

Like barn leker best?

En studie om relasjoner

Jørgen Mongstad Eriksen
Marita Kleiberg Hestenes

SNF



SNF

SAMFUNNS- OG NÆRINGSLIVSFORSKNING AS

- er et selskap i NHH-miljøet med oppgave å initiere, organisere og utføre eksternt-finansiert forskning. Norges Handelshøyskole og Stiftelsen SNF er aksjonærer. Virksomheten drives med basis i egen stab og fagmiljøene ved NHH.

SNF er ett av Norges ledende forskningsmiljø innen anvendt økonomisk-administrativ forskning, og har gode samarbeidsrelasjoner til andre forskningsmiljøer i Norge og utlandet. SNF utfører forskning og forskningsbaserte utredninger for sentrale beslutningstakere i privat og offentlig sektor. Forskningen organiseres i programmer og prosjekter av langsiktig og mer kortsiktig karakter. Alle publikasjoner er offentlig tilgjengelig.

SNF

CENTRE FOR APPLIED RESEARCH AT NHH

- is a company within the NHH group. Its objective is to initiate, organize and conduct externally financed research. The company shareholders are the Norwegian School of Economics (NHH) and the SNF Foundation. Research is carried out by SNF's own staff as well as faculty members at NHH.

SNF is one of Norway's leading research environment within applied economic administrative research. It has excellent working relations with other research environments in Norway as well as abroad. SNF conducts research and prepares research-based reports for major decision-makers both in the private and the public sector. Research is organized in programmes and projects on a long-term as well as a short-term basis. All our publications are publicly available.

SNF-rapport nr. 17/21

Like barn leker best?

En studie om relasjoner

av

**Jørgen Mongstad Eriksen
Marita Kleiberg Hestenes**

SNF-prosjekt nr. 10033

Rapporten er skrevet som en del av forskningsprosjektet RaCE: Managing Radical Technology-Driven Change in Established firms. Finansiert av Norges forskningsråd, Deloitte, DNB, Laerdal Medical AS og Telenor.

SAMFUNNS- OG NÆRINGSLIVSFORSKNING AS
Bergen, desember 2021

© Dette eksemplar er fremstilt etter avtale med KOPINOR, Stenergate 1, 0050 Oslo. Ytterligere eksemplarfremstilling uten avtale og i strid med Åndsvekkelsen er straffbart og kan medføre erstatningsansvar.

ISBN 978-82-491-1070-4 Trykt versjon
ISBN 978-82-491-1071-1 Elektronisk versjon
ISSN 0803-4036

Forord

Denne masterutredningen er skrevet som en del av masterstudiet i økonomi og administrasjon ved Norges Handelshøyskole (NHH). Arbeidet har strukket seg over ett semester og utgjør 30 studiepoeng. Utredningen er skrevet som en del av forskningsprosjektet RaCE, som undersøker hvordan veletablerte selskaper kan respondere på og håndtere radikale teknologidrevne endringer.

Arbeidet med masteroppgaven har vært lærerikt og spennende. Til tross for at det har vært givende, har det også vært utfordrende. Det har derfor vært til stor hjelp å kunne diskutere og drøfte idéer med hverandre. Ettersom vi ikke kjente hverandre så godt da vi startet samarbeidet, har vi gjennom høsten selv fått erfare viktigheten av vennskap. Til tross for at masterutredningen har vært en lang og krevende prosess, har vi trivdes godt i hverandres selskap og hatt mange morsomme stunder. Vi sitter igjen med svært mye kunnskap og innsikt i det aktuelle temaet.

Vi ønsker å rette en takk til alle involverte i casebedriften med hjelp til å innhente respondenter og med illustrasjonsbilder til masterutredningen. Vi vil spesielt rette en stor takk til gründer og daglig leder for VENN-appen, Jesper Algaard. Han har vært en fremragende ressurs under hele studien, og han har vist oss stor tålmodighet. Videre vil vi også takke samtlige respondenter som har latt seg intervjuet i en ellers travel hverdag.

Til slutt vil vi gjerne rette en stor takk til våre veiledere Vidar Schei og Therese E. Sverdrup, ved Institutt for Strategi og ledelse ved Norges Handelshøyskole. Vi er svært takknemlige for den genuine interessen de har vist for studien vår og de verdifulle innspillene underveis. Vi ønsker spesielt å takke vår hovedveileder, Vidar Schei. Han har bidratt med glimrende veiledningen og tilbakemeldinger underveis, noe som har hevet oppgaven vesentlig. Til slutt vil vi også takke venner og familie som har bidratt med pilottesting, gjennomlesing og tilbakemeldinger.

Bergen, 20. desember 2021

Jørgen Mongstad Eriksen

Marita Kleiberg Hestenes

Innholdsfortegnelse

1. Innledning	1
1.1 Bakgrunn.....	1
1.2 Formål og forskningsspørsmål.....	2
1.3 Oppgavens disposisjon.....	3
2. Teori	4
2.1 Vennskapsformasjon.....	4
2.1.1 Førsteintrykk.....	5
2.1.2 Individuelle faktorer.....	6
2.1.3 Mellommenneskelige faktorer.....	9
2.1.4 Situasjonsfaktor.....	11
2.1.5 Mellommenneskelig kjemi.....	13
2.1.6 Online interaksjoner.....	14
2.2 Oppsummering av teori.....	18
3. Metode	20
3.1 Forskningsdesign og forskningstilnærming.....	20
3.2 Forskningsmetode.....	21
3.3 Forskningsstrategi.....	22
3.4 Kontekst.....	23
3.4.1 Appens funksjoner og oppgavens inndeling.....	24
3.5 Datainnsamling.....	25
3.5.1 Utvalg.....	25
3.5.2 Semistrukturerte intervjuer.....	27
3.5.3 Gjennomføring av intervjuene.....	28
3.5.4 Intervjuguide.....	29
3.6 Dataanalyse.....	30
3.6.1 Transkribering.....	30
3.6.2 Tematisk analyse.....	31
3.6.3 Presentasjon av datagrunnlag.....	33
3.7 Forskningskvalitet.....	33

3.7.1 Pålitelighet	34
3.7.2 Gyldighet.....	36
3.7.3 Overførbarhet.....	37
3.8 Etikk	38
3.9 Oppsummering av metode.....	39
4. Resultater	42
4.1 Fase 1: Swipefasen	42
4.2 Fase 2: Chattefasen	50
4.3 Fase 3: Møtefasen.....	54
4.4. Fase 4: Utviklingsfasen.....	61
4.5 Oppsummering av funn.....	67
5. Diskusjon	69
5.1 Felles interesser	70
5.2 Individuelle attributter	71
5.3 Åpenhet og selvavsløring	76
5.4 Gjensidighet	78
5.5 Situasjonsfaktor.....	81
5.6 Oppsummering av diskusjon	83
5.7 Studiens bidrag	85
5.8 Begrensninger.....	86
5.9 Videre forskning.....	87
5.10 Praktiske implikasjoner	88
6. Konklusjon.....	90
7. Litteraturliste	92
8. Vedlegg.....	108
Vedlegg A: Intervjuguide	108

Figur- og tabelloversikt

Figur 1: Fremstilling av VENN-appen.	24
Figur 2: Tidslinje for datainnsamling.	28
Figur 3: Oversikt over kodet datamateriale.	33
Figur 4: Studiens fire faser.....	42
Figur 5: Oppsummering av funn.....	68
Tabell 1: Oppsummering av metodiske valg.	40
Tabell 2: Identifiserte hovedfaktorer for vennskapsformasjon.	69

1. Innledning

I dette kapitlet vil vi innledningsvis presentere bakgrunnen for studien. Deretter vil vi presentere studiens formål og forskningsspørsmål, etterfulgt av en beskrivelse av strukturen til masterutredningen.

1.1 Bakgrunn

Sosiale relasjoner viser seg å ha en sentral betydning for en rekke sosiale problemer, som sykdom og arbeidsledighet. Likevel har viktigheten av dette fenomenet en tendens til å bli oversett. Forekomsten av ensomhet har økt jevnt siden 2005, og spesielt akselerert som følge av koronapandemien (Barstad, 2021). I Norge følte hele 37 prosent av voksne seg litt eller mye plaget av ensomhet i 2020, og en lignende trend finner vi globalt (Varrella, 2021). Samtidig bor nesten 300 millioner mennesker alene, som tilsvarer omtrent 15 prosent av verdens husholdninger (Chamie, 2017). Globalisering har også ført til økende grad av alenereisende turister (Solo Traveler, 2021), og mennesker som velger å starte en ny tilværelse utenfor sitt hjemland (Finaccord, 2017). Kombinasjonen av disse faktorene fører til at viktigheten for gode relasjoner er stor. I tillegg har inntoget av ny teknologi hatt implikasjoner for hvordan relasjoner dannes (Chambers, 2013). Digitalisering har transformert samfunnet på flere måter og tilrettelagt for umiddelbar kommunikasjon. De siste årene har sosiale medier og andre digitale apper gjort muligheten for å danne relasjoner mer tilgjengelig enn før og lagt grunnlaget for nye måter å komme i kontakt med mennesker på. Til tross for dette er ensomhet fortsatt et utbredt fenomen.

Sosiale relasjoner har en betydelig innflytelse på fysisk og mental helse uavhengig av alder (Holt-Lunstad, 2017). En viktig og sentral sosial relasjon er vennskap. Nære vennskap spiller en viktig rolle for lykkefølelsen til individer (Helliwell et al., 2013), og gode vennskap er til og med funnet til å gi større lykkefølelse enn familie (Hudson, 2020). Vennskap bidrar også til en sterk følelse av felleskap og reduserer følelsen av ensomhet (Lykes & Kimmelmeier, 2014). Videre viser en rekke forskning at mennesker med både færre og lavere kvalitet på sosiale relasjoner, er forbundet med dårligere fysisk helse, depresjon og større risiko for tidlig dødelighet (De Vogli et al., 2007; Holt-Lunstad et al., 2010; Uchino, 2006). Det viser seg at selv korte møter, enten de er

vennlige eller romantiske, gir flere fordeler både på en persons humør og generelle velvære (Fingerman et al., 2011; Vittengl & Holt, 2000).

Det er ikke bare for enkeltpersoner at helse, velvære og vennskap ser ut til å spille en sentral rolle. I organisasjoner og bedrifter er vennskap knyttet til flere fordeler. Flere studier konkluderer med at vennskap på jobb har en signifikant effekt på sentrale arbeidsrelaterte utfall, som jobbengasjement, organisatorisk engasjement, gjennomtrekk av ansatte, jobbtilfredshet, og til og med organisasjonens prestasjon og resultater (Dotan, 2009; Sias et al., 2004). Videre er vennskapsbånd knyttet til forbedret teamprestasjon på jobb (Kratzer, 2005). I tillegg har vennskap betydning når det kommer til organisatoriske endringer, hvor sammensetningen av vennskapsnettverk kan påvirke suksessen til de organisatoriske endringene (McGrath & Krackhardt, 2003).

Til tross for at vennskap er sentralt når det kommer til menneskers livskvalitet og har en betydelig rolle i grunnleggende organisatoriske utfall, er helhetsforståelsen for hvordan vennskap dannes fortsatt lite forstått. Majoriteten av den eksisterende forskningen på relasjonsdannelse har fokusert på romantiske forhold (Fehr, 2008) og kvaliteten på nettvennskap, fremfor dannelsen av dem (Cheng & Chang, 2004; Henderson & Gilding, 2004). Til nå har det kun vært utført et fåtall studier av vennskapsformasjon på nettet, og funnene som er gjort har til dels vært motstridende (McKenna, 2008). I denne studien ønsker vi derfor å utforske hele prosessen av en relasjonsdannelse, fra å være en fremmed person på internett til å bli en god venn, og dermed danne en helhetsforståelse for utviklingen av vennskapet.

1.2 Formål og forskningsspørsmål

Formålet med denne studien er å bidra til økt forståelse for hvordan gode relasjoner kan skapes, samt å kartlegge hva som skal til for å gå videre i en relasjon. Dette anses som interessant, da relasjoner er noe som angår alle mennesker, men forståelsen for hvilke faktorer som inngår i gode relasjoner er fortsatt begrenset. Vi vil avgrense oppgaven til vennskap da dette er en dimensjon av relasjoner som har fått lite oppmerksomhet i litteraturen. Med begrepet gode relasjoner sikter vi til venner som kjenner hverandre og liker hverandre godt. Studien vil

undersøke hvordan slike gode relasjoner oppstår. Vi vil også se på hvilke faktorer som er avgjørende for å gå videre i en relasjon, det som skal til for at individer går fra å være ukjente til å bli bekjente og venner. Basert på studiens bakgrunn og formål, ønsker vi å besvare følgende forskningsspørsmål:

- *Hvordan skapes gode relasjoner, og hva skal til for å ville gå videre i en relasjon?*

For å besvare forskningsspørsmålet har vi gjennomført en kvalitativ casestudie av 12 brukere av VENN-appen som nylig har hatt erfaring med å danne et eller flere vennskap, eller har forsøkt å danne et vennskap. VENN-appen er et sosialt medium som matcher brukere basert på informasjon de oppgir om seg selv, som interesser, verdier og preferanser. Datainnsamlingen gjorde vi gjennom semistrukturerte intervjuer hvor fokuset var å forstå sentrale faktorer som er viktig for et vennskap i ulike faser, fra den første interaksjonen online med andre brukere av VENN-appen, til de eventuelt har utviklet et godt vennskap.

1.3 Oppgavens disposisjon

Denne masterutredningen er strukturert i 6 kapitler, inkludert introduksjonskapittelet. I kapittel 2 presenterer vi litteratur og forskning om vennsksformsasjon som vi anser som relevant for å besvare oppgavens forskningsspørsmål. I kapittel 3 forklarer vi de metodiske valgene ved studien, i tillegg til å belyse kvaliteten på studien og drøfte etiske aspekter. Deretter vil vi i kapittel 4 presentere resultatene av datainnsamlingen og dataanalysen, etterfulgt av diskusjonsdelen i kapittel 5, hvor vi diskuterer sentrale funn i studien opp mot eksisterende litteratur presentert i kapittel 2. Kapittel 5 tar også for seg studiens bidrag, begrensninger ved studien, forslag til videre forskning og ulike praktiske implikasjoner. Avslutningsvis konkluderer vi funnene i kapittel 6 opp mot studiens forskningsspørsmål.

2. Teori

I dette kapittelet vil vi presentere litteratur som er relevant for studiens formål og forskningsspørsmål. Innledningsvis vil vi kort definere vennskap og vennsksformsjon. Deretter vil vi belyse teori som omhandler vennsksformsjon. Innenfor vennsksformsjon vil vi ta for oss de mest sentrale teoriene i tråd med vårt forskningsspørsmål. Vi vil starte med å presentere litteratur om hvordan førsteinntrykket påvirker individer ubevisst ved interaksjoner med ukjente mennesker. Videre tar vi for oss ulike individuelle faktorer som blir påpekt som viktig blant respondentene, og som har betydning for vennsksformsjon. Deretter presenteres ulike mellommenneskelige faktorer betydning for vennsksformsjon, etterfulgt av litteratur og forskning som omgår situasjonsfaktorer og dens betydning under vennsksformsjon. Det neste punktet vi presenterer i dette kapittelet omhandler hvordan mellommenneskelig kjemi spiller inn under vennsksformsjonen. Vi vil også påpeke hvordan ulike teorier om vennsksformsjon og internettet er knyttet sammen i et delkapittel vi kaller online interaksjoner. Til sammen vil teoriene gi oss et solid fundament til å diskutere funnene i resultatdelen. Avslutningsvis vil vi oppsummere eksisterende forskning og litteratur om vennsksformsjon som er relevant for studiens forskningsspørsmål, samt påpeke hvilke hull i eksisterende forskning vi forsøker å fylle med denne studien.

2.1 Vennsksformsjon

I boka «Friendship Matters» definerte Rawlins (1992, s.271) en nær venn som *«noen å snakke med, være avhengig av og stole på for hjelp, støtte og omsorg, og som man kan ha det gøy med og gjøre forskjellige ting sammen med»*. For at et vennskap skal oppstå må relasjonen utvikles. Vennsksformsjon er overgangen fra en fremmed, til bekjent, til venner (Hohmann, 2017). I løpet av denne fasen blir individer kjent med hverandre gjennom interaksjoner for å knytte det emosjonelle båndet som kjennetegner et vennskap. Det neste delkapittelet tar for seg litteratur knyttet til formsjonen av vennskap.

2.1.1 Førsteintrykk

For å forstå hvordan vennsksformsjon utvikler seg, er det hensiktsmessig å undersøke starten av interaksjonen mellom to personer, altså førsteinntrykket. Førsteintrykket av en persons karakteristikk er basert på mangelfull informasjon. Et av de tidligste funnene av fenomenet ble gjort av Allport (1937), som merket seg at folk gjør brede generaliseringer basert på begrenset eksponering for andre. Etter dannelsen av et førsteinntrykk vil det være krevende å endre det (Ritchie et al., 2017), og det vil kunne ha langsiktige konsekvenser for individet (Shah et al., 2014). Dette er fordi mennesker har en tendens til å selektivt fokusere på informasjon som bekrefter, i stedet for å avkrefte inntrykket ved den første interaksjonen ved en senere anledning (Higgins & Bargh, 1987).

Innenfor vennsksformsjon påpekes det at denne prosessen finner sted basert på begrenset informasjon, og at det skjer relativt raskt. Berg og Clark (1986) finner at individer tar beslutninger om hvilke bekjentskap de ønsker å forfølge tidlig i et møte med en annen person. Berg (1984) studerte hvor tilfreds studenter var med romkameraten etter to uker og fulgte deltakerne opp igjen seks måneder senere. Han finner at det ikke er noen forskjell i tilfredsheten av bekjentskapet på disse to tidspunktene. Graden av tilfredshet kunne heller ikke predikere sannsynligheten for at deltakerne kom til å bo sammen i fremtiden. Disse funnene antyder at avgjørelsen om hvilke vennskap en velger å dyrke er relativt stabil og vil muligens kunne forutses tidlig i et møte mellom individer.

Ansiktsuttrykket påvirker også førsteinntrykket individer danner seg. Personer bruker gjerne svært liten tid og innsats for å vurdere et ansikt og danne seg en mening om individet (Todorov et al., 2015). Willis og Todorov (2006) finner at hundre millisekund er mer enn nok for mennesker til å danne seg et inntrykk av personen. Den eneste effekten av lengre eksponeringstid var økt selvsikkerhet i konklusjonen. Annen forskning finner også støtte for at en enda kortere eksponeringstid er nok for å danne seg et inntrykk (Borkenau, 2009; Todorov et al., 2009). Dette tyder på at informasjonsgrunlaget i flere tilfeller kan være svært begrenset for å danne seg en formening om individet. Videre dannes et førsteinntrykket ubevisst (Olson & Marshuetz, 2005), og det er krevende å forhindre dannelsen av førsteinntrykket (Ritchie et al., 2017).

Carney, Colvin og Hall (2007) undersøkte hvor nøyaktig førsteinntrykket var for å bedømme personers karakteristikk. Forskerne konkluderer med at det er en signifikant positiv korrelasjon mellom eksponeringstid og nøyaktigheten av å bedømme flere av motpartens karakteristikk. Dette funnet er i tråd med tidligere forskning på dette feltet (Blackman & Founder, 1998). Faktisk er det mulig å vurdere en person på ulike personlighetsmålinger, slik som om personen er snill, smart eller ærlig, uten å ha utvekslet et ord (Todorov et al., 2009). Dette kan resultere i at man avviser potensielt tilfredsstillende og gjensidig lønnsomme relasjoner (McKenna, 2008). En annen studie tar også for seg førsteinntrykkets nøyaktighet. De finner at nøyaktigheten basert på bilder var beskjeden (Ames et al., 2010). Videre finner de at førsteinntrykket ga større nøyaktighet ved 60 sekunders video enn bilde, men fortsatt ganske moderat effekt.

2.1.2 Individuelle faktorer

For å avgjøre hvilke bekjentskaper som videreutvikles til vennskap, vil man vurdere ulike individuelle faktorer (Fehr, 2008). Etersom individer ikke kan danne vennskap med alle de møter, vil personer vurdere andre ut ifra egenskaper de anser som ønskelig i en venn. I dette delkapittelet vil vi ta for oss individuelle faktorer som er sentrale for vennskskapsformasjon.

Sosiale ferdigheter

Sosiale ferdigheter er lærte ferdigheter som gjør individer i stand til å samhandle på en kompetent og passende måte i sosiale sammenhenger (APA Dictionary of Psychology, 2014). Personer med gode sosiale ferdigheter har flere venner og kommer bedre overens med andre, sammenlignet med de som har mangelfulle sosiale ferdigheter (Gifford-Smith & Brownell, 2003; Shimizu et al., 2019). Dette kan blant annet forklares med at individer med gode sosiale ferdigheter føler lavere grad av angst i sosiale sammenhenger (Leary, 1983). Sosiale ferdigheter ser ut til å spille en større rolle tidlig i vennskskapsformasjonen. Shaver, Furman og Buhrmester (1985) studerte hvordan sosiale ferdigheter til studenter spilte inn på relasjonsdannelsen gjennom å følge utviklingen fra starten av første året som student til slutten av det første året. De fant at gode sosiale ferdigheter var sentralt for tilfredsheten av relasjonen ved ankomst til universitetet. Senere på året når det sosiale nettverket til studentene stabiliserte seg, var sammenhengen mellom sosiale ferdighet og tilfredsheten betydelig svekket. I starten av relasjonen er gode

ferdigheter til å introdusere seg selv viktig, mens når vennskapet hadde tatt form, var gode selvavsløringsferdigheter viktigere.

Mottakelighet

Andre faktorer som spiller inn på vennsksformasjon er mottakelighet for andre mennesker. Mottakelighet vil si å oppføre seg på en varm og følsom måte overfor andre mennesker (Reis et al., 2004). I en studie av Davis og Perkowski (1979) ble personer trent til å svare mottakelig eller ikke mottakelig på spørsmålene til respondentene. I tillegg ble en annen gruppe instruert til å gi deltakerne et svar som var relatert til spørsmålet som ble stilt, eller et svar som ikke var relatert til spørsmålet. Deltakerne rapporterte i større grad å like personene som besvarte spørsmålene med et relatert svar, og de ønsket i større grad å danne vennskap med personene som svarte mottakelig på spørsmålene. De finner også at deltakerne som fikk den mottakelige responsen, likte personen bedre enn den personen som ikke ga en mottakelig respons. I en annen studie av Shelton, Trail, West og Bergsieker (2010) ble deltakerne instruert til å bli venner med noen de ikke kjente fra før. De deltakerne som følte høyere grad av oppfattet mottakelighet fra motparten hadde også økt sannsynligheten for å danne et langsiktig vennskap. Videre har mottakelighet i flere andre studier blitt knyttet til det å vise interesse og hensyn for den andre parten (Fehr, 2008). En grunn til at mottakelighet virker til å spille en viktig rolle er, at det kan signalisere tilgjengelig sosial støtte ved negative hendelser i fremtiden (Gable et al., 2012), noe som potensielt kan forsterke ønsket om å danne et vennskap.

Åpenhet

I litteraturen er ikke åpenhet identifisert som en sentral predikator for vennskap, men det er noen funn som kan tyde på en viss sammenheng mellom åpenhet og vennskap (Doroszuk et al., 2019). Laakasuo og kollegaer (2017) finner at åpenhet, ekstrovertsjon og emosjonell stabilitet spiller en betydelig rolle i vennsksutvikling. Åpenhet er assosiert med en utradisjonell måte å forme vennskap på. Blant annet har disse individene gjerne har venner som bor lengre unna, er nyere bekjente, og at de holder mindre kontakt med dem. En annen studie finner at vennsksformasjon ofte skjer mellom personer som er like i omgjengelighet og åpenhet (Selfhout et al., 2010).

Åpenhet er også knyttet til større tiltrekning til ukjente personer, slik som nye førsteårsstudenter på skolen eller mennesker på sosiale medier (Cemalcilar et al., 2018). Dette kan tyde på at åpenhet vil spille en mer sentral rolle tidligere i relasjonsdannelsen, slik som ved et første møte. Samtidig er åpenhet koblet til større variasjon i etnisitet og kjønn i vennekretsen, som blant annet kommer av at åpenhet er nært knyttet til mer liberale verdier og mindre rasistiske eller fremmedfiendtlige holdninger (Sibley & Duckitt, 2008). Videre vil individer som er mer åpne ha lettere for å forme vennskap online (Correa et al., 2010). På den annen side ser ikke åpenhet ut til å spille inn på tilfredsheten i et vennskap (Wilson et al., 2015).

Attraktivitet

Selv om fysisk attraktivitet er viktigere ved valg av en romantisk partner enn en venn (Shaw & Steer, 1996), finnes det også tydelige bevis på at attraktivitet er viktig når det kommer til vennskap mellom både samme kjønn og motsatt kjønn (Lemay et al., 2010; Friedman et al., 1988). I en anerkjent studie av Dion, Berscheid og Walster (1972) fant de at blant barnehagebarn var de mest attraktive barna også de mest populære. En nyere studie finner tilsvarende resultater blant jamaicanske barn, nemlig at attraktive barn hadde flere venner og i gjennomsnitt var mer populære (Jacobson et al., 2020). Disse funnene ser også ut til å spille inn i voksen alder. En metaanalyse konkluderer med at både hos barn og voksne er popularitet korrelert med å ha et attraktivt fjes (Langlois et al., 2000).

Flere potensielle forklaringer på dette fenomenet blir nevnt. En forklaring som Lemay et al. (2010) bekrefter i sin studie er at attraktive personer blir assosiert med å ha flere ønskelige egenskaper som snill, varm og generøs sammenlignet med ikke attraktive individer. En annen forklaring er at folk antar at fysisk attraktive personer er lik seg selv når det kommer til personlighet og holdninger (Horton 2003). Likheter er som vi skal komme tilbake til, en sentral faktor når det kommer til vennskskapsformasjon.

2.1.3 Mellommenneskelige faktorer

I vennskspsformasjon vil individuelle faktorer påvirke hvordan relasjonen utvikler seg. Det er også sentralt å se på samspillet mellom de individuelle faktorene til individer, altså de mellommenneskelige eller såkalte dyadiske faktorene.

Selvavsløring

Selvavsløring er definert som kommunikasjon som avslører personlig eller privat informasjon om seg selv til andre mennesker (Greene et al., 2006). I henhold til «social penetration theory» (Altman & Taylor, 1973) vil individer typisk dele informasjon på et overfladisk nivå når man først møter en ukjent person. Hvis interaksjonen er hyggelig og givende, vil man gradvis øke intimiteten i samtalen. Bli samtalen derimot ubehagelig, vil samtaleemnet bevege seg tilbake til et overfladisk nivå. I tråd med denne teorien finner man i flere senere studier, at intim selvavsløring er knyttet til bedre vennskspskvalitet og sosial støtte (Zhang, 2017; Li et al., 2015). I tillegg får man en sterkere følelse av å like personen som delte noe intimt (Clark et al., 2004). Samtidig viser det seg at personer som selv driver med selvavsløring opplever å like motparten bedre (Aron et al., 1997). Videre fant Sprecher og kollegaer (2013) at studenter som avslørte intim informasjon gjennom selvavsløring, slik som en nylig emosjonell erfaring med en venn, rapporterte mer positiv tilknytning, enn studenter som diskuterte temaer med lav grad av intimitet, slik som for eksempel hvilket favorittfag de har på skolen. Større grad av intimitet øker nærhetsfølelsen til den andre personen, og legger dermed til rette for vennskspsformasjon.

Gjensidighet

Gjensidighet er en annen faktor som viser seg å være betydningsfull i vennskap. Statistiske modeller finner at gjensidighet er en av de viktigste variablene i dannelsen av et nettverk (Snijders et al., 2010; Veenstra et al., 2013). En utbredt forklaring for viktigheten av gjensidighet i vennskap er basert på «social exchange theory» (Emerson, 1976; Rusbult & Buunk, 1993). Denne teorien antyder at personer investerer ressurser i form av blant annet tid, emosjonell støtte og gaver til vennene sine. I tilfeller hvor balansen mellom kostnadene og nytten for vennskapet ikke er tilfredsstillende, kan vennskapet bli brutt. Dette kan også hende dersom individet har et bedre alternativ i form av et annet vennskap. Av denne grunn trenger et vennskap tilsvarende investeringer fra begge parter, og er derfor ofte preget av gjensidighet. På en annen side trenger

et vennskap ikke nødvendigvis å være gjensidig i henhold til «social exchange theory», men heller at balansen mellom kostnaden og nytten må være tilfredsstillende for begge parter i vennskapet. Det er naturligvis mer sannsynlig at dette vil skje i et gjensidig vennskap. For eksempel finner Mendelson og Kay (2003) at ikke gjensidige vennskap har en tendens til å ha lavere grad av positive følelser til motparten. Dette er i tråd med «social exchange theory» sin antydning om en betydningsfull svakhet i vennskapet i et slikt tilfelle.

Likhet

Det er bred enighet i litteraturen om at venner har flere likheter når det kommer til holdninger og adferd (McPherson et al., 2001). Videre er det også støtte for at det finnes flere likheter i personlighet mellom venner, som betyr at personer med lignende egenskaper, verdier og holdninger ser ut til å like hverandre mer (Fournet & Barrat, 2014; Back et al., 2011). I vennsksformsjon er like personlighetstrekk betydningsfulle for om personer velger å utvikle et vennskap (Selfhout et al., 2010). Videre spiller likhet også inn på demografiske faktorer. Personer som er like på demografiske faktorer som alder, rase, kjønn, sosial status og intelligens, har større sannsynlighet for å forme vennskap (Perry, 2013; Bahns et al., 2012). Et annet studie fant derimot at respondentene var likegyldig til hvilket kjønn de innledet et vennskap med, og at kjønnsrolleorientering ikke hadde noen innvirkning på nivåer av nærhet (Reeder, 2003). I tillegg spiller det en rolle hvilke politiske syn og meninger man har for hvilke vennskap som formes. Store sprik i politiske syn mellom personer gjør det mindre sannsynlig at vennskap formes (Bahns et al., 2012). Den mest utbredte forklaringen på hvorfor likhet er så sentralt i vennsksformsjon, er at det gir en validering av en selv, egne verdier og meninger som fremmer følelsesmessig tilfredshet, og det gjør kommunikasjonen mellom partene enklere (Coombs, 1966). Dette betyr at man blir mer sikker på at egne meninger og verdier er de riktige i møte med andre personer som tenker på samme måte.

Geografisk nærhet er en av hovedgrunnene til at mennesker har en tendens til å forme og vedlikeholde vennskap med personer som ligner på seg selv. Dette begrunnes med at mennesker som oppholder seg nærmere hverandre, har høyere sannsynlighet for å møtes og samhandle (McPherson et al., 2001). Geografisk avgrensede områder, som skoler, nabolag og organisasjoner, består ofte av mennesker med like egenskaper i form av religion, inntekt og

etnisitet. Flere forskere støtter argumentet om at sannsynligheten for å stifte bekjentskap, reduseres jo større avstanden er. Det er funnet at det blir hyppigere interaksjoner i relasjoner, når menneskene bor under en kilometer fra hverandre (Wellman, 1996). Dette bekreftes av Tsai (2006) som peker på bolignærhet som en av de sterkeste predikatorene for hvor ofte venner møtes. Carrasco et al. (2008) konkluderer med at mennesker må være mer proaktive for å søke og opprettholde relasjoner med personer som bor mer enn 35 kilometer unna.

Når det kommer til aktivitetspreferanser, vil interesse for samme aktivitet eller hobby kunne øke sannsynligheten for et vennskap (Curry & Dunbar, 2013; Werner & Parmelee, 1979). For eksempel rangerer individer andre personer som deler samme musikksmak mer positivt enn andre som har forskjellig musikksmak (Boer et al., 2011; Lonsdale & North, 2009). I tillegg er eksisterende vennskap korrelert med lik musikksmak (Franken et al., 2017). Faktisk fant Werner og Parmelee (1979) at venner var mer like når det gjelder aktivitetspreferanser enn holdninger. En mulig grunn til at observerbare likheter som aktivitetspreferanser i noen tilfeller kan stille sterkere enn ikke observerbare faktorer, er at det er enklere å velge venner som er like i alkoholkonsum enn venner som er like når det kommer til verdier (Hartup, 1993). På den måten kan det muligens oppstå sorteringseffekter på observerbare likheter som interesser tidlig i vennskapet, da andre egenskaper vil være vanskeligere å observere. En forklaring på viktigheten av like interesser og aktiviteter er i selve interaksjonen med en annen person, altså at møtet vil bli hyggeligere hvis venner har like interesser (Davis, 1981).

2.1.4 Situasjonsfaktor

Fehr (2008) påpeker at det er flere «tilfeldige» faktorer som spiller inn på om et vennskap dannes eller ikke. Disse faktorene blir betegnet som situasjonsfaktorer. Situasjonsfaktorer inkluderer sannsynligheten for fremtidige møter, hyppigheten av interaksjoner og tilgjengeligheten for vennskapet. Videre påpeker Fehr (2008) at situasjonsfaktorer er nødvendige for å danne et vennskap, men at denne faktoren i seg selv ikke er en tilstrekkelig for vennskspsformasjon.

Sannsynligheten for framtidige interaksjoner med en person vil kunne påvirke sannsynligheten for å like denne personen (Berscheid et al., 1976; Tyler & Sears, 1977). Dette fenomenet undersøkte også Darley og Bercheid (1967) blant kvinnelige studenter som ble presentert for

nøytral informasjon om to andre kvinnelige studenter. Deltakerne ble så fortalt at de skulle delta i en intim samtale med en av de to studentene. De fant at respondentene rapporterte å like den personen de skulle snakke med i større grad enn den andre studenten, før de i det hele tatt hadde møttes. I flere nyere studier finner at personer har tilsvarende positive assosiasjoner til andre de forventer å få fremtidige interaksjoner med på digitale plattformer (Sprecher, 2021; Ramirez, 2007). Videre påpeker andre studier at når personer forventes å omgås andre individer i fremtiden, fremheves de positive sidene for å øke sannsynligheten for at interaksjonen vil være hyggelig og behagelig (Lassiter & Briggs, 1990; Knight & Vallacher, 1981)

En annen type situasjonsfaktor som vil kunne spille inn på vennsksformasjon er hyppigheten av interaksjonene med individet. Sentralt innenfor dette feltet er studien til Zajonc (1968), som tar for seg «mere exposure effect». Denne studien finner at responsen til et stimuli blir mer positiv etter gjentatte eksponeringer for dette stimuli. Dette betyr at jo mer man er i kontakt med en person, jo mer vil man like denne personen. Et stort antall studier har konkludert nettopp dette, altså at økt kontakt med et menneske, både fysisk eller bare ved et bilde, fører til større tiltrekning til denne personen (Bornstein, 1989; Bornstein & D'Agostino, 1992). På en annen side er det også noen negative sider med «mere exposure effect». Kontinuerlig eksponering for noe man misliker vil kunne bidra til å styrke de negative assosiasjonene til denne tingen enda mer (Meskin et al., 2013).

For å danne et vennskap må begge parter være tilgjengelig for vennskapet, slik at det har mulighet til å forme og utvikle seg (Fehr, 2008). Berg og Clark (1986) definerer denne tilgjengeligheten i et potensielt vennskap som muligheten til å være med personen og graden av egne og motpartens andre vennsksforpliktelser og alternativer. Det første elementet går på det tidsmessige aspektet, altså om personene har mulighet til å møtes og være sammen. Det siste momentet går på vennskapene en allerede har. Er de nåværende vennskapene tidkrevende, vil man være mindre tilgjengelig for nye vennskap. Vennskap vil uansett ta tid å utvikle og pleie, og tilgjengelig tid vil påvirke hvor mange nye vennskap man danner (Miritello et al., 2013), samtidig som det vil påvirke muligheten til å vedlikeholde gamle vennskap (Roberts & Dunbar, 2011). Tiden som brukes med en person kan sees på som både alternativkostnaden for å utvikle en annen relasjon og en investering i den spesifikke relasjonen (Hall & Davis, 2017). Dette

underbygges av Hall (2019), som finner at antall timer tilbrakt sammen påvirker hvor nært vennskapet blir.

2.1.5 Mellommenneskelig kjemi

Mellommenneskelig kjemi er et kjent fenomen, men til tross for dette er fenomenet lite forstått og utforsket i litteraturen (Reis et al., 2021). I tillegg overlapper mellommenneskelig kjemi med mange forskjellige teoretiske og empiriske rammeverk på tvers av flere psykologiske disipliner, noe som forsterker kompleksiteten til fenomenet. Mellommenneskelig kjemi referer til en umiddelbar følelse av forbindelse til en annen person når man møter individet for første gang (Campbell et al., 2018). Reis, Lyubomirsky og Regan (2021) påpeker at når individer føler på kjemi, opplever de deres interaksjon som noe mer enn summen av deres separate bidrag. De går så videre for å definere fire egenskaper ved mellommenneskelig kjemi. For det første er kjemi et fremvoksende fenomen og oppstår fra interaksjonen og ikke fra egenskapene eller forventninger til personen. For det andre gir kjemi en følelse av at relasjonen er unik. For det tredje er kjemi ofte sammensatt av flere aspekter, som inkluderer blant annet nonverbal atferd og andre elementer som skjer utenfor vår bevissthet. Til slutt er kjemi forskjellig fra andre gode forbindelser, da relasjoner med kjemi har helt unike karakteristika.

Kjemi er en prosess som er knyttet tett opp mot vennskskapsformasjon, og er involvert i en innledende interaksjon som kan føre til en relasjon (Campbell et al., 2015). Campbell, Nelson, Parker og Johnson (2018) argumenterer for at den første gangen to mennesker møtes er viktig, ettersom dette skaper muligheten for vennskap. I sin forskning, identifiserer forfatterne åtte egenskapene for vennskapelig kjemi, fra viktigst til minst viktig, som; gjensidig åpenhet, gjensidig nytelse, tiltrekning, likheter, personlighet, kjærlighet, umiddelbar forbindelse og ubeskrivelige faktorer (Campbell et al., 2018). Disse funnene bygger på forskningen som ble gjort av Campbell, Holderness og Riggs (2015) noen år tidligere. Da fant forskerne at gjensidig åpenhet, gjensidig interesse, personlighet, likhet og fysisk tiltrekning var viktige elementer for mellommenneskelig kjemi.

For mellommenneskelig kjemi i vennskap var gjensidig åpenhet den mest nevnte faktoren (Campbell et al., 2018, Campbell et al., 2015). Gjensidig åpenhet referer til åpen og meningsfull

kommunikasjon. Her finner forskerne at enkel interaksjon, deling av en dyp forbindelse og forutsigbarhet er viktige faktorer. For eksempel finner forskerne viktigheten av at samtalen flyter og at begge partene bidrar i samhandlingen. Videre viser studien viktigheten av gjensidig nytelse, som tar for seg at deltakerne trives i hverandres selskap og deler en sans for humor. Likheter mellom deltakerne viser seg også å være en sentral faktor for den mellommenneskelige kjemien. Likheter refererer ifølge Campbell et al. (2018) til at deltakerne har like hobbyer, tro, mål og demografiske egenskaper. Campbell et al. (2015) fant også at likhet var viktig når det gjaldt deltakernes humor, verdier og ambisjoner. Forskerne finner at egenskaper som likhet i alder og etnisitet ikke var spesielt relevante for vennskapskjemi. Det vil derimot kunne skade mellommenneskelig kjemi dersom to individer har forskjellige verdier og syn på moral.

Studien identifiserer en rekke egenskaper ved en person som muliggjør god kjemi, under faktoren personlighet. Noen av de mest nevnte ønskelige egenskapene var; ærlig, støttende, snill, omtenksum og utadvendt. Campbell et al. (2015) argumenterer for at ettersom personlige egenskaper eksisterer på tvers av alder og etniske grupper, vil individer kunne oppleve kjemi uavhengig av demografiske forskjeller. Det viser seg at selv innenfor vennskap er tiltrekning er et viktig element for kjemi (Campbell et al., 2018, Campbell et al., 2015). Deltakerne i studien beskrev blant annet biologiske reaksjoner som følelsen av lidenskap i den andres nærvær. Videre finner forskerne at flere respondenter fokuserte på følelsen av øyeblikkelig tilkobling når de beskrev kjemi. Til slutt finner også Campbell et al. (2018) kjærlighet og ubeskrivelige faktorer i beskrivelser av mellommenneskelig kjemi, men disse var kun nevnt av en liten andel av deltakerne i studien.

2.1.6 Online interaksjoner

Mye av den eksisterende forskningen på vennskap viser viktigheten av nærhet (Fehr, 2008). Internett og sosiale medier har derimot tilrettelagt for nye måter å danne vennskap på uten fysisk nærhet. Ettersom en rekke ulike sosiale medier plattformer har flere milliarder aktive brukere (Statista, 2021), har interaksjoner mellom mennesker på nett blitt en viktig måte for å danne nye vennskap og styrke eksisterende relasjoner på (Fehr, 2008). Relasjonsdannelse på nett følger ikke en forhåndsdefinert modell, men utspiller seg svært forskjellig innenfor ulike typer nettbaserte møteplasser.

En rekke forskere har kartlagt profilene til mennesker som er mer tilbøyelig til å bruke internettet for vennskspsformasjon. Funnene er blandede, men det finnes en viss støtte for at disse menneskene er assosiert med lavere selvtillit, ensomhet og dårligere sosiale ferdigheter (Donchi & Moore, 2004). Flere forskere finner at det er mer sannsynlig at ensomme mennesker bruker internettet for å møte nye mennesker og samhandle med andre med lignende interesser (Pontes et al., 2014; Odacı & Kalkan, 2010; Caplan, 2006). Andre forskere har derimot funnet at personer som er sosialt kompetente har større sannsynlighet for å danne vennskap på nettet (Tyler, 2002). McCown et al. (2001, s.595) konkluderer i sin forskning med at «mennesker som bruker internettet for å danne vennskap, har en tendens til å være sosialt dyktige». Disse menneskene har ifølge forskeren sterke verbale ferdigheter, viser empati for andre, og nyter nære, genuine relasjoner.

Morahan-Martin og Schumacher (2003) argumenterer for at interaksjoner på nett kan gjøre det lettere å danne vennskap, ettersom anonymiteten og mangelen på ansikt til ansikt kommunikasjon kan redusere selvbevissthet og sosial angst. Andre studier peker på at ekstroversjon er positivt korrelert med frekvensen av nettkommunikasjon, noe som forbedrer kvaliteten på vennskapet på nett (Peter et al., 2005). Forskerne påpeker at en viktig grunn til dette er at ekstroverte mennesker i større grad driver med selvavsløring, noe som legger til rette for dannelsen av nettvennskap (Davis, 2012). Samtidig er introverte mennesker mer motiverte til å kommunisere på nett for å kompensere for manglende sosiale ferdigheter, noe som øker sannsynligheten for å innlede vennskap på nett (Peter et al., 2005).

Det finnes lite forskning på viktigheten av fysisk attraktivitet på «vennesider» eller «venneapper», men forskere har funnet at fysisk attraktivitet er den første og viktigste faktoren i valg av mulige partnere på datingsider (Hitsch et al., 2006; Whitty & Carr, 2006). Toma og Hancock (2010) begrunner dette med at fysisk attraktivitet fungerer som en indikator på god helse, kondisjon og gener. Forskerne finner at brukere av datingsider velger partnere de vil kontakte basert på bilder i profilen deres. Først etter bildet i en profil er godkjent, vil brukere se på annen informasjon som er oppført i en profil. Hitsch, Hortaçsu og Ariely (2006) beskriver det fysiske utseende til en person som en «port». Dersom en mulig partner kommer forbi denne porten, begynner brukeren å vurdere personen på bakgrunn av oppgitt informasjon som yrke og

hobbyer. Dersom faktorene ser ut til å være tilfredsstillende, vil brukeren kontakte vedkommende, som på sin side vil evaluere den andre før de eventuelt svarer tilbake.

Når to personer har sin første samtale på nett, finner McKenna et al. (2005) at man ofte hopper over «bli kjent»-fasen og heller går rett inn i mer kraftfulle diskusjoner som sjeldent finner sted blant nye bekjente. Det finnes støtte fra flere forskere om at personer deler intim informasjon med nye bekjentskaper på nett, som de aldri før har diskutert med sine nærmeste (Joinson, 2001; Joinson & Paine, 2007). Ved å lese om en person på forhånd, enten i en diskusjon, blogg eller profil, kan man starte en samtale med en ny bekjent på nettet med betydelig kunnskap om vedkommende sine meninger, verdier, bakgrunn og oppførsel (McKenna, 2008). Likevel er interaksjoner på nett veldig forskjellige fra hverandre, og kan bestemmes ut fra vedkommende sin motivasjon og personlighet. Forskerne fant også at internettrelasjonene var svært holdbare (McKenna et al., 2002). En rekke studier viser at mennesker som møtes på nett både liker hverandre bedre og føler at de blir bedre kjent, fremfor personer som møtes ansikt til ansikt (Bargh et al., 2002; McKenna et al., 2002). I et annet studie finner Hian et al. (2004) at personer som møtes på nett utvikler en høyere grad av intimitet over tid enn de som møttes fysisk.

Et kjennetegn ved kommunikasjon over nett, som skiller det fra ansikt til ansikt kommunikasjon, er graden av anonymitet (McKenna, 2008). Ved høyere grad av anonymitet føler mennesker seg generelt mer komfortabel med å komme med selvavsløringer om seg selv, fordi den andre personen ikke kjenner til deg og du ikke forventer å se dem igjen. Mye litteratur viser til at følelsen av nærhet og intimitet kan oppstå mellom ukjente mennesker på internett, som etter hvert kan utvikle seg til å bli nære relasjoner (McKenna et al., 2002; Parks & Floyd, 1995; Walther, 1996). Følelsen av anonymitet gjelder selv når man kommuniserer mer åpent på internett, det vil si i tilfeller hvor man kan se bilder, navn, alder og yrke (McKenna & Bargh, 2000; McKenna et al., 2005). Dette resulterer i at personen deler mer av seg selv, noe som kan legge grunnlaget for en langvarig og nær relasjon. Selvavsløring har blitt dokumentert som en av de viktigste faktorene for dannelse av vennskap på nett (Bauer & Schiffinger, 2015). Dette er viktig for utviklingen av intimitet, at det fremmer følelsen av å like mennesker og at relasjonen utvikler seg raskere (Utz, 2015). Viktige faktorer som bidrar positivt til selvavsløring regnes for å være anonymitet, felles interesser og samhandling mellom partene (McKenna, 2008). Hvilke

selvavsløringer personer kommer med varierer og avhenger av hvor man samhandler. I interessegrupper på nett vil for eksempel selvavsløringer komme spredt over en relativt lengre periode og i mindre biter, enn ved datingsider.

Ved samtaler på nett har partene mer tid til å planlegge hva de skal si og hvordan de ønsker å si det (McKenna, 2008). Dette betyr at personer har mer kontroll over hvordan de presenterer seg selv og sine meninger for andre enn ved fysiske samtaler (McKenna & Bargh, 2000). Man trenger ikke å respondere umiddelbart, slik man gjerne føler man bør ved ansikt til ansikt interaksjon. I tillegg kan man også ta pauser uten å gi uttrykk for usikkerhet og nervøsitet. Et annet kjennetegn ved kommunikasjon over nett er at det er svært enkelt å oppdage og komme i kontakt med andre lignende mennesker. Internett har vist seg å være svært nyttig for å finne mennesker med spesifikke interesser, som har spesielle egenskaper eller er i en type livssituasjon (Boase & Wellman, 2005; Davison et al., 2000). Forskning på relasjoner viser at felles interesser, verdier og delte opplevelser er viktige faktorer for relasjonsdannelse og øker sjansen for at relasjonen utvikler seg til et varig og nært forhold (Goldstein & Cialdini, 2007; Pintel & Long, 2012). En innflytelsesrik faktor for tilrettelegging av relasjoner på nett er ifølge McKenna (2008) også evnen til å innhente mye informasjon om en annen person før man starter en interaksjon. Over nettet har man muligheten til å se hvordan en person presenterer seg selv, hva slags meninger og verdier vedkommende har, og fange opp personlighets- og atferdsegenskaper.

Når to mennesker har etablert kontakt vil det neste steget i mange tilfeller være å møtes ansikt til ansikt. Forskere finner at brukere av datingsider ikke bruker så mye tid på nettet og heller ikke driver med mye selvavsløring før de møtes (Whitty & Carr, 2006). Disse personene møtes ofte innen en uke etter at kontakt ble etablert. I motsetning til dette finner McKenna et al. (2002) at medlemmer av interessegrupper på nettet kommuniserer i gjennomsnitt tre til fire måneder før de går videre til en telefonsamtale. McKenna (2008) argumenterer for at dersom man legger mer tid og innsats i et forhold, vil man være mer motivert til å opprettholde en positiv oppfatning til den andre personen og utvikle relasjoner når man først møtes. Dette til tross for at man skulle finne ut at den andre personen er mindre attraktiv og ikke har de forventede egenskapene man trodde på forhånd.

Det har blitt utført en rekke studier for å identifisere hvilke spesifikke egenskaper og karaktertrekk som er mest ønskelige i en ideell venn (Hall, 2012). Når mennesker innleder nye vennskap, eller søker å vedlikeholde relasjoner, vil man vurdere relasjonene opp mot ens egne standarder (Eastwick et al., 2014; Simpson et al., 2001). Huang, Ledgerwood og Eastwick (2020) studerte hvilke egenskaper man selv tror er viktige at en venn besitter, forandret seg etter interaksjonen med individene. De finner at i vurderingen av profiler online, var deltakerne mer interessert i å bli venner med personer med egenskaper som samsvarte godt med de ønskelige egenskapene de så etter. Etter en interaksjon med personene var derimot denne sammenhengen betydelig redusert, både ved fysisk møte og nettbasert teksting. Dette kan antyde at personers ønskede preferanser påvirker vennsksformsjon på en ubevisst måte. I tillegg kan det tyde på at individer ofte kan ende opp å trives bedre med venner som har andre egenskaper enn man på forhånd ser for seg ville passet best i en venn. Det er mange forskjellige variabler som er involvert i vennsksformsjon (Campbell et al., 2015). Av den grunn vil det være vanskelig å konkretisere alle egenskaper som er viktig hos en venn i forkant.

2.2 Oppsummering av teori

I dette kapittelet har vi presentert eksisterende forskning og litteratur om vennsksformsjon, som er relevant for studiens forskningsspørsmål. Innledningsvis presenterte vi at mennesker danner seg et førsteinntrykk av personer basert på ufullstendig informasjon. Deretter la vi frem hvordan ulike individuelle faktorer har betydning for vennsksformsjon. Disse faktorene var henholdsvis sosiale ferdigheter, mottakelighet, åpenhet og attraktivitet. Personer som har de ønskelige egenskaper, har mer sannsynlighet for å utvikle vennskap enn mennesker som ikke innehar disse egenskapene. Videre belyste vi samspillet av de individuelle faktorene til individer ved å ta for oss mellommenneskelige faktorer. Et vennskap har større sannsynlighet til å formes når to personer bedriver selvavsløring, det er gjensidighet i vennskapet og det finnes likheter på forskjellige fronter. Kapittelet tok videre for seg situasjonsfaktorer, som indikerer sannsynligheten for fremtidige møter, hyppigheten av interaksjoner og tilgjengeligheten for vennskapet. Uansett om de ønskelige individuelle og mellommenneskelige faktorene er på plass, er situasjonsfaktor nødvendig. Det er altså viktig at individene samhandler og bruker tid på vennskapet for at det skal opprettholdes og vokse. Deretter presenterte vi litteratur og forskning

om mellommenneskelig kjemi. Avslutningsvis tok vi for oss hvordan vennsksformsjon blir påvirket av online interaksjoner.

Teorikapittelet belyser at vennsksformsjon er en kompleks prosess med flere forskjellige aspekter knyttet til prosessen. I dette kapittelet har vi tatt for oss flere faktorer som er dokumentert å ha betydning for vennsksformsjon. Det finnes imidlertid hull i helhetsforståelsen av hvordan gode vennskap formes. Mesteparten av forskningen på relasjonsdannelse har til nå fokusert på romantiske forhold (McKenna, 2008) og kvaliteten på nettvennskap, fremfor dannelsen av dem (Cheng & Chang, 2004; Henderson & Gilding, 2004). Videre er det fortsatt kun utført et fåtall studier av vennsksformsjon på nettet, og funnene som er gjort på dette feltet har vært motstridende (McKenna, 2008). Det er også lite forståelse for hva som er viktig for å gå videre fra online interaksjon til å møtes fysisk og danne et vennskap. Etter det vi kjenner til er dette den første studien som tar for seg den innledende interaksjonen i et potensielt vennskap både online og fysisk, og samtidig undersøker hvordan faktorene som spiller inn på vennskap forandrer seg over flere interaksjoner.

3. Metode

I dette kapittelet vil vi forklare og begrunne de metodiske valgene vi har foretatt gjennom studien. Saunders, Lewis, Thornhill (2019, s.808) definerer metode som «*de teknikker og prosedyrer som brukes til å innhente og analysere forskningsdata*». Vi vil starte med å redegjøre for valg av forskningsdesign og forskningstilnærming, etterfulgt av forskningsmetode. Videre vil vi presentere valg av forskningsstrategi, kontekst, datainnsamling og dataanalyse. Avslutningsvis vil vi foreta en vurdering av kvaliteten på studien og ta for oss etiske aspekter som er aktuelle for denne studien.

3.1 Forskningsdesign og forskningstilnærming

Saunders et al. (2019) beskriver *forskningsdesign* som en generell plan for hvordan man går frem for å besvare forskningsspørsmålet. Det skiller hovedsakelig mellom tre typer forskningsdesign; forklarende, deskriptiv og eksplorerende, eller en kombinasjon av disse. Forklarende studier har som formål å etablere årsakssammenhenger mellom variabler, deskriptive studier har som hensikt å beskrive en hendelse, person eller situasjon, mens eksplorerende studier handler om å stille åpne spørsmål for å oppdage hva som skjer og få innsikt i et tema. I dette studiet ønsker vi å bidra til økt kunnskap om hvordan gode sosiale relasjoner oppstår, og hva som er viktig for at mennesker skal ønske å gå videre i en relasjon. Ettersom det er lite kunnskap rundt temaet og vi ønsker å bidra til økt innsikt, har vi valgt å benytte oss av et *eksplorerende* forskningsdesign. Et slikt design er hensiktsmessig for å stille åpne spørsmål, slik at vi kan utforske, forstå og tilegne oss dypere innsikt i fenomenet. I tillegg er et eksplorerende design fleksibelt, noe som gjør det enklere å tilpasse endringer underveis i forskningsprosessen. Dette kan være nyttig i tilfeller hvor det kommer frem ny data og innsikt underveis i forskningen.

Det skiller hovedsakelig mellom to ulike *forskningstilnærminger*; nemlig deduktiv og induktiv (Saunders et al., 2019). En deduktiv tilnærming benyttes når forskere har et tydelig teoretisk standpunkt og ønsker å teste dette gjennom innsamling av data. Videre benyttes en induktiv tilnærming når studien har til hensikt å bygge en teori basert på den innsamlede dataen. Valg av tilnærming avhenger av studiens hensikt og forskningsspørsmål. I denne studien har vi som

hensikt å samle empiri uten å ha et tydelig teoretisk standpunkt vi ønsker å teste. Formålet med studien er å utvikle teori og skape økt innsikt i hvordan gode relasjoner skapes og klarlegge viktige faktorer for at mennesker skal ønske å utvikle en relasjon. Derfor har vi valgt å benytte oss av en *induktiv* forskningstilnærming, som også er et naturlig valg ettersom vi har et eksplorerende forskningsdesign. En induktiv tilnærming baserer seg på å samle inn empirisk data som forskere kategoriserer og analyserer, med hensikt å danne ny teori og skape økt innsikt i fenomenet. Ettersom det foreligger begrenset teori rundt hvordan gode vennskap skapes, er det naturlig å ha en induktiv tilnærming i studiet.

3.2 Forskningsmetode

Det skiller hovedsakelig mellom kvalitativ og kvantitative metode i valg av *forskningsmetode*. Kvalitativ metode har som formål å samle inn og analysere ikke-numeriske data, i motsetning til kvantitative metode hvor numerisk data brukes i datainnsamlingen eller dataanalysen (Saunders et al., 2019). I denne studien benyttes en *kvalitativ* metode. Kvalitative studier hjelper til å få en vid og dypere forståelse av deltakernes meninger, holdninger, tanker og atferd om et tema (Pathak et al., 2013). Dette vil være fordelaktig for å få et mer helhetlig bilde av temaet vi undersøker. En kvalitativ metode er også godt egnet når man ønsker å øke forståelsen og utforske et fenomen som det finnes lite forskning på fra før (Christoffersen et al., 2011).

Ettersom problemstillingen er lite forsket på, finner vi det hensiktsmessig å ha en mer åpen holdning til datainnsamlingen gjennom en kvalitativ metode. Metoden vil også hjelpe oss til å gå i dybden på temaet, noe som vil være gunstig siden det er mange mulige faktorer som spiller inn i vennskspsformasjon (Campbell et al., 2015). Videre gir en kvalitativ metode større grad av fleksibilitet til å undersøke interessante eller uforutsette synspunkter fra respondentene. Dermed kan vi også tilegne oss et mer nyansert bilde av de bakenforliggende faktorene til vennskspsformasjon.

Et annet sentralt valg ved utforming av forskningsmetoden er hvilken type data man velger å benytte seg av til innsamling og videre analyse. En skiller gjerne mellom primærdata og sekundærdata. «*Primærdata er data som er innsamlet for studiens spesifikke formål, mens*

sekundærdata er data som var innsamlet av andre til et annet formål» (Saunders et al., 2019, s. 338). På bakgrunn av at vi samler inn dataene selv for å besvare studiens spesifikke problemstilling, benytter vi primærdata. Dette vil være fordelaktig da det finnes lite forskning på hvordan gode vennskap skapes og hvilke faktorer som er betydningsfulle. Innsamling av primærdata vil dermed hjelpe til å gi oss større dybdeforståelse i dette temaet.

3.3 Forskningsstrategi

Neste steg er å velge en *forskningsstrategi*. «*En forskningsstrategi er en plan for hvordan forskere skal gå frem for å besvare forskningsspørsmålet*» (Saunders et al., 2019, s.189). For å besvare vårt forskningsspørsmål, finner vi det spesielt passende å benytte oss av en *casestudie*. Casestudie er en forskningsstrategi hvor hensikten er å oppnå dybdeforståelse om et tema eller fenomener i sin naturlige kontekst (Yin, 2018). En casestudie kan også brukes til å danne nyanserte og detaljerte beskrivelser av caset som studeres (Ridder et al., 2014; Yin, 2018). Ved å studere vennskskapsformasjon som er forankret i en naturlig kontekst, gir en casestudie verdifull dybdeforståelse av hvordan gode relasjoner skapes, samt hva som skal til for å gå videre i relasjonen. Samtidig vil en casestudie gi oss bedre forståelse av faktorene som er til stede i relasjonsdannelse.

Det finnes flere ulike metoder å gjennomføre casestudier på. Yin (2018) skiller først mellom en enkel eller multipel tilnærming, og deretter mellom en holistisk eller integrert tilnærming. Den første dimensjonen går ut på hvor mange case som studeres. I denne studien benytter vi en *enkel* tilnærming. Denne metoden vil gi god dybdeforståelse i en enkelt case. Samtidig vil en slik metode være fordelaktig på grunn av begrensningene vi har i form av tid og ressurser som en masteroppgave har.

Den andre dimensjonen handler om hvor mange enheter som analyseres (Yin, 2018). Siden casestudien har flere forskjellige faser hvor relasjonsdannelse kan finne sted, for eksempel under chatting eller i det fysiske møtet med en annen person, har vi valgt å benytte oss av en *integrert* tilnærming. Dette gir oss bedre forståelse for hvordan relasjonen skapes og utvikles fra første interaksjon i appen, til et eventuelt vennskap. En annen grunn til at fasene analyseres separat er

at de ulike fasene er ganske forskjellige fra hverandre. Sånn sett kan det det være store sprik i hvilke faktorer som spiller inn på de ulike stadiene. En isolert analyse av de ulike fasene kan også gjøre det lettere å forstå helheten av vennsksformasjon.

Et viktig metodisk valg ved utarbeidelse av forskningsdesignet er valg av tidshorison. Saunders et al. (2019) skiller mellom kryss-seksjonelle og longitudinelle studier. Ved kryss-seksjonelle studier bygger forskningen på studiet av et fenomen på et gitt tidspunkt. Ved longitudinelle studier studerer forskerne et fenomen over en lengre tidsperiode. Valg av tidshorison avhenger av forskningsspørsmålet, så vel som tidsbegrensninger. På bakgrunn av dette har vi valgt en *kryss-seksjonell* tidshorison i dette studiet. Dette betyr at studiet gir et «øyeblikksbilde» av fenomenet om hvordan gode relasjoner skapes gjennom studiet av casebedriften over en kortere tidsperiode. Dette var et naturlig valg ettersom det foreligger tidsbegrensninger for utarbeidelse av masterutredningen. I tillegg er dataene i dette studiet samlet inn gjennom 12 intervjuer foretatt over en kortere tidsperiode. Ettersom longitudinelle studier krever en lengre tidsperiode, er det derfor nærliggende å benytte seg av en kryss-seksjonell tidshorison (Saunders et al., 2019). Til tross for at studien bygger på forskning av et fenomen på et gitt tidspunkt, forteller respondentene om tidligere opplevelser og utvikling over tid. Dette betyr at datainnsamlingen vil vise til tidligere hendelser og vennsksformasjonens forløp.

3.4 Kontekst

I følge Yin (2018) er det sentralt å forstå *konteksten* i casestudien, da skillet mellom fenomenet som studeres og konteksten rundt fenomenet ikke alltid er like åpenbart. På bakgrunn av dette vil vi nå gi en kort beskrivelse av VENN-appen og dens funksjoner.

Gjennom samarbeidet med RaCE var formålet med masterutredningen å studere tematikken innenfor effektive team. I den anledning ble vi satt i kontakt med den relativt unge bedriften Friendr AS som aktuell kandidat av våre veiledere. De presenterte et behov for å forstå grundigere hvordan gode vennskap oppstår, samt hvilke faktorer som er viktig for en god relasjon. Friendr AS ble etablert i 2016, og i januar 2021 lanserte selskapet VENN-appen

(NSCC, u.å). På grunn av sin nylige etablering i markedet ønsket de å forbedre algoritmen og forståelsen for venns-kapsformasjon, slik at appen kan bli enda bedre.

3.4.1 Appens funksjoner og oppgavens inndeling

For å få en forståelse for hvordan relasjoner dannes på appen, er det fordelaktig å ha innsikt i hvordan appen fungerer. Det første brukere av appen ser er bildet av en annen person, navnet og alderen til brukeren. Under bildene er det muligheter for å legge til en tekst (bio), der formålet kan være å skrive litt om seg selv og hva man ser etter på appen. Deretter følger ikoner av aktiviteter og interesser man liker. De overnevnte momentene er illustrert på bildet helt til venstre i *Figur 1*. Videre er det også mulighet for å legge til verdier og preferanser, slik som religiøse verdier og preferanser på fysisk aktivitet. Dette er illustrert i det midterste bildet i *Figur 1*. Det er også mulig å legge til hva man ser etter på appen, som vist på bildet helt til høyre i *Figur 1*. Til sammen vil elementene utgjøre beslutningsgrunnlaget i det vi kaller for *swipefasen* (fase 1), altså det stadiet hvor man velger om man ønsker å knytte kontakt med den andre personen. Kontakten initialiseres hvis den andre personen liker deg tilbake.



Figur 1: Fremstilling av VENN-appen.

Hvis begge parter liker hverandre, vil det neste stadiet være om en ønsker å begynne å chatte med den andre personen. Dette er det vi kaller for *chattefasen* (fase 2). Formålet med denne fasen er å bli bedre kjent med den andre personen gjennom informasjonsutveksling. Neste stadiet blir eventuelt å møte den andre personen fysisk. Dette kaller vi for *møtefasen* (fase 3). Vi ønsker å studere respondenter som har kommet til denne fasen eller lengre i relasjonen. På den måten vil vi oppnå verdifull informasjon om flere elementer i vennsksformasjon. Videre er den siste fasen *utviklingsfasen* (fase 4). I denne fasen har personene møtt hverandre ved flere anledninger og har begynt å danne et langsiktig vennskap. VENN-appen vil derfor være et godt utgangspunkt for å studere nylige interaksjoner mellom fremmede mennesker, der hensikten er å danne et vennskap.

3.5 Datainnsamling

I denne studien har vi hentet inn primærdata ved hjelp av semistrukturerte intervjuer. I dette delkapittelet vil vi presentere utvalget og gi en beskrivelse av datainnsamlingsmetoden som er anvendt.

3.5.1 Utvalg

Det finnes en rekke forskjellige *utvalgsstrategier* man kan benytte seg av. Ved valg av utvalgsstrategi er det viktig å velge et utvalg som gir forskerne rikelig informasjon om temaet, for å sikre dybdeforståelse av det aktuelle fenomenet som studeres (Christoffersen et al., 2011). I casestudier vil det være hensiktsmessig å basere datainnsamlingen på et utvalg som anses som relevant for studien (Saunders et al., 2019). I følge Thagaard (2013) vil man gjerne benytte seg av strategisk utvalg ved gjennomføring av kvalitative studier. Strategisk utvalg innebærer at forskeren velger respondenter med utgangspunkt i egenskaper eller kvalifikasjoner som er strategiske i forhold til studiens forskningsspørsmål. Ettersom denne studien bygger på kvalitativ metode, har vi valgt å benytte oss av *strategisk utvalg*, for å sikre at utvalget er relevant for studien. I vår studie er vi avhengig av at respondentene er villige til å dele erfaring, oppfatninger og meninger rundt hvordan gode relasjoner skapes. Vi er klar over at temaet kan oppfattes som personlig og et til dels nærgående tema. For å sikre et utvalg respondenter som er villig til å delta i studien, har vi benyttet oss av *tilgjengelighetsutvalg* som fremgangsmåte. Denne metoden

innebærer at respondentene velges ut basert på egenskaper de innehar som er relevant for studien, samt hvilke respondenter som faktisk er tilgjengelige for forskeren (Thagaard, 2013).

Det finnes flere ulike metoder for å velge respondenter. Disse kan hovedsakelig deles inn i to typer: sannsynlighet eller representativt utvalg, og ikke-sannsynlighetsutvalg (Saunders et al., 2019). Ved bruk av sannsynlighetsutvalg er sannsynligheten for at hvert tilfelle blir valgt fra målpopulasjonen kjent og er vanligvis lik for alle tilfeller. I dette studiet har vi benyttet oss av *ikke-sannsynlighetsutvalg*, som innebærer at sannsynligheten for at hvert tilfelle blir valgt fra målpopulasjonen ikke er kjent. Å velge denne metoden gjør at forskerne ikke kan utforme statistiske slutninger om befolkningens egenskaper. Ved ikke-sannsynlighetsutvalg er det to forskjellige metoder som er tilgjengelig, herunder selv-seleksjonsmetoden og snøballmetoden. Ved bruk av selv-seleksjonsmetoden vil respondenter med ønskede egenskaper eller kvalifikasjoner, selv uttrykke at de ønsker å delta i studien. Snøballmetoden fungerer derimot ved at forskeren kontakter personer som innehar de ønskede egenskapene og kvalifikasjonene, som igjen blir bedt om å anbefale flere personer med lignende egenskaper og kvalifikasjoner (Thagaard, 2013).

I dette studiet har vi benyttet både *selv-seleksjonsmetoden* og *snøballmetoden*. Vi fikk hjelp av kontaktpersonen vår i casebedriften til å finne aktuelle respondenter. Han tok direkte kontakt med flere kandidater og informerte om forskningsprosjektet til de som viste seg å være aktuelle. Utvelgelseskriteriet var at respondenten hadde erfaring med bruk av VENN-appen og hadde møtt et eller flere andre mennesker gjennom appen. Kontaktpersonen vår har bidratt til å finne et bredt utvalg respondenter; forskjellige kjønn og ulike aldersgrupper. Noen av respondentene har benyttet seg av appen svært aktivt og har møtt flere mennesker, mens andre har brukt appen mer restriktivt og kun møtt en person. Vi har benyttet oss av selv-seleksjonsmetoden ettersom kontaktpersonen har etterspurt deltakelse fra respondenter med gitte egenskaper og kvalifikasjoner. I tillegg ble snøballmetoden benyttet for å finne noen av respondentene, da kontaktpersonen spurte noen respondenter om de kjente til andre potensielle kandidater med lignende egenskaper og kvalifikasjoner.

Utvalgets utforming og størrelse vil i kvalitative studier vurderes i forhold til forskningsprosjektets analytiske formål (Thagaard, 2013). Antall respondenter som er nødvendig vil derfor variere, men bør ikke overstige et punkt hvor det ikke er mulig å gjennomføre omfattende analyser. Utvalget i denne studien består av 12 frivillige respondenter som ble rekruttert i samarbeid med vår kontaktperson i casebedriften. Utvalgets størrelse ble valgt i samråd med vår kontaktperson og veiledere, og ut ifra ønsket metningspunkt. Ved datainnsamling i kvalitative studier er et prinsipp å samle inn data til man oppnår et metningspunkt, hvor ytterligere data ikke endrer analysen (Saunders et al., 2019). Vi gjorde fortløpende evalueringer angående hvor mange respondenter vi trengte å ha i utvalget for å sikre kvalitet, og følte at et naturlig metningspunkt ble nådd ved 12 respondenter. Ettersom respondentene vi intervjuet hadde ulike erfaringer, oppfatninger og meninger rundt fenomenet i studien, opplevde vi at antall respondenter ga oss et nyansert og helhetlig bilde relatert til skapelse av gode relasjoner.

3.5.2 Semistrukturerte intervjuer

Saunders et al. (2019) skiller hovedsakelig mellom to typer intervjuer, nemlig standardiserte og ikke-standardiserte intervjuer. Standardiserte intervjuer er formelle og vil følge en forhåndsbestemt intervjuguide. Ved en slik datainnsamling vil samtlige respondenter bli stilt identiske spørsmål i samme rekkefølge. Ikke-standardiserte intervjuer kjennetegnes derimot av at de er uformelle uten forhåndsbestemte spørsmål. Slike intervjuer gjør det derfor lettere for både intervjuerne og respondenten å styre intervjuet i ønsket retning underveis. Ikke-standardiserte intervjuer kan videre deles inn i dybde- og semistrukturerte intervjuer.

Med bakgrunn i at denne studien har en induktiv tilnærming og et eksplorerende design, har vi valgt å benytte oss av *semistrukturerte intervjuer*. Ved bruk av semistrukturerte intervjuer starter intervjuerne med en liste over temaer og noen sentrale spørsmål knyttet til disse temaene (Saunders et al., 2019). Disse legger grunnlaget for samtalen og veileder gjennom intervjuet. Studien har som hensikt å oppnå dypere forståelse for, og bidra med innsikt relatert til hvordan gode sosiale relasjoner skapes. Vi anser derfor semistrukturerte intervjuer som velegnet, da denne typen intervju tillater oss å dekke de temaene vi ønsker underveis i intervjuet, samtidig som det åpner opp for å stille oppfølgingsspørsmål. Dette gjør at vi får anledning til å fange opp interessante momenter under intervjuet, som vi kan gå i dybden på ved å stille oppfølgende

spørsmål. I tillegg gir dette også respondenten muligheten til å utdype deres mening og tanker rundt tematikken.

3.5.3 Gjennomføring av intervjuene

Da vi utførte intervjuene, gjorde Covid-19 situasjonen det krevende å kunne møte fysisk. I tillegg var flere av respondentene bosatt andre steder i landet. Vi gjennomførte derfor alle intervjuene digitalt, enten på telefonsamtale eller gjennom videosamtale på Zoom. De fleste respondentene foretrakk å ha intervjuet over telefon, mens vi hadde to intervjuer på Zoom. Kontaktpersonen i casebedriften ga oss kontaktinformasjon til flere aktuelle kandidater, før vi deretter kontaktet dem for å avtale tidspunkt for gjennomføring av intervjuet. Intervjuene strakk seg over et par uker, hvor vi enkelte dager hadde flere intervjuer. I *Figur 2* følger en oversikt over perioden for datainnsamlingen.



Figur 2: Tidslinje for datainnsamling.

Ved gjennomføring av semistrukturerte intervjuer er det viktig at man har nok tid til å utforske temaet under intervjuet. Saunders et al. (2019) fremhever viktigheten av å sette en tidsramme som gir respondentene god tid til å dele sine tanker og meninger med forskeren, noe som gjør at intervjuene ofte varer i en time. Ettersom deltakerne i studien har ulike erfaringer, var det vanskelig å sette en tidsramme, da det kan variere hvor utfyllende svar hver respondent gir under intervjuet. Vi satt derfor tidsrammen til 30-60 minutter, men etter at vi hadde gjennomført de første intervjuene reduserte vi denne til 30-45 minutter.

I begynnelsen av hvert intervju startet vi med å takke respondentene for at de deltok i studien, før vi gikk videre til å introdusere oss selv. Deretter presenterte vi at formålet med studiet var å

undersøke hvordan gode relasjoner skapes, og hvor lang tid vi estimerte intervjuet ville ta. Videre tydeliggjorde vi at all informasjon som kom frem under intervjuet ville bli anonymisert og behandlet konfidensielt. Vi understrekte også at det var frivillig å delta, slik at de hadde muligheten til å avslutte intervjuet eller la være å besvare spørsmål, dersom de skulle ønske det. I tillegg var det viktig å forsikre seg om at vi mottok muntlig samtykke til å ta opp intervjuet, for å sikre mest mulig riktig gjengivelse av informasjon i etterkant. Vi avsluttet med å informere respondentene om at noen av spørsmålene kunne være litt krevende, og at vi derfor oppfordret dem til å ta litt betenkningstid, dersom de hadde behov for det. Ettersom noen av spørsmålene kunne oppfattes gjentakende, understrekte vi at de heller ikke måtte være redde for å repetere seg selv.

3.5.4 Intervjuguide

Nøkkelen til vellykkede intervjuer ligger ifølge Saunders et al. (2019) i forberedelsene. En intervjuguide omtales som «*en plan for å gjennomføre semistrukturerte intervjuer*» (Saunders et al., 2019, s.806). Guiden er veiledende for gjennomføring av intervjuene og inneholder blant annet åpningskommentarer, liste over temaer, spørsmål for å oppmuntre til diskusjon og kommentarer for å avslutte intervjuet. Formålet ved å benytte seg av en intervjuguide er at det gir intervjuene et fokus og en struktur (Saunders et al., 2019). Dette er nyttig både for oss som forskere og deltakerne i studien, ettersom det vil gi en sterkere følelse av retning og mening i intervjuet. Den første utgaven av intervjuguiden ble utarbeidet på bakgrunn av samtaler med vår kontaktperson i casebedriften og veiledere, egne observasjoner ved bruk av appen, samt egne forberedelser ved å se litt på eksisterende litteratur rundt relasjonsdannelse. Vi utførte i tillegg fem pilottester med bekjente, for å få deres tilbakemeldinger og ha muligheten til å gjøre justeringer, før vi utførte intervjuer med deltakerne i studien. Pilottesting er nyttig for å for å minimere sannsynligheten for problemer i datainnsamlingen (Saunders et al., 2019). I tillegg er det nyttig for å gi forskerne en viss vurdering av spørsmålenes gyldighet og den sannsynlige påliteligheten til dataene som samles inn. Etter at vi hadde holdt de første intervjuene, hadde vi behov for å gjøre noen endringer i intervjuguiden. Endringene var likevel såpass små, at vi kun har valgt å inkludere den siste versjonen som vedlegg, (se vedlegg A).

Som oppvarmingsspørsmål startet vi med noen enkle spørsmål hvor respondenten fortalte litt om seg selv og bakgrunnen for å bruke VENN-appen. Slike enkle oppvarmingsspørsmål kan være viktige for å etablere tillit og berolige respondenten (Thagaard, 2013). Dette er avgjørende ettersom kvalitative intervjuer ofte bygger på personlig erfaring og krever at respondenten er komfortabel med å dele sine erfaringer. Selv om vi ønsket å utføre eksplorerende, semistrukturerte intervjuer, er det nødvendig å ha en ide om hvilke temaer vi ønsker å diskutere med respondentene (Saunders et al., 2019). Vi delte intervjuene inn i fire faser; swipe-, chatte-, møte-, og utviklingsfasen. I fasene stilte vi ulike spørsmål for å komme inn på viktige faktorer for at respondenten skulle ønske å videreføre relasjonen til den neste fasen. Basert på at studiet har et eksplorerende design og en induktiv tilnærming, ønsket vi å stille mest mulig åpne spørsmål, slik at deltakerne var frie til å dele sine synspunkter og erfaringer (Thagaard, 2013). Intervjuguiden besto derfor av en rekke åpne hovedspørsmål med potensielle oppfølgingsspørsmål. Oppfølgingsspørsmålene var tiltenkt å være et nyttig verktøy for å komme inn på ønskede detaljer, dersom respondenten selv ikke kom inn på dette i den initielle responsen. Ved slutten av intervjuet rundet vi av ved å stille noen enkle spørsmål og ga respondenten mulighet til å utdype eller legge til momenter før vi avsluttet.

3.6 Dataanalyse

3.6.1 Transkribering

I denne studien har vi benyttet oss av lydopptak under intervjuene for å sikre riktig gjengivelse av informasjonen som fremkommer. Dette er nyttig i den forstand at det lar forskeren transkribere hele eller deler av intervjuet. Formålet med transkribering er å gjengi ordrett hva respondenten sa under intervjuet (Saunders et al., 2019). Ved transkribering er ikke forskerne bare interessert i hva respondentene sier, men også måten de sier det på. Dette gjør transkribering tidkrevende, ettersom vi ikke bare trenger å gjengi hva som ble sagt og av hvem, men også prøve å gi en indikasjon på tonen i det som ble sagt og respondentens ikke-verbale kommunikasjon. Vi transkriberte intervjuene fortløpende etter at vi utførte dem, for å unngå opphoping av lydopptak og tilhørende transkripsjonsarbeid (Saunders et al., 2019). Dette gjorde også at vi hadde intervjuet friskt i minne da vi transkriberte dem, og lettere kunne gjengi ikke-verbal

kommunikasjon, tonen til vedkommende, responstiden på spørsmålene og om respondenten var nølende eller tok pauser. Prosessen har gjort at vi har god kjennskap til datamaterialet.

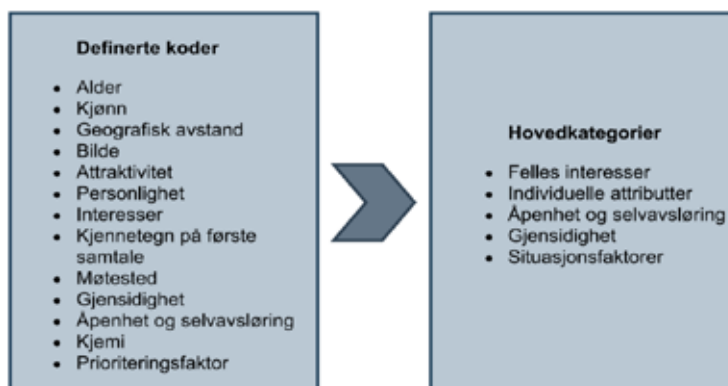
Totalt utgjør transkribering av de 12 intervjuene 114 A4-sider med fonten Times New Roman og 1,5 linjeavstand. Transkripsjonene inneholder intervjuernes spørsmål og kommentarer, respondentens svar og ufullstendige svar, nøling, pauser, latter og gjentakelser. To av intervjuene utførte vi over Zoom med video, mens resterende var over telefon. Transkriberingen av intervjuene på Zoom inneholder derfor flere kommentarer på ikke-verbal kommunikasjon, som for eksempel ansiktsuttrykk, eller at respondenten viser oss noe. Som følge av at alle intervjuene er utført digitalt, er lyd kvaliteten noe varierende. Det har derfor vært litt vanskelig å høre hva noen av respondentene har sagt enkelte steder, slik at det har oppstått noen uklarheter. Derfor kan transkriberingen inneholde feil, til tross for at vi har tilstrebet å gjøre dette så nøyaktig som mulig. Dersom vi har vært usikre på hva respondenten har sagt, har vi markert dette med «(?)» eller «(Hører ikke hva respondenten sier)». Likevel har slike uklarheter oppstått relativt få steder, og vi føler derfor ikke at det går utover innholdet og forståelsen for det som har blitt sagt eller uttrykt. Vi har også markert steder hvor respondenten har tatt pauser eller nølt med «(...)», slik at vi er oppmerksomme på dette når vi senere skal analysere svarene.

3.6.2 Tematisk analyse

I denne studien har vi valgt å benytte oss av tematisk analyse for å analysere dataene som fremkommer av intervjuene. Formålet med tematisk analyse er å søke etter temaer, eller mønstre, som forekommer på tvers av datasettet (Saunders et al., 2019). Ved tematisk analyse vil forskerne kode sine kvalitative data for å identifisere temaer eller mønstre for videre analyse. Tematisk analyse tilbyr ifølge Braun & Clarke (2006) en systematisk, men fleksibel og tilgjengelig tilnærming til å analysere kvalitative data. Saunders et al. (2019) skisserer et sett med retningslinjer for å utføre en tematisk analyse. Prosedyren inneholder fire ulike elementer; (1) bli kjent med dataene dine, (2) koding av dataene dine, (3) søke etter temaer og gjenkjenne relasjoner, og (4) raffinering av temaer og testing av forslag (Saunders et al., 2019). Ved bruk av tematisk analyse vil forskerne mest sannsynlig ikke benytte seg av denne prosedyren i en enkel lineær progresjon, men på en samtidig og rekursiv måte.

Ved begynnelsen av analysen var det viktig å bli godt kjent med dataene. Vi brukte derfor god tid på å gå gjennom intervjuene hver for oss, før vi transkriberte intervjuene. Å transkribere intervjuene er ifølge Saunders et al. (2019) viktig for å utvikle fortrolighet. Vi gikk over det transkriberte materialet både individuelt og i felleskap for å danne en bedre helhetsforståelse av dataene. Ved gjennomgang skrev vi ned og diskuterte interessante momenter og temaer som gikk igjen. Det neste steget dreier seg om å kode dataene, som innebærer å kategorisere data med lignende betydninger (Saunders et al., 2019). Etter flere gjennomganger av materialet endte vi opp med 13 koder som datamaterialet skulle sorteres etter. Vi gikk deretter gjennom materialet på nytt, for å kategorisere respondentenes meninger og opplevelser etter kodene. Vi opprettet et Excel-dokument hvor vi førte inn kodene vi fant i hvert intervju etter egne fargekoder, til hjelp for å kunne danne oss et helhetlig bilde. Vi sorterte i tillegg funnene etter en skala for å klargjøre om respondenten anså en gitt faktor som positiv, nøytral eller negativ, ved å markere positive aspekter med (+), nøytrale med (+/-), og negative aspekter med (-).

Å søke etter temaer er ifølge Saunders et al. (2019) et distinkt analysestadium etter kodingen, til tross for at man i praksis vil søke etter temaer, mønstre og relasjoner i dataene mens man samler inn og koder dem. Vi brukte god tid på å gå over kodene for å se etter meninger og opplevelser med samme betydning og temaer, som gikk igjen blant flere av respondentene. Ettersom intervjuene tok utgangspunkt i de fire ulike fasene, var vi nødt til å identifisere hvilke temaer som gikk igjen i flere faser og hvilke temaer som var unike for den enkelte fasen. Etter flere gjennomganger av datasettet, utviklet vi et sett med overordnede temaer som representerte innholdet i dataen. Vi identifiserte fem hovedkategorier som er fremvist i *Figur 3*. Disse er som følge; *felles interesser, individuelle attributter, åpenhet og selvavsløring, gjensidighet* og til slutt *situasjonsfaktorer*.



Figur 3: Oversikt over kodet datamateriale.

3.6.3 Presentasjon av datagrunnlag

I *Kapittel 4 Resultat* presenterer vi det analyserte datagrunnlaget. Vi har samlet funnene i studien under de fire fasene; *swipefasen*, *chattefasen*, *møtefasen* og *utviklingsfasen*. Fasene har i tillegg tilhørende underkategorier. I *kapittel 5 Diskusjon* benytter vi derimot hovedkategoriene; *felles interesser*, *individuelle attributter*, *åpenhet og selvavsløring*, *gjensidighet*, og *situasjonsfaktorer*, for å diskutere funnene opp mot eksisterende litteratur. For å berike resultatet benytter vi oss av anonymiserte sitater ved fremlegging av datagrunnlaget. Sitatene er fremstilt i kursiv og anførelstegn. Eventuelle tenkepauser er fjernet, og i tilfeller hvor vi kun benytter deler av sitatet har vi markert dette med «(...)».

3.7 Forskningskvalitet

I dette delkapittelet skal vi vurdere kvaliteten på studien. Ifølge Saunders et al. (2019) er en kvalitetsvurdering av forskningen en sentral del av å formulere et godt forskningsdesign og redusere sannsynligheten for å trekke feilaktige konklusjoner. For kvalitative studier som denne, er det mest hensiktsmessig å vurdere kvaliteten på studien etter tre dimensjoner, nemlig pålitelighet, gyldighet og overførbarhet (Lincoln & Guba, 1985).

3.7.1 Pålitelighet

Pålitelighet vil si om dataene er til å stole på (Saunders et al., 2019). Ved å benytte oss av semistrukturerte intervjuer har vi en relativ åpen tilnærming til intervjuene. Dette sikrer at vi oppnår dybdeinformasjonen om temaet vi ønsker. Samtidig vil en slik metode svekke etterprøvbareheten på bakgrunn av at ingen intervjuer er helt like. På den annen side er ikke formålet med kvalitative metoder nødvendigvis å kunne etterfølge forskningsdesignet, siden slike metoder vil reflektere sosialt konstruerte tolkninger av respondenten i det bestemte tidsrommet studien var utført (Saunders et al., 2019). Dette gjør det vanskelig å oppnå like sterk pålitelighet som med kvantitative metoder.

Pålitelighet kan styrkes ved å gi en komplett beskrivelse av metoder og prosesser som er benyttet (Saunders et al., 2019). Av den grunn inkluderer masteroppgaven detaljerte beskrivelser om datainnsamlingen og fremgangsmåten. Dette er med på å styrke påliteligheten. Videre har vi også vært selektive når det kommer til intervjuobjektene erfaring med VENN-appen. For å undersøke hvordan gode relasjoner skapes har vi valgt å intervju personer som faktisk har møtt noen via appen. Dette ble gjort for å sikre et bredere informasjonsgrunnlag blant respondentene, da disse personene har hatt erfaring med å møte nye mennesker den siste tiden. Av den grunn er det nærliggende å tenke at disse personene vil kunne gi oss bedre innsikt i faktorene som spiller inn i vennskapsformasjonen, noe som vil styrke påliteligheten til studien.

I vurderingen av påliteligheten til intervjudataene er det vesentlig å vurdere mulige bias. Det er spesielt tre potensielle bias som kan fremkomme i gjennomførelsen av intervjuer; intervjuerbias, respondentbias og deltagerbias (Saunders et al., 2019). Det kan også forekomme feil i form av deltagerfeil eller forskerfeil.

Ifølge Saunders et al. (2019, s.447) er *intervjuerbias* når «kommentarer, tone eller ikke-verbal atferd til intervjueren påvirker svaret til respondenten». For å motvirke dette lot vi respondentene få snakke mest mulig uhindret uten innblanding fra oss. Vi passet også på at tonen spørsmålene ble stilt i forholdt seg lik under hele intervjuet, slik at det ikke skulle være rom for tolking av våre meninger. I de to intervjuene på Zoom var vi påpasselige med å holde et nøytralt kroppsspråk.

Respondentbias er når respondenten gir feilaktige svar på bakgrunn av sensitiviteten til et tema, inntrykket av intervjuerne, eller situasjonen intervjuene utføres i (Saunders et al., 2019). Tiltak for å redusere respondentbias var å informere om sensitiv behandling og anonymisering av svarene til intervjuobjektene for å skape trygghet. Dette er spesielt viktig for vår oppgave som omhandler egne erfaring om relasjonsdannelse, som kan betraktes som sensitivt. For å gjøre det lettere for respondenten å svare fritt, ga vi alle muligheten til å utføre intervjuet over telefon, i tillegg til Zoom. Telefonintervju vil sannsynligvis føles mer anonymt for mange, noe som kan gjøre det lettere å åpne seg opp om et sensitivt tema. I tillegg ble respondentene bedt om å avholde intervjuet isolert fra andre i husstanden for å gjøre det lettere å være åpen og ærlig.

Deltakerbias går ut på at det kan oppstå vridninger i utvalget av respondenter, for eksempel ved at tiden som trengs for å gjennomføre intervjuet kan føre til redusert vilje til å delta blant enkelte respondenter (Saunders et al., 2019). Som nevnt ovenfor hadde vi et alternativ til ansikt til ansikt intervjuer på Zoom ved bruk av telefonintervjuer. Terskelen for å delta på telefonintervju er gjerne lavere, da respondenten ikke trenger å gjøre seg fysisk presentabel, slik som man gjerne gjør i forkant av et videointervju. Videre opplyste vi deltakerne om at det var frivillig å delta, slik at vi kunne sikre at respondentene hadde motivasjon og intensjon til å gi et verdifullt bidrag til forskningsfeltet. På den annen side taler denne frivilligheten til å delta for økt deltakerbias. Andre metoder benyttet for å redusere deltakerbias var å skape trygghet ved å starte å presentere oss selv og formålet med oppgaven, i tillegg til å presisere anonymitet ved behandling av dataene.

Ved utførelsen av intervjuer kan det oppstå deltakerfeil. *Deltakerfeil* er «*hvilken som helst faktor som påvirker respondentens deltagelse i studien*» (Saunders et al., 2019, s. 214). For å gjøre deltakelse lettest mulig for respondentene, tilpasset vi intervjuene etter når det passet best for dem. Videre ble intervjuobjektene informert i forkant om antatt tidsbruk for intervjuet, slik at andre planer senere på dagen ikke ville resultere i unødvendig forhastelse av å ferdigstille intervjuet. Slik vil deltakerfeil reduseres. Et moment som kan tale for økt deltakerfeil, er at intervjuene ble utført i eget hjem. Dette vil kunne medføre uforutsette forstyrrelser fra eksempelvis barn eller husdyr. Uansett vil muligheten for å gjennomføre intervjuet i eget hjem

oppleves som trygt ved at de ikke risikerer at uvedkommende lytter inn på samtalen. Dette taler for mer åpenhet og ærlighet, og reduserer sannsynligheten for deltagerfeil.

Forskerfeil er enhver faktor som påvirker tolkingen av forskeren, for eksempel misforståelse av det respondenten sier (Saunders et al., 2019). Ved å være to personer både under samtlige intervjuer og i analysen av intervjuene i ettertid reduseres sjansen for forskerfeil. Vi fikk tillatelse fra samtlige om å bruke lydopptak under intervjuene, slik at vi kunne sikre riktig gjengivelse under transkribering av intervjuene. Intervjuene ble som nevnt tidligere transkribert kort tid etter at intervjuene ble avholdt, helst samme dag eller påfølgende dag. Intervjuet var da friskt i minne og kunne dermed sikre riktig gjengivelse av informasjon. I tillegg ble hver transkribering sjekket for skrivefeil og mistolkninger i ettertid av begge. Disse faktorene reduserer forskerfeil. VENN-appen er tilgjengelig i hele Norge, og det gjenspeiler seg også på intervjuobjektens store variasjon i dialekter. Dette resulterte i noen vanskeligheter med å forstå intervjuobjektene, noe som kan bidra til forskerfeil. Det skal legges til at vi i de fleste tilfeller reduserte misforståelsene ved å aktivt stille avklarings spørsmål, noe som reduserer muligheten for forskerfeil ytterligere.

3.7.2 Gyldighet

Gyldighet er «*i hvilken grad studien faktisk fremstiller sanne og nøyaktige beskrivelser av fenomenet i henhold til kildene*» (Saunders et al., 2019, s. 217). Dette betyr om resultatene som fremstilles er intervjuobjektens faktiske meninger og skildringer. I kvalitative studier tenker man gjerne på gyldighet som «sannhetsverdier», som betyr hvilken grad forskerne klarte å tolke de subjektive følelsene uten noen form for manipulasjon (Walle, 2015).

Flere tiltak ble gjort for å styrke gyldigheten. Ved bruk av sitater i analysen foretok vi sitatsjekk. Dette innebærer at vi gikk gjennom lydopptaket på nytt for å sikre riktig gjengivelse av sitatene. På den måten kan vi være sikre på at deltakernes ord ikke blir vrent, slik at den originale betydningen av sitatet ikke ødelegges. Videre fulgte vi opp deltakere der utsagnene var tvetydige, slik at vi kunne sikre riktig forståelse av den opprinnelige meningen til respondentene. Dette bidro til å minimere rom for egne tanker og skildringer i forhold til respondenters faktiske meninger.

Noen spørsmål kunne oppfattes som komplekse og vanskelige å svare på for intervjuobjektene. Vurdering av hvilke faktorer som har betydning i relasjonsdannelse kan være en krevende prosess, da det ikke alltid er like tydelig hvilke faktorer som spiller inn. Samtidig er dette et tema som de fleste ikke reflekterer over til daglig, og av den grunn kan noen respondenter til tider ha vanskeligheter med å ordlegge seg. Det er også nærliggende å tenke at en betydelig del av det som har innvirkning på relasjonsdannelse kan finne sted i underbevisstheten. Dette taler for svekket gyldighet, hvis ikke respondentene klarer å ordlegge seg om sine faktiske meninger og tanker om spørsmålene. For å motvirke dette var vi i forkant av intervjuet tydelig på at noen spørsmål kan oppfattes som komplekse, og at respondentene gjerne kan ta betenkningstid og be oss reformulere spørsmålet. Videre ga vi også respondentene informasjon om de overordnede temaene i forkant av intervjuet, og ba dem tenke gjennom hva som er viktig for å gå videre i en relasjon. På den måten vil gyldighet styrkes igjen.

3.7.3 Overførbarhet

En kvantitativ studie bør tilstrebe generaliserbarhet, som betyr at funnene fra utvalget studien baserer seg på også kan generaliseres til en større populasjon (Saunders et al., 2019). I en kvalitativ casestudie som denne blir dette mindre relevant. Denne studien undersøker venns-kapsformasjon i et spesifikt tilfelle, som her starter på VENN-appen. På den måten blir studiens kontekst veldig unik. Studien forsøker å undersøke mulige faktorer som påvirker venns-kapsformasjonen. Dette vil på den annen side være et verdifullt innspill til feltet om relasjonsdannelse, og funnene vil kunne være generaliserbar til en større populasjon. Samtidig vil studien også bidra til økt forståelse for sentrale faktorer som påvirker videreutviklingen av relasjonen, og dette vil kunne være overførbart til andre sammenhenger.

For kvalitative studier er det mer relevant å vurdere overførbarheten enn generaliserbarheten (Saunders et al., 2019). Dette innebærer at funnene bidrar til ny teoretisk eller konseptuell forståelse av temaet som studeres, i stedet for at funnene kan overføres direkte til en større populasjon. Overførbarhet vil dermed bety om funnene i studien kan bidra til overførbarhet av teoretiske eller konseptuelle innsikt til forskningsfeltet.

Funnene i studien vil bidra til økt forståelse for hva som er viktig for å gå videre fra en online interaksjon til et fysisk møte, og hvordan en god relasjon dannes. Ettersom online interaksjoner har fått større plass i livene våre gjennom den store teknologiske utvikling de siste tiårene og ikke minst som følge av koronapandemien, vil denne studien kunne bidra til nyttig innsikt i hvilke faktorer som har betydning for relasjonsdannelse online. Samtidig vil studien også gi kunnskap om faktorer som er viktige på det første møtet med en annen person for å øke sannsynligheten for å etablere et vennskap, og hva som er viktig for å utvikle vennskapet til en nær relasjon. Noe av det som blir studert vil være mer spesifikt for dette konkrete caset og ha begrenset overførbarhet. På den annen siden vil hovedfunnene i studien om hvordan gode relasjoner skapes, ha overføringsverdi for både enkeltpersoner og organisasjoner. Til sammen vil studien kunne resultere i nyttig kunnskap som er overførbar i form av ny teoretisk eller konseptuell forståelse av vennsapsformasjon.

3.8 Etikk

Forskningsetikk er ifølge Saunders et al. (2019) en kritisk del av det å formulere forskningsspørsmålet ditt. Forfatteren definerer forskningsetikk som «*standarder for forskerens oppførsel i forhold til rettighetene til de som blir gjenstand for et forskningsprosjekt, eller blir berørt av det*» (Saunders et al., 2019, s.252). I dette casestudiet samler vi som nevnt inn primærdata ved hjelp av semistrukturerte intervjuer. Studien behandler derfor informasjon som kan knyttes direkte eller indirekte til respondentene, og som forskere må vi derfor være varsomme og ta forhåndsregler. Av den grunn har vi et ansvar for å sikre at forskningen vi utfører er god og ansvarlig (NESH, 2016).

Ettersom denne studien er utført i samarbeid med RaCE, ble den godkjent av Norsk Senter for Forskningsdata før vi startet datainnsamlingen. Den nasjonale forskningsetiske komité for samfunnsvitenskap og humaniora (NESH) har utviklet en rekke retningslinjer for å bidra til at forskning i offentlig og privat regi skjer i henhold til anerkjente etiske normer (De nasjonale forskningsetiske komiteene, 2018). Den består av flere komiteer og utvalg, hvor dette studiet inngår i Forskningsetiske retningslinjer for samfunnsvitenskap, humaniora, juss og teologi (NESH, 2016). Ettersom studiet behandler data som er samlet inn gjennom semistrukturerte

intervjuer, er særlig hensynet til personer viktig i forskningen. Sentrale momenter som er relevante for dette studiet er respekt for menneskeverd og personvern, ansvar for å informere, samtykke og informasjonsplikt, konfidensialitet, lagring av personopplysninger og hensyn til privatliv.

Under intervjuene er det viktig at vi som forskere arbeider ut ifra en grunnleggende respekt for menneskeverdet (NESH, 2016). Derfor var det viktig å verne om respondentenes integritet og frihet, samt privatliv. Ettersom noen av spørsmålene er til dels nære og private, var det viktig for oss å verne om respondentenes privatliv. Under intervjuene passet vi på at respondentene ikke skulle settes under press, og vi var varsomme med følsomme opplysninger. I begynnelsen av hvert intervju ga vi respondentene tilstrekkelig med informasjon om forskningsfeltet, hva som var formålet med studien, og hvordan resultatene var tenkt brukt. Vi tydeliggjorde at det var frivillig å delta i studiet og at de kunne la være å svare på spørsmål, eller trekke seg dersom de ønsket det. Vi fortalte også respondentene hvordan informasjon som fremkom av intervjuet ville behandles og lagres.

Ettersom studiet behandler personopplysninger, både informerte vi og innhentet samtykke fra respondentene til å delta i studien, samt til å ta lydopptak av intervjuet. Dette er viktig for å forebygge krenkelser av personlig integritet, og sikre respondentenes frihet og selvbestemmelse (NESH, 2016). Videre behandlet vi all informasjon som fremkom i intervjuene konfidensielt og fortrolig for å bevare personvernet. Vår troverdighet som forskere og deltakernes tillit til forskningen er tett knyttet til konfidensialitet (NESH, 2016). Lydopptakene lagret vi etter ulike koder, slik at det ikke er mulig å identifisere respondentene. Etter studiens slutt slettet og destruerte vi alt av fysisk materiale. Digitalt materiale, som lydopptak og transkribering av intervjuene, er lagret anonymt slik at det kan brukes i fremtidig forskning.

3.9 Oppsummering av metode

I dette kapittelet har vi redegjort for de ulike metodiske valgene vi har tatt for å kunne besvare forskningsspørsmålet på en best mulig måte. De metodiske valgene i oppgaven er oppsummert i *Tabell 1* under:

Tabell 1: Oppsummering av metodiske valg.

Hva	Metodisk valg
Forskningsformål	Eksplorerende
Forskningstilnærming	Induktiv
Metode	Kvalitativ
Strategi	Case-studie
Tidshorison	Kryss-seksjonell
Datainnsamling	Semistrukturerte intervju
Dataanalyse	Tematisk analyse

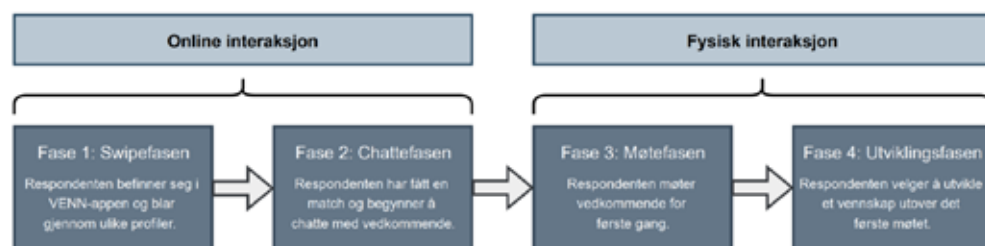
I denne studien ønsker vi å bidra til økt kunnskap om hvordan gode relasjoner oppstår og hva som er viktig for at mennesker skal ønske å gå videre i en relasjon. Ettersom det er lite kunnskap rundt temaet, har vi valgt å benytte oss av et *eksplorerende* forskningsdesign. Formålet med studien er å utvikle teori og skape økt innsikt i hvordan sosiale relasjoner skapes, og ulike sentrale faktorer som må være til stede for at mennesker skal ønske å utvikle en relasjon. Av den grunn har vi valgt å benytte oss av en *induktiv* forskningstilnærming. Siden problemstillingen er lite forsket på, finner vi det hensiktsmessig å ha en mer åpen holdning til datainnsamlingen gjennom en *kvalitativ* metode. Videre har vi valgt å benytte oss av en *casestudie* som forskningsstrategi, ettersom denne strategien lar oss studere fenomenet i sin naturlige kontekst, samt at det gir oss verdifull dybdeforståelse for hvordan relasjonene skapes.

På bakgrunn av tidsbegrensningene som foreligger ved utarbeidelse av en masteroppgave, anvender denne studien seg av en *kryss-seksjonell* tidshorison. Studiet gir oss på denne måten et «øyeblikksbilde» av fenomenet, men til tross for dette forteller respondenten om tidligere opplevelser og utvikling over tid. For datainnsamling har vi valgt å benytte oss av *semistrukturerte intervjuer*, ettersom dette tillater oss å dekke de temaene vi ønsker underveis i intervjuet, samtidig som det åpner opp for å styre intervjuet i ønsket retning og stille

oppfølgingsspørsmål underveis. Avslutningsvis har vi valgt å benytte oss av *tematisk analyse* for å analysere dataen, da dette er nyttig for å identifisere temaer og mønstre.

4. Resultater

I dette kapitlet vil vi presentere studiens funn i med utgangspunkt i studiens forskningsspørsmål: «*Hvordan skapes gode relasjoner, og hva skal til for å ville gå videre i en relasjon?*». Resultatene legges frem med utgangspunkt i studiens fire faser: 1) *Swipefasen*, 2) *Chattefasen*, 3) *Møtefasen* og 4) *Utviklingsfasen*, som fremvist i *Figur 4*.



Figur 4: Studiens fire faser.

4.1 Fase 1: Swipefasen

I dette delkapitlet vil vi presentere funnene fra *fase en*. I denne fasen befinner respondenten seg i VENN-appen. Her blar de gjennom ulike profiler og gjør seg opp ulike meninger og bestemmer seg for om de skal «like» en person eller ikke. I dette delkapitlet viser resultatene at demografiske faktorer som alder, kjønn og geografisk avstand vil påvirke om respondenten velger å initiere en relasjon. Videre er teksten i en profil viktig, ettersom denne kan fortelle om vedkommende sine interesser, noe som viser seg å være en av de viktigste faktorene i swipefasen. Avslutningsvis antyder resultatene at bildene i en profil er det viktigste elementet i appen, da dette gir en indikasjon på personens interesser, personlighet og attraktivitet.

Demografiske faktorer

Alder

Flere av respondentene peker på alder som en av de viktigste faktorene når de skal evaluere en profil. Det kommer også frem at alderen er noe av det første deltakerne legger merke til. Samtlige beskriver gjerne at de ser etter noen som er på samme alder eller tilnærmet lik alder. En av deltakerne sier at han er åpen for vennskap med mennesker som er inntil ti år eldre eller yngre enn seg selv, noe som er den største differansen i alder blant respondentene. Flere av

respondentene uttrykker imidlertid først ved spørsmål om alder, at det egentlig ikke har så mye å si. Til tross for dette kommer det ofte frem at de er mer bevisst på alderen når de bruker appen enn først antatt. I tillegg viser det seg at flertallet av respondentene som har etablert relasjoner med et eller flere andre mennesker gjennom appen, er i samme aldersgruppe. Flere av respondentene forteller imidlertid at det kan variere litt, og at faktorer som modenhet og livserfaring vil spille en rolle. En av respondentene beskriver følgende: *«Ja, gjerne rundt min alder, så fem år over, fem år under. Men jeg tenker også det har litt med livserfaring å gjøre også, fordi noen som er ung har kanskje ikke så mye livserfaring.»* Flere av deltakerne uttrykker videre at de ønsker å stifte bekjentskap med noen som er i samme livsfase som seg selv, noe som kan forklare hvorfor alder er en viktig faktor og kan være en indikasjon på hvor i livet en person befinner seg.

En av respondentene uttrykker først at hun egentlig ikke bryr seg om alderen, og at et av de positive aspektene med appen er at det er lettere å møte mennesker i andre aldersgrupper. På spørsmål om hvordan den typiske personen hun pleier å «like» ser ut, beskriver hun likevel at det gjerne er en jevnaldrende person. Flere av respondentene uttrykker at de ønsker å finne en de kan dele interesser med og gjerne utføre aktiviteter med, og at noen aktiviteter i større grad er korrelert med spesifikke aldersgrupper. En av respondentene bruker appen for å finne noen å dyrke sine interesser rundt løping og friluftsliv, og svarer følgende på spørsmål om alder:

«Er det en ting jeg har lært, så er det det at relasjoner dannes også på tvers av alder. Så blir det en relasjon som er (...), kan ha potensialet til å være veldig god, uansett om vedkommende er yngre eller eldre. Men når det kommer til dette med løping og friluft og slikt, så ser jeg nok for meg en, mest for at det skal klaffe, at jeg går tre år opp eller ned.»

Kjønn

Omtrent halvparten av deltakerne i studien svarer at de ikke bryr seg så mye om hvilket kjønn den andre personen er. Resterende sier at de ønsker å finne seg en venn som er av samme kjønn som seg selv. Blant de som er interessert i begge kjønn, ser vi at mennene er mer åpne for å bli venner med kvinner, enn motsatt. De fleste kvinnene uttrykker at de primært ønsker å innlede vennskap med andre kvinner, og at de er mer komfortable med det. To av kvinnene vi intervjuet

sier at de foretrekker å innlede vennskap med andre kvinner, ettersom de er usikre på intensjonene til menn og har erfart at menn ønsker mer enn et vennskap. En av de kvinnelige respondentene sier blant annet at «*Jeg synes egentlig det er kjekt å bli kjent med begge kjønn, men jeg merker at jeg synes det er enklere å bli kjent med jenter fordi at jeg alltid vil være usikker på intensjonene når jeg prater med gutter.*» En av de mannlige respondentene forklarer hvorfor han foretrekker å søke vennskap med andre menn med følgende utsagn:

«Ja, jeg tenker mer kompiser da. Det er mer gutter når jeg først skal ha vennskap. Jeg tenker jo at det er en venneapp. Du kan godt være venn med det motsatt kjønn, men med akkurat meg så er jeg litt opptatt av akkurat det da.»

Vi opplever at flere av deltakerne i studien er redde for at det skal bli misforståelser, og at andre mennesker som bruker appen er interessert i romantiske relasjoner, fremfor kun vennskap. Gjennom intervjuene tydeliggjør flere av respondenter at dette er en venneapp og ikke en datingapp. Til tross for at halvparten av deltakerne i studien opplyser at de er åpne for vennskap med begge kjønn i begynnelsen av intervjuet, er det kun to respondenter som faktisk etablerte et vennskap med det motsatte kjønn. De resterende oppsøkte personer av samme kjønn og etablerte vennskap med disse, selv om de fleste i utgangspunktet var åpne for å danne vennskap med motsatt kjønn.

Geografisk avstand

Gjennom intervjuene peker flere av deltakerne i studien på avstand som en viktig faktor når de skal velge hvem de skal «like» i appen. En av deltakerne nevner avstand som en av de viktigste faktorene i den første fasen, og at en person helst ikke bør bo mer enn 20 minutter unna. Flere av respondentene uttrykker at det kan være mer krevende å danne vennskap, dersom avstanden til den andre personen er for stor. En kvinnelig deltaker i studien forteller at hovedmotivasjonen for å bruke appen er å stifte bekjentskap i nærområdet. Hun begrunner hvorfor dette er viktig ved å si følgende:

«(...) Jeg har bodd litt forskjellige steder i landet på grunn av jobb, og jeg flyttet nylig tilbake til Oslo. Da er jo hele infrastrukturen og alt endret. Så jeg vil jo gjerne bygge opp

nettverket mitt, og da må man starte litt på scratch, og da er det mye lettere å finne, (...) eller å bli med, (...) eller det krever mindre tiltak å si ja hvis det er folk som bor i nærheten.»

Videre forteller samme deltaker at for å danne et vennskap er det viktig å gjøre ting sammen og møte andre mennesker. Det er også viktig at man møtes ofte, og at det er mye lettere å få til med mennesker som bor i nærheten av seg selv.

Tekst

Alle deltakerne i studien sier at det er positivt å ha en utfyllende profil med tekst. De fleste respondentene legger frem «bioen» som det viktigste blant teksten i en profil. Samtlige forteller at en god bio bør beskrive personen, inneholde interesser og hva man gjør på fritiden, hva man jobber med eller utdanning. Dette blir begrunnet med at man da lærer vedkommende å kjenne og får mer lyst til å stifte bekjentskap. Flere forteller at de opplever at mange brukere av appen ikke har lagt noe særlig tid i å skrive en bio, og at de derfor ser det som veldig positivt med de som «*byr mer på seg selv*». Det kommer derimot frem at det ikke nødvendigvis er så nøye med hva det står i bioen, men det at vedkommende har skrevet noe i profilen i det hele tatt betraktes som positivt. Videre fremkommer det blant respondentene at det kan være nyttig å skrive hva man ser etter i en annen person på appen, hva formålet med vennskapet er, og bakgrunnen for å laste ned appen. Samtlige respondenter forteller at bioen er viktig, fordi den gir deg en følelse av om det kan være en god match eller ikke: «*For jo mer man kjenner personen, jo lettere er det for deg å finne ut av om denne personen er noen for meg å matche med eller ikke.*»

Flere av deltakerne peker på at dersom en annen person mangler en bio eller har skrevet svært lite, reduserer dette sannsynligheten for en match. En forteller at bilder kan være vanskelige å tolke, og at det derfor er nyttig å ha en bio i tillegg. Flere peker på at bioen kan reflektere en persons personlighet. Humor, glimt i øyet og livsgnist trekkes frem av flere som viktige personlighetstrekk de ser etter i bioen. En av de kvinnelige deltakerne beskriver hva slags type faktorer hun ser etter i en god bio slik:

«Jeg synes det er veldig vanskelig å si, men det kan være så mye forskjellig. Rett og slett bare det å kunne bli litt kjent. At jeg kan identifisere meg med noe av det som står der hvert fall. Selvfølgelig trenger det ikke være noen som er helt lik meg selv, men i hvert fall et eller annet som fanger meg litt da, at det høstes artig ut. At jeg kan kjenne meg igjen i hvert fall ett eller annet.»

Interesser

Når vi spør hva respondentene ser etter i en annen person i appen, svarer nesten alle at de ønsker å finne en de deler felles interesser med. Flere av deltakerne uttrykker at de gjerne ser etter venner som har de samme interessene som seg selv eller interesser som de ikke deler med nåværende venner. En kvinnelig deltaker forteller at hun ønsker å finne mennesker med andre interesser enn det hun finner på studiet. Flere av respondentene presiserer at det er veldig viktig å ha informasjon om interessene eller aktiviteter en liker å gjøre i profilen sin, ettersom dette vekker interesse og spenning. Vi spurte deltakerne om de kunne fortelle om sine hobbyer og interesser som et innledningsspørsmål. Senere i intervjuene når de skulle forklare hvilke interesser og aktiviteter de så etter i en potensiell venn, samsvarte disse ofte meget godt med hverandre. De som liker trening, ønsker noen som også liker trening, de som liker friluftsliv, ønsker også noen som liker friluftsliv, og de som liker film og serier, ønsker også noen som liker film og serier. En av deltakerne forklarer grunnen til dette som følger: *«Ja, det er de interessene jeg ser etter fordi de treffer mine interesser også, rett og slett.»*

Deltakerne peker på at de gjerne ønsker venner med like interesser, siden de da kan dyrke disse interessene sammen. I tillegg mener flere at det er lettere å knytte vennskap når man deler flere av de samme interessene. At to personer har felles interesser, øker sannsynligheten for en match for alle respondentene. En respondent forklarer viktigheten av felles interesser slik: *«Hvis vi skal få til et møte er det lettere å bryte den barrieren når du har noen felles referanserammer»*. En annen kom også med en lignende forklaring ved å si *«at det er noen knagger der som tilsier at vi har noe vi kan prate om da»*. Dersom man ser at man deler noen av de samme interessene synes deltakerne at det er lettere å få i gang en samtale.

Bilde

Bildene i VENN-appen blir trukket frem som den viktigste faktoren for nesten alle deltakerne i studien. En av deltakerne beskriver hvordan et bilde «sier mer enn tusen ord», og at man innhenter viktig informasjon om hvordan personen er og hva de liker å gjøre gjennom bildene. Flere uttrykker at bilde er det første de legger merke til når de åpner en ny profil, og at det er avgjørende for å danne et førsteinntrykk av personen. En av deltakerne beskriver hvordan han selv merker at han blir opphengt i bildet, selv om dette ikke nødvendigvis er det ideelle:

«Jeg merker jo selv hvor opptatt jeg er av det bildet, og det er jo nødvendigvis ikke ideelt. Det skal jo gå på personlighet og interesser og sånn type ting, så da tenker jeg egentlig at det bildet blir veldig stort og dominerende for vurderingen da.»

Menneskene i studien forteller at de ofte bestemmer seg raskt for om de skal «like» en person eller ikke. En av de kvinnelige respondentene svarer følgende når hun blir spurt om hvor lang tid hun bruker på å bestemme seg for hvilken vei hun skal «swipe»:

«En del av meg har lyst til å si et par minutter, men jeg tror realiteten er et par sekunder. Sånn rent underbevisst, at jeg gjør meg opp en mening i det jeg på en måte stopper opp ved bildet, så er det jo noe med vedkommende som appellerer.»

Denne beskrivelsen stemmer godt overens med flere andre deltakere som forteller at de i de fleste tilfeller kun bruker et par sekunder på å bestemme seg. Bruk av bilder øker sannsynligheten for en match for alle deltakerne i studien. Respondentene sier at de ofte kan ta en avgjørelse om hvilken vei de skulle «swipe» kun basert på bildet. En av deltakerne forklarer viktigheten av å ha et bilde slik: *«Bildet er jo ekstremt uttrykksfullt og betyr jo så mye. Det kan være hvor de har tatt bildet, er det en selfie, ser de glad ut, smiler de, eller ser de liksom sint ut.»* Vi spurte alle deltakerne om de kunne forklare noe som gjorde det mindre sannsynlig at de ville «like» en person, hvor flertallet svarer at mangel på bilde er avgjørende. Andre faktorer som gjør det mindre sannsynlig er «rare», «uklare», «sosialt uintelligente» bilder, eller bilder av helt andre ting uten å se personen. I tillegg understreker respondentene at det er viktig med bilder hvor du faktisk kan se den andre personen skikkelig. En respondent trekker frem sikkerhetsperspektivet som begrunnelse for hvorfor det er viktig å ha et ansiktsbilde.

En respondent beskriver det første bildet i en profil som en «godkjenningssport», og dersom bildet ikke passerer denne porten vil man ikke gå videre for å evaluere profilen. Dersom bildet derimot passerer «godkjenningssporten», ville man bruke mer tid til å se videre på eventuelle andre bilder og lese informasjon om personen. Flere andre deltakere kommer med lignende beskrivelser, hvor bildet er den avgjørende faktoren for om de stopper opp og deretter ser mer på profilen til vedkommende. Bilder som øker sannsynligheten for at man ønsket å matche med personen er bilder som reflekterer hvem personen er i større grad. Gjennom intervjuene kommer det frem at bildene er viktig av tre forskjellige grunner; i) de viser hvordan personen ser ut, og ii) de gir uttrykk for personens interesser og iii) personlighet.

Attraktivitet

En del av respondentene forteller at bildene er viktige, fordi man kan se hvordan personen ser ut. En av deltakerne beskriver at det er viktig at det ser ut som at *«personen tar vare på seg selv»*, mens en annen bruker ordene *«rent og ryddig»* for å beskrive utseende til en person det er mer sannsynlig å «like». En av deltakerne forteller at han ubevisst gjør vurderinger av menneskene basert på hvordan de ser ut, og at han automatisk blir mer tiltrukket av mennesker som ligner mer på seg selv:

«Det blir vel generelt folk som ligner på en selv, gjennom alle de hundrevis av parameterne som suser gjennom hjernen når man ser et annet menneske og et ansikt. Liksom, noen du tenker at du kunne blitt venner med når du ser de på første skoledag i klassen eller, så det er vel, noen som liksom ja (...), det narsissistiske, noen som ligner på deg selv.»

En kvinnelig deltaker deler også lignende tanker. Ifølge henne legger hun raskt merke til utseende til personen, og foretrekker noen som minner henne litt om seg selv.

Personlighet og interesser

Flere av respondentene i studien forteller at bildene i en profil kan være viktig for å danne et bilde av personligheten til en person. De fleste av deltakerne ser etter noen likesinnede og noen som *«matcher deres egen personlighet»*. Deltakerne beskriver at det er viktig at personen smiler,

ser snill ut og virker glad: *«Altså man får vel et inntrykk om at personen kanskje er i imøtekommende med det smil, og så settingen, og hvordan du presenterer deg selv.»*

En respondent forteller at hun ikke liker sjenerte eller veldig forsiktige mennesker, og at det derfor er viktig at den andre personen ikke *«gjemmer seg bak et lite bilde»* eller bare legger ut bilder hvor du ikke ser hele personen. En annen forteller hvordan hun litt ubevisst legger merke til hvordan den andre personen kler seg i bildene, da hun liker de som kler seg likt, fordi dette kan være en indikasjon på at man har noe til felles. For å beskrive hvordan den typiske personen en av deltakerne vil stoppe opp ved og lese profilen til, beskriver hun bildene på følgende vis: *«Jeg tenker at for meg på grunnleggende nivå, handler det om at vedkommende ser glad og fornøyd ut med livet da på en måte, at de ser lykkelig ut på bildene».*

Videre er bildene viktige ettersom de kan fortelle brukerne i appen noe om interessene til vedkommende. Som nevnt tidligere, ønsker flertallet av deltakerne å finne mennesker med like interesser som seg selv. Hvor et bilde er tatt og hva som skjer på et bilde er viktige indikasjoner på hvilke interesser eller aktiviteter personen liker. Flere av deltakerne forteller at ved å se på bildene kan de danne seg et inntrykk om personen er interessert i mote, fjellturer, trening, eller om det ikke er en match på interessene i det hele tatt. En av deltakerne vi intervjuet bruker appen primært, fordi han ønsker å finne noen han kan dyrke sine interesser rundt løping og friluftsliv med. Dette gjør at han blir svært interessert i mennesker som hadde friluftrelaterte bilder på profilen sin. Flere respondenter kommer med lignende eksempler, hvor de ser etter mennesker som gjør noe de selv liker, og dette øker ønsket om å danne et vennskap.

Respondentene forteller at de ikke bare ser etter interesser de selv liker, men at bildene også kan brukes til å luke ut mennesker man føler man ikke matcher med. En av respondentene i studien forteller først om sine hobbyer og interesser. Hun foretrakk mer passive aktiviteter og kommer med følgende eksempel på hvordan hun bruker bildene for å få vite litt mer om deres interesser: *«Jeg er veldig lite glad i å være aktiv og gå på fjellturer og slikt, så hvis det er noen som bare har masse aktive bilder, så vil det telle negativt for min del».* Andre deltakere kommer med lignende eksempler hvor de ikke kjenner seg igjen i noen av bildene og derfor ikke greier å relatere seg til vedkommende.

4.2 Fase 2: Chattefasen

I dette delkapittelet vil vi presentere funnene fra *fase to*. I denne fasen tar vi for oss viktige momenter når to personer har sin første samtale på VENN-appen, etter å ha matchet.

Vi vil starte med å presentere kjennetegn ved den første samtalen partene har sammen, hvor lenge respondentene velger å chatte, og hvordan sosiale medier viser seg å være viktig i relasjonsdannelse. Videre viser resultatene at gjensidighet, interesse og initiativ er viktige elementer for at respondentene skal ønske å videreutvikle relasjonen. Avslutningsvis kommer det frem av resultatene at deltakerne i studien vektlegger motpartens interesser og personligheten i chattefasen.

Den første samtalen

Respondentene i studien peker på den første samtalen som viktig for å etablere en relasjon. Intervjuene forteller oss derimot at samtaleemnet ikke er så viktig. Deltakerne forteller at en typisk samtale vil starte med «*Hei, hvordan går det?*», «*Hva jobber du med?*» eller «*Hva er hobbyene dine?*». En forteller hvordan hun starter en samtale slik:

«Nei, jeg starter med å bare si «hei» da, så ser jeg om personen i det hele tatt svarer. Og så er det veldig enkelt hvordan man går frem: «Hvordan går det?» eller «Hva jobber du med?», eller den type ting, bare for å starte en samtale. Og så finner man jo fort ut om personen er interessert i å prate eller ikke, for noen er veldig aktive og andre, ja, gidder knapt å svare liksom. Så utvikler samtalen seg derfra.»

Flere av deltakerne forteller også at de ofte vil starte med å sende en melding hvor de introduserer seg selv og gjerne forteller litt mer enn hva som står i bioen. En av respondentene forteller at han noen ganger legger til grunn et eller flere av bildene i vedkommende sin profil som utgangspunkt for samtalen. Det kan for eksempel være å spørre hvor bildet er tatt eller kommentere noe ved et bilde. Flere forteller at de ofte bruker bioen som utgangspunkt for den første samtalen og deler gjerne noe rundt felles interesser:

«Gjerne så er det jo et spørsmål rundt noe som er, eller en åpningsreplikk rundt noe som har fattet interessen min i den teksten, som jeg anser som en felles interesse, som jeg ofte begynner å prate om. (...) Og så, noen ganger får jeg svar, noen ganger gjør jeg ikke det.»

Hvis jeg får svar, så ruller samtalen videre og jeg utforsker videre interesser og spør omkring de andre tingene hun nevner, og om det er andre ting hun eller han interesserer seg for, eller litt sånn hva skjer, hva man gjør i dag eller hva det skulle være, og at på den måten så får man en felles plattform da. Man får en feel på hvem man prater med, og andre holdepunkter i samtalen.»

Det viktigste i den første samtalen er å få en følelse av hvem personen er og kjenne om man føler noen form for kjemi. Meldingen i seg selv trenger ifølge deltakerne ikke å være så lang, men det er sentralt at den fremstår som hyggelig.

Lengde på chatting

Det er stor variasjon i hvor lenge deltakerne i studien har chattet med brukere i appen før de eventuelt har valgt å møte hverandre. Noen utvekslet kun et par meldinger før de avtalte å møtes, mens andre snakket over et par måneder. To respondenter forklarte at faktorer som mangel på tid også kan gjøre at det tar lengre tid før man møtes. En av deltakerne forklarte grunnen til at det kunne være stor variasjon i hvor lang tid man chattet før man møtte hverandre slik: *«Nei, jeg tror egentlig det bare handler om at jeg har veldig full timeplan, og at jeg plutselig er litt impulsiv og så er jeg i god dialog med en, så plutselig passer det å møtes»*. En av deltakerne forklarer at hun foretrekker å kunne snakke sammen en stund i appen før hun velger å møtes, fordi dette kan bygge trygghet:

«Jeg tenker ofte at jeg liker å bruke litt mer tid med de jeg chatter med for å bli bedre kjent, fordi jeg er mer trygg på det, enn at jeg møter folk på kort varsel. (...) Jeg vil gjerne ha skrevet litt først.»

En annen deltaker forteller at han snakket med to personer i noen uker før de avtalte et møte. Til tross for dette er han åpen for å møtes både før eller senere:

«Men jeg er åpen for å møtes før eller senere, tar det litt som, ja, når det passer, og hvor mye vi skriver sammen. Det kan være alt i fra noen dager til en måned, alt etter hva man skriver først.»

Sosiale medier

Flere av deltakerne i studien forteller at de har lagt hverandre til på andre sosiale medier plattformer, for eksempel Snapchat, før de har tatt en beslutning om de skal treffes eller ikke. Ved å kommunisere gjennom andre sosiale medier forteller flere av respondentene at de får vite mer om den andre personen og får et innblikk i deres liv. En av respondentene forteller at hun fikk mer lyst til å møte vedkommende og bli kjent etter å ha kommunisert med hverandre gjennom andre sosiale medier.

«Vi hadde jo snakket sammen en stund, i to måneder, så hadde vi jo hverandre på Snapchat og sånn ting. På den måten kunne vi se litt hva hverandre driver med i ukedagene og sånne ting, og det gjorde også at vi hadde lyst til å bli bedre kjent med hverandre. Så når vi traff hverandre, så var det ikke sånn at det var første gangen, det følte ut som vi hadde truffet hverandre før.»

En av deltakerne forklarer at gjennom å kommunisere på sosiale medier kan man bygge videre på inntrykket man har fra vedkommende sin profil i appen og eventuelt se om det er noe som ikke stemmer overens. I tillegg kan man få innblikk i personens daglige liv, som jobb og interesser.

Gjensidighet, interesse og initiativ

Alle respondentene påpeker viktigheten av gjensidighet i samtaler med en potensiell venn. Det er viktig at motparten viser interesse og tar initiativ for at vennskapet skal videreutvikles. Flere av deltakerne forteller at det er svært viktig at den andre personen stiller flere spørsmål, gjerne åpne spørsmål. Et av de viktigste kjennetegnene på en vellykket samtale er at samtalen flyter godt og at det er aktivitet fra begge parter:

«At samtalen flyter godt, at det er aktivitet fra begge parter (...), at samtalen går naturlig, hva skal jeg si, gi og ta, og at begge er engasjerte i samtalen da. På den måten viser jeg at jeg er interessant som person, og jeg er en de ønsker å bli bedre kjent med.»

Mange av respondentene forteller at en av de vanligste grunnene til at de ikke går videre med er relasjon er at de ikke føler den andre personen er interessert. Flere nevner at de merker dette ved

at vedkommende ikke stiller noen spørsmål og ikke virker spesielt interessert i å holde samtalen gående. En annen forteller blant annet at en person han snakket med kun responderte med veldig korte svar til spørsmålene hans og at det derfor var veldig vanskelig å få i gang en skikkelig samtale. En av respondentene fortalte følgende:

«For jeg gidder på en måte ikke å hale og dra, og prøve å få samtalen til å gå over lengre tid bare for å møte det mennesket. Jeg må på en måte føle at det er gjensidig, om ikke legger jeg den dø, og prater med noen andre.»

Dersom den andre personen også bruker lang tid på å svare, mister flere av deltakerne interessen. Flere bruker «en som gir mye av seg selv» for å beskrive en ideell samtalepartner. Deltakerne forteller at det kan være viktig at den andre personen er ærlig og at man åpner seg litt opp for hverandre, og at man på denne måten kan bygge tillit til hverandre.

Videre understreker flere av deltakerne god dynamikk og at samtalen føles naturlig som viktige faktorer for kjemi. Flere av deltakerne nevner kjemi som en viktig faktor for å ønske å utvikle vennsapsrelasjonen fra å chatte sammen til å møtes. En av respondentene forklarte hvordan hun merket hvem hun ønsket å møte eller ikke slik: «Du merker jo hvem du vil være venn med. Det er ikke noe fasit på sånt, man bare merker det». En annen bruker betegnelsen “klikke”, for å beskrive vennskap hun ønsker å utforske.

Ønskelige elementer ved den andre personen

Interesser

Deltakerne peker på felles interesser som en viktig faktor i chattefasen. Flere forteller at følelsen av at man deler flere av de samme interessene er avgjørende for å ønske å møte en person. En forklarer at når man deler de samme interessene føler vedkommende at vennskapet utvikler seg i en «naturlig gang».

«Det er jo gjerne at jeg ser et potensiale i denne personen til en relasjon jeg kan ønske å ha. At jeg kan se for meg å danne en relasjon med denne personen og at vi har felles interesser som betyr mye for meg på dette tidspunktet.»

Respondentene forteller blant annet at de ønsker å gjøre ting sammen med vedkommende, og da er det viktig at begge to er interessert i de samme tingene. En av deltakerne i studien så for eksempel spesifikt etter en venn å reise med, mens en annen ønsket en å løpe med:

«Interesser er jo ganske greit. Hvis begge liker sport, kan man jo for eksempel dra på ishockeykamp sammen. Det er en kul ting å gjøre, for da kan man jo ta noen øl og se på kamp, og det kan jo være gøy å bonde mye mer. Så det har jo veldig mye å si med hvilke interesser man har og hva man kan bonde over.»

Flere respondenter mente også at ulike interesser eller at man har andre ting man ønsker å gjøre med vennene sine var en viktig grunn til at man ikke ønsket å møte vedkommende.

Personlighet

Under intervjuene spurte vi deltakerne hvilke personlighetstrekk de ser etter i den andre personen i chattefasen. Stikkord som går igjen for å beskrive ønskede egenskaper er positivitet, optimisme, snill og hyggelig. Flere uttrykker at de gjerne ser etter noen med like personlighetstrekk som seg selv eller noen som er *«like til sinns»*. En av deltakerne kom med følgende eksempel:

«Hun skrev til meg først. Jeg hadde skrevet i profilen min hvilken personlighetstype jeg var, da hadde hun tatt sånn personlighetstest, og hun hadde akkurat samme personlighetstype. Så bare det hadde jo mye å si, da vet jeg at da er det en som er lik meg på mange områder.»

Flere av deltakerne trekker frem ærlighet, omsorg og pålitelig som viktige faktorer for å skulle ønske å ta vennskapet videre. En annen respondent trekker frem viktigheten av å ha samme humor og mener, at dersom man ikke kan le av de samme tingene, blir det en ubalanse i forholdet.

4.3 Fase 3: Møtefasen

I dette delkapittelet vil vi presentere funnene fra *fase tre*. I denne fasen befinner respondenten seg på sitt første møte med en ny potensiell venn de har møtt gjennom VENN-appen.

Respondenten har på den måten valgt å videreføre relasjonen fra online interaksjonene til et fysisk møte. Vi vil starte med å presentere betydningen av møtested. Resultatene viser videre at personlige egenskaper og felles interesser er viktige faktorer som spiller inn i vennskapsformasjonen når personene møter hverandre. Sentrale faktorer for å ha et vellykket møte viser seg å være åpenhet, selvavsløring og evnen motparten har til å vise interesse for respondenten. Avslutningsvis peker resultatene også på noen kjennetegn på et dårlig møte.

Møtested

Når det kommer til møtested på det første møtet, svarer respondentene nesten utelukkende kafé, restaurant eller en tur. Dette er altså offentlige og nøytrale møtesteder, der fokuset hovedsakelig er å bli bedre kjent med den andre personen. Samtidig er terskelen på slike møter ofte lav, da man ikke må fullføre et flere timer langt møte, hvis en ikke skulle trives i hverandres selskap. En respondent oppsummerer dette slik:

«Jeg tenker at man kan gå en tur å prøve å bli litt bedre kjent med hverandre uten at det skal bli så (...) man finner fort ut om man har noen interesser sammen eller ikke. Og da kan man på en måte enten velger å bare sette seg på en kafé og prøve å bli litt bedre kjent. Eller så kan man takke for seg og gå sin vei».

Vi finner et par tilfeller som går imot det ovennevnte. Et par personer har avtalt første møtet på en fest eller hjemme i sitt eget hjem for første gang. Fellesnevneren er at personene har felles venner med vedkommende. På den måten blir terskelen for å møte personen lavere, noe som gjør et slikt møte *«lettere enn en å møte en helt ukjent person som du ikke har hørt noe om»*, som en respondent beskriver. Videre er det et av de første møtene som skilte seg veldig ut ved at de tok en lengre dagstur med bil til en destinasjon. De hadde derimot kommunisert sammen over sosiale medier i relativt lang tid, og beskriver dette som grunnen til at de følte seg såpass trygg på hverandre til å ha et slikt første møte.

Personlige egenskaper

Personlige egenskaper virker til å spille en stor rolle på relasjonsdannelsen i møtefasen. I denne fasen får personene mulighet til å bli kjent i virkeligheten og ikke bare på sosiale medier. På den

måten vil de individuelle egenskaper komme tydeligere frem enn ved online interaksjon. Blant respondentene er det flere individuelle egenskaper som er betydningsfulle for et vellykket møte. En kategori som nevnes av flere respondenter er at personen må være *imøtekommende* og *blid* for at det skal resultere i et godt møte. En deltaker beskriver dette slik:

«Det er viktig at man kommer med et godt smil, det har så mye å si. Egentlig at man er blid i et godt møte, og at man er (...), litt sånn imøtekommende og sånt da, for det er jo første gangen».

Andre respondenter beskriver det på en ganske lik måte: *«Hva som er viktig i et godt møte? Det er at man møter et menneske med respekt, og gjerne med et smil»*. En annen utdypet dette viktigheten av å være mentalt til stede i møtet:

«Jeg tenker at man kommer veldig langt med et smil og at man da på en måte virker interessert. At man på en måte har kroppsspråket sitt på plass når man møter et annet menneske, at man er til stede og ikke et annet sted mentalt».

Her kommer det frem at det altså ikke bare er det man sier og hvordan man er som person som har betydning. Det ikke-verbale, som å legge *kroppsspråket* bak ordene og meningene for å vise at man er til stede og vil lære å kjenne den andre personen, ser også ut til å ha betydning for et godt møte. Samtidig vil kroppsspråket også være sentralt for å vise at man er blid og positiv. Videre understreker en annen respondent kroppsspråkets betydning i form av ansiktsuttrykket: *«(...) så kan du jo se på hele ansiktsuttrykket at vedkommende ikke har så lyst til å være der»*. Dette underbygger viktigheten av ikke-verbal atferd for å få et vellykket møte og danne grunnlaget for et mulig vennskap.

Andre individuelle egenskaper som går igjen blant intervjuobjektene er varme personlighetstrekk som *omtenksom*, *snill*, *empatisk* og *hyggelig*: *«Hun viste mye omsorg og empati. Flink til å være nysgjerrig på meg. Gir av seg selv»*. Flere andre respondenter støtter dette:

«Jeg tenker jo at hvis man, kanskje det her med at personen er til å stole på og at man (...) ja, og synes de er hyggelige, oppriktige. Positiv (...) ja en sosial person da som kanskje kunne kommet overens med andre venner man har».

«Personene jeg har fått et godt inntrykk av er snille og omtensomme. Ja begge er veldig snille, og de er veldig lett å ha med å gjøre. De er pratsomme begge to, og de er ærlige personer. De går ikke rundt bak ryggen din».

Andre egenskaper som kommer frem av utdragene er at personene er til å stole på eller er *ærlige*. I tråd med utdraget ovenfor er det altså ikke ønskelig i et vennskap at uønsket informasjon lekker ut til en tredjepart, altså at individet går bak din rygg. En annen beskriver ærlighet som at man er seg selv og ikke later som man er noen andre: *«Jeg tror det er veldig viktig at man prøver å ikke være noen andre, men at man er seg selv og at man klarer å prate ordentlig. At man er ærlig da. Også er hun veldig morsom og åpen».*

Som det fremkommer ovenfor er det også noen som nevner *humor* som en betydningsfull faktor for et vellykket møte. En annen deltaker ordlegger seg på denne måten: *«Det er når personen er blid og ler og tuller litt».*

Felles interesser

En fellesnevner for møtene som kategoriseres som vellykket er at partene har *felles interesser*. Felles interesser er blant annet viktig i å få samtalen til å flyte naturlig. Noen beskriver dette slik: *«Vi hadde bare utrolig mange like interesser. Jeg merket det allerede når vi chattet sammen. Vi hadde utrolig masse å snakke om, og sånn var det når vi møttes også».* Videre går respondenten i dybden for å forklare spesifikke samtaleemner om felles interesser som var viktig for å skape den gode stemningen mellom partene. Felles interesser ser altså til å være en nøkkel til en lettere kommunikasjon mellom parter. Dette understrekes også av en annen respondent:

«Jeg fant vel ut at interessene våre sprikte veldig. Det var liksom ikke så veldig interessant å fortsette og prate selv om vi gjorde det da. Vi merket at begge to var, liksom ikke helt (...) ja det var liksom ikke match på et vennskapelig nivå eller hva jeg skal kalle det for. Det er bare noen mennesker man ikke klikker sammen med».

Sitatet over beskriver altså et dårlig møte på grunn av en mangel på samsvar med ens egne interesser. Flere respondenter beskrev lignende opplevelser. En annen respondent oppsummerer hvorfor han syntes møtet gikk dårlig med dette: *«Han matchet ikke min, (...) mine egenskaper*

da. Eller egenskaper sier jeg, mine interesser». Et annet eksempel er: «Det kan også være at interessene kanskje ikke var full klaff for eksempel».

En interessant observasjon er at flere av respondentene ser etter personer som har andre interesser enn de nåværende vennene deres har. Dette er gjerne interesser de kan tenke seg å prøve, men ikke gjør med nåværende venner. Noen eksempler fra intervjuene er å dra på kunstutstilling, fiske og båttur. På den måten kan VENN-appen i noen tilfeller føre til vennskap mellom personer basert på enkelte felles interesser som de ikke gjør til daglig med nåværende venner.

Åpenhet og selvavsløring

Det kommer klart frem at en sentral faktor for et vellykket møte er *åpenhet*. En respondent nevner åpenhet i vennskap som en sentral faktor for å komme nærmere den andre parten. En annen respondent påpeker at åpenhet i et møte er viktig for å lære den andre personen å kjenne. Videre beskriver en respondent hva som er viktig i et godt møte som: *«Begge to åpnet opp for hverandre og fant ut at vi hadde veldig mye interesser til sammen og, (...), nei det var egentlig veldig fint, veldig fint møte egentlig»*. En annen respondent besvarer spørsmålet om hva som er viktig i et godt møte som: *«Det er vel at man på en måte gir litt av seg selv da»*. For å bygge en relasjon virker det altså betydningsfullt å kunne gi litt av seg selv og være åpen.

Respondentene nevner flere ulike måter å åpne seg opp for hverandre på gjennom selvavsløring. Det kan være vanlige dagligdagse historier om livet, erfaringer man har hatt, eller noe man har gjort tidligere i livet. Samtidig påpeker en respondent at åpenhet vil signalisere tillit til den andre personen, og at åpenheten kan være en bidragsyter til å knytte sterke bånd sammen. Han beskriver dette på denne måten:

«Først og fremst ville jeg sagt at hvis man klarer å prate om ting og er åpen, da føler jeg at vi «bonder» bra og jeg føler at den personen har tillit til meg. Det trenger ikke være så dypt, men det er viktig at man klarer å være åpen. Kanskje hvis man har en kreativ side, det er gøy. Har du noen ville historier, kjør på! Det er jo alltid gøy å dele historier om ting man har gjort tidligere, og erfaringer man har hatt før. Eller ting som har skjedd

med deg i livet. Det kan jo for eksempel være skumle ting. Eller det kan være aktiviteter eller reiser du har vært på».

En annen respondent forteller at hun har klart å ha gjensidig åpenhet med en venn om et intimt tema gjennom selvavsløring. De knyttet bånd over noen tøffe episoder de har opplevd i livet. Dette gjorde at de kjenner seg igjen i hverandres liv, selv om situasjonene er forskjellige. Hun beskriver forholdet mellom de to i dag som bestevenner.

Vise interesse

For at et møte skal kunne kategoriseres som bra, i den forstand at man har lyst til å møte noen igjen, er det flere av deltakerne i studien som påpeker viktigheten av å *vise interesse* for den andre personen. Et av intervjuobjektene beskriver viktigheten av å vise interesse slik: *«(...) At man rett og slett viser oppriktig interesse. Det andre mennesket har jo tatt seg tid til å møte deg, og motsatt».* Som respondenten nevner har begge parter satt av tid til å møte hverandre, og da er det ønskelig at man virker interessert i hverandre. En annen respondent beskriver viktigheten av å vise interesse slik:

«Hun var veldig god på å spørre mye om ting vi hadde snakket om når vi chattet sammen, og var veldig flink til å huske hva vi hadde snakket om, og kunne spørre mer om det, og stille oppfølgingsspørsmål når vi møttes. Så jeg følte jo at hun var oppriktig interessert å bli kjent med meg.»

Å vise interesse kan altså handle om å huske informasjon som tidligere er delt mellom partene og grave dypere i dette temaet. Det finnes også andre måter å vise interesse:

«De ser på deg, smiler, nikker. Så har man det der ikke-verbale (...), kroppsspråket som viser at personen er interessert: de ser på deg, smiler og nikker, parafraserer, gjentar det du sier, (...) eller ikke gjentar, men stiller gjerne oppfølgingsspørsmål. Ja, du føler at personen får med seg det du sier og virker interessert i det du forteller om. Du kjenner at personen har lyst til å bli bedre kjent med deg. Det er viktig at man ikke bare spør spørsmålene i hytt og pine som ikke har noen sammenheng.»

Som respondenten påpeker er kroppsspråket betydningsfullt for å vise at man er interessert i motparten, slik som å smile og nikke. Videre påpekes oppfølgingsspørsmål igjen av denne respondenten som sentralt. Dette kan altså signalisere at du har fulgt med på samtalen, og på den måten klarer å stille et passende oppfølgingsspørsmål. En annen deltaker beskriver sin egen erfaring med et dårlig møte, som at en person ikke viser interesse. I et godt møte mener den samme personen at det er viktig: *«(...) At det er en som viser at personen er interessert i å møte nye folk. Som jeg sa, så viser han det med klesstilen og hele humøret»*. Hvordan man kler seg ser altså ut til å kunne spille inn på oppfattet interesse til motparten. Respondenten beskriver klesstilen som lite passende for en kveld ute på en bar, noe som gjorde at han følte at interessen fra motparten til å bli kjent var begrenset. Videre kan også et negativt humør bidra til en holdning som kan tyde på lite interesse for et videre vennskap.

Kjennetegn på et dårlig møte

Deltakerne i studien beskriver hovedsakelig *kommunikasjonsproblemer* eller *dårlige manerer* som overordnede kategorier når det kommer til et dårlig møte. Flere av respondentene forteller at dersom kommunikasjonen mellom partene ikke flyter, kan en følelse av kleinhet oppstå, altså en følelse av klamhet og ubehag i sosiale situasjoner. Videre påpeker flere respondenter at i samtaler med kommunikasjonsvansker vil det føles tungvint og slitsomt å opprettholde en samtale: *«Det er utfordrende hvis den andre personen ikke er så samtalevillig. At jeg må dra ordene fra den andre personen»*. Her er eksempler på flere kommunikasjonsproblemer forklart som en hovedgrunn til et dårlig møte:

«Og det møte hvor vi ikke hadde så god kjemi, det var jo veldig slitsomt, for jeg måtte holde den samtalen over veldig lang tid, for å på en måte unngå at det ble kleint. Det var jo veldig anstrengende og slitsomt».

«Det er vel kanskje mer når samtalen enten stagnerer veldig og at man ikke vet helt hva man skal si. Man finner liksom ingen slike faste (...), det blir litt for mye av det samme. Praten flyter ikke helt».

«Et møte som man føler at det blir klein stillhet, altså at samtalen ikke flyter. Man merker det at personene er forskjellig eller gir uttrykk for noen andre ting enn når man møter de».

En annen faktor som kjennetegner et dårlig møte, er ifølge respondentene dårlige manerer eller dårlig oppførsel. Noen respondenter nevner frekkhet som en negativ faktor, andre beskriver dårlig manerer som å komme for sent til møtet eller bare prate om seg selv: *«Det ville jo gi et dårlig førsteinntrykk hvis noen hadde kommet altfor sent til et møte. Eller avlyst det. Hvis personen bare snakker om seg selv uten å vise interesse for meg».* En annet beskrev det som følger:

«Hvis man er frekk. (...) Ja det spørs jo helt på hvordan man er, hvilke manerer man har. Hvordan oppførselen er generelt, og hvordan man snakker til andre. Det er mange faktorer der som kan være dårlige».

4.4. Fase 4: Utviklingsfasen

I dette delkapittelet skal vi presentere funnene fra *fase fire - Utviklingsfasen*. Dette er den siste fasen hvor respondentene har valgt å videreføre relasjonen etter det første opprinnelige møtet i *fase tre*. Det fremkommer av resultatene at kjemi og gjensidighet er sentrale faktorer for å videreutvikle vennskapet. Videre viser resultatene at felles interesser også er sentralt i utviklingsfasen, i likhet med i de tre første fasene. Avslutningsvis viser resultatene at dersom et vennskap skal utvikles må det dyrkes ved å prioritere det.

Kjemi

Det fremkommer tydelig av respondentene at god kjemi er viktig for å videreutvikle vennskapet. Blant annet sier en respondent: *«Det viktigste er kjemien da. Det er jo egentlig hovedfaktoren til godt vennskap. For man må jo føle seg trygg med personen».* En annen respondent sier følgende: *«Det er jo kjemien, gnisten, som er grunnlaget for de beste vennskapene».* Deltakerne gir uttrykk for at kjemi er et relativt komplekst fenomen gjennom betenkingspauser og muntlige

tilbakemeldinger. Noen forklarer kjemi som «*hvordan man klikker sammen*», andre forklarer det som at «*vi har det kjekt og tiden flyr*» og det blir «*ingen klein stillhet*». Her er noen eksempler på viktigheten av kjemien, og hvordan respondentene omtaler kjemien mellom personen de har møtt flere ganger:

«Det betyr veldig mye å ha god kjemi med personen, det gjør det. Det betyr veldig mye. Det er det at man snakker sammen og at man greier å ha en ok samtale. Også at man har det kjekt og tiden flyr liksom, sånn føles det. Selv om det kan bli noe stillhet, så er det ikke klein stillhet liksom.»

«God kjemi for meg betyr at man klikker bra sammen egentlig i hele settingen. Det er jo det jeg tenker at er god kjemi. Jeg vil si at det også handler mye om ting du gjør på fritiden, kanskje den personen også gjør mye av det samme. Eller at hver gang du har et emne, klarer den personen også å snakke om det emne, ikke sant. Så da bygger man jo kjemien på en måte da. Det å ha kjemi da er å egentlig finne veien dit. Hvordan det skjer er veldig forskjellig fra person til person.»

Et interessant funn fra intervjuene er at respondentene ser ut for å finne kjemien på ulike måter. For den siste respondenten virker det som om like interesser er betydningsfullt for å skape den gode kjemien. Respondenten beskriver videre at like interesser også er viktig for å utvikle kommunikasjonen mellom partene, noe som igjen kan føre til bedre kjemi. En annen deltaker knyttet bånd over lik personlighet, og dette var viktig for å fasilitere den gode kjemien mellom dem. Videre beskriver personen også at å være på samme bølgelengde var betydningsfullt for henne:

«Kjemi betyr jo veldig mye. Det er jo viktig å kjenne at vi er på bølgelengde, og at samtalen flyter mellom oss, og at vi kan prate ok sammen uten at det blir kleint. Vi har jo som sagt lik personlighetstype som gjør at vi får den gode kjemien.»

En av respondentene forteller også hvordan kjemi er avgjørende for å videreføre vennskapet: «*Han som jeg ikke hadde så god kjemi med, han har jeg ikke giddet å møte igjen da*». Uten kjemi vil samtalen kunne bli tung å holde gående, noe flere respondenter understreker. Det vil også kunne gi en følelse av kleinhet hvis kjemien ikke er til stede. Et annet eksempel er:

«Vi klarte liksom ikke å få det vennskapet til å gå videre da. Jeg følte hvert fall, altså jeg følte at vi liksom ikke fikk en skikkelig sånn god kjemi da, så jeg ville egentlig ikke gå noe videre med det vennskapet der egentlig».

En annen respondent påpeker at det var interesser og kjemien som var årsaken til at personen ønsket å utvikle et vennskap. Respondenten legger til at kjemi er viktig for at kommunikasjonen skal gå av seg selv, og at man kan være seg selv:

«Først og fremst går det på interesser. Det andre er hvordan jeg føler vi klikker sammen. Ja det er vel de to tingene som har vært utslagsgivende egentlig. Altså om vi har klikket bra sammen, og om vi klarer å snakke sammen eller snakke om alt mulig eller er det noen begrensninger. Hvis det ikke er noen begrensninger og man føler at man på en måte kan være seg selv da, og føler at det er ok for den andre personen, så får man jo lyst til å møte en slik person».

Gjensidighet

Nesten alle respondentene nevner eller antyder at for å utvikle vennskapet videre er det viktig at begge parter bidrar. En fellesnevner som er hyppig nevnt blant deltakerne er at begge parter må ta initiativ, altså et vennskap er bygget på gjensidighet. Flere respondenter understreker at et vennskap består av to parter, og at begge parter burde ha intensjoner om å dyrke vennskapet for at det skal blomstre og videreutvikles. Hvis ikke vil relasjonen føles slitsom og påtrengende. Nedenfor er noen eksempler på gjensidigheten respondentene refererer til:

«Det som er viktig for meg er at det ikke bare er jeg som viser initiativ, men at den andre personen også må vise initiativ. Altså det er ikke bare jeg som må ta initiativ, fordi da blir det nesten et ork for meg, hvis jeg skal holde på å initiere kontakt hver gang. Så jeg vil veldig gjerne at noen tar den og er litt frempå og viser at de har lyst til å utvikle et vennskap. Altså det er jo en toveis (...), et vennskap utvikles ikke ensidig, men det må være begge to som har lyst til å bli bedre kjent. Det er nok det viktigste».

«Jeg tenker at det er viktig at begge er med på å gjøre jobben med å bygge en relasjon, at begge er flinke til å ta kontakt med hverandre og at det ikke går en vei. Det er viktig å være nysgjerrig, stille spørsmål».

Det virker altså som om gjensidighet er nært knyttet til det å vise interesse for den andre personen. Videre ser gjensidighet ut til å være en faktor som spiller inn på andre måter også. Noen gir uttrykk for at gjensidig åpenhet er viktig i vennskapet: *«Jeg tror det handler om at man hadde lyst å inkludere den andre personen inn i livet, dele av seg selv og høre på ting om den andre personen også».* Andre gir uttrykk for at gjensidighet i målet for vennskapet er betydningsfullt: *«At begge hadde samme mål. At begge var på jakt etter samme type vennskap og noen å finne på ting med».* Har begge personene samme mål i vennskapet vil det være lettere å danne en symbiotisk relasjonsdannelse hvor begge parter vil kunne dra nytte av vennskapet.

Noen andre respondent vurderer mangelen på gjensidighet i vennskapet som avgjørende for at de ikke gikk videre i relasjonen. En person påpeker at mangelen på gjensidighet i vennskapet førte til en ubalanse som gjorde relasjonsdannelsen innviklet. Siden relasjonen følte tung å opprettholde, fordi han følte han fikk rollen som en støttekontakt, møttes de ikke flere ganger:

«Han skulle vel ikke nødvendigvis gjort noe annerledes, han skulle bare følte litt lettere. Det er liksom (...), det er ikke støttekontakt man er ute etter å være. Det skal være på helt like premisser. Man skal få like mye som man gir».

Felles interesser

Felles interesser viser seg også å ha betydning for om man skal ønske å videreutvikle relasjonen. Flere av respondentene i studien mener at like interesser er en av faktorene som burde være på plass for å videreutvikle et vennskap:

«Nei, det som gjorde at vi utviklet et vennskap var at jeg fant ut at vi hadde masse interesser til sammen da, at vi likte jo nesten de samme tingene og sånt. Så det var det som avgjorde da, at vi ble venner. Ja, og at hun var snill og grei».

«Jeg er mer opptatt av interessene da for min del enn spesifikke karakteristika, gjerne litt samme interesser. Selvfølgelig vil du få et inntrykk av personene under møtet. Men det har du jo på en måte også «bondet» gjennom tekst, altså samtalen vi har hatt via appen».

Like interesser gjør at personene kan gjøre aktiviteter som begge ønsker å delta i. På den måten er det lettere at møtet blir lystbetont og at de har det kjekt sammen, som respondenten beskriver ovenfor. Videre påpeker flere at ulike aktivitets- eller interessebehov kan tilfredsstilles av forskjellige personer. Det er flere eksempler på personer som har noen, men ikke alle interesser til felles. Ved å kombinere relasjoner med ulike individer kan man lettere fylle spekteret sitt av interesser. Et eksempel på dette er en respondent som beskriver å ha en sportsbasert relasjon, der de gjerne ser på og snakker fotball sammen når de møtes. Videre har samme personen en annen relasjon, hvor de gjerne spiller brettspill sammen eller tar en fisketur. Dette gjør at respondenten kan variere møtene med de ovennevnte personene og skape et bredere sett med impulser i hverdagen. En annen respondent beskriver noe lignende slik:

«Vi har jo mye av de samme verdiene og samme interesser, og liker å finne på mye likt. Ja vi er egentlig veldig like interessemessig. (...) Eller eneste han ikke er så glad i er å gå på fjellturer og sånn, det er jo jeg veldig glad i. Men hun er jo glad i å gå på fjelltur da, men hun er ikke glad i for eksempel fotball og sånne ting. Man må ikke nødvendigvis ha veldig mange felles interesser, men gjerne noe. Så lenge samtalen flyter og sånn, så er ikke det nødvendigvis (...) ja, at man må ha så altfor mange felles interesser, men gjerne et par stykker eller samtaleemner som man liker å snakke om da.»

Alle interessene trenger imidlertid ikke å være like, så lenge man har noen felles interesser begge er entusiastiske for, slik en person beskriver:

«Vi fant jo noen felles interesser for mange av tingene som man egentlig vanligvis ikke deler med andre. (...) Hvis man er engasjert og entusiastisk for noen av de samme feltene og har samme interesser som meg, så tror jeg det kunne vært hvem som helst altså».

Prioriteringsfaktor

Den neste faktoren er noe vi kaller for en prioriteringsfaktor, og dette handler om at vennskapet må dyrkes gjennom kontinuerlige interaksjoner. Dette er noe som de fleste av respondentene fastslår er sentralt for at relasjonen skal kunne videreutvikles. Ved å sette av mer tid til hverandre vil sannsynligheten for at vennskapet skal utvikle seg bli større: *«For å bygge en relasjon er det viktig at man prioriterer vennskapet. Det er noe jeg har lært meg, at man faktisk må sette av tid til det, for at det skal kunne vokse»*. En annen respondent nevner det på en tilsvarende måte: *«Ha litt jevnlig kontakt utover, og finne på noe mer med en person flere ganger for å bli kjent er viktig»*. Hyppig kontakt kan også øke felles opplevelser sammen, noe som igjen vil kunne resultere i sterkere bånd mellom personene: *«Ja, ha litt jevnlig kontakt utover å finne på noe mer med en person flere ganger, slik at man kan bli bedre kjent»*. Tidsdimensjonen vil også kunne stimulere til å forsterke bekjentskapsfølelsen, siden mer tid med personen vil øke kjennskapet til individet. Dette fremkommer i flere av intervjuene:

«Så handler det jo litt om (...), man har jo blitt venner med folk opp gjennom som du ikke trodde du ville bli venner med i starten. Da handler det om hvor mye tid man tilbringer sammen, om man er i klasse, eller om det er militæret eller. Så har man plutselig vært så mye sammen at man utvikler en relasjon og så kan den forsterke seg til man bli gode venner. Så det er klart, at hvis vi hadde møttes mange ganger, så kan det godt være at det hadde utviklet seg sånn».

«Nei, det handler vel bare om tid, bare å tilbringe mer tid sammen. Og så gjøre noe felles da, da kan man liksom gjøre noe sport eller et eller noe annet. Gjøre noe og dele noen opplevelser som man da knytter sammen.»

Flere av respondenten antyder at tidsaspektet i seg selv i noen tilfeller kan være nok til å knytte et bekjentskap. Dette til tross for at individet ikke nødvendigvis har alle de ønskede kvalitetene som man ønsker i en venn. Videre vil det være vanskelig å stifte bekjentskap hvis man ikke er tilgjengelig for et vennskap. Hvis man føler at hverdagen er travel nok fra før, eller at de eksisterende vennene allerede er tidkrevende nok å pleie, vil det være vanskelig å kunne danne nye relasjoner: *«Men i og med at jeg har såpass mange venner og egentlig ikke har tid til å pleie de vennskapene, så bare, har jeg ikke prioritert å gå videre»*.

4.5 Oppsummering av funn

Resultatene viser at det er tydelig at det er mange forskjellige faktorer som har betydning for venns­kaps­for­mas­jon. I dette kapitlet har vi forsøkt å belyse de viktigste faktorene. I den første fasen, hvor respondentene befinner seg i appen, viser resultatene at demografiske faktorer som alder, kjønn og geografisk avstand vil være betydningsfulle. Det fremheves at det teller positivt at motparten har skrevet en tekst om seg selv i profilen sin i appen. I tillegg er mangel på bilder av individet den mest omtalte årsaken til å la være å «like» en annen person i appen. Det fremgår av resultatene at nesten alle deltakerne ønsker å finne en venn med like interesser som seg selv. Videre forklarer respondentene hvordan bilder brukes til å bedømme motpartens attraktivitet, og hvordan bildene gir en indikasjon på vedkommende sine interesser og personlighet. Faktorene er oppsummert under Fase 1 i *Figur 5*, og vil være viktig for å initiere kontakt med en ukjent person online i VENN-appen.

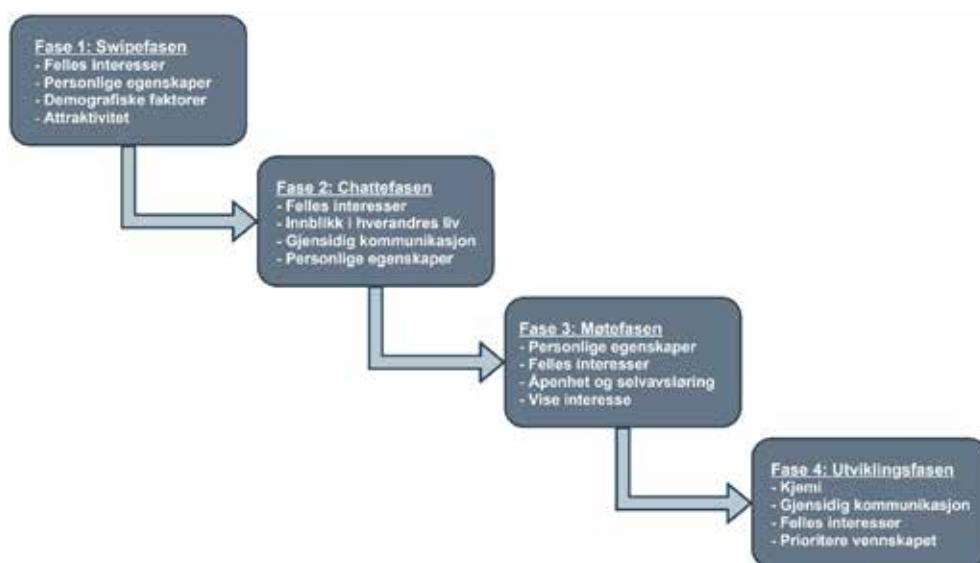
I andre delkapittel fremkommer det ulike faktorer som er betydningsfulle når respondentene har sin første samtale med en annen person i appen. Deltakerne peker på den første samtalen som viktig for å etablere en relasjon. Hva samtalen handler om eller hvor lenge den varer er tilsynelatende ikke av så stor betydning. Respondentene opplever det også som positivt å kommunisere gjennom andre sosiale medier, da dette gir dem et innblikk i hverandres liv. Alle respondentene i studien trekker frem viktigheten av gjensidighet i den første samtalen med en potensiell venn. Det er også essensielt at motparten viser interesse og tar initiativ for at relasjonen skal kunne videreutvikles. Under chatten er fremdeles felles interesser og personlighet faktorer som respondentene vektlegger. Under Fase 2 i *Figur 5* oppsummeres faktorene fra denne fasen, og disse vil være sentrale for å ta relasjonen videre fra online til et fysisk møte.

I delkapittel 3 er fokuset på det første fysiske møtet. Sentrale faktorer som nevnes her for å få til et godt møte, er ulike personlige egenskaper som blant annet snill, imøtekommende, hyggelig, ærlige og respektfull. Videre kommer det frem at noen like eller felles interesser er spesielt viktige for kommunikasjonen i denne fasen, da dette er noe begge kan snakke entusiastisk om. En annen faktor som spiller en sentral rolle, er åpenhet og selvavsløring for å komme nærmere den andre personen. Til sist nevnes det at å vise interesse for den andre parten er vesentlig for å

signalisere at man ønsker å bli bedre kjent. Faktorene er oppsummert under Fase 3 i *Figur 5*, og vil være viktige for å videreføre vennskapet til Fase 4.

Delkapittel 4 tar for seg stadiet hvor partene har valgt å videreføre relasjonen fra det første møtet. I denne fasen nevnes kjemi som sentralt for at relasjonen skal utvikle seg til et vennskap. En annen faktor som fremkommer blant respondentene, er gjensidighet. Gjensidighet har betydning for at vennskapet skal oppleves som jevnbyrdig og balansert ved at begge bidrar til opprettholdelsen av relasjonen. Videre er også felles interesser betydningsfullt for dette stadiet i vennskapet. Dette er viktig for å ha felles aktiviteter man kan gjøre sammen og tilrettelegge for givende samtaler. I tillegg finner vi at individene må tilbringe tid sammen, og at vennskapet må prioriteres for at det skal vokse. Faktorene som nevnes her er fremstilt under Fase 4 i *Figur 5*.

De sentrale faktorene for dannelsen av et vennskap som er poengtert i dette kapittelet er illustrert i *Figur 5* under.



Figur 5: Oppsummering av funn.

5. Diskusjon

I dette kapittelet vil vi diskutere funnene fra *Kapittel 4 Resultat* opp mot eksisterende litteratur som ble presentert i *Kapittel 2 Teori*. Formålet med kapittelet er å oppnå en dypere forståelse for hvilke faktorer som er betydningsfulle for å videreføre en relasjon, og danne et godt vennskap. Utover dette vil vi også presentere en oppsummering av diskusjonen, studiens bidrag, begrensninger, forslag til videre forskning og praktiske implikasjoner.

Vi har identifisert fem sentrale hovedfaktorer for vennsksformsjon; *felles interesser*, *individuelle attributter*, *åpenhet og selvavsløring*, *gjensidighet*, og *situasjonsfaktorer*. I *Tabell 2* fremstiller vi de ulike faktorene vi anser som sentrale i vennsksformsjon, samt i hvilken fase av vennskapet de er til stede. Vi har delt faktorene inn i ulike grader, ettersom hvor betydningsfulle de er i den gitte fasen av relasjonen. I de kommende delkapitlene vil vi drøfte hver av de fem hovedfaktorene, og argumentere for hvorfor og i hvilke faser av relasjonen disse faktorene er betydningsfulle.

Tabell 2: Identifiserte hovedfaktorer for vennsksformsjon.

Faktorer		Faser	Online interaksjon		Fysisk interaksjon	
			Swipefasen	Chattefasen	Motefasen	Utviklingsfasen
Felles interesser			Hey grad	Hey grad	Medium grad	Medium grad
Individuelle attributter	Alder og kjønn		Hey grad	-	-	-
	Atraktivitet		Hey grad	-	Medium grad	-
	Personlige egenskaper		-	Medium grad	Hey grad	Medium grad
Åpenhet og selvavsløring			-	Lav grad	Hey grad	Lav grad
Gjensidighet			-	Hey grad	Hey grad	Hey grad
Situasjonsfaktorer			-	Medium grad	-	Hey grad

5.1 Felles interesser

I resultatkapittelet fremlegges felles interesser som en av de viktigste faktorene for å danne et vennskap, og er sentralt i alle fasene; fra brukeren benytter VENN-appen, til de chatter sammen, til man møtes for første gang og til slutt danner et vennskap. Å ha likheter når det kommer til aktivitetspreferanser, som hobbyer og interesser, øker ifølge litteraturen sannsynligheten for å danne et vennskap (Curry & Dunbar, 2013). Felles interesser øker også sjansen for at relasjonen utvikler seg til et varig og nært forhold (Pinel & Long, 2012). I begynnelsen av relasjonen viser studien at felles interesser er sentralt for å vekke interesse, samtidig som det legger til rette for noe felles å snakke lidenskapelig om. Vi opplever at motivasjonen for å benytte appen til flere av respondentene er å finne noen å gjøre aktiviteter med. Ettersom kommunikasjon over nettet gjør det lettere å komme i kontakt med mennesker med like interesser og hobbyer (Bargh & McKenna, 2004; Boase & Wellman, 2005), kan dette forklare hvorfor respondentene oppleves som svært interesseorienterte.

Videre i chattefasen viser felles interesser seg også å være sentralt, ettersom man da har noen felles samtaleemner. I tillegg beskrives dette som avgjørende for å skulle ønske å ta relasjonen et skritt videre og møtes. Når partene først møtes fremheves felles interesser som viktig, ettersom de da har aktiviteter de kan utføre sammen. En mulig forklaring på hvorfor respondentene vektlegger felles interesser når de møtes, er at et møte blir hyggeligere hvis venner har like interesser (Davis, 1981). I tråd med denne teorien fremkommer det av studien at like interesser gjør møtet lystbetont og givende, da begge parter kan ta del i samtalen. I tillegg tyder litteraturen på at venner er mer like på aktivitetspreferanser enn holdninger (Parmelee, 1979).

I *Tabell 2* kommer det frem at respondentene vektlegger felles interesser mer i begynnelsen av relasjonen, altså når de bruker appen eller chatter sammen. Når de derimot har møttes og begynner å bygge et vennskap, kan det se ut som at betydningen av felles interesser falmer litt, og at man heller vektlegger andre aspekter ved relasjonen. En mulig årsak til at deltakerne i studien uttrykker at de vektlegger interesser mer ved online interaksjon, er at aktivitetspreferanser er lettere å observere, enn ikke-observerbare faktorer som verdier og holdninger (Hartup, 1993). Når man først ser vedkommende i appen vil man ha begrenset med informasjon. Det kan være vanskelig å observere ting som personlighet og verdier, og man

legger derfor gjerne mer vekt på interessene. Da de andre egenskapene er vanskeligere å observere, vil det ifølge Hartup (1993) kunne oppstå sorteringseffekter på observerbare likheter, som interesser. I likhet med dette, oppfatter vi at flere av respondentene bruker felles interesser som en sil, for å skille ut brukere i appen som ikke deler noen av de samme interessene som seg selv.

Videre er det klare tegn blant respondentene på at felles interesser er betydningsfulle for å oppleve god kjemi. Campbell et al. (2015) identifiserer blant annet like interesser og hobbyer som viktige elementer for kjemi. Det kan derfor tenkes at felles interesser bidrar til økt vennskapelig kjemi, noe som gjør at deltakerne ønsker å videreutvikle vennskapet. På grunn av sorteringseffektene på felles interesser som oppstår under online interaksjon, har nesten alle respondentene møtt personer med like interesser. Det er derfor vanskelig å konkludere med sikkerhet, at det er felles interesser som muliggjorde god kjemi. Til tross for dette ser vi antydninger til at kjemien var redusert i møter hvor personene ikke delte interesser i like stor grad. Selv om betydningen av felles interesser i vår studie ble mindre etter hvert som partene ble bedre kjent, spiller denne faktoren en sentral rolle i utviklingen av relasjonen.

5.2 Individuelle attributter

Demografiske faktorer

Resultatene viser at flere av deltakerne uttrykker at alder og kjønn til motparten ikke har så mye å si, men ved oppfølgingsspørsmål kommer det tydelig frem at dette likevel er vesentlige momenter. Dette er i tråd med funnene i til Perry (2013) og Bahns et al. (2012), som finner at personer som er like på demografiske faktorer som alder og kjønn, har større sannsynlighet for å danne vennskap. Likevel finnes det litteratur som viser at kjønn i valg av venner ikke var viktig (Reeder, 2003), og at dette heller ikke hadde noen innvirkning på vennskapskjemi (Campbell et al., 2015). Dette blir begrunnet med at personlige egenskaper eksisterer på tvers av alder og kjønn, noe som gjør at individer vil kunne oppleve kjemi uavhengig av hvilken aldersgruppe personen er i, eller hvilket kjønn motparten er. Ettersom svært få av respondentene dannet vennskap med mennesker i en annen aldersgruppe eller av det motsatte kjønn, har vi ikke grunnlag for å si om kjemien eller tilfredsheten var annerledes. Samtlige forklarte at alder og

kjønn var viktig, fordi dette kunne fortelle noe mer om personens egenskaper med hensyn til personlighet og interesser. Som vi ser av *Tabell 2*, er alder og kjønn kun betydningsfullt i den første fasen. Vi oppfatter at flere av deltakerne i studien siler ut brukere i VENN-appen basert på alder og kjønn, fordi de føler at sjansene for å danne et vennskap øker med det valget, samtidig som de da slipper å forholde seg til for mange mennesker på samme tidspunkt.

Attraktivitet

Respondentene i studien uttrykker at attraktivitet er en avgjørende faktor når de skal velge hvem de skal «like» i VENN-appen. Dette er i tråd med teorien som fastslår at attraktivitet er viktig når det kommer til vennskap, både mellom samme kjønn og motsatt kjønn (Lemay et al., 2010; Langlois et al., 2000). En mulig årsak til at respondentene vektlegger attraktivitet er at attraktive mennesker blir assosiert med egenskaper som snill, varm og generøs (Lemay et al., 2010). Våre respondenter fremhever at disse egenskapene er viktige ved en potensiell venn. Av den grunn kan tenkes at de nettopp som teorien tilsier, assosierer attraktivitet med de nevnte egenskapene, og derfor ønsker å forme et vennskap med vedkommende.

Flere av respondentene uttrykte også at de foretrakk noen som lignet litt på seg selv. En mulig forklaring på dette kan være at mennesker har en tendens til å anta at fysisk attraktive personer er lik seg selv når det kommer til personlighet og holdninger (Horton, 2003). Ettersom deltakerne i studien vektlegger mennesker med like personlighetstrekk som seg selv, vil attraktivitet fungerer som en indikator på individets personlige egenskaper. Videre er en mulig forklaring på at attraktivitet fremkommer som en betydningsfull faktor, at bildet i appen er veldig dominerende, og at det vil være det første en bruker ser når de åpner en ny profil. Til tross for at det ikke finnes noen forskning på «venneapper», har forskere funnet at fysisk attraktivitet er den første og viktigste faktoren i valg av mulige partnere på datingsider (Hitsch et al., 2006; Whitty & Carr, 2006). Respondentene i studien bestemmer seg som oftest i løpet av et par sekunder om de skal «like» vedkommende, og flere forteller at bildet er den avgjørende faktoren i valg av en venn i appen.

Ettersom respondentene tar raske avgjørelser i appen, blir førsteinntrykket av en person avgjørende for hvilke vennskap de etablerer. Disse funnene er i tråd med litteraturen, som finner

at mennesker bruker svært liten tid på og innsats for å vurdere et ansikt og danne seg en mening om individet (Todorov et al., 2015). Ettersom nøyaktigheten til førsteinntrykk basert på bilder er svært lav (Ames et al., 2010), kan dette føre til at personer går glipp av potensielt gode og givende relasjoner, fordi de danner seg et uriktig inntrykk av vedkommende. Enkelte respondenter oppga at de brukte mer tid på å evaluere en profil enn gjennomsnittet. Det er vanskelig å si om dette hadde noen innvirkning på utfallet, ettersom den eneste effekten av lengre eksponeringstid ifølge litteraturen er økt selvsikkerhet i meningen man allerede har dannet seg av en person (Willis & Todorov, 2006). Resultatene tyder på at respondentene ofte går gjennom en rekke profiler i appen på ren automatikk og trekker konklusjoner basert på svært lite informasjon. I likhet med litteraturen, støtter resultatene at denne prosessen ofte skjer ubevisst og er vanskelig å forhindre (Olson & Marshuetz, 2005).

Resultatene viser at respondentene i stor grad velger potensielle venner i appen basert på bildene i profilene deres. Dette skjer til tross for at flere av deltakerne gir uttrykk for at de vektlegger andre elementer i vedkommende sin profil. I resultatkapittelet ble bildet beskrevet som en «godkjenningsport», som er avgjørende for å bruke mer tid på vedkommende sin profil. Dette funnet er i likhet med eksisterende litteratur på datingsider, hvor blant annet Hitsch et al. (2006) beskriver det fysiske utseende til en person som en «port». I tråd med denne litteraturen finner vi at deltakerne i studien først vil bruke tid på å evaluere annen informasjon om en person, dersom bildene er tilfredsstillende. Flere av respondentene oppga at de ikke valgte å oppsøke ytterligere informasjon om vedkommende dersom bildene ikke var tilfredsstillende. På denne måten vil de aldri avdekke om førsteinntrykket de dannet seg av en person i appen stemmer overens med hvordan vedkommende faktisk er.

Til tross for at resultatene viser til at attraktivitet er en viktig faktor når respondentene befinner seg i appen, finner vi ikke at denne faktoren er betydningsfull under chatting eller i utviklingsfasen av vennskapet. Vi ser derimot at resultatene tyder på at attraktivitet også har en moderat betydning under det første møtet, som fremvist i *Tabell 2*. Blant annet legges det vekt på hvordan vedkommende kler seg eller presenterer seg selv. En mulig forklaring på hvorfor attraktivitet har høyest betydning ved bruk av appen er hvordan appen er utformet, der bildet er

det første en bruker vil se. I tillegg viser resultatene at etter hvert om relasjonen utvikles legger man mer vekt på andre personlige og mellommenneskelige egenskaper ved vedkommende.

Personlige egenskaper

Resultatene fra studien viser at respondentene vektlegger personlige egenskaper ved den andre personen gjennom hele relasjonsdanning; fra appen til de eventuelt utvikler et vennskap. Når respondentene befant seg i appen, forsøkte de å danne seg et inntrykk av vedkommende sine personlige egenskaper gjennom bildene og teksten i appen. I dette stadiet antyder resultatene at respondentene ser etter noen som er likesinnede, noe som innebærer å dele noen av de samme meningene, ideene eller interessene. Mulige grunner til at dette fremkommer som sentralt, er som det dokumenteres i litteraturen, at venner som har lignende egenskaper, verdier og holdninger liker hverandre bedre (Fournet & Barrat, 2014). I tillegg kan dette bidra til å gjøre mennesker mer sikre på sine egne verdier og meninger (Coombs, 1966). Dette vil også kunne fremme en følelsesmessig tilfredshet og gjøre kommunikasjon mellom partene enklere, noe som er faktorer som kan bidra til gode vennskap. Funnene i studien peker på at individer med like personlighetstrekk i flere tilfeller var mer sannsynlige til å videreutvikle relasjonen. Dette er i tråd med funnene til Selfhout et al. (2010), som identifiserer like personlighetstrekk som sentralt for hvem man velger å utvikle et vennskap med.

I tråd med litteraturen, finner vi at respondentene gjør en rekke vurderinger angående en persons egenskaper på kort tid, kun basert på fysisk utseende (Todorov et al., 2009). Dette fører til at deltakerne evaluerer om en person er snill, smart eller ærlig, kun ved å se på bilder. Dette kan antyde at respondentene i flere tilfeller initierer vennskap med personer på bakgrunn av en unøyaktig fremstilling av dette individet. Samtidig kan en slik raskt vurdering av en person slå negativt ut ved videreutvikling av vennskapet. Ifølge McKenna (2008) er en av farene med et slikt raskt førsteinntrykk at mennesker avviser relasjoner som potensielt kunne blitt tilfredsstillende og lønnsomme. I tillegg viser forskning at egenskapene mennesker selv tror er ønskelig i en venn, endrer seg når man begynner å chatte sammen eller møtes fysisk (Huang et al., 2020). Å trekke konklusjoner om ønskede egenskaper allerede i swipecfasen vil med andre ord inneholde usikkerhet.

Av *Tabell 2* ser vi at viktigheten av personlige egenskaper er tydeligst når to personer møtes for første gang. Det er flere individuelle egenskaper som fremheves av deltakerne som betydningsfulle for et vellykket møte, som imøtekommende, respektfull, kompetent og passende. Dette er egenskaper som i litteraturen gjerne knyttes opp til mennesker som har gode sosiale ferdigheter (APA Dictionary of Psychology, 2014). Resultatene viser til en sammenheng mellom at respondentene oppfattet vedkommende som imøtekommende, hyggelig og respektfull, til om de ønsket å møte personen igjen. Det virker som gode sosiale ferdigheter er viktig for å få en bra start på relasjonen for at man lettere skal kunne legge til rette for et bekjentskap. Etter hvert som vennskapet utvikler seg, virker det som om respondentene legger mindre vekt på individenes sosiale ferdigheter. I litteraturen ser vi samme tendenser, hvor blant annet Shaver et al. (1985) finner at sosiale ferdigheter var viktig for tilfredsheten i starten av vennskapet, men at denne sammenhengen ble betydelig svekket utover i vennsksformasjonen. Relasjonene blant respondentene virker å gå fra fortrinnsvis å fokusere på de individuelle egenskapene i starten av vennsksformasjonen, til å utvikle seg til å sette mellommenneskelige egenskaper i sentrum senere i vennsksformasjonen.

Funnene i denne studien tyder i likhet med Campbell et al. (2015) på at personlighet er viktig for å legge til rette for god kjemi mellom partene. Dette forklares med at det er lettere å knytte bånd med noen med lik personlighet og noen som er på samme bølgelengde. Hvis respondentene ikke følte at personlighetene deres passet sammen, var sannsynligheten lav for at de ville danne et vennskap. Vi finner at respondentene peker på personlige egenskaper som ærlig, snill og omtentksom, som viktige for vennsksformasjon. Disse samsvarer i stor grad med egenskaper som er viktige for god kjemi i litteraturen (Campbell et al., 2015; Campbell et al., 2018). Videre påpekte respondentene at kjennetegn på et dårlig møte var en person med dårlige manerer eller oppførsel. Ved slike egenskaper ble ønsket om å ta relasjonen videre betraktelig redusert. Ettersom personer har en tendens til å ta beslutninger om hvilke vennskap de skal forfølge veldig tidlig (Berg & Clark, 1986), vil slike negative oppfatninger av den andre personen kunne gi et dårlig førsteinntrykk. Ettersom det finnes en rekke forskjellige funn i litteraturen om førsteinntrykk, er det vanskelig å si om førsteinntrykket etter et dårlig møte kunne blitt endret, da ingen av respondentene valgte å møte vedkommende på nytt etter et dårlig møte.

5.3 Åpenhet og selvavsløring

I denne studien er graden av åpenhet og selvavsløring relativt begrenset i starten av online interaksjonen under chattingen, som fremvist i *Tabell 2*. Informasjonen som deles er på et overfladisk nivå om vanlige dagligdags temaer og tar gjerne utgangspunkt i bildene eller teksten i profilen til vedkommende. Ifølge «social penetration theory» er denne overfladiske informasjonsdelingen forventet når man samhandler med en ukjent person (Altman & Taylor, 1973). Flere respondenter understreker at dette hovedsakelig er for å skaffe seg en indikasjon på hvor interessert den andre personen er i å fortsette praten. Samtalen virker å holde seg på et relativt overfladisk nivå helt til de møtes fysisk. Dette bryter med studien til McKenna et al. (2005), hvor de undersøkte de første samtaler på nettet. De finner at disse personene ofte har en mer direkte tilnærming og deler mer intim informasjon, som de for eksempel aldri før har delt med sine nærmeste. I kontrast til denne observasjonen virker respondentene i vår studie til å holde litt igjen i starten. Resultatene peker dermed mer i retning av funn som er gjort på datingsider på nett, som bemerker at slike brukere ikke driver med mye selvavsløring før de møtes (Whitty & Carr, 2006). De ønsker heller å skaffe seg et inntrykk av personen basert på de temaene de diskuterer. Hvilket tema respondentene i denne studien velger å snakke om har ikke så mye å si.

Et av kjennetegnene ved kommunikasjon over nett er ifølge litteraturen graden av anonymitet (McKenna 2008). Til tross for at høyere grad av anonymitet gjør at personer generelt føler seg mer komfortabel med å komme med avsløringer om seg selv, finner vi at selvavsløring blant respondentene i studien var begrenset online. Dette kan være fordi anonymiteten kan oppleves begrenset i VENN-appen, da de fleste brukerne oppgir navn, alder, yrke, bilder og gjerne en tekst om holdninger, verdier og interesser. Likevel viser litteraturen at følelsen av anonymitet gjelder selv i tilfeller hvor man kommuniserer mer åpent på internett og man kan se vedkommende sitt navn, yrke, alder og bilder (McKenna & Bargh, 2000; McKenna et al., 2005). Funnene i studien vår strider derfor imot noe av den eksisterende litteraturen, da denne tilsier at respondentene ville følt seg mer anonyme og drevet mer aktivt med selvavsløring ved kommunikasjon online. McKenna (2008) poengterer imidlertid at graden av selvavsløringer kan variere og avhenge av hvor man samhandler.

Åpenhet er i litteraturen knyttet til større tiltrekning til ukjente mennesker (Cemalcilar et al., 2018), noe som kan tyde på at åpenhet vil være sentralt tidlig i relasjonsdannelsen. Resultatene i denne studien viser i samsvar med litteraturen, at åpenhet virker til å spille en betydelig rolle under det første møtet. Det tyder på at åpenhet har en innvirkning i startfasen av vennskapet for å komme nærmere den andre personen. Større grad av åpenhet kan øke troverdigheten til personen og legge til rette for samtaler på dypere nivå. Siden informasjonen om den andre personen blir lettere tilgjengelig hvis individet er åpent, vil dette gjøre det enklere å vurdere om vennskapet er verdt å bruke tid på.

Resultatkapittelet antyder at graden av åpenhet ser ut til å være større ved det fysiske møtet enn ved chattingen online, som vist i *Tabell 2*. Dette kan blant annet være fordi personene gjennom chatting i appen og eventuelt informasjonsdeling i andre sosiale medier har blitt bedre kjent med hverandre, slik at terskelen for å dele noe mer intimt blir lavere. På den måten virker funnene igjen å være i tråd med «social penetration theory», som sier at graden av intimitet i samtalen vil øke når personene blir bedre kjent og interaksjonen er hyggelig og givende (Altman og Taylor, 1973). Dette støttes videre ved at flere respondenter har delt noe intimt gjennom selvavsløring etter å ha fått et godt inntrykk av den andre personen først. Selvavsløring er i litteraturen en viktig faktor for bedre vennskapskvalitet og sosial støtte (Zhang, 2017; Li et al., 2015). Dette antyder at vennskapskvalitet sannsynligvis vil være forsterket av selvavsløringen, noe som vil kunne være en viktig faktor for å danne gode vennskap.

Videre indikerer funnene fra studien også at respondentene som i større grad drev selvavsløring og åpnet opp under det første møtet, opplevde at samtalen fløt fint. Dette er et av kjennetegnene for gjensidig åpenhet (Campbell et al., 2018), og denne faktoren er identifisert som en av de mest sentrale for å oppleve mellommenneskelig kjemi tidlig i relasjonsdannelsen (Campbell et al., 2015). Gjensidig åpenhet virker til å resultere i at deltakerne følte en dypere forbindelse med vedkommende, i samsvar med teorien. Til tross for at kjemi er et begrep flere av deltakerne slet med å beskrive, ser vi av resultatene at deltakerne som drev med selvavsløring tidligere i relasjonen hadde en tendens til å knytte sterkere bånd.

Interessant nok ser viktigheten av åpenhet ut til å reduseres etter hvert som individene blir bedre kjent og begynner å danne et vennskap, i tråd med Cemalcilar et al. (2018). Åpenhet ser altså ut til å ha størst betydning for å ha et vellykket første møte og gå videre til å utvikle et vennskap. Under utviklingen av vennskapet virker det som om andre faktorer har større betydning enn åpenhet. Wilson et al. (2015) finner at åpenhet ikke spiller inn på tilfredsheten i vennskapet, noe som kan forklare hvorfor viktigheten av åpenhet er redusert når deltakerne i studien har etablert et vennskap.

5.4 Gjensidighet

I resultatkapittelet så vi at opplevd gjensidighet, initiativ og interesse fra motparten var faktorer som var sentrale både under chatting, ved det første møtet og ved videreutvikling av vennskapet. Begrepene brukes om hverandre i resultatdelen, og handler om å oppfatte motparten i vennskapet som engasjert. Under intervjuene var det flere respondenter som understreket at å vise interesse vil ha positiv betydning under interaksjonen. Gjensidighet oppleves som spesielt viktig under chattingen, ved at vedkommende for eksempel stiller spørsmål og uttrykker et ønske om å få vite mer om deg.

Interessant nok er det å vise interesse en faktor som litteraturen innenfor vennskskapsformasjon ikke har funnet til å være en sentral faktor. Derimot konkluderer Fehr (2008) med at å vise interesse har blitt knyttet til mottakelighet. Litteraturen viser at høyere grad av mottakelighet øker sannsynligheten for å danne et langsiktig vennskap (Shelton et al., 2010). Noen respondenter legger vekt på viktigheten av å vise interesse på en varm og følsom måte, noe som er nært knyttet til mottakelighet. I tillegg finner vi at mottakelighet i litteraturen handler om å svare på vedkommende sine spørsmål med et relatert svar for å vise at man er mottakelig for spørsmålene (Davis & Perkowski, 1979). Dette stemmer overens med funnene i denne studien, hvor flere av respondentene beskriver at de foretrekker en venn, som de ikke må «hale» svarene ut av. Viktigheten av å vise interesse bunner i at det viser at vedkommende har lyst til å bli kjent med deg, i tillegg til at dette gjør at samtalen flyter bedre. En grunn til at det å vise interesse på en varm måte kan tenkes å ha betydning, er at det kan signaliserer at vedkommende er tilgjengelig for sosial støtte i fremtiden (Gable et al., 2012).

Et sentralt moment er å vise at interessen går begge veier, altså at interessen er gjensidig. Denne gjensidige interessen blir spesielt påpekt som viktig for i det hele tatt å gå videre fra chatting til fysisk møte, som fremvist i *Tabell 2*. Er det ikke gjensidighet i chattingen, vil det kunne oppfattes som at den ene personen er for lite interessert i å danne en relasjon. På en annen side vil også ensidig teksting gjøre at det føles tungt ut å videreføre relasjonen. Viktigheten av gjensidighet i vennskap støttes av litteraturen (Snijders et al., 2010; Campbell et al., 2015). Der er det sentralt at begge partene er med på å holde samtalen gående på den måten at det veksles på hvem som stiller spørsmålene, slik at det blir gjensidig initiativ i samtalen. Samtidig legger respondentene stor vekt på at samtalepartneren på VENN-appen svarer med tilsvarende utfyllende mengde informasjon. Denne gjensidige kommunikasjonen, både online og fysisk, finner vi til å være nært knyttet til kjemien respondentene opplever. I litteraturen kjennetegnes kjemi som en opplevelse av noe mer enn summen av partenes separate bidrag, samtidig som fenomenet er fremvoksende og oppstår i interaksjonen mellom mennesker (Reis et al., 2021). Av den grunn er respondentene avhengig av den andre parten for å føle på kjemi. Dette kan forklare hvorfor det er viktig å føle at vedkommende viser interesse, tar initiativ og at kommunikasjonen er preget av gjensidighet.

Ifølge McKenna (2008) vil personer som legger ned mer tid og innsats i en online relasjon være mer motivert til å utvikle relasjonen når de først møtes. I tillegg vil det spille positivt inn på oppfatningen av den andre personen. Ut ifra dette funnet er det grunn til å tenke at personer som legger ned økt innsats i form av å chatte mer med den andre personen vil bidra mer positivt til å utvikle vennskapet. Det er stor variasjon i hvor lenge respondentene i studien chatter sammen før de eventuelt møtes, og vi finner ikke at dette hadde noen innvirkning på vennsksformasjonen. Derimot finner studien at så lenge teksten ikke er gjensidig i form av lik mengde, innsats og tidsbruk, vil det kunne føre til mindre sannsynlighet for å ønske å videreutvikle vennskapet. En av grunnene til at noen brukere av appen ikke viser interesse ved chatting gjennom å svare og stille spørsmål, kan være at ved samtaler på nett behøver man ikke å svare med en gang, og man kan bruke mer tid på å planlegge hva man skal si (McKenna & Bargh, 2000). Dette kan gjerne føre til at noen personer virker litt for bakoverlent, og tilsynelatende at motparten ikke legger så mye innsats i å etablere et vennskap.

Gjensidighet spiller ikke bare en vesentlig faktor for å gå videre fra en online interaksjon. I løpet av det første møtet finner vi at det er sentralt å vise interesse gjennom å stille spørsmål. Når respondentene beveger seg over i utviklingsfasen av vennskapet vektlegger de gjensidighet i form av at begge parter må være flinke til å ta initiativ. Dette fremheves som viktig, ettersom vennskap krever at begge prioriterer og legger inn en innsats for å dyrke det. I henhold til «social exchange theory» er det utslagsgivende at begge personer investerer tilsvarende i vennskapet i form av tid og andre ressurser (Emerson, 1976; Rusbult & Buunk, 1993). Når balansen mellom kostnadene og nytten ikke er tilfredsstillende, kan vennskapet bli brutt. Vennskapene som tilstreber likhet på dette området, vil derfor ha de beste mulighetene til å vedvare over tid. Imidlertid har ikke studien tatt hensyn til hvor mye ressurser og tid de forskjellige respondentene har investert seg imellom, eller hvilken relasjon som har dannet de beste vennskapene. Av den grunn vil det være vanskelig å konkludere med sikkerhet om dette stemmer blant respondentene i denne studien. Uansett er det klare signaler fra flere deltakere som selv kategoriseres å ha gode vennskap gjennom appen, at gjensidighet er tilstedeværende i en betydelig grad.

Viktigheten av gjensidighet underbygges videre av respondenter som følte at dette manglet i vennsapsformasjonen. Uten gjensidighet ble vennskapet tungt å opprettholde, samtidig som det ikke var like hyggelig å tilbringe tid med den andre personen. Dette er forventet fra litteraturen, da lavere grad av gjensidighet er forbundet med lavere grad av positive følelser mot den andre personen (Mendelson & Kay, 2003). På den måten blir det ikke like lystbetont å tilbringe tid med individet, og kostnaden overstiger nytten, i samsvar med «social exchange theory» (Emerson, 1976; Rusbult & Buunk, 1993). Det skal tilføyes at graden av gjensidighet ikke nødvendigvis trenger å være lik ut fra denne teorien. Noen personer vil kunne være fornøyd med en lavere grad av gjensidighet i vennskapet. Dette kan for eksempel være dersom individet ikke har bedre alternativer i form av andre vennskap, samt avhenge av motivasjonen til å danne et vennskap. Det kan derfor se ut til at det er viktig at partenes ambisjoner og mål for relasjonen harmonerer med hverandre. Fra intervjuet ser vi tegn på dette, spesielt blant personer som nylig har flyttet til en ny by, og som dermed ikke har rukket å bygge opp et nettverk. Et par av disse personene understreker at de er mer åpne for å finne venner, og de forhåndsdefinerte kriteriene for en venn er senket betydelig i forhold til andre personer med større nettverk i byen fra før. I slike tilfeller vil det være mulig å danne vennskap med lavere grad av gjensidighet. På en annen side vil

vennskapet kunne ha betydelige svakheter på lang sikt hvis denne ubalansen forblir stor (Mendelson & Kay, 2003).

5.5 Situasjonsfaktor

Av resultatene kommer det frem at relasjonen må prioriteres for å danne et vennskap. Fra litteraturen finner vi betegnelser som prioriteringsfaktor blir omtalt som situasjonsfaktor. Selv om individet innehar de ønskede egenskapene, viser funnene i studien at relasjonen må prioriteres for å danne et godt vennskap. Det er altså sentralt at individer setter av tid til å ha jevnlig kontakt med hverandre i utviklingsfasen. Av den grunn er viktigheten av situasjonsfaktor høyest i denne fasen, som vist i *Tabell 2*. I litteraturen påpekes det at antall timer tilbrakt sammen er knyttet hvor nært vennskapet blir (Hall, 2019). Dette stemmer overens med funnene i vår studie, som peker på at mer tid tilbrakt sammen i møter eller på ferie styrker vennskapet. Dette er også i tråd med litteraturen om «mere exposure effect» (Zajonc, 1968) om vennsksformasjon, som predikerer at økt kontakt med en person vil bidra til å like personen mer (Bornstein, 1989; Bornstein og D'Agostino, 1992). Denne effekten vil være spesielt sterk om personen som man tilbringer tid med er en man liker. Gjennom den selektive utvelgelsen som finner sted gjennom de forskjellige fasene i vennsksformasjon, vil personen sitte igjen med de kandidatene som har de ønskede egenskapene til en venn man liker best. Dette vil igjen styrke tiltrekningen og vennsksformasjonen til personen gjennom økt kontakt.

Videre trenger ikke jevnlig kontakt nødvendigvis å skje fysisk. Som litteraturen påpeker har sosiale medier blitt en viktig måte å danne og styrke vennskap på (Boase et al., 2006), og det ser vi tydelige tegn på. Vi finner flere tilfeller av respondenter som har hatt suksess med å investere mye tid på sosiale medier som VENN-appen eller Snapchat for å bli bedre kjent. På den måten har personer lært hverandre å kjenne selv før det første møtet, samtidig som en vil kunne opprettholde kontakten mellom møtene. Dette blir også underbygget av litteraturen, nemlig at mennesker som møtes på nettet føler de blir bedre kjent og liker hverandre mer fremfor å først møtes ansikt til ansikt (McKenna et al., 2002; Bargh et al., 2002). Kontakten på sosiale medier har gjort det lettere å få et innblikk i hverandres daglige liv, gjennom blant annet bildedeling eller teksting. Av den grunn vil intimiteten øke i motsetning til et fysisk møte, og denne

intimiteten har vist seg å være sterkere over tid for personer som møtes online enn fysisk (Hian et al., 2004). Derimot er et interessant funn hvordan jevnlig kontakt på sosiale medier, kombinert med fysiske møter virker til å resultere i enda sterke vennskap. Det kan muligens være på grunn av intimiteten man opplever online i kombinasjon med minner og opplevelser personene kan danne sammen ved fysiske interaksjoner som kan være en sentral bidragsyter for dette funnet.

Grunner til at tidsdimensjonen spiller en betydelig rolle på vennsksformsjon er, fordi dette blant annet vil øke informasjonen om den andre personen, samtidig som man får flere opplevelser sammen. Informasjonen som kommer frem gjennom interaksjonen kan videre brukes til å bedømme kompatibiliteten mellom personene, og dette kan eventuelt brukes til å vurdere om det er ønskelig å videreføre relasjonen til et vennskap eller ikke. Videre vil felles opplevelser bidra til delte minner, og det har vist seg å være en viktig faktor for å øke sannsynligheten for relasjonsdannelse og muligheten til å utvikle et nært forhold (Goldstein & Cialdini, 2007; Pinel & Long, 2012). Dette vil altså være med på å knytte personene sterkere sammen, da denne opplevelsen er noe som bare deles mellom de to partene.

Når det kommer til romantiske forhold, er man begrenset til en person. Ved vennskap er det i teorien ingen begrensinger på antall venner man kan ha. På den annen side gjør flere venner det mer komplisert å sette av nok tid, slik at alle venner vil bli fornøyde. Litteraturen beskriver at tiden som brukes på et vennskap vil være alternativkostnaden for å investere i og utvikle en annen relasjon (Hall og Davis, 2017). Til tross for at flere respondenter har hatt hyggelige møter med andre personer, finnes det flere tilfeller hvor relasjonen har dabbet av på grunn av at respondenten gir uttrykk for at han ikke har tid til å pleie eksisterende venner, eller at timeplanen er full nok fra før. Er kostnadene forbundet med å opprettholde eksisterende vennskap stor nok, vil personen ikke være like tilgjengelig for å danne nye vennskap. Hvis man ikke er tilgjengelig for vennskapet, vil det ikke være muligheter til å forme og videreutvikle vennskap (Fehr, 2008).

Samtidig vil tilgjengeligheten styres av avstanden mellom hverandre. Geografisk nærhet omtales som en av hovedårsakene til at mennesker stifter bekjentskap (McPherson et al., 2001). Som vi beskrev i resultatkapittelet, er avstand en viktig årsak til hvem respondentene velger å «like» i appen. Flere av deltakerne uttrykte at det kan være mer krevende å danne et vennskap dersom

avstanden til den andre personen blir for stor. Dette bekreftes i litteraturen av Tsai (2006), som påpeker at lengre avstand mellom boligene til personene vil predikere sjeldnere kontakt mellom disse individene. Blir reiseveien for lang kan det tenkes at investeringen for å opprettholde vennskapet blir for høy, da det vil være tungvint å komme seg til og fra personen. Funnene tyder på at individet heller velge å investere i andre vennskap som har en lavere kostnad i form av en kortere reisevei, og at denne nærheten er betydningsfull for å danne gode relasjoner over tid.

5.6 Oppsummering av diskusjon

I dette kapittelet har vi diskutert hvilke faktorer som er til stede for å skape gode relasjoner og for at personer skal velge å utvikle et vennskap. For å gjøre dette har vi basert diskusjonen på funnene som ble presentert i resultatkapittelet sammenholdt med eksisterende litteratur som ble presentert i teorikapittelet.

Felles interesser kommer frem som en av de viktigste faktorene for å innlede og utvikle et vennskap, hvilket er i tråd med litteraturen (Curry & Dunbar, 2013). Faktoren viser seg å være betydningsfull ettersom det gir respondentene noe å ha samtaler om og aktiviteter de kan utføre sammen. Det fremgår imidlertid at respondentene vektlegger felles interesser mer i starten av relasjonen, enn etter hvert som de møter hverandre og utvikler vennskapet. Utover dette finner vi også at felles interesser kan være vesentlig for kjemien mellom personene.

Det fremkommer videre at demografiske faktorer som alder og kjønn, virker til å være avgjørende for å skulle ønske å initiere en relasjon. Respondentene i studien har en tendens til å sile ut mennesker i appen dersom vedkommende er av det motsatte kjønn, eller om det er stort sprang i alder. Videre finner vi at attraktivitet bør være til stede for å ønske å innlede et vennskap. Funnene i studien tyder på at dette kan ha sammenheng med at førsteinntrykk er viktig for å avgjøre hvilke relasjoner man ønsker å forfølge. I tillegg har personer en tendens til å anta at fysisk attraktive mennesker er lik seg selv når det kommer til personlighet og holdninger (Horton, 2003). Betydningen av attraktivitet ser derimot ut til å minske etter hvert som vennskapet utvikler seg og man blir bedre kjent. Vi har også sett at respondentene vektlegger personlige egenskaper ved den andre personen gjennom hele relasjonsdannelsen. Likevel er

betydningen av denne faktoren tydeligst når personer møtes for første gang. Funnene viser at flere ønsker venner som er likesinnede, noe vi også finner støtte for i litteraturen, hvor mennesker med lignende egenskaper, verdier og holdninger liker hverandre bedre (Fournet & Barrat, 2014). Studien viser at ønskelige egenskaper i en mulig venn er mennesker som er snille, hyggelige, ærlige og optimistiske. Dette samsvarer i stor grad med egenskaper som må være til stede for å oppleve god kjemi i henhold til Campbell et al. (2018).

Åpenhet og selvavsløring fremstår som en viktig faktor for vennsksformsjon. Resultatene tyder på at åpenhet og selvavsløring er begrenset i starten av interaksjonene med et annet menneske. Dette bryter med deler av litteraturen som hevder at graden av anonymitet på nett vil øke selvavsløring, og at mennesker som møtes på nett ofte har en mer direkte og intim tilnærming (McKenna et al., 2005). Funnene i studien viser i samsvar med teorien, at åpenhet er mest uttalt når personene møtes for første gang (Cemalcilar et al., 2018). Vi så at dette blant annet kan begrunnes med at åpenhet øker troverdigheten til en person og legger til rette for dypere samtaler. Videre argumenterer vi for at årsaken til at åpenhet og selvavsløring er mer tilstedeværende under det første møtet, er at respondentene gjennom chatting og interaksjon på andre sosiale medier, har blitt bedre kjent med hverandre. Viktigheten av åpenhet kan blant annet forklares med at dette er en viktig faktor for mellommenneskelig kjemi (Campbell et al., 2018).

Resultatene fra studien viser at opplevd gjensidighet og interesse fra motparten er svært betydningsfullt fra chatting og videre gjennom hele videreutviklingen av vennskapet. Til tross for at det nevnte ikke er en sentral faktor innenfor vennsksformsjon i litteraturen, argumenterer vi for at å vise interesse har klare likheter med mottakelighet. Dette har vist seg å øke sannsynligheten for å danne et langsiktig vennskap (Shelton et al., 2010). Videre viser vår studie at gjensidighet er en vesentlig faktor i vennsksformsjonen, slik vi også finner støtte for i litteraturen (Campbell et al., 2015). Et sentralt funn er viktigheten av å investere tilsvarende ressurser og tid i vennskapet, slik at relasjonen føles gjensidig, i tråd med «social exchange theory» (Emerson, 1976; Rusbult og Buunk, 1993). Vi diskuterer også hvordan gjensidigheten er sentralt under online interaksjoner når det handler om å stille spørsmål til å ta initiativ til fysiske interaksjoner. Videre drøfter vi hvordan kjemi bidrar til god kommunikasjon og flyt i samtalen, og hvordan dette fenomenet oppstår i interaksjoner mellom mennesker (Reis et al., 2021).

Avslutningsvis har vi diskutert ulike situasjonsfaktorer som påvirker venns­kaps­for­mas­jonen. Det kommer frem at selv om et individ har de ønskede egenskapene, er det andre faktorer som også må være til stede. Blant annet peker vi på at et vennskap må prioriteres gjennom å bruke tid på å utvikle det, hvilket er i samsvar med teorien (Hall, 2019). Viktigheten av situasjonsfaktorer er tydeligst i de senere stadiene av vennskapet. Dette begrunnes med at mer tid sammen vil resultere i mer informasjon om den andre personen, samt gi flere muligheter til felles opplevelser. Vi hevder videre at geografisk nærhet er en relevant predikator for tilgjengeligheten for et vennskap, ettersom det er mer krevende å danne og vedlikeholde et vennskap når avstanden mellom partene blir for stor (Tsai, 2006). Videre drøfter vi hvordan funnene tyder på at jevnlig kontakt over sosiale medier kombinert med fysisk kontakt kan resultere i gode vennskap.

5.7 Studiens bidrag

Som påpekt i *Kapittel 2.3: Oppsummering av teori*, foreligger det noen hull i eksisterende forskning om helhetsforståelsen av venns­kaps­for­mas­jon. I denne studien har vi som ønske å bidra til økt innsikt i fenomenet. Ved å benytte en åpen tilnærming gjennom å studere en reell case, bidrar studien til å danne en helhetsforståelse av de ulike faktorene som er viktig for å danne et vennskap. Vi finner at det er relativt bred enighet i litteraturen om de fleste faktorene, som vi finner betydningsfulle for venns­kaps­for­mas­jon i denne studien. Faktorer som å vise interesse og åpenhet finnes det derimot begrenset med støtte for i litteraturen. På den måten bidrar vi til økt innsikt i hvordan disse faktorene spiller inn i venns­kaps­for­mas­jon.

Et sentralt bidrag i studien vår er å vise hvordan faktorene vi har identifisert spiller inn i utviklingen av et vennskap, og hvordan samspeilet mellom faktorene fungerer. Selv om flere av faktorene knyttet til dannelsen av et vennskap er kjente, er forståelsen for hvordan disse spiller inn under de ulike stadiene av et vennskap begrenset. Vi finner for eksempel at ved førsteinntrykket under online interaksjon spiller alder, kjønn og attraktivitet inn, men disse faktorene har begrenset påvirkning utover i relasjonsdannelsen. Videre finner vi betydelige forskjeller i viktigheten av de ulike faktorene ved både det første møtet og etter å ha møttes flere

ganger. Studiens kartlegging av faktorenes påvirkning i de ulike stadiene av vennskapet bidrar til bredere innsikt i vennsksformasjon.

Det foreligger også begrenset forståelse for hvordan vennskap over nett dannes, og hvordan vennskap utvikler seg fra å være en online relasjon til å møtes fysisk. For at et vennskap skal gå videre fra chatting finner vi at å vise interesse, å ha noen felles interesser og gjensidighet er spesielt sentrale momenter. Klarer ikke individene å se potensialet i vennskapet under chattingen, er det lite sannsynlig at dette vil utvikles videre. Videre har vi også bidratt til økt forståelse for elementer i en online profil som er sentrale for brukere under initieringsfasen av en venn. Elementer som bilder, utfyllende tekst, felles interesser og demografiske faktorer spiller en viktig rolle for å ønske å bli kjent med vedkommende.

5.8 Begrensninger

I dette delkapittelet vil vi belyse begrensninger ved studien. Basert på våre metodiske valg fremkommer det noen begrensninger. Å studere en enkelt case vil sikre god dybdeforståelse i det enkelte caset, men redusere gyldigheten av funnene utover den enkelte studien i forhold til å benytte en multipl tilnærming. Videre vil en kvalitativ metode være knyttet til objektivitetsproblemer på grunn av forskernes engasjement. Samtidig vil en kvalitativ studie i en viss grad også inneholde forskernes tolkninger. Selv om vi har tilstrebet å eliminere skjevheter ved studien, vil det være utfordrende å eliminere alle. Vi har på den annen side utredet problemer med datakvalitet i *Kapittel 3: Metode*, og gjort spesifikke valg for å redusere disse problemene så mye som mulig.

Som vi har belyst gjennom oppgaven er vennsksformasjon et komplekst fenomen, hvor mange ulike faktorer er involvert. Av den grunn vil det kunne være vanskelig for respondentene på korrekt vis å konkretisere alle faktorer som spiller inn i vennsksformasjon. Dette har resultert i at respondentene i noen tilfeller har uttrykt at det har vært vanskelig å sette ord på hva de faktisk mener. Samtidig tenker de fleste ikke over hvorfor de blir venner med en spesifikk person, noe som understreker vanskeligheten med å forklare faktorene som er utslagsgivende. På en annen side passet vi på å gi respondentene god betenkningstid, slik at problemet kunne minimeres.

Videre kan det muligens også være utfordrende å huske tilbake på hva som er viktig for vennskapet i de ulike fasene vi delte intervjuet inn etter. Selv om vi tydeliggjorde for respondentene hvilke fase vi snakket om, og hva den spesifikke fasen innebar, er det ikke utenkelig at det til tider kan være utfordrende å huske tilbake til hvilke faktorer som hadde betydning i de ulike fasene. Av den grunn kan det tenkes at det i noen tilfeller kan være en form for hukommelsesproblemer, spesielt i tilfeller hvor interaksjonen med vedkommende skjedde flere måneder tilbake i tid.

Vennskapene som er undersøkt er relativt nye, da VENN-appen ble lansert i januar 2021. Respondentene påpekte at flere av vennskapene bare har vart i noen måneder. Funnene i studien vil på den måten være begrenset til en kortere tidshorisont, og tar derfor ikke for seg om faktorene vi finner vil være sentrale på lang sikt. Det vil være begrenset tid til innsamling av data og utarbeidelse av studien i en masteroppgave, noe som gjør det vanskelig å gjennomføre en studie om vennsksformsjon på lang sikt. Dette resulterer i begrensinger på hvilken informasjon vi kan basere analysen vår på.

5.9 Videre forskning

I vår studie har vi belyst mulige faktorer for vennsksformsjon, da dette er et felt som er relativt lite forstått. Et naturlig steg videre i forskningen vil være å benytte en kvantitativ metode av de forskjellige dataene som er samlet inn gjennom VENN-appen. En slik metode vil i større grad kunne bekrefte eller avkrefte signifikansen til faktorene som er identifisert i denne studien. På denne måten vil en slik studie kunne tilføye et mer nyansert bilde av hvor sentrale de ulike faktorene for vennsksformsjon faktisk er.

For fremtidig forskning kan det også være relevant å foreta en observasjon av bruksmønsteret til individer i VENN-appen, eller man kan observere det første møtet mellom to personer. Vår studie baserer seg på deltakernes evne til å huske og putte ord på de ulike faktorene og hvordan disse har betydning i utviklingen av et vennskap. Ved en direkte observasjon vil faktorene lettere kunne belyses, samtidig som det vil være mulig for profesjonelle psykologer å avdekke ulike typer atferd og skaffe en dypere forståelse. En implikasjon med en slik studie er hvordan forskerne vil

klare å observere denne atferden uten at det normale atferdsmønsteret til individene som studeres blir forandret.

En annen forskning som kan bidra til økt forståelse for venns­kaps­for­mas­jon er gjennomføring av personlighetstester eller andre tester blant gode venner. Etter at testene er gjennomført, vil det være mulig å sammenligne resultatene mellom de gode vennene med en kontrollgruppe av tilfeldige personer som ikke har dannet et vennskap. Dette vil gi et godt utgangspunkt for å analysere kvantitativt om det finnes likheter eller ulikheter i forhold til ulike faktorer blant venner, og hvilke faktorer som eventuelt i større grad kan predikere vennskap.

5.10 Praktiske implikasjoner

Denne studien innehar også noen praktiske implikasjoner for ulike interessegrupper. Studien vil ha implikasjoner for bedrifter og organisasjoner. For casebedriften og sosiale medier plattformer som har til hensikt å danne vennskap eller å opprettholde vennskap, har vi pekt på sentrale faktorer brukerne ser etter i starten av den nettbaserte interaksjonen. Dette er blant annet faktorer som felles interesser, like demografiske faktorer og gode bilder, og disse bedriftene bør vurdere å implementere eller tydeliggjøre disse faktorene. Vi har også sett på hva som skal til for å gå videre fra en online interaksjon. Faktorene som vi har påpekt som viktige i denne overgangen vil være spesielt relevant for bedrifter der formålet er å danne en relasjon i virkeligheten. Videre har studien også implikasjoner for andre organisasjoner. Som nevnt er vennskap knyttet til bedre lagprestasjon i bedriften (Kratzer et al., 2005), og kan gjøre organisatoriske endringer lettere å iverksette (McGrath & Krackhardt, 2003). På den måten vil bedrifter som legger til rette for gode vennskap innad i bedriften kunne høste store fordeler.

Funnene våre vil også ha implikasjoner for vanlige mennesker som er på utkikk etter gode vennskap. Studien vil for eksempel kunne hjelpe personer med å raskere vurdere muligheten for å forme vennskap med ulike individer basert på likheter og felles interesser. Samtidig kan funnene hjelpe mennesker som har vanskeligheter med å skaffe seg venner, gjennom å fremheve faktorer de kan forbedre seg på for å øke sannsynligheten for å danne gode vennskap. Dette er eksempelvis egenskaper som å vise mer interesse, være åpen, drive med selvavsløring og å

tilegne seg gjensidighet i vennskapet. På bakgrunn av at vennskap er en sentral faktor for å bidra til bedre livskvalitet (Helliwell et al., 2013), og redusere symptomer på depresjon (Holt-Lunstad et al., 2010), mener vi at denne studien vil kunne hjelpe enkeltpersoner å oppnå et lykkeligere liv generelt.

6. Konklusjon

I denne studien har vi gjennom en kvalitativ tilnærming undersøkt hvordan gode relasjoner skapes og identifisert sentrale faktorer for vennskspsformasjon. Studien har tatt utgangspunkt i en reell case og har hatt som hensikt å besvare følgende forskningsspørsmål:

- *Hvordan skapes gode relasjoner, og hva skal til for å ville gå videre i en relasjon?*

Et av de tydeligste funnene i studien er at respondentene ønsker at det skal være likhet mellom seg selv og motparten. Dette ønsket kommer frem i form av like interesser, like personlighetstrekk, like demografiske faktorer, noen som ligner på seg selv, har samme motivasjon for vennskapet og en person som gir like mye i form av gjensidighet. I denne studien identifiserer vi følgende fem hovedfaktorer for vennskspsformasjon: *felles interesser, individuelle attributter, åpenhet og selvavsløring, gjensidighet og situasjonsfaktorer*. Innenfor individuelle attributter inngår tre faktorer: alder og kjønn, attraktivitet og personlige egenskaper. De ovennevnte faktorene finner vi til å være sentrale for å ønske og videreutvikle en relasjon og danne et godt vennskap.

Studien viser at ved online interaksjon vektlegger respondentene faktorer som felles interesser og alder, kjønn og attraktivitet mest. Disse faktorene er sentrale for å initiere kontakt med en ukjent person online og er viktig tidlig i relasjonen. Faktorene beskrives gjerne som en «godkjenningsport», som må være til stede for at vedkommende skal vurdere å innlede kontakt. Respondentene anser likhet i form av felles interesser mellom seg selv og motparten som betydningsfullt for å danne et godt vennskap. Like interesser er vesentlig, ettersom det legger til rette for gode samtaler og aktiviteter de kan gjøre sammen. Det trekkes frem at majoriteten av respondentene foretrekker at vedkommende har tilsvarende alder og er av samme kjønn som seg selv. I tillegg trekkes attraktivitet frem som en betydelig faktor. Det kan virke som om respondentene har en tendens til å assosiere attraktive mennesker med ulike ønskelige personlige egenskaper og at de foretrekker noen som ligner litt på seg selv.

Når relasjonen derimot beveger seg mot fysisk interaksjon og partene befinner seg lengre ut i vennskspsformasjonen, tyder studiens resultater på at personlige egenskaper, åpenhet og

selvavsløring, gjensidighet og situasjonsfaktorer er faktorer som blir viktigere. Disse faktorene fremgår også som mest avgjørende når det gjelder den mer langsiktige utviklingen av et godt vennskap. Respondentene beskriver at de ser etter venner som er likesinnede, snille og hyggelige. Vi finner at individer med personlighetstrekk som føltes forenlige med eller like deres egen, hadde størst sannsynlighet for å bli valgt som venn. Åpenhet og selvavsløring har stor betydning for at individet skal ønske å gå videre med relasjonen etter det første møtet. Dette kan forklares med at det tilrettelegger for å komme nærmere inn på hverandre, øker graden av intimitet og gjør interaksjonen hyggeligere. Studien peker mot at selvavsløring er forbundet med bedre vennskapskvalitet.

Resultatet indikerer at gjensidighet er viktig for at man skal føle at motparten er interessert i å bli kjent med deg og for å videreutvikle et vennskap. Funnene antyder at dersom partene investerer like mye i form av mengde, tidsbruk og innsats, vil det øke sannsynligheten for å danne et vennskap. Den siste faktoren som viser seg å være viktig for å kunne danne gode vennskap er situasjonsfaktorer. Det fremgår blant annet av resultatene at et vennskap må prioriteres dersom man skal kunne danne og opprettholde en god relasjon. I tillegg er det svært hensiktsmessig å ha jevnlig kontakt, både fysisk og over sosiale medier. Dette er betydningsfullt ettersom det tillater partene å tilegne seg mer informasjon om motparten og gir muligheten til å dele felles opplevelser. Det viser seg dessuten å være sentralt at partene har lik motivasjon, forventninger og ambisjoner for vennskapet.

Ved å ta for oss hele relasjonsdannelsen, fra ukjent til bekjent til venner, viser resultatene at hvilke faktorer som er sentrale for dannelsen av gode vennskap endrer seg gjennom hele forløpet av vennsksformasjonen. Samlet sett ser det ut til at personer som deler en rekke likheter er mer sannsynlig til å danne og opprettholde vennskap. Dette kan antyde at like barn leker best.

7. Litteraturliste

- Albright, L., Kenny, D. A., & Malloy, T. E. (1988). Consensus in personality judgments at zero acquaintance. *Journal of personality and social psychology*, 55(3), 387.
- Allport, G. W. (1937). *Personality: A psychological interpretation*. Holt.
- Altman, I., & Taylor, D. A. (1973). *Social penetration: The development of interpersonal relationships*. Holt, Rinehart & Winston.
- Ames, D. R., Kammrath, L. K., Suppes, A., & Bolger, N. (2010). Not so fast: The (not-quite-complete) dissociation between accuracy and confidence in thin-slice impressions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36(2), 264-277.
- Andersen, E. (2020). *Flere bor alene*. Ssb.no. Hentet 6. desember 2021 fra URL: <https://www.ssb.no/befolkning/artikler-og-publikasjoner/flere-bor-alene>
- APA Dictionary of Psychology. (2014). *APA Dictionary of Psychology*. Apa.org. Hentet 10. november 2021 fra URL: <https://dictionary.apa.org/social-skills>
- Aron, A., Melinat, E., Aron, E. N., Vallone, R. D., & Bator, R. J. (1997). The experimental generation of interpersonal closeness: A procedure and some preliminary findings. *Personality and social psychology bulletin*, 23(4), 363-377.
- Ashton, M. C., Lee, K., & De Vries, R. E. (2014). The HEXACO honesty-humility, agreeableness, and emotionality factors: A review of research and theory. *Personality and Social Psychology Review*, 18(2), 139-152.
- Back, M. D., Schmukle, S. C., & Egloff, B. (2011). A closer look at first sight: Social relations lens model analysis of personality and interpersonal attraction at zero acquaintance. *European Journal of Personality*, 25(3), 225-238.
- Bahns, A. J., Pickett, K. M., & Crandall, C. S. (2012). Social ecology of similarity: Big schools, small schools and social relationships. *Group Processes & Intergroup Relations*, 15(1), 119-131.

- Bargh, J. A., McKenna, K. Y., & Fitzsimons, G. M. (2002). Can you see the real me? Activation and expression of the "true self" on the Internet. *Journal of social issues*, 58(1), 33-48.
- Barstad, A. (2021). *Blir vi stadig mer ensomme?* Ssb.no. Hentet 6. Desember 2021 fra URL: <https://www.ssb.no/sosiale-forhold-og-kriminalitet/artikler-og-publikasjoner/blir-vi-stadig-mer-ensomme>
- Bauer, C., & Schiffinger, M. (2015). Self-disclosure in online interaction: a meta-analysis. In *2015 48th Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 3621-3630). IEEE.
- Berg, J. H. (1984). Development of friendship between roommates. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(2), 346.
- Berg, J. H., & Clark, M. S. (1986). Differences in social exchange between intimate and other relationships: Gradually evolving or quickly apparent?. In *Friendship and social interaction* (pp. 101-128). Springer, New York, NY.
- Berscheid, E., Graziano, W., Monson, T., & Dermer, M. (1976). Outcome dependency: Attention, attribution, and attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34(5), 978.
- Blackman, M. C., & Funder, D. C. (1998). The effect of information on consensus and accuracy in personality judgment. *Journal of Experimental Social Psychology*, 34(2), 164-181.
- Boase, J., & Wellman, B. (2006). Personal relationships: On and off the Internet. *The Cambridge handbook of personal relationships*, 8, 709-723.
- Boer, D., Fischer, R., Strack, M., Bond, M. H., Lo, E., & Lam, J. (2011). How shared preferences in music create bonds between people: Values as the missing link. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37(9), 1159-1171.
- Borkenau, P., Brecke, S., Möttig, C., & Paelecke, M. (2009). Extraversion is accurately perceived after a 50-ms exposure to a face. *Journal of research in personality*, 43(4), 703-706.

- Bornstein, R. F. (1989). Exposure and affect: overview and meta-analysis of research, 1968–1987. *Psychological bulletin*, *106*(2), 265.
- Bornstein, R. F., & D’Agostino, P. R. (1992). Stimulus recognition and the mere exposure effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, *63*, 545–552.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, *3*(2), 77-101.
- Buhrmester, D. (1990). Intimacy of friendship, interpersonal competence, and adjustment during preadolescence and adolescence. *Child development*, *61*(4), 1101-1111.
- Byrne, D. (1997). An overview (and underview) of research and theory within the attraction paradigm. *Journal of Social and Personal Relationships*, *14*(3), 417-431.
- Campbell, K., Holderness, N., & Riggs, M. (2015). Friendship chemistry: An examination of underlying factors. *The Social science journal*, *52*(2), 239-247.
- Campbell, K., Nelson, J., Parker, M. L., & Johnston, S. (2018). Interpersonal chemistry in friendships and romantic relationships. *Interpersona: An International Journal on Personal Relationships*, *12*(1), 34.
- Caplan, S. E. (2006). Relations among loneliness, social anxiety, and problematic Internet use. *CyberPsychology & behavior*, *10*(2), 234-242.
- Carney, D. R., Colvin, C. R., & Hall, J. A. (2007). A thin slice perspective on the accuracy of first impressions. *Journal of Research in Personality*, *41*(5), 1054-1072.
- Carrasco, J. A., Hogan, B., Wellman, B., & Miller, E. J. (2008). Agency in social activity interactions: The role of social networks in time and space. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, *99*(5), 562-583.
- Cemalcilar, Z., Baruh, L., Kezer, M., Kamiloglu, R. G., & Nigdeli, B. (2018). Role of personality traits in first impressions: An investigation of actual and perceived personality similarity effects on interpersonal attraction across communication modalities. *Journal of Research in Personality*, *76*, 139-149.

- Chambers, D. (2013). *Social media and personal relationships: Online intimacies and networked friendship*. Springer.
- Chamie, J. *The Rise of One-Person Households*. (2017). Inter Press Service. Hentet 6 desember fra: <http://www.ipsnews.net/2017/02/the-rise-of-one-person-households/>
- Chan, D. K. S., & Cheng, G. H. L. (2004). A comparison of offline and online friendship qualities at different stages of relationship development. *Journal of Social and Personal Relationships*, 21(3), 305-320.
- Christoffersen, L., Johannessen, A., & Tufte, P. A. (2011). *Forskningsmetode for økonomiskadministrative fag*. (3.utgave). Bergen, Norge: Abstrakt Forlag.
- Clark, R. A., Dockum, M., Hazeu, H., Huang, M., Luo, N., Ramsey, J., & Spyrou, A. (2004). Initial encounters of young men and women: Impressions and disclosure estimates. *Sex Roles*, 50(9), 699-709.
- Collins, N. L., & Miller, L. C. (1994). Self-disclosure and liking: a meta-analytic review. *Psychological bulletin*, 116(3), 457.
- Coombs, R. H. (1966). Value consensus and partner satisfaction among dating couples. *Journal of Marriage and the Family*, 166-173.
- Correa, T., Hinsley, A. W., & De Zuniga, H. G. (2010). Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in human behavior*, 26(2), 247-253.
- Darley, J. M., & Berscheid, E. (1967). Increased liking as a result of the anticipation of personal contact. *Human Relations*, 20(1), 29-40.
- Davis, D., & Perkowski, W. T. (1979). Consequences of responsiveness in dyadic interaction: Effects of probability of response and proportion of content-related responses on interpersonal attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(4), 534.
- Davis, K. (2012). Friendship 2.0: Adolescents' experiences of belonging and self-disclosure online. *Journal of adolescence*, 35(6), 1527-1536.

- Davison, K. P., Pennebaker, J. W., & Dickerson, S. S. (2000). Who talks? The social psychology of illness support groups. *American Psychologist*, 55(2), 205.
- De nasjonale forskningsetiske komiteene. (2018). *Hvem er vi og hva gjør vi?* Hentet 28. oktober 2021 fra URL:
<https://www.forskningsetikk.no/om-oss/hvem-er-vi/>
- De Vogli, R., Chandola, T., & Marmot, M. G. (2007). Negative aspects of close relationships and heart disease. *Archives of Internal Medicine*, 167, 1951–1957. doi:
10.1001/archinte.167.18.1951
- Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of personality and social psychology*, 24(3), 285.
- Donchi, L., & Moore, S. (2004). It's a boy thing: The role of the Internet in young people's psychological wellbeing. *Behaviour Change*, 21(2), 76-89.
- Doroszuk, M., Kupis, M., & Czarna, A. Z. (2019). Personality and Friendships. *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*.
- Dotan, H. (2009). Workplace friendships: origins and consequences for managerial effectiveness. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2009, No. 1, pp. 1-6). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
- Eastwick, P. W., Luchies, L. B., Finkel, E. J., & Hunt, L. L. (2014). The predictive validity of ideal partner preferences: a review and meta-analysis. *Psychological bulletin*, 140(3), 623.
- Emerson, R. M. (1976). Social exchange theory. *Annual Review of Sociology*, 2, 335-362.
- Fehr, B. (2008). Friendship formation. In S. Sprecher, A. Wenzel, & J. Harvey (Eds.), *Handbook of relationship initiation* (pp. 29–54). Psychology Press.
- Finaccord. (2017). *Global Expatriates: Size, Segmentation and Forecast for the Worldwide Market*. Finaccord.com. Hentet 9. desember 2021 fra URL:

<https://www.finaccord.com/Home/About-Us/Press-Releases/Global-Expatriates-Size,-Segmentation-and-Forecas>

- Fingerman, K. L., Brown, B. B., & Blieszner, R. (2011). Informal ties across the life span: Peers, consequential strangers, and people we encounter in daily life.
- Fournet, J., & Barrat, A. (2014). Contact patterns among high school students. *PloS one*, *9*(9), e107878.
- Franken, A., Keijsers, L., Dijkstra, J. K., & Ter Bogt, T. (2017). Music preferences, friendship, and externalizing behavior in early adolescence: A SIENA examination of the music marker theory using the SNARE study. *Journal of youth and adolescence*, *46*(8), 1839-1850.
- Friedman, H. S., Riggio, R. E., & Casella, D. F. (1988). Nonverbal skill, personal charisma, and initial attraction. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *14*(1), 203-211.
- Gable, S. L., Gosnell, C. L., Maisel, N. C., & Strachman, A. (2012). Safely testing the alarm: Close others' responses to personal positive events. *Journal of personality and social psychology*, *103*(6), 963.
- Gifford-Smith, M. E., & Brownell, C. A. (2003). Childhood peer relationships: Social acceptance, friendships, and peer networks. *Journal of school psychology*, *41*(4), 235-284.
- Goldstein, N. J., & Cialdini, R. B. (2007). The spyglass self: a model of vicarious self-perception. *Journal of personality and social psychology*, *92*(3), 402.
- Gouldner, H., & Strong, M. S. (1987). *Speaking of friendship: Middle-class women and their friends*. New York: Greenwood Press.
- Greene, K., Derlega, V. J., & Mathews, A. (2006). Self-disclosure in personal relationships. *The Cambridge handbook of personal relationships*, 409-427.
- Hall, J. A. (2012). Friendship standards: The dimensions of ideal expectations. *Journal of Social and Personal Relationships*, *29*(7), 884-907.

- Hall, J. A., & Davis, D. C. (2017). Proposing the communicate bond belong theory: Evolutionary intersections with episodic interpersonal communication. *Communication Theory*, 27(1), 21-47.
- Hall, J. A. (2019). How many hours does it take to make a friend?. *Journal of social and personal relationships*, 36(4), 1278-1296.
- Hartup, W. W. (1993). Adolescents and their friends. *New directions for child and adolescent development*, 1993(60), 3-22.
- Helliwell, J., F. Layard, R., Sachs, J. (2013). World happiness report 2013. *New York, NY: UN Sustainable Development Solutions Network*, 54-79.
- Henderson, S., & Gilding, M. (2004). 'I've never clicked this much with anyone in my life': trust and hyperpersonal communication in online friendships. *New media & society*, 6(4), 487-506.
- Hian, L. B., Chuan, S. L., Trevor, T. M. K., & Detenber, B. H. (2004). Getting to know you: Exploring the development of relational intimacy in computer-mediated communication. *Journal of computer-mediated communication*, 9(3), JCMC935.
- Higgins, E. T., & Bargh, J. A. (1987). Social cognition and social perception. *Annual review of psychology*, 38(1), 369-425.
- Hitsch, G. J., Hortaçsu, A., & Ariely, D. (2006). What makes you click? Mate preferences and matching outcomes in online dating.
- Hohmann, L., Wyndol, F., Berger, L. (2017). *friendship*. *Encyclopedia Britannica*. Hentet 10. november 2021 fra URL:
<https://www.britannica.com/topic/friendship>
- Holt-Lunstad, J., Smith, T. B., & Layton, J. B. (2010). Social relationships and mortality risk: A metaanalytic review. *PLoS Medicine*, 7, e1000316. doi: 10.1371/journal.pmed.1000316
- Holt-Lunstad, J. (2017). Friendship and health. *The psychology of friendship*, 233-248.

- Horrigan, J. B., Boase, J., Rainie, L., & Wellman, B. (2006). The strength Of Internet ties: The Internet and email aid users in maintaining their social networks and provide pathways to help when people face big decisions. *Pew Internet and American Life Project*.
- Horton, R. S. (2003). Similarity and attractiveness in social perception: Differentiating between biases for the self and the beautiful. *Self and Identity*, 2(2), 137-152.
- Huang, S. A., Ledgerwood, A., & Eastwick, P. W. (2020). How do ideal friend preferences and interaction context affect friendship formation? Evidence for a domain-general relationship initiation process. *Social Psychological and Personality Science*, 11(2), 226-235.
- Hudson, N. W., Lucas, R. E., & Donnellan, M. B. (2020). Are we happier with others? An investigation of the links between spending time with others and subjective well-being. *Journal of personality and social psychology*, 119(3), 672.
- Ilmarinen, V. J., Lönnqvist, J. E., & Paunonen, S. (2016). Similarity-attraction effects in friendship formation: Honest platoon-mates prefer each other but dishonest do not. *Personality and Individual Differences*, 92, 153-158.
- Jacobson, A. S., Trivers, R., & Palestis, B. G. (2020). Number of friends and self-perception among Jamaican children: the role of attractiveness and fluctuating asymmetry. *Journal of biosocial science*, 52(2), 184-197.
- Joinson, A. N. (2001). Knowing me, knowing you: Reciprocal self-disclosure in Internet-based surveys. *CyberPsychology & Behavior*, 4(5), 587-591.
- Joinson, A. N., & Paine, C. B. (2007). Self-disclosure, privacy and the Internet. *The Oxford handbook of Internet psychology*, 2374252.
- Kalyva, E., & Avramidis, E. (2005). Improving communication between children with autism and their peers through the ‘Circle of Friends’: a small-scale intervention study. *Journal of applied research in intellectual disabilities*, 18(3), 253-261.
- Kern, M. L., Della Porta, S. S., & Friedman, H. S. (2014). Lifelong pathways to longevity: Personality, relationships, flourishing, and health. *Journal of personality*, 82(6), 472-484.

- Knight, J. A., & Vallacher, R. R. (1981). Interpersonal engagement in social perception: The consequences of getting into the action. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40(6), 990.
- Koesten, J. (2004). Family communication patterns, sex of subject, and communication competence. *Communication Monographs*, 71(2), 226-244.
- Kratzer, J., Leenders, R. T. A., & Van Engelen, J. M. (2005). Informal contacts and performance in innovation teams. *International Journal of Manpower*.
- Laakasuo, M., Rotkirch, A., Berg, V., & Jokela, M. (2017). The company you keep: Personality and friendship characteristics. *Social Psychological and Personality Science*, 8(1), 66-73.
- Langlois, J. H., Kalakanis, L., Rubenstein, A. J., Larson, A., Hallam, M., & Smoot, M. (2000). Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretical review. *Psychological bulletin*, 126(3), 390.
- Lassiter, G. D., & Briggs, M. A. (1990). Effect of Anticipated Interactions on Liking: An Individual Difference Analysis. *Journal of Social Behavior and Personality*, 5(5), 357.
- Leary, M. R. (1983). A brief version of the Fear of Negative Evaluation Scale. *Personality and social psychology bulletin*, 9(3), 371-375.
- Lemay Jr, E. P., Clark, M. S., & Greenberg, A. (2010). What is beautiful is good because what is beautiful is desired: Physical attractiveness stereotyping as projection of interpersonal goals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36(3), 339-353.
- Li, X., Chen, W., & Popiel, P. (2015). What happens on Facebook stays on Facebook? The implications of Facebook interaction for perceived, receiving, and giving social support. *Computers in human behavior*, 51, 106-113.
- Lincoln, Y. S. & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Lonsdale, A. J., & North, A. C. (2009). Musical taste and ingroup favouritism. *Group Processes & Intergroup Relations*, 12(3), 319-327.

- Lykes, V. A., & Kimmelmeier, M. (2014). What predicts loneliness? Cultural difference between individualistic and collectivistic societies in Europe. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 45*(3), 468-490.
- McCown, J. A., Fischer, D., Page, R., & Homant, M. (2001). Internet relationships: People who meet people. *CyberPsychology & Behavior, 4*(5), 593-596.
- McGrath, C., & Krackhardt, D. (2003). Network conditions for organizational change. *The Journal of Applied Behavioral Science, 39*(3), 324-336.
- McKenna, K. Y., & Bargh, J. A. (2000). Plan 9 from cyberspace: The implications of the Internet for personality and social psychology. *Personality and social psychology review, 4*(1), 57-75.
- McKenna, K. Y., Green, A. S., & Gleason, M. E. (2002). Relationship formation on the Internet: What's the big attraction?. *Journal of social issues, 58*(1), 9-31.
- McKenna, K. Y., Buffardi, L., & Seidman, G. (2005). Self-presentation to friends and strangers online. *Internet and personality, 176-189*.
- McKenna, K., Y., A. (2008). MySpace or Your Place: Relationship Initiation and Development in the Wired and Wireless World. In S. Sprecher, A. Wenzel, & J. Harvey (Eds.), *Handbook of relationship initiation* (pp. 29–54). Psychology Press.
- McPherson, M., Smith-Lovin, L., & Cook, J. M. (2001). Birds of a feather: Homophily in social networks. *Annual review of sociology, 27*(1), 415-444.
- Mendelson, M. J., & Kay, A. C. (2003). Positive feelings in friendship: Does imbalance in the relationship matter?. *Journal of Social and Personal Relationships, 20*(1), 101-116.
- Meskin, A., Phelan, M., Moore, M., & Kieran, M. (2013). Mere exposure to bad art. *British Journal of Aesthetics, 53*(2), 139-164.
- Miritello, G., Moro, E., Lara, R., Martínez-López, R., Belchamber, J., Roberts, S. G., & Dunbar, R. I. (2013). Time as a limited resource: Communication strategy in mobile phone networks. *Social networks, 35*(1), 89-95.

- Morahan-Martin, J., & Schumacher, P. (2003). Loneliness and social uses of the Internet. *Computers in human behavior*, 19(6), 659-671.
- NESH, Den nasjonale forskningsetiske komité for samfunnsvitenskap og humaniora. (2016). *Forskningsetiske retningslinjer for samfunnsvitenskap, humaniora, juss og teologi*. Hentet 28. oktober 2021 fra URL: <https://www.etikkom.no/forskningsetiskeretningslinjer/Samfunnsvitenskap-jus-og-humaniora/>
- NSCC, Norwegian Smart Care Cluster. (U.å). *Friendr vil bekjempe ensomhet med vennskap*. Hentet 7. november 2021 fra URL: <https://www.smartcarecluster.no/aktuelt/2021/2/friendr-vil-bekjempe-ensomhet-med-vennskap>
- Odaci, H., & Kalkan, M. (2010). Problematic Internet use, loneliness and dating anxiety among young adult university students. *Computers & Education*, 55(3), 1091-1097.
- Olson, I. R., & Marshuetz, C. (2005). Facial attractiveness is appraised in a glance. *Emotion*, 5(4), 498.
- Parks, M. R., & Floyd, K. (1996). Making friends in cyberspace. *Journal of computer-mediated communication*, 1(4), JCMC144.
- Pathak, V., Jena, B., & Kalra, S. (2013). Qualitative research. *Perspectives in clinical research*, 4(3).
- Paulhus, D. L. (2014). Toward a taxonomy of dark personalities. *Current Directions in Psychological Science*, 23(6), 421-426.
- Perry, S. L. (2013). Are interracial daters more supportive of same-sex unions?. *The Social Science Journal*, 50(2), 252-256.
- Peter, J., Valkenburg, P. M., & Schouten, A. P. (2005). Developing a model of adolescent friendship formation on the Internet. *CyberPsychology & Behavior*, 8(5), 423-430.

- Pinel, E. C., & Long, A. E. (2012). When I's meet: Sharing subjective experience with someone from the outgroup. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38(3), 296-307.
- Pontes, H. M., Griffiths, M. D., & Patrão, I. M. (2014). Internet addiction and loneliness among children and adolescents in the education setting: an empirical pilot study. *Aloma: Revista de Psicologia, Ciències de l'Educació i de l'Esport*, 32(1).
- Pressman, S. D., Cohen, S., Miller, G. E., Barkin, A., Rabin, B. S., & Treanor, J. J. (2005). Loneliness, social network size, and immune response to influenza vaccination in college freshmen. *Health Psychology*, 24(3), 297.
- Rawlins, W. K. (1992). *Friendship matters: Communication, dialectics, and the life course*. New York: Aldine de Gruyter.
- Reeder, H. M. (2003). The effect of gender role orientation on same-and cross-sex friendship formation. *Sex Roles*, 49(3), 143-152.
- Reis, H. T., Clark, M. S., & Holmes, J. G. (2004). Perceived Partner Responsiveness as an Organizing Construct in the Study of Intimacy and Closeness. In D. J. Mashek & A. P. Aron (Eds.), *Handbook of closeness and intimacy* (pp. 201–225). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Reis, H., Lyubomirsky, S., & Regan, A. (2021). Interpersonal Chemistry: What Is It, How Does It Emerge, and How Does It Operate? *Perspectives on Psychological Science*.
- Ridder, H. G., Hoon, C., & Mccandless Baluch, A. (2014). Entering a dialogue: Positioning case study findings towards theory. *British Journal of Management*, 25(2), 373-387.
- Ritchie, K. L., Palermo, R., & Rhodes, G. (2017). Forming impressions of facial attractiveness is mandatory. *Scientific Reports*, 7(1), 1-8.
- Roberts, S. G., & Dunbar, R. I. (2011). The costs of family and friends: an 18-month longitudinal study of relationship maintenance and decay. *Evolution and Human Behavior*, 32(3), 186-197.

- Rusbult, C. E., & Buunk, B. P. (1993). Commitment processes in close relationships: An interdependence analysis. *Journal of social and personal relationships, 10*(2), 175-204
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). Research methods for business students (8. utgave). Harlow: Pearson Education.
- Selfhout, M., Burk, W., Branje, S., Denissen, J., Van Aken, M., & Meeus, W. (2010). Emerging late adolescent friendship networks and Big Five personality traits: A social network approach. *Journal of personality, 78*(2), 509-538.
- Shah, P. P., Bechara, J. P., Kolars, J., Drefahl, M., LaRusso, N., Wood, D., & Spurrier, B. (2014). Temporal elements in career selection decisions: An archival study investigating career decisions in medicine. *Organization Science, 25*(1), 245-261.
- Shaver, P., Furman, W., & Buhrmester, D. (1985). Transition to college: Network changes, social skills, and loneliness. In S. Duck & D. Perlman (Eds.), *Understanding personal relationships: An interdisciplinary approach* (pp. 193–219). Sage Publications, Inc.
- Shaw, J. I., & Steers, W. N. (1996). Effects of perceiver sex, search goal, and target person attributes on information search in impression formation. *Journal of Social Behavior and Personality, 11*(5), 209.
- Shelton, J. N., Trail, T. E., West, T. V., & Bergsieker, H. B. (2010). From strangers to friends: The interpersonal process model of intimacy in developing interracial friendships. *Journal of Social and Personal Relationships, 27*(1), 71-90.
- Shimizu, H., Nakashima, K. I., & Morinaga, Y. (2019). The role of individual factors in friendship formation: Considering shyness, self-esteem, social skills, and defensive pessimism. *Japanese Psychological Research, 61*(1), 47-56.
- Sias, P. M., Heath, R. G., Perry, T., Silva, D., & Fix, B. (2004). Narratives of workplace friendship deterioration. *Journal of Social and Personal relationships, 21*(3), 321-340.
- Sibley, C. G., & Duckitt, J. (2008). Personality and prejudice: A meta-analysis and theoretical review. *Personality and Social Psychology Review, 12*(3), 248-279.

- Simpson, J. A., Fletcher, G. J., & Campbell, L. (2001). The structure and function of ideal standards in close relationships. *Blackwell handbook of social psychology: Interpersonal processes*, 86-106.
- Snijders, T. A., Van de Bunt, G. G., & Steglich, C. E. (2010). Introduction to stochastic actor-based models for network dynamics. *Social networks*, 32(1), 44-60.
- Solo Traveler. (2021). *Solo Travel Statistics and Data: 2021*. Hentet 9. desember 2021 fra URL: <https://solotravelerworld.com/about/solo-travel-statistics-data/>
- Sprecher, S., Treger, S., Wondra, J. D., Hilaire, N., & Wallpe, K. (2013). Taking turns: Reciprocal self-disclosure promotes liking in initial interactions. *Journal of Experimental Social Psychology*, 49(5), 860-866.
- Statista. (2021). *Most popular social networks worldwide as of October 2021, ranked by number of active users*. Published by: We Are Social, & Hootsuite, & DataReportal. Hentet 14. desember 2021 fra URL: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Thagaard, T. (2013). *Systematikk og innlevelse: en innføring i kvalitativ metode*. (4. utg.). Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.
- Todorov, A., Pakrashi, M., & Oosterhof, N. N. (2009). Evaluating faces on trustworthiness after minimal time exposure. *Social Cognition*, 27(6), 813-833.
- Todorov, A., Olivola, C. Y., Dotsch, R., & Mende-Siedlecki, P. (2015). Social attributions from faces: Determinants, consequences, accuracy, and functional significance. *Annual review of psychology*, 66, 519-545.
- Toma, C. L., & Hancock, J. T. (2010). Looks and lies: The role of physical attractiveness in online dating self-presentation and deception. *Communication Research*, 37(3), 335-351.
- Tsai, M. C. (2006). Sociable resources and close relationships: Intimate relatives and friends in Taiwan. *Journal of Social and Personal Relationships*, 23(1), 151-169.

- Tyler, T. R. (2002). Is the Internet changing social life? It seems the more things change, the more they stay the same. *Journal of social issues*, 58(1), 195-205.
- Uchino, B. N. (2006). Social support and health: A review of physiological processes potentially underlying links to disease outcomes. *Journal of Behavioral Medicine*, 29, 377–387. doi: 10.1007/s10865-006-9056-5
- Utz, S. (2015). The function of self-disclosure on social network sites: Not only intimate, but also positive and entertaining self-disclosures increase the feeling of connection. *Computers in Human Behavior*, 45, 1-10.
- Varrella, S. (2021). *Loneliness among adults worldwide by country 2021*. Statista. Hentet 6 desember 2021 fra 2021: <https://www.statista.com/statistics/1222815/loneliness-among-adults-by-country/>
- Veenstra, R., Dijkstra, J. K., Steglich, C., & Van Zalk, M. H. (2013). Network–behavior dynamics. *Journal of research on adolescence*, 23: 399-412.
- Vittengl, J. R., & Holt, C. S. (2000). Getting acquainted: The relationship of self-disclosure and social attraction to positive affect. *Journal of Social and Personal Relationships*, 17(1), 53-66.
- Walle. (2015). *Qualitative Research in Business: A Practical Overview*. New Castle Upon Thyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication research*, 23(1), 3-43.
- Wellman, B. (1997). An electronic group is virtually a social network. *Culture of the Internet*, 4, 179-205.
- Whitty, M. T., & Carr, A. N. (2006). *Cyberspace romance: The psychology of online relationships*. Palgrave Macmillan.
- Willis, J., & Todorov, A. (2006). First impressions: Making up your mind after a 100-ms exposure to a face. *Psychological science*, 17(7), 592-598.

Wilson, R. E., Harris, K., & Vazire, S. (2015). Personality and friendship satisfaction in daily life: Do everyday social interactions account for individual differences in friendship satisfaction?. *European Journal of Personality*, 29(2), 173-186.

Yin, R.K. (2018) *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th edn). London: Sage.

Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of personality and social psychology*, 9(2p2), 1.

Zhang, R. (2017). The stress-buffering effect of self-disclosure on Facebook: An examination of stressful life events, social support, and mental health among college students. *Computers in Human Behavior*, 75, 527-537.

8. Vedlegg

Vedlegg A: Intervjuguide

A: Introduksjon

- Takk for at du ønsker å delta på denne studien!
- Vi kan starte med å introdusere oss selv: Jeg heter Marita og med meg har jeg Jørgen. Vi er to studenter som går siste året på masterstudiet på NHH. Det er i hovedsak jeg som vil holde intervjuet i dag, men Jørgen vil gjerne komme med et par oppfølgende spørsmål underveis.
- Formålet med studien er å undersøke hvordan gode relasjoner skapes og vil være et viktig bidrag til forskningsfeltet.
- Intervjuet vil vare i 30-45 minutter.
- All informasjon som fremkommer av intervjuet, vil anonymiseres og behandles konfidensielt. Ved lagring av data vil vi sikre dette.
- Det er frivillig å delta i intervjuet. Du kan velge å avslutte intervjuet eller la være å svare på spørsmål dersom dette er ønskelig.
- For å sikre riktig gjengivelse av data vil vi benytte oss av lydopptak i dette intervjuet. Er dette i orden for deg?
- Noen spørsmål kan være litt krevende og ting du ikke tenker på til daglig, så det er helt lovt til å ta deg betenkningsstid.

B: Introduksjonsspørsmål

- Hvordan vil du beskrive deg selv som person?
- Kan du fortelle litt om dine hobbyer og interesser?
- Hva ser du etter i en person i VENN-appen?
- Hva er motivasjonen din for å bruke VENN-appen?
- Hvor lenge har du brukt VENN-appen?
- Hvor hyppig benytter du deg av appen?
- Hvordan opplever du det å danne nye relasjoner med mennesker?
- Hvordan tror du vennene dine vil beskrive deg som venn?

C: Fase 1 - Matchefasen

- Fortell hva som er viktig for deg når du velger å swipe til venstre eller høyre på en profil i appen?
 - Mulig oppfølgingsspørsmål: Er det noen spesifikke karakteristika du ser etter?
- Når du ser gjennom en ny profil, kan du forklare oss hvordan du går frem, og hvor lang tid du bruker før du vanligvis swiper?
- Kan du beskrive noe som gjør det mindre sannsynlig at du vil swipe?
- Kan du rangere disse utfra hva du tenker er viktigst og hva du ser mest på i en profil: bilder, bio, prosent, aktiviteter, interesser og demografiske faktorer (kjønn, alder, nasjonalitet, religion og bosted).

D: Fase 2 - Chattefasen

- Kan du fortelle hvordan du bruker chattefunksjonen?
- Kan du forklare hva som får deg til å ønske å gå videre med relasjonen? Hva skal til for at du skal ønske å møte en person?
- Hvor lenge pleier du å chatte med en person før dere eventuelt møtes?
- Er det noe spesielt du ser etter i den andre personen i denne fasen?
 - Mulig oppfølgingsspørsmål: Er det noen spesielle egenskaper eller personlighetstrekk du ser etter i den andre personen?
- Har du chattet med en person og så valgt å ikke gå videre med relasjonen?
- Kan du beskrive hva du tror er grunnen til dette?

E: Fase 3 - Møtefasen

- Hvor mange mennesker har du møtt gjennom appen?
- Hva har dere gjort når dere har møttes?
- Kan du fortelle hvilke inntrykk satt du igjen med etter møtene? (Både gode og dårlige).
- Fortell hva du synes er viktig i et godt møte?
 - Mulig oppfølgingsspørsmål: Hva som kjennetegner et dårlig møte?
- Kan du beskrive hvilke egenskaper og personlighetstrekk den andre personen har som gjør at du føler møte blir vellykket?

- Mulig oppfølgingsspørsmål: Er det noe spesielt du ser etter når du møter en person?

F: Fase 4 - Utviklingsfasen

- Har du fortsatt å møte en person etter det første møte?
- Hva var det som gjorde at du gikk videre og eventuelt utviklet et vennskap?
 - Mulig oppfølgingsspørsmål: Hva tenker du er viktig for at dere skal bygge en relasjon?
- Er det noen spesifikke karakteristikk eller interesser ved den andre personen som er viktig for å videreutvikle vennskapet?
- Kan du forklare hva god kjemi betyr i utvikling av vennskap?
- Hva tror du selv gjorde at du og personen du møtte i VENN-appen ble venner?

G: Avslutning

- Har du noe du ønsker å legge til eller utdype angående vennsksformasjon, som du tenker er relevant for studien vår?
- Har du spørsmål angående lagring av data eller hva dataen brukes til?
- Før vi avslutter, har du noen andre spørsmål?
- Tusen takk for at du ønsket å være med på intervjuet!

Sosiale relasjoner spiller en betydelig rolle for menneskers fysiske og mentale helse. Stadig flere føler seg ensomme globalt, og en stor del av verdens befolkning bor alene. Vennskap viser seg også å ha en tydelig effekt på arbeidsrelaterte utfall. Blant annet kan dette påvirke jobbengasjement- og tilfredshet, teamprestasjoner og gjennomføring av organisatoriske endringer. Til tross for viktigheten av vennskap, er helhetsforståelsen for hvordan vennskap dannes lite forstått. Med hensikt om å utforske dette fenomenet, har vi utformet følgende forskningsspørsmål:

- *Hvordan skapes gode relasjoner, og hva skal til for å ville gå videre i en relasjon?*

For å belyse forskningsspørsmålet har vi utført en kvalitativ casestudie av appen VENN. Vi har samlet inn data gjennom 12 semistrukturerte intervjuer med brukere av appen, for å oppnå økt innsikt i dannelsen av vennskap. I masterutredningen har vi tatt utgangspunkt i den naturlige progresjonen brukere av appen vil følge for å danne et vennskap: swipefasen, chattefasen, møtefasen og utviklingsfasen. Disse fasene tar for seg ulike stadier av relasjonen, og nærmere studier av disse fasene vil kunne gi oss en grundigere helhetsforståelse for hvilke faktorer som må være til stede for å utvikle et godt vennskap.

Studien identifiserer fem faktorer som er sentrale for å skape gode relasjoner; felles interesser, individuelle attributter, åpenhet og selvavsløring, gjensidighet og til slutt, situasjonsfaktorer. Funnene i studien tyder på at felles interesser og individuelle attributter, som alder, kjønn, og attraktivitet, er avgjørende for å initiere kontakt med en annen person. Disse faktorene danner en «godkjenningsport», som må være tilfredsstillende for å vurdere å initiere en relasjon ved online interaksjon. Individuelle attributter, åpenhet og selvavsløring, gjensidighet og situasjonsfaktorer er faktorer som viser seg å være mest betydningsfulle når relasjonen har gått over til fysisk interaksjon og partene har blitt bedre kjent. De sistnevnte faktorene ser ut til å være de mest verdifulle for å utvikle et langsiktig og godt vennskap.

SNF



Samfunns- og næringslivsforskning AS

Centre for Applied Research at NHH

Helleveien 30
NO-5045 Bergen
Norway

P +47 55 95 95 00
E snf@snf.no
W snf.no

Trykk: Allkopi Bergen