

Idrottskapitalismens genombrott i Kina

Peter Dahlén

Institut for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen

Publicerad på Internet, www.idrottsforum.org/articles/dahlen/dahlen080606.html
(ISSN 1652-7224), 2008-06-06

Copyright © Peter Dahlén 2008. All rights reserved. Except for the quotation of short passages for the purposes of criticism and review, no part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the prior permission of the author.

Idrottens globalisering har i stor utsträckning handlat om att världen utanför Europa ska få lära sig, och lära sig älska, västerländsk, och framför allt europeisk, idrott. Redan tidigt i koloniseringen och domesticeringen av världen utanför Europa användes fysisk träning för att disciplinera den infödda befolkningen i kolonierna, inte sällan hand i hand med kristen mission; muscular Christianity associeras som regel med brittisk imperialism under den viktorianska eran, men tankarna fanns redan hos Rousseau. Genom att särskilt betona lagsporter inom idrott spreds brittiska idrottsideal till kolonierna i Afrika, Asien och Mellanamerika. De riktigt starka nationerna inom exempelvis cricket och rugby idag står i stor utsträckning att finna i det brittiska samväldet, och idrottstävlingen Commonwealth Games är tveklöst den starkast sammanhållande faktorn i det ganska avdankade brittiska imperiet. Fotbollen är annars det bästa exemplet på framgångsrik "globalisering" av europeisk idrott. Bara USA har lyckats stå emot dess världserövring, enastående för en enskild idrott. Den olympiska rörelsen har nog ändå varit den mest effektiva globaliseringsmaskinen. Nästan bara europeiska idrotter är med, och jordens alla länder – senast det begav sig, i Aten 2004, saknades bara ett land, Västsahara, och det får Marocko svara för.

Så med den europeiska civilisationens sporter ordentligt globaliserade blir det naturligt att den senaste utvecklingen inom västerländsk idrott också blir föremål för export till de ställen dit den inte hittat än. Och det handlar naturligtvis om den accelererande kommersialismen av idrotten, som går hand i hand med professionaliseringen och medialiseringen, och framväxten av en specifik idrottskapitalism vars kännetecken är sammansmältningen av medieindustrin och sportvaruproducenter med idrottens organisationer. Den processen har pågått en tid, naturligtvis; Peter Dahlén anser att IOKs beslut 2001 att ge spelen till Beijing och Kina, en hårdhänt diktatur som förenar ykkommunism med rovkapitalism, markerar idrottskapitalismens slutgiltiga genombrott i Kina. Dahlén tecknar i sin artikel bakgrundshistorien, med exempel som amerikansk basketball, som redan i slutet av 1980-talet gjorde inbrytningar på en rad nya marknader, däribland, och främst, Kina; europeisk fotboll kom till Kina på 1990-talet, och formel 1 på 2000-talet. Det har sagts förut: Mot den sortens ekonomiska intressen har humanistiska tankar om demokrati och självbestämmande inte mycket att sätta emot.

Debatten kring OS i Beijing har framför allt handlat om (frånvaron av) demokrati, yttrandefrihet och mänskliga rättigheter i det väldiga Kina. Det är förstås ytterst viktiga frågor, men ger inget svar på varför IOK (Internationella olympiska kommittén) den 13 juli 2001 fattade beslutet att ge spelen till Kina. Det finns dock de som i debatten kring OS i Kina framhållit att det först och främst handlar om pengar. Jag skall här lyfta fram en del av dessa kommentarer, samt avslutningsvis ge några exempel på hur västerländsk, professionell idrott slagit igenom och saluförs i Kina. I litteraturlistan har jag även tagit med en del källor som jag inte refererar till explicit, eftersom de är relevanta i sammanhanget och kan vara till användning för studenter och andra som vill forska mer kring kinesisk idrottskapitalism. Där inte annat nämns används empiri från sportbusiness.com.

Om de demokratiska reformerna i hög grad uteblivit så har det å andra sidan alltså skett en liberal utveckling av den kinesiska ekonomin de senaste dryga trettio åren. En kursändring av Kinas ekonomiska politik påbörjades när Deng Xiaoping övertog som ledare efter Mao Zedongs död 1976. Landet började nu att så sakta öppna sig för omvärlden – från att ha varit en stat med ett centralstyrt planekonomiskt system som var nästintill stängd för internationell handel så är Kina idag en av medlemsländerna i World Trade Organization och en stat som för en marknadsliberal ekonomi.¹ Den privata ekonomiska sektorn har ökat markant och Kina är idag en av de största aktörerna inom den globala ekonomin.

Detta fick bland annat ESPN, 24-timmarskanalen för sport som startades 1979, att etablera sig på den kinesiska marknaden under 1990-talet. År 1993 var ESPN den största kabelkanalen i USA, med en räckvidd på över 60 miljoner amerikanska hushåll (vilket betydde att ESPN nådde cirka 65 procent av den nordamerikanska kabel-tv-marknaden).² Som ett led i sin expansion startade man den 1 oktober 1993 även en andra, ungdomsinriktad kanal, ESPN2, med bland annat extrem- eller livsstilssport (ESPN2 nådde när den lanserades omedelbart 10 miljoner hushåll i USA).³ Liksom andra stora medieaktörer började ESPN också att i allt högre grad satsa internationellt. I slutet av 1993 nådde ESPN cirka 100 miljoner hushåll världen över. Sedan tidigare fanns ESPN på engelska, spanska, portugisiska, tyska, franska, holländska, mandarin och japanska. De senaste ESPN-kunderna fanns vid slutet av 1993 i södra Kina och därför började ESPN även sända på kantonesiska. Nytt för ESPN var också att kanalen kom att sända på två signaler: en som låg rätt i tiden i USA och en som låg rätt i tiden i Asien, vilket innebar att den jättelika och på olika håll länge stängda asiatiska marknaden prioriterades före Europa.

Ur ett propagandaperspektiv är OS-arrangemanget förstås ett gyllene tillfälle för den kinesiska regimen att stärka och legitimera sin position både på det nationella och det internationella planet. I ett uppsatsarbete i statsvetenskap om OS i Beijing skriver Jens Alm:

Det utrikespolitiska mål Kina har, att trygga den ekonomiska utveckling som finns i landet, är det mål som betonas och framkommer mest markant i undersökta medier. Ekonomin tar stor plats och spelar en viktig roll när de olympiska spelen behandlas. I takt med den ekonomiska utvecklingen som har skett i landet och den ökade levnadsstandarderna finns ett behov av mer investeringar. Den kinesiska regimen vill genom sin strategi, förmedla landet som en blomstrande ekonomi och i sin framställning om po-

1 Alm 2007, s. 13 ff.

2 Idrottens Affärer nr 7, dec./jan. 1993/1994, s. 26.

3 Freeman 2000: 204 f.

litiska och ekonomiska reformer och budskapet om ett stabilt samhälle, öka den ekonomiska tillväxten och därmed stärka sin ekonomiska position som en av de ledande och mest betydelsefulla ekonomierna i världen. För att säkra denna position krävs det att Kina stärker och bibehåller den stabilitet som finns i relation med omvärlden. De olympiska spelen används som ett redskap för att stärka bilaterala och ekonomiska relationer och för att skapa nya relationer med nya länder i syfte att få ett ökat ekonomiskt och politiskt inflytande. Därigenom önskar man även komma närmare det mål man innehar om att utjämna USA:s strategiska inflytande och målet om en multipolär världsordning.⁴

Man kan mot bakgrund av detta konstatera att det främst var Kinas ekonomiska utveckling och inte dess uteblivna demokratiska processer som föranledde IOK att ge spelen 2008 till Kina, eftersom denna utveckling öppnar nya dörrar till den kinesiska marknaden för IOK:s egna sponsorer inom TOP-paketet, samt för tv-bolagens annonsörer och sponsorer. Kapitalismens inmarsch i Kina har också fört med sig en exploderande marknad för reklam.⁵ Den kinesiska reklammarknaden växte med över 20 procent i 2002 och var 2003 värd mellan 70 och 100 miljarder norska kronor om året.

Detta påverkar också den mediala förmedlingen av spelen. Det amerikanska tv-bolaget NBC, som har köpt tv-rättigheterna till ett antal sommar- och vinter-OS för motsvarande 25 miljarder kronor, har förmått IOK att lägga finalerna i simning och gymnastik på förmiddagarna i Beijing, för att det ska bli bästa sändningstid på kvällarna i USA, dvs. så att NBC kan leverera flest möjliga tittare till sina annonsörer.⁶ Detta fick Asien-Oceaniens tv-bolagssammanslutning, med 160 medlemmar från 56 länder, att kräva av IOK att man skulle ompröva beslutet rörande sim- och gymnastikfinalerna, eftersom de ansåg att de själva då skulle förlora många miljarder i uteblivna reklamintäkter. ”– Vi vill att den olympiska familjen ska vara stark. Vi vill att familjens medlemmar behandlas lika, oavsett ekonomiska muskler”, sade David Astley, generalsekreterare i Asien-Oceaniens tv-bolagssammanslutning. Från IOK:s sida förnekade Hein Verbruggen att man böjt sig för påtryckningar från NBC och sade att Internationella simförbundet hade godkänt förändringarna: ”– Det finns aldrig lösningar som passar alla vid alla tillfällen. Beslutet har tagits för att hitta den bästa balansen för den olympiska rörelsen som helhet.” Vad Verbruggen menar men inte säger rent ut är förstås att beslutet skapade mesta möjliga profit för IOK.

Kommentarer i svensk press

Just detta hyckleri om de egentliga avsikterna bakom beslutet att tilldela Kina spelen 2008 var något som sportkrönikören Jonas Arnesen på *Svenska Dagbladet* sköt in sig på när han i januari 2008, mot bakgrund av bristen på mänskliga rättigheter i Kina och bruket av dödsstraff, förordade bojkott av spelen. Arnesen var dock pessimistisk angående möjligheterna att få till en bojkott och menade att ”[d]e ekonomiska vinsterna är för höga för att makthavarna ens ska våga knysta ordet bojkott”, att

4 Alm 2007, s. 34.

5 Dagens Näringsliv 20 juni, 2002, s. 46.

6 Dagens Nyheter (DN.se) 6 nov. 2006, från TT.

begrepp som mänskliga rättigheter och humanism väger fjäderlätt när kapitalismens starka intressen ligger i andra vågskålen. Ingen tror väl på allvar att Internationella Olympiska Kommittén (IOK) valde Peking som OS-värd för att spelen ska förbättra förhållandena för den kinesiska befolkningen. IOK vill låta oss tro det. Vice ordföranden Gunilla Lindberg och andra företrädare för organisationen talar så vackert om vikten av dialog och om hur mycket bättre det är med utbyte än isolering. Ja, vad ska de säga? Att IOK på detta sätt öppnar dörren för sina sponsorer till världens mest lukrativa marknad? Om IOK bara medgav att det är just därför Peking tilldelats OS 2008 skulle jag kunna ha åtminstone lite förtroende för organisationen eftersom den då i alla fall inte farit med osanning.⁷

I *Aftonbladet* påpekar Johanne Hildebrandt att ”de länder som protesterar riskera[r] att förlora en massa handelsavtal och affärskontakter med den enorma kinesiska marknaden. För det är väl ingen som fortfarande tror att OS enbart handlar om idrott och tävling? Åh nej, här pratar vi marknadsandelar och propaganda på bekostnad av andras mänskliga rättigheter.”⁸ I sin anmälan av Sverker Lindströms bok *Det stora sveket. Den olympiska rörelsen i diktaturens tjänst*, påpekar Ulrika Kärnborg i *Dagens Nyheter* att de Olympiska spelens historia samtidigt är den moderna kapitalismens, och att det kommunistiska Kina

verkar vara platsen där alla principer upphör att gälla. Så var det på Jan Myrdals tid, när troheten mot Mao satte ideologiska skygglappar på svenska sympatisörer; så är det i dag när svenskt företagande och svenska ekonomiska intressen går före yttrandefrihet och mänskliga rättigheter. Samma diktatur då som nu (och ja, i den meningen har Deng Xiaopings numera slitna liknelse om att det inte spelar någon roll om katterna är gula eller svarta bara de fångar möss, en konstig bäring även på oss västerlänningar). För är det inte så att vi vill ha avkastning på vårt kapital, oavsett de mänskliga kostnaderna? Det skulle faktiskt vara intressant att ta reda på exakt vad den svenska högern sa om den svenska vänstern på sjuttioalet, och sen jämföra med alla yrvakna, positiva uttalanden om den nya superkapitaliststaten i våra dagar.⁹

Författaren och samhällsdebattören Henning Mankell anlägger ett mer långsiktigt perspektiv på den ekonomiska utveckling som ligger bakom IOK:s beslut att låta Kina arrangera sommar-OS: ”Inom ett par år går Kina om USA som världens största ekonomi, det största maktskiftet på 100 år sedan USA tog över efter brittiska imperiet, och det tror jag väldigt få har förstått.”¹⁰

National Basketball Association

Något av prototypen för lansering av västerländsk, kapitalistisk tävlingsidrott i Kina är den amerikanska basketligan NBA. Första gången NBA sände ett lag med stjärnor till Kina var 1984, det år då Michael Jordan, som då hade skrivit ett unikt och synnerligen lukrativt

7 Svenska Dagbladet (svd.se) 21 januari 2008, rubrik ”Bojkotta Peking-OS”.

8 Aftonbladet.se, betaltjänst Plus, 30 mars 2008.

9 DN.se 16 april 2008.

10 Aftonbladet 18 maj 2008, s. 22 f.

reklamkontrakt med Nike, började spela i NBA för Chicago Bulls.¹¹ År 1986 sändes NBA-matcher via satellit i 35 länder, tio år senare i mer än 175 länder. Ett av dem var Kina, där NBA-basket fick sitt stora genombrott under 1990-talet. Till detta bidrog NBA:s samarbete med Nike och Coca Cola, som förstås också ville etablera sig på den kinesiska marknaden. När Chicago Bulls besegrade Utah i 1998 års slutspel drog det så stor tv-publik i Kina att den statliga televisionen körde det i repris två gånger. En undersökning vid samma tidpunkt visade att Michael Jordan var den näst mest kände amerikanen i Kina, knappt slagen endast av Thomas Edison. Jordan kom bland annat före Albert Einstein, Mark Twain och Bill Gates.¹²

Ett jättelyft för NBA-intresset i Kina kom 2002, när Yao Ming skrev kontrakt med Houston Rockets. Detta fick NBA att senhösten samma år lansera en kinesiskspråkig version av sin nätplats, NBA.com. I början av 2003 skrev Yao Ming på sitt första individuella sponsravtal som NBA-spelare, med Sorrent Inc, ett företag som utvecklat videospel för mobiltelefoner och annan trådlös apparatur. I oktober 2003 skrev Yao Ming på ett reklamkontrakt med sportvaruproducenten Reebok. Tidigare samma höst sände NBA TV, ligans egna 24-timmars tv-nätverk, finalspelet i 2003 Asian Championships, som arrangerades i Kina och där segraren kvalificerade sig till medverkan vid Olympiska spelen. I det kinesiska laget ingick Yao Ming.

Fotboll

Även det internationella fotbollsförbundet FIFA och de europeiska storklubbarna vände under 1990-talet sina blickar mot Kina. År 1994 betalade IMG, i samarbete med FIFA, 8 miljoner dollar i garantisumma till Chinese Football Association för ensamrätten att sköta om reklam och tv-rättigheter.¹³ Bakom IMG:s andel fanns i sin tur tobaksföretaget Philip Morris Inc, känd inte minst som ägare till cigarettvarumärket Marlboro. Detta avtal slöts i samband med att den kinesiska fotbollen detta år, 1994, omorganiserades så att man fick Jia A och Jia B, att jämföra med engelska Premier League respektive First Division (Premier League startade 1992). Nu fick även den kinesiska fotbollen ett nationellt nätverk av professionella klubbar, med agenter, köp och försäljning av spelare, sponsorer, tv-kontrakt och saluförandet av kringmaterial ("merchandising"). Det innebar bland annat att inflödet av utländska spelare ökade markant.

Öppnandet för kapitalistisk verksamhet har också fört till en rörelse åt andra hållet, dvs. att kinesiska bolag expanderar internationellt och bland annat använder sig av utländska idrottsklubbar för att nå ut till sina kunder både i och utanför Kina. Exempelvis fick den engelska fotbollsklubben Everton mobiltelefonproducenten China Kejian som sin huvudsponsor. Kejian har tagit stora marknadsandelar från Nokia och Motorola. Styrelsen för China Kejian menade att sponsravtalet med Everton hade gett mycket goda resultat, genom att alla matcher visades på kinesisk tv. Av kinesiska tidningar att döma var Everton mer populär i Kina än Manchester United, som enligt analysbolaget Futurebrand sommaren 2003 hade runt 16 miljoner anhängare i Asien.

11 Dahlén 2005; Slack m.fl. 2005, s. 263 ff.

12 LaFeber 1999, s. 135.

13 Slack m.fl 2005, s. 264—270.

Fotbollens, och västerländska fotbollsspelares, popularitet blev tydlig då David Beckhams självbiografi *My side* blev en försäljningssuccé i Kina i november 2003, med fans som köade i timmar för att komma över ett exemplar. Beckhams popularitet i Asien hade odlats under en längre tid och det var en av orsakerna till att Real Madrid köpte honom: via honom blev det lättare att nå och skapa fans till laget i denna del av världen, fans som förväntas lägga ner mycket pengar på supporterattiraljer såsom tröjor och halsdukar.

I november 2003 skrev också Beckhams forna klubb Manchester United kontrakt med den 18-årige kinesiska stortalangen Dong Fangzhuo. Givetvis spekulerades det i huruvida lagets ägare gjorde detta spelarinköp för att utöka sin supporterbas och försäljning i Kina, även om Fangzhuo bevisligen var en god spelare – han hade varit och provspelat på Old Trafford. ”Kan vi hantera ett par miljoner nya fans?”, frågade sig tränaren Sir Alex Ferguson halvt retoriskt, halvt ironiskt i samband med köpet av Dong Fangzhuo.¹⁴

Formula 1

I augusti 2002, drygt ett år efter att Kina tilldelats spelen 2008, meddelades från The Shanghai International Circuit Co att man nu hade de 400 miljoner dollar som krävdes för att bygga en Formel 1-bana som kunde stå klar 2004. I september 2003 bekräftade internationella bilsportförbundet FIA att Kinas första F1-lopp skulle gå av stapeln den 26 september 2004. Även Mellanöstern fick sitt första F1-arrangemang det året, i Bahrain den 4 april 2004. För att få med dessa båda arrangemang i F1-kalendern togs Österrike och Kanada bort. Vid tillkännagivandet av nyheten hade *Aftonbladet* den passande artikelrubriken ”F1-cirkusen exploaterar ny mark”.¹⁵ Och exploateringen av den kinesiska idrottsmarknaden lär fortsätta. Frågan är bara under vilka former och på vems premisser.

Litteratur

- Alm, Jens (2007): *OS I Peking, oberoende idrott eller politisk propaganda?*, C-uppsats i statsvetenskap, Södertörns högskola: <http://www.diva-portal.org/sh/abstract.xsql?dbid=1562>
- Brownell, Susan (2005): ”Challenged America: China and America – Women and Sport, Past, Present and Future”, *The International Journal of the History of Sport*, Vol. 22, No 6.
- Dahlén, Peter (2005): ”Svarta idrottsstjärnor och rasismens diskurs: Mohammad Ali, Michael Jordan och Mike Tyson i jämförande belysning. 2. Michael Jordan”, www.idrottsforum.org, 2 november: <http://idrottsforum.org/articles/dahlen/dahlen051102.html>
- Fry, Andy (2006): ”China: The Land of Sporting Opportunity”, *Sportbusiness International*, Issue 116 / September, s. 46 ff.

14 Enligt nätplatsen soccer.net.com, citerat i aftenposten.no 13 nov. 2003.

15 Aftonbladets bilaga Sportbladet, 12 sept. 2003.

- Hong, Fan (2002): "EPILOGUE – Into the Future: Asian Sport and Globalization", *The International Journal of the History of Sport*, Vol. 19, No 2-3.
- Hong, Fan & J.A. Mangan (2003): "Will the 'Iron Roses' Bloom Forever? Women's Football in China: Changes and Challenges", *Soccer and Society*, Vol. 4, No 2-3.
- Jinxia, Dong & J.A. Mangan (2001): "Football in the New China: Political Statement, Entrepreneurial Enticement and Patriotic Passion", *Soccer and Society*, Vol. 2, No 3.
- Jinxia, Dong & J.A. Mangan (2003): "Ascending then Descending? Women's Soccer in Modern China", *Soccer and Society*, Vol. 3, No 2.
- LaFeber, Walter (1999) *Michael Jordan and the New Global Capitalism*, New York & London: W. W. Norton & Company.
- Lindström, Sverker (2008): *Det stora sveket. Den olympiska rörelsen i diktaturens tjänst*, Stockholm: Atlas.
- Manzenreiter, Wolfram & John Horne (2007): "Playing the Post-Fordist Game in/to the Far East: The Footballisation of China, Japan and South Korea", *Soccer & Society*, Vol. 8, Issue 4.
- Slack, Trevor m.fl. (2005): "Cultural Contradictions/Contradicting Culture: Transnational Corporations and the Penetration of the Chinese Market", i Michael L. Silk m.fl. (Ed.): *Sport and Corporate Nationalisms*, Oxford & New York: Berg.
- Turner, Paul (2008): "Developments in web technology: enhancing the viewing spectacle of sport", i Simon Chadwick & Dave Arthur (Ed.): *International Cases in the Business of Sport*, Amsterdam: Elsevier/BH.
- Westerbeek, Hans & Aaron Smith (2003): *Sport Business in the Global Marketplace*, New York: Palgrave.