



Självständigt arbete, 15 hp, för
Kandidatexamen i mat- och måltidsvetenskap
Termin år: VT 2018

En restaurangs uppgång eller fall

En komparativ studie mellan anonyma och offentliga matrecensioner och dess inverkan på restauranger

Sara Landegren

Fakulteten för naturvetenskap

Författare

Sara Landegren

Titel

En restaurangs uppgång eller fall – En komparativ studie mellan anonyma och offentliga matrecensenter och dess inverkan på restauranger

Engelsk titel

The rise or fall of a restaurant – A comparative study between anonymous and public food critics and its impact on restaurants

Handledare

Karin Höijer

Examinator

Maria Nyberg

Sammanfattning

Syftet med denna uppsats var att studera de språkliga skillnaderna mellan anonyma och offentliga professionella matrecensenter, samt undersöka hur restaurangrecensioner påverkar restaurangägare. De tre frågeställningarna som har undersökt syftet var: Hur skiljer sig språket i de anonyma recensionerna gentemot de offentliga och påverkas språket i en recension av anonymiteten? Hur upplevs recensionen av restaurangägaren och har det någon betydelse om recensionen är skriven av en anonym eller offentlig kritiker? Hur skiljer sig språket beroende på om recensionen är positiv eller negativ?

Undersökningen har utförts genom en kvantitativ metod med textanalys som redskap för undersökningen. Analyserna har gjorts på sex olika matkritikers recensioner. Textanalyserna gjordes på totalt 60 recensioner skrivna av tre anonyma kritiker respektive tre offentliga kritiker.

Studiens andra syfte var att undersöka recensionernas inverkan på restauranger. Denna del av undersökningen har varit kvalitativ där intervjuer har gjorts med två restaurangägare.

Resultatet av den kvantitativa undersökningen har visat på att det finns språkliga skillnader mellan anonyma och offentliga recensenters texter. Studien visade i den kvalitativa delen att genomslagskraften från restaurangrecensioner är hög. Restauranger påverkas följaktligen av recensioner publicerade angående deras restauranger. Slutsatsen var att restaurangrecensioner skiljer sig åt i språket mellan anonyma och offentliga skribenter samt att restauranger blir påverkade av både negativa och positiva recensioner. Detta öppnar upp en debatt för att förändra kulturen av att ha anonyma recensenter i Sverige.

Ämnesord

Restaurangkritiker, restaurangrecension, textanalys, kvantitativ, kvalitativ

Author

Sara Landegren

Title

The rise or fall of a restaurant – A comparative study between anonymous and public food critics and its impact on restaurants

Supervisor

Karin Höijer

Examiner

Maria Nyberg

Abstract

The aim of this study was to examine the grammatical and linguistic differences between anonymous and public food critics and to study how restaurant reviews affect restaurant owners. The three questions that have examined the aim was: How does the language differ in the anonymous reviews in comparison to the public and is the language in a review affected by the anonymity? How is a review perceived by a restaurant owner and does it matter if the review is written by an anonymous or public critic? How does the language differ depending on if the review is positive or negative?

The study has used a quantitative method where text analysis as a tool for the examination was chosen. The analyses have been conducted on 60 reviews in total, written by three anonymous critics and three public critics.

The second aim was to investigate what influence food reviews have on restaurants. This part of the study was qualitative where interviews have been conducted with two restaurant owners.

The outcome of this study shows that there were linguistical differences between anonymous and public food critics reviews. It also demonstrated in its qualitative section that food reviews have major impact on restaurants. Consequently, restaurants are greatly affected by reviews published regarding their restaurants. The conclusion of the study was that restaurant reviews differentiate between anonymous and public writers and that restaurants are affected by both negative and positive reviews. This opens a debate regarding the culture about having anonymous critics in Sweden.

Keywords

Restaurant critic, food review, text analysis, quantitative, qualitative

Innehåll

1.	Förord	6
2.	Inledning	7
3.	Syfte	8
4.	Bakgrund.....	8
4.1.	Krogrecensioners historia.....	8
4.2.	Krogrecensioners påstådda inverkan på restauranger	9
4.3.	Krogrecensioners inverkan - tidigare studier	11
4.4.	Analys av restaurangrecensioner – tidigare studier.....	11
4.5.	Textanalys	12
4.5.1.	Läsbarhetsindex	13
4.5.2.	Personliga pronomen	13
4.5.3.	Adjektiv	14
4.5.4.	Vänster- eller högertung mening	14
5.	Material och metod	15
5.1.	Kvantitativ metod	16
5.2.	Kvalitativ metod	18
6.	Etiska överväganden	19
7.	Resultat	20
7.1.	Resultat kvantitativ textanalys.....	20
7.1.1.	Anonyma recensioner	20
7.1.2.	Offentliga recensioner	24
7.2.	Resultat kvalitativa intervjuer.....	26
7.2.1.	Recensionernas inverkan på restaurangerna	26
7.2.2.	Restaurangägarnas paradox angående recensenter	27
7.2.3.	Frustration att inte ha någon att stå till svars mot.....	28

7.2.4.	Kritiken är något som restauratörerna ofta redan är införstådda med	29
7.2.5.	Restauratörernas förväntningar från matrecensenter	29
7.2.6.	De egentliga kritikerna som spelar roll.....	30
8.	Diskussion.....	31
8.1.	Diskussion – kvantitativt resultat	31
8.2.	Diskussion – Kvalitativt resultat	34
8.3.	Gemensam diskussion	36
9.	Slutsats	37
10.	Referenser	38
11.	Bilagor	40
11.1.	Bilaga 1.....	40
11.2.	Bilaga 2.....	44

1. Förord

Språk och grammatik är för skribenten av denna rapport ett mycket stort intresse. Då debatten mellan krögare och matkritiker blossade upp på nytt förra året initierades en vilja om att undersöka ifall det faktiskt finns språkliga skillnader i recensenters texter. Mot en bakgrund av gastronomiska och språkliga färdigheter inleddes en undersökning av recensenters inverkan på restauranger som mynnade ut i en mycket lärorik process om läsbarhet, personliga pronomen och krögares egon.

Jag vill rikta ett stort tack till Högskolan Kristianstad för möjligheten att skriva ett examensarbete i mat- och måltidsvetenskap. Jag vill rikta ett stort tack till min familj för ert outtröttliga stöd. Tack till David Ihse på restaurang Ihsiri och Jan Badosa på restaurang Vibliotek för era generösa svar till min undersökning. Tack till Catrin för att du vågade ställa de svåra frågorna.

Slutligen ett enormt tack till min handledare Karin Höjjer för ditt oerhörda stöd och uppbackning genom denna seglivade period.

2. Inledning

Det finns en särskild tradition i världen av att ha matrecensenter. Särskilt i Sverige där det hör till vanligheten att hitta recensioner i allt från dagstidningar till kvällstidningar. Däremot skiljer sig Sverige när det kommer till matrecensenter från resten av världen på en viktig punkt. Svenska professionella matkritiker är oftast anonyma i sina matrecensioner. Sverige är därmed unikt att ha anonyma kritiker.

Den 16 januari 2017 publicerades en artikel i Sydsvenskan ”*Smaka på den – så mycket makt har krogkritikerna*” (Yifter-Svensson, 2017, 16 januari). Det var en i raden av artiklar som kretsade kring hur restauratörer påverkas av matkritikers recensioner. Detta är ett ämne som har debatterats i nära 200 år. De kritiker som får mest kritik av alla för att ge orättvisa bedömningar är de anonyma kritikerna - och det är också dem som står för majoriteten i Sverige. Problematiken med att ha anonyma kritiker enligt många restauratörer är att de inte kan ge svar på tal när en recensent har missuppfattat något eller gett en orättvis bedömning.

Lane (2013) och Cotter och Snyder (1998) har i sina studier kunnat påvisa en restaurangs framgång efter erhållandet av en eller flera Michelinstjärnor. Tidigare studier visar därför att restauranger påverkas av restaurangguider, dock ligger fokuset i dessa studierna på Michelinguiden, alltså en guide som endast värderar de allra bästa restaurangerna i världen.

Det finns inga studier som har gjort språkliga textanalyser av restaurangrecensioner för att faktiskt se om de anonyma skiljer sig från de offentliga men ett antal forskare har studerat innehållet i dessa texter. Titz, Lanza-Abott och Cruz (2004) och Williamson, Tregidga, Harris, och Keen. (2009) har gjort innehållsanalyser av restaurangrecensioner som visar det kritiker skriver om mest i sina recensioner. Båda studierna visar på att kritikerna ofta inte fokuserar på helheten utan istället på maten och atmosfären.

Att recensera en restaurang handlar om konsten att kunna höja en restaurang till skyarna eller alternativt sänka den. Det är också en särskild skrivkonst i sig. Ett typiskt drag för recensioner är att de brukar vara målande och utförligt beskrivande i sina texter. Genom att studera exempelvis förekomsten av adjektiv kan en jämförelse göras mellan offentliga och anonyma i huruvida vilken som är mest målande. Blir en recensent mer målande i sina beskrivningar när hen kan gömma sig bakom en annan underskrift?

Mot en bakgrund av den debatt som pågått under flera år med kritik riktad mot anonyma recensenter och att inga studier är gjorda på området bidrar denna studie till ett nyskapande möte mellan språkvetenskap och gastronomi. Studien har som syfte att undersöka de språkliga skillnaderna mellan anonyma och offentliga professionella matrecensenter, samt undersöka hur restaurangrecensioner påverkar restaurangägare.

3. Syfte

Syftet med denna rapport är att studera de språkliga skillnaderna mellan anonyma och offentliga professionella matrecensenter, samt undersöka hur restaurangrecensioner påverkar restaurangägare.

Utifrån syftet är följande frågeställningar uppställda:

- Hur skiljer sig språket i de anonyma recensionerna gentemot de offentliga och påverkas språket i en recension av anonymiteten?
- Hur upplevs recensionen av restaurangägaren och har det någon betydelse om recensionen är skriven av en anonym eller offentlig kritiker?
- Hur skiljer sig språket beroende på om recensionen är positiv eller negativ?

4. Bakgrund

I detta avsnitt beskrivs bakgrunden till varför restaurangkritiker finns idag samt hur restauranger, enligt tidigare studier, har blivit påverkade av recensioner. Här behandlas även textanalysens olika delar samt en bakgrund till varför just dessa grammatiska företeelser har valts ut i avseende att analysera restaurangrecensioner.

4.1. Krogrecensioners historia

Enligt etnologen Richard Tellström (2013) föddes restaurangkritiken i samband med den moderna à la carte-restaurangens tillkomst. Att regelbundet kritisera restauranger var inget som tidigare hade gjorts utan etablerades när teaterrecensenten Alexandre Grimod de la Reynière upprepade gånger utvärderade restauranger. Mellan åren 1803 och 1812 gav Grimod de la Reynière ut, vad som anses vara den första restaurangkritiska skrift, en årlig restaurangguide - *L'Almanach des Gourmandes*. Redan 1806 fick denna tidiga upplaga av restaurangkritik följe av ytterligare en variant i *Journal des Gourmandes et*

des Belles, där Grimod de la Reynière och hans vänner tillsammans kritiserade rätter en gång i veckan.

Likt dagens krogrecensioner stod Grimod de la Reynière inte utan kritik, utan det påstods att han mutades och i utbyte gav positiva recensioner. Tellström (2013) skriver vidare att trots Grimod de la Reynières samtida kritik så gav hans arbete upphov till dagens moderna restaurangrecensioner. Den första gastronomen enligt Tellström (2013) att genuint och på ett gediget sätt framföra sin restaurangkritik var en annan fransman vid namn Anthelme Brillat-Savarin. Brillat-Savarin var jurist men även känd som gastronom och skrev *Smakens fysiologi* år 1825 (ne.se, 2018).

Det var först under början av 1900-talet som restaurangrecensionerna tog ytterligare ett kliv in i framtiden och formades av de två franska bröderna Michelin. Bröderna skapade en standard för restauranguider såsom de ser ut idag. Den svenska krogkritiken kom först under mitten av 1970-talet till Sverige enligt Tellström (2013).

Dagens svenska matkritiker gör oftast restaurangrecensionerna vid sidan av sina andra journalistikarbeten har Tellström (2013) visat i sin studie. Kritikerna utför och skriver restaurangrecensionerna på fritiden och får heller inte något betalt för arbetet. Betalningen för jobbet har visat sig vara maten och drycken kritikerna äter vid de berörda restaurangtillfällena. Dock kom Tellström (2013) i samma studie fram till att det finns en grupp matrecensenter som sticker ut och får betalt för sitt arbete – de som skriver under med sitt eget namn.

4.2. Krogrecensioners påstådda inverkan på restauranger

Under 2017 publicerade Sydsvenskan en artikel om fenomenet krogrecensenter, med inriktning på sin egen anonyma krogrecensent Bong. Artikeln *Smaka på den – så mycket makt har krogkritikerna* (Yifter-Svensson, 2017, 16 januari) gav bland annat utrymme åt två restaurangägare som hade fått en negativ recension respektive en positiv recension. Restaurangägaren av Ihsiri som hade fått 4 av 5 postryttare av Sydsvenskans egna recensent Bong förklarar att restaurangen gick från att vara halvfull till kaotisk efter recensionens publicering. Restaurang Vibliotek mottog endast 1 av 5 postryttare av Bong. Ägaren redogör i artikeln att de klart blev påverkade negativt, men att det samtidigt är svårt att räkna på hur pass påverkade de blev. Yifter-Svensson (2017, 16 januari) skriver vidare om hur restaurangerna påverkas negativt av restaurangkritiker och framförallt de

anonyma kritikerna. Fortsättningsvis menar Yifter-Svensson (2017, 16 januari) att matkritikerna inte står på restaurangernas sida – utan läsarnas. I artikeln ur Sydsvenskan (Yifter-Svensson, 2017, 16 januari) ger Bong sin förklaring till hur de bedömer en restaurang. Bong menar att de kollar på om restaurangen uppfyller de kriterier som de själva satt upp, hur service och råvaror är samt prisvärde. Med anledning av att betygssättningen sker efter restaurangens egna ambitioner kan exempelvis ett gatukök få samma betyg som en stjärnkrog. För Yifter-Svensson (2017, 16 januari) förklarar Bong att maten bedöms inom sin egen genre.

I en artikel ur ETC Jönköping påstår "Lunchspionen" att hen istället står på restaurangernas sida. Söderlund (2017, 30 juni) skriver om den så kallade Lunchspionen som sågar restauranger och förklarar sin anonymitet genom att hävda att det inte finns någon poäng med att restaurangägarna vet vem hen är och att hen gör det för att göra restaurangerna bättre. För Söderlund (2017, 16 januari) förklarar Lunchspionen att det hen håller på med formligen är välgörenhet.

Sedan 1800-talet när Alexandre Grimod de la Reynière först började kritisera restauranger har det pågått en kamp mellan restaurangägare och dess kritiker. Yifter-Svensson (2017, 16 januari) lyfter en rad krögare som alla är missnöjda över kritikerkulturen i Sverige. De menar att de anonyma kritikerna har för lite erfarenhet vilket resulterar i recensioner som inte alltid stämmer. Inte ens Bong själva tycker att deras anonymitet är det bästa alternativet. Tellström håller med Bong om att den svenska krogkritiken inte är den ultimata varianten. Tellström anser att den anonyma kritiken är ovärdig och inte bjuder in till något samtal inom den gastronomiska världen. (Svensson, 2017, 16 januari). I Svenska Dagbladet (Ringdahl, 2011, 31 oktober) yttrar Tellström sin åsikt om svensk krogkritik: "Personligen litar jag betydligt mer på en vän än en recension, krogkritik är mer som underhållning."

Tellström (2013) har identifierat forskare som kunnat påvisa att en del restaurangägare påstår att negativa recensioner är dåliga för ekonomin. Däremot finns det få restaurangägare som på liknande sätt hävdar att en positiv recension är bra för ekonomin. Tellström (2013) understryker istället att det finns studier som pekar på att det inte föreligger något samband mellan en negativ recension och ekonomiska problem. Istället visar studierna, i enlighet med vad Tellström själv tycker, att den största anledningen till att människor inte besöker en restaurang är att en vän har avvisat restaurangen.

4.3. Krogrecensioners inverkan - tidigare studier

I Lanes (2013) studie om värdet av gastronomiska guider tar författaren upp betydelsen av att som restaurang erhålla Michelinstjärnor. Lane (2013) skriver om hur höga positiva effekter tilldelandet av Michelinstjärnor innebär för en restaurangs kockar, rykte, ekonomi och för deras professionella karriär. Vidare beskriver författaren hur detta förklarar varför majoriteten av kockar skulle göra vad som helst för att bli stjärnrankad. Flera studier visar nämligen på att för varje stjärna som erhålls ökar en restaurangs företagsamhet. Surlemont och Johnson (2005) beskriver hur förvärvet av en Michelinstjärna korrelerar med en ökad omsättning hos en restaurang. Deras studie visar att när en kock blir införd i Michelinguiden blir restaurangen mer känd, attraherar nya kunder som sedan driver kocker till att fortsatt öka värdet.

Dock framställer Lane (2013) även den motsatta sidan av att bli erkänd av Michelinguiden. Lane (2013) menar att det resulterar i att dessa kockar aldrig kan slappna av utan ständigt måste visa en påpasslighet för att hålla deras standard uppe. Cotter och Snyder (1998) skriver i sin studie om hur restaurangguider påverkar restauranger. I deras studie undersöker de variabler såsom antal sittplatser, antalet anställda i personalen och mängden mål serverade per dag. Cotter och Snyder (1998) undersökte hur dessa variabler förändrades efter restaurangen förvärvat en högre ranking i Michelinguiden. I deras studie fann forskarna att restaurangens försäljning ökade oberoende om restaurangen blev rankad med en, två eller tre Michelinstjärnor.

Angående tidigare studier i detta ämne finns det inga liknande denna studies inriktning. Det saknas studier angående skillnader i hur anonyma och offentliga kritikers sätt att skriva påverkar restauranger. De flesta studierna är inriktade på professionella anonyma restaurangguider såsom Michelinguiden. Det finns alltså inte undersökningar kring hur professionella matrecensenter i tidningar påverkar restauranger.

4.4. Analyser av restaurangrecensioner – tidigare studier

Det finns somliga studier gjorda om textinnehållet i restaurangrecensioner, men det saknas textanalyser av det grammatiska innehållet. Studierna nedan är delvis textanalyser men har inriktning på diskursanalys, det vill säga kvalitativa textanalyser som inte studerar de språkliga faktorerna utan istället innehållet.

I Titz, Lanza-Abott och Cruz (2004) studie har författarna gjort innehållsanalyser där de har studerat vad restaurangkritiker skriver mest om sina recensioner. I undersökningen som omfattade analyser på både negativa och positiva recensioner kom forskarna fram till att restaurangkritiker mest skriver om kvaliteten på maten samt miljön och atmosfären. Betydligt mindre fokus läggs på servicekvaliteten, prisvärdheten och variationer i menyn. De tre sistnämnda kategorierna tog endast upp ifall de överträffade förväntningarna på ett mycket positivt eller mycket negativt sätt. Forskarnas slutsats var att maten och miljön spelar större roll för recensionens omdöme än prisvärdighet, service och menyvariationer, och att de på så sätt belyser vad en restaurangkritiker egentligen prioriterar i sin utvärdering.

Även Williamson, Tregidga, Harris och Keen (2009) studie visar på samma fenomen. I studien har de räknat hur många gånger exempelvis mat, atmosfär, service och prisvärdighet tas upp i recensioner. Forskarna hävdar, likt Titz, Lanza-Abott och Cruz (2004) i sin studie att maten och atmosfären är det mest centrala i restaurangrecensioner. Service och i synnerhet prisvärdhet förekommer mer sällan i recensionerna. Det kan därför antas att service och prisvärdhet inte är av särskilt stor vikt för en restaurangs slutliga bedömning.

4.5. Textanalys

För att förstå och analysera en text, i det här fallet en recension, finns det två olika vägar att gå, dels den mer kvantitativa delen som består av att systematiskt beräkna bland annat olika ordklasser och grammatiska begrepp och analysera deras förekomst i en text, dels finns den kvalitativa delen som innebär att tolka textens innehåll genom att se på olika mönster. Denna studie behandlar den kvantitativa analysen av texter.

Textanalysen som görs i denna studie är av den lexikogrammatiska typen. Med lexikogrammatik menas enligt Hellspong och Ledin (1997) dels de enskilda orden i en text, alltså de lexikala delarna, dels är lexikogrammatik hur orden går ihop i exempelvis fraser och satser, det vill säga syntaxen. Tillsammans utgör det lexikala delarna och syntaxen lexikogrammatiken. Nedan följer mer detaljerade förklaringar kring utvalda delar inom lexikogrammatiken.

4.5.1. Läsbarhetsindex

Med hjälp av läsbarhetsindex går det att studera en texts lätt- eller svårläslighet genom att beräkna grammatiska faktorer. Ne.se (2018) förklarar att de grammatiska omständigheterna som påverkar en texts läsbarhet är meningslängd, långa ord och ordens vanlighet. Genom att använda ett läsbarhetsindex går det att urskilja olika typer av texter och på så sätt placera in dem i olika kontexter, exempelvis välja ut lämpliga böcker för barn eller undersöka om myndighetstexter är tillräckligt läsbara. Carl-Hugo Björnsson, pedagogikforskare, utarbetade enligt ne.se (2018) ett av de mest ansedda läsbarhetsindex i Sverige, *lix*. Lix grundas på de två grammatiska faktorerna: meningslängd och ordlängd. Uträkning av lix-värde sker på följande sätt enligt hemsidan för lix:

Tabell 1. Formel för uträkning LIX-värde

Beräkning
Antal meningar (M):
Antal ord (O):
Antal ord med fler än 6 tecken (L):
Genomsnittlig meningslängd ($L_m = O / M$):
Andel långa ord ($L_o = L / O * 100$):
Läsbarhetsindex ($LIX = L_m + L_o$):

lix.se

Tabell 2. Tolkning av LIX-värde

Tolkning	
<30	Mycket lättläst, barnböcker
30 - 40	Lättläst, skönlitteratur, populärtidningar
40 - 50	Medelsvår, normal tidningstext
50 - 60	Svår, normalt värde för officiella texter
> 60	Mycket svår, byråkratsvenska

lix.se

4.5.2. Personliga pronomen

Personliga pronomen är de substantivistiska ord som används istället för namn. I det svenska språket finns det flera personliga pronomen för att beskriva första, andra eller tredje person. De pronomenen som finns i svenskan är i singular: *jag, du, han, hon, hen* samt *den/det*. Pronomen för plural är: *vi, ni* och *de*. (Ne.se, 2018).

Till följd av att använda personliga pronomen blir texten enligt Hellspong och Ledin (1997) mer personlig. Detta till skillnad mot om texten istället är skriven i passiv menar båda författarna. Med hjälp av personliga pronomen skapas förtroende och personlighet.

4.5.3. Adjektiv

Adjektiv är en ordklass som förklarar en egenskap hos ett substantiv. (Josefsson, 2010). Genom att använda adjektiv i en text antar sändaren ett subjektivt sätt att förklara sig. Detta menar Hellspong och Ledin (1997) beror på att adjektiv är målande men också värderande. I en recension måste adjektiv användas för att kritikern överhuvudtaget ska ha en chans att framlägga sin bedömning av restaurangen. Utan adjektiven kan sändaren av texten inte förklara ifall maten är *god*, *söt* eller rent av *äcklig*.

4.5.4. Vänster- eller högertung mening

Meningar är uppbyggda av satser och fraser som består av olika syntaktiska funktioner. Hellspong och Ledin (1997) menar att en av de viktigare positionerna i en mening är *fundamentet*. Fundamentet är den position som står först i en mening före en huvudsats finita verb, det vill säga det verb som är tidsböjt. Om en mening har sina flesta ord i fundamentet så innebär det att meningen är vänstertung. Ifall en mening istället har de flesta orden efter det finita verbet så är den högertung. (Hellspong & Ledin, 1997).

Exempel på vänster- respektive högertunga meningar, där det översta exemplet visar en vänstertung mening och det andra exemplet visar en högertung mening.

Vänster	Finit verb	Höger
Att sitta på en restaurang tillsammans med gott sällskap under lugna omständigheter och äta god mat	är	det bästa jag vet.

Vänster	Finit verb	Höger
Det bästa jag vet	är	att sitta på en restaurang tillsammans med gott sällskap under lugna omständigheter och äta god mat.

Anledningen till att analysera en menings vänster- eller högertyngd är för att undersöka om en text är tung att läsa. Exempelvis är vänstertunga meningar vanliga inom byråkratiska texter såsom lagtexter, dessa är vanligen svårlästa och tunga att läsa. Högertunga meningar tenderar istället att vara mer lättlästa. Hellspong och Ledin (1997) skriver vidare att vänstertyngd å ena sidan kan göra en mening mer tungläst men å andra sidan underlätta för läsaren genom att dela upp sättet informationen förs fram på.

5. Material och metod

Denna studie är baserad på två olika metoder, en kvantitativ och en kvalitativ. Under följande avsnitt redogörs för val av metod för båda dessa kategorier.

Bryman (2011) tar i sin bok om samhällsvetenskapliga metoder upp att det finns fyra kriterier för att skapa tillförlitlighet i en studie som är följande: trovärdighet, överförbarhet, pålitlighet och en möjlighet att styrka och konfirmera. Ett begrepp som används för att uppfylla trovärdigheten i en studie är att applicera triangulering (Bryman, 2011). Triangulering går ut på att använda fler än en metod vid undersökning av sociala

fenomen. Begreppet som innebär flera metodiker i en och samma undersökning resulterar i en högre tillförlitlighet gällande resultaten. (Bryman, 2011).

5.1. Kvantitativ metod

Den kvantitativa delen av denna undersökning består av textanalyser utförda på restaurangrecensioner. Det första steget i den kvantitativa delen var en typ av klusterurval. Det valdes i överensstämmelse med vad Bryman (2011) menar är lämpligt när man vill uppnå en spridning i urvalet. Kraven för urvalet gällande krogrecensionerna var följande:

- Recensioner gjorda av svenska professionella krogrecensenter, att de således har det som ett yrke.
- Finnas publicerade på internet, på grund av att förenkla uträkningar i analysen.
- Recensioner skrivna inom de senaste två åren för att få en rådande uppfattning av läget.
- Endast recensioner gjorda på middagsrestauranger, då det är den vanligaste typen att bli recenserade.
- Endast recensioner gjorda på svenska restauranger skrivna på svenska för att på så sätt kunna göra en rättvis bedömning i textanalyserna.

Tillvägagångssättet för att hitta och välja tidningar att analysera skedde genom att utgå ifrån artikeln *Smaka på den – så mycket makt har krogkritikerna* (Svensson, 2017, 16 januari). Då Sydsvenskan i den artikeln kritiserar sin egen recensent har recensionerna baserats utifrån deras recensent - Bong. Vidare har recensioner valts dels genom att använda andra omnämnda kritiker i artikeln ur Sydsvenskan och dels genom att använda sökord på Google såsom: krogrecension och restaurangrecension. White guide blev utvalt på grund av att det är en av Sveriges största restaurangrecensenter.

Metoden för att välja recensioner ur tidningarna till textanalyserna har tillämpat ett obundet slumpmässigt urval. Metoden är uttagen för att det i enlighet med vad Bryman (2011) skriver är ett lämpligt sätt när alla enheter i en population ska ha samma möjlighet att komma med i urvalet. Totalt undersöktes sex olika recensenter från fem olika källor, varav tre anonyma och tre offentliga recensenter. De undersökta plattformarna för recensionerna samt deras kritiker var: Sydsvenskan, Bong; Dagens Nyheter, Krogkommissionen; White Guide, Mycket god klass; Metro, Anna Berghe;

Göteborgsposten, Agnes Arpi; Göteborgsposten, Fredric Askerup. Från respektive recensent valdes 10 recensioner slumpmässigt ut i Excel. Totalt analyserades 60 recensioner.

I textanalyserna tas även hänsyn till recensenternas bedömning för att på så sätt analysera grammatiska och språkliga skillnader mellan positiva och negativa recensioner. Här följer en lista över respektive kritikers bedömningssystem:

Recensent:	Bedömning
Sydsvenskan – Bong	1–5 där 5 är högst
Dagens Nyheter – Krogkommissionen	1–5 där 5 är högst
White Guide – Mycket god klass	Minst 67 poäng varav 28 på mat. Rankas efter totalpoäng
Metro – Anna Berghe	Endast positiva recensioner
Göteborgsposten – Agnes Arpi	1–5 där 5 är högst
Göteborgsposten – Fredric Askerup	1–5 där 5 är högst

Textanalysen har skett på följande sätt att varje recension granskas genom att infoga texten i lix.se. Därpå följde ett resultat av bland annat LIX-värde samt totalt antal ord. I samma program har sedan personliga pronomen och adjektiv räknats manuellt. Även huruvida texten var vänster- eller högertung har analyserats manuellt.

Metoden, uträkningarna och resultatet av slumpandet i Excel finns att tillgå under Bilaga 1. Beräkningen för medelvärdet av ordklasserna personliga pronomen och adjektiv i recensionerna har gått till på följande sätt: antal ord av undersökande ordklass/totalt antal ord = medelvärde i procent. Resultatet är sedan avrundat till närmsta heltal.

Litteratur som har används vid textanalyserna är Hellspong och Ledin (1997). De verktyg som har använts ur litteraturen vid analyserna står listade under kapitel 4.4.

5.2. Kvalitativ metod

Den kvalitativa delen av studien är baserade på personintervjuer med restaurangägare.

Urvalet för intervjuerna med restaurangägarna var följande:

- Kvällsrestauranger
- Recenserade
- Svenska restauranger i Skåne-området

Det ansågs vara den mest lämpade metoden för att komplettera den kvantitativa delen av studien. Valet att göra kvalitativa intervjuer ansågs ha en rad fördelaktiga egenskaper. Bryman (2011) hävdar att kvalitativa intervjuer ger kunskap om vad den intervjuade upplever relevant och viktigt. Då denna del av studien hade som syfte att ta reda på hur restaurangägare påverkas av krogrecensioner ansågs intervjuer därför som det mest lämpade valet av metod.

Urvalet för denna metod består av ett bekvämlighetsurval där de restauranger som var tillgängliga för intervju nyttjades. Restaurangerna ringdes upp och tillfrågades om de kunde ställa upp på en intervju som skulle vara i cirka 20 minuter. De två restauranger som blev intervjuade var *Ihsiri* samt *Vibliotek*. Intervjuerna ägde rum på respektive restaurang med restauratörerna och varade ungefär i 15–20 minuter. En intervjuguide hade i förväg skapats (se bilaga 2) och intervjun fortlöpte genom att intervjupersonerna fritt talade efter de ställda frågorna ur guiden. I en kvalitativ intervju menar Bryman (2011) att intervjun kan frångå de på förhand planerade frågorna. Detta var fördelaktigt då den intervjuade fritt kunde berätta sina erfarenheter och upplevelser av att ha blivit recenserad. Intervjuerna spelades in med hjälp av inspelningsutrustning.

Analyserna av intervjumaterialet har skett genom transkribering av det inspelade materialet. Därefter har olika teman ur materialets arbetats fram och sammanställts. De olika temana som blev framtagna står listade som rubriker under kapitel 7.2. Bryman (2011) menar att inspelning och transkribering nästintill är obligatoriskt vid intervjuer eftersom det bland annat ger stöd åt en mer noggrann analys av människors åsikter. Något Bryman (2011) tar upp är att en nackdel med att spela in kan vara att intervjupersonen hämmas av inspelningsutrustning.

6. Etiska överväganden

Då studien har för avsikt att analysera matkritikers texter och belysa hur restauranger påverkas kommer undersökningen inte att tyngas av några större etiska överväganden förutom de intervjuer som ska utföras på restaurangägare.

Det viktiga att ta hänsyn till vid intervjuer är enligt Vetenskapsrådet (2017) att den som blir intervjuad är informerad om vilken typ av forskning personen deltar i. Ytterligare en aspekt att vara medveten om är att om personuppgifter ska behandlas så gäller personuppgiftslagen. Detta gäller även enligt Vetenskapsrådet (2017) vid inspelning av ljud då det utgör en behandling av personuppgifter. Det är relevant för denna undersökning då intervjuobjekten blev inspelade. Intervjupersonerna ska även erhålla information ”Om inspelningen också kommer att användas i annat syfte än forskningssyfte” och ”Hur och var inspelningen kommer att förvaras och hur länge den ska sparas” skriver Vetenskapsrådet (2017).

Vetenskapsrådet (2002) har sammanställt de fyra huvudkrav som gäller vid forskning som behandlar människor. Kraven finns till för att skydda individen i forskning. Det första kravet i Vetenskapsrådets (2002) sammanställning, informationskravet, framhäver att man som forskare ska informera om forskningens syfte till berörda deltagare. Detta krav har i denna studie hanterats då intervjupersonerna har blivit informerade innan de blivit utfrågade. Efter informationskravet följer samtyckeskravet som innebär att den deltagande i en undersökning själv har rätt att bestämma över sin medverkan. Samtyckeskravet har i enighet med informationskravet hanterats vid informationsgivandet om forskningssyfte till den deltagande intervjupersonen. Det tredje kravet Vetenskapsrådet (2002) lyfter är konfidentialitetskravet som har som syfte att skydda personuppgifter. Uppgifter om personerna i en undersökning ska skyddas och förvaras på ett sådant sätt att obehöriga ej kan ta del av dem. I denna studie har detta krav inte behövt handskats särskilt då respektive intervjuperson har gått med på att ställa med namn och namn på restaurang i studien. Sista kravet enligt Vetenskapsrådets (2002) föreskrifter berör nyttjandet av den insamlade data som erhållits vid undersökningstillfälle. Det innebär att uppgifter om de undersökta personerna vid undersökningen endast får användas i avsikt för forskning. Detta krav har hanterats på ett sådant sätt att intervjupersonerna blivit informerade om att det inspelade materialet kommer raderas efter studiens slut.

7. Resultat

7.1. Resultat kvantitativ textanalys

Nedan följer resultaten av de kvantitativa textanalyserna. De anonyma recensenternas texter visas under tabell 3–5 varpå de offentliga recensenternas texter följer under tabell 6–8. Resultaten står redovisade i tabellform med en förklarande text med övergripande huvudresultat. Resultaten av de anonyma recensionerna står redovisade under rubrik 7.1.1 och de offentliga recensionerna står redovisade under 7.1.2.

Tabellerna 3–8 redogör för respektive textanalys av respektive recensent där det också går att utläsa LIX-värdet för varje recension. Därpå följer antal personliga pronomen och adjektiv som totalt går att hitta i recensionerna. Texternas vänster- eller högertyngd står antecknade som höger eller vänster. Under kolumnen för vänstertung/högertung finns även ett antal recensioner med bedömningen *balanserat*. Med balanserat menas att texten varken är vänster- eller högertung. Under 5.1. i material- och metodavsnittet finns en detaljerad beskrivning av respektive recensents skala betygssättning, som i tabell 3–8 är redovisade under bedömning. För att räkna ut och göra en jämförelse av de grammatiska företeelserna krävs en viss sammanhängd klassificering. Detta är gjort genom att anteckna totalt antal ord i texterna. Följaktligen ges möjligheten att räkna ut medelvärdet för personliga pronomen och adjektiv som står redovisat sist i varje tabell. Medelvärdet är redovisat i procent för att senare kunna göra en jämförande bedömning.

Notera att resultaten av personliga pronomen och adjektiv bör tolkas från deras medelvärde i procent och inte i efter deras totalantal då antal ord skiljer sig markant i varje recension och endast en tolkning totalantalet för personliga pronomen och adjektiv ger ett skevt utfall.

7.1.1. Anonyma recensioner

Tabellerna 3–5, de tabeller som illustrerar *de anonyma* recensionerna, visar till viss del på en korrelation mellan högt LIX-värde och en längre bedömning. Detta är något mer tydligt i tabell 3 och 5. Ett av de tydligaste generella dragen i alla 60 recensioner är deras högertyngd, endast två utmärker sig med en jämn balans av ord före och efter det finita verbet.

I tabell 3, 4 och 5 ligger medelvärdena för personliga pronomen mellan: 5–9 %, 2–5 % respektive 1–6 %. De anonyma recensionerna har därför ett samlat medelvärde gällande personliga pronomen. Totalt sett ligger medelvärdet under 10 %. Medelvärdet för adjektiv i tabell 3, 4 och 5 är: 8–15 %, 10–13 % respektive 9–18 %.

Tabell 3. Resultat av textanalys från Bongs recensioner ur Sydsvenskan

Sydsvenskan:	LIX	PP*	Adj.**	Vänstertung / Högertung	Bedömning	Totalt antal ord	Medelvärde PP* i %	Medelvärde adj.** i %
Sture	51	20	45	Höger	3	423	5	11
Klostergatans vin och delikatess	38	29	57	Höger	4	444	7	13
Västergatan	42	25	48	Höger	4	432	6	11
Johan P	40	30	58	Höger	3	465	6	12
Epicuré	50	31	65	Höger	2	441	7	15
Belle	39	40	45	Höger	3	468	9	10
Hanö	35	30	38	Höger	3	465	6	8
Kagami	43	34	40	Höger	4	470	7	9
Hao chi	41	35	56	Höger	4	460	8	12
Mutantur	40	31	41	Höger	4	456	7	9

* = Personliga pronomen

** = Adjektiv

Tabell 4. Resultat av textanalys från Krogkommissionens recensioner ur Dagens Nyheter

Dagens Nyheter:	LIX	PP*	Adj.**	Vänstertung / Högertung	Bedömning	Totalt antal ord	Medelvärde PP* i %	Medelvärde adj.** i %
Paradiso	47	31	87	Höger	4	684	5	13
Punk Royale	49	15	86	Höger	5	763	2	11
Zink Grill	48	31	72	Höger	2	650	5	11
Soyokaze	50	27	77	Höger	5	586	5	13
Sensum	47	29	76	Höger	3	693	4	11
Matateljén	44	33	74	Höger	2	759	4	10
Eatnam	44	38	71	Höger	2	736	5	10
Kvarteret	45	22	73	Höger	2	752	3	10
H.E.L.	44	35	83	Höger	2	746	5	11
Mr Voon	45	28	75	Höger	3	699	4	11

* = Personliga pronomen

** = Adjektiv

Tabell 5. Resultat av textanalys från White Guide – Mycket god klass

White Guide:	LIX	PP*	Adj.**	Vänstertung / Högertung	Bedömning	Totalt antal ord	Medelvärde PP* i %	Medelvärde adj.** i %
Björk och Bambu	56	8	27	Höger	72	212	4	13
Båthuset Krog och Bar	45	11	21	Höger	70	224	5	9
Familjen	46	4	29	Höger	71	232	2	13
Restaurang Fina Fisken	46	4	26	Höger	73	214	2	12
Kasai	47	3	26	Höger	69	226	1	12
Magnus och Magnus m2	53	12	32	Höger	71	241	5	13
Sofiero Slottsrestaurang	50	10	30	Höger	70	227	4	13
Sturehof	39	15	30	Höger	81	260	6	12
Tegelbacken	45	10	42	Höger	76	234	4	18
Villa Strandvägen	46	6	25	Höger	75	216	3	12

* = Personliga pronomen

** = Adjektiv

7.1.2. Offentliga recensioner

För *de offentliga* recensionerna som står redovisade i tabell 6, 7 och 8 är medelvärdet för personliga pronomen: 0–12 %, 4–10 % respektive 5–9 %. Sammantaget ligger de något över medelvärdet för de anonyma recensionerna.

Medelvärdet för adjektiv i tabell 6, 7 och 8 är: 7–25 % 7–11 % respektive 5–10 %. Medelvärdet för adjektiv ligger överlag högre i recensionerna av de anonyma kritikerna än de offentliga. Dock sticker tabell 6 ut med 25%.

Tabell 6. Resultat av textanalys från Anna Berghes recensioner ur Metro

Metro:	LIX	PP*	Adj.**	Vänstertung / Högertung	Bedömning	Totalt antal ord	Medelvärde PP* i %	Medelvärde adj.** i %
Raw Food House	30	3	9	Höger	Positiv	77	4	12
Hummus Bar	37	4	14	Höger	Positiv	78	5	18
Holy Smoke	32	9	10	Höger	Positiv	76	12	13
Lanthandeln i Torna Hällestad	33	4	7	Höger	Positiv	80	5	9
Lyrån	52	4	8	Balanserat	Positiv	58	7	14
Talldungens Gärdshotell	45	4	6	Höger	Positiv	83	5	7
L'enoteca	49	0	17	Balanserat/ Höger	Positiv	69	0	25
Erikstorps Kungsgård	58	1	10	Höger	Positiv	68	1	15
Franskans Crêperie	62	2	7	Höger	Positiv	68	3	10
Sötnosens Korvkafé	39	4	10	Höger	Positiv	75	5	13

* = Personliga pronomen

** = Adjektiv

Tabell 7. Resultat av textanalys från Agnes Arpi ur Göteborgsposten

Göteborgsposten:	LIX	PP*	Adj.**	Vänstertung / Högertung	Bedömning	Totalt antal ord	Medelvärde PP* i %	Medelvärde adj.** i %
Piga	39	27	24	Höger	4	433	6	10
Smaka	35	44	46	Höger	4	457	10	10
Leonardo Tapas och Lounge	37	32	33	Höger	2	450	7	7
Le pain Français	38	29	30	Höger	2	457	6	7
Restaurang Natur	40	22	32	Höger	4	436	5	7
Pinchos	44	15	38	Höger	2	425	4	9
Flying Barrel	41	28	29	Höger	3	430	7	7
The Burger	40	30	44	Höger	2	449	7	10
Bonito	43	34	38	Höger	3	449	8	8
Levant	43	22	45	Höger	4	424	5	11

* = Personliga pronomen

** = Adjektiv

Tabell 8. Resultat av textanalys från Fredric Askerup ur Göteborgsposten

Göteborgsposten:	LIX	PP*	Adj.**	Vänstertung / Högertung	Bedömning	Totalt antal ord	Medelvärde PP* i %	Medelvärde adj.** i %
Ramen Ya	43	22	40	Höger	4	487	5	8
Studio HPKSM	34	49	31	Höger	4	516	9	6
Antibarbarus	46	37	40	Höger	4	471	8	8
Taco Bar	40	36	41	Höger	2	464	8	9
Caffé Enoteca Sassi	38	44	31	Höger	4	506	9	6
Imo-Bo	44	35	35	Höger	3	494	7	7
Foodie Neo Asian Gourmet Kitchen	43	35	27	Höger	3	521	7	5
Old Corner	43	29	48	Höger	3	494	6	10
Beerista	51	26	46	Höger	3	510	5	9
Tapasbaren	52	31	41	Höger	4	471	7	9

* = Personliga pronomen

** = Adjektiv

7.2. Resultat kvalitativa intervjuer

De kvalitativa intervjuerna är gjorda med två restaurangägare: Jan Badosa, ägare av Vibliotek i Malmö samt David Ihse, ägare av Ihsiri i Lund. Badosa mottog betyget 1/5 av Sydsvenskans recensent och Ihse mottog 4/5 av Sydsvenskan. Nedan följer deras uppfattningar om respektive recensions påverkan. Frågeguiden som intervjuerna utgick ifrån finns under bilaga 2. De olika temana som är framtagna efter transkriberingen står listade här som rubriker under 7.2.1–7.2.6.

Båda restaurangägare klargjorde hur de påverkats av recensionerna, i synnerhet förändringen i antalet kunder. Ihse och Badosa menar att recensionerna fick en stor genomslagskraft när de publicerades – David Ihse påverkades positivt av den positiva recensionen och Jan Badosa påverkades negativt av den negativa recensionen. Likväl har båda restauratörer kontrasterande åsikter om restaurangkritiker. De menar att recensionerna visserligen fyller en funktion men att de även tenderar att inte ge en rättvis bedömning.

Trots att Ihse påverkats positivt och Badosa påverkats negativt är de båda samstämmiga gällande sina tankar kring anonymitet. De beskrev båda en irritation kring att de inte kan stå till svars mot kritiken. Kritiken som de får utstå är också något de allt som oftast är medvetna om.

7.2.1. Recensionernas inverkan på restaurangerna

Restaurang Ihsiri mottog betyget 4 av 5 av Sydsvenskans kritiker. David Ihse menar att det hade en stor betydelse för deras framgång:

Vi fick vår första recension efter 4–5 veckor då hade vi haft öppet, och jag tror det hade gått några veckor till innan den kom i print. Den kom fredagsmorgon och fredagslunch så blev det bara kaos. Det var så jäkla mycket folk. – David Ihse

Trots näst högst betyg i Sydsvenskan och det stora tilldraget av gäster som för en utomstående borde framstå som oerhört positivt, blev det positiva trots det något negativt.

Så det där klagade jag på till Sydsvenskan och sa att jag tyckte det var rätt dålig stil. Vill dem [Sydsvenskan] att det ska gå dåligt för oss? Eftersom de bara skickar hit massa gäster samma dag, vi hinner ju inte förbereda eller skaffa ny personal eller mer personal. Jag tror att de har övergått till att meddela att det kommer en recension på fredag, så att de [restaurangerna] vet om. – David Ihse

Restaurangkritikerna har en stor genomslagskraft som Ihse menar är det stora skälet till varför de fick många gäster på kort tid. Dock fick han utstå ett kaos för något som borde varit glädjande.

Jan Badosa fick istället ta emot en av de sämsta recensionerna Sydsvenskan har skrivit. Recensionen tog hårt på Jans ego och han förklarar att de förmodligen förlorade många kunder på den dåliga recensionen. Han menar att recension förstörde dem, i synnerhet eftersom de bara hade haft öppet i två veckor. Dock är Vibliotek idag en framgångsrik restaurang som Jan menar har återhämtat sig.

The Bong one I almost want to publish here and put it in the entrance right now, because I mean it is like, that we are actually alive after this critic, it gives us a lot of credit in a way. – Jan Badosa

7.2.2. Restaurangägarnas paradox angående recensenter

Båda intervjupersoner hade delade meningar om det positiva och det negativa kring fenomenet matkritiker och deras recensioner. De talade båda om hur viktiga matrecensioner är men påtalade samtidigt deras missnöje.

I feel paradoxical because they are really important, critics, reviews are really important. – Jan Badosa

David Ihse förklarar hur han uppfattar recensenter:

Alltså jag läser ju själv recensioner och det är ju jättebra att det finns, det är jättebra att det finns recensioner och det är ju oftast folk som är väldigt intresserade av det de recenserar och så vidare men ibland glömmar de lite bort att de inte är huvudpersonerna utan det är restaurangen de recenserar som är huvudpersonen. – David Ihse

Samtidigt som Badosa uttalar sig om hur viktiga matkritiker är finns det fortfarande ett missnöje om hur recensenterna jobbar:

Usually professional critics like Bong and everything, sometimes they are not reading between the lines about other important things, Bong came here looking and reviewing a restaurant, they are not reviewing my concept, and that is a pity. - Jan Badosa

Ihse berättar att det viktigaste är att de som recenserar har god erfarenhet och kunskap i vad de håller på med. Han uttrycker också att det finns ett behov av att kunna göra motsatta recensioner av kritikerna:

Ja, det var nån jag läste ett svar på, en krögare som hade skrivit till någon som hade gnällt och han skrev: kan inte du skriva ditt riktiga namn också som jag gör så kan jag ge dig en recension hur du är som gäst? Så kan andra restauranger se om de vill ha dig där eller inte. Ja, recensenter borde recenseras oftare. – David Ihse

7.2.3. Frustration att inte ha någon att stå till svars mot

Den största frustrationen hos både David Ihse och Jan Badosa ligger i att de inte kan försvara sig mot de anonyma recensenterna. Ihse förklarar att White Guide en gång enligt honom hade skrivit fel i en recension. I recensionen stod det att de har väldigt het mat, men Ihse förklarar att de är en av de mildaste thairestaurangerna. I detta fall kunde han ringa upp White Guide och ge sin åsikt och få en förklaring på vad som hade hänt. Tydligt hade White Guide endast skickat en person som inte visste något om asiatisk mat vilket har fått till konsekvens att David Ihse tappat sitt förtroende för en av Sveriges största recensenter. I andra fall har han inte kunnat försvara sig:

Sydsvenskan är ju anonym, där vet man inte vem han är och så och där har vi förstås fått ett bra betyg så det har ju varit kul men om vi säger att de skriver nåt som man tycker 'men det här stämmer ju inte alls', då vet jag inte vem jag ska vända mig till. Ingen behöver stå till svars, det är ju det som är det lätta med att vara anonym. – David Ihse

Jan Badosa som fick betyget 1/5 av Sydsvenskans Bong är av samma mening:

When it comes to this Bong thing, I mean someone that is not a person, some like channel, it has so much relevance and everything being able to and not being able to say to or to talk with, and they can write just whatever they want without double checking without doing anything, I think it's totally wrong, it's not a conversation just an opinion. – Jan Badosa

Badosa menar att det inte sker någon konversation mellan restaurangägare och anonyma recensenter. Likt Ihse påtalar Badosa hur viktigt det är att kunna försvara sig och framförallt förklara varför något inte är bra. När han får recensioner på Trip Advisor svarar han alltid, ber ofta om ursäkt för det som inträffat och förklarar skälet som låg bakom varför kunden är missnöjd.

7.2.4. Kritiken är något som restauratörerna ofta redan är införstådda med

På frågan om de någon gång har ändrat något på restaurang Ihsiri efter en recension svarar Ihse att ja det har de, men det var på gång ändå. När Sydsvenskan påtalade att deras restaurang hade en dåligt ölutbud så var planen redan att ta in fler ölsorter, men att de kanske tog i lite extra med att skapa ett bättre ölutbud, just eftersom Sydsvenskan hade kommenterat det. Båda restaurangägare hävdar tydligt att de var medvetna om sina brister och att det i båda fallen var i görningen.

Och där [i recensionen] stod det att de tyckte vi hade ett dåligt ölutbud, men jag tror han skrev att det nog kommer rätta till sig sen och det har det ju gjort. Vi har ju bra med öler. Bra med bra öler till och med, men det hade nog ändrats ändå men sen eftersom han skrev det så blev det kanske så att vi tog i lite extra just där. Så nu har vi väl en 16–20 olika sorters öl, det är ganska mycket för en restaurang. Men det var ändå på gång. – David Ihse

Enligt Badosa på Vibliotek är de även där medvetna om vad som behöver förändras:

No, I was changing, I was changing the menu and service, but it was already in the first-year plan to do this, I mean if they never came I would have done the same thing, the critic never gave me anything to change. – Jan Badosa

7.2.5. Restauratörernas förväntningar från matrecensenter

David Ihse tydliggör vikten av att de som recenserar har god kunskap inom mat- och restaurangområdet. Han förklarar på följande sätt sina förväntningar på en recensent:

Det är väl dem [läsaren] man ska skriva för men jag tycker man ska visa nån form av hänsyn mot dem man recenserar också, man får inte bara klampa in. Och du måste skriva sakligt och korrekt och ha viss kunskap i det du skriver om och så vidare, det blir ju fel om man inte kan nåt om det man recenserar, om jag hade gått och ätit, vi säger att jag aldrig har druckit kaffe i hela mitt liv, hade jag fått en kopp kaffe hade jag tyckt att den var jätteäcklig. Då är det ju inte jag som ska recensera kaffe. Jag hade ju bara tyckt om kaffe om det var mycket is och glass i den. – David Ihse

Ihse berättar att han är belåten med Sydsvenskans betyg på deras restaurang och han inte förväntar sig varken mer eller mindre.

Jag tycker vi är en fyra av fem. Och då är det ju jättebra att recensenter skriver så inte folk får för sig att komma hit och vi är en femma för vi har inte hundra olika

fantastiska viner och vi har inte vit skjorta och fluga och så utan här är mer avslappnat, familjärt. Fyra är rätt. – David Ihse

Här ponerar Ihse att en restaurang måste vara av det finare slaget för att kunna få högsta betyg i en recension. Han menar att eftersom de är en mer avslappnad restaurang kan de inte få en femma.

Jan Badosa framhåller också att anonyma recensenter inte bedömer restauranger för deras koncept. Han menar att i deras fall har restaurang Vibliotek inga ambitioner att vara en ”fine-dining-restaurang” och att de därför blivit orättvist bedömda.

Bong came here looking and reviewing a restaurant, they are not reviewing my concept, and that is a pity. – Jan Badosa

7.2.6. De egentliga kritikerna som spelar roll

Badosa menar att de viktigaste kritikerna en restaurang har är gästerna och de 1500 kunder han har per vecka är detsamma som 1500 kritiker. Han menar att det är med dessa människor han kan ha den konversation som inte går att ha med professionella matkritiker. Det är dessa kritiker som gör att hans restaurang kan förbättras:

Let's check it. Let's eat them and be critical. Are they dry? Yea maybe they are too dry. Okay let's put more sauce and put it in the oven with the vapor for 3 minutes instead of 5 minutes. Let's improve ourselves. – Jan Badosa

Det är också på grund av gästerna som Badosas restaurang fortfarande går bra trots den negativa kritiken i Sydsvenskan. Jan förklarar vidare att det inte är de professionella matkritikerna som ger fler kunder utan det är när en gäst haft en bra upplevelse.

The most important thing is the word of mouth. – Jan Badosa

8. Diskussion

8.1. Diskussion – kvantitativt resultat

De kvantitativa resultaten av denna studie tyder på att det finns språkliga och grammatiska skillnader mellan anonyma och offentliga matrecensenter genom att särskilt analysera personliga pronomen och adjektiv. I de anonyma recensenternas texter kan man även utläsa en skillnad mellan de positiva och negativa recensionerna då de negativa recensionerna tenderar att vara mer svårlästa. Det finns även en viss möjlighet att dessa skillnader i språket är påverkade av det Tellström (2013) framkom med i sin studie. Tellström (2013) förklarar att de offentliga kritikerna är de enda av matmatkritiker som får betalt för sitt arbete. Möjligen påverkas de kritiker som offentligt skriver ut sina namn och dessutom får betalt för sitt arbete att skriva med ett enklare språk och inte sväva ut i målände beskrivningar. Ytterligare ett skäl till att de offentliga kritikerna är mer försiktiga i sitt språk kan bero på att de är kontaktbara och på så sätt vill skydda sig mot eventuella motanklagelser från restauranger.

I resultaten från den kvantitativa studien går det att följa en viss trend. Trenden hos många av de anonyma recensenterna är att ju lägre rankad restaurangen är desto högre är LIX-värdet, det vill säga svårläsbarheten i texten. I tabell 3 som redovisar för Sydsvenskans resultat sticker två recensioner ut med högst LIX-värde, 50 respektive 51. Enligt tolkningen av dessa LIX-värden som går att utläsa i tabell 2 motsvarar deras läsbarhet *Svår, normalt värde för officiella texter*. Dessa recensioner är även de som har blivit bland de lägst rankade av Bong med bedömningar på 2 och 3. Dock ligger en annan recension med bedömningen 3 på en lågt LIX-värde på 35, som tolkas som *lättläst, skönlitteratur, populärtidningar*. I tabell 4 går inte samma trend att följa, att ju lägre betyg desto högre LIX-värde. Dock återkommer trenden i tabell 5 där majoriteten av recensionerna ligger på relativa höga LIX-värden med approximativt liknade bedömningar. Den recension som profilerar sig är recensionen för Sturehof som blivit högst rankad av White Guide men som för White Guide har ett påfallande lågt LIX-värde på 39. Alltså är den högst betygsatta restaurangen även den vars recension är mest lättläst.

Gällande de *offentliga* recensionernas är tolkningen något mer ojämn. Exempelvis sticker Franskans Crêperie i tabell 6 ut med ett extremt högt LIX-värde på 62. Detta har

sin förklaring i att hela recensionen endast består av två långa meningar, något som gör att LIX-värdet dras upp markant. De stora ojämnheter i LIX-värdet i tabell 6 kan bero på att de är de kortaste recensionerna med omkring 60–70 ord. Trenden att skriva mer lättläst när det är en högre rankad restaurang är inte direkt återkommande i tabell 7 och 8. Till skillnad från de anonyma recensenterna verkar alltså inte de offentliga recensenterna ändra sitt språk beroende på om de gillar restaurangen eller inte. Deras LIX-värde varierar lika mycket som deras betygsättningar.

Sturehof är högst rankat i tabell 5 med ett högre antal personliga pronomen. Förutom det högre antalet personliga pronomen tilltalar restaurangen också vid namn hela sex gånger. Något som inte noterats görs av övriga anonyma recensenter. Hänger antalet gånger man väljer att använda personliga pronomen och att vara personlig i sin text som att tilltala restaurangen vid namn ihop med att de skattade restaurangen högt? Ger god mat och bra service en mer personlig text? Ett bra restaurangbesök verkar kunna få till följd att man blir berörd på ett personligt plan och på så sätt också väljer att använda fler personliga pronomen. Hellspong & Ledin (1997) tar upp användandet av personliga pronomen som förutom att skapa mer personlighet i en text också bidrar med förtroende. Det går att utläsa i tabellerna att de anonyma kritikerna i regel använder färre personliga pronomen än de offentliga kritikerna. Göteborgspostens recensioner sticker ut med en hög användning av det personliga pronomenet *jag*. Det var inte återkommande i några av de andra recensionerna som istället använde *de*, *dem* och *oss* genomgående.

Förutom läsbarhetsindexet som är ett sätt att tolka läsbarheten i en text menar Hellspong och Ledin (1997) att man kan studera meningars vänster- eller högertyngd. I tabell 3–8 är det tydligt majoriteten av recensionerna är högertunga. Det betyder enligt Hellspong & Ledin att de är mer lättlästa. Enbart 2 av 60 recensioner har en balans mellan att vara höger- och vänstertunga. Det kan återigen bero på att Anna Berghes recensioner i tabell 6 är av det mer korta laget.

Hellspong och Ledin (1997) tar upp att användandet av adjektiv i en text gör den mer målande och värderande. Adjektiv blir på så sätt en viktig del i att recensera eftersom det subjektivt lägger fram kritikernas åsikt. De anonyma kritikerna utmärker sig genom att de har en högre procentandel adjektiv jämfört med de offentliga kritikerna. Detta konfirmerar att anonyma kritiker är mer målande i sin recensioner jämfört med offentliga kritiker.

Gällande metoden för framtagningen av recensionerna tillämpades till en början klusterurval genom att i första steget välja ut vilka tidningar och recensenter som skulle analyseras. Det beslutades att detta var bästa sättet på grund av ett antal orsaker. Framför allt är de offentliga matkritikerna mer undantagsmässiga än anonyma. Det fanns därför inte någon större tillgång till just de offentliga kritikerna. Ytterligare ett skäl till att ett klusterurval var lämpligt som förstasteg i urvalet beror på tillgången till artiklarna. Flera tidningar och publicerade recensioner krävde inloggning eller medlemskap för att få tillgång till recensionerna. Därutöver fanns ett intresse för att analysera de omnämnda recensionerna i artikeln ur Sydsvenskan. Ett annat problem med urvalet var att alla recensioner inte var samlade på ett ställe. De flesta recensioner gick att tillgå i mediearkivet men exempelvis fanns inte White Guides artiklar där. Dessa hämtades därför direkt via deras hemsida. Då White Guide har en rankingindelning på deras hemsida från: *global mästarklass, mästarklass, mycket god klass, god klass* och *också rekommenderad* togs ett beslut om ifall alla skulle beräknas in i urvalet eller endast en klass. Det beslutades att då de övriga recensenterna recenserar någon slags mellanklass av restauranger skulle även White Guides mellanklass vara den som analyserades. Detta för att alla restauranger i analysen skulle tillhöra en ungefärlig klass. Ett av problemen med materialet är att det inte ger en helt överskådlig syn över läget i Sverige då de flesta recensenterna har varit fokuserade i södra Sverige. Däremot ger de en nulägesbild över södra Sveriges restauranger och recensenter samt en analys över en av Sveriges största restaurangkritiker – White Guide.

Gällande de etiska aspekterna kring den kvantitativa undersökningen finns det inte mycket att kommentera då analysen har skett på texter och inte på människor. Värt att kommentera är ändå att en språklig analys av en text självfallet kan tas personligt då det alltid finns en person bakom varje ord, särskilt då hälften av de analyserade texter är publicerade med namn. Det är alltså av största vikt att styrka att en text är helt fränkopplad personen och att ingen värdering av människan bakom är gjord.

Angående metoden för själva textanalysen kan den ha påverkats av den mänskliga faktorn. LIX-värde och antal ord är beräknat i ett program men då både de personliga pronomen och adjektiven är manuellt räknade finns det en viss risk för ett visst bortfall. Vidare studier att göra inom området hade varit att göra en djupare textanalys och studera ett bredare antal recensenter.

Då det pågått en debatt i 200 år om behovet av restaurangkritiker är det uppenbart hur detta har relevans inom mat- och måltidsvetenskap. En analys av de faktiska språkliga skillnaderna mellan anonyma och offentliga kritiker kan förhoppningsvis sprida ett nytt ljus över recensenternas innebörd.

8.2. Diskussion – Kvalitativt resultat

Både Lane (2013) och Surlemont & Johnson (2005) har i sina studier visat på positiva förändringar i lönsamheten vid mottagandet av en eller flera stjärnor i Michelinguiden. På vilket sätt respektive restaurang har påverkats ekonomiskt framgår inte av den kvalitativa undersökningen i denna studie. Dock förklarar både David Ihse och Jan Badosa hur de har märkt skillnad i antal gäster. Det blir framförallt tydligt i David Ihses fall för restaurang Ihsiri då han beskriver skillnaden som ett "kaos" från en dag till en annan. Den positiva recensionen om deras restaurang påverkade tydligt antal kunder som kom till restaurangen och han beskriver att efter recensionen så är det i princip alltid fullt inne i restaurangen. För Jan Badosas var den dåliga recensionen i Sydsvenskan ett bakslag. I intervjun beskriver han hur dåligt det gick för restaurangen direkt efter recensionen, men att det sen vände. I båda restaurangers fall har det tydligt påverkat restaurangen. För Jan Badosas del påverkades inte bara hans verksamhet utan även hans ego och rykte.

Dock verkar båda restaurangägarna ha en slags uppfattning om att anonyma kritiker bedömer restaurangen efter antal vita dukar och prisklass. Båda Ihsiri och Vibliotek antar att matkritiker ska bedöma dem som om de vore "fine dining-restauranger", detta trots att Bong själva har gått ut med att de bedömer restauranger efter vad restaurangerna själva bygger upp för förväntningar. I Yifter-Svenssons intervju (2017, 16 januari) med Bong förklarar de att bedömningen sker baserat på restaurangens egna kriterier och ambitioner. För att undvika missförstånd vore det kanske till kritikernas fördel om de gick ut med sin betygsskala och förklarade den tydligare. Då hade antagligen missnöjet om att inte bli bedömd för sitt koncept undvikits. Dock visar Titz, Lanza-Abott och Cruz (2004) studie på att restaurangkritiker faktiskt inte bedömer helheten utan fokuserar på maten och miljön. De fokuserar sällan på service och prisvärdhet. Det fokuseras endast på enligt Titz, Lanza-Abott och Cruz (2004) om det har varit överträffande bra eller dåligt.

Jan Badosa tar vidare upp betydelse av gästernas åsikter. För honom väger de åsikterna tyngre än någon kritikers. Kanske ligger det något i hans uttalande om att alla hans gäster är de viktigaste kritikerna eftersom Badosas restaurang har fortsatt att gå med framgång trots den negativa kritiken hans restaurang mottog. Trots kritiken har alltså betydandet av mun till mun haft större betydelse i slutändan än den negativa recensionen. Detta är något även Tellström (Ringdahl, 2011, 31 oktober) menar stämmer då han skriver att krogkritik är mer som underhållning och att han hellre lyssnar till en väns åsikt.

Båda recensioner har visat sig ha både positiva och negativa effekter på sina mottagares restauranger. Förmodligen vilar en restaurangs framgång och rykte inte endast på en kritikers åsikt. Det vilar istället på gästernas åsikter och upplevelser från sitt besök. En restaurangägare behöver därför ej misströsta helt efter en dålig bedömning. Kanske handlar det om en balans mellan att få en bra recension men också nöjda gäster. En bra recension kan leda till något dåligt och en dålig recension kan leda till något bra.

Det egentliga behovet av matrecensioner verkar delvis alltså ligga i att skapa en underhållande text snarare än att ge råd om restauranger. Restauranger hade likväl klarat sin marknadsföring med enbart ”word-to-mouth-principen” eller recensioner på sociala medier. En fråga att ställa sig är också om recensioner verkligen är relevanta? I dagens samhälle recenseras allt från toaletter till konst dock med ett brett spektrum av experter inom området. För vem är recensionerna egentligen viktiga? Vid varje utgång i Coops butiker sitter knappar med smileys på för att bedöma kvaliteten på upplevelsen i butiken. Liknande finns i flera bussar för att bedöma chaufförens bemötande. På Facebook går det att fylla i hur många stjärnor platser, restauranger eller frisörer gör sig förtjänta av enligt vederbörande. Även Google ber om ens bedömning vare sig det är efter en handling på ICA eller ett besök på Centralstationen. Recensioner har uppenbart något för människan ett påtagligt betydande värde.

En av de etiska aspekterna och lärotillfällena med den kvalitativa undersökningar har varit att utföra intervjuer med människor inom matbranschen. Etiska aspekter såsom att välja om de vill ställa upp med namn, ljudinspelningar och dylikt har behandlats med respekt för intervjupersonen.

Då materialet för den kvalitativa studien inte är inhämtat slumpmässigt ger det inte en helt representativ bild. Likväl fyller de två informanterna en mättnad i sina svar och mest intressant har varit att efterforska vad de anser om recensenter ett och ett halvt år efter att

Sydsvenskan intervjuat dem om liknande företeelser. Intervjuerna har genomförts med hjälp av inspelningsutrustning samt en frågeguide. Guiden fungerade väl och fyllde snabbt de svar som studien hade i syfte att undersöka.

8.3. Gemensam diskussion

Studien har stor relevans inom mat- och måltidsområdet då restaurangindustrin är en stor del av matkulturen i Sverige. Undersökning ligger inom matområdet eftersom hela Sverige som matland påverkas om restauranger läggs ner. Detta påverkar framför allt hur restaurangägare men sedan i sin tur deras besökare. Debatten som har pågått angående att restauranger har behövt stänga ner eller har förlorat kunder på grund av en negativ recension har varit aktuell sedan 1800-talet men blev högaktuell i Skåne igen förra året.

Vidare studier som skulle varit intressanta att undersöka är hur professionella recensioner skiljer sig gentemot recensioner från privatpersoner. Väger exempelvis åsikten från 1 matkritiker tyngre än 1000 personers på Trip Advisor? Ett uppslag för ny forskning blir därför att jämföra hur professionella matkritikers recensioner står sig i samband mot gästernas åsikter. Ytterligare ett intressant uppslag inom detta forskningsområde hade varit att göra internationella jämförelser eftersom de flesta länder har offentliga matkritiker till skillnad från Sverige.

Denna studie bekräftar tidigare studier om att restauranger påverkas av recensioner och visar även de språkliga skillnaderna mellan olika kritikers texter. Det finns språkliga faktorer såsom personliga pronomen, adjektiv och läsbarhet som enligt resultaten i denna studie visar på att de anonyma recensenternas texter är mer svårlästa och målande och därmed bevisar att språket i en recension påverkas av anonymiteten. Anonymiteten påverkar inte bara språket i texten utan upplevs också av restaurangägarna som något störande och irriterande. Problematiken kring anonymitet är alltså stor och något som denna studie lyfter. Denna studien bidrar därför till debatten genom att den förenar språkvetenskapen med måltidsvetenskapen för att ge en illustrativ bild av vad anonymiteten innebär. Det sätt som kritikerna uttrycker sig på påverkar i allra högsta grad, både positivt och negativt, de restaurangägare som tar emot kritiken.

9. Slutsats

Slutsatsen av denna studie är att det finns språkliga skillnader mellan anonyma och offentliga recensioner på så sätt att de anonyma är mer svårlästa och har mer målande beskrivningar med hjälp av adjektiv. Om skillnaderna beror på att värna om sig själv eller det faktum att de mer lättlästa recensionernas skribenter får betalt för sitt arbete är svårt att uttala sig om, men tydligt är att skillnaderna finns. En annan slutsats av studien är att det egentligen är svårare att skriva om något som är positivt än negativt då resultaten pekar på att de positiva recensionerna generellt är mer lättlästa.

Av denna studies forskningsresultat framgår det också att restauranger påverkas av recensionerna. Restauranger påverkas antingen negativt eller positivt beroende på recensentens bedömning, men framförallt påverkas restaurangägarna av de anonyma kritikerna eftersom de upplever att de inte kan försvara sig. Den debatt som har pågått under flera års tid är med andra ord alltså inte förkastlig och bör analyseras vidare för att belysa problemen med anonymitet.

10. Referenser

- Anthelme Brillat-Savarin. (2018). I ne.se. Hämtad 10 april, 2018, från <https://www-ne-se.ezproxy.hkr.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/anthelme-brillat-savarin>
- Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. (2., [rev.] uppl.) Malmö: Liber.
- Cotter, M. and Snyder, W. (1998). How guide books affect restaurant behavior. *Journal of Restaurant & Foodservice Marketing*, 3(1) 69-75, doi: [10.1300/J061v03n01_05](https://doi.org/10.1300/J061v03n01_05)
- Hellspong, L. & Ledin, P. (1997). *Vägar genom texten: handbok i brukstextanalys*. Lund: Studentlitteratur.
- Josefsson, G. (2010). *Svensk universitetsgrammatik för nybörjare*. (2. uppl.) Lund: Studentlitteratur.
- Kritiker. (2018). I svenska.se. Hämtad 23 april, 2018, från <https://svenska.se/tre/?sok=kritiker&pz=1>
- Lane, C. (2013). Taste makers in the “fine-dining” restaurant industry: The attribution of aesthetic and economic value by gastronomic guides. *Poetics*. 41 (4). Från https://www-sciencedirect-com.ezproxy.hkr.se/science/article/pii/S0304422X13000387?_rdoc=1&fmt=high&origin=gateway&docanchor=&md5=b8429449ccfc9c30159a5f9aeaa92ffb
- Läsbarhetsindex. (2018). I ne.se. Hämtad 27 april, 2018, från <https://www-ne-se.ezproxy.hkr.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/l%C3%A4sbarhetsindex>
- Personliga pronomen. (2018). I ne.se Hämtad 27 april, 2018, från <https://www-ne-se.ezproxy.hkr.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/personliga-pronomen>
- Recensent. (2018). I svenska.se. Hämtad 23 april, 2018, från <https://svenska.se/tre/?sok=recensent&pz=1>

- Ringdahl, L. (2011, 31 oktober). Kulturkrock i krogkritiken. *Svenska Dagbladet*. Hämtad från <https://www.svd.se/>
- Surlemont, B., & Johnson, C. (2005). The role of guides in artistic industries: The special case of the "star system" in the haute-cuisine sector". *Managing Service Quality: An International Journal*, 15(6) 577-590, doi: [10.1108/09604520510634032](https://doi.org/10.1108/09604520510634032)
- Söderlund, A. (2017, 30 juni). Hemlig spion sågar Jönköpings restauranger. Hämtad från <https://jonkoping.etc.se/>
- Tellström, R., (2013.) Restaurangkritiken; gastronomins anonyma text. I K. Thurfjell, (Red.), I: *Gastronomisk kalender 2013*. (s. 143–150). Stockholm: Norstedts.
- Titz, K., Lanza-Abbott, J. & Cruz, G. C.y. (2004). The anatomy of restaurant reviews. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 5 (1) 50-58, doi: [10.1300/J149v05n01_03](https://doi.org/10.1300/J149v05n01_03)
- Vetenskapsrådet (2017). *God forskningssed [Elektronisk resurs]*. (Reviderad utgåva). Stockholm: Vetenskapsrådet.
- Vetenskapsrådet (2002). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Stockholm: Vetenskapsrådet.
- Williamson, D., Tregidga, H., Harris, C. & Keen, C. (2009). The working engines of distinction: discourse for main course in restaurant reviews. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16, 55-56, doi: <https://doi.org/10.1375/jhtm.16.1.55>
- Yifter-Svensson, F. (2017, 16 januari). Smaka på den – så mycket makt har krogkritikerna. *Sydsvenskan*. Hämtad från <https://www.sydsvenskan.se/>

11. Bilagor

11.1. Bilaga 1.

Sökning i mediearkivet: sydsvenskan. Datum: efter... 2016-01-01

Utökad sökning:

alla dessa ord: bong

Exakta frasen: Bongrecensioner

Tillgängliga recensioner: 2018, 14 st.; 2017, 49 st.; 2016, 45 st.

Slumptal gjort i Excel: =SLUMP.MELLAN (nedre; övre)

Tabell 9. *Slumpmässigt framtagna artiklar från Sydsvenskan - Bong*

SLUMPTAL	NAMN PÅ RESTAURANG	DATUM FÖR RECENSIONER
3	Sture	2016-01-22
9	Klostergatans vin och delikatess	2016-03-04
12	Västergatan	2016-04-01
29	Johan P	2016-08-19
52	Epicuré	2017-02-24
74	Belle	2017-08-04
86	Hanö	2017-11-03
98	Kagami	2018-01-26
100	Hao chi	2018-02-09
107	Mutantur	2018-03-30

Sökning i mediearkivet: dagens nyheter. Datum: efter... 2016-01-01

Utökad sökning:

alla dessa ord: krogkommissionen

Exakta frasen: Veckans krogtest

Tillgängliga recensioner: 2018, 1 st.; 2017, 44 st.; 2016, 46 st.

Slumptal gjort i Excel: =SLUMP.MELLAN (nedre; övre)

Tabell 10. *Slumpmässigt framtagna artiklar från Dagens Nyheter – Krogkommissionen*

SLUMPTAL	NAMN PÅ RESTAURANG	DATUM FÖR RECENSIONER
4	Paradiso	2016-02-12
14	Punk Royale	2016-04-08
41	Zink Grill	2016-11-25
53	Soyokaze	2017-02-17
56	Sensum	2017-03-03
60	Matateljén	2017-03-24
67	Eatnam	2017-05-19
78	Kvarteret	2017-10-06
81	H.E.L.	2017-10-20
91	Mr Voon	2018-02-09

Sökning i White Guide: mycket god klass.

Slumptal gjort i Excel: =SLUMP.MELLAN (nedre; övre)

Tabell 11. *Slumpmässigt framtagna artiklar från White Guide – Mycket god klass*

SLUMPTAL	NAMN PÅ RESTAURANG	DATUM FÖR RECENSIONER
21	Björk och Bambu	-
35	Båthuset Krog o Bar	-
57	Familjen (poäng: 71)	-
62	Restaurang Fina fisken	-
104	Kasai	-
119	Magnus och Magnus m2	-
182	Sofiero Slottsrestaurang	-
198	Sturehof	-
212	Tegelbacken	-
234	Villa Strandvägen	-

Sökning i mediearkivet: metro – Skåne. Datum: efter... 2016-01-01

Utökad sökning:

alla dessa ord: guldgloben

Exakta frasen: Anna Berghe

Tillgängliga recensioner: 2018, 0 st.; 2017, 17 st.; 2016, 0 st.

Slumptal gjort i Excel: =SLUMP.MELLAN (nedre; övre)

Tabell 12. *Slumpmässigt framtagna artiklar ur Metro – Anna Berghe*

SLUMPTAL	NAMN PÅ RESTAURANG	DATUM FÖR RECENSIONER
3	Raw Food House	2017-01-27
5	Hummus Bar	2017-01-27
7	Holy Smoke	2017-01-27
8	Lanthandeln i Torna Hällestad	2017-01-27
10	Lyran	2017-01-27
11	Talldungens Gårdshotell	2017-01-27
14	L'enoteca	2017-03-17
15	Erikstorps kungsgård	2017-04-13
16	Franskans crêperie	2017-04-13
17	Sötnosens korvkafé	2017-04-13

Sökning i mediarkivet: göteborgs-posten. Datum: efter... 2016-01-01

Utökad sökning:

alla dessa ord: krogkollen

Exakta frasen: Agnes Arpi

Tillgängliga recensioner: 2018, 18 st.; 2017, 60 st.; 2016, 60 st.

Slumptal gjort i Excel: =SLUMP.MELLAN (nedre; övre)

Tabell 13. *Slumpmässigt framtagna artiklar ur Göteborgsposten – Agnes Arpi*

SLUMPTAL	NAMN PÅ RESTAURANG	DATUM FÖR RECENSIONER
2	Piga	2016-01-08
14	Smaka	2016-04-01
16	Leonardo Tapas och Lounge	2016-04-15
19	Le pain Français	2016-04-29
21	Restaurang Natur	2016-05-13
30	Pinchos	2016-06-24
74	Flying Barrel	2017-03-10
100	The Burger	2017-09-01
122	Bonito	2018-01-19
134	Levant	2018-01-05

Sökning i mediearkivet: göteborgs-posten. Datum: efter... 2016-01-01

Utökad sökning:

alla dessa ord: krogkollen

Exakta frasen: Fredric Arpi

Tillgängliga recensioner: 2018, 18 st.; 2017, 60 st.; 2016, 60 st.

Slumptal gjort i Excel: =SLUMP.MELLAN (nedre; övre)

Tabell 14. *Slumpmässigt framtagna artiklar ur Göteborgsposten – Fredric Askerup*

SLUMPTAL	NAMN PÅ RESTAURANG	DATUM FÖR RECENSIONER
10	Ramen Ya	2016-03-25
24	Studie HPKSM	2016-05-20
31	Antibarbarus	2016-08-05
37	Taco Bar	2016-09-02
48	Caffé Enoteca Sassi	2016-10-28
92	Imo-Bo	2017-06-09
97	Foodie Neo Asian	2017-08-11
102	Old Corner	2017-09-08
127	Beerista	2018-02-09
133	Tapasbaren	2018-02-23

11.2. Bilaga 2

Intervjufrågor:

Berätta om hur du tänker kring matrecensioner?

Hur upplever du skillnader mellan olika professionella recensenter som är anonyma eller offentliga?

Hur upplever du recensionernas sanningsgrad?

Hur upplever du att recensionerna stämmer in för andra restauranger?

Har ni någon gång ändrat på något efter en recension? Vad i så fall?

Hur rättvisa tycker ni att recensenterna är i sina bedömningar?

Hur anser du att recensionernas genomslagskraft är? Har de någon inverkan?

Har du någon särskild upplevelse kopplad till recensioner?

Vilka skillnader kan ni märka i recensioner beroende på att recensenten är anonym eller offentlig? Exempelvis hur de uttrycker sig och om någon är mer målande i sina bedömningar än den andra?

Läser ni själva recensioner i egenskap som privatperson? Hur tänker ni? Vem tror du läser recensionerna? För vem spelar recensionerna roll?

Har ni påverkats av ytterligare recensioner? Hur?

Hur ser det ut idag flera år senare? Påverkas ni än idag av recensionen i sydsvenskan?