

Digital fodboldfankultur

Digital mediekultur forår 2010

af:

Buster Nielsen / buni@itu.dk / 280685

Daniel Grastveit / dagr@itu.dk / 241087

Hans Peter Loessl / hpml@itu.dk / 060581

Peter Hansen Jørgensen / phjo@itu.dk / 310182

Thomas Redder / thre@itu.dk / 170787

Kursusansvalig: Lisbeth Klastrup

Hjælpelærer: Rikke Thomsen

Link til digital udgave:

<http://uthaya.com/mix/Synops-Digital-fodboldfankultur.pdf>

Indholdsfortegnelse

Indledning	3
Problemformulering	3
Hypoteser	3
Teori og begreber	4
Metode	5
Præsentation af data	6
Emneuddeling	7
Litteraturliste	9

Indledning

Fodboldfankultur har i takt med internettet og online sociale netværks opblomstring gennemgået en udvikling. Dette indebærer flere aspekter såsom geografisk uafhængighed og brugergenereret data. Vi vil igennem en kvantitativ spørgeskemaundersøgelse og kvalitative analyser undersøge hvordan FCK-fans bruger FCKFC.dk og Sidelinien.dk. Dette indebærer desuden overvejelser omkring hvordan digitale medier påvirker sportsfankulturen, om de er med til at ændre det at være fan af en fodboldklub, og om de digitale medier har nogen indflydelse på den eksisterende foldboldfankultur? Det vil dertil være interessant at drage paralleller mellem sportsfankultur og andre former for fankultur, for at undersøge hvilke faktorer der vægter højest i de pågældende kulturer og hvor de adskiller sig.

Problemformulering

- Hvordan påvirker FCKFC.dk FCK-fans?
- Ændre online sociale netværk, herunder FCKFC.dk, måden man er fan på?

Hypoteser

- Internettet - som digitalt medie - ændre måden man er fan på. Ved at fjerne fysiske og tidslige begrænsninger øger det fankulturens tilgængelighed.
- Sidelinien.dk - som online socialt netværk - påvirker derved FCKs fodboldfankultur på en positiv måde.
- Med foraer og fan-sites er der blevet nemmere for fans, at organisere sig og tage aktivt del i skabelsen af hvad det vil være fan af en bestemt fodboldklub.

Teori og begreber

I teksten Community (Dean 2000) beskriver Jodi Dean forskellige aspekter af web-baseret kommunikation og hvordan dette har udviklet sig med tiden. Hun knytter ordene feeling, emotion og effect til online sociale netværk, og beskriver hvad et sådan socialt netværk yderlige kendetegnes ved. Dette danner grundlag for en analyse af de sociale samspil på FCKFC.dk samt Sidelinien.dk. Teksten berører desuden faktorer som proximity, profession og affliction. Det vil i denne sammenhæng være interessant at belyse om interesse underkender fysisk tilgængelighed. Dette er et emne som også berøres i Living and Learning with New Media af Ito og Horst m.fl., som derfor fordelagtigt kan indrages.

Ifølge José van Dijck er deltagelse på UGC sider (user generated content sites), såsom Sidelinien.dk under FCKFC.dk, ikke ensbetydende med aktiv bidragelse. Han henviser bl. a. til C. Arthur som mener at hvis man har en gruppe på 100 personer der bruger et site, så vil kun 1 af dem skabe indhold. 10 af dem vil interagere med indholdet, som f. eks. at kommenterer, mens de sidste 89 bare er beskuer.

Van Dijck henviser samtidig også til en amerikansk undersøgelse, kaldet deltagerstigen. Undersøgelsen viser de forskellige niveauer af deltagelse og hvor stor en procentdel af brugerne der er på de givne niveauer. Hvis man tager udgangspunkt i de passive beskuerer og de inaktive brugere, i denne undersøgelse, kan man se at over 80 % af brugerne ikke bidrager med indholdet ikke langt fra C. Arthurs 89 %.

Med disse teorier i baghovedet kunne det være sjovt at se om brugerne af sidelinien.dk på FCKFC.dk passer på disse tal. Da mange fodboldfans ikke kun ser kampene i TV men også engagerer sig, i såvel, både ude- og hjemmekampe kunne en hypotese være at, brugerne af sidelinien.dk er mere aktive end brugerne på andre UGC sider.

"A collective of people organized socially around their shared appreciation of pop culture object or objects" (Baym, 2007, p.2) Har vi fremsat denne hypotese om fansene af FCKFC og Sidelinien.dk, "Med foraer og fan-sites er der blevet nemmere for fans, at organisere sig og tage aktivt del i skabelsen af hvad det vil være fan af en bestemt fodboldklub" Ito og Horst m.fl. har fremsat følgende motivationer for at være deltager i online fankulturer, hvor vi antager at fansene primært er interest-driven, men kan heller ikke udelukke friendship-driven, som mulig motivation. Derfor er de begge relevante at inddrage. Om fans i online communities siger Jenkins endvidere følgende: "A participatory culture is also one in which members believe their contributions matter, and feel some degree of social connection with one another" (Jenkins, H.), hvilket også bakker godt op

om hypotesen, og om interest – driven, som primære motivationsfaktor, men lægger også op til at motivationen kan være friendship - driven.

Wellman beskæftiger sig først og fremmest med fællesskaber der skabes omkring områder af fælles interesse. Disse interesse-baserede fællesskaber, kan være med til at skabe en fælles identitet, hvilket skaber et bånd mellem medlemmerne (Wellman, XXXX). Wellman skelner mellem varierende intensitet i disse fællesskaber, og taler om at båndene der dannes heraf, kan være stærke eller svage.

Et svagt bånd kan eksempelvis, og vil ofte være, i form af en forbindelse mellem individer via et virtuelt community, svarende til FCKFCs online community. I communityet kan de svage bånd være baseret primært på en fælles interesse, og den fælles identitetsfølelse heraf. De svage bånd kan imidlertid ligge til grund for muligheden for at mobilere et communitys medlemmer omkring den fælles interesse. I FCK Fan Club er et godt eksempel på dette, når der via websitet planlægges ture eller lignende, med det formål at få medlemmerne til fysisk at møde op, og støtte FCK.

Wellman taler om at udvekslingen af information omkring, og support af, en fælles interesse, giver individerne en følelse af tilhørsforhold ("belonging"), og at dette ikke er fysisk betinget, hvilket afspejler sig i brugeres tilførelse til online communities som f.eks. FCKFC.

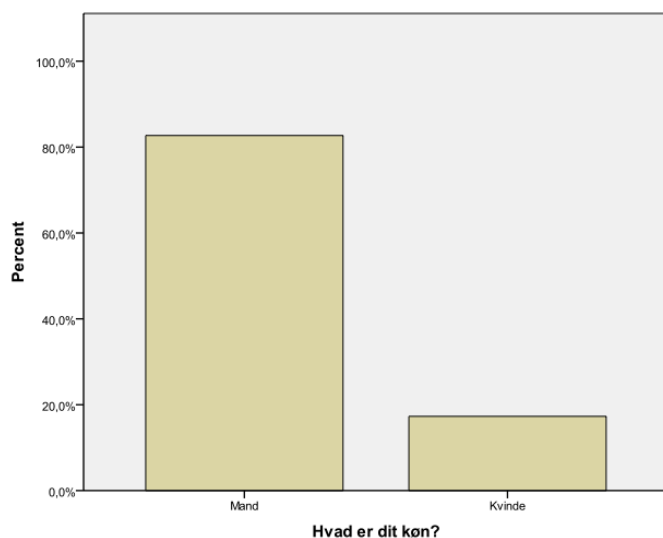
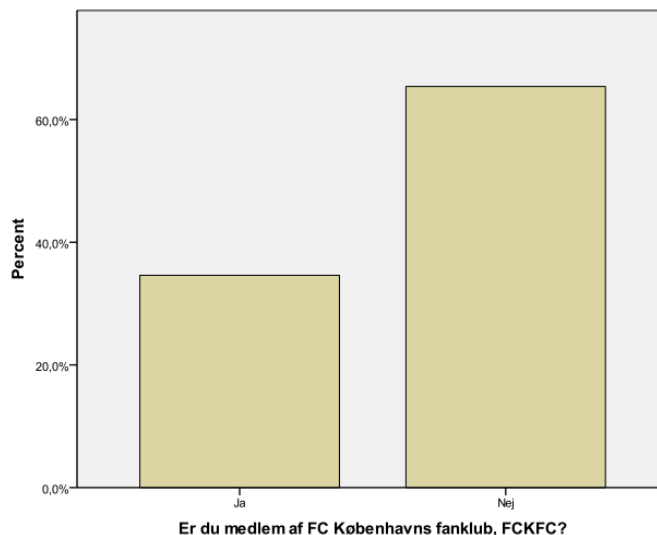
Metode

Set fra et videnskabeligt positivistisk syn vil vi igennem en kvantitativ spørgeskemaundersøgelse analysere vores primære problemfelt. I analysen, ved udvælgelse af respondenter samt ved udarbejdelse af og overvejelser omkring spørgsmålene, har vi benyttet os af bogen Spørgeskemaundersøgelser af Merete Watt Boolsen.

Teoretisk analyse af hvordan digitale medier påvirker fodboldfankultur.

Præsentation af data

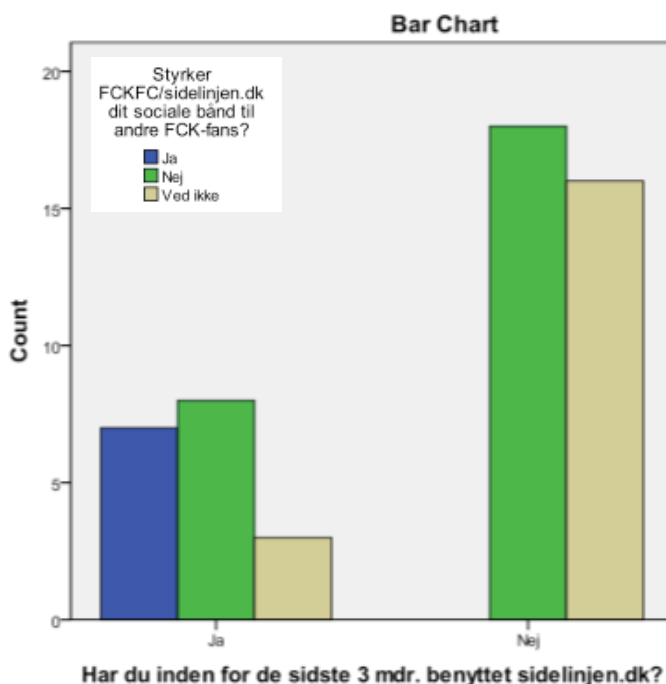
Vi har foretaget en spørgeskemaundersøgelse blandt FCK-fans i forbindelse med hjemmekampen mod HB Køge d. 5/5 2010. Vi tog ind til Parken ca. 1 time for kampstart, og fik tilfældigt forbigående til at besvare spørgeskemaet. På ca. 1 time blev der indsamlet 52 besvarelser.



Heraf er 82,7 % besvaret af mænd, mens 17,3 % er besvaret af kvinder.

Gennemsnitsalderen er 24,39. 34,6 % er medlem af FCK's fanklub FCKFC, mens 65,4 % har benyttet FCKFC.dk inden for de sidste 3 måneder. Sidelinjen.dk er inden for de sidste 3 måneder blevet brugt af 34,6 % af deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen.

Det er interessant at se, at alle 7 som har svaret ja til at FCKFC.dk og sidelinjen.dk styrker det sociale bånd mellem fans, er alle brugere af sidelinjen.dk. Af de 7 personer deltager 5 aktivt i debatten, men de sidste blot læser. Det skal også pointeres at alle 7 enten læser eller kommenterer på indlæg i de 6 nævnte kategorier. De 7 er de eneste af de 18 brugere af sidelinjen.dk, som benytter alle 6 kategorier.



Emneuddeling

Buster Nielsen:

Jeg vil, med udgangspunkt i resultaterne fra vores undersøgelse, undersøge om José van Dijcks teori om brugerdeltagelse, på UGC sites, også er gældende for FCKs fan forum sidelinien.dk. Derudover vil jeg inddrage Jenkins' teorier om motivationerne bag brugerinddragelse.

Daniel Grastveit:

Jeg vil på baggrund af artikelen Community af Dead (Dean 2000) analysere de online sociale samspil på FCKFC.dk og Sidelinien.dk. Endvidere vil jeg belyse om interesse underkender fysisk tilgængelighed indenfor fankultur, og om udslaget påvirkes af fankulturens genre. Dette vil jeg bl.a. gøre på baggrund af teksten: Living and Learning with New Media (Ito & Horst 2008) og ved inddragelse af vores kvantitative undersøgelsesresultater.

Hans Peter Loessl:

Med udgangspunkt i Baym, N. (2007) definition af online fan-kultur. Vil jeg forsøge at belyse motivationen for aktiv deltagelse på FCKFC og Sidelinien.dk. I henhold til motivationsfaktorer fremsat af Ito, Horst m.fl.(2008). Endvidere vil jeg forsøge at inddrage teorier om brugerdeltagelse af fan communities fremsat af Jenkins, H. (2006) i henhold til resultaterne af vores kvantitative undersøgelse.

Peter Hansen Jørgensen:

Jeg vil vha. resultaterne fra vores undersøgelse, undersøge hvorvidt van Dijck's hypotese om lav aktiv brugerbidragelse passer på et forum som sidelinien.dk. Med udgangspunkt i Baym's (2007) tekst om fankultur, og Jenkins tekst om "participatory culture", samt Ito, Horst m.fl's (2008) afsnit om "Genres of participation", vil jeg belyse hvilke motivationsfaktorer der måtte være for aktiv deltagelse, eller mangel af samme, i debatten på sidelinien.dk.

Thomas Redder:

Med udgangspunkt i Nancy Baym's kommunikationsteori for online communities i en kultursammenhæng, samt Wellmanns tekst om interesse-baserede fællesskaber, vil jeg se

nærmere på den fælles identitetskabelse der formes ved deltagelse i FCK Fan Club.

Jeg vil beskæftige mig med de bånd der dannes mellem medlemmerne, og på den mobilisering det danner mulighed for, for fanklubben.

Eventuel inddragelse af Cheungs teorier om identitetsdannelse på nettet, samt Gotveds tekst om gruppenormer og fælles historie.

Litteraturliste

Dean, J. 2000. "Community" i Unspun - Key Concepts for Understanding the World Wide Web (red. Thomas Swiss).

Ito, Mizuko og Horst, Heather m.fl.. 2008. Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project. MacArthur Foundation.

Dijck, J. van: "users Like You - Theorising Agency in User-Generated Content" i Media, Culture & Society

Jenkins, Henry m.fl.. 2006. Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. Clinton, Katie. Purushotma, Ravi. Robinson, Alice J.. Weigel, Margaret. MacArthur Foundation.

Baym, Nancy. 2007. The new shape of online community: The example of Swedish independent music fandom. First Monday, volume 12, number 8 (August).

Wellman, Barry og Gulia, Milena. 1997. Net Surfers Don't Ride Alone: Virtual Communities as Communities. University of Toronto, Canada.

Bilag 1: Midtvejsaflevering

Digital fodboldfankultur

Gruppe 6: HP, Buster, Peter J., Daniel G., Thomas R.

Plan A:

Emne

Med internettet er det blevet markant nemmere for fans at oprette sociale netværk. Det er nemt for alle at tilgå information, udveksle holdninger og at organisere netværk. Det er dog ikke alle der er interesseret i denne "åbenhed". Vi mener i denne sammenhæng, at danske fodbold hooligans vil være spændende at undersøge. De har formentligt et ønske om at holde en del information "hemmeligt" for politiet og konkurrenternes fans. Vi mener dette tvist - ønsket om mindre tilgængelighed - vil kunne dannet grundlaget for en anderledes opgave, hvor internettets umiddelbare kvaliteter, anskues som værende ulemper.

Vi vil kort sagt undersøge følgende:

Benytter hooligans internettet til at organisering - hvorfor gør de eller hvorfor gør de ikke.

Evt.: Holder deres begrundelser stik med hvad der reelt er mest "sikker" informationsudveksling.

Hypoteser

- Hooligans benytter hovedsageligt mobiltelefon frem for internettet til at kommunikere. Dette gør de af sikkerhedsmæssige grunde. Meget af deres informationsudveksling skal foregå diskret.
- Det er langt mere besværligt at sikre og skjule sin kommunikation på internettet, end på mobiltelefonen. Mobiltelefonen kan kun overvåges af politiet med speciel tilladelse. Internettet er mere frit og det er forholdsvis nemt at lave en "falsk identitet", og dermed opnår ellers utilgængelige informationer.

Metoder:

- Flere kvalitative interviews med hooligans vi har kendskab til.
- Analyse af diverse hooligan fora
- Kvalitativt interview med politiet

Plan B:

Emne:

Fodboldfankultur på digitale medier.

Digitale medier som internettet og mobiltelefonen, giver fanklubber nye muligheder for at organisere og brande sig.

Vi vil undersøge hvordan digitale medier påvirker fankulturen, og hvordan de er med til at ændre det at være fan af en fodboldklub.

Hvad gør de digitale medier ved den eksisterende fankultur og hvordan ændrer det på det at være fan af en fodboldklub?

Hypoteser:

Brugen af internettet som samlingspunkt for fodboldfankultur fører til en ændring i måden man er fan på, og hele fankulturen omkring en fodboldklub.

Med foraer og fan-sites er der blevet nemmere for fans, at tage aktivt del i skabelsen af hvad det vil sige at være fan af en bestemt fodboldklub.

Metoder:

Teoretisk analyse af hvordan digitale medier påvirker fodboldfankultur.
Undersøge fan-fora og websites. Kvalitative interviews