teori om självpresentation. Den metod som vi valde att använda i vår studie var kvalitativa intervjuer. Det har ansåg vi var den metod som var mest lämpad för att besvara vårt syfte och frågeställningar, samt ge relevant resultat. Den kvalitativa intervjun öppnar upp för utvecklade och personliga svar från intervjupersonen, och på så sätt gav det oss möjlighet att få en djupare förståelse kring individers självpresentation, autenticitet och identitetsskapande på dejtingapparna.

Resultatet av vår studie visade att samtliga intervjupersoner upplevde en spänning mellan sin identitet, utanför apparna, och hur de väljer att presentera sig själva på apparna. Självpresentationen. Den här spänningen präglas av vad som anses attraktivt och eftertraktat på apparna. Resultatet visade även att flera av intervjupersonerna menade att det finns en medvetenhet kring sin framställning på dejtingapparna, som inte nödvändigtvis behöver vara helt autentisk till individens verkliga jag. Därtill visar resultatet att det finns en strävan efter att framstå som autentisk i sin profil, men att intervjupersonerna präglas av app-specifika normer och strävan efter att framstå som attraktiv.

När vi startade processen av vårt arbete med studien, så upplevde både jag och My funderingar kring hur människors självpresentationer på dejtingappar påverkar individens identitetsskapande och autenticitet. Genom att leva i en tid där dejtingappar präglar vårt relationsskapande, och är en naturlig del av mångas vardag, ansåg vi att det var ett område värt

att utforska. I och med den digitaliserade dejtingen har arenan för modern dejting förändrats. Våra sociala interaktioner har förändrats och nya normativa beteenden har uppkommit genom den här typen av fenomen, något som tidigare forskning belyser (Blackhart, Hance & Dew, 2017; Scheibling, 2024).

I dagens samhälle har användandet av digitaliserad dejting ökat. Det här är något som samtliga av våra intervjupersoner upplever som en naturlig del av deras vardag. Tidigare forskning belyser att individernas självpresentation på dejtingapparna påverkas av normativa beteenden och medvetna val för att skapa en så attraktiv profil som möjligt, snarare än autentisk (Ellison, Hancock & Toma, 2011; Dunlop, 2018; Peng, 2020). Det här är något som även vårt resultat belyser, men intervjupersonerna uttrycker ändå att det finns en önskan om att framstå som autentisk i sin profil.

En intervjuperson beskrev autenticitet som ett komplext begrepp, där det visuella uttrycket kan vara autentiskt, men ändå gestaltas apparnas normer och förväntningar. Denna komplexitet var ständigt återkommande under analysen, något som inte alls är centralt i den tidigare forskningen. Den tidigare forskning som applicerats på vår analys belyser att individen presenterar en idealiserad version av sig själv på apparna, något som vårt resultat också visar. Däremot undersöker inte den tidigare forskningen om det här är något som kan präglas av hur appen är uppbyggd, något som flera av våra personer intervjupersonerna uttryckt. De menar att människan är alldeles för komplex för att kunna uttrycka sig heltäckande och autentiskt utifrån vilka funktioner som apparna tillhandahåller.

Vidare uttrycker samtliga av våra intervjupersoner att de upplever att Hinge är den plattform som erbjuder störst möjlighet till att framhäva det autentiska och verkliga jaget. Däremot menar de att de ändå är medvetna om hur de framställer sig själva och exkluderar delar av sig själva som inte är önskade. Det här är något som Giddens beskriver i sin teori, att individen förändrar sin identitet utefter hur denne vill vara, framstå och hur den ska handla för att leva som mest självförverkligande. Giddens teori har alltså varit relevant för vår analys och vårt resultat på flera sätt, då den möjliggjort en fördjupad förståelse för människans identitetsskapande.

En annan aspekt, som varit relevant under vår studie, är att Giddens teori presenterades under 1990-talet, och användningen av sociala medier och dejtingappar har ökat markant sedan dess. Nya faktorer och fenomen har blivit centrala i dagens medieanvändning, och en intervjuperson speglas normerna på dejtingapparna av andra plattformar, som Instagram och Facebook. Algoritmer är ett fenomen som gör att den digitala miljön ser annorlunda ut idag jämfört med när teorin utvecklades. Algoritmerna styr över det innehåll som visas mest i våra medier, och med detta följer flera typer av trender och normer, som kan komma att påverka hur individer väljer att framställa sig själva mer än av det självstyrda identitetsskapandet. Den ökade användningen av sociala medier, och nya fenomen, är något som inte är presenterat i Giddens teori om det självstyrda identitetsskapandet. Vi har därför varit noggranna med att kontextualisera och problematisera teorin i vår studie, då medielandskapet skiljer sig från när teorin utvecklades.

Sammanfattningsvis så ser jag att de personer vi har intervjuat har uttryckt liknande erfarenheter och åsikter som tidigare forskning presenterat kring självpresentationer på dejtingapparna, och hur det påverkar identiteten och autenticiteten online. Utifrån resultatet av vår forskning så anser jag att det finns ett tydligt mönster i hur den digitaliserade dejtingmiljön påverkar hur människor presenterar sig själva online. Samt att det finns en medvetenhet hos användarna i hur de väljer att exkludera delar av sin identitet för att framstå som mer attraktiva i strävan efter en relation. Baserat på forskningens syfte, genomförande och resultat anser jag att vi har fyllt ett tidigare identifierat forskningsgap, där appen Hinge varit exkluderad i tidigare forskning.

Trots detta ser jag att vår forskning har präglats av en del begränsningar, som tidsbrist samt urval. Det blev framträdande under vår analys att samtliga intervjupersoner som deltog i studien använde dejtingapplikationerna i samma syfte, relationsskapande. För framtida forskning kan det därför vara relevant att utveckla målgruppen och inkludera individer som använder apparna i annat syfte. Genom en breddad målgrupp kan forskningen delges med en mer nyanserad bild och än mer djupgående förståelse av ämnet. För att komplettera forskningen än mer, ser jag att det är relevant att applicera en genusskillnad på området. Det här för att bidra till att undersöka om de normer som framkommit, också kan kopplas till

könsstereotypa normer i samhället, och hur uppfattningarna skiljer sig mellan män och kvinnor.

Avslutningsvis har jag som forskare, och individ, fått nya lärdomar och en mer nyanserad bild kring ett ämne som till sin början grundade sig i samtal med personer i vår närhet. Arbetet har fått mig att, tillsammans med My, ta medvetna beslut för att nå en fördjupad förståelse för forskningen, samt forskningsområdet. Det har varit lärorikt att arbeta med ett ämne som ständigt är närvarande i min periferi, och som präglar det samhälle som jag lever i. Den här forskningen belyser därför, att onlinedejting inte bara är ett "swipeande", utan en hel process för människan i strävan efter att skapa kontakt med andra.

### **8.3. Slutdiskussion av My Johansson**

Genom denna studie ville vi belysa hur normer och förväntningar inom onlinedejting, specifikt Tinder och Hinge, påverkar människors självpresentationer och deras upplevelser av autenticitet. Vid analysen av vår studie kunde vi besvara våra frågeställningar som dels rör hur människor upplever spänningen mellan sin egen identitet och sin självpresentation, samt vilka normer som formas och upplevs på dessa apparna. Vi har även analyserat hur förmågan att uttrycka sig autentiskt i dessa presentationer påverkas av de förväntningar och mönster som vi undersökte.

Denna del av diskussionen kommer att kopplas tillbaka till tema från analysen för att fördjupa förståelsen av hur självpresentationer formas. I det här fallet blir det att blicka vidare på just varför människor väljer att framställa sig som attraktiva snarare än autentiska, i förhållande till tidigare forskning som tyder på att sociala normer och gemenskap påverkar hur individer presenterar sig själva och ser på andra (Hernandez & Sarge, 2020; Degen & Kleeberg-Niepage, 2021). Vidare kommer jag att reflektera över hur resultaten relaterar till tidigare forskning och teoretiskt perspektiv, och hur begreppet autenticitet kan förstås i sammanhanget av onlinedejting. Jag vill även försöka problematisera detta i förhållande till hur relationsbildande upplevs, enligt mig, i det verkliga livet.

Till att börja med är det viktigt att uppmärksamma att studien har haft vissa begränsningar. Framtida forskning kan möjligen få ett nyanserat resultat genom att inkludera en mer varierad, och större, grupp människor. Dock försökte vi att inkludera ett mångfald, men det observerades inget tydligt mönster i intervjuvaren trots detta. Eftersom vi endast genomfört sju intervjuer gick det inte heller att analysera ur exempelvis ett genusperspektiv. Ett breddat urval kan möjliggöra för framtida forskning att fånga upp specifika mönster som inte identifierades i just vår studie. Det är exempelvis rimligt att anta att olika grupper av människor kan ha andra uppfattningar om autenticitet och självpresentation än andra. Framtida forskning kan på så vis ge nya insikter om det finns fler normer att förhålla sig till på dessa apparna och hur identitetsskapandet kan fungerar på olika sätt för olika grupper, såsom könsidentiteter, sexualiteter och etniciteter.

För att fördjupa vår analys vill jag inleda med att uppmärksamma det resultat som visade att användare av Tinder och Hinge främst framställer sig som attraktiva. Det blev tydligt för oss att normer gällande bildval, egenskaper, innehåll och social status styrde hur en profil, självpresentation, formades. Precis som Giddens (1999) talar om det reflexiva jaget, tyder detta på att användarna strategiskt anpassar sin självpresentation utifrån apparnas normer, för att få en match. Människan justerar därmed sitt uttryck för att passa in i den sociala kontexten onlinedejtingen innebär, ibland på bekostnad av autenticitet.

Detta resultat och analys kan kopplas till tidigare forskning där Peng (2020) visar att användare på dejtingappar strävar efter att framstå som attraktiva genom att framhäva sina positiva sidor i sina självpresentationer. Precis som i vår analys visar Peng att användare anpassar sin självpresentation, och de som vill framstå som attraktiva och förvränger hellre delar av sin profil för att dölja mindre önskvärd information om sig själva. Vidare stärker detta vår bild av att normer och förväntningar styr hur användare presenterar sig på apparna.

En effekt av detta är således att det kan uppfattas att en ytlighet råder på apparna, och faktum är att det överensstämmer med de resultat jag och Engla har nått. Målet med denna tilläggande analys är därför att bidra med ytterligare reflektioner för att nå djupare förståelse

för just varför människor idealiserar och förvränger deras profiler, detta eftersom vi trots allt betonar resultatet att attraktivitet styr formandet av självpresentationer.

Vårt resultat visade att det är alldeles för komplext att dela med sig av mycket information och att vara helt autentisk. Varför? Jo, detta kan möjligen förklaras genom Ranzini & Lutz (2016) argument om att personer med stark självkänsla är mer autentiska i sin självpresentation, medan de med lägre självkänsla tenderar att skapa en fördelaktig bild av sig själva. Vårt resultat bekräftar däremot inte detta, då det inte var ett mönster vi upplevde från våra intervjupersoner. Det är svårt att vara helt autentisk på dejtingappar, ja, men det betyder inte att dessa människor är osäkra användare som idealiserar sin självpresentation.

I förhållande till studiens begränsningar önskar jag att de efterföljande tankegångarna inte bör ses som definitiva slutsatser. Dessa bör snarare betraktas som reflektioner baserade på de resultat som framkom. Jag menar att det kan finnas andra anledningar till varför människor upplever det svårt att vara autentiska i sitt uttryck. Som en del intervjupersoner berättade så är funktionerna på apparna inte tillräckliga för att kunna dela med sig av en heltäckande presentation av sig själv, och att människan är alldeles för komplex för att kunna presenteras på ett fåtal bilder och korta beskrivningar. Samtidigt tolkade intervjupersonerna autenticitet lite olika. Somliga berättade att det bör överensstämma med vad som kan väntas i det verkliga livet, medan andra menade att ju mer information desto mer autentiskt uppfattas du. Andra förstod vad det innebär, men ansåg att det inte hör hemma på apparna riktigt. Komplexiteten gällande begreppet är därmed ett faktum.

Men om vi skulle lyfta blicken lite och tänka aningen logiskt för ett tag, kan vi kanske också betrakta det som en norm i dagens samhälle att inte dela med sig för mycket av sina djupaste känslor och privata delar av sig själv i nya möten, särskilt när man pratar med främlingar. När vi var små fick vi trots allt lära oss tidigt att inte ens prata med främlingar. Jag menar att det nästan förväntas av oss att vi håller tillbaka en viss del av oss själva i möten med nya människor. Vilket gör det svårt att vara helt autentisk. Därtill bör vi även vara på vårt bästa humör i nya möten, och det kan likna den positiva framställningen som vi talat om i vår resultatdel. Människor skyddar kanske sina mest sårbara delar tills de känner sig trygga nog



att öppna upp sig för andra. Föreställ dig om du skulle göra en helt autentisk profil på en app, i relation till att samtliga användare faktiskt har möjligheten att se denna självpresentation, och hur utlämnande det i så fall skulle kunna kännas.

Därför kanske användarna "iscensätter" sina profiler för att framhäva de delar av sig själva som anses attraktiva, medan mer sårbara eller privata delar hålls tillbaka. Genom att exkludera dessa för att undvika att vara för utlämnande, tar rollen som attraktiv över och fasaden åker upp. Roller, fasader och den iscensättning som Goffman (2020) talar om, leder vår analys till slutsatser om att användarna anpassar sin presentation för att passa de normer och förväntningar om vad som är önskvärt, vilket gör det svårt att vara helt autentisk. Däremot kanske mer bekväm och accepterad i det sociala sammanhanget. Jag vill inte ta mig för mycket frihet i vidare reflektioner, men som vi nämnde i kritik och relevans mot Goffmans teori, skulle det vara intressant att applicera den i en modern kontext.

Jag tolkar rollerna som någonting vi blir tilldelade av samhället, detta eftersom Goffman (2020) talar om att dessa kan se olika ut i sociala sammanhang. Ungefär som en skådespelare som får ett manus, till olika filmer eller scener. Detta manus består av de oskrivna regler och normer som definieras av apparna. Sen måste det ju också finnas en regissör som säger åt skådespelarna hur de bör agera i en viss scen. Regissörerna blir i detta fallet Tinder och Hinge, som styr hur vi formar våra självpresentationer genom de normativa mönster som upptäckts i vår analys.

På så vis kan vi i så fall betrakta Tinder och Hinge som ansvariga för den uppfattade ytligheten, då det är dem som bestämmer vilken roll vi ska spela för att bli accepterade på apparna. Därmed behöver vi inte se den individuella användaren som en yttlig människa för att denne vill framställa sig attraktivt. Den perfekta profilen är alltså redan förutbestämd och reflekterar inte den enskilde användarens "beslut" om att vara attraktiv, snarare än autentisk.

Utifrån de resultat vi har nått genom vår analys om att människor främst framställer sig som attraktiva i sökandet efter en relation, och med reflektioner om att människor generellt inte är kapabla till att vara helt autentiska i sina självpresentationer online, anser jag att det är av vikt att se apparna som verktyg som kan leda oss närmare den mänskliga värme och kontakt

många strävar efter. Trots att autenticitet blir bortprioriterat kan Tinder och Hinge erbjuda oss en möjlighet att söka, och kanske till och med hitta, den potentiella relationen som intervjupersonerna talar om. Som Markus Krunegård (2012) så fint uttryckte det i sin låt: ”Mänsklig värme, snälla kom närmre. 37 grader är allting som behövs”, påminner den här låttexten oss om att, bakom den perfekta profilen, kanske det bara är människor som strävar efter kontakt. Oavsett var eller hur vi väljer att söka efter den.

## 9. Avslutande ord från Engla & My

Vi vill avsluta med att rikta några uppmuntrande ord till den individuella användaren av dejtingappar, i relation till vårt huvudresultat att människor främst bygger deras självpresentationer utifrån att attrahera andra, snarare än att vara autentiska.

Efter arbetet med den här studien och våra egna reflektioner inser vi att relationer till stor del formas genom skärmar i dagens digitala miljö, och av normer som präglar oss. Vi kan inte heller ignorera att pressen att framstå som perfekt ofta växer fram som resultat av att följa strömmen kring dessa. Dock anser vi efter denna genomförda studien att det inte bör finnas något större stigma att ibland försköna bilden av dig själv. Det är normen att det är så en profil ska vara, och är det så fel om du faller för det? Är det inte bara en mänsklig reaktion, av en längtan efter att bli sedd och accepterad?

Vi har därför båda varit noga med att se varandra, acceptera varandras dåliga dagar och gett varandra omtanke genom denna studiens process. Det har varit viktigt för oss att arbeta tillsammans för att skapa ett så sammanhängande och meningsfullt arbete som möjligt. Vi har därmed planerat, strukturerat och diskuterat samtliga delar gemensamt. Däremot har vi delat upp vissa delar för att effektivisera processen. Detta gäller främst kapitel 5. Teoretiska perspektiv där Engla fokuserade på att skriva 5.1. Anthony Giddens - Modernitet och självidentitet, och My fokuserade på att skriva 5.2. Erving Goffman - The presentation of self. Därtill delade vi även upp somliga delrubriker i kapitel 6. Metod och material, där My fokuserade på genomförande och material och Engla på etiska överväganden. Studiens validitet, samtliga reflektioner och analyser har vi gjort tillsammans, och därtill även granskat varandras fokusområden.

Avslutningsvis vill vi belysa att denna individuella press på att vara perfekt också kan vara en liten påminnelse om att det finns en strävan efter mening och kontakt. Kanske kan du då se detta mindre som en börda, och mer som en del av samhällets normer samt motiv för det grundläggande behovet av mänsklig värme. I denna komplexitet finns både utmaningar och dragningskraft, och det är just där som relationer faktiskt kan ta sin början. Från självpresentation, till swipe, till match och vidare till det verkliga livet.

## 10. Referenslista

### 10.1. Litteratur

- Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Översatt av Nilsson, B. 2. Andra upplagan. Malmö: Liber. ss. 50-415. (Originalverk publicerat 2001).
- Ekström, M. & Larsson, L. (2019). Kvalitativa intervjuer. I Ekström, M. & Johansson, B. (red.) (2019). *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap*. Tredje upplagan. Studentlitteratur.
- Giddens, A. (1999). *Modernitet och självidentitet: självet och samhället i den senmoderna epoken*. Översatt av Andersson, S. Första upplagan. Göteborg: Daidalos. (Originalverk publicerat 1997).
- Goffman, E. (2020). *Självframställning i vardagslivet*. Översatt av Bergström, S. Sjunde upplagan. Lund: Studentlitteratur. (Originalverk publicerat 1959).
- Kvale, S. & Brinkmann, S. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Översatt av Torhell, S.-E. Tredje upplagan. Studentlitteratur.
- Lindstedt, I. (2017). *Forskningens hantverk*. Upplaga 1 Lund: Studentlitteratur.
- Olausson, U. (2010). Identitet. I: Berglez, P & Olausson, U. (red.) (2010). *Mediesamhället: Centrala Begrepp*. Lund: Studentlitteratur. ss. 142 - 143.

### 10.2. Elektroniska källor

- Blackhart, G.Hance, A. M. & Dew, M. (2017) Free to be me: The relationship between the true self, rejection sensitivity, and use of online dating sites. *The journal of Social Psychology*. (2017). ss. 421-429.  
<https://doi.org/10.1080/00224545.2017.1389684> [Hämtad: 21/10-2024].
- Degen, J.L. and Kleeberg-Niepage, A. (2021). 'Profiling the self in mobile online dating apps: A serial picture analysis', *Human Arenas*, 6(1), ss. 147-171.  
<https://doi:10.1007/s42087-021-00195-1>. [Hämtad: 11/11-2024]

- Duguay, S. (2016). Dressing up Cinderella: interrogating authenticity claims on the mobile dating app Tinder. *Information, Communication & Society*. (2016), ss. 351-367  
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1168471> [Hämtad: 23/10-2024].
- Dunlop, J. (2018). App-ily Ever After - Self-Presentation and Perception of Others on App-ily Ever After - Self-Presentation and Perception of Others on the Dating App Tinder. *Electronic Theses and Dissertations* (2018),  
<http://purl.fcla.edu/fcla/etd/CFE0007325> [Hämtad: 24/10-2024]
- Ellison, N.B., Hancock, J.T. and Toma, C.L. (2011) 'Profile as promise: A framework for conceptualizing veracity in online dating self-presentations', *New Media and Society*, 14(1), ss. 45-62-62. DOI: 10.1177/1461444811410395 [Hämtad: 19/10-2024]
- Hernandez, T. and Sarge, M.A. (2020). 'Plenty of (Similar) fish in the sea: The role of social identity and self-categorization in niche online dating', *Computers in Human Behavior*, 110. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106384> [Hämtad: 4/11-2024].
- Hinge (2024). *Mission*. <https://hinge.co/en-gb/mission> [Hämtad: 15/11-2024]
- Informationsverige (2023). *Normer*.  
<https://www.informationsverige.se/sv/om-sverige/individens-rattigheter-och-skyldigheter/normer.html> [Hämtad: 27/11-2024]
- Krunegård, M. (2012). *Korallreven och Vintergatan*. [Inspelat av Universal Music AB].  
Tillgänglig på: Spotify.  
<https://open.spotify.com/track/1Qc8BApL8Jd3k8ZDyS3rkd?si=34bc0dc26f6b4e72>.  
[Hämtad: 19/10 - 2024]
- Nordicom (2020). *Norden bäst i EU på digitalisering*.  
<https://www.nordicom.gu.se/sv/aktuellt/nyheter/norden-bast-i-eu-pa-digitalisering>  
[Hämtad: 11/10-2024]
- Peng, K. (2020). 'To be attractive or to be authentic? How two competing motivations influence self-presentation in online dating', *Internet Research*, 30(4), ss. 1143-1165.  
<https://doi:10.1108/INTR-03-2019-0095>. [Hämtad: 11/11-2024]
- Ranzini, G. & Lutz, C. (2016). Love at first swipe? Explaining Tinder self-presentation and motives. *Mobile Media & Communication*. (2017). 5(1), ss. 80-101.  
<https://doi.org/10.1177/2050157916664559> [Hämtad: 23/10-2024].

Scheibling, C. (2022). Lovers in a Digital Time. *Contemporary Sociology: A Journal of Reviews*. (2024). 53(3), ss. 200-203.

<https://doi.org/10.1177/00943061241240874a> [Hämtad: 19/10-2024]

Tinder (2024). *Ta reda på mer*. <https://tinder.com/sv/about> [Hämtad:15/11-2024]

SVT Nyheter. (2016). *Dejting-appar tar över bland unga*. 4 September.

<https://www.svt.se/nyheter/vetenskap/dejting-appar-tar-over-bland-unga>

[Hämtad:11/10-2024]

SVT Nyheter. (2023). *Träffade kärleken på dejtingapp: "Det sa bara klick"*. 14 februari.

<https://www.svt.se/nyheter/lokalt/varmland/professorn-vanligare-att-dejta-pa-natet-an-att-traffas-pa-krogen> [Hämtad:10/11-2024]

Whitty, T.M. (2015). Online deating. I:Alhaji, Reda. & Rokne, Jon. (red.) *Encyclopedia of Social Network Analysis and Mining. Second Edition*. New York, NY: Springer New York. ss. 212-216 <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.95089-X> [Hämtad: 21/10-2024]

## Bilagor

### Bilaga 1: Intervjuguide

**Beskriv syftet med intervjun, vad det är vi vill undersöka och ge bakgrund till begreppen**

#### Begrepp

**Autenticitet** - Autenticitet handlar om det som är äkta och genuint i en människas uttryck kopplat till dennes identitet. Betraktas som en idealbild som bidrar till ett meningsfullt liv. Det är ett komplext begrepp där spänningen mellan individens autentiska jag och samhällets normer ofta möts.

**Identitet** - det handlar om hur vi uppfattar oss själva och hur vi blir uppfattade av andra. Det är snarare en **process** än en statisk egenskap. Identitet formas i samspel mellan individens självbild och omgivningens förväntningar, vilket gör den till både individuell och kollektiv. Detta innebär att identitet aldrig är färdig eller fast, utan ständigt omförhandlas genom interaktion med andra människor.

**Självpresentation** - Begreppet syftar till förståelsen av den aktiva processen av att presentera sig själv som individ. Det handlar om val och strategier som människor gör när de vill visa delar av sin personlighet och identitet, i interaktion med andra individer. Begreppet beskriver hur människor konstant arbetar med att skapa och upprätthålla specifika intryck av sig själva inför andra i olika sociala sammanhang.

**Det vi vill undersöka inom onlinedejting är:**

- Hur upplever människor spänningen mellan sin egen identitet och sin självpresentation?
- Vilka normer upplevs i digital dejting och hur formar det hur människor väljer att framställa sig själva på dejtingappar?
- På vilket sätt påverkas förmågan att uttrycka sig autentiskt i dejtingprofiler?

#### Bakgrundsfrågor

1. **Vad är din ålder?**
2. **Hur länge har du använt dejtingapplikationer?**
3. **Vilken av applikationerna Tinder och Hinge använder du mest? Båda?**  
**Följdfråga:** Finns det olika anledningar till varför du vänder dig till dessa appar?  
**Följdfråga:** Använder du båda i samma syfte? Om inte, vilken använder du till vad?
4. **Vad är syftet för dig att använda applikationerna? Relationsskapande? Ytlig kontakt?**

## Andras självpresentation

1. **Vad tittar du efter först i andras profiler? Nämn både fysiska egenskaper från bilder och saker människor tar upp i deras beskrivningar**
2. **Upplever du att det finns ett mönster mellan personer du swipar på? Isåfall vilka?**
3. **Upplever du att det finns ett mönster mellan personer du väljer att swipa bort? Isåfall vilka?**  
**Följdfråga:** Hur baserar du dina val?
4. **Hur mycket tror du att folks profiler visar deras sanna jag?**  
**Följdfråga:** Vilka delar av en profil känns mest "äkta" eller "konstruerade" enligt dig?
5. **Finns det något du tycker är "för mycket" eller "för lite" i hur folk visar sig själva?**  
**Följdfråga:** Vad skulle du vilja se mer av för att uppleva en profil som mer genuin?
6. **Kan du ge exempel på profiler som känns mer autentiska och vad som särskiljer dem?**
7. **Känner du att det finns ett socialt tryck att framställa sig på ett visst sätt på Tinder eller Hinge?**
8. **Tror du att personer är mer genuina och "heltäckande" på Hinge än på Tinder, eller tvärtom? Varför?**

## Din egna självpresentation

1. **Hur tänker du kring din profil på dejtingappen?**  
**Följdfråga:** Finns det något du medvetet döljer eller framhäver? Vad är det, och varför?
2. **Vad vill du att andra ska uppfatta om dig när de ser din profil?**  
**Följdfråga:** Vilka intryck hoppas du att du förmedlar?
3. **Vad tror du skulle vara annorlunda i din profil om du inte behövde tänka på andras uppfattning av dig?**  
**Följdfråga:** Hur kompromissar du med dig själv och din framställning för att få kontakt med andra på apparna?



## Normer och ideal

1. **Vilka ideal eller egenskaper tycker du påverkar hur människor presenterar sig själva på Tinder och Hinge?**  
Snabb fråga för att mjuka upp ämnet
2. **Vad skulle du säga är "standard" eller "ideal" i profilerna på Tinder och Hinge? Vad ser du?**
3. **Har du någonsin känt att du behövt förändra dig själv, dina bilder, eller din beskrivning för att passa in på Tinder eller Hinge?**  
**Följdfråga:** Hur känns det?  
**Följdfråga:** Kan du nämna en eller flera saker som du medvetet döljer om dig själv? Antingen av ditt utseende, din livsstil, dina intressen
4. **Vad tror du skulle förändras i din profil, bilder eller din beskrivning, om du inte hade några "krav" eller förväntningar från andra om hur du borde framstå?**
5. **Hur tänker kring att visa upp en viss livsstil och ditt utseende på din profil?**  
**Följdfråga:** Hur upplever du press över status och att göra dig attraktiv?
6. **Kan du beskriva något tillfälle när du medvetet har påverkats av att andra ska finna dig attraktiv när du har skapat din profil?**  
**Följdfråga/tillägg:** Exempelvis valt en specifik låt, bytt bild eller ändrat din beskrivning

## Visuellt uttryck

1. **Hur tänker du när du väljer dina bilder?**
2. **Hur mycket tid lägger du på att välja och redigera bilder innan du lägger upp dem på din profil?**  
**Följdfråga:** Vad tänker du kring det? Hur känner du?
3. **Har du valt att lägga upp några bilder som visar mer personliga eller "vardagliga" sidor av dig själv? Hur resonerade du kring det?**

## Autenticitet, identitet och relationsskapande

1. **Vilka fördelar upplever du det finns genom att använda dejtingapparna för din egen möjlighet att vara genuin i sin framställning inom relationsökandet? Ge exempel.**  
**Följdfråga:** Vilka nackdelar? Kan du ge ett konkret exempel?
2. **Tycker du att din självbild, hur du ser dig själv, stämmer överens med hur du framställer dig själv på dina profiler?**  
**Följdfråga:** Hur viktigt är det för dig att kunna visa en ärlig bild av dig själv och hur du uppfattar dig själv?  
**Följdfråga:** Stämmer det överens med det du visar i din profil?
3. **Hur tänker du kring eventuella skillnader mellan hur du uppfattar dig själv och hur du framställer dig på apparna?**  
**Följdfråga:** På vilket sätt kan dessa skillnader påverka hur du bygger din profil? Har du några exempel?
4. **Har du någonsin känt att du blivit missförstådd eller felbedömd i det verkliga livet på grund av hur du presenterat dig på en dejtingapp? Normativa beteenden - längd, ideal, etc**

## Avslutande frågor

1. **Om du får välja, skulle du helst vilja att din självpresentation baseras på hur attraktiv du är eller hur autentisk du är? Kan du motivera?**  
**Tilläg:** Ge personen möjlighet att reflektera om den känner att det är svårt att välja
2. **Vill du tillägga något? Känns allt okej?**
3. **Berätta om tidigare forskning som tyder på liknande saker - för att bekräfta deras känslor eller upplevelser av onlinedejting**

## Bilaga 2: Samtyckesblankett



### Samtyckesblankett / Consent form

Vår behandling av dina personuppgifter bygger på att dina personuppgifter behandlas med ditt samtycke. Du kan när som helst ta tillbaka samtycket och uppgifterna får då inte bevaras eller behandlas vidare utan annan laglig grund.

Genom insamling av uppgifter om [2. kategorier av personuppgifter, till exempel namn, e-post, och uppgifter som framkommer i intervju] kommer Malmö universitet att använda i arbetet med examensarbetet. Uppgifterna kommer att behandlas under [5. tidsperiod] varefter de [6. raderas/arkiveras], [3. ev. inlägg om tredje part]. Du kan ta del av det som registrerats om dig eller ha synpunkter på behandlingen eller de uppgifter som samlats in genom att kontakta [7. kontaktperson för behandlingen] eller lärosätets dataskyddsombud på [dataskyddsombud@mau.se](mailto:dataskyddsombud@mau.se). Klagomål som inte kan lösas med Malmö universitet kan lämnas till berörd tillsynsmyndighet.

### Processing of personal data

This processing of your personal data is based on your consent. You may withdraw the consent at any time, and the data may not be retained or processed without any other legal grounds.

By collecting data on [2. categories of personal data], Malmö University will [4. brief description of the purpose]. The data will be processed during [5. period of time] after which the information will be [6. deleted / archived], [3. information about possible third party]. You can find out what has been registered about you or have feedback on the processing or information collected by contacting [7. contact person for the treatment] or the university's Data Protection Officer at [dataskyddsombud@mau.se](mailto:dataskyddsombud@mau.se). Complaints that can not be resolved with Malmö University may be submitted to the responsible regulatory authority.

.....  
Underskrift / Signature