

„Sportswashing” i sportska diplomacija :

Franić, Franjo

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:131:232940>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-24**



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
University of Zagreb
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

FILOZOFSKI FAKULTET

ODSJEK ZA ETNOLOGIJU I KULTURNU ANTROPOLOGIJU

FRANJO FRANIĆ

**„SPORTSWASHING” I SPORTSKA DIPLOMACIJA – UPOTREBA
SPORTA ZA OSTVARIVANJE POLITIČKIH CILJEVA**

DIPLOMSKI RAD

MENTOR: DOC. DR. SC. TIBOR KOMAR

ZAGREB, SRPANJ 2023.

Izjava o autorstvu

Izjavljujem pod punom moralnom odgovornošću da sam diplomski rad „Sportswashing” i sportska diplomacija – upotreba sporta za ostvarivanje političkih ciljeva izradio/la potpuno samostalno uz stručno vodstvo mentora doc. dr. sc. Tibora Komara. Svi podaci navedeni u radu su istiniti i prikupljeni u skladu s etičkim standardom struke. Rad je pisan u duhu dobre akademske prakse koja izričito podržava nepovredivost autorskog prava te ispravno citiranje i referenciranje radova drugih autora.

Vlastoručni potpis studenta:

Sadržaj

| | |
|---|-----|
| 1. Uvod..... | 3 |
| 1.1. Cilj i metoda istraživanja..... | 4 |
| 2. Koncept „meke moći” | 5 |
| 3. „Sportswashing” | 6 |
| 3.1. Definicija pojma | 6 |
| 3.2. Povijest „sportswashinga”..... | 7 |
| 3.3. Suvremeni primjeri..... | 8 |
| 3.4. Je li „sportswashing” nužno uspješna strategija?..... | 9 |
| 3.5. Odgovornost navijača i sportaša..... | 11 |
| 4. Sportska diplomacija | 122 |
| 4.1. Povijesni primjeri sportske diplomacije..... | 14 |
| 5. Razlikovanje „sportswashinga” i sportske diplomacije | 155 |
| 6. Katar i „sportswashing” | 166 |
| 7. „Sportswashing” i NK Osijek..... | 188 |
| 8. Zaključak | 21 |
| 9. POPIS LITERATURE..... | 233 |

1. Uvod

Sport, a posebno nogomet, predstavlja jednu od najvažnijih kulturnih aktivnosti suvremenog svijeta. Milijarde ljudi širom planeta gledaju sport na televizijskim kanalima i digitalnim platformama, navijaju za svoje najdraže klubove, reprezentacije ili sportaše te se i sami bave sportom. Koliko je nogomet raširen fenomen svjedoče i brojke koje je iznijela FIFA - *Fédération Internationale De Football Association*, da je Svjetsko nogometno prvenstvo koje se odigralo u Rusiji 2018. kombinirano pratilo 3.572 milijarde ljudi, a finalnu utakmicu između Francuske i Hrvatske pratilo je 1.12 milijardi gledatelja širom svijeta (FIFA 2018). Finale Svjetskog nogometnog prvenstva u Kataru gledalo je čak 1.5 milijardi gledatelja (Jones 2023). S obzirom na popularnost nogometa što se vidi iz ovih brojki te na činjenicu da su ljudi emotivno vezani uz klubove, reprezentacije i sportaše za koje navijaju, nogomet je oduvijek bio sredstvo kojeg su države, organizacije ili pojedinci koristili za ostvarenje vlastitih političkih ciljeva. Domaćinstvo velikih sportskih natjecanja, kupovina sportskih klubova, ulaganje u sportsku infrastrukturu postaju sredstva za ostvarenje određenih političkih ciljeva. Osim demokratskih, Zapadnih država, navedene metode sve češće počinju koristiti autokratske, nedemokratske države, odnosno države u kojima se događaju ozbiljna kršenja ljudskih prava. Stoga se od 2015. g. ustalio pojam „sportswashing” kojega je Rebecca Vincent (2015:1) upotrijebila u kontekstu Europskih igara koje su se održale u Azerbajdžanu te definirala kao „pokušaj distrakcije od kršenja ljudskih prava pomoću prestižnih sponzorstava i domaćinstava natjecanja”. Vincent (2015) navodi da režim Ilhama Aliyeva pomoću Europskih igara želi poboljšati sliku Azerbajdžana dok se istovremeno u Azerbajdžanu krše ljudska prava tako što se zatvaraju novinari i aktivisti za ljudska prava. „Sportswashing” je dakle pojam koji se obično veže uz autoritarne države i različite metode kojima se nastoje prikriti kršenja ljudskih prava i ostvariti različiti ciljevi. No, što kada demokratske, liberalne države koje poštuju ljudska prava koriste sport za brendiranje ili promociju države ili za razvoj turizma itd.? U tom slučaju, danas je iznimno popularan pojam sportska diplomacija. Stuart Murray (2012, prema Søyland 2020:9) sportsku diplomaciju definira kao „korištenje sportaša i sportskih događaja s ciljem angažiranja, informiranja i kreiranja povoljne slike među stranim publikama i organizacijama kako bi oblikovali njihove percepcije na način koji je povoljan za ostvarivanje vanjskih ciljeva vlade koja provodi sportsku diplomaciju”. Poznati sportaši imaju milijune pratitelja na društvenim mrežama, velika sportska natjecanja gledaju milijarde ljudi, a ceremonije otvaranja sportskih događanja predstavljaju platformu za prezentaciju vlastite kulture i povijesti. Sve ovo nabrojano države mogu koristiti za vlastitu promociju, borbu protiv stereotipa, razvoj turizma, kreiranje pozitivne slike o državi ili njezinim građanima. Pojam sportske diplomacije se, za razliku od

„sportswashinga”, u javnosti, medijima, među istraživačima ne smatra negativnim. Sportska diplomacija je legitimno i legalno sredstvo koje države koriste za ostvarenje nacionalnih interesa. Neke države su čak institucionalizirale sportsku diplomaciju (npr. Australija, Mađarska) u ministarstvima vanjskih poslova ili kao posebne institucije. Diplomacija je općenito pojam koji nema negativne konotacije, to je sredstvo koje je regulirano međunarodnim pravom i kojeg države mogu legalno i legitimno koristiti za ostvarivanje vlastitih interesa, a sportska diplomacija je samo jedan dio diplomacije. Korištenje sportske diplomacije se u medijskim člancima, znanstvenim radovima ili u javnom diskursu ne smatra nečime protiv čega se treba boriti.

1.1. Cilj i metoda istraživanja

Cilj ovog diplomskog rada je predstaviti i analizirati razvoj „sportswashinga”, ponuditi različite definicije i klasifikacije te predstaviti neke povijesne i suvremene primjere „sportswashinga”. Nadalje, prikazat će se i analizirati pojam sportske diplomacije te primjeri sportske diplomacije. Budući da su „sportswashing” i sportska diplomacija vrlo slični pojmovi, odnosno koriste vrlo slične metode djelovanja, analizirat će se sličnosti i razlike tih pojmova te će se ponuditi i kritika pojma „sportswashing”. Iznimno je važno definirati i prikazati koncept „meke moći” Josepha Nyea, koji je ključan za razumijevanje sportske diplomacije i „sportswashinga”. Uz brojne druge primjere „sportswashinga”, posebna pažnja će se posvetiti slučaju Katara i slučaju Mađarske. Prikazat će se „sportswashing” u lokalnom kontekstu, tj. prikazat će se mađarsko ulaganje u NK Osijek i gradnja stadiona Pampas u Osijeku kao dio šireg „sportswashinga” kojeg provodi mađarski premijer Viktor Orban u Mađarskoj i susjednim državama u kojima žive Mađari. Rad će pokušati doprinijeti razumijevanju pojma „sportswashinga” i njegovu razlikovanju od pojma sportske diplomacije te doprinijeti razumijevanju i raspravi o „sportswashingu” u Hrvatskoj, budući da o toj temi akademskih radova u Hrvatskoj uopće nema.

Ovaj diplomski rad je teorijski, tako da će se temeljiti na prikazu relevantne znanstvene literature o „sportswashingu”, sportskoj diplomaciji i mekoj moći. Također će se analizirati i prikazati izvještaji nevladinih organizacija (poput Amnesty Internationala, Human Rights Watch i dr.) i drugi javno dostupni medijski izvještaji.

2. Koncept „meke moći”

Prije nego što krenemo s analizom „sportswashinga” i sportske diplomacije, važno je definirati i prikazati koncept koji je povezan i ključan i za „sportswashing” i za sportsku diplomaciju, a to je koncept „meke moći”. Američki politolog Joseph Nye (2008:94) definirao je „meku moć” kao „sposobnost utjecaja na druge kako bi ostvarili željene ciljeve pomoću privlačnosti umjesto prisilom ili plaćanjem”. Osim „meke moći”, Nye (2004:256) definira i „tvrdu moć”: „sposobnost prisile, proistječe iz vojne i ekonomske moći države”. U suvremenim, razvijenim, demokratskim državama, korištenje prisile se sve manje tolerira što uzrokuje povećanje važnosti „meke moći” (Grix i sur. 2015:465). Prema Nyeu (2004) „meka moć” temelji se na privlačnosti politika, političkih ideala i kulture neke države. „Meka moć” važna je u proučavanju „sportswashinga” i sportske diplomacije jer je „meka moć” upravo ono što države nastoje steći koristeći se sportskom diplomacijom i „sportswashingom”. Države mogu koristiti domaćinstva velikih sportskih natjecanja za povećanje vlastite privlačnosti čak i kada te države posjeduju neke nepoželjne i neprivačne karakteristike (Grix i Lee 2013:527). Kao što Nye navodi, „meka moć” se između ostalog temelji i na privlačnosti kulture, a sport je dio kulture, što znači da se i putem sporta može generirati „meka moć”. Karakteristika sporta jest da odražava zajedničke kulturne vrijednosti, a koje države domaćini velikih sportskih natjecanja mogu iskoristiti za prezentiranje vlastite privlačnosti kroz te zajedničke kulturne vrijednosti (Grix i Lee 2013:528). Države domaćini natjecanja osim isticanja zajedničkih kulturnih vrijednosti sporta mogu te vrijednosti isticati i slaviti u kontekstu vlastitih, lokalnih političkih, kulturnih i društvenih vrijednosti (Grix i Lee 2013:528). Kao primjer toga možemo uzeti bilo koju ceremoniju otvaranja velikih sportskih natjecanja na kojima se prije odigravanja prve utakmice ili prvog natjecanja, predstavlja kultura i povijest države domaćina te nastupaju poznati svjetski umjetnici, kombinirajući tako kulturu zemlje domaćina sa globalnom popularnom kulturom. Na posljednjem Svjetskom nogometnom prvenstvu u Kataru imali smo priliku vidjeti Al Bayt stadion koji je izgrađen u obliku šatora ‘*bayt al sha’ar*’ kojeg su u povijesno koristila nomadska plemena Katara i regije (FIFA Plus 2022). Države mogu koristiti uspjeh reprezentacija i klubova u samim natjecanjima ili u uspješnoj organizaciji velikih sportskih natjecanja za „privlačenje” drugih svojom kulturom, vrijednostima, idejama i načinom života te ih tako uvjeriti da žele ono što oni žele, prikazujući vlastita postignuća, slike i vrijednosti stranoj publici (Grix i sur. 2015:470).

„Meka moć” sporta omogućuje prijateljstvo i povezanost gledateljima različitih rasa, religija i nacionalnosti koje nadilazi granice i povezuje ljude putem ljubavi prema sportu (Abdi i sur.

2018:3). Univerzalna pravila i vrijednosti sporta omogućuju sudjelovanje u sportu i praćenje sporta neovisno o rasi, religiji, nacionalnosti ili dobi.

3. „Sportswashing”

3.1. Definicija pojma

Pojam „sportswashing” različiti autori različito definiraju. Jules Boykoff (2022:342) definira „sportswashing” kao: „fenomen kada politički vođe koriste sport kako bi izgledali važno ili legitimno na svjetskoj sceni dok 'potpiruju' nacionalizam i skreću pozornost od kroničnih socijalnih problema i kršenja ljudskih prava na vlastitom teritoriju.” Chadwick (2022, prema Skey 2022:2) pak „sportswashing” definira kao „sredstva pomoću kojih država može skrenuti pozornost publike od nepovoljnih percepcija države pomoću programa investiranja u sport”. Aktivistkinja za ljudska prava Rebecca Vincent (2015:1) je odredila „sportswashing” kao „pokušaj distrakcije od kršenja ljudskih prava pomoću prestižnih sponzorstava i domaćinstva natjecanja”. Iako se definicije donekle razlikuju većina autora ističe državu kao subjekta koji provodi „sportswashing”, no ipak postoje autori koji se s time ne slažu (Fruh i sur. 2022:5) te smatraju da i nedržavni akteri koji ne moraju imati nikakve poveznice sa državom mogu provoditi „sportswashing”, kao na primjer korporacije koje kupuju prava na ime stadiona ili dvorana kako bi skrenuli pozornost sa vlastitog sudjelovanja u nekim neprihvatljivim praksama. Ističe se i slučaj ruskog oligarha Romana Abramoviča koji je 2003. kupio engleski nogometni klub Chelsea FC (Behan 2021). Definicijama je zajedničko i skretanje pozornosti javnosti sa određenih problema unutar države (kršenja ljudskih prava, društvenih nepravdi itd.). Države mogu koristiti različite metode „sportswashinga”. Najčešće su ugošćivanje velikih sportskih natjecanja poput Olimpijskih igara i Svjetskog nogometnog prvenstva, kupnja popularnih europskih nogometnih klubova (npr. kupnja PSG-a i Manchester Citya), gradnja velikih sportskih objekata, korištenje sportaša ili trenera kao promotora itd. Nakon što se pojam „sportswashing” prvi put pojavio 2015. u izvještaju o kršenju ljudskih prava u Azerbajdžanu i Europskim igrama u Bakuu (Vincent 2015), 2018. godine se pojam ponovno pojavljuje i od tada dobiva na popularnosti (Skey 2022). 2018. godina je značajna za „sportswashing”, što je vjerojatno uzrokovalo porast popularnosti pojma, budući da se 2018. održalo Svjetsko nogometno prvenstvo u Rusiji, biciklistička utrka Giro D'Italia je započela u Izraelu, održana su različita nogometna i teniska događanja u Saudijskoj Arabiji (Skey 2022). Skey (2022:2) ističe da je u medijima na engleskom govornom području 2019. godine riječ „sportswashing” upotrijebljena 550 puta, a samo dvije godine kasnije upotrijebljena je čak 800 puta. Svoj

vrhunac pojam dostiže 2022. godine kada zbog Zimskih olimpijskih igara u Kini i Svjetskog nogometnog prvenstva u Kataru neki mediji proglašavaju 2022. najvećom godinom „sportswashinga” (Zidan 2022), a sami pojam bio je i jedan od kandidata za riječ godine u Velikoj Britaniji prema izboru Collins Dictionaryja (Collins 2022). Boykoff kreira i tipologiju „sportswashinga”. „Sportswashing” se razlikuje s obzirom na politički kontekst, države domaćini mega događanja mogu biti demokratske i autoritarne te s obzirom na ciljanu publiku, ciljana publika može biti međunarodna, domaća ili obje (Boykoff 2022:346). Iako se u demokratskim državama možda ne krše ljudska prava, i u tim državama se mogu događati neki nepravredni procesi koje država želi opravdati ili sakriti, poput: beskućništva, gentrifikacije, pretjerane sekuritizacije (Boykoff 2022:343). Primjer takvih praksi mogle bi biti Olimpijske igre koje će se održati u Los Angelesu 2028. godine dok se trenutno u tom gradu događa velika humanitarna kriza povezana s beskućništvom ili Zimske Olimpijske igre 2002. u Salt Lake Cityu, na kojima su Sjedinjene Američke Države željele pokazati svijetu da su sigurna zemlja nakon terorističkih napada 11. rujna 2001., dok se istovremeno događala sekuritizacija, agresivno korištenje protuterorističkih mjera i sužavanje sloboda građana (Boykoff 2022). Rasprostranjenost novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija omogućava velikom broju ljudi da primi poruku koju netko odašilje (u ovom slučaju su to države). Početkom prenošenja sportskih događanja na televiziji, razvojem medija, sport prestaje biti lokalna događaj. Sportska natjecanja, sportski timovi i sportaši postaju mega popularni i praćeni širom svijeta. Još je 1950. prilikom održavanja svjetskog nogometnog prvenstva u Brazilu, gradski vijećnik Sao Paulo, Jose´ Cyrillo konstatirao da je u trenutku svjetskog prvenstva pažnja cijelog svijeta usmjerena prema Brazilu (Santos 2014). Upravo zbog broja ljudi koji prate sport i mogućnosti efikasnog prenošenja poruke, sport postaje zanimljiv državama kao sredstvo za ostvarenje političkih ciljeva.

3.2. Povijest „sportswashinga”

Iako se pojam prvi put pojavljuje 2015. g., sam fenomen je iznimno star. Neki autori uzimaju 1335. godinu prije Krista kao najstarije poznato pojavljivanje „sportswashinga”. Tada su drevni Egipćani organizirali turnire u hrvanju kao zabavu faraonu, a koji su prikazivali vlastitu superiornost nad podjarmljenim Nubijsima, a prikazi tih borbi kasnije će se nalaziti u grobnicama faraona (Difato 2021, prema Chen i Doran 2022:3). Drugi autori pak uzimaju 416. godinu prije Krista kao godinu kada se prvi put javljaju elementi „sportswashinga”. 416. g. prije Krista za vrijeme rata Sparte i Atene, Atena šalje brojne timove koji se natječu u utrkivanju

kolima na drevnim Olimpijskim igrama te koji na njima ostvaruju odlične rezultate (Golden 2008, prema Boykoff 2022:344). Taj uspjeh je „zamaskirao” činjenicu da Atena gubi u ratu. Fruh i sur. (2022) tvrde da su počeci „sportswashinga” u 1934. g. i 1936. godini. 1934. fašistička Italija organizirala je Svjetsko nogometno prvenstvo, a 1936. g. nacistička Njemačka Olimpijske igre u Berlinu. Nacisti su željeli iskoristiti Igre kako bi prezentirali superiornost arijske rase, a i poboljšali sliku o režimu Adolfa Hitlera. Nacisti su za propagandne svrhe izmislili i tradiciju štafete olimpijske baklje, koja se zapalila u Grčkoj i nosila u Berlin (Boykoff 2022). Štafeta je omogućila Hitleru širenje nacističke propagande u centralnoj i jugoistočnoj Europi tijekom prolaska baklje kroz zemlje tih dijelova Europe, a koje su Hitleru predstavljale područje interesa (Boykoff 2022). Štafeta se trčala iz Grčke (Olimpija pa Atena) preko Bugarske (Sofija), Kraljevine Jugoslavije (Beograd), Mađarske (Budimpešta), Austrije (Beč), Čehoslovačke (Prag) do Njemačke (Dresden i Berlin) (olympics.com). Kroz Njemačku su olimpijski plamen nosili isključivo pojedinci sa plavom kosom i plavim očima, za koje je njemačka vlast smatrala da predstavljaju savršene „primjerke” arijske rase (Large 2012, prema Boykoff 2022). Zanimljivo je istaknuti da se ova tradicija koju su utemeljili nacisti, i danas prakticira na početku Olimpijskih igara kada se olimpijski plamen nosi iz Grčke u grad u kojem se Igre održavaju. Olimpijske igre 1936. g. poboljšale su Hitlerovu reputaciju u Njemačkoj i svijetu, a domaća podrška Hitleru i kohezija koja je nastala nakon Olimpijskih igara predstavljale su temelje za ratna djelovanja (Boykoff 2022:344).

3.3. Suvremeni primjeri

Navest ćemo neke od najpoznatijih suvremenih primjera „sportswashinga”, a koji se odnose na domaćinstvo velikih natjecanja. 2008. godine Kina je ugostila Ljetne Olimpijske igre, a 2022. g. Zimske Olimpijske igre. Kina je autoritarna zemlja koja je poznata po kršenjima ljudskih prava, pogotovo Tibetanaca i Ujgura. Izvješće Human Rights Watcha (2008) iznosi da su kineskim vlastima Igre 2008. g. bile katalizator za masovna prisilna iseljavanja, val uhićenja, zlostavljanja i zatvaranja kritičara, jačanje političke represije i kršenje slobode medija. Sljedeća na popisu država koja je prakticirala „sportswashing” u 21. stoljeću jest Rusija. U Rusiji su se 2014. g. održale Zimske Olimpijske igre u Sočiju, a 2018. g. se održalo Svjetsko nogometno prvenstvo. Vladimir Putin iskoristio je Olimpijske igre za poboljšanje međunarodne slike o Rusiji, unaprjeđenje nacionalne solidarnosti i odanosti Rusiji (Boykoff 2022). Državni mediji u Rusiji su prije i za vrijeme Olimpijskih igara redovito objavljivali ohrabrujuće, pozitivne i motivirajuće priče koje su imale za cilj povećanje domoljubnog zanosa (Boykoff 2022).

Zanimljiva je činjenica da je neposredno nakon završetka Zimskih Olimpijskih igara 2014. g. Rusija izvršila invaziju na Krim. Može se pretpostaviti da je Vladimir Putin iskoristio jedinstvo, solidarnost i nacionalni ponos koji su postignuti uz pomoć sporta za dobivanje podrške za rat i invaziju na dio ukrajinskog teritorija. Najrecentniji primjer „sportswashinga” je Svjetsko nogometno prvenstvo u Kataru 2022. g. Katar je iznimno mala država na Arapskom poluotoku koja se nikada nije kvalificirala na Svjetsko nogometno prvenstvo, niti je Katar ikada ostvario značajne nogometne rezultate na svjetskoj sceni. Katar je nedemokratska država u kojoj su zabranjene političke stranke, a sva vlast se nalazi u rukama emira (Henderson 2016). Amnesty International (2022) izvještava o diskriminaciji žena, LGBT osoba, kršenju slobode izražavanja, smrti tisuća radnika koji rade na infrastrukturi za Svjetsko prvenstvo itd. Osim po domaćinstvu Svjetskog nogometnog prvenstva, Katar je u svijetu „sportswashinga” još poznat i po kupnji francuskog prvoligaša Paris Saint-Germain, kojega je kupila Qatar Sport Investment grupa (QSI) koja je u državnom vlasništvu (Brannagan i Giulianotti 2014:5). Posjedovanje nogometnog kluba velika je i rizična investicija koja će novom vlasniku vjerojatno donijeti ograničeni povrat investicije, a upitno je hoće li se ikada u potpunosti isplatiti, stoga je važno istaknuti razloge zbog kojih se investitori odlučuju na preuzimanje nogometnog kluba (Marin i Lee 2020). Posjedovanje nogometnog kluba može biti način za širenje branda i povećanje prepoznatljivosti, povezivanje tržišta, populariziranje vlasnika, način ostvarenja osobnih, poslovnih i političkih interesa, ostvariti veliku vidljivost i privući pažnju različitih grupa ljudi (Marin i Lee 2020). Korištenje „sportswashinga” u Kataru bit će kasnije detaljno prikazano.

3.4. Je li „sportswashing” nužno uspješna strategija?

Do sada je bilo govora o tome kako države koriste „sportswashing” kako bi ostvarile neke ciljeve, no korištenje „sportswashinga” može imati i negativne posljedice po države koje ga prakticiraju. Velika sportska natjecanja privlače mnogo medijske pažnje čitavog svijeta, pa negativne prakse ili sve ono što neke države žele prikriti može doći „pod povećalo” javnosti. Brannagan i Giulianotti (2014:4) konstruirali su koncept *soft disempowerment*, odnosno gubljenje „meke moći”, koji se odnosi na „one prigode u kojima možete uzrujati, uvrijediti ili udaljiti druge, što će dovesti do gubitka privlačnosti ili utjecaja”. Brannagan i Giulianotti (2014) ističu da moramo prestati istraživati samo pozitivno akumuliranje „meke moći” te moramo shvatiti da djelovanja aktera (država) mogu imati pozitivne i negativne ishode koji mogu voditi do jačanja, ali i do slabljenja „meke moći”. Ugošćivanje velikih sportskih događanja redovito nosi i određeni rizik za gubljenje „meke moći” ako je država domaćin nespremna na svu

pozornost koju će dobiti ili ako će predstaviti vrijednosti koje drugi ne smatraju poželjnim (Brannagan i Giulianotti 2014). Upravo je Katar dobivanjem domaćinstva Svjetskog nogometnog prvenstva skrenuo pozornost svijeta, posebno Zapadnog svijeta na sebe, te su u javnost izašle priče o teškim uvjetima u kojima rade migrantski radnici, kršenjima ljudskih prava, kršenjima prava seksualnih manjina, žena itd. (Amnesty 2022), što je zasigurno vodilo da smanjenja privlačnosti Katara u Zapadnom svijetu, odnosno vodilo je do gubljenja „meke moći” Katara. Murray (2016) primjećuje da je tijekom organizacije i održavanja velikih sportskih događanja, fokus podjednako usmjeren na politike zemlje domaćina kao i na sport. Osim prikazivanja nepoželjnih vrijednosti, loša organizacija sportskog natjecanja može pogoršati sliku o državi domaćinu, odnosno voditi do gubitka „meke moći”.

Također razlog zbog kojeg korištenje sporta za akumuliranje „meke moći” može dovesti do negativnih posljedica za državu koja to provodi jest izazivanje nezadovoljstva lokalne zajednice u kojoj će se sportsko natjecanje održati te činjenje nepravde toj zajednici. Primjer takvog događaja je Brazil koji je ugostio Svjetsko nogometno prvenstvo 2014. g. i Olimpijske igre 2016. g. Svjetski mediji detaljno su izvještavali o prosvjedima u Brazilu od kojih su neki uključivali i sukobe policije i prosvjednika, a koji su se dogodili zbog zabrinutosti zbog lošeg upravljanja novčanim sredstvima, nedostatka zdravstvene skrbi i obrazovanja u gradovima u kojima se održavalo Svjetsko nogometno prvenstvo, povećanja poreza, raseljavanja stanovnika iz favela i općenito nezadovoljstva domaćinstvom Svjetskog nogometnog prvenstva. (Butler i Aicher 2015:301). U São Paulou su 2013. g. za vrijeme trajanja Kupa konfederacija i 2014. g. neposredno prije početka Svjetskog nogometnog prvenstva, tisuće ljudi prosvjedovale su na glavnim ulicama i trgovima protiv Svjetskog nogometnog prvenstva (Vico i sur. 2018:8). Mediji su izvještavali i o tome kako su brazilske vlasti za potrebe organizacije Svjetskog prvenstva preselile stotine tisuća ljudi iz favela diljem zemlje (Butler i Aicher 2015:307). Problemi vezani za preseljenja, loše upravljanje fondovima, inflaciju, prosvjede i porast kriminala nisu specifični samo za brazilsko Svjetsko prvenstvo, ali kada to sve dođe „pod povećalo” svjetske javnosti, počinje se propitivati sposobnost Brazila da ugosti Svjetsko prvenstvo, a svi ti problemi skupa sa ostalim društvenim nepravdama unutar Brazila uzrokuju da percepcija Brazila postaje sve negativnija (Butler i Aicher 2015).

Navedeni primjeri demonstriraju da domaćinstvo velikih sportskih natjecanja ne mora nužno biti uspješna distrakcija od kršenja ljudskih prava ili drugih problema koje država ima. Korištenje sporta za jačanje „meke moći” može biti kontraproduktivno te kao što pokazuju prethodno navedeni primjeri, u stvarnosti može voditi i do smanjenja „meke moći” i širenja

negativne slike o državi domaćinu. Upuštanje države u „sportswashing” ne mora nužno rezultirati ostvarenjem zacrtanih ciljeva države koja prakticira „sportswashing”.

3.5. Odgovornost navijača i sportaša

Vlade, međunarodne sportske organizacije i bogati pojedinci donose odluke o kupnji klubova, gradnji stadiona, domaćinstvima velikih sportskih natjecanja, tj. provode „sportswashing”, ali na kraju u tom sportu sudjeluju i drugi akteri koji ne donose odluke poput odluka o dodjeljivanju domaćinstva velikog natjecanja. Među te aktere ubrajamo gledatelje, sportaše, trenere, novinare, televizijske kuće itd. Fruh i sur. (2022:7-8) tvrde da gledatelji, sportaši i ostali sudionici i pratitelji sporta sudjeluju u „sportswashingu” i kršenjima ljudskih prava tako što sudjeluju i gledaju sport te tako pomažu skretanju pozornosti te se tako ta kršenja ljudskih prava nastavljaju. Obični ljudi osim što prate sport i financijski mogu pomagati „sportswashing” kupujući ulaznice za utakmice, plaćajući za gledanje sportskog sadržaja na televiziji, kupujući dresove i ostale proizvode koje klubovi, reprezentacije ili zemlje domaćini nude. Fruh i sur. (2022:11) navode dvije strategije kojima se navijači, sportaši i ostali sudionici i pratitelji sporta mogu boriti protiv „sportswashinga”. Prva strategija uključuje bojkot natjecanja, tj. da gledatelji prestanu gledati natjecanje ili klub, a igrači odbiju igrati na natjecanju ili za klub koji se koristi za „sportswashing” (Fruh i sur. 2022). Druga strategija podrazumijeva sudjelovanje u natjecanju ili nastupanje za klub, ali zahtijeva da se otpor „sportswashingu” iskaže u samom natjecanju, npr. dva su afroamerička sportaša Tommie Smith i John Carlos 1968. godine na Olimpijskim igrama na postolje izašli bosu u crnim čarapama koje predstavljaju siromaštvo crnačke zajednice te sa crnom rukavicom na jednoj ruci koja predstavlja zajedništvo i snagu Afroamerikanaca te tako poslali poruku svijetu (Fruh i sur. 2022:13). „Sportswashing” dakle obuhvaća i tu dimenziju krivnje navijača i sportaša, koji iako nisu donijeli odluke o domaćinstvima natjecanja ili prodaji klubova neki autori (Fruh i sur. 2022) ih smatraju suučesnicima u „sportswashingu”. Teško je od navijača koji su emotivno vezani za klubove ili reprezentacije tražiti da prestanu pratiti svoje omiljene klubove i natjecanja ili od sportaša koji su posvetili čitav život treniranju i odricanju kako bi uspjeli da bojkotiraju Olimpijske igre ili Svjetsko nogometno prvenstvo. Čini se da se drastične akcije protiv „sportswashinga” koje uključuju bolne poteze poput prestanka praćenja omiljenog tima za koji ste emotivno vezani i koji vam predstavlja bitan dio života ili odbijanje nastupa na natjecanju o kojem ste sanjali i za koje ste se pripremali od kada ste se počeli baviti sportom, neće tako skoro početi primjenjivati. Ne samo da navijači neće bojkotirati klubove koji se koriste za „sportswashing”, nego će

prihvatiti i podržati nove vlasnike ako to znači da će oni u klub uložiti novac koji će popraviti situaciju u klubu i donijeti uspjehe njihovom najdražem klubu. Primjer takve prakse su navijači Newcastle Uniteda koji su nakon što je klub preuzeo saudijski Public Investment Fund (PIF) kojeg kontrolira Saudijska Arabija, država poznata po kršenju ljudskih prava, represiji nad ženama i seksualnim manjinama, došli na utakmice obučeni u tradicionalnu arapsku odjeću i noseći pokrivala za glave u znak podrške novim vlasnicima (Brown 2021). Navijači nogometnog kluba Chelsea skandirali su ime svog vlasnika, ruskog oligarha Romana Abramoviča koji je zbog sankcija Rusiji zbog invazije na Ukrajinu morao napustiti klub (Fruh i sur. 2022:8). Uspjesi voljenog kluba i vlastiti sportski uspjesi uglavnom su važniji od porijekla novca ili toga tko su ljudi koji upravljaju klubom.

4. Sportska diplomacija

Od samog početka postojanja država, države su stupale u različite oblike komunikacija jedne s drugima i imale su različite interese. Sve države na svijetu, pogotovo u današnjem globaliziranom svijetu imaju neke interese u drugim državama i u međunarodnom poretku. Jedna vrsta komunikacije i metode ostvarivanja vlastitih ciljeva jest diplomacija. Prema Britannici (2022), diplomacija je „ustanovljena metoda utjecaja na odluke i ponašanje stranih vlada i naroda kroz dijalog, pregovaranje i druge mjere, koje ne uključuju rat ili nasilje”. Razvojem diplomacije, razvijaju se i različiti oblici diplomacije. Jedan od tih oblika je i javna diplomacija. Javna diplomacija je „diplomacija usmjerena na javnost u drugim zemljama nasuprot tradicionalne diplomacije koja je usmjerena na kreatore politika i vlade” (Grix i Lee 2013:529). Grix i Lee (2013:529) ističu da je za razumijevanje javne diplomacije važno istaknuti da je to „aktivnost kojom obično upravlja država i s kojom želi stvoriti otvorenu i prijemčivu javnost u drugim državama kako bi stvorila senzibilno okruženje za vanjske politike i ekonomske interese države koja provodi javnu diplomaciju koristeći pozitivne poruke i slike”. Javna diplomacija usko je vezana i uz sportsku diplomaciju budući da je organiziranje sportskih natjecanja i kupnja klubova, tj. korištenje sporta u političke svrhe često orijentirano prema javnosti, a ne samo prema vladama. Sportsku diplomaciju Murray (2012, prema Søyland 2020:9) definira kao „korištenje sportaša i sportskih događaja s ciljem angažiranja, informiranja i kreiranja povoljne slike među stranim publikama i organizacijama kako bi oblikovali njihove percepcije na način koji je povoljan za ostvarivanje vanjskih ciljeva vlade koja provodi sportsku diplomaciju”. Definicija koju nudi Australaska strategija sportske diplomacije (2015, prema Garamvölgyi i sur. 2020:2) glasi:

„Svjesno, strateško i redovito korištenje sporta, sportaša, sportskih događanja i nedržavnih sportskih aktera od strane ministarstava vanjskih poslova i njihovog diplomatskog osoblja, s ciljem stvaranja suradničkog, dugoročnog i obostrano korisnog partnerstva koje, u najboljem slučaju, maksimizira poveznice između ljudi, razvojne, kulturne, investicijske, obrazovne i turističke prilike za vlade.”

Kada država ugosti veliko sportsko natjecanje poput Svjetskog nogometnog prvenstva ili Olimpijskih igara, milijuni percepcija stranih državljana o državi domaćinu mogu se poboljšati u svega nekoliko tjedana (Murray 2016:617). U današnjem pluralnom diplomatskom okružju, sport može privući mnogo ljudi i država državi domaćinu i zato sport predstavlja moćan alat „meke moći” (Murray 2016). Murray razlikuje dvije vrste sportske diplomacije, a to su tradicionalna sportska diplomacija i sportska diplomacija „verzija 2.0”. Tradicionalna sportska diplomacija je „alat kojeg vlade svjesno i sporadično koriste za ostvarenje vanjskih političkih ciljeva” (Murray 2016:618). Multinacionalne kompanije, međuvladine organizacije, sportaši i utjecajni *celebrityji* se u modernom pluralnom diplomatskom okruženju mogu smatrati značajnim diplomatskim akterima, u takvom okruženju nastaje verzija 2.0 sportske diplomacije u kojoj klasični, karijerni diplomati rade zajedno sa korporacijama, sportašima i *celebrityjima* (Murray 2016:620). Snow (2009) tvrdi da su novi javni diplomati, kako ih ona naziva, poput sportaša ili drugih *celebrityja* koji ne odgovaraju vladi, često jednako važni za javnu diplomaciju kao i diplomati koji su zaposleni u diplomaciji.

Resursi koje može koristiti sportska diplomacija su: domaćinstvo/sudjelovanje na međunarodnim i kontinentalnim natjecanjima, prestižne domaće lige, humanitarne utakmice, sportske konferencije, treneri, igrači, navijači, ženski sport, sportski mediji, brandovi, filmovi itd. (Abdi i sur. 2018). Abdi i sur. (2018:9) su u svom istraživanju otkrili da su, prema stručnjacima za diplomaciju, najvažniji resursi sportske diplomacije: igrači, sudjelovanje/domaćinstvo na međunarodnim i kontinentalnim natjecanjima, prestižne domaće lige i treneri. Yao Ming, kineski košarkaš koji je igrao za Houston Rocketse, predstavlja primjer kako igrač koji igra u iznimno popularnoj sportskoj ligi može donijeti koristi za javnu diplomaciju zemlji porijekla i zemlji u kojoj igra (Abdi i sur. 2019). Ming je svojim vrhunskim nastupima u NBA ligi stekao brojne obožavatelje u Kini, SAD-u, ali i širom svijeta i tako utjecao na stvaranje pozitivne slike Kineza o Americi, ali i prezentirao Kinu Amerikancima.

4.1. Povijesni primjeri sportske diplomacije

Povezanost sporta i diplomacije pojavljuje se još u antičkoj Grčkoj u obliku tradicije „Ekecheiria” koja predstavlja proglašavanje prekida vatre za vrijeme trajanja drevnih Igara kako bi se osigurao siguran put svim delegacijama koje dolaze iz različitih gradova-država na Igre, čak i ako su neki gradovi-države u ratu (Miller 2004, prema Dubinsky 2019). Jedan od najpoznatijih primjera korištenja sporta u diplomatske svrhe je „Ping Pong diplomacija”. Tijekom Hladnog rata Sjedinjene Američke Države i Kina organizirale su niz stolnoteniskih utakmica koje su vodile uspostavljanju odnosa između te dvije suprotstavljene države (Dubinsky 2019). 1980. godine Sjedinjene Američke Države su kao odgovor na sovjetsku invaziju Afganistana bojkotirale Olimpijske igre u Moskvi, a Sovjetski Savez i još trinaest država odgovorili su bojkotom Olimpijskih igara u Los Angelesu 1984. g. (Murray 2016). Uz Sovjetski Savez u bojkotu su sudjelovali: Afganistan, Bugarska, Kuba, Čehoslovačka, Etiopija, DR Njemačka, Mađarska, Laos, Mongolija, Sjeverna Koreja, Poljska, Južni Jemen i Vijetnam (Mallon i Hejmans, 2011, prema Kobierecki 2015:104). Države koje su bojkotirale Igre navele su kao službeni razlog bojkota nedostatnu sigurnost sportaša iz komunističkih država (Kobierecki 2015:105). No to nije stvarni razlog, istraživači navode više mogućih razloga bojkota. Jedan od mogućih razloga je želja Sovjeta da smanje šanse Reaganu za pobjedu na predsjedničkim izborima i smanje zaradu od Igara SAD-u (Senn 1999, prema Kobierecki 2015:105). Ipak se većina autora slaže da je to vjerojatno bio recipročan odgovor na bojkot Olimpijskih igara u Moskvi 1980. godine (Kobierecki 2015:105). Autori smatraju da su na odluku o bojkotu utjecale i promjene vodstva Komunističke Partije na čijem je čelu 1980. godine bio Brežnjev kojeg je zamijenio liberalniji Andropov (Kobierecki 2015:107). Andropov je preminuo u veljači 1984. godine, a njega je zamijenio konzervativniji Černenko nakon čijeg je dolaska na čelo Komunističke partije vidljiva promjena stava SSSR-a prema Olimpijskim igrama u Los Angelesu (Kobierecki 2015:106).

Sport omogućava liderima država da se neformalno susretnu u okviru sportskog natjecanja. Primjer takve prakse je niz kriket utakmica Indije i Pakistana, koje su lideri tih dviju zemalja koje nisu u dobrim odnosima, iskoristili za neformalne sastanke (Murray 2016). Tradicionalna sportska diplomacija ponekad koristi sportaše da bi poslala diplomatsku poruku, poput Sjedinjenih Američkih Država koje su koristile poznatog sportaša Jessea Owensa kao ambasadora rasne integracije u zemljama sa nepoželjnim stavovima prema rasnoj integraciji u 1960-ima (Murray 2016).

5. Razlikovanje „sportswashinga” i sportske diplomacije

Iz dosadašnjeg dijela rada koji se bavi definiranjem „sportswashinga” i sportske diplomacije vidljivo je da su to jako slični, ako ne i istoznačni pojmovi. I jedan i drugi fenomen koriste države da bi ostvarile određene političke ili ekonomske ciljeve, tj. da bi akumulirale „meku moć”, a metode kojima se služe „sportswashing” i sportska diplomacija su identične. Domaćinstva velikih sportskih natjecanja, posjedovanje sportskih klubova, mediji i prijenosi sportskih događanja, isticanje sportskih uspjeha vlastite nacije, suradnja sa poznatim sportašima koji postaju promotori država, alati su koji su dio i „sportswashinga” i sportske diplomacije. Najznačajnija razlika jest zapravo u tome tko provodi nabrojane aktivnosti. Ako sport za ostvarivanje različitih ciljeva koriste demokratske države koje ne krše ljudska prava, onda se tu radi o sportskoj diplomaciji, dok kada to rade autoritarne države, ili demokratske države koje krše ljudska prava, onda se to naziva „sportswashing”. Na temelju ovoga, „sportswashing” možemo definirati i kao sportsku diplomaciju koju provode države koje krše ljudska prava. Pojam „sportswashing” konstruirali su aktivisti za ljudska prava kako bi etiketirali korištenje sporta u političke svrhe od strane autoritarnih vođa ili država koje krše ljudska prava. Nadalje, definicije „sportswashinga” ističu da se tu radi o skretanju pozornosti s kršenja ljudskih prava, a u stvarnosti ciljevi i razlozi domaćinstva velikog natjecanja ili korištenja sporta su puno dublji. Smatramo da je zato pojam ograničene znanstvene vrijednosti budući da je redukcionistički i ne obuhvaća širok spektar razloga zašto određene države koriste sport za ostvarenje političkih ciljeva. Na primjerima Katara, Njemačke i drugih te ranije navedenih primjera sportske diplomacije, prikazat će se razlozi i ciljevi za korištenje sporta za generiranje moći, a koji su puno dublji od skretanja pozornosti svijeta od negativnih pojava u državi.

Njemačka je 2006. godine ugostila Svjetsko nogometno prvenstvo. Prilikom organiziranja prvenstva, vodili su se „World Cup Hosting Strategy” s ciljem poboljšanja slike o Njemačkoj u inozemstvu, borbe protiv stereotipa o Njemačkoj itd. (Grix i Brannagan 2016). Poboljšanje slike o Njemačkoj u inozemstvu trebalo je privući veći broj turista, pozicionirati Njemačku kao gospodarsku i znanstvenu silu te privući strane investicije (Grix i Brannagan 2016). Ciljevi Njemačke vrlo su slični, ako ne i isti onima zbog kojih je Katar ugostio Svjetsko nogometno prvenstvo i brojna druga sportska natjecanja, a koji će biti prikazani u sljedećem poglavlju. Slično kao i u slučaju Katara 2015. godine, u javnost su izašle optužbe o podmićivanju FIFA-inih dužnosnika kako bi Njemačka osigurala domaćinstvo Svjetskog prvenstva (Grix i Brannagan 2016:263). No, kada se piše o njemačkom domaćinstvu Svjetskog nogometnog prvenstva, piše se o strategiji jačanja „meke moći” ili sportskoj diplomaciji, dok se Katar

redovito optužuje za „sportswashing”. Sredstva koja su koristili i Katar i Njemačka su gotovo identična, ono što ih razlikuje je političko uređenje države i kršenje ljudskih prava.

6. Katar i „sportswashing”

Katar je država veličine 11 586 km² koja se nalazi na Arapskom poluotoku te broji otprilike 2,532,104 stanovnika od kojih Katarani čine 11.6%, dok ostale etničke grupe čine 88.6% stanovništva (The World Factbook 2023). Al Thani obitelj vlada Katarom od sredine 1800-tih, 1971. g. stekli su neovisnost od Ujedinjenog Kraljevstva, a trenutni emir je Tamim bin Hamad (The World Factbook 2023). Katar je zemlja sa jednom od najvećih svjetskih rezervi nafte i prirodnog plina koje su Kataru omogućile razvoj koji se događa nakon 1995. godine kada je otac trenutnog emira mirnim državnim udarom preuzeo vlast (Henderson 2016). Katarske su vlasti u posljednjih nekoliko desetaka godina uvidjele potrebu za diversifikacijom ekonomije kako bi bili manje ovisni o fosilnim gorivima te tako postali manje ranjivi na fluktuacije na energetsom tržištu i ostvarili stabilniju nacionalnu ekonomiju (Søyland i Moriconi 2022:7). Dugoročni planovi kako to postići, katarske su vlasti opisale strategijama Qatar National Vision 2030 i Sports Sector Strategy. Katar smatra sport iznimno važnim sredstvom za ostvarenje vlastitih političkih, ekonomskih, društvenih, međunarodnih i domaćih ciljeva (Søyland 2020:21). Cilj Katara je da uz pomoć sporta na domaćem planu izgrade nacionalni ponos, kulturni identitet i pojačaju koheziju, a na međunarodnom planu sport će se koristiti kao diplomatski alat za kreiranje dobrih odnosa s različitim zemljama i za povećanje ugleda i statusa Katara u međunarodnom poretku (Søyland 2020:21). Katar također želi uz pomoć sporta i sportskih događanja izgraditi međunarodno poimanje Katara i regije kao mirnog okruženja kako bi mogli izgraditi snažan turistički sektor (što je u skladu sa planom diversifikacije ekonomije) (Brannagan i Giulianotti 2014). Slično kao i Njemačka 2006. godine, Katar se želi boriti protiv negativnih „orijentalističkih” stereotipa o Arapima kao nerazvijenima i lijenima (Grix i Brannagan 2016:264). Kako bi to ostvario, Katar mora akumulirati „meku moć”, odnosno mora postati privlačan svjetskoj javnosti, a to planira postati korištenjem sporta. Katar je posljednjih desetljeća ugostio brojna međunarodna sportska natjecanja poput: Azijskih igara (2006.), Azijskog nogometnog prvenstva (2011.), Svjetskog rukometnog prvenstva (2015.), Svjetskog nogometnog prvenstva (2022.) (Søyland i Moriconi 2022:12). Katar isto tako redovito ugošćuje i ATP Doha (od 1993.), Katar Masters golf turnir (od 1998.), Atletsku Dijamantu ligu (od 2010.), te Formulu 1 (Søyland i Moriconi 2022:12).

Katar ne koristi samo domaćinstva velikih sportskih natjecanja kako bi pomoću sporta povećao vlastitu „meku moć” i ostvario strateške ciljeve. Jedan od načina ostvarivanja tih ciljeva je i kupnja prava na emitiranje sportskih događaja (Ganji 2022). Katarska tvrtka beIN Media Group posjeduje prava na prikazivanje brojnih ekskluzivnih sportskih sadržaja na više kontinenata. Nadalje, jedan od alata za postajanje vidljivijim jesu sponzorstva. Sponzorstva predstavljaju neke od najvažnijih katarskih sportskih investicija: Katar sponzorira pet od sedam svjetskih nogometnih konfederacija (uključujući FIFA-u i UEFA-u), devet nacionalnih liga, te su sponzori na dresovima FC Barcelone i Paris Saint-Germaina (Ganji 2022:10). Dio katarske strategije jest i posjedovanje nogometnih klubova. Katar posjeduje nekoliko nogometnih klubova, ali najpoznatiji je Paris Saint-Germain kojeg je 2012. g. preuzeo Qatar Sports Investments (QSI), fond kojeg kontrolira katarska država (Ganji 2022:11).

Domaćinstvo Svjetskog nogometnog prvenstva predstavlja vrhunac katarskog „sportswashinga” i katarskog korištenja sporta za ostvarenje strateških ciljeva. Svjetsko nogometno prvenstvo je jedno od najpoznatijih svjetskih događanja koje generira najveću pažnju širom svijeta. 2. prosinca 2012. g. predsjednik FIFA-e objavio je da će se Svjetsko nogometno prvenstvo 2022. g. održati u Kataru. Svjetsko prvenstvo u Kataru najskuplje je u povijesti nogometnih prvenstava, a koštalo je oko 200 milijardi dolara (Sullivan 2022). Katar je izgradio novi sustav podzemne željeznice, međunarodni aerodrom, nove hotele, nove prometnice i zabavne parkove (Sullivan 2022), a samo na nogometne stadione utrošeno je oko 7 milijardi dolara (Ganji 2022). Katar je uložio mnogo sredstava kako bi ostvario političke i ekonomske ciljeve, ali kao što je spomenuto i ranije u ovom radu, „sportswashing” je imao i neke negativne posljedice za Katar. Kao rezultat povećanog interesa za Katar (a što je katarskim vlastima i bio cilj), u središte pozornosti je došao i tretman stranih radnika koji čine većinu stanovništva u Kataru. Strani radnici rade u iznimno lošim uvjetima poput toga da rade dugo neovisno o iznimno lošim vremenskim uvjetima (visoke temperature), za male plaće od kojih moraju izdvajati velik dio za visoke troškove agencija za regrutiranje, često su smješteni u neprikladnim uvjetima, ne mogu promijeniti posao bez dopuštenja poslodavca niti napustiti zemlju budući da putovnice moraju predati poslodavcu (Henderson 2016). Zbog pritisaka organizacija za ljudska prava, međunarodnih medija i UN-a, katarske su vlasti bile prisiljene poboljšati uvjete rada za strane radnike, što uključuje određivanje minimalne plaće, mogućnost promjene posla itd. (Søyland i Moriconi 2022:14). Na snažnu osudu i kritiku svjetske javnosti naišle su i katarska nedemokratska vlast, kriminalizacija homoseksualnosti i rodne nejednakosti (Henderson 2016). Na pogoršanje slike o Kataru utjecalo je i saznanje da su FIFA-ini

dužnosnici primili mito kako bi osigurali Kataru domaćinstvo Svjetskog nogometnog prvenstva (Panja i Draper 2020). 21 od 22 člana povjerenstva koje je odlučivalo o domaćinu Svjetskog nogometnog prvenstva 2022. g. je zbog optužbi za korupciju ili uhićeno ili im je zabranjeno djelovanje u svijetu nogometa ili se bore s izručenjem u SAD (Behan 2021:4). Kao što je i ranije spomenuto u ovom radu, „sportswashing” ne predstavlja nužno uspješnu strategiju, a Katar je eklatantan primjer toga. Katar predstavlja primjer *soft disempowerment*a, odnosno gubljenja privlačnosti i utjecaja. Umjesto poboljšanja slike i promocije Katara, javnost se upoznala sa nedemokratskim praksama, smrti brojnih radnika koji su radili na infrastrukturi potrebnoj za održavanje nogometnog prvenstva, kršenjima ljudskih prava, društvenim nepravdama koje su konačno vodile do stvaranja negativne slike o Kataru umjesto pozitivne slike što je i bio cilj organizatora natjecanja.

Kao što je i navedeno u prethodnom poglavlju, slučaj Katar nam pokazuje koliko je tanka granica (ako uopće postoji) između „sportswashinga” i sportske diplomacije. Nazvati Svjetsko nogometno prvenstvo u Kataru „sportswashingom” znači reducirati ciljeve katarskih vlasti samo na „skretanje pozornosti publike od nepovoljnih percepcija države pomoću investiranja u sport” (Chadwick 2022, prema Skey 2022:2). Ciljevi Katara su puno širi od skretanja pozornosti publike od kršenja ljudskih prava, a uključuju diversifikaciju ekonomije, jačanje turizma, jačanje položaja Katara u međunarodnom poretku, jačanje kohezije i nacionalnog ponosa (Søyland i Moriconi 2022). Prema definicijama koje naglašavaju skretanje pozornosti ili distrakciju s problema vezanih uz kršenja ljudskih prava, Katar je neuspješan „sportswasher” budući da nije skrenuo pozornost s tih problema već je skrenuo pozornost na njih.

7. „Sportswashing” i NK Osijek

Iako je „sportswashing” u svijetu već neko vrijeme uobičajena praksa, u Hrvatskoj je to nov fenomen. Na hrvatskom jeziku na internetu nije ni moguće pronaći mnogo članaka koji se bave „sportswashingom” u Hrvatskoj. Pojavljuju se članci o preuzimanju Newcastlea od strane saudijskog fonda te o Svjetskom prvenstvu u Kataru, no povezivanja NK Osijeka i njegovog vlasnika Lorinca Meszarosa sa „sportswashingom” gotovo da i nema. U ovom slučaju radi se o „sportswashingu” mađarske vlade koji se prelio i na Republiku Hrvatsku, kao i na još neke Mađarskoj susjedne zemlje.

Vlada Viktora Orbana je do 2020. g. obnovila ili izgradila 32 nogometna stadiona, za što je iz državnog proračuna izdvojila 215 milijardi mađarskih forinti (601 milijun eura) (Csepregi 2016

prema Garamvölgyi i Dóczy (2021:40). Mađarska vlada je usvojila i TAO sustav koji dopušta svim korporacijama u Mađarskoj da doniraju do 70% poreza na dobit šest „gledateljskih sportova”, a to su nogomet, rukomet, košarka, vaterpolo, hokej na ledu i odbojka kako bi ostvarili porezne olakšice (Garamvölgyi i Dóczy 2021:40). Garamvölgyi i Dóczy (2021) u svom radu ističu pet stupova mađarske strategije sportske diplomacije (zanimljivo je da koriste pojam sportska diplomacija, a ne „sportswashing”): poboljšanje slike Mađarske kroz organiziranje međunarodnih sportskih natjecanja i konferencija, korištenje sporta za jačanje međunarodnih odnosa, predstavljanje mađarskih sportskih interesa u međunarodnim sportskim federacijama, predstavljanje interesa mađarskih sportskih kompanija i postavljanje umirovljenih sportaša i sportskih novinara na diplomatske pozicije. Mađarska je postala prva država u srednjoj i istočnoj Europi koja je institucionalizirala sportsku diplomaciju osnivanjem Odjela sportske diplomacije pri Ministarstvu vanjskih poslova i trgovine (Garamvölgyi i Dóczy 2021:46). Iz do sada navedenog vidimo da mađarska vlada i Garamvölgyi i Dóczy (2021), kada govore o načinima upotrebe sporta za ostvarenje političkih ciljeva Mađarske, govore o sportskoj diplomaciji. Ciljevi Mađarske da poboljša sliku o Mađarskoj, poboljša međunarodne odnose itd. u skladu su sa ciljevima Katara, Rusije, Kine, Njemačke i brojnih drugih država koje koriste sport za jačanje „meke moći”. No neke od tih država su optužene za „sportswashing”, a neke nisu, što nam ponovno pokazuje koliko su sportska diplomacija i „sportswashing” slične aktivnosti. Mađarska je država koja je doživjela „demokratsko nazadovanje”, Viktor Orban došavši na vlast oslabio je izvršno-zakonodavne odnose i smanjio ovlasti zakonodavne vlasti, posebno u funkciji kontroliranja izvršne vlasti, a na čela sudova, Ureda tužitelja i drugih neovisnih agencija (poput Izborne komisije, Fiskalnog vijeća i državnih medija) došli su Orbanovi suradnici i članovi njegove stranke Fidesz (Garamvölgyi i sur. 2021:3). Orban i Mađarska su se također našli na meti kritika međunarodnih medija zbog antiimigrantske politike (Beauchamp 2018) te zbog diskriminacije LGBT osoba (HRW 2021). „Demokratsko nazadovanje”, antiimigrantska politika i diskriminacija LGBT osoba nam omogućavaju da mađarsko korištenje sporta za akumulaciju meke moći i ostvarivanje političkih ciljeva nazovemo „sportswashingom”. Kada ne bi bilo kršenja ljudskih prava u Mađarskoj, potpuno legitimno bi bilo sve ove prakse koje Mađarska provodi nazvati samo sportskom diplomacijom, budući da su metode i ciljevi „sportswashinga” i sportske diplomacije identični.

Mađarska strategija sportske diplomacije prepoznaje investicije u sport kao sredstvo za jačanje međudržavnih odnosa, ali kada se radi o susjednim državama s mađarskom nacionalnom manjinom, i kao sredstvo za poboljšanje odnosa s etničkim Mađarima u tim državama

(Garamvölgyi i Dóczy 2021:42). Orbanova vlada uložila je novčana sredstva ne samo u razvoj sporta u Mađarskoj, nego i u susjednim zemljama. U razdoblju od 2013. g. do 2018. g., mađarska je vlada investirala oko 45 milijuna eura u nogometne akademije u Srbiji, Slovačkoj i Rumunjskoj (Oroszi i Sipos, 2018, prema Garamvölgyi i Dóczy 2021). Važno je istaknuti kako u nabrojanim zemljama postoji mađarska nacionalna manjina te se ulaganje u te zemlje podudara sa ciljem Mađarske da pomoću sporta jača odnose sa Mađarima u drugim državama. Među susjednim državama s mađarskom nacionalnom manjinom u kojima Mađarska ulaže u sport, našla se i Hrvatska, odnosno Nogometni klub Osijek. Prema web stranici Ureda za ljudska prava i prava nacionalnih manjina Vlade Republike Hrvatske u Hrvatskoj živi 10.315 Mađara (prema popisu stanovništva iz 2021.), a najviše ih živi na području Osječko-baranjske, Vukovarsko-srijemske, Bjelovarsko-bilogorske županije itd. (Vlada Republike Hrvatske Ured za ljudska prava i prava nacionalnih manjina 2023). Kako je navedeno na službenoj web stranici NK Osijeka, 2016. godine mađarski poduzetnik Lorinc Meszaros postaje većinski vlasnik kluba. Lorinc Meszaros peti je najbogatiji Mađar čije se bogatstvo procjenjuje na preko 390 milijuna eura, koji je prije dolaska Orbana na vlast bio instalater plinskih instalacija, čija je tvrtka bila vrijedna tridesetak tisuća eura (Keller-Alant i sur. 2017). Glavni izvor Meszarosovog bogatstva je Mađarska država, budući da su njegove tvrtke najveći dobitnici mađarskih javnih natječaja (Keller-Alant i sur. 2017).

NK Osijek je od kluba kojemu prijeti stečaj i koji se bori za ostanak u Prvoj hrvatskoj nogometnoj ligi došao do kluba koji se bori za naslov hrvatskog prvaka i gradi najmoderniji stadion u Hrvatskoj. No osim Meszarosa, u gradnji novog stadiona u Osijeku sudjeluje i izravno mađarska vlada (Barišić 2019). U službenom posjetu NK Osijeku bio je čak i sam mađarski premijer Viktor Orban. Zanimljivo je primijetiti da Orban tijekom posjeta NK Osijeku, kada govori o klubu i planovima za budućnost govori u prvom licu množine: „Počeli smo zajednički razvijati ovu priču, a mogu reći da sam postao i navijač NK Osijek” (Barišić 2019). Iako je klub službeno Meszarosev, Orban svojim rječnikom pokazuje kako je i on direktno involviran u klub.

Meszaros od 2020. godine više nije formalni suvlasnik NK Osijeka, upravljanje klubom prepustio je privatnom fondu, a mediji donose da nije poznato tko ima udio u fondu (Nacional 2018). Mediji pretpostavljaju da su razlog formalnog Meszarosevog povlačenja iz kluba pravila UEFA-e prema kojima se dva kluba koja imaju istog vlasnika ne mogu natjecati u istoj fazi UEFA-ina natjecanja, a Meszaros je vlasnik i Puskas Akademije koja je kao i NK Osijek 2020. g. igrala kvalifikacije za Europsku ligu (Nacional 2018). Iako formalno više nije suvlasnik, nije

izgubio utjecaj u klubu budući da je sada glavni sponzor kluba, a i službena web stranica NK Osijeka izvijestila je da je Meszaros obišao radove na novom stadionu iako više nije suvlasnik kluba (NK Osijek 2022).

Mađarska je svojim politikama od dolaska Viktora Orbana na vlast definitivno stvorila negativnu sliku o sebi u međunarodnom okruženju koju Orban pokušava popraviti, između ostalog, i sportom. No, smatramo da ne treba reducirati mađarska ulaganja u sport samo na skretanje pozornosti od negativnih fenomena u Mađarskoj. Ciljevi koje Mađarska nastoji ostvariti pomoću sporta puno su širi od skretanja pažnje sa antiimigrantske politike ili diskriminacije LGBT osoba, a uključuju jačanje odnosa sa etničkim Mađarima u drugim državama, jačanje nacionalnog ponosa i kohezije, poboljšanje međunarodne pozicije Mađarske, ostvarivanje različitih vrsta suradnji sa drugim zemljama itd. Kao što je i sam Orban prilikom posjete NK Osijeku rekao: „Moramo surađivati. Sport je za to jako dobro područje. Suradnja Hrvatske i Mađarske u sportu otvara vrata i za druge vrste suradnji.” (Ružić 2019).

8. Zaključak

Sport kao dio popularne kulture okuplja milijarde ljudi širom svijeta. U svim kutcima zemaljske kugle ljudi prate sport, bave se rekreativno ili profesionalno sportom, razgovaraju o sportu, čitaju vijesti o sportu ili prate najdraže sportaše i timove na društvenim mrežama. Osim što prate sport, ljudi su i emotivno vezani za klubove, reprezentacije ili sportaše. Svjedočili smo mnogo puta deliriju, slavlju i ekstazi navijača i igrača momčadi koja osvaja trofej. Svjedočili smo milijunskim dočecima i proslavama naslova prvaka, ali smo vidjeli i suze i očaj kod poraženih momčadi i njihovih navijača. Upravo ta masovnost, raširenost i emotivna privrženost sportu čini sport sredstvom kojeg države mogu koristiti za ostvarenje političkih ciljeva i akumulaciju „meke moći”. Različiti su načini na koje države mogu koristiti sport za generiranje „meke moći”, ali ovaj rad se bavio dvama načinima, a to su „sportswashing” i sportska diplomacija. „Sportswashing” je relativno nov pojam koji nastaje 2015.g. i od tada postaje sve popularniji, te se o njemu pišu i znanstveni radovi. No sam fenomen je puno stariji. Neki autori smatraju da se prvi put pojavljuje još u starom Egiptu (Difato 2021, prema Chen i Doran 2022:3), dok drugi smatraju da datira iz antičkog doba (Golden 2008, prema Boykoff 2022). Postupno fenomen postaje sve učestaliji, a posljednjih godina sve češće čujemo za slučajeve „sportswashinga”. Sportska diplomacija za razliku od „sportswashinga” nema negativne konotacije. Sportska diplomacija kao jedna vrsta diplomacije smatra se legitimnim sredstvom države za ostvarivanje vanjskih ili unutarnjih ciljeva te države koje ju koriste ili čak imaju

institucionalizirane odjele sportske diplomacije u ministarstvima vanjskih poslova (npr. Australija, Mađarska itd.), nisu zbog toga na meti kritika ili optužbi medija, navijača ili nevladinih organizacija. Kada se govori o „sportswashingu” govori se o negativnoj pojavi, a one koji ga koriste se kritizira. Ovaj rad na primjerima Katara i mađarskih ulaganja u NK Osijek pokazao je kako su „sportswashing” i sportska diplomacija vrlo slične, ako ne i identične pojave. Ako ćemo promatrati uzroke, metode i ciljeve, možemo reći da je „sportswashing” tek sportska diplomacija koju provode države koje krše ljudska prava. Rad je ponudio i kritiku „sportswashinga” kao redukcionističkog pojma koji ne obuhvaća sve ciljeve i razloge zašto neki politički vođe koriste sport za jačanje vlastite meke moći.

Prema saznanjima autora ovog rada, po prvi puta je u akademskom radu obrađen fenomen „sportswashinga” na teritoriju Republike Hrvatske. Prošlo je već neko vrijeme od kada su Lorinc Meszaros i Viktor Orban počeli ulagati u NK Osijek, a o tome još uvijek nema radova i u medijima se jako rijetko ulaganja u NK Osijek i gradnja novog stadiona doživljavaju kao slučaj „sportswashinga”. Kao i u slučaju Newcastle Uniteda, kada je netko spreman uložiti u vaš voljeni klub, čak i ako će vaš klub postati žrtva „sportswashinga”, Osječani, a i Hrvatska, spremni su ignorirati činjenicu da se radi o „sportswashingu” zbog prijeko potrebnih ulaganja i želje da njihov voljeni klub ostvaruje zapažene rezultate. Lorinc Meszaros je čak postao i počasnim građaninom grada Osijeka (Ružić 2020).

Korištenje sporta od strane država za jačanje „meke moći”, kako god mi to nazvali, sportskom diplomacijom ili „sportswashingom” definitivno ima svoju budućnost i smatramo da je potrebno i dalje istraživati te fenomene i raditi na razvoju pojma „sportswashing”. Sve se više sportskih natjecanja i događanja seli u autoritarne zemlje Bliskog istoka, Saudijska Arabija radi na dobivanju domaćinstva Svjetskog nogometnog prvenstva 2030., Katar želi ugostiti još jedno veliko natjecanje, ljetne Olimpijske igre. Ovakav će se trend vjerojatno nastaviti i u budućnosti te će biti zanimljivo vidjeti u kojem će se smjeru fenomen razvijati i kako će navijači, mediji, ostale države i međunarodne sportske organizacije odgovoriti na „sportswashing”.

9. POPIS LITERATURE

ABDI, Kambiz, Mahdi TALEBPOUR, Jami FULLERTON, Mohammad Javad RANJKESH i Hadi Jabbari NOOGHABI. 2018. "Converting sports diplomacy to diplomatic outcomes: Introducing a sports diplomacy model". *International area studies review* 21/4:365-381.

ABDI, Kambiz, Mahdi TALEBPOUR, Jami FULLERTON, Mohammad Javad RANJKESH i Hadi Jabbari NOOGHABI. 2019. "Identifying sports diplomacy resources as soft power tools". *Place Branding and Public Diplomacy* 15:147-155.

BEHAN, Adam. 2021. *Has a lack of regulation led to a lack of competition in elite football?*. (Doktorska disertacija). Dublin: National College of Ireland.

BOYKOFF, Jules. 2022. "Toward a theory of sportswashing: mega-events, soft power, and political conflict". *Sociology of Sport Journal* 39/4:342-351.

BRANNAGAN, Paul Michael i Richard GIULIANOTTI. 2014. "Soft power and soft disempowerment: Qatar, global sport and football's 2022 World Cup finals". *Leisure studies* 34/6:703-719.

BUTLER, B. Nalani i Thomas J. AICHER. 2015. "Demonstrations and displacement: social impact and the 2014 FIFA World Cup". *Journal of policy research in tourism, leisure and events* 7/3:299-313.

CHEN, Steve i Karen DORAN. 2022. "Using Sports to "Build It Up" or "Wash It down": How Sportswashing Give Sports a Bad Name". *Findings in Sport, Hospitality, Entertainment, and Event Management* 2/1:1-6.

DUBINSKY, Yoav. 2019. "From soft power to sports diplomacy: A theoretical and conceptual discussion". *Place Branding and Public Diplomacy* 15:156-164.

FRUH, Kyle, Alfred ARCHER i Jake WOJTOWICZ. 2023. "Sportswashing: Complicity and corruption". *Sport, Ethics and Philosophy* 17/1:101-118.

GANJI, Sarath K. 2022. "The Authoritarian's Guide to Football: The Reach and Repercussions of Qatar's Sports Empire". *Journal of International Affairs* 74/1:1-23.

GARAMVÖLGYI, Bence, Mariann BARDOZ-BENCSIK i Tamás DÓCZI. 2020. "Mapping the role of grassroots sport in public diplomacy". *Sport in Society* 25/5:889-907.

GARAMVÖLGYI, Bence i Tamás DÓCZI. 2021. "Sport as a tool for public diplomacy in Hungary". *Physical Culture and Sport. Studies and Research* 90/1:39-49.

- GARAMVÖLGYI, Bence, Marko BEGOVIĆ i Tamás DÓCZI. 2021. "Sport diplomacy in hybrid regimes: The cases of Hungary and Montenegro". *Journal of Global Sport Management* 1-18.
- GRIX, Jonathan i Donna LEE. 2013. "Soft power, sports mega-events and emerging states: The lure of the politics of attraction". *Global society* 27/4:521-536.
- GRIX, Jonathan, Paul Michael BRANNAGAN i Barrie HOULIHAN. 2015. "Interrogating states' soft power strategies: A case study of sports mega-events in Brazil and the UK". *Global society* 29/3:463-479.
- GRIX, Jonathan i Paul Michael BRANNAGAN. 2016. "Of mechanisms and myths: Conceptualising states' "soft power" strategies through sports mega-events". *Diplomacy & statecraft* 27/2:251-272.
- HENDERSON, Joan C. 2016. "Hosting the 2022 FIFA World Cup: opportunities and challenges for Qatar". *Journal of Sport & Tourism* 19/3-4:281-298.
- KOBIERECKI, Michał Marcin. 2015. "Boycott of the Los Angeles 1984 Olympic Games as an example of political play-acting of the Cold War superpowers". *Polish Political Science Yearbook* 44/1:93-111.
- MARIN, Barbara i Chungmi LEE. 2020. "Exploring new trends of sport business: Japanese companies' investment in ownership of foreign football clubs". *Sport in Society* 23/12:2031-2054.
- MURRAY, Stuart. 2016. "Sports Diplomacy". U *The SAGE Handbook of Diplomacy*, ur. Costas M. Constantinou, Pauline Kerr i Paul Sharp. London: Sage, 617-627.
- MURRAY, Stuart. 2018. *Sports Diplomacy. Origins, Theory and Practice*. London: Routledge.
- NYE JR, Joseph S. 2004. "Soft power and American foreign policy". *Political science quarterly* 119/2:255-270.
- NYE JR, Joseph S. 2008. "Public diplomacy and soft power". *The annals of the American academy of political and social science* 616/1:94-109.
- SANTOS, João Manuel Casquinha Malaia. 2014. "Brazil: an emerging power establishing itself in the world of international sports mega-events". *The International Journal of the History of Sport* 31/10:1312-1327.

SKEY, Michael. 2022. "Sportswashing: Media headline or analytic concept?". *International Review for the Sociology of Sport* 0/0:1-16.

SNOW, Nancy. 2009. "Rethinking Public Diplomacy". U *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, ur. Nancy Snow i Philip M. Taylor. London:Taylor & Francis Ltd., 3–11.

SØYLAND, Håvard Starnes. 2020. "Qatar's sports strategy: a case of sports diplomacy or sportswashing?". (Doktorska disertacija). Lisabon: University Institute of Lisbon.

SØYLAND, Håvard Starnes i Marcelo MORICONI. 2022. "Qatar's multi-actors sports strategy: Diplomacy, critics and legitimisation". *International Area Studies Review* 25/4:354-374.

VICO, Roberto Paolo, Ricard Ricci UVINHA i Nuno GUSTAVO. 2019. "Sports mega-events in the perception of the local community: the case of Itaquera region in São Paulo at the 2014 FIFA World Cup Brazil". *Soccer & Society* 20/6:810-823.

MEDIJSKI IZVJEŠTAJI

"Al Bayt Stadium: semi final stage set". 2022. *FIFA PLUS*. <https://www.fifa.com/fifaplus/en/articles/al-bayt-stadium-al-khor-city-en> (pristup 19.3.2023.).

BARIŠIĆ, Zdravko. 2019. "Orban: Mom Osijeku je naslov prvaka cilj u bližoj budućnosti". *24sata*, 28. studeni. <https://www.24sata.hr/sport/orban-u-osijeku-naslov-u-ligi-nam-je-cilj-u-blizoj-buducnosti-662110> (pristup 18.3.2023.).

BEAUCHAMP, Zack. 2018. "It Happened There: How Democracy Died in Hungary". *Vox*, 13. rujan. <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/9/13/17823488/hungary-democracy-authoritarianism-trump> (pristup 17.3.2023.).

Berlin 1936 The Torch. *olympics.com*. <https://olympics.com/en/olympic-games/berlin-1936/torch-relay> (pristup 10.6.2023.).

BROWN, Luke. 2021. "Newcastle ask fans not to wear 'traditional Arabic clothing' at matches". *The Athletic*, 20. listopada. <https://theathletic.com/4194093/2021/10/20/newcastle-ask-fans-not-to-wear-traditional-arabic-clothing-at-matches/> (pristup 12.5.2023.).

”China: Hosting Olympics a catalyst for human rights abuses”. 2008. *Human Rights Watch*, 22. kolovoza. <https://www.hrw.org/news/2008/08/22/china-hosting-olympics-catalyst-human-rights-abuses> (pristup 15.3.2023.).

”Diplomacy”. 2023. *Britannica*, 2. ožujak. <https://www.britannica.com/topic/diplomacy> (pristup 19.3.2023.).

”Hungary: Reject Bill Banning Discussion of LGBT Issues”. 2021. *Human Rights Watch*, 11. lipnja. <https://www.hrw.org/news/2021/06/11/hungary-reject-bill-banning-discussion-lgbt-issues> (pristup 17.3.2023.).

JONES, Rory. 2023. ”Qatar 2022: World Cup final scores 1.5 bn global viewers”. *Sportspromedia*, 19. siječnja. <https://www.sportspromedia.com/news/qatar-2022-fifa-world-cup-final-argentina-france-viewers-engagement/> (pristup 19.3.2023.).

KELLER-ALANT, Akos, Tibor RACZ i Krisztian SIMON. 2017. ”Bogatstvo zahvaljujući „Bogu, sreći i Viktoru Orbanu“”. *dw.com*, 28. listopada. <https://www.dw.com/hr/bogatstvo-zahvaljuju%C4%87i-bogu-sre%C4%87i-i-viktoru-orbanu/a-41123080> (pristup 9.5.2023.).

”LŐRINC MÉSZÁROS OBIŠAO GRADILIŠTE STADIONA I TRENING KAMPA” 2022. *NKOsijek.hr*, 13. listopada. <https://nk-osijek.hr/vijesti/32796/lorinc-meszáros-obisao-gradiliste-stadiona-i-trening-kampa/> (pristup 18.3.2023.).

”Lőrinc Mészáros više nije formalni suvlasnik NK Osijek”. 2020. *Nacional*, 9. rujna. <https://www.nacional.hr/lorinc-meszáros-vise-nije-formalni-suvlasnik-nk-osijek/> (pristup 18.3.2023.).

”Mađari”. 2023. *Vlada Republike Hrvatske Ured za ljudska prava i prava nacionalnih manjina*. <https://pravamanjina.gov.hr/nacionalne-manjine/nacionalne-manjine-u-republici-hrvatskoj/madjari/375> (pristup 8.4.2023.).

”More than half the world watched record-breaking 2018 World Cup”. *FIFA*, 21. prosinca 2018. <https://www.fifa.com/tournaments/mens/worldcup/2018russia/media-releases/more-than-half-the-world-watched-record-breaking-2018-world-cup> (pristup 16.3.2023.).

”THE COLLINS WORD OF THE YEAR 2022 IS...”. 2022. *Collins Dictionary*. <https://www.collinsdictionary.com/woty> (pristup 17.3.2023.).

PANJA, Tariq i Kevin DRAPER. 2020. ”U.S. Says FIFA Officials Were Bribed to Award World Cups to Russia and Qatar”. *New York Times*, 6. travnja.

<https://www.nytimes.com/2020/04/06/sports/soccer/qatar-and-russia-bribery-world-cup-fifa.html> (pristup 17.3.2023.).

”Qatar: Six things you need to know about the hosts of the 2022 FIFA World Cup”. 2022. *Amnesty International*, 16. studeni. <https://www.amnesty.org/en/latest/news/2022/11/qatar-six-things-you-need-to-know-about-the-hosts-of-the-2022-fifa-world-cup/> (pristup 14.3.2023.).

”Qatar”. 2023. *The World Factbook*, 7. ožujak. <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/qatar/> (pristup 19.3.2023.).

RUŽIĆ, Darko. 2019. ”VIKTOR ORBAN GOST NAŠEG PRVOLIGAŠA, ODRŽAO NADAHNUTI GOVOR 'POČAŠĆEN SAM JER SVJEDOČIM ŠTO SE SVE OVDJE DOGAĐA, NASLOV PRVAKA BIT ĆE ŠLAG NA TORTU!’”. *Sportske novosti*, 28. studeni. <https://sportske.jutarnji.hr/sn/nogomet/hnl/viktor-orban-gost-naseg-prvoligasa-odrzao-nadahnuti-govor-pocascen-sam-je-svjedocim-sto-se-sve-ovdje-dogada-naslov-prvaka-bit-ce-slag-na-tortu-9676222> (pristup 17.3.2023.).

RUŽIĆ, Darko. 2020. ”’USKORO ĆEMO IMATI NAJLJEPŠI STADION U DRŽAVI, NAPRAVIT ĆEMO APSOLUTNO SVE DA POSTANEMO PRVACI HRVATSKE!’”. *Sportske novosti*, 1. prosinac. <https://sportske.jutarnji.hr/sn/nogomet/hnl/uskoro-cemo-imati-najljepši-stadion-u-drzavi-napravit-cemo-apsolutno-sve-da-postanemo-prvaci-hrvatske-15034398> (pristup 18.3.2023.).

SULLIVAN, Arthur. 2022. ”Stvarna cijena najskupljeg Mundijala u povijesti nogometa”. *dw*, 14. studeni. <https://www.dw.com/hr/stvarna-cijena-najskupljeg-mundijala-u-povijesti-nogometa/a-63749097> (pristup 16.3.2023.).

VINCENT, Rebecca. 2015. ”Sport for rights European games press briefing”. *Sport for rights*. <https://static.poder360.com.br/2021/10/Sport-for-rights-Eurpean-Games-2015-Release.pdf> (pristup 19.3.2023.)

ZIDAN, Karim. 2022. ”Could 2022 be sportswashing’s biggest year?” *The Guardian*, 5. siječnja. <https://www.theguardian.com/sport/2022/jan/05/sportswashing-winter-olympics-world-cup> (pristup 16.3.2023.).

SAŽETAK

„Sportswashing” i sportska diplomacija – upotreba sporta za ostvarivanje političkih ciljeva

Cilj ovoga rada jest prikazati razvoj fenomena „sportswashinga”, njegovu povijest i suvremene primjere. Autor pokazuje sličnosti i razlike sa sportskom diplomacijom, povezanost oba pojma sa konceptom meke moći te smješta fenomen u lokalni kontekst prikazujući i analizirajući slučaj NK Osijeka i gradnje novog nogometnog stadiona u Osijeku. Rad je teorijski i temelji se na prikazu relevantne znanstvene literature i medijskih izvještaja. U radu se pokazuje koliko su zapravo „sportswashing” i sportska diplomacija slični pojmovi na primjerima Katara, NK Osijeka i drugim suvremenim primjerima te se daje kritika pojma „sportswashing”. Pojam „sportswashing” je relativno novi pojam, pa je i njegovo akademsko proučavanje tek na početku, a na hrvatskom jeziku radova o „sportswashingu” uopće niti nema.

Ključne riječi: *sportswashing*, sportska diplomacija, meka moć, Katar, NK Osijek.

SUMMARY

„Sportswashing” and sports diplomacy – using sport for achieving political goals

The goal of this paper is to present the development of phenomenon known as ”sportswashing”, its history and contemporary examples. Author shows similarities and differences of ”sportswashing” with sports diplomacy, connections of ”sportswashing” and sports diplomacy with concept of soft power, and place ”sportswashing” in local context showing and analyzing case of FC Osijek and construction of a new football stadium in Osijek. This thesis is theoretical and based on review of relevant scientific literature and media reports. This paper demonstrates how ”sportswashing” and sports diplomacy are similar concepts, using examples from Qatar, FC Osijek and other contemporary cases. It also provides a critique of the concept of ”sportswashing”. The concept of ”sportswashing” is relatively new and its academic study is still in its early stages. There is also a significant lack of research on ”sportswashing” in the Croatian language.

Key words: sportswashing, sports diplomacy, soft power, Qatar, FC Osijek.