

ETT INVERTERAT NÖJESFÄLT

Kunskap, upplevelse och vara genom Google Maps användarrecensioner

Andreas Thörn

Examensarbete (30 högskolepoäng) i biblioteks- och informationsvetenskap för
masterexamen inom ABM-masterprogrammet vid Lunds universitet.

Handledare: Martin Muderspach Thellefsen

År: 2023

Title

Inverting the amusement park: Knowledge, experience and commodity through the user reviews of Google Maps

Abstract

This thesis attempts to show tangible ways in which commodification of experience expands into areas outside of direct commercial activity, in contemporary mind and society. The user reviews of Google Maps (URGM) regarding places that don't offer sales of goods and services are being studied empirically, through qualitative text analysis. Functional analysis is also used to study the functions of the medium generally. Results show that the grading system can be understood as an imitation of intuitive pre-language communication within a sensory network, where sensory data and economic figures merges in the form of (average) ratings. Raw sense information is mirrored to the reader but frozen, thereby unable to grow into knowledge. Also, experience and world is commodified through different forms of objectification and evaluation. The review form and the experience which it integrates, strengthens the structure of separation between subject (the consumer who experiences and reviews) and object (the world, that which is being consumed and reviewed) and also expands the object to include the experience of it. Experiences, as intuitive engagement with “the now”, (what Henri Bergson calls “duration”) are objectified by being turned into properties of places (objects), generating what is coined “duration objects”, a kind of delimited constructed fantasies about a certain contact with ‘now’ (to simplify it). As a conclusion, it can be said that URGM and its organization of experience is an example of how capitalism appropriates the immaterial, by dissolving old categories and blurring the line between sensation and knowledge, commodity and non-commodity, time and space etc., creating new kinds of objects ready to be consumed.

Keywords

Commodification, critical theory, Walter Benjamin, experience, erlebnis, erfahrung, Google Maps, user reviews, Zlatan Court, information science, duration, duration object, objectification, flows, rating, experience economy, information science, Henri Bergson, Marshall McLuhan, UGC, library

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Diagramförteckning	5
1. Inledning	6
1.1 Introduktion.....	6
1.2 Problemformulering	7
1.2.1 Kunskap i samtiden.....	7
1.2.2 Informationsvetenskapen	8
1.2.3 GMA och biblioteken	8
1.2.4 Upplevelsen som problem.....	9
1.2.5 Upplevelsen och varan.....	10
1.3 Syfte	11
1.4 Forskningsfrågor	11
1.5 Disposition	12
1.6 Beskrivning av GMA:s funktioner.....	13
2. Tidigare forskning	16
2.1 Google Maps och användarrecensioner i biblioteks- och informationsvetenskapen.....	16
2.1.1 Användargenererat innehåll (UGC).....	16
2.1.2 Användarrecensioner	17
2.1.3 GMA	18
2.2 Konceptuell forskningsbakgrund	18
2.2.1 Tunna och djupa kartor	18
2.2.2 Neogeografi	19
2.2.3 VGI	20
2.2.4 Upplevelse och digitalt platsskapande	20
2.2.5 Varufiering av upplevelser.....	21
2.3 Studien i relation till tidigare forskning	22
3. Teori	24
3.1 Introducerande översikt.....	24
3.2 Kritisk teori och hermeneutik	25
3.3 (Kritisk) mediateori	27
3.3.1 Aura och mekanisk reproduktion.....	27
3.3.2 Människans utbyggnader	28
3.3.3 Siffrans medium.....	29
3.3.4 Det skrivna ordets medium	29
3.3.5 Erfarenheten och det orala historieberättandet.....	30
3.4 Upplevelsen – en teoretisk inramning.....	31
3.4.1 Det talade ordets medium	31
3.4.2 Nuflöde, intellekt och intuition	32
3.4.3 Chockupplevelsen	33
3.5 Förtydligande begreppsdefinitioner	34
4. Metod	35
4.1 Funktionsanalys	35
4.2 Textanalys	36
4.3 Kvalitativ metod.....	37
4.4 Närstuderande nedslag	38
4.5 Materialinsamling och urval	38
4.6 Genomförande.....	39

4.7 Etiska aspekter	40
5. Funktionsanalys / GMA som medium.....	42
5.1 Betyget som symbol.....	45
5.2 Betygsformulärets inbjudan	46
5.3 Genomsnittsbetygets medium	47
5.4 Betygen som bruksvärde och bytesvärde.....	49
5.5 Textformulärets inbjudan	52
5.6 Massans karta?	54
6. Kvalitativ textanalys	56
6.1 Om Zlatan Court	56
6.2 Recensioner av Zlatan Court (översikt)	56
6.3 Aura och Zlatan Court.....	59
6.4 GMA, erfarenhet och chockupplevelse.....	62
6.5 Förväntningar	65
6.6 Nuflödesintellekt	66
6.6.7 Nuflöde och platsnamn	67
6.7 Souvenirer och varor	72
7. Sammanfattande diskussion.....	74
7.1 Sinnesdatans resa – studien som svepande historik	74
7.1.1 Den första rörelsen (svarar mot båda forskningsfrågorna)	75
7.1.2 Den andra rörelsen (svarar mot båda forskningsfrågorna).....	76
7.2 Potentiella bidrag till forskningsfälten	77
7.2.1 Varufieringen av upplevelser	77
7.2.2 De geografiska begreppen.....	78
7.2.3 Nuflödesobjektets begrepp.....	79
7.2.4 Desinformation och information overload	79
7.2.5 Biblioteken.....	80
7.3 Vidare forskning	81
Källförteckning	83
Bilagor	92

Diagramförteckning

1. Medium inom och runt GMA.....	42
2. Övergripande funktionsanalys av GMA.....	44
3. Funktionsanalys av GMA som bruksvärde.....	49
4. Funktionsanalys av GMA:s relation till bytesvärde	51
5. Taxonomi nuflödesobjekt.....	69
6. Funktionsanalys av nuflödesobjekt inom ramen för GMA.....	71

1. Inledning

1.1 Introduktion

Låt oss här inledningsvis föreställa oss bilden ett av djur, som orienterar sig via direkta sinnesintryck, en hund som luktar sig fram. Sedan människan som lagrar kunskap i böcker, i tusentals bibliotek, i ett universum av information som förborgats och stelnat i språk och tryck. Och sen föreställer vi oss Google Maps (2023a), en ny teknologi där människan likt hunden tar del av ständigt uppdaterad, sensorisk information fast med en räckvidd som sträcker sig över hela världen. Mängder av sensorisk information, sammanfattad i en enskild siffra per plats. Den teknologi som Google Maps är en del av, är så integrerad i samhället, att det lätt kan glömmas bort hur revolutionerande den är. Google Maps informerar inte bara om vägen till platser, utan också om de överhuvudtaget är värda att besöka, via omdömen som vem som helst kan publicera när som helst. Till skillnad från papperskartan och encyklopedin är Google Maps levande, föränderligt och påtagligt känslobaserat.

I formuläret där Google Maps användarrecensioner (förkortas till GMA framöver i studien) skrivs in står uppmaningen “Dela information om hur du upplevde platsen” (Google Maps 2023a) och just “upplevelsen” är inom Google Maps central. Recensionerna beskriver tidigare inträffade upplevelser, så att de som läser kan söka sig fram till egna upplevelser – i Google Maps framstår upplevelsen som viktig för platsers identitet och värde. Inom ramen för GMA går det att recensera platser utan varor och tjänster (t.ex. naturplatser) på samma sätt som platser med varor och tjänster (t.ex. hotell och restauranger). Att (upplevelser av) exempelvis naturplatser således tenderar att behandlas som (upplevelser av) en vara eller tjänst framstår som en expanderande kommersialisering av upplevelsen, och kanske världen i stort, där kommersialisering sker bortom en situation där pengar uttalat byts mot en upplevelse, vara eller tjänst. En ökande kommersialisering av upplevelsen, och dess innebörd, i exemplet Google Maps, är studiens primära studieobjekt. Ett nödvändigt led i att undersöka ett sådant tema är att också studera upplevelsen som kunskap/information, eftersom GMA i sin grund bör förstås som ett informationssystem.

1.2 Problemformulering

1.2.1 Kunskap i samtiden

David Weinberger (2012) har hävdad att kunskapen, i den uppkopplade samtiden, befinner sig i nätverk. Den sammanlänkande och rörliga information vi hittar på internet underminerar kunskap som ett “system av stopppunkter” (“system of stopping points” i originaltexten) ett system i vilket fakta fastställs utifrån ett rörligt informationsflöde. Stoppunkter är exempelvis de auktoriteter/expertter som tillåts avgöra vad som är sant och inte sant, och där det tidigare mest var erkända auktoriteter som kunde publicera exempelvis vetenskapliga böcker, kan vem som helst nu publicera vad som helst på internet. Vi kan alltid hitta mer information inom ett ämne, på den sammanlänkade webben, och mer information laddas upp varje dag: “the last word is never the last word” (Weinberger 2012, kap. 9: Building the New Infrastructure of Knowledge, stycke 18). En viktig stoppunkt har också varit pappersformatet (Weinberger 2012). När en bok väl har publicerats går den inte att korrigera, varför det krävs en noggrannhet och framförallt ett konstruerande av “färdig” kunskap. En bok ramar in sitt innehåll till en enhetlig, statisk och mer eller mindre uttömmande enhet, alltså en stoppunkt.

Där Weinberger (2012) huvudsakligen lyfter fram en brist på stoppunkter som en egenskap hos den nätbaserade informationen, vill jag istället utveckla en tanke om att den nätbaserade informationen struktureras runt nya stoppunkter, de som är och befinner sig i *varor*, *upplevelser* och *GMA*. I en ambition om att se samtiden “utifrån” i den kritiska teorins perspektiv, kommer klassiska äldre teorier att användas som perspektiv och analytiska verktyg. Att betrakta samtidsfenomen utifrån på ett sådant vis, ger inte nödvändigtvis en mer korrekt förståelse än att se dem “inifrån”, men däremot ett annorlunda perspektiv, som kan ge kompletterande insikter bredvid andra angreppssätt. Att kombinera de fortfarande relevanta och kraftfulla begreppen hos Henri Bergson (1859–1941), Walter Benjamin (1892–1940) och Marshall McLuhan (1911–1980) i relation till Google Maps har inte gjort i någon större utsträckning tidigare, och är en grundläggande idé bakom studien. En utgångspunkt är att dessa teorier är mer aktuella idag än vid tidpunkterna för deras tillblivelser: “reproducerbarheten” (Benjamin 1991b) har intensifierats i en tid av “deep fakes” och liknande fenomen, och bilden av teknologin som utbyggnader av människans sinnen (McLuhan 1964) tycks

stämman väl in på den ständigt uppkopplade samtidsmänniskan. Bergsons idéer om intuitivt engagemang med nuflödet (1992) som kontrast till dess abstraherade efterhandskonstruktioner (bilder och begrepp) framstår som en viktig kategori idag, dels på grund av att dessa abstraktioner blir alltmer raffinerade (i form av exempelvis teknologier för produktion av och redigering av bilder), men också för att efterhandskonstruktionerna, på internet, tycks befinna sig i flöden, i kontrast mot de egenskaper som exempelvis Weinberger (2012) lyfter fram hos böcker och andra äldre informationsteknologier.

1.2.2 Informationsvetenskapen

Bristen på stoppunkter, som reglerande strukturer, relaterar uppenbart till begreppet ”information overload”; idén om en situation där det finns så mycket potentiellt användbar information att det snarare blir ett hinder än en hjälp, t.ex. när det kommer till beslutsfattande (Bawden & Robinson 2022). Bristen på stoppunkter (Weinberger 2012) bör också per definition förstås som innebärande att dörren står öppen för desinformation (medvetet falsk information) (Bawden & Robinson 2022), misinformation (falsk information) och malinformation (sann information som sprids i skadliga syften). Inom informationsvetenskapens fält, i synnerhet den mer samhällsinriktade, utgör des- mis- och malinformationen samt konceptet ”information overload” forskningsproblem. Denna studie vill bidra till den vetenskapliga diskussionen kring dessa teman, genom att jämföra dem med upplevelsen som information. En beskriven upplevelse går på sätt och vis inte att falsifiera eller verifiera, det är svårare att mäta eller bevisa huruvida en personlig upplevelse hos någon annan är autentisk/sann eller ej, så inbäddad som den är i det rent subjektiva. Så hur kan upplevelsen som information förstås i jämförelsen med informationen/desinformationens sanning kontra osanning? Och hur kan GMA och dess upplevelse-information, som bjuder in alla människor till att uttrycka sin subjektiva upplevelse förstås i relation till ”information overload” och dess eventuella förekomst i samtiden? Det är mot bakgrund av dessa frågor som studiens konceptualisering av ”information” tar form och förbinder sig till det biblioteks- och informationsvetenskapliga fältet.

1.2.3 GMA och biblioteken

Indirekt tematiserar studien också den relation mellan biblioteken och bibliotekens användare, som består av möjligheten att recensera bibliotek via GMA. Studien vill genom en teoretisk diskussion utveckla den redan existerande forskning som använder GMA för att studera relationen mellan bibliotek och användare. Att recensioner av bibliotek valts bort som empiri i denna studie, beror

på att studien inte vill begränsa sig till bibliotekens sfär vad gäller GMA, utan söker ett bredare fokus som berör även andra typer av platser än bibliotek specifikt. Och även om bibliotek (oftast inte) bedriver kommersiell verksamhet, så erbjuder de tjänster, varför recensioner riskerar att helt enkelt bedöma kvaliteten på tjänsterna. Studien vill som tidigare nämnt behandla den relation som uppstår när platser utan varor och tjänster recenseras.

Det har redan framgått att studien identifierar upplevelsen som en stoppunkt. En grundläggande fråga är vad det något vaga begreppet "upplevelse" syftar på, vilken studien i sin helhet behandlar, men låt oss redan här skissera konturer att utgå ifrån.

1.2.4 Upplevelsen som problem

Att prata om "upplevelser", oavsett definition, innebär ett särskilt sätt att förhålla sig till livet och levd erfarenhet. När vi talar om något som en "upplevelse" avgränsar vi det mer eller mindre skarpt i tiden, det frigörs från ett före och ett efter. Benjamin kontrasterar begreppet "upplevelse" (erlebnis) mot begreppet "erfarenhet" (erfahrung) där det senare konnoterar en process som saknar lika tydliga tidsramar och som manifesteras som längre berättelser (2003). Upplevelsebegreppet innebär däremot, i någon mån, ett förbiseende av historia och kontinuitet. Att prata om och tänka kring livet i termer av "upplevelser" måste på rent logiska grunder förstås som ett sätt att dela upp livet i *enheter*. Upplevelsen kan förstås som en biprodukt av någonting annat, av arbete, spontana handlingar, ritualer osv, men också fungera som ett självändamål, vid besök på nöjesfält t.ex. Upplevelsen som mål konkurrerar med andra motivationer. All mänsklig aktivitet kan t.ex. värderas utifrån hur stor ekonomisk vinst det genererar, vad det faktiskt producerar för resultat (materiellt, socialt eller annat), hur viktigt det är enligt aktörens moraliska kompass eller förståelse av plikt eller om det mer allmänt ger tillfredsställelse eller stimulans. Men alltså också utifrån huruvida det skänker minnesvärda upplevelser. Centralt i upplevelsen som koncept är att det alltid innebär en särskild typ av reflektion som sätter den enskildes intryck och känslor i fokus. Jämför frågan: "hur var det att träffa släkten?" med "hur var din upplevelse av att träffa släkten?". Den första tar ett perspektiv som tenderar att se till den sociala situationen som helhet, medan den andra sätter fokus på de inre känslorna hos den tillfrågade. Den andra frågan uppmanar helt enkelt till en mer självcentrerad utvärdering än den första. Vidare verkar den första frågan härleda tankarna till de faktiska omständigheterna runt träffen (vilka var där, vilka var aktiviteterna t.ex.), vilket gäller även fråga två, men bara om de faktiska

omständigheterna hade betydelse för de personliga känslorna hos den tillfrågade. Upplevelsen verkar per definition inte behöva överensstämma med de faktiska omständigheterna, eftersom den i så hög grad betonar det subjektiva.

1.2.5 Upplevelsen och varan

“Experience economy” (översätts i studien till upplevelseekonomi) är en benämning för en marknadsekonomisk strategi och ett tillstånd på marknaden, i vilka kundens upplevelse blir central (Murtola 2014). Termen är vanlig inom marknadsekonomisk forskning, och används i en stor mängd studier som syftar till att effektivisera lönsamhet genom fokus på kundupplevelser – forskning som med andra ord vittnar om en faktisk varufiering av upplevelsen, samt ambitiösa, intellektuella och medvetna försök att driva på en sådan varufiering ytterligare. Med varufiering menas inom ramen för denna studie helt enkelt en process där något görs till en vara, alltså en enhet som säljs på en marknad. Anledningen till att termen “varufiering” framöver används istället för exempelvis “kommersiellisering”, är att den första tydligare konnoterar “varan”, som enhet och stoppunkt (en tanke som utvecklas i uppsatsens analysdel).

Varför behöver varufiering av upplevelser vara ett problem? Varför är det överhuvudtaget intressant att studera? Upplevelseekonomins praktiker och idéer innebär i förlängningen en ekonomiserande kontroll av känslor och levd erfarenhet, i sitt fokus på att ta ställning till, värdera och investera i upplevelser. En kontroll som människor delvis riktar mot sig själva när de köper eller tänker på framtida upplevelser. För den som inte ser en sådan rörelse som problematisk, kan studien ändå vara av intresse eftersom den kan öppna för en självreflektion mot den egna relationen till “upplevelser” och tillhörande värderingar. Studien undersöker hur det går till när upplevelseekonomiska processer expanderar till områden utanför den mest uppenbara formen av försäljningssituation, psykologiskt, socialt och geografiskt. I ett sådant undersökande är det motiverat att vända blicken mot Google Maps; en “upplevelsekarta” över världen, där kommersiella verksamheter framställs och recenserar i samma form som platser utan varor och tjänster. Denna “form”, dvs. textformulär, betygssystem m.m. blir således viktig att studera vid sidan av färdiga recensioner, eftersom den helt enkelt reglerar användarens interaktion med Google Maps. Kvalitativ forskning riktad mot relationen mellan GMA och upplevelsen, eller Google Maps som “upplevelsekarta” är begränsad, varför studien hoppas kunna bidra till att fylla en kunskapslucka, och ge nya perspektiv både mot upplevelsen, upplevelseekonomin och Google Maps.

1.3 Syfte

Syftet med studien är att skapa en förståelse av relationen mellan kunskap och upplevelser i förhållande till Google Maps användarrecensioner – samt om, och i så fall hur, den inbegriper varufiering. Med “Google Maps användarrecensioner” menas stjärnbetygens, genomsnittsbetygens och textformulärets funktioner, samt de “färdiga” recensioner som är manifestationer av funktionernas användning. Ovan nämnda förståelse hoppas i sin tur bidra till kunskap kring varufiering av upplevelser i en bredare samhällskontext.

1.4 Forskningsfrågor

1. Hur kan relationen mellan kunskap och upplevelser förstås, i förhållande till Google Maps användarrecensioner?
2. Inbegriper relationen varufiering, och i så fall hur?

Begreppet “kunskap” används i ovanstående frågeställning för att benämna det som GMA samlar in, strukturerar och förmedlar via interaktion med användare. Därtill definieras kunskap som ett “system av stoppunkter” i enlighet med föregående beskrivning (under “1.2.1 Kunskap i samtiden”) som i sin tur alltså baseras på Weinbergers beskrivning (2012). Kunskapsbegreppet behöver här ingen närmare förklaring än så. Analysen undersöker karaktären hos det som kanske skulle kunna kallas “data”, “information” eller “kunskap” inom GMA, men att på förhand definiera detta något i detalj, vore att föregå analysen och ge svar på frågorna innan analysen lagts fram. Den första frågan är ett nödvändigt led i att besvara huvudfrågan (fråga 2) – för att förstå varufiering av upplevelser vad gäller just informationssystemet GMA krävs en förståelse av upplevelsens relation till kunskap inom ramen för GMA.

Den empiri som studien konkret analyserar för att svara på frågorna, är alltså den *offentliga* insamling, strukturering och förmedling av kunskap som funktionerna och dess manifestationer är en del av. Fokuset på det “offentliga” innebär att studien avgränsas från den varufiering av upplevelser som består av Googles interna insamling av data (i detta fall i form av användares beskrivna upplevelser), data som Google senare använder i marknadsanalyser och riktad marknadsföring m.m. (Haider & Sundin 2017). Att denna avgränsning görs, beror på studiens fokus mot en expansion av upplevelseekonomi, bortom renodlad marknadsekonomisk praktik hos vinstdrivande företag. Googles interna datainsamling måste ses som ett exempel på en sådan praktik.

Stjärnbetygen, genomsnittsbetygens och textformulärets funktioner analyseras med funktionsanalys som metod. Manifestationerna, alltså de färdiga recensionerna, analyseras med textanalys. Båda frågorna besvaras inom ramen för kritisk teori, som "trippelhermeneutik"; begrepp vars innebörd beskrivs i detalj i studiens teoriavsnitt, men kortfattat innebär att studien explicit gör tolkningar som uppstår i mötet med teorin, empirin, metoden och – oundvikligen – min egen subjektivitet som student/forskare/skribent.

1.5 Disposition

Uppsatsen är indelad i 7 kapitel. Efter inledningen följer kapitlet "2. Tidigare forskning" som först presenterar tidigare forskning, inklusive empiriska studier, inom biblioteks- och informationsvetenskapen specifikt. Därefter presenteras en konceptuell forskningsbakgrund, som lyfter tidigare begreppsliggöranden av den digitala användarstyrda geografi som GMA är ett exempel på, inom delvis andra fält. Sist i kapitlet behandlas tidigare forskning om varufiering av upplevelser. Teoriavsnittet som följer är tredelat, i en del om uppsatsens kunskapsteoretiska inställning (kritisk teori och hermeneutik), ett om mediateorin som tillämpas och ett som beskriver uppsatsens teoretiska förståelse av upplevelsen. Kapitlet inleds med en introducerande översikt som kommenterar teorin på en metanivå. Kapitel 4 beskriver forskningsmetodik, urval och hur det praktiska genomförandet av studien gick till. Kapitel 5 presenterar funktionsanalysen, i vilken de teoretiska perspektiven aktiveras. Kapitlet är indelat i kortare delar som behandlar de medium/funktioner som ryms inom GMA:s övergripande kategori, nämligen betygsformulär, genomsnittsbetyg och textformulär utifrån olika relevanta perspektiv. Det funktionsanalytiska perspektivet kombineras med hermeneutik, så att funktionerna sätts i relation till teori och tolkning. Kapitel 6 utgör textanalysen, vilken har recensioner av "Zlatan Court" i Malmö som empiri, och är uppdelat utifrån de olika teman som visat sig viktiga i analysen, med ursprung i empiri, tidigare litteratur, eller studiens hermeneutiska process. I det sjunde och sista kapitlet sammanfattas analysen under "7.1 Sinnesdatans resa – studien som svepande historik", och kopplas upp mot de forskningsfält som presenterades i början under "7.2 Potentiella bidrag till forskningsfältet" samt "7.3 Vidare forskning". Allra sist i uppsatsen, under "Bilagor" presenteras skärmbilder av samtliga recensioner som citeras i uppsatsen. Bilagorna är sorterade i nummerordning efter det anonymiserade "namnet" på recensenten, det vill säga, Google-användare 1:s recension kommer först och så vidare. Först och främst är en grundläggande beskrivning av GMA:s funktioner på sin plats.

1.6 Beskrivning av GMA:s funktioner

För att hitta platser (platsmarkörer) i Google Maps kan användaren antingen gå via själva kartan, eller söka på ord via en sökmotor (Google Maps 2023a). Genom tryck på en platsmarkör eller en av de listade platserna/sökträffarna, öppnas en sida med information, där eventuella recensioner, foton, m.m. av platsen ifråga presenteras. Under “Sammanfattning av recensioner” visas genomsnittsbetyget, antalet recensioner och ett diagram som framställer hur stor andel av det totala antalet recensioner som anger 1, 2, 3, 4 eller 5 stjärnor. Det ser ut på följande vis:

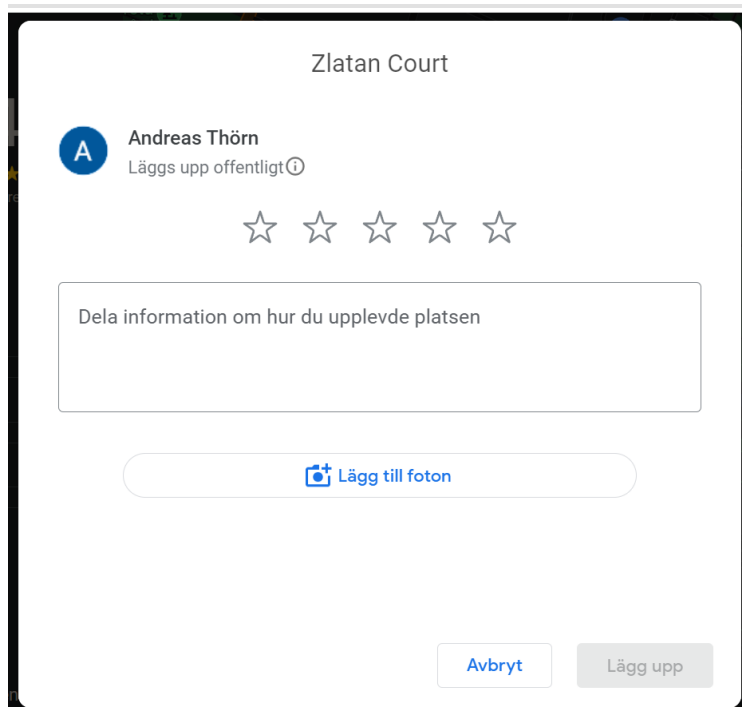
Bild 1. Skärmbild tagen inom ramen för studien.



Källa: Google Maps (2023b)

Vid ett klick på den lilla cirkeln som syns på bilden ovan visas texten: “Recensionerna verifieras inte av Google, men Google söker efter och tar bort falskt innehåll när det upptäcks.” Studien har inte lyckats ta reda på huruvida denna “verifieringspolicy” gäller alla utmarkerade platser i Google Maps, men alla platser som studerats har innehållit den nämnda informationen, i samma form som beskrivits. Genom ett tryck på knappen “Skriv en recension” öppnas recensionsformuläret som ser ut enligt följande:

Bild 2. Skärmbild tagen inom ramen för studien.



Källa: Google Maps (2023b).

Via formuläret går det att betygsätta utan att varken ladda upp bilder eller skriva något, men inte att tvärtom ladda upp bilder eller skriva text utan att betygsätta. Utanför formuläret, via länken "Lägg till ett foto", på sidan som laddas efter att ha klickat på en platsmarkör/sökträff, går det dock att ladda upp foton utan att lägga till text eller betyg.

Användare kan utöver att skriva recensioner, lägga till och ändra adresser/platsmarkörer i Google Maps (Google 2023a). Om användaren registrerar sig som "Local Guide" kan denne tjäna poäng på att "bidra" genom att recensera och betygsätta platser, lägga till bilder på platser, svara på frågor om platser, redigera informationen om en plats eller redigera en väg på kartan, lägga till platser som saknas, kontrollera fakta om platser i närheten, svara på vanliga frågor, lägga till och se maträtter (Google 2023b). Det går att skriva recensioner utan att bli Local Guide (Google Maps 2023a), men en Local Guide har tillgång till poängsystemet, och när ett visst antal poäng införtjänats får denne ett märke på sin Google-profil, vilket andra användare kan se (Google 2023c). Antalet poäng påverkar också bidragets synlighet (Google 2023d). Poängen ger också "förmåner som förtur till Google-funktioner och speciella belöningar från partner" (ibid). Kravet för att vara Local Guide är att ha ett Google-konto och uppfylla ålderskravet (som varierar från land till land) (Google 2023e). På sidan där

användaren registrerar sig som Local Guide står det, som en slags förklaring av vad “programmet” har att erbjuda: “Dela dina upptäckter med världen”, “Stöd samhället kring dig” och “Prisas med belöningar” (Google 2023f).

Som läsare går det inte att kontakta de som skrivit en “olämplig recension” men det går att rapportera den till Google (2023g). Det går också att markera en recension som användbar, genom att klicka på en liten “tumme upp”-symbol som liknar Facebooks Gilla-knapp.

2. Tidigare forskning

I följande avsnitt sätts studien in i en bredare forskningskontext som sträcker sig över flera åtskilda fält. Först presenteras tidigare forskning, inklusive empiriska studier inom biblioteks- och informationsvetenskapen specifikt. Den redovisar den tidigare forskning som gjorts inom samma eller liknande teman som denna studie, och som är relevant för studien. Urvalet av vad gäller 2.1 har styrs av en balansgång mellan att situera studien inom biblioteks- och informationsvetenskapens fält, och samtidigt bara inkludera relevant forskning. Sedan följer en mer teoretisk ”konceptuell forskningsbakgrund”, med tidigare begreppsliggöranden av den genre av teknologiska medium som Google Maps och GMA är en del av, alltså kartor i bredare bemärkelse samt nätbaserad geografisk verksamhet, som sträcker sig mot forskningsfält som inte är renodlat informationsvetenskapliga. De olika begreppen ger olika typer av relevanta förståelseramar. Sedan behandlas varufiering av upplevelser, ett tema som får representeras av främst Anna-Maria Murtolas forskning inklusive dess förgreningar mot texter av andra författare.

2.1 Google Maps och användarrecensioner i biblioteks- och informationsvetenskapen

2.1.1 Användargenererat innehåll (UGC)

Användargenererat innehåll eller ”user-generated content”, förkortat till UGC, är en vanligt använd term, med varierande betydelse enligt Marcelo Luis Barbosa dos Santos (2021), som med sin studie försöker ge en enande definition som är giltig på en vetenskapligt bred front, och i linje med den litteraturöversikt, över flera fält, som samma studie genomför. Studien kommer fram till följande definition:

User-generated Content is any kind of text, data or action performed by online digital systems users, published and disseminated by the same user through independent channels, that incur an expressive or communicative effect either on an individual manner or combined with other contributions from the same or other sources.

Santos (2021, s. 108).

Användargenerat innehåll är alltså mer kortfattat och på svenska det som användare av nätbaserade digitala system skapar aktivt och som har en effekt på ett expressivt eller kommunikativt plan. GMA är enligt en sådan definition en typ av UGC. En intressant och för denna studie relevant fråga som begreppet aktiverar är agens och styrning från å ena sidan användaren och å andra sidan plattformarna eller de nätbaserade digitala systemen och dess operationer. Hur stor påverkan har användaren själv på innehållet, och hur stor påverkan har systemet som användaren använder? Frågan relaterar till en uppdelning mellan strukturerad kontra ostrukturerad UGC som används av bland andra Xianfeng Zhang, Yang Yu, Hongxiu Li & Zhangxi Lin (2016). Strukturerad UGC är exempelvis numerisk betygsättning, eftersom systemet då reglerar användarens interaktion genom en särskild form (användaren har i fallet GMA bara fem val i betygsättningen), medan ostrukturerad UGC är exempelvis textformulär, som ger användaren en stor frihet att skriva vad den vill.

2.1.2 Användarrecensioner

Tittar vi på det biblioteks- och informationsvetenskapliga fältets relation till användarrecensioner, som en mer specifik form av UGC, ser vi att onlinerecensioners grad av hjälpsamhet och användbarhet på olika vis – samt utveckling av metoder för kvantitativa analyser av innehållet i textrecensioner online – är vanligt. Yanli Jia & Ivy L.B. Liu (2018) jämför ”användbarhet” i produktrecensioner, med ”värdering” (review valence), där det sistnämnda har större relevans för denna studie, eftersom det sätter fokus på subjektiva upplevelser, snarare än praktisk användbarhet, eller kvalitet på informationen. ”Användbarheten” mäts genom de funktioner som liknar GMA:s tidigare nämnda ”tumme-upp”-knapp, möjligheten att utvärdera recensioner. Studien (Jia & Liu 2018), som har online-shopping som empiri (men som ändå är relevant då den analyserar användarrecensioner), kommer fram till att användbarheten spelar mindre roll i recensionsläsarnas konsumtion, när det rör sig om negativa recensioner, än när det rör sig om positiva. Läsarna tenderar att primärt titta på värderingen, om den är positiv kontrolleras också recensionernas användbarhet, men är den negativ görs ingen fortsatt kontroll av det negativa recensionernas användbarhet.

En annan begreppslig uppdelning, i relation till recensioners hjälpsamhet som är relevant för denna studie, används av bland andra Sangjae Lee & Joon Yeon Choeh (2016). Nämligen den mellan ”search goods”: varor vars kvalitet det går att få information om innan de köps (t.ex. datorer via produktspecifikation), och

”experience goods”: varor som kräver smakprov för att kvaliteten ska bedömas på förhand (t.ex. alkoholhaltiga drycker). Lee & Choehs studie visar att antalet recensioner, samt öppenhet kring recensenters identitet, har en större påverkan på upplevd hjälpsamhet i recensioner av “experience goods” än vad gäller recensioner av “search goods”. Vad gäller recensentens rankning, hur mycket en recension sticker ut gentemot resterande recensioner av samma produkt, samt recensioners längd, råder ett motsatt förhållande.

2.1.3 GMA

I “Exploring the reviews of Google Maps to assess the user opinions about public libraries” (Khan & Loan 2022) undersöks GMA empiriskt som “interaktivt feedbacksystem” (min översättning), gällande bibliotek i Delhi. Studien visar att personal och lokaler är dominerande teman hos det negativa som recensionerna lyfter fram, medan miljö, barnavdelningar, teknologi, samlingar och bibliotekens geografiska placering är framträdande i de positiva bedömningarna. Studien konkluderar i att GMA kan användas av bibliotek för att få kontakt med biblioteksanvändare och höja kvaliteten på bibliotekens service gentemot dem. Att GMA kan vara till hjälp för biblioteken i förståelsen av användarens relation till dem, framhålls även i andra studier (Borrego & Comalat Navarra 2021; Khan, Mir & Loan 2022).

2.2 Konceptuell forskningsbakgrund

2.2.1 Tunna och djupa kartor

Trevor M. Harris (2015) kontrasterar begreppen “deep maps” och “thin maps” (vilka jag översätter till djupa kartor och tunna kartor) mot varandra. Hans konceptualisering av tunna kartor kommer i denna studie att användas som en grundläggande definition av den “traditionella” kartan, alltså den ursprungliga typ som är en föregångare till Google Maps. En detaljerad redogörelse för den tunna kartans interna genreindelningar, skiftningar och historiska framväxt faller utanför ramen för studien, men en grundläggande definition är på sin plats. Tunna kartor är visuella representationer av huvudsakligen fysiska geografiska förhållanden, skapade för att uppnå vissa funktionella och ofta infrastrukturella syften, genom att exempelvis illustrera relationen mellan vägar, terräng och bosättningar (Harris 2015). Den tunna kartan bör förstås som ett kraftfullt kommunikativt medium, då den kan förmedla en stor mängd data på ett snabbfattat och övergripligt sätt. Begreppet djupa kartor betecknar inte bara en viss typ av informationsmaterial utan också en kreativ idé som föreligger produktionen av ett sådant material.

Djupa kartor tar inte bara hänsyn till den fysiska världen utan till platsers ideologiska dimensioner; “drömmarna, förhoppningarna, föreställningarna och rädslorna hos de bosatta” (Warf 2015, s. 135) (min översättning). Inom ramen för kategorin faller litterära beskrivningar av platser. Vidare visar djupa kartor mer information än tunna, i sina rika kvalitativa beskrivningar, och är självmedvetna i relation till sin sociala och politiska roll. Kunskapsteoretiskt kan de beskrivas som poststrukturalistiska, i sin förmedling av en mångfald av perspektiv och i sitt hyllande av “det ofärdiga kaos som underminerar varje ambition att påtvinga en singulär narrativ struktur på en komplex och heterogen verklighet” (Warf 2015, s. 136) (min översättning). En tunn karta är singulär i sin narrativa struktur, den ger inte ett mångtydigt perspektiv; det gör däremot GMA genom sin mångfald av författare. Frågan om huruvida GMA likt en djup karta ger en kvalitativt rik bild av de platser den representerar och är transparent i egenskap av politisk aktör är däremot komplicerad. Med mindre friktion kan GMA dock placeras inom kategorin “neogeografi” – ett begrepp som förklaras i följande avsnitt.

2.2.2 Neogeografi

Barney Warf (2015) lyfter uttryckligen fram Google Maps som ett exempel på neogeografi. Neogeografi är kortfattat de användarcentrerade rumsliga representationer och praktiker som sker via internet. Inom ramen för neogeografi faller t.ex. “geotagging” som typiskt innebär ett delande av geografisk plats via sociala medier, ibland via GPS, ibland i kombination med text och foton. Neogeografi kan också innebära beskrivningar av platsers egenskaper. Aktörer delar alltså geografisk eller rumsbaserad data med plattformar i sig och med andra användare av samma plattformar. Warf lyfter fram hur den neogeografiska informationen ofta baseras på personliga interaktioner med platser, och informationens sanningsvärde blir därigenom kontextberoende och riktat mot specifika och smala grupper av användare. Warf lägger fram en metafor för neogeografin, som tar formen av en rörig diskussion där sanningen är relativ och värdeladdad, och kontrasterar den mot en annan som står för upplysningen idéer: en spegel som med visuell klarhet och precision reflekterar verklighetens sanna natur. Vidare visar Denise Byrne & Alison Jane Pickard (2016) genom en litteraturöversikt gällande neogeografin, att den kan vara både demokratiserande, genom att ge en röst åt de som annars inte haft det, samt marginaliserande, genom att stänga ute dem som inte har tillgång till de neogeografiska plattformarna.

2.2.3 VGI

Geografen Michael F. Goodchild (2007) föredrar begreppet Volunteered geographic information (förkortat VGI), framför neogeografi med grund i att det sista tenderar att utmåla den akademiska geografin som överflödig. Uppenbart framhåller begreppet VGI frivillighetens prägel på det som i andra sammanhang betecknas som neogeografi. Goodchild placerar VGI i en kontext där regeringar satsar mindre pengar på produktion av kartor, och där satelliter visserligen används i allt högre utsträckning för att kartlägga världen, men med problematiska begränsningar i form av exempelvis en oförmåga att läsa av platsers namn. Ökningen och framväxten av VGI är alltså parallell med en minskning av professionell kartritning, i Goodchilds analys.

Ett annat samhällsfenomen som relateras till VGI är "sensoriska nätverk", t.ex. kameraövervakningssystem och mätapparater som syftar till att förutse tsunamis samt informera om trängsel i stadsmiljöer etc. Ett annat sensoriskt nätverk är enligt Goodchild människorna själva, "utrustade med ett antal av de fem sinnen, intelligensen att sammanställa och tolka sina intryck, och fria att flacka runt på planetens yta" (s. 128) (min översättning) – VGI utgör enligt Goodchild ett effektivt användande av ett sådant nätverk.

2.2.4 Upplevelse och digitalt platsskapande

En relativt ny studie med stark tematisk koppling till den här, fast med kvantitativ metod, är "Toward User-Generated Content as a Mechanism of Digital Placemaking—Place Experience Dimensions in Spatial Media" (Główczyński 2022). Den handlar om användarrecensioner inom ramen för Google maps, förstådda som del i ett "digitalt platsskapande": ett begrepp som hämtas från ett bredare forskningsfält. Digitalt platsskapande innebär att representationer av platser (inklusive användargenererade), genom visualiseringar och benämningar, förändrar platser genom att styra våra uppfattningar av vilken mening och vilken materiell uppbyggnad platserna har. Dessa representationer är alltså mer än bara representationer, exempelvis i deras påverkan på platsers identitet, sociala roll och mening, samt delaktighet i praktiker situerade inom och gentemot platser. Artikeln frågar sig vilka dimensioner av platsupplevelser som uttrycks i recensionerna, hur olika platser differentieras eller likställs genom recensionerna, samt huruvida recensionerna stärker användares upplevelse av plats. Artikeln använder kvantitativ textanalys, på 191 222 recensioner av 23 platser i Poznan, i Polen, där de ord som används mest frekvent vid beskrivning av varje plats identifieras. Slutsatsen blir att recensionernas beskrivningar av platsernas praktiker i stor

utsträckning uttrycker det specifika hos varje plats, medan platsatmosfär tenderar att beskrivas på liknande sätt oavsett vilken typ av plats det gäller. Även i beskrivningarna av platsattribut finns en stor likriktning, fast i något mindre utsträckning än beskrivningarna av platsatmosfär. Vidare menar Główczyński att användargenererat innehåll som digitalt platsskapande, inklusive GMA, förstärker upplevelser av platser, främst genom att helt enkelt låta användare vara kreativt aktiva i relation till dem.

När vi nu gått igenom en rad geografiska begrepp i relation till GMA, går vi vidare till nästa tema, varufiering av upplevelser.

2.2.5 Varufiering av upplevelser

En forskare som i en relativt samtida kontext studerat varufiering av erfarenhet/upplevelser (experience) är Anna-Maria Murtola. Ämnet behandlas i boken "Against Commodification: Experience, Authenticity, Utopia" (Murtola 2011), samt artikeln "Experience, Commodification, Biopolitics" (Murtola 2014). De relevanta poängerna i dessa verk sammanfattas i artikeln, vars empiri består av tre exempel på modern och komplex upplevelseför säljning. Det första exemplet är fenomenet "haunted houses" som går ut på att konsumenten betalar för att bli utsatt för terror i form av våldshandlingar, psykosexuella skräckscenarion och dylikt. I det fallet är upplevelsen uttalat det som säljs, vilket inte är fallet vad gäller det andra exemplet, som hittas inom ramen för ett (anonymiserat) skandinaviskt köpcenter, där ett "Old Town" fabricerats, i vilket traditionella hantverkare arbetar till allmän beskådan och kommunicerar med besökare. Tanken är att ge konsumenten en autentisk, meningsfull upplevelse i motsats till den ansiktslösa industri och massproduktion som vanligtvis associeras med köpcentrum. Det sista exemplet är "slum tours": guideade visningar i fattiga områden, sålda till turister.

De tre nämnda upplevelseför säljande verksamheterna söker alla vara autentiska, substantiella och "verkliga" som i en reaktion mot den klassiska upplevelseindustrins förmedling av ytliga, kortvariga kickar (som förekommer, återigen, på exempelvis ett nöjesfält). Murtola lyfter hur en sådan rörelse är i linje med Pine & Gilmores idéer om att upplevelseekonomins slutmål är att förändra konsumenten: den sålda produktens högre syfte är upplevelsen, och upplevelsen högre syfte är i sin tur köparens transformation. "Konsumenten är produkten" (Pine & Gilmore 1999, s. 163-183). Murtola (2014) konstaterar att vi idag kan se

att varufieringen av upplevelser blivit allt mer raffinerad över tid, men också att simplare former av upplevelsevarufiering lever kvar än idag.

Murtola kopplar också upp sin analys mot den autonomistiska teorin om biopolitik, mer specifikt idén om att de materiella varorna spelar allt mindre roll i den kapitalistiska produktionen, än de immateriella element som omringar dem så som varumärkesbyggande och marknadsföring. De immateriella elementen uppstår i “den biopolitiska produktionen” som helt enkelt innebär allt mänskligt skapande av idéer, information, bilder, kunskap, kod, språk, sociala relationer, affekt etc. Den biopolitiska produktionen genererar och genereras av “det allmänna” (“the common”), en kollektiv sfär där det ursprungligen inte finns ett privat ägande, såsom den vardagliga och informella delning av information och idéer som sker i “småpratet” bland vänner och bekanta (mitt exempel). Marknadskrafter anförskaffar sig enligt den biopolitiska teorin äganderätt över det allmänna (Murtola 2014), och tar ut monopolhyra, vilket kan sägas vara fallet när “småpratet” börjar ske via kommersiella plattformar (mitt exempel). Kapitalismen begränsar sig inte längre till arbetets sfär utan äter sig in i det sociala livet som helhet (Murtola 2014). De kommersiella verksamheterna i Murtolas tre nämnda exempel framhäver autenticitet och verklighet i upplevelserna de säljer för att etablera dem som unika. När de uppfattas som unika kan försäljarna ta ut monopolhyra, eftersom monopolhyra bygger på en varas unikheter.

2.3 Studien i relation till tidigare forskning

I relation till den biblioteks- och informationsvetenskapliga forskningen om UGC, användarrecensioner och GMA som först presenterades, vill studien ge en mer teoretisk förståelse av dessa fenomen, och se hur de kan förstås utifrån den kritiska teorins perspektiv.

Vad gäller den tidigare, geografiska forskningens nämnda bidrag och beskrivna fenomen vill studien infoga dem i ett perspektiv som i betydligt högre grad än tidigare beaktar det dominerande kapitalistiska samhällssystem i vilket dessa fenomen existerar. Studien vill, via fokuset på varufieringen av upplevelser, undersöka hur systemet är integrerat i och styrande mot dessa fenomen. Enligt studiens och den kritiska teorins perspektiv är beaktandet av det större samhällssystemet helt enkelt nödvändigt för att närma sig en förståelse av dem. Neogeografin, det digitala platsskapandet, VGI och sensoriska nätverk är kanske i någon mån demokratiska funktioner för diskussioner där alla är välkomna, men opererar på arenor där privata vinstdrivande företag som Google sätter agendan.

Den djupa kartan är en intressant idé och ett relevant jämförelsematerial gentemot neografin. “De neogeografiska djupkartorna” som begrepp hos Warf (2015) måste ifrågasättas då det rymmer ett antagande om ett släktskap mellan neogeografin och djupkartan – begreppet tycks blunda för den eventuella konflikten mellan de djupa kartornas radikala kunskapssyn och de kommersiella rörelserna/styrningen inom neogeografin. Studien söker också bygga vidare på Murtolas forskning om varufiering av upplevelser, genom att belysa hur denna varufiering sker bortom den mer direkta upplevelseför säljning som hon teoretiserar.

3. Teori

3.1 Introducerande översikt

Nedan beskrivs uppsatsens teoretiska utgångspunkter, som delas upp i tre huvuddelar: ett avsnitt om uppsatsens kunskapsteoretiska inställning, ett avsnitt som är mediateoretiskt och i någon mån historiskt, och slutligen ett som konceptualiserar upplevelsen. Sammantaget kan det teoretiska perspektivet beskrivas som kritiskt teoretiskt – med Benjamin som främsta representant – och med McLuhans mediateori samt Bergsons metafysik som underordnade analytisk-teoretiska verktyg. Den kritiska teorins grundvalar är alltså överordnade, grundläggande och styrande gentemot resterande teori. De tre teoretikerna är alla inflytelserika tänkare, och framstående om inte centrala inom sina fält. Följande teoriavsnitt söker visa att skiljelinjerna sinsemellan dem är komplementärerande, snarare än underminerande, i studiens kontext. Teoriavsnittet är således tematiskt strukturerat och växlar mellan teorierna för att synliggöra just var de möter varandra, och på så vis belysa deras relation samt väva ihop dem (utan att förvränga dem). Det situerar McLuhan och Bergsons begrepp inom ramen för den kritiska teorin. I slutet presenteras också förtydligande begreppsdefinitioner i ett kortare avsnitt, av begrepp som faller utanför ramen för den övriga teorin, men som förekommer i analysen. I denna introducerande översikt (3.1) kommenteras teorin på metanivå, i senare delar förklaras begrepp mer ingående.

Valet av teori, i det stora hela samt inom ramen för den kritiska teorin, har styrts av en ambition om kritisk nyansering. Hos Frankfurtskolan, som utvecklade den kritiska teorin (Alvesson & Sköldberg 2008) finns en “central doktrin” (Kang 2014, s. 202) när det kommer till mediateori, som i stora drag reducerar massmedia till ett verktyg för den härskande klassens dominans (i exempelvis Upplysningens dialektik (2012)). Vänder vi oss istället till Jürgen Habermas, framstående och central inom den kritiska teorin sedan andra halvan av 1900-talet, är media mest en teknisk anordning för den mänskliga kommunikationen i sig, vilken Habermas visade större intresse för (Kang 2014). Att Benjamins teorier fått en så framträdande roll i studien, är för att de inte på ovan nämnda vis reducerar betydelsen hos teknologiska (mass)medier, utan går på djupet med deras

betydelse, ser både emancipatorisk och destruktiv potential hos teknologin, och öppnar upp för ett mer komplicerade perspektiv på dess innebörd och verkningar. En något liknande inställning hittas hos McLuhan (1964), som belyser såväl begränsningar som möjligheter hos de medium han beskriver. McLuhan skiljer sig från den kritiska teorin i det att han saknar det emancipatoriska fokuset, sökandet efter möjligheten till frigörelse, som är en central drivkraft i exempelvis "Konstverket i reproduktionsåldern" (Benjamin 1991b). Likväl analyserar McLuhan (1964) teknologin utifrån ett brett, kritiskt tolkande och socialt meningsfullt perspektiv, på ett sätt som i övrigt liknar Benjamins, varför McLuhan tycks utveckla den andres perspektiv. Både Benjamin och McLuhan utgår från en filosofisk nivå som gör deras analyser relevanta än idag, Benjamin fokuserar t.ex. inte bara på fotografiets partikularitet utan "reproducerbarhet" i stort (Benjamin 1991b), och McLuhans syn på teknologin som "människans utbyggnader" (1964) är på ett liknande vis övergripande och filosofiskt reflekterande, som i en sökan efter en djupare mening i människans relation till teknologin. Bergson träder in i bilden via sin idé om språket (1913), vilken McLuhan (1964) baserar sitt begrepp om "det talade ordets medium" på, tankar som i sin tur uppenbart relaterar till "det orala historieberättandet" hos Benjamin (2002). Benjamin (1991a) refererar också till Bergsons för honom relativt samtida idéer om nuflödet, och relaterar det till "chockupplevelser" och erfarenhet i det moderna. Det är alltså i mötet med Benjamin och Bergson som upplevelsen konceptualiseras teoretiskt inom ramen för studien.

I sin totalitet belyser uppsatsens teoretiska perspektiv GMA som ett kapitalistiskt, teknologiskt "upplevelsevarufierande" och reproducerande medium, innefattande andra medium, utifrån den kritiska teorins perspektiv. En del av detta mediums operationer blir i ett sådant perspektiv ett särskilt organiserande av det Bergson kallar nuflöde, intellekt och intuition (1992).

3.2 Kritisk teori och hermeneutik

Studien har inte som ambition att presentera nya fakta, utan att presentera en *tolkning* som söker generera nya sätt att tänka och skapa nya perspektiv, och ser all forskning som tolkningar. Tolkningen genereras genom min förförståelse samt den valda teoretiska litteraturen och min förståelse av den, i mötet med det empiriska materialet. Studiens kunskapsteoretiska utgångspunkt kan jämföras med den hermeneutiska cirkeln, alltså alternerandet mellan helheten (den teoretiska "världsbilden") och den mindre delen (de valda användarrecensionerna) i en process som söker utröna mening hos det studerade (se Alvesson & Sköldberg

2008). Hermeneutiken lyfter också fram empatin som forskningsmetod, att med fantasin leva sig in i de handlingar (i detta fall recensionerna) som studeras, vilket också är en idé som tillämpas i studien. Slutligen innefattar studiens hermeneutiska utgångspunkt, i enlighet med Alvesson & Sköldbbergs (2008) beskrivning av hermeneutiken, forskningen som en slags kreativ skapelse, laddat med mening, läsningen av recensionerna är inte tänkta som återspeglningar av vetenskapliga observationer, utan som en produktion av nya tankar som dock är tydligt förankrade i det empiriska materialet.

Det har hävdats att den hermeneutisk forskning kan reduceras till forskarens personliga uppfattning av det som tolkas, varför det skulle sakna vetenskapligt värde (se exempelvis Rothbard (2011)). Metoden går dock inom ramen för denna studie ut på att presentera en tolkning som är byggd på argument, samt intersubjektiv i bemärkelsen att den har en allmän relevans. Det kan inte nog förtydligas: studien utgår inte från att alla tolkningar bär samma värde i forskningens kontext, analysens kvalitet ses som avhängig av hur övertygande och hållbar argumentationen för den givna tolkningen är.

Studien tillämpar vad Alvesson & Sköldbbergs (2008) kallar trippelhermeneutik, vilken de likställer med den kritiska teorin. Om dubbelhermeneutiken förstås som en samhällsvetenskaplig "tolkning av tolkande varelser" så innefattar den kritiska teorin också "ett tredje led: den kritiska tolkningen av de strukturer och processer som på olika sätt påverkar såväl undersökningssubjektens som forskarens sätt att till synes fritt tolka sin situation respektive undersökningstemat" (s. 350). Kritisk teori "fäster uppmärksamheten på forskningens politiska dimension" (s. 322) och framhåller att neutralitet eller objektivitet inte går att uppnå i någon form av samhällsvetenskap – att söka objektiv kunskap om verkligheten, utan att reflektera över vilken politisk-ideologisk roll forskningen antar, tenderar att blint reproducera vissa föreställningar och maktförhållanden. För att ta ett konkret exempel, finns det en mängd informationsvetenskap som riktar in sig mot teknisk problemlösning gällande lagring av information (Estabrook 2009). Ett typiskt kritiskt teoretiskt förhållningssätt skulle vara att ifrågasätta i vilka syften denna lagring av information fyller i förlängningen, hur den strukturerar makt, och/eller att belysa innebörden av den amerikanske arméns enorma finansiering av informationsvetenskapen under andra världskriget, medan fältet var relativt ungt. Således kan det sägas att den kritiska teorin "zoomar ut" mot ett makroperspektiv, från det partikulära (lagring av information t.ex) till den större kontexten det är en del av (det bredare samhällssystemet med dess styrningar av kunskapsproduktion

m.m) något som denna studie söker göra i exempelvis relation till tidigare forskning inom närliggande områden. Den kritiska teorins ambition kan beskrivas som emancipatorisk, att peka på möjligheter till frigörelse och på vad som kunde varit annorlunda, som en motrörelse mot de idéer och maktförhållanden som låser fast människan (Alvesson och Sköldberg 2008). Inom denna studies kontext riktar sig makroperspektivet mot upplevelsen och teknologins roll i samtiden, som inte bara söker skapa en emancipatorisk förståelse, utan också handlingsutrymme i den individuella relationen till dem. Detta makroperspektiv utgår inledningsvis från Benjamins berömda text om aura och mekanisk reproduktion, som uppenbart relaterar till GMA som en form av "platsteknologi", en tanke som förklaras i följande avsnitt.

3.3 (Kritisk) mediateori

3.3.1 Aura och mekanisk reproduktion

Benjamin diskuterar "auran" främst i relation till fotografiet och konstverket, men menar att även natur har en aura (1991b). Auran är ett konstverks "Här och Nu, dess unika existens på den plats där den befinner sig" (s. 63). Auran är det enskilda föremålets karaktär av historiskt vittnesbörd som kommer av dess materiella varaktighet, samt dess förankring i traditionen. Genom reproducerande teknologier, t.ex. fotografiets, blir konstverket reproducerbart och föremål för massproduktion, och konstverkets "Här och Nu" minskar i värde när den inte längre utgör en unik punkt för konstupplevelsen. Benjamins teoretisering av auran är inte en beskrivning av verkliga föremåls relation till artificiella kopior, utan hur en sådan distinktion upphör att vara meningsfull via de reproducerande teknologiernas existens.

Auran, unikheten och "autenticiteten" hos ett konstföremål, är socialt förankrad, och kan inte lösgöras från en viss rituell praktik, som kan vara av religiös eller sekulär karaktär. För att det ska existera en aura krävs ett kultvärde, en kontext som tillskriver föremålet sin särskilda mening: magisk, andlig, historisk, estetisk eller annat. En motpol till kultvärdet är utställningsvärdet, som betonar grad av synlighet, och reproduktionen intensifierar utställningsvärdet så att kultvärdet försvagas. För att uppbåda ett kultvärde hos ett konstföremål tycks det sedan fotografiets uppkomst, enligt Benjamin, behöva bevaras i det fördolda, vilket förekommit i religiösa sammanhang. Mekanisk reproduktion frigör för första gången konstverket från "sin tillvaro som parasit på ritualen" (ibid, s. 68) och skapar möjlighet till kollektiva reaktioner, massupplevelser. Det unika auratiska

föremålet, i kontrast mot det mekaniskt reproducerade, förmår inte att vara föremål för reaktion och konsumtion hos en massa, exempelvis vad gäller målade tavlor – Benjamin menar att även om gallerier öppnat sig till de stora massorna, har det inte utvecklats någon väg för dem att själva organisera och kontrollera sina konstupplevelser i sammanhanget. Den målade tavlan i galleriet ställer Benjamin i kontrast mot filmens reproducerande teknologi: i förståelsen hos massan, av filmen som just massfenomen, riktad mot massan, snarare än konstkännarens borgerliga sfär, och i biosalongens stora publik, öppnas en samtidig kollektiv perception, bestående av njutning såväl som smakdom. När publiken ser en teaterskådespelare agera, i ett auratiskt “Här och Nu” sker ett möte där skådespelaren kan anpassa sig efter publiken. Filmskådespelaren däremot, förmedlas till publiken via kamerans apparatur, kamerans position blir densamma som publikens i ett aktivt “optiskt testande” utan personlig kontakt, och kamerans således kritiska examinering av skådespelaren blir också publikens. Därmed gör filmen publiken till en smakdomare. Vidare är filmen ett medium där massan själv blir synlig och delaktig – vilket tycks vara fallet än mer idag än under den första halvan av 1900-talet, eftersom det blivit norm att via telefonen ha en filmkamera i fickan, och ha möjlighet att på några sekunder publicera dem online via sociala medier.

3.3.2 Människans utbyggnader

McLuhan (1964) definierar “medium” som teknologiska uppfinningar vilka fungerar som förlängningar av våra kroppar, och våra sinnen i synnerhet, och som i grunden förändrar våra samhällen och våra sätt att fungera och tänka. Klockor, pengar, det skrivna ordet, det talade ordet, bilen, fotografiet, kläder är exempel på olika medium enligt McLuhan, som analyserar vilka konsekvenser vart och ett av dem haft för samhället. En central poäng hos McLuhan är att innehållet har en försumbar roll i jämförelse med det medium som bär det: “mediet = budskapet” (s. 7). Det intressanta och väsentliga med TV-apparaten som medium i samhället är inte budskapen som de skickar ut, utan mediet i sig, hur det styr hur vi rör oss, organiserar vår vardag och hur det öppnar upp vägar för mellanmänsklig kommunikation på bekostnad av andra, etc. Vidare är innehållet i ett medium alltid ett annat medium, den tryckta boken innefattar det skrivna ordet, det skrivna ordet språket, osv, likt en matrjosjka (min metafor). Glödlampan är ett medium som saknar innehåll och inte ens ger sken av att ha ett sådant, och alla medium är egentligen lika tomma på “budskap” som glödlampan, vilken McLuhan (1964) lyfter fram som ett illustrerande exempel.

3.3.3 Siffrans medium

McLuhan ser siffran som en förlängning/utbyggnad av känslan. Siffran är en “taktill hand eller ett nervsystem för förbindelse av separata enheter” (s. 109) (min översättning), t.ex. när siffran beskriver ett antal. Statistiska siffror skapar “en tillströmning av primitiv intuition och magisk undermedveten kännedom” (s. 109-110) (min översättning). Argumentationen hos McLuhan är inom detta tema inte helt tydlig, men eftersom idén ändå är intressant för studien, får vi ta hjälp av en annan text (Roncallo-Dow & Uribe-Jongbloed 2017) som söker förklara samma teori. I ett exempel med en siffra som anger att 150 000 dör i anorexia varje år, tycks en bild produceras som går bortom det visuella. Siffran ifråga tycks *beröra* och resonera med någon form av intuition snarare än att bara presentera sig som bild att betrakta. Just siffran 150 000 ger ett väsenskiilt intryck i jämförelse med dess tänkbara tillhörande skriftspråk, med sina narrativa beskrivningar eller konceptualiseringar. En förklaring till skillnaden är att siffran så lätt kan hitta en konkret grund i det den beskriver, och därav ge en känsla av ett taktill *grepp* om det beskrivna, medan det skrivna ordet alltid framstår som en tolkning, och en mer godtycklig abstraktion. Det kan kanske också i sammanhanget, något förenklat, hävdas att siffran visserligen i sig bara vara en symbol, likt ett ord eller en bild, men i en mening tycks ha en stark och preciserad korrespondens med det den ska representera. Om vi utgår från att uppgiften om anorexia stämmer så är 150 000 det faktiska, sanna antalet döda, medan termen “anorexia”, likt alla andra termer bara är en abstraherad, generaliserad beskrivning av ett fenomen som tar sig olika uttryck i varje enskilt fall. Återigen visar detta att siffran *greppar och känner*. Det skrivna ordet däremot, ser McLuhan som en förlängning av synen.

3.3.4 Det skrivna ordets medium

Det skrivna ordet har i den språkliga kommunikationen gett ögats intryck ett större inflytande på beaktning av örats, vilket McLuhan (1964, s. 86) formulerar enligt följande:

The auditory sense, unlike the cool and neutral eye, is hyper-esthetic and delicate and all-inclusive. Oral cultures act and react at the same time. Phonetic culture endows men with the means of repressing their feelings and emotions when engaged in action. To act without reacting, without involvement, is the peculiar advantage of Western literate man.

McLuhan (1964, s. 86)

Med andra ord och mer korthugget bygger en audiell kultur på spontana reaktioner och engagemang, medan en skriftlig kultur premierar kylig eftertänksamhet. Vidare gör en kultur som bygger på skriven text folket till “separata individer, jämlika inför en skriven lagbok” (s. 84) (min översättning) på

gott och ont befriade från “stamlivets släktbaserade struktur och trans av resonerande ordmagi ” (ibid) (min översättning). I samband med dessa beskrivningar belyser McLuhan ett UNESCO-projekt där en vattenledning installerades i en indisk by. Byborna begärde snart att den skulle tas bort eftersom de insåg att vattenbrunnen som använts tidigare varit en så viktig mötesplats. Enligt McLuhan är den moderna västerlänningen, med sin svala skriftliga kommunikation och sitt kalkylerande öga blind för hur teknologin (och mediumet) förändrar kulturen i grunden, det ser bara vattenledningens praktiska effektivisering. Denna förståelse av det skrivna ordets kultur som presenterats här, bör jämföras med det orala historieberättandet som det beskrivs av Benjamin (2002) – vilket det skrivna ordet, via romanen, innehåller spår av, som relaterar till den “örats kultur” (lyssnandet) som McLuhan (1964) beskriver.

3.3.5 Erfarenheten och det orala historieberättandet

I “The Storyteller” (Benjamin 2002) hävdas det orala historieberättande vara den äldsta formen av meddelelse, samt något kollektivt som via erfarenhet byggs vidare och förändras i takt med att det traderas mun till mun över tid – till skillnad från romanskrivande sker det inte hos en isolerad individ. Historieberättande är en form av hantverk, berättelser sjunker in i historieberättarens liv, som lämnar ett avtryck på berättelsen, innan den förs ut ur historieberättaren igen. Berättelserna förändras, byggs och överlever i takt med tidens gång, till skillnad från nyhetsinformation som dör så snabbt den blir inaktuell. Berättelserna ligger öppna för att tolkas av åhöraren och behöver inte vara förklarande eller verifierbara i bemärkelsen att de behöver bevisa att det den beskriver faktiskt har hänt.

Journalistisk information, som Benjamin tar upp som exempel, karaktäriseras av det tidigare nämnda nyhetsvärdet, korthet, begriplighet och “brist på inbördes sammanhang” (1991a, s. 116). Sammantaget relaterar dessa principer till en lösryckthet, som inte kan hitta sin plats i traditionen, och till något som motverkar nyansering och tolkning. Erfarenheten manifesteras i det orala historieberättandet och informationen utarmar erfarenheten när den tar det orala historieberättandets plats.

Benjamin driver tesen att människan blivit fattig på erfarenhet och att erfarenheten tappat i värde, mot bakgrund av moderniteten och en tystnad som följde första världskrigets trauman – de hemvändande soldaterna verkade ha förlorat snarare än begagnat sig erfarenhet (1999). Följande citat tycks kärnfullt definiera Benjamins konceptualisering av erfarenheten, även om dess innehåll i

ursprungstexten möjligtvis var menat som en beskrivning av Bergsons tankegod: ”Erfarenhet [är] en fråga om tradition, i det kollektiva liksom i det privata livet. Den är sammansatt inte så mycket av det enstaka i minnet strängt fixerade företeelser som av lagrade, ofta omedvetna data som flyter samman i minnet” (1991a, s. 114). Erfarenheten kan förstås som en process där människors intryck av världen samverkar och bildar en form av visdom (Benjamin 2002).

Ett äldre medium, som det orala historieberättandet givetvis innehåller, är givetvis det talade ordet.

3.4 Upplevelsen – en teoretisk inramning

3.4.1 Det talade ordets medium

Henri Bergson, the French philosopher, lived and wrote in a tradition of thought in which it was and is considered that language is a human technology that has impaired and diminished the values of the collective unconscious. It is the extension of man in speech that enables the intellect to detach itself from the vastly wider reality [...] Language does for intelligence what the wheel does for the feet and the body. It enables them to move from thing to thing with greater ease and speed and ever less involvement.

(McLuhan 1964, s. 79).

För Bergson är alltså språket, i McLuhans tolkning, en effektiviserande, teknologisk utbyggnad av medvetandet, som tar utrymme på bekostnad av intuition och ett kollektivt undermedvetande. Språket är det som skiljer människan från djuret. För att fördjupa förståelsen av de idéer som McLuhan ovan refererar till, bör vi först titta på dess logiska struktur, innan vi återigen kopplar upp den mot studiens kritiska mediateori. Bergson (2022) beskriver ett ur med en pendel som svänger varje sekund under en minut. Han lyfter två sätt att föreställa sig till rörelserna/rörelsen. Det första sättet innebär att tänka på det kvantitativt, i termer av just ett matematiskt antal (i detta fall sextio) rörelser, vilket innebär att vi särskiljer flera rörelser (i detta fall svängningar) ur vad som kan ses som en helhet, likställer dem, och ställer upp dem bredvid varandra i en successionsordning. Enligt Bergson innebär en sådan föreställning att vi tänker rumsligt, vi låter rummet stå som symbol för tiden, räknar rörelserna som om det vore separata saker i ett rum, skapar en “tidslinje” (som i egenskap av just linje är en rumsligt orienterad symbol). Det som enligt Bergson framträder är en “kvantitativ mångfald”.

Denna kvantitativa mångfald kontrasteras mot den “kvalitativa mångfald”, som framträder via det andra föreställningssättet, som går ut på att föreställa sig

skeendet som de faktiskt tog sig uttryck i tiden, vilket innebär att vi erinrar oss rörelserna som ett flöde vi genomgår. När vi gör det kan vi inte föreställa oss de föregående rörelserna utan att falla tillbaka in i det första kvantitativa tänkandet, för i nuet är inte de föregående eller det kommande direkt närvarande. Vi måste stanna i den rena rörelsen, “nuflödet” (la durée).

3.4.2 Nuflöde, intellekt och intuition

Bergson exemplifierar nuflödets kvalitativa mångfald med bilden av en musikalisk melodi. Om vi koncentrerar oss på melodin som flöde, lyssnar på musikstycket, kommer känslan av varje ton och taktslag att vara under påverkan av de tidigare, utan att vi med fantasin föreställer oss de tidigare. Melodin och rytmen är beroende av en mångfald av element för att inte helt falla samman, samtidigt som dessa element inte kan delas upp i separata komponenter, eftersom de samverkar och flödar in i varandra. Bergson beskriver nuflödet med hjälp av flera metaforer, bland annat följande:

Man bör [...] använda sig av bilden av ett spektrum med dess tusen nyanser, med omärkbara övergångar från en nyans till en annan. En känslorörelse som genomlöper spektret under det att den undan för undan färgas av dess olika nyanser skulle undergå gradvisa förändringar som alla skulle förebåda den följande och i sig sammanfatta den föregående.

(Bergson 1992, s. 64).

Problemet med denna bild av färgspektrat, som symbol för nuflödet, är dock att den tar formen av “ett ting som redan är färdigt, medan nuflödet hela tiden skapas” enligt Bergson (s. 65). Ett annat problem med bilden är att dess färger (trots sina “omärkbara övergångar”) ställs bredvid varandra i vad som måste förstås som en rumslig kvantitativ mångfald, snarare än en kvalitativ mångfald (min kommentar). Den beskrivna bilden fångar alltså vissa drag hos nuflödet, men missar andra fundamentala drag, vilket alla tänkbara symbolbilder av nuflödet är dömda att göra, hävdar Bergson (1992). En fullständig förståelse av nuflödets innebörd kan bara uppnås via direkt kontakt med nuflödet.

Det första, tidigare nämnda föreställningssättet kallar Bergson “analysen” och “intellektet”, och utgör det statiska tänkande som den positiviska vetenskapen bygger på, som verkar genom en form av efterhandskonstruktioner och symboler av nuflödet. Analysen fungerar genom abstrakta, stillastående kategorier, stelnade begrepp och stillbilder som har användningsområden – men inte förmår att gestalta den konstanta utvecklingen och rörligheten i världen. Det andra föreställningssättet kallar Bergson “intuition” och bygger istället på en sympati som engagerat “går in i” världen och nuflödet, istället för att betrakta den från analysens avstånd. Utifrån intelligens framstår världen som determinerad och

organiserad utifrån kategorierna orsak och verkan, medan intuition i kontakt med nuflödet talar för en öppen rörlighet som istället tycks tala för en fri vilja – en idé som är mindre relevant för studien, men som ger en uppskattning av vad de andra bergsonska idéerna i förlängningen mynnar ut i.

Benjamin (1991a) beskriver hur Bergsons teorier, som del av den “vitalism”/”livsfilosofi” som uppstod efter sekelskiftet, söker ““verklig” erfarenhet till skillnad från den erfarenhet som får sitt nedslag i de civiliserade massornas normerade, denaturerade tillvaro” (s. 114). Vad gäller Bergson tycks detta sökande ta sig uttryck i idén om intuitivt engagemang med nuflödet, osv. Benjamin själv bortsåg inte från människans liv i det dåvarande samhället, utan beskrev det, bland annat som präglad av chockupplevelser, vilket förklaras i följande stycke.

3.4.3 Chockupplevelsen

I det moderna samhället tar människors intryck av världen formen av lösryckta *upplevelser*, förstådda som en slags separata chocker, chockupplevelser. Benjamin illustrerar detta språkligt via bilden av den moderna stadens kaotiska gatuvimmel och folkmassa, där alla knuffar sig fram och rör sig åt alla håll. Benjamin framhåller med stöd från Freud, att den moderna människan, som reaktion på chockupplevelserna, aktiverar ett retningskydd mot intrycken. Detta sker på bekostnad av intryckens integritet, med andra ord förvrängs intrycken för att kontrolleras. Retningskyddet verkar genom erinring – minnet bevarar intryck, men erinringen och medvetandegörandet av dem förstör/omvandlar dem (Benjamin 1991a) – t.ex. i det som idag beskrivs som posttraumatisk stress (min term). Traumat återupplivas gång på gång i försök att uppbåda den kontroll av intrycket som saknades vid det ursprungliga traumat (Benjamin 1991a). De från första världskriget hemvändande soldaterna var traumatiserade, “shell shock” blev ett begrepp (Reid 2014), och som tidigare nämnt beskriver Benjamin deras tystnad i relation till erfarenheten (1999). På samma vis som soldaternas trauman stått i vägen för deras erfarenhet av omedvetna minnet, står livet i modernitet med dess chockupplevelser i vägen för erfarenheten generellt (Benjamin 1991a). Genuin erfarenhet bildas i det omedvetna, medan skyddet mot chockerna innebär ett medvetandegörande som konstruerar intrycken som upplevelser, snarare än att förankras i erfarenhetens undermedvetna visdom.

3.5 Förtydligande begreppsdefinitioner

Nedan förklaras fyra resterande begrepp som också förekommer i analysen men som hittills inte presenterats. Definitionerna av bruksvärde och bytesvärde är baserade på Karl Marx begrepp (2018), medan upplevelsekonstruktion och upplevelseprodukt är egna termer som skapats inom ramen för studien.

Bruksvärde: Bruksvärdet hos något motsvarar användbarheten hos detta något, dess kvalitativa egenskaper, dess nyttighet (Marx 2018). “Bruksvärdet förverkligas endast i användningen eller konsumtionen” (s. 32).

Bytesvärde: Bytesvärdet existerar på en relationell nivå, “det kvantitativa förhållande, den proportion, vari ett slags bruksvärden utbyts mot ett annat slags bruksvärden” (ibid). I studiens kontext används begreppet bytesvärde i bemärkelsen relationellt och jämförande värde, förståelsen av bytesvärde är bred och behöver inte innebära direkta byten, men innebär ändå något som är abstraherat från bruksvärdet.

Upplevelsekonstruktion: Upplevelsekonstruktion handlar om kontroll och “byggande” av upplevelser i nuet och framtiden, som exempelvis praktiseras av köpare och säljare i upplevelseekonomin.

Upplevelseprodukt: Upplevelseprodukten är upplevelsekonstruktionens mål, och upplevelsen som styrd, avgränsad och i någon mån eftersökt enhet. Termen används i uppsatsen som distinktion gentemot upplevelsen som bred term, samt upplevelsen-av-något. Upplevelseprodukten träder fram när vi tänker på och behandlar upplevelsen som central i sig själv och inte bara som en biprodukt. Upplevelseprodukten kan existera i dåtid, nu eller framtid.

4. Metod

Empirin som analyseras är alltså GMA som funktioner samt recensionerna som är manifestationer av dessa funktioners användande. Recensionerna innefattar användarbetyg, ibland text, ibland foton, ibland videos och ibland emojis. De enskilda användarbetygen och genomsnittsbetygen, i egenskap av funktioner, samt de manifesta texterna, kommer att analyseras empiriskt. Bilderna kommer också att beröras i studien, men främst utifrån tidigare forskning. Emojis, foton och videos inom ramen för recensionerna har inte ignorerats, men sällan tyckts ha en meningsfull påverkan på recensionernas betydelse i studiens kontext.

4.1 Funktionsanalys

“The goal of functional analysis is to find the effects of particular sociocultural elements for the survival of a higher order social unit in its environment” inleder Charles Crothers (2020) sin artikel om samhällsvetenskaplig funktionsanalys. Ett grundläggande problem med att använda funktionsanalys är enligt densamme att reducera samhällsfenomen till funktioner, och att det snarare betonar stabilitet än förändring, samt att det bara representerar utan att förklara. GMA ses i studien som något i högsta grad sociokulturellt, men samtidigt som en rad tekniska funktioner. Samhället kan inte reduceras till en rad mekanistiska funktioner, men teknologin kan per definition sägas bestå av mekanistiska funktioner, även om dessa djupt integreras i det sociala och föds ur det sociala. Funktionsanalysen är i denna artikel en metod för analys och kartläggning av GMA:s funktioner, men inte en teori. Crothers menar att kraften i en funktionsanalys ligger i teorin som den kombineras med, en tanke som studien gör gällande. Funktionsanalysen är i studien ett steg på vägen mot resultaten, i snäv mening bara en metod, ett verktyg och ett tillvägagångssätt i att analysera de enskilda betygen, genomsnittsbetygen och textfältets funktioner. Studiens resultat bygger istället på resonerande diskussion och argumentation som tar funktionsanalysens problematiska reduktion i beaktning.

Inom ramen för studiens funktionsanalys tillämpas också organisationsdiagram som visar över- och underfunktioner, i syfte att förstärka presentationen av forskningsprocessen och analysen. Med underfunktion menas de funktioner som i förlängningen syftar till att understödja överfunktionerna. Varje underfunktion är alltså bara ett led i att uppfylla den översta funktionen. Dessa diagram har fördelar men också en nackdel. Fördelarna är att de understödjer kommunikationen av studiens process genom det visuella, och att de i en mening skapar transparens gentemot studiens analytiska process och tillvägagångssätt. Nackdelen är att de ger en reducerad bild av systemet, som riskerar att bli missvisande. Men eftersom det här med förtydligas att diagrammen är “icke-resultat” bedöms fördelarna vara större än nackdelen.

4.2 Textanalys

Den andra metoden som används i studien är textanalys, och den text som analyseras är som tidigare nämnt användarrecensioner inom ramen för Google Maps. Den särskilda typ av textanalys som används här, kan jämföras med den överblick av textanalytisk metod som beskrivs av Ahrne & Svensson (2015). Av de möjliga textanalys-frågor som presenteras i deras tabell (s. 172-173) är det enbart “vad påstås uttryckligen?” som är aktuella utifrån denna studies frågeställning. Frågan “vad underförstås?” (ibid) är också intressant, och behandlas på sätt och vis inom ramen för studien, men den kommer inte att ställas direkt mot materialet. Analysen tar fasta på vad varje recensions faktiska uttryck, på den uppenbara, direkta nivån innebär i relation till studiens frågeställningar. Snarare än att kartlägga en inneboende/bakomliggande struktur hos exempelvis en upplevelseekonomisk ideologi/diskurs, vill den studera hur en upplevelseekonomisk process tar sig uttryck och form i det empiriska materialet, på en konkret nivå, eller åtminstone på en så konkret nivå som möjligt. Således blir också en djupare analys av recensionernas språk – i termer av ordval, begreppshistoria, nodalpunkter och dylikt – av begränsat intresse, vilket särskiljer den textanalys som tillämpas här, från annan textanalys och från diskursanalys.

Recensioner som skrivits på andra språk än svenska och engelska, vilka jag som forskare inte har tillräcklig kunskap inom, kommer också att analyseras, med hjälp av den översättning som presenteras inom ramen för GMA. Eftersom Googles översättning är en del av själva mediet bör den inte plockas ur analysen – om översättningarna är “felaktiga”, så är en sådan “felaktighet” del av vad som kommer till uttryck via mediet som sådant. Med det sagt kommer ingen mening att uttolkas ur alltför otydliga utsagor, vare sig de är översatta eller ej, för att helt

enkelt undvika godtycklig spekulering i så hög grad som möjligt. En liknande inställning har studien gentemot det faktum att flera foton inom ramen för recensionerna är tagna på en bild på Ibrahimovic, som befinner sig på en husvägg nära, men inte i anslutning till Zlatan Court. Det kan tolkas som att recensionerna ifråga därför refererar till något annat än Zlatan Court även i text och betyg. Även en sådan “felaktighet”, i termer av att fel företeelse recenserar, ses som en del av det studerade fenomenet och utgör inget problem.

4.3 Kvalitativ metod

Det är kvalitativ textanalys som tillämpas i studien. Det är svårt att se hur en kvantitativ analys varit fruktbar. Det hade varit tänkbart att räkna hur ofta ordet “upplevelse” förekommer i recensionerna, eller liknande, men huvudfokus är inte, som förklarar i föregående stycke, begreppet “upplevelse” eller den språkliga nivån. Tänkbart hade det också varit att först kvalitativt identifiera meningsfulla tendenser i en större mängd recensioner, att “koda dem” (se Ahrne & Svensson (2015)), för att sedan räkna hur många recensioner som innefattar varje tendens. Men inte heller ett sådant tillvägagångssätt är helt kompatibelt med studiens ansats. Poängen är att synliggöra hur användarrecensionerna fungerar och vad dess format och situering möjliggör och skapar för relation och processer – inte att ta reda på vilken karaktär recensionerna har oftast eller rent generellt. Genom att närstudera enskilda recensioner kan funktioner och möjligheter synliggöras hos själva mediet, som gäller för alla miljontals recensioner inom ramen för Google Maps. Eftersom det inom ramen för denna masteruppsats inte funnits möjlighet att kvantitativt analysera samtliga recensioner inom Google Maps, blir den kvalitativa metoden i en bemärkelse mer heltäckande, än vad en begränsad kvantitativ analys hade varit. Den kvantitativa analysen hade bara kunnat ta en liten del av den totala mängden recensioner i beaktning. Recensionerna kommer dock att koda för att en överblick över samtliga recensioner inom den empiriska avgränsningen ska kunna bildas. Men denna uppdelning i kategorier sker i syfte att just etablera en bakgrund till den faktiska analysen, inte som ett forskningsresultat i sig. Detta gäller i synnerhet räkningen av antal recensioner i varje kategori: eftersom materialet är så litet har en sådan räkning inget eller litet vetenskapligt värde.

4.4 Närstuderande nedslag

Den kvalitativa textanalys som kommer att användas kan benämnas som en form av närstuderande nedslag, där ett mindre antal recensioner och platser som är intressanta i relation till temat undersöks. Den kritiska teorin som är utgångspunkten för studien, är kompatibel med en sådan metod enligt Alvesson & Skoldberg (2008). De beskriver hur kritisk teori kan kombineras med nedslagsstudier, genom att en generell tes presenteras, vars syfte är att "erbjuda en alternativ kritisk förståelse" (s. 340) medan det empiriska nedslagen stödjer, illustrerar och/eller utvecklar tesen. Teorin hamnar alltså i en mening i centrum i relation till empirin, och målet blir att erbjuda nya sätt att tänka och förstå, snarare än att försöka presentera objektiv fakta. Denna "metod-teori" kan också kraftfullt, genom övertygande argumentation, visa på mönster i samhället. Vad som kan ses som en svaghet är dock att den inte förmår att uppskatta exakt hur dominerande eller vidsträckta dessa mönster är, men det är heller inte ambitionen. Det viktiga i denna studie, i enlighet med den kritiska teorin, är att synliggöra och argumentera för förekomsten av vissa mönster i samhället, och att skapa nya sätt att förstå, inte att ge sig på det svåra och kanske inte helt meningsfulla företaget i att ge en exakt och objektiv bild av hur omfattande dessa mönster är. Vidare bör det poängteras att den generella tesen, som alltså är central för metoden, i denna studie ska förstås som något som växer fram genom analysen, i mötet med materialet, snarare än något som ställs upp på förhand för att sedan testas på materialet.

4.5 Materialinsamling och urval

Den ursprungliga idén var att undersöka recensioner av ett flertal platser. Men den första utvalda platsens ansamling av recensioner, som fungerade som test och utgångspunkt i en pilotstudie, visade sig såpass rik i analysen, att en mättnad kunde nås utan att fler platser plockades in. Att studera fler platser hade tagit tid och utrymme från ett mer uttömmande och samlat fokus, mot en komplexitet hos både platsen och recensionerna av den. En fördel med att inkludera fler platser hade varit att det skapat en större bredd i studiens perspektiv, genom att fler typer av platser inkluderades. Men på grund av den valda platsen och dess recensioners mångfacetterade karaktär kunde en bredd uppnås ändå. Platsen som valts ut är Zlatan Court i Malmö, av följande anledningar. För det första är det en plats som inte erbjuder varor och tjänster och som därmed inte är kommersiell och upplevelseekonomisk på det mest uppenbara planet, till skillnad från exempelvis restauranger eller hotell – vilket är i linje med studiens fokus på upplevelseekonomins expansion mot sfärer bortom direkt upplevelseförsäljning. Platsen kan ändå samtidigt ses som en "sevärdhet" och en turistattraktion, och

därmed något som ska generera en särskild, unik upplevelse. Recensionerna av platsen synliggör således en kontrast, spänning och kamp mellan idén om upplevelsekonsumtion (i egenskap av sevärdhet) å ena sidan, och det som verkar befinna sig utanför dess ramar (i bristen på varor och tjänster), å andra sidan. Vidare är platsen och dess mening komplex och mångfacetterad, vilket är berikande för analysen: platsens mening konstitueras av materiella förutsättningar som möjliggör och underlättar att spela fotboll där, men också av ett väsenskiilt abstrakt museivärde, en tilldragelse som grundar sig i faktumet att Ibrahimovic växt upp i området och spelat fotboll vid planen. Samtidigt är det abstrakta värdet visserligen materiellt manifesterat i ett fotavtryck och en autograf av Ibrahimovic.

Platsen Zlatan Court är också intressant p.g.a att den har betydelser som är förankrade både lokalt och globalt vilket är ytterligare ett exempel på den tematiska bredden – till skillnad från vad som är fallet vad gäller många varuhus eller nöjesfält har Zlatan Court en symbolisk relation till sin kringliggande miljö (området där Ibrahimovic växte upp), samtidigt som den också är betydelsefull på ett globalt plan, på grund av Ibrahimovics världsberömdhet. En risk med att studera recensioner av bara en plats är att studien blir för specifik/partikulär, men på grund av att Zlatan Court är uppkopplad mot ett globalt massfenomen, kommer studien närmare ett allmänintresse, den relaterar till något som är känt för många. Ytterligare en anledning till att platsen valts ut är att dess belägenhet i Malmö möjliggjort besök av den inom ramen för studien.

4.6 Genomförande

Först genomfördes alltså pilotstudien, där recensioner av Zlatan Court valdes ut enligt de kriterier som framgick i föregående avsnitt. Eftersom materialet, enligt pilotstudien, visade sig intressant i relation till forskningsfrågor och teori, samt rikt och komplext, fick det som tidigare nämnt vara kvar som empirisk utgångspunkt i det fortsatta arbetet efter pilotstudien. Beslut togs om att inkludera recensionerna av Zlatan Court, men hur många eller vilka övriga platser som skulle inkluderas blev en öppen fråga – idén var att efterhand se vad analysen skulle frambringe och utifrån det ta ett mer informerat beslut om eventuella fruktbara tillägg. Ett behov av att analysera betygen uppstod, då de framstod som alltför viktiga inom ramen för studiens ansats för att inte analyseras, vilket krävde en annan analysmetod än textanalys. Funktionsanalys framstod som den mest passande. Det var funktionsanalysen som genomfördes först, för att etablera en grundläggande förståelse av stjärnbetygen utifrån det teoretiska perspektivet. För att kartlägga funktionernas struktur och inbördes relationer gjordes

organisationsdiagram som utgick från regeln att varje “funktion” i kedjan bara fick innehålla två beskrivande ord – en regel som gjorde diagrammet koncist i kontrast till den mer porösa textmassan. Idén om att använda organisationsdiagram med en sådan tillhörande regel, beskrivs i Wikipedia-artikeln om funktionsanalys (Wikipedia 2020), vilken gav idén till att använda sådana diagram inom ramen för studien.

Textanalysen förbereddes genom att alla recensioner av Zlatan Court lästes igenom, kopierades och sparades. Olika mönster identifierades, i form av likheter recensionerna emellan, vilka låg till grund för kategorisering. Dessa mönster, likheter och/eller kategorier informerades inte av det teoretiska perspektivet, eftersom syftet med kategoriseringen var att ge och skapa en överblickbarhet, kategoriseringen var inte tänkt att (och är inte) integrerad i forskningsresultatet. Kategorierna är alltså beskrivande och inte analytiska. Under kategoriseringsarbetet blev kategorierna uttömmande, recensionerna placerades alltså bara under en enda kategori. Även om några recensioner tycktes passa under flera kategorier, var det tydligt att det fanns bestämda typer som var knutna till vad recensenten helt enkelt gjorde via sin recension – vissa svarade mot frågan om platsen var värd att besöka, andra gav en kort förklaring och/eller definition av platsens innebörd, osv. Att kategorierna blev uttömmande skapade också en större överblickbarhet, vilket som nämnt var det huvudsakliga syftet med kategoriseringen. Kategoriseringsarbetet avslutades med att kategorierna beskrevs och exemplifierades, i en text som presenteras under “6.2 Recensioner av Zlatan Court (översikt)”. Sedan inleddes textanalysen, vilken som nämnt utgick från teorin och de enskilda recensioner som var relevanta och/eller intressanta i relation till teorin. De beskrivande kategorierna lämnades därhän och även om analysen hänvisar till kategorierna, så påbörjades den som en separat process. Analysens hermeneutiska växelspel mellan recensioner och teori genererade nya teman, och efterhand plockades fler recensioner in, när de blev av intresse. Ett direkt behov av att inkludera fler platser uppstod aldrig, samtidigt som det tolkande arbetet av Zlatan Courts recensioner genererade mycket text, varför beslut tillslut togs om att inte analysera fler recensioner.

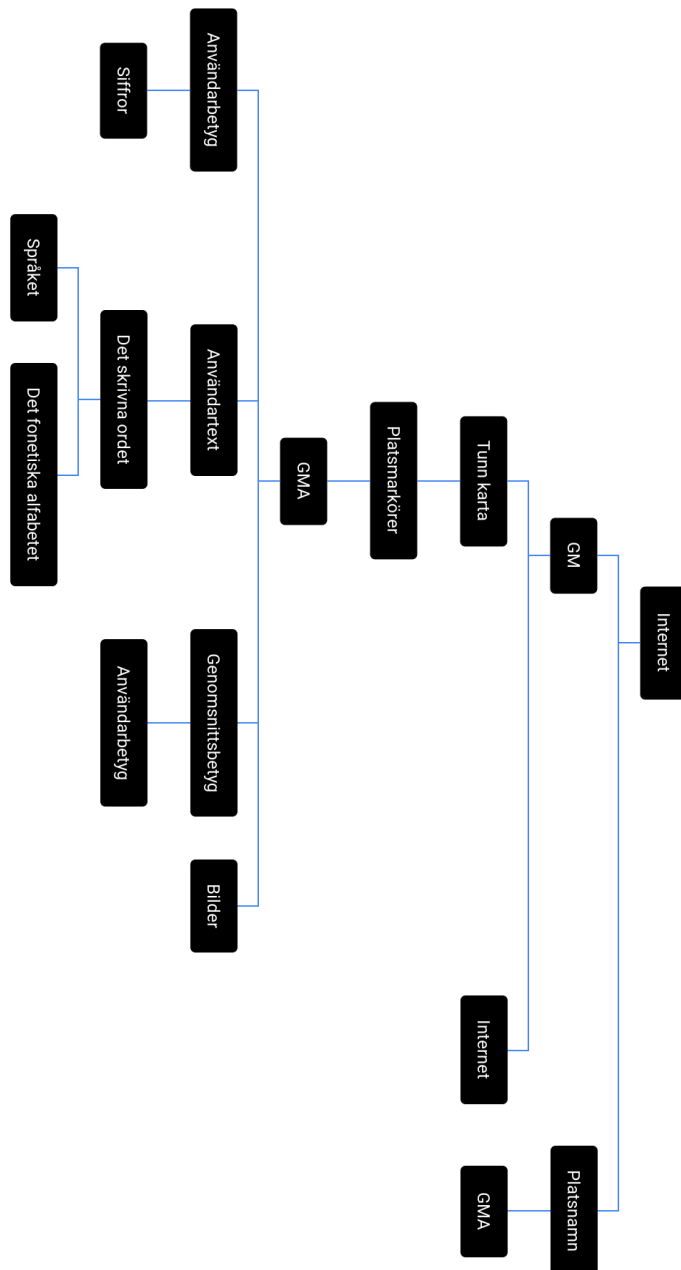
4.7 Etiska aspekter

Utifrån en etisk aspekt är recensenterna anonymiserade. Även om användare i en mening aktivt valt att publicera sig offentligt, vid publiceringstillfället, finns det en risk att kommentaren glömts bort och att det inte längre är författarens önskan att låta kommentaren vara fortsatt offentlig i anknytning till författarens

användarnamn (vilket kan vara detsamma som personnamnet). Det är visserligen enkelt för läsaren att hitta en recension och på så vis komma åt användarprofilen, varför det skulle kunna hävdas att studiens “anonymisering” är meningslös eller obefintlig. Men genom att inte publicera användarnamnen minimeras ändå användarnamnens synlighet, studien hänger inte aktivt ut dem eller knyter dem till recensionerna – när användarnamnen inte skrivs ut, kommer läsaren inte att kunna identifiera användaren, om läsaren inte själv aktivt letar upp recensionen. Ett problem med anonymiseringen, är att den på ett sätt står i strid mot rekommendationer för “god sed” (Klang 2010) (Vetenskapsrådet 2017), eftersom den kan ogillas av upphovspersoner som tvärtom vill vara så synliga som möjligt och få erkännande för sin recension. Det optimala hade varit att låta varje recensent välja själv gällande deltagande samt synlighet kontra osynlighet, men som nämnts tidigare går det inte att kontakta recensenter på annat sätt än att leta reda på kontaktuppgifter utanför Google Maps, vilket hade inneburit ett omfattande arbete som kanske inte gett resultat, i synnerhet gällande de recensenter som använder pseudonym. Således, och på grund av att det inte går att både ge explicit erkännande och samtidigt anonymisera, blir ingen lösning optimal, vilket resulterat i en kompromiss, där erkännande ges indirekt, via tydliga källhänvisningar.

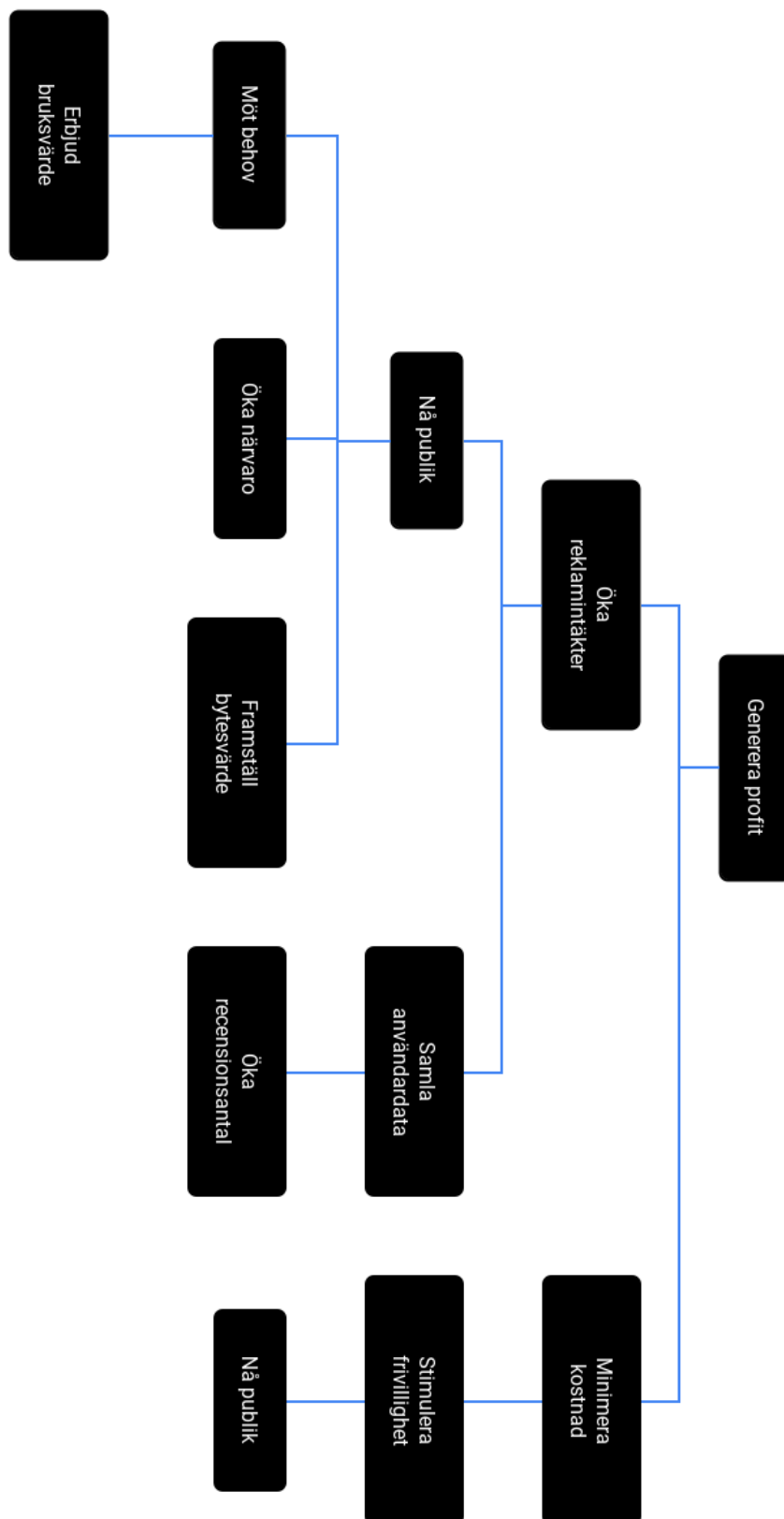
5. Funktionsanalys / GMA som medium

Diagram 1. Medium inom och runt GMA (Thörn 2023).



Diagrammet ovan (Diagram 1) visar ett förslag på hur den mediala strukturen kan förstås om vi gör McLuhans teori till en analysmodell. Varje svart ruta är ett eget medium och genom att följa linjerna nedåt spåras de medium som de övre innehåller. Den tunna kartans medium innehåller alltså t.ex. platsmarkörernas medium. Strukturen av över- och underordningen ska här förstås som “lös” eftersom ett och samma medium kan vara både innehåll och bärare av ett annat vilket diagrammet delvis illustrerar. Mediet “internet” är t.ex. ett medium som existerar både inom ramen för Google Maps, och utanför det, varför det är både under- och överordnat Google Maps. Diagrammet visar också rent konkret vilka vägar användaren kan klicka sig fram genom för att nå varje element/medium: GMA kan nås utan att gå via Google Maps, då det går att hitta länkar till dem via Googles huvudsakliga sökmotor (Google.com). Det bör nämnas att detta diagram i hög grad är specifikt anpassat efter denna studies analytiska fokus, och hade kunnat se annorlunda ut om studiens avgränsningar varit annorlunda, genom att exempelvis vara mer detaljerat. Den tunna kartan kan t.ex. utan tvekan förstås som bärare av fler medium än platsmarkörer: “geometri” är t.ex. ett tänkbart sådant. Diagrammet som följer är en illustration över hur Google Maps övre funktioner förstås inom ramen för studiens teoretiska perspektiv, vilka egentligen inte utgör det centrala fokuset för analysen, men presenterar en bakgrund. Detta första funktionsanalytiska organisationsdiagram (Diagram 2) ska förstås som anslutande till de efterföljande (Diagram 3, s. 41 och Diagram 4, s. 43), som börjar längre ner i den hierarkiska strukturen.

Diagram 2. Övergripande funktionsanalys av GMA (Thörn 2023). Se Haider & Sundin (2017) för utvecklad diskussion kring insamling av användardata och reklamintäkter.



5.1 Betyget som symbol

Vad är det betyget "säger", vad representerar det, med andra ord: vad är betyget en symbol för? Textformulärets uppmaning "dela information om hur du upplevde platsen" (Google Maps 2023a) kan tolkas som gällande både textfältet och betyget. Men det finns ingen tydlig angivelse vad stjärnorna är tänkta att representera exakt, om det är platsens skönhet/kvalitet i sig eller själva besöket som recensenten gjorde, eller något annat. Detta faktum gäller platser utan varor och tjänster i synnerhet, eftersom det inte finns en uppenbar produkt eller tjänst att recensera. Inget anger om stjärnorna ska representera den personliga (erinrade) upplevelsen (subjektivt), eller hur platsen är i allmänhet (i en ambition om saklighet), för exempelvis en recensent som kanske själv inte uppskattade platsen, men ändå tror att de flesta andra skulle göra det. Denna otydlighet tycks dock paradoxalt peka mot den erinrade upplevelsen specifikt, eftersom den som koncept kan inrymma både återgivning med ambition om saklighet, och besökarens subjektiva reaktioner. Det går dock att recensera platser utan att ha upplevt dem. Låt säga att någon läst om ett offentligt, politiskt kontroversiellt konstverk i en dagstidning, utan att ha sett det med egna ögon, och för att uttrycka sin upprördhet ger statyn ett lågt betyg. Vad är då den gemensamma nämnaren för alla stjärnbetygens innebörd? Inte heller affekt, som troligtvis spelar en viktig roll, är ett tillfredsställande svar, eftersom betygsättningen bör kunna ske i ett tillstånd av lågaffektiv förströelse. Ett gemensamt drag hos all betygsättning, som är uppenbart men ändå ska nämnas, är värderingen (eller "review valence" (Jia & Liu 2018), vilket skiljer den från textfältet, som ger möjlighet till beskrivande uttryck utan värdeladdning. Men stjärnbetygen påtvingar ändå texten en värdeladdning, eftersom det inte går att publicera en textrecension utan att också sätta ett tillhörande betyg. Utöver värderandet, är en gemensam nämnare recensentens "frihet" genom det egna valet av betygsriterier, och möjligheten att recensera utan att ens veta något om platsen. En professionell kritiker med lön måste anpassa sig inför uppdragsgivarens normerande motkrav, och kan t.ex. inte ge en film ett av fem i betyg men samtidigt skriva att filmen som recenseras är den bästa som gjorts. Det kan Google-recensenten göra. En tänkbar gemensam nämnare för det stjärnbetyget representerar skulle sammanfattningsvis kunna vara *öppen subjektiv värdering*.

Upplevelsen är alltså inte riktigt en gemensam nämnare, och även om den kanske är avgörande för vissa betyg så går den i själva betygssiffran inte längre att urskilja. Det manifesta användarbetygen tycks *likställa* följande tre baser: den intuitiva kontakten med nuflödet, den erinrade upplevelsen, och icke-upplevelsen.

Det beror för det första på att det enskilda betyget inte förtäljer vad det baseras på, i sin färdiga form är det bara en siffra, och för det andra på att de tre nämnda baserna inte får en hierarkisk ordning. Av detta följer att upplevelsen görs till och blir synonym med “öppen subjektiv värdering” (förkortas nedan till ÖSV) i stjärnbetyget.

McLuhans analys av siffrans medium tycks särskilt applicerbar på just GMA:s stjärnbetyg, eftersom stjärnbetyget inte är att mer formellt, uppräknande och analytiskt presentera fastställda uppgifter, som i ett företags årsrapport (vilket för McLuhan (1964) visserligen inte hade varit ett undantag), utan att hjälpa användaren att *känna av* något om en plats. För att få uppgifter om sakförhållanden på platsen, kan denne vända sig till textrecensionerna, men betygets spegling av öppen subjektiv värdering tycks ta formen av det “primitiva”, intuitiva nervsystem som McLuhan såg hos siffrorna – i sin direktet, distans från intellektet, och intersubjektiva kommunikation. Betyget är frånkopplat dikotomin information/desinformation (enligt Bawdens framställning av begreppsparet (2022)), eftersom det den förmedlar inte går att bedöma som sanning eller osanning, eftersom det inte går att verifiera eller falsifiera den värdering den uttrycker. Möjligtvis kan det hävdas att betyget alltid innebär en sann uppgift, om vad recensenten har valt för betyg. Men ur ett sådant perspektiv är betyget en sann uppgift av recensentens värdering, inte en sann uppgift om den plats som recensionen syftar till att informera om. Det vill säga en sann uppgift av människors värdering av ett visst sakförhållande (plats), inte en sann uppgift om sakförhållandet (platsen).

Vi går vidare genom att tills vidare lämna fokuset på betyget som symbol, mot att istället studera dess bakomliggande funktion, det vill säga betygsformuläret, och dess inbjudan till interaktion.

5.2 Betygsformulärets inbjudan

Med utgångspunkt i Bergsons teorier (1992) är bedömandet av verkligheten utifrån vissa kriterier, det som exempelvis den professionella läraren gör när denne ska betygsätta sin elev, att abstrahera, kategorisera och kanske även erinra sig upplevelser: att med begränsad flexibilitet läsa av världen med utgångspunkt i begrepp. En avsaknad av kriterier bör bjuda in till en mer spontan bedömning, baserad på den föregående kvalitativa mångfald som präglat det ögonblick då betyget väljs. Det innebär att engagerat gå in i betygsättandets handling, vad det nu konkret kan innebära, istället för att stanna upp och med intellektet “tänka

efter”. Det tycks vara så, att ju snabbare betyget väljs, ju mer baseras det på intuition, på en känsla, en impuls. Självklart kan betygsättandet ändå baseras på analytiskt tänkande, och formulärets uppmaning (“Dela information om hur du upplevde platsen” (Google Maps (2023a)) kan faktiskt ses som ett kriterium, men ett svagt, öppet och otydligt sådant. Därigenom kan det hävdas att formuläret har en potential att aktivera både intuition och intellekt, genom att peka på, eller åtminstone i högsta grad hålla dörren öppen för båda två.

När det nu gjorts en grundläggande analys av betygen som medium och funktion, går vi vidare till att titta på genomsnittsbetygen.

5.3 Genomsnittsbetygets medium

Genomsnittsbetygets medium har en likhet med Harris (2015) beskrivning av den tunna kartan. De vinner båda kraft i att kärnfullt och lättfattligt sammanställa en mängd data. De gör det dock på väsensskilda sätt. Genomsnittsbetyget opererar genom komprimering dragen till sin spets, där all data trycks ihop till en fullständigt enhetlig produkt, en enskild sifferuppgift. Den tunna kartans operation är istället att framhäva och blottlägga en pluralitet av data, som är betydligt mindre sammanfattad, men i det visuella ändå lättbegriplig och överblickbar.

Anblicken av den tunna kartan är en kvantitativ mångfald, stillastående och rumsligt uppställd, medan genomsnittsbetyget kanske inte kan likställas med, men ändå liknas vid en kvalitativ mångfald enligt Bergsons terminologi. Genomsnittsbetyget blir via jämförelsen det som likt melodins klang tycks singular men ändå färgas av den mångfald av skiftningar föregår genomsnittsbetyget – och skiftningarna är den öppna subjektiva värdering som den baseras på. Bergsons syn på siffror är komplicerad och mångtydig (Watt 2021), och behandlar huvudsakligen siffror som antal (Bergson 2022). Huruvida siffran som antal kräver ett rumsligt, analytiskt tänkande, framstår inte som självklart hos Bergson (Watt 2021), trots att den i någon mån tycks vara besläktad med kvantitativ mångfald (via dess uppräknings). Det borde vara än mindre självklart huruvida siffror som inte är antal, t.ex. genomsnittsbetyg, kräver ett rumsligt tänkande och vi bör därigenom, och med hjälp av McLuhans (1964) resonemang, kunna utgå från att siffran inte helt och hållet är intellektuellt konstituerad. Bilder och begrepp kan enligt Bergson aldrig ersätta den intuitiva upplevelsen av nuflödet, för bilder är stillastående, och begreppen generaliserande och stillastående rekonstruktioner (Bergson 1992). Att stirra på genomsnittsbetygets siffra kan knappast heller fungera som en sådan ersättning,

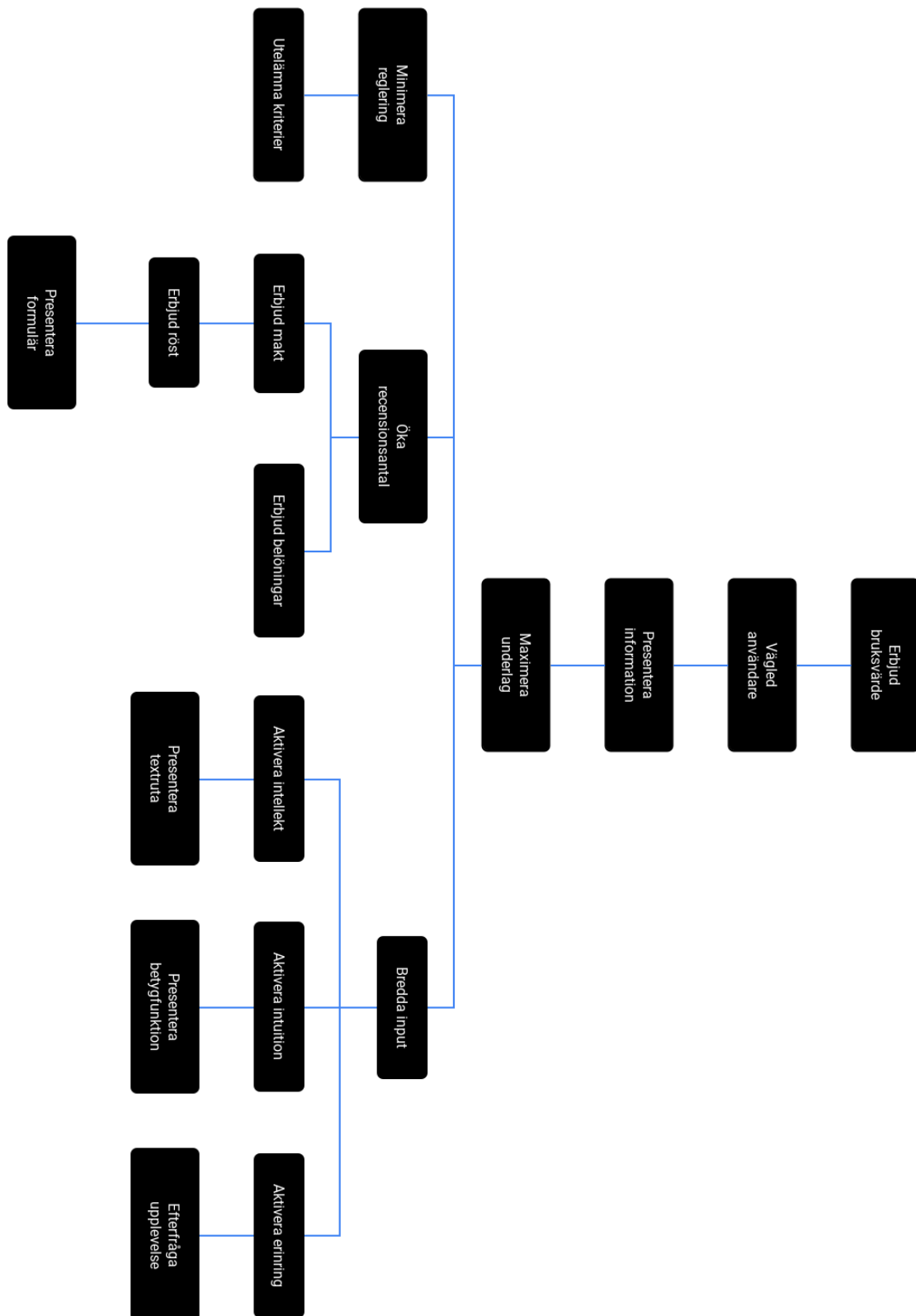
men en viktig skillnad är att genomsnittsbetyget är rörligt och ofärdigt, en symbol visserligen, men en symbol som är direktstyrd och öppen gentemot nuflödet. Det kan här invändas, att även begreppens betydelse är under förändring, där ord förändrar mening beroende på sammanhang. Men för att överhuvudtaget kunna användas och förstås måste de åtminstone i någon mån ha en fastställd betydelse, annars skulle det inte finnas någon anledning att välja ett ord över ett annat. Genomsnittsbetyget bär inte med sig ett sådant begreppsorienterat eller bildligt "betydelsebagage".

I sin extrema komprimeringsrörelse tycks genomsnittsbetyget motverka "information overload" (enligt Bawdens definition (2022)) och dess eventuella hinder för exempelvis beslutsfattande. Istället för att värdera och sälla bort överflödiga information, inbegriper den all relevant information (varje enskilt betyg). För den som överväger att besöka en plats men inte kan bestämma sig, då det råder delade meningar om den i en enorm informationsmängd på internet, och som således är föremål för "information overload", finns en enkel lösning: att bortse från den förvirrande pluraliteten av beskrivna perspektiv och se den i en enkel och sammanfattad form. Utifrån genomsnittsbetyget kan ett snabbt beslut tas, varför det svarar mot en del av informationsöverflödets problematik – visserligen genom "strukturering" (enligt Zhang, Yu, Li & Lins begrepp (2016)), men utan att exkludera någon input och utan att färdigställa den rörliga informationen. Ett uppenbart svar mot "information overload" är vad som skulle kunna kallas kunskapsauktoriteternas: att genom källkritik och värderande av information sortera bort den goda informationen från den dåliga, vilken information/desinformations-dikotomin, men även hela utbildningsväsendet måste ses som en del av. Genomsnittsbetyget ger ett annat, väsenskiilt svar.

När vi nu tittat på funktionerna på ett grundläggande plan, går vi vidare med att aktivera det i relation till det för studien centrala temat, varufiering av upplevelser. I relationen mellan temat och föregående analys får begreppen bruksvärde och bytesvärde en självklar relevans, vilket följande analys visar.

5.4 Betygen som bruksvärde och bytesvärde

Diagram 3. Funktionsanalys av GMA som bruksvärde (Thörn 2023).

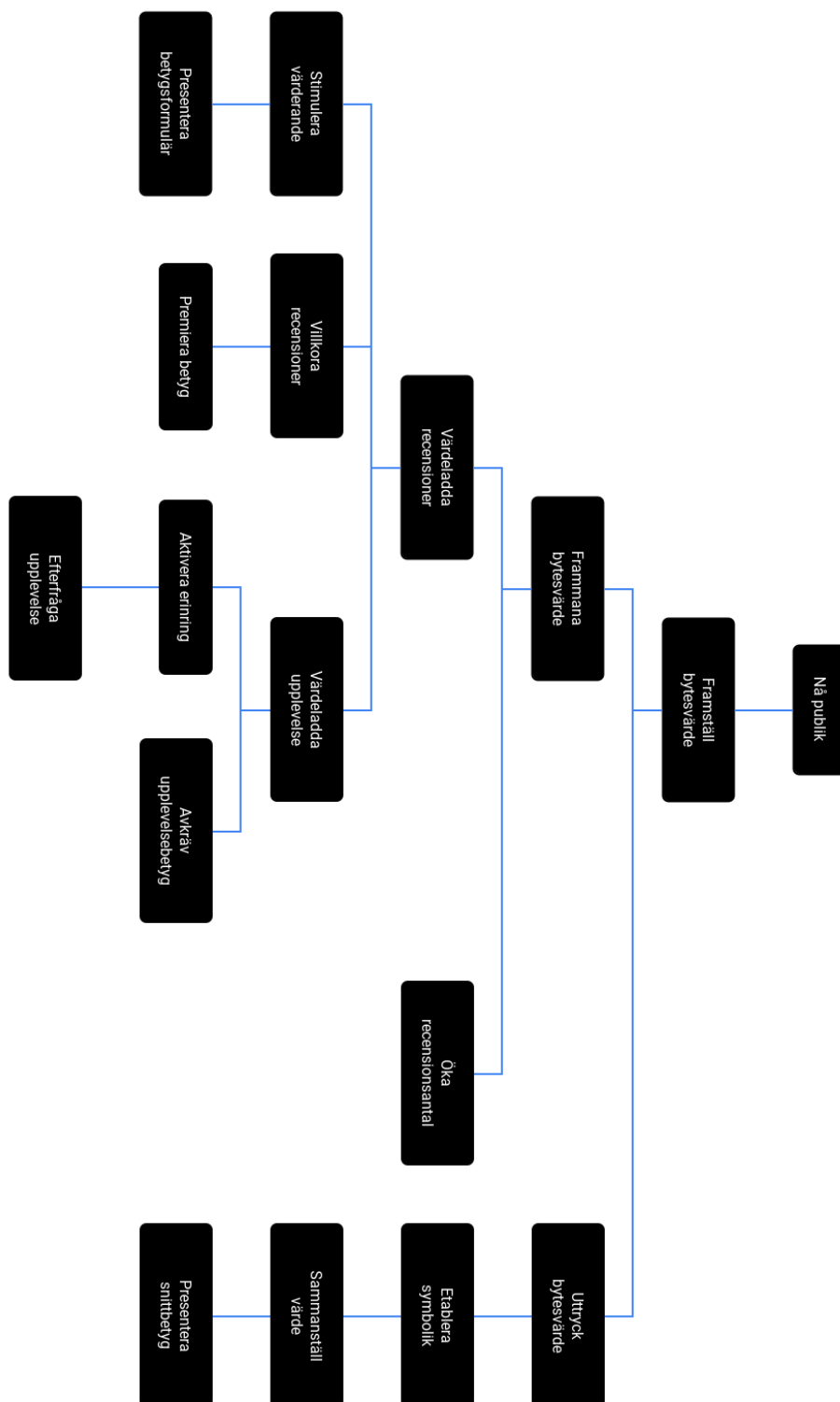


Det som GMA erbjuder användaren måste förstås som en form av makt/handlingsutrymme, att enkelt kunna uttrycka åsikter, upplevelser, känslor, kunskap och kanske kreativitet inför en publik. Inhämtandet av användarens input är tillåtande, vilket innebär att tröskeln till att skriva en recension är låg, vilket gör att mängden input ökar. Att öka mängden input/data är vad Googles intäkter bygger på, då den insamlade datan kan användas för riktad reklam, marknadsrelaterade analyser m.m. (Haider & Sundin 2017), vilket nämnts tidigare. Men det innebär också, vad gäller just GMA att den för användaren offentliga informationens underlag förstärks, vilket måste förstås som att värdet av informationen och dess trovärdighet ökar, enligt en princip i stil med: "ju fler källor ju större trovärdighet" (se exempelvis Lynch (2016) för en mer fördjupad diskussion kring trovärdighet i relation till "inputmängd").

Det tillåtande formatet gör också att användarnas sammanlagda input är bred, och oordnad, och även om upplevelsen är det som efterfrågas, kan inte användarnas bidrag i sin totalitet förstås som samlade upplevelser, utan som ett uttryck för användarnas öppna subjektiva värdering. Detta är tydligt vad gäller stjärnbetygen, men också texten, som tar sig en rad olika former, vilket textanalysen visar. Texterna är dock transparenta i sin grund, det går för läsaren att se huruvida en utsaga är baserad på intellekt, intuition, erinrad upplevelse, känslor osv, vilket gäller även de enskilda betyg som kompletteras med text. Men genomsnittsbetyget, samt de enskilda betyg som saknar text, är inte bara en samling med ÖSV som gemensam nämnare, utan något som döljer sin bas och översätter den till en värderad siffersymbol för ÖSV. En sådan siffra tycks således ha ett mått av mystik, men kan ändå beskrivas som en komprimering av recensenternas inre subjektiva rörelser, likt en form av signal inom ramen för ett intuitivt, omedvetet kroppsspråk, kommunicerande positivitet kontra negativitet, och inte mycket mer. Genomsnittsbetyget liknar en trafiksignal, fast femskalig och med decimaler. Detta är som tidigare nämnt i linje med McLuhans beskrivning av siffran som en förlängning av känslan, siffran blir inom ramen för GMA ett sätt att avkänna världen genom signaler, bortom kunskap och intellekt. Upplevelsen spelar i sammanhanget rollen som ett begrepp som frammanar ÖSV, genom formulärets uppmaning. Hittills har vi alltså etablerat att aktiveringen av upplevelsebegreppet, är underfunktion till den övre funktionen, att etablera brukbarhet för användaren, alltså bruksvärde (se diagram 3). Bruksvärdet kan i sammanhanget förstås som det som användaren bedömer via "tumme-upp"-knappen samt "användbarhet" i Jia & Lius konceptualisering (2018), alltså den

upplevda användbarheten enligt läsare av recensioner. Men på samma vis är det en underfunktion till framställningen av bytesvärde hos platser, vilket inte måste förstås som ett verktyg eller en nytta för användaren (se diagram 4).

Diagram 4. Funktionsanalys av GMA:s relation till bytesvärde (Thörn 2023).



För att se bytesvärdet hos en materiell vara räcker det att gå in på internet och se vad den faktiskt säljer för. GMA fyller ett tomrum genom att framställa ett slags bytesvärde med koppling till platser, en slags konsensus kring ett värde hos platser, genom att suga upp den "öppna subjektiva värderingen" och offentliggöra den. Detta ska inte ses som ett verktyg för användaren bara, utan något som tvingar in aktörer, t.ex. affärsidkare som får dålig recensioner, eller läsare som via användning av den platta kartan ändå exponeras för bytesvärdet och då ofrivilligt förhåller sig till den. Genom framställningen av bytesvärdet gör sig GMA angeläget och svårt att bortse från.

Innan textanalysen, av funktionernas manifestationer, dvs faktiska recensioner, bör vi etablera en grundläggande analys av dess bakomliggande funktion, "textformulärets inbjudan".

5.5 Textformulärets inbjudan

En för studien mycket viktig aspekt återfinns hos GMA:s textfält som funktion, inför recensenten, vilken också hittas hos upplevelsen som begrepp: nämligen dess organisering av relationen mellan individen och omvärlden, som består av just en uppdelning mellan individen å ena sidan och omvärlden å andra sidan. En recension förutsätter en objekt-subjekt-relation, det är dess grundläggande idé, recensionen är alltid en recension av något, och måste därför i någon mån separera subjektet som recenserar och objektet som recenseras. Det måste åtminstone finnas en specificering och därmed objektifiering, av vad det är som recenseras – en recension som inte anger vad den recenseras, är knappast längre en recension. Vi kan jämföra det med den orala berättelsen som den beskrivs av Benjamin (2002); den kanske alltid handlar om något, men däremot inte definiera och objektifiera detta något, tvärtom kan den ha en öppen form som ställer frågor utan att ge svar. Eftersom den traderas och förändras "mun till mun" blir det enskilda subjektet ingen viktig kategori: berättelsen tycks alltså varken objektifiera eller "subjektifiera". Historieberättaren behöver inte blanda in sig själv i större utsträckning än att röra på läpparna, och återge något den hört tidigare, men recensenten måste aktivera sig själv som subjekt, som tyckare och tolkare etc. – även en helt "neutral" recensent kommer i mottagarens ögon "sticka ut huvudet" genom valet att vara just neutral. Denna tendens hos recensionen hittas som sagt också hos upplevelsen-av-något (inte upplevelseprodukten) för i en grundläggande bemärkelse är en recension en upplevelse-av-något, åtminstone inom GMA, som efterfrågar upplevelsen i sitt recensionsformulär. Av detta följer att upplevelsen som begrepp, när de förstås som upplevelsen-av-något, likt

recensionen särskiljer individ från omvärld, subjektifierar individen och objektifierar individens omvärld. Dessa tendenser aktiveras givetvis när begreppen tillämpas, när individer och företag pratar i termer av upplevelser. En fotbollsspelare som lyssnar till GMA:s fråga om vad denne haft för upplevelse av Zlatan Court bör i någon mån se platsen på ett nytt sätt: vad som var en förlängning av den egna kroppen, och del av det interagerande och praktiska fotbollsspelet blir istället ett separat objekt, som den tillfrågade, nu ett subjekt med en åsikt, ska bedöma. Detta objekt är heller inte längre bara den materiella fotbollsplanen, utan också en summa av upplevelsen av den – situationer där den figurerat, känslor den aktiverat. Objektet, fotbollsplanen, platsen har plötsligt expanderat (och samtidigt separerats, enligt föregående beskrivning).

Ur ett annat perspektiv är denna “perceptiva apparat” hos upplevelsen-av-något och GMA:s textfält också ett maktverktyg för användaren, dels just i subjektiveringen, i hur den ger utrymme för användaren att agera och uttrycka sin åsikt. Det kan hävdas att, med den kollektiva sfär som innefattar det orala historieberättandet (Benjamin 2002), kommer också eventuella förtryckande strukturer i kollektivet (min reflektion). GMA gör ingen skillnad på individ och individ, men det är svårt att tänka sig att maktskillnader mellan ledarfigurer och deras underordnade, män och kvinnor, barn och vuxna osv, inte skulle aktiveras inom det orala historieberättandets medium. Intressant är också recensentens och “upplevarens” frihet att själva utforma objekt/subjekt. Denne kan ju helt enkelt välja vad det är som skrivs in i textfältet på objektssidan, sig själv, andra människor, fantasier, erinrade upplevelser, sakliga beskrivningar osv. Individen kan forma och definiera sin upplevelse, övertyga sig själv om sanningen i en viss erinring/mental bild genom att formulera den och publicera den offentligt. Den besökare som tycker sig ha gjort ett dåligt val i att besöka en viss plats, kan så att säga “skylla på platsen” i recensionen, och på så vis plocka ut sig själv ur ekvationen. Recensenten kan också beskriva andra människor i textfältet och därmed integrera dem i objektet, plocka ut sig själv genom att helt enkelt inte nämna sig själv, och sedan hata eller älska objektet. Ett konkret exempel är de negativa beskrivningarna av bibliotekarier som identifierats i Khan & Loans studie (2022). I en sådan beskrivning blir upplevelsens och GMA:s subjekt/objekt-uppdelning ett verktyg för att kanalisera och/eller förvränga affekt, samt något som för massan är potentiellt splittrande: det är ju trots allt enskilda individer som bedömer sin omvärld och andra människor i någon mån. I jämförelse med flera dominerande sociala medieplattformar tycks dock individen tvärtom hamna i skymundan, eftersom det är platser och inte människor som är

det primära fokuset, vilket skiljer GMA från exempelvis Facebook. Den enskilda recensionen görs visserligen i enskildhet, till skillnad från t.ex. biopublikens perception uppstår i en samvaro, men i sin färdiga form ställs den bredvid andras.

5.6 Massans karta?

Google Maps och GMA antar den roll som resehandböcker, kartböcker, geografiska uppslagsverk och dagstidningars recensioner, med skillnaden att en stor allmänhet med svag reglering släpps in som aktiva producenter. Den neogeografi som GMA är en del av innebär enligt Byrne & Pickard (2016) demokratisering, och även om en stor grupp människor exkluderas i sin brist på materiell tillgång till och kunskap om GMA, är det likväl också en stor grupp människor som inkluderas. "Massan" tar i GMA experternas och de mediala etablissemangens plats, och utmanar exempelvis nyhetsinformationens verifierbara saklighet. Denna massa är delvis individualiserad genom användarprofilerna, och det hierarkiska "Local guide"-systemet (Google Maps 2023a), men avindividualiseras genom möjlighet till relativ anonymitet, och i genomsnittsbetygets sammanslutning. Just genomsnittsbetyget är ett särskilt utmärkande exempel på hur massan genom mediet kommer till uttryck just som enhetlig massa och ett uttryck för hur mediet konstruerar och underbygger ett "vi" av tyckare. Google Maps, sedd som en sådan "massans karta" i enlighet med föregående resonemang, alltså ett forum med vidöppen dörr mot massan, för reaktion och perception av världen, kan här kontrasteras mot den djupa kartan (Barney 2015; Warf; 2015). Likheten är den polyfona strukturen, att båda dessa medier ger utrymme för en mångfald av röster och perspektiv. GMA kan visserligen potentiellt ge uttryck för en rik kvalitativ beskrivning av en plats, men bygger inte på en särskild idé om kunskap, som är konstituerande för dess helhet. GMA:s idé om kunskap är i så fall att inte ha en idé om kunskap, i termer av att släppa in allt, inklusive desinformation och nonsens. Den djupa kartan ska per definition behandla en plats, GMA behöver inte behandla något särskilt överhuvudtaget. GMA frigör massans perception och blir ett maktmedel, en konsumentmakt i recensioner av varor och tjänster, och en makt att definiera och reagera mot världens platser offentligt, när det kommer till platser utan varor och tjänster. Vi kan här återkoppla till öppen subjektiv värdering, den generaliserande benämningen av det som uttrycks av alla recensenter, och kommer till uttryck gentemot alla läsare via mediet, som genomsnittsbetyget blir en symbol för. ÖSV måste förstås som en motpol till expertkunskap, specialisering och olika former av reglerade kunskapsetablissemang, den kontrollerande kunskapen hos ett fåtal: ÖSV är flertalets fria kollektiva kommunikation i egenskap av massa. I det

sensoriska nätverk, som GMA måste beskrivas som, blir ÖSV den värderande information som skickas i nätverket, representerad i den avkännande siffran. Det abstrakta begreppet “ÖSV” kompletteras i följande avsnitt med kvalitativ analys av dess konkreta uttryck, via textanalys.

6. Kvalitativ textanalys

6.1 Om Zlatan Court

Zlatan Court är en fotbollsplan i Malmö som upprustats med ett modernt planunderlag gjord av återvunna skor, belysning under kvällstid och ett “unik bollplank” som styr bollen via ett “specialsystem” (Olsson 2007). Upprustningen bekostades av Nike (tillverkare av kläder och utrustning för sport) och Ibrahimovic själv (Helsingborgs dagblad 2007) medan det kommunala bostadsbolaget MKB (Malmö kommunala bostäder) stått för kontinuerlig drift och underhåll (Jönsson 2007). Upprustningen invigdes av Ibrahimovic, som är en världskänd fotbollsspelare, och som spelat på planen under sin uppväxt (Wiman 2007). Vid planen syns inskriptionen "Här finns mitt hjärta. Här finns min historia. Här finns mitt spel. Ta det vidare" (ibid). Ibrahimovics stelnade autograf och fotavtryck finns också på platsen. Snittbetyget av platsen inom ramen för Google Maps är 4,4 vilket baseras på totalt 263 recensioner (Google Maps 2023b).

6.2 Recensioner av Zlatan Court (översikt)

Av de 263 recensionerna har 83 av dem text (Google Maps 2023b). Av de utan text innehåller tre av dem foton/video¹. De övriga 177 består enbart av stjärnbetyg. 15 recensioner har både text och foton. Uttryck, form och vad som beskrivs varierar stort mellan texterna i varje recension, vilka sammanfattas nedan. Observera att citaten innefattar all text i den givna recensionen, när inget annat anges. Relativt många (30 stycken) är **enkelspåriga, värderande och abstrakta beskrivningar**, vilket innebär att de med svag eller ingen konkretion beskriver platser med värdeladdade ord, som är likriktade i sin värdering. Det vill säga, de lyfter inte både positiva och negativa sidor hos platsen, och de motiverar inte värdeomdömet via konkreta egenskaper hos platsen. Exempel på sådana recensioner är “Lovely monument to his hometown” (Google-användare 1 2019),

¹ Den första av dessa tre innehåller ett foto, den andra två foton och ytterligare en innehåller ett foto och en video.

“En mycket inspirerande fotbollsplan” (Google-användare 2 2020/2021²) “Nice place to play...” (Google-användare 3 2019/2020). 13 recensioner drar detta till sin spets genom att bara uttrycka ett eller två adjektiv i stil med “Nice.” (Google-användare 4 2019/2020), “Perfect” (Google-användare 5 2019/2020), “Stort, stort, [sic] kungen !” (Google-användare 6 2022). Av dessa är 11 positiva och 2 uttrycker “Ok” (Google-användare 7 2016/2017) respektive “Okej” (Google-användare 8 2018).

8 av recensionerna är **korta neutrala beskrivningar**, i vilka det inte går att utläsa en värdering i själva texten. De tycks fungera som övergripande och kortfattade definitioner av platsens innebörd, mening eller förklaring: “Zlatans gamla hoods” (Google-användare 9 2019/2020) och “En fotbollsplan som blev känd” (Google-användare 10 2017/2018) utgör exempel.

10 av recensionerna beskriver inte något om platsen utan kommenterar **bara Ibrahimovics person**. “Zlatan for president” (Google-användare 11 2018/2019), “Zlatan is an [sic] perfect example what happens if u believe to [sic] yourself” (Google-användare 12 2018/2019) och “Zlatan” (Google-användare 13 2016/2017; Google-användare 14 2016/2017; Google-användare 15 2018/2019) är exempel.

6 av recensionerna beskriver **mänsklig aktivitet** som de iakttagit på platsen, och skiljer sig från de tidigare nämnda i att de hittar en grund som närmar sig det konkreta t.ex.: “Någon slog mig” (Google-användare 16 2018/2019) och “Bästa matcherna går av här” (Google-användare 17 2017/2018).

11 av recensionerna är i relation till resterande recensioner **nyanserade och resonerande** i bemärkelsen att de värderar platserna, men lyfter både positiva och negativa drag, de ger någon form av bakgrund till sin värdering (otyddig eller ej), och har därigenom ett uttryck som inte bara tycker, utan som verkar vilja guida läsaren. “Som fotbollsfan måste man helt enkelt vara där. Ospektakulärt i ett bostadsområde, men ändå väldigt intressant. Ett måste som fan” (Google-

² Google Maps (2023b) datering av recensioner fungerar som så, att innan de blivit ett år gamla anges åldern i antal hela månader, men därefter hela år, så att en recension som är ett och ett halvt år gammal dateras “för ett år sedan” osv. Det innebär att det under våren 2023 i de flesta fall inte går att veta huruvida en recension från “för ett år sedan” publicerades 2022 eller 2021. Därför är årsangivelserna av de äldre recensionerna oftast “tudelade” på det vis som framgår ovan, inom ramen för studien.

användare 18 2018/2019) (översatt från tyska) är ett exempel. 6 av dem har foton (Google Maps 2023b).

4 av recensionerna uttrycker att platsen **inte är något särskilt**, i stil med “Det är bara en fotbollsplan...” (Google-användare 19 2019/2020) (översatt från danska), “Not much to see” (Google-användare 20 2019/2020) eller “Not a big thing” (Google-användare 21 2023) osv. Dessa skiljer sig från de *enkelspåriga, värderande och abstrakta beskrivningarna* i det att värderingen är konkretiserad, i att de framstår som baserade på platsens materiella karaktär – de står i direkt motsättning mot de abstrakta värden som framhävs i många av recensionerna, i synnerhet de som enbart kommenterar Ibrahimovics person.

2 av recensionerna värderar kvaliteten på **brukbarheten** hos själva fotbollsplanen, genom att t.ex. uttrycka: “Bra utformning av hela planen. Professional [sic] belysning. Mjuk planyta producerat av gamla skosulor (miljötänkande)” (Google-användare 22 2016/2017).

9 av recensionerna är för **svårtolkade** för att kommenteras och kategoriseras. T.ex. de som uppenbart kan tolkas på flera sätt; i en recension där det bara står “Växte upp här” (Google-användare 23 2018/2019) framgår det inte om det syftar på Ibrahimovic (som figurerar på en bild i samma recension) eller på recensenten själv. Andra recensioner är svåra att tyda i största allmänhet, som exempelvis: “Nothing too special. Full of very long ppl” (Google-användare 24 2019/2020), vilken troligtvis syftar på att både Ibrahimovic och recensenten är långa, en tolkning som ändå bedöms vara alltför godtycklig. Flera av recensionerna inom kategorin är översättningar, där meningsuppbyggnaden blivit alltför osammanhängande.

3 av recensionerna är i en mening tydliga, men faller **utanför de övriga kategorierna**, t.ex. “Follow your heart” (Google-användare 25 2021/2022), “Överraskande syn i det mångkulturella kvarteret” (Google-användare 26 2018/2019) (översatt från tyska), eller “Cool place, weird neighborhood” (Google-användare 27 2018), den sistnämnda är i en mening “nyanserad” men saknar konkretion, vilket är ovanligt.

I följande avsnitt behandlas textrecensionernas relation till den faktiska platsen Zlatan Court, via aura-begreppet.

6.3 Aura och Zlatan Court

For those who loves soccer game, this is just Zlatan's neighborhood. For those who think that life is always about how to struggle and conquer your dreams, this place is more than just childhood playground. This place is a legacy--as well as "witness"--on [sic] how success can be shared and become a source of happiness for other [sic].

(Google-användare 28 2018/2019) (betyg: 5 av 5) (kallas nedan för "legacy"-recensionen).

Även om GMA i det benjaminska perspektivet måste ses som ett system för teknologisk reproducerbarhet och därmed också likvidering av aura via sin mängd fotografier på platser, tycks den föregående recensionen (Google-användare 28 2018/2019) åtminstone ge sken av att framhäva aura. GMA är inte bara en "fotobok" utan ett verktyg som är guidande inför faktiska besök av platser, alltså mötet med deras "Här och Nu och unika existens i rummet" (Benjamin 1991b, s. 63); med recensionerna av restauranger i åtanke är detta fullständigt uppenbart. Platsnamnen/platsmarkörerna framhäver engångskaraktären hos platser, accentuerar likriktade varukedjors separata butiker; trots deras likheter går det i GMA att recensera var och en för sig (Google Maps 2023a). Den mekaniska reproduktionen måste ses som något som intensifierats i världen och samhället överlag – sedan Benjamin skrev om auran – i en nutid präglad av ökade möjligheter för spridning av fotografi och film, 3D-skrivare, deep fakes, etc. Att vi idag inte kan veta om det är Barack Obama som pratar i en film på internet, eller bara en artificiell deep fake är utan tvekan ett uttryck för att den mekaniska reproduktionen intensifierats i samtiden, och även om GMA mekaniskt reproducerar platser via foton, tycks de vid en första anblick också ge uttryck för en rörelse i motsatt riktning, i ett underbyggande av auran genom "individualisering" av platser, och accentuering av det unika hos platser. Den föregående citerade "legacy"-recensionen (Google-användare 28 2018/2019) är ett exempel på en sådan rörelse, i hur den lyfter fram Zlatan Courts särskilda mening och kultvärde. Det bör här hävdas att Zlatan Court "från början" och i sig själv har ett kultvärde, i sitt historiska tema, bland annat manifesterat i fotavtrycket. Fotbollsplanen, med sitt "specialsystem" (Olsson 2007) och belysning har ett lågt utställningsvärde, de är inte lika attraktiva att titta på som att faktiskt användas för att spela fotboll, vilket i ett perspektiv är en ritual.

"Legacy"-recensionen (Google-användare 28 2018/2019) tillskriver alltså platsen en mening, förankrad i ett kultvärde, men vad den också gör, är att reproducera denna mening massmedialt. Beskrivningen av auran, genom recensionsformulärets medium kan förstås som en process av utställning och exponering av platsen, som underminerar den faktiska platsens aura. Auran är

socialt konstruerad, men inte bara genom utsagor och idéer om dess existens, som “legacy”-recensionen (Google-användare 28 2018/2019) är ett exempel på, utan genom förankring i materiella och manifesta strukturer, vilket Benjamin inte hävdar explicit men tycks framgå via samtliga av hans exempel. Auran underbyggs t.ex. genom ett föremåls bevisade ålder och därmed historiska vittnesbörd (Benjamin 1991b), fördoldhet, högtidlig arkitektur, regler om tystnad på museum upphållna av vakter med rätt att slänga ut besökare (mitt exempel), och så vidare. Auran skulle således kunna förstås som en situation snarare än en idé. Auran i Zlatan Court måste förstås som bestående av dess belägenhet i området där Ibrahimovic växte upp, det materiella som möjliggör ett eventuellt rituellt fotbollsspelande, och dessa sakförhållanden påverkas inte av recensionerna. Möjligtvis kan GMA potentiellt göra auran tillgänglig för fler, genom att informera om platsen, men i den mån den gör det, ökar den utställningsvärdet på bekostnad av kultvärdet.

Med grund i föregående resonemang blir GMA något som entydigt försvagar auran. Detta faktum gäller trots att GMA:s funktioner alltså upprätthåller en åtskillnad mellan företeelsers “Här och nu, dess unika existens på den plats där den befinner sig” (Benjamin 1991b s. 63) och dess reproducerade återgivning. Auran försvagas, trots att GMA framhäver en engångskaraktär hos platser och aktiverar det faktiska besöket – samt upplevelsen av platsen – som en central kategori (till skillnad från exempelvis fotografiet som i högre grad kan fungera som besökets substitut). Och det gäller även om GMA:s funktioner och manifestationer möjliggör och tenderar att framhäva det auratiska hos en plats. För ingen tendens till att förstärka den faktiska auran kan hittas, det är snarare en idé om auran, eller idén om en auratisk upplevelse som GMA tycks ge näring åt. GMA framstår således i sin totalitet som ett medium för mekanisk reproduktion, en teknologi för massförmedling av avbilder av världen via text, foto, betyg och filmer. GMA destruerar auran hos platser, men särskiljer dem samtidigt, och intensifierar mentala föreställningar om unika platser. En sådan intensifiering skulle inom ramen för digitala platsskapandets begrepp (Główczyński 2022), innebära ett förstärkande av upplevelsen av plats – eftersom begreppet förstår plats som en integration av mentala föreställningarna, praktiker och materialitet. I en sådan bred förståelse av plats, tycks det rimligt att ta Główczyńskis (2022) påstående om GMA:s förstärkning av platsupplevelse som sant – vilket inte står i vägen för att fortsatt hävda att GMA bara har negativ verkan på auran. Idén om att fantasierna är fullständigt integrerade i och konstituerande för vad en plats är i sin helhet, står inte i motsättning till att ändå benämna dem som fantasier,

kontrasterade mot aura och platsens materiella sakförhållanden: vilket “legacy”-recensionens beskrivning av Zlatan Court som “vittne till hur framgång blir en källa till andras lycka” (Google-användare 28 2018/2019) (min översättning) är ett exempel på. Påståendet går inte verifiera eller avfärda i sin godtycklighet, abstraktion och brist på förankring i det materiella, vilket kan kontrasteras mot “en fotbollsplan som blev känd” (Google-användare 10 2017/2018) som inriktar sig mot sakförhållanden. Fantasi blir i detta sammanhang intressant att jämföra med information/desinformations-dikotomin. I den grad formuleringarna blir fantasibaserade på det vis som beskrivits gällande legacy-recensionen (Google-användare 28 2018/2019), i samma grad blir dikotomin oanvändbar. Det digitala platsskapandet som kontrast till auran, och det sätt den ger fantasin en framskjuten position, underminerar verifierbarhet och falsifierbarhet, och rör sig därmed bort från möjligheten att greppa informationen i termer av information som motpol till desinformation.

Tendensen hos den “legacy”-recensionen (Google-användare 28 2018/2019), av digitalt platsskapande baserat på abstraherade fantasier, dras till sin spets i de 11 som bara kommenterar Ibrahimovic som person utan att överhuvudtaget behandla platsen som plats, och som uppställda tillsammans tycks påminna om en religiös kör eller hejarklack i textform:

Zlatan

Top shotta who started in the street

Zlatan Ibrahimović

Scored for six different teams in Champions League

Zlatan Ibrahimović

Self made millionaire in the top elite

(Google-användare 29 2016/2017) (Betyg 5 av 5) (början på längre recension).

Zlatan

(Google-användare 13 2016/2017; Google-användare 14 2016/2017; Google-användare 15 2018/2019) (Betyg 5 av 5 i alla tre recensioner).

Zalatan [sic] is the legend of Sweden .[sic]

(Google-användare 30 2021/2022) (Betyg 5 av 5).

Mot bakgrund av denna hejarklacks-metafor, kan vi återgå till Benjamins bild av filmpubliken som exempel för den mekaniska reproduktionens förmåga att ge massan utrymme att organisera sina reaktioner. Där filmens medium ger utrymme för reaktion av filmen i sig eller kanske de företeelser den behandlar, ger GMA ett utrymme för massans reaktioner på världens helhet sedd genom en geografisk lins, vilket redan behandlats i funktionsanalysen. Följande avsnitt behandlar hur GMA:s tidigare nämnda fantasiföreställningar/digitala platsskapande organiserar kunskap, via erfarenhets- och chockupplevelsebegreppen.

6.4 GMA, erfarenhet och chockupplevelse

Feeling proud. I remember when I was a kid, and Zlatan played at Inter. That was times when I thought life is only football. And also, football from this period was more interesting then [sic] today. Also, proud, because Zlatan has a many [sic] family member [sic] form [sic] Bosnia, and he is also Bosnian.

(Google-användare 31 2019/2020) (Betyg: 5 av 5) (10 foton inom ramen för recensionen).

Zlatan is an [sic] perfect example what happens if u believe to [sic] yourself

(Google-användare 12 2018/2019) (betyg 5 av 5) (1 foto inom ramen för recensionen).

Recensionerna erinrar sig inte separata upplevelser, utan tycks vid en första anblick förmedla något som sjunkit in i berättarens liv som erfarenhet, i den första recensionen samspelar berättarens egna livshistoria med en berättelse om Ibrahimovic. Flera andra recensioner uttrycker explicit hur Ibrahimovic relaterar till deras livserfarenhet och en rimlig tolkning är att många av de som bara kommenterar Ibrahimovics person gör det implicit. Det faktum som säger att Ibrahimovic växt upp vid Zlatan Court, aktiverar platsen som del i en kollektiv berättelse: för det är inte där hans spektakulära kändisskap tog form, där det som i en chockupplevelse går att se honom göra mål, utan om vad som existerade innan dess, vad som kan ses som en början på den historiska berättelse som i slutändan mynnade ut i det som Ibrahimovic berömmelse bygger på. GMA tycks på ett sätt svara mot Benjamins kritik av informationen (1991a) (2002), på vissa punkter, för recensionerna saknar nyhetsinformationens korta aktualitet, verifierbarhet och "brist på inbördes sammanhang" (1991a, s. 116). (platsnamn/platsmarkör utgör ett inbördes sammanhang). Det råder ingen tvekan om att recensioner inom GMA kan ta sin utgångspunkt i erfarenheten hos recensenten, det vill säga, recensenten kan skriva utsagor via mediet som är baserade på det inom recensenten som

Benjamin kallar erfarenhet. Detta faktum utgör en betydelsefull skillnad gentemot nyhetsinformationen, som baserar sig på verifierbar fakta. En *brist* på insjunknenhet i journalistens levda erfarenhet, tycks inom nyhetsinformationen vara ett kvalitetskriterium.

Men recensionerna inom GMA, även de två föregående, är också väsensskilda från Benjamins historieberättande, även om det alltså tycks finnas likheter. Den mest uppenbara är att Benjamins (2002) historieberättande är oralt, historieberättandets praktik är något som sker inför åhörare, recensionerna i GMA skrivs in, riktad mot en splittrad, för författaren okänd publik som inte är närvarande när skrivandet sker – sett till mediets tendenser sker den recenserande handlingen hos en isolerad individ (det finns t.ex. ingen funktion för samförfattande av en och samma recension (Google Maps 2023a)). Recensionen antar en fast form, den färdiga recensionen, medan berättelsen bevaras i åhörarnas minne, förändras, “sjunker in i deras liv”. Den i sammanhanget relevanta skillnaden är just hur det orala historieberättandet är integrerat och kontinuerligt som flöde, genom tid och rum, och mellan människa till människa. Det är just i denna rörlighet och *flöde* som historieberättandets medium förmår innefatta och bygga upp erfarenheten. Benjamin talar i sammanhanget inte om flöden, men i jämförelsen mellan hans teori och GMA är termen meningsfull. GMA som medium öppnar också ett rörligt flöde, föränderligt och intersubjektivt, i synnerhet vad gäller stjärnbetygen (vilket behandlats i funktionsanalysen) och i jämförelse med bokens medium. Men det är i högre grad ett flöde av uppstyckade enheter än historieberättandet är när det kommer till GMA:s texter, varje textrecension är manifesterad i en viss form, medan en enskild instans av muntlig berättelse inte är lika fast, utan kontinuerligt fortsätter vara del i en process.

De enskilda textrecensionerna tycks just på grund av sin lösrykthet, uppstyckning och medvetna (i kontrast mot undermedvetna) karaktär ta chockupplevelsens form, även när de baseras på erfarenhet hos recensenten. Kriteriet hos den orala berättelsens fortlevnad och existens måste på logiska grunder förstås som att den är såpass intressant att flera människor vill lyssna, och komma ihåg dem, förutsättningar som gör den till del av en kollektiv process. GMA:s textfälts kriterium är istället kravet på stjärnbetyg, att en värdering och ett tyckande är anslutet till innehållet, snarare än något som berör kvaliteten på innehållet. Följden blir att mediet fångar upp den enskildes intryck i ett obehandlad och nyblivet stadium – som i det orala historieberättandets medium kunde ha blivit erfarenhet – där de fastnar i chockupplevelsens form. Det måste sägas att de

fastnar, för vilken recension inom Google Maps skulle kunna bli en del av kollektiv berättelse, eller en personlig livserfarenhet till den grad att man skulle kunna kalla dem sådana? För recensent såväl som läsare blir den färdiga recensionen partikulär, en reducerande sammanfattning av intryck, snarare än en del av erfarenhetens komplexa minnesstruktur. Att för det första erinra sig upplevelser, och för det andra att fastställa dem genom det skrivna ordets medium, motverkar möjligheten att lagra dem som erfarenhet, som omedveten intrycksdata.

Nedskrivandet framstår i sammanhanget som erinringen dragen till sin spets, för både erinringen och nedskrivande är efterhandskonstruktion, reduktion och fastställande av intryck – att etablera konturer runt intrycken. Dessa konturer tycks starkare i nedskrivna form, externaliserade och manifesterade, än som tankefigur. GMA organiserar alltså intryck i chockupplevelsens form. Och en fråga som studien inte ämnar besvara men som ändå bör lyftas är huruvida de två föregående recensionerna ens har spår av erfarenhet. Meningen “That was times when life was only football” (Google-användare 31 2019/2020) måste kanske definieras som något hämtat ur personlig erfarenhet, men “Zlatan is an [sic] perfect example what happens if u believe to [sic] yourself” (Google-användare 12 2018/2019) skulle lika gärna kunna tolkas som en återgivning av en chockupplevelse utan spår av erfarenhet. Recensentens iakttagelse om “vad som händer om du tror på dig själv”, skulle kunna vara baserad på en insiktsfull visdom sprungen ur recensentens egna levda erfarenhet, men också en ytlig repetition av en reklamslogan, av det ideologiska innehållet i “Zlatan” som generisk framgångssaga och chockupplevelse, förklädd som erfarenhetsbaserad berättelse.

De erinrade upplevelser som inom ramen för GMA kommer till uttryck i chockupplevelsens form, saknar alltså potentialen att bygga kollektiv erfarenhet. Men vad är då tilldragelsen i denna form? Vad är det GMA har, som inte det orala historieberättandet har? GMA:s tendens att fånga upp intryck i det nyblivna obehandlade stadiet, kan inte bara förstås som en brist, utan som en meningsfull komponent. GMA avspeglar den enskildes chockupplevelse med större direktitet än om den omvandlats till kollektiv berättelse. Det gäller även om chockupplevelsen är förvrängd genom erinring, för förvrängningen är inte synlig i den färdiga recensionen, och kanske heller inte för recensenten. GMA tycks alltså i hög utsträckning sakna förmågan att ge förståelse av världen, men kan effektivt kommunicera en bild av de direkta sinnesintryck/chockupplevelser den genererar, vilket är till fördel för den som snarare än förståelse söker en upplevelse, och på

förhand vill skaffa sig en uppfattning – en *förväntning* – om vad denna upplevelse innebär.

6.5 Förväntningar

För fansen är det en pärla att inte missa, men gå inte dit inte med höga förväntningar. Det är uppenbart att planen används mycket, men grannskapet är inte direkt vackert. Bara ett par souvenirbilder av planen och väggmålningen som souvenir!

(Google-användare 32 2022) (betyg: 3 av 5) (6 foton inom ramen för recensionen) (översatt från italienska (kallas nedan för "förväntningar"-recensionen).

Ovanstående recension tillhör de 11 "nyanserade" recensionerna. I den första meningen synliggörs en central funktion hos Google Maps, nämligen reglering av förväntningar på platser. Här nämns förväntningar uttryckligen, men alla recensioner som kommenterar platser (alltså exklusive det som bara kommenterar Zlatan) tenderar, på logiska grunder, att reglera förväntningar på eventuella framtida besök, vilket kan ses som en typ av upplevelsekonstruktion. Den reglering av förväntningar, som via GMA sker hos läsare och recensenter, måste ses som en viktig komponent i *all* upplevelsekonstruktion: det är svårt att tänka sig en situation där förväntningen inte utgör incitament till att investera tid eller pengar i en upplevelse. GMA kan förstås som ett svar mot den tidigare nämnda svårigheten i att på förhand informeras om "experience goods", som genom sitt reglerande av förväntningar, ger ett substitut för smakprovet som Lee & Choeh (2016) lyfter. Ett substitut som tycks anta samma roll som textbaserade smakbeskrivningar av alkoholhaltiga drycker – vilken är varutypen som Lee & Choeh (2016) använder som exempel för "experience goods" – fast mot platser. Att reglera förväntningar, att på förhand söka informeras om ett kommande nu måste förstås som ett sätt att kontrollera framtiden, eller närmare bestämt intellektets försök att styra en intuitiv kontakt med nuflödet *som sådant*. Med andra ord, det är inte bara en fråga om ett intellekt som vägleder och understödjer handling i nuet, utan ett intellekt som har som mål att påverka upplevelsens nu så att det antar en viss karaktär.

Att med intellektet som verktyg närma sig nuflödet är vad Henri Bergsons person ägnade sig åt, när han via det skrivna ordet och intellektuella argumentet uppmanade till engagemang med sitt "nuflöde", som han samtidigt menade inte gick att beskriva med enbart ord och bilder (Bergson 1992). Resultatet blev paradoxalt nog en stor mängd intellektualism och skriven text, och det kan kanske

hävdas att det var den, och inte intuitionen, som gav honom ett Nobelpris och mat på bordet. En liknande paradoxal tendens kan hittas hos den hypotetiska läsare, som via recensionerna skapar sig höga förväntningar på en upplevelse nu, och ser fram emot den, så den får ett mentalt, intellektuellt liv innan den sker, utanför sig själv. Det potentiella upplevelse-nu, som är tänkt att uppstå i framtiden, är producent av intellektets fantasiföreställningar, vilka leder bort från närvaro i nuflödet, i den mån de tar utrymme. Kanske är fantasiföreställningarna själva poängen, att fly från det närvarande nuet in i intellektet, som i sin tur pekar på en potentiell framtida upplevelse, som när en uttråkad kontorsarbetare drömmer om sin kommande semesterresa. Samtidigt är den centrala byggstenen hela tiden upplevelsens faktiska nu: om det inte gick att realisera i någon mån skulle inte upplevelsekonstruktion kunna ske överhuvudtaget, människor skulle t.ex. helt enkelt inte vilja köpa upplevelser, om förväntningar inte i någon mån kan korrespondera med realiserade upplevelser. Intellektets förväntningar tycks laddas med och vara grundade i idén om den intuitiva kontakten med nuflödet, kanske inte bara idén av den, utan om faktisk erinring av tidigare kontakt med nuflödet. För att sammanfatta: i upplevelsekonstruktionen är det inte bara intellektet som producerar upplevelsens nu, utan tvärtom också upplevelsens framtida nu som producerar intellektuella objekt, t.ex. förväntningar, men också i bredare termer mentala bilder, tankar och drivkrafter. Dessa intellektuella objekt kommer till uttryck i de recensioner som ger uttryck för vad som i en egen tolkning av Bergsons teorier skulle kunna benämnas som "nuflödesintellekt": ett begrepp som förklaras i följande avsnitt.

6.6 Nuflödesintellekt

Nuflödesintellektet fungerar alltså genom bilder och begrepp, och kan i enlighet med Bergson inte kan innefatta eller beskriva nuflödet på ett adekvat sätt, men riktar sin uppmärksamhet och intention mot nuflödet, är beroende av det, och hittar sin mening i det, vare sig vi talar om ett faktiskt nuflöde eller idén om det. Bergsons filosofi kan i stor utsträckning ses som ett nuflödesintellekt, och även "förväntningar"-recensionen (Google-användare 32 2022). Nuflödesintellekt är inte all skriven text med anknytning till ett nu, då skulle det innefatta all skriven text. En nuflödesintellektuell bok måste antingen vara skriven utifrån det föreställningssätt som Bergson beskriver (det som inte tänker rumsligt), eller söka rikta läsaren mot läsarens egna engagemang med nuflödet. För att en självbiografi ska ge uttryck för nuflödesintellekt räcker det inte med att den beskriver en livsberättelse i ett övergripande makroperspektiv, den måste zooma in på sammanhängande flöden, göra täta beskrivningar av särskilda händelser, inte i

nyhetsrapportens ambition om saklighet utan beskrivningar av egna upplevelser, det “intuitiva engagemanget”. Nuflödesintellekt är helt enkelt det intellekt som tydligt närmar sig och lyfter fram det Bergson kallar nuflödet. Begreppet är svårt att avgränsa i relation till oral kommunikation, men i den skriftliga kommunikationen framstår den som en meningsfull kategori. Med utgångspunkt i McLuhans teori (1964) har det skrivna ordet i grundläggande mening något som skapar distans till det direkt upplevda, en teknologi som möjliggör ett handlande utan reaktion och engagemang. Det skrivna ordets abstrakta symbolsystem tycks i sig själv innebära ett avstånd från det den ska representera, vilket inte i samma utsträckning är sant vad gäller “det talade ordet” (som beskrivet i föregående teoriavsnitt). Nuflödesintellektet är i det skrivna ordets kontext det som från sin abstraherade och stelt begreppsliggörande startpunkt söker sig mot det intuitiva engagemanget, och är relevant att tala om i relation till GMA, vilket följande analys tycks visa.

De nyanserade recensionerna är nuflödesintellektuella i sin “upplevelseguidande” karaktär, i sin läsartillvända och till synes medvetna reglering av förväntningar, men också de recensioner som i studien beskrivs som enkelspåriga, värderande och abstrakta beskrivningar. De beskrivande orden i dessa recensioner, såsom “Nice.” (Google-användare 4 2019/2020), “Perfect” (Google-användare 5 2019/2020), är begrepp enligt Bergsons definition (1992), men i sin vaghet ringar de inte in/greppar och fastläser nuflödet på samma vis som exempelvis de nyanserade, i sitt svaga begreppsliggörande underminerar de istället intellektets analyser. Så ser vi två typer av nuflödesintellekt som båda med begrepp närmar sig nuflödet: det ena intensifierar sitt intellekt för framställa, definiera och fastläsa en viss intuitiv kontakt med nuflödet (vilket de nyanserade recensionerna och även Bergson gjorde), medan det andra håller tillbaka intellektet i sin begreppsframställning som i en begreppslig avspegling – snarare än förklaring – av spontan intuition (“Nice.” (Google-användare 4 2019/2020)). Båda dessa två typer objektifierar nuflödet, genom att framställa en viss kontakt med det, som generaliserbart. Den erinrade upplevelsen blir generaliserad när den fungerar som beskrivning av något som i grunden är en generalisering, nämligen platsnamnet.

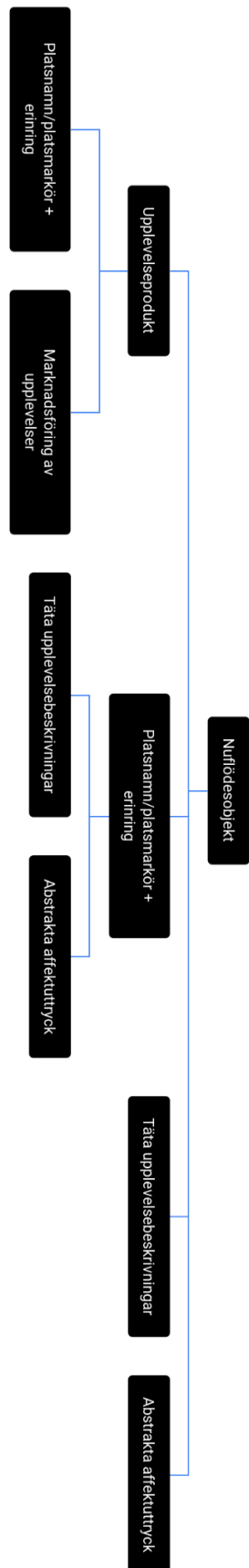
6.6.7 Nuflöde och platsnamn

Det som kallas Zlatan Court är något som – trots vissa bestående materiella drag – i likhet med Bergsons beskrivning av nuflödet förändras beroende på vad som händer där. Platsen antar aldrig exakt samma form vid två olika ögonblick, men genom tid och rum är platsnamnet ändå en och samma enhet, kanske inte i all

evighet, men över ett betydligt längre tidsspänn än den enskilda upplevelsen. Platsnamnet är den gemensamma nämnare som knyter samman en persons erinrade upplevelse med läsarens tanke om en framtida upplevelse, till en enhet och därmed ett objekt, en definierad företeelse där vissa egenskaper i någon mening är "objektivt" bestämda, oberoende av vem betraktaren är. För att konkretisera kan vi studera recensionerna som beskriver mänsklig aktivitet, t.ex. "Någon slog mig" (Google-användare 16 2018/2019). Själva utgångspunkten för recensionen är att i kommenterandet av ett rum helt utelämna en beskrivning av rummet som sådant, för att istället beskriva ett skeende, i likhet med det ena av Bergsons föreställningssätt som beskrivs i teoriavsnittet. Men detta skeende, denna enskilda händelse, tar inom GMA formen av beskrivning av en plats i största allmänhet, blir det i sitt sammanhang generaliserat och antar ändå formen av rumsligt tänkande, att rummet får stå som symbol för tiden (Bergson 2022). Uttrycket verkar, i sin kontext som platsrecension säga: "våld förekommer på platsen" och blir därigenom en egenskap och inte längre en enskild händelse. I teoretiska termer ser vi alltså hur ett nuflödesintellektuellt uttryck ("Någon slog mig" (Google-användare 16 2018/2019)) genom platsnamnets generalisering, blir komponent i ett nuflödesintellektuellt objekt, eller helt enkelt nuflödesobjekt; Zlatan Court som en enhetligt och socialt förankrad upplevelsepotential, en ansamlad upplevelseförväntning i rörelse.

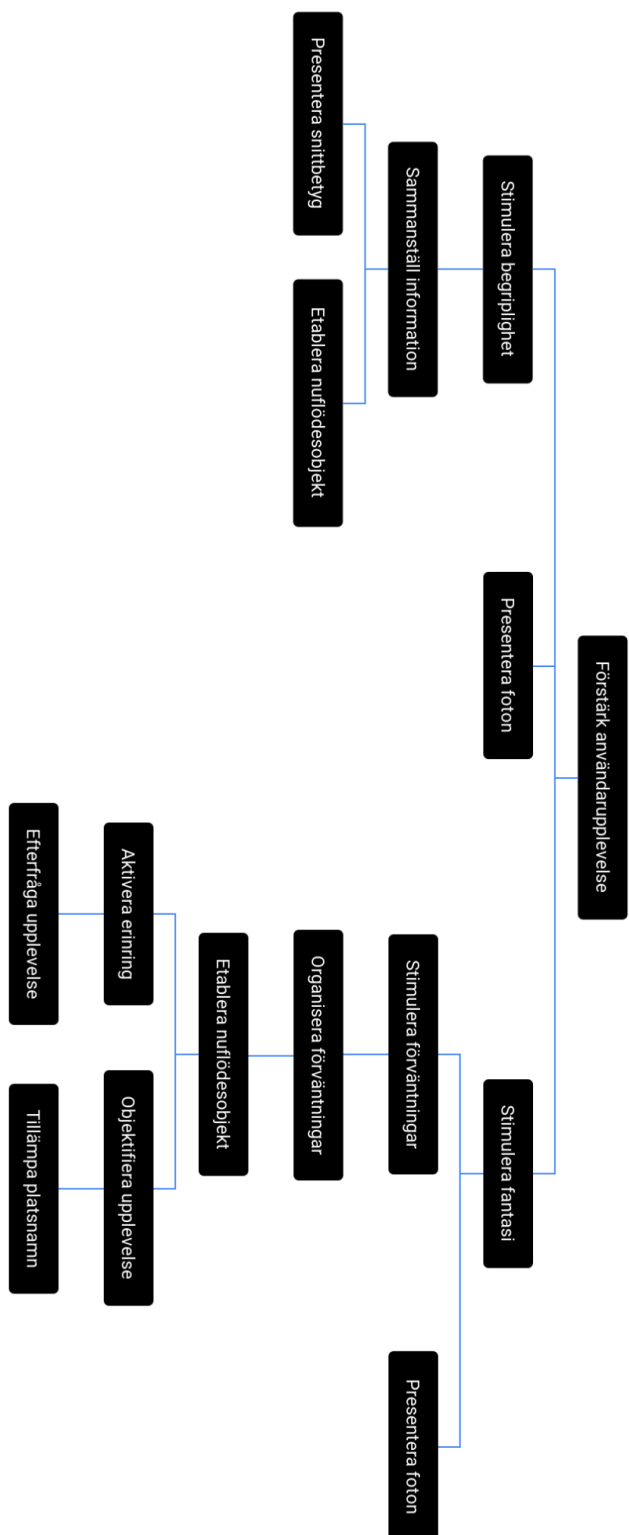
Trots recensionens ("Någon slog mig" (Google-användare 16 2018/2019)) nuflödesobjektifiering, är den inte upplevelsekonstruerande, eftersom den har en negativ laddning. Den är inte produktiv i en upplevelsekonstruktion, utan destruktiv. Ett nuflödesobjekt kan potentiellt ha en uteslutande negativ betydelse, om den t.ex. tar formen av en föreställning om att en plats bara ger obehagliga upplevelser, men upplevelsekonstruktion handlar om att skapa eftersökta upplevelser. Uppleveleprodukten är utöver den definition som uttryckts i teoriavsnittet också den typ av upplevelse-intellektuellt objekt som på något vis är eftersökt. För att överblicka den begreppsliga strukturen i och omkring "nuflödesobjekt" presenteras nedan ett organisationsdiagram. som bland annat visar hur "abstrakta affektuttryck" måste förstås som nuflödesobjekt i sig själva, men också komponenter i större sådana.

Diagram 5. Taxonomi nuflödesobjekt (Thörn 2023).



Alla recensionerna av Zlatan Court är dock inte nuflödesintellektuella. Låt oss betrakta följande utsaga: “Mycket bra samlingsplats för fotbollsintresserade [sic] ungdomar. Bra anläggning” (Google-användare 33 2021/2022). Recensionen kan visserligen användas av läsaren, för att styra dennes framtida upplevelse, t.ex. genom att en fotbollsintresserad ungdom litar på recensenten och går till platsen för att spela. Men i sig själv är den inte nuflödesintellekt, eftersom den inte har idén om en kontakt med nuflödet som grund, och lägger inget fokus på vad besökaren skulle kunna uppleva och känna vid ett besök, eller besök överhuvudtaget, vilket skiljer den från de nyanserade recensionerna samt de som beskriver mänsklig aktivitet. Huruvida platsen funktionellt är en bra samlingsplats för ungdomar, eller om anläggningen är bra eller inte, hänger inte i direkt mening på deras intuitiva kontakt med platsen nuflöde, varken hos recensent eller ungdomar. Distinktionen är viktig att göra då den för det första avgränsar och definierar nuflödesintellekt med förankring i empirin, samt de recensioner som har ett tilltal som är i linje med de upplevelseekonomiska idéerna, som ägnar sig åt upplevelsekonstruktion. Övriga typer av recensioner kan i relation till nuflödesintellekt kategoriseras enligt följande. “Inget särskilt”-recensionerna är nuflödesintellektuella men likt “Någon slog mig” (Google-användare 16 2018/2019) upplevelsedestruerande. De korta neutrala beskrivningar är bara intellektuella och utelämnar intuitiv kontakt med nuflödet. Centralt i det intuitiva engagemanget med nuflödet enligt Bergson är sympati, vilket tydligt framträder bland recensionerna som uteslutande fokuserar på Ibrahimovics person. De engagerar sig och lever sig in i fenomenet Zlatan och ger genom recensionerna uttryck för en sådan inlevelse, och bör således kunna beskrivas som nuflödesintellektuella.

Diagram 6. Funktionsanalys av nuflödesobjekt inom ramen för GMA (Thörn 2023).



6.7 Souvenirer och varor

I "förväntningar"-recensionen, beskrivs också souvenirer, vilket anknyter till erinringen av upplevelser: "Bara ett par souvenirbilder av planen och väggmålningen som souvenir!" (Google-användare 32 2022). En Wikipedia-definition av souvenir är: "ett föremål som används som minne från en plats man har besökt" (2021). Försäljning av souvenirer innebär således en uppenbar typ av varufiering av upplevelser: man köper en vara för att befästa, materialisera och externalisera den erinrade upplevelsen, som på ett övertydligt sätt blir kommersiell och materiell vara. Fotografiet kan som recensenten kanske antyder, förstås som en form av souvenir. Fotografering kan ses som ett uttryck för en empiristisk idé om sinnet som en mental minnesbank som fylls av världens intryck (snarare än att aktivt skapa dem), genom bland annat bilder (både mentala och materiella) (Weston 1988). Bilderna blir i sin tur objekt i egen rätt, som samlas och ägs. Utöver fotot, kan frågan ställas huruvida inte också recensionerna, i sig, är souvenirer för sina författare. Recensioner innebär likt foton och köpta föremål en objektifiering och externalisering av den erinrade upplevelsen; en produkt som representerar den. Foton och köpta föremål saknar dock något som recensionerna har, nämligen utvärdering, i "förväntningar-recensionen" (Google-användare 32 2022) ifråga kommer den till uttryck i själva texten, men på grund av kravet på stjärnbetyg kan det sägas att det gäller alla recensioner inom GMA. GMA aktiverar alltså alltid ett värderande tänkande hos recensenter gentemot den egna erinrade upplevelsen, som inte varit självklart annars. Dessutom blir upplevelser enhetliga, i form av färdiga recensioner, likt souvenirföremål.

De färdiga recensionerna, förstådda som souvenirer med explicita bytesvärden, på ovan nämnda vis, synliggör också ytterligare likheter mellan recensioner och varor. För recensenterna blir den egna erinrade upplevelsen genom recensionen en vara som en gång konsumerats och som finns kvar ackumulerad, likt en köpt souvenir, fast med ett mer explicit och specificerat värde. Även den tidigare nämnda upplevelseprodukten framstår som vara, med skillnaden att den existerar på ett interpersonellt plan, konsumerad för vissa och redo att konsumeras för andra, också komponerad av erinrade upplevelser. I ett sådant sammanhang framstår upplevelseprodukten som en viss massproducerad modell av en stol, inte exemplaren som produceras, utan modellen i sig, eftersom den är enhetlig men för vissa redan konsumerad och ackumulerad, och för andra samtidigt existerar som en potentiell konsumtionsmöjlighet. I Igor Kopytoffs (1986) beskrivning av varufiering som process, blir något en vara genom att det tas från sin ursprungliga, unika, situerade kontext, för att i en rörelse mot utbytet bli del av "ett enda

universum av jämförbara värden” (s. 69), tinget börjar genom värderingen och utbytet jämförs med andra ting. Av detta följer att tinget generaliseras som del av en massa där dess unika karaktär i någon mån hamnar i bakgrunden, det framstår som ett exemplar, ett smakprov av en given kategori. När tinget väl är inhandlat och på så vis lämnar utbytets situation, kan den återigen anta en partikulär karaktär. Upplevelser tycks via GMA genomgå en liknande process, från att vara enskilda individers erinringar, till att komponera en enhetlig upplevelsemodell sammanfattad i platsnamn/platsmarkör, där de som enskilda recensioner blir underordnade exemplar i en större modell, som leder fram till nya partikulära upplevelser.

Problemet med föregående beskrivning, av enskilda recensioner som varor för deras recensenter – och upplevelseproduktens komposition som interpersonell vara – är såklart att ingetdera köps för pengar i varje instans, och inte i fallet Zlatan Court, som är gratis att besöka. Men besökaren måste även när det inte finns en kostnad direkt knuten till upplevelsen, investera sin tid för att göra ett besök, och kanske betala resekostnader. Invändningen kan också göras, att det inte finns någon försäljare. Men i den mån Zlatan Court attraherar fans till Malmö, kommer affärsidkare att tjäna pengar på det, vilket Malmö Stad troligtvis hade i åtanke när de valde att bekosta det kontinuerliga underhållet – det finns alltså ändå både konsumenter och kommersiella aktörer med i bilden. GMA “förpackar” på nämnda vis upplevelsen, så att den framstår som vara, och delar dess grundläggande karaktärsdrag. Den materiella varan och den varufierade upplevelsens centrala gemensamma komponent är dess bas i en modell, en socialt konstruerad och immateriell företeelse, som tar sig olika uttryck i varje instans, i varje “exemplar”.

7. Sammanfattande diskussion

Forskningsfrågorna har redan besvarats, men sammanfattas nedan. Frågorna skrivs först ut på nytt:

1. Hur kan relationen mellan kunskap och upplevelser förstås, i förhållande till Google Maps användarrecensioner?
2. Inbegriper relationen varufiering, och i så fall hur?

För att sammanfatta alla dessa tendenser, för att övergripande illustrera dessa relationer på ett vis som inte varit möjligt genom ännu ett organisationsdiagram, kommer det att presenteras i en mer kortfattad version av det historiska perspektiv som framgår i teoriavsnittet. Men som är fallet med organisationsdiagrammen, ska det historiska perspektivet förstås som ett verktyg för just illustration av de resultat som funktionsanalysen och textanalysen leder fram till: som alla svepande och kortfattade historieskrivningar är det förenklande och reducerande, men överblickar de teoretiska utgångspunkterna och sätter studiens resultat i en koncis kontext.

7.1 Sinnesdatans resa – studien som svepande historik

Människan tillvaro innan språket liknade djurets, det var först med språkets och intellektets inträde i tillvaron som det gick att distansera sig från ett kollektivt undermedvetande och genom abstraktion flytta fokus från ett ständigt intuitivt engagemang med nuflödet (Bergson 1913). Sinnesdata stelnade i och organiserades runt begrepp. Med språket kom förstås också det orala historieberättandet “den äldsta formen meddelelse” (Benjamin 2002). Dess berättelser innebar i någon mån en abstraktion av det direkta nuflödet som djuret är ständigt uppkopplad mot, sinnesdata blev del av en social organisation i formen av berättelser, och det kollektivt undermedvetna fick en uttrycksform i det kollektivt medvetna. Flödet var aldrig helt fritt, men heller aldrig helt fast, berättelserna förändrades ständigt, och de hade ingen bestämd plats, utan existerade i olika versioner hos ett större kollektiv. Ingen ägde berättelsen på det

stadgade vis som upphovsrätten eller boken/författarskapet möjliggör, och även om historien byggde på begrepp kunde nya begrepp gestalta berättelsen varje gång den berättades. Det orala historieberättandets struktur lagrade och organiserade kunskap, men inte som fakta utan erfarenhet och visdom, det ställde snarare frågor än att ge svar. Det skrivna ordets teknologi möjliggjorde en skarpare fastlåsning av den sinnesdata som tidigare befunnit sig i flytande form. Boken blev den hittills kraftigaste "stoppunkten" (Weinberger 2012) och ett sätt för berättaren att berätta om livet utifrån en position utanför livet, i sin separerade, individuella enskildhet (Benjamin 2002) där örats känslighet och kanal mot kollektiv handling och direktförmedlad delaktighet var instängt i skrivkammarens tysta rum (McLuhan 1964). Kunskapen blev i det skrivna ordet hierarkiskt organiserad och etablissemangets verktyg. Med internets möjligheter började sinnesdatan flöda igen, fri från de reglerande strukturer som fanns hos både det orala historieberättandet och det på papperet skrivna ordet (Weinberger 2012). Om det orala historieberättandet innebär ett reglerat flöde, utan stoppunkter, är internetkommunikationen ett oreglerat flöde av partikulära lösryckta stoppunkter (statiska recensioner, fotografier, nedskrivna uttryck, begrepp, varor och chockupplevelser). Det orala historieberättandet var massans (i kontrast mot elitens) strukturerade kunskap, internet är massans ostrukturerade kunskap, initierad och kommersiellt utnyttjad av en elit (t.ex. Google, vilket analysen visat).

7.1.1 Den första rörelsen (svarar mot båda forskningsfrågorna)

GMA ger i relation till denna historiska bild uttryck för två rörelser. Det första är hur de etablerar ett system som mekaniskt rekonstruerar det ursprungliga "kollektiva undermedvetna", som i GMA:s fall är människans kollektiva *omedvetna*, nämligen ÖSV eller "review valence" (enligt Jia & Lius begrepp 2018) uttryckt i siffrans form, i genomsnittsbetyget. Den stumma, begrepslösa, vägledande masskommunikation och som är i ständig förändring. Om siffrans medium är förlängningen av känseln, skulle genomsnittsbetygets, enligt en liknande logik beskrivas som en förlängning av luktsinnet, i alla fall luktsinnet hos hunden, som nämndes i inledningen. Luktsinnet vägleder hundens rörelser i rummet, som GMA människans, och varje luktintryck tycks hamna på en skala mellan väldoft och odör, likt genomsnittsbetygets 1-5 skala, (vilket kan kontrasteras mot hörseln och synen, i svenskan finns inga motsvarande ord för positiv kontra negativ åsyn/ljud). En annan likhet mellan sinnesdatans organisering, i det förspråkliga, och i genomsnittsbetyget, är dess beroende av det intuitiva engagemanget med nuflödet, genomsnittsbetyget är uppkopplat mot ett fritt nuflöde och kommunicerar bortom begreppen. Samtidigt måste

genomsnittsbetyget ses som en svagare form av stoppunkt, som snarare än att fastlåsa, får flödet att cirkulera runt/genom sig själv. Genomsnittsbetygets medium är en stoppunkt som Google konstruerat och som frammanar bytesvärde, genom att knyta samman den stumma sinnesdatan, ÖSV, till ett värde, som givetvis står i direkt relation till ekonomiska värden. Mer kortfattat: betygssystemen organiserar stum flödande sinnesdata, genom ett teknologiskt system som framstår som ett efterhärmande av kollektiv undermedveten kommunikation och etablerar stoppunkter, för att generera ett bytesvärde, och därmed en dragningskraft. Sinnesdatan blir ekonomiskt stoff i det Goodchild (2007) kallar ett "sensoriskt nätverk".

7.1.2 Den andra rörelsen (svarar mot båda forskningsfrågorna)

Kunskapen, som tidigare konstituerades av sinnesdata i stelnad form, via kunskapsauktoriteternas och böckernas stoppunkter, för att sedan släppas lös som flöde via internet, stelnar delvis igen, via GMA:s stoppunkter, vilka kan förstås som "strukturerad UGC" enligt det begrepp som framhålls av Zhang, Yu, Li & Lins (2016) samt Santos (2021) – så att de tar formen av varor och chockupplevelser. Den enskilda recensionen tar chockupplevelsens form, där den är blockerad från erfarenhet likt ett trauma, men gestaltar mer tydligt och effektivt än erfarenheten en bild av ett direkt sinnesintryck. Vad gäller varans stoppunkt, så ackumulerar den flödade sinnesdata, som tidigare organiserades som kunskap i fast form. GMA gör det på de vis jag beskrivit, och som här presenteras i punktform:

- Att genom digitalt platsskapande, på bekostnad av auran ersätta platsers materiellt förankrade mening med en fantasibaserad, där de i sin abstrakta form kan fogas in i en konsumistisk och kapitalistisk logik, via bland annat stjärnbetyget.
- Uppdelningen av världen i subjekt och objekt, med stöd från upplevelsebegreppet, där en struktur av separation mellan människan och omvärlden förstärks, och världen delas upp i objektifierade enheter med kvantitativa värden, samt subjekt som konsumerar objekten. En uppdelning där objektens betydelse och värde expanderar i den mån den går från att vara bara ett ting till att också innefatta subjektets upplevelse av detta "ting".
- Konstruktionen av nuflödesobjekt, som går till genom:

- Objektiviserandet av erinrade upplevelser, via platsnamnet/platsmarkörens generalisering av skeenden, där händelser blir egenskaper hos nuflödesobjekten.
- Att förstärka möjligheten till konsumtion av platsen bortom dess här och nu, geografiskt och tidsmässigt, på bekostnad av auran, medan meningen hos GMA:s varufierade representation, efterhandskonstruktion och förväntningsstimulans förstärks.

7.2 Potentiella bidrag till forskningsfälten

7.2.1 Varufieringen av upplevelser

Studien kan, något reducerande, ses som en fallstudie över den generella tendens som lyfts fram av den autonomistiska teorin (se Murtola 2011), där kapitalismen inte längre begränsar sig till arbetets sfär utan äter sig in i det sociala livet som helhet. Studien har visat hur varufiering av upplevelser sker bortom den mer uppenbara upplevelseför säljning som Murtola (2011, 2014) studerar – hur upplevelsen varufieras även hos dem som inte har ett direkt ekonomiskt intresse av att göra så, i studiens kontext recensenterna, “massan” i Benjamins terminologi. Vad gäller GMA finns det dock ändå självfallet ett kapitalistiskt organ med i bilden, företaget Google, som tar ut vad Murtola (2011) hade kallat “monopolhyra över det allmänna” – det allmänna är i sammanhanget människors upplevelser. Google gör det genom att äga det forum i vilket utbytet av de varufierade upplevelserna sker, och som studien har visat, genom att strukturera “massans” input runt stoppunkter som gör dem till varor uppbyggda av chockupplevelser osv.

En utgångspunkt i studien var att studera varufiering av upplevelser utanför direkt upplevelseför säljning, och i en jämförelse mellan en sådan försäljnings varufiering, och den som sker inom GMA, karaktäriseras GMA av upplösningen av de gränser som det första etablerar. Tar vi nöjesfältet som ett exempel för direkt upplevelseför säljning, innebär det att en kapitalist för pengar säljer upplevelser till en kund, som kapitalisten huvudsakligen tillhandahåller och säljer, inom ett avgränsat område, med hjälp av anställda arbetare. Även om kapitalistens kategori framträder lika tydligt i föregående exempel som i GMA, ser vi hur gränserna runt de andra kategorierna blir otydligare om det appliceras på detsamma. Vem är kund, arbetare och producent? När sker konsumtion, arbete och produktion? Var och när börjar och slutar “industrin” och “ekonomin” i upplevelseindustrin och upplevelseekonomin i fallet Google Maps? “Nöjesfältet”

blir GMA hela världen, eller alternativt den enorma mängd punkter som platsmarkörerna pekar ut. Även om det kan hävdas att nöjesfältet innebär en viss mental inställning som besökaren kanske tar med sig utanför dess gränser så är det till skillnad från GMA inte i själva sin essens något som styr individens blick utåt mot omvärlden för att se den i ett särskilt ljus, på ett särskilt sätt, och samtidigt avbilda den. Om nöjesfältet lockar in, sträcker sig GMA ut, psykiskt, socialt och geografiskt, och den gör det delvis genom att rikta sitt fokus mot upplevelsen, som innefattar alla dess sfärer, men bortser från aura och erfarenhet. GMA skulle kunna förstås som ett *inverterat nöjesfält*, eftersom de sträcker sig ut, snarare än att suga in, i sin upplevelseekonomiska verksamhet. Murtolas studie (2014) visar exempel på upplevelseprodukter som söker vara autentiska och substantiella, och studien har visat att GMA innebär en liknande tendens – GMA applicerar en upplevelseekonomisk logik på platser som inte har nöjesfältets “inautentiska” karaktär.

Ytterligare en gräns som suddas ut via GMA, är den mellan varan och icke-varan, GMA:s varufiering av upplevelser tycks ske genom att innesluta allting inom ramen för varan. GMA:s varufiering av upplevelser blir ett led i att göra hela världen till en vara: tid, rum, psyke, platser, bilder, text osv, på det sätt som beskrivits i punktform ovan.

7.2.2 De geografiska begreppen

Neogeografi i GMA:s kontext, innebär enligt studien inte en djup karta, GMA är en “ytlig” karta i sitt fokus på chockupplevelsen och bortseende från erfarenheten. GMA är också en form av digitalt platsskapande enligt studiens resultat, vilket till forskningsfältet adderar ett nytt perspektiv i form av en jämförelse med begreppet aura, där det digitala platsskapandet står i motsättning till auran. Det digitala platsskapandet innebär reproduktion av platser, och därmed intensifiering av utställningsvärdet, och därmed minskning av kultvärdet och auran. Studien har dock visat att GMA lyfter fram det specifika och unika hos varje plats, vilket kan jämföras med Głównyńskis studie (2022) som menar att det inom ramen för GMA finns en tendens mot både likriktade beskrivningar av olika platser, och framhävande av det unika hos platser. Vidare har studien utvecklat Goodchilds (2007) idé om neogeografins/VGI:n som sensoriskt nätverk, och visat hur GMA som VGI och sensoriskt nätverk varufierar den sinnesdata som den kanaliserar som flöde. Det sensoriska nätverket står i kontrast mot den traditionella kunskapens karaktär av system av stoppunkter (Weinberger 2012), då den inte tar form av fakta, utan istället imiterar förspråklig, kollektiv, intuitiv, omedveten

förmedling av världen – även om detta nätverk också har svagare stoppunkter i form av varor, färdiga recensioner, nuflödesobjekt, chockupplevelser och så vidare.

7.2.3 Nuflödesobjektets begrepp

Nuflödesobjektets begrepp bör kunna ha användningsområden i annan forskning som riktar sig mot vad som brett skulle kunna benämnas som kapitalismens kollektiva fantasier, exempelvis de som kommer till uttryck inom sociala medier samt marknadsföring och reklam. Att etablera förväntningar på ett framtida möte med det som marknadsförs tycks centralt inom reklamen. Den marxistiska teorin om varufetischism går i korthet ut på att det som härrör ur relationer mellan människor (produktionen, marknaden, värdeförhållanden) i varans form framstår som objektiva egenskaper hos ting (Marx 2018). Där varufetischismens begrepp pekar på relationen mellan sociala förhållanden och fantasier om objektiva egenskaper hos ting, belyser nuflödesobjektet i ett sådant sammanhang varuformens och varufetischismens relation till tid. Vad gäller sociala medier blir nuflödesobjektets begrepp främst relevant i relation till dess bilder och funktioner för delning av bilder. En bild, i egenskap av nuflödesobjekt, är bara en efterhandskonstruktion av nuflödet, men som (ofta) har sin grundläggande mening i det "nu" som var när det togs, och möjligtvis förväntningar på ett framtida nu.

7.2.4 Desinformation och information overload

Desinformation och "information overload" är problem som uppstår i samband med de obegränsade informationsflödena på internet (Bawden 2022). Studiens resultat visar att GMA med sitt grepp om upplevelsen kan sägas svara mot dessa problem. Via genomsnittsbetyg sker en extrem komprimering av i vissa fall enorma mängder av information, som ger möjlighet till snabba beslut (rätta eller ej), men där nyanser och komplexitet går förlorade. Det orala historieberättandet (Benjamin 2002) är återigen en intressant jämförelsepunkt: att det ibland ställde frågor utan att ge svar tyder på en acceptans av en brist på vetande, ett tillåtande av en mystik, i någon mån en kunskapsmässig maktlöshet. Oralt historieberättande och "information overload" innebär alltså både en ovetskap, men där det första innebär en anpassning till och ett erkännande av icke-vetande, innebär information overload en mängd motstridiga och påstått sanna uppgifter (ett sifferbetyg kan t.ex. inte uttrycka ovisshet, det uttrycker något, hävdar något). I ljuset av studiens teoretisering framstår "information overload" som den krock mellan det skrivna ordets auktoritära organisering av kunskap, där information värderas och sorteras enligt sanning och osanning (t.ex.

information/desinformation) och stora mängder information. Det vill säga, stora mängder information blir på sätt och vis ett problem först när vi ska söka dess sanning eller användbarhet (vilket kan vara livsviktigt vad gäller exempelvis medicinsk information) istället för att betrakta den som ”nyansrikedom” eller dylikt. Den ”lösning” som GMA och dess begrepp om upplevelsen ger till ”information overload” är att i det stora hela bortse från tendensen att sortera sanning från osanning, för att istället presentera all information sammanfattad. För att delvis upprepa vad som redan sagts men i en annan kontext: genomsnittsbetyget bortser från det skrivna ordets sanning/osanning, samt det orala historieberättandets nyanserade mystik, för att teknologiskt efterhärma djurisk intuition. Fokuset på upplevelsen möjliggör steget bort från sanning/osanning eftersom en upplevelse varken är sann eller falsk, eller alternativt aldrig faktamässig, i en traditionellt vetenskaplig bemärkelse, men alltid sann.

I relation till information/desinformation visar också studien hur fantasi blir ett meningsfullt begrepp, i relation till textanalysens diskussion om aura och digitalt plattskapande. Produktinformationen till ”search goods” (Jia & Liu 2018) kan enkelt placeras in i informationen/desinformationens begrepp, men det försök att ge information om ”experience goods” eller att vara substitut för ett smakprov, skulle kunna beskrivas som en rörelse mot att flytta in informationen i fantasins sfär, snarare än att hålla information och fantasi separerade. Varför bry sig om faktauppgifter angående Zlatan Court inför eller under ett besök, när det går att istället uppfyllas av fantasier om platsen, inför eller under ett besök, och tänka att det som annars hade framstått som oansenligt istället är ”ett vittne till hur framgång blir en källa till andras lycka” (Google-användare 28 2018/2019). Varför söka en korrekt bild av en faktisk omständighet, om fantasin ger större glädje? Kanske kan desinformation, även i andra kontexter, förstås som ett försök att lämna sanningen och osanningens projekt, snarare än att vara en motsats till eller misslyckat försök till sanning.

7.2.5 Biblioteken

Som tidigare nämnt har GMA använts och förespråkats som utvärderingsverktyg, inom tidigare biblioteks- och informationsvetenskaplig forskning (Borrego & Comalat Navarra 2021; Khan, Mir & Loan 2022; Khan & Loan 2022). Utifrån studiens resultat, som inte empiriskt bygger på recensioner av bibliotek, men som enligt följande resonemang kan appliceras på biblioteken, bör denna idé om utvärdering problematiseras, t.ex i relation till GMA:s separation av subjekt och

objekt. När en användare ska recensera ett bibliotek kommer GMA:s funktioner att placera denne i en roll som tyckare, med ett perspektiv i vilket biblioteket blir ett externt objekt att bedöma. Användningen av GMA för med sig ett särskilt sådant perspektiv och förhållningssätt mot biblioteket som står i kontrast mot en tanke om att användaren är en integrerad del av biblioteket, eller t.o.m är biblioteket. Det finns konkreta argument för att den sistnämnda tanken måste tas i beaktning; biblioteket är en plats där besökarna själva är ansvariga för och i högsta grad en bidragande faktor vad gäller stämning, miljö och möten med bibliotekarier och andra användare. Och även om GMA utgör en potentiellt integrerande kanal som ger biblioteken möjlighet att anpassa sig efter användarna, så går det att tänka sig andra feedback-system som inte förutsätter GMA:s skarpa gränsdragning mellan subjekt (användare) och objekt (andra användare, bibliotek och dess personal). Det vill säga feedback-system som istället bygger på dialog snarare än kvantifierad bedömning, samtal snarare än recensioner. För även om biblioteken skulle företa sig att svara på recensioner, är kanske möten på det fysiska biblioteket mer konstruktivt i relationsbyggande mellan bibliotek och användare, än distansbaserade, anonymiserade dialoger via GMA. Detta går givetvis inte att hävda med säkerhet i sammanhanget, men väl värt att lyfta som fråga.

Vidare gäller den idé om ”platsnamnets generalisering” och dess etablering av nuflödesobjekt även biblioteken, där enskilda händelser på biblioteken blir egenskaper hos biblioteken som objekt. Med GMA paketeras enskilda upplevelser till enhetliga objekt, på ett sätt som inte varit fallet utan GMA, eftersom GMA strukturerar enskilda händelser som delar i ett överordnat objekt. Som nuflödesobjekt reduceras ett bibliotek till en avgränsad ”upplevelse-potential” med ett sifferbetyg baserat på öppna kriterier, där det istället hade kunnat ses som en mer komplex organism med en mängd olika funktioner.

7.3 Vidare forskning

Utöver att på olika sätt behandla och bemöta de idéer, reflektioner, spekulationer och frågeställningar som framgår under föregående avsnitt (”7.2 Potentiella bidrag till forskningsfälten”), skulle vidare forskning kunna undersöka den varufierade upplevelsens och nuflödesobjektets roll på andra delar av internet, t.ex. andra sociala medieplattformar. Chockupplevelsen som information/kunskap hade också kunnat forskas vidare på, med t.ex. självupplevda berättelser på internetforum som empiri. Sökandet efter minnesvärda upplevelser, som livsmål eller inställning

hade också varit intressant att undersöka med intervjuer och/eller enkäter som metod, för att vidare undersöka den upplevelseekonomiska ideologins spridning.

Källförteckning

Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2012). *Upplysningens dialektik: filosofiska fragment*. 3 uppl., Göteborg: Daidalos.

Ahrne, G. & Svensson, P. (2015). *Handbok i kvalitativa metoder*. 2 uppl., Malmö: Liber.

Alvesson, M. & Sköldbberg, K. (2008). *Tolkning och reflektion: vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*. 2 uppl., Lund: Studentlitteratur.

Bawden, D. & Robinson, L. (2022). *Introduction to information science*. 2 uppl., London: Facet Publishing.

Benjamin, W. (1991a). Om några motiv hos Baudelaire. I Wijkmark, C.-H. (red.) *Bild och dialektik*. Stockholm/Skåne: Brutus Östlings Bokförlag Symposion, ss. 113-157.

Benjamin, W. (1991b). Konstverket i reproduktionsåldern. I Wijkmark, C.-H. (red.) *Bild och dialektik*. Stockholm/Skåne: Brutus Östlings Bokförlag Symposion, ss. 60-96.

Benjamin, W. (1999). Experience and poverty. I Jennings, M. W., Eiland, H. & Smith, G. (red.) *Walter Benjamin: Selected Writings. Volume 2, part 2, 1931–1934*. Cambridge, Massachusetts/London, England: The Belknap Press of Harvard University Press, ss. 731–736.

Benjamin, W. (2002). The Storyteller: Observations on the Works of Nikolai Leskov. I Eiland, H. & Jennings, M. W. (red.) *Selected writings. Vol. 3, 1935–1938*. Cambridge, Massachusetts/London, England: The Belknap Press of Harvard University Press, ss.143–166.

Benjamin, W. (2003). On some motifs in Baudelaire. I Jennings, M. W. & Eiland, H. (red.) *Walter Benjamin: Selected Writings. Volume 4, 1938–1940*. Cambridge, Massachusetts/London, England: The Belknap Press of Harvard University Press, ss. 313-355.

Bergson, H. (1992). *Intuition och intelligens : inledning till metafysiken*. Lysekil: Pontes.

Bergson, H. (1913). *Materia och minne : en undersökning av kroppens förhållande till själen*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.

Bergson, H. (2022). *Tiden och den fria viljan : en undersökning av de omedelbara medvetenhetsfakta*. Stockholm: Modernista.

Borrego, Á. & Comalat Navarra, M. (2021). What users say about public libraries: an analysis of Google Maps reviews. *Online Information Review* 45(1), ss. 84-98.

Byrne, D., & Pickard, A. J. (2016). Neogeography and the democratization of GIS: a metasynthesis of qualitative research. *INFORMATION COMMUNICATION & SOCIETY*, 19(11), ss. 1505–1522. <https://doi-org.ludwig.lub.lu.se/10.1080/1369118X.2015.1125936>

Crothers, C. (2020). Functional Analysis. I P. Atkinson, S. Delamont, A. Cernat, J.W. Sakshaug, & R.A. Williams (red.) *SAGE Research Methods Foundations*. <https://dx.doi.org/10.4135/9781526421036919762>

Estabrook, L. S. (2009). Library and Information Science. I Bates, M.J & Maack, M.N. (red.) *Encyclopedia of Library and Information Sciences*. 3 uppl., London: Taylor & Francis, ss. 3287-3292.

Główczyński, M. (2022). Toward User-Generated Content as a Mechanism of Digital Placemaking—Place Experience Dimensions in Spatial Media. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 11(4). <https://doi.org/10.3390/ijgi11040261>

Goodchild, M. F. (2007). Citizens as sensors: the world of volunteered geography. *GeoJournal*, 69(4), ss. 211–221. <http://www.jstor.org/stable/41148191>

Google (2023a). *Åtgärda en adress som saknas eller en felaktig nålposition.*
https://support.google.com/maps/answer/10010575?hl=sv&ref_topic=3257381
(Hämtad 27 februari 2023).

Google (2023b). *Bidra till Google Maps och tjäna poäng.*
https://support.google.com/maps/answer/6304221?hl=sv&ref_topic=3257381
(Hämtad 27 februari 2023).

Google (2023c). *Poäng, nivåer och märken.* <https://support.google.com/local-guides/answer/6225851#zippy=%2C1%C3%A4s-mer-om-rewards%2Cf%C3%A5-local-guides-m%C3%A4rket> (Hämtad 27 februari 2023).

Google (2023d). *Få erkännande för dina insatser.*
<https://support.google.com/local-guides/answer/6281793>. (Hämtad 27 februari 2023).

Google (2023e). *Användarvillkor för programmet Local Guides.*
<https://support.google.com/local-guides/answer/10287202> (Hämtad 27 februari 2023).

Google (2023f). *Local Guides.* <https://www.google.com/localguides/signup>
(Hämtad 27 februari 2023).

Google (2023g). *Lägg till, redigera eller radera recensioner och betyg i Google Maps.*
https://support.google.com/maps/answer/6230175?hl=sv&ref_topic=3257381#zip_py= (Hämtad 28 februari 2023).

Google (2023h). *Integritet och användarvillkor.*
<https://policies.google.com/terms#footnote-intellectual-property-rights> (Hämtad 20 april 2023).

Google-användare 1 (2019). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).

Google-användare 2 (2020/2021). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).

Google-användare 3 (2019/2020). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).

Google-användare 4 (2019/2020). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).

Google-användare 5 (2019/2020). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).

Google-användare 6 (2022). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).

Google-användare 7 (2016/2017). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).

Google-användare 8 (2018). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).

Google-användare 9 (2019/2020). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).

Google-användare 10 (2017/2018). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).

Google-användare 11 (2018/2019). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).

Google-användare 12 (2018/2019). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).

Google-användare 13 (2016/2017). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).

Google-användare 14 (2016/2017). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).

Google-användare 15 (2018/2019). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).

- Google-användare 16 (2018/2019). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).
- Google-användare 17 (2017/2018). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).
- Google-användare 18 (2018/2019). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).
- Google-användare 19 (2019/2020). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).
- Google-användare 20 (2019/2020). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).
- Google-användare 21 (2023). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).
- Google-användare 22 (2016/2017). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).
- Google-användare 23 (2018/2019). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).
- Google-användare 24 (2019/2020). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).
- Google-användare 25 (2021/2022). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).
- Google-användare 26 (2018/2019). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).
- Google-användare 27 (2018). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).

- Google-användare 28 (2018/2019). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).
- Google-användare 29 (2016/2017). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).
- Google-användare 30 (2021/2022). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).
- Google-användare 31 (2019/2020). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).
- Google-användare 32 (2022). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).
- Google-användare 33 (2021/2022). [Recension av Zlatan Court]
<https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66> (Hämtad 28 februari 2023).
- Google Maps* (2023a). <https://www.google.com/maps> (Hämtad 28 februari 2023).
- Google Maps* (2023b). Zlatan Court. <https://goo.gl/maps/hemk7sNWJtp4HZh66>
(Hämtad 28 februari 2023).
- Haider, J. & Sundin, O. (2017). Algoritmer: så påverkar de din vardag. *Internetguide*, 46. Internetstiftelsen: Stockholm.
<https://www.iis.se/docs/Algoritmer.pdf> (Hämtad 18 april 2023).
- Harris, T. M. (2015) Deep Geography–Deep Mapping: Spatial Storytelling and a Sense of Place. I Bodenhamer, D. J., Corrigan, J., & Harris, T. M. (red.) *Deep Maps and Spatial Narratives*. Bloomington: Indiana University Press.
- Helsingborgs dagblad* (2007). Zlatan invigde plan i Rosengård. 8 oktober.
<https://web.archive.org/web/20071028185438/http://hd.se/sport/2007/10/08/zlatan-invigde-plan-i-rosengard/> (Hämtad 6 januari 2023).
- Jia, Y., & Liu, I. L. B. (2018). Do consumers always follow “useful” reviews? The interaction effect of review valence and review usefulness on consumers’

purchase decisions. *Journal of the Association for Information Science & Technology*, 69(11), 1304–1317. <https://doi.org/ludwig.lub.lu.se/10.1002/asi.24050>

Jönsson, J. (2007). Zlatan besöker Rosengård. *Sydsvenskan*, 6 oktober. <https://web.archive.org/web/20080311174608/http://sydsvenskan.se/sport/article270183.ece> (Hämtad 6 januari 2023).

Kang, J. (2014). *Walter Benjamin and the Media: The Spectacle of Modernity*. Cambridge: Polity.

Khan, A. M., & Loan, F. A. (2022). Exploring the reviews of Google Maps to assess the user opinions about public libraries. *Library Management*, 4(8/9), ss. 601–615. <https://doi.org/ludwig.lub.lu.se/10.1108/LM-05-2022-0053>

Khan, A. M., Mir, A. A. & Loan, F. A. (2022). Public perceptions about Baba Mastnath university: an analysis of Google maps reviews. *Emerging Trends in Library and Information Science During Covid, Presented at the Iceltis-2022, Amba International Publishers and Distributors, India*, ss. 14-26.

Klang, M. (2010). Copyright – Copyleft. *.SE:s Internetguide*, 6. Stockholm: .SE. https://internetstiftelsen.se/docs/copyright_copyleft.pdf (Hämtad 1 juni 2023).

Kopytoff, I. (1986). The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process. I Appadurai, A. (red.) *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press, ss. 64-91.

Lee, S., & Choeh, J. Y. (2016). The determinants of helpfulness of online reviews. *Behaviour & Information Technology*, 35(10), ss. 853–863. <https://doi.org/ludwig.lub.lu.se/10.1080/0144929X.2016.1173099>

Lynch, M. P. (2016). *The Internet of Us: Knowing More and Understanding Less in the Age of Big Data*. New York: Liveright Publishing Corporation.

Marx, K. (2018). *Kapitalet : kritik av den politiska ekonomin*. 9 uppl., Lund: Arkiv förlag.

McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill Book Company.

- Murtola, A.-M. (2011). *Against commodification : experience, authenticity, utopia*. Diss. Åbo: Åbo Akademis förlag.
- Murtola, A.-M. (2014). Experience, Commodification, Biopolitics. *Critical Sociology* 40(6), ss. 835–854. <https://doi.org/10.1177/0896920513494230>
- Olsson, L. (2007). Zlatans gåva till Rosengård. *Expressen*, 5 oktober. <https://www.expressen.se/kvallsposten/zlatans-gava-till-rosengard/> (Hämtad 6 januari 2023).
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy : work is theatre & every business a stage*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School.
- Reid, F. (2014). ‘His nerves gave way’: Shell shock, history and the memory of the First World War in Britain. *Endeavour*, 38(2), ss. 91–100. <https://doi.org/10.1016/j.endeavour.2014.05.002>
- Roncallo-Dow, S & Uribe-Jongbloed, E. (2017). Abstract Numbers Close at Hand: The Tactile, Numbers and Money in McLuhan’s Works. *TOPIA: Canadian Journal of Cultural Studies*, 38, ss. 25-45. <https://doi.org/10.3138/topia.38.25>
- Rothbard, M. N. (2011). *Economic Controversies*. Auburn, Alabama: Ludwig von Mises Institute.
- Santos, M. L. B. dos. (2022). The “so-called” UGC: an updated definition of user-generated content in the age of social media. *Online Information Review*, 46(1), ss. 95–113. <https://doi-org.ludwig.lub.lu.se/10.1108/OIR-06-2020-0258>
- Vetenskapsrådet. (2017). *God forskningssted*. Stockholm: Vetenskapsrådet. <https://www.vr.se/analys/rapporter/vara-rapporter/2017-08-29-god-forskningssted.html> (Hämtad 4 juni 2023).
- Warf, B (2015). Deep Mapping and Neogeography. I Bodenhamer, D. J., Corrigan, J., & Harris, T. M. (red.) *Deep Maps and Spatial Narratives*. Bloomington: Indiana University Press.
- Watt, R. (2021). Bergson on number. *British Journal for the History of Philosophy*, 29(1), ss. 106–125. <https://doi.org/10.1080/09608788.2020.1773391>

Weinberger, D. (2012). *Too Big to Know: Rethinking Knowledge Now that the Facts Aren't the Facts, Experts are Everywhere, and the Smartest Person in the Room is the Room*. New York: Basic Books.

Weston, A. (1988). The Photographic Memory: A Note on the Commodification of Experience. *Journal of Social Philosophy*, 19(3), ss. 3-10.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-9833.1988.tb00216.x>

Wikipedia (2020). Funktionsanalys (teknik).
[https://sv.wikipedia.org/wiki/Funktionsanalys_\(teknik\)](https://sv.wikipedia.org/wiki/Funktionsanalys_(teknik)) (Hämtad 20 april 2023).

Wikipedia (2021). Souvenir. <https://sv.wikipedia.org/wiki/Souvenir> (Hämtad 9 januari 2023).

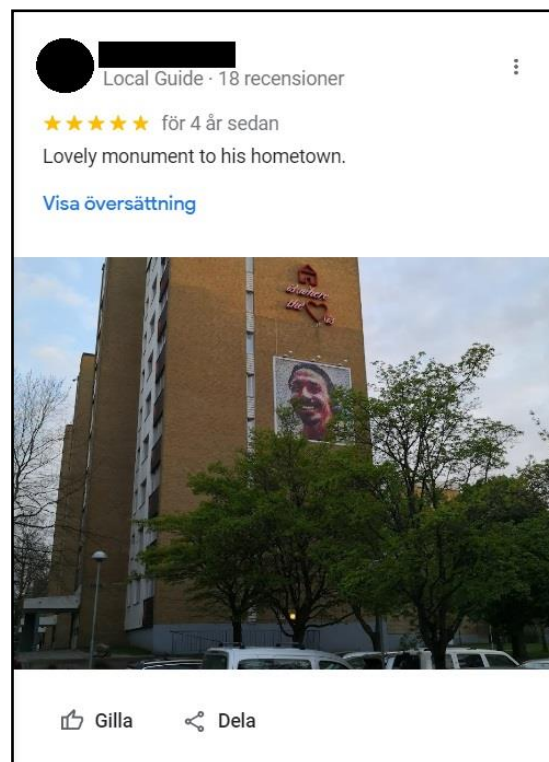
Wiman, M. (2007). Zlatans hyllning till Rosengård. *Sydsvenskan*, 13 oktober.
<https://web.archive.org/web/20080317105747/http://sydsvenskan.se/sport/article271523.ece> (Hämtad 6 januari 2023).

Zhang, X., Yu, Y., Li, H. & Lin., Z. (2016). Sentimental interplay between structured and unstructured user-generated contents : An empirical study on online hotel reviews. *Online Information Review*, 40(1), ss. 119–145. <https://doi-org.ludwig.lub.lu.se/10.1108/OIR-04-2015-0101>

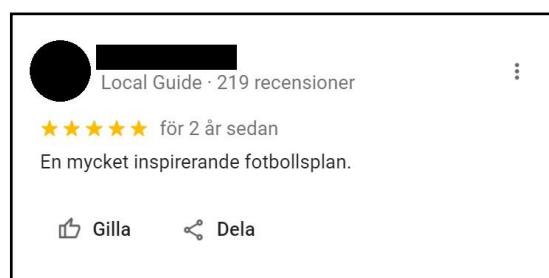
Bilagor

(De runda och rektangulära svarta fälten i bilderna har lagts in inom ramen för studien, över profilbilder och användarnamn i syfte att anonymisera recensionerna). På en av bilderna (under Google-användare 24) har också ett svart fält lagts till över en persons ansikte.

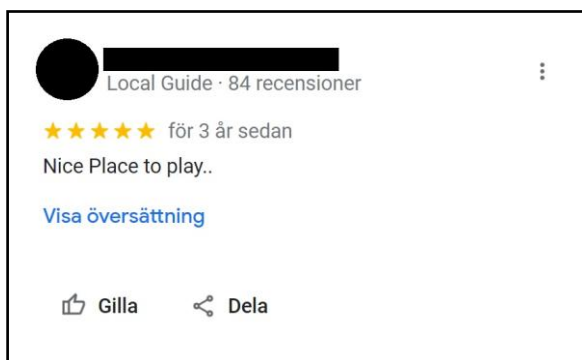
Google-användare 1 (2019):



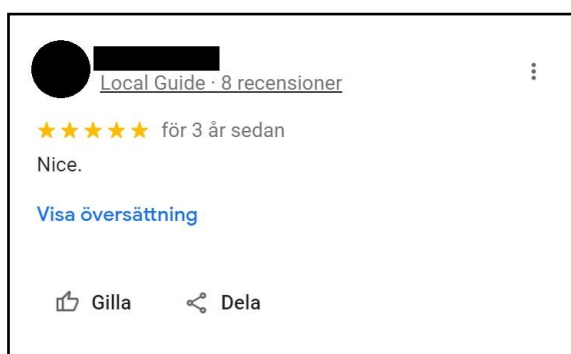
Google-användare 2 (2020/2021):



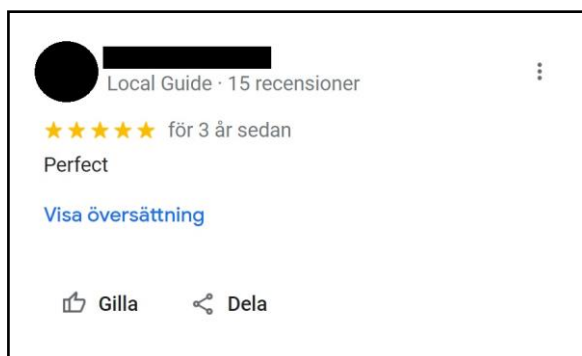
Google-användare 3 (2019/2020):



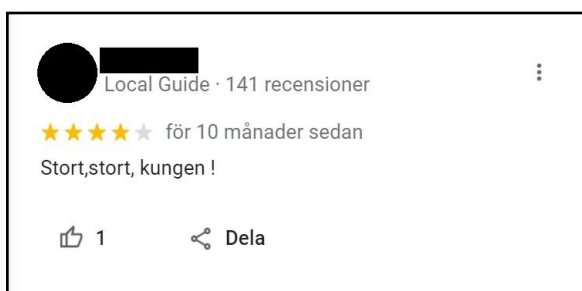
Google-användare 4 (2019/2020):



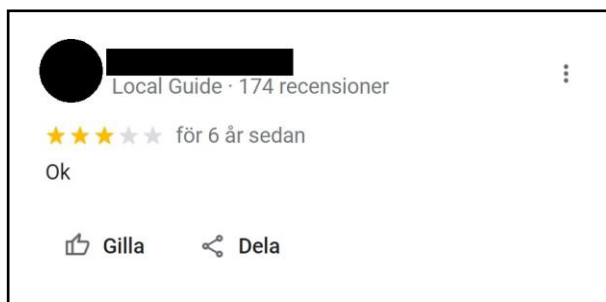
Google-användare 5 (2019/2020):



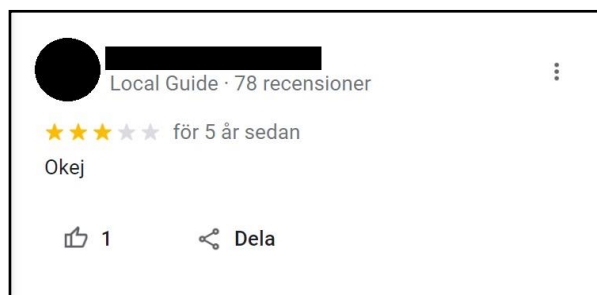
Google-användare 6 (2022):



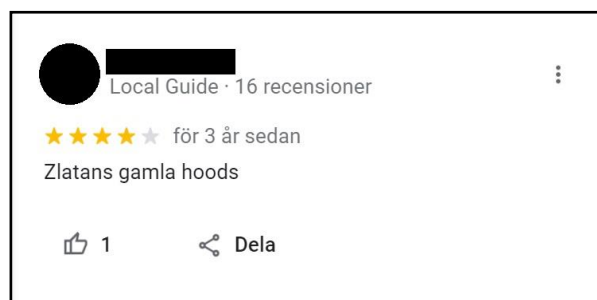
Google-användare 7 (2016/2017):



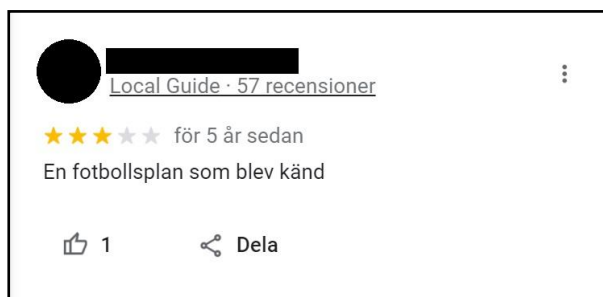
Google-användare 8 (2018):



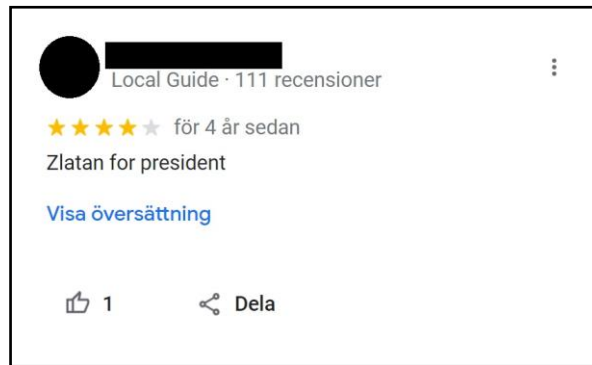
Google-användare 9 (2019/2020):



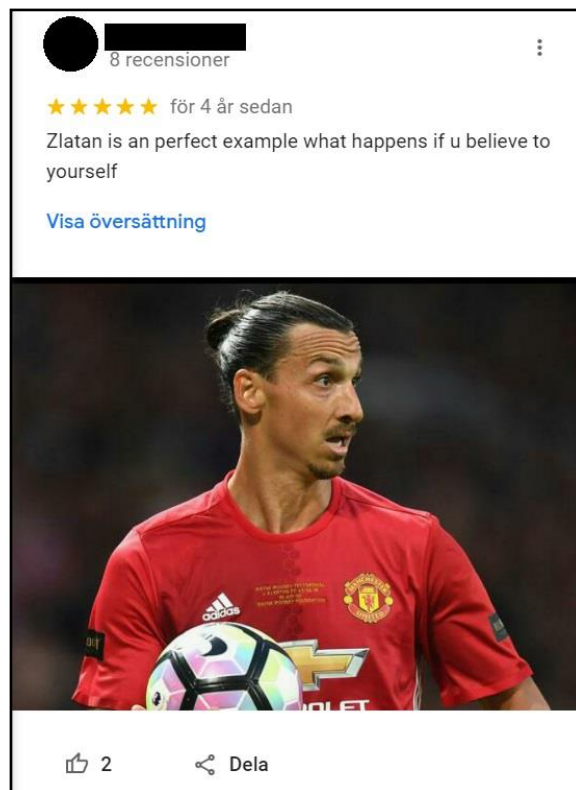
Google-användare 10 (2017/2018)



Google-användare 11 (2018/2019):



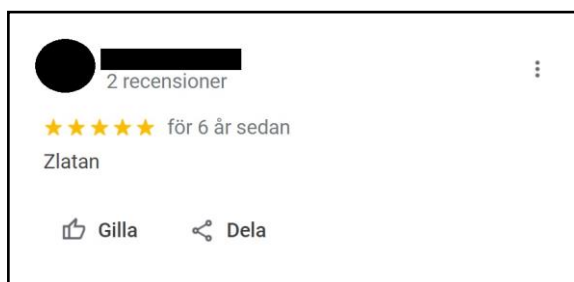
Google-användare 12 (2018/2019):



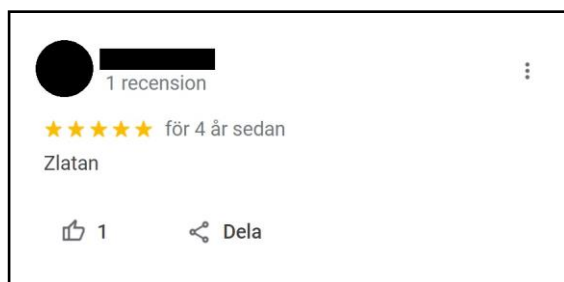
Google-användare 13 (2016/2017):



Google-användare 14 (2016/2017):



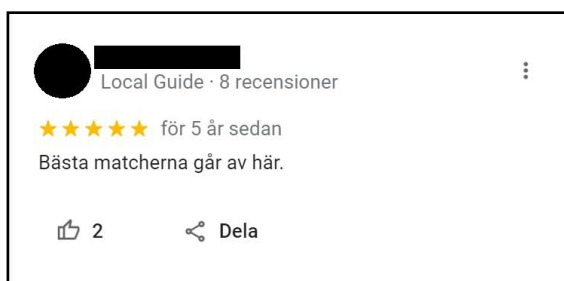
Google-användare 15 (2018/2019):




Google-användare 16 (2018/2019):



Google-användare 17 (2017/2018):



Google-användare 18 (2018/2019):




Local Guide · 26 recensioner

★★★★★ för 4 år sedan


Som fotbollsfan måste man helt enkelt vara där.
Ospektakulärt i ett bostadsområde, men ändå väldigt intressant. Ett måste som fan.

Översatt av Google · [Visa original \(tyska\)](#)



👍 1 🔄 Dela

Google-användare 19 (2019/2020):



Local Guide · 9 recensioner


★★★☆☆ för 3 år sedan

Det är bara en fotbollsplan...

Översatt av Google · [Visa original \(danska\)](#)

👍 Gilla 🔄 Dela

Google-användare 20 (2019/2020):





Local Guide · 103 recensioner


★★★★☆ för 3 år sedan

Not much to see

[Visa översättning](#)

 Gilla  Dela

Google-användare 21 (2023):





4 recensioner


★★★★☆ för 4 månader sedan

Not a big thing

[Visa översättning](#)

 Gilla  Dela



Google-användare 22 (2016/2017):



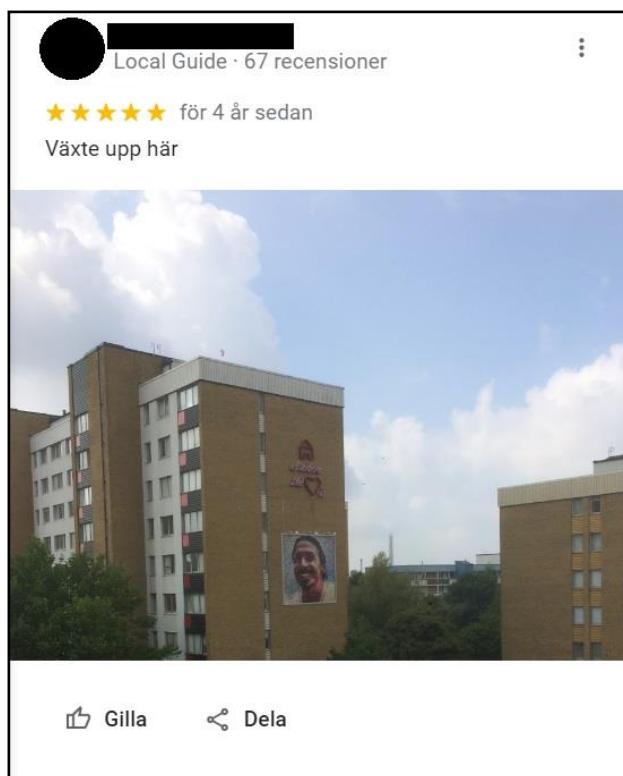
Local Guide · 12 recensioner

★★★★★ för 6 år sedan

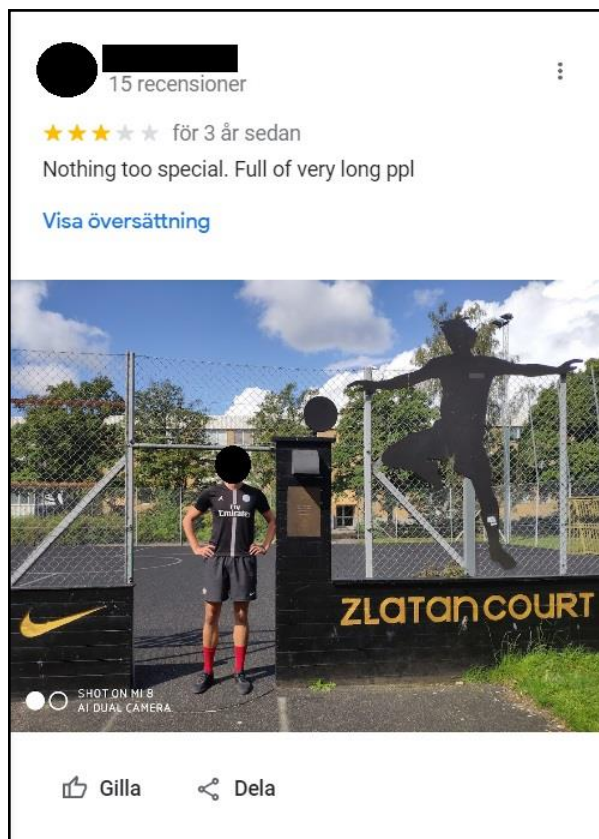
Bra utformning av hela planen. Professional belysning.
Mjuk planyta producerat av gamla skosulor
(miljötänkande).

 2  Dela

Google-användare 23 (2018/2019):



Google-användare 24 (2019/2020):



Google-användare 25 (2021/2022):

 Local Guide · 106 recensioner

★★★★★ för ett år sedan


Follow your heart

[Visa översättning](#)



 21  Dela



Google-användare 26 (2018/2019):

 Local Guide · 286 recensioner


★★★★☆ för 4 år sedan

Överraskande syn i det mångkulturella kvarteret

Översatt av Google · [Visa original \(tyska\)](#)

 Gilla  Dela

Google-användare 27 (2018):





Local Guide · 54 recensioner


★★★★★ för 5 år sedan

Cool place, weird neighborhood

[Visa översättning](#)

 Gilla  Dela

Google-användare 28 (2018/2019):





Local Guide · 44 recensioner


★★★★★ för 4 år sedan

For those who loves soccer game, this is just Zlatan's neighborhood. For those who think that life is always about how to struggle and conquer your dreams, this place is more than just childhood playground. This place is a legacy--as well as "witness"--on how success can be shared and become a source of happiness for other.

[Visa översättning](#)

 1  Dela

Google-användare 29 (2016/2017):



Local Guide · 17 recensioner

★★★★★ för 6 år sedan

Zlatan
Top shotta who started in the street
Zlatan Ibrahimović
Scored for six different teams in Champions League
Zlatan Ibrahimović
Self made millionaire in the top elite
Zlatan Ibrahimović
He's the kid with the golden feet
Zlatan Ibrahimović

Shots on the goalkeeper, this man a fire
Zlatan Ibra, football hit man fi hire
High kick, high flyer style a mad, undeniably skills were
the ticket from Rosengard to Paris

Ibrahimović
Out top shotta man si, callejero footballero hajde idemo
svi
It's the Swedish bad man, original balkan
Sanjin and Youthman bigging up Zlatan



Zlatan Ibrahimović

Remember the goal he scored for Ajax in 2004
Or the one against England bicycle kick like tae kwon do
Representing for youth all over the world no matter
where he goes
So gwan pushup unno lighter and get ready for the Ibra
show




Have you ever seen that
Mi can't **believe** that
Hand inna di air for Ibra (Ibra)
Have you ever seen that
Mi can't **believe** that
Hand inna di air for Ibra (Ibra)
Representing for youth all over the world no matter
where he goes (Ibra)
So gwan pushup unno lighter and get ready for the Ibra
show

So gwan pushup unno lighter
So gwan pushup unno lighter
So gwan pushup unno lighter
Zlatan Ibrahimović

[Visa översättning](#)



 Gilla  Dela


Google-användare 30 (2021/2022):

Local Guide · 197 recensioner

★★★★★ för ett år sedan
Zalatan is the legend of Sweden .

[Visa översättning](#)

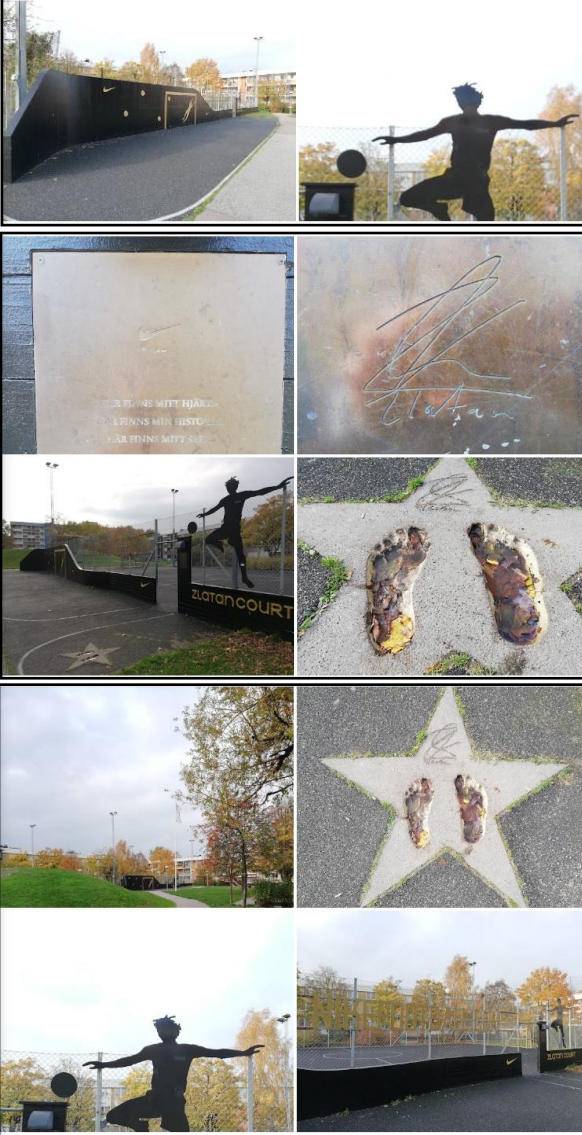
 1  Dela



 Local Guide · 174 recensioner

★★★★★ för 3 år sedan


Feeling proud. I remember when I was a kid, and Zlatan played at Inter. That was times when I thought life is only football. And also, football from this period was more interesting then today. Also, proud, because Zlatan has a many family member form Bosnia, and he is also Bosnian.

[Visa översättning](#)



 3  Dela

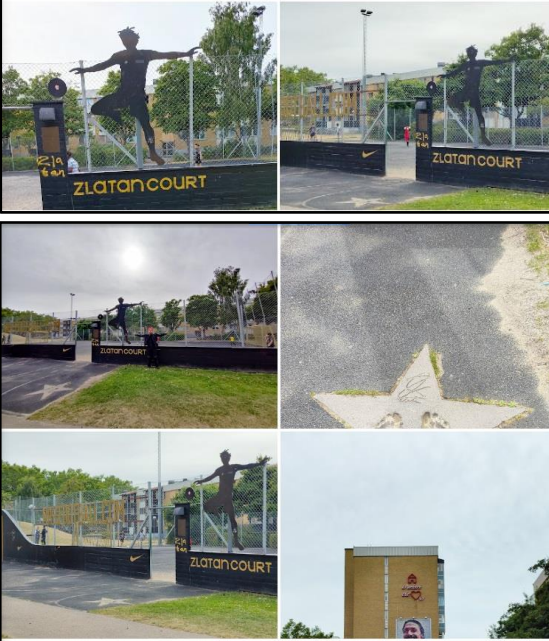
Google-användare 32 (2022):



 Local Guide · 7 recensioner

★★★★☆ för 7 månader sedan

För fansen är det en pärla att inte missa, men gå inte med höga förväntningar. Planen är uppenbar att den används mycket men grannskapet är inte direkt vackert. Bara ett par souvenirbilder av planen och väggmålningen som souvenir!

Översatt av Google · [Visa original \(italienska\)](#)



 Gilla  Dela

Google-användare 33 (2021/2022):

 Local Guide · 53 recensioner

★★★★☆ för ett år sedan

Mycket bra samlingsplats för fotbolls intresserade ungdomar. Bra anläggning

 2  Dela