

Hekta på idrettskonsum

TEKST

Arnulf Kolstad

PUBLISERT 5. mai 2011

Arnulf Kolstad, denne månedens kronikkforfatter, er professor i sosialpsykologi ved Psykologisk institutt, NTNU i Trondheim, og deltar i et forsknings- og utviklingsprosjekt om utbygging av det psykiske helsevesenet i Kina. Sammen med Karen Kollien Nygaard, Ole Jacob Madsen, Nadia Ansar, Guri Vindegg og Svein Øverland er han invitert av Tidsskriftet som fast kronikør. Neste måned: Karen Kollien Nygaard.

Spillegalskap, eller spillemani, som det heter med en nøytral betegnelse, er blitt anerkjent som diagnose i psykiatrien. Kjøpetvang, det ikke å klare å la være å konsumere, er en annen «patologisk» atferd som øker i omfang. Det vil neppe ta lang tid før også sportskonsum, eller sportsavhengighet aksepteres som en (medisinsk) diagnose i psykiatrien, og gjøres til gjenstand for intetsigende betraktninger, beskrevet løsrevet fra enhver sosial eller samfunnsmessig sammenheng, av bekymrede fagfolk. Heller ikke denne gang vil de forstå at dette er atferd utløst av ønsker og behov kapitalismen oppfordrer til, som folk i den industrialiserte, urbane kultur derfor etterspør, og ikke får tilfredsstilt på annen måte.

«Rent intellektuelt har sporten lite å tilby tenkende, reflekterte mennesker. Det er enkle og overskuelige ting som foregår. Det elementære og oversiktlige er en av grunnene til idrettens popularitet»

Men hva er det som kjennetegner den nye avhengighetstilstanden, og som gjør at mange får abstinenssymptomer dersom det ikke er fotball, OL, VM eller EM på TV?

Under konsum av underholdningsidrett reduseres selvkontroll og selvdisiplin, og den rasjonelle og kontrollerte oppførselen blir ikke styrende for tanker og handlinger. Sportskonsumenten blir pirret og stimulert av egne og andres følelser, og opplever en begeistring som ikke er kontrollert av hva som sømmer seg. Tilskueren som skriker i

glede når Drillos skårer eller Northug slår en svenske på målstreken, griper plutselig seg sjøl i å oppføre seg «unormalt», på en måte han eller hun ellers aldri ville vise seg på. Helt i strid med hverdagslivets normer. Sportens spenning og begeistring river tilskuerne med på noe de ellers ikke ville gjort. De mister kontrollen – og synes ingenting er deiligere.

Den infantile, spontane og ureflekterte gleden blir åpenbart etterspurt når samfunnet blir alvorstungt og humørløst, verden vond og vanskelig, og nøden, krigen og ulykkene rykker nærmere. Men underholdningsidretten er ikke kun et bedøvelsesmiddel, for konsumet forårsaker en rus noen blir avhengige av. Det er ingen kjemisk påvirkning, slik tilfellet er for nikotin og morfin. Sportskonsumets lystopplevelser skyldes økt emosjonell opphisselse og stimulering av lystopplevelser som en lengter etter å oppleve på nytt – og på nytt. Slik er sportskonsum vanedannende og avhengighetsskapende, noe en kan bli hekta på.

At underholdningsidrett er nasjonalistisk adrenalin og utløser sjåvinistiske følelser, kan enhver som har vært tilskuer, lest aviser eller sett TV, underskrive på. Identifikasjonen skapes ved hjelp av nasjonale symboler, og Norge har vært et foregangsland i å ta i bruk nasjonalfargene og flagget. De nasjonale symbolene, og tellingen av medaljer og poeng, forsterker den etterlengtede nasjonale vi-identiteten.

Lenge før startskuddet smeller eller kampen blåses i gang, har massemediene bygd opp spenningen og forventningene. Konsumentene forbereder seg på hva som skal komme, ved å lese detaljer om form, skader, taktikk og dramatiske beretninger om egne helter og deres motstandere. Det piskes opp en forhåndsstemning som lenge før arrangementet starter, har «primet» tilskuerne og satt dem i en tilstand av spent forventning, med høyere hjerterate og puls, og innskrenket tankevirksomhet. Selve konkurransen har også en spenningsmettet dramaturgi som øker den emosjonelle tilknytningen til begivenheten og limer seeren fast til TV-skjermen i en tilnærmet hypnotisk oppmerksomhet om det som foregår i øyeblikket. Lyden forsterkes, bildene blir stadig større, og det blir sanseintrykk utover dagligdagens, slik vi ellers bare forbinder med krig eller naturkatastrofer der faren er reell og emosjonene knyttet til virkelig hendelser.

Måten underholdningssporten konstrueres på, gir altså en massesuggerende effekt. Den bidrar til å piske opp latente stemninger, til å *homogenisere* emosjonelle uttrykk slik at de forsterkes. Uten massemediene ville slik emosjonell smitte neppe vært mulig. Det er et eksempel på massepsykologiske reaksjoner med ensretting, uniformering og homogenisering av emosjoner og kognisjon – uten at vi som publikum nødvendigvis er bevisste om det. De massepsykologiske reaksjonene som kjennetegner hele nasjonen når Northug, Bjørgen eller Drillos er i gang, kjennetegnes ved utløsning av emosjonelle, instinktive og primitive reaksjoner, og ikke reaksjoner knyttet til høyere psykologiske, kognitive eller språklige prosesser. De høyere funksjonene som kjennetegner mennesket som kulturvesen og dermed adskiller arten fra andre dyr, lar seg ikke stimulere av underholdningssporten i samme grad og på samme måte.

Den følelsemessige smitten som rammer publikum, kjennetegner også dyrs reaksjon, og er langt fra noen mellommenneskelig kommunikasjon. Ei gås som blir skremt fordi den ser noe farlig og skriker opp med sitt kvekk-kvekk, bakser med vingene og vekker gåseflokk, har ikke fortalt de andre *hva* den har sett eller hvorfor det er farlig. Gåsa har bare smittet de andre med sin frykt. Det er denne formen for emosjonell smitte underholdningsidretten via massemediene bidrar til. Vi regrederer til mer primitive reaksjonsformer. Enkelt og for noen behagelig, ettersom det ikke krever tankevirksomhet. Det spilles i hovedsak på primitive, førspråklige psykiske prosesser og et enkelt symbolspråk som utløser en emosjonell opphisselse som smitter og forsterkes ytterligere når mange uttrykker emosjonen samtidig.

Ifølge Gustave LeBon var anonymiteten, smitten og påvirkeligheten som han mente var det typiske for massene, forårsaket av at folk tapte rasjonalitet og identitet, og erstattet den med en «gruppe-følelse» som kunne resultere i irrasjonell atferd. Philip Zimbardo mente det foregikk en de-individualisering, ansvarsfraskrivelse og gruppe-anonymitet ved kollektiv opptreden. De-individualisering og ansvarsfraskrivelse fører til identitetstap og til redusert omtanke for sosiale verdier. Atferden blir «impulsiv», «irrasjonell» og «regressiv», fordi den ikke er underlagt «vanlig sosial og personlig kontroll», og kun unntaksvis har prososiale effekter.

Rent intellektuelt har sporten lite å tilby tenkende, reflekterte mennesker. Det er enkle og overskuelige ting som foregår. Det elementære og oversiktlige er en av grunnene til idrettens popularitet som underholdning. Den er lett å forstå. Spillereglene er enkle og logiske. Det kreves liten tankevirksomhet for å være en habil sportskonsument. Sterke meninger er viktigere enn begrunnede meninger. Hukommelse er mer etterspurt enn kreativitet. Seier, nederlag og rekorder er lett å tallfeste helt udiskutabelt, som antall meter, minutter og sekunder. Innsats kan vurderes ved hjelp av terningkast eller symboler, noe som gjør vurderingen enda enklere og uavhengig, selv av språklige ferdigheter. Det kan uttrykkes i enkelt billedspråk som alle kan forstå, og involverer fortrinnsvis instinktiv atferd, reflekser og motoriske ferdigheter som ikke krever høyere tankevirksomhet. Dette gjør at hjernen får hvile, noe dagens idrettsutøvere muligens opplever behagelig. Også de som konsumerer underholdningsidrett, lar de lavere psykologiske funksjonene dominere og opplever hvile i de sentrene av hjernen som styrer høyere tankevirksomhet og intellektuell aktivitet. Idrettskonsumet er utvilsomt preget av det infantile og primitive. Og det er det vel ikke noe galt i?

arnulf.kolstad@svt.ntnu.no

Teksten sto på trykk første gang i Tidsskrift for Norsk psykologforening, Vol 48, nummer 5, 2011, side 484-485

TEKST

Arnulf Kolstad

