

“Time To BeReal!”

*En kvalitativ analys av hur unga vuxna hanterar
autenticitetsproblematiken på appen BeReal*



LUNDS
UNIVERSITET

Författare: Anna Swan & Marcus Nord

Institutionen för kommunikation och medier, Lunds universitet

Medie- och kommunikationsvetenskap

MKVK04, HT22

Handledare: Tobias Linné

Examinator: Fredrik Miegel

ABSTRACT

Sociala medier har en autenticitetsproblematik som kan leda till konsekvenser som psykisk ohälsa. Som en reaktion mot den tillrättalagda sociala mediekulturen som präglas av förskönat och redigerat innehåll lanserades appen BeReal. BeReal utmanar denna kultur genom en uppmaning om att man ska publicera i ögonblicket utan möjlighet till att använda redigeringsverktyg. Vi fokuserar på BeReal och problematiken kring bristen på autenticitet i traditionella sociala medier. Med fallstudie som analysmetod undersöks hur detta bemöts av användare på en app som ifrågasätter denna kultur och ifall de kommunicerar och porträtterar sig annorlunda jämfört med traditionella sociala medier. Studien grundar sig på empiriskt material från semistrukturerade intervjuer med användare av appen. Syftet med uppsatsen är att undersöka hur unga vuxna resonerar kring sitt användande av en app som ifrågasätter den rådande sociala mediekulturen, för att svara på hur autenticitetsproblematiken hanteras av användarna på BeReal.

Framställningen stämmer bättre överens med verkligheten på BeReal men vissa detaljer som kan anses negativa utesluts. Denna autenticitetsproblematik hanteras bland annat genom att använda sig av olika strategier för att presentera det förväntade på BeReal. Appen är ett symptom på autenticitetsproblematiken med det spirande missnöjet som finns av den osunda kultur som frodas på sociala medier. Undersökningen av hur denna diskussion hanteras och tas emot av användare har gett svar på att appen bidrar till en mer autentisk social mediemiljö. Trots att ett av de centrala syftena med BeReal är att motverka det icke autentiska så finns vissa tendenser som kan förklaras som uttryck från de traditionella sociala medierna. Den osunda sociala mediekulturen sipprar igenom på BeReal, trots en uttalad målsättning att motverka den tillrättalagda kulturen. Förändring sker således inte genom ett socialt medium i sig. Det är snarare en förändring i förhållningssättet till sociala medier som kan vara lösningen på autenticitetsproblematiken.

Nyckelord: app, autenticitet, BeReal, framställning, förväntningar, normer, offline, online, redigerat, sociala medier, social jämförelse, tillrättalagt, unga vuxna

Titel: "Time To BeReal!" *En kvalitativ analys av hur unga vuxna hanterar autenticitetsproblematiken på appen BeReal*

Författare: Anna Swan & Marcus Nord, författad vid Institutionen för kommunikation och medier, Lunds universitet

Innehållsförteckning

1.	En motreaktion mot andra sociala medier	1
2.	Forskningsöversikt	2
3.	Teoretiskt ramverk	5
	3.1. Det dramaturgiska perspektivet	5
	3.2 Autenticitet	7
	3.3. Identitetsskapande på sociala medier	8
4.	Metod	10
	4.1. Fallstudie	10
	4.2. Semistrukturerade intervjuer	11
	4.3. Urval och avgränsning	11
	4.3.1. Tillvägagångssätt	12
	4.4. Utvärdering av undersökningens kvalitet	12
	4.4.1 Forskningsetiska överväganden	13
5.	Analys	14
	5.1. En app som utmanar det redigerade materialet på sociala medierna	14
	5.2. Fast i jämförelsefällan	18
	5.3. Framställningar av jaget	21
	5.3.1. Till vem når materialet ut till?	25
	5.4 Normer och förväntningar på BeReal	27
	5.5. Strategier på BeReal	30
6.	Slutdiskussion	35
	6.1 Här för att stanna?	37
7.	Källförteckning	38
8.	Bilagor	42
	8.1 Intervjuguide	42

1. En motreaktion mot andra sociala medier

När notifikationen plingar till är det dags att ta en bild och då uppmanar appen med texten "Time To BeReal!". Ifall man laddar upp bilden utanför de tilldelade två minutrarna ser kontakterna hur sen man var och om omtagningar gjorts. Man kan inte heller se någon annans inlägg förens man har postat sitt egna inlägg och någon gång dagen efter försvinner allt. På samma sätt som andra sociala medier appar tillåter BeReal användarna att lägga till sina vänner. Appen är unik eftersom den inte är utformad för att man ska kunna sitta och scrolla i oändlighet som på andra sociala medier. BeReal är avsedd att endast användas i några minuter varje dag. Efter att man lagt upp sitt dagliga inlägg finns det inte så mycket mer man kan göra på appen förutom att interagera med sina vänner inlägg.

Som en motreaktion mot möjligheten att redigera sitt material i det sociala medielandskapet lanserades appen BeReal år 2020 av de franska entreprenörerna Kevin Perreau och Alexis Barreyat (Honkanen, 2022). BeReal är en social nätverksapplikation för smartphones där användarna vid ett gemensamt klockslag får en notifikation som uppmanar att ta en bild på sig själv och sin omgivning. Appens syfte är att ge användare en ofiltrerad inblick i varandras vardag. BeReals unika konkurrensfördel är att den inte ska bidra till den sociala press som finns på andra sociala plattformar. Appen beskrivs vara ett alternativ till andra sociala nätverk som bidrar till att man jämför sig med andra. En mer autentisk social miljö främjas och ingen möjlighet till filter och fotoeffekter ges, istället uppmuntras man undvika den förskönade föreställningen som kännetecknar sociala medier. Sociala medier utgör en stor del av unga vuxnas liv i Sverige. I 2022 års rapport om svenskarna och internet visade undersökningen att 100% av 90-00-talister använder internet på sin dator, surfplatta eller smartphone på daglig basis. Några av de mest använda apparna i den åldersgruppen är Snapchat, Facebook och Instagram (Svenskarna och internet, 2022).

BeReal har adderats till många unga vuxnas sociala medieanvändare. BeReals popularitet har ökat ihållande och nya användare tillkommer dagligen. Antal nedladdningar av appen har sedan början och mitten av år 2022 växt stadigt och i september 2022 laddades appen ner via Google Play Store och Apple App Store 14.7 miljoner gånger (Ceci, 2022c). Sen start har appen haft flest nedladdningar i USA följt av Frankrike och Storbritannien (Ceci, 2022b). En enkätstudie med BeRealanvändare från USA visade att cirka en tredjedel (34%) höll med om att BeReal var en autentisk sociala medier app. Samtidigt som över 50 procent av sociala medieanvändare i USA menar att deras användning av sociala medier överlag inte speglar deras liv offline. Det ska tilläggas att 36 procent var neutrala och 29

procent inte tyckte att BeReal var en autentisk app (Ceci, 2022a; Dixon, 2022). I USA är appen mest populär i åldrarna 18-24, främst bland kvinnor (Ceci, 2022a). Att appen ska vara autentisk och den ökande populariteten med fler och fler användare ger relevans till att undersöka hur autenticitet hanteras och bemöts på BeReal.

Autenticitet på sociala medier är en omdiskuterad fråga då det tillrättalagda och idealiserade innehållet som florerar på sociala medier kan skapa en orealistisk förväntan på livsstil och utseende. I debatterna presenteras exempelvis forskning som påvisat att ju mer tid ungdomar lägger på sociala medier desto sämre mår dem, samtidigt som det inte går att ta bort eftersom det är en naturlig del av ungas liv. Konsekvenser av mycket tid på sociala medier kan leda till ångest och depression (Arnborg, 2022). Det har lyfts fram i olika medier att äkthet på sociala medier är en trend som går ut på att visa en "sann" bild av sig själv som upplevs som mer genuin. Det sker genom att man inte ska kunna kontrollera eller förbereda situationen (Svt, 2023).

En av de apparna som har dykt upp för att hantera denna tillrättalagda sociala mediekultur är BeReal. BeReal uppmanar till autenticitet (Brandon, 2022). Därför har vi valt att fokusera på BeReal och problematiken kring bristen på autenticitet i traditionella sociala medier. Vi vill således undersöka hur detta bemöts av användare på en app som ifrågasätter denna kultur och ifall de kommunicerar och porträtterar sig annorlunda jämfört med traditionella sociala medier. Vi har observerat att tidigare forskning kring sociala medier som utmanar det tillrättalagda klimatet ännu är outforskat. Med fallstudie som metod ämnar vi att undersöka hur autenticitetsproblematiken hanteras av användarna på BeReal, som just är en app som ifrågasätter det tillrättalagda och de ideal som florerar på traditionella sociala medier.

Syftet med denna uppsats är således att undersöka hur unga vuxna resonerar kring sitt användande av en app som ifrågasätter denna kultur. Vi undersöker användandet av BeReal med hjälp av följande frågeställning:

- Hur hanteras autenticitetsproblematiken av användarna på appen BeReal?

2. Forskningsöversikt

Den tidigare forskningen inom det sociala medielandskapet har de senaste åren generellt kretsat kring den osunda kultur som florerar på sociala medier. Tidigare forskningen inom detta område har fokuserat på att undersöka ett potentiellt samband mellan socialt

nätverkande och psykiska problem. Detta för att sociala medier har kommit att utgöra en stor del av ungdomars dagliga liv. Dessa medier tenderar att påvisa ytliga och snäva representationer av samhällsideal och att inlägg som publiceras ofta är mycket positiva och därmed ger en idealiserad syn på verkligheten. Dessa partiska representationer kan förändra ungdomars tankemönster om vilka normer som är viktiga att uppnå. Det har resonerats kring om denna användning av sociala medier därmed kan vara negativt relaterat till ungdomars välbefinnande. Detta kan förklaras genom den internalisering av olika typer av ideal som visas på sociala medier. Detta är något som forskats om i exempelvis studier av De Lenne, Vandenboscha, Eggermont, Karsay, Trekels (2020:53-54) och Valkenburg (2022). I och med denna ökande användning av sociala medier har även forskning bedrivits om den fotoredigering som förekommer för att försköna bilder innan de publiceras. I exempelvis artikeln av Wolfe och Yakabovits (2022) som redogör för en negativ påverkan associerat med redigerade bilder. Den ökade digitaliseringen och exponeringen via sociala medier har forskning påvisat även lett till konsekvenser såsom social jämförelse och rädslan att missa något. Detta är något som redogörs i exempelvis Burnell, George, Vollet, Ehrenreich & Underwood (2019) och Chua och Chang (2016).

Reinecke och Treptes (2014:95, 99) studie undersöker autenticitets roll som en viktig faktor som kan kopplas till användningen av sociala nätverks positiva affekter och psykiskt välmående. Resultatet visade att äkthet på sociala nätverk resulterar i välmående och sociala nätverk kan därför bidra till det. Exempelvis beskriver Mann och Blumberg (2022) hur tonåringar vill hitta en balans på sociala medier och olika versioner av jaget. Dessa är mellan ett jag de hoppas på och ett jag de fruktar. En balans mellan dessa har kopplats till positiva utfall i offline-sammanhang. Självpresentationen avgör om man är autentisk eller inte gentemot sig själv. Exempel på en annan studie som studerar självpresentation och vilket jag man visar är Bullingham och Vasconcelos (2013) som påvisar hur deras deltagare var måna om att återskapa sitt offline jag till online, men att de ville redigera olika aspekter av sig själva, där de i "frontstage" medvetet valde att framställa en given identitet (Bullingham & Vasconcelos, 2013:110). Detta visar på att övervakningen online gör så att man anpassar framställningen. Mann och Blumbergs (2022) studie beskriver att ungdomar är aktiva deltagare på sociala medier och att deras närvaro innebär en konsekvent övervakning över hur de presenterar sig och hur presentationen jämförs med andra. Detta påverkar i sin tur versionerna av jaget ungdomar delar med varandra.

Autenticitet på sociala medier kan förklaras som en överensstämmelse mellan identiteten online och offline. Många tonåringar använder sig av flera sociala medier konton,

bland annat sekundära Instagramkonton där man vågar vara mer äkta. Det är intressant hur man anpassar vilka som är ens mottagare till olika typer av material. Forskning har visat att autenticitet är något ungdomar värdesätter när de använder sociala medier. Exempel på tidigare forskning är studier av Ross (2019) och Darr och Doss (2022) som redogör för hur användare av sociala medier anpassar sitt material genom att använda sekundära konton. De menar att rådande normer och förväntningar som präglas på till exempel Instagram påverkar hur användare navigerar och porträtterar sig på sociala medier. I linje med den ökade medieanvändningen och förskönandet av material menar ungdomar att de kan vara mer autentiska på deras sekundära konton där deras nära vänner kan ta del av materialet, samtidigt som de själva anser att inlägg på deras huvudsakliga konton kan uppfattas som falska och bristfälliga.

Tidigare forskning har även undersökt skillnader mellan passiv offentlig och passiv privat användning av sociala medier. I exempelvis Beyens, Pouwels, Van Driel, Keijsers och Valkenburgs (2021) studie påvisas en negativ inverkan på välbefinnandet hos ungdomar vid passiv offentlig användning av sociala medier, som oftast innefattar bläddrande bland innehåll från skådespelare, influencers och kändisar medan en positiv inverkan av välbefinnande visas på passiv privat användning av sociala medier. Detta innefattar kommunikation med nära relationer som vänner och familj. Vidare på forskningsfältet har icke autentiska självpresentationer på sociala medier relaterats till en lägre självkänsla hos ungdomar. Empiriskt material har visat att ungdomar strävar efter att förmedla den "bästa" versionen av jaget. Dessa online självpresentationer återspeglar en mycket positiv och önskvärd självbild som är strategiskt konstruerad. Ungdomar förmedlar en positiv självbild på sociala medier genom att lägga ut redigerat, selektivt och planerat innehåll. Ungdomar ägnar således mycket tid till att iscensätta, välja ut och redigera sina inlägg för att få till det "perfekta" inlägget till deras sociala mediekonton. Detta blir en väldigt idealiserad självpresentation som inte är autentisk och inte en reflektion av verkligheten. Forskning om självpresentation online visar att icke autentiska självuttryck relaterar till lägre självkänsla medan autentiska självuttryck relateras till högre självkänsla (Schreurs & Vandenbosch, 2022).

Ett annat exempel på att autentiska självuttryck på sociala medier kan kopplas till bättre välbefinnande är Bailey, Matz, Youyou & Iyengars (2020) artikel. Självidealiserande på sociala medier ger inte samma välbefinnande som en autentisk självpresentation leder till. Samtidigt är många av sociala medieplattformarna utformade på ett sätt som hindrar individen från att inte presentera delar av sig själv. Ett exempel på detta är Facebook där de

flesta av kontakterna har någon typ av koppling till sfären. Undersökningen värderade autenticitet som en närhet till självsynen och de självuttryck som man gör på sociala medier där autentiska självuttryck var relaterat till välbefinnande och att autentiska självuttryck på sociala medier därför kan göra nytta (Bailey et. al, 2020).

En lucka i forskningen finns fortfarande när det kommer till hur användare förhåller sig till en app som uttalat ska uppmuntra till autenticitet. Appen ifrågasätter och utmanar de tillrättalagda och redigerade materialet på de traditionella medierna som den tidigare forskningen belyst. Vi kan således fylla en lucka i forskningen genom att fokusera på hur användare av den nya appen BeReal hanterar autenticitetproblematiken.

3. Teoretiskt ramverk

Från ett socialpsykologiskt perspektiv, där fokus är på interaktionen mellan människor, redogör vi med Goffmans dramaturgiska perspektiv för framställning, intrycksstyrning och mottagande. Taylor beskriver begreppet autenticitet som kan förstås och definieras på flertalet sätt. Teorin appliceras för att belysa hur autentiska framträdanden kan komma till uttryck, men även när framträdanden kan anses icke autentiska. Freitas och Boyd ger oss förståelse om hur unga vuxna förhåller sig till sociala medier utifrån sammanhang och kontext som är relevant för att förstå anpassning av framställningen. Meads teori används för att belysa hur ageranden påverkas av den generaliserade andre.

Vår studie grundar sig i ett socialkonstruktionistiskt perspektiv som ser verkligheten som något socialt konstruerat. Det centrala fokuset i perspektivet är att gemensamma åtaganden är mer betydelsefulla än enskilda individers idéer. I detta sammanhang innebär det att unga vuxna förstår sin verklighet på sociala medier utefter de gemensamma antaganden som bestämts i samhället (Berger & Luckmann, 2011:45).

3.1 Det dramaturgiska perspektivet

Människan utför olika framträdanden beroende på vilken situation den befinner sig i. Till alla framträdanden finns en främre och bakre region. Den främre regionen är där framträdandet sker och i denna region anpassar sig individen till rådande normer. I den främre regionen försöker man göra ett gott intryck på dem som tar del av materialet (Goffman, 2004:97-99). I anknytning till den främre regionen finns den bakre regionen. Det är i den bakre regionen som framträdandet förbereds och där går det även att välja att dölja det som inte anses

lämpligt eller som man av olika anledningar inte vill visa upp. Denna region är till stor del eller helt privat (Goffman, 2004:101-103).

För att kunna styra intryck är det viktigt att publiken inte har insyn i allt som sker. De krav, eller upplevda krav, som samhället ställer gällande hur man ska bete sig och prestera i främre regionen går att förbereda i den bakre regionen. Om man inte har kontroll över den bakre regionen kan det medföra svårigheter (Goffman, 2004:103-104). I framträdandet behöver individen presentera sig på ett sätt som publiken kommer anse trovärdigt. Det är därför av betydelse att individen framträder på ett sätt som utstrålar äkthet för att övertyga om att syftet inte är att vilseleda publiken. Individen behöver därför presentera sig på ett trovärdigt sätt så det inte ger intryck av att vara en roll (Goffman, 2004:25). Individen behöver mobilisera sin aktivitet så den blir meningsfull för andra. Det är viktigt under interaktionen så att det som uttrycks förmedlas (Goffman, 2004:35).

Goffmans teori ger förståelse för varför vissa delar behöver vara med i ett framträdande för att det ska upplevas som autentiskt. Personlig fasad är de detaljer publiken förknippar mest med aktören och som ska finnas med var aktören än befinner sig. Detta är exempelvis kläder, ansiktsuttryck och utseende (Goffman, 2004:30). Men det kan också vara självpresentation på sociala medier som exempelvis studerats av Bullingham och Vasconcelos (2013). En given social fasad kan etableras och det ger abstrakta och stereotypiserade förväntningar. En individ i en given social fasad som har en kollektiv representation blir tvungen att både göra den givna uppgiften och upprätthålla den fasad som motsvarar den givna (Goffman, 2004:33). Om BeReal poneras som en given social fasad så är det intressant om det finns en föreställning om hur man ska bete sig och om denna föreställning är liknande traditionella sociala medier som Instagram och Facebook. BeReal kan möjligen även bli en ny typ av given social fasad där ett nytt förhållningssätt skapas.

Om någon från publiken kommer in i bakre regionen är risken stor att medlemmarna blir påkomna i sina förberedelser inför ageranden i framträdandet. Intrycken som ska förmedlas i främre regionen är ofta inte förenliga med de intryck som skapas i bakre regionen. Publikens intryck blir därför påverkade av andra faktorer än de förberedda (Goffman, 2004:182-183). Den främre regionen kan även bli den bakre regionen beroende på sammanhang (Goffman, 2004:112). Får exempelvis åskådaren tillgång till väsentliga förberedande moment som är avgörande för intrycken, så finns en viss insyn till bakre regionen som samtidigt blir en del av framträdandet och helhetsintrycket. Förväntningar på autenticitet kan medföra att det uppstår ett dilemma i när man ska bjuda in till den bakre

regionen och ta med delar till den främre regionens framträdande för att inte uppfattas som oäkta. Teorin kan appliceras på respondenternas förhållningssätt till detta.

Goffman (2004:97-98) skriver att det man väljer eller försöker visa upp för andra är det som passar till rådande normer. Om intrycken som förmedlas anses vara en äkta eller falsk fasad beror på om det är överensstämmande mellan de intryck som förmedlas och den verklighet mottagaren har (Goffman, 2004:57-58). En strategi för att kunna navigera i sin publik är att dela upp den så att de ser framträdandet utifrån den typ av roll man har för en viss publik men inte för en annan. Det görs en publikåtskillnad som kan skapa en kontroll över publiken i främre regionen (Goffman, 2004:122). Publikåtskillnad kan påverka hur autentiskt respondenterna framställer sig på BeReal. De man har som kontakter har en viss bild av hur människan är i deras kontext. Detta är något som spelar roll för om materialet tas emot som autentiskt för den valda publiken.

3.2 Autenticitet

Hur definieras autenticitet? Det finns ingen entydig definition och går således att definiera på flera sätt. Utifrån vårt valda fall presenterar vi ett antal olika sätt som det socialt konstruerade begreppet autenticitet kan förstås. Taylor (2022) försöker identifiera vad som kan anses som äkthetsmarkörer på sociala medier. En faktor kan vara att ens sociala medie-jag matchar ens offline-jag. Taylor (2022:5) resonerar kring att sociala medier handlar om i vilken utsträckning sociala medieanvändare anses vara autentiska och på vilket sätt de främjar sitt autentiska självuttryck. I sociala mediemiljöer är autenticitet kopplat till en säker identitetskänsla. Förståelsen av autenticitet bygger på drivet av en inre önskan att leva i enlighet med sina värderingar. Taylor menar att autenticitet påstås vara konsekvent ihållande och genomgripande eller ett tillstånd man kan befinna sig i. Autenticitet kan således beskrivas som ett strävande ideal som på något sätt alltid är utom räckhåll. Idén om denna äkthet som något man strävar efter lyfter fram en diskurs mellan ett inre begär och social makt. Taylor illustrerar detta genom hashtaggen "LiveYourBestLife". Hashtaggen skapar samhällelig ångest eftersom att man vill upprätthålla en bild på sociala medier om ständig lycka och har ett konsekvent sätt att presentera sig själv. Detta kan förklaras genom behovet av social acceptans och validering (Taylor, 2022:6). Autenticitet är ett centralt begrepp för vår uppsats. Det är ett verktyg för att förklara vad som kan vara autentiskt i ett socialt medielandskap som präglas av en osund kultur på flertalet sociala medier. Teorin kan därför belysa när och hur presentationer och mottagande kan anses vara autentiska.

Det sociala mediejäget är en ständigt pågående process där det offentliga jäget bearbetas och uppdateras i sin onlineform för att både behålla sin valuta och dess centralitet för individens identitet, som är beroende av dess nätverk av kontakter för att upprätthålla livet för onlinejäget. Taylor (2022:vii) diskuterar autentisk självpresentation med hänvisning till jägen och en rad faktorer som är avgörande i detta som exempelvis sammanhang, plats, tid och utförande. Taylor (2022:14) menar att autenticitet inte nödvändigtvis är ett sätt att vara "verklig" eller "sann". Anledningen till att autenticitet förväxlas med dessa termer är på grund av autenticitets performativa konsekvenser som känns verkliga för den person som upplever dem. Att vara konsekvent är nyckeln till en autentisk självpresentation och att vid situationsförändringar fortsatt vara överensstämmande med hur man brukar presentera sig (Taylor, 2022:56). Den förkroppsligade aspekt av jäget innebär att den digitala bilden som produceras på sociala medier på något sätt måste förkroppsliga en aspekt av jäget offline (Taylor, 2022:59).

Trender inom den autentiska sociala mediekulturen är exempelvis hashtagarna "nofilter" och "NoMakeUpSelfie" som innebär att man inte använder sig av redigering eller filter och istället framställer sig så naturligt som möjligt. Naturlig skönhet är även en trend som florerar på sociala medier, som främst kvinnor uppmanas att sträva efter (Taylor, 2022:69). Konceptet bakom trenderna "NoMakeUpSelfie" och "nofilter" tilltalar önskan att komma åt ett lager av det verkliga. Det finns alltid ett filter, även om det är genom hur vi ser oss själva. Slutligen så finns det inga erkända rätta svar på när någon eller något är autentiskt. En av anledningarna till det är att det autentiska, när det uppmärksammas, ögonblickligen försvinner. Något som skapar ett dilemma, för att autenticitet slutar vara autentiskt när det blir bekräftat som det (Taylor, 2022:135). Teorin appliceras för att navigera i autenticitetbegreppets komplexitet och varför vissa presentationer framträder och mottages på ett visst sätt på BeReal. Den sociala mediekulturen kan innebära konsekvenser för unga vuxna och därför är hur autenticitet hanteras på appen av stor vikt att undersöka. Önskan om att komma åt lager av det verkliga stämmer väl överens med det uttalade om att BeReal ska vara "real" och gå emot den traditionella sociala mediekulturen.

3.3 Identitetsskapande på sociala medier

För att förstå hur unga vuxna förhåller sig till sociala medier och utifrån det presenterar sig använder vi Freitas (2017) redogörelser om de intima känslor och tankar som finns hos unga vuxna, som kämpar med att utveckla autentiska bilder av sig själva. De kämpar med de

enorma påtryckningar som sociala medier ger. Freitas studie bygger på flertalet intervjuer angående tankar och åsikter om identitetsskapande på sociala medier (2017:foreword). Ett regelbundet tema i studien är pressen om hur man ska framställa sig på sociala medier och hur viktigt det är att endast visa de bra och roliga aspekterna i sitt liv för att upprätthålla en perfekt fasad (Freitas, 2017:8-9). Freitas för även resonemang kring hur viktig aspekten av vem materialet når ut till är för unga vuxna, att den tilltänkta publiken avgör vad som publiceras och inte. Freitas (2017:6) förklarar begreppet jämförelsefallan som innebär att unga vuxna ser de bästa versionerna av människor på sociala medier, som jämförs med de sämsta sidorna hos sig själva. Jämförelse kan sluta i en känsla av press. Freitas förklarar att denna press har resulterat i en längtan hos unga vuxna till mer autentiska och äkta sociala plattformar eftersom det är lättare att relatera till (Freitas, 2017:133). Konsekvensen av den sociala pressen kan exempelvis vara psykisk ohälsa. Freitas teori belyser flera intressanta aspekter som exempelvis identitetsskapande, social press och längtan efter autentiska plattformar, som är givande relaterat med det empiriska materialet till vårt fall BeReal. Detta ger insikt om den tillrättalagda sociala mediekulturens konsekvenser för unga vuxna.

BeReal ger vissa tekniska funktioner som begränsar vad som kan publiceras. Inom de ramar som finns går det däremot att anpassa sitt material. Det förhållningssättet är inte nödvändigtvis individuellt på BeReal. Samspelet mellan unga vuxna och plattformen bestämmer kontexten snarare än att en plattforms tekniska funktioner är avgörande. Kontexten för sociala medieplattformar är socialt konstruerade där användarna formar normerna som finns på ett socialt medium och påverkar varandra gällande hur det ska användas. Det skapar de normer som gäller (Boyd, 2014:39-40). Vad individen anser lämpligt och beslutet att publicera beror på det sociala sammanhanget eftersom det ska anses lämpligt och uppfattas på bästa sätt. Unga vuxna försöker skapa en förståelse om sammanhanget de befinner sig i och navigerar i det. Unga vuxna behöver förstå situationen och var gränserna går i sammanhanget för att förmedla sitt budskap eller material (Boyd, 2014:48). På BeReal förväntas det av mottagarna "äkta" material jämfört med andra sociala medier. Boyds teori är därför av relevans för att kunna belysa förhållandet mellan användare och BeReal men även kontextens funktion för meningsskapandet.

Framställningen berörs av den förståelse av kontexten som sändaren har. Hur kan förståelse för förhållningssätt på BeReal komma till? Mead (1934:154) skriver om den generaliserade andre som är sociala grupper eller organiserade gemenskaper. Den ger individen en enhet av jaget som förhåller sig till dessa grupper. Attityden som individen förhåller sig till är attityden av samhället. När individen agerar utifrån den generaliserade

andre så har individen tagit eller antar de organiserade sociala attityder som individen innehar av helheten i samhället där denne verkar (Mead, 1934:156). Medvetenhet i vad som antas acceptabelt att publicera på plattformen kan finnas med vid publiceringar. Hur detta förhållningssätt är varierar utifrån den eller de sociala grupper som finns på appen. Teorin ger insikt om hur detta spelar roll för reflektioner av det som publiceras på BeReal.

4. Metod

Vi har valt en kvalitativ ansats med intervjun som forskningsmetod. Vårt forskningssyfte och forskningsfråga gör det lämpat att använda en halvstrukturerad livsvärldsintervju för möjlighet till svar på hur respondenterna hanterar autenticitetsproblematiken på BeReal. Genom att dela upp våra frågor fick vi svar på olika teman från respondenternas perspektiv (Kvale & Brinkmann, 2014:19, 45). En kvalitativ insamlingsmetod ger möjlighet till att få insikt om respondenternas erfarenhet av appen BeReal. Kvalitativ forskning bygger främst på studieobjekt som gör att en kvalitativ ansats är lämplig eftersom vi vill ta reda på individernas egna erfarenheter, känslor och tankar för att förstå hur autenticitetsproblematiken hanteras på BeReal (Kvale & Brinkmann, 2014:45-46).

4.1 Fallstudie

Vi har genomfört en fallstudie där vårt fall är särskilt ägnat åt autenticitetproblematiken eftersom BeReal har en uttalad målsättning att vara "real" och ifrågasätta den tillrättalagda kultur som uppmuntras på andra sociala medier. Därför är detta ett relevant exempel att använda för att studera problematiken och komplexiteten gällande autenticitet. Vår fallstudie undersöker hur sex unga vuxna resonerar om appen. Fallstudie är passande för att vi kan fokusera på vårt fall BeReal och därigenom tillföra vidare förståelse om autenticitetsproblematiken på sociala medier (Deacon, Pickering, Golding, Murdock, 1999:366). BeReal utmanar de förväntningar som finns på andra sociala medier. Det ger möjlighet till detta eftersom användare av appen kan kommunicera på ett sätt som sticker ut från andra sociala medier då appen har specifika funktioner. Vi gör en fronesisk undersökning där vi studerar hur autenticitet hanteras på BeReal, som även tillför kunskap till att belysa den större autenticitetsproblematiken på sociala medier. Genom att fokusera på och studera ett perspektiv öppnas samtidigt möjligheter till att upptäcka nya perspektiv att undersöka fenomenet ifrån (Flyvbjerg, 2001:66, 134, 139). Problemet som identifierats är diskussionen om material som inte är autentiskt på sociala medier, som lett till konsekvenser som psykisk

ohälsa. BeReal ska vara en motreaktion mot det förskönade innehållet och vara en plattform där man presenterar autentiskt innehåll. Vårt valda fall kan därför svara på hur sociala medier formar material som ger upphov till konsekvenser som psykisk ohälsa. Flyvbjerg (2001:70) menar att samhället i sin helhet inte behöver analyseras för att skapa förståelse. Med BeReal som fall ämnar vi skapa förståelse för hur unga vuxna hanterar problematiken om autenticitet på sociala medier.

4.2 Semistrukturerade intervjuer

För att samla in vår empiri valde vi att genomföra kvalitativa intervjuer. Denna fallstudie undersöker användningen av appen BeReal utifrån empiriskt material från sex semistrukturerade intervjuer. Bryman (2018:561) skriver att kvalitativa intervjuer innebär att man fokuserar på respondenternas uppfattningar och resonemang. Med semistrukturerad intervju som insamlingsmetod tilläts vi ställa följdfrågor utanför intervjuguiden i anknytning till ämnet om så behövdes. Bryman (2018:563) menar att en semistrukturerad intervju låter respondenten tala väldigt fritt, men att man ändå följer intervjuguiden och frågorna man har planerat att ställa. Frågeställaren är dock tillåten att ställa frågor utanför guiden för att återknyta till något som respondenten säger och det erbjuder flexibilitet under intervjun. Det gav möjlighet att anpassa frågor utifrån hur intervjun utvecklades och en djupare förståelse om resonemangen.

4.3 Urval och avgränsning

Kravet var att respondenterna behövde vara användare av BeReal. För att avgränsa beslutades det att åldern på respondenterna skulle vara unga vuxna. Personerna som intervjuades var i åldrarna 20-24. Vårt urval motiverades med att appen är mest populär mellan åldrarna 18-24 i USA, som även är landet med flest nedladdningar av appen, främst bland kvinnor (Ceci, 2022a; Ceci, 2022b). Avgränsningen av vårt urval till personer över 18 år var på grund av etiska skäl som diskuteras senare i metodkapitlet. Åldersaspekter fanns i åtanke ifall det skulle vara av intresse för analysen. Möjligen är det intressant för en studie likt vår, men blev inte det utifrån vår empiri. Åldersaspekter nämndes inte som en väsentlig distinktion för hur BeReal används. De sex respondenterna bestod av fyra kvinnor och två män.

4.3.1 Tillvägagångssätt

Totalt utfördes sex semistrukturerade intervjuer som varade cirka 30 minuter. För att testa intervjuguiden gjordes en pilotintervju som därefter möjliggjorde att vi kunde optimera intervjufrågorna. Våra kriterium för intervjupersonerna var att de skulle vara över 18 år och användare av BeReal. Vi utgick ifrån ett snöbollsurval (Larsson, 2010:63) Genom att fråga vänner och familj om de känner personer som är användare av BeReal, så fick vi kontakt med användare. Därefter frågade vi intervjupersoner om vidare kontakt med ytterligare användare.

Intervjuerna genomfördes via den digitala mötesplatsen Zoom som gjorde det möjligt att spela in, använda kamera och intervju personer i flera geografiska områden. I början av intervjun informerades respondenten om aspekterna anonymitet, samtycke och att inspelad ljudfil endast är tillgänglig för författarna (Kvale & Brinkmann, 2014:107, 109). Intervjuerna genomfördes utifrån en intervjuguide med en övergripande tematisering med tillhörande frågor under varje tema. Respondenterna fick svara på bredare frågor om deras sociala medieanvändning och varför de använder dessa. Sedan gick vi in på djupare frågor där fokuset låg på BeReal. Vi avvek från intervjuguiden stundvis för att få mer utvecklade svar och återknytta till vad respondenterna sa. Därefter transkriberade vi intervjuerna med hjälp av ett Microsoft Office verktyg som finns tillgängligt via Word på webbläsare, för att bearbeta materialet i textform. Vi behövde lyssna igenom intervjuerna och korrigerade felaktigheter som programmet inte transkriberade korrekt. Vi gick igenom det transkriberade materialet där likheter och skillnader sammanställdes. För att få en överblick av materialet delades svaren upp i teman.

4.4 Utvärdering av undersökningens kvalitet

Intervjuerna var halvstrukturerade med teman som gjorde det möjligt att avvika från intervjuguiden (Kvale & Brinkmann, 2014:45). Vi kunde ställa följdfrågor utifrån de svar vi fick från respondenterna för möjlighet till så utvecklade resonemang som möjligt. På detta sätt kunde vi även få information om aspekter vi inte förutspått till våra valda teman. Vi behövde ha i åtanke att intervjupersonerna skulle kunna svara utifrån vad de tror är önskvärt, med svar på frågorna på ett sätt som tros kunna uppfattas som positivt hos andra. Exempelvis nämnde respondenter att de inte brydde sig så mycket om mottagandet av deras inlägg, men att de ändå anpassade sitt material. Vi misstänkte att respondenterna tenderade att svara utifrån ett socialt önskvärt beteende när vi frågade om de tog omtagningar eller på andra sätt förvränger sina bilder. Vi noterade att respondenterna i början intervju gärna ville framställa

sig från sin bästa sida och som autentiska användare av BeReal, men under intervjuens gång började de inse samt erkänna vissa beteenden som kan anses som oönskvärda i sammanhanget. Det uppstod således förändringar i respondenternas beskrivningar under intervjuerna (Kvale & Brinkmann, 2014:48-49).

Det går att vara kritisk till att vi använde Zoom som intervjuverktyg eftersom det kan anses ta bort en viss personlig kontakt och för att det kan uppstå tekniska omständigheter. Zoom ger dock möjlighet till både visuell och audiell kommunikation. Bland vår valda målgrupp finns en vana av denna typ av digital kommunikation som etablerats av omständigheter som Covid-19 samt den digitala utvecklingen där människor blivit bekvämare med denna typ av kommunikation. Det bidrog också till att det smidigt gick att boka tid för intervjuerna. Faktum var att förslaget att använda Zoom inte möttes av motbud om att mötas fysiskt eller frågor gällande farhågor. Att vi inte intervjuade lika många män och kvinnor är något som vi reflekterat över. Statistik visar att det i USA, landet med flest nedladdningar av appen, är fler kvinnor än män som använder BeReal (Ceci, 2022a). Det ska även poängteras att detta är en kvalitativ studie där vi intervjuat ett fåtal personer och syftet är inte att den ska vara representativ. Vi sökte inte möjlighet till kvantifiering då vi var intresserade av respondenternas egna erfarenheter (Kvale & Brinkmann, 2014:47). Därför är det inte heller av någon större betydelse att respondenterna bestod av fyra kvinnor och två män.

4.4.1 Forskningsetiska överväganden

I genomförandet av en kvalitativ forskningsintervju finns det etiska aspekter att ta hänsyn till. Innan genomförandet av intervjuerna informerades deltagarna om vad ett deltagande kan innebära. Fördelar som att de senare kan läsa uppsatsen och att deras svar varit till hjälp för undersökningen. Risker om möjligt obehag, som att kunna hänföra svaren till specifik person, eliminerades (Kvale & Brinkmann, 2014:107). Detta för att respondenterna informerades att de skulle förbli anonyma i studien och att endast författarna hade informationen om vem som delgett vad, detta för att skydda respondenternas privata identitet så att data inte kan identifieras till en specifik individ (Kvale & Brinkmann, 2014:107, 109). Därför benämns respondenterna vid nummer, respondent 1-6.

Vid bokning av intervjutillfälle informerades respondenterna övergripande om tema och syfte med undersökningen. De blev inte informerade om vilka frågor vi skulle ställa till dem. Däremot går det möjligen att fundera över vilka eventuella frågor vi tänkte ställa utifrån informationen som delgavs. Genom att delge viss övergripande information gavs även

möjlighet för respondenterna att reflektera över användandet av BeReal, som möjligen gav ett större djup i de svar som blivit empiri för studien. Vi valde att inte intervjua personer under 18 år av etiska skäl då en målsmans underskrift krävs för ett godkännande av medverkan i undersökningen (Utbildningsdepartementet, 2022). Dessutom var inte den huvudsakliga målgruppen för appen användare under 18 år.

5. Analys

Analysen grundar sig på den tidigare forskning och teori som presenterats, i förhållande till empirin från intervjuerna. Syftet med uppsatsen är att undersöka hur unga vuxna resonerar kring sitt användande av appen BeReal som ifrågasätter den tillrättalagda kultur som florerar på sociala medier. Analysen är uppdelad med ett antal rubriker som syftar till att belysa de teman som är väsentligast för vår undersökning. Analysdelen inleds med respondenternas resonemang kring deras framställning på BeReal jämfört med andra sociala medier under rubriken *En app som utmanar det redigerade materialet på sociala medier*. Under rubriken *Fast i jämförelsefällan* redogörs hur den sociala jämförelsen påverkar hur man väljer att framställa sig och hur det påverkar sitt autentiska uttryck. I *Framställningar av jaget* beskrivs varför unga vuxna vill framställa ett visst jag, betydelsen av vem materialet når ut till och hur det påverkar hur autentiskt man framställer sig. Under *Förväntningar och normer på BeReal* beskrivs hur föreställda normer och förväntningar påverkar och styr användarens agerande. Slutligen så redogörs det i *Strategier på BeReal* vilka strategier användarna har för att hantera de nya förutsättningarna på en app som ifrågasätter den tillrättalagda kulturen på sociala medier.

5.1 En app som utmanar det redigerade materialet på sociala medier

När respondenterna fick dela med sig av deras användning av sociala medier utöver BeReal var apparna Instagram, Snapchat och Facebook mest förekommande. Instagram har blivit en app många förhåller sig till och unga vuxna refererar därför ofta till det när man pratar om sociala medier. Flera av respondenterna berättar hur framförallt Instagram är ett sådant socialt medium där det förekommer förskönat, redigerat och förvrängt innehåll. Utmaningen av redigerade sociala medier är viktig eftersom det har påvisats och bedrivits forskning om dess negativa effekter som psykisk ohälsa på människor.

Chua och Chang (2016) redogör för hur tjejer upplevde känslor av låg självkänsla och osäkerhet, som ledde till att de vill redigera hur de presenterar sig själva och en strävan efter

att efterlikna andra. Detta grundade sig i ett jämförelsebeteende på sociala medier. Flera respondenter uppgav att det finns en medvetenhet om att bilder på vissa sociala medier är redigerade och förskönade. Men trots allt påverkar det dem och kan trigga en känsla av ångest. Freitas (2017:17) menar att unga vuxna ofta på ett intellektuell plan vet att människor bara visar upp bra sidor av sig själva, men de har fortfarande problem med att förhindra att det kan påverka. Respondent ett nämner att den inte litar på bilder som läggs upp på Instagram, då det finns en medvetenhet om att många redigerar sina bilder. Av att gå in på Instagram kommer ångest uppstå, men på BeReal inte finns samma typ av innehåll. BeReal kan bryta den osunda kultur som förknippas med social press. Det går inte att lita på materialet på exempelvis Instagram är äkta eftersom det förekommer redigerat innehåll. Det skapar en social press även om medvetenhet finns då man inte vill vara "sämre". BeReal ger ett annat ramverk där det förskönade materialet inte förekommer i samma utsträckning.

Man litar inte på några bilder på Instagram oavsett vem som lägger upp det för man vet hur mycket alla redigerar. (respondent 1)

Det är ju skönt att bara kolla på BeReal utan att få någon ångest, för om man går in på Instagram, man kommer ju få ångest oavsett, man kommer ju scrolla förbi en snygg tjej, man kommer scrolla förbi kläder man vill ha, man kommer scrolla förbi resor man vill vara på. (respondent 1)

De flesta respondenterna beskrev Instagram som en plattform där allting är redigerat, en fasad och att allt innehåll är väldigt genomtänkt. Dock uppgav respondenterna att de ändå använde Instagram som en källa till underhållning, inspiration och för att se vad andra gör.

Instagram använder jag för att se vad andra lägger ut egentligen. Och kolla på inspo bilder. (respondent 5)

På Instagram kan man scrolla ändlöst. Beyens (et. al, 2021) påvisar att passiv offentlig användning, med bläddrande av innehåll från bland annat influencers och kändisar har en negativ inverkan på välbefinnandet hos ungdomar. Hur sociala medier passar in och tar utrymme från resten av ens liv är en intressant aspekt och respondenter berättade att det var skönt med BeReal som man inte kan fastna på i flera timmar. Möjligheten att passivt bläddra bland offentliga personer finns inte på BeReal då man oftast endast har sin närmaste krets

som kontakter. Det är något som beskrivs som skönt, som kan förstås som en motsats till den sociala press andra sociala medier kan ge.

Jag tycker att BeReal är underhållande och det är ju ingen app man fastnar på i timmar som alla andra appar. Här har man sitt flöde, man kollar igenom det, man är nöjd och går ut från appen. Det är ingen app man fastnar på, vilket är jätteskönt. (respondent 1)

När vi frågade respondenterna hur BeReal sticker ut från alla andra sociala medier så delade alla uppfattningen att BeReal är en mer autentiskt app där man inte behöver bry sig lika mycket om vad man lägger upp jämfört med andra appar. Appen beskrevs som mer äkta. Hur respondenterna resonerar kring autenticitet på en app som ska ifrågasätta det tillrättalagda kan förstås ur att det i sociala mediemiljöer kan vara en faktor för att ens online-jag överensstämmer med ens offline-jag. En faktor för autenticitet i mediemiljöer är kopplat till en säker identitetskänsla (Taylor, 2022:5). Utifrån respondentens svar om att den förvränger mer på Instagram är materialet på BeReal närmre autenticitetsfaktorn i att vara mer lik sitt liv offline. Det finns en starkare identifikation med både jaget som visas upp och även materialet som mottages på BeReal.

Men jag förvränger inte alls i den mängd som man skulle göra i ett Instagram inlägg liksom. Då kan man ju gå runt flera dagar innan och fundera ba, ska jag lägga ut den? (respondent 2)

Det går inte att redigera på BeReal och folk lägger inte ner så mycket tid, de tar bara en bild och lägger ut den oftast, eller iallafall av mina vänner. Ofta tänker dem inte ens på hur de ser ut, ingen försöker vara snygg, de tar det som att det är in-action. (respondent 1)

Detta går att jämföra med Freitas resonemang om appen Snapchat, där dess popularitet grundar sig i att unga vuxna har en längtan till en säker zon då man kan känna sig ständigt iakttagen och granskad på andra sociala medier (Freitas, 2017:133). Detta går att relatera till Darr och Doss (2022) studie om hur tonåringar presenterar sig online med hjälp av "finstas", sekundära konton, där deltagarna uppgav att de kände sig mer autentiska jämfört med hur de presenterar sig på sina huvudsakliga konton. "Finstas" går att likna vid BeReal eftersom att det ska vara en plats till att vara sitt autentiska jag. Därmed kan en anledning till att BeReal är så populärt förstås ur en önskan om autenticitet på sociala medier. På samma sätt som BeReal kan en privat Snapchatstory vara avgränsad till en viss målgrupp och bli en säker zon. En

Snapchatstory kan innehålla mer privata element som förkroppsligar en aspekt av jaget offline som kan härledas till autenticitet (Taylor, 2022:59). Detta ger möjlighet till att känna sig mer bekväm över att publicera autentiskt material:

Alltså det jag lägger ut på BeReal hade jag kunnat lägga upp på min privata Snapchatstory.
(respondent 3)

Samtliga respondenter uppger att de inte är lika aktiva på andra sociala medier som exempelvis Instagram längre. Förväntan som finns på andra sociala medier gör så att många drar sig från att publicera på dem och även att antalet följare är avsevärt högre där än ens kontakter på BeReal. Detta kan förstås utifrån att ungdomar vill komma ifrån den osunda kulturen som finns på andra sociala medier och därför söker de sig till BeReal där inte samma sociala press finns. Som respondenten nämner så framstår det istället på Instagram som att man lever ett bra liv hela tiden. Utifrån ett sätt att förstå autenticitet är inte denna typ av framställning autentisk då det inte stämmer överens med livet offline.

Om man jämför med andra sociala medier, om man kollar på min Instagram, där är det ju så genomtänkt att det finns inte, där sitter man i månader och väljer bilder och fixar och eftersom man lägger upp så sällan och att man vet att man har typ femhundra följare, så självklart att det är jätte genomtänkt och där framstår ju livet som att man lever loppa varje dag liksom, för man lägger upp så sällan. (respondent 1)

Flera respondenter tror att anledningen till att BeReal blivit så populärt och att appen följaktligen stannat kvar så pass länge grundar sig i att ungdomar är trötta på andra sociala medier där förskönat och tillrättalagt innehåll uppmuntras. BeReal är därmed ett svar mot det som finns på andra sociala medier, som Instagram, med att allt ska se perfekt ut hela tiden. En av appens grunder är att just motverka det förskönade och respondenterna menar själva att de kommit närmare en autentisk känsla på BeReal. Den falska bilden på andra sociala medier kan gå emot vissa värderingar och upplevas icke autentiskt. Det går emot förståelsen om att autenticitet bygger på önskan att leva i enlighet med dessa (Taylor, 2022:5). Det kan vara en anledning till att de upplever en närmare autentisk känsla på BeReal:

Appen är kul, enkel och äkta. Det är liksom det är en ny idé som egentligen fyller ett eller löser problem som har varit mycket på sociala medier det här med att man inte är real liksom,

att man ska hela tiden framstå som perfekt, lyxig och allt möjligt. Men BeReal liksom ändrar på det och gör att det blir mer till vardags och sånt. (respondent 2)

Jag antar väl att den här appen har växt ur att man är så himla konstlad på de andra apparna, att allt blir det så fake och du visar ju bara den delen av dig när du är super härlig och rolig. Så är ju jag också på typ Instagram. Allt ska se så roligt ut men därför tror jag att BeReal vill ha växt ur det där att allt är fejk, och det här med att man ska inte tro på det man ser på sociala medier. (respondent 6)

Ingen av respondenterna uppgav att de tog bort andra sociala medier när de började använda BeReal, appen adderades till medieanvändningen. Även fast flera av respondenterna uttryckte sig kritisk gentemot andra sociala medier, speciellt Instagram, så uppgav användare att de fortsätter att använda dem. Även om det nu finns ett alternativ för en mer autentisk plattform så adderas detta för att ge uttryck på andra sätt än de sociala medier som respondenterna redan använder. Detta visar att de sociala medier som användarna hade sedan tidigare är en inkorporerad del av deras medieanvändning och sociala liv. BeReal fyller dock en annan funktion där inte det förskönande och redigerade materialet får samma utrymme. Även om appen fyller en önskan om mer autentiska bilder så finns det ändå behov av att fortfarande vara en del av den förskönade sociala medievärlden.

5.2 Fast i jämförelsefällan

Unga vuxna tenderar att fastna i jämförelsefällan och må dåligt när de hela tiden ser de “bästa versionerna” av människor på sociala medier. De bästa versionerna behöver inte vara autentiska men det behöver däremot inte heller det som kan anses som sämre versioner vara. Taylor (2022:6) skriver att viljan att upprätthålla en bild på sociala medier om ständig lycka och att presentera sig på ett konsekvent sätt skapar samhällelig ångest. Denna vilja grundar sig i ett behov av social acceptans och validering. För att upprätthålla den bästa versionen av jaget redigeras, iscensätts och förskönas innehåll. Självpresentationer på sociala medier återspeglar således en positiv och önskvärd självbild som blir idealiserad och därmed inte autentisk. Dessa icke autentiska självuttryck har kopplats till lägre självkänsla medan autentiska självuttryck på sociala medier har kopplats till bättre välbefinnande (Bailey et. al, 2020). Samtidigt kan det på BeReal även bli en bekräftelse på att det är okej att inte göra något produktivt eller speciellt när man ser att kontakterna inte gör det. Det kan således också

leda till ett bättre välbefinnande eftersom det liknar en självpresentation som man själv kan identifiera sig med.

Respondenterna är försiktiga med vad de lägger upp på sociala medier eftersom de känner press över att upprätthålla en perfekt fasad på sina sociala mediekonton. Många unga vuxna drivs av vad andra lägger upp eftersom att man inte vill hamna på efterkälken, verka ha mindre roligt eller vara mindre intressant (Freitas, 2017:8-9). Freitas (2017:6) skriver att: "människor delar den bästa versionen av sig själva, och andra jämför det med den sämsta versionen av sig själv". Användarna jämför sig med sina kontakter och vill därför att deras bilder ska uppfattas som intressanta på appen. Det känns bra när andra lägger upp bilder liggandes hemma en fredagskväll. Detta kan förstås som en igenkänningsfaktor. Det blir en bekräftelse på BeReal där jämförelse kan mynna ut i välmående istället för social press och konsekvenser som psykisk ohälsa. Men jämförelsen på BeReal kan likt andra sociala medier även exempelvis skapa avundsjuka.

Om andra skulle lägga upp att de bara ligger hemma på en fredagskväll, skulle det kännas jättebra. Då känner man sig som en i mängden. Även att det känns mer okej att ligga hemma i soffan då om andra också gör det. (respondent 1)

Det beror på vad jag själv gör alltså. Jag blir ju jättenöjd om andra kollar på tv när jag också gör det, så om jag är hemma och sitter och kollar på TV och så ser jag att nån annan gör det så är ju det comforting såklart. I appen så kan man hitta bilder som gör man blir triggad, eller kanske fel ord men så här ifrågasätter lite vad man själv gör eller varför man inte är där. Eller så blir man lite avundsjuk, men också att man kan finna massa trygghet i att folk gör exakt vad man själv gör. (respondent 6)

Användare av sociala medier möts av ett nästintill oändligt material. På BeReal finns det möjlighet att styra detta på ett annat sätt som användare. Om man väljer att ha en mindre social krets på BeReal så vågar man vara mer äkta. En anledning till detta kan vara att man har en närmre relation till den kretsen och att individen därför är mer konsekvent gentemot den gruppen och således överensstämmer med den presentation som brukar ske (Taylor, 2022:56). På detta sätt presenterar man sig på ett sätt som kan uppfattas autentiskt. Däremot så går det inte att undgå att de kontakter man har kan påverka en. Diskussionen i denna del av analysen söker efter om det påverkar hur mottagaren själv känner och om man jämför sig och

exempelvis känner press över att lägga ut material som mottages som socialt, roligt och intressant.

Det är klart man känner lite press för man vill inte vara den som gör det tråkigaste av alla på BeReal. Så ja, jag känner lite press så klart. För om man varje dag lägger upp när man sitter ensam hemma i en lägenhet, då ser de ju inte så roligt ut. (respondent 4)

Under typ en tentaperiod är det väldigt skönt att se att alla andra mår dåligt liksom. (respondent 5)

Denna sociala jämförelse är även något som går att koppla till Goffman. Det man väljer att visa upp för andra är ett försök till att ge intryck som passar till vissa normer (Goffman, 2004:97-98). Intrycken som delas med kontakterna på BeReal är även de intryck som det finns möjlighet att jämföra sig med i den kontexten. När man jämför med inläggen som andra laddar upp med en vilja att passa in och uppnå specifika kriterier som anses viktiga, så blir jämförelsen påtaglig samtidigt som detta reproduceras.

Många av respondenterna uppgav att de känner ett lugn när vänner lägger upp att de också sitter hemma och inte gör någonting. Respondenterna kände sig tråkiga och lata när deras vänner var ute och gjorde roliga saker. BeReal är en app som ger upphov till motsägelser, den ger uttryck för en dubbel social funktion. Detta grundar sig i en social jämförelse med vad man ser på sociala medier och att man vill följa normerna på appen. I detta fall rör det sig om att lägga ut saker som anses lämpligt och acceptabelt, ofta det som man ser andra lägga upp. Användarna känner en trygghet i att publicera samma saker som andra gör för att inte framstå som avvikande. Sammanhang, plats, tid och utförande är faktorer som är avgörande för en autentisk självpresentation och BeReal ger dessa faktorer vissa ramar (Taylor, 2022:vii). Tid på dygnet som utförandet sker är av vikt för vad som anses okej att göra och om det stämmer överens med vad personen brukar göra. Man vill inte avvika från sammanhanget BeReal och det som publiceras där, samtidigt som självpresentationen ska stämma överens med vad man gör för ett autentiskt uttryck. Denna presentation av vem man är och gör kan således stämma överens med kontexten vid vissa tillfällen och därmed tillföra autentiska inslag. Det kan även uppstå situationer då man avviker så kontexten inte stämmer överens och då kan det framstå som icke autentisk.

Det påverkar både positivt och negativt. Man kan bli lite mer pressad och stressad, men man kan också känna mer avslappnad, att oj vad alla lägger ut på BeReal att de softar idag. Då känns det inte som att jag är den enda i världen liksom så. (respondent 2)

Respondenter uppgav att BeReal är den app som påverkar dem minst. Appen ger inte upphov till konsekvenser som psykisk ohälsa i samma utsträckning. Respondent fyra resonerar kring att materialet på Instagram tenderar att visa de roliga delarna av dagen som kan kopplas till en ökad press. Det behöver inte innebära att materialet är falskt men respondenterna upplever en trygghet i vetskapen om att användarna på BeReal inte har möjlighet att redigera sina bilder eller manipulera på samma sätt som på andra sociala medier. Trender inom sociala mediekulturen är exempelvis hashtags som “nofilter” och “NoMakeUpSelfie” för att presentera autentiskt material (Taylor, 2022:69). Det finns inga filter på BeReal och om bilden ska publiceras inom tidsramen, utan förberedelse eller ett sent upplagt inlägg, så kan resultatet förstås utifrån de hashtags som trendat. BeReal är istället en app som ska uppmuntra till liknande material som symboliseras genom hashtags på andra sociala medier. Det ska vara en naturlig del av appens funktion.

Jag tycker att BeReal är absolut den sociala media som påverkar mig minst. (respondent 3)

Du kan liksom inte hitta på vad du gör. Jag menar på Instagram kan du välja när du tar en bild så att då kan du ju välja att ta en bild bara just då när du gör något roligt under dagen. Och det får ju livet att se lite fejk ut eftersom att alla kan ju bara lägga upp det roligaste de gör i livet och där ser ut som att alla bara kul hela tiden. (respondent 4)

5.3 Framställningar av jaget

Respondenterna menar att människor vill framställa den bästa sidan av sig själva på sociala medier. De flesta uppgav dock att de tycker att bilden som framställs på BeReal stämmer bra med verkligheten, iallafall i jämförelse med andra sociala medier som Instagram där det är väldigt genomtänkt, oäkta och likt en fasad. Presentationen behöver inte nödvändigtvis vara autentisk enbart för att den är verklig (Taylor, 2022). Däremot talade respondenterna i dessa termer i deras svar gällande framställning. Den bästa sidan som tenderar att presenteras på Instagram kan vara både äkta och falsk på samma sätt som andra sidor som inte visas upp kan vara mångbottnade. Bullingham och Vasconcelos (2013) studie redogör för hur deltagarna var måna om att återskapa sitt offline jag till online, men att de ville redigera olika aspekter av sig själva. När deltagarna befann sig i “frontstage” valde de att medvetet framställa en given

identitet (Bullingham & Vasconcelos, 2013:110). Även Freitas (2017:10) för ett resonemang om det riktiga jaget och onlinejaget och oenigheten som unga vuxna idag känner mellan dessa. Inlägg som publicerats på sociala medier är ofta av det positiva inslaget och visar representationer som ofta är ytliga och snäva. Det har skapat sociala normer att förhålla sig till och det skapar konsekvenser för ungdomars välbefinnande (De Lenne et. al, 2020:53-54). Aspekten att BeReal är ett socialt medium lyfts som en anledning till varför en viss sida framställs, då det på sociala medier skapats ett förhållningssätt och en målbild där vissa presentationer av sig själv uppmuntras:

Jag tror att många väntar med att lägga ut. Att man väntar lite för att, men för att det är ett socialt media och man vill visa sin bästa sida. Och att man vill visa att man gör roliga saker. Även fast jag tror inte att det är vad appen går ut på. (respondent 3)

Ja absolut, för alltså på instagram är det ju bara en fasad. Alltså man lägger ut bara ut massa härliga bilder där, men på BeReal är ju bara, där lägger man ju upp när man är finmig och bara ligger i sängen liksom. (respondent 5)

Ett övergripande tema från empirin handlade om hur viktigt det var att lägga upp roliga och intressanta bilder för att det ska framstå som att man lever ett roligt liv. Flera av respondenterna uppgav att de själva, men även andra, ofta väljer att vänta med att lägga ut eller tillför något till bilden för att det ska se bättre ut inför mottagarna. Dessa möjligheter finns på BeReal och det finns möjlighet att publicera sin bild långt efter notifikationen. Om samma typ av material publiceras konsekvent kan det ge autentiska uttryck (Taylor, 2022:56). Om man gör något som inte känns tillräckligt intressant när notisen syns på skärmen kan det vara en anledning till att vänta. Samtidigt som väntan kan anses vara en manipulering, där man inte visar det som sker i stunden och då inte är "real". Det uppstår således en krock mellan att vänta för att vara konsekvent och att matcha sitt offline-jag med sitt online-jag som även det är en autenticitetsfaktor på sociala medier (Taylor, 2022:56).

Freitas (2017:13) förklarar "The Happiness Effect" (lyckoeffekten) som vikten av att framstå som lyckad på sociala medier. Freitas menar att det är den mest pressande mediefrågan unga vuxna står inför idag. Denna press kan bli överväldigande med tanke på hur mycket tid unga vuxna spenderar på sociala medier idag. Trots BeReals syfte finner vi denna känsla av press även i respondenternas svar:

Alltså man försöker ju framstå bättre liksom men egentligen inte för man vill ju bara vara sig själv egentligen. Men det finns ju en liten tendens att man vill framstå som kanske ja, lite såhär produktiv eller om man är på gymmet då känns det lite extra bra liksom och bara så visa att man lagat mat eller typ ta en bild när man dammsuger bara för att visa, att man då känner sig duktig typ men det är så fjantigt egentligen. Men man är ju så liksom, och det är de flesta. Jag tror att man definitivt försöker framstå som duktig och typ inte sunkig och att man ändå har mycket grejer för sig och sånt, och sen är det vissa som alltid framstår som väldigt glada. Vissa ler alltid på bilderna och ska vara lite skojiga liksom. (respondent 2)

Jag tänker såhär, okej när ska jag ta min BeReal, såhär ska jag ta den när jag äter middag eller ska jag ta den imorgon på morgonen, om jag gör nåt roligare då? Så det är klart jag tänker på att jag inte bara eller så klart jag kan ta den liksom bara när jag ligger i sängen, men jag tänker nog lite på att det ska vara lite rolig liksom. Man vill ju gärna ha lite likes och kommentarer på sin BeReal. (respondent 1)

Flera av respondenterna uppgav att de reflekterar och har en tankegång över vad de lägger ut. Freitas (2017:68) beskriver den allmänna uppfattningen att dela upp sitt liv mellan vad som är värt att publicera eller inte och att upprätthålla en fasad genom att bara lägga upp positivt innehåll som vanligt hos unga vuxna. Det finns en lidelse av den dissonans som finns mellan vad man ser att andra lägger ut och vad man känner om sig själv och vad som är verkligt i sitt liv. Denna lidelse går att förstå utifrån den negativa inverkan och koppling till lägre självkänsla icke autentiska självuttryck har på välbefinnandet (Schreurs & Vandenbosch, 2022). På BeReal är denna dissonans inte lika påträngande då kulturen är annorlunda eftersom autentiska självuttryck uppmuntras och är mer förekommande. Tankegångar angående vad man kan publicera är intressant för att intrycksstyrningen även påverkas utifrån vad man tänker att andra ska anse om ens material. Materialet anpassas utifrån vad man antar att publiken vill se, så det passar både ens jag och publiken. Det går att fundera på om det blir en autentisk framställning av sig själv oavsett hur man presenterar sig när det ska matcha ens identitet och olika sociala grupper. Respondent två menar att detta är en naturlig respons att reflektera och bry sig:

Så att det kan både vara liksom oh ja eller typ så här bara ah nej inte nu, men sen så det är aldrig så att det känns såhär jobbigt eftersom man har inte så många vänner på BeReal eller alltså det är inte som på Instagram där man kan ha flera hundra följare men på BeReal är det liksom med ens närmsta, så att ja, man bryr sig inte lika mycket på det sättet. Men det är klart

att när det kommer en notis, då är det klart man inte bara går in direkt och kanske fotar utan man tänker ändå lite så bara, ska jag verkligen ta bilden på det här nu alltså. Det är en naturlig respons, liksom. (respondent 2)

Respondenterna ansåg att bilden som visas upp av dem på BeReal stämmer bättre överens med verkligheten än på andra sociala medier. Detta är en äkthetsmarkör när livet på sociala medier stämmer bättre överens med offlinelivet (Taylor, 2022). Dock behöver inte "verklig" nödvändigtvis innebära att det är autentiskt, men dess performativa konsekvenserna gör så att det kan upplevas så (Taylor, 2022:14). Människors meningsskapande är i slutändan det som är intressant och aspekten "verklig" av autenticitet på sociala medier framhävs mer på BeReal än andra traditionella sociala medier. Samtidigt resonerar Freitas (2017:70-71) om att unga vuxna ofta anser att de är sig själva på sociala medier men att vissa detaljer utelämnas. De försöker ge en sann representation av vilka de är på sociala medier. Sann representation är mångbottnat men ett av sätten att göra detta på är genom att förkroppsliga delar av offline jaget (Taylor, 2022:59). Även om bara glada företeelser läggs upp så är också det delar av jaget offline och således blir den autentiska representationen ett dilemma. Det är komplext att definiera om representationen blir sanningsenlig eftersom människor inte alltid är glada, även fast det verkar så om man besöker deras sociala medieprofiler. Samtliga respondenter delade uppfattningen att deras vänner får en mer sann bild av dem och deras vardag på BeReal, framförallt jämfört med andra sociala medier. Det som publiceras på appen liknar mer det man faktiskt gör offline för att man inte kan redigera bilderna på samma sätt som på andra sociala medier, samtidigt som man vid publicering exempelvis kan avslöja sin faktiska plats vid ögonblicket:

Ja, på BeReal är jag nog mer jag som in real life. Medan på Instagram, Snapchat och Facebook, där är det ju mer som en highlight av sitt liv. Det är fortfarande jag och vad jag gör, men det är ju bara de roligaste grejerna. Det är bara liksom highlightsen i livet där. På BeReal kan det vara väldigt roliga grejer man gör, men det kan också vara riktigt tråkiga saker man gör till exempel när man sitter hemma ensam i soffan. (respondent 4)

Jag tycker ändå bilden av mig på BeReal stämmer bra överens [...]. På Instagram skulle jag aldrig lagt ut en bild när jag ligger i soffan och kollar film utan att skriva någonting. (respondent 3)

Trots att respondenterna framställer sig själva mer sanningsenligt på BeReal än andra sociala medier, så finns fortfarande ett behov av att försköna och visa sitt bästa jag i den omfattning som är möjligt. Även om respondenterna vill komma ifrån den osunda kulturen som skapats på sociala medier, så finns det fortfarande djupt rotat i dem att vilja visa upp sitt bästa jag:

Alltså mitt liv det ser ju roligare ut på BeReal, det måste jag ändå erkänna. Så jag lägger ju ofta upp när jag är med en kompis eller typ varje gång jag gjort något kul. Alltså så att det är klart att det är framstår lite bättre än vad det verkliga livet är. (respondent 1)

Ja, absolut, jag visar ju mer av min vardag på BeReal än på Instagram. Jag är inte så aktiv där, utan där ligger ju bara ut ibland och då är det att jag tar fina bilder från när jag gör roliga saker så blir de blir ju jättestor skillnad för att på BeReal alltså även om jag stagear lite bilder ibland så är ju fortfarande där jag är i den situationen vid den tiden. Och det är liksom inget högkvalitativt heller, det är ju ofta skitbilder. (respondent 6)

Boyd (2014:48) förklarar att individer fattar beslut baserat på sociala sammanhang angående när och vad de ska publicera för att agera lämpligt i situationen och uppfattas på bästa sätt. Unga vuxna försöker få en känsla över vilket sammanhang de befinner sig, för att kunna navigera i den sociala situation de står inför. Det sker när unga vuxna vill uppfattas som glada och självsäkra, även fast de egentligen lider av depression eller ångest. Oavsett vad som ska förmedlas så måste de först förstå vilken typ av situation de befinner sig i eller vart gränserna går för sammanhanget. Respondenternas svar tyder på att de navigerar och framställer sig på ett visst sätt beroende på plattform. Autentiska presentationer av jaget på BeReal anpassas till sammanhang och genom att presentera sig i enlighet med jaget offline finns en överensstämmelse. Men som Taylor (2022:135) skriver så kan inte människan vara fulländat autentisk eftersom dessa uttryck sker under en kort period. När autentiska uttryck uppmärksammas så försvinner det ögonblickligen. Därför blir autentiska presentationer av jaget på BeReal inget som man kan uppnå i mer än korta moment. När vetskapen om vad som anses autentiskt blir tydlig, går det att ifrågasätta autenticiteten i materialet. Detta för reproduktion av liknande material över perioder tar bort det som ska vara "real".

5.3.1 Till vem når materialet ut till?

Alla respondenterna uppgav att det är av stor betydelse för vilka ens material når ut till. Respondenterna väljer själv vilka kontakter de har och anser att det är avgörande för vilka

typer av bilder man lägger upp beroende på vilka som kommer att ta del av material. Genom att dela upp publiken så att de som ser användaren i en roll inte ser den i en annan så går det att skapa publikåtskillnad. På detta sätt kan man få kontroll över publiken i den främre regionen (Goffman, 2004:122).

Publikåtskillnad på BeReal gör så att man kan vara mer bekväm med vad man publicerar, som i sin tur ger möjlighet till mer autentiskt material. Detta för att man inte känner samma sociala press att anpassa vad man publicerar, eftersom det kan passa till den publik man själv valt. En genomgående observation vi gjorde av respondenterna var att desto färre och närmre de är sina vänner på appen desto mer äkta bilder av sig själva är de villiga att lägga ut. Ross (2019:360) redogör för hur människor använder ett sekundärt Instagramkonto där material enbart delas med de närmsta vännerna. På det huvudsakliga kontot behövs mer anpassning till normer som råder. På de traditionella sociala medierna där kurerat och förskönat innehåll florerar har således vissa normer och förväntningar skapats. Då BeReal är en app som ifrågasätter detta så skapas andra normer och förväntningar där som gör att det anses mer acceptabelt att vara sitt autentiska jag. På liknande sätt fungerar dock BeReal som på andra sociala medier där det krävs mer anpassning av kontot desto fler kontakter man har. Samtidigt som antalet kontakter blev fler på appen, med varierande relation till dessa, ökade även pressen på vad man lägger ut:

Jag känner mer press nu när jag har fler vänner och massa killar på BeReal. Eller fattar du? Killar och folk jag inte känner så bra. Det är ju helt ärligt folk som har lagt till mig som jag inte känner så bra. Jag vet inte, jag är inte direkt jättebekväm och lägga upp random grejer till folk. (respondent 1)

Freitas (2017:85-86) resonerar om att det finns skillnader mellan vad man vill lägga upp var och till vilka. Inlägg som försvinner kan vara mer genuina än inlägg som finns kvar och behöver därför inte vara lika genomtänkta. Flera av respondenterna gav återgivelse om att de lägger ut bilder på BeReal som aldrig skulle läggas ut på Instagram. Detta beror på att normerna och förväntningarna på apparna skiljer sig åt. Om man har en krets med sin närmsta vänskapscirkel kan det också vara en anledning till att vara mer bekväm och visa en genuin sida av sig själv. Med en mindre krets upplevs en mindre social press. Samtidigt som äkta material förväntas på BeReal i förhållande till andra sociala medier. Det kan uppstå vissa upplevda krav om vad som man ska publicera på appen och kraven blir svårare att leva upp till med fler kontakter. Med fler kontakter liknar det andra sociala medier när det är bekanta

eller okända människor som ser materialet. Vad man publicerar blir av större vikt då inte de kontakterna har samma uppfattning som nära vänner om vem människan verkligen är.

Det som är på Instagram, där har man ju folk man inte känner så väl men på BeReal känns det mer så att man bara har sin närmsta vänskapscirkel. Då kan vi ju lägga upp lite mer privata grejer. (respondent 4)

Men det har ökat, pressen, alltså desto fler som jag har på appen. I början där i januari, när jag hade bara mina närmsta vänner då kände jag aldrig någon press och la alltid ut på en gång. Men sen nu så har man tackat ja till lite för många. Så då är ju inte appens syfte riktigt kvar längre, tycker jag. Och det är ju på mig, för att jag inte gör som appen har tänkt att man ska, och för jag lagt till för många. (respondent 6)

5.4 Normer och förväntningar på BeReal

Normer och förväntningar på sociala medier är underförstådda regler om hur man ska bete sig. I sammanhanget handlar det om vilken typ av material och när man ska lägga ut det. Utifrån respondenternas intervju svar kan vi förstå att det material som läggs ut och när beror på vad andra lägger ut och när dem gör det. Det finns en förväntning från andra att man ska göra vissa saker vid olika tidpunkter, dagar och årstider. Sociala grupper och organiserade gemenskaper ger individen en enhet av jaget som kallas vid begreppet den generaliserade andre. Generaliserade andres attityd är den attityd som samhället har och påverkar tankesätt och beteende för de individer som är medlemmar (Mead, 1934:154). På BeReal förhåller sig jaget till dessa attityder som formas varierande utifrån exempelvis kontext.

Alla respondenterna uppgav att typer av förväntningar och normer varierade beroende på vilken tid på dygnet, vilken dag i veckan och vilken årstid det är. De menar till exempel att det på en helg finns mer press att lägga ut att man gör något roligt. Om det är en vardag mitt på dagen, så finns det mer press att lägga ut när man gör något produktivt som att studera eller arbeta. Respondent ett nämnde att det spelade som störst roll vad man lade upp på sommaren, för då vill man gärna visa att man gör roliga saker. Respondenten nämner att den alltid väntade med att lägga ut sin BeReal på sommaren till något mer roligt inträffade eller om något såg härligt ut. På hösten och vinterhalvåret menar en respondent att det är mer okej att lägga ut sin BeReal när man ligger hemma och tittar på en serie, för att det inte finns så mycket annat att göra då.

Denna press som normer och förväntningar skapar på respondenterna hindrar dem från att lägga ut innehåll som speglar deras riktiga liv. Normer och förväntningar som finns

på sociala medier är ett symptom av den osunda kulturen som florerar. Även om BeReal syftar till att motverka detta så sipprar ändå viljan att följa vissa normer och förväntningar igenom. Detta är intressant utifrån Goffmans resonemang om att det man väljer att visa upp för andra är det som passar till rådande normer. Detta ska stämma överens i den främre regionen där man vill göra ett gott intryck och motsvara de förväntningar som den aktuella publiken kan tänkas besitta (Goffman, 2004:97-99). När individen publicerar material på BeReal så finns den sociala mediekulturens normer men även kontakternas föreställda förväntningar med i processen.

På sommaren, om jag hade lagt upp typ varje dag att jag ligger i sängen, det hade aldrig hänt. För på sommaren var det mycket mer att jag verkligen valde tillfälle att lägga ut, men nu när det är väldigt deppigt och mörkt så ligger ju de flesta ut när de ligger och kollar på en serie och då tycker jag att det är mer okej att lägga ut på det, och då gör jag också det. (respondent 1)

Det är också som sagt beroende på vilken dag, men typ på en helg om man är skitdeppig och ser att folk lägger upp jätteroliga grejer, det är klart man får FOMO på något sätt. Ba fan vad tråkigt typ, men ändå inte så mycket. (respondent 1)

Utifrån Meads (1934:156) resonemang om generaliserade andre kan man förstå respondenternas svar som att deras självmedvetande tagit eller antar de organiserade sociala attityder som finns i samhället eller den grupp som de verkar i. När BeRealbilden publiceras känner de internaliserat i sig vad människor kommer tycka och vilka känslor olika bilder kan väcka. Normer och förväntningar finns med i medvetandet, i detta fall vad som är okej att publicera och vad man bör avstå från att publicera. Attityderna reproduceras och det är svårt att agera annorlunda när det finns ett förväntat förhållningssätt.

Så innan idag gjorde jag en BeReal och så skulle jag bara ta när jag satt vid skrivbordet, så tog jag den. Den är väldigt vidvinkel kameran ibland så då kom det med en massa grejer liksom som fakturor och sånt då på bordet här så då bara tog jag om det. (respondent 2)

Normer och förväntningar som finns i samhället återspeglas på sociala medier. På samma sätt som i det verkliga livet vill man passa in och följa normen. Människor har en rädsla för att hamna utanför och att vara annorlunda. Vissa normer kommer uppifrån, det vill säga att appens utformning kommer bidra till vissa normer, men de flesta normer kommer underifrån,

de skapas genom hur människor använder appen. BeReal är utformad på ett sätt så att den ska generera autentiskt innehåll, den uppmanar användarna att vara äkta genom att lägga ut en bild om dagen där inga filter eller möjlighet till att redigera bilden finns. Autenticitet är därför en av de normer användarna strävar efter, men även att avläsa hur andra använder appen och rätta sig efter det. Normen om autenticitet innebär på BeReal att lägga ut så snabbt som möjligt utan att ta några omtagningar eller på andra sätt förvränga och att jagen stämmer överens i sammanhanget. Enligt Boyd (2014:39-40) bestäms inte kontexten för en viss plattform helt av de tekniska funktionerna på den utan snarare av samspelet mellan användare och plattformen. Ur ett sociologiskt språkbruk är kontexten för sociala medieplattformar socialt konstruerade. Normerna formas därför i ett socialt medium av användarna som påverkar varandra om hur man använder en viss plattform som sedan hjälper till att skapa normerna på den.

Respondenter nämnde appens syfte och idé vid ett flertal tillfällen. De syftar då på att man ska vara äkta, lägga ut när notisen kommer och inte göra sig till eller göra några omtagningar. Även att man vill framstå som äkta för sina kontakter och att inte bry sig om att framstå som perfekt. I och med detta kan vi uppfatta hur normerna och förväntningarna kommer både från hur appen är utformad men även hur man tror att andra användare förväntar att man ska framställa sig. Förväntningarna som finns kan sluta i en social press. Det sker även på BeReal när det finns en annan typ av förväntning på att vara äkta. Det är problematiskt att navigera i när man ska presentera sig autentiskt, samtidigt som det inte ska framstå som exempelvis tråkigt. Likt andra sociala medier uppstår ett dilemma på BeReal över hur presentationen ska ske. Den generaliserade andre finns med i reflektion och agerande och formas i kontexten, där förväntningar fortfarande kvarstår oavsett plattform. Det blir ett uttryck av hur samhället funkar där sociala medier är en stor del av unga vuxnas liv med förhållningssätt som finns med i all dagliga livet.

Alltså man kan ibland känna lite så här och bara ah, jag har ju fan tagit BeReals varje dag den här veckan när jag legat i soffan och nu är det liksom så här samma idag igen, då kan man tänka lite så vad kommer de tro om mig? Att det är det enda jag gör liksom. (respondent 2)

Jag brukar försöka att inte förvränga. Utan jag försöker vara real liksom, men det kan ju hända ibland att man känner ah fan nu har alla lagt ut liksom så coola BeReals liksom, att man känner att man kanske vill snygga till sig lite och liksom se till att ja, men bakgrunden här är lite bra så, absolut. (respondent 2)

5.5 Strategier på BeReal

När notisen syns på mobiltelefonens skärm har man två minuter på sig att ta en bild på BeReal. Det kan anses som gott om tid - om man är nöjd med bilden eller inte lägger någon större vikt vid resultatet. Är man inte nöjd så finns det möjlighet att ta omtagningar inom den tidsram som ges, men kontakterna på appen kan se hur många gånger man tagit om bilden.

Respondenterna gav olika svar gällande hur de själva agerar och vad de tycker när andra gör det. Det fanns även tendenser som var framträdande i alla intervjuerna. De flesta menar att de oftast inte tar omtagningar men att det händer ibland. En av respondenterna uppgav att det händer nästan varje dag. Goffman (2004:103-104) skriver om den bakre regionen där man förbereder framträdandet. Där kan man välja vad som visas upp och vad som ska döljas för publiken. Om det är något man inte vill ha med i bilden, om man vill visa att något roligt händer, är produktiv eller inte är nöjd med hur man ser ut på bilden, så gör man det Goffman beskriver. En omtagning eller att vänta med att lägga upp blir i detta sammanhang ett icke autentiskt uttryck för mottagare eftersom materialet kan upplevas som planerat och förberett. Dock kan individen vid notistillfället vara i en situation där den gör något den inte brukar göra som kan resultera i redigering eller väntan för att stämma överens med autenticitetsaspekten av en konsekvent självpresentation. En respondent berättar att det uppstår situationer när den vill framhäva något.

Ja gud ja, jag har lagt ut första bilden jag tagit men typ så här. Vi säger att om jag har sminkat mig eller om jag sitter på jobbet då absolut, då kan jag lägga ut den första jag tagit.
(respondent 1)

Publiken kan se hur många omtagningar en kontakt gjort på appen och det går att argumentera för att publiken får tillgång till bakre regionen. När publiken får tillträde till den bakre regionen syns det att något redigerats inför framträdandet och det påverkar intrycken (Goffman, 2004:182-183). Omtagningar innebär att användaren av någon anledning inte är nöjd med BeRealbilden. Det kan bero på en strävan efter det svåruppnådda idealet autenticitet som dessutom inte är ett stadie som det går att befinna sig i hela tiden (Taylor, 2022:5). Kontakterna på appen ser antalet omtagningar och kan börja fundera kring om den eller de på bilden exempelvis inte var nöjd med utseendet eller om man ville ha med eller ta bort något i omgivningen den befinner sig. När individen laddar upp sin BeReal så finns det vissa grejer som bör finnas med. Den personliga fasaden är detaljer som publiken förknippar personen med som exempelvis ett visst utseende, kläder och ansiktsuttryck. Var personen än befinner

sig så ska dessa detaljer finnas med (Goffman, 2004:35). Om inte den personliga fasaden stämmer överens med hur personen brukar se ut, agera eller vad den gör, så uppstår en anledning till omtagningar för att överensstamma med förväntningarna.

Ja men alltså som jag sa då hela den här grejen med att jag sitter i soffan och alltså jag vet inte hur många bilder jag har på samma hörn i den här soffan när jag kollar på tv. Så de klart jag kan tänka att folk tänker ba ja det är det enda hon gör, men det är ju för att notisen alltid kommer när jag sitter sådär. Men sen kan jag också tänka så här alltså, det är klart att det är kul om jag får notisen när jag är med folk för då tänker jag att folk tänker ba, åh, hon har ett liv, så de klart man är påverkad på det sättet. Det är därför som jag sa tidigare att jag och mina vänner blir så glada när notisen kommer när vi gör något kul tillsammans. Dels för att det är kul för min egen skull och se tillbaka på, men också för att så ja, då kan andra se att jag inte alltid sitter på hemma på soffan. (respondent 6)

Om jag ser en bild när nån poserar jättemycket, så kollar jag om de har tagit omtagningar och då står det oftast typ att personen tagit om bilden sex gånger. (respondent 6)

I den främre regionen blir även delar av den förberedande, bakre regionen synlig för publiken. Som citatet ovan belyser så blottas det förberedande och respondenten misstänker att omtagningar skett för att få till det tänkta poserandet. Upplevelsen av att den som tar bilden "bryr sig" går på ett sätt emot de normer som är tilltänkta på appen. En inre önskan att leva i enlighet med sina värderingar ger en förståelse om autenticitet som kan krocka med de normer som finns på appen (Taylor, 2022:5). Dilemmat blir att man inte ska visa att man "bryr sig" samtidigt som det autentiska uttrycket hos individen möjligen uppstår vid en omtagning. Respondent ett lägger ibland upp den första bilden som tas, men har upptäckt att det går att stänga ner appen och sen ta om bilden. På detta sätt syns det inte att man tagit omtagningar. Respondenten menar att den inte vill att det ser ut som att mycket tid har lagts på bilden och att det är pinsamt att bry sig. Bryr man sig går det emot de förväntningar om äkthet som finns på BeReal. Därför uppstår detta sätt att manipulera tillträdet till bakre regionen som för användaren annars innebär en större press när publiken får tillgång till delar av det privata. BeReal uppges kunna fylla en funktion där användarna har möjlighet att vara autentiska, även om man kan förvränga materialet. Det blir ett nytt förhållningssätt med olika syn på hur man ska agera, medvetet eller omedvetet.

Men det ska ju vara spontant, men då tar jag hellre ny snygg bild, men att det bara står att jag tagit en tagning. Men då blir det ju att jag tar flera omtagningar, men det syns bara inte, för det hade varit pinsamt. (respondent 1)

Enligt respondenternas återgivelser laddar flera av dem upp bilden direkt när notisen kommer men att det även händer att de väntar med att lägga ut bilden tills något mer intressant händer. Det framkom även att de väntar med att lägga ut bilden ifall de vet att något mer intressant eller roligt ska ske den dagen. Med vetskap om att de inte skulle göra något mer speciellt så laddade de upp direkt när notisen kom.

Man kan ju fixa sig lite och plus att man kan vänta med att lägga ut, för om jag får notis tio på morgonen så kanske man tänker så här, jag ska ju iväg sen till Köpenhamn i eftermiddag så då kan jag ju vänta med att lägga ut. (respondent 2)

Här blir förberedelserna i den bakre, privata regionen intressant. Det kan finnas en baktanke till att lägga upp något som visar när individen gör något speciellt och då krävs en viss förberedelse. Eftersom en BeReal försvinner dagen efter när det är dags för en ny så går det att applicera begreppet efemeralitet. Efemeralitet är när något är kortlivat och övergående. Det som delas är ofta något som sker snabbt och är fäst vid den stund som finns när BeRealbilden laddas upp (Grainge, 2011:2-3). Att vara snabb på att ladda upp, visa något intressant och samtidigt vara autentisk är tre aspekter att ta hänsyn till. Efemeralitet kan vara en anledning till att BeReal är eller upplevs mer personligt än andra sociala medier. Därför kan efemeralitet vara viktigt för denna generationen, som ett svar på exempelvis inlägg på Instagram som ligger kvar en längre period, även om man kan ta bort inlägg.

Folk som har varit i Frankrike, Schweiz och England är det ju jättekul att se vad de gör då bara en spontan bild, så det är klart att det är härligt att se på ett annat socialt medium som typ Instagram, men då är det bara "picture perfect", på något vis. Och på BeReal blir det bara så här "Ja, hon är på utbyte i Nice, men hon ligger också pluggar som vem som helst, så det känns mer äkta. (respondent 6)

Det gäller trots allt att framträdandet förbereds på ett eller annat sätt. Om en person alltid lägger upp flera timmar senare blir det ett tecken på att individen väntat tills den gör något mer specifikt och då får publiken ett intryck av att individen väntar, framförallt om det sker vid upprepade tillfällen (Goffman, 2004:182-183). Publiken har tillgång till den främre

regionen där bilden presenteras, men det blir också användarens bakre region där publiken får tillgång till att användaren förberett. Den främre regionen kan således även vara den bakre regionen, beroende på vem som bevakar och i vilket sammanhang (Goffman, 2004:112).

Kontroll av bakre regionen är därför av stor vikt för intrycksstyrningen för att hålla distans till de krav som finns kring hur individen framställer sig (Goffman, 2004:103). Om det misslyckas så avslöjas individens privata sfär, som resulterar i att kontakterna förstår förberedelserna. Då uppstår en ny bakre region där man behöver vara ännu ett steg före i ens dagliga liv. Om allt planeras kan det anses icke autentiskt, samtidigt som att konsekvent material från personen kan vara ett sätt till att upplevas autentisk, när materialet på BeReal stämmer överens med jaget offline. Den tidigare bakre regionen kan bli som en främre region där personen behöver vara autentisk för att kontakterna ska uppfatta personens identitet på ett önskat sätt utifrån förväntningar. På samma sätt som att omtagningar är en förberedelse av framträdandet så blir att vänta med att lägga ut en annan strategi för att stämma överens med förväntningar som personen upplever:

När jag hade sovmorgon en gång och så låg jag i sängen där pushnotisen kom och det kändes ju lite tråkigt att bara lägga upp en bild på sig själv och lata och slöa i sängen medans andra hade gjort något produktivt under dagen. Så då väntade jag bara lite och så la jag upp en bild senare när jag hade gått till skolan. (respondent 4)

Nej, eller alltså, det är väl hänt att jag har gjort det, men i så fall är det omedvetet. Det är inte så att jag vet att sen ska jag ut och fest eller något sånt. Alltså jag väntar ju inte aktivt för att något roligt ska hända. Men det är väl så om jag kanske vet att jag ska duscha och sminka mig om tre timmar alltså då kanske jag väntar. Nu kanske jag säger emot mig själv här väldigt mycket, haha. Kontentan är att jag vill inte vara ful på bild, det är nog det. (respondent 6)

Dessa tre strategier går att koppla till Goffmans förberedande fas. I slutändan handlar alla om att kunna presentera den bild av en själv som man kan stå för och känna sig bekväm med personligen, men även för att kunna presentera det för sina kontakter på BeReal. Den möjligheten finns endast i den privata regionen där man väljer vad som ska visas upp och vad som ska döljas (Goffman, 2004:103-104). För att undvika insyn från publiken, samtidigt som man manipulerar bilden för att det ska se bättre eller roligare ut, är det av stor vikt vad man väljer att visa. Om BeReal poneras som en given social fasad för individen så är det mer eller mindre vedertaget vilka förväntningar som ska besvaras (Goffman, 2004:33). För att vara

redo i den förberedande fasen så kan man redan innan ha förberedande strategier. Då kan man vara mer eller mindre redo att genomföra dessa på BeReal för att lyfta ens autentiska jag.

Genom att användningen resulterar i omtagningar, väntan med att lägga ut och rensa appen från flödet så att antalet omtagningar inte syns, så blir appens grundläggande syfte till autentisk innehåll ifrågasättbart eftersom den har ett uttalad målsättning att motverka det tillrättalagda. Dessa tre strategier är alla ett sätt att försöka manipulera sitt framträdande på BeReal. De flesta respondenterna ville i intervjuerna framstå som att de inte tog omtagningar, väntade eller på något sätt hackade systemet. Under intervjuernas gång insåg de flesta respondenterna att de visst använder sig av någon av dessa strategier i ett försök att framställa sig på ett förväntat sätt. Respondent två resonerar följande kring att vänta med att lägga ut sin BeReal:

Exakt och det är så löjligt för att det är inte till för det liksom. Det är till för att vara real, men alltså människan är ju på det sättet, man vill ju visa liksom och så och sen så kan jag själv tycka att många tjejer och sånt framför allt lägger ut på, du vet, mycket mat och det ska vara fint och så väntar de och så står det posted ten hours late liksom och så är det vitt vin och go mat. Då tänker man lite såhär men vafan liksom, men sen är man ju själv lite likadan. (respondent 2)

Att människor ska vara autentiska i användandet av BeReal är ett centralt syfte med appen. Autenticitet är komplext eftersom man kan anses behöva redigera fram en autentisk sida när det finns förväntningar på användaren. Den autenticitet som eftersöks är i viss omfattning paradoxal. Intrycken som förmedlas kan uppfattas både som genuina och oäkta. När en fasad eller falsk fasad visas upp så är det beroende på om den är överensstämmande eller bristande mot intryck som framställs och den verklighet mottagaren har av det (Goffman, 2004:57-58). Således är föreställningen vi har om personen eller gruppen avgörande för om det upplevs som autentiskt eller falskt. Ett avslöjande är när något inte överensstämmer med bilden som mottagaren har av sändaren och därför är kontexten avgörande för om framställningen mottages som autentisk. Sändaren kan anse sig visa sin autentiska sida, men det är mottagaren som bedömer innehållet. Mottagaren och sändaren kan därför besitta olika åsikter om vad som faktiskt är autentiskt. Därför är anpassningen individen gör av materialet till stor del beroende av föreställningen den har av möjliga reaktioner.

6. Slutdiskussion

Detta arbete presenterar hur den tillrättalagda kulturen på sociala medier hanteras av användare av en app som ämnar att motverka det. BeReal har växt som en motreaktion mot förskönat innehåll som ett svar på den osunda sociala mediekulturen som leder till konsekvenser som psykisk ohälsa. Unga vuxna som har växt upp med sociala medier har en längtan till en mer autentisk plattform där allt som läggs ut inte behöver vara perfekt.

BeReal ger möjlighet till ett nytt sätt att presentera sig på sociala medier. BeReal blir likt en säker zon och appens ramverk, utan möjlighet till filter och redigeringar, blockerar en del av den osunda sociala mediekulturen. Därmed stämmer framställningen bättre överens med verkligheten på BeReal än på andra sociala medier. Att dessa funktioner finns på andra sociala medier har gett upphov till ett användande som skapat den orealistiska och idealiserade bilden som florerar. Det finns fortfarande behov av att försköna bilder på BeReal då sociala mediekulturen gjort det naturligt att visa upp positiva delar av jaget. Aspekter av jaget förkroppsligas och kan härledas till autenticitet som kan kollidera med tendenser att följa vissa normer och förväntningar som ändå sipprar igenom. Paradoxen blir när det ska framstå som autentisk. Samtidigt finns det en medvetenhet som resulterar i att det autentiska förvrängs fram. Bilder förvrängs på olika sätt på grund av vetenskap om reaktioner som kan uppstå om materialet. Det läggs stor vikt vid att lägga upp roligt, intressant och produktivt innehåll på BeReal för att framträda på ett sätt som accepteras av kontakterna. Det är anknutet till förväntningar och social press som råder på sociala medier. Eftersom sociala medier är en integrerad del av många liv blir det som publiceras en bekräftelse för andra att se hur livet är bakom skärmarna.

Användarna är vana med att framställa sin bästa sida på sociala medier utifrån situationens normer och förväntningar. En konflikt över hur man ska framställa sig på BeReal uppstår när det autentiska jaget ska presenteras. Användare förväntas blotta delar av sin bakre region och därför uppstår ett dilemma mellan att vara autentisk och privat. Mer av livet ska presenteras och det leder till ännu mer press när sociala medieanvändningen blir en ännu större del av livet. Delar som tidigare ansågs privata förväntas nu presenteras i främre regionens onlineframträdande, samtidigt som en autenticitetsaspekt på sociala medier är att jaget online matchar jaget offline. Detta är något som sker i större utsträckning på BeReal, men det kan även leda till social press då privata sfären förväntas presenteras.

Normer om att enbart lägga upp de positiva aspekterna av sitt liv reproducerar social press om att visa upp att man lever ett perfekt liv. Detta åskådliggörs även på BeReal i viss

grad, men inte i den stora utsträckning som på exempelvis Instagram. På BeReal har man mer kontroll över sin publik som leder till att man kan vara mer bekväm över vad man lägger ut och därmed kan publicera mer autentiskt material. Det krävs mer anpassning desto mer kontakter man har. Sättet som respondenterna hanterar denna autenticitetsproblematik är bland annat genom att minimera kontakterna och att använda sig av olika strategierna för att presentera det förväntade på BeReal. Att vänta och att ta omtagningar kan upplevas icke autentiskt då det avslöjar en viss förberedelse av materialet som läggs upp. Det blir komplicerat att navigera i sociala mediesfären ur ett autentiskt perspektiv när anpassning sker efter förhållningssätten som skapas på BeReal med en samtida vana att framställa sig utifrån antagna förväntningar från sociala mediekulturen. Behovet att porträttera sig i bästa avseende har skapats av den dynamiska socialiseringsprocessen och det åskådliggörs även på BeReal.

Sammanfattningsvis är BeReal ett symptom på autenticitetsproblematiken med det spirande missnöjet som finns av den osunda kultur som frodas på sociala medier. Undersökningen av hur denna diskussion hanteras och tas emot av användare har gett svar på att appen bidrar till en mer autentisk social mediemiljö. Trots att BeReal har en uttalad målsättning att motverka den tillrättalagda kulturen så finns vissa tendenser av detta som kan förklaras som uttryck från de traditionella sociala medierna. Det finns fortfarande behov av att försköna materialet och detta sipprar igenom på BeReal. BeReal har skapat en ny social press där man ska visa upp autentiska presentationer men samtidigt göra intressanta och produktiva saker. Bilden ska uppfattas som autentiskt tagen i ögonblicket när notisen kommer samtidigt som en intressant och positiv aspekt av livet ska visas upp. Detta har lett till en känsla av ångest när notisen plingar till då det finns press att göra något intressant eller produktivt som kan presenteras för kontakterna.

Vår undersökning bidrar till till att öka medvetenheten om den tillrättalagda djupt rotade sociala mediekulturen. Att BeReal tillkommit på det sociala mediespektrat har en positiv inverkan på autenticitetproblematiken men ännu är det en lång väg kvar för att förändra det djupt rotade förhållningssättet unga vuxna har till sociala medier. Förändring sker således inte genom ett socialt medium i sig. Det är snarare en förändring i förhållningssättet till sociala medier som kan vara lösningen på autenticitetsproblematiken.

6.1 Här för att stanna?

Respondenterna har mer eller mindre ett etablerat tankesätt och har lärt sig hur de ska framträda på olika typer av plattformar. BeReal sticker ut och därför anser vi det intressant att forska vidare om autenticitetsproblematiken på sociala medier. Det är intressant om BeReal över tid ger upphov till ett nytt förhållningssätt till sociala medier där normer och förväntningar istället blir att sticka ut och vara autentisk. Om "real" blir det vanliga på sociala medier och om det blir en prestige över att vara autentisk, blir det samtidigt intressant när "real" kan gå över till att mottages som en falsk fasad. Är fenomenet BeReal något som vi kommer se effekter av i framtiden?

7. Källförteckning

Arnborg, Ebba (2022). Mobilen - Hur påverkar den unga?. *Forskning.se*. 11 oktober. <https://www.forskning.se/2022/10/11/sociala-medier-unga-halsa> [2023-01-03]

Bailey, Erica R, Matz, Sandra C, Youyou, Wu & Iyengars, Sheena S. (2020). Authentic self-expression on social media is associated with greater subjective well-being. *Nature Communications* 11, 4889. <https://doi.org/10.1038/s41467-020-18539-w>

Beyens, Ine Pouwels, J. Loes, van Driel, Irene I, Keijsers, Loes & Valkenburg, Patti M. (2021). Social Media Use and Adolescents' Well-Being: Developing a Typology of Person-Specific Effect Patterns, *Communication Research*, <https://doi.org/10.1177/00936502211038196>

Berger, Peter L., Luckmann, Thomas (2011) *The social construction of reality. [Elektronisk resurs] a treatise in the sociology of knowledge*. Open Road Integrated Media. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,uid&db=cat07147a&AN=lub.4976510&site=eds-live&scope=site>

Boyd, Danah. (2014). *It's complicated*. Yale University Press: new haven + london

Brandon, John (2022). BeReal Is The Social Media App Of The Year For One Reason Only. *Forbes*. 13 december. <https://www.forbes.com/sites/johnbbrandon/2022/12/13/bereal-is-the-social-media-app-of-the-year-for-one-reason-only/?sh=2cb634ca7f41> [2023-01-04]

Bryman, Alan. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Malmö: Liber AB.

Burnell, Kaitlyn, George, Madeleine, Vollet, Justin W., Ehrenreich, Samuel & Underwood, Marion K. (2019). Passive social networking site use and well-being: The mediating roles of social comparison and the fear of missing out, *Cyberpsychology*, 13(3). doi:10.5817/CP2019-3-5.

Bullingham, Liam, Vasconelos, Ana C. The presentation of self in the online world': Goffman and the study of online identities. *Journal of Information Science*, 39(1) 101-112. DOI :10.1177/0165551512470051

Ceci, L (2022a). BeReal - Statistics & Facts. *Statista*. 21 november.
<https://www.statista.com/topics/10096/bereal/#topicOverview> [2022-12-05]

Ceci, L (2022b). Lifetime downloads of social media app BeReal worldwide as of May 2022, by country. *Statista*. 13 juni.
<https://www.statista.com/statistics/1311156/cumulative-downloads-bereal-app-by-country/> [2022-12-05]

Ceci, L (2022c). Number of BeReal app downloads worldwide from January to September 2022 (in millions). *Statista*. 12 oktober.
<https://www.statista.com/statistics/1338262/bereal-app-downloads-worldwide/> [2022-12-05]

Chua, Trudy Hui Hui, Chang, Leanne (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social media. *Computer in Human Behaviour*, Vol. 55, Part A, 190-197. DOI: 10.1016/j.chb.2015.09.011

Darr, C. R., Doss, E. F. (2022). The Fake One is the Real One: Finstas, Authenticity, and Context Collapse in Teen Friend Groups. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 27(4). DOI: 10.1093/jcmc/zmac009

Deacon, David, Murdock, Graham, Golding, Peter & Pickering, Michael (1999). *Researching Communications. A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis*. London: Arnold.

De Lenne, Orpha, Vandenboscha, Laura, Eggermont, Steven, Karsay, Kathrin & Trekels, Jolien (2020). 'Picture-perfect lives on social media: a cross-national study on the role of media ideals in adolescent well-being', *Media Psychology*, 23(1), pp. 52-78-78. doi:10.1080/15213269.2018.1554494.

Dixon, S (2022). Share of BeReal users in the United States who believe the app is an authentic social media as of July 2022. *Statista*. 17 oktober. <https://www.statista.com/statistics/1339109/us-bereal-users-bereal-authenticity/> [2022-12-05]

Flyvbjerg, Bent (2001). *Making Social Science Matter: Why social inquiry fails and how it can succeed again*. Cambridge: Cambridge University Press

Freitas, Donna (2017). *The happiness effect: how social media is driving a generation to appear perfect at any cost*. New York, NY: Oxford University Press

Goffman, Erving (2004). *Jaget och maskerna: en studie i vardagslivets dramatik*. 4. uppl. Stockholm: Norstedts akademiska förlag

Grainge, Paul (2011). *Ephemeral Media: Transitory Screen Culture from Television to Youtube*. Palgrave Macmillan: London

Honkanen, Maja-Wera (2022) Succéappen som hotar Facebooks listplacering. *DiGITAL*. 21 augusti. <https://www.di.se/digital/suceappen-som-hotar-facebooks-listplacering/> [2022-11-10]

Kvale, Steinar, Brinkmann, Svend (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur

Larsson, Larsåke. (2010). Intervjuer. I: Ekström, Mats. & Larsson, Larsåke. (red.) *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur

Mann, Rachel Besharat, Blumberg, Fran (2022). Adolescents and social media: The effects of frequency of use, self-presentation, social comparison, and self esteem on possible self imagery. *Acta Psychologica*, Vol. 228. DOI: 10.1016/j.actpsy.2022.103629

Mead, George Herbert (1934). *Mind, Self, and Society: From the standpoint of a social behaviorist*. The University of Chicago Press, Ltd., London

Reinecke, Leonard, Treptes, Sabine (2014). Authenticity and well-being on social network sites: A two-wave longitudinal study on the effects of online authenticity and the positivity bias in SNS communication, *Computers in Human Behavior*, 30, pp. 95–102. doi:10.1016/j.chb.2013.07.030.

Ross, Scott (2019), Being Real on Fake Instagram: Likes, Images, and Media Ideologies of Value. *J Linguist Anthropol*, 29: 359-374. <https://doi.org/10.1111/jola.12224>

Schreurs, Lara, Vandenbosch, Laura. (2022). Different interactions with appearance-focused social media content and adolescents' body dissatisfaction: A within-person perspective, *Computers in Human Behavior*, 135. doi:10.1016/j.chb.2022.107364.

Svenskarna och internet (2022). Svenskarna och internet 2022. En årlig studie av svenska folkets internetvanor. *Svenskarna och internet*. 11 oktober. <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2022/> [2022-12- 10]

Svt (2023). Experten: Så blir 2023 för sociala medier-plattformarna. *Svt Nyheter*. 3 januari. <https://www.svt.se/kultur/experten-sa-blir-2023-for-sociala-medier-plattformarna> [2023-01-04]

Taylor, Allan S. (2022). *Authenticity as Performativity on Social Media*. Palgrave Macmillan Ltd.

Utbildningsdepartementet (2022). Regeringskansliets rättsdatabaser. *Regeringskansliet*. <https://rkrattsbaser.gov.se/sfst?bet=2003:460> [2022-12-09]

Valkenburg, Patti M. (2022). Social media use and well-being: What we know and what we need to know, *Current Opinion in Psychology*, 45. doi:10.1016/j.copsyc.2021.12.006.

Wolfe, W. L., & Yakabovits, L. (2022). I'll see your beautified photo and raise you one: An experimental investigation of the effect of edited social media photo exposure. *Psychology of Popular Media*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1037/ppm0000443>

8. Bilagor

8.1 Intervjuguide

Namn?

Ålder?

Sysselsättning?

BeReal vs andra sociala medier

1. Varför laddade du ner BeReal?
2. Kommer du ihåg ungefär när du laddade ner appen?
3. Vilka andra sociala medier använder du? Varför använder du just de apparna?
4. Hur sticker BeReal ut från de andra sociala medier du använder?

Stress och press

5. Hur känner du när pushnotisen kommer?
6. Känner du press när notisen kommer?
7. Kan du komma ihåg något tillfälle när du kände press? Vad hände då?

Autenticitet

8. Tar du bilden spontant eller förvränger du vad du gör/hur du ser ut?
9. Läger du ut första bilden du tar eller händer det att du tar omtagningar? Varför?
10. När du ser notisen - känner du ett behov av att lägga ut en BeReal direkt eller kan du vänta med det?
11. Känner du att du vill få det överstökad? Känns det som en uppgift du behöver ha gjort för dagen?
12. Finns det tillfällen när du väntar när notisen kommer tills du tex gör något mer intressant?
13. Har det hänt att du tänker på hur du framstår på BeReal? Kan du ge ett exempel på när och vad du då tänkte?
14. Hur bra tycker du att bilden som visas upp av dig på BeReal stämmer överens med verkligheten och den du är utanför sociala medier?

Generell användning av BeReal

15. Använder du BeReal dagligen?
16. Reflekterar du över vad du lägger ut? Spelar vilka materialet når ut till roll?
17. Hur många vänner/kontakter har du på BeReal?
18. Känner du dem du är vän med? familj, vänner, bekanta, främlingar?

19. Använder du BeReal endast för era vänner på appen, eller även discoveryfunktionen?
Tittar ni på discovery eller gör ni själva inlägg som hamnar där?

Känslor och tankar kring BeReal

20. Hur upplever du att andras BeReal påverkar dig? Ett exempel: Om dina vänner lägger upp när de tex gör roliga saker/ligger hemma i soffan , vad får det dig att känna/må?
21. Vad tänker du kring vad andra lägger ut? Har det hänt någon gång att du sett någon lägga ut något som du reagerade särskilt på?
22. Finns det någon skillnad kring vad eller när tjejer och killar lägger ut?
23. Vad får du ut av att använda BeReal?
24. Vad är det som gör att du gillar/använder BeReal?
25. Finns det någon funktion du önskar hade funnits på appen?
26. Har eller kan BeReal ge möjlighet till en ny typ av kommunikationsform? Alltså om ni kommunicerar på ett annat sätt jämfört med andra sociala medier?
27. Liknar framställningen av dig på appen mer hur du framställer dig in real life/offline?
28. Vad är dina allmänna tankar/åsikter kring BeReal? (Eller har du något att tillägga?)