

COLUMN HUGO VAN DER POEL

Sport als spektakel



In de slotsessie van het congres van Europese sportsociologen, dat van 7-10 mei in Utrecht werd gehouden, sprak Mark Gottdiener de laatste keynote uit. Gottdiener is professor stadsociologie, die zijn sporen heeft verdiend en in het eerste deel van zijn keynote kon terugvallen op zijn colleges over de 'spektakelmaatschappij', om daarna een verbinding te leggen naar de wereld van de sport. Kort gezegd was de boodschap dat sport is ontdekt als economisch wingebied, en dat het geld verdienen in en met sport in toenemende mate bepaalt hoe we sport organiseren en beleven. Dit gebeurt door een proces van 'spectacularisering' van de sport.

Het begrip spektakel (maatschappij) komt van de Franse filosoof, schrijver en filmmaker Guy Debord. Volgens Gottdiener zou Debord spektakel ('schouw-spel') ergens omschreven hebben als iets waarbij je betrokken bent, maar niet bij kunt zijn. Om het mystieke karakter van deze omschrijving niet in gevaar te brengen, heb ik dit verder niet nagezocht. Temeer daar Gottdiener hiermee treffend aangeeft hoe er nu winst wordt gemaakt met sport: door het creëren en aanbieden van beelden of 'tekens' die verwijzen naar helden of evenementen, is de consument betrokken bij zijn favoriete voetbalclub of gaat zij op in de Olympische Spelen, terwijl ze daar feitelijk niet bij zijn noch kunnen zijn. Het grote raadsel – en het grote geld – zit dus in het fenomeen dat waar een jochie met een shirt van acht euro van de Wibra prima zijn voetbaltraining zou kunnen doen, hij een 'origineel' Barcelona-shirt aan heeft van tachtig euro, met de naam van Messi op zijn rug. Waarom wordt dat geld niet

gestopt in een goede trainer of in een hogere contributie, zodat er minder gemeenschaps-geld naar de voetbalaccommodatie hoeft? En weten we wel dat dit spectaculaire Messi-shirt in dezelfde fabriek in Bangladesh is gemaakt als het Wibra-shirt, door dezelfde kinderen tegen minder dan een hongerloon? Volgens Gottdiener wordt de sport niet beter van een nog verdere spectacularisering, omdat we daarmee steeds verder 'vervreemden' van de bron van de sport – het belangeloze spelkarakter.

Spektakel: je bent erbij betrokken, maar kunt er niet bij zijn. Hier klinkt verlangen in door, een verlangen om deel te zijn van iets groters dan je eigen bestaan. Vroeger zorgde de kerk daarvoor, nu de sport. Gottdiener ging niet echt in op de vraag waarom we vallen voor het spektakel, maar de aangehaalde omschrijving van Debord suggereert dat mensen een diepliggend verlangen hebben ergens bij te horen. Hun leven krijgt zin doordat het een plaats en rol heeft in een groter geheel of kader. Dat overkoepelende geheel zorgt voor geborgenheid en geeft betekenis aan het eigen doen en laten. Het Messi-shirt betekent letterlijk het erin gehulde lichaam, en dat geeft de drager ervan een plaats in de grotere (voetbal)wereld. Nuchter beschouwd gaat die betrokkenheid nergens over, is eenzijdig en bestendigt relaties van uitbuiting. Maar het verlangen naar betekenis is er. De vraag is hoe je dit verlangen kunt aanboren in een minder vervreemdende relatie, bijvoorbeeld in een sportvereniging. Is daar ook niet op een of andere manier een spektakel van te maken?

**Mensen hebben
– volgens de
omschrijving van
Debord – een diep-
liggend verlangen
ergens bij te horen**

**Hugo van der Poel is directeur
van het Mulier Instituut**