

”DET ANALOGA SYSTEMET FÖR DEN DIGITALA TIDSÅLDERN”: **En netnografisk studie av bullet journals på Instagram**

Insitutionen för kommunikation och medier
Medie- och kommunikationsvetenskap
Lunds universitet

MKVA22, HT2018

Författare: Ina Rehnholm & Merve Karpuz

Handledare: Fredrik Edin

Examinator: Magnus Johansson

Sammanfattning

I denna uppsats har en netnografisk studie över bullet journal-metoden och instagramanvändare som brukar denna genomförts. Syftet var att undersöka vilka funktioner som anteckningsblocken fyller för användarna, hur bullet journal-relaterade instagramkonton används samt vad det är som driver människor att publicera bilder på sina bullet journals på Instagram och vad som händer i detta gränsland mellan analoga och digitala medier. Studien genomfördes med hjälp av observationer av instagrameinlägg under hashtaggen #bujo och genom nätbaserade chattintervjuer med nio stycken användare bakom instagramkonton inriktade på just bullet journaling.

Studien visade att den kreativa uttrycksprocessen och dess inneboende identitetsskapande funktion, samt inte minst den sociala gemenskapen i bujo-communityt, för många verkar vara av lika stort - om inte ännu större - värde än metodens förmåga att organisera och strukturera. Studien kom även fram till att ett analogt fenomen i en digital tid som denna inte är det mysterium som det vid första anblick förefaller sig att vara, då dessa digitala plattformar snarare utgör en extra god grund för spridningen av ett papper-och-penna-fenomen som detta.

Nyckelord: bullet journal, Instagram, community, netnografi, självdiskrepansteorin, Henry Jenkins, David Gauntlett

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	1
2. Syfte och frågeställningar.....	3
3. Teoretiskt ramverk.....	3
3.1 Självdiskrepansteorin.....	3
3.2 Mediekonvergens och deltagarkulturer.....	4
3.3 Kreativitet på internet.....	4
4. Tidigare forskning.....	5
5. Metod.....	6
5.1 Det netnografiska angreppssättet	7
5.2 Urval och avgränsningar.....	8
5.3 Insamling och analys av empiriskt material.....	9
5.4 Metodreflektion.....	11
6. Analys.....	12
6.1 Anteckningsboken.....	13
6.2 Den kreativa processen.....	15
6.3 Bujo-communityt.....	19
6.4 “Det analoga systemet för den digitala tidsåldern”.....	23
7. Slutsats och reflektion.....	26
Referenser.....	28
Bilagor.....	30

1. Inledning

Ett noggrant arrangerat stilleben på en våffelfrukost, en svettig selfie i gymmets omklädningsrum och före- och efterbilder från ett nystädat vardagsrum: efter en genomscrollning upptäcker man snart att bildflödet på Instagram upprepas enligt bestämda mönster. Den sociala plattformen används av många just för att dela med sig av vad man gör under dagarna, oavsett hur små eller stora dessa händelser än må anses. Vad vi äter, när vi tränar, hur vi städar våra hem och vad vi gör under den sista tvättmaskinsminuten är information som sprids med hjälp av hashtaggar som inte behöver vara mer svårtydda än exempelvis #food, #workout och #cleaning. Att Instagram dessutom erbjuder sina användare möjligheten att följa olika hashtaggar har gjort det enkelt för människor med delade intressen att gruppera sig under hashtaggar av mer esoterisk karaktär. Kring #filmisnotdead samlas fotografer med en förkärlek för det analoga fotografiet. #växtgäris innehåller bilder på elefantöron, palettblad, monsteror och andra krukväxter tagna av tjejer och icke-binära. Denna typ av inlägg skiljer sig inte nödvändigtvis i popularitet från sina rättframa motsvarigheter, men kan uppfattas som annorlunda vad gäller avsikten att bygga samhörighet.

I gränslandet mellan delandet av triviala vardagligheter och samhörighetskänsla sprungen ur ett specialintresse finner vi bullet journal-communityt. En bullet journal (ofta enbart kallat för en "bujo") kan beskrivas som en korsning mellan kalender, dagbok, anteckningsbok, "att-göra"-lista och skissbok (Carroll 2018:4f). Dessa anteckningsböcker kan bland annat användas för att kartlägga fysiskt och psykiskt mående, för att formulera kortsiktiga och långsiktiga mål samt för att dokumentera händelser i livet. Själva begreppet bullet journaling används idag som ett samlingsord för att beskriva både varumärket, metoden och tillämpningen, men termen myntades ursprungligen av den amerikanske produktdesignern Ryder Carroll som namnet på den teknik han själv länge använt att organisera sitt liv (Ibid). När Carroll den 8 augusti 2013 bestämde sig för att dela med sig av sin metod till resten av världen och publicerade en YouTubevideo med namnet "Bullet Journal" tog det inte lång tid innan fenomenet fick spridning. Han skapade i samband med detta en hemsida, vilken efter att ha blivit omnämnd i flertalet tidskrifter samt på andra hemsidor blev viral och på några enstaka dagar gick från 100 unika besökare till 100 000 (Carroll 2018:7). Carroll kallar metoden för "the analog system for the digital age", och menar

med detta att bullet journaling är till för de som har svårt att hitta sin plats i den digitala tidsåldern. Idag har hans YouTubevideo över 2,4 miljoner visningar, men kompletterades den 21 maj 2015 med en uppdaterad version publicerad på den officiella bullet journal-kanalen, vilken jämförelsevis har 10,3 miljoner visningar. Dessa klipp har även fått sällskap av en uppsjö andra från privata bujo-användare som ger nybörjartips, går igenom *do's and don'ts* och visar upp personliga och kreativa sätt att strukturera sina uppslag. Fenomenet har även spridit sig till Facebook, där olika subkategorier av bujo-användare har grupperats under namn såsom "Bullet Journal for Chronic Illness", "Bullet Journal for Students" och "Bullet Journal for Moms". Det finns också grupper som avgränsas språkligt; i Sverige är "Bullet Journal Sverige (BuJo)" den största. Det verkar dock vara framför allt på Instagram som anteckningsböckerna har fått fäste, där det förutom #bulletjournal och #bujo finns hashtaggar såsom #bulletjournaladdict, #bulletjournalideas och #bulletjournalweekly, för att bara nämna några. Denna variation bland taggarna samt mängden inlägg de samlar vittnar om fenomenets popularitet på Instagram, där det också finns åtskilliga konton vars innehåll exklusivt kretsar kring bullet journaling.

Som följd av sin popularitet har konceptet bullet journaling även gett upphov till en inte helt oansenlig försäljning av tillhörande produkter. Förutom Carrolls egna bok *Bullet journal-metoden* (2018) har det skrivits flera instruktions- och inspirationsböcker i ämnet, och även fast det enda som metoden egentligen kräver är ett skrivblock och en penna finns det idag en uppsjö av kompletterande, specialkonstruerat kontorsmaterial som säljs av de flesta stora bokhandlar och hobbymaterialsåterförsäljare.

I och med detta ökande intresse för metoden bland både enskilda användare och företag ter det sig naturligt att ställa frågan hur denna papper-och-penna-metod har slagit igenom så stort i en datormedierad tid som vår egen, när det finns mer lättillgängliga och tidssparande digitala tekniker som till synes fyller samma funktioner. Vad är det egentligen som driver människor att placera dessa personliga anteckningsböcker framför kameran, knäppa av en bild och sedan publicera denna för hela världen att beskåda på sociala medier?

2. Syfte och frågeställningar

Syftet med studien är att undersöka hur det kommer sig att det analoga fenomenet bulle journaling har fått en så stor genomslagskraft på Instagram, med förhoppning om att bidra till en bättre förståelse för gränslandet mellan analoga och digitala medier. Med grund i detta har följande frågor formulerats;

- Vilka funktioner fyller bulle journaling för användarna?
- Vad händer med användningen av bulle journal-metoden då den kollektiviseras på Instagram?

3. Teoretiskt ramverk

I detta kapitel redogörs för självdiskrepansteorin, vilken i nästkommande kapitel ytterligare kommer att avgränsas till att handla om skapandet av självbilder på just internetforum. Även Henry Jenkins teorier om deltagarkulturer sprungna ur konvergerande medier presenteras, samt David Gauntletts resonemang kring drivkraften att skapa och vad som händer då kreativa processer placeras på internet.

3.1 Självdiskrepansteorin

I ”Self-Discrepancy: A Theory Relating Self and Affect” (1987) presenterar Edward Tory Higgins självdiskrepansteorin, vilken redogör för hur människor tänker på sig själva i tre skilda scheman; det faktiska självet (“the actual self”), idealsjälvet (“the ideal self”) och kravsjälvet (“the ought self”). Higgins menar att bristande överensstämmelse mellan dessa ger upphov till inre konflikter, *diskrepans*. Medan det faktiska självet är den person som du själv och andra upplever dig att vara, syftar idealsjälvet till hur du vill vara, och kravsjälvet till den uppfattning som du har om hur andra vill att du ska vara. Higgins kallar de två senare för självguider (“selfguides”) och menar att detta strävande har en motiverande roll för att minska avståndet mellan dessa och det faktiska självet, då du upplever mindre ångest och mår bättre om alla dina tre scheman överensstämmer.

3.2 Mediekonvergens och deltagarkulturer

I *Konvergenskulturen* (2008) menar Henry Jenkins att de senaste årtiondenas digitala utveckling har lett till en mediekonvergens där nya och gamla medier kolliderar och samverkar på ett sätt som påverkar både *vad* mediepubliken konsumerar, och *hur* detta konsumeras. Mediekonvergens är alltså mer än bara ett teknologiskt skifte; det innebär också att gränsen mellan medieproducenten och mediekonsumenten har suddats ut. Jenkins (2008:33) diskussion kretsar framför allt kring deltagande och kulturella praktiker, och han definierar en deltagarkultur som en där medlemmarna känner att deras bidrag är av värde och där det finns någon form av social förbindelse mellan medlemmarna. Denna uppsats ämnar studera relationen mellan konsument och producent i bullet journaling-communityt, och undersöka om gemenskapen under #bujo kan definieras som en deltagarkultur.

3.3 Kreativitet och internet

David Gauntlett förklarar i sin bok *Making is Connecting* (2011) att skapande inte bara handlar om att sammanföra olika saker med varandra i skapandet av någonting nytt, utan även att det förenar individer till en grupp. Gauntlett anser att den klassiska "sit back and be told"-kulturen, som grundas på en syn på kommunikation där den enkelriktade överföringen är normen, är förlegad och sker på bekostnad av vår kreativitet. Istället menar han att vi rör oss mot en "making and doing"-kultur, vilken fokuserar på ett aktivt deltagande snarare än ett passivt mottagande och där medial kommunikation blir allt mer interaktiv. Just internet och vad Gauntlett kallar för "Web 2.0" - en metafor för en ny typ av plattform vars primära funktion inte längre är att sprida information utan istället att ge rum åt meningsutbyte - spelar en essentiell roll i detta. Tack vare internet har vi nämligen fått ökade möjligheter till social interaktion och kreativt utbyte oberoende vår geografiska position, vilket tillåter oss att sammanföras med individer av liknande intressen världen över. Gauntlett (2011:17) poängterar dock att han definierar begreppet "kreativitet" på ett något annorlunda sätt än vad många andra forskare gör. Han anser att det är vanligt att man lägger alltför stor vikt på slutprodukten och omgivningens åsikt av denna, och menar istället att termen bättre kan förstås som en process eller som en känsla. Gauntlett menar också att alla former av skapande och problemlösande är kreativitet - ett

resonemang som får som följd att något inte måste accepteras av eliten för att få definieras som skapande, utan vem som helst kan vara en del av kreativa processer. Inte heller kräver Gauntletts definition av kreativitet att skapandet måste vara nytänkande eller revolutionerande. Utifrån denna definition kan vi i allra högsta grad betrakta bullet journaling som en kreativ process. Majoriteten av inläggen under #bujo är visserligen ackompanjerade av dekorationer i form av mönstrad tejp, klistermärken, fotografier, teckningar, grafiska mönster eller färger, men det är alltså inte detta som klassificerar bullet journaling som kreativt skapande. Utan även den mest enkla och till synes tråkiga att-göra-listan kan, enligt Gauntletts resonemang, anses vara kreativ, om den för sin skapare har fyller ett problemlösande syfte eller stillar ett skapandebehov.

4. Tidigare forskning

I “Disinhibition of negative true self for identity reconstructions in cyberspace’: Advancing self-discrepancy theory for virtual setting” (2017) utgår författarna Chuan Hu, Sameer Kumar, Jiao Huang och Kurunathan Ratnavelu ifrån Higgins självdiskrepansteori, men föreslår en mer avancerad sådan. De menar att den självguide som består av ett idealsjäl och ett kravsjäl blir mer komplex i sammanhang på nätet. Genom intervju- och enkätstudier kommer de fram till att ens faktiska själv i en fysisk miljö endast består av ett positivt sant jag (“positive true self”), medan den i en virtuell miljö är tvådimensionell och både består av ett positivt sant jag och ett negativt sant jag (“negative true self”). Detta menar forskarna beror på att anonymitet på internet innebär en frizon från de fysiska platsernas tydliga normer och risk för konfrontationer, och då man inte riskerar att bli dömd i lika stor utsträckning leder det till att användare på internet vågar vara mer ärliga och visa upp sina negativa, sanna själv. Studien visar också att oavsett om det handlar om ens positiva eller negativa jag är det enklare att konstruera sin självbild på internet än vad det är i fysiska miljöer. Resonemanget i denna studie kan med fördel appliceras på bullet journal-communityt, då handlingen att publicera inlägg på bullet journals på Instagram kan ses som en strävan efter att uppnå idealsjälv.

Både den enskilda utövaren av bullet journaling och spridningen av fenomenet som sådant har i litteraturen sedan tidigare varit föremål för viss analys. I en nyligen utförd studie med titeln

"Flexible and Mindful Self-Tracking: Design Implications from Paper Bullet Journals" (2018) betraktar Amid Ayobi, Tobias Sonne, Paul Marshall & Anna L. Cox företeelsen utifrån ett interaktionsdesignsperspektiv. Trots det överflöd av digitala hjälpmedel för planering och måluppföljning som finns idag noterar författarna att självövervakning och självreflektion av denna sort i stor utsträckning fortfarande sker med hjälp av analoga hjälpmedel (d.v.s. papper och penna). Detta skenbara mysterium - att användare förkastar det digitala mediets enkelhet och beständighet - närmas med hjälp av en kvalitativ analys av bilder och inlägg insamlat från Instagram. Ayobi et al. sammanfattar inledningsvis också tidigare resultat, både kliniska och teoretiska, där det visat sig att loggande av olika livsmått associeras med större upplevt välmående, i synnerhet för patienter med kroniska sjukdomar. Studiens resultat visar att användare finner bullet journals mer flexibla än digitala alternativ vad gäller både form och funktion; att arbetet med att hitta ett upplägg som passar den enskilde utövarens mål ger en ökad självinsikt och tillfälle till självreflektion, samt att utformningen av uppslagen och uppfyllandet av målen med enkelhet kan visas upp för likasinnade. Vår förhoppning är att kunna komplettera denna studie med en ännu djupare förståelse för fenomenet, bland annat genom att addera intervjuer och etnografiska observationer till deras text- och bildanalyser. Genom dessa metoder kommer vi att testa teserna dragna av Ayobi et al., och sedan jämföra deras resultat med vårt.

5. Metod

Valet av metodologiskt tillvägagångssätt är ett av de mest grundläggande beslut som en forskare behöver ta i ett forskningsprojekt, och vanligtvis inleds det med att man bestämmer sig för om man ska arbeta kvantitativt, kvalitativt eller utforma en studie som kombinerar dem båda. Det finns många olika sätt att definiera dessa två övergripande metodkategorier, och jämförelser dem emellan har formulerats av en otalig mängd forskare och författare. En av dessa är John Creswell (Kozinets 2011:64), som uttrycker skillnaden som att den kvalitativa forskningen bör användas när man, som vi, vill utforska okända områden och förstå mening, medan det kvantitativa tillvägagångssättet med fördel istället kan appliceras på prövningar av teorier och för att undersöka hur olika mätbara variabler relaterar till varandra. Man bör dock inte hänga upp sig allt för mycket på denna prydliga uppdelning mellan det kvantitativa och det kvalitativa, menar

Creswell, utan istället fokusera på att matcha sin studies syfte till de för- och nackdelar som de olika tillvägagångssätten har (Ibid.). Den kvantitativa metodens brist på anpassningsbarhet kräver exempelvis en mycket god förförståelse för ämnet redan när forskningsfrågorna ska operationaliseras till mätbara variabler - en förförståelse vilken vi vid arbetets start saknade. Utan en omfattande pilotstudie hade det därför varit svårt för oss att i förväg veta vilka parametrar som var av intresse. Kvalitativa studier, däremot, kännetecknas bland annat av just dess flexibilitet och framväxande design, där man kan gå in i ett forskningsprojekt utan att ha en den initiala planen för studien huggen i sten (Creswell 2013:45).

5.1 Det netnografiska angreppssättet

Enligt Atkinson och Hammersley (2007:3) bör etnografiska studier genomföras då man är intresserad av att studera grupper av människor i sina naturliga miljöer under en längre tid. Det karaktäristiska för de flesta etnografiska studier är enligt författarna; att forskningen äger rum på fältet, att den huvudsakliga datainsamlingen utgörs av deltagande observationer och informella samtal, att analysen bygger på en ostrukturerad forskningsdesign, att undersökningen är småskalig samt att tolkningar ges större utrymme än kvantifieringar.

En metodologisk underkategori till etnografien är *netnografien*, vilken enligt Kozinets (2011:89) definieras som deltagande-observerande forskning av gemenskaper där fältarbetet uteslutande görs på internet. Författaren menar att i takt med att våra sociala världar blir allt mer digitala, blir det också desto viktigare för forskare att ta hänsyn till de sociala aktiviteter som sker på internet. Kozinets poängterar att en av netnografins främsta styrkor, i kontrast till exempelvis fokusgrupper eller enkätstudier, är att den huvudsakligen baseras på information som redan finns tillgänglig. Eftersom att det inom etnografiska studier är forskaren själv som agerar verktyget för att samla in empiri, är förandet av en fältdagbok ett grundläggande moment (se t.ex. Pripp & Öhlander 2011:133f). Men en viktig skillnad mellan observationer på och utanför internet är enligt Malin Sveningsson et al. (2003:169f) att på internet blir människors handlingar en slags "frost praktik" i form av texter, bilder och symboler. Detta innebär att fältdagbokens empiriska

funktion blir mindre viktig, eftersom att materialet med fördel istället kan samlas in via skärmdumpar.

Eva Fägerborg (2011:85) menar dock att etnografiska observationer så gott som alltid kompletterar observationer med någon form av intervjustudie, då dessa erbjuder ett individperspektiv som i bästa fall leder till ett ännu mer erfarenhetsnära, nyansrikt och mångfacetterat material. Hon poängterar också att intervjuer är unika i det att man genom dem kan erhålla kunskaper om mänskligt liv och kulturella mönster; insikter som man endast kan nå genom individen själv. Kozinets (2011:71) är inne på samma spår och menar även han att nätbaserade djupintervjuer är extra lämpliga när man vill “[...] få en detaljerad, underbyggd, subjektiv uppfattning om communitymedlemmars perspektiv och känsla av mening”, vilket är en funktion som lämpar sig väl för vår undersökning av bujo-användares upplevelser av instagramgemenskapen.

5.2 Urval och avgränsningar

Vi upptäckte tidigt att det finns en otroligt stor mängd bujo-material på Instagram, och för att lättare kunna orientera oss bland bujo-relaterade inlägg valde vi att begränsa oss till en specifik hashtag. Kozinets (2011:126ff) listar sex olika kriterier som en forskare bör ta hänsyn till när hon gör sitt urval och menar att man bör välja en nätgemenskap som är relevant, aktiv, interaktiv, energisk, heterogen samt rik på data. Utifrån detta formulerade vi kraven att inläggen under hashtaggen skulle vara frekvent publicerade, minst 100 000 till antalet samt att majoriteten av dem faktiskt skulle handla om bullet journaling. Inledningsvis studerades #bulletjournal, men hashtaggen visade sig dock innehålla en icke-försumbar andel spaminlägg, vilket försvårade insamlingsarbetet och vi ifrågasatte om hashtaggen verkligen levde upp till kravet på relevans. Istället valde vi därför att studera inlägg publicerade under #bujo, vilken samlade nästan lika många inlägg men stördes betydligt mindre av brus. Under två veckors tid undersökte vi dagligen inlägg under hashtaggen, och tog skärmbilder på inlägg, konton och kommentarsfält som vi ansåg vara intressanta för våra frågeställningar. Vi använde även #bujo för att nå bujo-användare att intervjuas, och förutom det faktum att de använde hashtaggen under

åtminstone en av sina uppladdade bilder baserades valet av intervjupersoner på fyra urvalskriterier:

- För att minimera kommunikativa störningar i intervjuerna skulle användaren skriva sina inlägg på antingen svenska eller engelska.
- För att minimera vår subjektiva bedömning av ett kontos relevans skulle användaren ha ett användarnamn och/eller en biografi som tydligt vittnar om kontots bujo-inriktning.
- För att få ett aktuellt och relevant material satte vi kravet att det senaste inlägget inte fick vara mer än en månad gammalt.
- För att hitta bujo-användare som var relativt insatta och engagerade i bullet journaling, skulle användaren ha publicerat minst 15 bilder.

Utifrån urvalskriterierna kontaktades 19 personer, varav 11 svarade oss och 9 av dessa fullföljde intervjun. Dessa nio personers Instagramnamn, förnamn/initialer samt land finns listade under bilaga 1. Vi bör dock påpeka att vi inledningsvis i projektet lade ett stort fokus på hur själva bujo-uppslagen såg ut, och valde därför användare som antingen hade en tydligt minimalistisk stil, eller en mer konstnärligt avancerad och uppenbarligen tidskrävande design.

5.3 Insamling och analys av empiriskt material

Kozinets (2011:138) delar in netnografiskt material i tre olika kategorier; arkivdata, framkallad data samt data från fältanteckningar. Arkivdata definieras som den information som forskaren direkt kan kopiera från redan existerande data, vilken i denna undersökning består av skärmbilder på Instagraminlägg och kommentarsfält funna under våra informanternas konton samt under #bujo. Detta samlades in såväl före som efter genomförandet av intervjuerna, av den anledningen att vi behövde material för att kunna formulera intervjuguiden men samtidigt inte ville vara alltför färgade av det vi observerat i samtalen.

Den framkallad datan är det material som forskaren själv producerar genom personlig kommunikation med medlemmar av internetkulturen. I denna studie består detta av de nio intervjuer med instagramanvändare som gjordes. Vi valde att föra samtalen via Instagrams

direktmeddelandefunktion, och Martin Berg (2015:99) menar att just använda sig av det medium som nätgemenskapen existerar i kan leda till en djupare förståelse för gemenskapen. Berg (2015:100) delar också in nätbaserade intervjuer i två olika kommunikationsformer; de synkrona och de asynkrona. De synkrona intervjuerna definieras av att de sker i realtid, medan de asynkrona inte gör det. Det finns för- och nackdelar med de båda formerna, men vi valde att göra våra intervjuer synkrona av framför allt fyra anledningar; vi ville göra upplägget så tydligt som möjligt för våra informanter, undvika att frågor i mängden glömdes bort att besvaras, se till att svaren på frågorna inte påverkas av att alla frågor var synliga samtidigt samt skapa utrymme för följdfrågor. Endast intervjun med Kate gjordes asynkron, då hon själv föredrog detta på grund av tidsbrist. De teman som intervjuguiden byggdes på är framför allt personernas användningsområden av deras anteckningsböcker kontra deras Instagramkonton, deras interaktiva beteende i bujo-forumet på Instagram samt deras egna upplevelser av Instagram som plattform och distributör av bullet journals. Våra första fyra intervjuer baserades på tre stycken huvudfrågor följt av varierande, individanpassade följdfrågor (se bilaga 2). Vi fick dock en känsla av att vi gick miste om mycket värdefull information, och inför de sista fem intervjuerna ändrade vi vår intervjuguide till att bestå av tio stycken konkreta huvudfrågor (se bilaga 3).

Den tredje kategorin av netnografiskt material, data från fältanteckningar, innebär de personliga noteringar som forskaren har gjort under studien, och kan användas antingen som enbart reflektioner till forskaren själv, eller som empiriskt underlag för forskningen. I denna studie har vi valt att använda fältanteckningarna i enbart reflekterande syfte, och ej som faktiskt material.

Eftersom att netnografiska studier ofta genererar ett stort, spretigt och svåröverskådligt material är det viktigt att i analysen först och främst formulera rika beskrivningar av hur fältet ser ut (Sveningsson et al. 2003:167ff). Nästa steg är att skapa en analytisk struktur i materialet, och utifrån detta göra meningsfulla tolkningar. Konkret innebär detta att forskaren måste förstå stora mängder material, reducera mängden information och identifiera signifikanta mönster, vilket också innebär att själva analysen blir en del av fältarbetet (Ibid.). För att organisera materialet föreslår Sveningsson et al. att man väljer specifika teman att utgå ifrån, och vi har i vår analys

valt att dela in diskussionen utifrån vissa nyckelfrågor som motsvarar våra inledande frågeställningar.

5.4 Metodreflektion

Precis som Kozinets (2011:69f) poängterar formas kommunikation av mediet som det hålls över, och Sveningsson et al. (2003:11) lyfter tre aspekter som de menar utmärker just datormedierad kommunikation. För det första innebär kommunikationsformen ett minskat avstånd i tid och rum, vilket har stora praktiska fördelar i form av såväl ekonomiska som tidsmässiga vinster (2003:92f). För oss var datorbaserade intervjuer det enda rimliga sättet att samla in individperspektiv på, eftersom att vi inte ville begränsa vårt material geografiskt. Att vi valde att göra intervjuerna genom Instagrams chattfunktion och inte via exempelvis videosamtal var ett beslut delvis baserat på tidsfaktorer. Chattintervjuerna tillät oss att intervju flera personer parallellt, samtidigt som vi också slapp ta hänsyn till tidsskillnaderna mellan oss och vissa av våra informanter. Vi antog också att fler skulle vara både mer villiga och mer tillgängliga att ställa upp på en intervju via chatt än på en över telefon. Ännu en fördel som Sveningsson et al. (2003:96) listar med med intervjuer över internet är att den intervjuade får en större makt över situationen eftersom att denne kan dra sig ur när som helst utan några konsekvenser, vilket dels skyddar den intervjuades integritet, dels kan göra intervjusituationen mer symmetrisk.

Vi är dock medvetna om att datormedierad kommunikation har sina brister och begränsningar, vilket också Sveningsson et al. kommer in på i den andra aspekten som de menar definierar kommunikationsformen, nämligen kroppslösheten (2003:94). Då både audiovisuell och icke-verbal information saknas i textsamtal över internet ges samtalspartnerna färre sociala ledtrådar än i samtal ansikte mot ansikte, och i och med detta finns det alltid en överhängande risk för kommunikativa missförstånd och felaktiga budskapstolkningar. Ytterligare en konsekvens av kroppslösheten på Internet är att vi aldrig kan aldrig lita på att de vi chattar med verkligen är de som de utger sig för att vara (2003:95). Vi kan således inte vara säkra på att de vi intervjuat verkligen är bujo-entusiaster, utan de skulle lika gärna kunna vara internettroll som driver med oss - dock förefaller sig detta scenario enligt oss vara mindre troligt. Den tredje

aspekten som Sveningsson et al. (2003:97f) lyfter är internets språkliga aspekter, vilka erbjuder begränsade möjligheter till återkoppling. Även om en stor fördel med internetbaserad kommunikation är att den tillåter oss att ställa mer genomtänkta följdfrågor, så kan vi exempelvis inte nicka, humma eller ge andra subtila signaler på att vi är intresserade, lyssnar och förstår. Avsaknaden av dessa responser riskerar att leda till att den intervjuade tappar tråden eller att intressanta spår inte följs upp.

Men det är inte bara valet av medium som har format vårt material, utan givetvis även valet av metod. Oscar Pripp (2011) anser att etnografens tolkning av en miljö sker redan i anteckningsstadiumet, och att det därmed under hela forskningsprocessen är viktigt att reflektera kring hur man som forskare genom ens blotta närvaro och förhållningssätt oavsiktligt kan påverka den empiri och kunskap som en studie producerar. En annan aspekt av den etnografiska metoden lyfter Billy Ehn (2009:41), som menar att det som en forskare ser påverkas av vad som är möjligt för denne att förstå. En konsekvens av detta kan bli att observatören inte enbart söker efter det uppseendeväckande och främmande, utan även efter det som framstår som förståeligt och bekant (Ehn 2009:59). För forskaren kan detta bli ett försök att ta kontroll över situationen och ett sätt att hantera den osäkerhet och maktlöshet som man så ofta kan känna inför ett nytt och främmande fält.

6. Analys

Detta kapitelns fyra delar kommer att redogöra för anteckningsböckernas användarfunktion, gå vidare till att diskutera hur bullet journaling kan definieras som en kreativ process och hur detta ger upphov till identitetsskapande sociala gemenskaper, för att sedan slutligen studera hur användningen av bullet journal-metoden förändras då den kollektiviseras under #bujo.

6.1 Anteckningsböckerna

“Bullet journal-metodens syfte är att hjälpa oss att bli mer medvetna om hur vi använder våra två mest värdefulla resurser i livet: vår tid och vår energi”
(Carroll 2018:15)

Så inleder Ryder Carroll det första kapitlet i sin bok. Han menar att metodens syfte är att “åstadkomma mer genom att arbeta mindre”, att koncentrera sig på det som är viktigt och meningsfullt och lära sig att identifiera det som inte är det. Ayobi et al. (2018) lyfter också flera studier som visar att papper-och-penna-metoder som dokumenterar och strukturerar vardagen är fundamentala för mänskliga reflektionsprocesser. Även Gauntlett (2011:23f) refererar till flera forskare som påstår att just att skapa saker med händerna tillåter människan att utforska sitt inre genom att det kombinerar både problemlösande och problemformulerande. En naturlig startpunkt i vårt arbete blev därför att undersöka just hur anteckningsböckerna används av våra informanter, vilka typer av bujo-uppslag som de gör samt vilka behov som de anser blir bemötta med bullet journaling. Många uppgav här liknande svar i att de uppskattar anteckningsböckernas flexibilitet och dess förmåga att samla innehåll på ett och samma ställe. Det verkar dock finnas vissa användningsområden som bullet journaling lämpar sig extra bra för, vilket rimligtvis får som konsekvens att vissa typer av användare är mer frekvent förekommande än andra. En sådan vanlig målgrupp verkar vara mammor, och blivande mammor. Madde, exempelvis, började med bullet journaling just när hon var gravid och då hon till följd av “gravidhjärna” blev allt mer glömsk. Hon använde sin anteckningsbok för att skriva ner påminnelser om möten med barnmorskor, listor med namnförslag till bebisen, olika trackers över hennes mående och en packlista inför förlossningen. Nu när graviditeten och mammaledigheten är över har Madde fortsatt att använda sina bullet journal för “att-göra”-listor och olika typer av samlingar, och menar att den viktigaste funktionen som hennes bujo fyller för henne är att den samlar alla hennes tankar, idéer och listor på ett och samma ställe.

En annan vanlig användarmålgrupp för bullet journals, förutom gravida och mammor, verkar vara studenter. Flertalet av våra informanter visade sig vara högskole- eller universitetsstuderande, och de uppgav att deras bullet journals fyller en viktig funktion för dem när det kommer till att strukturera upp skolarbete, formulera studiemål och komma ihåg deadlines. Ytterligare ett vanligt användningsområde för metoden som vi kunde urskilja är hantering av psykisk eller fysisk ohälsa. Sara, som framför allt använder sin bujo som en att-göra-lista, habit tracker och en dagbok, menade att den absolut viktigaste funktionen som hennes journal fyller för henne är den terapeutiska. Att skriva några rader om dagen, om vad hon har känt och upplevt, tycker hon har en tydlig ångestdämpande verkan. Flera personer uppgav att deras anteckningsböcker spelar en viktig hälsofunktion, då de genom olika trackers och dagboksanteckningar hanterar smärta, ångest och depressioner. Forskning visar mycket riktigt att just personlig anpassningsbarhet är en viktig framgångsfaktor för system som ämnar hjälpa individer med denna typ av hälsoproblem (Ayobi et al. 2018). En person berättade att hon använder bullet journaling som en form av smärthantering i sin sjukdom, medan en annan använder metoden som en del av behandlingen mot sina panikattacker. O förklarar att för henne är skapandet av uppslagen i högsta grad en meditativ process, och i Malins fall var det hennes psykolog som gav henne i uppgift att hitta ett fritidsintresse som gav henne energi och som hon kunde känna var hennes helt egna.

En bullet journal verkar alltså kunna erbjuda sin användare framför allt tre saker; stressreducering, återhämtning och självförverkligande. Precis som Ayobi et al. (2018) nådde som insikt i sin studie finner bullet journal-användare dessa anteckningsböcker mer flexibla och anpassningsbara i strävandet mot detta. Dessutom verkar själva arbetsprocessen med den individuella utformningen av böckerna i sig har en självreflekterande funktion. Detta är möjligtvis svaret på frågan om varför man vänder sig till analoga organiseringsystem och inte digitala, när de sistnämnda till synes verkar ha betydligt fler praktiska fördelar.

En upptäckt som dock gjordes under #bujo var att en överraskande stor del av bujo-uppslagen där *inte* tillämpar Ryder Carrolls organiseringsystem full ut. Trots att Carroll (2018:55)

förespråkar den individuellt anpassade användningen av anteckningsböckerna så går det inte att bortse ifrån att det är just hans unikt utformade system som ligger till grund för hela bullet journal-metoden. Detta system tar hela 70 sidor i anspråk i hans bok, och redogör bland annat för olika loggningssystem för olika långa tidsintervall (dagar, veckor, månader, år), konstruktionen av anteckningsbokens index, upplägg av kollektioner och hur man migrerar innehåll mellan olika sidor. Carroll går även igenom temanamn och pagiering, olika uppgifts- och händelsesymboler samt hur trådning fungerar. Manualen är lång och aningen invecklad - men metoden är utan tvekan *ännu* mer svårförstådd om man försöker lära sig den genom enbart YouTubeklipp och blogginlägg. Vi förutsätter att det är långt ifrån alla bullet journal-användare som har införskaffat Carrolls handbok, och det är kanske därmed föga förvånande att alla inte praktiserar metoden helhjärtat. Och även detta inte nödvändigtvis får som konsekvens att människor *inte* har nytta av bullet journaling i sina liv, går det inte att bortse ifrån att en bullet journal utan denna unika metod egentligen inte är någonting annat än ett helt vanligt anteckningsbok. Detta väcker en intressant tanke; om detta stämmer och det inte är det speciellt designade systemet som driver människor att lägga åtskilliga timmar i veckan på sina bullet journals, vad är det då? Vad är det som lockar med ett helt vanligt pappersblock, och framför allt; vad är det som får människor att fotografera dessa papperssidor och publicera dem för allmän beskådan på Instagram?

6.2 Den kreativa processen

Nicole berättade för oss att det hon fastnade för när hon först upptäckte metoden, var dess flexibilitet och mångsidighet;

“Jag insåg att jag skulle kunna få ett kreativt behov mött på samma gång som jag fick kontroll över alla delar i mitt lite röriga liv”

Alla våra informanter uppgav liknande svar, att det var just den praktiska nyttan kombinerat med det kreativa uttryckssättet som lockade med bullet journaling. Malin använde exempelvis termen “skapa” när hon pratade om arbetet med sin bullet journal, Sarah menade att hon i första hand ser

på sin bujo som en hobby och Arianna berättade att hennes fokus under tidens gång har skiftat till att handla mer och mer om just det kreativa uttrycket;

“It still helps me to feel organised and productive, but I love so much the making of the spreads! It really makes me feel relaxed”

En viktig insikt som vi tidigt nådde i studien var alltså att bullet journaling handlar om mer än att bara strukturera listor och skapa olika organiseringsystem - den kreativa aspekten är minst lika viktig. Och även fast den konstnärliga ambitionsnivån skilde sig markant mellan våra informanter, berättade de flesta av dem att de höll på med teckning, måleri eller foto redan innan de upptäckte bullet journaling. De anser att arbetet med anteckningsböckerna är ett bra sätt för dem att tvinga sig själva till kreativt skapande på daglig basis, något som man annars kanske har svårt att avsätta tid för. Sara beskrev det också som att det driver henne till att utvecklas konstnärligt;

“Jag blir mer kreativ överlag när jag pillar med min bujo, det ger mig en liten spark i baken att prova nya saker och måla mer akvarell och så vidare”

Om denna kreativa aspekt av bullet journaling skriver dock Ryder Carroll väldigt lite om i sin bok, nästan ingenting. Efter att ha redogjort för systemets uppbyggnad tillägnas resten av boken åt att förklara vilka underverk som metoden kommer att göra för alla som ger sig i kast med att pröva den och som uppmanar läsaren till att göra denna självreflekterande, inre resa. Boken är uppenbarligen till för att sälja in bullet journaling som det varumärke det nu har blivit, och genom olika användarberättelser får vi veta att bullet journals har gjort allt ifrån att ha effektiviserat människors arbete och vardagsliv, till att ha lagat trasiga relationer och till och med räddat liv. Carroll fokuserar mer på anteckningsböckernas funktion än på deras design, och under kapitlet “Vanliga frågor” lyder en fråga “Jag är inte konstnärligt lagd, kan jag ändå ägna mig åt bullet journaling?”, på vilken han svarar;

“Ja. Det enda som betyder något i bujo är innehållet, inte presentationen”
(Carroll 2018:291)

Det hela kan dock kokas ner till en definitionsfråga om vad som får kallas för kreativt skapande och vad som inte får det. Vi vänder oss här till David Gauntletts (2011:76) beskrivning av kreativitetstermen, vilken definierar kreativt skapande som en process hos en eller flera människor i antingen den materiella världen eller i den digitala, som väcker en känsla av glädje och där själva aktiviteten att skapa någonting är inom kontexten nyskapande. Enligt Gauntletts resonemang kan man alltså betrakta bullet journaling som en kreativ skapandeprocess oavsett om anteckningsböckerna är fyllda av akvarellmålningar eller bara består av listor skrivna i svart bläck. Att informanterna i intervjuerna ständigt återkom till hur viktig den kreativa sidan av bullet journaling var för dem spelar heller ingen roll i frågan, för definitionen kräver inte att utövaren själv klassificerar sin bullet journal som ett kreativt skapande.

Gauntlett (2011:23) menar att drivkraften att skapa är ett uråldrigt mänskligt behov som förenar kroppen med sinnet, men lyfter också känslan av att ha ett “flow” som en viktig bidragande faktor till varför vi tycker så mycket om att skapa. Gauntlett (2011:75) definierar flow som den känsla som uppstår när en människa är så pass uppslukad av en aktivitet att hon glömmer bort både tid och rum, och som är varken så utmanande att den skapar stress och oro, men som inte heller är så enkel att den tråkar ut sin utövare. En aktivitet som skapar en känsla av flow kan alltså sägas ligga precis mitt emellan påfrestning och stimulans - ett gränsland som enligt Gauntlett många kreativa skapandeprocesser befinner sig inom. Och även fast våra informanter aldrig uttryckligen nämnde ordet flow, är det så vi tolkar deras berättelser om hur bullet journaling får dem att slappna av och erbjuder dem en paus i deras vardagliga bekymmer.

Gauntlett (2011:22f) motsätter sig dock den uppdelning av de två termerna konst och hantverk (eng: *art & craft*) som på senare tid har skapats, där det första tenderar att syfta till den “sanna” kreativa processen då en idé eller en känsla förvandlas till ett visuellt objekt, medan det senare snarare har kommit att användas då man syftar på den mindre prestigefyllda faktiska

produktionen av föremål. Man kan se det som att termernas olika konnotationer har lett till en separering mellan att ha ideer och att producera objekt, vilket också får som konsekvens att konstnärligt skapande ofta ges en högre status än hantverk (Ibid.). Denna införstådda och värdeladdade uppdelningen mellan konst och hantverk verkar även ha satt sina spår i bullet journal-communityt. Redan tidigt i studien märkte vi nämligen att det finns en tydlig stilistisk uppdelning mellan de bujo-entusiaster som förespråkar en minimalistisk och praktisk bujo-design utan överflödigt innehåll, och de som föredrar de mer konstnärligt avancerade uppslagen (en grupp som vi själva har valt att döpa till "maximalister"). Medan minimalisterna har fokus på hantverket och funktionen, kretsar maximalisternas arbete kring konsten och uttrycket, och det finns en pågående debatt i om vilket av dessa två sätt att jobba med metoden som är den rätta. Många minimalister hänvisar till Carrolls ursprungliga tanke med att innehållet är viktigare än presentationen, och vill se en slags "back to basic"-reform då de menar att den sociala pressen som klimatet på Instagram och Facebook för med sig har skapat en kultur där en bullet journal måste vara perfekt för att få delas. Samtidigt vittnar våra informanter om att detta är en press som de själva inte relaterar till, och de anser att det minimalistiska uttrycket inte är så anspråkslöst som det utger sig för att vara utan ofta är minst lika estetiskt tilltalande och passande för offentlig publicering som de mer avancerade bullet journal-uppslagen. Det ena behöver dock givetvis inte utesluta det andra, och flera av informanterna anser att en bujo kan vara funktionell samtidigt som den är estetiskt tilltalande och kreativt tillfredsställande att skapa. Men debatten upprör onekligen ändå, och många verkar ta åt sig personligen av kritik mot deras valda uttryck. Detta skulle kunna bero på den värdering som Gauntlett menar har skapats i konst- och hantverkstermerna, men relaterar möjligtvis också till att kreativt skapande är starkt sammanlänkat med bildandet av identiteter och tillhörigheter (Gauntlett 2011:24). På detta sätt kan man se bullet journaling som ett sätt för den enskilda användaren att dels själv upptäcka vem denne är, dels ett sätt att signalera ut denna identitet till andra och i och med detta länka samman sig själv med likasinnade. Att vara en bujo-minimalist på Instagram är exempelvis någonting som de flesta tydligt markerar och skyltar med. Termen används exempelvis ofta i användarnamnen, omnämns i biografierna samt figurerar i en rad olika frekvent förekommande hashtaggar (bland annat #minimalistbulletjournal och #minimalbujo). Maximalisternas

användarnamn, däremot, är ofta relativt anonyma kombinationer av förnamn och orden “bujo” eller “journal” som sällan signalerar användarens kreativa identitet. Dock är inläggen under hashtaggar såsom #bujoart eller #theartofbujo betydligt fler till antalet än de under minimalistiskt kopplade hashtaggar, vilket antingen kan bero på att maximalisterna är fler till antalet på Instagram, eller på att hashtaggar används även av de som inte identifierar sig som tydliga maximalister. Rimligtvis är det det sista påståendet som är det korrekta, för att vara just en minimalist verkar i högre grad än att vara en maximalist en livsstil som återspeglas även utanför internet. Den minimalistiska livsstilen går att applicera på allt ifrån inredning och klädstilar till dieter och aktivitetsprogram, medan maximalist-identiteten inte ens har något vedertaget namn. Enligt resonemanget av Hu et. al (2017) får detta som konsekvens att den minimalistiska identiteten i större utsträckning visas upp i virtuella miljöer, då detta blir en möjlighet för bujo-användare att översätta sina föreställningar om sig själva till onlineidentiteter. Lyckas användarna matcha sina uppfattningar om sina olika jag med sitt uttryck på internet kommer diskrepansen mellan självguiden och den virtuella identiteten att minska, och bujo-minimalisterna uppleva att det är de faktiska jagen, oavsett negativa eller positiva, som visas upp online. Maximalisterna, däremot, är som sagt ingen specifikt uttalad grupp utan ringar helt enkelt bara in de som vars bullet journal verkar fylla en klart utstickande kreativ funktion. Och eftersom att vara maximalist till skillnad från att vara minimalist inte är en lika vedertagen identitet i fysiska rum, är det kanske just därför som den maximalistiska stilen saknar direkta uttryck i bujo-sammanhang på internet; helt enkelt för att det inte ger samma typ av tillfredsställelse i matchningen av självschema och onlineidentitet.

6.3 Bujo-communityt

Att publicera bilder på sin bullet journal under #bujo på Instagram kan rimligtvis alltså delvis ses som en identitetsskapande process som minskar diskrepansen mellan hur man anser sig själv att vara och hur man porträtterar sig. Om man har en bild av att vara en kreativ och organiserad person, vilket alla våra informanter uppgav att de har, kommer man att drivas till att skapa en internetidentitet som bekräftar och förstärker denna bild. Dessutom, som Higgins (1987) poängterar, styrs huruvida vi når våra idealsjälvns mål eller inte även hur vi upplever vår

självkänsla. I detta fall innebär det att bujo-användares självkänsla i relativt hög utsträckning styrs av den sociala grupp som bujo-communityt utgör. Det är därför kanske inte så konstigt att debatten om hur en bujo *egentligen* ska se ut tas på så pass stort allvar, då den riskerar att öka diskrepansen mellan bujo-användares virtuella identitet och deras faktiska själv, vilket enligt Hu et. al (2017) leder till ett försämrat välmående. Samtidigt vittnar det empiriska materialet om att finns en åtråvärd samhörighetskänsla i bujo-communityt på Instagram, och alla våra informanter uppgav att de inte bara finner glädje i att själva publicera bilder utan även i att följa andra bujo-relaterade konton. Flera av dem berättade att det är just genom att följa andra som de själva hittar inspiration och idéer till hur de kan utveckla sina egna anteckningsböcker. När vi frågade informanterna om varför de valde att starta ett bullet journal-konto på Instagram, var det många av dem som svarade att det var gemenskapen i bujo-communityt som lockade. Sara, vars instagramkonto från början inte alls hade en tydlig bujo-inriktning, svarade så här om varför hon valde att göra om det till ett bujo-konto;

“Jag tror det var just att jag följde många sådana konton själv. Fick inspiration av att göra det då. Och det var något kreativt jag gjorde nästan varje dag och ville vara en del av de som inspirerar andra! Och jag fick väldigt bra respons!”

För Sara handlade det alltså till stor del om att ge tillbaka något till det community som hon själv under en tid följt genom olika hashtaggar och andra bujo-konton, vilket också Nicole uppgav som den dominerande anledningen till att hon startat sitt konto;

“Jag såg så många härliga bujo-konton som gav mig inspiration och kände att jag ville dela med mig av det jag skapade och kanske nå ut och ge någon annan inspiration!”

Även Arianna var inne på samma spår;

“My bf and friends encouraged me to open the account! I was always happy when they told me they liked my spreads. And since the bujo community seemed supportive and friendly I decided to open it. And I like to share with other people my interests too.”

Community-känslan som informanterna vittnade om var också en av de första saker som vi la märke till när vi gjorde våra observationer under hashtaggen. Vi förvånades över mängden kommentarer under inläggen och den vänskapliga, förtrogna tonen som genomsyrar dessa. När vi var inne och tittade på Malins tidigaste uppladdade bilder märkte vi att hennes sjätte bild, upplagd ungefär en vecka efter kontots födelse, fått tre kommentarer. Användaren @bonjournal_ skrev “This looks super clean! Love it!”, @happybulletjournal kommenterade “I love this” följt av en glad emoji, och @bujomumma uttryckte “Love this spread” och avslutade sin kommentar med en emoji med hjärtögon. Hur många följare Malin hade vid den punkten vet vi inte, men bara tio dagar efter att hon startat sitt konto hade uppenbarligen minst tre stycken andra bujo-relaterade konton hittat till hennes profil och kände så pass starkt sammankoppling till henne att de bemödade sig att lämna en kommentar. Samma mönster gick att se hos många av de andra användarna - F.H. exempelvis hade 8 kommentarer under sitt allra första inlägg (och hon hade svarat dem alla). Bland kommentarerna hittade vi exempelvis;

@studyinwithrubby: “It’s your first?!?! You’re so talented!”

@bujo_veronica: “Welcome! Cute cover page”

@emilyc.bujo: “What an exciting time! Starting a bujo for the first time :)”

Såväl observationerna som intervjuerna vittnar alltså om att bujo-communityt på Instagram är av en aktiv karaktär, där de flesta inom det såväl konsumerar som producerar innehåll. Enligt Jenkins (2008:15) definition innebär det faktum att mediekonsumenterna och medieproducenterna bujo-communityt i högsta grad är integrerade i varandra att gemenskapen under #bujo kan klassificeras som en deltagarkultur. Jenkins (2008:36f) menar vidare att konvergerande medier så gott som alltid ger upphov till ett community som hålls samman av den

gemensamma produktionen och det ömsesidiga utbytet av kunskap. För bulle journaling, som i grund och botten kan betraktas som en individuell process, innebär sammanflätningen av analoga och digitala medier att kollektiva receptionsformer blir tillgängliga. Gauntlett (2011:222) gör en liknande poäng då han menar att kreativt skapande alltid placerar människan i ett socialt sammanhang, och går så långt som att uttrycka att;

“[...] making and connecting is not an option - it is experienced as a necessity”

(Gauntlett 2011:25)

På detta sätt speglar vi våra känslor i andras skapande, och låter samtidigt andra människor spegla sig i vårt (Gauntlett 2011:76f). Genom att skapa saker och dela dessa med andra placeras vi i ett sammanhang med likasinnade människor, vilket också tillåter individen att göra sin röst hörd genom att markerar sin plats i den värld där hon inte längre enbart är en observatör, utan även en deltagare (Gauntlett 2011:222-226). Det ligger helt enkelt något grundläggande mänskligt att viljan av att få vara en aktiv del av en gemenskap bestående av människor som man kan identifiera sig med. O berättade exempelvis att hon under en stressig period i livet inte längre använde sin bulle journal lika flitigt, men att hon genom att öppna sitt Instagramkonto pushade sig själv till att återigen börja teckna. Hon förklarade det som att det var hennes konto som drev, och fortfarande driver, henne till att fortsätta utvecklas. Även Sara menade att;

“Det [kontot] får mig att bli mer kreativ! För det tvingar mig att göra det där lilla extra som gör mina uppslag extra fina!”

Och F.H. påpekade att;

“Det blir roligare att skapa och vara kreativ om man får respons!”

Jenkins (2008:37) delar Gauntletts tankar om drivkraften bakom kreativt skapande och trycker även han på människans djupt liggande behov av att dela med sig av saker som hon skapat.

Jenkins poängterar dock att trots att behovet är densamma så har äldre former av social interaktion bytts ut mot nya typer av gemenskaper. Vår förankring till storfamiljen, till nationen och till vår fysiska närhet har blivit allt lösare, samtidigt som nya former av sociala gemenskaper har uppstått, och idag sammanfogas vi till stor del snarare av gemensamma intellektuella projekt och känslomässiga åtaganden - en kategori som bullet journaling i högsta grad faller in under. Bland annat Kate uttryckte att;

“I feel that my Instagram account allows me to connect with other journalers across the world, to share ideas, tips, advice, techniques etc. I’ve found that there’s a great sense of community and support here.”

Detta resultat överensstämmer även med studien gjord av Ayobi et al. (2018), vilka ju också kom fram till att en stor anledning till att bullet journal-fenomenet har fått en så stor spridning är för att det erbjuder användarna en social gemenskap, något som motsvarande digitala organiseringsystem inte kan. Dessa gemenskaper och sociala föreningar som uppstår i de delade syften som kreativa utbyten skapar menar också Gauntlett (2011:161) inte bara är absolut nödvändigt för att vi människor ska må bra, utan är även en hörnsten i ett tryggt och friskt samhälle.

6.4 “Det analoga systemet för den digitala tidsåldern”

En av de frågor som ställdes i intervjuerna var hur lång tid det tog mellan det att informanterna började med bullet journaling och att de öppnade sina instagramkonton. När Malin fick frågan svarade hon att det förmodligen skedde i direkt samband med att hon köpte blocket. Mycket riktigt porträtterar den första bilden på hennes konto, upplagt den 24 november 2016, vad som såg ut att vara en öppen Bullet Journal av märket Leuchtturms samt ett gäng nyinköpta pennor. Bildtexten lyder “Let’s Do This”, följt av tre emojis föreställandes klappande händer, ett skrivblock samt en reservoarpenna, och på det ett tiotal Bullet Journal-relaterade hashtaggar. Redan samma dag la hon upp ytterligare en bild, denna gång på en minimalistiskt skissad årsöversikt över 2017, och hashtaggade utöver #bujo och #bulletjournal bland annat även

#bulletjournaljunkies, #bulletjournalcommunity och #planwithme. Även Nicoles och Maddes första instagrabilder, från 11 maj 2017 respektive 27 oktober 2017, porträtterar obrutna skrivblock, tejprullar och pennor, följt av liknande hashtags som Malin använde i sina första bilder. Flera av informanterna uppgav i intervjuerna samma svar; att de startade sina konton i samband med att de började med bullet journal-metoden. Vissa öppnade sitt konto direkt, andra väntade några månader, men för majoriteten av informanterna var tiden mellan inköpet av deras första anteckningsbok och publicerandet av det första inlägget på deras instagramkonto aldrig mer än ett halvår. Undantagen var Sarah, Sara och Kate, som ursprungligen använde sina konton som allmänna konstkonton innan de upptäckte att det var bullet journal-bilderna som fick störst uppskattning och beslöt sig för att helhjärtat ägna sina konton åt just detta.

Ett annat återkommande mönster som upptäcktes i de olika intervjuerna var på vilka sätt som informanterna fått nys om bullet journal-metoden. Det var i frågan om hur det kom sig att de börjat med bullet journaling som ett tema i svaren började träda fram; att alla som vi intervjuade hade blivit bekanta med fenomenet via internet. De flesta hade stött på bullet journaling på Pinterest, några på Instagram och ytterligare några andra på YouTube. Vi hade gått in i studien med en föreställning om att fenomenet har spridit sig den muntliga vägen vänner emellan, genom artiklar i hobbymagasin eller via produktreklam i bokhandlar och hobbyaffärer, men blev här motbevisade. Och kanske är det inte så märkligt - precis som Ayobi et al. (2018) diskuterar i sin studie så är en viktig anledning bakom den sociala gemenskapen som bullet journaling ger upphov till just den enkelhet med vilken anteckningsböckerna digitalt kan spridas med andra. Även såväl Gauntlett som Jenkins belyser de tekniska förutsättningarna bakom framgångarna för kreativa fenomen likt dessa på just internet. Gauntlett (2011:96) menar att det till stor del helt enkelt handlar om att för vissa plattformar är ansträngningarna för att dela med sig av sitt skapande så små att de sociala belöningarna som väntar alltid gör mödan värd. Genom enbart den lilla handlingen att publicera ett fotografi på sociala medier blir man alltså en del av ett socialt nätverk, vilket leder till en känsla av ömsesidigt engagemang samtidigt som man ges möjligheten att imponera på likasinnade människor som delar ens intressen. Att dela en bild på sin bullet journal på Instagram kräver minimal tidsåtgång och ansträngning, medan belöningen i

att få bli en del av en internetgemenskap blir desto större. Jenkins (2008:47f) lyfter också en särskilt viktig teknisk faktor bakom gemenskaper likt dessa, vilket är att de byggs på en asynkron kommunikation. Kommunikationen behöver alltså inte ske i realtid och medlemmarna behöver således varken vara aktiva vid samma tidpunkt som varandra eller samtidigt som de skapar sina bujo-uppslag. Precis som Hu et al. (2017) kommer fram till är det också enklare att visa upp sitt sanna jag i virtuella miljöer än fysiska, vilket kan vara ytterligare en anledning till bujo-fenomenets genomslag på Instagram. Vi, som utgick ifrån tesen att man endast lägger ut bilder på de uppslag som man är stolt och nöjd över, blev nämligen förvånade när flera av våra informanter berättade att de även publicerar sådant som de inte tycker blev speciellt lyckat. Arianna menade exempelvis att;

“Something I dislike may be beautiful or inspiring for someone else.”

Även Malin berättade att hon brukar dela även det som hon inte är helt nöjd med själv, vilket förvånande nog brukar vara de inlägg som blir som mest populära. Även F.H sa att hon för sin egen skull försöker att inte vara en perfektionist, utan delar i regel det mesta från sin bullet journal. Detta konstaterande, att man delar med sig av även det som man inte är nöjd med, bekräftar de antaganden som Hu et al. gör angående om hur man konstruerar sin självbild i virtuella miljöer. Precis som de resonerade verkar det enligt Arianna, Malin och F.H finnas en acceptans inom internetgemenskaper som välkomnar även det som inte är perfekt.

Slutligen bör det poängteras att Ryder Carrolls metod är ett varumärke som avspeglar hans preferenser och kommersiella avvägningar, och Jenkins (2008:33) menar att ingen medieaktör har total kontroll över sina produkter i den konvergenskultur som vi just nu befinner oss i. Eftersom att mediepubliken parallellt både är producenter och konsumenter skapas nya former av berättande, och den kunskap som tillgängliggörs via internet genererar en ny typ av medieinnehåll. Deltagandet i gemenskapen under #bujos kan här ses som en ny typ av kulturkonsumtion som inte bara tillämpar utan framför allt också *utmanar* Carrolls metod.

7. Slutsats och reflektion

Sedan Ryder Carroll delade sitt YouTubeklipp för sex år sedan verkar bullet journal-metoden och internet gått hand i hand. Det är genom olika internetforum som fenomenet har spridit sig över världen, och det var också så som vi själva fick nys om metoden. Eftersom att bullet journaling ursprungligen är en metod för kartläggning och organisering av privatliv är det kanske inte heller så konstigt att fenomenet lämpar sig extra bra för just spridning över internet; risken hade annars varit att metoden aldrig tagit sig utanför pärmarna på de enstaka bujo-användarnas anteckningsbok. Eftersom att den sociala dimensionen i bujo-skapandet bevisligen är av yttersta vikt för de flesta gör detta fenomenet ytterligare ännu mer lämpligt för internetspridning. För det som vi ser det vill vi göra själva, och det vi gör vill vi dela med andra. Digitala uttryck inspirerar till analoga, som sedan åter blir till digitala uttryck - ett oändligt informationskretslopp som troligtvis inte hade fungerat utan internet.

För våra informanter har den digitala delen av skapandet funnits med sedan start, då de upptäckte fenomenet via internet och fortfarande inspireras, motiveras och drivs av att såväl producera som konsumera bujo-innehåll i sociala medier. Vi har kommit till slutsatsen att den primära funktionen hos bullet journals inte är organisering och strukturering, utan snarare samhörighetskänsla, identitetsskapande och signalering. Enligt Gauntlett och Jenkins är just den sociala dimensionen av extra stort värde när det kommer till att producera och konsumera kreativa uttryck på internet, men att aktivt konstruera sin självbild genom urvalet av publicerade bilder på Instagram blir även det ett sätt att inta olika roller och därmed skapa tillhörighet till diverse grupper.

Slutligen frågar vi oss om denna analoga metod inte är ett så märkligt fenomen i vårt digitala samhälle som det först föreföll sig vara. Kanske har detta till synes förlegade papper-och-penna-fenomen fått en så stor spridning idag just *på grund av* att vi befinner oss i en digital tid? Kanske är det helt enkelt den digitala erans unika spridningsmöjligheter över tid och rum, samt vår tids ständiga sökande efter nya sociala sammanhang, som gör att fenomen likt dessa blir så populära? Är det idag måhända också viktigare än någonsin att uttrycka sin egna

identitet och göra sitt avtryck på världen? Enligt Jenkins (2008:27f) leder som sagt mediekonvergens nästan alltid till en aktiv publikgemenskap, och det är således kanske inte så konstigt att bujo-fenomenet som på ett så effektivt sätt har slagit samman analoga och digitala medier har blivit en så populär företeelse för människor att mötas över.

Ett sätt att jobba vidare med detta arbete vore att undersöka bujo-gemenskapen offline. Vi utgick inledningsvis ifrån att gemenskapen endast existerade online, men fick senare reda på att det finns flera olika typer av fysiska träffar för bujo-användare som har träffats via Facebook. En fortsättning på denna studie hade med fördel kunnat undersöka dessa träffar för att få en djupare förståelse för bujo-journaling i allmänhet och de gemenskaper som fenomenet ger upphov till i synnerhet.

Referenser

Atkinson, P. & Hammersley, M. (2007). *Ethnography: principles in practice*. (3:e uppl.). Oxon: Routledge

Ayobi, A., Sonne, T., Marshall, P. & Cox, A.L. (2018) Flexibel and Mindful Self-Tracking: Design Implications from Paper Bullet Journals. I *CHI '18, Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. Montreal QC, Canada, 21-26 april 2018, Paper No. 28

Berg, M. (2015). *Netnografi*. Lund: Studentlitteratur

Carroll, R. (2018). *Bullet journal-metoden*. Stockholm: Volante

Creswell, J.W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design. Choosing Among Five Approaches*. (3:e uppl.). Thousand Oaks: SAGE

Ehn, B. (2009). Lära sig se på nytt. I Arvastson, G. & Ehn, B. (red.). *Etnografiska observationer*. Lund: Studentlitteratur, ss. 37-60

Fägerborg, E. (2011). Intervjuer. I Kaijser, L. & Öhlander, M. (red.). *Etnologiskt fältarbete*. (2:a uppl.). Lund: Studentlitteratur, ss. 85-112

Gauntlett, D. (2011). *Making is Connecting. The social meaning of creativity, from DIY and knitting to YouTube and Web 2.0*. Cambridge: Polity Press.

Hu, C., Kumar, S., Huang, J. & Ratnavelu, K. (2017). Disinhibition of negative true self for identity reconstructions in cyberspace: Advancing self-discrepancy theory for virtual setting. *PLoS ONE*, 12(4)

Higgins, E.T. (1987). Self-Discrepancy: A Theory Relating Self and Affect. *Psychological Review*, 94(3), ss. 319-340

Jenkins, H. (2008). *Konvergenskulturen. Där nya och gamla medier kolliderar*. Göteborg: Diadalos

Kozinets, R.V. (2011). *Netnografi - Etnografiska undersökningar på nätet*. Lund: Studentlitteratur

Pripp, O. (2011) Reflektion och etik. I Kaijser, L. & Öhlander, M. (red.). *Etnologiskt fältarbete*.(2:a uppl.). Lund: Studentlitteratur, ss. 65-84

Pripp, O. & Öhlander, M. (2011) Observation. I Kaijser, L. & Öhlander, M. (red.). *Etnologiskt fältarbete*.(2:a uppl.). Lund: Studentlitteratur, ss. 113-146

Sveningsson, M., Lövheim, M. & Bergquist, M. (2003). *Att fånga nätet: kvalitativa metoder för Internetforskning*. Lund: Studentlitteratur

Bilagor

Bilaga 1.

Användarnamn, förnamn/initialer samt nationstillhörighet hos de nio bujo-användare som fullföljde intervjun;

@bujo_by_sarah - Sarah, Sverige

@bujo_mama - Madde, Sverige

@creativebyolivejuice - Nicole, Sverige

@enlitenbujo - F.H, Sverige

@journalbymalin - Malin, Sverige

@katykatehadfield - Kate, England

@kawariisjournal - Arianna, Italien

@onlinebujo - O, Sverige

@sw_illustrations - Sara, Sverige

Bilaga 2.

Intervjuguide till Nicole, Malin, Kate & Arianna.

- **Hur länge har du haft ditt konto?** När, och hur ofta, publicerar du bilder? Vad brukar du tänka på i själva publiceringen (användandet av hashtaggar, captions, emojis, interaktion med följare osv)?
- **Vilka bilder är det som får hamna på din Instagram?** Alla eller bara vissa? Hur görs urvalet? Om det är skillnad på privata och offentliga bujos; vad är skillnaden? Anpassas innehållet efter mediet och forumet?
- **Vad är det som är så roligt med att publicera bujo-bilder/ha ett bujo-konto?** Vad tycker du att du får ut av det? Hjälper det dig att bli mer organiserad? Vara en del av en gemenskap? Utlopp för kreativitet? Följer du själv några bullet journal-konton? I så fall: vilka, och hur många? Varför?

Bilaga 3.

Intervjuguide till Sarah, Madde, F.H, O & Sara.

- Hur kom det sig att du började med bullet journaling?
- När ungefär var det?
- När startade du ditt instagramkonto?
- Vad fick dig att starta det kontot?
- Ungefär hur många timmar i veckan lägger du på din bullet journal?
- Ungefär hur många timmar i veckan lägger du på ditt bujo-konto?
- Vilket är det viktigaste syftet som din bullet journal fyller för dig?
- Vilket är det viktigaste syftet som ditt bujo-konto fyller för dig?
- Vad tänker du på när du publicerar bilder på Instagram? Vilka bilder kommer upp/kommer inte upp? Har du några urvalskriterier?
- Följer du några andra bujo-konton eller bujo-relaterade hashtags? Om ja; ungefär hur många?