South Eastern European Journal of Communication
University of Mostar / Volume 8, No. 1, Summer 2026

Izvorni znanstveni rad
UDK: 796:327:339.9
27. II. 2026.
DOI 10.47960/2712-0457.2026.1.8.67

IVAN TOMIĆ*
IVAN KRAKAN**
DAVOR RADIĆ***

MEKA SILA U SPORTU: SPORT KAO INSTRUMENT MEĐUNARODNE POLITIKE I REPUTACIJSKOG UPRAVLJANJA

SAŽETAK

Rad analizira sport kao instrument meke sile u suvremenim međunarodnim odnosima, polazeći od teze da sport nadilazi svoju natjecateljsku funkciju i postaje važan politički i komunikacijski resurs. Oslanjajući se na teorijski okvir meke sile Josepha Nyea, sport se promatra kao univerzalni jezik i simbolički resurs koji državama omogućuje oblikovanje međunarodnoga imidža i reputacije. Na primjerima velikih sila, fenomena sportswashinga te uloge malih država rad pokazuje kako sport može generirati disproporcionalan politički i reputacijski učinak. Zaključno se ističe da učinkovitost sportske meke sile ovisi o strateškoj koherenciji i usklađenosti sportskih narativa s vanjskopolitičkim ciljevima.

Ključne riječi: meka sila, sport, sportska diplomacija, međunarodni odnosi, imidž države.

* University North, Varaždin, Croatia, ivotomich@gmail.com
** University of Zagreb, Zagreb, Croatia, ivan.krakan@kif.hr
*** FIFA, davor.radic.odvjetnik@gmail.com

UVOD

Sport je u modernome vremenu sve više znanstvena tema izvan samoga fizičkoga aspekta. Važnost sporta nadrasla je svoju osnovnu svrhu – natjecanje. Danas su sportska borilišta poprište brojnih odnosa; od ekonomskih, društvenih pa sve do političkih. Politici, pak, nije mjesto u sportu. Tako glasi gotova svaka maksima unutar sportskih organizacija, ali i gotovo svih onih koji u sportu izravno ili neizravno sudjeluju. Sport je od svojih organiziranih početaka u zajednicama predstavljao čistoću. To, prije svega, proizlazi iz osnovnih postulata sporta koji kažu da svaki natjecatelj ima iste uvjete za pobjedu na terenu, odnosno da se pravila jednako primjenjuju na svakoga. Primjerice u mnogim sportovima bacanjem novčića odlučuje se koji će tim ili sportaš imati prednost početnog udarca te je jednaka statistička šansu za obje strane. Bacanje novčića spada u simboliku osiguravanja jednakih uvjeta za participante (Loy, 1968). Svijet nije savršen. Društva nisu savršena. U konačnici čovjek nije savršeno biće. Čovjek je u središtu događanja sporta. Zaključak dviju premisa jest da ni sport ne može biti savršen. Ovaj silogizam plastično dovodi do demantiranja prve rečenice u ovoj knjizi. Sport je neodvojiv od društva i kao takav podložan je i političkim silnicama (Guttman, 1994). Politika oduvijek ima velik utjecaj na sport. Kada se govori o pojmu politike u sportu, odnosi se na puno širi spektar od političkih stranaka ili političara. Pojam politike u sportu obuhvaća puno veći broj društvenih aktera, kao što su nevladin sektor ili multinacionalne kompanije koje sportom odašilju svoje strateške poruke i ostvaruju ciljeve (Whannel, 2008). Sport onda nije samo sport. Nadrastao je formom, ali i sadržajem svoje korijene.

Sudar političkih silnica u svijetu sporta permanentan je proces koji se može promatrati svakodnevno. Države diljem svijeta kontinuirano ulažu napore kako bi ostvarivale svoje diplomatske ciljeve. Postoji više razloga zašto je promatranje sporta kroz prizmu nacionalnih politika danas osobito relevantno. Prvo, danas je doba u kojemu se globalna komunikacija ubrzala, a sport predstavlja univerzalni jezik razumljiv širom svijeta. Drugo, sport je postao jedno od ključnih polja demonstracije tzv. meke sile (*soft power*). Za razliku od tvrde sile, koja se oslanja na vojnu i ekonomsku moć, meka sila temelji se na privlačnosti i utjecaju kroz kulturu, vrijednosti i imidž (Nygård i Gates, 2013). Meka sila nerijetko se dokazivala uspješnijom od tvrde sile (Nye, 1990). Vojna djelovanja Sjedinjenih Američkih Država nikada nisu uspjela pokoriti umove i srca ljudi diljem svijeta, no filmska industrija u Holywoodu ili glazbena industrija u raznim etapama, poput *Rock&Rolla* ili *Hip-Hopa*, jesu (Nye, 2004). U tome smislu sportski uspjesi ili organizacija velikih sportskih događaja djeluju kao simbol nacionalne moći, prestiža, ali i prikazivanja država u pozitivnome ljudskome obliku. Primjeri Kine, Rusije ili Sjedinjenih Američkih Država jasno pokazuju kako sport može biti važan element nacionalne strategije. Treće, u doba globalnih kriza, od pandemije COVID-19 do klimatskih izazova, sport se često koristi kao most među kulturama i

državama, ali i kanal za komunikaciju važnih svjetskih pitanja. S jedne strane sport nudi platformu za dijalog kada politički kanali zakažu. Snaga okupljanja sporta dokazano je uspijevala premostiti gotovo nerješive razlike u odnosima dviju ili više država (Murray, 2018). Konačno, sport nije važan samo za velike sile. Male države, ali i regije koje nisu međunarodno priznate države (primjerice Katalonija ili Baskija) često nemaju ni vojnu ni gospodarsku snagu te sport koriste kao lako dostupno sredstvo kako bi se pozicionirale u međunarodnoj zajednici. Kroz sport one imaju jedinstvenu mogućnost pobjeđivanja velikih i osvajanja globalne pažnje, za što ima mnoštvo dokaza. Hrvatska, Urugvaj ili Jamajka kroz sportske uspjehe postaju prepoznatljive na globalnoj karti, često snažnije nego kroz klasične oblike diplomacije.

Meka sila u sportu, dakle, predstavlja spoj sportskih performansi i političkih ciljeva, a njezina važnost proizlazi iz globalne vidljivosti sporta, njegove simboličke snage te sposobnosti da premosti političke i kulturne razlike. Upravo zato razumijevanje ove teme nije samo akademsko pitanje nego i praktičan alat za svaku državu koja želi oblikovati svoj međunarodni položaj i imidž u 21. stoljeću.

MEKA SILA

Iako je pojam meke sile nastao u dvadesetome stoljeću, refleksije ove vrste političke sile vidljive su tijekom cijele ljudske povijesti. Sport kao važan dio društvenih procesa također je bio jedno od važnijih poprišta komunikacije država kroz simbole, odnosno sportaše. Poznato je da je još u vrijeme antičkih olimpijskih igara diplomatska strana sporta imala jak utjecaj. Grčki polisi, odnosno njihovo stanovništvo, iako je dijelilo zajedničku etničku osnovu i slične kulturne obrasce, neprestano je ulazilo u konflikte (ratove), što je činilo strukturalnu značajku njihova političkog života. Ipak za vrijeme Olimpijskih igara vladalo je potpuno drugačije ozračje. Štoviše, čak i kada su se Olimpijske igre održavale u vrijeme ratova, poseban društveni i državni konsenzus osiguravao im je da mogu biti održane (Tomić, 2022). Koncept olimpijskoga primirja imao je ključnu ulogu u očuvanju mira među grčkim polisima u to vrijeme. Primirje je omogućavalo siguran dolazak sportaša, službenika i posjetitelja u Olimpiju. Ovaj institut, poznat pod nazivom „*ekeheiría*“ - što u prijevodu znači pružanje ruku ili primirje – osiguravao je slobodu kretanja kroz neprijateljski nastrojene teritorije te je omogućio okupljanje pripadnika različitih zajednica pod zajedničkim kulturnim i sportskim okvirom (Freeman 2013, 82). Danas se na tu tradiciju nadovezuje i inicijativa Ujedinjenih naroda pod nazivom *Olimpijsko primirje*, usvojena 1992. godine, koja poziva na obustavu sukoba tijekom održavanja Olimpijskih igara. Time se jasno potvrđuje da koncept star više od dvije i pol tisuće godina i dalje živi u suvremenoj međunarodnoj zajednici.

U suvremenim međunarodnim odnosima moć se više ne mjeri isključivo vojnom snagom ili veličinom gospodarstva. Globalizacija, digitalna revolucija, intenzivna međupovezanost i rast kulturne interakcije stvorili su nove

oblike utjecaja. Države se danas ne natječu samo tenkovima i zrakoplovima ni samo stopama rasta bruto domaćeg proizvoda nego i idejama, vrijednostima, narativima i kulturnim simbolima. Upravo je u tome kontekstu američki politolog Joseph Nye uveo koncept meke sile (*soft power*), definiran kao sposobnost da država postigne željene ishode putem privlačnosti, a ne prisile (Nye, 1990; 2004). Sport se u ovoj teorijskoj paradigmi pokazuje kao jedan od najsnažnijih resursa meke sile. Njegova univerzalnost, emocionalna snaga i globalna popularnost omogućuju državama da oblikuju percepcije drugih naroda na način koji je teško postići klasičnim diplomatskim sredstvima. Sport, kako ističu Grix i Houlihan (2014, 574), funkcionira kao „resurs reputacije“: pobjede, sportski heroji i organizacija velikih natjecanja stvaraju pozitivne asocijacije koje se prenose na nacionalni identitet i imidž države. Međutim, razumijevanje sporta kao instrumenta meke sile zahtijeva šire teorijsko postavljanje. Cilj je ovoga rada pokazati da sport nije samo arena igre, nego globalan instrument moći, koja ne proizlazi iz tenkova i sankcija, nego iz privlačnosti, identifikacije i zajedničkih vrijednosti. Upravo ta dimenzija sporta čini ga paradigmatskim primjerom Nyeove teorije meke sile u suvremenome svijetu.

MEKA SILA VELIKIH DRŽAVA

Pojam sportske diplomacije dobiva posebnu težinu u kontekstu velikih sila koje u međunarodnim odnosima raspolažu značajnim resursima moći, institucionalnim kapacitetima i globalnim komunikacijskim kanalima. Teorijski okvir sportske diplomacije velikih sila proizlazi iz Nyeove (2004) koncepcije meke sile, koja naglašava sposobnost privlačenja i uvjeravanja, za razliku od klasične tvrde sile koja počiva na prisili i materijalnim resursima. Može se reći da je 'osvajanje' umova ljudi diljem svijeta fokalna točka diplomatskih strategija velikih sila. Iako u puno sfera često zapostavljen, pristup velikih sila koji sport uključuje kao važan dio šire diplomatske sile jasno ukazuje da u modernome i globaliziranome svijetu, sport ne može biti promatran isključivo kao dio vlastite ili industrije zabave. U tome smislu sport se nadovezuje na kulturnu diplomaciju i javnu diplomaciju, ali ima i vlastite specifičnosti – emocionalnu moć sportskih događaja, globalnu vidljivost i sposobnost mobiliziranja masovnih publika (Grix, 2015).

SAD

Sjedinjene Američke Države kao najveća geopolitička sila i u području projiciranja meke sile preko sporta zauzimaju jedno od najvažnijih mjesta. U globalnoj svijesti SAD nije samo politička i vojna supersila, nego i kulturni imperij čija je atraktivnost u velikoj mjeri izgrađena na popularnoj kulturi i sportu. Sjedinjene Američke Države razvile su iznimno koherentan model sportske diplomacije u kojemu se sport + zabava (sportainment) koristi kao multiplikator meke sile (Beech i Chadwick, 2004). Američka sportska diplomacija osobito se povijesno oslanjala na globalnu popularnost košarkaške NBA lige i simboličku snagu Hollywooda, stvarajući jedinstven spoj sporta i zabave koji je postao kulturni

izvozni proizvod s dalekosežnim implikacijama za međunarodne odnose. Danas i drugi veliki američki sportovi uzimaju sve više prostora unutar ovoga segmenta. Američki nogomet, koji je nekoć bio rezerviran samo za domaću publiku, danas rapidno raste u svojoj popularnosti diljem svijeta. Također, kako bi uhvatili korak s ostatkom svijeta, američka nogometna liga MLS (Major League Soccer) danas je dom nekih od najvećih zvijezda ovoga sporta (Lionel Messi, David Beckham itd.), privlačeći pritom globalnu publiku k svome tržištu. Sport je u SAD-u duboko ukorijenjen u društveno tkivo te odražava širu ideju američkoga sna. Profesionalni sportaši često se predstavljaju kao primjeri uspjeha koji je dostupan svima, bez obzira na etničko ili socijalno porijeklo. Takav narativ ima snažnu međunarodnu privlačnost i omogućuje SAD-u da kroz sport promovira svoju sliku otvorenoga društva i meritokratskoga sustava (Allison & Monnington, 2002). Koliko je ovaj segment važan u američkoj vanjskoj politici, možda najbolje oslikava govor bivše državne tajnice SAD-a, Hillary Clinton:

„Amerika ne može sama riješiti najhitnije probleme, a svijet ih ne može riješiti bez Amerike… Moramo koristiti ono što se naziva 'pametna moć', cijeli spektar alata koji su nam na raspolaganju (US Department of State 2009, 1)."

Svjetsko prvenstvo u nogometu 2026., prikaz trilateralnoga projekta SAD-a, Kanade i Meksika, transcendira logistiku i ulazi u sferu međudržavne simbolike: tri najvažnije zemlje kontinenta zajednički projiciraju Sjevernu Ameriku kao kooperativni, otvoreni i infrastrukturno umrežen prostor. U terminima teorije meke sile, megadogađaji, što SP u nogometu definitivno jest, služe kao svojevrsne vitrine nacije/regije, gdje se političke vrijednosti, tehnološka kompetencija i otvorenost prikazuju kroz sport, bez prisile (Grix & Houlihan, 2014). Kada se razmišlja o SAD-u i sportskoj diplomaciji, jasno je da SAD ima jedinstven i dosta specifičan način djelovanja u ovome području. Američka sportska diplomacija nije kampanja, nego infrastruktura meke sile: spoj tržišta, tehnologije i narativa. NBA, NFL i MLS djeluju kao platforme koje kulturnu privlačnost multipliciraju kroz Hollywood, glazbu i streaming, pretvarajući sport u stalni izvoz identiteta i vrijednosti. Mehanizam je policentričan (država, lige, brendovi, zvijezde), skalabilan (programi u inozemstvu, međunarodne utakmice) i samofinancirajući. Slabosti postoje kao i geopolitičke ovisnosti, reputacijske napetosti te rizik ovisnosti o zvijezdama, no, ukupno gledano, SAD je pokazao kako se meka sila učvršćuje kada sport postane ekosustav, a ne epizoda.

RUSIJA

Rusija i sport neraskidivo su povezani u modernoj povijesti međunarodnih odnosa. Još od sovjetskoga razdoblja sport je imao funkciju mnogo širu od same igre: on je bio instrument ideološkoga nadmetanja, sredstvo propagande i dokazivanja državne meke moći (Riordan, 1980). Sovjetski savez je od 1950-ih nadalje ulagao golema sredstva u razvoj sporta kako bi kroz medalje i rekorde prikazao superiornost

socijalističkoga sustava. Sport je postao produžetak Hladnoga rata drugim sredstvima – borilišta su služila kao diplomatske arene na kojima su se prelamale globalne ideološke napetosti (Keys, 2006). Nakon raspada SSSR-a Rusija je prošla kroz razdoblje krize, ali je dolaskom Vladimira Putina početkom 2000-ih započeo proces obnove ruske države. Putin je bio odlučan u tome da zemlju transformira u 21. stoljeće. Prve godine njegove vladavine mogu se promatrati kao veliko razdoblje ekspanzije ruskoga gospodarstva, ali i međunarodnoga ugleda. Važan segment novoga lica Rusije u svijetu bila je i sportska diplomacija. Organizacija velikih međunarodnih sportskih događaja – Zimskih olimpijskih igara u Sočiju 2014. i Svjetskoga prvenstva u nogometu 2018. – predstavljala je vrhunac Putinove strategije korištenja sporta kao sredstva međunarodne projekcije moći.

Sport u SSSR-u bio je duboko institucionaliziran. Postojao je razgranat sustav sportskih škola i znanstvenih instituta koji su se bavili selekcijom talenata, treninzima i sportskom medicinom. Djeca su još u osnovnim školama prolazila testiranja kako bi se identificirali potencijalni budući prvaci. Oni najtalentiraniji ulazili su u specijalizirane programe koji su imali jasnu državnu podršku. Sovjetska sportska znanost bila je na svjetskome vrhu - koristila je biomehaniku, nutricionizam, psihologiju i sustavne analize performansi (Riordan, 1991). No, sustav je bio obilježen i kontroverzama. Postoje brojna svjedočanstva i istraživanja o sustavnoj uporabi dopinga, što se u kontekstu Hladnog rata interpretiralo kao tehnološka utrka na sportskome polju (Todd & Todd, 2001). To je još jedan dokaz koliko je Sovjetima sport bio važan kao diplomatsko sredstvo. Upravo je politička dimenzija sporta u SSSR-u najočitija bila tijekom bojkota Olimpijskih igara. Kada su Sjedinjene Države i njihovi saveznici bojkotirali Igre u Moskvi 1980. godine zbog sovjetske invazije na Afganistan, to je u Moskvi doživljeno kao napad na legitimitet cijeloga sustava. Odgovor nije izostao – Sovjeti i njihovi saveznici četiri godine kasnije bojkotirali su Igre u Los Angelesu. Time su Olimpijske igre postale izravno političko bojište, a medalje svojevrsna diplomatska valuta u globalnomw natjecanju za prestiž (Allison i Monnington, 2002).

Raspad Sovjetskoga saveza 1991. donio je dramatičan pad u gotovo svim sferama ruskoga političkoga, gospodarskoga i društvenoga života. Slom prevelik čak i za Rusiju jako se odražavao i na sami sportski sustav. Financiranje klubova, saveza i infrastrukture gotovo je nestalo. Pad komunizma značio je i kraj toga stroja koji je iznjedrio neke od najvećih sportaša u povijesti. Dolazak Vladimira Putina na vlast krajem 1999. godine poklopio se s vremenom kada je Rusija prolazila kroz duboku krizu identiteta. Država je iza sebe imala turbulentno desetljeće ekonomske tranzicije, ratove u Čečeniji i gubitak međunarodnoga prestiža (Lynch, 2011). Sport, koji je u sovjetsko doba bio instrument globalnoga utjecaja, u 1990. gotovo je nestao s političke agende. Stadioni su propadali, klubovi su bili u financijskim dugovima, a mnogi vrhunski sportaši

odlazili su u inozemstvo tražeći bolje uvjete (Arnold, 2018). Putin je, kao bivši džudaš i sportski entuzijast, vrlo rano prepoznao sport kao sredstvo revitalizacije nacionalnoga ponosa. Usporedno, Putin i grupa ruskih milijardera, koji su svoja bogatstva redom stjecali u procesima privatizacije državnih poduzeća tijekom 1990-ih, ulazili su u vlasničke strukture nogometnih klubova u najrazvijenijim zemljama poput Engleske ili Francuske. Najslavniji primjer bio je Roman Abramovič koji je kupio engleski Chelsea FC i započeo proces ogromnih ulaganja (Chadwick et.al., 2023). Bio je to jak signal da je ruska sportska diplomacija stigla u srce nogometnoga svijeta – englesku Premier ligu. Abramovič je svojim ulaganjima Chelsea dignuo do krova Engleske osvajajući nekoliko naslova engleskoga prvaka, ali i Europe osvojivši i UEFA Ligu prvaka. Nisu samo pojedinci ulagali ogromna sredstva u zapadni nogomet. Recimo, državna naftna i plinska tvrtka Gazrpom postala je najveći sponzor UEFA Lige prvaka, ali i njemačkoga velikana Schalke 04 (Chadwick et.al., 2023). Bili su to prvi učinkoviti primjeri projiciranja ruske meke sile u zapadnoj hemisferi od dolaska Putina na vlast. Ako je Sovjetski savez kroz medalje i rekorde dokazivao ideološku nadmoć, Putinova Rusija odlučila je posegnuti za drugim sredstvom – organizacijom najvećih svjetskih sportskih događaja. Domaćinstvo Olimpijskih igara i Svjetskoga prvenstva u nogometu postalo je instrument meke sile, način da se svijet suoči s imidžem 'nove' Rusije, zemlje sposobne parirati Zapadu u organizaciji i tehnološkoj modernosti (Grix i Lee, 2013). Dodjela Zimskih olimpijskih igara Sočiju 2007. godine bila je politički trijumf Putina, koji je osobno sudjelovao u lobiranju pred članovima Međunarodnoga olimpijskog odbora. Ipak, to nije uzdrmalo Ruse u toj fazi. Spremali su se za drugi veliki reputacijski projekt, a to je organizacija Svjetskoga prvenstva u nogometu 2018. godine. Oči milijardi ljudi bile su uprte u Rusiju i njezinu sposobnost da organizira vjerojatno najveće i najvažnije sportsko natjecanje. Dodatni aspekt bila je sigurnost s obzirom na to da nogometna prvenstva privlače i velik broj strastvenih navijača iz niza zemalja. Mnoge od tih zemalja blago rečeno nisu bile u dobrim odnosima s Rusijom, u prvome redu Engleska, odnosno Ujedinjeno Kraljevstvo. SP 2018. odvijao se u politički opterećenijemu kontekstu: Rusija je već bila pod zapadnim sankcijama, a odnosi s Europom i SAD-om bili su na najnižoj točki od Hladnog rata. Unatoč tome, FIFA i međunarodni mediji ocijenili su prvenstvo kao vrlo uspješno. Organizacija je bila besprijekorna, stadioni moderni i funkcionalni, a gradovi domaćini poput Moskve, Sankt-Peterburga i Kazanja doživjeli su urbanu transformaciju. Prvenstvo je služilo kao potvrda da Rusija i dalje može biti respektabilan partner svjetskoga sporta, unatoč političkim tenzijama (Arnold, 2018). Bio je to projekt kontinuiteta nakon Olimpijskih igara u Sočiju te, kako se činilo, nastavak strateškoga razbijanja medijskih narativa iz zapadnih zemalja. Domaćinstva velikih sportskih događaja u Putinovoj Rusiji predstavljala su kombinaciju unutarnje konsolidacije i vanjske projekcije moći. Soči 2014. bio je

centralni događaj, osmišljen kao politički i kulturni manifest nove Rusije, dok je SP 2018. poslužio kao potvrda da Moskva može unatoč sankcijama ostati globalni akter u sportu. No, oba događaja pokazuju kontradikciju Putinove sportske diplomacije: iako je Rusija uspjela impresionirati svijet organizacijom i infrastrukturom, geopolitičke odluke poput napada Rusije na Ukrajinu i doping skandali stavili su sjenu na dugoročnu učinkovitost sporta kao sredstva meke sile (Wolfe, 2020).

KINA

Sport u suvremenoj Kini ima duboko ukorijenjenu političku i kulturnu dimenziju, neraskidivo povezan s projektom nacionalnoga uspona i međunarodne afirmacije. Dok je u zapadnim društvima sport najčešće doživljavan primarno kroz prizmu zabave i tržišta, u Kini on ima i stratešku funkciju – postaje instrument državne politike, meke sile i globalnoga pozicioniranja (Zheng et. al., 2018). Kroz velike sportske spektakle, poput Olimpijskih igara, masovna ulaganja u nogomet i povezivanje sporta s infrastrukturnim i geopolitičkim projektima, poput *Belt and Road* inicijative, kineske vlasti koriste sport kao alat u oblikovanju slike Kine u svijetu. Krajem 1990-ih i početkom 2000-ih kinesko društvo ušlo je u fazu snažne urbanizacije, modernizacije i razvoja srednje klase. Peking, Šangaj, Guangzhou i Shenzhen postali su svjetske metropole, a kineska vlada sve se više počela pitati: kako taj novi imidž Kine predstaviti svijetu. Odgovor je bio jasan – kroz sport. Sport, a posebno globalni spektakli poput Olimpijskih igara, mogli su prikazati Kinu kao modernu, tehnološki naprednu i kulturno bogatu naciju. Upravo zato, domaćinstvo Olimpijskih igara u Pekingu 2008. godine bilo je logična posljedica kineskoga gospodarskoga i političkoga buđenja. Dodjeljivanje domaćinstva Ljetnih olimpijskih igara Pekingu 2008. bio je trenutak potvrde da je svijet priznao da Kina može igrati vodeću ulogu na globalnoj sceni. Igre su, dakle, bile više od sportskoga događaja: one su bile svojevrstan ritual prijelaza kojim je Kina svijetu poručila da je završila s fazom izolacije i siromaštva te zakoračila u fazu globalne moći (Brady, 2009). Procjenjuje se da je ukupna cijena Igara premašila 40 milijardi dolara (Xu, 2008). No, za kineske vlasti to nije bio trošak, nego ulaganje – u meku silu, imidž, prestiž i nacionalni ponos. Na sportskome planu Igre su bile trijumf. Kina je s 51 osvojenim zlatom po prvi put prestigla Sjedinjene Američke Države i zauzela prvo mjesto na ljestvici (Zhong et. al., 2021).

Kineska projekcija meke sile nije stala samo na organizaciji megasportskih događaja. Među određenim ciljevima jest i želja da Kina postane najveća sportska ekonomija i vodeća zemlja u nogometu. Upravo je ovaj dio o nogometu najznačajniji za tu strategiju. Predsjednik Kine Xi Jinping to je istaknuo u svome govoru 2009. godine kada je to nazvao kineskim nogometnim snom 中國足球夢 (Sullivan et al., 2019). Kako bi se taj san ostvario, Kinezi su počeli ulagati ogromna sredstva u infrastrukturu i popularizaciju nogometa na grassroots (amaterskoj) razini, dok se u isto vrijeme stvarao

okvir za novi profesionalni nogomet. Predsjednik Xi Jinping jasno je istaknuo svoju viziju: Kina treba igrati na Svjetskome prvenstvu, ugostiti ga i – osvojiti ga (Lu i Hong, 2013). To je pretočeno u nacionalnu strategiju razvoja nogometa 2015. godine. Gotovo u isto vrijeme s predstavljanjem ove inicijative počelo je i ulaganje u nogometne klubove u Kini. Procjenjuje se da je Kina u projekt nogometnoga sna potrošila više desetaka milijardi dolara (Tomić, 2021). Jasno, kao druga najveća ekonomija svijeta, to može priuštiti. Treba istaknuti kako i samo uređenje Kine kao države uvelike olakšava provedbu ove inicijative. Kina je u tehničkome ustrojstvu komunistička država što u prijevodu znači da državom vlada jedna politička stranka, komunistička partija. Xi Jinping kao čelnik partije i države lako kontrolira kako državne, tako i posredno privatne tvrtke koje su krenule ulagati velike količine novca u nogomet s obzirom na to da FIFA brani izravno uplitanje vlada u nogomet (Sullivan et. al., 2019). Osim ulaganja u vlastiti sport Kina i kineske tvrtke odlučile su ući na najveće tržište, ono europsko. Prije svega tu je riječ o kupovini klubova u najjačim europskim ligama. To je započelo s kupovinom AC Milana od kineskoga biznismena Li Yonghonga, a nastavilo se kupnjom drugoga mianskoga velikana, Intera. Njega je kupila kineska tvrtka Suning Commerce Group Co Ltd koja se bavi prodajom elektroničke opreme. Predviđanja su da Kinezi neće stati na ova dva velikana (iako je slučaj AC Milana završio fijaskom) te kako planiraju još veći prodor na europsko tržište u budućnosti. Primjerice, novi stadion Atletico Madrida nosi ime Wanda Metropolitano, a ime je dao kineski građevinski div Wanda Group. Osim toga, Wanda Group postala je i vlasnikom 20 posto dionica madridskoga kluba. Ipak, kineski nogometni san nije dočekao javu. Makar ne do sada. Naime, iako je projekt nogometnoga sna bio zamišljen kao strateški put prema globalnoj afirmaciji Kine kroz najpopularniji sport na svijetu, posljednjih godina taj projekt doživljava ozbiljne prepreke.

Belt and Road inicijativa (BRI), koju je 2013. godine pokrenuo kineski predsjednik Xi Jinping, najveći je infrastrukturno-razvojni projekt današnjice. Često se ova inicijativa označava i Novim kineskim putem svile (Callahan, 2016). Inicijativa se sastoji od dva glavna segmenta: pojas, koji se odnosi na kopnene prometne i trgovinske koridore koji povezuju Kinu s Europom i Azijom, te put, koji se odnosi na pomorske rute kroz Indijski ocean, Afriku i Sredozemlje (Summers, 2016). Cilj je izgraditi globalnu mrežu prometnica, luka, željeznica, energetskih postrojenja i digitalne infrastrukture koja bi povezala više od 60 država u Aziji, Africi i Europi, čineći gotovo dvije trećine svjetske populacije i BDP-a. No, BRI nije samo infrastrukturni projekt. On ima duboku geopolitičku i kulturnu dimenziju, jer Kina kroz njega nastoji oblikovati novu globalnu arhitekturu međunarodnih odnosa u kojoj ona zauzima središnju ulogu (Callahan, 2016). Jedan od najvidljivijih aspekata kineske sportske diplomacije u okviru BRI-ja jest tzv. stadionska diplomacija. Od 1960-ih godina Kina je gradila stadione u

zemljama Afrike i Azije kao znak prijateljstva i solidarnosti, no u doba BRI-ja ta se praksa intenzivirala i dobila strateški okvir (Dubinsky, 2021). Primjera je jako puno. Nacionalni stadion u Lusaki, glavnomu gradu Zambije, svakako je jedan od njih. Kina je veliki vanjskotrgovinski partner Zambije i njihova suradnja na ovakvu projektu nije iznenađenje. Ipak, odnosi Kine i Zambije nisu samo ekonomski – oni se simbolički učvršćuju upravo kroz sportske projekte. Nacionalni stadion u Lusaki, kapaciteta oko 60.000 mjesta, izgrađen je kineskim kreditima i radnicima te svečano otvoren 2014. godine. Za Zambiju stadion predstavlja ponos i infrastrukturni pomak koji bi samostalno teško mogli financirati. Za Kinu to je pokazatelj spremnosti da bude partner u razvoju, a istodobno i vizualna potvrda njezine prisutnosti u srcu Afrike. Stadion se često opisuje kao „najljepši dar kineskog naroda zambijskom narodu", što jasno odražava diplomatsku dimenziju projekta (Dubinsky 2021, 2).. Kina je naravno gradila još nekoliko sličnih projekata koji su uključivali stadionsku i drugu sportsku infrastrukturu. Primjeri se protežu od Oceanije (Papua Nova Gvineja), Azije (Maldivi), Afrike i centralne Amerike (Kostarika). Time Kinezi, koristeći simboliku sporta, učvršćuju druge vanjskopolitičke ciljeve u brojnim zemljama u svijetu. Stadionskom diplomacijom Kina gradi materijalne simbole svoje meke sile. Stadioni, vidljivi i monumentalni, ostaju trajni podsjetnik na kinesku prisutnost i oblikuju percepciju Kine kao partnera koji donosi razvoj i modernizaciju.

SPORTSWASHING

Pojam sportswashinga (pranje imidža država putem sporta) ušao je u akademsku i javnu upotrebu tek nedavno, no fenomen koji opisuje ima dugu povijest. Sportswashing označava praksu korištenja sporta – kroz organizaciju velikih sportskih natjecanja, vlasništvo nad sportskim klubovima, ili sponzorstva – s ciljem da se prikriju ili ublaže negativne percepcije države, korporacije ili političkoga režima. Boykoff (2022, 343) sportswashing objašnjava kao: „fenomen putem kojeg politički vođe koriste sport kako bi na svjetskoj sceni izgledali važni ili legitimni, dok istovremeno potiču nacionalizam i skreću pažnju s kroničnih društvenih problema i kršenja ljudskih prava kod kuće". Srž sportswashinga zapravo je pokušaj reputacijske transformacije: sport, kao globalno privlačan i emocionalno snažan fenomen, postaje sredstvo pranja negativnoga imidža (Brannagan i Giulianotti, 2015). U teorijskome smislu sportswashing se može promatrati kao hibrid između meke sile i propagande. Za razliku od tradicionalne propagande, koja je često jednostrana i agresivna, sportswashing djeluje suptilnije kroz emocije, spektakl i pozitivne asocijacije povezane sa sportom (Grix i Houlihan, 2014). Istovremeno, sportswashing prelazi granicu klasične meke sile jer ne počiva isključivo na kulturnoj privlačnosti ili vrijednostima, nego na pokušaju da se sport instrumentalizira u svrhu političkoga legitimiteta i prikrivanja problema poput autoritarizma, kršenja ljudskih prava ili korupcije (Boykoff, 2022). Glavni ciljevi sportswashinga

višestruki su. Prvo, riječ je o reputacijskome menadžmentu: države s negativnim imidžem u međunarodnoj javnosti koriste sport kako bi stvorile pozitivne asocijacije. Organizacija megadogađaja, poput Olimpijskih igara ili Svjetskoga prvenstva u nogometu, stavlja državu u centar globalne pažnje, ističući modernizaciju, otvorenost i sposobnost organizacije. Drugo, sportswashing ima unutarnju dimenziju – vlasti putem sportskih uspjeha i nacionalnoga ponosa nastoje konsolidirati legitimitet kod domaće publike. Treće, on ima i ekonomsku funkciju, jer povezanost s globalnim sportskim industrijama donosi investicije, turizam i širu gospodarsku diversifikaciju (Chadwick i et. al.,2022).

Arapske zemlje – prije svega Katar, Saudijska Arabija i UAE – predstavljaju najznačajnije primjere sportswashinga u suvremenome svijetu. Katar je, domaćinstvom Svjetskoga prvenstva 2022., nastojao globalno redefinirati svoj imidž. Organizacija prvenstva trebala je simbolizirati modernu, inovativnu i bogatu državu, no istovremeno je otvorila globalnu raspravu o kršenju radničkih prava, diskriminaciji manjina i autoritarnoj vlasti (Chadwick et. al., 2022). Kritičari su tvrdili da je čitava sportska strategija Katara primjer sportswashinga – pokušaj da se kroz nogomet sakriju ozbiljni problemi društvenoga i političkoga karaktera (Grix i Brannagan, 2016). S druge strane, kontinuirana prisutnost, prvenstveno kroz nogometni klub PSG, dala je rezultata u Francuskoj gdje je imidž Katara popravljen u odnosu na razdobljepočetnih ulaganja. Saudijska Arabija posljednjih godina ulaže ogromna sredstva u sport, od dovođenja svjetskih boksačkih mečeva i Formula 1 utrka do stvaranja LIV Golf Toura i masovnih ulaganja u nogometne zvijezde. Ti potezi uklapaju se u „Vision 2030, strategiju modernizacije države i diversifikacije ekonomije“ (Grand i Wolf 2020, 32). Međutim, mnoge organizacije za ljudska prava upozoravaju da je riječ o tipičnu sportswashingu kojim Saudijska Arabija nastoji skrenuti pažnju sa slučajeva poput ubojstva novinara Jamala Khashoggija ili represije nad ženama i aktivistima. Kako sportska diplomacija pa tako ni sam sportswashing nisu statični primjer privatizacije engleskoga nogometnog kluba Newcastle United od saudijskoga državnoga fonda – PIF donio je radost sjevernomu dijelu Engleske pa su prizori navijača zavijenih u saudijske zastave preplavile svjetske medije. Takvo što daje i pozitivnu sliku Saudijske Arabije kao zemlje koja uzdiže europske sportske organizacije na nove razine (Crossley i Woolf, 2024). UAE, pak, predvođeni Abu Dhabijem i Dubaijem, koriste sport kao alat za promociju turizma, poslovnih ulaganja i kulturne otvorenosti. Najpoznatiji primjer je vlasništvo Abu Dhabi United Group nad engleskim klubom Manchester City, kroz koji Emirati ne samo da jačaju svoj globalni imidž negoi grade mreže političkih i poslovnih utjecaja (Kearns i et.al., 2024). I ovdje kritičari govore o sportswashingu, naglašavajući kako sportski uspjesi kluba prikrivaju autoritarni karakter režima i probleme s ljudskim pravima u zemlji.

Sportswashing, iako kontrintuitivno, nije binaran. Ako se okarakterizira kao pranje imidža država, to vodi do

konkluzije kako se govori državama s velikim problemima u društvenim i političkim pogledima, prije svega sa strane društava političkoga zapada. Ipak, sportswashing ima i svoje pozitivne rezultate za države koje ga provode. Pozitivni učinci međutim nisu samo simbolički. Megadogađaji i dubinsko uključivanje u globalne sportske ekosustave stvaraju materijalne kanale za gospodarsku diverzifikaciju: rast turizma i MICE sektora (poslovni turizam), akumulaciju sponzorskoga kapitala i medijskih prava te, možda ključno, uspostavu transnacionalnih poslovno-političkih mreža koje nadilaze sport u užemu smislu (Amara i Theodoraki, 2010). U tome smislu sport služi kao diplomatski hedging (politika balansa prema najčešće suprotstavljenim velikim silama) i infrastruktura povjerenja gdje sportske veze olakšavaju bilateralne dogovore (gospodarske, obrambene, zrakoplovne) i služe kao kanali povjerenja s ključnim partnerima, što je vidljivo u širokim mrežama Katara, UAE i Saudijske Arabije u europskome nogometu i globalnim federacijama (Brannagan i Giulianotti, 2015).

MALE DRŽAVE

Pitanje uloge malih država u međunarodnim odnosima jedno je od temeljnih problema teorije i prakse globalne politike. Definicija male države varira u literaturi, no u većini slučajeva kriteriji uključuju veličinu teritorija, broj stanovnika te ograničene političke, ekonomske i vojne kapacitete (Thorhallsson, 2018). Male države često nastoje kompenzirati nedostatak tvrde sile (hard power) korištenjem alternativnih mehanizama međunarodnoga utjecaja, među kojima se posebno ističu instrumenti meke sile. Sport, u tome smislu, postaje jedna od ključnih poluga putem koje male države mogu balansirati asimetrične odnose u međunarodnoj politici (Vuving, 2009). Unatoč tomu što male države čine većinu međunarodne zajednice – više od dvije trećine članica Ujedinjenih naroda spada u kategoriju malih država – one su često marginalizirane u tradicionalnim analizama međunarodnih odnosa (Thorhallsson & Wivel, 2006). Klasične teorije, osobito realizam, polazile su od pretpostavke da je međunarodni sustav arene u kojoj dominiraju velike sile čija vojna i ekonomska snaga određuje pravila igre. Male države, u takvoj perspektivi, uglavnom su pasivni akteri, osuđeni na prilagodbu i preživljavanje u svijetu koji oblikuju moćniji (Mearsheimer, 2003). No, razvoj liberalnih i konstruktivističkih pristupa otvorio je prostor za preispitivanje uloge malih država, naglašavajući kako i akteri s ograničenim resursima mogu imati značajan utjecaj koristeći specifične strategije i poglavito niše moći. Male države, kako je navedeno, definiraju se različito – prema veličini teritorija, broju stanovnika, bruto domaćemu proizvodu ili vojnim kapacitetima – no zajednički nazivnik jest njihova strukturalna slabost u odnosu na velike sile (Keohane, 1969). Ta slabost, međutim, ne mora nužno značiti političku irelevantnost. Upravo suprotno: mnoge male države razvile su sofisticirane oblike specijalizirane diplomacije, kulturne projekcije i međunarodnoga umrežavanja kako bi

povećale svoju vidljivost i osigurale sigurnost i prosperitet.

U tome kontekstu pojavljuje se sportska diplomacija kao specifičan instrument koji malim državama omogućava disproporcionalan utjecaj u globalnoj areni. Dok tvrda sila (hard power) počiva na vojnoj i ekonomskoj snazi, a tradicionalna diplomacija zahtijeva široke institucionalne kapacitete, sportska diplomacija nudi put prema globalnoj publici uz relativno niska ulaganja. Sport, kao univerzalni jezik i globalno popularan fenomen, omogućuje malim državama da prenesu vlastite narative, učvrste identitet i ostvare međunarodnu prepoznatljivost. Sportska diplomacija u svojoj biti objedinjuje elemente javne diplomacije, kulturne projekcije i meke sile (Nye, 2004; Murray i Pigman, 2014). Za male države ona ima posebnu važnost jer im otvara mogućnost da se natječu na simboličkome, a ne samo na materijalnome planu. Dok je za velike sile sport često dopunski element mozaika vanjske politike, male države sport koriste kao centralni kanal međunarodne vidljivosti. Primjeri poput Islanda, Jamajke, Litve, Slovenije ili Hrvatske jasno ilustriraju kako sportski uspjesi mogu poslužiti kao svojevrsna ulaznica za globalni stol, gdje bi inače njihova prisutnost bila marginalna. U akademskoj literaturi o malim državama razlikuju se dva temeljna koncepta moći: nišne diplomacije i poduzetništva normi. Pojam nišne diplomacije (niche diplomacy) odnosi se na sposobnost malih država da se specijaliziraju u određenim područjima vanjske politike i time ostvare prepoznatljivost i utjecaj (Henrikson, 2005). Sport je jedno od tih područja – niša u kojoj male države mogu ostvariti rezultate koji premašuju njihovu demografsku ili ekonomsku težinu. S druge strane, koncept poduzetništva normi (norm entrepreneurship) naglašava kako male države mogu oblikovati međunarodne norme i diskurse promicanjem univerzalnih vrijednosti, a sport, zbog svoje povezanosti s fair playom, mirnom suradnjom i univerzalnim pravilima, postaje idealan prostor za takvo djelovanje. Sportska diplomacija malih država može se sagledati i kroz prizmu simboličke politike. Za male nacije, čiji su identiteti često relativno novi ili neprepoznati, sport služi kao platforma za reafirmaciju suvereniteta i nacionalne posebnosti. Hrvatska nakon osamostaljenja, Estonija i Latvija nakon raspada SSSR-a ili Kosovo nakon međunarodnog priznanja, pokazali su kako sportski uspjesi i članstvo u međunarodnim sportskim federacijama nisu samo pitanja sportskoga prestiža, nego i snažni politički simboli (Bairner, 2001). Posebna važnost sporta za male države proizlazi i iz njegove sposobnosti da generira globalnu medijsku pažnju. Svjetska i kontinentalna prvenstva, Olimpijske igre i međunarodne lige stvaraju arene u kojima mala država može ravnopravno nastupati uz velike. Dok se u ekonomskim ili sigurnosnim institucijama nerijetko suočavaju s marginalizacijom, u sportu imaju priliku igrati na istom terenu i ostvariti pobjede koje odjekuju globalno. Uspjeh u sportu stoga se pretvara u politički kapital u valutu sportske diplomacije. Sve navedeno pokazuje da je sportska

diplomacija malih država složen fenomen u kojemu se spajaju ograničenja i prednosti. Ona nije zamjena za klasičnu diplomaciju, ali predstavlja važan dodatak, posebno u svijetu u kojemu globalni mediji i simbolički resursi igraju jednako važnu ulogu kao i vojna ili ekonomska moć.

ZAKLJUČAK

Ovaj rad pokazuje da je sport u suvremenome međunarodnome sustavu prerastao vlastite natjecateljske granice i postao trajna politička i komunikacijska infrastruktura. Polazeći od premise da sport ne može biti odvojen od društva, jer je društveno uvjetovan i ljudski posredovan, potvrđuje se da su sportske arene nužno izložene političkim silnicama – bilo kroz djelovanje država, međunarodnih organizacija, korporacija, medija ili civilnoga društva. U takvu okružju sport se afirmira kao kanal prijenosa vrijednosti, identiteta i narativa te kao prostor u kojemu se gradi ili osporava reputacija aktera u globalnoj javnosti. U središtu analize nalazi se koncept meke sile, shvaćen kao sposobnost ostvarivanja željenih ishoda putem privlačnosti, a ne prisile. U tome smislu sport se pokazuje kao jedan od najoperativnijih resursa meke sile: univerzalan jezik, emocionalno snažan simbolički sustav i globalno medijski umrežen fenomen. Sportski uspjesi, nacionalni sportski heroji i organizacija megadogađaja mogu multiplicirati pozitivne percepcije o državi, učvrstiti legitimitet i otvoriti prostor za diplomatske učinke koje je klasičnim kanalima često teško postići.

Analiza velikih sila ukazuje da one sport koriste kao strateški element šire vanjskopolitičke arhitekture. Sjedinjene Američke Države razvile su model u kojemu sport djeluje kao samoodrživa infrastruktura privlačnosti, integrirana s industrijama zabave, medija i tržišta te posredovana mrežom liga, zvijezda i brendova. Ruski slučaj pokazuje kako megadogađaji i globalna prisutnost u sportskome ekosustavu mogu privremeno redefinirati međunarodni imidž, no istodobno otkriva strukturalnu ranjivost sportske reputacije na geopolitičke odluke i reputacijske krize. Kina, pak, demonstrira državno vođenu sportsko-diplomatsku strategiju koja sport povezuje s projektom nacionalnoga uspona i globalne afirmacije, uključujući i šire geopolitičke projekte, poput Belt and Road inicijative u kojoj stadionska diplomacija proizvodi vidljive, trajne simbole prisutnosti i partnerstva.

Istodobno, rad problematizira ambivalentnost sporta kao instrumenta meke sile kroz koncept sportswashinga. Iako sportswashing djeluje kroz pozitivne asocijacije sportskoga spektakla, njegova logika često prelazi granice klasične meke sile jer je usmjerena na reputacijsko prikrivanje, a ne na privlačnost utemeljenu na vrijednostima i legitimnosti. Time se potvrđuje da sport nije neutralan medij, nego polje u kojemu se reputacija može graditi, ali i ubrzano kompromitirati.

Posebno važan doprinos rada odnosi se na perspektivu malih država. U međunarodnome sustavu, u kojemu su vojni i gospodarski resursi asimetrično raspoređeni, sport postaje relativno dostupna poluga međunarodne

vidljivosti, legitimiteta i simboličkoga kapitala. Male države sportom mogu ostvariti disproporcionalan učinak: pobjedom na istome terenu stječu medijsku pažnju, osnažuju nacionalni identitet i otvaraju prostor za nišne diplomatske strategije. Primjeri poput Hrvatske, Islanda ili Jamajke potvrđuju da sportski uspjeh može djelovati kao ubrzivač međunarodne prepoznatljivosti te kao dopuna klasičnim instrumentima vanjske politike.

Zaključno, meka sila u sportu predstavlja spoj sportskih performansi i političkih ciljeva, čija se učinkovitost temelji na globalnoj vidljivosti, simboličkoj snazi i sposobnosti sporta da uspostavi emocionalnu vezu s publikom. Međutim, ishodi sportske meke sile nisu automatski: ovise o usklađenosti sportskih narativa s vrijednosnim i političkim praksama države, o institucionalnoj koherenciji strategije te o širemu geopolitičkome kontekstu. Upravo zato sport treba promatrati kao strateški resurs koji zahtijeva plansko upravljanje, a ne kao sporadičnu reputacijsku intervenciju.

LITERATURA

- Allison, L. i Monnington, T. (2002) Sport, prestige and international relations," Government and Opposition, 37(1), str. 106–134. Dostupno na: https://doi.org/10.1111/1477-7053.00089.
- Amara, M. i Theodoraki, E. (2010) Transnational network formation through sports related regional development projects in the Arabian Peninsula," International Journal of Sport Policy and Politics, 2(2), str. 135–158. Dostupno na: https://doi.org/10.1080/19406940.2010.488060.
- Bairner, A. (2001) Sport, nationalism, and globalization: European and north American perspectives. SUNY Press.
- Beech, J. i Chadwick, S. (2004) The Business of Sport Management. Harlow, England: Financial Times Prentice Hall.
- Boykoff, J. (2022) Toward a theory of sportswashing: Mega-events, soft power, and political conflict," Sociology of Sport Journal, 39(4), str. 342–351. Dostupno na: https://doi.org/10.1123/ssj.2022-0095.
- Brady, A.-M. (2009) Marketing dictatorship: Propaganda and thought work in contemporary China. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Brannagan, P.M. i Giulianotti, R. (2015) Soft power and soft disempowerment: Qatar, global sport and football's 2022 World Cup finals," Leisure Studies, 34(6), str. 703–719. Dostupno na: https://doi.org/10.1080/02614367.2014.964291.
- Callahan, W.A. (2016) China's Belt and Road Initiative and the New Eurasian Order. London: LSE Research Papers.
- Chadwick, S. et al. (2022) The business of the FIFA world cup. London, England: Routledge.
- Chadwick, S., Widdop, P. i Goldman, M.M. (2023) The geopolitical economy of sport: Power, politics, money, and the state. London: Routledge.

- Crossley, S. i Woolf, A. (2024) 'Fog on the tyne'? The 'common-sense' focus on 'sportswashing' and the 2021 takeover of Newcastle United," International Journal of Sport Policy and Politics, 16(2), str. 307–322. Dostupno na: https://doi.org/10.1080/19406940.2024.2342394.
- Dubinsky, I. (2021) China's stadium diplomacy in Africa," Journal of Global Sport Management, str. 1–19. Dostupno na: https://doi.org/10.1080/24704067.2021.1885101.
- Freeman, W.H. (2013) Physical education, exercise and sport science in A changing society. 8th ed. Sudbury, MA: Jones and Bartlett.
- Grand, S. and Wolf, K. (2020) Assessing Saudi vision 2030: A 2020 review.
- Grix, J. (2015) Sport Politics: An Introduction. London, England: Red Globe Press.
- Grix, J. i Brannagan, P.M. (2016) Of Mechanisms and Myths: Conceptualising States''Soft Power' Strategies through Sports Mega-Events," Diplomacy&Statecraft, 27(2), str. 251–272.
- Grix, J. i Houlihan, B. (2014) Sports mega-events as part of a nation's soft power strategy: The cases of Germany (2006) and the UK (2012)," British Journal of Politics & International Relations, 16(4), str. 572–596. Dostupno na: https://doi.org/10.1111/1467-856x.12017.
- Grix, J. i Lee, D. (2013) Soft power, sports mega-events and emerging states: The lure of the politics of attraction," Global Society: Journal of Interdisciplinary International Relations, 27(4), str. 521–536. Dostupno na: https://doi.org/10.1080/13600826.2013.827632.
- Guttmann, A. (1994) The Olympics, a history of the modern games. Baltimore, MD: University of Illinois Press.
- Henrikson, A.K. (2005) Niche diplomacy in the world public arena: The global 'corners' of Canada and Norway," u The New Public Diplomacy. London: Palgrave Macmillan UK, str. 67–87.
- Kearns, C. et al. (2024) 'Best run club in the world': Manchester City fans and the legitimation of sportswashing?," International Review for the Sociology of Sport, 59(4), str. 479–501. Dostupno na: https://doi.org/10.1177/10126902231210784.
- Keohane, R.O. (1969) Lilliputians' dilemmas: Small states in internatinal politics," International Organization, 23(2), str. 291–310. Dostupno na: https://doi.org/10.1017/s002081830003160x.
- Keys, B.J. (2006) Globalizing sport: National rivalry and international community in the 1930s. London, England: Harvard University Press.
- Loy, J.W. (1968) The nature of sport: A definitional effort," Quest, 10(1), str. 1–15. Dostupno na: https://doi.org/10.1080/00336297.1968.10519640.
- Lu, Z. i Hong, F. (2013) Sport and nationalism in China. Routledge.

- Lynch, A.C. (2011) Vladimir Putin and Russian statecraft. Dulles Town Center, VA: Potomac Books.
- Mearsheimer, J.J. (2003) The tragedy of great power politics. W. W. Norton & Company.
- Murray, S. (2018) Sports diplomacy: Origins, theory and practice," u | Series: Routledge new diplomacy studies: Routledge. Oxon: Routledge.
- Murray, S. i Pigman, G.A. (2014) Mapping the relationship between international sport and diplomacy," Sport in Society, 17(9), str. 1098–1118. Dostupno na: https://doi.org/10.1080/17430437.2013.856616.
- Nye, J.S., Jr (1990) Soft power," Foreign Policy, 80(1), str. 153–171.
- Nye, J.S., Jr (2004) Soft power and American foreign policy," Political Science Quarterly, 119(2), str. 255–270. Dostupno na: https://doi.org/10.2307/20202345.
- Nygård, H.M. i Gates, S. (2013) Soft power at home and abroad: Sport diplomacy, politics and peace-building," International Area Studies Review, 16(3), str. 235–243. Dostupno na: https://doi.org/10.1177/2233865913502971.
- Riordan, J. (1980) Cambridge Russian, soviet and post-soviet studies: Sport in soviet society: Development of sport and physical education u Russia and the USSR series number 22. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Riordan, J. (1991) Sport, Politics and Communism. Manchester, England: Manchester University Press.
- Sullivan, J., Chadwick, S. i Gow, M. (2019) China's football dream: Sport, citizenship, symbolic power, and civic spaces," Journal of Sport and Social Issues, 43(6), str. 493–514. Dostupno na: https://doi.org/10.1177/0193723519867588.
- Summers, T. (2016) China's 'New Silk Roads': sub-national regions and networks of global political economy," Third World Quarterly, 37(9), str. 1628–1643. Dostupno na: https://doi.org/10.1080/01436597.2016.1153415.
- Thorhallsson, B. (2018) Studying small states: A review," Small States & Territories, 1(1), str. 17–34.
- Thorhallsson, B. i Wivel, A. (2006) Small states in the European union: What do we know and what would we like to know?," Cambridge Review of International Affairs, 19(4), str. 651–668. Dostupno na: https://doi.org/10.1080/09557570601003502.
- Todd, T. i Todd, J. (2001) Significant events in the history of drug testing and the Olympic movement: 1960-1999. Uređeno od W. Wilson and E. Derse. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Tomić, I. (2021) Menadžment i komunikacija u sportu. Zagreb/Sarajevo: Synopis.
- Tomić, I. (2022) Sportska diplomacija," South Eastern European Journal of Communication, 4(1), str. 45–55. Dostupno na:

https://doi.org/10.47960/2712-0457.2022.1.4.45.

- Tomić, Z. (2016) Odnosi s javnošću: Teorija i praksa. Synopsis.
- Tomić, Z. (2023) Enciklopedijski rječnik odnosa s javnošću. Synopsis. Zagreb, Sarajevo.
- U.S. Department of State (2009) Smart Power, U.S. Department of State. Dostupno na: https://2009-2017.state.gov/secretary/20092013clinton/rm/2009a/july/126991.htm (Accessed: January 7, 2026).
- Vuving, A.L. (2009) How soft power works," in American Political Science Association annual meeting. Toronto, Canada.
- Whannel, G. (2008) Culture, Politics and Sport ; Blowing the Whistle. London, England: Routledge.
- Wolfe, S.D. (2020) 'For the benefit of our nation': unstable soft power in the 2018 men's World Cup in Russia," International Journal of Sport Policy and Politics, 12(4), str. 545–561. Dostupno na: https://doi.org/10.1080/19406940.2020.1839532.
- Xu, G. (2008) Olympic Dreams: China and Sports. London, England: Harvard University Press.
- Zheng, J. et al. (2018) Sport policy in China (mainland)," International Journal of Sport Policy and Politics, 10(3), str. 469–491. Dostupno na: https://doi.org/10.1080/19406940.2017.1413585.
- Zhong, Y., Fan, H. i Herrmann, P. (2021) The impact of the 2008 Beijing Olympic games on China and the Olympic movement: The legacy," The International Journal of the History of Sport, 38(18), str. 1863–1879. Dostupno na: https://doi.org/10.1080/09523367.2022.2054990.

SOFT POWER IN SPORT: SPORT AS AN INSTRUMENT OF INTERNATIONAL POLITICS AND REPUTATION MANAGEMENT

This paper examines sport as an instrument of soft power in contemporary international relations, arguing that sport has moved beyond its competitive function to become a significant political and communicative resource. Drawing on Joseph Nye's concept of soft power, sport is analysed as a universal language and symbolic asset through which states shape international image and reputation. By addressing major powers, sportswashing, and the role of small states, the paper demonstrates how sport can generate disproportionate diplomatic and reputational effects. The paper concludes that the effectiveness of sport-based soft power depends on strategic coherence and alignment with broader foreign policy objectives.

Keywords: soft power; sport; sports diplomacy; international relations; nation image.