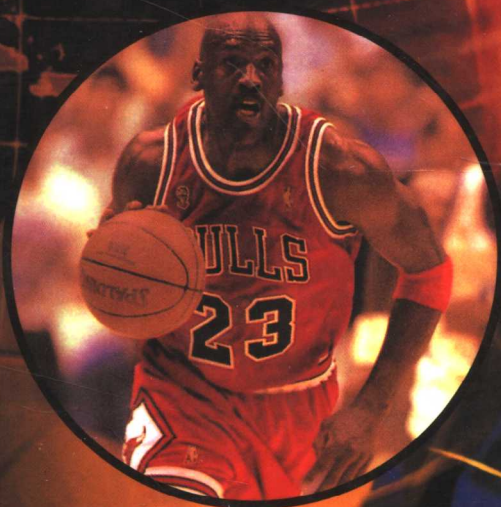



Michael Jordan and New Global Capitalism

# 迈克尔·乔丹 和 新全球经济

[美] 沃尔特·拉菲伯 著 杨兆宇 荆海英 译



 辽宁教育出版社

《纽约时报》关注图书!!!

Michael Jordan and New Global Capitalism

# 迈克尔·乔丹 和 新全球经济

[美] 沃尔特·拉菲伯 著 杨兆宇 荆海英 译



RBF024



辽宁教育出版社

版权合同登记：图字 06-2001-157 号

图书在版编目 (CIP) 数据

迈克尔·乔丹和新全球经济 / [美] 沃尔特·拉菲伯著；杨兆宇，荆海英译. - 沈阳：辽宁教育出版社，2002.1

书名原文：Michael Jordan and New Global Capitalism

ISBN 7-5382-6108-7

I. 迈… II. ①沃… ②杨… ③荆… III. ①篮球运动 - 影响 - 经济发展 - 美国 ②篮球运动 - 影响 - 文化事业 - 美国 IV. G841

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 056099 号

Michael Jordan and New Global Capitalism Copyright © 1999 by Walter LaFeber Chinese (Simplified Characters only).

Trade Paperback copyright © by Liaoning Education Press. Published by arrangement with W.W.Norton & Company, Inc. through Arts & Licensing International, Inc., USA.

**All Rights Reserved**

辽宁教育出版社出版

(沈阳市和平区十一纬路 25 号 邮政编码 110003)

沈阳新华印刷厂印刷 辽宁省新华书店发行

---

开本：850 毫米 × 1168 毫米 1/32 字数：88 千字 印张：5 1/8

印数：1—8,000 册

2002 年 1 月第 1 版

2002 年 1 月第 1 次印刷

---

责任编辑：唐日松

责任校对：王 玲

封面设计：吴光前

版式设计：赵怡轩

---

定价：12.00 元

## 译者前言

《迈克尔·乔丹和新全球经济》英文原名为“Michael Jordan And New Global Capitalism”，作者沃尔特·拉菲伯是美国玛丽·安德希尔·诺尔大学的历史学教授和康奈尔大学史蒂文·韦斯中心的研究员。他的著作包括：《冲突：美日关系史》和《不可避免的革命：美国在中美洲》，本书是他的新作。

在本书中他以历史学家的深邃洞察力和球迷的充沛活力，从篮球历史的源头出发，向世人展示了篮球运动如何从涓涓细流发展为波澜壮阔高潮迭起的职业体育运动，展示了借助通讯卫星和其他大众传媒，职业体育运动又如何与商业结合起来成为一股强劲经济势力的历史过程。从纳史密斯到J博士，经过张伯伦和拉塞尔，在星光灿烂的篮球历史长河中，最耀眼的还是作者浓墨重彩描写的迈克尔·乔丹。职业篮球，或者说NBA已成为美国文化的象征，在世界各地广泛流行，而“名人+名牌+传媒”三位一体的商业模式也在各国传播开来。未来的经济是全球化经济、品牌经济、注意力经济、眼球经济。这些说法所要表达的深层思想都可以从乔丹现象中找到最令人信服的佐证。作者坚信，新世纪的经济不是始于2001年，而是始于20世纪80年代，因为从那时起，“名人+媒体+名牌”三位一体的经济就已初露端倪。

乔丹现象是20世纪80年代以后出现的一种全新的经济现



象。乔丹在职业篮球产品和形象代表两个方面的成功都是无与伦比的，甚至可以说是空前绝后的。但是如果说乔丹在篮球场上得到的荣誉归功于他的天才和汗水，是靠自己拼打出来的，那么，乔丹在产品形象代表上的成功则是时势造英雄的结果。如果没有菲尔·奈特，没有通讯卫星，也许就没有今日的乔丹。正像《纽约时报》评论的那样：“如果说迈克尔·乔丹是上帝，是菲尔·奈特把他带入天国。”

在本书中，作者不仅描写了乔丹每一个细胞都闪烁着星光的色彩斑斓的生活，还以大量的篇幅叙述了乔丹作为名人生活在金鱼缸里毫无隐私可言的痛苦挣扎。从拒见总统引起的各种猜测到父亲的遇害以及从赌博到交友不慎带来的麻烦。

本书在翻译过程中对极个别段落有所删节，同时，由于篇幅所限，我们把书后面的注释、参考书目和索引也删掉了。有志于深入研究的读者，请查阅原书。由于我们的水平有限，译文有不妥之处，希望读者批评指正。

特别感谢辽宁教育出版社编辑的信任和耐心，是他们给了我们翻译这本书的机会；感谢张新新小姐，她花了半天的时间帮我们校对；最后也感谢我们的儿子杨洋，他在篮球球星的名字和篮球术语的翻译上曾提供过一些帮助。

译者记于2001年6月26日

## 前 言

这是一本讨论大题目的小书。它论述的是 20 世纪 70 年代和 80 年代初期世界发生的一些根本性变化。从某种意义上说，21 世纪是从那些年代开始的，因为那些年代首次出现的一些强劲的势力将在很大程度上塑造新世纪的雏形，或者，换一种说法，新的时代并不是始于 1989 和 1991 年间冷战的结束和苏联的解体，而是始于信息革命。美国的资本和跨国公司作为一股新的势力推动了这场革命，美国国内外对这场革命的反响有时是很强烈的。这个新时代被称为“信息时代”，被描绘成“后工业”、“后现代”、甚至是“后帝国主义”或者“后资本主义”时代。用什么样的术语描绘这个时代并不重要，重要的是它标志着世界的历史有了一个不同的开始。

在本书的结尾，作者简要地推测了在帝国主义，包括现在兴起的文化帝国主义长期历史中这个故事的意义。本书还涉及美国在新的信息时代是否存在剥削的问题。迈克尔·乔丹的成功是说明这个问题的好例子，这个例子将引出一个更加美好的 21 世纪，或者像某些人坚信的那样，将引出一场文化和文明的流血冲突。



本书用篮球运动分析检验这些话题。为什么选择篮球呢？因为在新的媒体的帮助下，篮球的市场营销在全球已成为美国文化的象征。因为一些先进的跨国公司正在开发美国的体育用品市场，这种开发具有极大的利润，而且会产生深远的社会影响。因为自从这项运动 1891 年首次出现以来就吸引了无数男女成为场上的球员和场下的观众。还因为篮球制造了乔丹神话。

这个故事假设美国外交关系的重要性一点都没有随着 1989 年以后冷战的结束而有所递减。美国的海外影响和力量只是变得更有魅力，这与美国国会中某些狭隘的议员们、某些学术机构和少数出版机构可能确信的情况相反，认识到这一点，对美国的新一代变得更加重要。

这种影响所能达到的程度在一个年轻的美国大学生马克斯·佩雷尔曼身上可以显现出来。当他 1997 年 1 月在中国边远地区旅行的时候，面临四川西部冬季气候的困境，在一个远离北京 1500 英里的地方，他遇到一群前往西藏首府拉萨的藏民。佩雷尔曼回忆说，这些藏民从未远离过他们居住的朴素村庄。他们显然没有见过像他的照相机那样的东西。当他和他们共享藏民帆布背包里粗糙的、带血的分不清什么动物的肋骨时，他们开始讨论起美国的事来。那时，其中一位藏民问这个年轻的美国人，“迈克尔·乔丹在干什么”？

说不清楚这些藏民是怎样知道这位芝加哥公牛队巨星的，不过他们知道乔丹也许并不让人感到吃惊。因为他是世界上最著名的运动员和人们最熟悉的人物之一。乔丹和作为公牛队象征的“红牛”在亚洲的大部分地区都是很著名的。他们由于获得篮球总冠军而一夜成名，但是乔丹特别出名还有其他的原



因：他是这样的超人，他能在毫不费力不停灌篮的同时，飞入电视广告的天空销售耐克鞋。借助地球卫星和有线电视新技术，这些富有魅力的广告迅速传遍全球。这种通讯革命方便地出现在全球商业的使用上，这恰恰是在乔丹 80 年代开始他波澜壮阔的篮球生涯的时候，这也正是菲尔·奈特着手把耐克建成一个巨大的、几十亿美元的、独创性地在市场上通过新媒体销售耐克运动鞋的跨国帝国的时候。乔丹是在 1992 年奥林匹克运动会一举成名的，在当时的一次记者招待会上，当他被问到他是否是“上帝”的时候，他陷入了窘境。《时代》杂志对此做了一个很好的解释：“如果说迈克尔·乔丹是上帝，那么是菲尔·奈特把他带进了天国。”

70 年代以后的传媒技术大多是由美国开发者控制的，其中最著名的是光芒四射的泰德·特纳。他把他的全部家产押在有线电视和通讯卫星的商业用途上，在 80 年代初他几乎濒临破产。然而没过多久，他创建的有线新闻网（CNN）成为美国以及国际上的一个强大的公司。有线新闻网的确非常国际化，特纳在他播出的节目中禁止使用“国外的”这个词。对 CNN 而言，没有什么是国外的。1997 年，特纳 10 年之内给联合国 10 亿美元资助其国际人道主义项目的壮举使世界大吃一惊。他把这一大笔资金给了联合国而没有给别处，比如说他的故乡佐治亚州的亚特兰大市，是有道理的。有线新闻网就像耐克公司和迈克尔·乔丹一样已经突破了城市的边界成为一个全球性的机构，它凭借着远离美国边界开发世界范围的市场来增加财富。

乔丹在增进全球媒体的美国化方面的作用是巨大的。正像本书以后各章所阐述的那样，他成了人们热点争论的话题，美





国黑人运动员日益统治篮球和很多其他的运动项目，其中的原因是黑人在体质上和白人不同，优越于白人，还是由于种族歧视，黑人没有别的出路只能把精力集中在这些运动项目上？实实在在地说，乔丹是一个超越种族的人物。黑人社会批评家斯坦利·克罗奇写道：“在 60 年代，如果白人姑娘在黑天的郊外粘贴一张黑人的海报，那简直如同让她下地狱一样。现在，这类的种族偏执狂在美国已不存在。今天，你可以看到很多女孩，她们是乔丹的追星族，而他们的父母毫不在乎。”

乔丹和美国篮球协会（NBA）的巨大成功也有助于塑造女子在职业运动中的角色。70 年和 80 年代涌现出许多极具天赋和想象力的女运动员，同时，随着 NBA 开发的市场营销技术和新媒体的普及，篮球日益风行，导致女子职业篮球联盟的建立并与一些可能带来利润的女球星们签约。正像我在第一章说得那样，女子在篮球这项运动 1891 年被发明后几周就开始打篮球。1973 年，美国政府通过了政府资助机构的第 9 条法案，这是具有历史意义的一步，它要求受联邦政府基金资助的机构公平地向男子和女子的体育活动提供方便。

也正像下文所说的那样，篮球已成为一种商业化产品。在整个 80 年代，随着技术革命和决定开发篮球这种商业产品的富有想象力的企业家（包括大卫·斯特恩、NBA 总裁）的出现，篮球的创利能力达到了一个新的水平。乔丹成为一个世界性的形象，甚至四川边远地区的人们都知道乔丹，这其中的部分原因是由于在 1981 年和 1997 年间全球每 100 人拥有的电视机数量增长了 23.4 倍的缘故。

新的媒体在世界市场上为乔丹和耐克公司的菲尔·奈特创造声望和财富的同时，也可能在全球范围内披露他们的失误、



悲剧和窘境。“浮士德式的交易”出现了，就像耐克这样雄心勃勃的公司出售他们的产品一样，乔丹这样大名鼎鼎的人物也通过媒体出售他们自己。但是，反过来，媒体在全世界的屏幕上播出乔丹个人的倒霉事，告诉几十亿观众耐克在亚洲的分包商剥削和虐待制鞋工人。乔丹经常被要求澄清这些事情还有其他一些棘手的政治问题。总的来说，他有些沮丧。批评者，甚至是赞扬者也指责他注重保持他的商业吸引力甚于他每天最重要的篮球运动。他的这种立场使以他为形象代理的商品的潜在购买者离去。

乔丹的职业生涯也有助于我们理解后冷战时代美国实力的本质。菲尔·奈特喜欢说，到90年代，体育运动已成为世界上最重要的娱乐活动。乔丹和奈特是这种娱乐活动能量无与伦比的例证。美国流行文化（埃林顿爵士的爵士乐、乔治·格什温的剧场音乐、弗雷德·阿斯泰尔和玛莎·格雷汉姆的舞蹈、蓝色的牛仔裤、麦当劳快餐、可口可乐）长期以来已成为美国在海外扩大影响和盈利的一部分。而这些流行文化的力量是借助于60年代和70年代出现的技术奇迹成倍增长的。

在早期，一种文化是靠移民、旅游或者阅读才能传输到国外。由于休闲旅游和对外文的阅读能力常限于富人，所以只有少数精英才能从对国外文化的理解和开发中得到乐趣。电视和70年代后期的媒体以及更便宜更快速的交通工具喷气客机完全改变了上述情况。文化以接近声速的速度传送到数十亿大众那里，再也不是少数精英的特权。乔丹和耐克，还有麦当劳和迪斯尼突然间有了一种有效地接近大众的力量，这是前几代人做梦都想不到的事情。

进一步说，乔丹和耐克还开发了另一种对70年代后期媒



体而言更新的媒体能量。几个世纪以来，信息的大众传播都控制在君主、教会或者最近强有力的报纸和广播电台的所有者手中。然而，70年代以后，传播信息和文化的这种能力变得更加分散化了。大众可以通过计算机系统在全球范围内传递信息。在50年代，美国仅有三家大的电视网，这三大电视网的所有者基本上控制着人们所能看到的一切。随着频道从20个增加到150个，后来甚至增加到500个，观众有了更大的选择余地。这样，乔丹和耐克能够选择特定的频道如MTV，或者利用其他体育迷们观看的频道，如ESPN，把目标锁定在耐克的年轻购买者身上。随着能做电视广告的全球通讯卫星系统的出现，乔丹和奈特闪电般地把他们的信息和他们自己传遍全世界。

这是一种可怕的力量。跨国公司不仅在创造和定义美国流行文化方面扮演了主要角色，而且他们还利用这种文化本身的魅力影响全球电视观众的语言、饮食习惯、服饰和电视偏好。约翰·卡西迪写道：“‘全球化’是20世纪末的流行口号。”它被巨额资本和“英语这种全球性的商业语言”作为动力发动起来。卡西迪坚信“全球化开始成为下一个世纪最大的政治事件”。全球化已经成为一个有趣的事件。例如，在前英属西印度群岛，篮球开始取代板球成为国球，特别是在人们最爱看电视的那些岛上。在特立尼达和多巴哥，社会地位较低的黑人接受了篮球，把篮球变成一种申明他们的阶层和种族骄傲的象征。历史学家阿兰·古特曼解释这种现象时说，他们的楷模是NBA，所以他们使用NBA球队和球员的名字，模仿NBA球员的动作。就这样，大不列颠帝国的各种体育运动项目就让位给了美国时代的篮球技术。



另一些人不愿意接受美国的影响。一位在加拿大受人尊敬的历史学家，也是一位前篮球教练的杰弗里·史密斯把现在这个时代比喻为在美国 18 世纪 70 年代到 90 年代之间存在的腐败和剧烈剥削的所谓镀金时代。史密斯争辩道，美国用它的贪婪和掠夺性开发了一个“新的镀金时代。”其中糟糕的品行是“在运动场上，用‘市场’来定义几乎所有的一切。”他总结道，巨额资金和名流卷入体育运动导致许多人，特别是年轻人得出这样的结论：体育运动比教育和政治更重要。

史密斯和其他加拿大人担心美国的影响是可以理解的。美国的电视节目变得如此流行以至于到了 90 年代中期，加拿大政府最终要求电视台和广播电台保证播放一个最低数量自己的节目。在加拿大上映的电影中有大约 96% 是国外摄制的，绝大多数来自好莱坞。售卖的杂志中有 4/5 是国外的杂志，大多是美国的。而且这种现象不是仅在加拿大才能看到。美国的其他朋友和盟国也警告说美国的影响是不受欢迎的。法国外长胡伯特·魏德林 1997 年就宣称：“美国虽然拥有资本，但它不能任意支配任何其他国家。”这些资本包括“政治影响力、美元至高无上的地位、对通讯网络的控制、梦工厂（即好莱坞和电视）、新技术……这种情况事实上是空前的。”魏德林争辩道，“法国不得不确保美国不受‘单方面和霸权危险的诱惑。’”

甚至在德国，这个美国冷战时期坚定可靠的盟国，一家有影响的新闻媒体《镜报》1997 年也警告说：“在现代史上从来没有一个国家像今日的美国那样全面地控制着世界……美国人正在行动，无限制地在每一个人或每一件事情上为难其他国家的人民，仿佛他们欠美国人一张‘麦当世界’的空白支票。”《镜报》建议道：“在整个世界贴上‘美国制造’的标签之前，



正是抵抗的时刻。”

日益增长的对美国流行文化影响力的抵抗导致一场激烈的就美国是否实际上是一个帝国主义的争论，它如此有效地传播它的文化，即便不是潜移默化地破坏其他文化，也会使其他文化发生激烈的变化。这些观察者中的一些人坚信，如果美国人认为其他国家的人民仅仅因为欣赏美国商品而改变了他们传统的生活方式，美国人是在自己欺骗自己。事实上，一些人争论说，美国人满世界走，传播他们的文化，塞满了他们的腰包，换来的是他们不得不改变他们自己的文化，即，他们不得不减少自己的民族性，不在乎其他的文化和宗教信仰，对其他文化和宗教信仰更加开放。

换言之，以迈克尔·乔丹、耐克和有线新闻网为代表的这股新的全球商业势力，正在使美国感到恐惧，随着他们被电子传播到全世界，美国人感到丧失他们自己民族本性的威胁——他们是一群正变得过于“多元化”和对联合国这样的全球集团势力抱有好感的人，仅仅由于其他国家的人民开始像美国人一样吃饭和穿衣。这些担心出现在 90 年代美国政治和经济辩论之中，特别是有大量的选票投给了帕特·布坎南和罗斯·佩罗，他们都攻击美国的这种外部影响。由于技术革命把美国人带入悠闲的世界，他们中的很多人惧怕他们面临的怪事和挑战。自从 17 世纪以来，美国人就害怕其他各民族人民的怪事和挑战，随着他们处在新的、紧紧的网线缠绕的世界里，这种危险从未像现在这样一触即发，像现在这样来得迅速。

在资本对文化的开发大战中，资本将获得最终的胜利。自第一次世界大战以来，美国过去是，现在一直是世界资本的票据交易所。到 90 年代为止，世界资本的数量变得势不可挡。



每天大约有 1.5 万亿美元流经纽约金融市场。这笔资金的洪流开发了新的媒体，为新的跨国公司注入了新的活力。在医治 90 年代金融危机期间，资本产生的力量几乎使其他国家的政府向它屈膝。资本甚至迫使世界上的超级大国——美国政府改变社会的优先选择权和支出政策。其他国家，比如法国和日本，不一定赞成这种根本的改变，他们当然地抵抗这种力量。美国文化，如果它是由大量资本驱动的话，随着它变得更加全球化或者产生在美国政治和国家安全方面有重大影响的冲突，将发生这种变化。

美国和世界怎么变成这个样子的故事始于 19 世纪 90 年代，那时美国经济开始成为世界上最强大的经济，也正是那时，人们发明了篮球。篮球的历史，特别是迈克尔·乔丹时代的篮球史，有助于我们理解这个时代为什么被称为“美国的世纪”。

1998 年亚洲经济的下滑就是对美国资本驱使的文化危机和挑战的范例，这种危机和挑战是美国和其他许多国家在 21 世纪初期将要面临的。亚洲经济的大幅下降触发了一种几乎是全球性的恐慌：俄罗斯摇摆 in 破产的边缘，巴西面临严重的危机，甚至美国股市也急剧下跌。亚洲国家，特别是日本、印度尼西亚和马来西亚，谴责西方国家，特别是美国资本家在迅速盈利后离去，冲垮了他们的经济，只留下一个支离破碎社会。然而，美国政府和商务官员断然把指责转移到亚洲国家自身，认为是这些国家试图隔离和过度地影响市场，常常采取一种“资本家好朋友”的态度，这是一种有利于亚洲而不利于西方投资者的态度。

这是资本和文化之间最惊人的、最重要的一次冲突。这种



冲突随后变得更糟。在美国的巨大压力下，由世界第二大经济强国日本牵头，102个国家一致同意对外国投资者开放他们的金融市场。突然间，美国的企业开始买下或控制那些长期以来受保护的、不受国外影响的亚洲企业。美国最重要的经济官员，美国联邦储备委员会主席阿兰·格林斯潘宣布那些正在走向“美国现行的那种市场体系”的国家最终将见到光明。一个世纪的美国经济实力用一个彻底的胜利明显地达到了顶点。然而，其他国家的情况却不能这样肯定。反美情绪在日本、马来西亚、印度尼西亚和其他国家随着这些国家试图保护他们自己的文化不受美国资本主义文化的控制而兴起。在其他方面，正像一位美国记者在日本写得那样，一个亚洲家庭从离他们最近的美国银行提取现金只是一个时间的问题，“驱车到沃尔玛用 Fritos 和 Snickers 这样的东西塞满他们福特车的后箱。”而在回家用他们的 IBM 计算机和微软软件检查他们的美国共同基金账户和美国在线之前停车，在美国人开的电影院看最新迪斯尼影片。

亚洲人看到这些完全是美国“要埋葬亚洲价值”的行为是不愉快的。许多美国人也并不感到高兴。美国前国务卿亨利·基辛格（由于他和亚洲有许多关系而成为一个富有的企业顾问）直截了当地指出：“我为处理亚洲经济危机的倾向感到不安，因为便宜地取得控制亚洲公司资产和重组这些资产的另一种机会是建立在美国模式之上的。这将招致长期的祸害。”

这一讨论的核心是提出一个从所有方面看都是重要的问题。假设美国更加依赖世界市场为它提供劳动力；假设新技术是把美国人带入一个有时出现暴力的全球社会，这个社会很容易地诉诸恐怖主义和美国争斗；假设美国人没有选择，只是那



种复杂的经常产生危险的国际社会的参与者。美国人是什么样的参与者？他们行使巨大的权力、除非这种权力伴随着一种对它的效果和它是怎样获得的理解，21世纪将是对抗和流血的20世纪的一个继续。但是由于新技术，这些冲突将发生在一个受限制的，有内在联系的地球村里，在这个地球村里，无人能够逃避到安全地带。

1999年1月13日，乔丹宣布退出篮坛。《芝加哥论坛报》以大标题“一个时代的终结”作了如下报导。“世界上最有名的运动员，无疑也是美国体育运动历史上最有名的运动员”，专家们过分流露感情地说，“他超越了篮球运动本身，成为一名国际名人和发言人。”

乔丹的影响确实是全球性的。“乔丹退役了！震惊了全世界”，一家日本体育报纸的大标题就是这样写的。篮球在日本是一个不起眼的运动项目，但借助电视广告，空中飞人乔丹鞋的售价已经达到1000美元一双，有些鞋子被人们像珠宝一样收藏起来。墨西哥、波兰、德国、西班牙、中国、英国和其他一些国家的体育报纸都回应着日本人对乔丹的感情。站在世纪末的角度看世界，这是一个美国支配全球金融力量，通讯系统，市场网络和最新技术的世纪，乔丹示范了美国的控制力，以及美国人在新的网络世界的新世纪中所面对的极其危险的挑战和高昂代价。



“你开玩笑说纽约是世界文化之都，但25年以后，她将变得像现在的伦敦一样。文化随着金钱转动，所有美感的极致都不能避免她的地位改变……就像现在的英国人一样，我们将成为下一代罗马人。”

F. 斯考特·菲兹杰拉德致埃德蒙·威尔逊，1921

“现在，体育运动随处可见。它无处不在，无时不有，贯穿人的一生，是一种世界性文化。”

菲尔·奈特，1994

“我们可以有一个市场经济，但我们不可以有一个市场社会。”

乔治·索罗斯，1998