

---

## DANSK RESUME

*I denne afhandling stiller jeg spørgsmålet: Hvorfor bruger danske fodboldfans internettet, og hvordan forandrer det fankulturen? I min analyse viser jeg, at internettet bliver anvendt til mange formål, men måske ikke så meget de formål, man normalt tænker er nyt ved nettet. Først og fremmest så tillader internettet alle at udtrykke sin mening, men det er faktisk kun de fans, som allerede har en klar stemme indenfor fanfællesskaberne, som benytter sig af denne mulighed. Jeg viser derimod, at i stedet for at skabe flere stemmer, så giver internettet mange flere mulighed for at lytte med på, hvad der sker i fanfællesskaberne – og derved for at føle sig som en del af disse fællesskaber. Dernæst viser jeg, at internettet er med til at skabe betingelserne for en ny type fan, som ikke nødvendigvis har særlig meget til fælles med den traditionelle supporter. Selvom denne nye type fan stadig støtter en bestemt klub, så har denne en meget bredere fodboldinteresse, og bruger meget mere energi på at analysere spillet, og opnå dybdeviden omkring spilbegivenheder, som kommer til udtryk i deres interaktion med familie og venner – snarere end i de traditionelle fanfællesskaber. Sidst så viser jeg, at internettet ikke erstatter TV'et som det dominerende medium, hvor man følger kampe, men at det snarere fungerer på sidelinjen, som et sted hvor man får information, der beriger ens forståelse af spillet og som derved understøtter eksisterende sociale praksisser. Denne afhandling tager udgangspunkt i en empirisk dataanalyse, men indeholder også en række vigtige pointer i forhold til fandom teorien. Afhandlingen er opdelt i tre dele:*

*I den første del af afhandlingen (Kapitel 1-4) præsenterer jeg min teoretiske position, hvorfra jeg analyserer fodboldkultur og internettet som et medium. Jeg begynder med at argumentere for, at kommunikation, og det dertil hørende begreb meta-kommunikation, kan anvendes som nøglebegreber for at forstå, hvad vi mener, når vi taler om fans og fankultur. Jeg afslutter det teoretiske argument med at præsentere den ide, at fodboldkultur er en symbolsk aktivitet, som har produceret dens egen distinkte virkelighedsform gennem de specifikke måder, som denne kultur er blevet kommunikeret af fans gennem forskellige medier.*

*I den anden del af afhandlingen (Kapitel 5) præsenterer jeg en metodologi for, hvordan man analyserer et socialt felt, og jeg præsenterer de teknikker og data, jeg har anvendt i min analyse. Dataene i afhandlingen består af interviews med webmastere for de danske fodboldsites (N=68), trackingdata for brugere på websites (cirka 3.6 milliarder besøg) og et survey (N=804).*

*I den tredje del af afhandlingen (Kapitel 6-8) præsenterer jeg min analyse. Først analyserer jeg de eksisterende kilder omkring dansk fodboldkultur, og præsenterer en genfortolkning af hvordan Dansk fodboldkultur fungerer som et socialt felt. Derefter anvender jeg mine egne datakilder til at analysere, hvordan websites faktisk anvendes af danske fans, og jeg præsenterer efterfølgende en typologi for fodboldfantyper baseret på deres demografiske karakteristika og den måde, hvorpå de rent faktisk anvender internettet i deres fanpraksisser.*