

Αθλητική κοινωνικότητα, περιπέτεια,
ανταγωνισμοί: Η κοινωνιολογία των αισθήσεων
του Ζίμελ στη μελέτη του αθλητισμού

Μια κοινωνιολογία του πολιτισμού σαν αυτή που έχουν αναπτύξει οι Μαξ Βέμπερ, Τρελτς, Σόμπαρτ και άλλοι—ακόμη και αν ίδιοι θα ήθελαν να κρατήσουν μεθοδολογικές αποστάσεις από αυτόν [τον Ζίμελ]— δεν θα μπορούσε να γίνει δυνατή παρά μόνο στα θεμέλια που δημιούργησε ο ίδιος (Γκέοργκ Λούκατς 1991)¹

ΕΧΕΙ ΠΕΡΑΣΕΙ ΕΝΑΣ ΑΙΩΝΑΣ ΑΠΟ ΤΟ θάνατο του κορυφαίου Γερμανού κοινωνιολόγου Γκέοργκ Ζίμελ (1858-1918) και το έργο εξακολουθεί να είναι σημείο αναφοράς στην κοινωνιολογία του πολιτισμού. Αντίθετα από άλλους κλασσικούς κοινωνιολόγους της εποχής του, όπως ο Μαρξ, ο Βέμπερ και ο Ντυρκέμ, που προσπάθησαν να εξηγήσουν ολιστικά μέσα από μακροθεωρίες την κοινωνική ζωή, τα κοινωνικά συστήματα και τις διαδικασίες μετάβασης, ο Ζίμελ έστρεψε την προσοχή του σε μια πολιτισμική ανάγνωση της μητρόπολης, ως χωνευτήρι πολλαπλών αισθητηριακών εμπειριών που μετασχηματίζονται στο πλαίσιο της ανάδυσης της οικονομίας του χρήματος και των συνεχών χρηματο-οικονομικών ανταλλαγών. Ιδιαίτερα στις τελευταίες δεκαετίες, η μικροκοινωνιολογία του Ζίμελ, στραμμένη στις μορφές κοινωνικότητας και στα τοπία των συναισθημάτων των ετερόκλητων μικρόκοσμων των αστικής ζωής, βρήκε γόνιμο έδαφος για να αναπτυχθεί στο πλαίσιο του ρεύματος της πολιτισμικής στροφής στις κοινωνικές επιστήμες και στις μεταστρουκτουραλιστικές προσεγγίσεις που αμφισβητούν τους δομικούς ντετερμινισμούς.² Οι τάσεις αυτές έγιναν

ιδιαίτερα αισθητές στις πολιτισμικές σπουδές, τις μελέτες της επικοινωνίας, στις αθλητικές σπουδές, την πολιτισμική κοινωνιολογία και στην κοινωνική ιστορία. Δεν πρέπει να περάσει απαρατήρητο το γεγονός πως και στη χώρα μας, η ανάπτυξη τους συνδυάστηκε με το ανανεωμένο ενδιαφέρον για τη μετάφραση σημαντικών έργων του Ζίμελ³ και τη μελέτη της δημόσιας κοινωνικό-τητας στη σύγχρονη Ελλάδα.⁴

Στην εργασία αυτή θα προσπαθήσουμε να δείξουμε πως αρκετά από τα εννοιολογικά σχήματα που χρησιμοποιεί ο Ζίμελ μπορούν να αξιοποιηθούν σε μια κοινωνιολογική προσέγγιση των μικροκοινωνιών του αθλητισμού και μιας αθλητικής κοινωνικότητας, στην οποία διασταυρώνονται ο ελεύθερος χρόνος και εργασία, η ευχαρίστηση και η πλήξη, η ανεμελιά και η πειθαρχία, το ατομικό και το συλλογικό, το σωματικό και το πνευματικό. Η εργασία αξιοποιεί μια πλούσια, ξενόγλωσση κατά βάση βιβλιογραφία, στην οποία συμπεριλαμβάνονται κείμενα του Ζίμελ αλλά και αναλύσεις για το έργο του σημαντικών κοινωνικών επιστημόνων, όπως ο Ντέιβιντ Φρίσμπυ και ο Ρίτσαρντ Τζουλιανόντι, για να αναδείξει τη σημασία αλλά και τα όρια της ζιμελιανής προσέγγισης σε μια κριτική κοινωνιολογία του αθλητισμού. Η μελέτη αποτελείται από τέσσερις ενότητες: Στην πρώτη εξετάζεται η θεωρία του Ζίμελ για την τραγωδία της κουλτούρας στο περιβάλλον της μητρόπολης και η επίδραση της οικονομίας του χρήματος στις αισθητηριακές αντιλήψεις και τους πολιτισμούς της καθημερινότητας της αστικής ζωής. Στο δεύτερο αναλύονται εννοιολογικά σχήματα στο έργο του Ζίμελ, που μπορούν να αξιοποιηθούν στην κοινωνιολογία του αθλητισμού: η κοινωνικότητα και η περιπέτεια ως πρακτικές απόδρασης από την αλλοτριωμένη κοινωνική ζωή της μεγαλούπολης, όπως και η φιγούρα του ξένου. Στο τρίτο μέρος σχολιάζονται παραδείγματα εφαρμογής της θεωρίας του Ζίμελ στην ανάλυση φαινομένων αθλητικής κοινωνικότητας και ανταγωνισμών. Η εργασία ολοκληρώνεται με αναστοχαστικές παρατηρήσεις για τις προκλήσεις αλλά και τα όρια της εφαρμογής των αναλυτικών εργαλείων της προσέγγισης του Ζίμελ στην κοινωνική εμπειρία και τις αισθητικές της κοινωνικής ζωής στο πεδίο του αθλητισμού.

Ο Ζίμελ και ο πολιτισμός της καθημερινότητας στις μητροπόλεις

Ο Γκέοργκ Ζίμελ, διακεκριμένος κοινωνιολόγος και φιλόσοφος με εβραϊκή καταγωγή, επηρέασε σημαντικά τη δυτική μαρξιστική σκέψη και γνωστούς κοινωνικούς στοχαστές του 20ού αιώνα, όπως οι Βάλτερ Μπένγιαμιν, Έρνστ Μπλοχ Ζορζ Λούκατς. Ο Ζίμελ έγραφε με καταιγιστική διάθεση και παράγγαγε ένα πλούσιο και πολυσχιδές έργο του αποτελείται από 25 μονογραφίες και εκατοντάδες άρθρα, στα οποία διασταυρώνεται η κοινωνιολογική ματιά με τη φιλοσοφία και τη ψυχολογία.⁵ Στις πρωτότυπες για την εποχή του μελέτες του καταπιάνεται με θεμελιώδεις θεσμούς της κοινωνικής ζωής, όπως είναι η τέχνη, η θρησκεία, η λογοτεχνία και η κοινωνία τους χρήματος για να εστιάσει στη συνέχεια το βλέμμα του στους πολλαπλούς τύπους κοινωνικότητας που διαμορφώνονται στις εσχαιές των κυττάρων την κοινωνικής ζωής της μητρόπολης αναδεικνύοντας την πολλαπλότητα της ανθρώπινης συμπεριφοράς και σκέψης. Στη μικροκοινωνιολογία των αισθήσεων του Ζίμελ συναντάμε πολιτισμικές αναλύσεις για την κοινωνικότητα, την περιπέτεια και τον ανταγωνισμό, τη μόδα και το ντύσιμο, τα τοπία των αισθήσεων, τη συναισθηματική εμπειρία της αγάπης, της ευγνωμοσύνης και της ντροπής, την κουλτούρα του συμποσιασμού και της λαιμαργίας, τον μικρόκοσμο της πορνείας και τις αθέατες εκφάνσεις των ποικιλότροπων εκδοχών της ερωτοτροπίας.

Ο Ζίμελ ξεχώριζε στους καλλιτεχνικούς και ακαδημαϊκούς κύκλους της εποχής του, λόγω του εκκεντρικού τρόπου συμπεριφοράς και ντυσίματος αλλά και του αντισυμβατικού στυλ γραφής, που απέκλινε από τις συμβάσεις της ακαδημαϊκής πειθαρχίας. Έγραφε θεωρητικά και βιωματικά, ενώ υιοθετούσε μια ιδιάζουσα γραφή αρκετά θεωρητική και ιμπρεσιονιστική με παιχνιδή διάθεση. Ο Ζίμελ υποτιμούσε τους μεθοδολογικούς κανόνες και την αυστηρή επιστημονική τεκμηρίωση και επαλήθευση, δεν χρησιμοποιούσε παραπομπές και απέφευγε στα κείμενα του τον επιστημονικό διάλογο με άλλους συγγραφείς. Σε συνδυασμό με την εβραϊκή καταγωγή του σε μια περίοδο αντισημιτισμού, ο Ζίμελ αποτελούσε έναν ξένο και μια πρόκληση στην γερμανική ακαδημαϊκή κοινότητα.⁶ Από αυτήν την άποψη, δεν είναι τυχαίο ότι, παρά τη μακροχρόνια διδακτική παρουσία στον ακαδημαϊκό χώρο και το πλούσιο έργο του, παρέμενε στις χαμηλές βαθμίδες της ακαδημαϊκής ιεραρχίας και δεν μπόρεσε να πάρει

έδρα στο Πανεπιστήμιο του Βερολίνου, όπου έζησε και δίδαξε στα περισσότερα χρόνια της ακαδημαϊκής του ζωής αλλά στο Στρασβούργο, ένα λιγότερο γνωστό και φημισμένο Πανεπιστήμιο, τέσσερα μόλις χρόνια πριν τον θάνατο του (1914).

Ο Ζίμελ μελέτησε την κοινωνική καθημερινότητα των ανθρώπων στις μεγαλουπόλεις της εποχής του και οι εργασίες του είναι σημαντικές για τη μελέτη του ελεύθερου χρόνου και του αθλητισμού. Σε αυτήν τη βάση, επικεντρώθηκε σε μια αισθητηριακή ανάγνωση των κοινωνικών κόσμων, των τύπων κοινωνικής συμπεριφοράς και σχέσεων που αναδύθηκαν στο περιβάλλον των μητροπόλεων της Δύσης και, ιδιαίτερα, στην πόλη που έζησε, το Βερολίνο. Στο επίκεντρο της οπτικής του Ζίμελ είναι η μοντέρνα μητρόπολη ως ο εκθεσιακός χώρος της νεωτερικότητας και της κουλτούρας αντικειμενοποιημένων υλικών οντοτήτων. Ο Ζίμελ παρέχει μια μάλλον πεσιμιστική ανάγνωση της έλευσης μιας μοντέρνας κοινωνίας, στην οποία καταρρέουν οι οικογενειακές δομές και οι παραδοσιακοί δεσμοί, ενώ η οικονομία του χρήματος κατισχύει σε όλες τις εκφάνσεις της κοινωνικής ζωής, διαπερνά τις κοινωνικές σχέσεις και συμβάλει στην αξιολόγηση των ανθρώπων και των πολιτισμικών αγαθών με όρους αντικειμενικούς, και όχι αισθητικούς και ηθικούς.⁷ Η αναδύομενη μητρόπολη με τους ταχύτατους ρυθμούς χρηματοοικονομικής και τεχνολογικής ανάπτυξης μεταλλάσσει την κοινωνική καθημερινότητα και την ψυχική διάθεση των κατοίκων της πόλης, που κατακλύζονται από αποπροσωποποιημένες συναλλαγές, στις οποίες κυριαρχεί η ανωνυμία, η επιφυλακτικότητα, το οικονομικό συμφέρον. Στο αρχιπέλαγος των αισθητηριακών κόσμων της μητρόπολης, η κουλτούρα γίνεται περισσότερο υπολογιστική και λιγότερο αυθεντική. Η υποκειμενικότητα μετασχηματίζεται και μετατρέπεται σε ανώνυμη αντικειμενικότητα και η ατομική αύρα του προϊόντος εξαφανίζεται στις σχέσεις της ανταλλαγής, που ισοπεδώνουν τους επιμέρους πολιτισμούς και παράγουν ευτελή προϊόντα.

Στο σύγχρονο άνθρωπο, η αναζήτηση του νέου εκφράζεται στη σφαίρα κατανάλωσης, όπου διαμορφώνονται συνεχώς νέες ανάγκες. Ο Ζίμελ τόνισε προφητικά τη διαδικασία συγκρότησης μιας μάζας από καταναλωτές, που είναι έτοιμοι να αγοράσουν εμπορεύματα σε φτηνή τιμή, αδιαφορώντας για την ποιότητα τους. Σε αυτό το χώρο μπορούν να παραχθούν φτηνά προϊόντα που χαρακτηρίζονται από την ομοιομορφία και την απομίμηση. Οι διαπιστώσεις αυτές

είναι προφητικές, αφού μας θυμίζουν την ραγδαία επέκταση καταστημάτων αξεσουάρ, ρουχισμού και ειδών λαϊκής κατανάλωσης, που παράγονται σε χώρες με χαμηλό εργατικό κόστος (Ταϊβάν, Κίνα, Ινδονησία κλπ.), με υλικά χαμηλής ποιότητας και που πωλούνται σε με πολύ χαμηλές τιμές, ακόμη και με ένα ευρώ, στις αγορές του δυτικού κόσμου.

Στις μητροπόλεις του καπιταλισμού, όπως είναι το Βερολίνο, διαμορφώνονται νέοι ήχοι, γεύσεις, μουσικές, γούστα, στυλ και λαμπεροί τόποι ψυχαγωγίας, συχνά απολίτικοι, απροβλημάτιστοι, που προσφέρουν μια αισθητηριακή υπερδιέγερση: μια ρηχή ψυχαγωγία και μια επιφανειακή μέθη των αισθήσεων, η οποία με τη σειρά της προκαλεί ένα πολιτισμικό σοκ στους πολίτες της πόλης. Η αντικειμενική κουλτούρα κυριαρχεί στην υποκειμενική κουλτούρα που ατροφεί, καθώς το άτομο γίνεται περισσότερο εξαρτημένο, απομονωμένο, ατομοκεντρικό και υπολογιστικό, η κριτική του γνώση εξασθενεί και υποτάσσεται ολοένα και περισσότερο στις απαιτήσεις της μαζικής κουλτούρας. Στο περιβάλλον της μητρόπολης, ο κάτοικος της πόλης προσαρμόζει την ευαισθησία του και τις αισθητηριακές του αντιλήψεις στα νέα δεδομένα, υιοθετεί τη στάση της ψυχοκοινωνικής απόστασης που χαρακτηρίζεται από τον φόβο της επαφής και της εγγύτητας με άλλα άτομα, η οποία επεκτείνεται και στη σχέση των ατόμων με τα πολιτισμικά αντικείμενα. Καθώς εναλλάσσει συνεχώς οπτικές παραστάσεις και κινείται στον αστερισμό των συμβατικών κοινωνικών σχέσεων, υιοθετεί μιας κουλτούρα αδιαφορίας, χαρακτηριστικό στοιχείο του μπλαζέ τύπου που υπομένει τα δεινά μιας αγχωτικής και νευρικής ζωής, και αναπτύσσει μηχανισμούς άμυνας του εγώ για να διατηρήσει την ψυχική του ισορροπία. Στο περιβάλλον της μητροπολιτικής απομόνωσης και αδιαφορίας για το νόημα, τις αξίες και τις διακρίσεις των πραγμάτων, το άτομα αποευαισθητοποιούνται από τα υπάρχοντα ερεθίσματα και τα πράγματα, ενώ τα πολιτισμικά αντικείμενα βιώνονται ως προϊόντα της αγοράς, που είναι αδύνατον να συναρπάσουν και να συγκινήσουν. Οι άνθρωποι τείνουν να γίνουν αδιάφοροι, βαρυστημένοι και υπεροπτικοί.⁸

Σε ένα κόσμο που οι συναλλαγές και οι απρόσωπες σχέσεις κινούνται με ιλιγγιώδη ταχύτητα, το βλέμμα απορροφά αχόρταγα νέες εικόνες και παραστάσεις, η διασκέδαση διεγείρει τα νεύρα και συντείνει στην πρόσκαιρη απόλαυση σε σύντομες συναντήσεις με πολυάριθμους ανθρώπους, στις οποίες το υποκείμενο προσανατολίζεται στο ρηχό, το επιφανειακό, αδιαφορώντας για

ο, τιδήποτε έχει βαθύτερο πνευματικό περιεχόμενο. Υιοθετώντας μια ιδιάζουσα κοινωνιολογία των συναισθημάτων, ο Ζίμελ υποστηρίζει πως το ψυχοκοινωνικό περιβάλλον της μητρόπολης ευνοεί την εμφάνιση ποικίλων νευρασθενειών που έχουν κοινωνικό υπόβαθρο. Σε ένα περιβάλλον, όπου οι αξίες της ανταλλαγής και του εμπορεύματος κυριαρχούν χωρίς να ικανοποιούνται βαθύτερες ανάγκες των ανθρώπων, δημιουργούνται συναισθήματα έντασης, αναμονής, καταπιεσμένων επιθυμιών. Η αγοραφοβία, η υπερευαισθησία και η ψυχολογική αποστασιοποίηση αποτελούν ορισμένα παραδείγματα απαντήσεων στις συνεχείς «σοκαριστικές» εμπειρίες, που υφίσταται το υποκείμενο στην αστική ζωή. Στους νέους χώρους διασκέδασης, η υπερδιέγερση των αισθήσεων προκαλεί τη μέθη του νευρικού συστήματος. Όταν η καθημερινότητα απομυζά ό, τι υπήρχε διαθέσιμο από πλευράς δραστηριότητας, ενέργειας και αυτό-συγκέντρωσης, το νευρικό μας σύστημα εξαντλημένο από το θόρυβο και το άγχος της ημέρας, τη διάσπαση των καθημερινών σωματικών και πνευματικών μας ενεργειών δεν αντιδρά πλέον σε ερεθίσματα, εκτός από εκείνα που είναι άμεσα σωματικά, δεν απαιτούν διανοητικό βάθος και συμβάλλουν στη διασκέδαση και τη χαλάρωση, σύμφωνα με το αξίωμα της εξοικονόμησης ενέργειας.

Παρά το ότι ο Ζίμελ δεν αρνείται τις επιμέρους δυνατότητες που παρέχει η μοντέρνα κοινωνία για ένα μεγαλύτερο φάσμα ικανοποιήσεων και εσωτερική αναζήτηση, η γενική ιδέα που κυριαρχεί στον έργο του είναι απαισιόδοξη και επικεντρώνεται στο θρίαμβο της «αντικειμενικής» κουλτούρας σε βάρος της υποκειμενικής, μιας διεργασίας που ονομάζει η «τραγωδία της κουλτούρας». Είναι η αποσύνθεση της πολιτιστικής ζωής, ένα χάος από τεμαχισμένα ατομικά στοιχεία που δεν συνδέονται μεταξύ τους και δεν έχουν διακριτό ύφος και στιλ. Αυτή είναι η τραγωδία του μοντέρνου υποκειμένου, που βιώνει μια χρόνια κρίση ενός παρόντος που έχει αποκοπεί από το παρελθόν και έχει μπροστά του ένα μέλλον αβέβαιων δυνατοτήτων.⁹ Οι αντιφάσεις της μοντέρνας κοινωνίας οδηγούν τα μέλη της σε μια ροπή για αναζήτηση στιγμιαίων ικανοποιήσεων ή και στη διάθεση διαφυγής και την επιδίωξη ακραίων εντυπώσεων. Η μανία για ταξίδια, η επιδίωξη του ανταγωνισμού και της ατομικής υπεροχής αποτελούν τάσεις αυτής της νέας κατάστασης. Τα άτομα, παράλληλα, αναζητούν στη διάρκεια του ελεύθερου χρόνου να διαπραγματευτούν την ταυτότητα τους και να προσδεθούν στην τρόπο ζωής ιδιαίτερων πολιτισμικών ομάδων.¹⁰

Ένα χαρακτηριστικό πεδίο εφαρμογής των θεωριών του Ζίμελ είναι η ένδυση και η μόδα. Σύμφωνα με τον Ζίμελ, η επιθυμία του ανθρώπου για να βελτιώσει την εξωτερική του εμφάνιση μέσω του κατάλληλου ντυσίματος περιλαμβάνει δύο τάσεις. Από τη μια, η αλτρουιστική επιθυμία του υποκειμένου να δώσει στον άλλο ευχαρίστηση και, από άλλη, η εγωιστική επιθυμία αυτή η ευχαρίστηση προς τον άλλο να επιστρέψει στον ίδιο με τη μορφή της αναγνώρισης και της εκτίμησης και όχι με φθόνο και απόρριψη. Το άτομο πασχίζει για να κερδίσει της εντυπώσεις, μέσω της χρήσης των κατάλληλων φυσικών υλικών και η προσπάθεια αυτή απαιτεί ένα κοινό σε ένα κοινωνικό παιχνίδι που εμπεριέχει κώδικες αξιολόγησης του στυλ. Ο ρουχισμός μπορεί να δημιουργήσει μια επικράτεια σημασιών γύρω από το σώμα, όπου το κάθε άτομο μπορεί να προβάλλει ποιότητες και αισθητικές που κυκλοφορούν στο περιβάλλον του και είναι αποδεκτές από τον φορέα του ντυσίματος. Το ντύσιμο μπορεί να είναι επίσημο και να προσαρμόζεται στους κώδικες ευπρέπειας και καλών συμπεριφορών μιας κοινωνικής τάξης ή ανεπίσημο, επιτρέποντας στα άτομα μεγαλύτερη ευελιξία επιλογών και αποχρώσεων γούστου.¹¹

Το ντύσιμο επηρεάζεται από φορμαλιστικές στρατηγικές, που υιοθετούνται στον κόσμο της μόδας. Μόδα είναι ένας χώρος, στον οποίο το άτομο προσπαθεί να διαμορφώσει μια πολιτισμική διαφορετικότητα, μια αίσθηση της ύπαρξης στο παρών, που αντανακλά το φευγαλέο και ευμετάβλητο στοιχείο της ζωής. Η μόδα διαμορφώνει γενικεύσεις, κατασκευάζει πρότυπα ομορφιάς και κομψότητας, που αποκλίνουν από την προσωπική ματιά, από την ατομική οξυδέρχεια και φαντασία. Η εργασία όμως της τέχνης δεν μπορεί να ενσωματώνεται σε μια άλλη ζωή. Η αίσθηση του στυλ είναι ακριβώς η διάλυση αυτής της ατομικής οξυδέρχεια, η γενίκευση που εξωθεί στην υπέρβαση της μοναδικότητας της προσωπικότητας. Η κομψότητα καταστρέφεται καθώς το ιδιαίτερο και εξαιρετικό αρχίζει να στυλιζάρετε ραπτικά και να δημιουργεί πατρόν και ομοιομορφία. Ενώ το ντύσιμο συνδέεται με τα κίνητρα του αυτοστολισμού και του καλλωπισμού προς όφελος των δικών μας αισθήσεων, η μόδα οδηγεί στην τυποποίηση. Η δύναμη της μόδας είναι τόσο ισχυρή που, ενώ ο καθένας αντισυμβατικός πασχίζει να βρεθεί εκτός μόδας, καταλήγει να ενταχθεί και αυτός σε μια νέας μορφής μόδας που είναι εύκολο να σχηματιστεί στο αρχιπέλαγος των πολιτισμικών διαφοροποιήσεων της σύγχρονης πόλης.¹²

Κοινωνικότητα και περιπέτεια: οι αποδράσεις από τις αστικές συμβάσεις και ο ξένος

Για τον Ζίμελ, η ικανοποίηση που προέρχεται από την κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών του ελεύθερου χρόνου δεν είναι αυθεντική, δεν οδηγεί στην ατομική ολοκλήρωση και ωρίμανση αλλά εξυπηρετεί τη δημιουργία μιας μαζικής αγοράς στο πλαίσιο της οικονομίας του χρήματος. Στον αντίποδα του αλλοτριωμένου ελεύθερου χρόνου, ο Ζίμελ επεξεργάζεται διάφορες μορφές κοινωνικών καταστάσεων που μπορούν να προσφέρουν αποδράσεις από τις συμβάσεις της κοινωνικής ζωής μέσα από την κοινωνικότητα και τη περιπέτεια. Η κοινωνικότητα αφορά στην καθαρή της μορφή ένα ελεύθερο κοινωνικό παιχνίδι αλληλεπιδράσεων ανάμεσα σε αλληλεξαρτώμενα άτομα και κινείται πέραν των συμβατικών κοινωνικών σχέσεων, χωρίς κάποιο αυστηρά ιδιοτελή σκοπό. Η κοινωνικότητα εμφανίζεται στους αναρίθμητους τρόπους, με τους οποίους τα άτομα φτιάχνουν συλλογικότητες, και συνιστά την ουσία της συνεργατικής διαδικασίας ως αξία και ικανοποίηση. Στην κοινωνικότητα, όσο οι εργαλειακές επιδιώξεις υποχωρούν τόσο η αλληλεξάρτηση ατόμων, που παίζουν ελεύθερα και αλληλεπιδρούν, έχει μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα. Ο Ζίμελ έτσι βλέπει την κοινωνικότητα συνυφασμένη με την τέχνη της ζωής και το παιχνίδι.

Αυτό που ενώνει τη τέχνη με το παιχνίδι εμφανίζεται τώρα με την ομοιότητα και των δύο με την κοινωνικότητα. Από τις πραγματικότητες της ζωής το παιχνίδι αντλεί τα βασικά του θέματα: κινήγι και επιδεξιότητα, δοκιμασία της φυσικής και πνευματικής δύναμης, ανταγωνισμός και εξάρτηση από την τύχη και την εύνοια δυνάμεων που δεν μπορεί κανείς να επηρεάσει. Ως απελευθερωμένη ουσία, μέσω της οποίας αυτές οι δραστηριότητες συγκροτούν τη σοβαρότητα της ζωής το παιχνίδι αποκτά την ευχαρίστηση του αλλά και τη συμβολική του σημασία που το διακρίνει από το καθαρό χόμπι.¹³

Στην κοινωνικότητα, οι προσωπικές ιδιαιτερότητες δεν πρέπει να περιορίζουν το παιχνίδι της αλληλόδρασης. Ο πλούτος και η κοινωνική θέση, η γνώση και η φήμη, οι εξαιρετικές ικανότητες και τα προσόντα του ατόμου δεν θα πρέπει να έχουν σημαντικό ρόλο στη κοινωνικότητα, το πολύ-πολύ να αποτελέσουν λε-

πτές αποχρώσεις της. Για το Ζίμελ υπάρχει μια διαβάθμιση της κοινωνικότητας από ένα υψηλότερο σε ένα χαμηλότερο επίπεδο, όπου στο ένα άκρο βρίσκεται μια κατάσταση, όπου οι άνθρωποι οργανώνουν τις σχέσεις και τους δεσμούς τους επιδιώκοντας κοινούς στόχους και επιδιιώξεις, και στο άλλο άκρο επικρατούν τα υποκειμενικά ενδιαφέροντα και συμφέροντα, κάτι που υπονομεύει βασικές αρχές της κοινωνικότητας, την αλληλόδραση και την αμοιβαιότητα. Η επιτυχημένη κοινωνικότητα σημαίνει ότι ο κάθε συμμετέχοντας θα μπορεί να απολαμβάνει ικανοποίηση της δικής του επιθυμίας και παρόρμησης, που θα συμβαδίζουν με την ικανοποίηση της επιθυμιών των άλλων. Εάν κάποιος θέλει να εκφράσει αυτήν την παραδοχή, όχι με όρους κινήτρων αλλά επιτυχίας, η αρχή της κοινωνικότητας θα μπορούσε να διατυπωθεί ως εξής: ο καθένας θα έπρεπε να εγγραφεί στον άλλο ότι όσο περισσότερες «κοινωνικές αξίες» (χαρά, ανακούφιση, ζωντάνια) προσφέρεις στο παιχνίδι της κοινωνικότητας τόσο περισσότερο θα λάβεις ανάλογες μορφές ευχαρίστησης και ικανοποίησης από τους άλλους.¹⁴

Ο Ζίμελ υιοθετεί ένα αρχετυπικό μοντέλο κοινωνικότητας με δημοκρατική δομή, στην οποία το κάθε κοινωνικό στρώμα μπορεί να συνειδητοποιήσει την ταυτότητα του, επισημαίνοντας πως η κοινωνικότητα μεταξύ μελών διαφορετικών κοινωνικών τάξεων μπορεί να γίνει επαχθής και επώδυνη. Αλλά ακόμη και μεταξύ των κοινωνικών ίσων, η δημοκρατία της κοινωνικότητας παραμένει μια δυνατότητα σε ένα παιχνίδι, στο οποίο η ευχαρίστηση του ατόμου θα εξαρτάται πάντα από τη χαρά των άλλων και ο καθένας θα είναι έτοιμος να περιορίσει ή να αποκηρύξει τις υλικές φιλοδοξίες και τις προσωπικές βλέψεις, προκειμένου να επιτευχθεί μια καθαρή αλληλεπίδραση ανάμεσα στους συμμετέχοντες. Σε ένα ανταγωνιστικό κοινωνικό παιχνίδι, όπως είναι ο αθλητισμός, η κοινωνικότητα μπορεί συνοδεύεται από κάποιο χρηματικό βραβείο. Αυτό όμως δεν είναι το πραγματικό επίκεντρο της κοινωνικότητας αλλά η έλξη που δημιουργεί στον κάθε πραγματικό αθλητή η πρόκληση και η δυναμική της αλληλόδρασης του παιχνιδιού σε αυτήν την κοινωνιολογικά σημαντική (αθλητική) δραστηριότητα.¹⁵

Η περιπέτεια συνιστά μια εμπειρία απόδρασης από τη ροή της τετριμμένης καθημερινότητας, στην οποία παραδίνουμε τους εαυτούς με λιγότερες αντιστάσεις, επιφυλάξεις και κοινωνικούς φραγμούς. Οι απόψεις του Ζίμελ για την περιπέτεια εμφανίστηκαν για πρώτη φορά σε άρθρο στη βερολινέζικη εφημερίδα

Der Tag (1910) με τίτλο «Η Φιλοσοφία της περιπέτειας» και συνδέονται με παλιότερες αναζητήσεις του για τη σημασία της χωρικής απόστασης από την καθημερινή εμπειρία, το νόημα της ερωτικών σχέσεων και της συνείδησης του χρόνου ως ανεπιφύλακτη παροντικότητα της περιπέτειας. Για τον Ζίμελ, η περιπέτεια συνιστά μια ξεχωριστή «μορφή βίωσης» της ζωής που αποχωρίζεται από έναν καθημερινό κόσμο, ο οποίος είναι εχθρικός προς αυτήν την εμπειρία. Σε αντίθεση από την εργασιακή δραστηριότητα, όπου το άτομο συνενώνεται συνειδητά γύρω από την στόπιμη ανθρώπινη αλληλεπίδραση με τον κόσμο και το περιεχόμενό του, η περιπέτεια βιώνεται ως εγκατάλειψη στο στιγμιαίο και το αποσπασματικό περιστατικό. Η εμπειρία της περιπέτειας χαρακτηρίζεται από μια επιτάχυνση, μια ενίσχυση της συνείδησης του χρόνου ως απόλυτη ή ανεπιφύλακτη και άνευ όρων παροντικότητα. Είναι αυτή η στιγμή της ζωής μας που ανακαλείται στη μνήμη ως μια ασυνέχεια του χρόνου, κάτι σαν μια απόχρωση ενός ονείρου και όσο πιο έντονη είναι η περιπέτεια τόσο πιο κοντά είναι στην αίσθηση του ονείρου. Η εμπειρία της περιπέτειας σχηματίζεται από μια ρητή «αποχώρηση», απομάκρυνση από την ρουτίνα και την πραγματοποιημένη καθημερινότητα σε μια κοινωνική εμπειρία, σε ένα «νησί της ζωής, ξένο, άθικτο, μακριά από το καθιερωμένο». ¹⁶ Πρόκειται για μια διαφυγή που εμπεριέχει δυνατότητες για αναζήτηση της «αυθεντικής» υποκειμενικότητας που συνυπάρχει με την ανάπτυξη της φαντασίας και την καλλιέργεια των συναισθημάτων.

Η έννοια της περιπέτειας είναι συνυφασμένη και με μια αρχετυπική φιγούρα που πρωταγωνιστεί στο έργο του Ζίμελ, ο ξένος. Πρόκειται για εκείνο τον ιδιαίτερο ανθρωπολογικό τύπο, ο οποίος αναδύεται μέσα από την κινητικότητα των ανθρώπων στο χώρο και την ρευστότητα των κοινωνικών σχέσεων. Η αποξένωση είναι χαρακτηριστικό στοιχείο μιας αστικής ζωής, όπου κυριαρχεί η λειτουργική διαφοροποίηση, η ισοπεδωτική οικονομία του χρήματος, ο εξελιγμένος καταμερισμός της εργασίας και ο καταπιεστικός συνωστισμός του ανώνυμου πλήθους. Ο ξένος, γράφει ο Ντέιβιντ Φρίσμπυ, είναι ξεριζωμένος από τους τοπικούς θύλακες της αγροτικής ζωής, οποίος, μέσα στο περιβάλλον του βιομηχανικού και αστικοποιημένου τοπίου της μητρόπολης, είναι υποχρεωμένος να ενταχθεί σε μια άλλη κοινωνική ομάδα και να προσαρμόζει διαρκώς το ψυχικό και συναισθηματικό του κόσμο στις συνεχείς μεταβολές του κοινωνικού χώρου. ¹⁷

Ο ξένος είναι ένας απρόσκλητος φιλοξενούμενος, αυτός που δεν θα φύγει αλλά θα γίνει μέρος του τόπου. Στον αρχέτυπο αυτό συναντάμε και την ίδια την τροχιά της βιογραφίας του Ζίμελ, ενός μη καλοδεχούμενου παρεισακτου πανεπιστημιακού, με εκκεντρικό ντύσιμο, γράψιμο και τρόπους συμπεριφοράς που παρέμενε ένα ξένο σώμα στην ακαδημαϊκή κοινότητα. Ο ξένος σχετικοποιεί τα σύνορα του μέσα και του έξω, του εαυτού και του άλλου. Είναι πρόσκαιρα μέλος της ιθαγενούς ομάδας και παράλληλα ξένος και βρίσκεται σε διαρκή ένταση ανάμεσα στην κίνηση και τη στάση, την προσέγγιση και την απομάκρυνση, τη συμπερίληψη και τον αποκλεισμό.¹⁸

Σύμφωνα με την Ζίνα Φέλντμαν, το πρωτότυπο του ξένου αναπαρίσταται στον πλανόδιο έμπορο που ζει σε μια ιδιαίτερη κοινότητα αλλά παράλληλα βρίσκεται διαρκώς κάπου άλλου. Ο πλανόδιος έμπορος εκφράζει μια κοινωνική και χωρική πολυμορφία, συμμετέχει σε μια πολλαπλότητα χώρων που κανένας δεν του ανήκει, είναι κάτι σαν ένα φάντασμα που δεν μπορούμε να συλλάβουμε, μια φιγούρα που κολλά ανάμεσα σε διαφορετικούς κόσμους κοντά στη δική του γειτονιά και μέσα σε ποικίλους κοινωνικούς κόσμους, στους οποίους παραμένει μια διακριτή φιγούρα. Εφόσον ο ξένος δεν είναι δεσμευμένος από τις ρίζες, την ιδιοσυστασία και τις προδιαθέσεις της ομάδας, είναι σε μια ευάλωτη θέση εντός και εκτός του πλαισίου της και είναι προικισμένος με μια δόση αμεροληψίας που τον καθιστούν ανεπηρέαστο από τις κανονικότητες και τους ηθικούς ισχυρισμούς της ομάδας.¹⁹

Ο ξένος του Ζίμελ διαφέρει από άλλους ανθρωπολογικούς τύπους της πόλης, όπως ο νομάδας, που βρίσκεται διαρκώς σε κίνηση, όπως και ο πλάνητας (flâneur) του Μπωντλέρ, η ποιητική φιγούρα που περπατά στους δρόμους της μητρόπολης και προσπαθεί να συλλάβει την ουσία της. Εάν ο πλάνητας προσπαθεί να διαμορφώσει αισθητικό νόημα από το θέαμα του πλήθους στο μητροπολιτικό περιβάλλον του Παρισιού και μπορεί να χάνεται μέσα σε αυτό, ο ξένος δεν μπορεί να δραπετεύσει από τη ματιά του πλήθους είναι εντός του πλήθους και έχει ένα συμβολικό φορτίο σε αυτό. Ο ξένος είναι κοντά και μακριά στο ανήκειν της ομάδας, είναι οριακά μέρος της ομάδας και δρα ως μια διαρκή πρόκληση, μια φιγούρα που μπορεί να προκαλέσει το φόβο, τον κίνδυνο ή τη δυσπιστία. Είναι κοντά μας, όταν αισθανθούμε ότι υπάρχουν ταξικές, εθνικές ή πολιτισμικές συνάψεις που μας συνδέουν, αλλά και μακριά, όταν οι ομοιότητες

αυτές φεύγουν από τα όρια της ομάδας και τον συνδέουν με άλλα πλήθη ατόμων και άλλους πολιτισμούς.²⁰

Η κοινωνιολογία των σπορ και ο Ζίμελ

Η έννοια της κοινωνικότητας και του ανταγωνισμού υπήρξαν σημαντικές στις έρευνες στο χώρο της κοινωνιολογίας του αθλητισμού. Η κοινωνικότητα είναι ένα βασικό στοιχείο που χαρακτηρίζει τον αθλητισμό, συνυφασμένο με την έννοια της ικανοποίησης και της απόλαυσης. Ο Ζίμελ αξιοποιούσε μια κατά βάση καντιανή θέση που υποστηρίζει πως κάθε άτομο δικαιούται τόσο βαθμό ελευθερίας όσο δεν βλάπτει την ελευθερία των άλλων. Κάθε άτομο έχει ανάγκη για κοινωνικότητα, συνδεδεμένη με τις προσωπικές μας ανάγκες για ικανοποίηση. Αλλά η ατομική ικανοποίηση και ευχαρίστηση, καθώς επίσης και η προσφορά σου σε μια κοινωνική (αθλητική) εκδήλωση είναι στενά συνδεδεμένες με την ευχαρίστηση και την κοινωνικότητα των συμμετεχόντων και την απόλαυση που θα προσλάβουν οι άλλοι από την κοινωνική αλληλόδραση.

Σε ένα αθλητικό παιχνίδι, στο οποίο η κυριαρχία της μιας ομάδας είναι συντριπτική, το αποτέλεσμα αναμενόμενο και το παιχνίδι μονότονο, ο βαθμός ικανοποίησης και το επίπεδο της κοινωνικότητας θα είναι σε χαμηλό επίπεδο. Η κοινωνικότητα στις ομαδικές αθλοπαιδιές έχει δημοκρατικό χαρακτήρα και βασίζεται στη λογική της παροχής ίσων ευκαιριών για όλους. Ο Ζίμελ έβλεπε τον ανταγωνισμό ως μια έκφραση της υποκειμενικότητας και των βαθύτερων αναγκών του ατόμου για κοινωνικότητα και ευχαρίστηση, έτσι όπως διαμορφώνονται περισσότερο υπό την επίδραση κοινωνικών παραγόντων και λιγότερο ως ένας τύπος οικονομικής συμπεριφοράς που λειτουργεί με όρους κόστους-όφελους. Σε αυτή τη βάση, αναγνωρίζει δύο είδη ανταγωνισμών που μπορούν να βρουν έκφραση στις κοινωνίες του αθλητισμού. Στο πρώτο, αυτό που έχει σημασία για τον ανταγωνιζόμενο (αθλητή), είναι να κερδίσει την επιδοκιμασία ενός τρίτου μέρους, που μπορεί να είναι το αθλητικό κοινό ή οι πελάτες ενός αγώνα, στον οποίο ανταγωνίζονται αθλητές ή ομάδες. Μπορούμε να αναγνωρίσουμε αυτό το πρότυπο στα σύγχρονα δημοφιλή αθλήματα, που έχουν πλήρως εμπορευματοποιηθεί και επαγγελματοποιηθεί, ενώ και το φίλαθλο κοινό λειτουργεί ως πε-

λατειακό δυναμικό, πηγή συμβολικής δύναμης και εσόδων για ένα σωματείο. Ένας δεύτερος τύπος (αθλητικού) ανταγωνισμού είναι αυτός που εστιάζεται σε μια μορφή κοινωνικότητας, στην οποία η συμμετοχή και η (αυτο)βελτίωση του αθλητή είναι πιο σημαντική από την αντίσταση ή την αγωνιστική επίδοση του άλλου. Αυτή η ιδεατή κατάσταση τονίζει τη σημασία της συμμετοχής περισσότερο από την διάκριση και έχει εφαρμογή μόνο σε ορισμένες εκδοχές του μαζικού και του ερασιτεχνικού αθλητισμού, αφού σε γενικές γραμμές ο σύγχρονος αθλητισμός ολοένα και περισσότερο διαποτίζεται από τις λογικές των υψηλών επιδόσεων και των έντονων ανταγωνισμών. Ο Ζίμελ βλέπει τον ανταγωνισμό ως μια θετική ροπή του ατόμου και ένα πεδίο κοινωνικοποίησης και εκπαίδευσης των πολιτών, που τους επιτρέπει να αποκτήσουν ποικίλες επιδεξιότητες για να δημιουργήσουν αλληλοσυνδέσεις και δίκτυα κοινωνικότητας και να κερδίσουν επιβεβαίωση και αποδοχή.²¹

Προσπαθώντας να συμφιλιώσει την κατά βάση ατομοκεντρική λογική του ανταγωνισμού με τη δημόσια κοινωνικότητα που έχει σοσιαλιστικά χαρακτηριστικά, ο Ζίμελ προσεγγίζει την έννοια του σοσιαλισμού με πολύ διαφορετικούς όρους από αυτούς της μαρξιστικής θεωρίας. Εάν ο ανταγωνισμός είναι μια αρχή της υποκειμενικότητας που αναρμονίζεται με τις ανάγκες του οικονομικού ωφελιμισμού και των κυρίαρχων οικονομικών συμφερόντων, εμείς θα μπορούσαμε να αναζητήσουμε εναλλακτικές μορφές κοινωνικότητας ενός «σοσιαλισμού υπό την στενότερη έννοια» που αναρμονίζεται με το κοινωνικό συμφέρον. Αυτός ο σοσιαλισμός μπορεί να επιτελεστεί μέσα από την υποβάθμιση των ατομικών παρορμήσεων σε μια κοινωνικότητα που μπορεί να λάβει χώρα με τη συμμετοχή ίσων πολιτών που έχουν παρόμοιο κοινωνικό υπόβαθρο. Ο Ζίμελ μάλιστα παραθέτει παραδείγματα κοινωνικών ομάδων στις οποίες θα μπορούσαν να εφαρμοστούν αυτές οι ιδέες, όπως οι δημόσιοι υπάλληλοι και οι εργάτες ενός εργοστασίου.²² Αυτός ο τύπος «σοσιαλιστικής οργάνωσης της παραγωγής» δεν έχει σχέση με τις μορφές κοινοκτημοσύνης που πρότεινε ο Μαρξ αλλά αποτελεί, μάλλον, «μια τεχνική για να επιτύχουμε τους υλικούς σκοπούς της ευτυχίας, της κουλτούρας, της δικαιοσύνης και της τελειότητας» μέσα από τον ελεύθερο και υγιή ανταγωνισμό. Ένα άτομο που υπολογίζει τα αποτελέσματα της δράσης του και τα ωθεί προς κοινωνικά ωφέλιμους σκοπούς «τέίνει προς έναν σοσιαλισμό που υποστηρίζει τα πολλά και διαδίδει τα επιθυμητά στοιχεία

της ζωής», ενώ ένας ιδεαλιστής είναι αυτός που αφοσιώνεται σε πράξεις, οι οποίες «εκφράζονται λιγότερο ή περισσότερο αισθητικά» και προτάσσει τις αξίες της αυτονομίας του υποκειμένου πάνω από όλα.

Θα μπορούσε να συγκρίνει κανείς τις ιδέες του Ζίμελ για μια κοινωνικότητα που αναπτύσσεται από τα κάτω από άτομα με συναφές κοινωνικό υπόβαθρο με τις αντιλήψεις των πρωτεργατών του σοσιαλιστικού μοντέλου συγκρότησης αθλητικών σωματείων σε ταξική βάση που εκφράστηκε και στην Ελλάδα στην μεσοπολεμική περίοδο και στα χρόνια του εμφύλιου, με την απόπειρα διαμόρφωσης ενός κινήματος εργατικού λαϊκού αθλητισμού γύρω από εργατικά σωματεία και οργανώσεις υπό την καθοδήγηση του κομμουνιστικού κόμματος και του ΕΑΜ.²³ Η ουσιαστική διαφορά εδώ είναι πως οι αθλητικές συσσωματώσεις και πρακτικές του σοσιαλιστικού κινήματος αποτελούσαν μέρος ενός ευρύτερου πολιτικού προτάγματος που αποσκοπούσε στην «νομοτελειακή» έλευση της ιδεατής αταξικής κοινωνίας, ενώ προϋπέθεταν οργανωτικές δομές και τη δράση πολιτικών φορέων, κάτι που βρίσκεται έξω από την οπτική του Ζίμελ. Πράγματι στο έργο του, η κοινωνικότητα δεν θα μπορούσε εύκολα να εναρμονιστεί με τις λογικές των μεγάλων αφηγήσεων και οραμάτων και να υπόκεινται στη δράση οργανωμένων πολιτικών φορέων, όπως είναι τα κόμματα.

Παρομοίως, οι προσεγγίσεις του Ζίμελ δύσκολα θα μπορούσαν να βρουν πεδία εφαρμογής στους εντατικοποιημένους ανταγωνισμούς του αθλητισμού των υψηλών επιδόσεων της σύγχρονης κοινωνίας. Έχουν όμως ιδιαίτερη αναλυτική αξία στη μελέτη μικροκοινωνιών του αθλητισμού, οι οποίες αναζητούν εναλλακτικές μορφές οργάνωσης των αθλητικών πρακτικών και αναζητούν την περιπέτεια, την ευχαρίστηση και την απόλαυση του παιχνιδιού μακριά από τις εργαλειακές σκοπιμότητες των γραφειοκρατικοποιημένων και εμπορευματοποιημένων αθλημάτων. Το κίνημα των αυτοοργανωμένων αθλητικών σωματείων, που διαμορφώθηκε στα χρόνια της κρίσης στην Ελλάδα και αμφισβητεί τη λογική του εμπορευματοποιημένου αθλητισμού στο πλαίσιο των κύκλων διαμαρτυρίας ενάντια στις πολιτικές των μνημονίων, αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτών των τάσεων.²⁴

Οι παρατηρήσεις του Ζίμελ για την κοινωνικότητα, την ευχαρίστηση και την περιπέτεια έχουν αξιοποιηθεί στις αθλητικές σπουδές από γνωστούς μελετητές. Η ιστορικός Κρίστιαν Έιζενμπεργκ χρησιμοποίησε ιδέες από την κοι-

νωσιολογία του ανταγωνισμού του Ζίμελ, για να μελετήσει τη σημασία που είχαν οι αρχές του ανταγωνισμού στην κοινωνιογέννηση των σπορ σε Αγγλία και Γερμανία, όπως και στη διαμόρφωση ενός νέου πεδίου κοινωνικοποίησης και κοινωνικής μάθησης των πολιτών. Εξετάζοντας τις αθλητικές πρακτικές, σχολίασε τους ιδιαίτερους τύπους ανταγωνισμών των αθλητικών μικρόκοσμων, στους οποίους το έπαθλο δεν αφορά μόνο τους άμεσα συμμετέχοντες (αθλητές και προπονητές) αλλά και τρίτους παράγοντες: τους φίλαθλους την αναγνώριση και το χειροκρότημα των οποίων διεκδικούν οι αθλητές, τις διοικητικές αρχές που θεσμοθετούν τα βραβεία και τα σωματεία που συμμετέχουν στους ανταγωνισμούς και επιδιώκουν τη συσσώρευση των τρόπαιων και τίτλων. Για τους πρωτεργάτες του αθλητισμού στην Αγγλία και τη Γερμανία, τα σπορ αποτελούσαν ένα ισχυρό παράγοντα κοινωνικοποίησης των πολιτών στις νεωτερικές ανταγωνιστικές αξίες. Ο ανταγωνισμός ανάμεσα σε ίσους αθλητές ή αθλητικές ομάδες καλλιέργησε τους κοινωνικούς δεσμούς και την κοινωνικότητα και ενίσχυε την σωματική άσκηση των πολιτών. Έτσι εργάστηκαν για να εφαρμόσουν αυτές τις ιδέες στο πεδίο του αθλητισμού, διαμορφώνοντας τους κανόνες διεξαγωγής των αγώνων που σε συνδυασμό με τη διαμόρφωση των απαραίτητων αθλητικών υποδομών και συλλόγων συνέβαλαν στη γέννηση των μοντέρνων αθλημάτων και τη δημιουργία της πρώτης Ερασιτεχνικής Αθλητικής Ένωσης στην Αγγλία το 1880.²⁵

Τα σπορ ως ένα σύμβολο και ένα πεδίο εφαρμογής του ανταγωνισμού δεν ήταν απλά μια ιδεολογία, η οποία θα μπορούσε εύκολα να ξεσκεπαστεί, αν λάβουμε υπόψη την πραγματικότητα των μονοπωλιακών καταστάσεων, των καρτέλ και των διαφόρων οικονομικών συναλλαγών που έχουν αποικιοποιήσει το χώρο του επαγγελματικού αθλητισμού.²⁶ Τα σπορ έχουν τη δική τους πραγματικότητα, στην οποία οι τάσεις μονοπώλησης που εμφανίζονται σε ορισμένα δημοφιλή αθλήματα είναι μια παρέκκλιση από την κανονικότητα των αθλητικών ανταγωνισμών. Ένα πρωτάθλημα δεν μπορεί να είναι ανταγωνιστικό και ενδιαφέρον εάν είναι προβλέψιμο και η διαφορά δυναμικότητας ανάμεσα σε αθλητές ή ανάμεσα σε σωματεία είναι μεγάλη. Ακόμη και με όρους οικονομικής ορθολογικότητας και ωφελιμιστικού μάνατζμεντ, ο άνισος ανταγωνισμός μειώνει το ενδιαφέρον των «πελατών» και περιορίζει μακροπρόθεσμα τους πόρους και τις πιθανότητες επενδύσεων και αυξημένων κερδών.

Η Έιζενμπεργκ εξέτασε την αθλητική κοινωνικότητα ως βασικό στοιχείο της μοντέρνας κοινωνίας. Μέσα στο περιβάλλον μιας αθλητικής κοινωνικότητας που είχε κεντρικό στοιχείο τον ανταγωνισμό, η αγγλική αστική τάξη καλλιεργούσε στα μέλη της τον ενθουσιασμό και τη ψυχαγωγία που παρήγαγαν το απρόβλεπτο των αποτελεσμάτων, των διαγωνισμών και των αθλητικών αγώνων, την ταχύτητα και την κίνηση, την άσκηση και τη διαρκής διαδοχή παραστάσεων. Επιπλέον, στα τέλη του 19ου αιώνα, η αθλητική κοινωνικότητα ενσωμάτωνε με αξιοσημείωτο τρόπο μερικά από τα πιο συναρπαστικά επιτεύγματα της τεχνολογίας, όπως το ποδήλατο ή το αυτοκίνητο.²⁷ Αλλά και στην σημερινή εποχή τα σπορ έχουν αξιοποιήσει τις προκλήσεις των νέων τεχνολογιών σε ποικίλες μορφές αθλητικής δραστηριότητας, όπως είναι η χρήση του σε ποδοσφαιρικούς αγώνες, ενώ, επιπλέον, έχουν διαμορφώσει ένα υβριδικό πεδίο εικονικής αθλητικής κοινωνικότητας μέσω των e-sport παιχνιδιών, τα οποία έγιναν ιδιαίτερα δημοφιλή στην περίοδο της πανδημίας λόγω του ασθένειας του κορονοϊού Covid 19.

Επιπλέον, η Έιζενμπεργκ μελέτησε τη διαδικασία προσαρμογής της αθλητικής κοινωνικότητας στις ανάγκες ισχυρών κοινωνικών ομάδων. Για παράδειγμα, το κρίκετ ήταν άθλημα που διαρκούσε πολύ ώρα ή ακόμα και μέρες, ακολουθώντας τους παραδοσιακούς κώδικες της σχολής των παραδοσιακών τζέντλεμαν της αριστοκρατικής τάξης. Στη συνέχεια, περιορίστηκε σε χρόνο και εναρμονίστηκε με τις ανάγκες δημιουργικής αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου της μεσαίας αστικής τάξης. Στη βικτωριανή Αγγλία, ο αθλητισμός θεωρήθηκε ως ένας τρόπος για την εξασφάλιση της ισορροπίας σώματος και πνεύματος («νους υγιής εν σώματι υγιεί»), που έχει αξιοποιηθεί από το κίνημα του Ολυμπισμού στην αναβίωση των Ολυμπιακών αγώνων καθώς και για τη διάπλαση των χαρακτήρων. Τα σπορ συνέβαλαν στη διαμόρφωση μιας νέας μορφής αθλητικής κοινωνικότητας και ο αθλητισμός αποτέλεσε ένα σημαντικό κανάλι εκπαίδευσης των νεαρών Άγγλων στις αξίες των αθλητικών παιχνιδιών και του ομαδικού πνεύματος. Παράλληλα, στις τελευταίες δεκαετίες του 20ού αιώνα, οι Βρετανοί αποικιοκράτες διέδιδαν σε όλον τον κόσμο τα «δικά τους» σπορ και αξιοποιούσαν τη γοητεία επινοημένων αθλητικών παραδόσεων, όπως ήταν η αναβίωση των Ολυμπιακών Αγώνων για να «εκπολιτίσουν» τους πληθυσμούς των αποικιών και να προβάλλουν τα αθλητικά ιδεώδη της βρετανικής αστικής τάξης μαζί με τη δόξα της Αυτοκρατορίας τους.²⁸

Μια άλλη ενδιαφέρουσα και πρωτότυπη συμβολή στην κοινωνιολογία του αθλητισμού μέσα από το πρίσμα των θεωριών του Ζίμελ παρέχει ο διακεκριμένος κοινωνιολόγος Ρίτσαρντ Τζουλιανότι, που εφάρμοσε τη θεωρία του Ζίμελ για την κοινωνικότητα και την περιπέτεια σε μελέτη του για τις κοινωνικές πρακτικές και την κουλτούρα των οπαδών της εθνικής ομάδας της Σκωτίας, τους *Tartan Army*. Σύμφωνα με το Τζουλιανότι, μολονότι οι Σκωτσέζοι οπαδοί είναι φημισμένοι για την επιθετική τους συμπεριφορά στις αθλητικές συναντήσεις στο Ηνωμένο Βασίλειο, στο εξωτερικό τείνουν να υιοθετήσουν ένα κοσμοπολίτικο μοντέλο οπαδικής συμπεριφοράς και να αποκτήσουν θετική φήμη, ως θορυβώδεις πλην όμως ευρηματικοί οπαδοί που δεν είναι βίαιοι. Με αυτόν τον τρόπο, επιχειρούν να διαφοροποιηθούν από τους υποτίθεται βίαιους Άγγλους οπαδούς, προβάλλοντας επιλεκτικά στοιχεία της ταυτότητας τους που θεωρούν πως αντιπροσωπεύουν το Σκωτσέζικο ποδόσφαιρο μέσα και έξω από το γήπεδο: ταχύτητα, δύναμη, πάθος για την περιπέτεια, λαχτάρα για συμποσιασμό (μπύρα). Στην προσπάθεια τους να εμφανίζονται ως οι καλύτεροι οπαδοί στον κόσμο και να συσσωρεύουν φήμη έχουν βοηθήσει κρατικοί φορείς και θεσμοί της αγοράς (Σκωτσέζικη ομοσπονδία, ταξιδιωτικά γραφεία) αλλά και μια σειρά βραβείων που έχουν πάρει, για παράδειγμα από την UEFA (1992), τη FIFA (1998) και τη Βελγική Ολυμπιακή Επιτροπή (2002).²⁹

Μέσα σε αυτήν τη συνθήκη οι *Tartan Army* τείνουν να υιοθετήσουν ιδιαίτερους τύπους κοινωνικότητας που δίνουν σημασία στην κοινωνική αλληλόδραση και στην κοινωνική συνοχή της ομάδας, παραμερίζουν παραδοσιακές κοινωνικές, εθνοτικές και θρησκευτικές διαφορές που διατρέχουν το Σκωτσέζικο ποδόσφαιρο και το σωματειακό αθλητισμό στη χώρα, με χαρακτηριστικό παράδειγμα τη μακροχρόνια διαμάχη ανάμεσα στα σωματεία των καθολικών της Σέλτικ και των προτεσταντών της Ρέιντζερς Γλασκώβης. Με βάση αυτή τη συλλογιστική, αποφεύγουν συνειδητά να χρησιμοποιούν διακριτικά σύμβολα και φανέλες Σκωτσέζικων ομάδων και επιλέγουν ένα διακριτό ενδυματολογικό Σκωτσέζικο οπαδικό στιλ, το οποίο παραπέμπει στην εθνική τους ταυτότητα.

Στο βαθμό που αστική ζωή παρέχει λιγότες ευκαιρίες για απόδραση από τις κανονικότητες της κοινωνικής ζωής, οι *Tartan Army* αποτελούν μια συλλογικότητα που παρέχει ένα ασφαλές καταφύγιο κοινωνικής διαφυγής από τους περιορισμούς της μοντέρνας κουλτούρας σε ένα τύπο δημόσιας ζωής, όπου «κα-

νένας δεν είναι μόνος του μέσα το πλήθος». Στα ταξίδια τους φροντίζουν να διαμορφώνουν μορφές αθλητικής κοινωνικότητας που υπερβαίνει το εθνικό ή το τοπικό πλαίσιο και προσεγγίζει το πρόταγμα ενός κοσμοπολίτικου ήθους, το οποίο, με βάση την κοσμοθεώρηση του Ζίμελ, προσπαθεί να ξεφύγει από το μικροεπίπεδο της ιδιαίτερης χωρικής κοινότητας και τείνει να διαμορφώσει το αίσθημα της ανθρώπινης συνύπαρξης και αλληλεγγύης με όλους τους πολίτες ανεξάρτητα από την περιοχή που ζουν.³⁰ Οι Tartan Army συνηθίζουν να κάθονται κοντά στις κερκίδες άλλων οπαδών, με τους οποίους είναι φιλικό και συχνά συνάπτουν σχέσεις και αντιμετωπίζουν τις ενδεχόμενες νίκες των αντιπάλων χωρίς φανατισμό. Συνηθίζουν εμπλέκονται σε έντονους αστειύσμούς, απολαμβάνουν μια κοινωνική ζωή με περιπέτεια, υποβαθμίζουν τις κοινωνικές και έμφυλες διαφοροποιήσεις στις συναντήσεις τους, αναπτύσσουν μια αίσθηση κοινωνικής αμοιβαιότητας και μια διάθεση διαφυγής από τους περιορισμούς και της υποχρεώσεις της σύγχρονης «αντικειμενικής κουλτούρας».³¹ Σε αυτήν την κατεύθυνση, αξιοποιούν ποικίλα είδη άτυπου ρουχισμού για να τονίσουν εκφραστικά τους δεσμούς με την ομάδα τους και να τονίσουν μια αίσθηση πολιτισμικής υπεροχής, που πίσω της έχει ένα κοινό υπόβαθρο, τον σκωτσέζικο εθνικισμό.

Η ανάλυση του Τζουλιανότι είναι ενδιαφέρουσα, γιατί δείχνει το εύρος των προκλήσεων αλλά και των περιορισμών των αναλυτικών εργαλείων του Ζίμελ. Οι εργασίες του για τον ξένο, το νομάδα ή τον πλάνητα, που επιδιώκουν την απόδραση από την κοινωνική καθημερινότητα και την εργασιακή ρουτίνα της σύγχρονης απρόσωπης πόλης, μπορεί να μας βοηθήσουν να σκεφτούμε για την κοινωνική εμπειρία των οπαδικών εκδρομών. Ο οπαδός που συνηθίζει να ταξιδεύει στα εκτός έδρας παιχνίδια της ομάδας του, στα μάτια του ιθαγενούς οπαδού μπορεί να προσλαμβάνεται ως ένας ανεπιθύμητος ξένος στην πόλη αλλά, ταυτόχρονα, και ένας από τους μυριάδες οπαδούς που μοιράζεται την ίδια αφοσίωση για το παιχνίδι, ενώ, δυνητικά, θα μπορούσε να είναι και ένας φίλος. Το φαινόμενο των αδελφοποιήσεων οπαδών μέσα σε μια χώρα ή και ανάμεσα σε οπαδούς ομάδων από διαφορετικές χώρες δείχνει αυτή τη διάσταση μιας υπερτοπικής, διαταξικής και διακοινωνικής κοινωνικότητας ανδρών. Από την άλλη, η ανάλυση του Ζίμελ, μολονότι περιλαμβάνει επιμέρους υπαινιγμούς για τις κοινωνικές και οικονομικές ανισότητες, δεν μας παρέχει κάποιο δομικό μοντέλο εξήγησης των ασύμμετρων σχέσεων εξουσίας που διατρέχουν τις ιεραρχικές

οπαδικές κοινότητες ούτε για τις πανταχού παρούσες έμφυλες διακρίσεις και κυριαρχίες. Ενώ ο Ζίμελ προσπαθεί να αναδείξει την ομολογία των κοινωνικών και πολιτισμικών προδιαθέσεων διαφόρων κοινωνικών ομάδων, σύγχρονοι κοινωνιολόγοι τονίζουν τις ποικίλες, μικτές ταυτότητες που υιοθετούν, διαπραγματεύονται, αποκτούν ή απορρίπτουν οι κοινωνικοί δράστες.³²

Ένα άλλο πεδίο, στο οποίο θα μπορούσαν να βρουν παράθυρο έκφρασης οι ιδέες του Ζίμελ για την κοινωνικότητα, είναι χωρικές συναθροίσεις των οπαδών στους αθλητικούς χώρους αλλά και οι ασώματες επικοινωνίες που διαμορφώνονται από τις on-line κοινότητες οπαδών. Ο χώρος, σύμφωνα με τον Ζίμελ που εδώ είναι πολύ κοντά με τον Λεφέβρ, δεν είναι απλά μια γεωγραφική επικράτεια αλλά είναι πρώτα και κύρια, μια κοινωνική συγκρότηση.³³ Το γήπεδο και η πόλη είναι κοινωνικός χώρος που συγκροτείται μέσω κοινωνικών σχέσεων, όπου η κοινωνικότητα ως μια έκτακτη πρακτική αλληλόδρασης επιτρέπει να διαμορφωθεί νόημα και σημασία σε κάτι που προηγουμένως μπορεί να ήταν αδειανό και άφωνο.³⁴ Στην κοινωνιολογία του χώρου, ο Ζίμελ παρουσιάζει πέντε παράγοντες που επηρεάζουν τον τύπο και την υφή της κοινωνικής αλληλόδρασης: η αποκλειστικότητα ή η μοναδικότητα του χώρου, της όρια του, το στερέωμα των κοινωνικών τύπων που τον συγκροτούν, η χωρική εγγύτητα και απόσταση και, τέλος, η κίνηση στο συγκεκριμένο χώρο. Αυτοί είναι οι παράγοντες που επιτρέπουν σε όσους οικειοποιούνται το χώρο να του προσδώσουν νόημα και να διαμορφώσουν πολιτικές της ταυτότητας και του ανήκειν μέσα από τις περίπλοκες καταστάσεις αλληλόδρασης μιας δημόσιας (αθλητικής) κοινωνικότητας.³⁵

Αξίζει να σημειωθεί πως στις τελευταίες δεκαετίες ένα νέο πεδίο αθλητικής κοινωνικότητας διαμορφώνεται γύρω από εμπειρίες ασώματων επαφών στον κυβερνοχώρο. Φίλαθλοι, οπαδοί και αθλητές δημιουργούν εικονικές κοινότητες στον κυβερνοχώρο, ανταλλάσσουν απόψεις για τον αθλητισμό, την πολιτική και την κοινωνία, εκφράζουν τις αθλητικές τους προτιμήσεις και προσδοκίες και ασκούν κριτική σε ιδέες και πρακτικές με τις οποίες διαφωνούν. Αυτές οι σχέσεις φιλίας και εικονικής κοινωνικότητας είναι εξαιρετικά ευάλωτες. Τα όρια της εικονικής κοινωνικότητας είναι ρευστά, ενώ η αίσθηση του ανήκειν δεν είναι ούτε μονολιθική ούτε στατική, αλλά ανοικτή στη συνεχή διαπραγματεύση και διαβούλευση και σε μια διαρκή αλληλόδραση με τους άλλους. Ακολουθώντας την

ανάλυση του Ζίμελ για το χώρο, θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε πως οι εικονικές αυτές κοινότητες βρίσκονται σε μια διαρκή κίνηση και διαμορφώνονται ενεργητικά από το πλήθος των εικονικών αλληλοδράσεων και κινούνται διαρκώς γύρω από μια διαχωριστικό σύνορο συμπερίληψης και αποκλεισμού.

Οι εικονικές κοινότητες του κυβερνοχώρου στο παγκόσμιο πλανητικό χωριό θυμίζουν την εξαιρετική μεταφορά της πόλης στην οξυδερκή ανάλυση του Ζίμελ ως ένα σύνθετο πλέγμα από τεμνόμενες αλληλοδράσεις και μυριάδες διασταυρώσεις κοινωνικών κύκλων και δικτύων, που χαράζουν επικράτειες εμπειρίας και τοπία των αισθήσεων με τα δικά τους πολιτισμικά σύνορα.³⁶ Οι οπαδικές πλατφόρμες επικοινωνίας γίνονται τα κανάλια επικοινωνίας, μέσα από τα οποία διαμορφώνονται νέοι τύποι του ανήκειν, νέα μοντέλα επικοινωνίας, γνώσης αλλά και εξουσίας. Η ανάλυση τους Ζίμελ μάς δίνει τη δυνατότητα να κατανοήσουμε την οπαδική εμπειρία ως δυναμική και ευέλικτη πρακτική, η οποία νοηματοδοτείται από την χρήση και τις πολιτικές των υποκειμένων και των συλλογικοτήτων οπαδών, να μεταφέρει την ανάλυση από το τί είναι στη διαδικασία της επιτέλεσης. Το ζητούμενο, όμως, δεν είναι μόνο να μπορέσουμε να αναδείξουμε τη σημασία και τη λειτουργικότητα αυτών των μορφών κοινωνικότητας αλλά και να ξεσκεπάσουμε τις μορφές εξουσίας και ανισότητας που κρύβονται πίσω από τις ενσώματες και ασώματες εικονικές αλληλοδράσεις των κόσμων των φιλάθλων: την κοινωνική διαδικασία της παραγωγής των συνόρων, των ιεραρχιών, των εργαλείων συμπερίληψης και αποκλεισμού και τις σχέσεις εξουσίας που διαμορφώνονται σε αυτό το περιβάλλον.

Αναστοχαστικές παρατηρήσεις για την κοινωνιολογία του Ζίμελ και τους κοινωνικούς κόσμους του αθλητισμού

Μολονότι ο Ζίμελ δεν ανέπτυξε μια συστηματική θεωρία για τον αθλητισμό, τα εννοιολογικά εργαλεία που χρησιμοποιεί επηρέασαν τις μελέτες των αθλητικών σπουδών και ενίσχυσαν τους προβληματισμούς για την ανάπτυξη μιας κοινωνιολογίας της κοινωνικότητας και των συναισθημάτων του αθλητισμού. Οι ιδέες του για την κοινωνικότητα, την περιπέτεια, τον ξένο, τον νομάδα, τον πλάνητα ως μεταφορικά σχήματα λόγου και αναλυτικές κατηγορίες μπορούν

να αποτελέσουν χρήσιμα ερμηνευτικά εργαλεία για τη μελέτη των αθλητικών κόσμων στην ύστερη νεωτερικότητα.

Το έργο του Ζίμελ φαίνεται να είναι επηρεασμένο από την προσωπική περιπετειώδη ζωή στους καλλιτεχνικούς και επιστημονικούς κύκλους της εποχής του και εμπεριέχει ένα απαισιόδοξο τόνο για την κοινωνική εξέλιξη, μια κριτική στάση απέναντι στη διαβρωτική επέκταση του ήθους του καταναλωτισμού και της «αντικειμενικής κουλτούρας» στην κοινωνική εμπειρία των αισθήσεων. Η αναζήτηση της περιπέτειας και μιας δημιουργικής κοινωνικότητας, συνυφασμένης με μορφές έκφρασης μιας αυθεντικής υποκειμενικότητας στην τέχνη και τον πολιτισμό, αποτελούσε μια υπαρκτή δυνατότητα που οδηγούσε στην υπέρβαση της ομοιομορφίας και της αντικειμενοποίησης της κουλτούρας της εποχής του.

Ο Ζίμελ δείχνει να εξιδανικεύει την περιπέτεια και το ταξίδι που στα χρόνια του ήταν ένα μέσο αναζήτησης ενός ανόθευτου εαυτού και μια αυθεντικότητα μακριά από την αποξενωμένη κοινωνικότητα της μεγαλόπολης. Αυτή η τάση διαφυγής είναι εμφανής και στην κουλτούρα του τεχνοπολιτισμού του καπιταλισμού της ύστερης νεωτερικότητας, που χαρακτηρίζεται, ωστόσο, και από μια ραγδαία επέκταση της ομοιομορφοποίησης, της τυποποίησης και της εμπορευματοποίησης των ταξιδιωτικών πρακτικών που περιορίζουν τις δυνατότητες ατομικής έκφρασης. Σήμερα η γοητεία της αναζήτησης του ξένου και της πολιτισμικής διαφοροποίησης έχει χαθεί και, όπως επισημαίνει ο David Harris, οι κάτοικοι της Παπούα-Νέα Γουινέα οδηγούν μηχανάκια Honda, στους απόμερους χωματόδρομους της Αφρικής συναντάς Mercedes φορτωμένα με coca cola, ο τουρισμός έχει διαβρώσει την εμπειρία της συνάντησης με τον πολιτισμικό Άλλο, τον ξένο. Το ταξίδι παραμένει σε σημαντικό βαθμό θέμα ταξικής διάκρισης αλλά η «αυθεντικότητα» έχει γίνει ένας μηχανισμός μάρκετινγκ εξίσου αναξιόπιστος με τον «οικολογικό» ή τον «αθλητικό» τρόπο ζωής.³⁷

Οι αναλύσεις του Ζίμελ διαμορφώνονται σε ένα ορισμένο ιστορικό περιβάλλον του βιομηχανικού καπιταλισμού, που χαρακτηρίζεται από άκαμπτές διαχωριστικές ταξικές γραμμές, πλαισιωμένες από αντίστοιχες ιεραρχίες πολιτισμικού γούστου. Στην κοινωνία της ύστερης νεωτερικότητας, αυτές οι διαχωριστικές γραμμές εξακολουθούν να υπάρχουν, έχουν, ωστόσο, υποχωρήσει και συσκοτιστεί σε σημαντικό βαθμό, ενώ οι διαταξικές μορφές αθλητικές κοινωνικότητας

είναι πλέον συνηθισμένες. Ο σωματειακός αθλητισμός για πολλές δεκαετίες υπήρξε ένα νεωτερικό πεδίο αθλητικής κοινωνικότητας με επίκεντρο τους τοπικούς, εθνικούς και διεθνείς ανταγωνισμούς αθλητικών σωματείων. Στη σημερινή κοινωνία, η έλευση του επαγγελματισμού, της εμπορευματοποίησης, του μάνατζμεντ, της αθλιατρικής, των νέων τεχνολογιών και των ιλιγγιωδών επενδύσεων στα δημοφιλή σπορ, ενισχύει τις πρακτικές μιας ανορθολογικής οικονομικής επέκτασης της οικονομίας της αγοράς και τους κράτους στο πεδίο και ενισχύει επικίνδυνα το επίπεδο των ανταγωνισμών και υποσκάπτουν τις δυνατότητες μιας, με τους όρους του Ζίμελ, δημοκρατικής δομής (αθλητικής) κοινωνικότητας.

Αν το παιχνίδι του σωματειακού ανταγωνισμού διεξαγόταν στο παρελθόν ανάμεσα σε ομάδες που αντιπροσώπευαν διαφορετικές πόλεις, συνοικίες ή γειτονιές και βασιζόταν στις τοπικές ποδοσφαιρικές δυνάμεις, σήμερα αυτό το παιχνίδι είναι πολύ πιο άνισο και εξαρτάται από τις δυνατότητες της κάθε ομάδας να επενδύσει και να αγοράσει αθλητές από την ευρύτερη εθνική ή και παγκόσμια αγορά. Παράλληλα, γύρω από τα δημοφιλή σπορ, διαμορφώνει από τα πάνω και μια άλλη μορφή κοινωνικότητας γύρω από αθλητικούς παράγοντες, επενδυτές και πολιτικούς πατρώνες, στο πλαίσιο της οποίας καθορίζονται οι πολιτικές ανάπτυξης των αθλητικών σωματείων και διαμορφώνονται οι συσχετισμοί ισχύος ανάμεσα στα αθλητικά σωματεία. Αυτές οι παρατηρήσεις, μας θυμίζουν του ποικίλους τύπους κοινωνικότητας που διαμορφώνονται στα αθλητικές κοινωνίες και τις ιεραρχίες κοινωνικοτήτων σε κάθε άθλημα αλλά και ανάμεσα σε διάφορα αθλήματα, όπως και τη σημασία της κοινωνικής τάξης στο παιχνίδι της κοινωνικότητας.

Ο Ζίμελ δέχθηκε ποικίλες επικρίσεις για τον ελιτίστικο προσανατολισμό του έργου του, στο οποίο είναι διάχυτη μια διάθεση για την αναζήτηση της αυθεντικής εμπειρίας τέχνης μιας φωτισμένης υποκειμενικότητας. Το έργο του δεν ασχολείται συστηματικά με τις εμπειρίες των λαϊκών στρωμάτων και τις κοινωνικές πρακτικές του λαϊκού πολιτισμού, ενώ, παράλληλα, δείχνει να υποβαθμίζει τη γυναικεία εμπειρία και τις έμφυλες διακρίσεις και ανισότητες που διαπερνούν τους κοινωνικούς κόσμους. Ο Ζίμελ διαπιστώνει, παρατηρεί, μελετά τις επιφάνειες, τα ίχνη, τις αισθήσεις, την πολιτισμική διαφορά, είναι σχετικιστής και οι μελέτες του δεν προσβλέπουν σε κάποιο σαφές απελευθερωτικό πρό-

ταγμα. Παρ' όλα αυτά, μέσα από το λαβύρινθο της σκέψης του αναδεικνύονται οι αντιφάσεις, οι αμφισημίες και οι αβεβαιότητες του μοντέρνου κόσμου και τα αδιέξοδα του. Σε πολλά σημεία το έργο του δείχνει να είναι ο προάγγελος μιας μεταμοντέρνας κοσμοθεωρίας, στις αναλύσεις της οποίας ο πολιτισμός (και ο αθλητισμός) του ευέλκτου καπιταλισμού της ύστερης νεωτερικότητας αποτελεί μια εξέλιξη αυτής της κατάστασης, που ο Ζίμελ ονόμαζε τραγωδία της κουλτούρας. Με τα λόγια ενός επιφανούς εκπροσώπου της μεταμοντέρνας σκέψης, του Φέντερικ Τζέιμσον, η ιδιαίτερη σφαίρα της κουλτούρας έχει πλέον επεκταθεί:

Έχει γίνει όμορφη με την κοινωνία της αγοράς με τέτοιο τρόπο που η κουλτούρα δεν έχει περιοριστεί στους προηγούμενους παραδοσιακούς πειραματικούς τύπους, αλλά καταναλώνεται διαμέσου της καθημερινής ζωής, στα ψώνια, στις επαγγελματικές δραστηριότητες, στους διάφορους, συχνά, τηλεοπτικούς τύπους ελεύθερου χρόνου, στην παραγωγή για την αγορά στην κατανάλωση των προϊόντων αγοράς, πράγματι στις πιο κρυπτές πτυχές και γωνιές του καθημερινού.³⁸

Στο χώρο του αθλητισμού, όπου έχει κυριαρχήσει η αποικιοποίηση των αθλητικών πρακτικών από τη λογική των ανταλλακτικών αξιών, μια στείρα μεταφορά των εννοιολογικών εργαλείων του Ζίμελ για τους κοινωνικούς κόσμους της μητρόπολης από στο μεταίχμιο του 20ού αιώνα στη σημερινή μεταμοντέρνα συνθήκη θα είχε περιορισμένη αξία. Ωστόσο, οι μελέτες του για τους ανοίκειους κοινωνικούς τύπους της πόλης, την από τα κάτω κοινωνικότητα και τους ανταγωνισμούς μπορούν να προσφέρουν γόνιμες ιδέες για να εξεταστεί ο αθλητικός οπαδισμός στον 21ο αιώνα και η πολιτισμική διαφοροποίηση των «παράξενων» οπαδών και των τύπων ταυτότητας που επιτελούν εντός και εκτός αθλητικών χώρων.³⁹ Επιπλέον, η κοινωνιολογία των αισθήσεων του Ζίμελ και οι αναλύσεις του για τις συμπεριφορές, την ένδυση και τη μόδα μπορεί να μας βοηθήσει να κατανοήσουμε το αισθηματικό νόημα του ενδυματολογικού στυλ και της (αθλητικής) μόδας στους αθλητικούς κόσμους, τα πολύμορφα τοπία των αισθήσεων των αθλητικών κοινωνιών (ηχοτοπία, εικόνες, τατουάζ, σύμβολα, αξεσουάρ, γκραφίτι) και την επικράτεια της κοινωνικής εμπειρίας στα ταξίδια, τις περι-

πέτειες, τις αναζητήσεις και τους συμποσιασμούς αθλητών, φιλάθλων και οπαδών στο πλανητικό χωριό. Έτσι μπορούμε να αναστοχαστούμε για τα αθλητικά υποκείμενα της μεταμοντέρνας συνθήκης, που συναρμολογούν ψήγματα της πραγματικότητας, επανοικειοποιούνται χώρους και πρακτικές και διαμορφώνουν νόημα στους αθλητικούς κόσμους.

ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

1. D. Frisby, «Introduction», στο D. Frisby and M. Featherstone (eds), *Simmel on Culture: Selected Writings*, London, Sage, 1997, σ. 1.
2. Για την πολιτισμική στροφή στις κοινωνικές επιστήμες, βλ. ενδεικτικά, J. Arnason, «The Cultural Turn and the Civilizational Approach», *European Journal of Social Theory* 13(1), 2010, σσ. 67-82· F. Jameson, *The cultural turn, Selected writings on the post-modern, 1883-1998*, London and New York, Verso, 1998· K. Nash, «The 'Cultural Turn' in Social Theory: Towards a Theory of Cultural Politics», *Sociology* 35 (1), 2001, σσ. 77-92· L. Ray and A. Sayer (eds), *Culture and Economy after the cultural turn*, London, Sage, 1999.
3. Βλ. ενδεικτικά, G. Simmel, *Μητροπολιτική αίσθηση: οι μεγαλουπόλεις και η διαμόρφωση της συνείδησης - κοινωνιολογία των αισθήσεων*, μτφρ. Ι. Μειτάνη, Αθήνα, Άγρα, 2017· G. Simmel, *Η μόδα*, μτφρ. Κ. Βασιλείου, Αθήνα, Πλέθρον, 2018· G. Simmel, *Περιπλάνηση στη νεωτερικότητα*, μτφρ. Γ. Σαγκριώτης & Ο. Σταθάτου, Αθήνα, Αλεξάνδρεια, 2004.
4. Για τις μελέτες της δημόσιας κοινωνικότητας στην Ελλάδα, βλ. ενδεικτικά Χ. Κουλούρη, *Αθλητισμός και όψεις της αστικής κοινωνικότητας: Γυμναστικά και αθλητικά σωματεία 1870-1922*, Ιστορικό Αρχείο Ελληνικής Νεολαίας, Κέντρο Νεοελληνικών Ερευνών, Αθήνα, 1977· Ευθ. Παπαταξιάρχης (επιμ.), *Πολιτικές της καθημερινότητας. Σύνορο, σώμα και ιδιότητα του πολίτη στην Ελλάδα*, Αθήνα, Αλεξάνδρεια, 2014· Ε. Αβδελά, Χ. Εξερτζόγλου, Χ. Λυριτζής (επιμ.), *Μορφές δημόσιας κοινωνικότητας στην Ελλάδα του εικοστού αιώνα*, Πανεπιστήμιο Κρήτης, Ρέθυμνο, 2015.
5. M. Carter, «Georg Simmel: Clothes and Fashion» στο M. Carter (ed.), *Fashion Classics from Carlyle to Barthes*, 2003, σ. 59· D. Frisby, «Georg Simmel», στο P. Hamilton(ed.), *Key Sociologists Series*, London and New York, Routledge 2002, σ. 107.

6. Z. Feldman, «Simmel in cyberspace», *Information, Communication & Society*, 15:2, 2012, σσ. 300-301.
7. R. Giulianotti, «The sociability of sport: Scotland football supporters as interpreted through the sociology of George Simmel», *International Review for the Sociology of Sport* 40 (3): 2005, σ. 300.
8. G. Simmel, *Μητροπολιτική αίσθηση*, ό.π.,
9. D. Frisby, «Introduction», στο D. Frisby and M. Featherstone, *Simmel on Culture: Selected Writings*, London 1997, Sage, σ. 8
10. B. Wearing, *Leisure and feminist theory*, ό.π., σ. 115.
11. M. Carter, «Georg Simmel: Clothes and Fashion», ό.π., σσ. 62-63.
12. M. Carter, «Georg Simmel: Clothes and Fashion», ό.π., σσ. 63-64. Για το ζήτημα της μόδας, βλ. G. Simmel, *Η μόδα*, ό.π.
13. G. Simmel, «The sociology of sociability», *American Journal of Sociology*, 55 (3), 1949, σ. 255.
14. *Αυτόθι*, σ. 256.
15. *Αυτόθι*, σσ. 257-258.
16. D. Frisby, «Introduction», ό.π., σ. 16. Βλ. επίσης, G. Simmel G., *Essays on sociology. Philosophy and Aesthetics*, (επανεκδοση με την επιμέλεια του K.H. Wolf), New York, Harper & Row 1965.
17. D. Frisby, «Simmel and leisure», στο C. Rojek (ed.), *Leisure for leisure*, London, Macmillan, 1989, σ. 78.
18. G. Simmel, «The stranger», στο N. Levine (ed.), *G. Simmel: On Individuality and Social Forms: Selected Writings*, (D. University of Chicago Press, Chicago, IL, 1971b [1908]) σσ. 143-149.
19. Z. Feldman «Simmel in cyberspace», ό.π., σσ. 304-3055.
20. Z. Feldman, «Simmel in cyberspace», ό.π., σσ. 306-309.
21. H. J. Helle, «Soziologie Der Konkurrenz – sociology of competition by Georg Simmel», *Canadian Journal of Sociology*, 33 (4), 2008, σσ. 947-951.
22. H. J. Helle, «Soziologie Der Konkurrenz – sociology of competition by Georg Simmel», ό.π., σ. 953.
23. Βλ. σχετικά, Γ. Ζαϊμάκης, «Αθλητικές πρακτικές και αριστερές νεολαίες στην Ελλάδα: Αναζητώντας την κοινωνική χειραφέτηση των σωμάτων», στο Β. Καραμωλάκης και Ι. Παπαθανασίου, *Αριστερές συλλογικότητες και ελεύθερος χρόνος*, Αθήνα, ΑΣΚΙ-Αυγή, 2014, σσ. 80-84. Γ. Ζαϊμάκης, «Από το Σπάρτακο στις ομάδες της ΕΠΟΝ: ποδόσφαιρο εργατικό κίνημα και πολιτική στο Ηράκλειο», *Humba* 23, 2013, σσ. 38-39.

24. Υ. Zaimakis, «Football fan culture and politics in modern Greece: the process of fandom radicalization during the austerity era», *Soccer and Society*, 19-2(2018), σσ. 252-270
25. C. Eisenberg, «The middle class and competition: some considerations of the beginnings of modern sport in England and Germany», *The International Journal of the History of Sport*, 7:2(1990), σ. 270
26. *Αυτόθι*, σ. 275.
27. *Αυτόθι*, σσ. 275-276.
28. *Αυτόθι*, σ. 276. Βλ. Επίσης, Υ. Zaimakis & B. Petre, «Cultural imperialism and sport in the Eastern Mediterranean and Crete: the role of British forces 1880-1912», *Cretica Chronika XXXVI* (2016), σσ. 183-206.
29. R. Giulianotti, «The sociability of sport: Scotland football supporters as interpreted through the sociology of George Simmel», *ό.π.*, σσ. 291-292.
30. H. J. Helle, «Soziologie Der Konkurrenz – sociology of competition by Georg Simmel», *ό.π.*, σ. 946.
31. R. Giulianotti, «The sociability of sport», *ό.π.*, σ. 303.
32. *Αυτόθι*, σ. 303.
33. H. Lefebvre, *The production of space*, Oxford, Blackwell, 1991.
34. D. Frisby, *Georg Simmel*, (αναθεωρημένη επανέκδοση), London, Routledge, 2002, σ. 131.
35. Z. Feldman, «Simmel in cyberspace», *ό.π.*, σσ. 311-312.
36. D. Frisby, *Georg Simmel*, σ. xxvii. Βλ. Επίσης, G. Simmel, *Μητροπολιτική αίσθηση*, *ό.π.*
37. D. Harris, *Ελεύθερος χρόνος: θεωρία και πράξη*, (μτφρ. Μ. Λαλιώτης), Αθήνα, Πλέθρον, 2011, σ. 36.
38. F. Jameson, *The cultural turn, Selected writings on the post-modern, 1883-1998*, *ό.π.*, σ. 111.
39. Για τον οπαδισμό του 21ου αιώνα, βλ. J. Williams, «Είμαστε παράξενοι και το ξέρουμε: αθλητικός οπαδισμός στον 21ο αιώνα», στο Γ. Ζαΐμακης, Ν. Κοταρίδης, *Ποδόσφαιρο και κοινότητες οπαδών: αντιπαλότητες και πολιτικές της ταυτότητας*, Αθήνα, Πλέθρον, σσ. 59-85.