



MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

Time to be real.

Eine Dispositivanalyse von Authentizität im digitalen Raum
anhand der App „BeReal“

verfasst von | submitted by

Marian Fetka, BSc

angestrebter akademischer Grad | in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Science (MSc)

Wien | Vienna, 2024

Studienkennzahl lt. Studienblatt | UA 066 840
Degree programme code as it appears on the
student record sheet:

Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree
programme as it appears on the student
record sheet: Masterstudium Psychologie

Betreut von | Supervisor: ao. Univ.-Prof. Mag. Dr. Thomas Slunecko

Dank

Vor allen gilt mein Dank Isabel und Raphi, die mich in schwierigen Stunden unterstützt und mir Mut gemacht haben und die nie müde wurden, mit mir über Authentizität und Foucault zu diskutieren. Danke auch an Luna, Ingrid und Ralf für das Korrekturlesen und die hilfreichen Anmerkungen zu dieser Arbeit.

Für die Betreuung dieser Arbeit sowie die wertvollen Anregungen und wegweisenden Ratschläge danke ich Thomas Slunecko.

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	5
1.1 Einführung: Authentizität im digitalen Raum	5
1.2 Untersuchungsgegenstand: Die App BeReal	6
1.3 Forschungszugang	8
1.4 Exkurs in die Kulturpsychologie.....	10
1.5 Forschungsfragen	12
1.6 Übersicht und Aufbau der vorliegenden Arbeit.....	13
2 Über Authentizität.....	14
2.1 „Being real“ – Populärwissenschaftliches zu Authentizität.....	15
2.2 Authentizität in der psychologischen Forschung	16
2.3 Kurze Genealogie der Authentizität.....	18
2.4 Die Frage nach der Hervorbringung von Authentizität.....	20
3 Metatheorie	22
3.1 Macht und Wissen.....	22
3.2 Subjekt und Subjektivierung.....	24
3.3 Regierung und Gouvernementalität.....	25
3.4 Diskurs und Dispositiv	27
4 Methodologie.....	30
4.1 Die App als kulturelles Artefakt.....	30
4.2 Die Dispositivanalyse als Forschungsstil.....	31
4.3 Die Walkthrough-Methode.....	36
4.3.1 Kontext: <i>Environment of Expected Use</i>	36
4.3.2 <i>Der technische Walkthrough</i>	38
5 Empirisches Material: Ein Walkthrough durch BeReal	39
5.1 Kontext	40
5.1.1 <i>Vision</i>	40
5.1.2 <i>Operating Model</i>	48
5.1.3 <i>Governance</i>	51
5.1.4 <i>Kurzes Fazit zum Kontext</i>	52
5.2 Einstieg.....	53
5.2.1 <i>Logo</i>	53
5.2.2 <i>Einstieg und Registrierung</i>	55

5.3 Alltägliche Nutzung.....	57
5.3.1 <i>Das BeReal</i>	57
5.3.2 <i>Der Feed</i>	67
5.3.3 <i>RealMojis und Kommentare</i>	73
5.3.4 <i>Memories und Profil</i>	78
5.3.5 <i>Freundschaft und Vernetzung</i>	82
5.4 Ausstieg.....	86
6 Einordnung in den Gesellschaftlichen Notstand	89
6.1 Authentizität	90
6.2 Gleichzeitigkeit.....	94
6.3 Beziehungsqualität: Steigerungs-qua-Vernetzungs-Imperativ	95
6.4 Rekuperation am Beispiel von BeReal	96
7 Einbettung ins Makrodispositiv	98
7.1 Authentizität im digitalen Raum	98
7.2 Das authentische Selbstverständnis im Geständnis	100
7.3 Verfügbarkeit im Namen der Authentizität.....	101
7.4 Überwachung im Namen der Authentizität	103
8 Manöverkritik und Ausblick	104
Literaturverzeichnis	109
Abbildungsverzeichnis	120
Abstract	121

1 Einleitung

1.1 Einführung: Authentizität im digitalen Raum

In einer zunehmend digitalisierten Welt hat das Konzept der Authentizität eine neue Bedeutung erlangt. Bis zum zwanzigsten Jahrhundert bezog sich das Wort „Authentizität“ zumeist darauf, ob ein Dokument oder ein Text als wahr, überprüfbar oder echt angesehen werden kann, oder ob beispielsweise ein Kunstwerk ein realitätsgetreues Abbild des Originals darstellt. Das Konzept der Authentizität, wie es auf den Menschen heute angewandt wird, entstand in den letzten hundert Jahren parallel zum Aufkommen des Individualismus. Dabei rückten das Innenleben und die Art und Weise, wie sich Gefühle und Gedanken im äußerem Auftreten manifestieren, zunehmend in den Fokus. Authentizität beruht seitdem auf der Annahme einer Unterscheidung zwischen Innen und Außen, zwischen privatem und öffentlichem Individuum. Wer das eigene Innenleben möglichst unverändert nach Außen trägt, wessen Persönlichkeit sich privat und öffentlich nicht maßgeblich voneinander unterscheidet, gilt als authentisch. Durch die zunehmende Digitalisierung unseres Alltags verschwimmen nun aber die Grenzen zwischen dem Privaten und dem Öffentlichen, sodass eine klare Trennung der beiden Bereiche kaum mehr möglich ist. Wir teilen viel Privates im öffentlichen digitalen Raum, seien es Fotos oder Gedanken, Kommentare oder Likes. Wir schaffen uns digitale Identitäten auf Plattformen, die uns die Werkzeuge dafür an die Hand geben. So ist es oftmals ein Leichtes, sich selbst so darzustellen, wie es beliebt. Jede*r kann heutzutage entscheiden, wie liebenswert, erfolgreich, geheimnisvoll oder faszinierend die Selbstdarstellung ausfallen soll. Jeder (ausgewählte) private Moment kann mit minimalem Aufwand durch ein Foto eingefangen, eventuell bearbeitet und anschließend online geteilt und damit öffentlich werden. Diese Vermischung zwischen Privatem und Öffentlichen führt dazu, dass sich unser Verständnis von Authentizität verändert.

Auch kann beobachtet werden, dass sich nicht nur die Vorstellung von Authentizität im digitalen Raum wandelt, sondern das Thema auch immer mehr an Relevanz gewinnt. Ein Grund dafür könnte sein, dass wir uns in einer Welt, die von Massenmedien und digitaler Technologie geprägt ist, zunehmend nach „echten“ Verbindungen sehnen. In einer Zeit, in der Informationen rund um die Uhr verfügbar sind und der Austausch mit anderen durch Algorithmen vermittelt wird, scheint das Bedürfnis nach Echtheit, Transparenz und Unmittelbarkeit stärker denn je. Authentizität verspricht etwas, das unverfälscht und vertrauenswürdig ist – Qualitäten, die in einem alltäglichen Meer aus perfekt kuratierten

Inhalten einen besonderen Wert haben. Doch in dieser digitalen Welt, in der das Inszenieren und Kuratieren von Inhalten zur Norm geworden ist, stellt sich die Frage: Was bedeutet es heute, authentisch zu sein?

Gerade auf sozialen Medien scheint der Wunsch nach Authentizität allgegenwärtig. Influencer*innen preisen ihre „ungefilterten“ Momente an, Freund*innen teilen intime Einblicke in ihr Leben, verschiedene Plattformen oder Apps werben mit dem Versprechen, authentische Verbindungen zu ermöglichen. Doch gleichzeitig sind die Inhalte, die wir konsumieren und produzieren, häufig sorgfältig inszeniert, gefiltert und nachbearbeitet, um ein bestimmtes Bild zu präsentieren. Mit der Verflechtung von kommerziellen und kulturellen Interessen wird Authentizität für Content-Ersteller*innen zu einer zentralen Strategie, um das Vertrauen und die Bindung ihrer Follower*innen zu gewinnen. Authentizität kann durchaus als moderner Imperativ des Kapitalismus begriffen werden, der digitale Plattformen, Nutzer*innen und Marken eng miteinander verknüpft. Dies ist besonders bei Influencer*innen zu beobachten, deren Erfolg oft davon abhängt, wie „echt“ und nahbar sie von ihrer Community wahrgenommen werden. Aber nicht nur in der Welt der Influencer*innen spielt Authentizität eine zentrale Rolle. Im Alltag der meisten, vor allem jungen Menschen wird die Frage, wie man sich selbst online darstellt, immer relevanter. Was teilen wir? Wie teilen wir es? Was halten wir bewusst zurück? Und wie verändert sich dadurch unsere Außenwahrnehmung? Diese Überlegungen prägen unsere digitale Identität und haben Einfluss darauf, wie wir von anderen wahrgenommen werden.

Einerseits gibt es also den Druck, „echt“ und nahbar wirken zu müssen, andererseits die Versuchung, ein idealisiertes Selbstbild zu schaffen. Digitale Plattformen spielen eine entscheidende Rolle in diesem Spannungsfeld, denn sie bieten uns nicht nur die Möglichkeit, unsere eigene Geschichte zu erzählen, sondern geben uns teilweise auch vor, wie diese Geschichten aussehen können. Filter, Hashtags, Likes und Anzahl der Follower*innen beeinflussen unsere Online-Identität und schaffen eine Umgebung, in der Authentizität neu verhandelt wird.

1.2 Untersuchungsgegenstand: Die App *BeReal*

In diesem Spannungsfeld der digitalen Selbstdarstellung tritt die App *BeReal* als eine Plattform auf, die sich explizit der Authentizität verschrieben hat. Mit einem einzigartigen Konzept, das Nutzer*innen zu spontanen und unverfälschten Momentaufnahmen auffordert, stellt die App

einen Gegenentwurf zu den oft als stark inszeniert empfundenen Inhalten auf anderen sozialen Netzwerken dar. Ich habe aus diesem Grund *BeReal* als Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit gewählt. Mein empirisches Material besteht aus Screenshots, die ich von der App im Laufe der sogenannten Walkthrough Methode nach Light et al. (2018) angefertigt habe. Auf Empirie und Methode gehe ich zu einem späteren Zeitpunkt detaillierter ein. Im Folgenden erst einmal noch einige Worte zur App und ihrer Selbstpräsentation.

Die meisten Social-Media-Apps und vor allem die großen Namen in der Welt der sozialen Medien (wie *Instagram*, *Snapchat* oder *TikTok*) laden geradezu dazu ein, von sich selbst nur das Gewünschte oder stark Optimierte darzustellen. Online sehen wir unsere Freund*innen vermehrt als die perfekten Versionen derselben, die ihre perfekten Leben darstellen. Das hat verheerende Folgen: Wir leben in einem digitalen Zeitalter, in dem der Optimierungzwang (Duttweiler, 2016) und FoMO („fear of missing out“; Tandon et al., 2021) stark zugenommen haben. *BeReal* hat diesen Apps und dem Bild vom perfekten Alltag, das damit einhergeht, vermeintlich den Krieg erklärt: Die App stellt sich selbst als die einzige Möglichkeit dar, wirklich authentisch aufzutreten.

Die Kernfunktion von *BeReal* besteht darin, einmal täglich ein Foto mit der Front- und Rückkamera gleichzeitig aufzunehmen und zu posten. Die App sendet dazu an einem zufälligen Zeitpunkt eine Benachrichtigung an alle Nutzer*innen (dann ist die sogenannte „Time to BeReal“ gekommen), und alle haben dann ein Zeitfenster von zwei Minuten, um ein Bild aufzunehmen. Dadurch, dass der Zeitpunkt der Aufnahme jeden Tag variiert, soll verhindert werden, dass sich die Nutzer*innen aussuchen können, was sie von ihrem Alltag teilen wollen. Beide Fotos werden nach dem Auslösen automatisch zusammengefügt und können nicht bearbeitet werden. Das Bild wird anschließend mit der eigenen Freundesgruppe geteilt. So bleiben die Anwender*innen der App, so die Kommunikation von Seiten *BeReals*, authentisch, da ein zufälliger, unbearbeiteter Moment aus dem Leben der Nutzer*innen geteilt wird. *BeReal* verspricht, den Kontakt zu Freund*innen mit minimalem Aufwand – ein netter zusätzlicher Aspekt, es geht ja nur um ein Foto pro Tag – und maximaler Authentizität aufrechtzuerhalten, ohne viel Zeit am Smartphone zu verbringen.

Die App war und ist mit diesem Konzept äußerst erfolgreich: Von Juli bis September 2022 war *BeReal* die am meisten heruntergeladene kostenlose App im Apple App Store (Perez, 2022). Auch heute noch – Stand: Juni 2024 – verzeichnet *BeReal* über 20 Millionen regelmäßige Nutzer*innen, von denen etwa 3 Millionen die App mindestens einmal täglich nutzen

(Woodward, 2024). Dieser Hype um die App deutet auf die besondere Relevanz hin, die ihr innewohnt (Powers, 2012). Innerhalb von *BeReal* wird Authentizität neu verhandelt und definiert, und das auf eine Art, die Millionen von vor allem jungen Menschen in ihren Bann zieht. Das macht die App zu einem besonders spannenden Phänomen der jüngsten Social-Media-Geschichte.

1.3 Forschungszugang

Etwa ein Jahr vor meinem forschungspraktischen Interesse an der App habe ich selbst im August 2022 begonnen, *BeReal* zu nutzen. Damals war die App für mich vor allem als Mittel interessant, um mit Freund*innen, die nicht in derselben Stadt wie ich wohnen, in Kontakt bleiben zu können. Ich fand die von *BeReal* angepriesene Kernfunktion, nur ein Bild pro Tag zu posten, um dafür jeweils ein Bild meiner Freund*innen ansehen und so den Kontakt mit vergleichsweise wenig Aufwand pflegen zu können, zunächst durchaus praktisch. Besonders gefallen haben mir dabei die spontanen, oft lustigen, aber meist alltäglichen Einblicke, die mir *BeReal* in das Leben meiner Freund*innen gab: Schnappschüsse aus dem Supermarkt, dem Wartezimmer, bei einem Ausflug durch die Natur oder sogar von unkonventionellen Orten wie der Toilette – Einblicke ins Alltägliche, die mir bis zu diesem Zeitpunkt verwehrt geblieben waren.

Mit der Zeit ist aber einiges Unbehagen in der Interaktion mit der App aufgekommen: Der auf diese Weise hergestellte Kontakt hat sich für mich bald schon nicht mehr stimmig angefühlt. Ein Bild pro Tag, versehen mit mal mehr, mal weniger Reaktionen. Was für eine Form von „authentischem“ Kontakt soll das denn sein? Auch habe ich mich im Zuge dessen gefragt, woher der Hype um *BeReal* kam: Viele Menschen scheinen ja Gefallen an der Art gefunden zu haben, wie die App das Konzept der Authentizität hochhält, was deutlich anzeigt, dass *BeReal* einen Nerv unserer Zeit getroffen hat. Fördert die Idee der App also nun tatsächlich Authentizität? Und weiterführend, was bedeutet Authentizität überhaupt? Da sich diese Frage aber kaum schlussendlich klären lässt, habe ich mich damit begnügt, erst einmal darüber nachzudenken und zu hinterfragen, was Authentizität heutzutage im digitalen Raum bedeutet und, vor allem, wie das Konzept innerhalb von *BeReal* vermittelt wird.

Im Sommersemester 2023 konnten meine Irritationen mit dem Authentizitätsbegriff, den *BeReal* transportiert, im Rahmen des Anwendungsseminars „Kulturpsychologische Zugänge zur Analyse von Apps und Plattformen“ unter der Leitung von Thomas Slunecko und Moritz

Meister an der Universität Wien die Grundlage für eine fruchtbare Zusammenarbeit mit vier Kommiliton*innen bieten. Dass die App Authentizität in den Vordergrund stellt und damit wirbt, eine „echte“ Darstellung des Alltags zu bieten, wurde von mir und meinen Kommiliton*innen kritisch hinterfragt, und es entstanden konkrete Forschungsfragen: Was bedeutet es, auf Social-Media authentisch zu sein? Warum benötigen wir in sozialen Medien überhaupt „authentische“ Darstellungen? Und inwiefern lassen sie sich auch praktisch umsetzen? Bei einem genaueren Blick auf *BeReal* erschien es uns, als habe die App sowohl mit der Inszenierung von Authentizität als auch mit überzogenen Versprechungen zu kämpfen – insbesondere mit dem Versprechen, Nutzer*innen eine ungestellte, wahrhaftige Darstellung der Realität zu ermöglichen und das als Authentizität zu verkaufen. Aus besagtem Seminar entstand schließlich eine Seminararbeit (Leibetseder et al., 2023), die einen Walkthrough durch die App nach Light et al. (2018) enthält und damit den Grundstein für meine Masterarbeit darstellt. Alle Autor*innen der Seminararbeit haben zugestimmt, dass ich auf die Ergebnisse dieser Arbeit aufbauen und sie als Grundlage für meine Masterarbeit verwenden darf.

Im Rahmen meiner Masterarbeit habe ich versucht, das Verständnis von Authentizität, das *BeReal* transportiert, weiter herauszuarbeiten. Auch habe ich mich damit befasst, die Prozesse innerhalb der App rund um Authentizität in einen gesellschaftlichen Rahmen einzubetten. Wie konnte die App so große Popularität erlangen, welche gesellschaftlichen Prozesse spiel(t)en dabei eine Rolle? Was lässt sich am Beispiel von *BeReal* über Authentizität im digitalen Raum ableiten und generalisieren? Ein weiterer Gedanke, der mich vor allem gegen Ende meiner Forschung beschäftigte, war folgender: Wie verhält es sich mit dem Anspruch der App, uns authentische Darstellungen zu bieten, wenn wir wissen, dass jede unserer Interaktionen in Spannungsfeldern von Kontrolle und Überwachung stattfindet? Fördert die App tatsächlich Authentizität, oder geht es nicht vielmehr um die Etablierung einer speziellen Struktur der Überwachung? Denn nur wer selbst postet, kann die Posts der anderen sehen, und jeder verspätete oder erneut aufgenommene Post wird mit einem Hinweis auf die Verspätung bzw. wiederholte Aufnahme versehen, sodass eine Kultur der gegenseitigen Kontrolle und Überwachung gefördert wird. So stellt sich die Frage, ob die Menschen, die mit *BeReal* interagieren, tatsächlich in erster Linie Nutzer*innen sind oder nicht doch „vielmehr Benutzte, die sich freiwillig einer immer umfassenderen Überwachungsstruktur aussetzen“ (Przyborski & Slunecko, 2022, S. 181).

1.4 Exkurs in die Kulturpsychologie

Dieser Arbeit liegt das Paradigma der Wiener Kulturpsychologie (Slunecko et al., 2017) zugrunde. Die Betonung der Kultur ist zentral, da sie aus unserem Sozialisationsprozess und damit unserer Art, die Welt wahrzunehmen, nicht wegzudenken ist. Denn auch „psychologische Dimensionen existieren nicht in einem kulturellen Niemandsland, sie sind nicht vor Kultur da und werden in Kulturen nur unterschiedlich ausgeprägt, sondern sie sind von ihrer kulturellen Einbettung nicht ablösbar“ (Slunecko, 2008, S. 195). Die Kulturpsychologie legt besonderen Fokus auf die Perspektive von Michel Foucault. Außerdem stehen Medien und ihre identitätsstiftende Bedeutung im Mittelpunkt der Forschung. Im Wesentlichen geht es um den Einfluss von Medien auf unser Denken und Handeln – oft subtil und unbewusst. So beschreibt Slunecko (2008) Medien als „hochbrisante Psychotechnologien, [die] unvorhersehbare soziale, politische und symbolische Kollateraleffekte“ (S. 212) erzeugen. Medien steuern und formen unser Verhalten und unser Weltbild, sodass wir ihre Ziele verfolgen, ohne uns dessen bewusst zu sein. Mit Foucault (1972) gesprochen befinden wir uns bei der Interaktion mit Medien oftmals an der Schnittstelle von Fremdführung und Selbstführung, wo die Einflussnahme von außen und das Selbstbild des Individuums ineinander übergehen. Mit den Worten von Przyborski und Slunecko (2022) geht es vor allem darum, sich die Frage zu stellen, „wie wir uns selbst durch, in und mit unseren digitalen Medien und Technologien hervorbringen“ (S. 179).

Zusätzlich wird in der kulturpsychologischen Forschung die Reflexion des eigenen Beobachtungsstandpunkts betont. Dieses methodologische Leitmotiv – Slunecko (2020) nennt es „tracking one's own path“ – war zentral für das Zustandekommen von und die Weiterarbeit mit meinem Forschungsinteresse. So erhielt ich von Thomas Slunecko den Anstoß, genau auf jene Aspekte meiner Lebenswelt zu achten, die mich irritierten, schockierten oder besonders interessierten, um dann genau an diesem Punkt zu beginnen, den Blick scharf werden zu lassen und Forschungsfragen zu formulieren. Es galt, meine eigenen Irritationen systematisch zu hinterfragen und kritisch zu reflektieren, da am Anfang jede*r selbst den ersten Untersuchungsgegenstand bildet, aus dem das Forschungsinteresse entsteht und wächst (Slunecko, 2020).

Im Zuge unserer wissenschaftlichen Sozialisierung im Rahmen der quantitativen, hypothesengeleiteten Forschung wurden wir mit einem eng gefassten Verständnis von Objektivität konfrontiert, das einen klaren Handlungsrahmen vorgibt. Dieses Prinzip besagt,

dass die eigene Position, Vorerfahrungen und Prägungen keinen Einfluss auf die Forschung haben dürfen, da ernstzunehmende Ergebnisse unabhängig von der forschenden Person sein müssen (Rammstedt, 2010, S. 240). Slunecko (2017) spricht in diesem Zusammenhang von einer „hochgeredeten Wahrheit, deren Höhe sich gerade daraus ergibt, dass sie sich vom Erkennenden und von allem Situativen abhebt, weil sie immer und überall gelten will“ (S. 31). Diese „Wahrheit“ gilt es zu entdecken, ohne sie durch persönliche Einflüsse zu „verunreinigen“ (Slunecko, 2017, S. 31). Wie oben schon beschrieben, erhielten wir dementgegen den Anstoß, auf die Irritationen unseres persönlichen Alltags zu achten und auf dem Fundament dieser Irritationen unser Forschungsinteresse aufzubauen und schließlich unsere Forschungsfragen zu formulieren. Dieser Ansatz widerspricht deutlich der vorherrschenden Auffassung in den zeitgenössischen Geistes- und Sozialwissenschaften, insbesondere in der Psychologie, die besagt, dass Forschungsfragen aus der Theorie und nicht aus persönlichem Interesse abgeleitet werden sollen (Slunecko, 2020). Es ist jedoch zu bedenken, dass jede Interpretation einen Menschen benötigt, der sie vornimmt, und jede Schlussfolgerung letztlich von jemandem geschlussfolgert werden muss (Slunecko, 2020). Unter der Annahme, dass alle psychischen Strukturen als das Ergebnis der Sozialisationsgeschichte in einer bestimmten kulturellen Lebenswelt zu verstehen sind, sind davon folglich auch die Forschenden nicht ausgenommen. Dies macht die Vorstellung eines objektiven Blicks unmöglich und fordert vielmehr eine Reflexion über die eigene Standortverbundenheit und Sozialisation. Wir wurden also dazu angehalten, unseren „Beobachtungen auf der eigenen Spur“ zu sein (Slunecko, 2017). Wir alle befinden uns verstrickt in unseren Geschichten und Erfahrungen. Diese eigenen Prägungen zu erkennen und zu verstehen ist der einzige Punkt, an dem wir beginnen können, uns auf den Weg zum Universellen zu machen (Slunecko, 2020). Den eigenen Beobachtungen auf der Spur zu sein bedeutet schlussendlich, der eigenen Wahrnehmung und dem eigenen Denken zu vertrauen; Vertrauen zu haben, dass die eigene Rolle beim Forschungsprozess eine wichtige Funktion erfüllt, wenn nicht sogar die wichtigste Funktion auf der Suche nach Wahrheit (Slunecko, 2020).

Dieser Prozess erhebt keinen Anspruch auf die Art von Objektivität, die in der psychologischen Forschung oft hochgepriesen wird, im Gegenteil: Die eigene Perspektive sowie die kritische Reflexion der Sozialisation und Standortverbundenheit sind entscheidend. Dieses Prinzip erfordert, sich mit „den Mächten des Bestehenden“ (Slunecko, 2017, S. 36) anzulegen und

persönliche Irritationen nicht als Mangel an Anpassungsfähigkeit, sondern als Chance zum Erkenntnisgewinn zu betrachten. Das Prinzip der Objektivität wird in der qualitativen Forschung aber nicht, wie oft kritisiert, vernachlässigt, sondern neu definiert. Slunecko (2017) drückt es folgendermaßen aus: „Die Explikation des zunächst im Subjektiven Gefangenen (er)zeugt Objektivität (im Sinne einer Nachvollziehbarkeit)“ (S. 30). Das Prinzip der intersubjektiven Nachvollziehbarkeit findet sich auch als eines der wichtigsten Gütekriterien qualitativer Forschung bei Steinke (2008, S. 324-326). Sie bezeichnet diese Nachvollziehbarkeit als Alternative zur intersubjektiven Überprüfbarkeit, da diese aufgrund eingeschränkter Möglichkeiten zur Standardisierung qualitativer Verfahren oft nicht gewährleistet werden kann. Die intersubjektive Nachvollziehbarkeit kann durch die Umsetzung dreier zentraler Kriterien erreicht werden: Erstens ist eine umfassende Dokumentation des Forschungsprozesses nötig, die diesen Schritt für Schritt nachvollziehbar macht (Steinke, 2008, S. 324-326). Zweitens empfiehlt sich eine Interpretation der Ergebnisse in Gruppen (Steinke, 2008, S. 326), was im Anwendungsseminar sowie im Masterseminar von Thomas Slunecko geschehen ist. Drittens nennt Steinke die Verwendung regelgeleiteter Verfahren (2008, S. 326). Hier berufe ich mich auf die Verwendung der Walkthrough-Methode nach Light et al. (2018) sowie meine von Andrea Seier (2019) und Simon Schaupp (2019) geprägte Interpretation der Dispositivanalyse, die ich im Kapitel zur Methodik dieser Arbeit näher erläutern werde.

1.5 Forschungsfragen

In dieser Arbeit untersuche ich, welches Bild von Authentizität von und innerhalb *BeReal* transportiert wird und arbeite anschließend in meiner Arbeit heraus, welche gesellschaftlichen Entwicklungen die Popularität einer App wie *BeReal* – mit ihrem spezifischen Verständnis von Authentizität – überhaupt möglich gemacht haben. Aufgrund meines Forschungsinteresses habe ich folgende Forschungsfragen zu *BeReal* formuliert, die mir als Orientierung bei der inhaltlichen Auseinandersetzung mit der App dienten:

- Wie fasst *BeReal* Authentizität und wie wird sie in der App hergestellt? Wie wird Authentizität innerhalb von *BeReal* diskursiv eingebettet, wie wird sie an die Anwender*innen vermittelt?
- Wie werden die Nutzer*innen von *BeReal* adressiert? Was für ein Verhältnis wird zwischen den Nutzer*innen evoziert?

- In welche Ziel- und Zweckordnungen werden Nutzer*innen im Zusammenspiel mit der App eingespannt? Wie definiert sich eine erfolgreiche Interaktion mit der App, sowie mit anderen Nutzer*innen und mit sich selbst?

1.6 Übersicht und Aufbau der vorliegenden Arbeit

Ich will im Folgenden den Aufbau dieser Arbeit skizzieren, sowie die für jedes Kapitel wichtigsten theoretischen Konzepte.

Zunächst werde ich einen Überblick über das Konzept der Authentizität geben, den zugrundeliegenden theoretischen Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit. Meine Herangehensweise ist hierbei vor allem von den Theorien zu Authentizität von Nikolaus Buschmann (2022) und Aleida Assmann (2012) geprägt, anhand derer ich mich durch das Thema bewege, teilweise stark verknüpft mit dem Konzept der Selbstverwirklichung nach Thomas Tripold (2012).

Da dieser Arbeit das metatheoretische Gerüst von Michel Foucault zugrunde liegt, werde ich anschließend die zentralen Theorien Foucaults in Grundzügen vorstellen.

Daraufhin stelle ich die Methodik vor, mit der ich die App *BeReal* untersucht und analysiert habe. Dabei geht es sowohl um die Walkthrough-Methode nach Ben Light, Jean Burgess und Stefanie Duguay (2018), als auch um die Dispositivanalyse, an die ich mich mit Hilfe der Literatur des Soziologen Simon Schaupp (2019) und der Medienwissenschaftlerin Andrea Seier (2019) heranwage.

Es folgt das Herzstück dieser Arbeit: der Walkthrough durch die App *BeReal*. Mithilfe von Screenshots aus der App illustriere ich hier meine Gedanken und Eindrücke, wobei ich auf Punkte eingehe, die mir besonders aufschlussreich, wichtig oder irritierend erschienen. Der Walkthrough wurde immer wieder durch die Überlegungen von Jorinde Schulz (2019) bereichert, bei denen es vor allem um die Kommunikation der App mit den Anwender*innen geht und auch darum, wie *BeReal* durch seine Struktur eine Hörigkeit der Nutzenden hervorruft. Darüber hinaus lasse ich in meine Analyse verschiedene theoretische Konstrukte miteinfließen, wie etwa das Konzept des Nudging (Thaler & Sunstein, 2008) und der Gamification (Deterding et al., 2011; Hamari et al., 2014), sowie das Konzept der technischen Vermittlung von Bruno Latour (1998), um die Funktionsweise und die Strategien der App verständlicher zu machen.

Nachdem *BeReal* eingehend vorgestellt wurde, mache ich mir Gedanken dazu, warum *BeReal* so erfolgreich geworden ist und auf welche gesellschaftlichen Notstände die App antwortet. Ich arbeite heraus, dass *BeReal* zwar zunächst den Anschein erweckt, für gesellschaftliche Notstände eine Lösung zu bieten, jedoch in der Umsetzung eine Verzerrung stattfindet, da die App widerständige Impulse absorbiert und integriert, während sie letztlich dasselbe Problem unter dem Deckmantel der Problembekämpfung reproduziert; dieses Phänomen verdeutlichte ich mit dem Begriff der Rekuperation, geprägt von Guy Debord (1967).

Anschließend zoomt ich noch weiter heraus und versuche, das „Big Picture“ zu betrachten und *BeReal* in einen größeren Kontext, nämlich den der Authentizität im digitalen Raum, einzubetten. Wichtig für meine Überlegungen hierzu sind vor allem die Gedanken zu Problematisierung von Foucault (2016) und (wie schon im Kapitel zu Authentizität) das Verständnis von Authentizität nach Buschmann (2022). Anschließend vergleiche ich mithilfe der Überlegungen von Hannelore Bublitz (2014) die Praktiken innerhalb von *BeReal* mit den Ideen zum Geständnis von Foucault (2019). Im letzten Teil diskutiere ich, wie sich *BeReal* als App in die Verfügbarkeits- und Überwachungslogiken von Social-Media einbettet. Zentral für diesen letzten Teil sind das Konzept der lateralen Überwachung von Mark Andrejevic (2005) sowie auch die Theorien zum Panoptismus von Foucault (1994).

Ich schließe meine Überlegungen am Ende mit einem Ausblick und einer Kritik an meiner Arbeit, in der ich meinen Standpunkt während des Forschungsprozesses kritisch betrachte, ganz im Sinne der Wiener Kulturpsychologie und des für meine Forschung zentralen, schon in meiner Einleitung vorgestellten Leitmotivs von Thomas Slunecko (2020).

2 Über Authentizität

Authentizität ist vor allem im letzten Jahrzehnt regelrecht zu einem „buzzword“ geworden (Fernando, 2015). Der Druck, als Person stets authentisch sein zu müssen, ist allgegenwärtig. Aber nicht nur von Personen, auch von Politik, Architektur, Restaurants, Kunst oder Mode wird Authentizität erwartet (Banet-Weiser, 2012). Das gilt auch für den digitalen Raum, in dem sich heutzutage ein großer Teil unseres Lebens abspielt. Auf Social-Media-Plattformen gehört es zur Alltagsordnung, Freund*innen oder Personen des öffentlichen Lebens für ihre unzureichende Authentizität zu kritisieren (McRae, 2017). Die App *BeReal* hat sich dieses Phänomen zu Nutzen gemacht und wirbt mit der Möglichkeit einer authentischen digitalen

Selbstdarstellung. Damit wurde *BeReal* so erfolgreich, dass die App von Ende Juli bis Mitte September 2022 auf dem ersten Platz der meist heruntergeladenen kostenfreien Apps im Apple App Store zu finden war (Perez, 2022).

Aber was bedeutet es heutzutage, wenn wir von Authentizität sprechen? Über welche Eigenschaften oder Fähigkeiten müssen Menschen verfügen, um sich authentisch nennen zu können? Ich gebe in diesem Kapitel einen Überblick darüber, was es in westlichen, neoliberalen Gesellschaften bedeutet, authentisch zu sein und warum Authentizität in der heutigen Zeit einen so zentralen Wert darstellt. Wer beruft sich auf Authentizität und in welchen Lebensbereichen spielt dieses Konstrukt eine wichtige Rolle? Die Antwort ist, wie sich im Folgenden zeigen wird: In fast jedem Bereich einer neoliberalen Arbeits- und Lebenswelt ist Authentizität wichtig oder gar unabdinglich.

2.1 „Being real“ – Populärwissenschaftliches zu Authentizität

Die App *BeReal* fügt sich als selbstinszenierte Helferin zu mehr Authentizität gut ein in eine Gesellschaft, in der Authentizität zentral zu sein scheint. Ich will darum in dieser Arbeit die mediale Praxis in den Fokus nehmen, über die und mit Hilfe der innerhalb von *BeReal* ein authentisches Selbstverständnis begründet wird. Ich gehe davon aus, dass diese Praxis eng verwoben ist mit wirkmächtigen Erwartungshaltungen und Anforderungen an die Nutzer*in der App. Das beginnt schon beim Titel: Die kulturell-gesellschaftliche Erwartung, sich mit Hilfe von Authentizität selbst zu verwirklichen, wird vom in *BeReal* allgegenwärtigen Imperativ, authentisch sein zu müssen – der Name der App ist Programm: „be real“! – unterstrichen und befeuert. Aber was bedeutet das eigentlich – „be real“? Eine kurze Recherche auf diversen Coaching-Webseiten gibt Aufschluss darüber, wie „being real“ zu verstehen ist, und wie die Suche nach dem „echten Selbst“ und die damit verbundene Authentizität im Neoliberalismus als Versprechen genutzt und instrumentalisiert werden, um Coachingprogramme zu bewerben.

Direkt ins Deutsche übersetzt bedeutet „be real“ so etwas wie „sei ehrlich“, oder bei alleiniger Übersetzung von „real“: „wirklich“, „echt“, „tatsächlich“, „wahr“. Die Redewendung „being real“ – oder im Deutschen als Anglizismus: „real sein“ – hat aber auch noch eine umgangssprachliche Bedeutung, die vor allem im letzten Jahrzehnt Eingang in die Alltagssprache gefunden hat, aber so in keinem Wörterbuch steht (LaRue, 2018).

Bei der Eingabe von „what means being real“ und „how to be real“ in die Google-Suchmaschine sprangen mir allerlei Internetseiten entgegen, die eine Verbindung zu Authentizität herstellen, die meisten davon auf Selbstverwirklichung oder persönliches Wachstum ausgerichtet. „Being real“ scheint immer wieder als Thema bei Coaching-Webseiten auf, sowohl für persönliches Wachstum, als auch für Beziehungs- oder Business-Coaching (Fernando, 2015; LaRue, 2018; Beohm, 2017; Amodeo, 2014). Die meisten dieser Webseiten zielen darauf ab, zuerst darüber aufzuklären, dass Authentizität einen der zentralsten, wichtigsten Werte in der heutigen Gesellschaft darstellt, nur um anschließend ein Programm an die Leser*in zu verkaufen, mit Hilfe dessen es gelingen soll, zu (noch) mehr Authentizität im Leben zu gelangen.

Laut dieser Seiten geht es bei „being real“ hauptsächlich darum, sich so anzunehmen und schätzen zu lernen, wie man tatsächlich ist bzw. sich selbst treu zu sein. Man dürfe sich nicht hinter Unsicherheiten oder gelernten Mustern verstecken, sondern müsse lernen, ehrlich mit sich und seinen Mitmenschen zu sein. So könne man im Beruf, in der eigenen Beziehung oder in der Verwirklichung des Selbst erfolgreich werden. Immer wieder wird auch die Art der Kommunikation mit anderen in den Vordergrund gerückt: „being real“ bedeute hierbei, stets wahrheitsgemäß zu kommunizieren, wer man ist und welche Werte man vertritt, und sich nicht hinter Unsicherheiten zu verstecken, um maximalen Erfolg in der Kommunikation zu erzielen. Schlussendlich sei Authentizität und „being real“ die einzige richtige Wahl in der heutigen Gesellschaft, denn nicht „real“ zu sein – also die beste Version seiner Selbst – führe dazu, von anderen, authentischeren Personen abhängig zu werden.

Zusammengefasst bedeutet „being real“ also ein möglichst großes Maß an Authentizität, das es stets zu maximieren gilt. Handlungen jeder Art sollen bzw. müssen den eigenen Werten entsprechen. Wer nicht authentisch ist, ist auch nicht erfolgreich – weder was berufliche, noch was private Ziele angeht. Im folgenden Kapitel soll es kurz darum gehen, ob die psychologische Forschung ein ähnliches Bild von Authentizität zeichnet.

2.2 Authentizität in der psychologischen Forschung

Das Konstrukt der Authentizität hat in den letzten Jahrzehnten in der Psychologie deutlich an Wichtigkeit gewonnen (Kernis & Goldman, 2006; Sedikides et al., 2017). Das Modell, mit Hilfe dessen Authentizität meist erhoben wird – das „Authenticity Scale Model“ nach Wood et al. (2008), eine Weiterentwicklung eines Modells von Kernis und Goldman (2006) – stellt Authentizität als eine dem Menschen innewohnende Eigenschaft dar, die unterschiedlich stark

ausgeprägt sein kann. Authentizität beschreibt in diesem Modell „the unimpeded operation of one's true or core self in one's daily enterprise“ (Kernis & Goldman, 2006, S. 347). Ein anderes, innerhalb der Psychologie weniger populäres Modell, beschreibt Authentizität als Zustand statt als Eigenschaft. So beschreiben Sedikides et al. (2017) Authentizität als „the sense that one is currently in alignment with one's true or real self“ (S. 521). Teil beider Definitionen von Authentizität ist die Idee vom „true self“, das von den Autor*innen salopp beschrieben wird als die dem Individuum eigenen zugrundeliegenden spezifischen Neigungen und Charakterzüge. Teilweise wird in der Literatur zu Authentizität auch von einem „Kern des Selbst“ oder einem „idealen Selbst“ gesprochen; so heißt es beispielsweise bei Vannini und Franzese (2008), bei Authentizität gehe es „not only about striving to achieve for an ideal self, but also about negotiating what one actually is and what one just cannot be“ (S. 1631). Hier bleibt allerdings undefiniert, was genau das „ideale Selbst“ ausmacht, und auch die Definition des „echten Selbst“ von Kernis und Goldman (2006) oder Sedikides et al. (2017) sind recht ungenau.

Trotzdem hat sich die „Authenticity Scale“ nach Wood et al. (2008) als Messinstrument für Authentizität durchgesetzt, mit deren Hilfe authentisches Selbstverständnis und Verhalten quantifiziert werden können. Es geht beim Konstrukt rund um Authentizität im Grunde darum, sich selbst zu akzeptieren, „wie man ist“ (Kernis & Goldman, 2006), sich entsprechend der eigenen Werte zu verhalten, diese Werte ehrlich nach außen zu tragen (Wood et al., 2008) und dabei möglichst wenig von der Meinung anderer abhängig zu sein (Vannini & Franzese, 2008). Hohe Werte auf der Authenticity Scale werden mit hoher Lebenszufriedenheit (Wickham et al., 2016) und positivem Selbstwert (Goldman & Kernis, 2002), hoher Resilienz (Wood et al., 2008) und effektiver Selbstreflektion (Boyraz & Kuhl, 2015) in Verbindung gebracht. Auch erleben authentische Individuen weniger Angstgefühle und Stress (Wood et al., 2008) und verfallen seltener in Grübeleien oder negativen Gedankenspiralen (Boyraz & Kuhl, 2015). Authentizität wird – trotz ungenauer Kriterien – quantifiziert und als Konstrukt messbar gemacht, um so mit anderen quantifizierten Konstrukten in Verbindung gesetzt und korreliert werden zu können, wie in der psychologischen Forschung weitgehend üblich (Mruck & Mey, 2010). So untermauern dann auch psychologische Studien, wie wichtig Authentizität in der heutigen Gesellschaft ist. Denn ein authentisches Individuum ist, so die Forschungslage, glücklicher, resilenter und reflektierter als ein unauthentisches. Authentizität scheint also

durchaus eine Eigenschaft zu sein, die in der heutigen Gesellschaft in so gut wie jeder Lebenslage nützlich ist und die man deshalb auf jeden Fall mitbringen sollte.

Wie es dazu kam, dass authentisches Selbstverständnis und Verhalten so zentral geworden sind, und warum das Konzept des „echten Selbst“, das es zu verfolgen und dem es gerecht zu werden gilt, dabei eine so große Rolle spielt, will ich im nächsten Unterkapitel thematisieren. Denn auch die Theorien und Konzepte rund um Authentizität und das Selbst sind in einen geschichtlichen Kontext eingebettet, den zu beleuchten durchaus interessante Erkenntnisse bringt. So sprechen sich beispielsweise die Kulturwissenschaftlerin Aleida Assmann (2012) oder der Soziologe Nikolaus Buschmann (2020) entschieden dagegen aus, Authentizität als Eigenschaft zu definieren, vielmehr sprechen sie von einem „sinnstiftenden Raster“ (Assmann, 2012, S. 33) bzw. einer bestimmten „Weise der Subjektivierung“ (Buschmann, 2020, S. 456).

2.3 Kurze Genealogie der Authentizität

Das Konstrukt rund um Authentizität hat eine Geschichte, eine Genealogie (Vogl, 2020), die bedingt, unter welchen Umständen zu einem gegebenen Zeitpunkt jemand oder etwas als authentisch auftreten kann (Saupe, 2015). Ich möchte daher im Folgenden die Genealogie der Authentizität, die eng mit dem Konzept der Selbstverwirklichung verknüpft ist, anhand einiger ausgewählter historischer Zeitfenster skizzieren und nachvollziehen. In Ansätzen lässt sich so darstellen, unter welchen historisch-epistemologischen Bedingungen Authentizität heute als ein so prägender Teil unserer Lebensentwürfe wirksam wird.

Zentral für das Aufkommen authentischer Selbstbezüglichkeit ist aus genealogischer Perspektive der „frühnezeitliche Individualitätsdiskurs“ (Buschmann, 2020, S. 458). Innerhalb dieses Diskurses im frühen 18. Jahrhundert kommt die Idee der Individualität als neuer, besonderer Wert auf. Erstmals formt sich ein Verständnis des Menschen, nach dem das Innen und das Außen als voneinander getrennt wahrgenommen werden. Der Wesenskern des Menschen tritt als „das authentische [...] Zentrum seiner Individualität“ (Assmann, 2012, S. 36) hervor. Dem Inneren wird Stärke gegenüber dem unwahr anmutenden Äußeren zugesprochen und es wird „beerbzt als authentischer Kern der Individualität“ (Assmann, 2012, S. 36). Nach Julia Straub (2012) kann die hier aufkommende Differenzierung zwischen dem Innen und dem Außen als die grundlegende, seit Jahrhunderten wirksame Dichotomie des Authentischen interpretiert werden, welche so wirkmächtig geworden ist, dass heute die

Unterscheidung zwischen einem inneren „wahren“ Selbst und einem äußereren, potenziell „falschen“ Selbst denkbar und plausibel erscheint.

Zudem kommt es um das Jahr 1800 in der Romantik zu einer deutlichen Aufwertung der menschlichen Empfindsamkeit. Das Selbstsein wird definiert als „Gegenentwurf zur ‚Künstlichkeit‘ des Gesellschaftlichen“ (Buschmann, 2020, S. 460). Die „Treue der Person zur eigenen inneren Natur“ (Reichardt, 2014, S. 61) wird betont und es entsteht der Gedanke, „dass die Verwirklichung der Natur im menschlichen Individuum eine Form des ‚Ausdrucks‘ sei“ (Buschmann, 2020, S. 460). Als Gegenentwurf zum „bürgerlichen Allgemeinsubjekt“ (Buschmann, 2020, S. 460) ist das Subjekt in der Romantik mit der Idee verknüpft, jeder Mensch sei im Besitz einer eigenen Individualität. Dieser Gedanke hat sich als wirkmächtige Vorstellung in das moderne Denken eingeschrieben und kann als einer der Grundsteine für das heutige Selbstverwirklichungsideal betrachtet werden (Saupe, 2015). Das romantische Denken ist also maßgeblich am Aufkommen des Konzepts des authentischen Selbst beteiligt und dient als „Hintergrund des modernen Authentizitätsideals mit seinen Zielen der ‚Selbsterfüllung‘ und ‚Selbstverwirklichung‘“ (Tripold, 2012, S. 75).

Die romantischen Vorstellungen zu Authentizität wirken bis in die Alternativmilieus der 1970er und 1980er Jahre, in denen „Selbstverwirklichung (...) hoch geschätzt“ (Reichardt, 2014, S. 65) wird. Thomas Tripold (2012) argumentiert, dass sich in der Romantik das „moderne Authentizitätsideal zu formieren begann“ (S. 16), das bis heute Wirkmacht für sich beansprucht. Die in der Romantik aufgekommenen Ideale einer „expressiven Selbstverwirklichung“ (Tripold, 2012, S. 325) werden aber nicht nur in alternativen, linksalternativen Milieus relevant, sondern auch in anderen „emanzipatorischen Bewegungen und Diskursen“ (Biebricher, 2018, S. 178). So tauchen die romantischen Ideen zu Authentizität ab den 1960er Jahren in etwas umgewandelter Spielart vermehrt in New-Age-Bewegungen, in holistischen oder spirituellen Milieus auf (Tripold, 2012, S. 324). In linksalternativen Diskursen, im Kontext der Alternativbewegungen, in den Gedanken des New-Age und der Esoterik wird das Authentische zu einem wichtigen Bezugspunkt, wo es stets mit dem Ziel der Selbstverwirklichung verbunden ist (Saupe, 2015). Die Gegenkultur der Sechzigerjahre bringt eine „Idee des expressiven Individualismus“ (Tripold, 2012, S. 324) hervor. Dies führt zu einem stark vergrößerten Feld möglicher Formen und Wege des Lebens, wodurch der Anspruch auf Selbstverwirklichung eine größere Wirksamkeit erlangte und heute als Ideal westlicher Gesellschaften weit verbreitet ist (Tripold, 2012, S. 324f.).

So wird Selbstverwirklichung zu einem institutionalisierten Erwartungsmuster. Nach Tripold (2012) zeigt sich das besonders in gegenwärtigen Logiken der Ökonomie. Denn die vormals geltenden relevanten Vorstellungen einer Ethik der Pflichterfüllung, sie sich durch „den Erwerb von Geld als Selbstzweck“ (Tripold, 2012, S. 325) auszeichnen, verlieren ab den 1960er- und 1970er-Jahren immer weiter an Relevanz. Die Idee der Selbstverwirklichung, in linksalternativen Diskursen ursprünglich gegen die Gleichförmigkeit und Hierarchie des Fordismus gerichtet, wird zum „Stützpfeiler des aktualisierten kapitalistischen Überzeugungsnetzes“ (Tripold, 2012, S. 325). Auf diese Weise konnten gegenkulturelle Ideale der Authentizität und Selbstverwirklichung von den Logiken des Neoliberalismus aufgegriffen und innerhalb sich verändernder Strukturen selbst zu einer seiner Verheißen werden (Biebricher, 2018, 178f.). Beispiele hierfür finden sich nach Saupe (2015) oder auch Bröckling (2007) vielfältig in der Management-Literatur, wo immer wieder darauf hingewiesen wird, dass das Management – das Selbst-Management genauso wie das Management eines Konzerns bzw. von Mitarbeiter*innen – ein authentisches sein muss, um das „wahre Selbst“ nach außen zu kehren, um mit einer authentischen Außenwirkung zum Erfolg zu gelangen. Mit diesen ausgewählten Schlüsselmomenten der Genealogie des Authentizitätsideals wollte ich zeigen, dass Authentizität stark mit Selbstverwirklichung in Verbindung steht und wie die ehemals antikapitalistische Vorstellung von Authentizität Eingang in neoliberalen Strukturen gefunden hat. Ich habe dargestellt, wie sich eine Subjektivierung, die über das Konzept des Authentischen entworfen wird, immer schon in verschiedenen Spielarten auf Vorstellungen und Ideale der Selbstverwirklichung verweist (Saupe, 2015). Innerhalb gegenwärtiger neoliberaler Logik werden Individuen mit einer spezifischen Erwartungshaltung bezüglich Selbstverwirklichung konfrontiert; Authentizität ist heutzutage bestenfalls erwünscht, meist wird sie jedoch sogar eher gefordert (Saupe, 2015).

2.4 Die Frage nach der Hervorbringung von Authentizität

Aufgrund der im vorigen Unterkapitel vorgestellten Genealogie von Authentizität möchte ich in dieser Arbeit Authentizität mit Aleida Assmann (2012) und Nikolaus Buschmann (2020) als eines der Kernkonzepte westlicher Gesellschaften fassen. Nach Assmann (2012) existiert in westlichen Gesellschaften eine wirkmächtige Konzeption des Authentischen, die als sinnstiftendes Raster mitbestimmt, wie Individuen ihr Verhältnis zu sich selbst und zu ihrer Umwelt gestalten. Authentizität ist laut Buschmann (2020, S. 456) keine Eigenschaft, die

Subjekten bedingungslos anhaftet, vielmehr handelt es sich um eine historisch wandelbare Weise der Subjektivierung.

Diese Arbeit soll sich nicht damit befassen, Authentizität genau zu definieren oder danach zu fragen, ob das „Echte“ tatsächlich dargestellt werden kann. Was als echt oder authentisch gilt oder was Authentizität essenziell und bedingungslos meint, lässt sich wohl kaum eindeutig klären (Buschmann, 2022). Da Authentizität – nach meinem, für diese Arbeit geltenden Verständnis – keine Eigenschaft darstellt, die jemandem oder etwas bedingungslos anhaftet, muss es stattdessen bestimmte Bedingungen geben, die ein authentisches Selbstverständnis möglich machen. Die App *BeReal* stellt hierfür ein passendes Forschungsobjekt dar, da sie sich auf die Fahne schreibt, die Realität exakt abzubilden und durch Spontaneität und das Ausbleiben von Bearbeitungsmöglichkeiten authentische Eindrücke des eigenen Lebens teilen zu können. Ein „echtes“, unverstelltes Selbst soll präsentiert werden. Ich will mich in dieser Arbeit darum darauf konzentrieren, herauszuarbeiten, wie diese Bedingungen für Authentizität in der App *BeReal* aussehen und wo sie auftreten.

Anderen Social-Media-Plattformen wird von *BeReal* unterstellt, eine Scheinhaftigkeit geschaffen zu haben, die es mit Hilfe der App zu verändern gilt. Dabei ist *BeReal* selbst nur eine von vielen Apps, die es erlauben, Fotos aufzunehmen und zu teilen, und maßt sich trotzdem an, sich über andere Apps zu stellen, was deren Grad an Echtheit und Authentizität angeht. Obwohl *BeReal* also aus einer digitalen Medienkultur hervorgeht, in der Authentizität und Selbstdarstellung problematisiert werden – sogar von *BeReal* selbst –, soll es der App gelingen, Authentizität im digitalen Raum möglich zu machen. So wird gerade dort, wo die Scheinhaftigkeit von Medienlandschaften aufgedeckt und zum Thema gemacht wird, durch die Thematisierung dieser Scheinhaftigkeit ein Möglichkeitsraum für Eindrücke des Authentischen geschaffen (Jagella, 2023). Es scheint einen Bezugspunkt ex negativo zu brauchen, um Authentizität benennen zu können. Sarah McRae (2017) zeigt diesbezüglich in einer Studie zur Bewertung von Lifestyle-Blogger*innen, dass es oft kaum möglich ist, das Authentische auszumachen; stattdessen wird das herausgehoben und benannt, was der Idee von Authentizität widerspricht, nämlich „all things staged, insincere, unethical and exaggerated – in short, all things inauthentic“ (S. 14).

BeReal kann also als Versuch verstanden werden, sich gegen das Gestellte, Unerhliche, Unethische und Übertriebene zu stellen, und lässt durch diese Gegenüberstellung von sich selbst auf der einen und „dem anderen Social-Media“ auf der anderen Seite einen

Möglichkeitsraum für ein authentisches Selbstverständnis entstehen. Ich will in dieser Arbeit darum danach fragen, welche Voraussetzungen *BeReal* schafft, die es den Nutzer*innen während oder nach der Interaktion mit der App erlaubt, sich als authentisch wahrzunehmen. Wie sieht die *BeReal* eigene mediale Praktik aus, innerhalb und mit der ein authentisches Selbstverständnis herstellbar werden soll? Bevor diese Frage jedoch beantwortet wird, will ich im nächsten Kapitel beschreiben, auf welches metatheoretisches Gerüst sich diese Arbeit stützt und eine kurze Einführung in Michel Foucaults Macht-, Subjekt- und Gouvernementalitätstheorien vornehmen.

3 Metatheorie

In diesem Kapitel soll die dieser Arbeit zugrundeliegende Metatheorie dargestellt werden. Da ich mich meinem Untersuchungsgegenstand, der App *BeReal*, dispositivanalytisch annähern werde, muss zuerst geklärt werden, was unter dem Foucaultschen Dispositiv-Begriff zu verstehen ist. Darauf arbeite ich hin, indem ich im Folgenden einen Überblick darüber gebe, wie nach Michel Foucault Macht und Wissen miteinander verknüpft sind und wie das die Gesellschaft und die Individuen, die in ihr leben, beeinflusst. Dies geschieht, indem ich kurz auf die zentralen Begriffe „Macht“, „Wissen“, „Subjektivierung“ und „Gouvernementalität“ eingehe. Schlussendlich widme ich mich dem „Diskurs“ und dem aus dem Diskurskonzept weiterentwickelten „Dispositiv“.

3.1 Macht und Wissen

„Macht ist nicht eine Institution, ist nicht eine Struktur, ist nicht eine Mächtigkeit einiger Mächtiger. Macht ist der Name, den man einer komplexen strategischen Situation in einer Gesellschaft gibt“ (Foucault, 1983, S. 141). Macht stellt für Foucault entgegen im Alltag gebräuchlicher Definitionen keine fassbare Substanz oder Entität dar, die einzelne Personen besitzen oder erlangen könnten, viel eher stellt sich Macht als abstraktes Konstrukt dar, das sich nicht eindeutig lokalisieren lässt. Sie wird in einer relationalen Perspektive betrachtet, als ein dynamisches Geflecht, dem Individuen sowohl unterworfen sind als auch innerhalb dieses Geflechts selbst Macht ausüben (Bublitz, 2020a). Hierbei betrachtet Foucault Macht stets im Kontext einer spezifischen historischen Phase der Gesellschaft und versucht zu verdeutlichen, dass die spezifischen historischen und kontingenten Bedingungen gegebene und scheinbar

unhinterfragbare Strukturen hervorrufen und dass diese Strukturen durch unterschiedliche machtvolle Praktiken entstanden sind, was auch immer die Frage nach Herrschaft, Regierung und Lenkung aufwirft (Bührmann & Schneider, 2013).

Auch Foucaults Definition von Wissen hebt sich von der konventionellen Vorstellung ab, in der Wissen oft als Produkt rein rationaler Denkprozesse betrachtet wird. Stattdessen umfasst Foucaults Wissensbegriff „alle Erkenntnisverfahren und -wirkungen [...], die in einem bestimmten Moment und in einem bestimmten Gebiet akzeptabel sind“ (Foucault, 1992, S. 32). Diese Akzeptanz wird geschaffen durch Diskurse, die bestimmte Formen des Wissens dominieren und fördern, während andere Formen unterdrückt oder marginalisiert werden (Nigro, 2017). Gleichzeitig dienen bestimmte Wissensformen dazu, bestehende Machtstrukturen zu festigen und zu legitimieren (Nigro, 2017). Das Wissen selbst wird durch politische und soziale Interessen geprägt, die mit Macht einhergehen, und es „bleibt durchzogen von einer strategischen, ja parteiischen Instrumentalität“ (Nigro, 2017, S. 218). Ob und wie über bestimmte Themenfelder und Sachverhalte gesprochen wird, ist also von maßgeblichem Interesse, da Diskurse „als ‚Träger‘ von historisch und räumlich jeweils gültigem ‚Wissen‘“ (Jäger, 2015, S. 38) Macht ausüben. Diskurse stellen somit selbst einen Faktor von Macht dar, da sie Verhalten und (andere) Diskurse hervorrufen und beeinflussen können, womit sie dazu beitragen, Macht- und Herrschaftsverhältnisse zu strukturieren (Jäger, 2015).

Machtverhältnisse und das entstehende Wissen stehen also in einem kontinuierlichen Wechselspiel und formen und beeinflussen sich gegenseitig. Diese von Foucault immer wieder betonte Verschränkung ist entscheidend für die Art und Weise, wie die Gesellschaft organisiert und kontrolliert wird, sie bildet die Basis für die Akzeptanz von Normen, Werten und gesellschaftlichen Strukturen (Lemke et al., 2000). Aus diesem Grund spricht Foucault von „Macht-Wissens-Komplexen, bei denen Macht und Wissen eine Einheit bilden“ (Jäger, 2015, S. 38; Foucault, 1978). Foucault argumentiert, dass das Konzept der Macht weit über eine bloße negative oder verneinende Gewalt hinausgeht und nicht allein als unterdrückende Kraft zu verstehen ist, sondern vielmehr als eine produktive Kraft, die in die Struktur der Gesellschaft eingewoben ist (Foucault, 1978). Mit diesem erweiterten Verständnis etabliert Foucault Macht als „dezentral organisiert, weitgehend depersonalisiert [und] als System der wechselseitigen Kontrolle und Selbstdisziplin“ (Bogdal, 2020, S. 77).

Doch wie wirken sich die Macht-Wissens-Komplexe auf Individuen aus, welche Rolle spielt dabei die menschliche Subjektivität? In Anknüpfung an Foucault haben sich Autor*innen wie beispielsweise Niklas Rose (1996), Judith Butler (2001) oder Ulrich Bröckling (2007) dieser Frage gewidmet. Der Begriff der „Subjektivierung“, der daraufhin entstand, beschreibt den Prozess, „in einer bestimmten Weise als Subjekt angesprochen zu werden, sich selbst als ein Subjekt zu begreifen und im Sinne dieses Selbstverständnisses an sich zu arbeiten“ (Bröckling & Krasmann, 2010, S. 29).

3.2 Subjekt und Subjektivierung

Foucaults Gedanken zu Macht und Wissen sind eng verschlungen mit der Frage, wie Individuen zu Subjekten geformt werden. Das Hauptaugenmerk gilt der Verflechtung zwischen Macht und Wissen, um anschließend die „Zurichtung des Subjekts in der modernen Gesellschaft in den Blick zu nehmen“ (Sellhoff, 2020, S. 69). Subjektivierung wird als Prozess der Produktion und Formung betrachtet, in dem äußere gesellschaftliche Einflüsse und individuelle Selbstgestaltung zusammenwirken. Es gilt zu fragen, „wie Menschen sich selbst deuten und wahrnehmen sowie [...] über welche Praktiken diese Selbstwahrnehmung und -deutung befördert wird“ (Caborn Wengler et al., 2013, S. 12).

Foucault interessieren dabei die Mechanismen der Fremd- und Selbstführung sowie die Vielfalt an Strategien und Techniken, durch die und mit denen Menschen einerseits sich selbst als Subjekte konstituieren und andererseits konstituiert werden (Bublitz, 2020b). Die Bedeutung des Begriffs Subjekt wird von Foucault nämlich in doppelter Hinsicht verstanden: Einerseits „vermittels Kontrolle und Abhängigkeit jemand[e] unterworfen sein“ (Foucault, 1987, S. 247), und andererseits „durch Bewusstsein und Selbsterkenntnis seiner eigenen Identität verhaftet sein“ (Foucault, 1987, S. 247). Das Subjekt befindet sich also in einem Spannungsverhältnis zwischen Machtpraktiken und Selbsttechnologien, da erstere „ihm als Disziplinarindividuum eine soziale Existenz gewähren“ (Bublitz, 2020b, S. 341), während letztere es ihm erlauben, „sich selbst als Subjekt zu begreifen und als solches anzuerkennen“ (Bublitz, 2020b, S. 341).

Gemäß Foucault bedeutet Macht, die Bereitschaft in Individuen zu schaffen, ihre jeweiligen Funktionen (scheinbar) freiwillig auszufüllen, sodass „die so formierten Subjekte sowohl die Praktiken dieser Einbindung als auch die darin enthaltenen Bedeutungen und Subjektpositionen für ‚offensichtlich‘ und ‚selbstverständlich‘ halten“ (Bührmann & Schneider,

2012, S. 69; Althusser, 1977). So wirkt der Macht-Wissens-Komplex auf Individuen, indem er sie „als je spezifische Subjekte adressiert“ (Bührmann & Schneider, 2012, S. 68). Dadurch wird das Individuum dazu gebracht, „sich selbst als ein Subjekt zu begreifen und im Sinne dieses Selbst-Verständnisses an sich zu arbeiten“ (Bröckling & Krasmann, 2010, S. 29). Auf diese Weise durchdringen Macht und ihre Ausübung die Subjekte, sie rufen bestimmte Selbstbilder auf und legitimieren diese, während andere ausgeschlossen werden (Bröckling & Krasmann, 2010). So sind Subjekte „weder transzendentale Quellpunkte aller Erfahrung noch autonome Schöpfer ihrer selbst“ (Alkemeyer & Bröckling, 2018, S. 17), im Gegenteil, das Subjekt ist „Wirkung und nicht Ursache einer gesellschaftlichen Ordnung“ (Bublitz, 2020b, S. 340). Im Prozess der Subjektivierung im Spannungsfeld von Diskursen, die durch Macht- und Herrschaftsverhältnisse geprägt werden (Jäger, 2015), wird das Subjekt im wahrsten Sinne „sub-jected“ (Slunecko, 2008, S. 66) – „unter-worfen“ –, wobei aber die Grenze zwischen Vorher-Nachher oder Aktiv-Passiv nicht klar gezogen werden kann. Dieser Prozess der Subjektivierung trägt dazu bei, „gleichzeitig die Weltverhältnisse zu stabilisieren und zu legitimieren“ (Slunecko, 2017, S. 47), weshalb sich Kulturpsycholog*innen nach Foucault dafür interessieren, „wie diskursiv erzeugte Formen der Subjektivierung mit spezifischen Macht- bzw. ökonomischen Verhältnissen verzahnt sind“ (Slunecko, 2017, S. 47).

3.3 Regierung und Gouvernementalität

Foucaults Studien zu Regierung und Führung befassen sich mit der Art und Weise, wie in modernen, liberalen Gesellschaften die Verbindung zwischen Regieren (gouverner) und Denkweise (mentalité) gestaltet ist (Lemke, 2001). Um diese Verbindung konzeptionell zu erfassen, prägte Foucault den Begriff der Gouvernementalität, der allgemein ausgedrückt „vermittelt [...] zwischen Macht und Subjektivität“ (Lemke, 2001, S. 100) und zu einem „Schlüsselkonzept der Gegenwartsanalyse“ (Bröckling & Krasmann, 2010, S. 23) geworden ist. Schon das Konzept des Staates wird von Foucault als eine Form der Regierungstechnik angesehen, als eine dynamische Ausgestaltung und historische Manifestation gesellschaftlicher Machtverhältnisse (Lemke et al., 2000, S. 20f.). Aber Foucaults Verständnis von Regierung geht über staatliche Institutionen hinaus: „Regieren tun [...] viele: der Familienvater, der Superior eines Klosters, der Erzieher und der Lehrer [...], und daran sieht man, dass der Regent und die Praktik des Regierens [...] einem Feld mannigfaltiger Praktiken angehören“ (Foucault, 2000, S. 47). Regierung bedeutet für Foucault also die Gesamtheit der

Institutionen und Praktiken sowie eine Vielzahl von Handlungsweisen, die darauf abzielen, Individuen oder Kollektive auf unterschiedliche Weise zu leiten und zu führen (Lemke, 2020). Regierung fungiert als Verbindungsglied zwischen Macht und Subjektivität, was es ermöglicht, zu erforschen, „wie Herrschaftstechniken sich mit ‚Technologien des Selbst‘ verknüpfen und Formen politischer Regierung auf Praktiken des ‚Sich-selbst-Regierens‘ zurückgreifen“ (Lemke, 2001, S. 100). In der spezifisch gubernementalen Regierungsform, die gegenwärtige neoliberale Gesellschaften kennzeichnet, sind Selbst- und Fremdführung eng miteinander verflochten, um Individuen und Kollektive zu lenken, zu kontrollieren und zu leiten (Lemke et al., 2000). Das funktioniert, weil auch die Subjektivität und Freiheit einzelner den Regeln, Gesetzen und Denkmustern eines Staates oder einer Gesellschaft unterliegen; Zustimmung, Einverständnis oder (scheinbare) Entscheidungsfreiheit bedeuten nicht das Fehlen von Herrschaftstechniken, „vielmehr organisiert der Liberalismus die Bedingungen, unter denen die Individuen frei sein können“ (Lemke, 2020, S. 304). Denn nach Foucault richtet sich Regierung „nicht in erster Linie auf die Unterdrückung von Subjektivität, sondern vor allem auf ihre ‚(Selbst-)Produktion‘, oder genauer: auf die Erfindung und Förderung von Selbsttechnologien, die an Regierungsziele gekoppelt werden können“ (Lemke et al., 2000, S. 29).

Im Kontext der Gouvernementalität umfasst der Begriff der Technologie sowohl „technische Artefakte, [...] mediale Netzwerke, Aufschreibe- und Visualisierungssysteme [und] Sozial- und Selbsttechnologien, [also alle] sanktionierenden, disziplinierenden, normalisierenden, ‚empowernden‘, versichernden, präventiven usw. Verfahren, mit denen Menschen auf das Verhalten anderer Menschen oder auf ihr eigenes Verhalten einwirken“ (Bröckling & Krasmann, 2010, S. 27). Zu den technologischen Systemen zählen unter anderem „Instrumente der Datenerhebung und Evaluation, Dokumentations- und Kontrollsysteme, [...] Manuale und Ratgeber [...], Techniken der Introspektion und Selbstmodellierung und vieles andere mehr“ (Bröckling & Krasmann, 2010, S. 27). Ein Beispiel dafür sind Apps, die durch die Verbindung von technischen Funktionsweisen und Diskursen zur Selbstbeobachtung, Selbstdarstellung, Reflexion und Selbsttransformation anregen (Duttweiler, 2016; Schaupp, 2019; Schär, 2019). Bei der Untersuchung von Apps besteht eine enge Verknüpfung von Technologie, Medien, diskursiver Macht und Subjektivierung. Ein umfassendes Konzept, das alle diese Aspekte zu berücksichtigen versucht, ist das des Dispositivs, das im Folgenden genauer beleuchtet werden soll.

3.4 Diskurs und Dispositiv

Da der Dispositivbegriff vor allem im Kontext einer an Foucault orientierten Perspektive der diskursiven Herstellung und Hervorbringung von Wirklichkeit zu finden ist, „erschließen sich seine Analyseprogrammatik sowie die darunter liegenden erkenntnistheoretischen und konzeptionellen Fundamente vor allem in seinem Verhältnis zum Foucaultschen Diskursbegriff“ (Bührmann & Schneider, 2012, S. 23), der hier kurz dargestellt werden soll.

Nach Foucault bezeichnet ein Diskurs eine „anonyme Konfiguration von Aussagemustern, in deren Rahmen Subjekte sprechen und handeln müssen“ (Sarasin, 2012, S. 107). Da sich ein Diskurs stets vor dem spezifischen historischen Hintergrund eben dieses Diskurses formt, soll gezielt danach gefragt werden, „in welchem (‘Macht’-)Verhältnis [...] konkurrierende Deutungen/Handlungsnormen zu unhinterfragten, unhinterfragbaren Deutungsgewissheiten, Handlungssicherheiten und (Alltags-)Selbstverständlichkeiten stehen“ (Bührmann & Schneider, 2012, S. 97). Die Diskursanalyse soll nach Foucault selbst dazu dienen, „bevorzugte Techniken und Verfahren der Wahrheitsfindung auszumachen“ (Foucault, 1978, S. 51), die Autorität derjenigen, die darüber entscheiden, was als wahr gilt und was nicht, zu untersuchen, und so die „‘allgemeine Politik’ der Wahrheit“ (Foucault, 1978, S. 51) in einer Gesellschaft in den Fokus zu nehmen.

Die Diskursanalyse zielt also darauf ab, die machtvollen Auswirkungen von Diskursen zu untersuchen, indem sie versucht, die den Diskursen innewohnenden sprachlichen Mittel aufzudecken. Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf der Funktion von Diskursen als „herrschaftslegitimierenden und -sichernden Techniken“ (Jäger, 2015, S. 25). Die diskursive Praxis wird nämlich nicht, wie oft angenommen, durch „die Objekte des Denkens (gedacht als das ‚tatsächlich Gegebene‘, als Phänomene ‚an sich‘)“ (Bührmann & Schneider, 2012, S. 27) und die darüber geführten Diskurse geformt, vielmehr handelt es sich um den gegenteiligen Prozess: Diskurse gestalten und formen ihre Gegenstände und Objekte, indem entlang machtvoller Regeln über sie gesprochen wird. So bestimmen die jeweiligen diskursiven Praktiken, was in welchem Diskurs gesprochen oder verschwiegen wird und was als wahr oder falsch gilt (Bührmann & Schneider, 2012, S. 27f.). In diesem Sinne ist auch „‘Wahrheit’ [...] der *Effekt diskursiver Praktiken*, mithin also nichts anderes als das Resultat aus machtvollen Wahrheitsspielen und dahinter stehenden Wissenspolitiken“ (Bührmann & Schneider, 2012, S. 27, kursiv i.O.). Es soll daher in der Diskursanalyse vor allem untersucht werden, wie bestimmte Aussagen erzeugt und andere ausgeschlossen werden (Sarasin, 2012, S. 112).

Dabei geht es weniger um Wortschatz, Grammatik oder andere semantische Strukturen als vielmehr um die Identifizierung „einer Ebene oder Schicht der Ordnung jenseits eines wie auch immer vorgestellten linguistischen Fundaments“ (Sarasin, 2012, S. 99).

In der vorliegenden Arbeit liegt der Fokus weniger auf den diskursiven Praktiken als vielmehr auf dem breiter angelegten Begriff des Dispositivs. Im Gegensatz zum Diskursbegriff bietet das Dispositiv ein erweitertes, variableres Bild (Bührmann & Schneider, 2012, S. 75f.). Es sei vorab festgehalten, dass das Dispositiv ein vielschichtiges und schwer fassbares Konzept ist, das Foucault im Laufe seiner Arbeit eher unpräzise definierte und unterschiedlich verwendete. Der folgende Ausschnitt aus einem Gespräch zwischen Michel Foucault und Jacques-Alain Miller wird immer wieder zitiert, wenn es um Foucaults Definition des Dispositivbegriffs geht:

„Was ich unter diesem Titel [gemeint ist das Dispositiv] festzumachen versuche ist erstens ein entschieden heterogenes Ensemble, das Diskurse, Institutionen, architekturelle Einrichtungen, reglementierende Entscheidungen, Gesetze, administrative Maßnahmen, wissenschaftliche Aussagen, philosophische, moralische oder philanthropische Lehrsätze, kurz: Gesagtes ebenso wie Ungesagtes umfasst. Soweit die Elemente des Dispositivs. Das Dispositiv selbst ist das Netz, das zwischen diesen Elementen geknüpft werden kann. Zweitens möchte ich in dem Dispositiv gerade die Natur der Verbindung deutlich machen, die zwischen diesen heterogenen Elementen sich herstellen kann. [...] Drittens verstehe ich unter Dispositiv eine Art von [...] Formation, deren Hauptfunktion zu einem gegebenen historischen Zeitpunkt darin bestanden hat, auf einen Notstand (urgence) zu antworten. Das Dispositiv hat also vorwiegend strategische Funktion.“ (Foucault, 1978, S. 119)

Das Dispositiv ist also ein heterogenes Ensemble, das nicht nur aus Diskursen besteht, sondern auch durch nicht-diskursive, also soziale und technische Elemente bereichert wird. Auch diese nicht-diskursiven Elemente „entstehen als Teil diskursiver sozialer Praxen, sind aber nicht auf den Diskurs reduzierbar“ (Schaupp, 2019, S. 228). Weiters bilden die Bausteine dieses Ensembles ein Netz, das sie alle verbindet und zum Dispositiv macht. Als Netz hat ein solches Dispositiv eine „handlungsstrukturierende Funktion“ (Schaupp, 2019, S. 228), die umso machtvoller ist, je enger und dichter die einzelnen Bausteine des Netzes miteinander verknüpft sind. Schließlich wird nach der Entstehungsgrundlage des Dispositivs gefragt und danach, auf welchen Notstand – Foucault spricht hier von einer „urgence“ (Foucault, 1978, S. 129), was häufig mit „gesellschaftlicher Notstand“ übersetzt wird – das Dispositiv reagiert bzw.

antwortet. Dabei geht es um „Praktiken und Mechanismen [...], die das Ziel haben, einer Dringlichkeit zu begegnen und einen mehr oder weniger unmittelbaren Effekt zu erzielen“ (Agamben, 2008, S. 17). In anderen Worten geht Dispositiven eine Dringlichkeit oder auch „ein Problem oder Konflikt voraus [...], den sie performativ bearbeiten, wiederholen und verschieben“ (Seier, 2019, S. 228).

Die Betrachtung der Erzeugung bzw. des Auftretens von Authentizität im digitalen Raum als Dispositiv ermöglicht es mir, das darin enthaltene nicht-diskursive Praxiswissen im Verhältnis zum diskursiv vermittelten Wissen sowie die Manifestation von Wissensformen und die damit verbundenen Prozesse der Subjektivierung sichtbar zu machen. Auf diese Weise können sie als eigenständige, aber miteinander verbundene Untersuchungsgegenstände einer relationalen Machtanalyse greifbar gemacht werden (Bührmann & Schneider, 2012, S. 110f.). Für die vorliegende Arbeit will ich dafür Authentizität im digitalen Raum als Makro-Dispositiv und die App *BeReal*, in die ich mich analytisch begeben habe, als Mikro-Dispositiv verstehen. Eine solche analytische Unterscheidung zwischen Mikro- und Makro-Dispositiv (Schaupp, 2019; Seier, 2019) scheint mir für mein Vorhaben gewinnbringend und sinnvoll zu sein.

Schon in den Kommentaren von Gilles Deleuze (1996) zu Foucaults Werken schlägt er eine Fokussierung der Forschung auf Mikro-Dispositive vor, die er im Kontrast zum eher abstrakten Begriff des Dispositivs als „konkrete Maschinen“ (Deleuze, 1996, S. 15) bezeichnet. Dabei soll „Mikro“ nicht als geringere Reichweite verstanden werden, sondern im Sinne der Hervorbringung der Effekte in lokalen Situationen (Deleuze, 1996, S. 18). Ein Mikro-Dispositiv kann, wie ein (Makro-)Dispositiv auch, aus heterogenen Elementen bestehen, diese werden „von Individuen als Teile ihrer Lebenswelt wahrgenommen“ (Meinhof, 2018, S. 171). Hierbei ist entscheidend, dass „all diese Elemente zu einer in der Situation vorhandenen Maschine verbunden sind“ (Meinhof, 2018, S. 171), sich also auch situativ gut eingrenzen lassen, und „in bestimmten gesellschaftlichen Teilbereichen zur Geltung kommen“ (Seier, 2019, S. 53). Im Gegensatz dazu sind Makro-Dispositive abstrakter und umfassen ein breiteres Feld, das nicht so konkret beobachtet werden kann wie ein Mikro-Dispositiv; als Beispiele für Makro-Dispositive nennen Meister und Slunecko (2023) unter anderem das Unternehmerische Selbst (Bröckling, 2007), das Metrische Wir (Mau, 2017), den Überwachungskapitalismus (Zuboff, 2019), die Kontrollgesellschaft (Deleuze, 1993), die Informationsgesellschaft oder die Generation YouTube (Seier, 2019, S. 55).

Nun, da das Konzept des Dispositivs und Mikro-Dispositivs ausgearbeitet wurde, muss noch die Frage nach der Methodologie geklärt werden. Methodologisch werde ich mich der App *BeReal* dispositivanalytisch annähern, das empirische Material hierfür werde ich mit der von Light, Burgess und Duguay (2018) entwickelten Walkthrough-Methode sammeln. Die beiden Ansätze können meiner Meinung nach für mein Vorhaben gut ineinander greifend und einander ergänzend genutzt werden. Wie genau die Dispositivanalyse als Forschungsstil funktionieren kann und wie es aussieht, sich mithilfe der Walkthrough-Methode durch eine App zu navigieren, wird im folgenden Kapitel näher beleuchtet.

4 Methodologie

Für die Durchführung der Mikro-Dispositivanalyse von *BeReal* verbinde ich zwei Methoden miteinander. Das empirische Material wird mit Hilfe der Walkthrough-Methode nach Light et al. (2018) gesammelt, bei der es darum geht, sich Schritt für Schritt durch eine App zu bewegen und herauszuarbeiten, wie sie aufgebaut ist und welche Möglichkeiten zur Interaktion vorgegeben werden. Dieses Material wird dann dispositivanalytisch untersucht, wobei die Dispositivanalyse hierbei nicht als fixe Methode, sondern eher als Forschungsstil zu verstehen ist. Im Folgenden werde ich die beiden Methoden genauer beleuchten; erst soll es darum gehen, warum ich eine App als Forschungsgegenstand gewählt habe, anschließend wird der dispositivanalytische Forschungsstil sowie die Walkthrough-Methode vorgestellt.

4.1 Die App als kulturelles Artefakt

Digitale Applikationen – kurz: Apps – sind heutzutage Schauplatz „of significant sociocultural and economic transformations across many domains, from health and relationships to entertainment and everyday finance“ (Light et al., 2018, S. 881). Da für die meisten unter uns das Smartphone aus dem Alltag kaum wegzudenken ist und die Interaktion mit dem Handy in so gut wie jedem Bereich des Lebens eine Rolle spielt, fällt Apps als unseren ständigen Begleitern nicht nur alltagspraktische, sondern auch kulturelle und politische Bedeutung zu. Die Interaktion mit Apps findet dabei überwiegend in digitalen Sphären statt und entwickelt dort ganz eigene Logiken und Nutzungsweisen, von denen verschiedenste Lebensbereiche geprägt sind. Hierbei ist es wichtig, sich klarzumachen, dass Apps nicht passiv rezipiert werden, wie es manchmal scheint. Ganz im Gegenteil, Anwender*innen „bewegen sich in ihnen und

interagieren aktiv mit ihnen und über sie“ (Meister & Slunecko, 2021, S. 244). Diese Interaktion geschieht über die Benutzer*innenoberfläche, mit der die App sich präsentiert – eine Art „virtuelle Struktur“ (Meister & Slunecko, 2021, S. 244); sie erlaubt es, dass zwischen Anwender*in und App ein digitaler Dialog entstehen kann. Wie diese Benutzer*innenoberfläche gestaltet ist, ist von großem Interesse. Die Interaktionsmöglichkeiten, die sie bietet – „Tippen und Wischen, die Fingerspitze auf den Sensor drücken, Einloggen, Liken, Teilen, Freigeben, Senden, Bestätigen, Synchronisieren, usw. (Meister & Slunecko, 2023) – sind zusammenfassbar unter dem englischen Begriff „affordances“, die mit McVeigh-Schultz und Baym (2015) prägnant beschreibbar sind als „material qualities of technologies [that] constrain or invite practices while also accommodating emergent meanings“ (S. 1). Nach dieser Definition laden Apps die Nutzer*innen durch ihre spezifische Beschaffenheit zu gewissen Handlungen ein; während bestimmte Handlungen aufgewertet werden, werden andere unmöglich gemacht (Møller & Robards, 2019). Die auf diese Art vorgegebenen Handlungsmöglichkeiten beeinflussen das Verhalten der Nutzer*innen und prägen in gewisser Weise ihre Realität. Aus einer kritischen sozialwissenschaftlichen und gouvernemental-sensibilisierter Forschungsperspektive bieten Apps daher einen guten Ausgangspunkt zur Untersuchung, „because they reflect our cultural values, bring multiple actors including users, developers, and advertisers into an interaction space, and communicate meanings that shape our everyday practices“ (Light et al., 2018, S. 896).

4.2 Die Dispositivanalyse als Forschungsstil

Wie schon im vorigen Kapitel dargestellt, sind unsere Lebenswelten längst auf (fast) allen Ebenen von Technologie und Digitalität durchdrungen und die starke Verknüpfung zwischen Digitalität und Alltag muss in der Forschung berücksichtigt werden, wenn es um die Erforschung des alltäglichen Erlebens geht. Diese Verknüpfung ist „kaum passiv rezipierbar, sondern überwiegend aktiv erfahrbar“ (Meister & Slunecko, 2023, S. 245). So eröffnen verschiedenste Arten von neuen (Interaktionen mit) Technologien für eine qualitativ-sozialwissenschaftliche Methodologie ein Forschungsfeld, das zwar teils bekannte, aber doch überwiegend neuartige Herausforderungen mit sich bringt. Eine dem angemessene Methode der Analyse zu finden sowie weiterzuentwickeln ist seit einigen Jahren eines der zentralen Anliegen der Wiener Kulturpsychologie (Slunecko & Chlouba, 2021; Meister & Slunecko, 2023). Dabei hat sich die Dispositivanalyse als ein guter Weg erwiesen, um den verschiedensten Arten

von unterschiedlicher Zusammenwirkung und Interaktion zwischen digitalen Gestalten und ihren Anwender*innen oder Rezipient*innen gerecht zu werden.

Es gibt verschiedene Ansätze dazu, wie das Konzept des Dispositivs konkret verstanden, als Forschungsstil umgesetzt und für die Forschung ertragreich gemacht werden kann. Die meisten dieser Ansätze haben gemeinsam, dass „sich mit dem Dispositiv konzeptuell die Möglichkeit bietet, neue, spezifisch machttheoretisch sensibilisierte Akzentuierungen bei der Erforschung sozialer Wirklichkeiten zu setzen sowie neue Dimensionierungen des begrifflichen Werkzeugs vorzunehmen“ (Caborn Wengler et al., 2013, S. 9). In dieser Arbeit will ich den Begriff des Dispositivs in der Medienlandschaft, konkret auf die App *BeReal*, in Anschlag bringen. Das Konzept des Dispositivs eignet sich besonders gut für die Erforschung gegenwärtiger digital-medialer Konstellationen, da sich durch das Dispositiv als Forschungspraktik die weltbildende Funktion von Medien (Slunecko, 2008; Przyborski & Slunecko, 2022) ebenso gebührend anerkennen wie analysieren lässt (Meister & Slunecko, 2023). Das Dispositiv setzt sich hierbei zusammen aus „technischer Apparatur, Medieninhalten sowie institutionellen Praktiken ihrer Produktion und vor allem ihrer Rezeption bzw. Nutzung“ (Bührmann & Schneider, 2012, S. 12-13). Die Forschung zu Dispositiven basiert „auf der Überlegung, dass sich machtvolle, weil wahrnehmungs- und handlungsrelevante Wirklichkeitsdefinitionen in ‚Medien-Dispositiven‘ bilden und prozessieren“ (Bührmann & Schneider, 2012, S. 12).

Da die Ansprüche an die vollständige Erforschung eines Dispositivs weit über die Möglichkeiten dieser Masterarbeit hinausgehen, habe ich mich dazu entschlossen, ein „Mikro-Dispositiv“ in Form einer App – in meinem Falle *BeReal* – zu analysieren und anschließend dieses Mikro-Dispositiv möglichst in einen größeren gesellschaftlichen Kontext einzubetten. Wie ich im Laufe dieser Arbeit noch zeigen werde, vereint *BeReal* in der Interaktion mit der Anwender*in visuelle, haptische, sprachliche sowie nicht-sprachliche Elemente in sich und bietet so viel Material, das sich mit der Dispositivanalyse gewinnbringend analysieren lässt. Ich möchte ein Verständnis von *BeReal* entwickeln, das es erlaubt, die Subjektivierungen, die über die App entstehen und als machtvolle Auswirkungen unserer neoliberalen Gesellschaft begriffen werden können, ans Licht zu bringen.

In dieser Arbeit nehme ich also eine Unterscheidung zwischen Mikro- und Makrodispositiv vor und untersuche die App *BeReal* als mediales Mikro-Dispositiv. Mit den Worten von Simon Schaupp (2019) ist eine solche Unterscheidung gewinnbringend, denn mit dem Mikro-

Dispositiv sind „konkrete Verschränkungen von Diskurs und Materie, wie beispielsweise bestimmte Technologien“ (Schaupp, 2019, S. 227) – konkret in dieser Arbeit: eine App –, adressierbar. Anschließend an die Untersuchung des Mikro-Dispositivs ist „eine konzeptionelle Verknüpfung einer Mikro- und einer Makroanalyse der Machtverhältnisse möglich, in die der Untersuchungsgegenstand eingebunden ist“ (Schaupp, 2019, S. 226).

Des Weiteren arbeitet Schaupp (2019) in einem Dreischritt, den ich auch für die vorliegende Arbeit verwenden will. Zuerst wird das Mikro-Dispositiv in den Fokus genommen, dann mit dem Notstand, der das Entstehen des (Mikro-)Dispositivs bedingt, in Verbindung gebracht und schlussendlich wird das Mikro-Dispositiv in das Makro-Dispositiv eingebettet, dem es entspringt bzw. zugehörig ist. Dieses „dreischrittige Vorgehen (Mikrodispositiv, Notstand, Makrodispositiv) soll sicherstellen, dass die [...] Machtverhältnisse systematisch herausgearbeitet werden, anstatt sie dem Gegenstand gleich zu Beginn thesenhaft zu unterstellen“ (Schaupp, 2019, S. 239).

Beim Blick auf das Mikrodispositiv geht es um die Untersuchung einer konkreten, materiell-medialen Manifestation des interessierenden Phänomens. Im Falle dieser Arbeit geht es darum, wie sich das Konzept von Authentizität innerhalb der App *BeReal* manifestiert. Das Zusammenspiel von materiellen und diskursiven Elementen und ihr Verhältnis zueinander – Bührmann und Schneider (2013) sprechen in diesem Sinne von einem „Wechselverhältnis“ (S. 30), Light et al. (2018) von einem „mutual shaping“ (S. 887), Schaupp (2019) von einem „Wechselspiel“ (S. 229) – stehen im Fokus. In diesem Teil der Untersuchung geht es also vor allem darum, das Augenmerk darauf zu legen, „in welchem Verhältnis die symbolischen wie materialen Objektivierungen und [...] Subjektivierungen stehen“ (Bührmann & Schneider, 2013, S. 30).

Bei der Untersuchung des gesellschaftlichen Notstands, Foucault nennt das die „urgence“ (Foucault, 1978, S. 129), geht es konkret um die Frage, auf welche gesellschaftliche Problemsituation die App *BeReal* antwortet. Schaupp betrachtet diese Ebene der Analyse „[a]ls Scharnier zwischen den beiden Analyseebenen des Mikro- und Markodispositivs“ (Schaupp, 2019, S. 244). Das Ziel ist hier „das Herausarbeiten der Notstände, auf die die untersuchten Technologien reagieren, um so einer Erklärung ihrer sozialen Funktion näher zu kommen“ (Schaupp, 2019, S. 233), ohne aus den Augen zu verlieren, dass das untersuchte Mikrodispositiv nur als Teil einer komplexen Anordnung verstanden werden kann. So ist *BeReal*, wenn auch durch die Reichweite der App herausstechend, nur eines von vielen

Beispielen einer App oder einer medialen Praktik, die verhandeln, was Authentizität bedeutet und unter welchen Umständen sich Menschen als authentisch wahrnehmen dürfen oder können.

Schlussendlich soll der Fokus erweitert werden und es geht um größere gesellschaftliche und politische Umstände, wie die Frage, „weshalb zu einem bestimmten historischen Zeitpunkt ein konkretes Dispositiv entsteht“ (Bührmann & Schneider, 2013, S. 30). So soll es nach Schaupp gelingen, „eine Brücke zu schlagen zwischen der empirischen Analyse und der gesellschaftstheoretischen Einordnung der untersuchten Technologien“ (Schaupp, 2019, S. 244). Das Ziel hierbei soll es sein, „die Materialität digitaler Technologien auf eine Weise in den Blick zu nehmen, die die in ihr zum Ausdruck kommenden gesellschaftlichen Machtverhältnisse in den Fokus rückt“ (Schaupp, 2019, S. 244).

Zusätzlich zu dem dreischrittigen Vorgehen nach Schaupp (2019) orientiere ich mich bei der Dispositivanalyse an Bührmann und Schneider (2012), die vier Leitfragen vorschlagen, mit Hilfe derer man sich dem Dispositiv methodologisch annähern kann. Diese Leitfragen sollen dazu anregen und dabei helfen, die „Dispositivanalyse als Forschungsstil“ (Bührmann & Schneider, 2012, S. 75) zu verstehen. Sie sind als Orientierungshilfe gedacht, weniger als feste Vorlage, an die sich unbedingt zu halten ist – vor allem, da sich seit dem Jahr 2012, in dem sie formuliert wurden, einiges in der medialen Welt getan und verändert hat. Im Folgenden die vier Leitfragen von Bührmann und Schneider (2012, S. 95f.), die ich ergänzend für mein Forschungsvorgehen kontextualisiere und auf *BeReal* in Anschlag bringe:

Leitfrage nach den Praktiken: Hier geht es darum, in welchem Verhältnis die diskursiven Praktiken in Gestalt von wissenschaftlichen Spezialdiskursen, vermittelnden Interdiskursen (wie in Politik oder Medien) und lebensweltlichen, alltäglichen Diskursen stehen. Was wird auf welche Art kommuniziert, und was nicht? In einer App betrifft das beispielsweise die Frage, wie die Sprache innerhalb der App aufgebaut ist, um mit der Nutzer*in zu kommunizieren, welche Handlungsanweisungen auf welche Art gegeben werden und welche Position die App gegenüber der Nutzer*in bei der Kommunikation oder Interaktion einnimmt.

Leitfrage nach den Subjektivierungen: Hier geht es um „die Frage, wie Menschen sich selbst deuten und wahrnehmen sowie auch die Frage, über welche Praktiken diese Selbstwahrnehmung und -deutung befördert wird“ (Caborn Wengler et al., 2013). Wie werden die Nutzer*innen von der App adressiert, welche Annahmen stecken implizit oder auch explizit in den Anrufungen und Aufforderungen zur Interaktion? Mit Seier (2019) gesprochen ist es

gerade „nicht die [...] Zurichtung der Subjektivität, sondern ihre Hervorbringung, die Medien machtvoll und politisch wirksam werden lässt“ (S. 55). Zu welchen Subjektivierungen kommt es also innerhalb der App?

Leitfrage nach den Objektivationen: Hierunter werden die „in und durch Praktiken hergestellten ‚Dinge‘ verstanden – wie z.B. beobachtbare Handlungsergebnisse, materiale Erscheinungen, Artefakte – also in welcher Form auch immer objektivierte Wissensbestände“ (Bührmann & Schneider, 2013, S. 24). Wie stellen sich die materiellen Gegebenheiten der App dar, und warum sind sie so und nicht anders? Wie ist die App aufgebaut, welche Interaktionen lässt sie durch ihren Aufbau zu, welche nicht? Wie und auf welche Art kommen Technologie, Design, Struktur und Verlinkung zum Einsatz?

Leitfrage nach der gesellschaftstheoretischen Kontextualisierung: Bührmann und Schneider nennen diese Frage auch die „Leitfrage nach dem sozialen Wandel“ (Bührmann & Schneider, 2012, S. 105). Es wird gefragt, auf welche gesellschaftliche Umbruchssituation – oder welchen Notstand, welche Urgence (Foucault, 1978, S. 129) – das untersuchte (Mikro-)Dispositiv reagiert und welche Folgen das hat oder haben könnte. Diese Leitfrage deckt sich mit dem zweiten Schritt von Schaupps (2019) Dreischritt, in dem auch nach dem gesellschaftlichen Notstand gefragt wird.

Auf das vorliegende Projekt mit der App *BeReal* angewandt habe ich im Laufe meines Forschungsprozesses folgende Fragen – teilweise angelehnt an die Forschungsfragen von Meister (2020) – formuliert:

- Wie werden die Begriffe Realität sowie Authentizität innerhalb von *BeReal* verwendet? Gibt es innerhalb der App eine Unterscheidung zwischen „real“ und „authentisch“?
- Welches Welt- und/oder Menschenbild zeichnet *BeReal*?
- Wie interagiert *BeReal* mit seinen Anwender*innen, wie werden sie genannt, in welchen Situationen werden sie von der App direkt angesprochen?
- Welche Interaktionsmöglichkeiten gibt *BeReal* der Nutzer*in an die Hand, welche nicht?
- Inwiefern gibt es Überschneidungen der Anrufungen mit Formen der neoliberalen Gouvernementalität bezüglich des Authentizitäts- und Selbstverwirklichungskonzepts?
- An welchen Stellen und auf welche Art formt das technische Gestell der App die individuelle und soziale Handlungspraxis?
- In welchen diskursiven und gesellschaftlichen Zusammenhängen ist eine App wie *BeReal* möglich und sinnvoll? Was könnten Gründe für die hohen Downloadzahlen sein?

4.3 Die Walkthrough-Methode

Das empirische Material für die anschließende dispositivanalytische Untersuchung habe ich mit Hilfe der Walkthrough-Methode (Light et al., 2018) und in Form von Screenshots der App *BeReal* gesammelt. Die von Light, Burgess und Duguay (2018) entwickelte Walkthrough-Methode dient dazu, App-Oberflächen zu kartieren, indem sie sich systematisch durch das Design und die Funktionen einer App bewegt, um diskrete Handlungsanregungen und zu identifizieren.

Die Walkthrough-Methode ist eine Vorgehensweise, bei der unmittelbar mit der Benutzer*innenoberfläche – dem „Interface“ – einer App interagiert wird, um ihre technologischen Mechanismen und darin eingebetteten kulturellen Bezüge zu untersuchen und zu verstehen, wie sie ihre Nutzer*innen leitet und deren Erfahrungen prägt (Light et al., 2018, S. 882). Digitale Technologien und Medien sind soziokulturelle Phänomene mit gesellschaftlichen Auswirkungen, deswegen ist es bei der Analyse von Apps entscheidend, auf die zugrundeliegenden soziokulturellen Repräsentationen zu achten, die sich in technischen Features, Interface-Design und Ansprachen der App an ihre Nutzer*innen manifestieren können (Light et al., 2018). Der Kern der Methode besteht daher in der schrittweisen Beobachtung und Dokumentation von Screenshots, Funktionen und dem Aktivitätsfluss der App. Die Screenshots fungieren dabei als Momentaufnahmen der alltäglichen App-Nutzung, ermöglichen so eine Verlangsamung des App-Alltags und machen die App dadurch für die kritische Analyse zugänglich. Die Forscher*in meldet sich in der App an, ahmt – soweit möglich – die alltägliche Nutzung nach, und steigt anschließend aus der App aus (Light et al., 2018).

Über das Heraustreten aus der App und den dadurch gewonnenen Abstand sowie das gesammelte Material in Form von Screenshots und Feldnotizen erreicht die Forscher*in eine notwendige Verfremdung und Entschleunigung des ursprünglichen medialen Erlebens. Dieser Prozess ermöglicht eine differenzierte Reflexion über die gesammelten Eindrücke und schafft Raum für eine tiefgehende Interpretation der digitalen Erfahrungen (Slunecko & Chlouba, 2021).

4.3.1 Kontext: Environment of Expected Use

Die Analyse erfolgt in zwei Schritten. Zunächst wird das „environment of expected use“ (Light et al., 2018, S. 889) betrachtet, was die Untersuchung der Vision, des Operating Models und der Governance einer App einschließt. Dies ermöglicht es der Forscher*in, zu verstehen, wie

die Designer*innen, Entwickler*innen und Eigentümer*innen einer App erwarten, dass Nutzer*innen sie in ihre Praktiken der Technologienutzung integrieren (Light et al., 2018).

Vision. Laut Light et al. (2018) dient die Vision als Leitfaden für das, was die App laut ihren Entwickler*innen erreichen soll, und gibt Hinweise darauf, wie sie genutzt werden kann und für welche Zielgruppe sie konzipiert ist. Die Vision kann über verschiedene Kanäle kommuniziert werden, darunter eigene Websites, diverse Social-Media-Plattformen und über den App Store, der bei der Beschreibung der meisten Apps, so auch bei *BeReal*, eine wichtige Rolle einnimmt. Obwohl das tatsächliche Verhalten der Nutzer*innen von der Vision der Entwickler*innen abweichen kann, bildet das Verständnis der ursprünglichen Vision eine wichtige Ausgangsbasis für die Identifizierung von Mechanismen, mittels derer die App ihre Nutzer*innen anspricht und in Beschlag nimmt.

Operating Model. Zum Operating Model jeder App gehört die Frage, wie sie finanziert wird und welche Strategien sie wählt, um die App-Nutzung zu monetarisieren. Diese Daten werden meist wenig transparent kommuniziert, bieten aber wertvolle Einblicke in mögliche politisch-ökonomische Interessen. Die Recherche erfordert daher einen genauen Blick auf verschiedene Quellen, wobei „app-generated materials, technology industry sources and public market information“ (Light et al., 2018, S. 890) besonders aufschlussreich sind. Diese Informationen ermöglichen ein umfassenderes Verständnis des Operating Models und sind entscheidend, um die finanzielle Grundlage der App zu verstehen.

Governance. Unter die sogenannte Governance fällt nach Light et al. (2018) „how the app provider seeks to manage and regulate user activity to sustain their operating model and fulfil their vision“ (S. 890). Die Governance manifestiert sich in den Regelungen und Leitlinien der Anwendung, welche die Bandbreite an Aktivitäten, die von den Nutzer*innen durchgeführt werden können, begrenzen. Governance erstreckt sich von der schlichten Verwaltung der Nutzer*innenaktivitäten bis hin zur strikten Durchsetzung von Normen und Werten. Die formelle Umsetzung von Governance erfolgt oft durch die Ausgestaltung der Nutzungsbedingungen. Formelle Richtlinien können Informationen über das Eigentum und die Verwendung von Nutzer*innendaten, Datenschutz- und Sicherheitsaspekte sowie erwartete Gemeinschaftsstandards liefern. Hierbei sollte besonderes Augenmerk auf die Datenschutzerklärung gelegt werden, da sie häufig den Erwartungen der Nutzer*innen an die Rechte des App-Anbieters über ihre persönlichen Inhalte widersprechen (Fiesler et al., 2016).

4.3.2 Der technische Walkthrough

Der technische Walkthrough ist der zweite zentrale Schritt und beginnt nach der Analyse des Nutzungsumfelds, in dem die Kontextinformationen der App eingeholt wurden. In diesem Teil tritt die Forscher*in in die Nutzung und Interaktion mit dem App-Interface ein. Es wird versucht, wichtige Elemente wie Icons, Pop-Ups und anderweitige Auffälligkeiten zu identifizieren. Mithilfe von Screenshots und dem Festhalten der eigenen Gedanken während des Durchlaufs durch die App wird ein umfassender Datensatz generiert.

In der App werden technische und kulturelle Einflüsse durch sogenannte „mediator characteristics“ (Light et al., 2018, S. 891) vermittelt, die darauf abzielen, die Beziehung zwischen Nutzer und App zu gestalten. Es ist wichtig zu berücksichtigen, dass auch eine App ein Produkt ihrer Kultur ist. Daher ist es lohnend, die „mediator characteristics“ genauer zu erforschen, da sie stark von kulturellen Einflüssen geprägt sind und versuchen, Nutzer*inneninteraktionen zu initiieren. Zu diesen Charakteristika gehören laut Light et al. (2018, S. 891-892):

- „user interface arrangement“, also die Anordnung der Benutzer*innenoberfläche, also wie die Nutzer*innen durch die spezifische Struktur von Menükategorien und Schaltflächen geleitet werden.
- „functions and features“, die auf Gruppen von Anordnungen hinweisen, die eine Aktivität vorschreiben oder ermöglichen, wie beispielsweise Pop-up-Fenster oder Anfragen, sich mit anderen Profilen zu verlinken.
- „textual content and tone“, der jeden Text im Interface umfasst und diskursive Macht entfalten kann, um das Verhalten der Nutzer*innen zu beeinflussen.
- „symbolic representation“, die mithilfe eines semiotischen Ansatzes untersucht werden soll und Einblicke in Konnotationen und kulturelle Assoziationen bieten kann, die sich beispielsweise in der gewählten Schriftart und Farbwahl manifestieren können.

Die Screenshots, die während des Walkthroughs angefertigt werden, dienen dabei als wichtige Entschleunigung, da viele Details bei der alltäglichen Anwendung einer App schnell übersehen werden können. Eine App wie *BeReal* zeichnet sich durch ein hohes Maß an Interaktion aus und lädt dazu ein, auf prominent positionierte Schaltflächen zu tippen, von einer Ansicht zur nächsten zu wischen, auf Benachrichtigungen zu reagieren und so immer weiter durch sie hindurchzunavigieren. Mit Hilfe der Screenshots können maßgebliche Charakteristika von *BeReal* eingefangen werden, beispielsweise eine Benachrichtigung, die sonst kaum Beachtung

gefunden hätte, oder ein Spruch, der nur für eine Sekunde auf dem Bildschirm eingeblendet wird. Dies ermöglicht eine eingehende Analyse und Kontextualisierung.

Der technische Walkthrough folgt chronologisch drei Phasen: „registration and entry“, „everyday use“ und „app suspension, closure and leaving“ (Light et al., 2018). Analog zur tatsächlichen Nutzungspraxis werden diese Phasen nacheinander durchlaufen, um so möglichst ein Bild der App einzufangen, die dem alltagspraktischen Erleben der Nutzer*innen entspricht (Light et al., 2018).

Im folgenden Kapitel wird nun mein Walkthrough durch die App *BeReal* vorgestellt. Der Walkthrough ist angereichert mit Assoziationen, die während meiner Navigation durch die App aufgetaucht sind, und Interpretationen an den Stellen, die für mein Forschungsanliegen interessant und gewinnbringend erschienen.

5 Empirisches Material: Ein Walkthrough durch *BeReal*

Mein empirisches Material besteht aus Screenshots, die mittels der Walkthrough-Methode nach Light et al. (2018) durch die App *BeReal* gesammelt wurden. Ich beschreibe in diesem Kapitel, wie die App aufgebaut ist, welche Interaktionsmöglichkeiten sie bietet und auf welche Art sie ihre Nutzer*innen anruft. Die gesammelten Screenshots sollen hierbei an Schlüsselstellen des Walkthroughs der Verbildlichung und Verdeutlichung dienen. So ist es möglich, einzelne Momente im dynamischen Durchlaufen und Erleben von *BeReal* festzuhalten, anhand derer eine Interpretation stattfinden kann. Während der folgenden Darstellung des empirischen Materials werde ich das Material immer wieder analysieren und (an-)interpretieren – diese Interpretationen werden dann gesammelt im nächsten Kapitel dargestellt und mit dem gesellschaftlichen Notstand, auf den *BeReal* als App antwortet, sowie mit dem Makro-Dispositiv, in das *BeReal* als Mikro-Dispositiv eingebettet ist, in Beziehung gesetzt.

BeReal wird im Folgenden zuerst kontextualisiert, das bedeutet nach Light et al. (2018), in drei Schritten zu beleuchten, was die App laut den Entwickler*innen erreichen soll, wie sie sich finanziert, und wie sich die Regelungen und Leitlinien der Anwendung gestalten. Anschließend tauchen wir in die App ein, das beginnt mit einem Blick darauf, wie bei *BeReal* die Installation und die Erstellung eines Accounts aussieht. Anschließend werden die Kern-Features von *BeReal* vorgestellt sowie der Feed, also der alltägliche Zustand, in dem sich die App präsentiert.

Abschließend steigen wir aus der App wieder aus, hier geht es um den Prozess der Abmeldung und der Löschung des erstellten Accounts.

Teile des dargestellten Walkthroughs entspringen einer Seminararbeit, die im Sommersemester 2023 im Rahmen des von Prof. Dr. Thomas Slunecko und Moritz Meister geleiteten Seminars „Kulturpsychologische Zugänge zur Analyse von Apps und Plattformen“ an der Universität Wien entstand (Leibetseder et al., 2023). Die Teile der Seminararbeit, die ich übernommen habe, sind von mir noch einmal überarbeitet worden, damit sie sich besser ins Große und Ganze dieser Arbeit einfügen. Alle Autor*innen der Seminararbeit haben der Verwendung des gemeinsam gesammelten Materials in meiner Masterarbeit zugestimmt.

5.1 Kontext

Im Folgenden wird auf den Kontext der App *BeReal* eingegangen. Dies ermöglicht es laut Light et al. (2018), zu verstehen, wie die Designer*innen, Entwickler*innen und Eigentümer*innen der App erwarten, dass Nutzende sie in ihre Praktiken der Technologienutzung integrieren. Der Kontext setzt sich aus drei Bausteinen zusammen: Vision, Operating Model und Governance. Aus Gründen der Ressourcenknappheit gehe ich nur näher auf die Vision von *BeReal* ein, da mir diese am wichtigsten und die Untersuchung am zielführendsten erschien. Operating Model und Governance werden weniger ausführlich in den Blick genommen.

5.1.1 Vision

„BeReal. Your friends for real.“ (Apple App Store, o.D.). So lautet der Titel der App, der 2022 von Apple der *iPhone App of the Year Award* verliehen wurde (Apple App Store, 2022). Der Untertitel lautet: „Not another social network“ (Apple App Store, o.D.). Hier wird auch schon ein Kernthema bzw. eine Kernfrage der vorliegenden Analyse beschrieben. Schon der erste Satz, den wir hier lesen – eigentlich der zweite, wenn wir „BeReal.“ als Imperativ auffassen – wirft bei genauerem Nachdenken Fragen auf: Aus welchem Kontext heraus muss das Versprechen „Your friends for real“ gelesen werden, damit es überhaupt etwas Besonderes verspricht? Warum wird denn eigentlich eine App benötigt, um seine „Freund*innen in echt“ erleben zu können? Und vor allem: aus welchem Kontext heraus kann sich eine digitale Applikation überhaupt anmaßen, dass die Repräsentationen meiner Freund*innen (allesamt lebensgroße Wesen aus Fleisch und Blut), auf einem kleinen Bildschirm betrachtet, „echt“ sind? Ohne in die Falle tappen zu wollen, die digitale Realität nicht als Realität gelten zu lassen:

Es scheint jedenfalls schon auf ersten (kritischen) Blick eindeutig, dass all diese Selbstbeschreibungen der App nur im Kontrast zu „herkömmlichen“ sozialen Medien – ein illustrativer Vergleich wäre hier beispielsweise Instagram – Sinn ergeben. Auf den ersten Blick scheint sich *BeReal* hier also ex negativo, *gegen* etwas, zu definieren. Sich als „kein weiteres Social-Media“ (Apple App Store, o.D.) zu bewerben, ist wohl deswegen notwendig, weil die App in vielen Kriterien, zumindest im Wortsinn, sehr wohl ein soziales Medium ist. Social-Media wird also in der Wortverwendung dieser Werbung zu einem Begriff, der, wie oben beschrieben, nur die gängigsten sozialen Medien umfassen soll und damit durch semantische Verwirrung davon ablenkt, dass die vorliegende App – die (je nach persönlichem Algorithmus) unter den ersten zehn bis zwanzig Ergebnissen auftaucht, wenn man im App Store „social media“ eingibt, und dort auch formell unter der Kategorie „Social Networking“ eingeordnet wird – diesem Begriff eigentlich genau entspricht. Aber genug der vorschnellen Urteile von außen, zuerst noch einen Schritt zurück. Was will *BeReal* denn eigentlich selbst sein? Die Gründer und Inhaber, Alexis Barreyat und Kevin Perreau, nehmen uns leider nicht an der Hand, um uns ihr Produkt zu erklären. Interviews scheinen sie zu vermeiden, und auch auf der Plattform X (ehemals Twitter) sind sie still (Barreyat, o.D.; Perreau, o.D.). Die Webseite des Unternehmens bietet eine erste Anlaufstelle für unsere Suche nach Antworten.

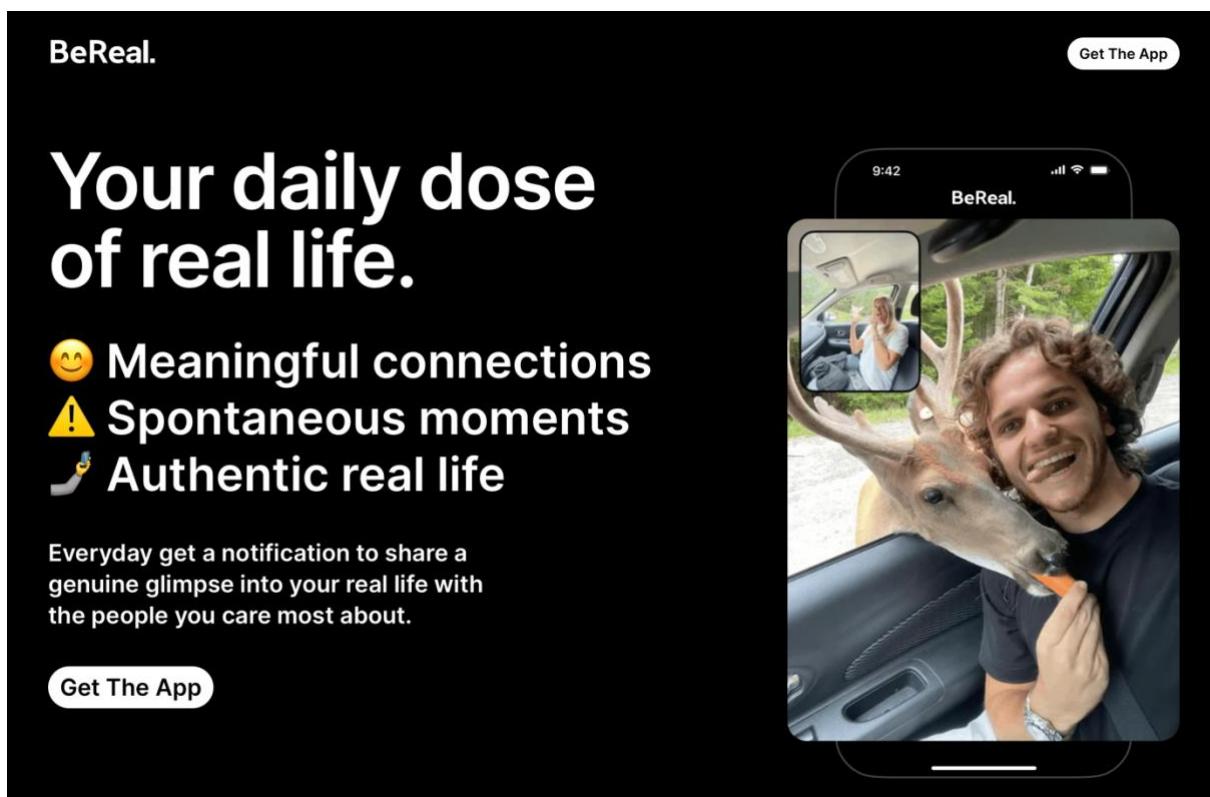


Abb. 1: Startbildschirm der Webseite von *BeReal*

Vom Startbildschirm der Webseite (Abb. 1) leuchtet uns in fett hervorgehobener Schrift der Slogan entgegen: „Your daily dose of real life.“ Um mein eigenes Leben kann es hierbei wohl kaum gehen, das erlebe ich tagtäglich die ganze Zeit. Viel eher wird impliziert, dass es mithilfe von *BeReal* möglich ist, einen Einblick in das „echte Leben“ anderer Personen zu gewinnen, wie sich im Weiteren herausstellen wird. Dieser Eindruck wird verstärkt durch das, was auf der rechten Hälfte des Startbildschirms passiert: Diese wird von einer im Sekundentakt rotierenden Reihe von etwa zwanzig BeReals – das Kernfeature der App (eine Collage von zwei Fotos, jeweils geschossen von der Front- und Rückkamera des Smartphones) und die App selbst tragen denselben Namen, dazu später mehr – eingenommen, wobei uns jedes BeReal vergrößert aus dem minimalistisch dargestellten Smartphone „entgegenzuspringen“ scheint. Die Momentaufnahmen, die die hier dargestellten BeReals einfangen, bilden alle unterschiedliche Aktivitäten ab und reichen von alltäglichen Situationen wie dem Kochen in der Küche oder dem Einkaufen im Supermarkt bis zu intim oder spannungsgeladen anmutenden Momenten wie dem Sprung mit dem Snowboard von einer Schanze, Freudentränen bei einem Konzert oder dem in Abbildung 1 festgehaltenen Screenshot eines Hirschs, der seinen Kopf ins Auto der Fotograf*in streckt. Die Vielzahl von BeReals, die in schneller Folge abgespult werden, wirken wie ein Versprechen davon, was die App zu bieten hat. Es scheint ein Vorgeschmack darauf zu sein, welche (potenziellen) Momente anderer Nutzer*innen man zu sehen bekommen wird, sollte man die App tatsächlich installieren, und was man verpassen könnte, sollte man sich dagegen entscheiden.

Unter dem Haupt-Slogan werden in etwas kleinerer Schrift, aber mittig und dadurch auffällig positioniert, die wichtigsten Werte von *BeReal* vorgestellt. Hierbei handelt es sich um „bedeutsame Beziehungen“, „spontane Momente“ und ein „authentisches, echtes Leben“. Jedem dieser Werte steht ein Emoji voran, das wohl zusätzlich hervorheben soll, wie genau die prägnant verfassten Statements zu verstehen sind. Darunter steht ein kurzer Beschreibungstext, in dem die Grundfunktion der App zusammengefasst wird. Lesen wir „meaningful connections“ im Kontext mit besagter Kurzerklärung zur Grundidee der App, wird schnell klar, dass es nicht darum geht, sich innerhalb von *BeReal* mit so vielen Nutzer*innen wie möglich zu verbinden, sondern mit den „people you care most about“. *BeReal* macht hier klar, dass die Qualität von Beziehungen innerhalb der App einen hohen Stellenwert einnehmen soll, verdeutlicht durch einen glücklich lächelnden Smiley.

Vor „spontaneous moments“ ist ein Warnzeichen angebracht, das sich als das Emoji herausstellen soll, das auch in den Benachrichtigungen von *BeReal* auftaucht, in denen zum sofortigen, spontanen Posten aufgefordert wird. Zu diesen Benachrichtigungen und der dahinterstehenden Idee der Spontaneität später mehr, an dieser Stelle verrät uns *BeReal* noch nicht wirklich, was damit gemeint ist.

Das Emoji zum „authentischen echten Leben“ stellt einen Arm dar, der ein Smartphone hält, entweder zur alltäglichen Nutzung, oder, so erweckt es den Eindruck, um ein Foto zu machen, was durchaus zu der Idee der App passen würde. Das „authentische echte Leben“ scheint also eng mit der Nutzung des Smartphones und der Kamera-Funktion verbunden zu sein. Wie schon weiter oben bei „Your friends for real“ wirkt es hier wieder so, als ob es ein irgendwie geartetes Hilfsmittel brauche, um sein „echtes“ Leben zu leben oder mit seinen Liebsten so richtig verbunden bleiben zu können. Auch in der Formulierung des Beschreibungstexts unten auf der Startwebseite wird das noch einmal hervorgehoben: „Everyday get a notification to share a genuine glimpse into your real life“. Es scheint nur möglich zu sein, nach dem Erhalt der Benachrichtigung einen „ehrlichen/aufrichtigen Blick“ in dein echtes Leben mit Freund*innen zu teilen, als wäre dieser Einblick erst durch die Benachrichtigung möglich.

Über allem thront links oben das Logo von *BeReal*, das aus dem simplen Schriftzug „BeReal.“ besteht, ähnlich wie die Webseite (und wie wir später sehen werden, auch die App) schlicht gehalten in Weiß auf Schwarz. Wie oben schon angedeutet, ist dieses Logo nicht nur als Logo, sondern auch als Imperativ lesbar, der sowohl auf der Webseite als auch – wie wir später sehen werden – in der App unser ständiger Begleiter sein und über allem eingeblendet werden wird. Rechts oben und links unten fangen weiß hinterlegte Felder den Blick, die zu einem Herunterladen der App einladen; dadurch, dass die Farben hier umgekehrt werden – schwarze Schrift auf weißem Hintergrund – stechen die beiden Felder auf dem schwarzen Hintergrund der Startwebseite klar heraus und bieten so die verlockende Möglichkeit an, die App nach diesem ersten Eindruck von *BeReal* und der bis hierhin transportierten Idee selbst auszuprobieren.

Arbeiten wir uns tiefer in die Webseite hinein und lesen den Reiter *Our Mission and Values*, so ist dort die offizielle Mission *BeReal*s „[t]o create an authentic world that keeps you connected with the people you really care about“ (*BeReal*, 2023a). Hier wird deutlich, dass Authentizität für *BeReal* nicht nur einen wichtigen Wert darstellt; das Unternehmen schreibt sich Authentizität auf die eigene Fahne und nimmt sich sogar vor, eine „authentische Welt zu

kreieren“ – woraus man schließen muss, dass es eine solche Welt im Augenblick (noch) nicht gibt. Diese Annahme unterstreicht *BeReal* auch noch einmal in den *Terms of Service*: „We want to build services and technologies that allow you to live your real life and share that reality with your real friends“ (BeReal, 2023c). Wie schon eingangs der Kontrast zu herkömmlichen Social-Media-Plattformen für ein Verständnis der Sprache von *BeReal* hergestellt werden musste, liegt auch hier nahe, die implizierte „Nicht-Authentizität“ in den konkurrierenden Plattformen zu verorten.

Auch in den offiziellen Werten von *BeReal* (BeReal, 2023a), verfasst in vier Imperativen – „Be Real“, „Be Free“, „Be Humble“, „Be Responsible“ (BeReal, 2023a) – und jeweils kurzen Elaborationen, nimmt eine Idee der Echtheit und Authentizität den ersten Platz ein, gefolgt vom Anspruch auf Neuheit, Relevanz oder sogar Rebellion. „Be Free“ wird nämlich folgendermaßen erklärt: „We think differently. We innovate, experiment and disrupt in order to create positive change“ (BeReal, 2023a). Es scheint ein wenig fragwürdig, wie diese Definition von Freiheit, in der betont wird, dass es zugunsten eines „positiven Umbruchs“ das Stiften von Unruhe oder zumindest eine Störung brauche (je nachdem, wie „disrupt“ übersetzt wird), mit anderen Werten wie Bescheidenheit („Be Humble“) oder Verantwortlichkeit („Be Responsible“) zusammenpasst. Diese und noch andere sich hier ankündigenden Ambivalenzen, die *BeReal* als digitales soziales Medium, das eine Gegenbewegung zu anderen digitalen sozialen Medien sein möchte, konfrontieren muss, werden sich durch die vorliegende Arbeit ziehen.

Doch zuerst nochmals ein Blick in den App Store. Die interessierte Smartphone-Nutzer*in findet im App Store unter Logo und Titel sechs nachbearbeitete und um Erklärungs- bzw. Werbetexte erweiterte Screenshots, die die Funktionen der App demonstrieren. Von besonderem Interesse sind die ersten drei Bilder (Abb. 2), die bei der Betrachtung auf einem Smartphone direkt aufscheinen, ohne dass die Nutzer*in weiterscrollen muss. Der Fokus liegt hier klar auf einer Funktion, die als die Kernfunktion der App hervorgeht: „One notification sent to everyone“, „2 minutes to share what you’re up to“, „All your friends post at the same time“. Das erste Bild zeigt die Benachrichtigung, die man als Nutzer*in einmal am Tag bekommt: Zu einem unangekündigten, jeden Tag anderen, aber für alle Nutzer*innen gleichen Zeitpunkt (innerhalb einer der vier von BeReal angebotenen Zeitzonen: „America“, „Europe“, „East Asia“ und „West Asia“) soll man durch je ein Foto auf der Rück- und der Frontkamera darstellen, was man gerade so treibt.

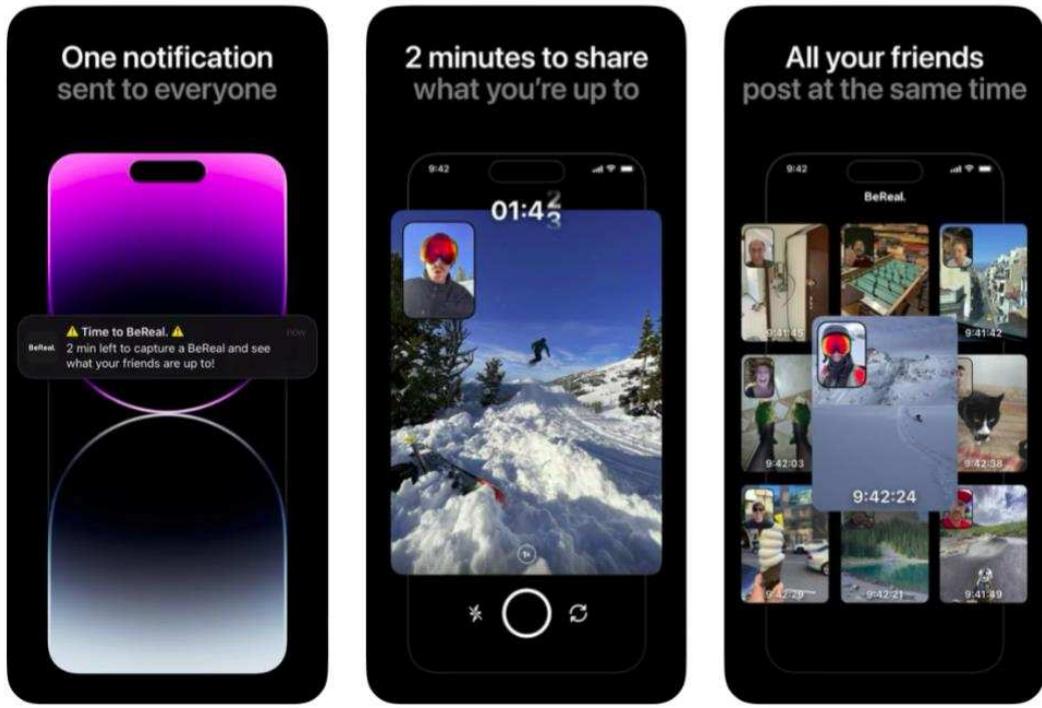


Abb. 2: Kommentierte Screenshots im Apple App Store, Bild 1 bis 3

Auffällig ist, dass dieser Screenshot bis auf die kleinen Warndreiecke in der Benachrichtigung – dieses Warndreieck kennen wir schon von der Webseite, wo es neben der Forderung nach Spontaneität stand – wenig visuelle Elemente enthält, die den Blick fangen. Der Hintergrund wirkt wie eine stilisierte, minimalistische Sanduhr, was gut in die Idee von Spontaneität passt, die *BeReal* hier zu vermitteln versucht: Nach Erhalt der hier dargestellten Nachrichten haben Nutzer*innen zwei Minuten Zeit, um ein BeReal zu posten – die Sanduhr rieselt also schon. Wie in der Analyse öfters noch aufkommen wird, fällt *BeReal* schon in seiner Erscheinung im App Store und auch auf der Webseite durch verhältnismäßige Unauffälligkeit auf.

Ein Blick auf den zweitgereihten Screenshot hinterlässt einen anderen Eindruck: Hier wird ein Schnappschuss aus dem zwei Minuten langen Zeitfenster dargestellt, innerhalb dessen man angehalten wird, sein BeReal zu erstellen, damit dieses als rechtzeitig gilt. Visuell auffälligstes Element ist das von der Rückkamera geschossene Foto, gefolgt von dem kleineren Bild der Frontkamera. Überraschenderweise zeigt das Hauptfoto hier eine Person, die auf Skiern exakt im Moment eines Sprungs, in der Luft schwebend, „erwischt“ wurde – die Unwahrscheinlichkeit der Möglichkeit, dieses Foto innerhalb von zwei Minuten erfolgreich zu inszenieren, wird durch den abgebildeten Timer bestärkt: angeblich sind seit dem Erhalten der Benachrichtigung nur 17,5 Sekunden vergangen.

Das dritte Bild stellt eine Ansicht dar, die einen Überblick über neun BeReals von Freund*innen bietet. Die Bilder sind divers und bilden ein Spektrum von abenteuerlich bis langweilig

anmutenden Situationen ab, ähnlich der BeReals, die auf der Webseite hintereinander abgespult werden (Abb. 1).



Abb. 3: Kommentierte Screenshots im Apple App Store, Bild 4 bis 6

Die nächsten drei Bilder im Apple App Store zeigen weitere, weniger zentrale Funktionen der App (Abb. 3). Um die in Bild 4 abgebildete „RealMojis“-Funktion kurz zu erklären: Nutzer*innen haben hier unter anderem die Möglichkeit, für verschiedene Emojis, die alle positiv bis neutral konnotiert sind, ein dazu passendes Selfie abzuspeichern, das dann als Schnellzugriff verfügbar ist, um ein Reaktionsbild auf die BeReals von Freund*innen zu senden.

Bei Bild 5 und 6 fallen primär die Beschreibungstexte der Screenshots auf: die Slogans „Keep your friends all day with you“ sowie „Go back in time with your Memories“ sind inhaltlich homolog mit dem eingangs erwähnte Satz „Your friends for real“: Dem digitalen Erleben wird eine überhöhte Realität zugeschrieben, in der man seine Freund*innen stets dabei haben und in der Zeit reisen oder zumindest seine Erinnerungen auf einem digitalen Gerät externalisieren kann. Die zugehörigen grafischen Inhalte der Bilder 4, 5 und 6 bleiben dabei, auf einer sehr deskriptiven Ebene Funktionen der App darzustellen.

Unmittelbar unter den Werbebildern wird im Apple App Store nun der Beschreibungstext der Anwendung angezeigt. Sofort sichtbar sind die ersten drei Zeilen:

„BeReal is the simplest photo sharing app to share once a day your real life in photo with friends. Every day at a different time, everyone captures a photo within 2 minutes. Capture and post in time to see what your Friends are up to.“ (Apple App Store, o. D.)

Bevor die Entwickler*innen wieder die Kernfunktionen der App beschreiben, die auch schon in den ersten drei Bildern darüber präsentiert wurde, wird *BeReal* mit den ersten Worten mit dem Alleinstellungsmerkmal der „simpelsten App, um Fotos zu teilen“ bezeichnet. Wie schon eingangs erörtert, scheint auch dieser Satz wieder implizit von der Bezugsgruppe herkömmlicher sozialer Medien auszugehen: Schließlich könnte man Dienste wie *Google Fotos*, *Apple's iCloud* oder *WeTransfer* als simplere, z.B. weil soziale Rituale aussparende und dadurch auch nicht die Zahl der geteilten Fotos stark einschränkende „Apps, um Fotos zu teilen“, verstehen. Es wird also wieder deutlich, dass *BeReal* sich als Non- bzw. Lite-Social-Media präsentiert, sich damit aber implizit doch als soziales Medium positioniert. Der folgende Beschreibungstext im App Store beschreibt in neun Punkten detailliertere Funktionen der App, auf die hier nicht näher eingegangen werden soll.

Als letzter inhaltlicher Block im Beschreibungstext stehen unter dem Titel „/!\ WARNING /!“ zwölf Sätze, die in einem insgesamt leicht augenzwinkernd wirkenden Ton beschreiben, wie sich die Anwendung in das eigene Leben einfügt. Der größte Teil der Inhalte lässt sich wieder als Kontrast zu herkömmlichen sozialen Medien lesen, so wird zum Beispiel erneut die Authentizität des hier angebotenen sozialen Kontakts betont, sowie auch Möchtegern-Influencer*innen und Personen des öffentlichen Lebens („Celebrities“) explizit von der Verwendung abgeraten. Einige Sätze scheinen uneindeutig und untereinander widersprüchlich: So wird einerseits angekündigt, *BeReal* lasse einen nicht schwindeln (wobei offenbleibt, was genau hier mit Schwindeln gemeint ist), andererseits, dass die App die eigene Kreativität auf die Probe stellen würde – was zwar nicht zwingend eine Verfälschung impliziert, aber doch eine Inszenierung. Andere Inhalte scheinen ein humorvolles, zugängliches Bild vermitteln zu wollen. So wird *BeReal* dann doch als potenziell Sucht induzierend beschrieben oder es werden Scherze über das Risiko von Fahrradunfällen bei der Verwendung oder der unklaren Aussprache des App-Namens gemacht. Die humorvolle Kommunikation und Transparenz gegenüber Risiken kann als weiterer Kontrast zu herkömmlichen, von vielen Menschen als intransparent und böswillig verstandenen Social-Media-Goliaths verstanden werden. Auch der kumpelhafte Ton der wöchentlichen Updates („This week, we took a break from partying and did some housekeeping. No new bells and whistles, just a faster, better

BeReal.“) und die Einladung zu Input ganz am Ende des Beschreibungstexts („Questions, ideas? We would love to hear what you think and we could even integrate some of your ideas on BeReal.“) erzeugen einen ähnlichen Eindruck. Jorinde Schulz (2019) spricht in diesem Zusammenhang davon, dass Kommunikationsweisen und die Emotionen, die wir von dieser Art der Kommunikation – am Beispiel von *BeReal*: Humor – gewöhnt sind, bewusst in „menschmaschinelle Beziehungen überführt“ (S. 149) werden. So können „Intimitätseffekte, die mit der Unmittelbarkeit digitaler Kommunikation einhergehen, [...] verfeinert und gehackt“ (S. 149) werden, was dazu führt, dass sich ein Gefühl der Zugewandtheit zur App einstellt, wir uns mehr mit ihr beschäftigen und sie als uns gegenüber freundlich gestimmt wahrnehmen.

Vor allem der letzte Punkt der Liste liest sich als „Warnung“ und lässt sich als Kampfansage an überwachungskapitalistische (Zuboff, 2019) Unternehmen wie Instagram und Facebook lesen: „*BeReal* doesn't send any of your private data to China.“ Hier eröffnet sich zugleich auch die Frage, was denn dann eigentlich das Geschäftsmodell der App ist. Denn tatsächlich sendet *BeReal*, obwohl es sich um eine französische App handelt, die erfassten Daten zwar nicht nach China, aber in die USA, weil sich dort der Hauptserver von *BeReal* befindet (Appvisory, 2022).

5.1.2 Operating Model

„*BeReal* is free to use, and we don't have ads. You may be wondering if we'll have ads or how we think about monetizing the app.“ (*BeReal*, 2023b)

Hinter *BeReal* steht ein gewinnorientiertes Unternehmen, dessen Wert auf inzwischen 600 Millionen US-Dollar geschätzt wird (Curry, 2023). Während die App seit 2020 erhältlich ist, fanden von Mai 2021 bis Mai 2022 drei Investitionsrunden statt, in denen insgesamt über 100 Millionen Dollar lukriert wurden (Curry, 2023). Dieses Investor*innengeld ist sicher auch notwendig, um einen seit Anfang 2022 explosiv wachsenden (Shepherd, 2024) Dienst am Laufen zu halten und weiterzuentwickeln. Den Höhepunkt erreichte *BeReal* im August 2022, als rund 73,5 Millionen Menschen die App regelmäßig nutzten (Shepherd, 2024). Seitdem sind die Nutzer*innenzahlen zwar deutlich zurückgegangen, seit August 2023 steigt jedoch die Zahl an Menschen, die *BeReal* nutzen, wieder leicht an; im Januar 2024 waren es rund 23 Millionen (Shepherd, 2024).

Aber wie hat *BeReal* vor, langfristig seine Rechnungen zu bezahlen? Gerade ohne Kenntnisse der Privatwirtschaft kann ich mir natürlich nicht anmaßen, vorherzusagen, auf welche Art und

Weise *BeReal* versuchen wird, Profite einzufahren, wenn die initiale Phase der Finanzierung durch Risikokapital vorbeigeht und Gewinne an Investor*innen ausgeschüttet werden müssen. Die grundlegende Taktik, erst eine Nutzer*innenbasis aufzubauen, um erst dann, wenn sich schon extrem viele Menschen an die Verwendung der App gewöhnt haben, Monetarisierungswege – wie oft Werbeeinschaltungen – einzuführen, ist jedenfalls von salienten Vergleichen wie Instagram und TikTok bekannt (Gupta, 2022).

Einen anderen Weg hat beispielsweise WhatsApp eingeschlagen: Das Unternehmen, das 2013 noch über 100 Millionen Dollar Verluste einfuhr (Ernst & Young, 2014), wurde 2014 um 19 Milliarden Dollar durch Mark Zuckerbergs Facebook – heute Meta – gekauft. Die Firmenübernahme wurde von EU-Behörden nur unter der Bedingung zugelassen, dass Nutzer*innendaten zwischen den beiden Diensten nie zusammengeführt werden – ein Versprechen, für dessen Bruch WhatsApp und Facebook inzwischen schon zu über 300 Millionen Euro Strafe von europäischen Behörden verurteilt wurden (Manancourt & Scott, 2021; Rankin, 2017). Bei einer etwas weiteren Rückschau ist sicher auch der Vergleich mit Google aufschlussreich – der Firma, die man als „Pionier des Überwachungskapitalismus“ (Zuboff, 2019, S. 85) verstehen könnte. Bevor Google eine zentrale Rolle in der Entwicklung von personalisierter und zielgerichteter Werbung einnahm, die Vorhersage menschlicher (Kauf-)Entscheidungen in Warenform brachte und damit für den Kapitalismus (aus)nutzbar machte, zeigten die Gründer Sergey Brin und Larry Page eine Antipathie gegen Werbung als wichtige Einnahmequelle (Zuboff, 2019, S. 89f.) und mussten erst durch das Platzen der Dotcom-Bubble wirtschaftlich auf die Knie gebracht werden, um die Firma schließlich in die genaue Gegenrichtung zu positionieren. Der Vergleich ist auch dahingehend in Bezug auf *BeReal* interessant, als die Gründer und Besitzer laut einem Bericht der Financial Times (Silberling, 2022) auch eher die Finanzierung durch Werbung (bzw. den Verkauf von Nutzer*innendaten) zugunsten von bezahlten „Premium“-Features vermeiden wollen.

Der Journalist Cory Doctorow (2023) spricht in diesem Kontext von einer „Enshittification“, ein Konzept, das so viel Aufmerksamkeit und Zuspruch erlangte, dass es 2023 von der American Dialect Society zum Wort des Jahres gekürt wurde (American Dialect Society, 2024). Enshittification beschreibt einen mehrphasigen Prozess, bei dem Plattformen anfänglich eine freundliche und zuvorkommende Haltung gegenüber ihren Nutzenden einnehmen, um eine große Basis an Nutzer*innen zu generieren (Doctorow, 2023). Im Laufe der Zeit verändern sich diese Plattformen jedoch graduell: Es werden Features eingeführt, die den Idealen der

Plattform nicht mehr entsprechen, Teile der Plattform oder neue Inhalte können von den Nutzer*innen nicht mehr ohne (wiederholte) Zahlung verwendet werden oder es wird Werbung geschalten (Doctorow, 2024). Gleichzeitig werden die Daten der Nutzer*innen missbraucht, um lukrativere Geschäfte mit Geschäftskund*innen zu ermöglichen (Doctorow, 2024). Anschließend müssen aber auch die Geschäftspartner*innen möglichst gewinnbringend ausgenutzt werden, um Vermögen und Einfluss wieder vollständig unter die Kontrolle der Plattform zu bringen, was schließlich zum Kollaps der Plattform führt (Doctorow, 2024). Ob dieser Verlauf auch *BeReal* droht, bleibt abzuwarten.

Beim Thema Nutzer*innenrechte verspricht ein Blick in die *Terms of Service* von *BeReal* interessant zu werden: Es stellt sich heraus, dass Inhalte, die von den Nutzer*innen global geteilt werden, von *BeReal* ohne Einschränkungen verwendet werden können – „to use, copy, reproduce, process, adapt, modify, publish, transmit, display and distribute [...] in any and all media or distribution methods [and] to make [...] available to other companies, organizations or individuals“ (*BeReal*, 2023c). Die Möglichkeit der zukünftigen Monetarisierung scheint sehr denkbar zu sein, obwohl uns in der *Privacy Policy* vorerst versichert wird: „We do not sell your information“ (*BeReal*, 2023d). Auch die Daten, die die App sammelt, beinhalten Interaktions- und Nutzungsdaten wie Interaktionsmuster mit Freund*innen, Zeitpunkt von Postings, welche Inhalte betrachtet wurden, und ähnliches (*BeReal*, 2023d). Erste „Rohstoffe“ für die Monetarisierung der Verhaltensdaten von Nutzer*innen (Zuboff, 2019, S. 123f.) dürfte *BeReal* also definitiv schon besitzen. Offizielle Statements zu *BeReal*s Geschäftsmodell geben sich freundlich, aber bedeckt:

„First, we want to stick around for as long as you'll have us, but working with brands is not our priority. There are a lot of cool things we want to build, and we're very lucky to be able to prioritize our time this way. We assure you, once we're ready to share information, you'll know.“ (*BeReal*, 2023b)

Welche Route das Unternehmen also letztendlich einschlagen wird, um Weiterbestehen und Profit sicherzustellen, lässt sich hier nicht vorhersagen. Eine zentrale Beobachtung aus der Geschichte vergleichbarer Dienste ist jedenfalls, dass sich Nutzer*innenfreundlichkeit und Idealismus in der Welt digitaler Startups als ein anfängliches, ephemeres Phänomen entpuppen können, das früher oder später der Gewinnorientierung weichen muss (Doctorow, 2024). Und auch *BeReal* schließt die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen nicht aus, nur habe diese Zusammenarbeit vorläufig noch keine Priorität. Ob die freundliche, Vertrauen

suchende Sprache der App zu ihren Nutzer*innen also ehrlich gemeint ist oder nicht, muss gar nicht so wichtig sein – erst die Beobachtung des Unternehmens über die zukünftigen Phasen seiner Entwicklung wird zeigen, welche kommerzielle Nische es langfristig finden kann und wie es dann um die beworbene Authentizität und Transparenz bestellt sein wird.

5.1.3 Governance

Über die Webseite von *BeReal* können wir einen Blick auf die formellen Regeln werfen, die den Gebrauch der App bestimmen, bei *BeReal User Agreement* genannt. Dieses ist aufgegliedert in die *Terms* (BeReal, 2023c), also die *Terms of Service*, die *Privacy Policy* (BeReal, 2023d), in der wir darüber aufklärt werden, in welcher Form unsere Daten geschützt und weiterverwendet werden, und die *Community Standards* (BeReal, 2023e), in denen eine Aufzählung allen auf *BeReal* verbotenen Verhaltens zu finden ist. Inhaltlich ist für den ungeschulten Blick nichts zu finden, was überrascht oder an die Interpretationsstränge dieser Arbeit anknüpft.

In den *Terms* fällt allerdings auf, dass auch auf dieser formell-legalen Ebene die Sprache eine um Nahbarkeit, eigentlich Kumpelhaftigkeit bemühte ist. So lesen wir gleich zu Anfang: „If you think reading all of this is hard, imagine having to write it!“ (BeReal, 2023c). Immer wieder schwingt ein leicht scherhafter Ton mit: „To use our Services you must be a REAL human (because feelings matter)“ (BeReal, 2023c). Es wirkt so, als wären diese *Terms* mit einem Augenzwinkern geschrieben, so als würde es *BeReal* mit uns zwar ernst, aber vorrangig gut meinen, und an oberster Stelle stehe trotz allen Ernstes in den *Terms of Service* ein gutes Verhältnis mit den Nutzer*innen. *BeReal* hinterfragt sogar die eigenen Regeln und gibt der Nutzer*in damit noch mehr das Gefühl, sich nicht in einem legal-rechtlichen Raum, sondern vielmehr auf Augenhöhe mit der der App bzw. den Entwickler*innen zu befinden: „In the event that any part of these Terms or User Agreement are found to be unenforceable, our lawyers will probably panic“ (BeReal, 2023c). Interessant hierbei ist, dass Sätze mit humoristischen oder ironischen Elementen eher zu Beginn der Terms zu finden sind. Je weiter wir lesen, desto weniger wird dieser augenzwinkernd-nahbare Ton angeschlagen, vielleicht, weil davon ausgegangen wird, dass sich die meisten Nutzer*innen ohnehin nicht mehr als die ersten Absätze durchlesen.

Andererseits begibt sich *BeReal* hier auch immer wieder auf eine persönlich moralisierende Ebene: „No one likes people who steal Content or people who disrespect others. Don't be that

person" (BeReal, 2023c), so eröffnet der dritte Absatz der Terms. Daran anschließend fordert *BeReal* uns auf: „Be authentic. Be kind. Be respectful. Be you. BeReal.“ (BeReal, 2023c). Hier lesen wir eine Reihe von prägnanten Imperativen, die noch einmal gut zusammenfassen, welche Werte *BeReal* unterstreichen will. Inwiefern wir diesen Imperativen Folge leisten müssen, also was es in diesem Fall genau bedeuten soll, authentisch, freundlich, respektvoll und „du selbst“ zu sein, wird nicht weiter ausgeführt. Hier, in den *Terms of Service*, wo festgelegt wird, wie eine legale Interaktion mit der App auszusehen hat, zeichnet *BeReal* noch einmal ganz konkret das Bild einer perfekten Nutzer*in: anscheinend darf sich nur „real“ nennen und ein Teil der Community von *BeReal* werden, wer all die oben stehenden Eigenschaften in sich vereint.

5.1.4 Kurzes Fazit zum Kontext

Soweit also die Kontextualisierung von *BeReal*. Knapp zusammengefasst handelt es sich um eine App, die bedeutsame Beziehungen schaffen oder pflegen soll, indem spontane Momente aus dem eigenen Leben geteilt werden. So wird ein „authentic real life“ (Abb. 1) geschaffen, oder in anderen Worten eine „authentic world that keeps you connected with the people you really care about“ (BeReal, 2023a). *BeReal* soll dir als Nutzer*in der App Möglichkeiten an die Hand geben „that allow you to live your real life and share that with your real friends“ (BeReal, 2023c). So muss also angenommen werden, dass es dieses authentische, echte Leben noch nicht gibt und dass es erst in der Interaktion mit *BeReal* möglich wird. Vorerst fordert die App dafür keine Gegenleistung, jede*r kann sie gratis und alle Funktionen, die sie mit sich bringt, uneingeschränkt nutzen. Lediglich Authentizität, Freundlichkeit und Respekt werden eingefordert. Das Logo wirkt dabei immer wieder als Imperativ, der auch in den Terms of Service wiederholt wird: „Be you. BeReal.“ (BeReal, 2023c).

BeReal sieht sich außerdem als Gegenentwurf zu anderen Social-Media-Diensten, ein konkretes Distinktionsmerkmal wird aber nicht genannt. *BeReal* betont lediglich immer wieder, nicht wie anderes Social-Media zu sein und tritt als „echtere“, authentischere Alternative auf, die schon durch die benutzte Sprache mit einer guten Portion Humor vermittelt, mit ihren Nutzer*innen ein freundschaftliches Verhältnis pflegen zu wollen. Was soll es denn nun genau bedeuten, „real“ zu sein? Wird das App-Erlebnis der Vision von *BeReal* und den Werten, die im App Store und auf der Webseite vermittelt werden, gerecht? Mit

diesen Fragen im Hinterkopf habe ich mich in die App begeben. In den nächsten Kapiteln widme ich mich dem Einstieg in *BeReal*, dem alltäglichen App-Erlebnis und zuletzt dem Ausstieg.

5.2 Einstieg

Zu Beginn des Walkthroughs soll beleuchtet werden, wie die ersten Kontakte mit *BeReal* ablaufen und wie sich der Einstieg in die App gestaltet. Dafür soll im Folgenden als erster Teil des Walkthroughs *BeReal*s das Logo, die Begrüßung durch die App nach der Installation sowie der Ablauf der Registrierung als neue Nutzer*in näher ins Auge gefasst werden.

5.2.1 Logo

Einen guten Anfang zur Analyse stellt der Moment vor dem Einstieg in die App dar. So lesen wir auf dem App-Icon schon im Apple App Store, aber auch auf dem Bildschirm unseres Smartphones, sobald wir die App installiert haben: „BeReal.“. Eine Art Befehl, zu dem uns zwar keine Nutzungsvereinbarung zwingen kann, der aber doch in seiner Ansprache eine Spur in uns hinterlassen muss. Das Logo sticht durch seine auffällige Unauffälligkeit ins Auge. In einer kurzen Analyse soll näher auf Farbgebung, Typografie, Semantik und den Vergleich zu anderen Apps eingegangen werden.



Abb. 4: Das Logo von *BeReal*

Das Logo von *BeReal* (Abb. 4) – sowie auch die Webseite und der größte Teil der App – unterteilt sich in zwei simple Farben: Schwarz und Weiß. Der grundlegende Ton erscheint durch die hauptsächliche Nutzung der Farbe Schwarz ernst, stark und neutral. Es werden keine Farben verwendet, die mit Verspieltheit in Zusammenhang stehen. Dies unterstreicht die Grundhaltung der App, dass „aller Schein wegfällt“, weil keine Filter verwendet werden. Hinzu kommt eine Assoziation zur Farbkombination schwarz und weiß, die in der nicht-virtuellen

Welt zur Feststellung von Tatsächlichem im Sinne von Geschriebenem (Schwarz auf Weiß) verwendet wird. Das *BeReal*-Logo könnte in seiner Farbumkehr (Weiß auf Schwarz) als die virtuelle Version dieses Tatsächlichen gedeutet werden. Dieser Deutung nach impliziert das Logo also, dass der Fokus wieder aufs „Reale“ gelegt wird.

Das schriftliche Bild zeichnet sich durch einen einfachen, unaufgeregten Charakter und eine geradlinige, klare Schriftform aus. Serifen oder Verschnörkelungen fehlen, daher erscheint die Schrift klar und ist leicht zu erkennen. Das *BeReal*-Mantra erscheint also auch wieder in der Typografie durch das Aussparen von Verschönerungen oder Verschnörkelungen der Buchstaben und zeigt damit, wie „unverfälscht“ das Logo und damit auch die App, für die es steht, sich darstellt. Die Setzung eines Punktes ans Ende des Schriftzugs im Logo verstärkt den Fokus auf das Statement, auf die zwei Worte, die als Satz, als Aufforderung gelesen werden wollen. Ein „softer“ Imperativ, ohne Rufzeichen. Im heutigen Chatverkehr, also der Kommunikation im digitalen Raum, wird der Punkt am Ende eines Satzes fast nicht mehr verwendet und oft als passiv-aggressiv interpretiert (Androutsopoulos, 2020). „BeReal.“ als Statement wirkt also als bewusst nachdrückliche Aufforderung, sich ja echt zu zeigen. Auffällig unauffällig sticht das *BeReal*-Logo auch im Vergleich zu anderen Apps hervor. Es ist schlicht und simpel gehalten. Einerseits durch die Farbgebung von weißer Schrift auf schwarzem Hintergrund und andererseits, weil lediglich ein Schriftzug statt eines Symbols verwendet wird. Im Gegensatz zu anderen Social-Media-App-Logos stellt dies eine Rarität dar. Es löst die Assoziation aus, dass die App anders, bodenständiger und seriöser ist. Um es mit den Worten von *BeReal* in der Selbstbeschreibung im Apple App Store auszudrücken: „No Bullshit“ (Apple App Store, o.D.). Die minimalistisch anmutende Farbkombination fällt besonders stark auf, wenn man sie mit anderen gängigen Apps vergleicht (Abb. 5). Die auffällige Andersartigkeit der App funktioniert nur in Bezug zu den anderen Logos, die zumeist bunt gestaltet sind und meistens Symbole oder stilisierte Buchstaben statt Schrift enthalten. Dies zeigt schon allein durch das Logo die (inhaltliche) Abgrenzung von *BeReal* zu anderen Apps im Bereich Social-Media (Abb. 5).

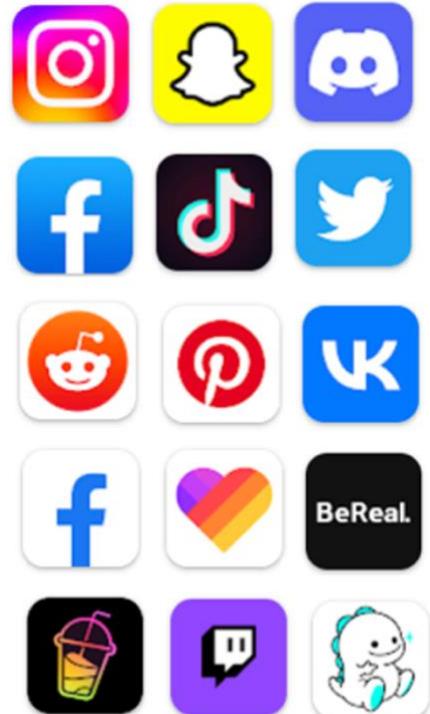


Abb. 5: Vergleich der 15 erstgereichten App-Logos bei meiner Eingabe von „social media“ im Apple App Store

5.2.2 Einstieg und Registrierung

Der Einstieg in die App erfolgt unmittelbar und direkt; während andere Apps die Nutzer*in in der Regel zunächst willkommen heißen, wird bei *BeReal* auf Ähnliches verzichtet. Öffnet man die App nach der Installation zum ersten Mal, wird man direkt dazu aufgefordert, die eigene Handynummer anzugeben und diese über einen per SMS zugeschickten Code zu verifizieren. Anschließend wird man dazu aufgefordert, seinen Vornamen anzugeben (Abb. 6). Wer nicht genau weiß, was hier einzutragen ist, bekommt von der App den Tipp, anzugeben, wie man von Freund*innen genannt wird. Spitznamen scheinen also in Ordnung oder sogar erwünscht zu sein. *BeReal* scheint schon direkt nach der Installation ein freundschaftliches Verhältnis zur Nutzer*in etablieren zu wollen, ganz im Sinne von Jorinde Schulz' (2019) Hack der Intimität; wer uns mit Spitznamen begrüßt darf, fühlt sich für uns schnell wie ein*e Freund*in an.

Nach dem nächsten Schritt, in dem die App das Geburtsdatum der Nutzer*in erfragt – laut Nutzungsbedingungen muss ein Mindestalter von 13 Jahren für die Nutzung von *BeReal* erreicht sein, wobei noch nicht mündige Jugendliche, je nach Land des Wohnortes, die Zustimmung einer erziehungsberechtigten Person benötigen –, muss man einen Nutzer*innennamen wählen, der noch nicht vergeben ist, damit es ein Distinktionsmerkmal von anderen Accounts gibt und man von Freund*innen leichter gefunden werden kann.

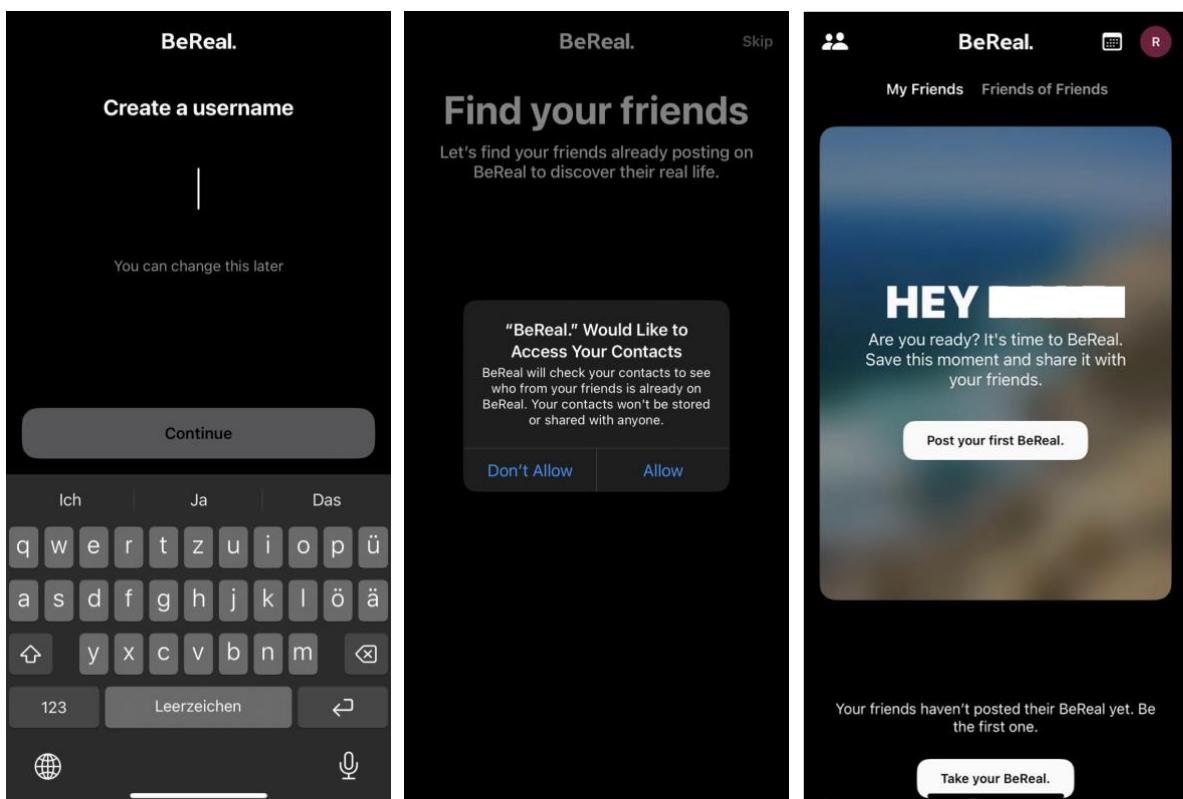


Abb. 6: Bildstrecke ausgewählter Bilder bei der Registrierung

Danach geht es weiter mit der Suche nach Freund*innen, die bereits *BeReal* benutzen. „Let's find your friends already posting on BeReal to discover their real life“, heißt es, und *BeReal* verlangt nach der Berechtigung für den Zugriff auf die eigenen Kontakte. Die Wortwahl „to discover [your friends'] real life“ scheint mir als neu hinzugekommene Nutzer*in suggerieren zu wollen, dass es ein „echtes“ Leben meiner Freund*innen gäbe, das mir bis jetzt verborgen geblieben ist. Wird der Zugriff auf die im Smartphone gespeicherten Kontakte gewährt, schlägt *BeReal* eine Liste von Kontakten vor, die bereits *BeReal* nutzen. Den angezeigten Profilen kann per Tippen eine Freundschaftsanfrage geschickt werden. Sollte man die Berechtigung zum Teilen der eigenen Kontakte mit *BeReal* nicht gewähren, wird dieser Schritt einfach übersprungen.

Anschließend braucht *BeReal* die Berechtigung, Benachrichtigungen schicken zu dürfen, damit die Nutzer*in die „Time to BeReal“-Benachrichtigung erhalten kann. „The only way to know when to post a BeReal, is to enable the notifications!“, steht dazu auf dem Bildschirm, wodurch verdeutlicht wird, dass für die intendierte Funktion der App die Benachrichtigungen aktiviert werden müssen. Ohne die „Time to BeReal“-Benachrichtigung wüsste ich als Nutzer*in schließlich nicht, wann es gilt, „real“ zu sein, und der Verlust des von der App vorgegebenen Zeitpunkts für das Anfertigen eines BeReals würde den Verlust von Spontaneität und damit auch von Authentizität bedeuten.

Damit ist die Registrierung schnell beendet, wer den Vorgang zügig durchläuft, braucht nur eine Minute und kann sofort in die App eintauchen. Denn nun gelangt man zum standardgemäßen Startbildschirm von *BeReal*. Hat man noch keine Freund*innen in der App oder noch keine*r von ihnen hat ein BeReal gepostet, fordert die App dazu auf, der*die erste zu sein, der*die ein BeReal postet. Hat man bereits Freund*innen hinzugefügt, werden deren BeReals im Feed angezeigt, allerdings kann man sich diese erst ansehen, nachdem man sein eigenes BeReal gepostet hat. Und genau dazu fordert die App auch prompt auf (Abb. 6), sie spricht die Nutzer*in mit dem zu Beginn angegebenen (Spitz-)Namen an und fügt hinzu: „Are you ready? It's time to BeReal. Save this moment and share it with your friends.“ Unter diesem Schriftzug findet sich eine weiß hinterlegte Schaltfläche, auf der steht: „Post your first BeReal.“ Für das allererste BeReal ist die „Time to BeReal“-Benachrichtigung also nicht erforderlich, es kann jederzeit aufgenommen werden. Die Frage, ob ich bereit bin, weckt in mir die Assoziation von Aufregung, da ich so eine Frage sonst nur vor einem aufregenden Ereignis gestellt bekomme. Hier wird das Schießen des „first BeReal“ also direkt mit einer positiven Emotion

verknüpft. Nach dem Betätigen der weißen Schaltfläche durchläuft man den Vorgang der Aufnahme eines BeReals – wie genau das abläuft, wird im nächsten Unterkapitel beleuchtet. Anschließend wird nichts weiter erklärt und *BeReal* nimmt die Nutzer*innen nicht weiter an die Hand. Nun ist man Teil der *BeReal*-Community und muss sich selbst zurechtfinden.

5.3 Alltägliche Nutzung

In diesem Kapitel geht es darum, wie *BeReal* sich im Alltag präsentiert. Mit welchen Funktionen, Features und Affordances hat es die Nutzer*in tagtäglich zu tun? Welches Konzept von Authentizität wird hierbei transportiert? Mit Hilfe dieser Fragen bewegen wir uns durch die App, beginnend beim BeReal – dem Kern-Feature, das den gleichen Namen trägt wie die App selbst. Danach rückt das RealMoji in den Fokus, eine Möglichkeit der Reaktion auf die BeReals von Freund*innen, bei der ein (bestenfalls in diesem Moment) aufgenommenes Selfie verschickt wird. Anschließend wird es kurz um die Memories-Funktion gehen, unter der alle BeReals der Nutzer*in gespeichert sind, sowie um die Darstellung des eigenen Profils. Zuletzt wird ein kritischer Blick darauf geworfen, wie Freundschaft innerhalb von *BeReal* funktioniert und welche Möglichkeiten der Vernetzung die App der Nutzer*in bietet.

5.3.1 Das BeReal

Das zentrale Feature von *BeReal* trägt denselben Namen wie die App selbst, beziehungsweise ist auch denkbar, dass die App nach diesem Feature benannt ist, da sich fast alles um das Posten des BeReals dreht. Ein BeReal bezeichnet die durch gleichzeitiges Auslösen der Front- und Rückkamera erschaffene Collage, die es nach Aufforderung der App zu einem gewissen Zeitpunkt zu erstellen gilt und die anschließend mit allen befreundeten Nutzer*innen geteilt wird. Die markanten Punkte dieses Vorganges sind der Erhalt der Benachrichtigung, die Erstellung des BeReals und die (mögliche) Löschung desselben.

Die „Time to BeReal“-Benachrichtigung

Einmal pro Tag erhalten alle *BeReal*-Nutzer*innen (gestaffelt nach Zeitzonen) zeitgleich die Benachrichtigung, dass es nun Zeit für ein BeReal sei. Der mit der Nachricht einhergehende hochfrequent klingelnde Ton ist der App eigen und richtet sich nicht nach den voreingestellten Benachrichtigungstönen der Handynutzer*in. Die auditive Begleitung der Benachrichtigung hat damit Alleinstellungsmerkmal.

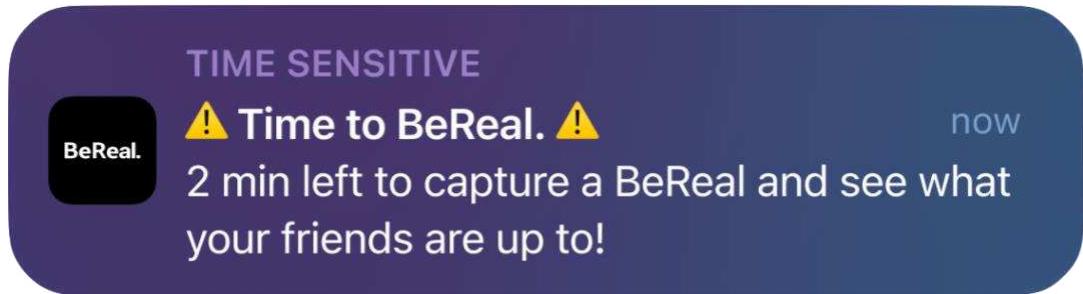


Abb. 7: Benachrichtigung mit Aufforderung zur Erstellung eines BeReals

Der in der Abbildung 7 ersichtliche Benachrichtigungstext fällt aufgrund der rechts und links von der Überschrift gesetzten Warn-Emojis sofort ins Auge. Durch die Heranziehung eines Warnsymbols gelingt ein Rückgriff auf bestehende Interpretations- und Reaktionsmuster der Nutzer*innen, es wird signalisiert: Achtung, es gilt möglichst schnell zu handeln! Die Wahl der Emojis verdeutlicht also zum einen den Dringlichkeitsaspekt und grenzt sich gleichzeitig merkbar vom herkömmlichen Emoji-Gebrauch im Social-Media-Bereich ab, wo beispielsweise Feuersymbole genutzt werden, um die Dringlichkeit eines „hot topic“ zu unterstreichen. Ein inhaltlich treffenderes Symbol für die Nachricht hätte beispielsweise ein Wecker oder eine Sanduhr sein können; diese Symbole hätten die kurze Zeitspanne, in der es nun zu handeln gilt, verdeutlicht. Allerdings hätten Wecker, Sanduhren oder Flammen wohl kaum mit einer ähnlichen Intensität die Wichtigkeit und Dringlichkeit der Nachricht verdeutlicht.

Die Benachrichtigung ist gekennzeichnet als „Time Sensitive“, was bedeutet, dass die Nutzer*in sie auch erhält, wenn das Smartphone sich im Ruhe- bzw. Nicht-Stören-Modus befindet. Ist die App installiert und der Anmeldungsprozess abgeschlossen, kommt man um das Erhalten der Benachrichtigung also nicht mehr herum. Sie scheint so wichtig zu sein, dass sie die Nutzer*in in praktisch jeder Situation erreichen muss.

Der in der Benachrichtigung verwendete Text „Time to BeReal“ stellt ein Wortspiel dar; einerseits ist es wortwörtlich die Aufforderung zum Posten eines BeReals, andererseits wird die Nutzer*in dazu aufgerufen, nun „real“, also im übertragenden Sinne authentisch zu sein. Der Fokus liegt in der Benachrichtigung auf dem festgesetzten Zeithorizont von zwei Minuten, der dadurch die – wie wir später sehen werden – irreführende Botschaft transportiert, dass die Möglichkeit, ein BeReal zu posten (als auch die BeReals seiner Freund*innen zu sehen), nur in diesem begrenzten Zeitraum besteht. Mit Nachdruck wird außerdem in der Benachrichtigung hervorgehoben, dass nur noch „2 min left“ seien, anstatt beispielsweise, dass der Nutzer*in nun eine Zeitspanne von zwei Minuten zur Verfügung stünde, um ein BeReal zu posten. Hier wird durch das Wording zusätzlicher Zeitdruck erzeugt – die Uhr tickt.

Zusätzlich zu diesen faktischen Erfahrungen der Benachrichtigung ist der damit einhergehende Überraschungseffekt anzusprechen. Der Zeitpunkt der Benachrichtigung ist laut App-Beschreibung jeden Tag aufs Neue willkürlich festgesetzt. Die damit enthaltene Zufallskomponente steht in Einklang mit der Forderung nach Authentizität durch Spontaneität und soll damit insofern zu einer authentischen, „realen“ Abbildung des Alltags der Nutzer*in beitragen, da eine etwaige Planung durch den willkürlichen Zeitpunkt der Aufforderung unmöglich wird. Es soll damit gewährleistet werden, dass Nutzer*innen einen „echten“ Einblick in ihren Alltag gewähren, anstatt, wie bei anderen Social-Media-Plattformen üblich, bewusst nur die Highlights aus ihrem Leben zu teilen. Die durch die Zufälligkeit des Zeitpunktes ausgelöste Unplanbarkeit des Beitragsinhalts kombiniert mit der Festlegung der kurzen Zeitspanne von zwei Minuten zur Erstellung des Beitrags soll bei konzeptgemäßer Anwendung der App zu einem möglichst unverfälschten, authentischen App-Erlebnis führen.

Aus der Zusammenschau dieser Aspekte kann geschlossen werden, dass das Credo der App in der Ursprungsbennachrichtigung konsequent fortgeschrieben wird. „Kein weiteres Social-Media“ (Apple App Store, o.D.): Ton und Symbolsprache sind im herkömmlichen Smartphonegebrauch einzigartig und heben sich von der Social-Media-Norm ab, während der Text klar auf die Notwendigkeit des sofortigen Postens und Austauschs mit den Freund*innen verweist, damit Offenbarung und Echtheit abverlangt und die Einmaligkeit der App propagiert.

Anmerkung: Andere Benachrichtigungen

Anders als *BeReal* das zu Beginn vermittelt, bekommt man ständig Benachrichtigungen von der App, wenn sie in den Einstellungen nicht abgestellt werden.

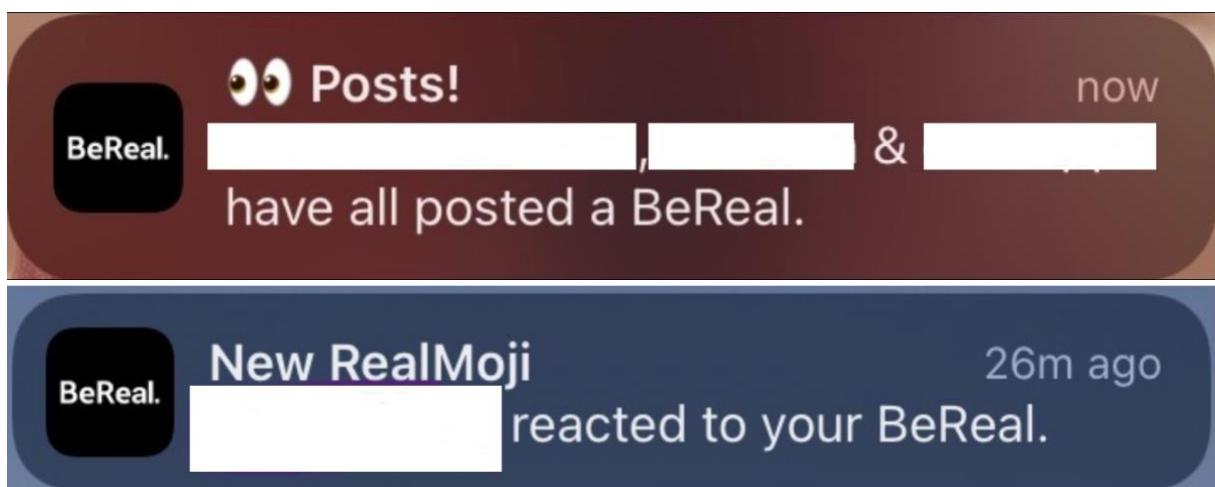


Abb. 8: Zwei Beispiel-Benachrichtigungen von *BeReal*

Jede Interaktion, die einen betrifft, geht mit einer Benachrichtigung einher: das Posting eines BeReals einer Freund*in, Reaktionen auf das eigene BeReal, die Erwähnung durch andere in einem Kommentar. Da die Freund*innen über den Tag verteilt oft mehrere BeReals posten oder auf das eigene BeReal reagieren, und das nicht immer zum gleichen Zeitpunkt, kommt es zu einer Benachrichtigungsflut, die in einem deutlichen Gegensatz zu *BeReals Credo* „Nur eine Benachrichtigung pro Tag“ steht. Die Benachrichtigungen von *BeReal* geben sich dabei aufmerksamkeitsheischend und betonen oft, dass der Inhalt, den man sich anschauen soll, „neu“ ist und dass „alle“ schon ein BeReal gepostet hätten (Abb. 8), was ein Gefühl des Zurückbleibens oder Verpassens entstehen lässt. *BeReal* setzt hier, wie auch andere Plattformen, auf „die voyeuristische Lust und den Vergleichswettbewerb des Sozialen“ (Schulz, 2019, S. 134). „Subjektiv verankerte Mechanismen der sozialen Reziprozität fördern [...] die Ausweitung der [innerhalb der App] verbrachten Zeit“ (Schulz, 2019, S. 134), und das, obwohl *BeReal* anfangs behauptet, die Nutzer*in müsse nur einmal am Tag mit der App interagieren.

Die Erstellung eines BeReals

Tippt man nun auf die „Time to BeReal“-Benachrichtigung, öffnet sich die App und gleichzeitig die Rückkamera, während oben mittig eine Uhr mit Ziffern von zwei Minuten im Sekudentakt nach unten zählt und damit signalisiert, wie lange noch Zeit ist, um ein BeReal zu posten (Abb. 9). In den letzten 10 Sekunden färben sich diese Ziffern rot und in den letzten drei Sekunden kommt ein haptisches Feedback in Form einer Vibration hinzu. Betätigt man den Auslöser, wird zuerst ein Bild mit der Rückkamera und nach einer kurzen Verzögerung ein Bild mit der Frontkamera geschossen.

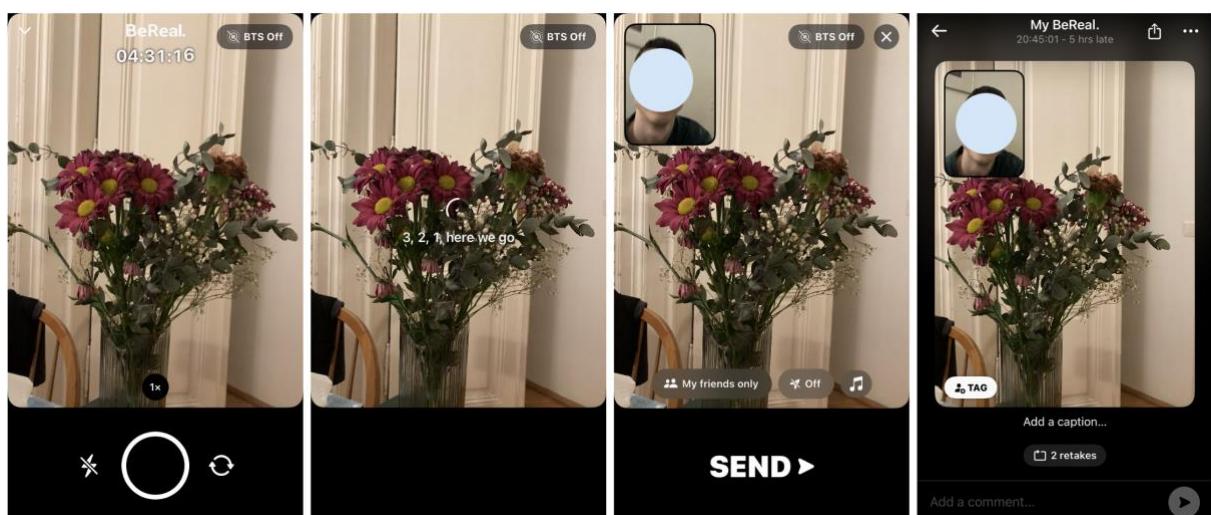


Abb. 9: Bilderreihe der Aufnahme eines BeReals

Für die Nutzung von *BeReal* wird also ein Smartphone benötigt, das über eine Front- und Rückkamera verfügt. Zwar trifft das wohl auf die meisten der im Handel gängigen Smartphones zu, dennoch wird hier klar, dass es für die Kernfunktion von *BeReal* unerlässlich ist, ein Handy zu besitzen, das die Umgebung mithilfe der App abbilden und das so entstandene Bild mit anderen teilen kann. Der Mensch allein scheint noch nicht real genug zu sein, erst in der Verschmelzung mit dem Smartphone, als „Mensch-Maschine-Konstellation“ (Bührmann & Schneider, 2012, S. 13), scheint Authentizität möglich zu werden. Schon Bruno Latour (1998) spricht in diesem Sinne davon, dass Mensch und Maschine gemeinsam etwas schaffen, was weder Mensch noch Maschine allein hätten schaffen können; sie schließen sich zusammen und bilden so einen „Hybrid Akteur“ (Latour, 1998, S. 35). In diesem Prozess des „Austausches menschlicher und nichtmenschlicher Eigenschaften [bilden sich] Kollektive“ (Latour, 1998, S. 54), bei denen entscheidend ist, dass die Unterschiede zwischen Mensch und Maschine „in den sich bildenden komplexen ‚Handlungsprogrammen‘ verwischen“ (Schäffer, 2013, S. 62), es also nicht mehr klar ist, von wem der ursprüngliche Handlungsimpuls ausgeht. So scheint es auch bezüglich *BeReal* zu sein: Nutzer*in und Smartphone bzw. App bilden gemeinsam einen „authentischen Hybrid-Akteur“, was der Nutzer*in ohne *BeReal* sowie *BeReal* ohne die Nutzer*in unmöglich gewesen wäre.

Die Reihenfolge, in der per Voreinstellung die beiden Bilder erstellt werden, kann durch ein Tippen auf die beiden ineinander verschlungenen Pfeile neben dem Auslöse-Button getauscht werden. Dass per Voreinstellung festgelegt ist, zuerst die Umgebung und nicht die Nutzer*in zu porträtieren, zeigt den Fokus von *BeReal*: Weniger ist die postende Person selbst von Wichtigkeit, vielmehr geht es um das, was sie erlebt und was sie umgibt. Hier könnte man hineininterpretieren, dass innerhalb von *BeReal* schlussendlich einfach das authentisch ist, was eben passiert. Diese Interpretation erscheint vor allem nach der Einführung des BTS-Features im Dezember 2023 – darauf wird in Abbildung 9 oben rechts hingewiesen; hier wird statt eines Fotos ein kurzes Video der Umgebung als BeReal versendet; auf dieses Feature wird weiter unten kurz eingegangen – stimmig, da der Fokus in einem Video noch mehr als auf einem Foto schlicht darauf liegt, was passiert.

Die Verzögerung zwischen dem Auslösen der beiden Bilder, die am Ende als BeReal übereinander geheftet werden, variiert je nach Handymodell zwischen etwa mindestens einer halben bis zu einigen Sekunden und daher inter-, aber nicht intraindividuell. Die (kurze) Wartezeit wird mit Sprüchen, die am Display erscheinen (Abb. 10), überbrückt.

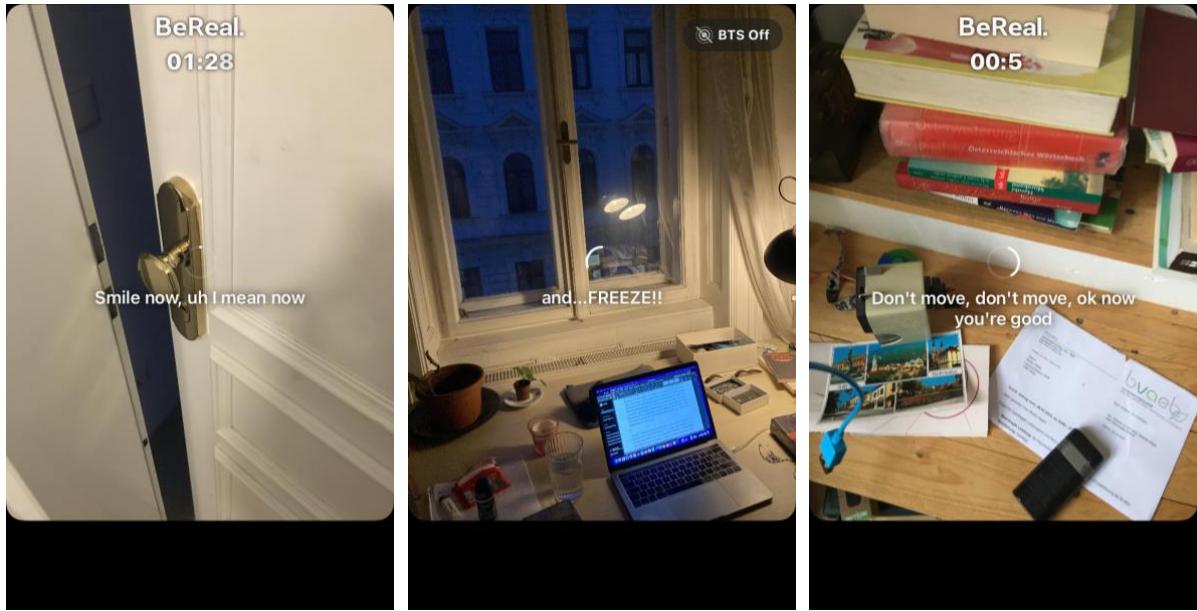


Abb. 10: Verschiedene zwischengeschaltete Wartesprüche beim Erstellen eines BeReals

Die in den Wartesprüchen verwendete Sprechweise mitsamt dem (teilweise) ironisch anmutenden Unterton ähnelt dem Kommunikationsstil, den die App schon zur Selbstdarstellung im App Store oder im User Agreement und in den Terms of Service genutzt hat: „Smile now, uh I mean now“, „and... FREEZE!!“, „Don’t move, don’t move, ok now you’re good“ (Abb. 10). Diese Nachrichten spielen mit dem Konzept von „Sich-fotografieren-Lassen“ und vermitteln dabei eine gute Portion Positivität und Humor, die es wohl leichter machen soll, gegenüber dem Prozess der BeReal-Aufnahme und auch der App generell Vertrauen aufzubauen und sich wohlzufühlen (Schulz, 2019).

Auffallend dabei ist die Anspielung auf herkömmliche Aussagen während eines sich in Szene setzenden Fotografierens, die bei Gebrauch der App jedoch ins Lächerliche gezogen werden. Dadurch, dass die Nutzer*in nicht genau wissen kann, wann das zweite Foto geschossen wird (es gibt keinen Indikator dafür, wann der zweite Auslöser betätigt wird) wirkt es in Kombination mit diesen ironischen Wartesprüchen so, als würde *BeReal* sich über das Konzept des Posierens vor einem Selfie lustig machen und sich von den Praktiken des „Sich-in-Szene-Setzens“ distanzieren wollen. Das passt auch gut in das Konzept der App, ein unverstelltes Bild seiner Selbst bzw. seiner Umgebung zu präsentieren.

Nach der Wartezeit wird ein Bild mit der Frontkamera geschossen, das im fertigen BeReal am linken oberen Rand in Form eines kleineren Vierecks über das Bild der Rückkamera geheftet wird (Abb. 11). Die Abfolge von Front- und Rückkamera beim „Schuss“ ist zwar auch umkehrbar, das daraus resultierende BeReal setzt jedoch in jedem Fall das Bild der Rückkamera groß in den Hintergrund, während das der Frontkamera klein in den Vordergrund gestellt wird.

Auch hier wird wieder deutlich, dass der Fokus eines BeReals nicht auf dem Selfie liegt, also auf der postenden Person, sondern vielmehr darauf, was diese Person gerade erlebt und wo sie sich befindet. „Real“ scheint auch hier ganz einfach das zu sein, was um einen herum passiert. „Real“ oder authentisch zu sein bedeutet nicht, etwas Inneres und Eigentliches wie Gedanken oder Gefühle zum Ausdruck zu bringen, stattdessen findet eine Umkodierung von Authentizität in etwas Sichtbares statt: zwei übereinander gelegte Fotos.

Dem Bild kann eine Bildunterschrift im Umfang von bis zu 80 Zeichen angehängt werden. Nach Anfertigung des Bildes erscheint ein großer „SEND“-Button im unteren Viertel des Bildschirms und lädt damit zum Upload des eben angefertigten BeReals in den Feed ein, wo es für alle befreundeten Nutzer*innen zugänglich wird. Das BeReal ist dann für die Zeitspanne bis zur erneuten „Time to BeReal“-Benachrichtigung ersichtlich.

Auffällig ist, dass anstatt einer tatsächlichen Sanktionierung von Unpünktlichkeit beim Posten der Vorgang der Erstellung eines BeReals auch nach den vorgesehenen zwei Minuten ident vollzogen werden kann, einziger Unterschied: es nennt sich nun „Late BeReal“ und das Ausmaß der Verspätung wird im Feed bzw. im BeReal angezeigt (Abb. 11). Anstatt des ablaufenden Timers oben mittig im Bild bekommt man bei der Aufnahme in der Kamerafunktion das Feedback, um wie viel zu spät – ebenfalls mit Sekundenanzahl – man bei der Erstellung eines Late BeReals ist. Eine zeitliche Obergrenze gibt es dabei nicht. Anstatt den Zeitrahmen jedoch auszudehnen, um konsequent beim „pünktlichen“ Posten zu bleiben, bietet die App die Möglichkeit, zu jeder Zeit ein verspätetes BeReal zu posten und damit quasi gleichgestellt mit den rechtzeitigen Poster*innen in den App-Alltag einzutauchen. Der Zufallsaspekt und die propagierte Spontaneität, die die Applikation in ihrer Konzeption aufweist, fällt in der Nutzung damit weg. Ein BeReal ist nicht nur einmal täglich innerhalb von zwei Minuten anzufertigen, sondern einmal am Tag, wann immer gewünscht, oder auch, wann immer der Alltag gerade präsentationsfähig



Abb. 11: Das fertige BeReal

erscheint. Diese Angleichung an herkömmliche Social-Media-Varianten erfährt eine zusätzliche Bestärkung, indem auch das tägliche BeReal nicht einmalig in seiner Anfertigung ist, sondern beliebig oft gelöscht und wiederholt werden kann. Ein solches Löschen und Wiederholen ist zudem nicht nur während der Anfertigung (als sogenanntes „Retake“), sondern auch nach dem Posten unter Angabe von vorgegebenen Gründen möglich. Neben der Meldung von unangemessenem Inhalt oder einem Fehler bei der Erstellung ist auch „I don't like my BeReal“ als Lösungsgrund auswählbar (siehe Abb. 12, weiter unten). Mit der Nachgiebigkeit dieser Möglichkeiten bewegt sich die App in einem Spannungsfeld zwischen der kontrollierten Darbietung sensibler Daten (Portraitfotos, private Aufnahmen, etc.) im virtuellen Raum und einer vermeintlichen Untergrabung selbstgesetzter Ziele. Es scheint wie ein *BeReal*-interner Kompromiss, dass die Anzahl der Wiederholungen der Aufnahme eines BeReals auf diesem angezeigt wird. Anstatt Verhalten, das mit dem kommunizierten Konzept in Konflikt steht, zu sanktionieren, schafft die App damit die Voraussetzungen, dass die Nutzer*innen dies untereinander regeln.

Einschub: BonusBeReals und BTS

Das BonusBeReal-Feature. Seit April 2023 gibt es die Möglichkeit, bei rechtzeitigem Posten innerhalb der vorgegebenen zwei Minuten eine „Belohnung“ in Form zweier weiterer möglicher BeReals für diesen Tag freizuschalten, dieses Feature nennt sich *BonusBeReal*. Rechtzeitige – und damit eben „authentische“ – Poster*innen können damit an einem Zeitpunkt ihrer Wahl am selben Tag zwei weitere BeReals hochladen. Diese Möglichkeit bricht zwar zum einen mit dem Credo von „einmal täglich“ und führt zum Posten eines variableren und ausgewählteren Alltagsinhalts der pünktlichen Nutzer*innen, gleichzeitig wird dadurch jedoch auch andererseits das eigentlich geforderte Verhalten belohnt und damit findet eine Rückkehr auf die ursprüngliche Vision BeReals statt. Hier zeigen sich Elemente von „Nudging“ (Thaler & Sunstein, 2008) und „Gamification“ (Deterding et al., 2011) – Phänomene, die auf so gut wie allen (größeren) Social-Media-Plattformen zu beobachten sind (Hristova et al., 2022). Eine Belohnung, deren Erhalt vom Meistern einer Herausforderung bedingt wird, verändert das Verhalten der Nutzer*innen (Hamari et al., 2014), sodass sie schlussendlich mehr Zeit innerhalb der App verbringen, mehr Content posten und durch die Sichtbarkeit ihrer erhöhten Aktivität andere Nutzer*innen dazu motivieren, sich ebenfalls mehr mit der App zu beschäftigen (Lampe, 2014). So macht es auch *BeReal*: Die Nutzer*innen werden für ein pünktliches Posting belohnt, indem sie noch mehr posten dürfen. Und dadurch, dass die

zusätzlichen Postings als Belohnung dargestellt werden, ist der Anreiz, diese Belohnung auch „einzulösen“, deutlich erhöht (Hamari et al., 2014), was zu mehr geposteten BeReals und zu mehr Interaktion mit der App und zwischen den Nutzer*innen führt.

Das BTS-Feature. Seit Dezember 2023 ist es möglich, mithilfe des *BTS*-Features (*BTS* steht hier für „behind the scenes“) nicht nur eine Fotografie, sondern sogar ein kurzes Video seiner Umgebung – also der Rückkamera des Smartphones, andersherum ist das nicht möglich – als BeReal zu versenden. Sobald die Kamera für ein BeReal aktiviert wird, schneidet die App das Bild mit. Das Video wird erstellt, kurz bevor auf den Auslöser gedrückt wird und die Nutzer*in weiß nicht genau, wie viel von der Zeit vor der Aufnahme auf dem Video erscheinen wird. Das Video ist dann immer etwa zwischen einer und drei Sekunden lang. Man kann das Feature sowohl vor als auch während der Aufnahme eines BeReals aktivieren oder deaktivieren, die Einstellung bleibt so lange im gewählten Modus, bis das von der Nutzer*in wieder geändert wird. Das *BTS*-Feature ist mit und ohne Ton möglich, je nachdem, ob *BeReal* die Zugriffsrechte auf das Mikrofon des Smartphones gewährt wurden oder nicht.

Das *BTS*-Feature greift so, wie oben kurz angerissen, eine Grundidee von *BeReal* auf und verfeinert diese noch weiter: Während von der postenden Person stets nur ein Foto gemacht wird, erhält das, was die Person umgibt, eine erhöhte Relevanz, indem es gefilmt wird. Dass etwas „real“ oder authentisch ist, lässt sich hier in dem Sinne übersetzen, was um einen herum passiert. Authentizität ist also schlicht das einen Umgebende, das möglichst präzise als Video – oder eben im Falle der Deaktivierung des *BTS*-Features in Bildform – dargestellt wird.

Eine andere Idee von *BeReal*, die der Unverstelltheit bei der Aufnahme, wird hier auch noch einmal unterstrichen. Denn nun wird nicht nur der Moment der Aufnahme im BeReal gezeigt, sondern auch die kurze Zeitspanne davor. Dadurch hat man als Nutzer*in noch weniger Kontrolle darüber, was genau auf dem BeReal zu sehen ist, weil man eben nie weiß, wieviel genau mitgefilmt wird. So wird es also viel schwieriger, einen bestimmten Moment einzufangen oder ein gestelltes BeReal aufzunehmen, was in der Logik der App zu einem „realen“, authentischen App-Erlebnis führt.

Die Löschung eines BeReals

Will man das BeReal nach dem Posting wieder löschen (Abb. 12), kann dies getan werden, indem auf die drei kleinen Punkte oben rechts geklickt und dann die Option „Delete my BeReal“ ausgewählt wird. Dies ist durch die rote Unterlegung leicht erkennbar. Im Vergleich zu den anderen vier Optionen in Weiß scheint es hier schon fast gefährlich, die

rote Option zu wählen. Als nächstes muss die Frage geklärt werden, warum das BeReal gelöscht werden soll: dafür stehen fünf Antwortoptionen zur Verfügung, wobei vier davon vorgefertigt sind und die letzte offensteht, um selbst einen Grund zu formulieren. Falls keine dieser Möglichkeiten gewählt wird und der Vorgang der Löschung abgebrochen werden soll, ist das nur durch das Auswählen der Schaltfläche „I changed my mind“ möglich. Diese erscheint durch die weiße Schrift und schwarze Unterlegung eine sichere Option zu sein. Im Vergleich dazu steht die rote Schrift mit grauer Unterlegung „Yes, I am sure“, die unscheinbarer und risikoreicher wirkt. Danach werden wir noch einmal gefragt, ob wir uns denn sicher seien. Wählt die Nutzer*in die Option in Rot, wird das BeReal gelöscht, ohne weitere Benachrichtigungen.

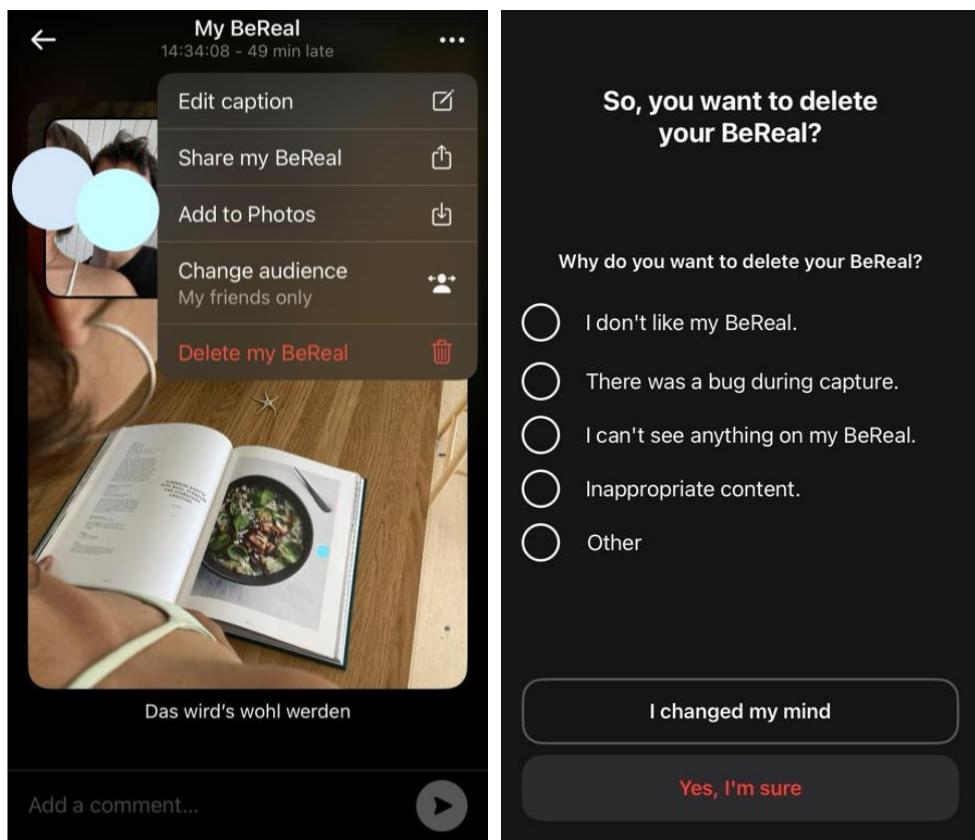


Abb. 12: Der Löschvorgang eines BeReals

Mit der Löschung des Bilds sind die BeReals der Freund*innen nun auch nicht mehr verfügbar. Deren Inhalte werden erst wieder freigeschaltet, wenn ein neues BeReal gepostet wird. Interessant ist hier, dass ein gelöschtes BeReal nicht als Wiederholung gezählt wird und somit für Andere bei Posten eines erneuten BeReals nicht ersichtlich ist, wie viele BeReals davor gelöscht wurden. Will man das BeReal nach einer erneuten Aufnahme noch einmal löschen (Abb. 13), wird man vorgewarnt und es wird mit Konsequenzen gedroht, wieder in der Farbe

Rot. Eine erneute Löschung führe dazu, dass keine neuen Beiträge gepostet werden können. Dies stellt sich jedoch als Unwahrheit heraus, da das erneute Posten eines BeReals weiterhin uneingeschränkt möglich ist, ebenso eine wiederholte Löschung. Hier widerspricht sich *BeReal* erneut, wie schon bei dem Umstand, dass das Posten von BeReals nur innerhalb des Zeitfensters von zwei Minuten möglich wäre (später zu posten ist aber kein Problem), oder dass mehrere Posts am Tag nicht möglich seien (tatsächlich bekommt man aber bei pünktlichem Posting die Aufnahme zwei weiterer BeReals gutgeschrieben). Und so erweist sich eben auch die Behauptung, ein BeReal könne nur einmalig aufgenommen werden, als falsch: eine Löschung und wiederholte Aufnahme ist ohne Probleme möglich. Das scheint wieder einmal auf eine Grundspannung innerhalb der App hinzuweisen: Wie lässt sich das Versprechen des „Echten“ und Authentischen – also, übersetzt in die Werkzeuge der App, des Einmaligen und Spontanen – mit den Lebensrealitäten der Nutzer*innen und den über andere Apps eingeübten Mechanismen von Social-Media vereinbaren? Offenbar dürfen innerhalb von *BeReal* das Konzept bzw. die Vision der App und die tatsächliche Praxis auseinanderfallen. Das bedeutet, dass diejenigen, die höhere Bedürfnisse an Selbstinszenierung haben, diese Bedürfnisse ausleben dürfen, ohne dass die Grundwerte von *BeReal*, also Einmaligkeit und Zufälligkeit bzw. Spontaneität, aufgegeben werden müssen.

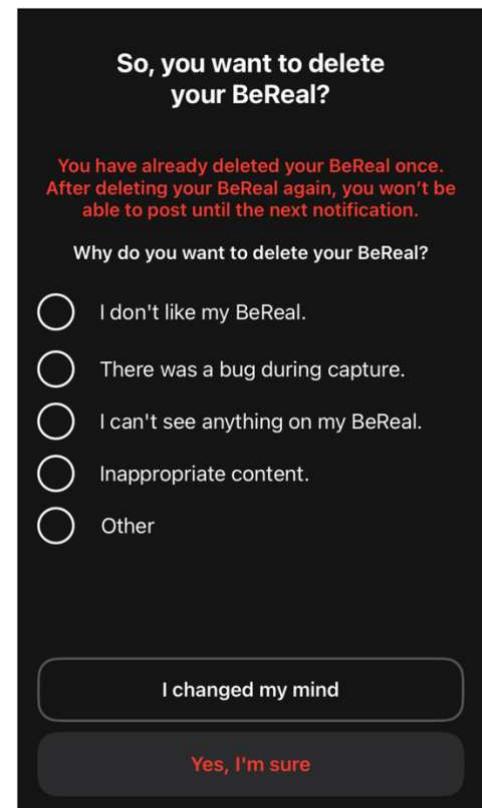


Abb. 13: Erneute Löschung eines BeReals

5.3.2 Der Feed

Der Feed, also der alltägliche Zustand, in dem sich *BeReal* präsentiert, zeigt ganz oben das eigene BeReal und darunter die BeReals aller Freund*innen, die seit der letzten aktuellen „Time to BeReal“-Benachrichtigung ein BeReal gepostet haben. Bei der Standardansicht des Feeds (Abb. 14) nimmt jedes BeReal etwa den ganzen Bildschirm ein, durch Wischen nach oben oder unten navigiert man sich durch die unterschiedlichen BeReals der Freund*innen. Wenn man im Feed ganz nach oben scrollt und dann nach oben wischt, gelangt man zu einer

alternativen Ansicht, in der immer drei BeReals nebeneinander in verkleinerter Form angezeigt werden (Abb. 15). In dieser komprimierten Ansicht des Feeds ist es leichter, sich einen Überblick darüber verschaffen, wer bereits gepostet hat.

Über allem steht dabei stets ganz oben mittig auf dem Bildschirm „BeReal.“ – also das Logo von *BeReal*, das aber auch als Imperativ gelesen werden kann, der jederzeit sichtbar ist und wortwörtlich über allem steht. Auch beim Navigieren und Scrollen durch die App bleibt der Schriftzug stets am oberen Bildschirmrand zu sehen. Es weckt Assoziationen an einen Mahnspruch, auch ja „real“ zu sein, und begleitet als ständige Erinnerung, worum es in dieser App geht, das App-Erlebnis der Nutzer*in.

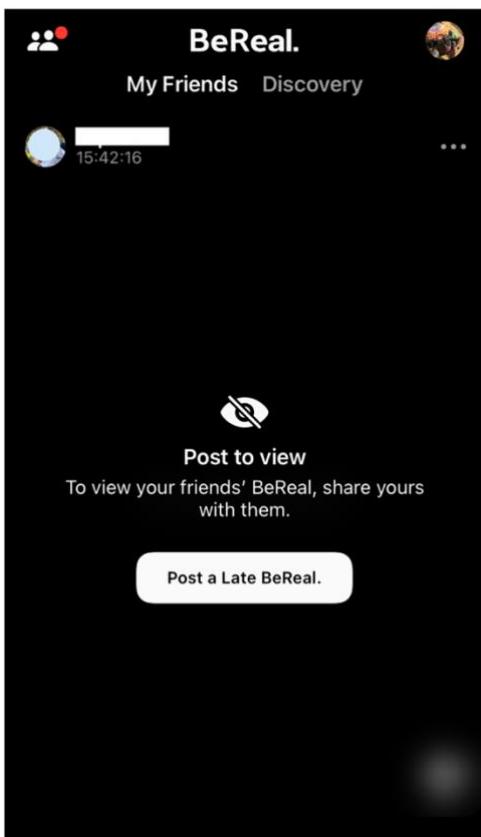


Abb. 14: Standardansicht des Feeds, wenn noch kein BeReal erstellt wurde

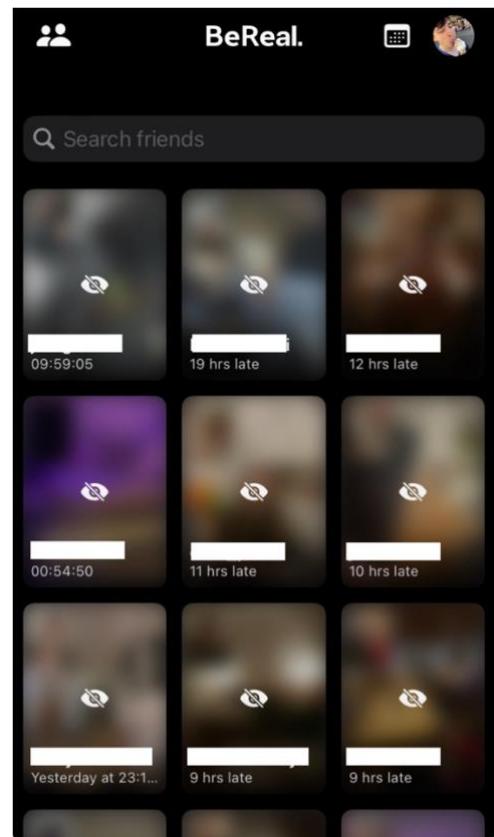


Abb. 15: Alternativansicht des Feeds, wenn noch kein BeReal erstellt wurde

Die BeReals von befreundeten Personen sind erst dann sichtbar, wenn man auch selbst ein BeReal aufnimmt; davor bleiben die Inhalte der anderen BeReals verborgen (Abb. 14 und 15). In der Standardansicht des Feeds werden die noch nicht-einsehbaren BeReals der Freund*innen nur als eine schwarze Fläche angezeigt, mit einem durchgestrichenen Auge und einem großen weißen Button in der Mitte, der zum Posten des eigenen BeReals auffordert (Abb. 14). Die Assoziation entsteht, ausgeschlossen zu werden aus dem Leben der Person, die

dieses BeReal erstellt hat, ich würde gerne das durchgestrichene Auge antippen, um einen Einblick in das Leben meiner Freund*in, die da gepostet hat, zu bekommen. Dagegen sind die BeReals in der Alternativansicht schemenhaft zu erkennen. Das wiederum löst den Drang aus, wissen zu wollen, was sich genau hinter den Schemen befindet und das „Rätsel aufzulösen“. Beide Arten der Darstellung wirken auf mich so, als würden sie ein Posting der Nutzer*in forcieren wollen. Wird nun ein eigenes BeReal gepostet, werden die BeReals der anderen freigeschaltet (Abb. 16 und 17).



Abb. 16: Standardansicht des Feeds, wenn ein eigenes BeReal erstellt wurde

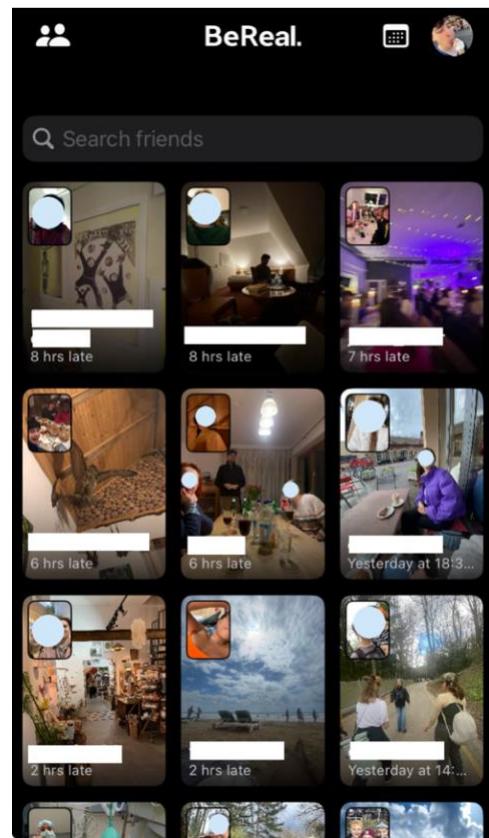


Abb. 17: Alternativansicht des Feeds, wenn ein eigenes BeReal erstellt wurde

Nun ist klar erkennbar, dass in der komprimierteren Ansicht des Feeds die BeReals stark verkleinert angezeigt werden, immer drei nebeneinander (Abb. 17). Die einzigen Informationen, die in dieser Ansicht angezeigt werden, sind der Nutzer*innennname der postenden Person und die Uhrzeit, in der das BeReal gepostet wurde, beziehungsweise die Anzahl an Minuten oder Stunden, um die die „Time to BeReal“ verpasst wurde. Die Angabe der Zeit scheint also so wichtig zu sein, dass sie dringend angezeigt werden muss, auch wenn dann kein Platz mehr für andere Informationen bleibt. Falls von einer Person mehrere BeReals gepostet wurden – was nur möglich ist, sollte das erste BeReal pünktlich gepostet worden sein

– und diese Person ein weiteres BeReal postet, wird nun die Uhrzeit vom letztgeposteten BeReal angegeben. Dass nur die Uhrzeit angezeigt wird, anstatt zum Beispiel, welchen Untertitel die Nutzer*innen ihrem BeReal gegeben haben oder wie viele Reaktionen dieses BeReal bereits erhalten hat, zeigt, wie wichtig innerhalb von *BeReal* der Faktor der Pünktlichkeit ist. Die Sichtbarkeit von zu spät geposteten BeReals wird hier auch hervorgehoben.

In der Standardansicht des Feeds sind mehr Informationen über das BeReal einholbar: Der Nutzer*innennname sowie das Profilbild der postenden Person werden angezeigt, sowie die exakte Uhrzeit, zu der das BeReal gepostet wurde bzw. die Anzahl an Sekunden, Minuten oder Stunden, um die die „Time to BeReal“ verpasst wurde. Unter dem BeReal sieht man den Titel, falls das BeReal einen erhalten hat, sowie den Standort zum Zeitpunkt des Postings, falls von der postenden Person freigegeben. Falls die Person das bei dem Erstellen des BeReals eingestellt hat, wird rechts unter dem BeReal angezeigt, welches Lied die Person im Moment der Aufnahme des BeReals mit ihrem Handy gehört hat (dazu muss die Musik-App Spotify oder Apple Music zuvor mit *BeReal* verbunden werden). Durch einen Klick auf den Button, der eine Musiknote zeigt und mit einem bunt animierten Farbrand umgrenzt ist, gelangt man, falls man selbst Spotify oder Apple Music benutzt, zum angezeigten Song, bzw. ist es auch davor innerhalb von *BeReal* möglich, in besagten Song ein paar Sekunden lang „hineinzuhören“. Diese Verknüpfung oder das Zusammenspiel von mehreren Apps mag für viele Nutzer*innen angenehm sein oder ihnen praktisch erscheinen, allerdings ist ein Datenaustausch zwischen mehreren Plattformen oft mit einem Einschnitt in die Privatsphäre der Nutzenden verbunden, ohne dass diese explizit darüber informiert werden (Fiesler et al., 2016; Doctorow, 2024).

Drückt man auf eines der beiden im BeReal angezeigten Bilder, wechseln sie die Position. Das kleine Bild, das von der Selfie-Kamera geschossen wurde, wechselt mit dem großen, das von der Front-Kamera geschossen wurde, sodass man nun das Selfie im Großformat betrachten kann. Werden die drei Punkte ganz rechts oben im BeReal angetippt, klappen sich mehrere Optionen aus. Hier erhält man die Möglichkeit, das Profil der postenden Person anzusehen bzw. über andere Social-Media-Kanäle zu teilen sowie das BeReal zu melden, falls man es anstößig findet.

In der linken unteren Ecke des BeReals werden die RealMojis, direkt unter dem BeReal die dazu abgegebenen Kommentare angezeigt. Rechts unter dem BeReal gibt es die Option, selbst zu dem BeReal zu reagieren, verdeutlicht durch den Smiley für eine Reaktion mit RealMoj

oder die Sprechblase für einen Kommentar. Im Vordergrund steht aber klar und deutlich das BeReal selbst, es soll anscheinend alles, was auf dem BeReal passiert oder abgebildet ist, möglichst gut erkennbar sein. Im Vergleich dazu scheinen die Reaktionen eher nebensächlich. Interessant ist, dass die Reaktionen gezählt werden. Wenn mehr als drei RealMojis abgegeben wurden, werden nicht alle angezeigt, stattdessen werden die ersten beiden angezeigt und eine „+2“, „+3“ oder eben „+x“ steht für die Anzahl der nicht sichtbaren RealMojis. Ähnlich ist es auch bei den Kommentaren; diese werden gar nicht angezeigt, stattdessen ist unter jedem BeReal zu sehen, wie viele Kommentare es bis jetzt gab. Um sich die RealMojis oder den Inhalt der Kommentare genauer anzusehen, muss man auf das BeReal tippen. So gelangt man dann in die Ansicht eines einzelnen BeReals.

Die Einzel-Ansicht eines BeReals variiert: je nachdem, ob beispielsweise Retakes des BeReals gemacht wurden, ob Musik verlinkt oder der Standort geteilt wurde, oder ob es RealMojis oder Kommentare zu dem BeReal gibt, werden diese Informationen angezeigt oder eben auch nicht (Abb. 18). Hier steht ganz oben, von wem das BeReal aufgenommen wurde und zu welchem Zeitpunkt – auf die Sekunde genau. Interessant ist, dass nicht, wie sonst in vielen Social-Media-Kontexten üblich, angezeigt wird, wie viel Zeit seit dem Posten vergangen ist, sondern der exakte Zeitpunkt des Postings. Wenn das BeReal nicht innerhalb der vorgegebenen zwei Minuten aufgenommen wurde, steht in dieser Ansicht oben zusätzlich, um wie viele Minuten oder Stunden die „Time to BeReal“ verpasst wurde. Wer das BeReal also nicht in den vorgesehenen zwei Minuten postet, wird nicht direkt bestraft, dieses „Vergehen“ wird lediglich sichtbar gemacht, zumindest so anscheinend die Idee hinter dem Feature. Allerdings entsteht durch die verblasste Schrift und die nicht prominente Positionierung eher der Eindruck, als wäre es im Nachhinein gar nicht so wichtig, ob das BeReal pünktlich oder verspätet erstellt wurde. Hier zeigt sich erneut der nachlässige Anspruch an Gleichzeitigkeit bzw. Pünktlichkeit von *BeReal*: da es anscheinend zu unrealistisch ist, dass alle Nutzer*innen im gleichen Zeitraum von zwei Minuten posten, wird die Pünktlichkeit des Postings weder forciert noch eine Unpünktlichkeit gemäßregelt.

Unterhalb der Zeitangabe findet sich eine verkleinerte Version des geposteten BeReals, das etwa ein Viertel des Bildschirms einnimmt. Hier geht es also weniger um das BeReal selbst, der Fokus scheint in dieser Ansicht mehr auf den abgegebenen Reaktionen zu liegen, die etwa die untere Hälfte des Bildschirms ausmachen. Der Titel (sofern die erstellende Person etwas eingetragen hat) ist unterhalb des BeReals zu finden. Direkt darunter befindet sich der

Standort, an dem das BeReal aufgenommen wurde, sofern von der postenden Person in den App-Einstellungen der Zugriff von *BeReal* auf den Standort nicht blockiert wurde. Unter dem Standort findet sich wiederum (falls von der Nutzer*in geteilt) das im Moment der Aufnahme angehörte Lied, hier mit Angabe zu Titel und Interpret. Durch ein Tippen kann man zu dem Titel gelangen, falls auf dem eigenen Smartphone die Musik-Apps Spotify oder Apple Music installiert sind.

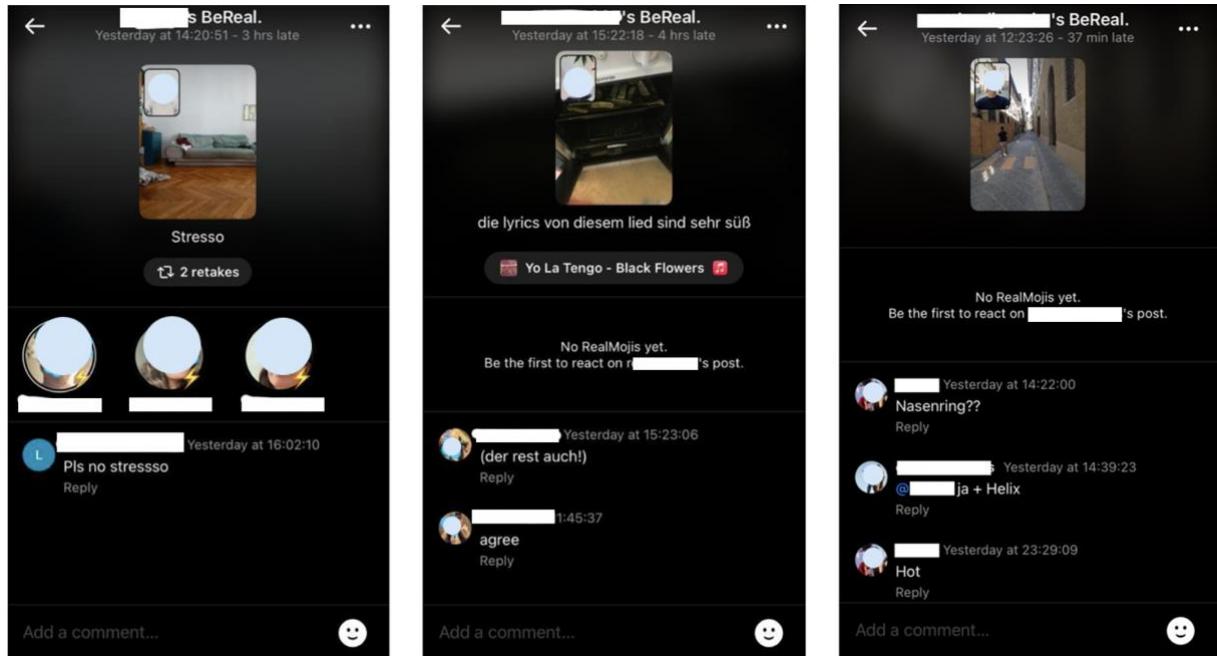


Abb. 18: Beispiele für die Einzel-Ansicht eines BeReals

Anders als bei der Pünktlichkeit des BeReals verhält es sich mit der Anzahl der Retakes, also wie oft die Aufnahme des BeReals wiederholt wurde, bevor die Nutzer*in zufrieden mit dem Ergebnis und bereit war, das BeReal zu teilen. Die Anzahl der Retakes wird deutlich prominenter als das Verpassen des zweiminütigen „Time to BeReal“-Zeitfensters direkt in der Mitte des Bildschirms und mit einem hellgrauen Feld hinterlegt positioniert. Es wirkt so, als würde man dafür „an den Pranger gestellt“, mit der ersten Aufnahme nicht zufrieden zu sein; da dies anscheinend nicht authentisch ist, wird dieser Prinzipienbruch von *BeReal* den anderen Nutzer*innen deutlich sichtbar gemacht, da es eigentlich darum gehen soll, ein einziges BeReal aufzunehmen und dieses so, wie es ist, auch abzuschicken. Das Verständnis von Authentizität, das *BeReal* transportiert, wird hier noch einmal besonders deutlich: Der Anspruch an Pünktlichkeit ist zwar gegeben, aber nicht so groß wie der Anspruch an Einmaligkeit bei der Aufnahme des BeReals. Die „Time to BeReal“-Benachrichtigung zu verpassen, kann alle möglichen und gute Gründe haben. Aber ein Retake zu machen bedeutet,

nicht einverstanden zu sein mit dem eigenen Aussehen oder der Umgebung, die auf dem BeReal abgebildet wird. Dass *BeReal* damit strikter umgeht, zeigt, wie wichtig innerhalb von *BeReal* die Einmaligkeit zu sein scheint. Dass *BeReal* den Nutzer*innen trotzdem die Möglichkeit offenlässt, den Vorgang der Aufnahme eines BeReals zu wiederholen, obwohl das eigentlich entgegen der Grundidee der App ist, zeigt wieder einmal den Kompromiss zwischen der Vision der App und dem tatsächlichen Verhalten in medialen Welten, das die Nutzer*innen zuvor und bis jetzt im Umgang mit anderen Apps oder Social-Media-Plattformen gelernt haben und das nun so schnell nicht verändert werden kann.

5.3.3 RealMojis und Kommentare

In der Mitte des Bildschirms befinden sich (falls bereits vorhanden) die RealMojis, mit denen auf das BeReal reagiert wurde (siehe oben, Abb. 18). Darunter wiederum befinden sich (falls bereits vorhanden) die Kommentare, die zu dem BeReal abgegeben wurden. In der Einzel-Ansicht des BeReals ist es sowohl möglich, sich die Reaktionen auf das BeReal genau anzusehen, als auch, selbst auf das BeReal zu reagieren. Falls das erste BeReal pünktlich gepostet wurde und die Möglichkeit, im Laufe des Tages bis zu zwei weitere BeReals aufzunehmen, wahrgenommen wurde, gelangt man durch horizontales Wischen zwischen den zwei oder drei BeReals von diesem Tag hin und her. Jedes dieser BeReals hat jeweils eine eigene Kommentarspalte sowie eigene RealMojis. Es ist also nicht möglich, mit demselben RealMoji oder Kommentar auf mehrere BeReals einer Person gleichzeitig zu reagieren.

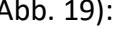
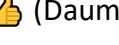
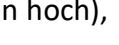
Die Kommentarfunktion

Ähnlich wie bei diversen anderen Social-Media-Apps gibt es auch in dieser App die Möglichkeit, die Inhalte Anderer – hier in Form der geposteten BeReals – zu kommentieren. Dies stellt bis dato innerhalb von *BeReal* die einzige zur Verfügung stehende Möglichkeit der Kommunikation via Text dar. Es gibt innerhalb der App keine Möglichkeit, einander privat zu benachrichtigen, und die erstellten Kommentare können von allen Personen gelesen werden, die mit der Ersteller*in des kommentierten BeReals befreundet sind. Zwar hatten die App-Entwickler*innen im Juni 2023 angekündigt, eine Möglichkeit der privaten Kommunikation – den sogenannten „RealChat“ – zu implementieren (Silberling, 2023), nach einer kurzen Testphase wurde die Idee schlussendlich jedoch wieder verworfen (BeReal, 2023f).

Die Kommentarspalte befindet sich in der Einzel-Ansicht unterhalb der RealMojis. Ganz unten am Bildschirm kann man auf das „Add a comment...“-Feld tippen, um einen Kommentar

hinzuzufügen. Bei den Kommentaren werden Profilbild und Nutzer*innennname der Person angezeigt, die den Kommentar erstellt hat, sowie der auf die Sekunde genaue Zeitpunkt des Erstellens. Zusätzlich gibt es bei jedem Kommentar die Option, auf diesen zu antworten. Tippt man unter einem Kommentar auf das Feld „Reply“ und schreibt dann einen Kommentar, wird dieser zu den schon vorhandenen Kommentaren als für alle öffentlicher Kommentar hinzugefügt und die Person, die den ursprünglichen Kommentar erstellt hat, bekommt eine Benachrichtigung, dass auf ihren Kommentar geantwortet wurde. Außerdem besteht die Möglichkeit, wie beim RealMoji auch, sich das Profil von Personen anzeigen zu lassen, die kommentiert haben, indem man auf deren Namen tippt.

Das RealMoji

Das RealMoji stellt eine, wenn nicht die zentrale Möglichkeit dar, auf ein BeReal zu reagieren. Schon dem Namen nach soll es sich hier laut BeReal um eine „echte“ Möglichkeit der Reaktion handeln. Die Nutzer*innen haben beim RealMoji die Möglichkeit, für fünf verschiedene Emojis ein dazu passendes Selfie abzuspeichern. Dieses ist dann per Schnellzugriff verfügbar, um ein Reaktionsbild auf die BeReals von Freund*innen zu senden. Dabei kann aus fünf möglichen Vorgaben gewählt werden (Abb. 19):  (Daumen hoch),  (grinsendes Gesicht mit großen Augen),  (erstauntes Gesicht),  (lächelndes Gesicht mit herzförmigen Augen) und  (Gesicht mit Freudentränen). Zusätzlich gibt es eine sechste Option, die mit einem  (Blitz) dargestellt wird.

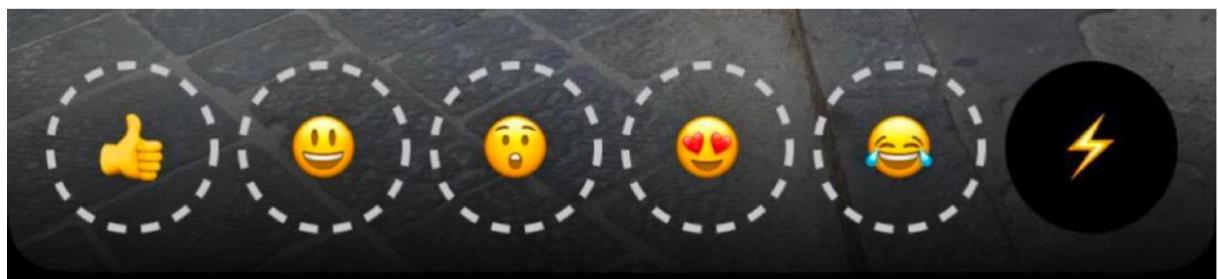


Abb. 19: Die zu den RealMojis vorgegebenen verschiedenen Emojis

Die fünf vorgegebenen Emojis drücken alle ein mehr oder weniger klar vorgefertigtes Gefühl aus. Falls eins der vorgegebenen RealMojis noch kein Selfie als Inhalt hat, kann man mit diesem RealMoji nicht reagieren, zuerst muss ein Selfie aufgenommen werden. Dazu tippt man auf das entsprechende Emoji und wird zu Folgendem aufgefordert: „It's simple, just capture your own representation of the following emoji with a picture.“ Die Frontkamera wird aktiviert und man hat nun die Möglichkeit, ein Selfie zu schießen. Anschließend kann man

entscheiden, ob man dieses Selfie als RealMoji akzeptiert oder noch einmal ein neues aufnehmen möchte. Das Selfie kann im Nachhinein jederzeit gelöscht und durch ein neues ersetzt werden. Abbildung 20 zeigt noch einmal beispielhaft die vergebene Palette an RealMojis, von denen zwei nun voraufgenommene Selfies enthalten. Alle fünf vorgefertigten Emojis sind neutral bis stark positiv konnotiert, es werden also keine Optionen vorgegeben, um eine negative Reaktion auszudrücken. Weder ist es möglich, mit mehr als einem RealMoji auf ein BeReal zu reagieren, noch auf diese Weise mit dem eigenen BeReal zu interagieren.



Abb. 20: Zwei voraufgenommene RealMoji-Selfies (Bild des Autors, zur Verdeutlichung nicht anonymisiert)

Zusätzlich zu den fünf vorgegebenen Emojis gibt es noch das Blitz-Emoji. Es fungiert als eine Art „Joker“; hier ist es nicht möglich, ein Selfie als vorgefertigtes RealMoji festzulegen, stattdessen muss jedes Mal ein aktuelles, „frisches“ Selfie aufgenommen werden. Tippt man auf den Blitz und hält ihn gedrückt, wird sofort die Frontkamera aktiviert (Abb. 21).

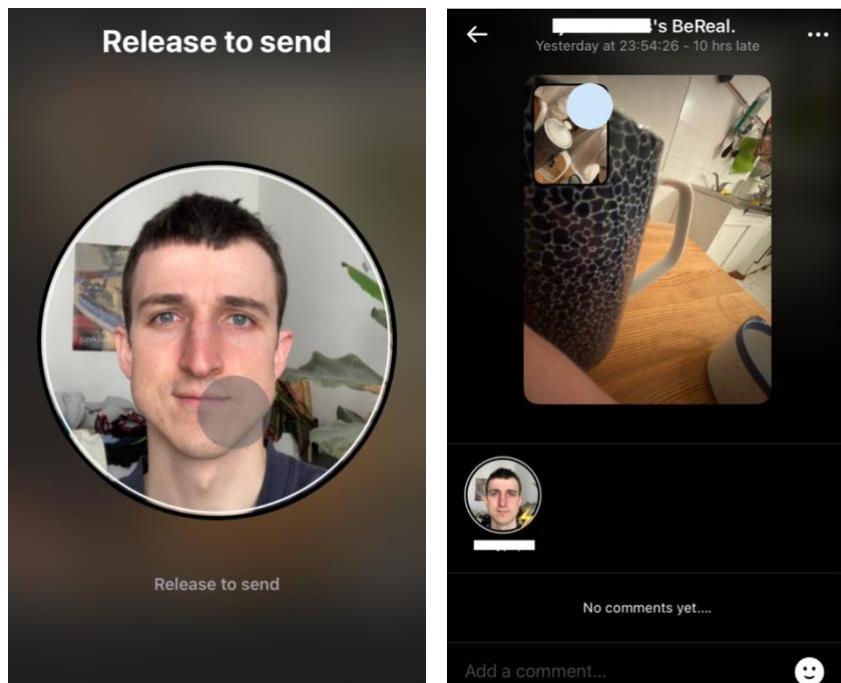


Abb. 21: Aufnahme und schlussendliche Darstellung des Blitz-RealMojis (Bild des Autors, zur Verdeutlichung nicht anonymisiert)

Beim Loslassen des Blitz-Symbols wird das aufgenommene Selfie direkt als Reaktion gesendet, ohne dass die App noch einmal „nachfragt“, ob wir mit dem Ergebnis zufrieden sind. Anzumerken ist auch, dass das Blitz-RealMoji durch seine Position ganz rechts unten für die meisten Nutzer*innen, die ihr Handy mit der rechten Hand bedienen, mit dem Daumen von allen sechs Optionen zur Reaktion am einfachsten zu erreichen ist.

Spannend ist, dass alle sechs RealMojis als „real“ bezeichnet werden, aber nur das Blitz-RealMoji eine tatsächliche Momentaufnahme darstellt. Der Blitz als Symbol weckt einerseits Assoziationen von einem Kamerablitz, was passend erscheint, wirkt aber auch „elektrisierend“ und „voller Spannung“, als wäre es aufregend, das Blitz-RealMoji zu benutzen. Die fünf vorgefertigten RealMojis stehen gleichberechtigt in einer Reihe neben dem Blitz-RealMoji, das ganz rechts steht. Es wird also kein Unterschied gemacht, ob die Reaktion tatsächlich in diesem Moment oder schon Tage, Wochen oder sogar Monate zuvor aufgenommen wurden, was die Frage aufwirft, warum die Reaktionen alle RealMojis genannt werden, da ja nur das Blitz-RealMoji der eigentlichen Idee von *BeReal* nachkommt und eine tatsächliche Momentaufnahme darstellt. Haben andere bereits auf ein BeReal mit einem RealMoji reagiert, werden diese RealMojis im Feed in der unteren linken Ecke des BeReals angezeigt (Abb. 22), in der Einzel-Ansicht prominent unter dem BeReal (Abb. 23).



Abb. 22: RealMojis im Feed

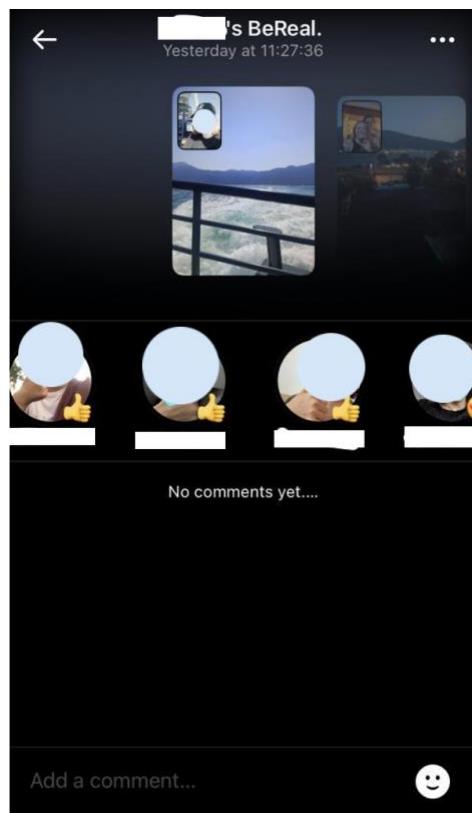


Abb. 23: RealMojis in der Einzel-Ansicht

Tippt man auf ein RealMoji einer anderen Person, wird dieses zur genaueren Betrachtung vergrößert in der Mitte des Bildschirms angezeigt. Unter dem RealMoji steht dann der Profilname – durch ein Tippen auf diesen gelangt man zum Profil dieser Person – sowie der auf die Sekunde genaue Zeitpunkt der Aufnahme. Unter dem Selfie der Person wird in der Einzel-Ansicht zur Verdeutlichung angezeigt, welches RealMoji hier genutzt wurde, also zum Beispiel das *Daumen hoch*- oder das *Blitz*-Emoji.

Wenn in der Einzel-Ansicht eines BeReals bisher weder Kommentare noch RealMojis als Reaktionen abgegeben wurden, erscheint unter dem BeReal die Aussage: „Wow, it's really calm in here! Be the first one to react with a RealMoji or to comment!“ Sind bereits Kommentare vorhanden, allerdings kein RealMoji, erscheint anstelle der RealMojis in der Mitte des Bildschirms die Aussage: „No RealMojis yet. Be the first one to react on (Ersteller*in des BeReals)'s post.“ Sind bereits RealMojis vorhanden, allerdings keine Kommentare, erscheint unter dem BeReal und den abgegebenen RealMojis lediglich die Aussage „No comments yet...“. Deutlich wird hierbei der imperativen Charakter der Aussagen; vor allem, wenn noch gar nicht mit dem BeReal interagiert wurde, wird mit Ausrufezeichen eine nachdrückliche Handlungsanweisung gegeben. Sind noch keine RealMojis vorhanden, verändert sich die Aussage geringfügig und statt dem Ausrufezeichen steht nun ein Punkt am Satzende. Kommentare scheinen also als Reaktionen den RealMojis untergeordnet zu sein, erst wenn bereits mit mindestens einem RealMoji auf das BeReal reagiert wurde, erscheint keine Aussage mehr, die nach einer Reaktion auf das BeReal verlangt. Generell lässt sich hier auch beobachten, wie *BeReal* deutlich macht, dass es unter einem BeReal nicht „ruhig“ sein sollte; auf jedes BeReal soll wohl mit mindestens einem RealMoji reagiert werden, damit es zu ausreichender Interaktion innerhalb der App kommt.

RealMojis werden außerdem schon im Feed in der unteren linken Ecke eines BeReals angezeigt, Kommentare hingegen nicht. Man kann lediglich die Anzahl an Kommentaren für ein BeReal sehen, der genaue Inhalt ist erst in der Einzel-Ansicht lesbar. Zusätzlich dazu ist es möglich, auf ein BeReal schon direkt im Feed mit einem RealMoji zu reagieren, Kommentare können aber nur in der Einzel-Ansicht hinzugefügt werden, der Weg ist also sozusagen um einen Schritt „länger“. In der Einzel-Ansicht eines BeReals werden die RealMojis prominent in der Mitte des Bildschirms angezeigt, Kommentare finden sich erst darunter, also wortwörtlich untergeordnet, im unteren Drittel des Bildschirms. RealMojis sind also insgesamt sichtbarer und können leichter vergeben werden als ein Kommentar.

Durch die prominente Darstellung und den Namen, mit dem das RealMoji als „real“ etikettiert wird, lässt sich klar feststellen, dass es ein Kernfeature der App darstellt und eine hohe Bedeutung zugeschrieben bekommt. Zu den RealMojis lässt sich außerdem sagen, dass die Emotionen, die sie darstellen, durchweg eher positiv konnotiert sind, als dürfe innerhalb von *BeReal* keine negative Emotion gezeigt werden. Eine „reale“, authentische Reaktion wird hier umgemünzt und in einen „fröhlichen“ Rahmen gepresst, eine authentisch traurige Reaktion scheint unerwünscht zu sein. So eine Emotion kann zwar mit Hilfe des Blitz-RealMojis durchaus gezeigt werden, wird von der App selbst aber eben nicht vorgegeben. Spannend ist auch, dass das Blitz-RealMoji gleichberechtigt in einer Reihe mit den anderen RealMojis aufscheint, obwohl es als einziges die Vision von *BeReal* bezüglich einer authentischen Reaktion – im Sinne einer Reaktion, die tatsächlich im Moment des Abschickens abgegeben wird – transportiert. Es scheint so, als müsste *BeReal* auch hier wieder einmal einen Kompromiss eingehen, da es manchen Nutzer*innen vielleicht zu umständlich sein könnte, immer mit dem Blitz-RealMoji zu reagieren. Die gewohnte Medienpraxis der Nutzer*innen, die darin besteht, auf ein Posting einfach und schnell mit einem Klick zu antworten (wie bei beispielsweise Instagram oder TikTok mit einem Like), findet Entsprechung in der Reaktion mit Hilfe eines vorgefertigten RealMojis, so ist es nur ein Tippen, ohne die eventuell umständliche Aufnahme eines Selfies, um eine Reaktion abzugeben. Dagegen findet *BeReal*s Vision Ausdruck im Blitz-RealMoji.

5.3.4 Memories und Profil

Da eine genaue Untersuchung aller Funktionen und Features von *BeReal* den Rahmen dieser Arbeit gesprengt hätten, werde ich im Folgenden auf das Memories-Feature, den Aufbau des Profils und die Friends-Seite von *BeReal* nur kurz eingehen. Ich hatte leider nicht genug Zeit, mich diesen Aspekten von *BeReal* tiefergehend zu widmen, sie sollen aber doch an dieser Stelle zumindest kurz Erwähnung finden.

Die Memories

Zu den Memories – zu deutsch: Erinnerungen – gelangt man, indem man im Feed auf das kleine Icon oben rechts tippt, das wohl ein Kalenderblatt darstellen soll. Als genau das entpuppen sich die Memories dann auch: es handelt sich um ein wie ein Kalender aufgebautes Feature (Abb. 24), über das jedes in der Vergangenheit angefertigte BeReal angesehen werden kann. Wird eines der BeReals ausgewählt, wird es vergrößert und die RealMojis und

Kommentare, die damals als Reaktion zu dem BeReal abgegeben wurden, werden angezeigt. Man erhält nur Zugriff auf die selbst angefertigten BeReals, die BeReals aller anderen sind immer nur bis zur nächsten „Time to BeReal“-Benachrichtigung sichtbar. So ist es also möglich, sich durch alle alten BeReals durchzuscrollen, es wirkt ähnlich wie ein Tagebuch, da zu jedem Tag, an dem man gepostet hat, ein BeReal (oder mehrere, es sind ja bis zu drei am Tag möglich) vorhanden ist, das man sich erneut ansehen und in Erinnerungen schwelgen kann. So kann man innerhalb der App nachverfolgen, wo was wann gemacht wurde oder passiert ist. Die BeReals können einzeln aus den Memories auf das Smartphone heruntergeladen werden, es ist aber nicht möglich, eine größere Menge, geschweige denn alle auf einmal herunterzuladen.

Es macht einen Unterschied, ob man das eigene BeReal innerhalb der App sicher abgespeichert weiß, anstatt wenn es nur bis zur nächsten „Time to BeReal“ erhalten bleiben würde – wie auch die BeReals aller Freund*innen. Der Vergleich mit SnapChat drängt sich auf: Hier schicken die Nutzer*innen einander Fotos, die nur einmalig einsehbar sind und nicht gespeichert werden; im Gegensatz dazu werden auf *BeReal* der Nutzer*in alle eigenen BeReals zugänglich gemacht. Scrollt man sich durch die Memories, weckt das die Assoziation eines Fotoalbums, durch das man durchblättert. Die BeReals werden so mit Bedeutung aufgeladen, sie erhalten Erinnerungswert, und die Vergangenheit lässt sich mit Hilfe der App auf die Minute genau nachvollziehen. So wird *BeReal* noch wichtiger für die Nutzer*in, weil es eine weitere Funktion erfüllt, neben der Ermöglichung eines authentischen Lebens und dem Kontakthalten mit Freund*innen. Die Bezeichnung „Memories“, also „Erinnerungen“, vermittelt der Nutzer*in außerdem, dass ihre Beiträge nicht nur aktuell, sondern auch erinnerungswürdig sein sollten. Es wirkt so, als würde die App die Nutzer*in dazu ermutigen, ihre Beiträge selbst zu bewerten; nicht nur vor den Freund*innen, auch vor sich selbst geht es darum, Inhalte zu erstellen, die im Gedächtnis bleiben. Die Memories verstärken so die



Abb. 24: Das Memories-Feature

Vorstellung, dass Authentizität in der App nicht nur darin besteht, alle Regeln einzuhalten – also pünktlich und ohne Wiederholungen zu posten –, sondern zusätzlich darin, interessante und einprägsame BeReals zu schaffen. Die ideale Nutzer*in der Plattform soll also anscheinend dazu in der Lage sein, spontan interessante und einprägsame Momente teilen zu können.

Es macht einen Unterschied, ob man das eigene BeReal innerhalb der App sicher abgespeichert weiß, anstatt wenn es nur bis zur nächsten „Time to BeReal“ erhalten bleiben würde – wie auch die BeReals aller Freund*innen. Der Vergleich mit SnapChat drängt sich auf: Hier schicken die Nutzer*innen einander Fotos, die nur einmalig einsehbar sind und nicht gespeichert werden; im Gegensatz dazu werden auf *BeReal* der Nutzer*in alle eigenen BeReals zugänglich gemacht. Scrollt man sich durch die Memories, weckt das die Assoziation eines Fotoalbums, durch das man durchblättert. Die BeReals werden so mit Bedeutung aufgeladen, sie erhalten Erinnerungswert, und die Vergangenheit lässt sich mit Hilfe der App auf die Minute genau nachvollziehen. So wird *BeReal* noch wichtiger für die Nutzer*in, weil es eine weitere Funktion erfüllt, neben der Ermöglichung eines authentischen Lebens und dem Kontakthalten mit Freund*innen.

Neben dem Schwelgen in Erinnerungen ist es in den Memories auch möglich, genau nachzuvollziehen, zu welchem Zeitpunkt man von Freund*innen RealMojis oder Kommentare auf die eigenen BeReals erhalten hat. So ließe sich beispielsweise rekonstruieren, wann eine Freund*in aufgehört hat, auf die eigenen Posts zu reagieren oder welche BeReals besonders viele Reaktionen bekommen haben. Somit werden soziale Prozesse punktgenau nachvollziehbar, die Interaktion innerhalb von *BeReal* wird genau dokumentiert und kommunikativ vergleich- und verwertbar.

Im Januar 2024 wurden innerhalb der Memories die sogenannten „Streaks“ hinzugefügt: wer an mindestens fünf Tagen hintereinander ein BeReal gepostet hat, aktiviert einen Streak. Der Beginn des Streaks wird in den Memories als kleines Feuerchen angezeigt und die BeReals, die zum Streak gehören, werden farblich hervorgehoben (Abb. 24). Die Einführung von Streaks – wie es sie auch auf SnapChat gibt – stellt einen weiteren Aspekt von Gamification innerhalb von *BeReal* dar, der Nutzer*innen dazu anregen soll, öfter zu posten. Denn wer einen Streak begonnen hat, will diesen eben nicht mehr „verlieren“, und muss ab diesem Zeitpunkt täglich ein BeReal erstellen. Ob es bei dem Streak um einen persönlichen Highscore geht, um den Status innerhalb der Community oder einfach um den Spaß, den Streak immer weiter wachsen

zu lassen (Hristova et al., 2022) – auch wenn die Motivation, den Streak am Laufen zu halten, unterschiedliche Ursachen haben kann, ist das Ergebnis das Gleiche: die Nutzer*innen verbringen mehr Zeit auf *BeReal*.

Das Profil

Zum Profil (Abb. 25) gelangt man, ähnlich wie zu den Memories, indem man auf das kleine Profilbild tippt, das in der App ganz rechts oben im Feed angezeigt wird. Es besteht aus einem Profilbild, im oberen Drittel des Bildschirms angezeigt wird. Darunter findet sich der eigene Name (hier hatte *BeReal* gefragt, wie man von seinen Freund*innen genannt wird) sowie der Nutzer*innennname. In der Mitte des Bildschirms wird prominent angezeigt, ob man gerade einen aktiven Streak hat; die kleine orangene Flamme sticht deutlich aus dem schwarz-weißen Design der App heraus und ist aufgrund der mittigen Positionierung ein Blickfang.

Unter der Anzeige der Streak-Anzahl ist Platz für bis zu drei „Pins“; hier können bis zu drei BeReals aus den Memories ausgewählt werden, diese werden dann in das eigene Profil „gepinnt“. Hier gibt es also eine Möglichkeit der gezielten Selbstdarstellung, ohne Spontaneität und Einmaligkeit dürfen aus den Memories drei BeReals ausgewählt und das Profil so kuratiert werden, dass man mit der eigenen Außenwirkung möglichst zufrieden ist.

Im Profil wird die Selbstdarstellung also anders gewichtet, als das sonst innerhalb von *BeReal* der Fall ist. Mit der Möglichkeit, sich selbst bestmöglich darstellen zu dürfen, wird das Profil eventuell attraktiver für andere Nutzer*innen und die Wahrscheinlichkeit steigt, mehr Freundschaften innerhalb von *BeReal* zu knüpfen und so mehr Vernetzung zu generieren.

Über das Profil ist es außerdem möglich, in die Memories zu gelangen, diese werden nur für die Nutzer*in selbst unten im Profil angezeigt. Oben rechts im Profil befinden sich drei kleine Punkte; tippt man diese an, gelangt man in die Einstellungen von *BeReal*. Hier gibt es beispielsweise die Möglichkeit, einzuschränken, welche Benachrichtigungen *BeReal* schicken darf, man kann

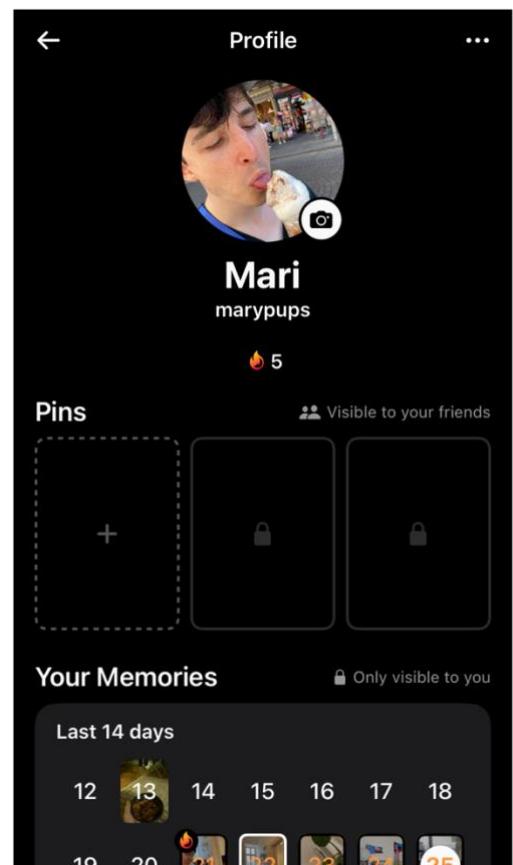


Abb. 25: Das Profil

die Zeitzone manuell verändern, die App bewerten oder über andere Social-Media-Plattformen teilen, oder über eine Hilfefunktion Kontakt mit dem Entwickler*innenteam aufnehmen.

5.3.5 Freundschaft und Vernetzung

Ganz oben links im Feed findet sich ein kleines Symbol, das stilisiert zwei neben- oder hintereinanderstehende Personen darstellt. Über ein Tippen auf dieses Symbol gelangt man zu der Friends-Seite. Diese gliedert sich in drei Abschnitte: „Suggestions“, „Connections“ und „Requests“.

Im Abschnitt „Suggestions“ hat die Nutzer*in die Möglichkeit, Freund*innen hinzuzufügen, die von *BeReal* vorgeschlagen werden. *BeReal* schlägt ausschließlich Personen vor, die mit anderen Freund*innen aus der eigenen Freund*innenliste befreundet sind. Darunter befindet sich eine Liste von Personen, deren Handynummer man auf dem eigenen Smartphone abgespeichert hat – hierfür muss *BeReal* allerdings Zugriff auf die eigenen Kontakte auf dem Smartphone gewährt werden. Neben jedem vorgeschlagenen Profil befindet sich ein prominent positionierter „Add“-Button; es wirkt so, als würde die Nutzer*in dazu eingeladen werden, die angezeigten Profile zu adden und so die Freund*innenliste zu erweitern. Tippt man auf das Profilbild oder den Nutzer*innennamen einer angezeigten Person, gelangt man auf deren Profil. Außerdem gibt es hier auch die Möglichkeit, über ein Suchfeld die Profile anderer Personen über deren Nutzer*innennamen zu finden. *BeReal* bietet also nur die Möglichkeit, anderen Personen Freundschaftsanfragen zu schicken, wenn man mindestens eine gemeinsame Freund*in hat. Die einzige andere Möglichkeit, Freund*innen hinzuzufügen, besteht darin, die Nummer der Person auf dem Smartphone gespeichert zu haben oder den exakten Nutzer*innennamen der Person in die Suchleiste einzugeben, was bedeutet, dass man sich schon außerhalb von *BeReal* kennen und darüber austauschen muss. So wird die Vernetzung innerhalb von *BeReal* immer an das Konzept von Freundschaft gekoppelt: es scheint so, als würde *BeReal* unterstellen, dass eine Person fast automatisch zu meinen Freund*innen zählt, wenn wir schon gemeinsame Freund*innen haben.

Über die „Connections“ findet sich die Freund*innenliste mit einer Auflistung aller Profile von Personen, mit denen man auf *BeReal* befreundet ist. Ganz oben neben der Überschrift „My Friends“ steht eine kleine Zahl, die anzeigt, wie viele Freund*innen man auf *BeReal* hat. Hier kommt es zu einer Zählung der Freund*innen, was schon einen Steigerungsgedanken

impliziert. So scheint *BeReal* vorzugeben, es sei besser, mehr Freund*innen zu haben, mindestens 50 – denn ab einer Freund*innenanzahl von mehr als 50 wird nur noch „50+“ angezeigt, als wäre diese Zahl dann groß genug. Zusätzlich gibt es hier die Möglichkeit, Freundschaften aufzulösen: Tippt man auf ein graues Kreuz neben dem Profil einer befreundeten Person, erscheint eine Pop-Up-Benachrichtigung, in der gefragt wird, ob ich mir sicher und darüber bewusst sei, dass ich keine BeReals dieser Person mehr sehen könne, sollten wir nicht mehr befreundet sein. In Rot scheint mir die Option „Delete“ entgegen, in einem freundlicheren Weiß die Alternative „Cancel“. So soll die Nutzer*in anscheinend möglichst sanft eher davon abgehalten werden, Freund*innen zu entfernen.

Bei den „Requests“ werden Freundschaftsanfragen angezeigt, falls es aktuelle Anfragen gibt. Neben der Anfrage stehen die zwei Optionen „Accept“ oder ein kleines graues Kreuz, der Fokus liegt also mehr auf dem Annehmen von Freundschaftsanfragen. Hier gibt es auch wieder die Möglichkeit, über ein Suchfeld die Profile anderer Personen über deren Nutzer*innennamen zu finden.

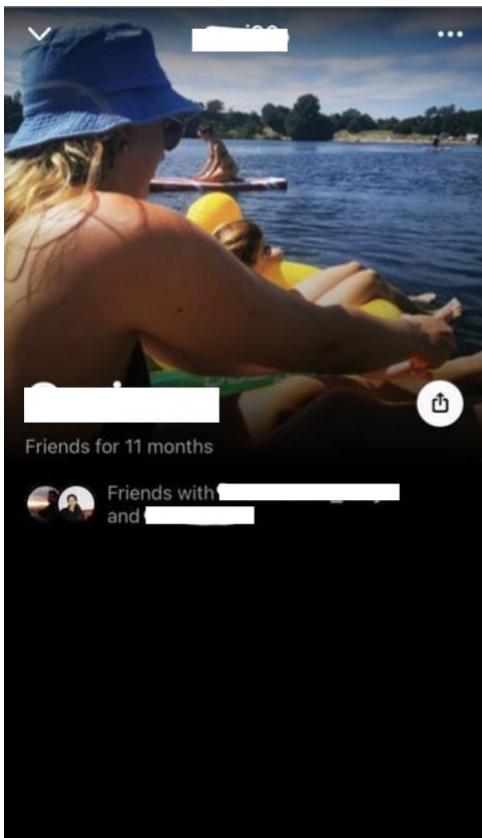


Abb. 26: Profil einer befreundeten Person

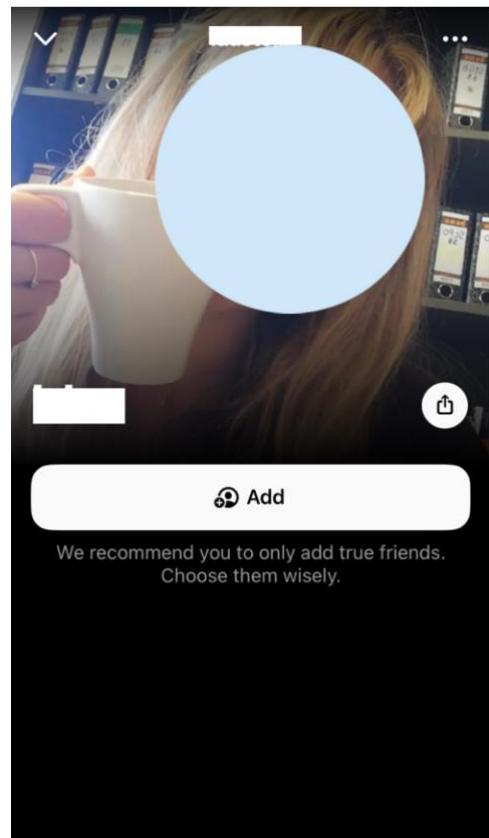


Abb. 27: Profil einer nicht befreundeten Person

Die Profile von anderen Personen stellen sich ein wenig unterschiedlich dar, je nachdem, ob man mit dieser Person schon befreundet ist oder nicht (Abb. 26 und Abb. 27). Die obere Hälfte

des Bildschirms nimmt sehr prominent das Profilbild ein, man sieht also direkt, mit wem man es zu tun hat. Darüber steht der Profilname der Person (in den Abbildungen zensiert) und darunter der „tatsächliche“ Name (ebenfalls zensiert); dieser scheint also wichtiger zu sein, es entsteht der Eindruck, dass man sich mit seinen „echten“ Namen begegnen soll. Wir erinnern uns, dass *BeReal* bei der Wahl dieses Namens darauf hingewiesen hat, dass wir angeben sollen, wie uns unsere Freund*innen nennen.

Ist man bereits mit der Person befreundet, steht unter dem „tatsächlichen“ Namen, wie lange die gemeinsame Freundschaft bereits anhält und welche gemeinsamen Freund*innen man mit der Person hat. Besteht keine Freundschaft, erscheint unter dem Profilbild stattdessen eine große weiße Schaltfläche mit der Aufschrift „Add“, was impliziert, dieser Person eine Freundschaftsanfrage zu schicken. Der weiße Button sticht aus dem eher dunklen Design, in dem die App gehalten ist, klar heraus und die Aufmerksamkeit wird sofort auf die Mitte des Bildschirms gelenkt, wo der Button perfekt zentral positioniert ist. Daher wirken die leicht ironischen Nachrichten, die randomisiert unter dem Button erscheinen und daran erinnern, auch ja nur den Personen eine Freundschaftsanfrage zu schicken, die man auch wirklich kennt, etwas fehl am Platz. Unter anderem wird in diesen Nachrichten darauf verwiesen, dass *BeReal* nur mit „echten“ Freund*innen Spaß mache oder dass bei der Freund*innenauswahl Qualität über Quantität stehe. Auch hier wird wieder einmal gut sichtbar, wie groß der Spagat ist, den *BeReal* zwischen Idealen bzw. Vision und tatsächlicher Praxis vollzieht.

Zusätzlich findet sich rechts in der Mitte des Bildschirms ein kleiner weißer Button, der es erlaubt, das Profil zu teilen. Drückt man auf diesen Button, erhält man die Möglichkeit, über diverse Social-Media-Apps einen Link zu verschicken, der zum *BeReal*-Profil der Person führt. So können über andere Social-Media-Plattformen Profile geteilt werden, um noch mehr Freund*innenschaften innerhalb der App zu generieren. Auch das mutet ein wenig seltsam an, ist doch eines der zentralen Credos von *BeReal*, sich nur mit engen bzw. „echten“ Freund*innen zu verbinden.

Profile von Menschen, mit denen man (noch) nicht befreundet ist, erreicht man über einen Bereich innerhalb der App, in dem neuen Freund*innen vorgeschlagen werden (zuoberst stehen hier die Profile der Personen, mit denen die Nutzer*in am meisten gemeinsame Freund*innen hat), oder über abgegebene Kommentare oder RealMojis unter den BeReals von Freund*innen. Außerdem gibt es neben dem Haupt-Feed von *BeReal*, der die Überschrift „My Friends“ trägt, auch noch einen Neben-Feed mit dem Titel „Friends of Friends“ (Abb. 28).

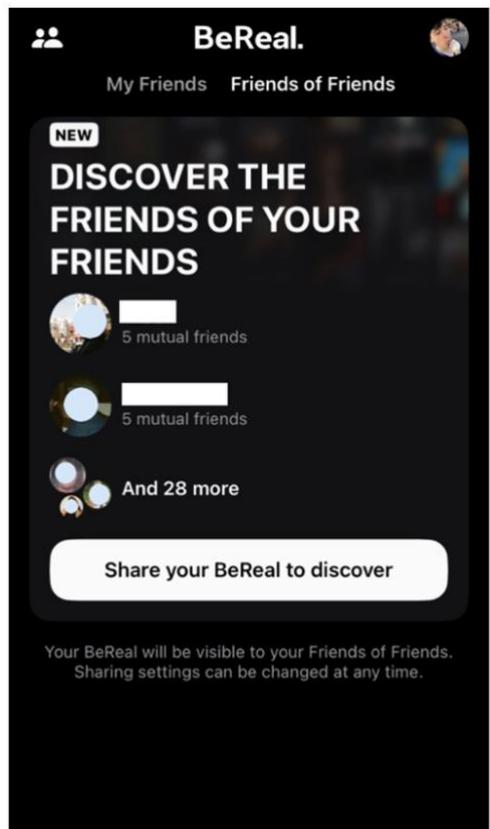


Abb. 28: „Friends of Friends“

Hier finden sich die Profile sowie BeReals der Menschen, mit denen die eigenen Freund*innen in der App befreundet sind, vorausgesetzt, sie haben die „Friends of Friends“-Funktion aktiviert. „Friends of Friends“ habe ich in dieser Arbeit nicht untersucht, aber es scheint recht offensichtlich, dass es auch hier darum geht, Freund*innen über schon bestehende Freundschaften zu generieren.

BeReal lädt also immer wieder dazu ein, neue Freund*innen in die eigene Freundschaftsliste aufzunehmen. Scrollt man beispielsweise zum Ende des Feeds oder hat schon ein BeReal gepostet, die Freund*innen aber noch nicht, erhält man die Anregung, mehr Freund*innen hinzuzufügen, da es ansonsten zu „ruhig“ wäre (Abb. 29).

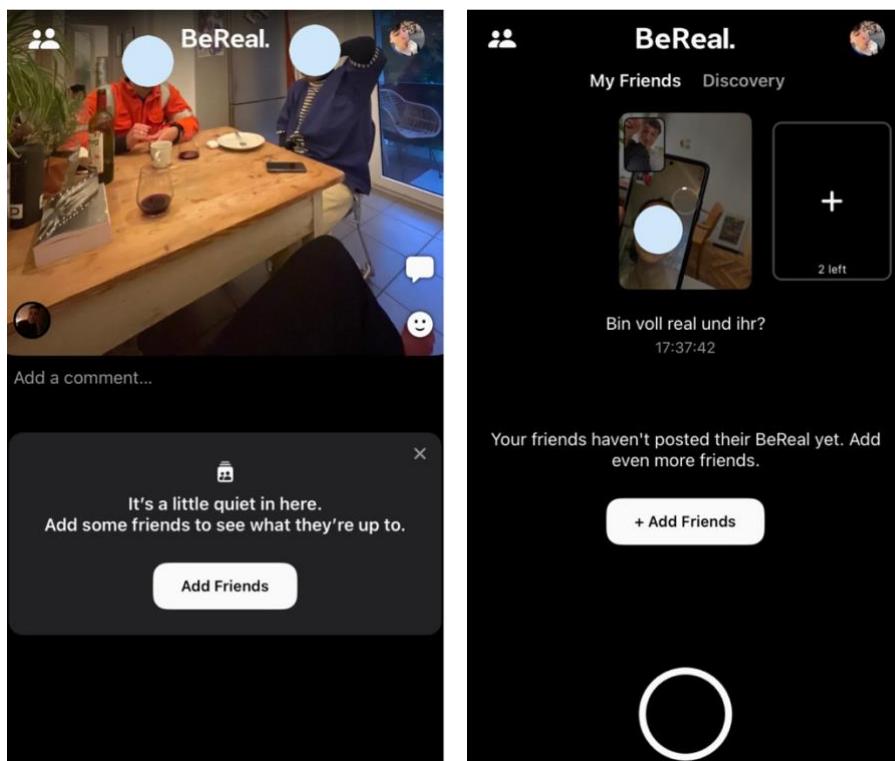


Abb. 29: Zwei Beispiele dafür, wie *BeReal* zu mehr Vernetzung auffordert

Tippt man auf den weißen Button mit dem Schriftzug „Add friends“, der unter diesen Anregungen angezeigt wird, gelangt man zu einer Liste von Profilen, deren Nutzer*innen mit den eigenen Freund*innen, aber (noch) nicht mit einem selbst befreundet sind.

Obwohl *BeReal* die Nutzer*in also immer wieder mit unterschiedlichen Mitteln sehr deutlich überzeugen will, den Freund*innenkreis zu erweitern, erscheint vor jeder Freundschaftsanfrage, die man verschicken will, noch einmal eine Nachricht, die zum Reflektieren darüber anregen soll, ob man die Person wirklich kennt und in die Freundschaftsliste aufnehmen will. Es wirkt so, als würde hier versucht werden, irgendwie noch den Anschein zu erwecken, als würde *BeReal* an den im App Store und in der Vision der App kommunizierten Werten festzuhalten, obwohl eigentlich das Gegenteil – und zwar möglichst viele Freund*innen innerhalb der App zu generieren – das Ziel ist, auf das die Nutzer*in hingeführt wird.

5.4 Ausstieg

Im folgenden Abschnitt wird die Vorgehensweise beim Ausloggen aus *BeReal* und beim Löschen des eigenen Profils untersucht.

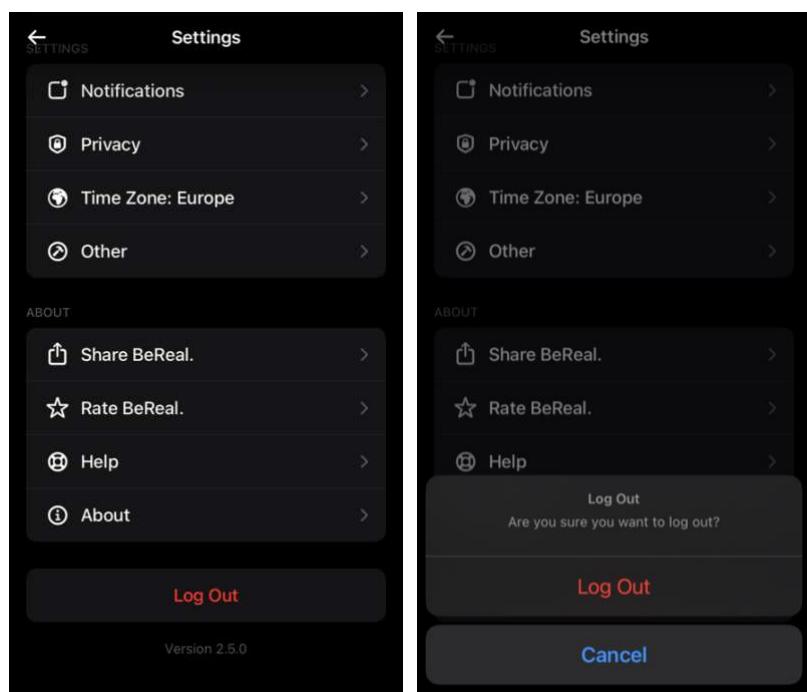


Abb. 30: Abmeldevorgang

Zu diesen beiden Funktionen lässt sich über die Einstellungen gelangen. Scrollt man dort nach unten, findet sich eine „Log Out“ Schaltfläche in roter Schrift (Abb. 30). Ein sich beim Betätigen öffnendes Pop-Up mit der Frage, ob man sich sicher ist, dass man sich abmelden möchte,

bietet daraufhin die Optionen „Log Out“ und „Cancel“, wobei die Schrift der „Log Out“-Schaltfläche auch hier wieder in Rot verfasst ist (Abb. 30). Die rote Schrift scheint die Nutzer*in von einer Abmeldung von *BeReal* abhalten zu wollen. Entscheidet man sich trotzdem für diese Option, wird man von der App abgemeldet und gelangt zu einem Bildschirm, auf dem nach den Anmeldedaten gefragt wird. Meldet man sich regulär an, gelangt man sofort wieder auf den gewöhnlichen Startbildschirm der App, in dem der Feed angezeigt wird. Nach einer Ab- und Anmeldung wird die Nutzer*in nicht, wie in anderen Apps üblich, willkommen geheißen, darauf verzichtet *BeReal* gänzlich.

Der Weg zum Löschen eines Profils ist versteckter und weniger intuitiv. Unter dem Reiter „Other“ in den Einstellungen gelangt man zur Option „Delete Account“. Auch hier schwingt durch die rote Farbe der Schrift bereits eine Warnung mit vor der Ernsthaftigkeit dieser Auswahl. Wählt man trotzdem die Option „Delete Account“ aus, wird man daraufhin über die Konsequenzen der Löschung des Profils aufgeklärt (Abb. 31). „So, you want to delete your account?“, fragt die App und erklärt, dass nach der Löschung des Profils alle persönlichen Daten nach 15 Tagen endgültig gelöscht werden (Abb. 31).

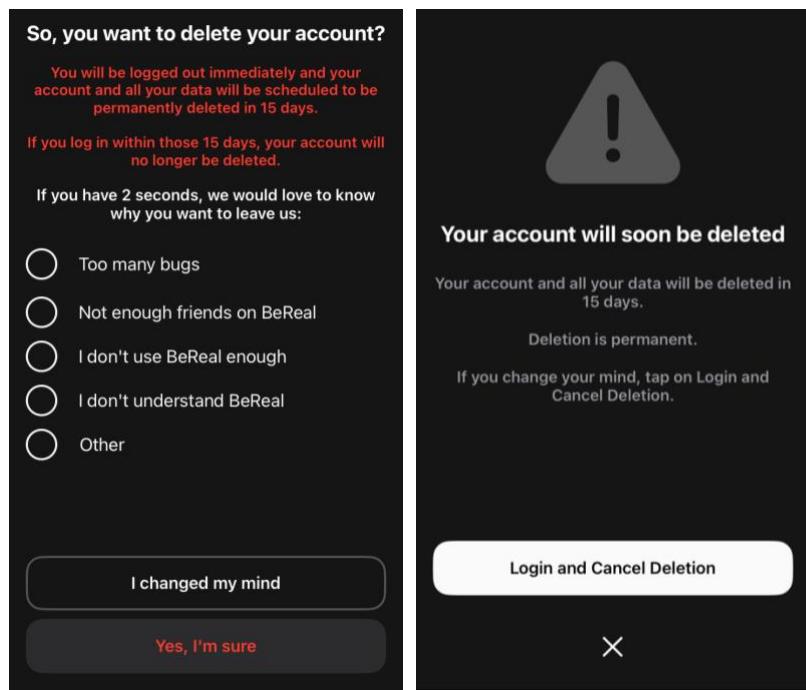


Abb. 31: Vorgang der Löschung des Profils

Während die Aussage, dass alle Daten „permanently“ gelöscht werden (ein Pleonasmus, da Daten nur entweder gelöscht oder eben nicht gelöscht werden können), die Irreversibilität und Endgültigkeit des Vorgangs betont, erzeugt der Hinweis, „immediately“ abgemeldet zu werden, einen vermeintlichen Zeitdruck, die Daten eventuell doch noch retten zu müssen.

Gerade im Vergleich zur Sprache, die *BeReal* sonst gegenüber der Nutzer*in gewählt hat, fällt diese Aussage aus *BeReals* Sprachmuster. Der freundlich-humorvolle Ton der App ist einer drohenden Ernsthaftigkeit gewichen. Hier wird mit den Worten von Jorinde Schulz (2019) deutlich, was passiert, „wenn einer Rationalität der maximalen Reibungslosigkeit nicht Folge geleistet wird [und] wie Intimitätseffekte in einem weiten Spektrum der Ansprachen angezapft werden können – von der horizontalen, unhierarchischen Freundschaft bis zur asymmetrischen Eltern-Kind- oder Lehrer_in-Schüler_in-Beziehung“ (Schulz, 2019, S. 150). Direkt im Anschluss bittet uns die App, uns „2 seconds“ Zeit zu nehmen, um anzugeben, warum wir sie „verlassen“ wollen. Auch hier ist die Sprache eine endgültige, da das Wort „verlassen“ (im Original: „leave“) stark emotional aufgeladen ist und einen Abbruch impliziert. Neben offensichtlichen Gründen, *BeReal* nicht mehr nutzen zu wollen, wie zu vielen Bugs oder dass man die App nicht versteht, lassen sich zwei der auswählbaren Gründe gewinnbringender analysieren: Dass *BeReal* als einen möglichen Grund angibt, „not enough friends on BeReal“ zu haben, impliziert, dass die App anscheinend nicht nutzbar ist bzw. die Interaktion mit *BeReal* deutlich weniger Sinn ergibt, wenn man nur mit wenigen Personen innerhalb der App befreundet ist. Dabei hebt *BeReal* doch eigentlich immer wieder die Qualität statt der Quantität von Freundschaften hervor. Es scheint aber denkbar zu sein, dass zu wenige qualitative Freundschaften doch nicht ausreichen, um mit der App zufrieden zu sein. Ein anderer möglicher Grund für die Löschung lautet „I don't use BeReal enough“. Interessant ist, dass hier „nicht genug“ steht, statt beispielsweise „selten“. Zwar gibt es keine klaren Angaben, wie viele Interaktionen eine Nutzer*in mit *BeReal* haben sollte, damit es „genug“ ist, allerdings wirkt es hier so, als würde der Anspruch gestellt werden, eine bestimmte Zeit pro Tag, Woche oder Monat innerhalb der App zu verbringen. Hier steht anscheinend wieder Quantität vor Qualität, da es ja auch denkbar wäre, *BeReal* äußerst selten zu benutzen und trotzdem zufrieden mit diesen seltenen Interaktionen zu sein. Abschließend lässt sich noch sagen, dass es nicht möglich ist, im Prozess der Profillösung Kritik zu äußern, denn bei der Wahl der Option „Other“ wird nicht nachgefragt, um welche „anderen“ Gründe für die Löschung es sich handelt.

Es gibt keine Möglichkeit, die innerhalb von *BeReal* gespeicherten Daten (wie beispielsweise alle BeReals, die in den Memorys festgehalten werden) gleichzeitig herunterzuladen, man muss dies für jedes BeReal aufwendig einzeln machen, wenn einem diese Daten wichtig sind. Hält man dennoch an der Löschung fest und wählt unter der Schaltfläche „I changed my mind“

die Option in roter Schrift „Yes, I'm sure“, wird man zu einer neuen Bildschirmansicht geleitet (Abb. 31). Hier sehen wir ein graues Warndreieck, unter dem gewarnt wird, dass unser Profil „soon“ gelöscht werden wird. Darunter steht noch einmal, wann diese Löschung stattfinden wird, und die App gibt, wie auch schon im Schritt zuvor, zu bedenken, dass dieser Vorgang „permanent“ sei, wodurch wieder Druck auf die Nutzer*in ausgeübt wird. *BeReal* gibt uns die Option, auf die Schaltfläche „Login and Cancel Deletion“ zu tippen, hervorgehoben durch den weißen Hintergrund, der als einziges helles Element auf dem Bildschirm ganz klar die Aufmerksamkeit auf sich zieht. Dabei wirkt es fast so, als wäre dies die einzige mögliche Option, das kleine Kreuz ganz unten ist sehr zurückhaltend positioniert. Tippt man auf dieses Kreuz, schließt sich die App und man landet auf dem Home-Bildschirm des Smartphones. Öffnen wir die App erneut, leuchtet uns direkt wieder das graue Warndreieck und die mahnenden Worte „Your account will soon be deleted“ entgegen (Abb. 31).

„Happy to see you again!“, begrüßt uns *BeReal* nach der Bestätigung, dass wir die Löschung unseres Profils nun doch noch verhindern wollen, und wir gelangen auf die Startseite der App. Das Löschen des *BeReal*-Profils erweist sich also mehr als Abmeldung, bei der ein Timer mit der Zeit bis zur tatsächlichen Löschung gestartet wird, in der man sich die Entscheidung noch einmal anders überlegen kann. Interessant am Prozess der Profillöschen von *BeReal* ist, dass die erläuterten Konsequenzen erst nach 15 Tagen eintreten. Meldet man sich innerhalb dieser Zeit wieder an, wird das Konto nicht gelöscht und alle Daten bleiben vorhanden. Entscheidet man sich erneut für eine Löschung des Profils, beginnt der oben beschriebene Prozess von Neuem. *BeReal* bietet somit keine Option, das Konto sofort zu löschen, und gibt der Nutzer*in eine Art „Bedenkzeit“, in der die Entscheidung revidiert werden kann.

6 Einordnung in den Gesellschaftlichen Notstand

In diesem Kapitel versuche ich, mich einer Antwort auf die folgende Frage zu nähern: Wie muss eine Gesellschaft beschaffen sein, damit *BeReal* als App die Nutzer*innen in gewisser Weise dazu befähigt, sich in ihr besser zurechtzufinden? Im Fokus steht dabei, welche Faktoren zur Popularität von *BeReal* beigetragen haben und welche Rückschlüsse sich daraus auf die Struktur unserer Gesellschaft ziehen lassen.

BeReal antwortet auf verschiedene gesellschaftliche Notstände. Diese sollen im Folgenden thematisiert werden. Allerdings erweisen sich diese Angebote von *BeReal* oft nur auf den

ersten Blick als „echte“ Antworten. Bei näherer Betrachtung zeigt sich, dass *BeReal* zwar zunächst den Anschein erweckt, auf diese Notstände eine Antwort oder Lösung parat zu haben, in der Art und Weise der Umsetzung jedoch eine Verzerrung stattfindet. Denn *BeReal* absorbiert die widerständigen Impulse unserer Gesellschaft, integriert sie und wiederholt im Wesentlichen dasselbe Problem, jedoch unter dem Deckmantel der Problembekämpfung. Wie jede Applikation bleibt *BeReal* von den sozialen Dynamiken und dem Druck zur Steigerung der sozialen Vernetzung abhängig, selbst wenn sich die Applikation als Alternativlösung zu Social-Media präsentiert. Dies verdeutlicht, dass *BeReal* innerhalb eines komplexen sozialen Ökosystems operiert, dem es sich nicht entziehen kann. Das werde ich im Folgenden anhand der drei Beispiele Authentizität, Gleichzeitigkeit und Freundschaft verdeutlichen – drei Konzepte, die innerhalb von *BeReal* besonders herausstechen.

6.1 Authentizität

Viele Menschen nehmen im digitalen Raum einen Mangel an Authentizität im Sinne einer Darstellung des Lebens, wie es tatsächlich aussieht, wahr. Bilder werden bearbeitet, jede*r präsentiert nur die vorteilhaftesten Seiten von sich, der Druck zur Perfektion ist allgegenwärtig. Die kuratierten Social-Media-Praktiken, die das heutige Internet prägen (Ditchfield, 2020), wirken auf viele zu gekünstelt. Für die jüngeren Generationen von Smartphone-Nutzer*innen verschwimmen die Grenzen zwischen der Online- und Offlinewelt zunehmend, was in Verbindung mit der einfachen Möglichkeit, die eigene Selbstdarstellung im digitalen Raum zu steuern, zu einer wachsenden Skepsis gegenüber Online-Selbstdarstellungen führt (Reinikainen et al., 2020).

BeReal verspricht vor diesem Hintergrund das Teilen des authentischen, „echten“ Alltags ohne Filter, ohne Schnickschnack, ohne Verzerrungen. Der Drang der App nach Authentizität wird bereits im Apple App Store in der App-Beschreibung deutlich: *BeReal* biete das „echte Leben ohne Filter“ (*BeReal*, 2023a). Filter bezeichnet dabei die Bearbeitung von Fotos durch eine Veränderung, die zumeist zur Annäherung an ein Schönheitsideal stattfindet. *BeReal* fokussiert sich also auf das Authentische im Sinne eines ungefilterten, unveränderten Lebens. Dies wird deutlich an der Kombination aus dem gleichzeitigem Auslösen der Front- und Rückkamera, den vermeintlich ironisch-humorvollen Aufforderungen, die beim Fotografieren kurz eingeblendet werden, der fehlenden Bearbeitungsmöglichkeit der Bilder, dem zufälligen Zeitpunkt der „Time to BeReal“-Benachrichtigung und der innerhalb der App negativ konnotierten

Wiederholungen der Aufnahmen (etwa dadurch, dass die Zahl der Wiederholungen für alle einsehbar ist oder dass es zum Löschen des BeReals eines Grundes bedarf). Wer all dem nachgeht und *BeReal* im Sinne der Vision der App nutzt, bildet sein Leben unverändert ab wirkt dadurch in der Logik von *BeReal* „authentisch“.

BeReal versucht, einen Gegenimpuls zu der in Social-Media allgegenwärtigen Hyperdokumentation, dem Visibilitätszwang und der Perfektionierung (Wagenbach, 2012; Ditchfield, 2020) zu liefern. Durch die Mechanismen des App-Gebrauchs zeigen sich ganz eigene, vielleicht unerwartete Interpretationen von Authentizität. Wenn Authentizität ins Digitale übertragen wird, dann nimmt sie (auch) die Bedeutung von Verfügbarkeit an. Der Drang, authentisch sein zu wollen, wirkt gewissermaßen als „Köder“ für eine noch weiter reichende Verfügbarkeit. Diese beiden Interpretationen von *BeReals* Konzept von Authentizität sollen im Folgenden vertieft werden.

6.1.1 Authentizität als Verfügbarkeit und Hörigkeit

Das Handy lässt den für *BeReal* spezifischen Benachrichtigungston erklingen und dann heißt es: Folgen. Innerhalb von zwei Minuten, sonst ist die Chance auf ein konformes BeReal und damit auf „echte“ Authentizität vorbei. Was *BeReal* durch diese Kombination aus spontaner Aufforderung und zeitlicher Limitierung fordert, ist Hörigkeit. Schulz (2019) beschreibt digitale Hörigkeit als tiefergehend als reine Gehorsamkeit im Sinne der Ausführung von Befehlen, indem sie noch vor dem eigentlichen Befolgen eine Art Bereitschaft erweckt. Als eine Art „affektive Disposition“ (Schulz, 2019, S. 132) sensibilisiert sie unsere Sinne für den spezifischen Input, in unserem Falle den charakteristischen Benachrichtigungston und das Erscheinungsbild der Benachrichtigung. In Erwartung prüfen wir ständig unsere Benachrichtigungen, schalten die Benachrichtigungstöne unseres Handys auf laut und bewahren es in Sicht- oder zumindest Hörweite. Was *BeReal* durch Evozieren dieser Hörigkeit in uns auslöst, ist eine andauernde Bereitschaft. Und zwar tatsächlich andauernd, insofern die zufällig gesetzte Aufforderung ja ausdrücklich zu jeder Tageszeit ertönen könnte. Nur wer binnen zwei Minuten ein BeReal postet, verwendet die App gemäß den Erwartungen und nur wer die App gemäß den Erwartungen verwendet, gibt einen authentischen Einblick in das eigene Leben.

Zwar wird in *BeReals* Vermarktung davon gesprochen, dass *BeReal* zu einem niedrigeren Medienkonsum beiträgt, da man nur einmal am Tag online sein muss, jedoch bedingt *BeReals* Begriff von Authentizität eine beinahe ununterbrochene Handypräsenz. Die bei zeitgerechter

Erstellung versprochenen Belohnungen (etwa das Freischalten zweier zusätzlicher BeReals für diesen Tag) heben den heute allzu verbreiteten Zwang nach ständiger Verfügbarkeit (Schulz, 2019) hervor. Zusätzlich erhalten wir von *BeReal* jedes Mal eine Benachrichtigung, wenn eine unserer Freund*innen ein BeReal postet, jemand auf unser BeReal per RealMoji oder Kommentar reagiert oder wir in einem Kommentar oder anderen BeReals markiert werden. *BeReal* wirbt für die Freisetzung von ständiger Verfügbarkeit, nur um die Nutzer*innen erst recht hörig und verfügbar zu machen. Dass die App sich als Befürworterin eines sensiblen Mediengebrauchs und einer Reduktion der Screen Time ausgibt, eröffnet im Lichte dieser Betrachtungen die Analogie zum Wolf im Schafspelz.

6.1.2 Authentizität und Digitalität

Ein weiterer Mechanismus der App ist es, den mit Technik interagierenden Menschen als authentisch zu porträtieren. Hier lassen sich zwei essenzielle Richtungen von *BeReals* Wirken herausarbeiten: Virtualität wird innerhalb der App als etwas dargestellt, das durchaus real oder zumindest unabdingbarer Teil der Realität ist. Die Applikation selbst trägt in ihrem Namen das Wort „real“, obwohl sie keinen greifbaren Teil der Realität darstellt. Der Mensch wird also nur durch seine virtuelle Übersetzung authentisch, es bedarf dieses Zusammenspiels von virtuellem und nicht-virtuellem Raum, um „echte“ Authentizität zu erreichen und sich „echt“ und „real“ nennen zu können.

Ähnlich verhält es sich beim Zusammenspiel zwischen Mensch und Technik; die Authentizität des Menschen allein reicht nicht aus, sie muss ins Digitale, ins Technische übersetzt werden. Ähnlich wie bei Latour (1998) sind nicht die beiden Grundelemente Mensch und Technik die Ausgangspunkte, sondern das durch die Übersetzung vom einen ins andere entstehende Mischwesen, ein „Hybridakteur“ (S. 35), der in der Lage ist, Handlungen auszuführen, die Mensch oder Technik allein nie hätten ausführen können. Für *BeReal* lautet diese „Handlung“: authentisch sein und diese Authentizität nach außen tragen.

6.1.3 BeReals Authentizitäts-Kompromisse

Durch jeden Beitrag teilt die postende Person einen Teil ihres Alltags, und damit ihrer Identität, mit einem Online-Publikum, das, wie der oder dem Beitragenden bewusst ist, den Beitrag und dessen Inhalte einschätzen und evaluieren wird. Auch wenn die Art des Postings sowie die Art der Evaluation publikumsabhängig und in gewisser Weise auch appabhängig ist, bleibt das

Posting an sich ein von Grund auf öffentliches Auftreten (Hummel O'Donnell, 2018). Diese Praxis innerhalb von Social-Media wird deshalb meist als Inszenierung betrachtet, wobei sich insbesondere auf die Dramaturgie von Erving Goffman (1959) gestützt wird. Auf soziale Medien angewandt kann mit Hilfe von Goffmans – eigentlich prä-digitaler – Theorie betrachtet werden, wie Online-Postings eine Vorderbühne sein können, im Sinne von Handlungen, die für das Publikum sichtbar und in Abhängigkeit von Publikumsnormen konstruiert sind (van der Nagel, 2018). Trotz Forderung nach Authentizität, in diesem Kontext gemeint als das Ausbleiben von Filtern und Kurationszeit, bleiben die grundsätzlichen Gesetzmäßigkeiten von Goffman (1959) aufrecht: Menschen haben das Bedürfnis, sich anderen von ihrer besten Seite zu zeigen. Ob etwa durch aktive Anwendung von Filtern oder auf subtilere Weise, wie bei der Anwendung von *BeReal*, beispielsweise durch Posieren oder das Einfangen bestimmter Situationen oder Gesichtszüge. Goffman (1959) nennt das „impression management“ (p. 132): Individuen werden sich in ihrer Darstellung immer an einer gesellschaftlichen Erwartung an Identität orientieren.

Die Darstellung eines authentischen Selbst findet also immer im Spannungsfeld mit sozialer Akzeptanz statt. Das führt dazu, dass *BeReal* in diesem Spannungsfeld zwischen Authentizität und sozialer Interaktion einige Kompromisse eingehen muss: Das BeReal kann nicht nur einmal aufgenommen, sondern die Aufnahme unbeschränkt oft wiederholt werden. Ist man unzufrieden mit der eigenen Darstellung, kann das BeReal gelöscht und anschließend neu aufgenommen werden. Auch wenn ein außerhalb der vorgegebenen zwei Minuten gepostetes BeReal „Late BeReal“ genannt wird, die Anzahl der Wiederholungen ersichtlich sind und es für das Löschen eines BeReals der Angabe eines Grundes Bedarf, untergräbt *BeReal* in all diesen Funktionen seine eigene Vorstellung von Authentizität als Kompromiss mit den Bedürfnissen seiner Nutzer*innen hinsichtlich öffentlicher Darstellungen.

Diese Kompromissposition zwischen einem Gegenentwurf zu Social-Media einerseits und dem trotzdem genügenden Erfüllen von herkömmlichen „Social-Media-Bedürfnissen“ andererseits zeigt sich in internen Widersprüchlichkeiten im App-Design. Auf der einen Seite werden die Nutzer*innen dazu ermutigt, ihre Authentizität durch das tägliche Hochladen eines Fotos zu betonen, mit dem Ziel, eine möglichst unverfälschte Selbstdarstellung zu fördern. Auf der anderen Seite gestattet die App den Nutzer*innen, dieses Foto mehrfach aufzunehmen, wobei sie diese Wiederholungen identifiziert und die Häufigkeit der Wiederholungen angezeigt wird.

Es ist wichtig anzumerken, dass die Wiederholungen nicht unmittelbar von *BeReal* sanktioniert werden; stattdessen werden sie lediglich sichtbar gemacht. Infolgedessen obliegt es der Community selbst zu entscheiden, wie sie auf solche Wiederholungen reagieren möchte.

6.2 Gleichzeitigkeit

Im digitalen Zeitalter ist es nicht mehr zwingend erforderlich, zur gleichen Zeit miteinander zu interagieren. Social-Media ermöglicht es uns, unabhängig von zeitlicher Übereinstimmung zu kommunizieren oder unseren Alltag miteinander zu teilen. Das kann einerseits das Gefühl vermitteln, gut vernetzt zu sein, am Leben anderer teilzuhaben und eine wichtige Rolle darin zu spielen. Andererseits hat das auch zur Folge, dass miteinander geteilte Social-Media-Inhalte – seien es Nachrichten, Bilder oder anderer Content – separat voneinander erstellt, gesendet und empfangen werden, und so gibt es eine Zeitspanne zwischen dem Senden und dem Empfangen von Informationen. Diese Zeitspanne ermöglicht es der oder dem Einzelnen, die gesendeten Informationen sorgfältig zu kuratieren, um die gewünschte Wirkung zu erzielen, was es den Nutzer*innen einfach macht, eine bestimmte Selbstdarstellung und Außenwirkung aufrechtzuerhalten und sich selbst oder erlebte Situationen besonders vorteilhaft darzustellen (Ditchfield, 2020). Die dadurch vorherrschende Darstellung besonders aufregender oder lustiger Ereignisse auf diversen Social-Media-Plattformen kann leicht das Gefühl hervorrufen, bedeutende oder besondere Ereignisse verpasst zu haben, da wir kontinuierlich über Situationen informiert werden, an denen wir selbst nicht teilgenommen haben (Beyens et al., 2016). Darüber hinaus wird es zunehmend vor allem jungen Menschen zum Verhängnis, mit einer solchen Fülle an möglichen Ereignissen konfrontiert zu sein, dass sie unmöglich das ganze Angebot annehmen können und dazu gezwungen sind, an einigen Ereignissen nicht teilzunehmen, was großes Unwohlsein auslösen kann (Tandon et al., 2021). Dieses Phänomen, inzwischen meist als „fear of missing out“ – kurz: FoMO – bezeichnet, ist für viele vor allem junge Menschen ein bekanntes Gefühl im Alltag und kann unter anderem Auslöser für Angst, Schlafstörungen, Konzentrationsschwäche und Abhängigkeit von sozialen Medien sein (Alutaybi et al., 2020).

BeReal lässt sich in dieser digitalen Welt, die von Ungleichzeitigkeiten geprägt ist, als ein Versuch verstehen, die verlorengegangene zeitliche Synchronisation von sozialen Gruppen und deren gemeinsamen affektiven Rhythmus wiederherzustellen. Die Applikation schafft in einer Welt der Ungleichzeitigkeit und verpassten Momenten einen kurzen gemeinsamen

Zeitraum von zwei Minuten, in dem wir uns in Echtzeit miteinander verbinden können. Zwar erleben wir nicht das Gleiche, aber wir erleben und teilen das Erlebte zum gleichen Zeitpunkt – zumindest, wenn alle ihr BeReal innerhalb der zwei vorgegebenen Minuten aufnehmen. Die zeitliche Synchronisation von sozialen Gruppen und das gemeinsame zeitliche Erleben ist etwas, das immer mehr abhanden kommt im digitalen (sozialen) Raum (Ditchfield, 2020). *BeReal* versucht, diese Lücke zu schließen.

Geteilte Zeitlichkeit stellt ein entscheidendes Merkmal sozialer Gruppen dar, da sie ein Gefühl der Gemeinsamkeit und Zugehörigkeit fördert (Mühlmann, 2011, S. 49f.). In der Ära der Digitalisierung, in der wir uns befinden, empfinden wir die als zeitgleich erlebte Präsenz anderer als besonders wertvoll. Die Möglichkeit, synchron an den Lebensereignissen unserer Freund*innen teilnehmen zu können, kann den Nutzer*innen von *BeReal* ein Gefühl der Teilhabe und Gruppenzugehörigkeit ermöglichen. Und obwohl der Moment nicht gemeinsam und auch nicht zwangsläufig gleichzeitig erlebt wird, da es möglich ist, ein Late BeReal zu posten, suggeriert das Posting zu einem für alle vereinheitlichten Zeitpunkt Nähe und ein Gefühl des gemeinsamen „Dabei-Seins“ (Meister & Slunecko, 2023, S. 249).

Bezüglich der Late BeReals sei noch angemerkt, dass *BeReal* zwar suggeriert, alle BeReals müssten innerhalb eines zweiminütigen Zeitfensters aufgenommen werden. Aber auch hier muss *BeReal* wieder Kompromisse eingehen, denn BeReals können tatsächlich auch später aufgenommen werden, nur wird die Verspätung dann eben angezeigt, ähnlich wie die Anzahl der Retakes. Ob oder ab wann diese Verspätung als negativ wahrgenommen wird, ist dann wieder, wie bei der Anzahl der Retakes auch, eine reine Frage der freundschaftlichen Mikrokultur und hängt vom ganz persönlichen Umkreis ab.

6.3 Beziehungsqualität: Steigerungs-qua-Vernetzungs-Imperativ

BeReal antwortet auf den Druck, den viele im digitalen Raum erleben, immer mehr Freund*innen suchen und finden zu müssen und sich immer weiter zu vernetzen, indem die App verspricht, dass Nutzer*innen ihre Inhalte nur im Kreise ihrer „echten“ Freund*innen teilen. Doch *BeReal* scheint sich in einem Konflikt mit der eigenen Vision zu befinden, wenn es um die Herstellung und die Qualität von Beziehungen zwischen den Anwender*innen der App geht. Einerseits bewirbt *BeReal* die eigene Dienstleistung als authentischen Weg, mit den „echten“ Freund*innen in Kontakt zu treten („Your friends in real“). Zwar ist der „Add“-Button, der mir auf jedem Profil einer noch nicht mit mir befreundeten Person direkt ins Auge springt,

weiß hervorgehoben und in der Mitte des Bildschirms platziert, sodass ich mich dazu eingeladen fühle, der Person eine Freundschaftsanfrage zu schicken. Allerdings findet sich darunter auch immer eine Frage, die diesen ersten Impuls relativiert: „Do you really know this person?“, lesen wir hier beispielsweise. Auch über erhaltenen Freundschaftsanfragen gibt *BeReal* zu bedenken: „Are you sure you know them well?“

Andererseits übt *BeReal* subtil Druck aus und lädt immer wieder dazu ein, den Freund*innenkreis zu erweitern und möglichst regelmäßig möglichst viel mit den Freund*innen zu interagieren. Dieser Imperativ nach mehr Vernetzung präsentiert sich meist indirekt und zieht sich durch die ganze Verwendung der App. Wurde noch keine Bildbeschreibung hinzugefügt, schlägt die App prompt vor, Freund*innen in der Beschreibung zu erwähnen; gibt es noch keine Reaktionen in Form von RealMojis oder Kommentaren, wird darauf aufmerksam gemacht, dass es hier „very quiet“ sei und man doch reagieren solle oder Freund*innen hinzufügen könne, damit mehr passiert. Außerdem kommt es zu einer Zählung der Reaktionen auf ein BeReal: der Nutzer*in selbst und anderen Personen wird aufgezeigt, ob es „nur“ eine Reaktion oder eben „+3“ (also drei oder mehr Reaktionen) auf ein BeReal gibt. Ebenso wird beispielsweise aufgezeigt, wie viele Wochen und Monate man mit einer Person auf *BeReal* befreundet ist. Eine Zählung impliziert in sich selbst schon den Steigerungsgedanken. *BeReal* zeigt damit auf, wie Realität in der zwischenmenschlichen digitalen Beziehung aussehen soll: Zwar sind nur „echte“ Freund*innenschaften von Bedeutung, nichtsdestotrotz geht es darum, mehr Freund*innen hinzuzufügen, um mehr BeReals zu sehen und mehr Reaktionen auf BeReals zu bekommen – mehr, mehr, mehr. Denn was bringt es schon, authentisch zu sein, wenn nicht möglichst viele Menschen das auch mitbekommen?

6.4 Rekuperation am Beispiel von *BeReal*

Der französische Begriff „récupération“ – im Englischen „recuperation“, im Deutschen „Rekuperation“ – beschreibt im Zusammenhang mit dem kapitalistischen System einen Vorgang, der den Kapitalismus maßgeblich kennzeichnet. Das Konzept stammt ursprünglich von der Situationistischen Internationalen, einer radikalen, marxistisch inspirierten avantgardistischen Bewegung, die in den 1950er Jahren von einer Gruppe europäischer Künstler*innen und Intellektueller gegründet wurde. Einer der zentralen Theoretiker war Guy Debord (1967), der die Mechanismen des Kapitalismus und die Art und Weise, wie das

kapitalistische System revolutionäre Ideen absorbiert und neutralisiert, ausführlich behandelte. Die Idee der Rekuperation beschreibt, wie das kapitalistische System in der Lage ist, subversive oder kritische Elemente aufzugreifen, zu transformieren und schließlich zu kommerzialisieren, sodass sie dem System nicht mehr schaden, sondern es sogar stärken. Subkulturelle Bewegungen, Kritik an der Konsumgesellschaft oder politische Proteste können so vom Kapitalismus vereinnahmt, „neu verpackt“ und als Produkte oder Trends verkauft werden, ohne dass die ursprüngliche Kritik bestehen bleibt. Rekuperation beschreibt also die Assimilation von Gegenkultur oder Widerstand durch das System, gegen das sich diese ursprünglich gerichtet hat. Spätere Theoretiker im Bereich der Kulturkritik, wie etwa Mark Fisher (2009) mit seiner Theorie des Kapitalistischen Realismus, haben diese Idee weiterentwickelt, indem sie zeigten, wie der Kapitalismus nicht nur materielle Güter, sondern auch Ideologien und kulturelle Opposition integriert und verwertet, was vor allem in den Zeiten des digitalen Kapitalismus eine immer größere Rolle spielt (Zuboff, 2019).

Am Beispiel der App *BeReal* wird der Prozess der Rekuperation allzu deutlich: Auf den ersten Blick entsteht der Eindruck, dass *BeReal* einen Impuls gegen die Ansprüche auf ständige Verfügbarkeit, unermüdliche Selbstinszenierung und einen Überfluss an virtuellen parasozialen Interaktionen liefert, die den heutigen sozialen Medien innewohnen. Auf den zweiten Blick zeigen sich aber Eingeständnisse an genau dieses Social-Media-Ökosystem, in dem *BeReal* letztendlich überleben muss, um überhaupt für Nutzer*innen interessant zu bleiben. *BeReal* schafft es in vielerlei Weise, sich zunächst gegensätzlich wirkende gesellschaftliche Strömungen oder Phänomene anzueignen und in sich zu vereinen; ein wesentliches Merkmal des kapitalistischen Systems (siehe bspw. Zuboff, 2019, S. 85f.), in dem *BeReal* nun mal agiert. So gibt uns die Applikation das Versprechen von weniger Screen Time, nur um uns minutengenau verfügbar zu machen und ans Smartphone zu fesseln; Selbstinszenierung wird abgelehnt, aber trotzdem können wir posten, wann wir wollen oder unsere aufgenommenen BeReals löschen; teilen sollen wir unseren Content nur mit unseren „echten“ Freund*innen, aber werden dazu gedrängt, davon möglichst viele zu haben.

Der „Echtheit“, die uns *BeReal* vorgibt zu bieten, sind also letzten Endes Grenzen gesetzt, die die App in ihrer Kommunikation mit uns nie explizit anerkennt. Und die Sehnsucht nach Authentizität und nach einem unverstellten, filterlosen digitalen Alltag, auf die *BeReal* zu antworten versucht, kann nur innerhalb der Regeln schon eingespielter neoliberaler und kapitalistischer Logiken beantwortet werden.

7 Einbettung ins Makrodispositiv

In diesem Kapitel versuche ich, meine Forschungsergebnisse bezüglich der App *BeReal*, die ich als Mikro-Dispositiv begreife, in einen größeren Kontext, das Makro-Dispositiv, einzuordnen. Konkret soll es hier um Authentizität im digitalen Raum gehen und darum, nachzuvollziehen, was es bedeutet, online als authentisch zu gelten und wie Individuen mit und durch soziale Medien ein authentisches Selbstverständnis entwickeln können. Wie ich im Kommenden ausführen werde, verstehe ich Authentizität im medialen Raum dabei als ein hegemoniales Manöver, das an ein bereits vorhandenes Ethos anknüpft. Denn das authentische Selbstverständnis, das bei der medialen Praxis mit *BeReal* und generell mit Social-Media angestrebt wird, wird ermöglicht durch vielschichtige, bedeutungsstiftende Raster, die das gegenwärtige Denken strukturieren und auf einer Vielzahl historischer Bedingungen und normativer Setzungen basieren (Buschmann, 2022).

7.1 Authentizität im digitalen Raum

Authentizität stellt ein zentrales und bedeutungsvolles Ideal unserer Zeit dar, das eng mit der modernen Vorstellung von Selbstverwirklichung verknüpft ist. Wer als authentisch gilt, vermittelt die Idee, in Harmonie mit sich selbst zu stehen, sein Zentrum gefunden zu haben und eine feste innere Verankerung zu besitzen. In westlich-neoliberalen Gesellschaften gilt es darum, sich möglichst in Übereinstimmung mit dem eigenen Empfinden nach außen darzustellen und zu präsentieren (Buschmann, 2022). Authentizität wird als „normativer Maßstab für das Selbst- und Weltverhältnis des Individuums“ (Buschmann, 2022, S. 459) vorausgesetzt und strukturiert mit ihrer spezifischen Genealogie und den damit verbundenen machtvollen Implikationen auch die Ausrichtung der Praktiken im medialen Raum. Auf Social-Media ist Authentizität längst zu einem der wichtigsten Kriterien geworden, wenn es um die Beurteilung digitaler Selbstdarstellung geht (Cunningham & Craig, 2019; Marwick, 2016). Dabei erscheint Authentizität als eine scheinbar erreichbare Ressource, die sich durch die „Verbindung zu sich selbst“ aktivieren ließe. Um diese Verbindung herzustellen und zu verbessern, gibt es immer mehr Hilfsmittel, von Apps wie *BeReal* über Online-Ratgeber (LaRue, 2018; Beohm, 2017) bis hin zu Büchern, die den Weg zu mehr Authentizität versprechen (Joseph, 2017; Thacker, 2016). Hier zeigt sich die Kommodifizierung im Neoliberalismus als normatives Ideal gesetzten Emotionen. Die Soziologin Eva Illouz (2018) spricht in diesem Zusammenhang von „Emodities“ (ein Mischwort aus den englischen

Begriffen „emotions“ und „commodities“) – Authentizität wird zur Ware und Verkaufsstrategie. Wenn man betrachtet, wie unterschiedlich Firmen oder Marken Authentizität nutzen, um ihre Produkte zu vertreiben, wird die Ambivalenz des Begriffs besonders deutlich. Ob im Zusammenhang mit Kreativität, Sexualität, Feminismus oder Politik – der Neoliberalismus versteht es, Authentizität als Verkaufsstrategie einzusetzen oder als Produkt zu vermarkten (Banet-Weiser, 2012; Illouz, 2018).

So ist auch am Beispiel der App *BeReal* erkennbar: Die App stellt sich selbst als zentrales Hilfsmittel im digitalen Raum dar, um tatsächlich authentisch sein zu können. Authentizität wird zu einem erreichbaren Ziel und zu einem erstrebenswerten Ideal, das den Ansprüchen heutiger Selbstverwirklichungsnormen entspricht. Sich als „echt“ darzustellen und ein „unverfälschtes“ Selbst zu präsentieren, wird als moralischer Wert und als Ideal digitaler Selbstkonstruktion propagiert. So wird Authentizität nicht nur erstrebt, sondern erscheint als Maß für die soziale Akzeptanz und Validität des eigenen digitalen Seins. Doch wie wird es möglich gemacht, Authentizität im digitalen Raum herzustellen? Wo und wie schafft Social-Media den Möglichkeitsraum für eine Subjektivierung zu einem authentischen Selbstverständnis?

Am Beispiel *BeReal* wird deutlich, wie das funktionieren kann. Einerseits antwortet die App produktiv und strategisch auf eine scheinbar bestehende Problemlage. Diese Problemlage wird dargestellt als die Scheinhaftigkeit der heutigen digitalen Medienkultur, die kritisiert und problematisiert wird. Problematisierung verstehe ich hier im Sinne Foucaults (2016): „Problematisierung bedeutet nicht die Darstellung eines zuvor existierenden Objekts, genauso wenig aber auch die Erschaffung eines nicht-existierenden Objekts durch den Diskurs. Die Gesamtheit der diskursiven oder nicht-diskursiven Praktiken lässt etwas in das Spiel des Wahren und des Falschen eintreten und konstituiert es als Objekt für das Denken“ (S. 228). Andererseits fordert die App: „Be real“! Die Nutzer*innen werden ständig dazu angeregt, ihr vermeintlich „echtes“ Selbst hervortreten zu lassen und zu zeigen. Ich verstehe den Imperativ *BeReals* hier als eine Adressierung des Subjekts und als eine Anrufung (Biebricher, 2018, S. 171). Durch dieses Zusammenspiel aus Problematisierung und Anrufung gelingt es *BeReal*, einen Raum zu schaffen, in dem eine authentische Selbstdarstellung möglich erscheint.

Ich gehe daher davon aus, dass *BeReal* und auch andere Praktiken innerhalb von Social-Media, die auf Authentizität ausgerichtet sind, nicht einfach nur authentische Subjekte ansprechen, sondern ein authentisches Subjekt erst in der Anrufung durch Social-Media und in der

Interaktion mit sozialen Medien entsteht. Die Idee von Authentizität und die Vorstellung eines „wahren Selbst“ dienen als Mittel, um Subjektivierungsmechanismen zu schaffen, die letztlich zu einer verstärkten Unterwerfung des Individuums führen.

7.2 Das authentische Selbstverständnis im Geständnis

Die Kernfunktion von *BeReal* stellt das Posten eines BeReals dar. Der Fokus auf diese Funktion und damit die Fokussierung auf das Sich-selbst-Zeigen und -Präsentieren ist so stark, dass die ordnungsgemäße Nutzung der App ohne das Posten eines BeReals unmöglich wird. Während auch bei anderen Plattformen wie *Instagram* oder *TikTok* das Erstellen von Inhalten im Vordergrund steht, unterscheidet sich *BeReal* insofern, dass es bei diesen anderen Plattformen nicht zwingend erforderlich ist, Inhalte zu produzieren und zu posten, um die Inhalte von anderen konsumieren zu können.

In gewisser Weise lassen sich die innerhalb von Social-Media auftauchenden Praktiken der Erstellung und Veröffentlichung von Inhalten mit Foucaults (2019) Gedanken zum Geständnis in Verbindung bringen. Besonders das innerhalb von *BeReal* auftauchende Anfertigen und Teilen von BeReals, die „echt“, „unverstellt“ und „authentisch“ die Umgebung und das eigene Gesicht zeigen sollen, verstehe ich als eine bildliche bzw. visuelle Form des Geständnisses. Foucault (2019) bezeichnet das Geständnis als „Akt, mit dem das Subjekt eine Behauptung über sein Selbstsein aufstellt, sich an diese als eine Wahrheit bindet, sich in ein Abhängigkeitsverhältnis [...] begibt, und zugleich dadurch das Verhältnis zu sich selbst verändert“ (S. 452). Die Soziologin Hannelore Bublitz (2014) greift dieses Konzept auf, überträgt es auf Social-Media und entwirft ein Bild von sozialen Medien als Beichtstuhl: „Im Beichtstuhl der Medien [...] konstituiert sich ein – sich bekennendes, sich sprachlich und visuell präsentierendes – Subjekt, das sich in seiner öffentlichen Artikulation [...] und [...] im Spektrum von Konventionen, sozialen Codes und Normen erst bildet und formt“ (Bublitz, 2014, S. 13). Mit diesen „medial inszenierten Bekenntnisritualen und Geständnispraktiken“ (Bublitz, 2014, S. 10) als Mittel kann sich das Individuum entwerfen und als Subjekt formen.

Die Nutzer*innen begründen in der Interaktion mit und innerhalb von *BeReal* ein spezifisches Selbstverständnis, das sich am Imperativ der App ausrichtet. Die Nutzer*innen gestehen (potenziell mehrmals) täglich im medialen Raum und verweisen auf eine Authentizität oder eine „Wahrheit“, die vermeintlich im Subjekt, in ihnen selbst, liegt (Burchardt, 2020). Tatsächlich wird diese Wahrheit aber erst Teil des Subjekts, wenn diese als Teil ihrer Selbst in

der medialen Öffentlichkeit zur Schau gestellt wird (Bublitz, 2014, S. 13f.). Das mediale Mikro-Dispositiv, als das ich *BeReal* verstehe, fordert eine authentische Selbstbezüglichkeit, die sich erst in und mit den geposteten Inhalten konstituiert. Dabei ermöglicht erst das mediale Dispositiv die Hervorbringung dieses Selbstverhältnisses.

Hier ist deutlich sichtbar, wie maßgeblich der Einfluss von Medien darauf ist, wie wir uns mit uns selbst ins Verhältnis setzen (Seier, 2019; Przyborski & Slunecko, 2022). Mit der medialen Praxis wird ein Raum geschaffen, in dem Individuen durch Impulse zur Selbstoffenbarung und gezielte Anrufungen der Medien dazu angehalten werden, eine authentische Selbstbezogenheit zu entwickeln. Diese Selbstoffenbarung geschieht in Form eines Geständnisses – innerhalb von *BeReal* kann man sogar von einem Geständniszwang sprechen. Die Individuen agieren dabei in einem komplexen Geflecht aus Anreizen, sozialen Erwartungen und kulturellen Vorstellungen, durch das sie sich als „authentische“ Version ihrer Selbst präsentieren sollen. Sie bewegen sich am gouvernementalen Schnittpunkt zwischen Selbst- und Fremdführung (Foucault, 2016), in einem Feld, das sowohl von äußeren Anforderungen an ihre Authentizität geprägt ist als auch von eigenen Vorstellungen, wie sie von anderen wahrgenommen werden möchten. Dieser Prozess verdeutlicht die Regierungswirkung des medialen Dispositivs im Sinne Foucaults (2016): Die medialen Strukturen setzen Praktiken der Selbstoffenbarung nicht nur voraus, sondern rufen sie gezielt hervor und machen sie zu einem wichtigen Bestandteil des Selbstbilds. Das Mediendispositiv tritt, indem es solche Selbstoffenbarungen spezifisch und strategisch nutzt, als eine aktive, wirksame Kraft auf, die den Möglichkeitsraum für Authentizität schafft. Nur durch den Akt des Geständnisses und die Inszenierung authentischer Momente werden die Individuen also zu dem, was sie als „authentisch“ wahrnehmen. Individuen sind also nie einfach so „authentisch“ oder „sie selbst“, sondern werden es hier mit, in und durch Medien. Das Authentische ist dementsprechend nicht dort, wo es keine Medien, keine Filter und keine gezielte Inszenierung gibt, wie es *BeReal* darstellt – vielmehr ist es selbst ein medialer Effekt.

7.3 Verfügbarkeit im Namen der Authentizität

Im Folgenden werde ich versuchen zu zeigen, welche gouvernementalen Praktiken und Bedingungen an Authentizität im digitalen Raum geknüpft sind. Authentizitätsdiskurse und -imperative sowie die Vorstellung des „wahren Selbst“ sind als neoliberaler Strategie zu verstehen und fungieren als Werkzeuge, um Subjektivierungsmechanismen zu etablieren, die

letztlich zu verstärkter Verfügbarkeit, Kontrolle, Überwachung und Konformität der Individuen beitragen.

Wie schon im Kapitel zur Einordnung in den gesellschaftlichen Notstand beschrieben, erzeugt *BeReal* durch die „Time to BeReal“-Benachrichtigung als spontane Aufforderung zum Posten und die strikte Zeitbegrenzung zur Beitragserstellung eine Verfügbarkeit der Nutzer*innen, die über den tatsächlichen Gebrauch der App hinausgeht. *BeReal* schafft eine Bereitschaft, jederzeit auf das Signal der App zu reagieren. Der charakteristische Benachrichtigungston sensibilisiert die Nutzer*innen und führt dazu, dass das Handy stets in Reichweite bleibt, sodass sie einen vermeintlich authentischen Moment stets innerhalb der geforderten zwei Minuten präsentieren können. Dieses System verlangt eine konstante Wachsamkeit, denn die Aufforderung kann jederzeit eintreffen und verlangt dann unmittelbare Verfügbarkeit.

Überspitzt formuliert zwingt das Konzept von *BeReal* seine Nutzer*innen dazu, ihren gesamten Tag nach dem von der App vorgegebenen Ideal von Authentizität zu gestalten, da der Zeitpunkt der „Time to BeReal“-Benachrichtigung unvorhersehbar ist und jeder beliebige Moment des Alltags plötzlich öffentlich geteilt werden könnte. Das bedeutet, jeder Moment muss einerseits einzigartig und besonders sein, da er danach in den Memories abgespeichert wird, was impliziert, dass der Moment in irgendeiner Form erinnerungswürdig sein sollte. Andererseits sollte der geteilte Moment auch spannend, lustig oder sonst in irgendeiner Form positiv sein, was impliziert wird durch die fehlende Möglichkeit an negativen Reaktionen auf ein BeReal in Form von RealMojis. Wer Inhalte postet, die diesem Idealbild nicht gerecht werden, riskiert, in die missliche Lage zu geraten, vom eigenen Freund*innenkreis kritisch beäugt und verurteilt zu werden. So entsteht eine subtile Erwartung, die auf der einen Seite Authentizität verspricht, auf der anderen jedoch eine Art unausgesprochenen Verhaltenskodex auferlegt. Wer sich nicht dem Authentizitätsparadigma beugt, läuft Gefahr, nicht nur das Ideal von *BeReal* zu verfehlen, sondern auch die stillen Maßstäbe der eigenen Community. Daher ist es gefragt, den eigenen Alltag stets so zu gestalten, dass man für die Möglichkeit bereit ist, jeden zufälligen Moment zu teilen, also ständig für die „Time to BeReal“-Benachrichtigung bereit zu sein. Jeder Moment muss für die App verfügbar sein, jeder Moment muss konform des Authentizitätsideals von *BeReal* gelebt werden und präsentabel sein.

7.4 Überwachung im Namen der Authentizität

Wer auf Social-Media postet, macht sich für andere sichtbar und beobachtbar. Vor allem jüngere Nutzer*innen sozialer Medien sind sich der Möglichkeit der allgegenwärtigen Beobachtung durch andere allzu bewusst (Duffy & Chan, 2019). Für Poster*innen auf Social-Media ist es deshalb zentral, sorgfältig abzuwägen, wie sie sich präsentieren, um den Erwartungen ihres Publikums gerecht zu werden (Marwick, 2016). Inhalte werden nach bestimmten Vorstellungen kuratiert, um mit dem Posting die gewünschte Wirkung zu erzielen. Dabei kontrollieren die Nutzer*innen nicht nur selbst, wie sie auftreten, sondern müssen auch das Urteil derer, die ihre Inhalte konsumieren, in Betracht ziehen. Duffy und Chan (2019) sprechen hier von einer Form der Selbstüberwachung, die es so vor dem digitalen Zeitalter noch nicht gab. Diese zunehmende Selbstüberwachung ist ein Markenzeichen der neoliberalen digitalen Kultur und wird stark befeuert von der Überwachung durch Freund*innen, Familie, Bekannte oder auch Fremde, deren Urteil über das eigene Auftreten vor allem bei jungen Menschen schwer wiegt (Lange, 2019).

Es ist nicht neu, dass Social-Media-Plattformen oder -Apps als Überwachungsinstrumente fungieren (Albrechtslund, 2008; Humphreys, 2011), aber am Beispiel *BeReal* ist zu beobachten, wie Authentizität zum Gegenstand der Selbst- und Fremdüberwachung gemacht wird und so Authentizität und Überwachung auf neuartige Weise miteinander verwoben werden. So funktioniert *BeReal* ähnlich dem Konzept der „lateralen Überwachung“ des Medienwissenschaftlers Mark Andrejevic (2005). Damit meint er „not the top-down monitoring of employees by employers [or] citizens by the state, but rather the peer-to-peer surveillance of spouses, friends, and relatives“ (Andrejevic, 2005, p. 481). Plattformen überwachen ihre Nutzer*innen in Form von über sie gesammelte Daten, die interpretiert und mit Hilfe derer Verhaltens- oder Konsumvorhersagen gemacht werden können (Zuboff, 2019). Die laterale Überwachung bedeutet, dass man zusätzlich durch das eigene freundschaftliche oder familiäre Netzwerk in Bezug auf soziale oder kulturelle Aktivitäten überwacht wird. Wie Andrejevic (2005) feststellt, ist eine solche Überwachung sehr intransparent; Freunde, Familie und Bekannte fungieren als „Big Brother“, als unsichtbare und allgegenwärtige Beobachter*innen.

Foucault (1994) bezeichnet diese Art der Überwachung als Panoptismus, der für ihn eines der obersten Ordnungsprinzipien für moderne Gesellschaften darstellt. Panoptismus (abgeleitet vom griechischen „panoptes“, übersetbar als „das alles Sehende“) ist ein von Foucault

eingeführter Begriff, der die Überwachungs- und Kontrollmechanismen in westlich-liberalen Gesellschaften beschreibt. Diese Mechanismen führen zu einer sozialen Konformität der Individuen, da sie sich ständig der Möglichkeit der Beobachtung bewusst sind und ihr Verhalten entsprechend anpassen. Der Begriff ist angelehnt an den architektonischen Entwurf eines „perfekten“ Gefängnisses des Sozialtheoretikers Jeremy Bentham aus dem Jahr 1791, das „Panoptikum“ (engl.: „panopticon“), in dem eine einzelne Aufsichtsperson die Insassen jederzeit beobachten kann, ohne dass diese wissen, ob sie gerade beobachtet werden oder nicht (Bentham et al., 2013).

Die Struktur von *BeReal* – wie auch die vieler anderer sozialer Medien – bildet hierbei ein externes System der Überwachung, das an das Panoptikum erinnert. Während das Panoptikum auf die Struktur der Überwachung und des Sichtbarmachens verweist, bezieht sich der Panoptismus auf die sozialen Praktiken, die durch diese Strukturen und die damit einhergehende potenziell allgegenwärtige Sichtbarkeit und laterale Überwachung entstehen (Foucault, 1994). *BeReal* verstärkt diesen Panoptismus zusätzlich durch das gleichzeitige Auslösen von Front- und Rückkamera, da die Nutzer*innen so praktisch dazu gezwungen werden, nicht nur sich selbst zu zeigen, sondern zusätzlich auch ihre Umgebung offenzulegen. Außerdem besteht die Bedingung, dass nur diejenigen auf Inhalte zugreifen können, die selbst ein Bild gepostet haben. So wird die App ohne eigenes Posting praktisch unbenutzbar, und alle Nutzenden sind aktiv in das System gegenseitiger Überwachung eingebunden. Bei *BeReal* ist der Panoptismus außerdem besonders ausgeprägt aufgrund der allgegenwärtigen Möglichkeit, zu jeder Zeit eine „Time to BeReal“-Benachrichtigung zu erhalten. Jeder Moment muss – unter dem Deckmantel der Authentizität – potenziell verfügbar sein, damit man auch wirklich zeigen kann, wie „authentisch“ man ist. Zusätzlich dazu werden die Nutzer*innen von *BeReal* immer wieder subtil dazu angeregt, sich mit neuen Freund*innen innerhalb der App zu vernetzen. So entsteht ein Netzwerk an Nutzer*innen, die sich alle gegenseitig kontrollieren und überwachen.

8 Manöverkritik und Ausblick

Im Folgenden möchte ich meine bisherigen Überlegungen in dieser Arbeit durch eine persönliche Stellungnahme selbstreflektierend abschließen. Zudem will ich erläutern, welche zusätzlichen Aspekte ich in dieser Arbeit noch hätte berücksichtigen können, wenn mir mehr

zeitliche Ressourcen zur Verfügung gestanden hätten. Darauf aufbauend weise ich auf mögliche Ansätze für zukünftige und weiterführende Forschungen hin.

Ein potenzieller Aspekt der Vorbefangenheit meinerseits liegt in der Tatsache begründet, dass ich *BeReal* bereits vor Beginn meiner Analyse der App, nämlich seit August 2022, regelmäßig verwendet habe. Aufgrund meiner Vorerfahrungen konnte ich nicht vollkommen unvoreingenommen in das App-Erlebnis eintauchen. *BeReal* weckte auch deswegen mein Interesse als Forschungsgegenstand, weil ich die App als nützlich und unterhaltsam empfand, was meine anfängliche Herangehensweise beeinflusst haben könnte. Allerdings erwies es sich beim gemeinsamen Sammeln und Begutachten des empirischen Materials und den Austausch darüber während der Erstellung der Seminararbeit (Leibetseder et al., 2023), die das Fundament dieser Masterarbeit bildet, als besonders wertvoll, dass alle Autor*innen unterschiedlich viel Erfahrung mit der App mitbrachten. Dies ermöglichte einen produktiven Austausch darüber, inwiefern das tatsächliche App-Erlebnis von den anfänglichen Erwartungen abwich.

Ein weiterer limitierender Aspekt meiner Arbeit bestand darin, dass die Methodik anfänglich Neuland für mich darstellte, durch das ich mir erst einmal einen Pfad bahnen musste. Da sowohl die Durchführung eines Walkthroughs als auch einer Dispositivanalyse für mich jeweils neue methodische Erfahrungen darstellten, kann ich rückblickend sagen, dass ich mit weit größerer Präzision und Effizienz hätte vorgehen können, wenn ich mir bereits im Vorfeld besser klargemacht hätte, wonach konkret ich suchen bzw. auf was ich mein Hauptaugenmerk richten will. Dies hätte den Analyseprozess deutlich erleichtert und optimiert. Insbesondere bei der Durchführung des Walkthroughs hätte ich meine persönlichen Gedanken sowie emotionalen Reaktionen stärker und gezielter in die Analyse einfließen lassen können. Dies hätte möglicherweise zu einer tiefergehenden und differenzierteren Interpretation und Analyse der App und ihrer Funktionen geführt.

Eine wesentliche Limitation meiner Analyse außerdem liegt darin, dass ich mein empirisches Material ausschließlich mit Hilfe der Walkthrough-Methode nach Light et al. (2018) untersucht habe. Hätte ich mehr Ressourcen für diese Masterarbeit gehabt, hätte ich neben dem Walkthrough durch die App das Material gerne noch weiter angereichert durch Interviews, Gruppendiskussionen oder Tagebuchstudien. Solche methodischen Ansätze können besonders hilfreich sein, um die Wechselwirkungen zwischen Apps und den sozialen Netzwerken der Anwender*innen zu verstehen und so neue Einsichten in die dynamischen

Beziehungen zwischen technologischen Plattformen und sozialen Praktiken zu gewinnen (Møller & Robards, 2019). Es wäre daher interessant, ergänzend die Frage zu stellen, wie sich die Nutzer*innen während der Navigation und Interaktion mit *BeReal* tatsächlich fühlen, insbesondere die Art und Weise, wie sie die durch die App implizierten Anrufungen an ein authentisches Selbst wahrnehmen und in ihr Erleben und ihre Identität integrieren. Gelingen könnte dies beispielsweise mit der „media go-along method“ von Jørgensen (2016), die Interviews und teilnehmende Beobachtung miteinander kombiniert, oder der „scroll back method“ von Robards und Lincoln (2017), bei der die Forschungsteilnehmer*innen durch ihre Social-Media-Timelines oder -Profile zurückscrollen und dabei erzählen und erklären, was sie sehen und welche Erinnerungen an vergangene Interaktionen dabei auftauchen.

Ein weiterer Aspekt diesbezüglich betrifft die Integration der Theorien Michel Foucaults in meinen Forschungsprozess. Zwar habe ich einige zentrale Foucaultsche Konzepte in meine Analyse einfließen lassen, dennoch hätte ich gerne eine noch intensivere Auseinandersetzung mit seinen Theorien vorgenommen, da mir das erlaubt hätte, seine Konzepte noch kohärenter und präziser in den Analyseprozess einzubinden. Insbesondere hätte ich mir gewünscht, Foucaults Ansätze in einem breiteren theoretischen Rahmen zu verorten und diese stärker mit ihm verwandten oder auf ihn aufbauenden Theorien verknüpfen zu können. So wäre es mir auch möglich gewesen, das Makrodispositiv, in das ich *BeReal* einbette, detaillierter zu beleuchten und einer umfassenderen Analyse zu unterziehen. Meine Analyse von *BeReal* verdeutlicht, dass digitale Authentizität eng mit anderen Faktoren wie Social-Media-Präsenz, Privatsphäre und Überwachung verflochten ist. Es erscheint mir wichtig, im Blick zu behalten, dass Veränderungen in einem dieser Bereiche Verschiebungen in den anderen Bereichen evozieren oder erforderlich machen. Das macht es notwendig, die komplexen Wechselwirkungen zwischen Authentizität, Überwachung und Privatsphäre in der Landschaft sozialer Medien im Blick zu behalten, um die tiefgreifenden Implikationen von Plattformen wie *BeReal* im digitalen Raum besser zu verstehen.

Ein weiterer limitierender Faktor dieser Arbeit liegt in der rasanten Entwicklung der App *BeReal*, der ich im Verlauf meiner Analyse nicht folgen konnte. Die Untersuchung der grundlegenden Funktionen und Features von *BeReal* nahm erheblich Zeit in Anspruch, sodass es mir nicht mehr möglich war, den beginnenden Prozess der „Enshittification“, wie ihn Cory Doctorow (2023) beschreibt, weiter zu verfolgen. Zwischen August 2022 und September 2024 – September 2024 stellt den Zeitpunkt der Verfassung dieser Reflexion dar – führte *BeReal*

zahlreiche neue Funktionen ein, die das App-Erlebnis maßgeblich beeinflussen. *BeReal* begann beispielsweise, in Kooperation mit „Brands“ zu arbeiten, die auf dem Startbildschirm prominent platziert werden und nicht zu umgehen sind. Zudem wurde die App im Juni 2024 an das französische Unternehmen *Voodoo*, das sich auf die Entwicklung verschiedenster Apps fokussiert, verkauft (Malik, 2024), was tiefgreifende Veränderungen zur Folge hatte. Seitdem ist es unter anderem möglich, bis zu sieben BeReals täglich zu posten oder private Chats mit Freund*innen zu beginnen. Außerdem wird nun in der App Werbung geschaltet – ein klarer Bruch mit den ursprünglichen Idealen der Gründer, die sich gegen kommerzielle Inhalte ausgesprochen hatten (Silberling, 2022). Eine weiterführende Analyse wäre notwendig, um die Auswirkungen dieser Entwicklungen auf das Nutzungserlebnis und die Wahrnehmung von Authentizität durch die Nutzer*innen besser zu verstehen. Es gilt zu untersuchen, wie sich die neuen kommerziellen und strukturellen Elemente der App auf das Authentizitätsversprechen von *BeReal* auswirken und ob diese Veränderungen das ursprüngliche Nutzungserlebnis verändern oder möglicherweise schlussendlich untergraben.

Auch ist zu beachten, dass der anfängliche Hype um *BeReal* mittlerweile abgeflaut ist: Die App verzeichnete ihre höchsten Nutzer*innenzahlen zwischen Juli und September 2022 (Perez, 2022) und hat seither mehr als die Hälfte ihrer aktiven Nutzer*innen eingebüßt (Shepherd, 2024). Das ist aber vielleicht auch normal in einer schnelllebigen, sich immer weiter beschleunigenden, „davonlaufenden Welt“ (Rosa, 2005, S. 250) wie der unseren. Wie Powers (2012) betont, kennzeichnet ein Hype um ein Phänomen immer eine gewisse Bedeutung, die dieses Phänomen innehaltet. So verdeutlicht der immense Erfolg von *BeReal*, wie relevant die innerhalb der App aufgegriffenen Ideale von Authentizität für eine breite Nutzer*innenschaft zu sein scheinen. Der Hype um *BeReal* fungiert somit als Indikator dafür, dass die Sehnsucht nach Authentizität im digitalen Raum ein zentrales Bedürfnis ist, das wohl auch über den Lebenszyklus dieser einen App hinaus fortbestehen wird. Zwar mag der Hype um *BeReal* mittlerweile etwas abgeflaut sein, aber das Authentizitätsparadigma, das durch die und mit der App aufgekommen ist und vermittelt wird, wird in sozialen Medien auf die eine oder andere Art weiter aufgegriffen und bearbeitet werden. Zukünftige Forschungen zu *BeReal* oder Authentizität im digitalen Raum könnten daher die sich wandelnden Werte und Diskurse rund um das Konzept Authentizität in den Blick nehmen und deren Auswirkungen auf die Wahrnehmung von und Interaktion mit verschiedenen Apps untersuchen. Diese Entwicklung gilt es weiterhin im Blick zu behalten und weiter zu analysieren, um zu verstehen, wie

Plattformen wie *BeReal* das Verständnis von Authentizität prägen und welche Rolle sie im weiteren Kontext der sozialen Medien spielen.

Ich will meine Arbeit mit dem Gedanken abschließen, dass ich die Auseinandersetzung mit der Frage nach Authentizität im digitalen Raum nicht nur theoretisch interessant, sondern auch hochrelevant für unser tägliches Leben finde. Sie berührt grundlegende Aspekte unserer Identität und Selbstwahrnehmung, unserer Beziehungen zu anderen und unserer Rolle in der Gesellschaft. Gerade die Plattform *BeReal* führt dies eindrücklich vor Augen: Hier fließen emotionale und persönliche Dimensionen wie Authentizität, das Spannungsfeld von (Selbst-)Überwachung und Privatsphäre, Freund*innenschaft und Selbstausdruck zusammen – und all dies im ständigen Wechselspiel mit digitaler Technologie. So ist *BeReal* eine von vielen Bühnen, auf der Technik und Mensch im ständigen Dialog stehen und sich gegenseitig prägen. Sich zu fragen, was es bedeutet, online authentisch zu sein, fordert uns gleichzeitig dazu auf, unsere Wahrnehmung von Wahrheit und Selbstausdruck neu zu verhandeln. Die digitale Welt eröffnet uns immer wieder neue Wege, uns auszudrücken, mit anderen in Interaktion zu treten und Verbindungen zu knüpfen – doch mit diesen neuen Wegen gehen auch ungeahnte Herausforderungen einher, die es weiterzuverfolgen gilt.

Literaturverzeichnis

- Albrechtslund, A. (2008). Online social networking as participatory surveillance. *First Monday*, 13(3). <https://doi.org/10.5210/fm.v13i3.2142>
- Alkemeyer, T., & Bröckling, U. (2018). Jenseits des Individuums. Zur Subjektivierung kollektiver Subjekte. Ein Forschungsprogramm. In T. Alkemeyer, U. Bröckling, & T. Peter (Hrsg.), *Jenseits der Person. Zur Subjektivierung von Kollektiven* (S. 17–31). Transcript.
- Althusser, L. (1977). *Ideologie und ideologische Staatsapparate. Aufsätze zur marxistischen Theorie*. VSA.
- Alutaybi, A., Al-Thani, D., McAlaney, J., & Ali, R. (2020). Combating fear of missing out (FoMO) on social media: The FoMO-R method. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(17), 6128. <https://doi.org/10.3390/ijerph17176128>
- American Dialect Society (05.01.2024). *2023 word of the year is “Enshittification”*. American Dialect Society. <https://americandialect.org/2023-word-of-the-year-is-enshittification/>
- Amodeo, J. (29.05.2014). *What it really means to be real: Two essential aspects of authenticity*. Psychology Today. <https://www.psychologytoday.com/us/blog/intimacy-path-toward-spirituality/201405/what-it-really-means-be-real>
- Andrejevic, M. (2005). The work of watching one another: Lateral surveillance, risk and governance. *Surveillance and Society*, 2(4), 479–497.
<https://doi.org/10.5210/fm.v13i3.2142>
- Androutsopoulos, J. (2020). Digitalisierung und soziolinguistischer Wandel. Der Fall der digitalen Interpunktions. In K. Marx, H. Lobin, & A. Schmidt (Hrsg.), *Deutsch in Sozialen Medien: Interaktiv – multimodal – vielfältig* (S. 75–94). De Gruyter.
- Apple App Store (o.D.). *BeReal. Your friends for real*. Abgerufen am 31.06.2024, von <https://apps.apple.com/us/app/bereal-your-friends-for-real/id1459645446>
- Apple App Store Preview (2022). *2022 App Store Awards. iPhone App of the Year*. Abgerufen am 31.06.2024, von <https://apps.apple.com/us/story/id1647055390?l>
- Appvisory (2022). *BeReal: So steht es um den Datenschutz*. Abgerufen am 31.06.2024 von <https://appvisory.com/news/bereal-app-test-datenschutz>
- Assmann, A. (2012). Authentizität – Signatur des abendländischen Sonderwegs? In M. Rössner, & H. Uhl (Hrsg.), *Renaissance der Authentizität? Über die neue Sehnsucht nach dem Ursprünglichen* (S. 27–42). Transcript.

Banet-Weiser, S. (2012). *Authentic™: The politics of ambivalence in a brand culture*. New York University Press.

Barreyat, A. (o.D.). *[@alexisbarreyat] Tweets & Antworten (Twitter-Profil)*. Twitter.
Abgerufen am 22.06.2024, von https://twitter.com/alexisbarreyat/with_replies

Bentham, J., Hofbauer, A. L., & Welzbacher, C. (2013). *Panoptikum oder Das Kontrollhaus*. Matthes & Seitz.

Beohm, R. (08.08.2017). *What does it mean to be 'real'*? Medium.
<https://rachelforte.medium.com/what-does-it-mean-to-be-real-d0986c283cce>

BeReal. (2023a). *Our Mission and Values*. Abgerufen am 22.11.2023, von
<https://help.bereal.com/hc/articles/10738198628637-Our-Mission-and-Values>

BeReal. (2023b). *Press*. Abgerufen am 22.11.2023, von <https://bereal.com/press/>

BeReal. (2023c). *Terms*. Abgerufen am 22.11.2023, von <https://bereal.com/terms/>

BeReal. (2023d). *Privacy Policy*. Abgerufen am 22.11.2023, von <https://bereal.com/privacy/>

BeReal. (2023e). *Community Standards*. Abgerufen am 22.11.2023, von
<https://help.bereal.com/hc/articles/10268394348317-Community-Standards>

BeReal. (2023f). *Help Center*. Abgerufen am 02.01.2024, von <https://help.bereal.com/hc/en-us/articles/11280739918621-RealChat>

Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). "I don't want to miss a thing": Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1–8.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>

Biebricher, T. (2018). *Neoliberalismus zur Einführung*. Junius.

Bogdal, K.-M. (2020). Überwachen und Strafen. In C. Kammler, R. Parr, & U. J. Schneider, *Foucault-Handbuch: Leben – Werk – Wirkung* (2., aktualisierte und erweiterte Auflage, S. 72–82). J. B. Metzler.

Boyraz, G., & Kuhl, M. L. (2015). Self-focused attention, authenticity, and well-being. *Personality and Individual Differences*, 87, 70–75.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.07.029>

Bröckling, U. (2007). *Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform*. Suhrkamp.

Bröckling, U., & Krasmann, S. (2010). Ni méthode, ni approche. Zur Forschungsperspektive der Gouvernementalitätsstudien – mit einem Seitenblick auf Konvergenzen und Divergenzen zur Diskursforschung. In J. Angermüller, & S. Van Dyk (Hrsg.), *Diskursanalyse meets Gouvernementalitätsforschung: Perspektiven auf das Verhältnis von Subjekt, Sprache, Macht und Wissen* (S. 23–42). Campus.

Bublitz, H. (2020a). Macht. In C. Kammler, R. Parr, & U. J. Schneider (Hrsg.), *Foucault-Handbuch: Leben – Werk – Wirkung* (2., aktualisierte und erweiterte Auflage, S. 316–319). J. B. Metzler.

Bublitz, H. (2020b). Subjekt. In C. Kammler, R. Parr, & U. J. Schneider (Hrsg.), *Foucault-Handbuch: Leben – Werk – Wirkung* (2., aktualisierte und erweiterte Auflage, S. 340–342). J. B. Metzler.

Bublitz, H. (2014). *Im Beichtstuhl der Medien. Die Produktion des Selbst im öffentlichen Bekenntnis*. Transcript.

Bührmann, A. D., & Schneider, W. (2012). Vom Diskurs zum Dispositiv. Eine Einführung in die Dispositivanalyse (2., unveränderte Auflage). Transcript.

Bührmann, A. D., & Schneider, W. (2013). Vom ‚discursive turn‘ zum ‚dispositive turn‘? Folgerungen, Herausforderungen und Perspektiven für die Forschungspraxis. In J. Caborn Wengler, J. Hoffarth, & Ł. Kumiega (Hrsg.), *Verortungen des Dispositiv-Begriffs: Analytische Einsätze zu Raum, Bildung, Politik* (S. 21–36). Springer VS.

Burchardt, M. (2020). Geständnis. In C. Kammler, R. Parr, & U. J. Schneider (Hrsg.), *Foucault-Handbuch. Leben – Werk – Wirkung* (2., aktualisierte Auflage, S. 300–302). J. B. Metzler.

Buschmann, N. (2022). Selbst. In M. Sabrow, & A. Saupe (Hrsg.), *Handbuch Historische Authentizität* (S. 455–563). Wallstein.

Butler, J. (2001). *Psyche der Macht. Das Subjekt der Unterwerfung*. Suhrkamp.

Caborn Wengler, J., Hoffarth, B., & Kumiega, Ł. (2013). Einführung. Zum Potenzial des Foucaultschen Dispositivkonzepts. In J. Caborn Wengler, J. Hoffarth, & Ł. Kumiega (Hrsg.), *Verortungen des Dispositiv-Begriffs: Analytische Einsätze zu Raum, Bildung, Politik* (S. 7–17). Springer VS.

Cunningham, S., & Craig, D. (2019). Creator governance in social media entertainment. *Social Media + Society*, 5(4), 205630511988342. <https://doi.org/10.1177/2056305119883428>

Curry, D. (03.10.2023). *BeReal Revenue and Usage Statistics* (2023). Business of Apps. <https://www.businessofapps.com/data/bereal-statistics/>

- Debord, G. (1967). *La société de spectacle*. Buchet-Chastel.
- Deleuze, G. (1993). Postskriptum über die Kontrollgesellschaften. In G. Deleuze (Hrsg.), *Unterhandlungen. 1972-1990* (S. 254–262). Suhrkamp.
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). From game design elements to gamefulness: defining “gamification”. *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments*, 9–15. ACM.
<https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>
- Ditchfield, H. (2020). Behind the screen of Facebook: Identity construction in the rehearsal stage of online interaction. *New Media & Society*, 22(6), 927–943.
<https://doi.org/10.1177/1461444819873644>
- Doctorow, C. (08.02.2024). “*Enshittification*” is coming for absolutely everything. Financial Times. <https://www.ft.com/content/6fb1602d-a08b-4a8c-bac0-047b7d64aba5>
- Doctorow, C. (23.01.2023) *The “Enshittification” of TikTok. Or how, exactly, platforms die.* Wired. <https://www.wired.com/story/tiktok-platforms-cory-doctorow/>
- Duffy, B. E., & Chan, N. K. (2019). “You never really know who’s looking”: Imagined surveillance across social media platforms. *New Media & Society*, 21(1), 119–138.
<https://doi.org/10.1177/1461444818791318>
- Duttweiler, S. (2016). Körperbilder und Zahlenkörper. Zur Verschränkung von Medien- und Selbsttechnologien in Fitness-Apps. In S. Duttweiler, R. Gugutzer, J.-H. Passoth, & J. Strübing (Hrsg.), *Leben nach Zahlen: Self-Tracking als Optimierungsprojekt?* (S. 221–251). Transcript.
- Ernst & Young (2014). *WhatsApp Inc. Financial Statements. Years Ended December 31, 2013 and 2012.*
<https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1326801/000132680114000047/exhibit991auditedwhatsappi.htm>
- Fernando, Y. (31.05.2015). *What does it mean 'to be real'?* Life Coach Directory.
<https://www.lifecoach-directory.org.uk/memberarticles/what-does-it-mean-to-be-real>
- Fiesler, C., Lampe, C., & Bruckman, A. S. (2016). Reality and perception of copyright terms of service for online content creation. *Proceedings of the 19th Conference on Computer-Supported Cooperative Work & Social Computing*, 1450–1461.
<https://doi.org/10.1145/2818048.2819931>
- Fisher, M. (2009). *Capitalist realism: Is there no alternative?* Zero Books.
- Foucault, M. (1978). *Dispositive der Macht. Über Sexualität, Wissen und Wahrheit*. Merve.

- Foucault, M. (1983). *Der Wille zum Wissen. Sexualität und Wahrheit 1*. Suhrkamp.
- Foucault, M. (1987). Das Subjekt und die Macht. In H. L. Dreyfus, & P. Rabinow (Hrsg.), *Michel Foucault: Jenseits von Strukturalismus und Hermeneutik* (S. 243–261). Athenäum.
- Foucault, M. (1992). *Was ist Kritik?* Merve.
- Foucault, M. (1994). *Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses*. Suhrkamp.
- Foucault, M. (2000). Die „Gouvernementalität“. Vorlesung am Collège de France im Studienjahr 1977-1978: „Sécurité, territoire et population“, 4. Sitzung, 1. Februar 1978. In U. Bröckling, S. Krasmann, & T. Lemke (Hrsg.), *Gouvernementalität der Gegenwart: Studien zur Ökonomisierung des Sozialen* (S. 41–67). Suhrkamp.
- Foucault, M. (2016). Subjectivity and truth (17 November 1980). In M. Foucault, *About the beginning of the hermeneutics of the self. Lectures at Dartmouth College, 1980* (pp. 20–52). The University of Chicago Press.
- Foucault, M. (2019). *Hermeneutik des Subjekts. Vorlesungen am Collège de France (1981/82)*. Suhrkamp.
- Goffman, E. (1956). *Presentation of self in everyday life*. Doubleday.
- Goldman, B. M., & Kernis, M. H. (2002). The role of authenticity in healthy psychological functioning and subjective well-being. *Annals of the American Psychotherapy Association*, 5(6), 18–20.
- Gupta, R. (22.04.2022). *Who Owns Hit Social App BeReal, and How It's Funded*. Market Realist. <https://marketrealist.com/p/how-does-bereal-make-money/>
- Hamari, J., Koivisto, J., & Sarsa, H. (2014). Does gamification work? -- A literature review of empirical studies on gamification. *2014, 47th Hawaii International Conference on System Sciences*, 3025–3034. IEEE. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2014.377>
- Hristova, D., Jovicic, S., Göbl, B., de Freitas, S., & Slunecko, T. (2022). “Why did we lose our snapchat streak?”. Social media gamification and metacommunication. *Computers in Human Behavior Reports*, 5, 100172. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100172>
- Hummel O'Donnell, N. (2018). Storied lives on Instagram: Factors associated with the need for personal-visual identity, *Visual Communication Quarterly*, 25(3), 131–142. <https://doi.org/10.1080/15551393.2018.1490186>
- Humphreys, L. (2011). Who's watching whom? A study of interactive technology and surveillance. *Journal of Communication*, 61(4), 575–595. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01570.x>

- Illouz, E. (2018). *Wa(h)re Gefühle. Authentizität im Konsumkapitalismus*. Suhrkamp.
- Jäger, S. (2015). *Kritische Diskursanalyse. Eine Einführung* (7. Aufl.). Unrast.
- Jagella, D. M. (2023). Authentizität als Subjektivierungsziel, Anrufung und medialer Effekt. *Unveröffentlichte Masterarbeit*. Universität Wien.
- Jørgensen, K. M. (2016). The media go-along: Researching mobilities with media at hand. *MedieKultur. Journal of Media and Communication Research*, 32(60), 32–49.
- Joseph, S. (2017). *Authentic. How to be yourself and why it matters*. Piatkus.
- Kernis, M. H., & Goldman, B. M. (2006). A multicomponent conceptualization of authenticity: Theory and research. *Advances in Experimental Social Psychology*, 38(6), 283–357. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(06\)38006-9](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(06)38006-9)
- Lampe, C. (2014). Gamification and social media. In S. Deterding, & S. P. Walz (Eds.), *The gameful world: Approaches, issues, applications* (pp. 461–480). MIT.
- Lange, P. G. (2019). *Thanks for watching: An anthropological study of video sharing on YouTube*. University of Colorado Press.
- LaRue, D. (27.06.2018). *Being real*. The Comma Club. <https://www.thecommaclub.com/articles/being-real>
- Latour, B. (1998). Über technische Vermittlung. Philosophie, Soziologie, Genealogie. In W. Rammert (Hrsg.), *Technik und Sozialtheorie* (S. 29–81). Campus.
- Leibetseder, I., Kovarikova, L., Zach, L., Hietz, R., & Fetka, M. (2023). *Walkthrough: Eine Analyse der Social-Media-App „BeReal“*. Unveröffentlichte Seminararbeit. Universität Wien.
- Lemke, T. (2001). 'Die Ungleichheit ist für alle gleich' – Michel Foucaults Analyse der neoliberalen Gouvernementalität. *Miszelle*, 16(2), 99–115.
- Lemke, T. (2020). Gouvernementalität. In C. Kammler, R. Parr, & U. J. Schneider (Hrsg.), *Foucault-Handbuch: Leben – Werk – Wirkung* (2., aktualisierte und erweiterte Auflage, S. 303–305). J. B. Metzler.
- Lemke, T., Krasmann, S., & Bröckling, U. (2000). Gouvernementalität, Neoliberalismus und Selbsttechnologien. Eine Einleitung. In U. Bröckling, S. Krasmann, & T. Lemke (Hrsg.), *Gouvernementalität der Gegenwart: Studien zur Ökonomisierung des Sozialen* (S. 7–40). Suhrkamp.

Light, B., Burgess, J., & Duguay, S. (2018). The walkthrough method: An approach to the study of apps. *New Media & Society*, 20(3), 881–900.
<https://doi.org/10.1177/1461444816675438>

Malik, A. (11.06.2024). *BeReal is being acquired by mobile apps and games company Voodoo for €500M*. TechCrunch. <https://techcrunch.com/2024/06/11/bereal-is-being-acquired-by-mobile-apps-and-games-company-voodoo-for-e500m/>

Manancourt, V., & Scott, M. (02.09.2021). *WhatsApp hit with €225M privacy fine*. POLITICO.
<https://www.politico.eu/article/whatsapp-facebook-privacy-fine-european-commission-data-protection/>

Marwick, A. E. (2016). You may know me from YouTube: (Micro-)Celebrity in social media. In P. D. Marshall, & S. Redmond (Ed.), *A Companion to Celebrity* (pp. 333–350). John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1002/9781118475089.ch18>

McRae, S. (2017). Get off my internets: How anti-fans deconstruct lifestyle bloggers' authenticity work. *Persona Studies*, 3(1), 13–26.
<https://doi.org/10.21153/ps2017vol3no1art640>

McVeigh-Schultz, J., & Baym, N. K. (2015). Thinking of you: Vernacular affordance in the context of the microsocial relationship app, Couple. *Social Media + Society*, 1(2), 205630511560464. <https://doi.org/10.1177/2056305115604649>

Meinhof, M. (2018). Mikrodispositive als Bindeglied zwischen ethnomethodologischer Videoanalyse und Dispositivanalyse. In C. Moritz, & M. Corsten (Hrsg.), *Handbuch Qualitative Videoanalyse* (S. 167–180). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-15894-1_10

Meister, M. (2020). Sich verbiegen, ohne zu brechen. Dispositivanalyse der Resilienz-App „SuperBetter“. *Unveröffentlichte Masterarbeit*. Universität Wien.

Meister, M., & Slunecko, T. (2021). Digitale Dispositive psychischer Gesundheit. Eine Analyse der Resilienz-App ‚SuperBetter‘. *Zeitschrift für Qualitative Forschung*, 22(2), 242–265.
<https://doi.org/10.3224/zqf.v22i2.05>

Meister, M., & Slunecko, T. (2023). „Mali“. Dispositivanalyse einer Social Media Kampagne der deutschen Bundeswehr. In Reichl, S., & Smit, U. (Hrsg.), *#YouthMediaLife & Friends. Interdisciplinary research into young people's mediated lifeworlds* (S. 238–264). V&R unipress. <https://doi.org/10.14220/9783737016391>

Møller, K., & Robards, B. (2019). Walking through, going along and scrolling back: Ephemeral mobilities in digital ethnography. *Nordicom Review*, 40(1), 95–109.
<https://doi.org/10.2478/nor-2019-0016>

Mruck, K., & Mey, G. (2010). Einleitung. In G. Mey, & K. Mruck (Hrsg.), *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie* (S. 11–32). Verlag für Sozialwissenschaften.

Mühlmann, H. (2011). *Die Natur der Kulturen. Entwurf einer kulturgenetischen Theorie*. Wilhelm Fink.

Nigro, R. (2017). Vom Macht-Wissen-Dispositiv zum Wahrheitsregime. In M. Rölli, & R. Nigro (Hrsg.): *Vierzig Jahre »Überwachen und Strafen«. Zur Aktualität der Foucault'schen Machtanalyse*, (S. 175–196). Transcript.

Perez, S. (15.09.2022). *'Top Widgets' soars to No. 1 on the App Store, displacing BeReal, as iOS 16 customization takes off*. TechCrunch. <https://tcrn.ch/3qTqWV3>

Perreau, K. (o.D.). *[@Kevinperreau] Tweets & Antworten [Twitter-Profil]*. Twitter. Abgerufen am 22.06.2024, von https://twitter.com/Kevinperreau/with_replies

Powers, D. (2012). Notes on hype. *International Journal of Communication*, 6(1), 857–873.

Przyborski, A., & Slunecko, T. (2022). Qualitative Zugänge zu digitalisierten Körper- und Gesundheitspraxen. *Zeitschrift für Qualitative Forschung*, 22(2), 179–186.
<https://doi.org/10.3224/zqf.v22i2.01>

Rammstedt, B. (2010). Reliabilität, Validität, Objektivität. In C. Wolf, & H. Best, *Handbuch der sozialwissenschaftlichen Datenanalyse* (S. 239–258). Verlag für Sozialwissenschaften.

Rankin, J. (18.05.2017). *Facebook fined £94m for 'misleading' EU over WhatsApp takeover*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/business/2017/may/18/facebook-fined-eu-whatsapp-european-commission>

Reichardt, S. (2014). *Authentizität und Gemeinschaft. Linksalternatives Leben in den siebziger und frühen achtziger Jahren*. Suhrkamp.

Reinikainen, H., Kari, J. T., & Luoma-Aho, V. (2020). Generation Z and organizational listening on social media. *Media and Communication*, 8(2), 185–196.
<https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2772>

Robards, B., & Lincoln, S. (2017). Uncovering longitudinal life narratives: Scrolling back on Facebook. *Qualitative Research*, 17(6), 715–730.
<https://doi.org/10.1177/1468794117700707>

Rosa, H. (2005). *Beschleunigung. Die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne*. Suhrkamp.

Rose, N. (1996). *Inventing our selves: Psychology, power, and personhood*. Cambridge University Press.

Sarasin, P. (2012). *Michel Foucault zur Einführung* (5. Aufl.). Junius.

Saupe, A. (25.08.2015). *Authentizität*. Docupedia-Zeitgeschichte.
<http://dx.doi.org/10.14765/zzf.dok.2.705.v3>

Schäffer, B. (2013). „Kontagion“ mit dem Technischen. Zur generationsspezifischen Einbindung in die Welt medientechnischer Dinge. In R. Bohnsack, I. Nentwig-Gesemann, & A.-M. Nohl (Hrsg.), *Die Dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis. Grundlagen qualitativer Sozialforschung* (3., aktualisierte Auflage, S. 51–74). Springer VS.

Schär, C. (2019). Subjekte photographieren. Eine subjekt(-ivierungs)- und körperleibtheoretische Perspektivierung jugendlicher Selbstdarstellungen in digitalen sozialen Netzwerken. In D. Rode, & M. Stern (Hrsg.), *Self-Tracking, Selfies, Tinder und Co.* (S. 183–203). Transcript.

Schaupp, S. (2019). Die totale Evaluation. Skizze zu einer materialistischen Dispositivanalyse. In D. Rode, & M. Stern (Hrsg.), *Self-Tracking, Selfies, Tinder und Co.* (S. 225–248). Transcript. <https://doi.org/10.14361/9783839439081-010>.

Schulz, J. (2019). Klicklust und Verfügbarkeitszwang. Techno-affektive Gefüge einer neuen digitalen Hörigkeit. In R. Mühlhoff, A. Breljak, & J. Slaby (Hrsg.), *Affekt Macht Netz* (S. 131-154). Transcript.

Sedikides, C., Slabu, L., Lenton, A., & Thomaes, S. (2017). State authenticity. *Current Directions in Psychological Science*, 26(6), 521–525.
<https://doi.org/10.1177/0963721417713296>

Seier, A. (2019). *Mikropolitik der Medien*. Kulturverlag Kadmos.

Sellhoff, M. (2020). Die Ordnung des Diskurses. In C. Kammler, R. Parr, & U. J. Schneider (Hrsg.), *Foucault-Handbuch: Leben – Werk – Wirkung* (2., aktualisierte und erweiterte Auflage, S. 66–71). J. B. Metzler.

Shepherd, J. (26.04.2024). *19 Essential BeReal Statistics You Need to Know in 2024*. The Social Shepherd. <https://thesocialshepherd.com/blog/bereal-statistics>

Silberling, A. (19.09.2022). *BeReal reportedly considers paid features in lieu of advertisements*. TechCrunch. <https://techcrunch.com/2022/09/19/bereal-reportedly-consider-paid-features-in-lieu-of-advertisements/>

Silberling, A. (01.06.2023). *BeReal is adding a messaging feature called RealChat*. TechCrunch. <https://techcrunch.com/2023/06/01/bereal-is-adding-a-messaging-feature-called-realchat/>

Slunecko, T. (2008). *Von der Konstruktion zur dynamischen Konstitution. Beobachtungen auf der eigenen Spur* (2., überarb. Aufl.). Facultas.WUV.

Slunecko, T. (2017). Beobachtungen auf der eigenen Spur. Bemerkungen zu einem für die Wiener kulturpsychologische Schule charakteristischen Motiv. In T. Slunecko, M. Wieser, & A. Przyborski (Hrsg.), *Kulturpsychologie in Wien* (S. 27–54). Facultas.

Slunecko, T. (2020). Tracking one's own path – a methodological leitmotif of cultural psychology. *Integrative Physiological and Behavioral Science*, 54(1), 196–214. <https://doi.org/10.1007/s12124-019-09479-2>

Slunecko, T., & Chlouba, L. (2021). Meditation in the age of its technological mimicry. A dispositive analysis of mindfulness applications. *International Review of Theoretical Psychologies*, 1(1), 63–77. <https://doi.org/10.7146/irtp.v1i1.127079>

Slunecko, T., Wieser, M., & Przyborski, A. (2017). *Kulturpsychologie in Wien*. Facultas.

Steinke, I. (2008). Gütekriterien qualitativer Forschung. In U. Flick, E. von Kardorff, & I. Steinke (Hrsg.), *Qualitative Forschung. Ein Handbuch* (S. 319–331). Rowohlt.

Straub, J. (2012). Introduction: The paradoxes of authenticity. In J. Straub (Ed.), *Paradoxes of Authenticity. Studies on a Critical Concept* (pp. 9–30). Transcript.

Tandon, A., Dhir, A., Almugren, I., AlNemer, G. N., & Mäntymäki, M. (2021). Fear of missing out (FoMO) among social media users: A systematic literature review, synthesis and framework for future research. *Internet Research*, 31(3), 782–821. <https://doi.org/10.1108/INTR-11-2019-0455>

Thacker, K. (2016). *The art of authenticity. Tools to become an authentic leader and your best self*. Wiley.

Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.

Tripold, T. (2012). *Die Kontinuität romantischer Ideen. Zu den Überzeugungen gegenkultureller Bewegungen*. Transcript.

van der Nagel, E. (2018). Alts and automediality: Compartmentalising the self through multiple social media profiles. *M/C Journal*, 21(2). <https://doi.org/10.5204/mcj.1379>

Vannini, P., & Franzese, A. (2008). The authenticity of self: Conceptualization, personal experience, and practice. *Sociology Compass*, 2(5), 1621–1637. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2008.00151.x>

Vogl, J. (2020). Genealogie. In C. Kammler, R. Parr, & U. J. Schneider (Hrsg.), *Foucault-Handbuch: Leben – Werk – Wirkung* (2., aktualisierte und erweiterte Auflage, S. 296–299). J. B. Metzler.

Wagenbach, M. (2012). *Digitaler Alltag. Ästhetisches Erleben zwischen Kunst und Lifestyle*. Herbert Utz.

Wickham, R. E., Williamson, R. E., Beard, C. L., Kobayashi, C. L. B., & Hirst, T. W. (2016). Authenticity attenuates the negative effects of interpersonal conflict on daily well-being. *Journal of Research in Personality*, 60(11), 56–62.
<https://doi.org/10.1016/j.jrp.2015.11.006>

Wood, A. M., Linley, P. A., Maltby, J., Baliousis, M., & Joseph, S. (2008). The authentic personality: A theoretical and empirical conceptualization and the development of the authenticity scale. *Journal of Counseling Psychology*, 55(3), 385–399.
<https://doi.org/10.1037/0022-0167.55.3.385>

Woodward, M. (23.06.2024). *BeReal statistics 2024. Number of users and downloads*. Search Logistics. <https://www.searchlogistics.com/learn/statistics/bereal-statistics/>

Zuboff, S. (2019). *Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus*. Campus.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Startbildschirm der Webseite von <i>BeReal</i>	S. 42
Abb. 2: Kommentierte Screenshots im Apple App Store, Bild 1 bis 3	S. 45
Abb. 3: Kommentierte Screenshots im Apple App Store, Bild 4 bis 6	S. 46
Abb. 4: Das Logo von <i>BeReal</i>	S. 54
Abb. 5: Vergleich der 15 erstgereihten App-Logos bei meiner Eingabe von „social media“ im Apple App Store	S. 55
Abb. 6: Bildstrecke ausgewählter Bilder bei der Registrierung	S. 56
Abb. 7: Benachrichtigung mit Aufforderung zur Erstellung eines BeReals	S. 58
Abb. 8: Zwei Beispiel-Benachrichtigungen von <i>BeReal</i>	S. 60
Abb. 9: Bilderreihe der Aufnahme eines BeReals	S. 61
Abb. 10: Verschiedene zwischengeschaltete Wartesprüche beim Erstellen eines BeReals	S. 62
Abb. 11: Das fertige BeReal	S. 64
Abb. 12: Der Löschvorgang eines BeReals	S. 67
Abb. 13: Erneute Löschung eines BeReals	S. 67
Abb. 14: Standardansicht des Feeds, wenn noch kein BeReal erstellt wurde	S. 69
Abb. 15: Alternativansicht des Feeds, wenn noch kein BeReal erstellt wurde	S. 69
Abb. 16: Standardansicht des Feeds, wenn ein eigenes BeReal erstellt wurde	S. 70
Abb. 17: Alternativansicht des Feeds, wenn ein eigenes BeReal erstellt wurde	S. 70
Abb. 18: Beispiele für die Einzel-Ansicht eines BeReals	S. 73
Abb. 19: Die zu den RealMojis vorgegebenen verschiedenen Emojis	S. 75
Abb. 20: Zwei voraufgenommene RealEmoji-Selfies	S. 76
Abb. 21: Aufnahme und schlussendliche Darstellung des Blitz-RealMojis	S. 76
Abb. 22: RealMojis im Feed	S. 77
Abb. 23: RealMojis in der Einzel-Ansicht	S. 77
Abb. 24: Das Memories-Feature	S. 80
Abb. 25: Das Profil	S. 82
Abb. 26: Profil einer befreundeten Person	S. 84
Abb. 27: Profil einer nicht befreundeten Person	S. 84
Abb. 28: „Friends of Friends“	S. 85
Abb. 29: Zwei Beispiele dafür, wie <i>BeReal</i> zu mehr Vernetzung auffordert	S. 86
Abb. 30: Abmeldevorgang	S. 87
Abb. 31: Vorgang der Löschung des Profils	S. 88

Abstract

Deutsch

Authentizität, verstanden als das Streben nach einem „echten“, unverfälschten Selbst, gilt innerhalb sozialer Medien als ein zentrales Ideal. Diese Arbeit untersucht das Konzept der Authentizität im digitalen Raum anhand der App *BeReal*, die authentische Einblicke in das „wahre“ Leben ihrer Nutzer*innen verspricht.

BeReal verstehe ich als mediales Mikro-Dispositiv, das eine scheinbare Antwort auf gesellschaftliche Notstände bietet und eingebettet ist in ein Makro-Dispositiv historisch gewachsener Machtverhältnisse. Das empirische Material besteht aus Screenshots der App, die mithilfe der Walkthrough-Methode analysiert werden. Dabei orientiere ich mich an Leitfragen der Dispositivanalyse zur diskursiven Praxis, Subjektivierungen, Objektivationen und dem gesellschaftlichen Kontext.

Indem mediale Selbstdarstellung als unecht und scheinhaft problematisiert wird, schafft das Dispositiv Räume, in denen Authentizität nicht nur möglich, sondern wünschenswert und notwendig erscheint. *BeReal* stellt Authentizität und die damit verbundene Darstellung des „echten“ Selbst sowohl als Ideal als auch als Aufgabe dar. Dieses vermeintliche Selbst existiert jedoch primär durch gesellschaftliche Erzählungen über das Selbst und Authentizität. Das Streben danach ist eng an bestimmte Regierungsziele geknüpft, wie etwa permanente Verfügbarkeit der Nutzer*innen und starke gegenseitige Überwachung.

BeReal verleiht den Nutzer*innen das Gefühl, tatsächlich authentisch zu sein, indem sie dazu angeregt werden, täglich zu posten. Jedes Posting wird als Ausdruck des tatsächlichen Selbst wahrgenommen und fördert so die Selbstwahrnehmung als authentisch.

Die Auseinandersetzung mit digitaler Authentizität berührt grundlegende Fragen zu Identität, Selbstwahrnehmung, Beziehungen im digitalen Raum und wie diese Dimensionen an der Schnittstelle der Technologie miteinander verknüpft sind. Dabei fordert die Reflexion über digitale Authentizität dazu auf, Wahrnehmungen von Wahrheit und Selbstausdruck kritisch zu hinterfragen und neu zu verhandeln.

English

Authenticity, understood as the pursuit of a “genuine”, unaltered self, is a central ideal within social media. This thesis examines the concept of authenticity in the digital realm exemplified by the app *BeReal*, which promises authentic glimpses into the “real” lives of its users.

I conceptualize *BeReal* as a media micro-dispositive that provides an apparent response to societal challenges and is embedded in a macro-dispositive of historically evolved power structures. The empirical material consists of screenshots from the app, analyzed through the walkthrough method and guided by questions from dispositive analysis concerning discursive practices, subjectivations, objectivations, and the broader societal context.

By problematizing media self-representation as inauthentic and superficial, the dispositive creates spaces where authenticity appears not only possible but desirable and even necessary. *BeReal* frames authenticity and the related display of the “real” self as both an ideal and a task. However, this purported self primarily exists through societal narratives about the self and authenticity. The pursuit of this ideal is closely tied to specific governmental objectives, such as the users’ constant availability and their mutual surveillance.

BeReal fosters a sense of authenticity in its users by encouraging them to post daily. Each post is perceived as an expression of their true self, reinforcing their self-perception as authentic. Engaging with digital authenticity raises fundamental questions about identity, self-perception, and relationships in the digital space and how these dimensions intersect with technology. Reflecting on digital authenticity challenges us to critically question and renegotiate our perceptions of truth and self-expression.