

Internetdating

– et angreb på kærlighedens traditionelle former

Internetdating har vist sig at anvise nye veje og betingelser for den moderne kærlighed, en kærlighed, der på nettet bliver skrevet med det moderne samfunds ordforråd såsom kontraktindgåelse, shopping, behovstilfredsstillelse og selvudvikling.

Casper Radil og Troels Schultz Larsen

I denne artikel vil vi kaste et sociologisk blik på kærlighed og internetdating. Sociologi er læren om det sociale, men at kærligheden, der traditionelt er blevet behandlet som et psykologisk, litterært eller filosofisk emne, skulle kunne høre ind under sociologiens interessesfære, er en forholdsvis ny udvikling. Selve den tanke, at kærligheden blot er en blandt mange former for social interaktion, er da også for mange et anstød mod deres opfattelse af kærligheden. Grundlæggende er sociologerne da heller ikke på krigsstien for at erklære kærlighedens traditionelle metaforer og udtryksformer for uddøde for i stedet at udstøde et sejrskrig for en ny sekulariseret og videnskabelig kærlighed. Men når sociologien alligevel har noget at tilbyde, er det for at henlede opmærksomheden på de mistænkelige rutiner og gentagelser, der præger de fleste menneskers kærlighedsliv. Man kunne illustrere dette ved at stille spørgsmålet: Hvis det virkelig var således, at kærlighed opstod ved første blik, eller at kærligheden er blind, hvorfor finder de fleste mennesker sig så en partner, der ligner dem selv? Hvorfor er der så få rige fra Rungsted, der gifter sig med mekanikere fra Brøndby? Det tyder på, at det samfund, vi lever i, spiller kraftigt ind på den kærlighed, der udfolder sig inden for dets rammer.

På samme måde med internetdating. Nok er der millioner af potentielle partnere på nettet, men det betyder ikke, at det er nemt at finde den rette. Internetdating er ikke længere tabu, men er blevet et almindeligt værktøj til at finde en partner. Ganske vist går kærlighedssøgende stadig i byen for at finde en partner, leder efter ham eller hende på arbejdet, men samtidig har de selvfølgelig en, eller faktisk nærmere to eller tre profiler på nettet. Men nettet er mere end blot et kontaktmedium. Ved at oprette en datingprofil tvinges man til at reflektere over sine egne forventninger til sig selv, til den kommende partner og til det forhold og den kærlighed, som måske vil opstå. Spørgsmålet er, om ikke det samfund, vi lever i, har indflydelse på disse refleksioner?

Fænomenet internetdating kan med andre ord bruges til at vise, hvordan et forandret samfund (på de sociale relationers niveau) er med til at forandre selve den måde, kærligheden bliver fortalt på. I denne artikel vil vi skitsere, hvordan man ud fra et sociologisk perspektiv kan betragte og analysere kærligheden. Dette vil vi gøre med afsæt i en historisk analyse af internetdatingens historie for gennem denne at give en forståelse for de særegne betingelser, som kærligheden er underlagt i dag, og for at vise, at mediet og samfundet har en stor indflydelse på selve måden, vi dater på. På denne måde lægges der også op til, at internetdating og kærlighed kan være mange forskellige ting, alt efter hvor i samfundet man er placeret, og hvem man er. Dette betyder dog ikke, at vi entydigt definerer, hvordan forskellige grupper dater, men gennem fem fortællinger om forskellige måder at date på vil vi gøre det håndgribeligt, hvorledes forskellige strategier (eller typer af datere) bliver influeret af samfundsmæssige faktorer.¹

Internetdatingens historie

Internetdatingens historie adskiller sig ikke markant fra andre typer af historiske forløb. Således er det ikke muligt at tale om én historie; der findes ikke noget præcist starttidspunkt eller en skæringsdato, hvor man kan konstatere, at her startede hele balladen. Internettet blev ikke opfundet af én kreativ entreprenør, til trods for at mange tilskriver Tim Berners Lee fra CERN æren, og det samme gælder internetdating. Snarere er der tale om en lang række historiske forløb, brud, opfindelser, genopfindelser etc. Som illustration kunne man nævne nogle af de historiske linjer, eller bedre, historiske relationer, som det ville være nødvendigt at undersøge for at kunne forklare internetdatingens historie fuldstændigt. F.eks. ville det være nødvendigt at forstå internettets historie, computernes historie, datingens historie og kontaktannoncernes historie for at nævne nogle få. At undersøge alle disse historiske relationer rækker langt udover, hvad denne artikel har intentioner og ambitioner om, derfor vil vi her kort præsentere nogle enkelte nedslagspunkter. Det skulle næsten være unødvendigt at tilføje, at disse nedslagspunkter ikke kan sammenfattes til én historie; det, de derimod kan, er at gøre opmærksom på, at internetdating ikke er et helt så nyt eller simpelt fænomen, som man ofte foranlediges til at tro, og til at fremhæve, hvordan samfundet har indvirket på disse historier. Således vil

¹ Denne artikel tager udgangspunkt i et speciale fra Roskilde Universitetscenter skrevet af Martin Jensen Buch, Troels Schultz Larsen og Casper Hoeg Radil, hvor vi undersøgte internetdating og argumenterede for, hvordan man kunne konstruere internetdating som et felt. Gennem spørgeskemaer, deltagerobservation og interviews undersøgte vi, hvilke sociale og mentale strukturer der meningsfuldt kan siges at konstituere feltets grænser og logikker. Vi har af pladmæssige og formidlingsmæssige årsager forsimplet en række af de oprindelige diskussioner og perspektiver. Ønsker man at gå dybere ned i metoderne og argumentationskæderne bag de efterfølgende analyser, kan specialet downloades i dets fulde længde fra www.ecls.dk (under rapporter/"Internetdating og flydende kærlighed").

vi i det efterfølgende skitsere, hvordan det fænomen vi i dag kender som internetdating opstod, ved at beskrive datingens, kontaktannoncens og computerdatingens historie.

Dating

Dating er en adoption af den engelske term, men ordet har oprindelse i det latinske data, hvormed man i antikkens Rom kunne udstede dokumenter med angivelse af tid og sted for et møde. Selvom dating er et nyt ord i det danske sprog, betyder det ikke, at det er et nyt fænomen. Et mere dansk ord for et møde mellem to individer, med en potentiel intim fremtid for øje, er 'stævnemøde'.

At der ikke er tale om en ny ting ses blandt andet i en beskrivelse i første kapitel af Steen Steensen Blichers *Telse – Fortælling fra Ditmarskerkrigen* fra 1829. På trods af beskrivelsens prosaiske form er det fænomen, der beskrives, virkeligt nok, og er et udmærket eksempel på en tidlig form for stævnemøde i Danmark. Fænomenet kaldes 'fenstring' eller 'nattefrieri' og var, ifølge Blicher, allerede i 1500-tallets Ditmarsken og Slesvig en gammel skik.

Naar en sexten Somres Møe staaer ved Midnatstid, i klingrende Frost, for aabent Vindue, seer hun vist ikke efter Stjerner; hendes Haab, hendes Længsel er ikke saa langt borte; hendes Tanker har ikke Carl den Stores, men Emmas Gang. Og naar en ung Pige saaledes venter, venter hun vist heller ikke forgjæves. – Fjernt ude paa Sneen saaes en mørk Plet, der stedse blev større, og stedse kom nærmere – Det var Reimer fra Wimerstedt, en ung, smuk Ditmarsker, blandt sine Jevnlige den Første i Dans og i Strid. Pigen trak nu Vinduet sagtelig til, men krogede det ikke, og lagde sig paaklædt tilsengs. Ynglingen kom hid, aabnede det kun paa Skrømt tillukkede Vindue, og befandt sig snart inde i den Elskedes Sovekammer. (Blicher 1982: 313)

Fenstring var en skik, hvor unge mænd, efter forudgående aftale med deres udkårende, kunne besøge pigen ved nattetide, og, hvis pigen tillod det, kunne få adgang til sovekammeret gennem vinduet. Her kunne parret så mødes, karlen siddende skikkeligt på sengekanten, mens pigen fuld påklædt lå i sin seng: med andre ord et møde under, efter datidens forhold, helt uhørte intime forhold med det selvfølgelig formål at drøfte muligt ægteskab og hushold. Dating i den betydning, som vi kender den i den vestlige verden i dag, dækker imidlertid over et relativt nyt fænomen, som kan føres tilbage til 1920'ernes urbane USA, hvor stævnemødet blev formaliseret som et 'sted', hvor unge mennesker fik mulighed for at mødes offentligt med henblik på at lære hinanden bedre at kende og eksperimentere med intime og seksuelle forhold (Jones 1998: 163).

Kontaktannoncerne

Det er ikke kun dating, der er væsentligt ældre end de fleste antager, fx vandt kontaktannoncerne allerede stor udbredelse under koloniseringen af 'Vesten' i midten af 1800-

tallet USA, hvor et stort antal unge mænd var draget vestpå. Under borgerkrigen blev kontaktannoncerne så populære i USA, at der udkom deciderede 'personals' eller 'lonely hearts'-magasiner, hvorigennem håbefulde unge mennesker kunne reklamere for sig selv eller søge lykken blandt de mange potentielle ægteskabsmuligheder. Men kontaktannoncerne går længere tilbage; nemlig til 1700-tallet, hvor aviserne vandt frem indenfor borgerskabet i de voksende byer. I begyndelsen var der primært tale om kontaktannoncer som ægteskabsannoncer eller med det formål at arrangere et 'passende' ægteskab mellem to unge mennesker. Meget lig den måde som det stadig findes i f.eks. Indien, hvor aviserne indeholder ægteskabstillæg – ligesom vi herhjemme har boligtillæg – og hvor forældrene så i ro og mag kan finde en passende partner til deres datter eller søn. Mere overordnet bidrog avisers kontaktannoncer på to måder til en udvikling af muligheden for at arrangere stævnemøder. For det første blev selve stævnemødet tidsmæssigt udvidet til at finde sted allerede under selve annonceskrivningen/-læsningen. Her kunne annoncen forfattes med en vinkling og appel, der havde en særlig partner for øje. Samtidigt kunne annoncelæseren nogle dage senere møde sin potentielle partners skriftlige repræsentation af sig selv, og derigennem danne sine første indtryk og vælge mellem annoncerne. Den selektive proces, der ligger i både tilrettelæggelsen af annoncer og i den selektive læsning af disse, skabte en kommunikativ interaktion de to aktører imellem, som indtraf længe inden det første ansigt-til-ansigt møde var indledt. Tidsmæssigt blev en del af stævnemødets funktion således forflyttet til den kommunikative annonceinteraktion indrykker og læser imellem.

Samtidig med den kronologiske forskydning fandt der tillige en forskydning sted i en spatial forstand. Avisannoncernes udbredelse betød også, at ansøgere potentielt kunne præsenteres for langt flere interessenter og over større afstande, og den personlige eksponeringsgrad forøgedes med en forøgelse af potentielle partnere til følge. Denne tidsmæssige og spatiale forskydning betyder desuden, at det første møde kunne formaliseres i en anonymiseret og tilrettelagt grad, hvor en grovsortering kunne finde sted, uden at indebære (alt for) pinlige og sårende afvisninger, der ligger latent i ansigt-til-ansigt-mødet. Med kontaktannoncer kunne man som indrykker henvende annoncen til mennesker af en helt særlig karakter, eller som læser bladde igennem og vælge blandt disse mange annoncer, uden at afvisningerne blev taget personligt. I disse annoncesektioner var det helt legitimt at stille krav og forventninger, uden at disse blev taget som kritik af egne mangler eller svagheder. Der er således på én gang tale om en intim åbning, hvor ansøgere udstiller deres person for offentligheden, men samtidig også en social lukning, når der her blev skabt et socialt rum, hvor man (næsten) uden sociale konsekvenser kunne beskue og forkaste andre mennesker.

Computerdating

Så vidt vides var den første gang en computer blev brugt til at matche et par med i USA i 1956. Det var før computerne blev kaldt computere – i elektronhjernerens tid. Her matchede Art Linkletter, en populær tv-vært på showet *People Are Funny*, et par vha. en UNIVAC-elektronhjerne. *Time Magazine* skrev i den forbindelse:

With a blinking of lights, a digestion of digits, and melodies played out on a monochromatic scale, the giant electronic brain took over TV last week. The machine proved itself a better matchmaker than oddsmaker. [...] On NBC's popular, 16-year-old stunt show, *People Are Funny* (Sat. 7:30 p.m.), Remington Rand's Univac No. 21 turned Cupid, brought together a flesh-and-blood couple as scientifically selected 'ideal marriage mates.' It was a clear-cut victory for Univac, hormones and Trendex. [...] The couple was paired based on a 32 item questionnaire developed by "The Father of American Marriage Counseling," Paul Popenoe. The happy couple became engaged, and Art Linkletter offered to pay the airfare for their Paris honeymoon. (*Time magazine*, 19. nov. 1956, s. 79)

Linkletters egen tørre kommentar til hans tv-eksperiment var, at der var tale om et gimmick, der kunne bruges til at vise, at 'folk er sjove/underlige' ("People are Funny"), men i virkelighedens verden var der ikke meget nyt at komme efter.

Colmes: "Well, you know, the first time I ever saw a computer was on your show, the old Univac computer, half the size of a room."

Linkletter: "And we were matching people who might be in love and married. And we had the big computer and all of those facts. And we put them together and sent them out on dates. You know what we proved? I like your style, I like your smile, I like your talk, I like your walk, I just don't like you." (Interview med Art Linkletter, Fox News Channel nyhedsdebatshow *Hannity & Colmes*. 17 feb. 2005)

Men mere konkret, og på et større plan, var der senere i 1965-66 nogle studerende på MIT, der forsøgte at genoptage spøgen under navnet "Operation Match". Til at begynde med så de en mulighed for at tjene lidt ekstra penge. De havde regnet ud, at alene i Boston-området var der på det tidspunkt omkring 160.000 studerende. Da disse MIT-studerende vidste noget om computere, besluttede de sig for at starte en computerdating-service. De lavede lidt reklame og omdelte et spørgeskema, og når tilstrækkeligt mange studerende havde indbetalt de tre dollar, det kostede at taste alle spørgeskemaerne ind, fik de et program til at matche dem. Alle dem, der havde indsendt et spørgeskema, var garanteret mindst tre matches. Det blev et kæmpe hit, så allerede efter tre måneder startede de processen igen, og efter et år solgte de deres koncept til et firma.

Internetdating

Senere igen, i slutningen af 1970'erne og starten af 1980'erne (før internettet), var der Usenet, og før pc'en var der Apple. Til Apple var der et "Bulletin Board System" (BBS) program på Usenet, der hed "Dial-Your-Match". Tidsmæssigt befinder vi os i efteråret 1982, Burbank, Californien. Ideen med Dial-Your-Match var grundlæggende, at man udfyldte et meget omfangsrigt spørgeskema. Besvarelserne fra disse spørgeskemaer blev sammenlignet, og den enkelte bruger blev så parret med andre brugere af det ønskede køn og seksuelle observans. På denne baggrund blev der fremsendt brugernavne på de personer, der matchede hinanden. Programmet gav herefter mulighed for, at medlemmerne af servicen (dem der havde indsendt et spørgeskema) kunne kommunikere med hinanden ved hjælp af disse brugernavne. Som Bob, en entusiastisk bruger af Usenet, skrev i 1982:

The topic of computer dating also seems like a natural forum for discussion in this news group. To get the discussion started, here is something you may not have heard about. Several people have put computer dating programs on their Apple computers and leave them to answer the phone when they're not home. The machines are called "Dial-your-match" and can be reached with any 300 baud modem and terminal. I got the phone numbers from net.micro (I think), but would be happy to mail them out or post them here if there is sufficient interest. A friend (female) and I (male) have called into one of the machines and filled out its inane "questionnaire". From the matches we got, it is clear that there are a lot more males than females in its date-a-base (clever, huh?). The machine we talked to had about 750 people on file. We didn't take it very seriously, as most of the matches were located in California where the machine is (where else?). Has anyone had good results with computer dating? – Bob Van Valzah. (News-groups: net.singles, dato: 1982-09-22 01:59:24).

Fænomenet med Dial-Your-Match bredte sig hurtigt fra Burbank til i december 1982 at omfatte 26 maskiner i seks stater samt i en række andre lokale afdelinger i Californien. Det skal dog tilføjes, at selv om alle afdelingerne hed "Dial-Your-Match", var der ikke tale om det samme firma eller gruppe af mennesker. Mange af Dial-Your-Match-udbydere fungerede langt op i 1980'erne, og det var først de tidlige 1990'ere, da portaler som America Online (AOL) begyndte at tage over med mere avancerede systemer, at de sidste Dial-Your-Match'er uddøde. Det endelige dødsstød kom, da internettet for alvor vandt udbredelse fra midten af 1990'erne med de grafiske muligheder, der lå i det, i forhold til det tekstbaserede Usenet.

Når vi vælger at omtale Dial-Your-Match som det første internetdatingsite (før internettet blev opfundet), skyldes det, at Dial-Your-Match på nogle væsentlige områder adskilte sig markant fra både kontaktannoncerne og de klassiske kontaktbureauer, og på

den måde markerede sig som en ny tilgang til kontaktsøgning. Den nok mest markante forskel lå i, at matchningen på Dial-Your-Match foregik online. Gennem Dial-Your-Match var det muligt at søge på, og tage kontakt til, andre profiler udelukkende online, og man var således ikke afhængig af andre medier som aviser og brevudveksling, eller et mellemlid til formidling af kontakten. Selve ideen om online-matchning er dog ikke unikt forbundet med fænomenet internetdating, og i dag ser vi for eksempel, at mange af de klassiske kontaktbureauer også er gået over til at benytte internettet som kontaktmedie. Det er derfor vigtigt at påpege, at Dial-Your-Match på endnu et meget markant punkt adskilte sig fra de andre daværende tilgange til kontaktsøgning. Gennem Dial-Your-Match fik brugerne mulighed for en form for kommunikativ interaktivitet, hvor de enkelte profiler/brugere online kunne kommunikere med de personer, som de matchede eller på anden måde fandt interessante. På denne måde var Dial-Your-Match ikke blot som kontaktbureauerne kontaktfremmende, men også til et vist punkt forum for selve kontakten.

Internetdating i Danmark

I Danmark var det ikke før 1998, at de første internetdatingportaler opstod. De to første internetdatingportaler var Dating.dk og Scor.dk, som begyndte med få måneders mellemrum. Disse portaler eksisterer stadig, og er i dag de største portaler på hver deres område. Målgruppen for Dating.dk er dem som søger kærester, og målgruppen for Scor.dk er dem som søger sex (meget forenklet). En af årsagerne til denne deling af markedet mellem Dating.dk og Scor.dk var, at man på Scor fra begyndelsen havde mulighed for at lægge billede op på profilen. Dette blev hurtigt brugt af mange af medlemmerne til at vise erotiske billeder af sig selv, og samtidig skred Scor.dk's bagmænd ikke ind over for denne praksis, mens anstødeligt materiale blev forbudt hos Dating.dk.

I det første års tid efter 1998 var internetdating stadig et stort set ukendt fænomen i Danmark, men i 1999 ændrede det sig hurtigt, da medierne rettede deres opmærksomhed mod fænomenet, blandt andet med historien om Rie og Kenny, der fandt hinanden via internettet og siden blev gift. Kenny friede via ICQ, og Rie sagde ja. Herefter begyndte det at gå hurtigt i Danmark, og en lang række internetdatingportaler blev oprettet i de følgende år. I 2002, samme år som Dating.dk nåede profil nummer 400.000, begyndte Dating.dk samt en række andre internetdatingportaler at tage penge for den service, de udbød.

Tidspunkt	Antal profiler på Dating.dk
Februar 1999	10.000
September 1999	40.000
Marts 2000	100.000
Februar 2002	400.000
Juli 2004	640.000
April 2005	647.000
Juli 2006	604.000
Juli 2009	515.000

Tabellen viser antal profiler på Dating.dk (tallene er fra www.dating.dk)

I sommeren 2004 nåede www.dating.dk op over 700.000 profiler, men efter en del kritik af Dating.dk's politik med kun nødt til at slette 'døde' profiler, begyndte Dating.dk regelmæssigt at rydde op i deres profiler og har siden ligget stabilt lige over 500.000 profiler. Siden har Dating.dk helt droppet at angive antallet af profiler som et succes-kriterium, og de fleste datingportaler fokuserer da også i dag på kvaliteten frem for kvantiteten af de profiler, de har. At vi i tabellen kun anvender tal fra Dating.dk skyldes, at der ikke findes nogen præcise opgørelser over, hvor mange profiler, der findes eller har eksisteret i Danmark (det er dog lykkedes os at optælle over to millioner, men dette tal dækker sandsynligvis over mange profiler, der er inaktive). I denne sammenhæng er det værd at bemærke, at der er stor forskel på profiler og brugere. En profil er den fil (det dataark) brugerne opretter hos en given internetdating portal, mens en bruger refererer til en unik person. Således kan en bruger sagtens have eller have haft flere profiler, og vores undersøgelser viser da også, at gennemsnitsbrugeren har mellem to og tre profiler.

Der foreligger heller ikke konkrete tal for, hvor mange danskere der i dag har anvendt internetdating, men baseret på vores egne beregninger samt enkelte stikprøveundersøgelser fra analysevirksomheder vil det næppe være helt forkert at sige, at der i skrivende stund samlet set er over en million danskere, der har anvendt internetdating som et kontaktmedium. Ser vi på antallet af danskere, som har datet aktivt gennem en internetdatingportal indenfor den seneste måned, så ligger tallet sandsynligvis på lige under en halv million.

Endelig findes der langt flere internetdatingportaler end Dating.dk og Scor.dk. I en optælling fandt vi over 130 internetdatingrelaterede portaler på dansk. Der ser dog ikke

længere ud til at komme flere portaler. Nye opstår ganske vist med jævne mellemrum, men til gengæld er der også mange eksisterende portaler, som bliver lukket ned, eller som ikke længere bliver opdateret for til sidst at dø hen.

Selvom det grundlæggende brud med kontaktannoncerne allerede foregik for over ti år siden, så udvikler internetdatingportalerne sig stadig. For det første er der sket en markant teknisk forbedring af de konkrete tilbud, som portalerne udbyder. Det er således den interaktive del af internetdatingen, der er blevet udviklet de sidste 10 år, gennem en tilpasning til stadigt hurtigere forbindelser til internettet, der betyder, at for eksempel billeder, lyd, video og telefoni bliver integrerede direkte på internetdatingportalerne for at understøtte interaktiviteten. Og fra omkring 2002 begyndte mange af de danske internetdatingportaler at tilbyde såkaldte IRL (In Real Life)-aktiviteter, der har tilføjet en ny dimension til internetdatingportalerne. En del af internetdatingportalerne er efterhånden blevet opmærksomme på, at IRL-aktiviteter kan være et ganske indbringende foretagende. Dels ved at se over Atlanten til USA efter inspiration, dels ved at være opmærksomme på hvad deres brugere efterspørger og er villige til at betale for. Derfor er der efterhånden blevet arrangeret alt fra almindelige fester til skiture. Samtidig er der kommet alternative portaler, som formidler kontakt til IRL-fænomener som for eksempel speeddating og dinnerdating.

Selvom der for de fleste portalers vedkommende stadig er tale om en internet-baseret database, som brugerne kan søge i for at udvælge eller finde relevante personer, han eller hun ønsker at komme i kontakt med, så begynder der dog at tegne sig en ny udvikling indenfor området. Udover at portalerne er blevet, og stadig bliver, bedre til at integrere IRL-aktiviteter og mere omfattende tilbud, så sker der samtidig en sammen-smeltning af medier. Hvor man for fem år siden havde en række specialiserede portaler, der først og fremmest tilbød at finde en eller flere potentielle partnere til en, så ser vi i dag, at internetdating tænkes ind i en bredere ramme, hvor bl.a. SNS'ere (Social Networks Sites) som fx Facebook oftere og oftere indgår. Hertil kommer, at mange større portalløsninger også indtænker internetdating som en integreret løsning i deres design. Fx har den engelske avis *The Guardian* sin egen datingservice, hvilket samtidig gør, at brugerne allerede har en fælles referenceramme, nemlig det værdi- og holdningsfællesskab som skabes i form af læsning af den pågældende avis. Denne tendens ser vi allerede nu brede sig til de mange forskelligartede områder, hvor man kan finde virtuelle fællesskaber – det kan være omkring et computerspil, et fansite, en hobby eller lignende. Selvom mange af disse platforme ikke nødvendigvis kalder deres interaktivitetsmuligheder for datingservices, så medfører det udvidede interface mellem brugerne (fx chat, fora, stemmedialog etc.), at platformen alligevel bliver egnet som kontaktmedium. Samtidig eksisterer der som regel allerede et fællesskab og derved også en selektion

af baggrundsvariable (køn, alder, interesser, geografi etc.), som fungerer som en naturlig identitetsmæssig skabelon for at kunne generere dates. Der er her tale om, at internettet som medium, og den retning som dette medium bevæger sig, i højere og højere grad former dating som fænomen – og det efter nogle principper og en logik, som ikke går i arv fra andre kendte principper, men derimod skaber nogle helt nye og ukendte former for kommunikation og på længere sigt også parforholdets virke offline. I det næste afsnit vil vi se på, hvordan man allerede nu kan se konturerne af, hvordan internettet vil påvirke vores måde at forstå kærligheden på, samt på hvilken måde disse logikker påvirker os, alt efter vores egen baggrund og indgangsvinkel til fænomenet.

Forskellige strategier for internetdating

Internetdating er som allerede nævnt ikke kun én ting, men dækker over en række forskellige strategier og perspektiver på kærligheden. I det efterfølgende vil vi se på nogle forskellige måder at date på, alt efter hvilken indgangsvinkel man har til dating. Vi har valgt at eksemplificere vores undersøgelser og materiale som en række historier om forskellige typer af datere. Disse historier er et forsøg på at anskueliggøre nogle forskellige tilgangsvinkler til internetdating. Gennem en undersøgelse af det empiriske materiale og orienteringsmønstrene i feltet har vi skabt en række datere eller positioner, der hver især udgør specifikke måder at se og konstituere den sociale verden på i det danske internetdatingfelt.

Vi har valgt at fortælle om fem forskellige (fiktive) datere, hvor vi vil fortælle historierne ud fra, hvorledes de forskellige typer (personer) forholder sig til og opfatter det at date. De fem fiktive datere er:

- Kim – en effektiv dater
- Tina – en virtuel dater
- Ole – en skeptisk dater
- Rie – en forbeholden dater
- Anders – en kvantitativ dater

Kim – en effektiv dater

“Jeg har ikke tid til at rende rundt på diverse barer”²

Kim har en god økonomisk og uddannelsesmæssig baggrund. Han tror dog ikke på at kærligheden vil komme ud af det blå, og at skæbnen en dag sender den eneste ene ned i armene på ham. Kim er mest til de lidt mere seriøse portaler og gider ikke rigtig det pjat

² Alle de fiktive personers citater kan findes i interviewmaterialet fra ECLS 2005.

med 3d-dating og en masse chatkanaler. Hans strategi er faktisk ganske simpel: lad være med at bruge for lang tid med at sidde og chatte med folk, men kom på en date så hurtigt som muligt.

Man kunne også kalde den effektive daters tilgang til internetdating for socialrealistisk, dvs. at den effektive ser kærligheden i et socialrealistisk lys. Der er ikke længere tale om den store, altfortærende kærlighed (hvis der nogen sinde har været det), men derimod om en kærlighed, der er orienteret mod at 'klare hverdagens skær' samtidig med, at forholdet lever op til omgivelsernes forventninger.

At den effektive dater har en stærk position i den sociale verden smitter af på orienteringen til internetdating og forholdet, hvor der stilles høje krav til 'den anden'. 'Effektiviseringen' kan ligeledes genfindes ved den effektives vægtning af objektive og konkrete kriterier for at sikre, at den potentielle partner lever op til kravene.

Det handler om at indsnævre sine søgekriterier og dermed de mulige kandidater til en 'mængde', som reelt indeholder mulige potentielle partnere. Således handler det om at anvende internetdating som et effektivt redskab til at finde eller udvælge en række potentielle partnere. Eksklusionsprocessen fortsætter også under mødet (IRL), hvor der konkret tages stilling til, om den potentielle partner er acceptabel.

Til trods for at den effektive dater, grundet sin stærke økonomiske og kulturelle baggrund, i væsentligt omfang er med til at sætte dagsordenen i relation til internetdating, er der dog stadig steder, hvor den effektive står i forlegenhed. Den effektive er den eneste dater-type, hvor hvem det gælder, at det endnu ikke er anerkendt at finde sig en ny partner på internettet, måske netop fordi den effektive kommer fra de højere sociale lag, hvor man på en eller anden måde stadig ligger under for normer og traditioner i forhold til de sociale relationers stabiliserende faktor:

Det [internetdating, red.] er sådan lidt nyt, og jeg tror at der vil være mange i vores og vores forældres generation, sådan lidt ældre, der ville synes, at det var mærkeligt. De ville synes, at det var en højest besynderlig måde at finde hinanden på. Og det gider jeg ikke og stå at forsvare. Så vi har valgt at sige, at vi har mødt hinanden på en cafe, og det er jo ikke løgn. For det første møde det var på en cafe, hvor vi mødtes over en kop kaffe og snakkede, så der er ikke noget, vi lyver ikke over for nogen.

Den effektive position er således i væsentligt omfang konform i forhold til en traditionalistisk forståelse af kærligheden, eller rettere af de normer, der omspænder det acceptable forhold (manden skal for eksempel være højere både med hensyn til fysik, alder og social status). Der er altså tale om et udgangspunkt, hvor orienteringen omkring potentielle partnere er præget af den sociale verdens (dominerende) normer, normer, der er afstemt med den effektives sociale baggrund.

Den effektive dater går – primært af tidsmæssige grunde – ikke meget i byen. Når man er fraskilt, har fuldtidsarbejde, evt. delebørn, bliver det svært at få tid til det. Derfor tilbyder internetdating sig som et effektivt alternativ til at søge en partner. Her kan man i ro og mag udvælge sig en potentiel partner. Denne tilgang giver endvidere gode muligheder for at planlægge ud i fremtiden, hvornår man kan afse tid til en date. Kims indstilling til tingene fordrer således, at der søges en partner, med hvilken Kim kan få tingene til at fungere. Dette bevirker, at der stilles en lang række eksplicite krav. Disse krav stilles dog sjældent i form af lister, men snarere i formlen: ‘hvis du kan se dig selv i det ovenstående’. Der tages i vidt omfang udgangspunkt i en ‘lighed’, socialt, økonomisk, uddannelsesmæssigt og i nogen udstrækning jobmæssigt. Disse krav er mere eller mindre imperative. Dog ved den effektive godt, at sådanne mulige partnere ikke hænger på træerne, og at man derfor kan komme til at kysse en del frøer. Effektiviteten bliver også udgangspunktet for, hvorledes der dates. Typisk skrives der sammen med én relevant person ad gangen i to til fire uger, idet det tager tid at ‘aflure’, hvorvidt den enkelte lever op til de meget høje og vidtrækkende krav, for man kan med den effektives ord “jo fandeme næsten vælge og vrage som det passer dig”.

Den effektive daters tilgang til internetdating handler i høj grad om optimering af muligheden for at finde en potentiel partner. Hos den effektive er der en stor fascination af de muligheder, som internetdating giver for at indsnævre søgningen til de nøje udvalgte kriterier: “Jeg har øvet mig meget i at sidde og prøve at gennemskue det ret hurtigt og se, ‘jamen, der er nogle helt specielle kriterier, som jeg lige går igennem, og hvis de er i orden, så ser jeg lige”. Det store udvalg giver den effektive gode vilkår for at finde, hvad der søges efter:

Du sidder der og leger gud ikke ... det havde jeg lidt fornemmelsen af. Altså det kunne bare være en lille ting, der gjorde, at hun røg ud eller i bunken af mindre interessante. Det var sådan lidt som en vare, du køber, hvis det ikke passer ind lige som et styk bluse eller et par bukser, så siger man ‘njaa, det er vist ikke den rigtige farve, jeg suser lige videre.’ [...] [D]u kan jo fandeme næsten vælge og vrage, som det passer dig. Det er helt vildt!

Med den rationalisering af partnerskabsmarkedet som internetdating udgør, set fra den effektive dater Kims synspunkt, følger en betydelig brug af økonomiske termer, således at jagten på en partner rent sprogligt bliver fremstillet med en forbrugeristisk terminologi: “Det er jo som at bo i lejelejlighed og så få tilbudt et hus eller ejerlejlighed, man skifter status, og når man har sit lille hus, så tænker man ‘lad dog boligpriserne stige’, fordi nu er man ovre i en anden verden”. Kim tager det faktisk både for givet og naturligt at det at finde kærligheden på mange måder minder om det at vælge den rigtige vare bag indkøbsruderne.

Tina – en virtuel dater

“Jeg tror bestemt godt, at man kan have venner, man aldrig møder”

Den virtuelle dater udskiller sig primært fra de andre datere ved at bruge meget tid på nettet, der er til tider ligefrem tale om en fuldtidsbeskæftigelse (vi har kendskab til personer, der mener, at de ca. bruger 80 til 90 timer om ugen på internetdating, men det er normalt at denne typisk bruger fra 15 timer og opefter på internetdating om ugen). For den virtuelle dater Tina betyder det ikke så meget at mødes i virkeligheden, da hendes logik ikke er orienteret mod det at finde en partner, men det at være på, at have en indgang til en (virtuel/anden) verden:

- Kan man leve i et rent virtuelt forhold?
- [D]et tror jeg godt, at man kan. Min erfaring siger mig, at det kan man godt, men jeg tror, det er meget individuelt, jeg ved ikke hvordan jeg skal forklare det. [...] Men jeg tror bestemt godt, at man kan have venner, man aldrig møder.

Det, der tæller for Tina, er ikke, hvorvidt det at være på rent faktisk fører til nogle dates. Snarere drejer spillet sig om selve den anerkendelse, der ligger i at være online eller rettere tilstede (at få opmærksomhed): “mig og en af mine veninder vi har sådan en lille intern konkurrence om hvem der har haft flest besøgende inde på vores side”. Tina søger ikke efter en person med specifikke karakteristika, men mere en person med samme tilgang til internettet. Det er en orientering, der vægter selve det kommunikative element ved internetdating og således prioriterer at sende og skrive breve: “det kommer an på, om man har fået nogle breve, der er noget ved, eller om man synes, man har fået skrevet nogle fede breve til nogen af dem, man har lært at kende der”. Dette betyder også, at Tina vil have en tendens til at bruge de datingportaler, der tilbyder muligheder for chat, og hvor der samtidig eksisterer virtuelle fællesskaber, f.eks. igennem chatkanaler. Tina vil sandsynligvis ikke have en profil på scor.dk, men måske en på dating.dk, og måske også en på et site, hvor interessefællesskaber betyder en del (det kunne f.eks. være på beautifulpeople.dk).

Tina tager det, på sin egen vis, meget seriøst at være på internetdating, modsat Kim, der netop opfatter Tinas strategi som useriøs. Det at mødes er således ikke noget, Tina prioriterer højt. Dette skal ses i lyset af, at det at mødes relaterer sig til en helt anden tankegang. En tankegang, hvor Tina i vidt omfang ikke kan trække på sine kompetencer og ressourcer. Målt med Kims målebånd er Tina relativt dårligt stillet (i ressourcemæssig forstand). Det at have kompetencer i at indgå i virtuelle fællesskaber kan ikke umiddelbart konverteres til det at få dates.

Begreberne autenticitet og anonymitet kan medvirke til at vise denne problematiske relation mellem Kim og Tina. Tager vi spørgsmålet om autenticitet, så er det at være autentisk af stor betydning for begge positioner. Det er en måde at skille sig ud på ved en relation til eller en investering i en eksklusivitet. For Kim betyder autenticitet at være i stand til at være oprigtig. Det at give få, men præcise beskrivelser, der lever op til virkeligheden. Modsat er autenticitet for Tina et spørgsmål om at have sin egen stil. Det vil for eksempel sige at have en 'fed' side med masser af visuelle effekter og emoticons, og endelig bare det at være til stede og være online.

Overordnet kan distinktionen mellem den effektive strategi og den virtuelle strategi måske beskrives som relationen mellem funktion (den effektive) og form (den virtuelle). I forhold til denne distinktion skiller spørgsmålet om anonymiteten sig lidt ud. For den effektive position er anonymitet et spørgsmål om at værne sig imod vulgariteten (det er ikke samfundsmæssigt velanset at have for mange 'løse' forhold), mens det for den virtuelle position er et spørgsmål om at værne sig mod den effektive logik (således spiller det heller ikke nogen central rolle for den virtuelle dater, om de andre er virkelige eller 'fake', bare de er 'autentiske' og 'seriøse'). Modsat dette står den effektive, hvor fake-profiler opleves som det største problem.

Ole – en skeptisk dater

"Bare det at møde nye mennesker"

Oles orientering er præget af, hvad han selv ville kalde en 'realisme' i forhold til internetdating. Dette udvirker sig i en let ironisk eller skeptisk distance til fænomenet, hvor Ole ikke rigtig tror på, at internetdating skulle kunne gøre meget mere end blot at bringe to mennesker sammen, som måske kunne have noget tilfælles:

Erfaringen er jo nok, at det jo er lidt svært bare sætte sig et mål og sige, at man skal have en kæreste. Det tror jeg ikke, at man kommer specielt langt med bare at have det som målsætning. Det ville være rart at have en kæreste, ja, i tilfældet, men bare det at møde andre mennesker, at møde nye mennesker, [og] det er en nem måde at gøre det på."

Der er således tale om en position, der i et vist omfang er kritisk over for ideen om, at man skulle kunne finde en kæreste på baggrund af objektive kriterier. Samtidig er det en position, der anerkender, at mediet fungerer, men som ikke lader sig overbevise om den virtuelle verdens ubetingede succes. Kærligheden er jo netop også 'kødelig', eller som Ole siger:

Jeg tror simpelthen ikke på konceptet for mig. At udstille gode sider af mig selv og læse om gode sider ved andre, se om der er en skriftlig kommunikation, der svinger og så opbygge en eller anden form for forventning, møde denne her person, bruge tid, og så var det måske ikke

noget alligevel. Jeg er gået tilbage til noget, måske gammeldags, med at der bare er noget, der skal klikke, ikke nødvendigvis ved første øjekast, men ved første samtale. Jeg tror på, at det er kroppe, der møder hinanden.

Samtidig vil Ole, der har været på en del dates, helst mødes med potentielle partnere så hurtigt som muligt for at undgå at blive snydt af et idealbillede (som den skeptiske er helt på det rene med, at man hurtigt skaber) af den anden: "Altså, jeg er lettere skeptisk af natur, lige fra start af, og det er også derfor, at jeg gerne vil mødes med folk så hurtigt som muligt, hvis der er en interesse." Som travlt og aktivt menneske er en af grundene til, at den skeptiske forsøger sig med internetdating, at det er bekvemt: "[man] kan sidde hjemme i sofaen og se, hvad der rør sig rundt omkring". Oles har pga. sin egen baggrund også høje forventninger til partneren. Men modsat Kims konkrete (og ofte økonomiske) forventninger, er der her tale om en forventning til, at partneren er i stand til at se verden på samme velafbalancerede og reflekterede måde som den skeptiske selv (hvilket dog ikke er ensbetydende med, at de skal mene det samme).

Rie – en forbeholden dater

"Hvis der er det mindste, så bliver man deletet"

Rie orienterer sig mod en ide om, at det er det indre, der tæller. Når man ikke kan leve op til mange af de andre dateres høje krav, så må man tilpasse sig på en anden måde.

Rie bruger ikke internetdating fast, men meget on/off, og bruger det på den måde meget i nogle perioder og slet ikke i andre perioder. Hvis der i perioder ikke sker særlig meget, kan det meget nemt være, hun helt falder fra. Rie er forholdsvist tvivlende over for muligheden for at finde en kæreste gennem internetdating og tror generelt ikke på, hvad man kunne betegne som kærlighed ved første blik: "hvis du mener, om jeg tror på den der med at man en dag står nede i '7-11' klokken 2 om natten og køber en liter mælk og så 'pling', så står han der bare, det kan man sgu da ikke rigtig tro på."

Som nævnt er en væsentlig faktor i denne skepsis eller forbeholdenhed, at den forbeholdne orienterer sig efter den effektives normer, men som sådan ikke er i stand til at leve op til den. Derfor bruger den forbeholdne primært internetdating som et supplement til at møde potentielle partnere andre steder. Dette kunne være i byen, til private fester eller på arbejdet. Det er ikke vigtigt, om man mødes i byen eller gennem internetdating. Det afgørende er, at man møder mennesker.

Derfor er selve mødet meget vigtigt. Formålet med at bruge internetdating er at møde mennesker, og den forbeholdne dater bruger derfor ikke særlig meget tid på kommunikation over nettet, men arrangerer hurtigst muligt et møde. At mødet står i centrum skyldes, at internetdatingportalerne som kommunikationsmedie eger sig dår-

ligt til at indkredse 'det indre', ifølge Rie (det er for hende svært at beskrive, hvem "jeg virkelig er" med ord i en profil, og samtidig er Rie som forbeholden dater ikke villig til at erstatte ordene med billeder og ikoner).

Problemet ved at orientere sig mod det indre er, at det fordrer en opgivelse af de objektive kategorier, der er indgangsvinklen til langt de fleste internetdatingportaler, eller i det mindste et forbehold overfor disse kategorier, idet de grundlæggende ikke siger noget om det indre. Samtidig kræver det et stort arbejde at komme til at kende den anden på en måde, så den forbeholdne dater føler sig overbevist om, at forholdet er værd at investere i.

Anders – en kvantitativ dater

"Jeg har sådan nogle standardbreve"

Anders har været på dating en del år og har en række profiler fordelt på forskellige portaler. Portaler som scor.dk eller engangsknald.dk, der i højere grad tager udgangspunkt i den seksuelle oplevelse end i det store møde, er perfekte i Anders' øjne.

Kvantiteten kommer til udtryk ved, at Anders forsøger at opnå så mange dates som overhovedet muligt, men i modsætning til Kim ikke går så meget op i de objektive betingelser, men mere i billeder og fotoalbum, efter devisen 'ser hun godt ud, er hun interessant', mens chat sjældent bliver et mål i sig selv, men højst et middel til at opnå flere dates.

Konsekvensen af denne forskydning mod kvantiteten bliver, at Anders fokuserer meget på det at være online for på denne måde at komme i kontakt med så mange som muligt (de to ting hænger også snævert sammen). Dette involverer for eksempel brugen af standardbreve: "Jeg har sådan nogle standardbreve, som jeg har i nogle forskellige skabeloner, som jeg synes passer ind, sådan altså bare for at skabe kontakt". Samtidig er det let at ramme delete-tasten, hvis interessen forsvinder: "Det er meget meget nemt lige at gå videre". Den kvantitative tilgang rummer også elementet af, eller muligheden for, virtuelle møder og cybersex. Dog er det fysiske møde stadig privilegeret frem for det virtuelle:

Det [cybersex] er ikke noget, jeg gør så meget, jeg vil hellere have den ægte vare, men hvis der er nogen, der synes det er sjovt, så kan jeg da godt spille med på den. Men det er ikke fordi jeg sidder og river i banditten samtidig med, det gider jeg sgu' ikke.

Med udgangspunkt i den effektives mål er kvantiteten dog i længden en tvivlsom strategi, idet den integrerer en form for distance eller følelseskulde samtidig med, at det kræver store investeringer at være til stede på en måde, der kan sikre de mange kontakter.

– Nu har jeg jo prøvet mange gange, og useriøse forhold, det er jeg lidt træt af [...]. Jeg tænker over det en gang imellem [at få en kæreste], når jeg ser hvordan andre har det, det kunne være fedt også at finde det, som de har, og jeg ved ikke, om det her netdate det ødelægger en, om man bliver kold.

– Hvad tænker du på?

– Følelsesmæssigt kunne jeg godt forestille mig, at man blev sådan lidt kulret oven i hovedet. I starten var det mest sexpartnere jeg gik efter, og det kan godt være lidt svært at komme væk fra det [...] jeg har svært ved at finde følelserne frem, ikke.”

Hvor Anders til at begynde med opfattede kærligheden som noget unikt og ekstraordinært, så er han langsomt, måske efter adskillige dates, gået over til at opfatte kærligheden som noget ordinært, eller som han siger: “Medmindre man skal nå et eller andet, så kan det godt være, at man japper lidt hurtigt igennem. Jeg har prøvet at have haft flere dates på en dag.”

Der er måske ligefrem tale om, at Anders er begyndt at betragte kærligheden nøgternt, som en begivenhed i hverdagen blandt andre: “Jeg ved ikke om hele det her netdate, det ødelægger en, om man bliver kold [...]. Jeg kender ikke, hvordan de andre har det, men jeg kunne godt forestille mig, jeg synes ikke, – jeg har svært ved at finde følelserne frem, ikke?”.

På en måde tror Anders stadig på den eneste ene, for “Der må sgu’ da være en derude”. Men det er som om, at det mere er blevet en paradoksal overlevering af historier fra medierne og samfundet. I den konkrete praksis betyder de manglende kriterier og den mere nøgterne betragtning af kærligheden, som f.eks. Kim repræsenterer, at Anders ikke arbejder for kærlighedens opståen, men i stedet erstatter dens kvalitative, og mere jordiske, indhold med søgen efter kærlighed gennem kvantitet, dvs. gennem utallige dates. Set ud fra et mediemæssigt perspektiv, så kan man sige, at Anders i høj grad bliver påvirket af internettets logik. De utallige dates og den depersonificerede måde at se andre på begynder langsomt at påvirke Anders forståelse af forholdet og på længere sigt kærligheden.

Den samfundsgjorte kærlighed

Betragter vi de forskellige typer datere, ser vi, at der er stor forskel på opfattelsen af internetdating som medium. For nogle ændrer internetdating selve oplevelsen af kærlighed, de lægger færre følelser i mødet med den anden og på længere sigt i forholdet selv, tror mindre på kærlighed ved første blik (klik) eller lægger enten udelukkende det ydre eller det indre i mennesker til grund for kærligheden. Netop derfor bliver internetdating både en aktiv og et passiv social kraft i relation til kærligheden.

For på nogle områder (eller for nogle datere) skaber internetdating selve mulighedsbetingelserne for den moderne kærligheds opståen, mens den for andre måske fungerer mere passivt ved blot at være et kontaktmedium.

Det samlede billede viser dog, at der er mange forskellige sociale logikker på spil inden for internetdating, og at internetdating langt fra kan forstås som et entydigt fænomen; nogle datere har allerede fra begyndelsen en vis portion skepsis og opfatter mest internetdating som en erstatning for kontaktannoncerne, nogle opfatter måske mest internetdating som en sjov hobby, mens der også er positioner, hvorfra internetdating forbliver alvor og håb – men samlet set giver billedet hverken noget entydig forklaring på, hvad fænomenet internetdating, endsige den moderne kærlighed, er.

Tilgangen til internetdating og kærlighed må altså siges at være forskellig, alt efter hvilken position i internetdatingfeltet vi befinder os i. Denne tendens til differentiering i feltet forstærkes yderligere af de sociale mekanismer, som feltets agenter trækker på for at reproducere den bestående struktur. Der er med andre ord en klar tendens blandt internetdaterne til at vægte egne egenskaber og holdninger over andre. I kærlighedens sprog kan dette lidt populært omtales som: 'Krage søger mage'.

Desuagtet ser vi alligevel en klar tendens til at kærlighedens traditionelle sprog og logik, hvor det at finde den store kærlighed afhænger af skæbnens luner, er blevet erstattet af en kærlighed, hvor forbruget, den kortvarige og flygtige tilfredsstillelse, dominerer tilgangen til kærligheden. Mange mennesker begynder måske på internetdating med forestillinger om kærligheden, der knytter sig til dens mere traditionelle udtryksformer, men ved at tilegne sig internetdatingens vokabularium opstår en diskrepans mellem på den ene side forventninger til den store kærlighed, der fremtræder i sin egen tid og virkelighed, til den konkrete kærlighed, der søges på baggrund af en række specifikke og nøje afstemte kriterier og forventninger til ens fremtidige liv, snarere end som en åbning mod nye og ukendte horisonter. Kærligheden bliver med andre ord et spejl der reflekterer de samfundsmæssige betingelser i og med, at man nøje vælger, hvornår den skal forekomme, hvordan den skal foregå, samt med hvem den skal udfolde sig.

Gennem en terminologi, der matcher den rationalistiske forbruger i shopping-centrene, udvikles en kærlighed, der ikke længere søger at opbygge en etisk relation til en skæbnebestemt anden, men som konstant søger et kærlighedens sprog, der handler om at få mest for pengene og om at skifte ens nuværende vare ud, såfremt der skulle komme nye og smukkere versioner på markedet. Mest fascinerende er dog datingforbrugers reflektive tilgang til kærligheden, hvor hans egen identitet bliver vendt og drejet for ud fra denne at søge en matchende identitet, som hans egen kan indgå i et fornuftigt partnerskab med, i hvert fald så længe begge identiteters børsnotering ligger nogenlunde fast. Denne vision er dog ikke kun en dystopi for den moderne kærlighed. Den forbliver

samtidig et håb om, at kærigheden kan findes i mange andre afskygninger end den romantiske, og at forholdet altid må forny sig for aldrig igen at falde tilbage i stivnede lænker og traditioner. Alt i alt er der næppe nogen tvivl om, at fænomenet internetdating vil forandre mange menneskers forestillinger om den romantiske kærighed – både på godt og ondt.

Litteratur

Blicher, Steen Steensen (1982): *Udvalgte værker*, bind 1, Nordisk forlag

Jones, Steven G. (1998): *Cybersociety 2.0*, Sage Publications

Time (1956): *Time magazine*, 19. nov. 1956, s. 7

ECLS (2005): *Internetdating og flydende kærighed*, www.ecls.dk. Speciale skrevet af Martin Jensen Buch, Troels Schultz Larsen og Casper Radil