



**Bachelorproject ASW
Cursus 2: De uitvoerings- ,
rapportage- en presentatie fase**

**Student: Merel Godschalk 3216489
Begeleidend docent: Peter Selten
Datum: 2 juli 2010**

Inhoudsopgave

	<i>pagina</i>
Voorwoord	4
1. Inleiding	5
2. Probleemstelling	6
3. Literatuur	7
4. Methodologische verantwoording	10
5. Resultaten en analyse	15
§1. De eerste fase van online dating	15
1.1 De eerste keer	15
1.2 Gratis of betaald?	16
1.3 Profiel aanmaken	17
1.4 Contacten	18
§2. Reacties en reageren	19
2.1 Het aanbod	19
2.2 Reageren en reacties krijgen	20
2.3 Teleurstelling	21
2.4 Selectiecriteria	21
§3. ‘Het waarom’ van online dating	25
3.1 Acceptatie van online dating	25
3.2 Motieven voor online dating	26
3.3 De verwachtingen van online daters	30

§4. CMC als date-medium	35
4.1 Self-disclosure	36
4.2 Ontbreken van social context cues	37
4.3 Vrijheid	38
4.4 Persoonlijke controle en eerlijkheid	40
4.5 Real life ontmoetingen	41
6. Conclusie	43
7. Discussie	48
8. Referenties	51
9. Bijlage	52

Voorwoord

Toen dit bachelorproject nog in de kinderschoenen stond, wist ik niet meer dan dat hetgeen wat ik zou gaan onderzoeken onder het onderwerp ‘jongeren en internet’ diende te vallen en dat ik er verstandig aan zou doen een onderwerp te kiezen dat ik, naar eigen invulling, interessant genoeg vond om me het aankomende jaar mee bezig te gaan houden. Dat jaar van lezen, nadenken, bespreken, schrijven, interviewen, analyseren en alles wat er bij een onderzoek doen komt kijken, zit er nu op. Niet altijd liep alles zoals gehoopt, maar uiteindelijk kijk ik tevreden terug op het afgelopen jaar en ben ik blij met het resultaat. Niet alleen met het resultaat dat ik in deze eindrapportage op papier heb gezet, maar ook met het geboekte resultaat in mijn persoonlijke onderzoek, naar wat datgene is wat mij genoeg interesseert en waarmee ik me in de toekomst wil gaan bezig houden.

De geboden vrijheid in dit bachelorproject heeft er grotendeels voor gezorgd dat deze mogelijkheid tot het uitvinden van eigen interesses zijn vruchten heeft afgeworpen. De manier van begeleiding tijdens dit project is daarbij erg van belang geweest. Daarbij hielpen de hulp en beoordelingen van mijn begeleider Peter Selten, vaak in ‘vastgelopen’ tijden en wil ik hem dan ook graag bedanken voor zijn begeleiding. Ten slotte, wil ik ook voornamelijk de deelnemers aan mijn onderzoek bedanken voor hun medewerking en openhartigheid. Het afnemen van de interviews was naast leerzaam, vooral boeiend en leuk. Op de gevoerde gesprekken kijk ik met veel plezier terug. Hopelijk draagt dit onderzoek voor hen en voor anderen geïnteresseerden wat bij aan het begrip van het gebruik van datingsites.

Veel plezier met lezen!

Merel Godschalk

Bachelorstudent Algemene Sociale Wetenschappen
Juli, 2010

1. Inleiding

Alle mogelijkheden die we tegenwoordig tot onze beschikking hebben om te communiceren zijn in een rap tempo opgekomen en zijn zelfs niet meer weg te denken uit onze huidige samenleving: over de hele wereld chatten mensen met elkaar, blijven we in contact door middel van chat- en netwerksites en ook in de zakenwereld worden de meeste deals via het internet gesloten. Met de opkomst van CMC zijn er allerlei vragen ontstaan over de invloed van deze nieuwe manieren van communiceren op het menselijke gedrag en in dit onderzoek zal de specifieke vorm van CMC, *online dating*, centraal staan.

De aanleiding van dit onderzoek werd gevormd door het grote aanbod van datingsites en de populariteit ervan, die daaruit opgemaakt kan worden. Duizenden singles in Nederland beproeven hun geluk in de liefde online en schrijven zich in op een datingsite. Voor iedere doelgroep is in het online dating-circuit wat wils: van senior datingsites, tot sites voor hoogopgeleiden, alleenstaande ouders en religieuze online daters, alle doelgroepen worden vertegenwoordigd. Uit deze populariteit kwam een persoonlijke nieuwsgierigheid voort en wilde ik me graag gaan verdiepen in het fenomeen online dating en daarbij de online communicatie en de invloed daarvan op het date-proces, in het bijzonder. Met het op het eerste gezicht, tegenovergestelde en toch ook veelvoorkomende perspectief van CMC waarin een onpersoonlijk karakter van de online communicatie wordt veronderstelt, leek online dating mij bij uitstek een geschikt onderdeel van CMC om de invloed van deze ‘nieuwe’ communicatie op het menselijke gedrag, nader te bestuderen.

Deze rapportage valt in drie delen onder te verdelen. Zo kunt u in het eerste gedeelte de probleemstelling van het onderzoek, een selectie van relevante literatuur en de methodologische verantwoording van het onderzoek vinden. Het tweede gedeelte staat in het teken van de resultaten en een analyse van een aantal interviews met online daters. Op basis van ‘§1. De eerste fase van online dating’, kunt u een indruk verkrijgen van het fenomeen online dating, om vervolgens in ‘§2, Reacties en reageren’ al dieper in te gaan op de contacten die online daters hebben. In ‘§3. Het waarom van online dating’ zullen de motieven en verwachtingen van online daters beschreven worden en kunt u ten slotte in ‘§4. CMC als date-medium’ lezen hoe de kenmerken van CMC worden ervaren door online daters. In het laatste gedeelte zijn de conclusies en discussie te lezen en zijn de referenties en een bijlage met de gehanteerde topiclijst van de interviews toegevoegd. Al met al is deze rapportage een omvangrijk en veelzijdig stuk geworden, wat hopelijk kan bijdragen aan de kennis die er is

over de ervaringen van online daters en hun online communicatie. Hoe de probleemstelling van dit onderzoek geformuleerd is, kunt u in het volgende stuk lezen.

2. Probleemstelling

Anno 2010 is online dating voor velen een veel gebruikt en toegankelijk middel geworden om op zoek te gaan naar een date, partner of relatie. Een logische ontwikkeling misschien, gezien de algehele opkomst van het internet en de door computer gemedieerde communicatie, waarvan al een aantal jaar volop gebruik wordt gemaakt. Toch wordt online dating, als één van de onderdelen van CMC vaak als bijzonder of ‘anders’ beschouwd. Een bepaalde tegenstrijdigheid in het zoeken naar liefde en / of intimiteit en dat via het internet doen wordt door velen namelijk veronderstelt. Zo wordt online communicatie vaak als onpersoonlijk beschouwd en kan het daarom als tegenstrijdig worden ervaren dat online daters juist heel persoonlijke verwachtingen hebben van hun online dating.

De term online dating zou vertaald een afspraakje op het internet betekenen, waarmee een mogelijk real life verloop van een online contact niet direct duidelijk wordt, terwijl een focus op real life vaak wel tot de verwachtingen van een online dater behoort. Juist doordat online daters op het internet op zoek gaan naar liefde en intimiteit maakt van hen een bijzondere groep, die met bepaalde verwachtingen gebruik maken van CMC. Om uit te zoeken hoe enerzijds de verwachtingen van online daters en anderzijds kenmerken van online dating en CMC met elkaar in relatie staan, luidt de onderzoeksvraag van dit onderzoek als volgt: *‘Wat zijn de ervaringen van online daters en hun, door computer gemedieerde, communicatie?’*

Doelstelling

De *wetenschappelijke relevantie* van dit onderzoek bestaat uit een inzicht verschaffen in de ervaringen van online daters, om daardoor een beter beeld te krijgen van de mogelijke effecten van CMC. Hierover zijn al veel algemene theorieën ontwikkeld, maar in dit onderzoek zal de online dater en zijn positie ten opzichte van online communicatie centraal staan. Met deze verdieping in de effecten van CMC op onze interpersoonlijke relaties, waarover in de afgelopen jaren steeds meer vragen zijn ontstaan, wordt een actueel onderwerp binnen de huidige samenleving aangesneden en hierin bevindt de *maatschappelijke relevantie*

van dit onderzoek zich dan ook. De ervaringen van online daters met CMC kunnen mogelijk een vernieuwende blik op dit onderwerp bieden.

Zowel interdisciplinariteit als probleemgerichtheid staan centraal in de doelstelling van dit onderzoek. Zo is de gebruikte literatuur ter ondersteuning van dit onderzoek, afkomstig uit verschillende disciplines: zowel communicatietheorieën, als inzichten uit de psychologie en uit de sociologie zullen aan bod komen. De probleemgerichtheid bevindt zich wederom in de actualiteit van het onderwerp en in de maatschappelijke vraagstukken die de ongekende mogelijkheden tot communiceren middels CMC met zich meebrengen.

3. Literatuur

Uit een eerder uitgevoerde, breed opgezette literatuurstudie, waarin de kenmerken van online dating en de beïnvloeding van die kenmerken op het date-proces zijn bestudeerd, zijn een aantal theorieën en literatuurbronnen geselecteerd ter ondersteuning en onderbouwing van de resultaten uit dit onderzoek. Deze literatuur zal nu kort uiteen worden gezet.

Ter verduidelijking van de populatie van online daters en om daarna verder in te kunnen gaan op het fenomeen online dating, werd in de literatuurstudie aandacht besteed aan de persoonskenmerken van online daters. De onderzoekers Valkenburg en Peter gingen hiernaar op zoek in 2007 en uit hun onderzoek bleek een eenduidige, specifieke karakterisering van online daters niet haalbaar. Een vermoeden van de auteurs was daarbij dat de online populatie tegenwoordig steeds meer wordt gerepresenteerd door de offline populatie, vanwege de vergrote toegankelijkheid en bekendheid van het internet, waardoor online en offline daters niet per se van elkaar zouden verschillen. Leeftijd werd Valkenburg en Peter (2007) wel genoemd als bepalende factor: mensen rond de 40 zouden online het meest actief zijn, aangezien het voor hen lastig is om op een traditionele manier aan een partner te komen. Dit omdat zij vaak gescheiden zijn en werk en zorg voor kinderen moeten combineren. Deze aanname sluit enigszins aan bij een onderzoek van Brym en Lenton (2002)ⁱ, waarin de populariteit van online dating mede wordt verklaard door carrièredruk en tijdsgebrek die de mogelijkheden voor sociale activiteiten en het ontmoeten van nieuwe mensen zouden verhinderen.

Uit bovenstaande beschrijving kan worden opgemaakt dat persoonskenmerken van online daters –als die al te bepalen zijn- in verband worden gebracht met de sociale context waarin de populariteit van online dating zich ontwikkeld heeft. In de literatuur bestaat een

dominant, contextueel kader waar vanuit naar deze ontwikkeling gekeken wordt: het kader van detraditionalisering. Opvattingen over liefde en intimiteit worden in dit kader gebaseerd op een aanname dat we leven in een periode van detraditionalisering, waarin sociaal-culturele tradities achterwege worden gelaten en worden vervangen. (Barraket & Henry-Waring, 2008) Erg diep zal in dit onderzoek niet worden ingegaan op deze context, maar enkel het bestaan van deze dominante blik binnen de literatuur is al van belang in dit onderzoek.

Voornamelijk de literatuur waarin wordt ingegaan op de aard van de door computer gemedieerde communicatie, ofwel CMC, en de invloed ervan op de manier van online dating, is centraal komen te staan in dit onderzoek. Zo is over de manier waarop mensen online relaties aangaan, al veel geschreven binnen de bestaande literatuur en ook is al wat onderzoek gedaan naar de verschillen tussen offline en online communicatie in de setting van dating. Eén van de vroegste theorieën ontwikkeld over CMC, is de social context cues theorie van Sproul en Kiesler (1986)ⁱ. Later, behoort deze theorie volgens Walther (2006)ⁱⁱⁱ, in het perspectief van CMC als onpersoonlijke communicatie. Social context cues ontbreken namelijk in online communicatie en juist deze cues worden beschouwd als indicatoren voor ‘gepast’ gedrag. (Sproul & Kiesler, 1986) In dit onderzoek zullen de ontbrekende social context cues ook aan bod komen, echter worden ze niet perse benaderd als ondersteunend voor een onpersoonlijk perspectief op CMC, maar als kenmerkend voor online communicatie. Zo vormen de social context cues een soort verzamelnaam voor de cues die in online communicatie ontbreken ten opzichte van real life communicatie. Naast het onpersoonlijke perspectief op CMC riep Walther in 2006 ook nog twee andere perspectieven in het leven: het interpersoonlijke en het hyperpersoonlijke perspectief op CMC. In het interpersoonlijke perspectief worden de kenmerken van CMC al als minder onpersoonlijk beschouwd dan in het onpersoonlijke perspectief en in het hyperpersoonlijke perspectief verandert dit onpersoonlijke karakter in een hyperpersoonlijk karakter. Individuen zouden zich volgens het hyperpersoonlijke perspectief juist beter kunnen uitdrukken online dan in real life, waardoor er meer self-disclosure optreedt. In dit laatste perspectief staat het begrip self-disclosure centraal, waarvan veel verschillen de definities bestaan. In dit onderzoek zijn, geselecteerd uit een aantal gehanteerde definities door Gibbs et al. (2006), de volgende twee aangehouden:

ⁱ Zie Barraket & Henry-Waring voor verwijzing naar Brym & Lenton (2002)

ⁱⁱ Zie Wood & Smith voor verwijzingen naar Sproul & Kiesler (1986)

ⁱⁱⁱ Zie Wood & Smith voor verwijzingen naar Walther (2006)

‘Self-disclosure bestaat uit elke boodschap die een individu communiceert over het zelf naar een ander’ (Cosby 1973; Wheelles, 1978)

‘Self-disclosure is een sleutelaspect in de ontwikkeling van persoonlijke relaties, aangezien het er voor zorgt dat mensen aan elkaar gehecht raken en nader tot elkaar komen.’ (Derlega, Winstead, Wong & Greenspan, 1987)

Onderwerpen die in wat specifiek onderzoek naar online date-communicatie vaak aan bod komen zijn vrijheid, persoonlijke controle en eerlijkheid. Barraket en Henry-Waring (2008) beschrijven in hun onderzoek naar sociologische perspectieven op online dating dat het gebruik van datingsites, online daters de mogelijkheid biedt om contact te leggen met nieuwe mensen, zonder afhankelijk te zijn van al bestaande sociale netwerken. Volgens Gibbs et al. (2006) zou deze vrijheid volgens velen, echter wel voor bedrog kunnen zorgen: het gevaarlijke onbekende veroorzaakt dat men niet meer weet met wie zij zich inlaat. Ellison et al. (2006) gaven op dergelijke aannames als tegenargument dat uit hun onderzoek blijkt dat online daters niet expliciet en / of intentioneel liegen in hun zelfpresentaties, waardoor het bedrog online niet groter is dan in real life. Positieve consequenties van de ‘online vrijheid’ kwam in de literatuur ook naar voren: online daters ervaren online dating als een mogelijkheid om hun eigen seksualiteit op een nieuwe manier uit te zoeken en uit te drukken, vrij van de normatieve invloed van de eigen sociale netwerken. (Rosen et al., 2008)

Naast dat de onderwerpen vrijheid en eerlijkheid veel voorkomen in de literatuur over online dating, blijken ze ook met elkaar samen te hangen. Dit geldt ook voor het laatste onderwerp ‘het niveau van persoonlijke controle’: online heeft men meer controle over de non-verbale elementen van de zelfpresentatie –ofwel: social context cues ontbreken-, waardoor zij meer controle hebben over wat ze een ander van het te weten laten komen. Een favoriete indruk van jezelf kan zo gemakkelijker worden gegeven, mede omdat er meer tijd is om doordachte of beter gearticuleerde reacties te geven. (Wood en Smith, 2001) Een verhoogde persoonlijke controle beïnvloedt zo mogelijk de eerlijkheid van online daters en draagt bij aan hun ‘online vrijheid’.

Ten slotte werd er in de literatuurstudie aandacht besteed aan de verwachtingen van online daters en de invloed daarvan op hun communicatie. Zo onderbouwden Gibbs et al. (2006) in hun onderzoek naar zelfpresentaties online, dat online daters met de verwachting van een real life ontmoeting voortgekomen uit hun online contact, meer self-disclosure in hun online contact vertonen, dan degenen die geen real life verwachtingen hebben. Specifieke

verbanden tussen de verwachtingen van online daters en hun zelfpresentaties online zullen niet gemaakt worden in dit onderzoek, maar het idee dat de verwachtingen van online daters van invloed zijn op hun manier van online dating, is in dit onderzoek zeer bepalend geweest.

4. Methodologische verantwoording

Om de onderzoeksvraag “*Wat zijn de ervaringen van online daters met hun, door computer gemedieerde, communicatie?*” te beantwoorden is er binnen dit onderzoek gekozen voor een kwalitatieve onderzoeksmethode. De operationalisering van ‘ervaringen’ in dit onderzoek is tweedelig: enerzijds verwijst ‘ervaringen’ naar hoe online daters omgaan of zijn omgegaan met online dating en hoe zij online dating hebben ondervonden, anderzijds dient het begrip ‘ervaringen’ als verwijzing naar een waardeoordeel van online daters en hun online dating. De operationalisering van ‘door computer gemedieerde communicatie’ spreekt in principe voor zich en zal in deze rapportage voornamelijk met de afkorting CMC worden aangeduid.

Dataverzameling

Door middel van halfgestructureerde interviews werd de data voor het onderzoek verzameld. De voorbereiding voor deze interviews bestond o.a. uit het ontwikkelen van een topiclijst: op basis van de voorafgaande literatuurstudie zijn een aantal topics tot stand gekomen. (zie bijlage 1 voor de gehanteerde topiclijst). Veel onderwerpen uit de literatuurstudie komen er in aan bod, echter bleek na alle interviews dat er in de gesprekken op een aantal topics meer focus lag dan op andere. Voornamelijk de topics ‘hedendaagse intimiteit en liefde’ en ‘persoonskenmerken van online daters’ kwamen op de achtergrond. Over deze onderwerpen zal in de resultaten en analyse dan dus ook weinig te lezen zijn en de daarbij horende literatuur zal minder of niet aan bod komen. In de discussie van dit onderzoek valt meer te lezen over deze verscherping van focus in de interviews.

Ook het werven van deelnemers aan de interviews en het maken van afspraken met hen, maakte deel uit van de voorbereidingen. Uiteindelijk vond de daadwerkelijke dataverzameling plaats in een periode van drie weken en op twee interviews na, vonden ze allemaal plaats bij de deelnemers thuis. De twee uitzonderingen van locatie waren: bij een geïnterviewde op het kantoor en in een lunchgelegenheid. In totaal zijn 13 interviews afgenomen met een gemiddelde duur per interview van 45 minuten.

De interviews verliepen over het algemeen vlot en soepel. In alle gevallen diende de topiclijst enkel als richtlijn voor de interviews. De geïnterviewden brachten hierbij zelf veel verschillende onderwerpen in de gesprekken, waarbij vaak ruimte was voor wat humor. In een aantal gevallen waren interviewer en geïnterviewde al bekenden van elkaar, wat voor een ontspannen sfeer zorgde, maar ook van invloed geweest kan zijn geweest op wat de geïnterviewden wel en niet verteld hebben. Alle interviews waren echter rijk aan (nieuwe) informatie en mogelijk mede door de benadrukking van de discretie van de interviewer, stelde de geïnterviewde zich vaak heel open op en leek er ik de meeste gevallen een vertrouwensband te zijn of te zijn ontstaan. Geïnterviewde en interviewer waren in de helft van de gevallen totale vreemden van elkaar, dit leek niet van invloed op het verloop van interviews in vergelijking met wanneer geïnterviewde en interviewer elkaar wel kende.

Ten slotte was in de fase van dataverzameling het stellen van open vragen en het zo min mogelijk laten meespelen van de eigen voorkeuren van de onderzoeker van belang. Door een zo veel mogelijk waarderingsvrije houding van de onderzoeker, werd er door de geïnterviewden soms opvallende en niet-sociaal wenselijke input gegeven. Om een verkeerde interpretatie van de onderzoeker te voorkomen, resumeerde deze tijdens de interviews vaak wat geïnterviewden vertelden, zodat zij hier eventueel weer op in konden haken of zich konden verduidelijken.

Nu de belangrijkste onderdelen van de fase van dataverzameling besproken zijn, zal er verder worden ingegaan op de samenstelling van de onderzoekspopulatie.

De onderzoekspopulatie

Bij het selecteren van de onderzoekseenheden is rekening gehouden met een gelijke verdeling van geslacht en leeftijd, daarbij werd wel gelet op een zo groot mogelijke diversiteit in leeftijd. Selectie op etniciteit, zoals beschreven in het plan van aanpak, is na nadere overweging buiten beschouwing gelaten; gezien de kleine hoeveelheid respondenten leek de selectie op etniciteit overbodig, omdat het geen toegevoegde waarde voor het onderzoek zou vormen. Later in het selectieproces is wel gelet op het selecteren van ‘bijzondere eenheden’, gebaseerd op theorie uit de bestaande literatuur en op de tussentijdse analyses, waaruit vragen ontstonden over bepaalde deelaspecten van het onderzoek. Zo werd later in het proces van werving van deelnemers rekening gehouden met de ervaring van een deelnemer met een

uiteindelijke ontmoeting in real life, zijn of haar geaardheid en gezien de nadruk op uiterlijkheden bij online dating, naar voren gekomen in eerdere interviews, werd uiteindelijk ook een blinde deelnemer geselecteerd. Aan de hand van de criteria zoals geformuleerd in het plan van aanpak zijn deelnemers in eigen omgeving geworven. Via vrienden, familie en bekenden is op zoek gegaan naar online daters die aan de selectiecriteria voldeden, daarbij is gebruik gemaakt van een oproep via Hyves om zoveel mogelijk mensen te bereiken. De gehanteerde criteria voor de deelnemers tijdens de werving waren:

- ❖ De respondenten zijn Nederlanders uit de leeftijdscategorie 18 – 60 jaar
- ❖ De respondenten hebben voor minimaal een periode van vier maanden online gedate / de respondenten daten voor minimaal een periode van vier maanden online.

Online daten werd voor het tweede criterium gedefinieerd als *‘het gebruik maken van een site die mensen in contact brengt met anderen, met als doel een geschikte partner te vinden.’* De totale onderzoekspopulatie bestaat uiteindelijk uit 13 onderzoekseenheden, waarvan 6 mannen en 7 vrouwen. Gezien de relatief kleine omvang van het onderzoek, is ook deze omvang van het aantal onderzoekseenheden gering. De leeftijden van de onderzochten liggen tussen de 20 en 54 jaar. Verdere noodzakelijke beschrijving van de onderzoekseenheden zal later in de resultatensectie aan bod komen, daarbij zal in ieder geval steeds worden verwezen naar geslacht en leeftijd: met een M of een V voor man of vrouw, gevolgd door de leeftijd.

Analysestrategieën en gehanteerde methoden

Ter ondersteuning van een systematische werkwijze tijdens het onderzoek zijn een aantal analysestrategieën en methoden gehanteerd. Met behulp van het analyseprogramma MAXQDA10 zijn na de dataverzameling, alle gegevens enerzijds geordend vanuit de bestaande literatuur en anderzijds aan de hand van de onderwerpen die in de interviews aan bod kwamen en in sommige gevallen door de geïnterviewden zelf werden gebruikt. Volgens dit tweede ordeningsprincipe ontstonden de belangrijke codes zoals ‘drempel’, ‘uiterlijk’, ‘klik’ en ‘eerste indruk’. Codes die ontstaan zijn uit de al bestaande literatuur betroffen voornamelijk de onderwerpen die ingaan op CMC en online dating. Dit waren o.a. ‘self-disclosure’, ‘persoonlijke controle’ en ‘ontbrekende social context cues’.

Dataverzameling en data-analyse hebben elkaar tijdens het onderzoek afgewisseld, waardoor er tussentijds nieuwe vragen ontstonden en veronderstellingen over de samenhang tussen categorieën veranderden. Zo werd bij het analyseren van de eerste interviews pas een duidelijk onderscheid gemaakt tussen de motieven en de verwachtingen van online daters, omdat bleek dat het kiezen voor online dating heel andere zaken betreft dan de uiteindelijke verwachting die de online daters hebben van hun online contact. Met dit onderscheid kon in de daarop volgende interviews rekening worden gehouden en werd hierover meer doorgevraagd. Een ander voorbeeld van deze constante vergelijking tijdens het onderzoek werd al eerder beschreven bij de selectie van de onderzoeksgroep: op basis van al verzamelde gegevens werden een aantal deelnemers geselecteerd.

Validiteit en betrouwbaarheid

Zoals bij kwalitatief onderzoek de interpretatie van de data door de onderzoeker altijd een belangrijke rol speelt en daarmee een lage betrouwbaarheid van het onderzoek wordt veroorzaakt, geldt dat ook voor dit onderzoek. Een systematische werkwijze tijdens het onderzoek is daarbij wel nagestreefd. Dit kan deels worden opgemaakt uit bovenstaande beschrijvingen van selectie van de onderzoekspopulatie en van de analysemethoden, maar ook uit de halfgestructureerde interviews middels een topiclijst gebaseerd op bestaande literatuur. Om de betrouwbaarheid en de controleerbaarheid van het onderzoek vast te stellen, zou een herhaling van het onderzoek of triangulatie, door middel van het vergelijken van de resultaten van dit onderzoek met een ander soortgelijk onderzoek, uitgevoerd kunnen worden.

De situaties waarin de interviews hebben plaatsgevonden waren voornamelijk bij de geïnterviewden thuis. Dit zorgde enerzijds voor een laagdrempelige deelname aan het onderzoek en anderzijds is een vertrouwde omgeving, waarin de geïnterviewde op zijn/haar gemak is, ook belangrijk voor de volledigheid van de verkregen gegevens uit de interviews. Een nadeel van deze opzet is echter dat het als onderzoeker lastig is om invloed uit te oefenen op de omgeving waar het interview plaats vindt. Voorbereidingen zijn moeilijker te treffen, waardoor het een enkele keer voorkwam dat er bijvoorbeeld een onderbreking plaatsvond tijdens het interview (telefoon of bezoek) en bij twee van de dertien interviews vond het gesprek niet geheel één op één plaats, waardoor de geïnterviewden mogelijk beïnvloed werden in het beantwoorden van de vragen.

De minder gestandaardiseerde methoden, zoals al een aantal keer aan bod gekomen in

deze verantwoording, worden vanuit het interpretatieve uitgangspunt van dit onderzoek als noodzakelijk geacht om de ervaringen van de geïnterviewden te begrijpen en daarmee de interne validiteit te vergroten. Vanwege de mogelijkheid tot doorvragen, maar ook door bij de geïnterviewden in hun omgeving te zijn, konden een aantal aspecten van de ervaringen met online dating en de online communicatie beter geïnterpreteerd worden. Zo lieten een aantal geïnterviewden bijvoorbeeld hun profiel op de datingsites zien en kon in sommige gevallen ook kennis worden gemaakt met de eventuele partner die de geïnterviewde online had leren kennen. Daarbij was de mogelijkheid voor de geïnterviewden tot eigen input in de interviews van belang, omdat zij zelf aan konden geven wat voor hen belangrijke aspecten waren van hun online date ervaringen. Zo vormden de verkregen gegevens een goede afspiegeling van de werkelijkheid.

Zoals in het plan van aanpak al werd beschreven, wordt middels dit onderzoek echter geen statistische generalisatie nagestreefd. De resultaten dienen een beschrijving te geven van de ervaringen van de onderzochte populatie. Inzichten die in de analyse, mede op basis van de al bestaande literatuur over online dating zijn ontstaan, kunnen echter wel weer toegepast worden in soortgelijk onderzoek met als onderzoeksonderwerp online dating en / of CMC.

5. Resultaten en analyse

§1. De eerste fase van online dating

Om een algemene indruk van online dating en de werking ervan te verkrijgen, zal in deze paragraaf een schets worden gemaakt van de eerste fase waarin online daters belanden wanneer zij beginnen met online dating. In de interviews was deze eerste fase een veel besproken onderwerp. Zo vertelden sommigen dat er met het beginnen aan online daten een wereld voor hen open ging, terwijl anderen de eerste fase vooral als onwennig ervoeren. Om deze ervaringen van de online daters te beschrijven zal nu wat aan bod komen over het aanmelden op en kiezen van een datingsite, het maken van een profiel, maar ook over het eerste contact leggen met andere online daters.

1.1 De eerste keer

Alle geïnterviewden uit het onderzoek zijn via reclames op televisie, radio en internet of door andere online daters op het idee gekomen om eens een datingsite te bekijken. Vaak maakten de beginnende online daters van een betaalde site gebruik van een proefperiode, om er zo eerst een kijkje te kunnen nemen. Wanneer hun nieuwsgierigheid dan genoeg werd gewekt, kwam daar een officieel lidmaatschap uit voort. Kenmerkend voor die proefperiode is een afwachtende houding: je kunt wat rondkijken op de site en in het aanbod, maar vaak niet eens reageren op anderen. Dit bleek voor een aantal van de online daters zeer functioneel te zijn: het hielp hen de drempel naar een actieve houding op de site te verlagen. Veel van de geïnterviewden lieten blijken moeite te hebben gehad met de stap het ‘online dating circuit’ te betreden. Een voorname oorzaak voor deze aarzeling was, voor in ieder geval zes van de geïnterviewden, schaamte: het veelvoorkomende idee dat ‘online dating voor mensen is die niet op een normale manier aan iemand kunnen komen’ (M38, V27, V46, V53 en V53) werd door vijf van de online daters genoemd. Één (M38) van hen vertelde het voorheen een ‘kneuzenkermis’ te vinden, terwijl een ander (V27) voornamelijk bang was herkend te worden en dan ‘wel heel wanhopig over zou komen’. Schaamte en acceptatie van de omgeving blijken beiden een rol te spelen bij het ervaren van een ‘drempel’ om te beginnen met online daten, hierover kan meer worden gelezen in paragraaf 3. Nu eerst zal er verder worden ingegaan op de beginfase van online dating, om te beginnen met de keuze voor een bepaalde dating site.

1.2 Gratis of betaald?

Het hebben van een betaald of niet-betaald lidmaatschap op een datingsite is bepalend voor de toepassingen en mogelijkheden die de online daters tot hun beschikking hebben. Dit geldt alleen voor de betaalde sites, aangezien er ook veel datingsites bestaan waarvoor niet betaald hoeft te worden. Een aantal toepassingen die mogelijk uitgebreid worden wanneer een gebruiker gaat betalen voor de service zijn: het aantal plaatsbare foto's op het eigen profiel, de grootte van de eigen foto in het aanbod voor zoekende, de mogelijkheid te kunnen zien wie jou profiel heeft bezocht / bekeken en ook niet alleen berichtjes kunnen ontvangen, maar ook reacties op anderen kunnen sturen. Deze mogelijkheden kunnen een reden zijn om voor de ene site te kiezen in plaats van voor een andere en kunnen er ook voor zorgen dat gebruikers eens op een andere site gaan kijken. Hierin schuilt een commercieel aspect van online dating: vanuit de sites wordt moeite gedaan om betaalde leden te krijgen en de gebruikers worden overtuigd van de voordelen van de extra opties die zij krijgen als ze gaan betalen. Één van de geïnterviewden (M52) werd hiervan wat achterdochtig: *'Opeens kreeg ik nadat ik gestopt was met betalen een aantal berichten van de site waarin stond dat er een hele hoop reacties op me waren gegeven. Je kunt die berichten als onbetaald lid niet lezen, maar als betaald lid kreeg ik nooit reacties, dus zo probeerde ze me gewoon over te halen om weer te gaan betalen.'*

Een andere reden die zes online daters uit het onderzoek gaven voor de mobiliteit in lidmaatschap van de verschillende sites, was het onderling bespreken ervan. Bekenden, collega's, maar ook de online contacten van de site bespreken het aanbod en de mogelijkheden van de sites. Of online daters het waard vinden om te betalen voor de service van een dating site werd door de geïnterviewden een aantal keer in verband gebracht met hun motieven en verwachtingen van online dating. Volgens sommigen zouden degenen die serieus op zoek zijn, eerder bereid zijn om te betalen dan degenen die 'voor de lol' online daten. Hierover wederom meer in paragraaf 3.

Naast de prijs van een site en de mogelijkheden die een site biedt, speelt ook de doelgroep van de datingsite een rol bij de keuze voor een site. De meeste geïnterviewden maakten gebruik van algemene sites, zoals relatieplanet.nl en lexa.nl en vijf van hen hadden ervaring met speciale doelgroep datingsites. Dat waren adultfriendfinder.com, voornamelijk voor seksgerichte contacten, netsamen.nl voor een spirituele doelgroep, gayromeo.com, een communitysite voor homo's en de site mooiemensen.nl voor online datend Nederland dat op zoek is een naar 'mooi' contact.

1.3 Profiel aanmaken

Bijna alle geïnterviewden vertelden dat het maken van een profiel een proces is waarin je nadenkt over hoe je jezelf wilt presenteren. Dit werd door een aantal kracht bijgezet met termen als ‘jezelf te koop zetten’ of ‘jezelf in een etalage plaatsen’. Het viel op dat de meeste vrouwelijke online daters veel meer vertelden over het proces van het maken van hun profiel en hoe het er uit zag, dan dat de mannen deden. Zo vertelde één mannelijke online dater (M38): *‘Ik heb niet lang nagedacht over het maken van mijn profiel, ik heb gewoon de dingen ingevuld waarom ze vroegen en dat was het eigenlijk wel.’*

De andere mannelijke geïnterviewden vertelden er wel over na te denken hoe zij hun profiel vormgaven, daarbij gingen zij voornamelijk in op het geschreven gedeelte van het profiel. Één van de mannelijke online daters (M24) gaf aan dat hij het vond opvallen dat mensen zich heel erg proberen te onderscheiden op de site, omdat ze toch willen opvallen in een database met tienduizenden anderen. Dit kwam op hem enigszins geforceerd over, terwijl een andere mannelijke online dater (M52) aangaf veel van hetzelfde soort profielen tegen te komen, waarin mensen vertelden op zoek te zijn naar iemand *‘om mee te wandelen, uit te gaan en lekker op de bank een dvd'tje te kijken onder het genot van een glas wijn’*. Hieruit kan worden opgemaakt dat de manier van presenteren van online daters door andere online daters verschillend ervaren wordt. Dit kan van allerlei factoren afhangen; zo daten de twee geïnterviewden op verschillende sites en zochten ze ook naar profielen in verschillende leeftijdscategorieën, gezien hun eigen leeftijd.

Naast de meer uitgebreide uitleg van de vrouwelijke online daters over hun profiel en het maken ervan, legden zij voornamelijk veel meer nadruk op het plaatsten van een eigen foto bij het maken van een profiel, dan de mannen. Zo vertelden vier van de zeven vrouwen niet meteen een foto te hebben geplaatst toen zij begonnen met online dating, twee (V27 en V53) omdat ze bang waren om te worden herkend en de andere twee (V38 en V53) voornamelijk vanuit het idee eerst *‘de kat uit de boom te willen kijken’*. Alle vier hadden zij dezelfde ervaring met het uiteindelijk toch wel plaatsen van een foto, aangezien ze daarna allemaal veel meer reacties kregen. Eén van hen (V53) zei hierover het volgende: *‘In het begin vond ik het echt doodeng, voornamelijk om er een foto op te zetten. Samen met mijn zoon had ik er uiteindelijk twee foto's opgezet, maar toen was ik ze daarna vergeten onzichtbaar te maken, terwijl ik voor werk een paar dagen op reis ging. Mijn zoon wilde dat*

ook niet voor me doen natuurlijk, hij zei: Mam, je moet er wel foto's op zetten, je reageert zelf toch ook niet op profielen zonder foto!'

Op twee geïnterviewden na, verklaarden alle mannelijke en vrouwelijke online daters niet te reageren op fotoloze profielen. De foto kan daarom als een veel gebruikt middel voor het selecteren van contacten beschouwd worden. Hierop zal verder worden ingegaan in de volgende paragraaf, nu zal eerst de manier van contact zoeken, als onderdeel van de eerste fase van online dating, nog worden beschreven.

1.4 Contacten

Nadat er een profiel aangemaakt is, kunnen de gebruikers van online datingsites daadwerkelijk in contact komen met anderen leden / gebruikers van de site. Per site zijn de toepassingen en de mogelijkheden voor het zoeken naar contacten verschillend: bij de ene site kan een matchprofiel aangemaakt worden, aan de hand waarvan door de site matches worden gemaakt tussen de leden van de site. Vaker gaan de gebruikers zelf op zoek naar contacten en kunnen zij op basis van, meestal door de site gestelde vragen, contacten selecteren. Zodra de gebruikers in contact willen komen met iemand, zijn daar wederom verschillende mogelijkheden voor. Het grootste deel van de geïnterviewden maakte voornamelijk gebruik van het sturen van berichten, vergelijkbaar met e-mailen, ook werd er door de geïnterviewden gechat met contacten van de site. Dit gebeurde echter altijd buiten de site om: contacten wisselden email adressen uit en gingen via MSN verder met chatten. Ook bestaat er op een aantal sites de mogelijkheid om elkaar kleine, geautomatiseerde berichtjes of emoticons te sturen: zo kunnen de online daters door middel van een 'love', een 'flirt' of een 'crush' interesse in elkaar tonen.

Met een afsluitende beschrijving van de manier waarop op datingsites contact kan worden gelegd met andere online daters, zijn de belangrijkste aspecten van de eerste fase van online dating in deze paragraaf aan bod gekomen. Nu een indruk van de werking van online dating is gegeven, is het gezien de focus van dit onderzoek, van belang dieper in te gaan op de contacten die via de sites worden aangeaan. Het reageren op anderen, het krijgen van reacties en het selecteren van contacten online waren in de interviews veel besproken onderwerpen als het ging om het online contact en lijken daarmee de activiteit van het online daten globaal te omvatten. Hierover nu meer in de volgende paragraaf.

§2. Reacties en Selecteren

Het online contact op de datingsites draait naast het krijgen van reacties, om het reageren op en selecteren van anderen uit de database van de site. Gestuurd door allerlei persoonlijke voorkeuren, gevoelens en indrukken die contacten van elkaar krijgen reageren de online daters wel of niet op elkaar en besluiten zij of ze iets terug sturen naar iemand of niet. Naast dat het reageren op elkaar en het voeren van een gesprek online, zich heel anders kenmerkt dan in real life (hierover meer in §4), biedt het gebruik van CMC ook eindeloze mogelijkheden voor het selecteren van contacten. Hoe dit reageren en selecteren in zijn werk gaat en waarop de online daters zich voornamelijk baseren bij een keuze voor een contact, is te lezen in deze paragraaf.

2.1 Het aanbod

Alle online daters vertelden direct en / of indirect over het grote aanbod op de sites en dat het zorgt voor een vergroting van je netwerk. Het aanbod waarin gezocht kan worden werd voor alle geïnterviewden aanzienlijk groter. Zo zei één (M21) van hen hierover: *‘Online dating is heel exploratief. Eigenlijk is het hetzelfde met online shopping: je kunt heel veel zien in een korte tijd.’*

Het aanbod werd door middel van online dating niet alleen groter, de geïnterviewden konden erdoor ook gericht op zoek dan in andere situaties. Zo beschreven sommigen geïnterviewden moeilijkheden te ervaren met het vinden van contacten in hun eigen of bestaande netwerk, maar was er in sommige gevallen ook sprake van bepaalde wensen en verwachtingen van een contact, waaraan de online daters in eigen omgeving niet konden voldoen. Voorbeelden hiervan zijn: andere homo's vinden (M21 en V53), op zoek naar mensen met eenzelfde levensvisie middels een doelgroep datingsite (M38) en zoeken naar nieuw contact met een objectieve blik (V24). Het voordeel van het grote aanbod online en het minder moeite ervaren met het vinden van de juiste contacten, kan worden beschouwd als een motief voor online dating, waaraan in de volgende paragraaf aandacht besteed zal worden.

Op de sites kan op concrete eigenschappen, zoals leeftijd, geslacht, woonplaats, geaardheid, postuur etc. gemakkelijk geselecteerd worden, waardoor het aanbod met één druk op de knop kan worden voorgesorteerd. Een extra bijkomstigheid van het aanbod op datingsites is daarbij dat de aanwezigheid op een dergelijke site al een voorselectie op zich is: mensen daar zijn ook op zoek. De aanname dat alle online daters ook daadwerkelijk single

zijn is echter een stapje te ver: meerdere geïnterviewden vertelden over het aantal getrouwde mensen dat te vinden is op de datingsites. Één van de geïnterviewde (V39) gaf haar idee van al getrouwde online daters als volgt: *‘Die zijn op zoek naar een extraatje, of ze zijn niet gelukkig in hun huidige relatie en gaan alvast op zoek naar een volgende.’*

2.2 Reageren en reacties krijgen

Voordat er wordt ingegaan op de selectiecriteria van de online daters, is het van belang hun ervaringen met reageren op anderen en het krijgen van reacties te beschrijven. Alle online daters bleken hiermee namelijk zeer uiteenlopende ervaringen te hebben. Drie geïnterviewden (M21, V24, V27) verklaarden bijvoorbeeld heel veel reacties te hebben ontvangen, terwijl twee anderen (M38, M52) nog nooit een reactie hadden gekregen. Ook besteedde de één heel veel aandacht aan het versturen van een reactie op iemand, terwijl de ander een kort –en soms zelfs random en standaard- berichtje naar meerdere potentiële contacten stuurde. Een verklaring hiervoor kan middels de data uit dit onderzoek niet gegeven worden, maar een aantal geïnterviewden benadrukte wel dat de houding van online daters bepalend is voor hun ‘manier van online daten’. Zo vertelden vier van hen (M25, M38, M52, V53) dat initiatief nemen en een actieve houding in het versturen van reacties naar anderen nodig is om ook reacties terug te krijgen. Het reageren op anderen mag volgens hen echter ook niet té geforceerd zijn: inzetten op enkel één iemand, voorbarige toekomstplannen maken of te veel nadenken over de inhoud van een reactie kan funest zijn voor vervolcontact.

Twee van de mannelijke online daters (M25, M52) vertelden het duidelijk als taak van de man te ervaren om een vrouw te benaderen. In de interviews met de vrouwelijke online daters kwam maar één keer naar voren dat een vrouwelijke geïnterviewde het initiatief bij de man vond liggen, maar daarbij doelde zij niet op de eerste online reacties, maar op het initiatief voor een afspraakje in real life. Over een real life verloop van een contact zal in de laatste twee paragrafen meer te lezen zijn.

Eerder in dit stuk werden de korte, random berichtjes, waarvan in ieder geval twee van de geïnterviewden (M21 en V27) zich bewust waren deze te hebben ontvangen, al genoemd. Deze berichten werden door de ontvangers ervan niet bepaald gewaardeerd en zorgde er in deze twee gevallen dan ook voor dat de online daters niet altijd meer lieten weten geen interesse te hebben in iemand die wel interesse in hen had getoond. Het ‘geen interesseknopje’, waarvan op de meeste datingsites gebruik kan worden gemaakt, bleek een omstreden

onderwerp. Acht van de geïnterviewden haalden dit onderwerp aan en verklaarden het wenselijk te vinden om altijd iets terug te sturen naar iemand die interesse toont, maar waarin jij geen interesse hebt. Eén van hen (M21) vertelde hierover het volgende: *‘Eerst stuurde ik altijd wel wat terug, bijvoorbeeld dat je niet geïnteresseerd bent, maar sommigen sturen volgens mij ook maar random wat berichtjes en dan denk je wel van ‘Hallo, ik ga niet iedereen wat sturen hoor!’ Maar uit het idee dat iemand zich kwetsbaar toont moet je daar wel iets mee doen vind ik. Anders ben je net zo’n trut in de kroeg die haar hoofd wegdraait als iemand tegen haar praat.’*

2.3 Teleurstelling

Een aantal geïnterviewden bleek ervaring te hebben met een afwijzing met of zonder bericht en waren wel eens teleurgesteld geraakt door het niet (meer) ontvangen van reacties en berichten. Eén van de geïnterviewde (V46) vertelde deze teleurstelling heel duidelijk te hebben ervaren: *‘De reacties konden soms een klap in je gezicht zijn. Dan dacht ik: ‘Ik ben misschien je type niet, maar je kan dat toch ook wel op een normale manier laten weten, soms was het heel bot.. Jij neemt de moeite om een reactie te sturen en je krijgt niks terug. Het kost zo weinig moeite om dat te doen, ik had zelf wel altijd dat fatsoen. Zo ga je niet met mensen om vind ik en daar had ik soms dan echt mijn buik van vol, dat stak mij wel heel erg. Als ik dan na een tijdje opnieuw energie had opgedaan, wilde ik het wel weer eens proberen.’*

Eén andere geïnterviewde (M52) vertelde ook moeite te hebben met het reageren en was bang voor de afwijzing. Op het moment van het interview was hij daarom ook even niet actief, maar wilde het over een tijdje wel weer gaan proberen.

Anderzijds waren een paar geïnterviewden van mening dat je als online dater rekening moet houden met afwijzing en daardoor een eventuele teleurstelling. Twee van hen (M24, V53) legden uit dat je op basis van een foto en een verhaaltje niet altijd de goede indruk van iemand zult kunnen krijgen en dat je daarbij in real life ook niet ‘in het wilde weg’ op iedereen afstapt, zoals dat bij online dating min of meer wel het geval zou zijn. De kans dat de interesse niet wederzijds is, was volgens de geïnterviewden daarom ook groter.

2.4 Selectiecriteria

Bij dit onderdeel van online dating is het belangrijk te vermelden dat veel van de online daters zich bewust waren van ‘het kunnen selecteren’ op datingsites. Eén geïnterviewde (V39)

vertelde dan ook: *‘Je kunt iemand selecteren op je eigen criteria. Dat kan zo in het echt niet..’* Alle geïnterviewden verklaarden gebruik te maken van de mogelijkheden tot selecteren, weliswaar was de één uitgebreider in zijn / haar criteria dan de ander. Veel voorkomende selectiecriteria van de online daters uit het onderzoek waren: foto, woonplaats, leeftijd, gemeenschappelijke interesses en opleiding / werk en schrijfstijl. Per criteria zal hier onder een korte toelichting worden gegeven.

Foto

In de vorige paragraaf is de invloed van een foto op eigen het profiel al kort aan bod gekomen: een aantal geïnterviewden ervoeren het plaatsen van een foto van zichzelf als heikel punt. De online daters waren echter niet alleen kritisch op hun eigen foto. Elf van de geïnterviewden verklaarden namelijk niet te reageren op andere profielen zonder foto. In deze gegevens schuilt een bepaalde tegenstrijdigheid: een aantal geïnterviewden heeft zelf moeite ervaren met het plaatsen van een foto (M21, V27, V30, V53 en V53), maar geeft anderen vaak niet het voordeel van de twijfel als zij geen foto op hun profiel hebben. Verschillende redenen werden gegeven voor het niet reageren op fotoloze profielen. Zo vertelde één van de geïnterviewden (V27) voorzichtig er toch wel iets achter te zoeken als iemand geen foto plaatst: *‘Diegene zal dan waarschijnlijk wel een reden hebben om zijn uiterlijk niet te willen laten zien.’* En een andere online dater (V53) zei hierover: *‘Met profielen zonder foto kan ik niks, het zegt niks. Een foto ook niet altijd, maar een leuk profiel alleen is niet voldoende. Als iemand op me reageert zonder foto, dan vraag ik er om. Met de reden dat ik met iemand met een zak over zijn hoofd ook niet praat..’*

Een foto blijkt in de online communicatie een belangrijk middel waarop de online daters zich baseren. ‘Het willen weten wie je voor je hebt’ en het idee ‘veel op te kunnen maken uit een foto’ werd door alle 11 de geïnterviewden die de foto als selectiecriteria gebruikten genoemd. Naast de foto als materiaal om het uiterlijk van een contact te beoordelen, werd er door de online daters ook veel gekeken naar lengte en postuur. Een aantal van hen vertelden dat er in het verloop van een leuk en / of succesvol contact vaak ook meerdere foto’s over en weer worden gestuurd.

Woonplaats

Selecteren op woonplaats of woonomgeving werd door tien van de geïnterviewden expliciet genoemd en bij de overige geïnterviewden kon uit hun verhaal worden opgemaakt dat ook zij

lette op de woonomgeving van hun contacten. De één selecteerde op stad / dorp, terwijl de ander binnen de eigen provincie zocht, afhankelijk van wat diegene als schappelijke afstand beschouwde tussen zichzelf en zijn / haar contact. Om uiteenlopende redenen beschouwden de online daters afstand als bepalend, ondanks het kenmerkende van CMC dat fysieke aanwezigheid of nabijheid, in tegenstelling tot bij real life communicatie, niet noodzakelijk is. Uit de onderbouwingen van de geïnterviewden voor hun selectie op afstand kan dan ook worden opgemaakt dat een real life verloop van een contact vaak door hen werd verwacht of dat zij in ieder geval rekening hielden met de mogelijkheid. Twee online daters met verschillende verwachtingen van een eventueel real life contact zeiden hierover: *'De afstand is belangrijk. Ik geloof niet dat een relatie op grote afstand voor iemand kan werken, dat schiet gewoon niet op. Je kunt niet even snel op en neer en daarbij kost het ook veel geld om steeds te moeten reizen.'*(M36) en *'Een keer een drankje doen met iemand uit Groningen, daar zie ik al niet echt iets in. Het is ook al zo spannend, dus dan maar gewoon in de buurt hoor!'* (M21)

Leeftijd

Ook met leeftijd leek door alle geïnterviewden rekening gehouden te worden bij het selecteren van contacten. Anders dan bij woonomgeving bleken de selecties op leeftijd, door voornamelijk de vrouwelijke online daters, als verschillend ervaren te worden dan bij sommige andere online daters. Vier van hen (V24, V27, V30, V53) hadden ervaring met het krijgen van reacties van 'oude mannen' en verklaarden daar allemaal niets mee te doen of van te willen: de drie jongste ervoeren de reacties van oudere mannen voornamelijk als 'vies' of 'raar' en de oudste geïnterviewde van deze vier vrouwen zei hierover: *'Een aantal mannen waarmee ik heb gedate hadden als klacht wel eens benaderd te worden door vrouwen van 65. Dat vond ik een rare klacht, omdat ik dat niet had verwacht. Ik krijg namelijk juist heel veel reacties van mannen in de 60. Dan vraag ik me ook af: Waarom denkt zo'n man nou dat ik daarin geïnteresseerd ben? Ik reageer toch ook niet op mannen van 40.'*

Gemeenschappelijke interesses en / of eigenschappen

In een aantal interviews werd duidelijk dat er ook werd gelet op gemeenschappelijke interesses. Onderwerpen als muzieksmaak, favoriet eten en reizen kwamen in de interviews aan bod. Als gemeenschappelijke eigenschap werd 'roken' door twee geïnterviewden

aangekaart: de één was roker en zocht een andere roker, of in ieder geval geen anti-roker, terwijl de ander anti-roker was en dus een niet roker zocht.

Schrijfstijl, opleiding en beroep

Deze drie criteria komen samen aan bod, aangezien ze alle drie voor eenzelfde doel van selectie worden gebruikt. De online daters selecteren op schrijfstijl, opleiding en beroep omdat ze op zoek zijn naar een contact van hetzelfde ‘niveau’ als zichzelf, of anders geformuleerd iemand waarvan zijzelf verwachten mee op hetzelfde niveau te zitten. In ieder geval zes van de geïnterviewden vertelden te letten op spelling en taalgebruik. Enerzijds omdat iemand die met veel spellingfouten schrijft niet ‘erg slim’ wordt ingeschat en anderzijds omdat de manier waarop iemand schrijft, je kan aantrekken om iets terug te schrijven. Beroep en opleiding als selectiecriteria werden voornamelijk genoemd door de geïnterviewden met zelf een hoger opleidingsniveau (vanaf HBO).

Bovenstaande selectiecriteria vormen een algemeen beeld van waarop mogelijk gelet wordt bij online dating en het selecteren van contacten. De meest genoemde en overeenkomende criteria door en van de geïnterviewden zijn op een rijtje gezet, maar werden door alle geïnterviewden op verschillende wijze toegepast. Daarbij is het van belang te vermelden dat geen van de geïnterviewden een lijstje had met specifieke criteria, het draaide uiteindelijk om het totaalplaatje van een contact: het verhaal op het profiel, de foto, maar voornamelijk ook om de indruk die de online daters kregen van de ander tijdens hun contact.

Bij het criteria aftand kwam het al even aan bod, maar ook uit de selectiecriteria uiterlijk en leeftijd, kan worden opgemaakt dat de geïnterviewden een duidelijke focus op een real life voortzetting van de online contacten hadden. Selectie bij online dating lijkt voornamelijk te gebeuren op basis van criteria die er in real life toe doen. Om deze selectiecriteria in de een groter geheel te plaatsten en te achterhalen waar ze op worden gebaseerd en vandaan komen, zullen in de volgende paragraaf de motieven en verwachtingen van online daters centraal staan. Hiervan wordt verwacht dat ze van invloed zijn op de manier waarop online daters daten, maar ook hoe zij hun online dating ervaren.

§3. ‘Het waarom’ van online dating

Voor degenen zonder online date ervaring zal de vraag ‘waarom daten mensen online?’ waarschijnlijk één van de eerste dingen zijn die zij zich over dit onderwerp afvragen. Een vraag die naar een hele hoop aspecten van online dating tegelijk vraagt en zowel de motieven als de verwachtingen van online daters bevat. Daarom zal in deze paragraaf eerst worden besproken waarom de geïnterviewden ervoor hebben gekozen online op zoek te gaan, waaronder de motieven van online daters worden verstaan, om vervolgens wat uiteen te zetten over hun verwachtingen: waarnaar zij dan op zoek zijn middels online dating. Door middel van dit onderscheid dient een zo volledig mogelijk beeld te ontstaan voor een antwoord op ‘het waarom’ van online dating.

3.1 Acceptatie van online dating

Voordat er antwoord gegeven kan worden op bovengestelde vragen is het van belang een schets te maken van de context waarin motieven en verwachtingen van online dating zich vormen en in veel gevallen dus ook ervaren en verteld worden. In de eerste paragraaf werd al duidelijk dat sommige online daters een bepaalde drempel over moeten voordat zij ‘durven’ te beginnen met online dating. Online daters kunnen zich ervoor schamen dat zij op zoek zijn via het internet en daarin speelt de acceptatie van de omgeving een grote rol. Uit een aantal gesprekken bleek dat de geïnterviewden online dating ervaren als iets waarop een bepaald taboe rust. De één sneed het onderwerp direct aan, terwijl bij een ander het bewustzijn van het taboekarakter van online dating, indirect duidelijk werd. Soms werd het benoemd: *‘De moeilijkheid van dit interview is, dat wanneer ik met jou praat ik denk dat het allemaal heel normaal is, maar toch zit er nog wel een heel erg taboe op.’* (M21) En een andere keer vertelde een geïnterviewde iets om daarmee een vooroordeel te ontkrachten: *‘Dat ik mijn vriendin via internet heb leren kennen vertel ik eigenlijk gewoon aan de mensen die mij kennen en weten dat ik wel vriendinnetjes heb gehad en dat ik niet zo ‘n verlegen type ben, of desperate of zo..’* De aard van online, door computer gemedieerde, communicatie speelt ook een rol in de acceptatie van online dating. Zo vertelde een geïnterviewde (V38): *‘Mensen vinden dat je maar moet uitgaan om anderen te leren kennen, want dit is geen normale manier. Door middel van een afstand en via de computer... Het wordt afgekeurd omdat het niet de normale gang van zaken is.’* Over deze aard van online communicatie en het effect ervan op online dating, zal meer worden beschreven in de volgende paragraaf. Nu eerst zullen

een aantal belangrijke motieven van online daters aan bod komen, waarmee indirect het bestaan van bepaalde vooroordelen over online dating wordt bevestigd. Aan mensen die bijvoorbeeld de kroeg ingaan op zoek naar liefde, intimiteit, een partner of wat dan ook, wordt immers ook niet gevraagd naar hun ‘motieven’.

3.2 Motieven voor online dating

Alternatief voor de kroeg

Opvallend aan wat de online daters vertelden over hun motieven voor online dating, was dat ‘uitgaan’ en ‘de kroeg’ door iedereen als meest gebruikelijke alternatief werd beschouwd als plek om op zoek te gaan. Alle geïnterviewden maakten vergelijkingen met het contact online en hoe dat zou verlopen als je uitgaat, maar ze begonnen ook automatisch met vertellen waarom zij niet naar de kroeg wilden of gingen. Deze vergelijking werd steeds door de geïnterviewden zelf gemaakt en daaruit kan worden opgemaakt dat een real life ontmoeting of het benaderen van iemand in real life, door hen werd geassocieerd met het in de kroeg iemand tegenkomen en / of aanspreken. In de motieven van de online daters is dit goed terug te zien: Zo vertelden drie van de geïnterviewden (M38, V38 en V46) geen uitgaanstype te zijn, vier van hen (M24, M36, V24 en V27) waren de kroeg beu en hadden niet het gevoel er nog ‘succes’ te kunnen boeken en twee anderen (M52 en V53) wilden voornamelijk niet alleen op pad.

Online dating werd door een aantal geïnterviewden beschouwd als een middel om weer actief te kunnen worden met daten en met het zoeken naar iemand. Graag iemand willen vinden, maar er vervolgens niets aan doen en ‘vastlopen’ werd door vier geïnterviewden (V27, V30, M38, V53) genoemd als reden om het online te proberen. Eén van hen (V53) verwoordde dit als volgt: *De kans is heel klein dat je zomaar iemand tegen komt, dan moet je hopen of rekenen op toeval. Als je het zelf niet een beetje opzoekt, dan gebeurt er niet zo veel en ze komen echt niet bij je aanbellen hoor! Dus ik dacht: ik kan wel thuis blijven zitten en hopen dat..., maar je moet er zelf ook wat aan doen.’*

Leeftijd en levensstijl

Ook de motieven voor online dating die voornamelijk waren gebaseerd op leeftijd en een daarbij horende levensstijl werden vaak geassocieerd met ‘het niet meer naar de kroeg gaan.’ Een aantal van de jongere geïnterviewden (M25, M21, V24, V27) vertelden dat het voor hen eigenlijk niet ‘nodig’ was om online op zoek te gaan: zij gaan nog veel uit, studeren vaak nog

en komen in hun normale leven nog veel nieuwe mensen tegen. Voor oudere online daters met bijvoorbeeld al een aantal relaties achter de rug, een kind of die echt op zoek zijn naar een serieuze relatie, zou het begrijpelijker zijn dat zij online daten. Eén (V53) van de online daters uit de hogere leeftijdscategorie bevestigde dit idee min of meer: *‘Ik vond het onvoorstelbaar dat er zo veel jonge mensen op staan. Als je van die leeftijd bent hoort dat toch allemaal nog op een normale manier te gaan? Op je studie of in de stad, jullie leeftijdsgenoten gaan allemaal nog naar de kroeg. Toen ik zo jong was bestond het natuurlijk ook nog niet natuurlijk, dus ik stond daar wel van te kijken.’*

Door de oudere online daters leek het als moeilijker ervaren te worden om in contact te komen met nieuwe mensen: families en vriendenkringen zijn vaak min of meer al gevormd (V46) en iemand vinden om mee de kroeg in te gaan is lastig (M52 en V53). Een andere geïnterviewde (V53) zei ook niet goed te weten waar ze de mannen die ze via de site leert kennen, anders had moeten leren kennen.

Deze gegevens ondersteunen deels de aanname van Valkenburg en Peter (2007) dat mensen rond de 40 jaar het meest actief zijn op datingsites omdat zij meer moeite zouden hebben met op een traditionele manier een partner vinden. Niet zo zeer de verklaring voor een oververtegenwoordiging van veertigers online kan worden opgemaakt uit de ervaringen van de geïnterviewden, maar wel dat deze aanname inderdaad relevant is voor online daters uit de wat hogere leeftijdscategorie. Omdat er ook heel veel online daters uit andere en jongere leeftijdscategorieën actief zijn, kan leeftijd echter niet zomaar als enige of meest belangrijke motief voor online dating beschouwd worden.

Naast het minder uitgaan gezien hun leeftijd, wezen een aantal geïnterviewde ook op een drukker bestaan in combinatie met een serieuze kijk op het vinden van een partner, mede vanwege de leeftijd. Drie van de geïnterviewden (M21, M24 en M36) vertelden het online daten daarom voornamelijk als praktisch te ervaren, aangezien er effectief gezocht kan worden door het grote aanbod online en de mogelijkheden tot selecteren. Eén van hen (M24) zei daarbij het volgende: *‘Ik ben vaak heel druk en daarom vind ik het ook wel eens fijn om niet de kroeg in te moeten, misschien heeft dat ook wel met leeftijd te maken. Ik ben best een kroegtijger, maar een keer niet is ook wel fijn..’* Ook een ander aspect van het praktische van online dating werd door drie van de geïnterviewden (M38, V46 en V53) expliciet genoemd: het gaat sneller. Je hoeft er minder tijd in te steken dan wanneer je naar de kroeg gaat, omdat je daar minder snel iemand vindt, maar ook omdat het in de kroeg of in real life langer zou

duren voordat je door kunt gaan naar een volgend contact, wanneer iemand het niet voor je blijkt te zijn. (Hierover meer in §4) Dat online dating door sommigen als praktisch wordt ervaren, omdat er vaak geen tijd over is voor andere sociale activiteiten en het ontmoeten van andere mensen sluit aan bij de resultaten uit het onderzoek van Brym en Lenton (2002), waarin de populariteit van online dating mede wordt verklaard door carrièredruk en tijdsgebrek.

Andere externe factoren

Los van de al genoemde motieven die te maken hebben met leeftijd en uitgaan, speelde voor een aantal geïnterviewden andere externe factoren een rol in de keuze om online te daten.

Voor drie geïnterviewden gold dat zij, op zeer uiteenlopende manieren, werden beperkt in hun mobiliteit en dat online dating voor hen daarom een mooie uitkomst bood. Zo is één van hen blind (M38). Hij vertelde hierover het volgende: *Aan de hand van geluid kan ik heel veel opmaken, waardoor heel veel geluid en harde muziek mij beperken tot op de halve meter waarop ik sta. Uitgaan is daarom echt een ziende ding, als je elkaar niet kunt horen, kun je aan lichaamstaal en houdingen veel opmaken en dat kan ik dus niet. Ik kan me beter baseren op wat iemand schrijft en het internet is daarvoor dan ook een heel mooi medium.* Een andere geïnterviewde (V39) is een alleenstaande moeder van een zoon van 13 en wordt op een hele andere manier beperkt in haar mobiliteit. Zij zei: *'Ik kan 's avonds niet zomaar weg, overdag werk ik en in de weekenden is mijn zoon altijd bij me.'* Ten slotte, vertelde de derde geïnterviewde (V30) een tijd heel ziek te zijn geweest en nog steeds wel eens last te hebben van paniekaanvallen. Net na haar ziekte begon zij met online daten: *'In die tijd durfde ik helemaal niet op stap en nog steeds heb ik daar wel moeite mee. Het is al snel te druk en benauwd en dan voel ik me helemaal niet op mijn gemak. Laat staan dat ik daar dan iemand tegen kan komen.'*

Naast de beperkingen in mobiliteit als motief voor een aantal online daters, leek online dating voor twee geïnterviewden een soort therapeutische werking te hebben. Eén van hen (V53) verklaarde een tijdje na haar scheiding online te zijn gegaan, nadat 'het weer begon te kriebelen'. In het begin van haar online contacten vertelde zij in de eerste periode veel over haar scheiding en had daarover veel contact met andere 'lotgenoten'. De andere geïnterviewde (V24) vertelde dat zij ook net uit een relatie kwam toen zij begon met online daten. Daarbij was het voor haar een moeilijke periode omdat haar ouders in scheiding lagen en ze vertelde

dan ook op zoek te zijn naar contacten met een objectieve kijk op haar situatie: *‘De mensen uit mijn eigen omgeving reageerden vaak niet meer zoals ik had gehoopt, die kenden mijn situatie al en vonden daar ook al van alles van.’*

Persoonskenmerken

Ten slotte werden door de geïnterviewden ook een aantal persoonskenmerken genoemd als mogelijke motieven voor hun keuze voor online dating. Zo vertelden in ieder geval zeven van hen nieuwsgierig of benieuwd te zijn geweest naar deze online manier van daten. Zij onderbouwden dit op verschillende manieren: sommigen vertelden op zoek te zijn naar iets ‘nieuws’ of naar wat spanning (V27, V46 en V53), anderen waren nieuwsgierig naar de reacties die ze zouden ontvangen (M21 en V24) en weer anderen waren voornamelijk benieuwd naar de andere online daters (M24 en V30). De nieuwsgierigheid naar online dating werd bij alle geïnterviewden misschien op verschillende manieren gewekt, het zegt mogelijk wel iets over hun persoonskenmerken en waarom zij eerder dan anderen, die minder nieuwsgierig zijn aangelegd, kiezen voor online dating. Twee van de ‘nieuwsgierige’ geïnterviewden (V27, V53) vertelden het online daten daarbij als een experiment te beschouwen. Eén van hen (V27) zei hierover: *‘Het was voor mij ook wel puur een experiment, omdat ik gewoon klaar was met hoe het steeds ging tijdens het uitgaan en ik wilde kijken wat ik er uit kon halen.’*

Een ander onderwerp wat vaker aan bod kwam in de interviews en tijdens het bespreken van de motieven, was het zelfvertrouwen van de geïnterviewden. Een aantal van hen verklaarde dat ‘het niet lekker in je vel zitten’ een motief kan zijn om te gaan online daten, terwijl anderen een gebrek aan zelfvertrouwen juist beschouwden als een motief om (even) niet te online daten. Een belangrijke reden om wel online te daten in een periode van minder zelfvertrouwen was, voor in ieder geval twee van de geïnterviewden (V24 en V30), een minder grote nadruk op het uiterlijk dan in de kroeg. Één van hen vertelde (V24): *‘Als je de kroeg ingaat wil je er ook een beetje leuk uitzien en dat kost dan ook weer moeite. Tijdens het internetten zat ik vaak gewoon in mijn kloffië achter de computer en hoefde ik me daarover niet druk te maken.’* Bij nog drie geïnterviewden leek minder zelfvertrouwen en ‘niet lekker in je vel zitten’ ook juist te leiden tot meer online dating. Om wat meer zelfvertrouwen te krijgen en weer in het datingscircuit te komen (V27), als het rot weer is en je een leuk tijdverdrijf zoekt (V53) of om je sociale contacten te onderhouden en voor wat afleiding te zorgen (V39) Voor vier andere geïnterviewden (M38, M52, V46 en V53) gold

het tegenovergestelde: zij waren van mening ‘nieuwe energie’ op te moeten doen of in ieder geval lekker in je vel te moeten zitten om online te daten. Één van hen (V53) vertelde na een verbroken relatie even wat minder zelfvertrouwen te hebben: *Je moet je toch ook wel goed voelen om het te doen. Het is eigenlijk te vergelijken met kleren kopen, dat doe je ook niet als je niet lekker in je vel zit. Dan is dat aan je te zien en dan staat je niks..*’ Voor de andere drie gold dat zij mede door het online daten een deuk in hun zelfvertrouwen hadden opgelopen, waardoor zij er even mee stopten. Zoals ook al besproken in §3 kan het reageren en selecteren op datingsites namelijk ook teleurstelling te weeg brengen. Of online dating als leuk tijdverdrijf wordt ervaren, lijkt veel te maken te hebben met of het je een goed gevoel geeft en dat valt weer te koppelen aan of het een ‘boost’ voor je zelfvertrouwen verzorgt, of dat het je juist minder zelfvertrouwen geeft. Daarbij is het wel belangrijk te vermelden dat deze ervaring niet per persoon altijd hetzelfde hoeft te zijn: twee geïnterviewden (V46 en V53) vertelden dan ook ‘periodes’ te hebben waarin zij erg actief aan het online daten waren en andere periodes zich er juist helemaal niet mee bezig wilden houden.

Nu wat duidelijker is geworden waarom online daters ervoor kunnen kiezen om online op zoek te gaan, kan worden vastgesteld dat de motieven van alleen de geïnterviewden uit dit onderzoek al erg uiteenlopend zijn. Zoals eerder in de literatuurbespreking naar voren kwam, bleek het uit een onderzoek van Valkenburg en Peter (2007), onmogelijk om een duidelijke karakterisering van online daters te geven. Aan de hand van de resultaten uit dit onderzoek, is hun uitkomst zeer aannemelijk. De diversiteit van de motieven van online daters wijst er op dat het inderdaad niet mogelijk is om enkel een aantal persoonskenmerken te benoemen die oververtegenwoordigd zijn bij online daters.

3.3 De verwachtingen van online daters

Bij de verwachtingen van online daters staat, zoals aangegeven in de introductie van deze paragraaf, de vraag ‘waarnaar zijn online daters op zoek?’ centraal. De verwachtingen van de online daters bleken echter veranderlijk te zijn, waardoor het mede daardoor, niet altijd vanzelfsprekend leek voor de online daters om hun verwachtingen precies te kunnen vertellen. Onderstaande online date verwachtingen vormen daarom enkel een opsomming van de verwachtingen die in de interviews aan bod zijn gekomen, waarover voorafgaand nog twee algemene uitspraken gedaan kunnen worden:

1. Uit de aanwezigheid van online daters op een datingsite kan worden opgemaakt dat zij zoekende zijn naar ‘iets’. In real life is het nog mogelijk om, zoekende of niet, anderen letterlijk en figuurlijk tegen het lijf te lopen, terwijl online altijd bewuste keuzes worden gemaakt bij het aanmelden, reageren en selecteren op basis van bepaalde verwachtingen. Deze aanname vormt de basis voor het idee dat online daters altijd verwachtingen hebben van hun online dating en is daarmee ook meteen het uitgangspunt van deze paragraaf.
2. De verwachtingen van alle geïnterviewden bleken een bepaalde focus op real life contact te bevatten. Dit werd in paragraaf 2 bij het bespreken van de selectiecriteria al enigszins duidelijk. Voor enkel drie van de geïnterviewden (M21, V24 en V39) was de focus op het online contact –enkel online in contact zijn en komen met anderen- relatief hoog, terwijl voor de rest van de geïnterviewden de focus veel minder op de bezigheid van online dating lag en meer op een real life vervolg van het online contact.

1. Online dating ter kennismaking

Eén van de vrouwelijke geïnterviewden (V46) verwoordde deze verwachting als volgt: *‘Ik heb een paar contacten wel eens als benauwend ervaren, ze waren dan zo blij een visje aan de haak te hebben geslagen, terwijl ik dan dacht: ik ken jou nog helemaal niet! Het is een goede manier om mensen te leren kennen, maar uiteindelijk kun je pas bepalen of je iets met iemand wilt als je echt live contact gehad hebt.’*

Online daters die online puur een kennismaking verwachten, zien de sites voornamelijk als middel om met anderen in contact te komen, zonder dat zij een goede of diepe kennismaking online nastreven. Om te bepalen of iemand bij je past als partner of dat diegene jou kan geven waarnaar je zoekt, is het volgens de online daters met deze verwachting noodzakelijk om iemand in real life te ontmoeten. De focus op real life contact kan binnen deze verwachting dan ook al hoog worden benaderd, terwijl de focus op het online contact op zich juist laag is.

2. Online dating voor vriendschap en gezelschap

Veel van de online daters uit het onderzoek stonden sceptisch tegenover de verwachting van vriendschap en gezelschap van andere online daters. In ieder geval vier van de geïnterviewden geloofden niet dat mensen zich aanmelden bij een datingsites als ze daadwerkelijk op zoek

zouden zijn naar vriendschap. Een van hen (V27) zei hierover: *‘Er zijn ook mensen bij die dan aangeven dat ze opzoek zijn naar een vriendschap en dan denk ik: ‘ach flikker toch op, dat is gewoon niet waar..’ Die willen zich gewoon indekken, omdat het niet te duidelijk mag zijn dat ze op zoek zijn.’* Waarom online daters zich mogelijk willen ‘indekken’ en hun verwachtingen online anders presenteren dan hun werkelijke, valt te lezen bij de laatste online date verwachting.

Ondanks de twijfel van een aantal geïnterviewde over de verwachting van vriendschap en gezelschap van andere online daters, valt uit de interviews wel op te maken dat de scheiding tussen online dating en online vriendschappen niet heel scherp en duidelijk is. Zo hebben datingsites en communitysites in veel gevallen alleen al qua vormgeving veel van elkaar weg, maar ook de manieren waarop leden en gebruikers elkaar op dergelijke sites benaderen zijn zeer vergelijkbaar. Twee van de geïnterviewden hebben hun ervaringen met online dating dan ook opgedaan op niet-officiële datingsites, maar op community sites waar de nadruk wel enigszins op matching ligt. Eén (M26) van hen zei hierover: *‘Iedereen is druk met hyves en andere communitysites. Vaak gebeurt het bijvoorbeeld dat mensen elkaar tegen komen met het uitgaan en dat het contact vervolgens wordt voortgezet via hyves en MSN. Dat is dan een andere volgorde, maar eigenlijk vind ik dat het allemaal wel onder hetzelfde valt.’* Bij drie van de geïnterviewden (M38, V24 en V39) kwam in het interview sterk naar voren dat in ieder geval één van hun verwachtingen van online dating vriendschap of gezelschap was. Voor elk van hen lag de focus op een real life ontmoeting of real life contact niet erg hoog en werd er bij het bespreken van de verwachtingen relatief veel nadruk gelegd op het online contact op zich.

3. Online dating om aandacht te genereren

Tijdens de interviews vertelden twee van de geïnterviewden (M21 en V24) dat zij het online daten voornamelijk gebruikten als middel om aandacht te genereren. Vaker werd ook bij andere geïnterviewden duidelijk dat de nieuwsgierigheid naar gekregen reacties, een belangrijke rol speelt in de bezigheid van het online daten. Het wordt ervaren als spannend en vleidend en daarbij brengt het weer wat leven in de brouwerij. Eén online dater (V46) herkende deze verwachting van anderen en zei hierover het volgende: *‘Sommigen staan gewoon op zo’n site om leuk eens te kijken wie ze aantrekken en wie er op hen afkomt. Maar dat is dan gewoon*

voor de lol, en ze zullen dan ook denken: Ik ga er niet op terug reageren, daarom heb ik het er niet opgezet.'

De verwachting van aandacht genereren bleek naast aandacht voor het uiterlijk vragen ook om aandacht voor persoonlijke kwesties te gaan: *'Op die site ging het mij puur om het contact, ik was helemaal niet bezig met iemand ontmoeten. Met één jongen had ik bijvoorbeeld wel heel leuk contact, hij sloeg met bepaalde opmerkingen vaak wel de spijker op de kop.'*(V24) Ook deze verwachting lijkt een lage focus op real life contact te hebben en een relatief hoge focus op het online contact, zoals dat bij de verwachting van vriendschap en gezelschap het geval is. Ondanks de verschillende benamingen die de geïnterviewden aan hun verwachtingen gegeven hebben, is dit vergelijkelijk wel begrijpelijk: aan de behoefte van vriendschap en gezelschap voldoen door middel van online dating, kan worden beschouwd als een vorm van aandacht vragen. Bij deze verwachting van online dating ligt de nadruk van het aandacht genereren echter wat meer op het uiterlijk en op seksuele aandacht.

4. Online dating als middel voor seks

De hoogte van het 'seksgehalte' op datingsites werd door de geïnterviewden verschillend ervaren. In het ene interview kwam de verwachting van seks niet eens aan bod –dit was het geval bij vijf interviews-, terwijl anderen wel ervaring hadden met eigen verwachtingen van seks, maar ook van anderen. Twee van hen (M21 en V53) spraken openlijk uit dat zij het online daten gebruikten als middel om in hun seksuele behoeften te kunnen voorzien. Voor beiden vormden deze verwachting een alternatief voor de volgens hen te hoge verwachting van het willen vinden van een relatie, waardoor zij op het moment kozen voor alleen seks. De vrouwelijke online dater (53) vertelde: *'Ik denk nu voornamelijk aan mijn fysieke behoeftes, maar ik ga ook niet iemand van de straat plukken. Daarbij ga ik ook echt niet naar bed met iemand die ik niet leuk vind, dus dan kun je op deze manier wel goed op zoek.'*

Andere geïnterviewden die de verwachting seks niet direct benoemden, bleken wel ervaring te hebben met online dating en seks: nog drie anderen (M36, V27 en V30) vertelden na online met iemand in contact gekomen te zijn, seks te hebben gehad met diegene, zonder dat daar veel meer vervolcontact op volgde. Twee geïnterviewden (V24 en V30) vertelden goed te kunnen merken wanneer iemand alleen op seks uit is, omdat diegene dan meteen wilt afspreken en een andere geïnterviewde (V27) vertelde te twijfelen ooit nog eens online te daten: *'Ik weet nu dat er toch wel heel wat mensen op zitten die daar denken 'ff te kunnen*

scoren' en ik ben daar destijds misschien ook wel een beetje in meegegaan. Enerzijds was dat uit naïviteit maar uiteindelijk ook wel bewust. '

Voor deze verwachting ligt de focus op real life, zoals bij de verwachting van alleen kennismaking, hoog: snel willen afspreken en 'ff scoren' getuigen niet van een lang kennismakingsproces online, waardoor de focus op het online contact alleen, niet erg hoog lijkt te zijn.

5. Online dating voor een relatie

Ten slotte spraken vier van de geïnterviewden hun verwachting van online dating voor een relatie duidelijk uit. Drie van deze online daters komen uit de wat hogere leeftijdscategorie van alle geïnterviewden (V53, V46, & M52) De andere geïnterviewde met een relatie als verwachting was een stuk jonger dan de rest (M24), maar vanwege zijn drukke werk en serieuze werkzaamheden verklaarde hij veel te maken te hebben met mensen ouder dan zijn leeftijd. Hij vertelde: *'Als je de hele dag gewerkt hebt, wil je je ei wel eens kwijt. Dat kan in een studentenhuis ook met een biertje erbij, maar dat is toch wel anders dan in een relatie.'* Voor deze verwachting geldt in ieder geval een hoge focus op het real life contact, maar daarmee hoeft de focus op het online contact niet automatisch laag te zijn. Iemand met een verwachting van online dating als ontmoetingsplek, puur voor een kennismaking (verwachting 1) kan net zo goed uiteindelijk een relatie verwachten als iemand die wel meer focus op het online contact legt in zijn of haar verwachtingen (verwachting 2).

Het verwachten van een relatie door online daters bleek in veel gevallen vaak wel een gevoeliger onderwerp dan andere verwachtingen. Zo werd het verwachten van een relatie door de geïnterviewden vaak niet direct benoemd en dat herkenden de geïnterviewden zelf ook bij andere online daters. De gevoeligheid van het onderwerp lijkt te maken te hebben met er niet voor willen uitkomen serieus op zoek te zijn, zoals in het citaat bij de verwachting van vriendschap en gezelschap al werd vermeld. Meerdere geïnterviewden waren dan ook van mening dat het niet goed is om te geforceerd bezig te zijn met het willen vinden van een relatie. Je verwachtingen zijn dan te hoog. Een aantal van hen trok een vergelijking met het 'echte leven': te geforceerd zoeken kan ervoor zorgen dat je daarop wordt veroordeeld, het werkt vaak averechts en kan anderen afschrikken. Eén van de geïnterviewde (V53) verwoorde het belang van niet te hooggespannen, ongeforceerde verwachtingen als volgt: *'Ik denk niet dat je het te serieus moet nemen, je moet mensen ook niet voor de gek gaan houden en*

gewoon open kaart spelen, maar je kunt altijd nog iemand vinden, de focus moet er niet te veel op liggen.'

Nu de online date verwachtingen van de geïnterviewden op een rijtje zijn gezet, is duidelijk geworden dat de verwachtingen van online daters uiteen lopen, onduidelijk gepresenteerd kunnen worden en ook kunnen verschillen in een online en / of real life focus. Alhoewel de real life focus van alle geïnterviewden over het algemeen erg hoog was, leek er wel een verschil te zijn in focus per verwachting. De verwachtingen van kennismaking en die van een relatie, kwamen gezien de hoge focus op real life, logischerwijs het meest voor onder de geïnterviewden.

Omdat de verwachtingen van online daters en de mate van hun focus op real life, in eerder onderzoek (Gibbs et al., 2006) als bepalend zijn verklaard voor de manier waarop online daters gebruik maken van CMC, zullen in de volgende en laatste paragraaf de ervaringen van de online daters (met een hoge real life focus) en hun CMC, centraal staan.

§4. CMC als date-medium

In deze paragraaf zal als afsluiting van de beschrijving van de ervaringen van online daters met hun communicatie, worden ingegaan op de aard van online communicatie en de invloed daarvan op de communicatie van online daters. Met de al verworven ideeën en veronderstellingen over de manier van online daten en de real life verwachtingen van de online daters als uitgangspunt, kan nu het date-medium van CMC onder de loep worden genomen.

In de vorige paragrafen is duidelijk geworden dat de geïnterviewden in hun online communicatie over het algemeen voornamelijk waren gefocust op real life contact of een ontmoeting. Op twee van hen na (M21 en M52), hadden zij dan ook allemaal ervaring met real life ontmoetingen en / of relaties, voortgekomen uit hun online contacten. Aan de ervaringen van een uiteindelijke ontmoeting en het ontwikkelen van een eventuele relatie offline, wordt later in deze paragraaf aandacht besteed. Nu eerst zullen de ervaringen van de geïnterviewden met CMC als date-medium worden besproken aan de hand van een aantal onderwerpen die in de literatuur steeds terug komen wanneer het verschil tussen offline en

online dating bestudeerd wordt. Deze onderwerpen zijn eerder in de literatuurbeschrijving aan bod gekomen.

4.1 Self-disclosure

De aanname dat online communicatie zich kenmerkt door meer self-disclosure, of het in andere woorden ‘dingen over jezelf vertellen’, dan in real life werd door sommigen geïnterviewden herkend en door anderen totaal niet. De ervaringen van vier van de geïnterviewden wezen op meer self-disclosure in hun online communicatie, terwijl ook vijf andere geïnterviewden juist van mening waren veel minder self-disclosure te vertonen middels CMC.

De vier online daters die meer self-disclosure ervoeren bij online dating dan bij een offline variant, vertelden hierover zeer uiteenlopend. Zo vertelde één van hen (V39) vanwege een bepaalde afstandelijkheid met contacten online, meer over zichzelf te vertellen. Zij verklaarde in real life behoorlijk gesloten te zijn, zelfs voor mensen die dichtbij haar staan, terwijl een andere online dater (M25) vertelde altijd erg open te zijn en het online als nog gemakkelijker te ervaren om zichzelf open te stellen. De derde geïnterviewde (V30) uit deze groep vond de mate van self-disclosure voornamelijk hoog gezien de korte tijd dat je iemand eigenlijk pas ‘kent’, maar relatief al wel veel verteld. De vierde geïnterviewde (V53) die de mate van self-disclosure online als hoog ervoer zei hierover: *‘Omdat je in je contact steeds bezig bent met of je iemand leuk gaat vinden of niet, waar je op hoopt, vertel je in het eerste contact meer dan normaal. Daarbij is schrijven gemakkelijker, dat is het altijd’*. Dit citaat laat zien dat het dating-aspect van het online contact voor een positief effect in de mate van self-disclosure kan zorgen, maar dat ook de aard van CMC, het schrijven, als ‘makkelijker’ kan worden ervaren.

Dat schrijven altijd als makkelijker wordt ervaren, zoals wordt verondersteld in het laatste citaat, blijkt echter niet het geval te zijn. Eén van de geïnterviewden (M52) die geen verhoogde self-disclosure heeft ervaren tijdens online dating zei dan ook: *‘Het schrijven op een site is vergelijkbaar met een voicemail bericht, dat vind ik ook verschrikkelijk om in te spreken. Je kunt heel goed zijn in praten en zo, maar dan toch moeite hebben met dingen verwoorden als je het moet schrijven.’* Deze geïnterviewde en de vier anderen (M21, M36, M38, M52 en V46) die niet meer self-disclosure ervoeren online en dat ook niet herkenden bij anderen, vertelden hierover niet veel meer dan dat dat het geval was: online communicatie

werd door hen als oppervlakkig beschouwd en het vertonen van weinig of veel self-disclosure online was in hun interviews geen uitgebreid besproken onderwerp.

De vier overige online daters waren niet erg duidelijk in hun oordeel over self-disclosure online: de mate waarin zij dingen over zichzelf vertelden was volgens hen niet afhankelijk van het medium CMC, maar van andere zaken. Zo vertelde één van hen (V24) het online daten wel als uitlaatklep ervaren te hebben, maar dat was niet afhankelijk van het medium op zich; haar ervaring was niet dat ze anderen sneller leerde kennen online of meer self-disclosure vertoonde. Twee van hen (M24 en V27) vertelden iemand online al wel wat te kunnen leren kennen, maar dat het daarbij voornamelijk een oppervlakkige kennismaking betreft. Voor hen leek voornamelijk de gesprekspartner bepalend voor de mate van self-disclosure en zij vertelden ook dat je met het schrijven veel minder kunt overbrengen dan door te praten. De laatste geïnterviewde (V53) die niet geheel duidelijk was in haar mening over minder of meer self-disclosure online, vertelde dat online daters wel veel aan elkaar vertellen, omdat ze in hetzelfde schuitje zitten. Ook voor haar gold de aard van CMC niet als voorbode voor meer self-disclosure, maar was het gezien de onafhankelijkheid van tijd en het niet hoeven afspreken met iemand, wel gemakkelijk om van je af te schrijven.

4.2 Ontbreken van social context cues

Het ontbreken van social context cues was in de interviews één van de meest besproken kenmerken van CMC en online dating. In dit onderzoek wordt een brede opvatting van de term gehanteerd: alle cues die je niet kunt waarnemen van de omgeving en van degene met wie je in contact bent. Dit kenmerk van online communicatie staat direct in relatie met het vertonen van meer én minder self-disclosure online: degenen die self-disclosure ervoeren in hun online date-communicatie gaven daar vaak verklaringen voor die als het ontbreken van social context cues opgevat kunnen worden, terwijl de geïnterviewden die juist geen verhoging van self-disclosure hadden ervaren, dat weten aan het ontbreken van persoonlijk contact en dus ook aan het ontbreken van social context cues.

Voordat de invloed van het ontbreken van social context cues op de mate van ervaren self-disclosure kan worden besproken, is het van belang te vermelden dat alle geïnterviewden verklaarden dat real life contact uiteindelijk noodzakelijk is om te kunnen bepalen of iemand het voor je is of dat je echt een 'klik' met iemand hebt. Één geïnterviewde (V30) verwoorde dit heel pakkend: *'Je kunt wel verliefd op iemand worden gebaseerd op het online contact, maar je moet iemand toch echt zien om te bepalen of het gevoel van tijdens het mailen*

overeenkomt.' Veel genoemde, bepalende social context cues waarop dat gevoel dan gebaseerd werd, waren: de stem en hoe iemand praat, dus intonatie en toonhoogte, maar ook hoe iemand luistert en het elkaar aankijken in een gesprek, iemand in de ogen kunnen kijken, hoe een real life gesprek verloopt, de reactie van de ander, lichaamshouding en fysieke aantrekkingskracht. Het ontbreken van deze aspecten in online contact hadden verschillende gevolgen volgens de geïnterviewden. Zo vertelden een aantal geïnterviewden dat het online contact niet te vergelijken is met real life contact: 'in het 'echt' is contact veel confronterender' (V24 en M24) en echte diepe gevoelens kunnen online niet worden uitgedrukt (M21, M25 en V27).

Toch werd, zoals al eerder vermeld, online contact voor een aantal geïnterviewden gekenmerkt door meer self-disclosure. Degenen die dit zo ervoeren gaven daarvoor voornamelijk 'de reactie van de ander niet kunnen zien' en 'een bepaalde afstandelijkheid' als redenen. De ontbrekende reactie van een ander –niet de feitelijke, geschreven reactie, maar een reactie met social context cues en dus met gezichtsuitdrukking, houding etc.- zou het gemakkelijker maken om meer over jezelf te vertellen. Daarbij vertelde één van de online daters (V53) dat de ander jouw reactie ook niet kan zien en dus ook niet je eventuele verlegenheid. Deze eerste reden voor meer self-disclosure valt daarom onder te verdelen in het kenmerk van 'het ontbreken van social context cues'. De tweede reden die de geïnterviewden gaven voor meer self-disclosure, 'een bepaalde afstandelijkheid', hoort meer in een andere categorie van kenmerken van CMC: Vrijheid.

4.3 Vrijheid

Naast het ontbreken van de social context cues als belangrijk kenmerk van CMC en online dating, was vrijheid een ander veel besproken kenmerk in de interviews. Verschillende aspecten van deze vrijheid kwamen dan ook aan bod. Ten eerste vertelden veel van de online daters hun netwerk door middel van online dating vergroot te hebben. Dit kwam bij de bespreking van het aanbod op datingsites in paragraaf 2 al naar voren. Het vergrote aanbod is onderdeel van het kenmerk vrijheid, aangezien de online daters heel gemakkelijk in contact kunnen komen met anderen uit niet al bestaande sociale netwerken. Dit aspect van de vrijheid online werd door de geïnterviewden voornamelijk als positief ervaren: geen van hen had echt negatieve ervaringen met 'het gevaarlijke onbekende', waarin meer ruimte voor bedrog zou worden gecreëerd, omdat mensen doordat zij met elkaar in contact komen via het internet niet meer zouden weten met wie zij zich inlaten. (Gibbs et al., 2006)

Voor één van de geïnterviewden (M21) ging het online daten verder dan het vergroten van zijn sociale netwerk. Hij kon online op zoek naar de manier waarop hij zijn seksualiteit wilde uitdrukken en zei hierover dan ook het volgende: *‘Nu kan ik, door bezig te zijn op die homo-site, gewoon een vrijblijvend kijkje nemen in die wereld en zo leer ik er ook dingen over en kan ik bepalen hoe ik daar zelf in sta.’* Het online daten kan dus ten tweede voor sommigen ook een bepaalde normatieve vrijheid bewerkstelligen. Zo vertelde de laatst geciteerde geïnterviewde via de datingsite ook op zoek te zijn naar vrijblijvende seksuele contacten. In zijn bestaande sociale netwerk kon hij die niet opdoen, aangezien de vrijblijvendheid die hij in de seksuele contacten zocht vaak niet werden geaccepteerd en hij had ervaren daar commentaar op te krijgen. Ook een andere geïnterviewde (V24) had, weliswaar op een andere manier, behoefte aan ‘normatieve vrijheid’. Ze vertelde dat de mensen uit haar eigen omgeving al vaak een mening klaar hadden over haar situatie en dat ze daar even genoeg van had. Weer een andere geïnterviewde (M25) vertelde online een minder grote druk en onzekerheid te voelen bij het benaderen van meisjes. Deze ervaringen kunnen worden opgevat als het online ‘ontsnappen’ aan een normatieve invloed of druk uit de eigen omgeving. Niet alle geïnterviewden vertelden dit zo te hebben ervaren. Bij de meesten werd er dan ook weinig of niet over gesproken.

Ten derde kan de vrijblijvendheid in contacten, benoemd door vijf online daters (M21, M38, V24, V30, V46), ook beschouwd worden als aspect van het kenmerk vrijheid. Wederom in paragraaf 2, kwam het onderwerp afwijzing en teleurstelling al aan bod, waarin werd ingegaan op het altijd reageren of niet. Veel geïnterviewden waren van mening dat het wenselijk is om altijd een berichtje terug te sturen. Toch bleek niet iedereen dat te doen. De vrijblijvendheid van contacten online, zoals sommigen dat ervaren, lijkt daarmee wat te maken te hebben. Zo vertelde een geïnterviewde (V30): *‘Stel je wilt geen contact meer met iemand, dan sluit je je mail en dan is de boodschap op een gegeven moment wel duidelijk. Zo gaat dat niet in het echt.’*

Voornamelijk het niet meteen moeten reageren in een online contact, zoals in een face to face gesprek wel het geval is, zorgde voor veel van de geïnterviewden voor een vrijblijvend karakter van de online communicatie. De vrijheid in reactie geven was daarbij niet alleen van belang voor het kenmerk vrijheid. Volgens de geïnterviewden is het ook van invloed op het niveau van persoonlijke controle in een contact. Daarover nu meer in het volgende stuk.

4.4 Persoonlijke controle en eerlijkheid

De mate van persoonlijke controle, in dit onderzoek benaderd als de mogelijkheid om in CMC meer doordachte of beter gearticuleerde reacties te kunnen geven door een vergrote controle over de non-verbale elementen van de zelfpresentatie (Wood en Smith, 2001), kwam in de interviews steeds samen met het onderwerp ‘eerlijkheid’ aan bod. Zo vertelden veel geïnterviewden zich in hun zelfpresentatie (M24, M36, M38, M52, V24 en V53) ‘niet anders voor te doen’ en alles naar waarheid in te vullen en te vertellen’.

Het meest besproken voorbeeld van het verhoogde niveau van persoonlijke controle was het niet meteen hoeven reageren en het langer na kunnen denken over een reactie. Vijf van de geïnterviewden (M24, M25, M38, V27 en V53) vertelden hierover ongeveer hetzelfde: *Je kunt dingen vaak gemakkelijker verwoorden dan wanneer je het zegt. Face to face wordt in een gesprek meteen antwoord verwacht, je kunt niet zeggen: Oh, wacht even een paar minuten ik moet even nadenken over het antwoord dat ik ga geven.* (M25) Ook waren er twee geïnterviewden (V46 en M52) die juist geen verhoogde persoonlijke controle ervoeren. Eén van hen (V46) zei: *In de mail kun je dingen niet bijdraaien of verder toelichten als dat nodig is. Face to face kun je wel iemands reactie zien en daarom eventueel dingen bijdraaien of uitleggen. Mijn ervaring is dat dingen via de mail helemaal de verkeerde kant op kunnen gaan.*

Zoals bij de ervaringen van de mate van self-disclosure online, blijkt dat de mate van persoonlijke controle online ook niet door iedereen hetzelfde wordt ervaren. Het ontbreken van bepaalde social context cues en of een persoon dit als positief of negatief ervaart, lijkt hierop van invloed te zijn.

Een aantal keer kwam de persoonlijke controle van de ander in een contact aan bod. Veel van de geïnterviewden hielden rekening met eventuele oneerlijke berichtgeving van de andere kant en vier van hen (V27, M24, M25 en M52) verklaarden wel eens onserieuze of niet-waarheidsgetrouwe profielen tegen te zijn gekomen. Niemand had een contact echter ooit echt als ‘nep’ ervaren. Dit kon volgens sommigen echter alleen beoordeeld worden van de degenen met wie ze uiteindelijk ook real life contact hadden gehad. Dus van degenen met wie zij alleen online contact hadden gehad, leek het hen mogelijk dat daar wel een ‘nep’ contact tussen gezeten heeft. Het argument dat het geen zin heeft om online te liegen, aangezien je toch door de mand zult vallen bij een ontmoeting in real life, werd door zes van de geïnterviewden (V30, V53, V53, M36, M38 en M52) aangehaald. Naast dat deze gegevens

iets zeggen over de eerlijkheid van de online daters, bevestigt het wederom hun focus op uiteindelijk real life contact.

Voordat de ervaringen met real life ontmoetingen besproken zullen worden is het nog van belang te vermelden dat een aantal geïnterviewden als tussenstap van online naar offline vaak met een potentieel, real life contact belden. Aan telefonisch contact zaten volgens de geïnterviewden een aantal extra dimensies en kwam al dichterbij real life contact: meer social context cues worden vrijgegeven, waardoor al beter kan worden vastgesteld of er een ‘klik’ is (V24 en V53), het is minder vrijblijvend aangezien een telefoontje als indringender in de persoonlijke omgeving kan worden ervaren (M21, M38 en V46) en het werd ook als middel gebruikt om de eerlijkheid van de ander te bepalen.

4.5 Real life ontmoetingen

De ervaringen van de geïnterviewden met uiteindelijke real life ontmoetingen waren, zoals alle ervaringen met CMC als date-medium, zeer divers. Voor de één betekende het verloop van contact van online naar offline soms een groot succes, terwijl een ander vertelde ook wel eens een teleurstelling verwerkt te moeten hebben na een uiteindelijk real life afspraakje. Voorafgaand aan een date vertelden veel geïnterviewden in het online contact een bepaalde spanning opgebouwd te hebben naar het moment van de ontmoeting toe. Deze spanning veroorzaakt volgens vijf van hen, dat je uiteindelijk benieuwd genoeg naar iemand bent om met diegene af te spreken. Eén geïnterviewde (V27) zei hierover het volgende: *‘Je stuurt mailtjes naar elkaar met een bepaalde ondertoon, het is niet hetzelfde als wanneer je een mailtje van een vriend krijgt. Na een tijdje word je dan wel echt benieuwd naar elkaar.’*

Uiteindelijk kan op zo’n date die spanning wegvallen: *‘Het is moeilijk om online te bepalen of je gevoelens wel echt zijn of misschien zelfs verkeerd zijn’* (M25) Dit omdat je je maar op weinig kunt baseren gezien de aard van CMC. Negen van de geïnterviewden bleken ervaring te hebben met een tegenvallende ‘klik’ met een online contact in real life. Deze klik in real life, die volgens de meeste geïnterviewden na een heel leuk online contact alsnog alle kanten op kan gaan in het echt, kon volgens een paar geïnterviewden (V24, V27 en V53) bij een offline afspraakje vaak al binnen een paar minuten worden vastgesteld. De nadruk die door alle geïnterviewde online daters op een real life ontmoeting en / of voortzetting van een online contact werd gelegd komt hierin weer duidelijk naar voren: fysieke aanwezigheid en / of

uiterlijk en de social context cues worden als zeer bepalend beschouwd bij het vaststellen van een 'klik' met iemand of niet.

Afsluitend van deze paragraaf, waarin CMC als date-medium is besproken, een overzicht van het succes van de online daters met hun uit CMC voortgekomen ontmoetingen. Na de uiteenzetting van de ervaringen van online daters met hun online communicatie lijkt het immers voornamelijk om deze ontmoetingen te draaien:

- ❖ Vijf van de geïnterviewden (M39 en V30, M38 en V46, M25) zijn nu met iemand die zij online hebben leren kennen, 4 van hen zijn een stel met één van de anderen geïnterviewden, ofwel de onderzoeksgroep bevatte twee stellen.
- ❖ Vier van de geïnterviewden (M21, M52, V39 en V53) zijn nog steeds zoekende en waren van plan de datingsites als middel te houden. Twee van hen hadden ervaring met real life ontmoetingen, maar hadden nog geen 'klik' gehad met hun dates of het was uiteindelijk toch weer overgegaan met de dates die zij online hadden leren kennen.
- ❖ Vier van de geïnterviewden (M24, V24, V27 en V53) hebben uiteindelijk real life als ontmoetingsplek voor een partner, liefde of intimiteit boven online verkozen. Drie van hen waren ook alweer voorzien van een relatie, voortgekomen uit meer traditionele manieren van dating.

6. Conclusie

Na een uitgebreide beschrijving en analyse van de interviews is het nu tijd om de belangrijkste punten uit de resultaten nog eens te belichten en daarover een aantal concluderende uitspraken te doen. Zo zal aan de hand van de onderwerpen die in de interviews en dus in de paragrafen aan bod zijn gekomen, een antwoord worden gegeven op de hoofdvraag van dit onderzoek: *‘Wat zijn de ervaringen van online daters met hun, door computer gemedieerde communicatie?’*

De beschrijving van de eerste fase van online dating diende voornamelijk om diegenen zonder online date ervaringen een indruk te geven van online dating. Het maken van een profiel bleek centraal te staan in deze eerste fase: het kan een drempel vormen voor de eerste keer online daten, zet de online daters aan het denken over hoe zij zichzelf willen presenteren en als je eenmaal een profiel hebt aangemaakt, kun je in contact komen met andere gebruikers van de site. Het maken van een profiel gebeurt bewust en doelgericht: de online daters bedenken hoe en wat zij over zichzelf schrijven, of zij een foto van zichzelf plaatsen en zo ja, welke. Daarna begint het ‘echte’ werk en kunnen de online daters met elkaar in contact komen. Deze online contacten lijken zich te centrereren rondom twee aspecten van online dating: reageren en selecteren. De ervaringen met het reageren op anderen en het krijgen van reacties waren van alle geïnterviewden heel verschillend. Het onderwerp teleurstelling en afwijzing kwam hierbij een aantal keer aan bod. Sommigen vertelden wel eens teleurgesteld te zijn, anderen waren over dit onderwerp van mening dat teleurstelling en afwijzing ‘part of the game’ zijn. Aangezien je online een minimale indruk van iemand verkrijgt, waarop je wel baseert of je iemand leuk vindt of niet, is de kans volgens deze laatste groep groter dan in real life, dat je indruk niet juist is of dat een interesse niet wederzijds is.

Het kunnen selecteren van contacten online en de manier waarop dat gebeurt, was een belangrijk onderwerp tijdens de interviews. Naast dat deze selectiecriteria samenhangen met de motieven en verwachtingen van online daters, waarover zo nog het een en ander herhaald zal worden, is het ook één van belangrijkste onderdelen van online dating wat duidelijk anders is dan bij traditionelere vormen van daten. Zo vertelden alle geïnterviewden gebruik te maken van de mogelijkheden tot selecteren, waardoor er mogelijk een verschuiving plaatsvindt in de selectieprocedure in vergelijking tot diezelfde procedure in real life. Zo heb je online sneller een veel groter aanbod, ofwel database, waaruit je op basis van een aantal criteria, personen

kunt filteren, waardoor het aanbod overzichtelijker wordt en je het naar eigen wensen kunt vormgeven. Om, zoals de geïnterviewden dat deden, de kroeg als vergelijkingsmateriaal te nemen als ontmoetingsplek: het aanbod is er kleiner, je bereikt minder snel even veel mensen en het selecteren zoals dat online kan, is daar niet mogelijk. Anderzijds heb je in de kroeg (of op anderen real life ontmoetingsplekken) wel dat directe contact en ontbreken de social context cues, waarover zo meer aan bod komt, niet. De online selectiecriteria maken online dating voor sommigen snel en praktisch, alhoewel het selecteren online vaak niet als voldoende wordt geacht om te bepalen of er een 'klik' is met iemand. De selectiecriteria foto, woonplaats en leeftijd vormden veruit de meest gehanteerde criteria en opvallend aan deze punten is dan ook dat dit criteria zijn die er voornamelijk in real life toe lijken te doen en niet zo zeer belangrijk zijn voor een leuk online contact. Het werd al snel duidelijk dat online daters op zoek zijn naar mensen die zij in real life kunnen en willen ontmoeten en dat zij gebruik maken van de selectiecriteria om 'voor te sorteren'.

Nadat de selectiecriteria van de online daters zich op real life aspecten bleken te richten, werd verondersteld dat deze in verband zouden staan met de motieven en verwachtingen van de online daters. Zo werden de belangrijkste motieven om voor online dating te kiezen gevormd als alternatief voor de kroeg, gebaseerd op leeftijd en levensstijl en andere externe factoren, zoals beperkte mobiliteit en als therapeutische activiteit. Ook werden persoonskenmerken als motief voor online dating genoemd, maar dit motief werd minimaal belicht en de enige overeenkomst van persoonskenmerken werd gevormd door de nieuwsgierigheid voor online dating van veel van de online daters. De motieven voor online dating bleken zeer uiteenlopend te zijn, waardoor de aanname van Peter en Valkenburg (2007) dat een karakterisering van online daters op basis van persoonskenmerken niet haalbaar is, zeer aannemelijk lijkt.

Vervolgens werd er verder ingegaan op de verwachtingen van online daters, welke lastig te achterhalen bleken. De online daters konden vaak zelf niet precies uitdrukken wat hun verwachtingen waren en daarbij waren hun verwachtingen vaak ook veranderlijk, afhankelijk van de contacten die men per periode had. Uiteindelijk zijn er vijf online date verwachtingen op een rijtje gezet: online dating ter kennismaking, voor vriendschap en gezelschap, om aandacht te genereren, als middel voor seks en ten slotte online dating voor een relatie. Bij de selectiecriteria werd de focus op real life in hun online contacten al enigszins duidelijk, bij de verwachtingen van de online daters was dit wederom het geval. Zo

kwamen de verwachtingen van online dating ter kennismaking en die van een relatie het meest voor en bleek de real life focus binnen deze verwachtingen inderdaad hoger dan voor sommige andere verwachtingen.

Over de aanname dat online daters met de verwachting van real life contact meer self-disclosure vertonen online dan degenen zonder real life verwachtingen, zoals Gibbs et al. (2006) veronderstellen, kan op basis van dit onderzoek geen geldige uitspraak gedaan worden. Alle geïnterviewden hadden bepaalde real life verwachtingen, waardoor een vergelijk met online daters zonder real life verwachtingen niet gemaakt kan worden. Wel bleek de ervaren mate van self-disclosure voor de geïnterviewden voornamelijk af te hangen van hun waardering van social context cues. Bij de één zorgde het ontbreken ervan voor minder gêne in de communicatie, terwijl een ander het ontbreken ervan juist ervoer als dé ontbrekende eigenschap van CMC om echt persoonlijk en intiem contact te kunnen hebben. Ditzelfde gold voor de mate waarin de geïnterviewden een persoonlijke controle over hun online communicatie ervoeren. Als de geïnterviewden inderdaad een dergelijke controle herkenden, werd dit volgens hen voornamelijk verklaard door het niet meteen te hoeven reageren en het langer na kunnen denken over een reactie. Dat zij hiermee gemakkelijker een favoriete indruk van zichzelf konden geven, zoals Wood en Smith (2001) veronderstellen, wordt door de geïnterviewden zelf niet bevestigd: met het niet eerlijk zijn, zou je als online dater in real life uiteindelijk toch door de mand vallen. Dat een verhoogde persoonlijke controle door sommige online daters wel werd ervaren, zal voor hen echter wel wat hebben moeten betekenen voor hun zelfpresentatie, anders zou deze vrijheid in antwoorden niet als positief ervaren worden.

Ten slotte kwamen er naast de vrijheid in antwoorden, nog andere aspecten van CMC aan bod die in verband kunnen worden gebracht met het ervaren van een bepaalde vrijheid. Barraket en Henry-Waring (2008) beschreven dat de gebruikers van datingsites de mogelijkheid hebben om los van al bestaande sociale netwerken, nieuwe mensen te leren kennen. Dit komt overeen met hetgeen dat hierover in dit onderzoek naar voren kwam. Daarbij werden de positieve consequenties van deze 'online vrijheid' meer ervaren door de geïnterviewden, dan de negatieve consequenties. Vooral de vrijheid van de normatieve invloed van de eigen sociale netwerken, zoals Rosen et al. (2008) beschreven, werd herkend door de geïnterviewden. Dat online daters niet expliciet en / intentioneel liegen (Ellison et al., 2006)) lijkt, op een aantal ervaringen na, ook zo door de geïnterviewden uit dit onderzoek te zijn ervaren. In ieder geval had geen van hen echte, nare ervaringen met het gevaarlijke,

onbekende waarover Gibbs et al. (2006) schreven en wat vaak als negatief gevolg van CMC wordt beschouwd.

De context van online dating

In sommige interviews kwam een bepaalde gevoeligheid rondom de bezigheid van online dating duidelijk naar voren. Deze gevoeligheid kan worden beschouwd als een context waarin online daters hun ervaringen hebben weergegeven en ook hebben ervaren. Zo ervoeren veel van de geïnterviewden een drempel bij het beginnen met online dating of vertelden zij uitgebreid waarom het voor hen ‘nodig’ was om online op zoek te gaan, waaraan het uitgebreide stuk over de motieven van online dating dan ook te danken is. Het enerzijds ‘op zoek’ zijn naar een partner, liefde en / of intimiteit en anderzijds de manier waarop, via het internet, zijn twee onderdelen van online dating die een context creëren waarin online daters het gevoel (kunnen) krijgen dat zij hun online dating moeten rechtvaardigen. Dat er in de resultaten een onderdeel is gewijd aan de motieven van online daters bevestigt het bestaan van deze context daarbij min of meer.

In de literatuur wordt veel aandacht besteed aan de context van online dating vanuit een kader van detraditionalisering. Online dating kan vanuit dit kader zowel als een negatieve en als een positieve uiting van deze detraditionalisering beschouwd worden. Los van een positieve of negatieve kijk op online dating, blijft echter het gegeven bestaan dat online dating, als onderdeel van deze context, anders is dan de traditionelere vormen van dating en dat het zich kenmerkt als een vorm van dating waarin sociaal-culturele tradities achterwege worden gelaten en worden vervangen. Eerder in de resultaten werd al duidelijk dat te geforceerd en te direct zoekende zijn naar een partner, liefde en of intimiteit, iets is waarop je afgerekend of veroordeeld kunt worden. De aanwezigheid op een datingsite kan worden beschouwd als een directe uiting van zoekende zijn, daarbij kan de vorm van de communicatie, via internet, ook nog wel eens als onpersoonlijk beschouwd worden, zoals in één van de perspectieven van Walther (2006), waardoor het als onnatuurlijk kan worden ervaren om toch via deze weg op zoek te gaan naar juist hele persoonlijke verwachtingen.

Aan deze context moet echter niet een te groot effect op de ervaringen van online daters worden toegedicht. Bijna geen van de geïnterviewden vertelden zich namelijk echt te schamen voor hun online dating en daarbij blijft de populariteit van datingsites niet voor niets groeien. Mensen vinden op de sites blijkbaar waarnaar ze zoeken. Op basis van bepaalde nuances in de antwoorden van de online daters kan echter wel worden gewezen op een

context van online dating, waarin de acceptatie van de omgeving en schaamte een bepaalde rol spelen.

De invloed van real life verwachtingen op CMC

Ten slotte bleken de verwachtingen van online daters inderdaad van invloed te zijn op de manier van communiceren. De bekende kenmerken van CMC zoals een verhoging van self-disclosure, de toename van vrijheid en de mate van persoonlijke controle, leken daarbij niet steeds op dezelfde manier ervaren te worden door beïnvloeding van de real life focus, die in principe alle geïnterviewden bleken te hebben. De ervaringen van de geïnterviewden bleken namelijk op het gebied van deze kenmerken nog redelijk uiteen te lopen. Hoe de verwachtingen van de online daters dan wel van invloed zijn op de manier van communiceren, leek voornamelijk beïnvloed te worden door het dating-aspect van de communicatie van online daters, waarmee het zoeken naar een partner, liefde en / of intimiteit wordt bedoeld.

Deze dating-aspecten zijn mogelijk van invloed op de hoge real life focus van online daters in hun online communicatie. De verwachtingen van degenen met een hoog dating-gehalte, waaronder de verwachtingen van online dating ter kennismaking, seks en voor een relatie verstaan kunnen worden, bevatten namelijk een hogere focus op real life dan de verwachtingen met een lager dating-gehalte: online dating voor vriendschap / gezelschap en om aandacht te genereren. Hieruit kan worden opgemaakt dat het dating-aspect van de communicatie bij online dating er mogelijkwijs voor zorgt dat de real life focus in online dating-contact over het algemeen hoog zal zijn.

Vanwege deze hoge real life focus van veel online daters, lijkt het online gedeelte, als onderdeel van het gehele date-proces, enigszins naar de achtergrond te verplaatsen. Gezien de ervaringen van de online daters uit dit onderzoek, kan de invloed van CMC op de interpersoonlijke relaties die de online daters eventueel ook in real life met elkaar aangaan, als minimaal worden beschouwd. Hiermee wordt niet verondersteld dat alle verschillen tussen online en real life dating verwaarloosbaar zijn. De aard van CMC blijft namelijk een aantal mogelijkheden bieden die in real life communicatie, niet mogelijk zijn. Zo bleek het voorselectieproces online heel anders vorm gegeven te zijn dan in real life, werd het aanbod van contacten met potentiële liefdes en / of romances online aanzienlijk vergroot, waarbij het kenmerk 'vrijheid' van CMC zeer relevant bleek te zijn in de verschillen tussen offline en online dating. Aan de andere kant bleek de invloed van de social context cues en daarmee het

belang van het uiterlijk en de fysieke aanwezigheid, uiteindelijk wel een voorkeur en superioriteit van real life contact, onder de online daters te veroorzaken. Met andere woorden kan uit dit onderzoek geconcludeerd worden dat de social context cues het in de beoordeling van een potentiële partner, winnen van de vrijheid die door het ontbreken van diezelfde cues kan ontstaan. Waar in de literatuur vaak nadruk wordt gelegd op het online gedeelte van een date-contact, blijkt uit dit onderzoek het tegenovergestelde waar en worden juist die onderdelen van real life contact erg van belang geacht bij de totstandkoming van intieme relaties.

7. Discussie

Allereerst dient in deze discussie aandacht te worden besteed aan de geringe omvang van de onderzoeksgroep en daarbij aan de minimale generaliseerbaarheid van de uitkomsten van dit onderzoek. Alhoewel er geen statistische generalisatie werd nagestreefd, worden er in de conclusie toch wat suggesties gedaan voor algemeen geldende kenmerken van de communicatie van online daters. Deze onderdelen dienen als aanknopingspunten, waarmee in eventueel vervolgonderzoek rekening gehouden kan worden. Dit geldt voornamelijk voor de aanname dat het dating-aspect van de communicatie van online daters mogelijk voor een verhoogde real life focus zorgt en dat daarom de kenmerken van CMC weinig van invloed zijn op de communicatie van online daters. De verwachtingen uit de resultatensectie, vertegenwoordigen mogelijk niet alle verwachtingen die online daters kunnen hebben, waardoor de aanname van een hoge real life focus in verwachtingen met duidelijke dating-aspecten, maar beperkt kan worden onderbouwd. Daarbij vielen de verwachtingen van maar drie van de geïnterviewden in één van de verwachtingen met een lager dating-gehalte, waaraan voor deze geïnterviewden ook een minder hoge focus op real life verbonden was. Aangezien dit enkel drie van de geïnterviewden betrof en de rest van de online daters allemaal relatief hoge real life verwachtingen hadden, is de onderbouwing van deze aanname enigszins wankel.

Toch wordt in de conclusie van dit onderzoek op de aanname van een algemeen geldende hoge focus op real life bij online daters op zoek naar liefde, intimiteit en of een partner voortgeborduurd, aangezien de aanname vanuit een ‘common sense’ benadering ook erg aannemelijk is. Aan zaken zoals vrijen, kinderen krijgen, trouwen, samen wonen en

andere dingen die kunnen horen bij liefde en het hebben van een partner, lijkt namelijk vooralsnog vooral waarde gehecht te worden in real life en daarom wordt daar uiteindelijk ook in real life naar gezocht.

Aan de theorie van Gibbs et al., uit 2006 en hetgeen wat daarover wordt gezegd in de conclusie dient in deze discussie ook aandacht besteed te worden. Volgens Gibbs et al. (2006) zou de mate van self-disclosure positief worden beïnvloed door de real life verwachtingen van online daters. Op basis van de resultaten uit dit onderzoek kan geen precieze uitspraak gedaan worden ten aanzien van deze theorie, aangezien alle geïnterviewde online daters een bepaalde focus op real life hadden in hun verwachtingen en er geen vergelijking kan worden gemaakt met de ervaringen van online daters zonder deze real life verwachtingen. Daarbij is de beoordeling van de mate van self-disclosure in dit onderzoek afhankelijk geweest van de interpretaties van de geïnterviewden zelf, waardoor een vergelijk van ervaringen bij voorbaat al lastig zou zijn.

In de conclusie wordt de waardering van online daters van social context cues en dus uiterlijk en fysieke aanwezigheid, naar voren geschoven als mogelijk bepalend voor de mate van self-disclosure online. Met deze suggestie wordt echter niet nagestreefd de theorie van Gibbs et al. (2006) tegen te spreken, maar aan de hand van de verschillende ervaringen van de geïnterviewden –allen met een bepaalde focus op real life, maar verschillend in hun ervaren mate van self-disclosure lijkt deze invloed aannemelijk. De rol die de waardering van social context cues mogelijk speelt in de mate waarin online daters, maar eventueel ook andere gebruikers van CMC, self-disclosure vertonen, kan worden beschouwd als een nuancering van de theorie van Gibbs et al. (2006) of zou wederom kunnen dienen als onderwerp van eventueel vervolgonderzoek.

Bij aanvang van dit onderzoek werd de invloed van CMC op het date-proces, mede gebaseerd op de bestaande literatuur, tamelijk hoog ingeschat. Gaandeweg het onderzoek bleek deze invloed echter beperkt, vanwege de real life focus die de verwachtingen van alle online daters bevatten. Een aantal zaken bleken wel anders te verlopen wanneer dates elkaar online leerden kennen, maar uiteindelijk kwam daar dan toch dat afspraakje in real life, wat volgens de meeste geïnterviewden niet veel anders was dan andere ‘traditionele’ afspraakjes. Hieruit kan worden opgemaakt dat het veelvoorkomende idee van de grote invloed die het internet middels haar ‘ongekende mogelijkheden’ zou uitoefenen op onze interpersoonlijke relaties, op de online daters niet erg van toepassing lijkt.

In de methodologische verantwoording werd verwezen naar de discussie voor een toelichting bij de verscherping van focus die in de interviews heeft plaatsgevonden. De topics ‘hedendaagse intimiteit en liefde’ en ‘persoonskenmerken van online daters’ bleken naar de achtergrond te zijn verschoven in de gesprekken en deze verschuiving kan in verband worden gebracht met die verwachte, grote invloed van CMC op het date-proces, die na bestudering van de ervaringen van de online daters min of meer uitbleef. Gezien deze uitkomst veroorzaakten deze topics automatisch veel minder herkenning bij de geïnterviewden, waardoor het ook minder gespreksstof opleverde. Voor het topic ‘persoonskenmerken van online daters’ geldt waarschijnlijk dat de offline en online populatie, zoals al eerder in deze studie naar voren kwam, tegenwoordig niet meer van elkaar verschillen (Valkenburg en Peter, 2007), waardoor er geen opvallende dingen over de persoonskenmerken van online daters naar voren kwamen. Het topic ‘hedendaagse intimiteit en liefde’ bleek te abstract en niet erg aansluitend bij de ervaringen van de geïnterviewden. Door hen werd de koppeling tussen het hedendaagse tijdperk van online communicatie en technologieën enerzijds en de verandering van intimiteit en liefde anderzijds, in ieder geval niet snel of duidelijke gemaakt.

Afsluitend voor de discussie van dit onderzoek dienen er nog een paar opmerkingen gemaakt te worden over de kenmerken van de onderzoeksgroep, die mogelijk een aantal resultaten enigszins beïnvloed hebben. Zo bleken niet alle vragen op al de situaties van de geïnterviewden van toepassing te zijn en waren ze ook verschillend benaderbaar. Dit werd bijvoorbeeld veroorzaakt door de verschillende mogelijkheden van de gebruikte datingsites, doordat niet elke geïnterviewde ervaring bleek te hebben met het krijgen van reacties of dat niet iedereen ook ervaring had met een real life vervolg van een online date. De interviews waren daarbij ook onderhevig aan verschillende inhoud, aangezien de input van de geïnterviewden centraal stond in de interviews. Een uiteindelijk interpretatie van de betekenissen die de online daters aan zaken gaven, kon zo echter wel goed worden neergezet en gezien de focus van deze studie op de ervaringen van online daters komt dit het onderzoek dan ook voornamelijk ten goede.

8. Referenties

- Barraket, J., & Henry Waring, M. S. (2008). Getting it on(line) : Sociological perspectives on e-dating. *Journal of sociology*, 44(2), 149- 165.
- Ellison, N., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 27-62.
- Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & Heino, R. D. (2006). Self-presentation in online personals: The role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in internet dating. *Communication Research*, 33(2), 152-177.
- Rosen, L. D., Cheever, N. A., Cummings, C., & Felt, J. (2008). The impact of emotionality and self-disclosure on online dating versus traditional dating. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 2124-2157.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Who visits online dating sites? exploring some characteristics of online daters. *Cyberpsychology and Behavior*, 10(6), 849-852.
- Wood, A. F., & Smith, M.J. (2001). *Online communication; linking technology, identity & culture*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

9. Bijlage

TOPICLIJST

Hallo, mijn naam is Merel Godschalk en ik ben 3^e jaars ASW-student. Voor mijn bacheloronderzoek ben ik op zoek naar ervaringen en belevingen van mensen die wel eens online hebben gedate of dat nog doen. Aangezien er veel verschillende meningen bestaan over de nieuwe vorm van communicatie via het internet en de computer, ben ik geïnteresseerd geraakt in deze vorm van communicatie in de setting van het online daten. Met dit onderzoek hoop ik een nieuw / ander licht te kunnen werpen op dit onderwerp.

Het interview zal ong. 45 minuten duren en alle gegevens en informatie die u mij geeft zullen vertrouwelijk worden verwerkt. U als participant zult anoniem blijven. Ter controle en om precies de informatie te kunnen gebruiken die u mij verteld, zou ik graag, mits u daar geen bezwaren tegen heeft, het interview opnemen. Ook zal ik tijdens het interview aantekeningen maken. Het eindverslag zal er uit komen te zien als een analyse van de beschrijvingen en ervaringen van alle participanten. Als u daar behoefte aan heeft kan ik u een exemplaar van het eindproduct toesturen. We zullen beginnen met de opnameapparatuur te testen.

Interviewer:

Datum:

Tijdsuur:

Adres en Tel. Nr:

Algemene en Inleidende vragen

- *Wat is u leeftijd?*
- *Geslacht?*
- *Werk?*
- *Opleiding?*
- *Leefsituatie?*

TOPIC 1. Online dating

- *Hoe lang heb je online gedate / of date je?*
- *Kun je vertellen hoe je op datingsites terecht bent gekomen?*
- *Hoe gaat het online daten in zijn werk?*
- *Wat zijn de toepassingen en mogelijkheden van de sites: Aanmelding? Inloggen? **Maken van profiel?** Hoe leg je contact met anderen?*

- *Maak(te) je veel gebruik van selectiecriteria? Op welke punten selecteerde u?*

TOPIC 2. Interpersoonlijke perspectieven op CMC (en online dating)

- *Onpersoonlijk*: social context cues ontbreken
 - *Interpersoonlijk*: gebruikers passen zich aan het medium aan, waardoor zij toch de indrukken en informatie die zij willen, verkrijgen
 - *Hyperpersoonlijk*: sneller, treedt meer self-disclosure op, waardoor mensen elkaar sneller leren kennen
- *Hoeveel maakt u gebruik van alle mogelijkheden van het internet om in contact zijn / te blijven, zowel in privé als werksferen?*
 - *Bevalt deze communicatie u? Waarom wel of niet?*
 - *Ziet u deze 'nieuwe' communicatie als een vervanger voor face-to-face communicatie?*
 - *Heeft u wel eens ervaren dat u iemand die u online heeft leren kennen en daar online mee hebt gecommuniceerd, eerder goed leerde kennen dan over het algemeen in real life? Hoe denkt u dat dit komt?*

TOPIC 3. Hedendaagse intimiteit en liefde

- *Pure relationships*: relaties kunnen zich nu vrij van externe obstakels ontwikkelen, meer ruimte voor disclosure en zelfreflectie binnen een relatie.
 - *Liquid love*: de essentie van de ervaring van liefde is weggeveegd, relatievorming als individueel, rationeel proces. Gebruikers van datingsites zijn als producten voor consumptie.
- *Hoe is uw ervaring met daten en / of een partner zoeken in het algemeen?*
 - *De keuzes die u tijdens online dating maakt, zijn deze gebaseerd op gevoel / weegt u rationeel de voor- en nadelen af van een gesprekspartner? Waarop baseer je je keuzes voor iemand?*
 - *Denk je dat er tegenwoordig anders met liefde en intimiteit wordt omgegaan nu het mogelijk is om via het internet op zoek te gaan?*

TOPIC 4. Persoonlijkheidskenmerken van een online dater

- *Sociale compensatietheorie*: online daten aangezien aspecten van deze vorm het aantrekkelijker / makkelijker maken om te daten, voornamelijk voor mensen met datingsangst.
- *Rich-get-richer theorie*: online daten als één van de strategieën om een partner te vinden, het komt voornamelijk de mensen ten goede die al sterke en goed date-vaardigheden hebben.
- *Waarom heeft u geprobeerd te online daten / online date u?*
- *Heeft of had u het gevoel dat bepaalde aspecten van het daten gemakkelijker / minder gemakkelijk verlopen / verliepen? Wanneer? In welke omstandigheden? Waar lag dat volgens u aan?*
- *Kunt u daarvan voorbeelden van geven?*

TOPIC 5. Omgevingsfactoren

- *Carrièredruk, tijdsgebrek, fase in leven, minder goed bereikbare 'traditionele' vormen van daten.*
- Zijn er nog andere (externe) invloeden in uw leven die u beschouwt als redenen om online te daten?*
- *Ervart u moeilijkheden om op andere manieren dan online in contact te komen met ev. potentiële partners?*
- *Indien nodig: Kunt u daar wat meer over vertellen?*

Topic 6. Online date verwachtingen

- *Een 'player-profiel'*: game-playing-aspecten, cyber sex, fantasie en wegwerpbaarheid
- *Een 'wooer-profiel'* : soulseeking, liefde, vertrouwen en veiligheid
- *Hun zoekstrategieën*: Connectie aangaan, zoeken en ruilen van persoonlijke info, positieve of negatieve waardering van ander
- *Hun self-disclosure en / of zelfpresentatie strategieën*: Eerlijkheid, hoeveelheid, bewuste intentie, positieve en negatieve waardigheid
- *Bent u ook op andere manieren, buiten het online daten, op zoek naar liefde of een partner? Alleen online dating?*
- *Kunt u in een aantal steekwoorden benoemen waarnaar u op zoek bent / was door middel van online dating?*
- *Maakt u van het emailen en chatten gebruik om zo veel mogelijk over de ander te weten te komen en over uzelf te vertellen?*

- *Ervaart u vaak dat inhouden van reacties onwaarheden / puur positieve berichtgeving bevatten?*
- *Heeft u al wel eens een date in real life via het internet gemaakt? Is dat ook het uiteindelijke doel of draait het meer om de online communicatie op zich?*

TOPIC 7. Andere vernieuwende / herkenbare aspecten van online dating

- o *Niveau van persoonlijke controle, vrijheid, intimiteit, partner zoeken in 'eigen groep'.*
- *Hoe ervaart u het dat u tijdens het online daten grotendeels zelf in de hand hebt wat u uw gesprekspartner wel of niet verteld?*
- *Zijn er nog andere / niet besproken zaken die u als nieuwe ervaring ziet / zag toen u ging online daten?*
- *Zijn er nog dingen die u graag kwijt wilt over dit onderwerp of zijn bepaalde aspecten van online dating nog niet besproken, terwijl u deze wel kenmerkend / belangrijk vindt?*
- *Nog eens aan beginnen? Wat is je conclusie van online dating?*

Afsluiting:

Ik heb alles gevraagd wat ik wilde. Erg bedankt voor uw bijdrage! Heeft u nog vragen?

Hoe vond u dat het interview ging? Heeft u misschien nog tips voor me? De informatie die u me gegeven heeft ga ik, anoniem, gebruiken in een analyse over de ervaringen en belevingen van online daters. Heeft u behoefte aan een verslag van deze analyse als ik dit project heb afgerond?