

Západočeská univerzita

Fakulta filozofická

Diplomová práce

Sportovní diplomacie jako nástroj zahraniční politiky

malých států Perského zálivu

Bc. Lenka Škopková

Plzeň 2016

Západočeská univerzita

Fakulta filozofická

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Studijní program Politologie

Studijní obor Mezinárodní vztahy

Diplomová práce

Sportovní diplomacie jako nástroj zahraniční politiky

malých států Perského zálivu

Bc. Lenka Škopková

Vedoucí práce:

PhDr. Martina Ponížilová, Ph.D.

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2016

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2016

.....

Na tomto místě bych chtěla vyjádřit své poděkování PhDr. Martině Ponížilové, PhD. za trpělivé vedení práce, věnovaný čas a užitečné rady při zpracování práce. Dále bych chtěla poděkovat PhDr. Jiřímu Zákrauskému za poskytnutí odborné literatury a cenných rad.

Obsah

Seznam zkratek.....	6
Úvod	7
Poznámka k transkripci arabských osobních jmen a místních názvů.....	11
1 Teoreticko-metodologická část	12
1.1 Koncept sportovní diplomacie	13
1.2 Otázka propojení sportu a diplomacie.....	14
1.3 Možnosti využití sportu v diplomacii.....	17
1.4 Metodologický postup.....	21
2 Případová studie Kataru	23
2.1 Nástroje sportovní diplomacie, které Katar využívá	24
2.1.1 Účast na olympijských hrách.....	24
2.1.2 Sponzoring sportovních klubů.....	28
2.1.3 Sponzoring sportovních událostí.....	30
2.1.4 Organizace sportovních událostí.....	31
2.1.5 Unikátní nástroje sportovní diplomacie Kataru	35
2.2 Cíle sportovní diplomacie Kataru	37
3 Případová studie Bahrajnu	40
3.1 Nástroje sportovní diplomacie, které Bahrajn využívá	41
3.1.1 Účast na olympijských hrách.....	42
3.1.2 Sponzoring sportovních klubů a týmů	43
3.1.3 Organizace sportovních událostí.....	45
3.2 Cíle sportovní diplomacie Bahrajnu.....	48
4 Případová studie Spojených arabských emirátů	49
4.1 Nástroje sportovní diplomacie, které Spojené arabské emiráty využívají.....	50

4.1.1	Účast na olympijských hrách.....	51
4.1.2	Sponzoring sportovních klubů a týmů	53
4.1.3	Sponzoring sportovních událostí.....	56
4.1.4	Organizace sportovních událostí.....	59
4.2	Cíle sportovní diplomacie Spojených arabských emirátů.....	61
	Závěr.....	64
	Seznam použité literatury	68
	Prameny	74
	Resumé.....	86

Seznam zkratek

ESL	Eleonora Sport Limited
FIFA	Mezinárodní federace fotbalových asociací
GOALS	Gathering of all Leaders in Sport
ICC	International Cricket Council
LCHL	Leeds City Holding Limited
LOH	Letní olympijské hry
MOV	Mezinárodní olympijský výbor
MS	Mistrovství světa
NBA	National Basketball Association
NHL	National Hockey League
NOV	Národní olympijský výbor
PSG	Paris Saint-Germain
QNB	Qatar National Bank
QSI	Qatar Sports Investments

Úvod

Malé státy Perského zálivu, jako jsou Katar, Bahrajn a Spojené arabské emiráty, nemají příliš možností, jak posílit svou pozici v rámci regionu Blízkého východu a potažmo mezinárodního systému. Nedisponují dostatečnými materiálními zdroji na to, aby se mohly stát světovými či alespoň regionálními mocnostmi. Mají relativně malou populaci i území, z čehož vyplývá, že nemají příliš dobré předpoklady pro vybudování ekonomické a vojenské síly a v zahraniční politice tak nemají příliš možností používat pobídky či donucovací nástroje. V posledních letech se tedy začaly orientovat na posílení tzv. *soft power* a zlepšení své *image*. Jednou z mnoha možností, jak stát může upevnit své postavení v mezinárodním systému, je i sport. Například pořádáním velkých i menších sportovních akcí a jejich úspěšnou organizací se může stát zviditelnit v mezinárodním společenství a vylepšovat svůj obraz v očích veřejnosti z ostatních států.

Katar, Bahrajn i Spojené arabské emiráty se v posledních letech ucházely o přidělení organizace velkého množství sportovních akcí a v mnoha případech byly tyto státy úspěšné. V některých případech se jim navíc podařilo získat stálé pořadatelství (například závody *Velká cena Bahrajnu* a *Velká cena Abú Dhabí* v sérii Formule 1, tenisový turnaj *Dubai Tennis Championships*, mítink Diamantové ligy v Dauhá atd.). Prvotní úspěchy upevnily sebevědomí těchto států i jejich ambice a jejich chuť po pořadatelství dalších (a více významných) akcí stoupá. Hlavní město Kataru Dauhá se dvakrát pokusilo získat i pořadatelství olympijských her. Poprvé se ucházelo o organizaci Letních olympijských her v roce 2016, ovšem nebylo zařazeno do užší nominace. Podruhé se ucházelo i o organizaci LOH v roce 2020, ovšem ani v tomto případě nepostoupilo ani do užší nominace. Další možností, kterou zvolené státy také hojně využívají, je sponzorování sportovních klubů a sportovních akcí po celém světě. Tuto taktiku nejhojněji praktikují Spojené arabské emiráty, které například sponzorují v každé významné západoevropské lize vždy jeden fotbalový klub.

„Sportovní diplomacie“ je relativně nový koncept a její použití jako nástroj zahraniční politiky je nesmírně zajímavé téma, a to ještě více v případě států, které v mezinárodním systému nehrají příliš významnou roli. Katar, Bahrajn a Spojené

arabské emiráty jsme si pro tuto práci vybrali z toho důvodu, že všechny tyto země jsou malé, bohaté monarchie v Perském zálivu a jejich obyvatelstvo je převážně arabského původu a muslimského vyznání. Všechny tři státy navíc v posledních letech využívají sportovní diplomacii jako nástroj své zahraniční politiky. Přes všechny tyto společné znaky však jejich nástroje sportovní diplomacie vykazují určité rozdíly.

Přestože je sportovní diplomacie velmi „mladé“ téma, několik publikací na toto téma již bylo napsáno, většinou se však jedná jen o jednostranně zaměřené články v novinových a akademických periodikách, které se zabývají buď jedinou zemí a její sportovní diplomacií, nebo jen teoretizují daný koncept v souvislosti s veřejnou diplomacií či *soft power*. Tématem veřejné diplomacie se podrobněji zabývá například Jan Melissen (jeho článek *Public Diplomacy* (2013) publikovaný v *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy* či jím editovaná kniha *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations* (2007)) nebo Nancy Snow a Philip M. Taylor (2009), kteří editovali publikaci s názvem *Public Diplomacy*. Odrazovým můstkem veřejné i sportovní diplomacie je koncept *soft power* Josepha Nye (2004), který jej vyvinul a popsal v knize *Soft Power: The Means to Success in World Politics*.

Jedním z článků, který popisuje především vývoj a historii sportovní diplomacie, je *Sport and Diplomacy* od Davida Blacka a Byrona Peacocka (Black – Peacock, 2013). Sportovní diplomacií se také zabývá kniha *Diplomatic Games: Sport, Statecraft and International Relations since 1945* (Dichter – Johns, 2014), která se zaměřuje především na události z dvacátého století.

Oblast konkrétních případových studií je ještě méně probádaná, obzvláště co se týče států na Blízkém východě. Bylo vydáno několik málo článků, které se zabývají katarskou zahraniční politikou, případně přímo sportovní diplomacií v jeho podání, ovšem žádná taková analýza Bahrajnu a Spojených arabských emirátů doposud publikována nebyla. To samé platí v případě komparace těchto případů. Velmi dobře zpracovanou analýzu sportovní diplomacie Kataru nabízí Danyel Reiche (2014) ve svém článku *Investing in sporting success as a domestic and foreign policy tool: the case of Qatar*. Zaměřuje se nejen na evidentní stránku věci, tedy jaké typy sportovní diplomacie Katar využívá, ale velkou část své práce věnuje i důvodům, proč tomu tak je. Důvody využívání sportovní diplomacie Katarem hledají i Paul Michael Brannagan a Richard

Giulianotti (2015) v článku *Soft Power and Soft Disempowerment: Qatar, Global Sport and football's 2022 World Cup Finals*. Zároveň zde upozorňují i na možnost zmenšování *soft power (disempowerment)* jako nežádoucího vedlejšího účinku některých vládních praktik.

Podrobná analýza, poskytující vhled do konkrétních praktik sportovní diplomacie několika zemí najednou, doposud vypracována nebyla. Z naprosté většiny se navíc jedná jen o zahraniční, převážně anglicky psané publikace. V českém prostředí se články o sportovní diplomacii prakticky nevyskytují, v podstatě se jedná jen o několik kvalifikačních prací studentů českých univerzit. Komparace sportovní diplomacie Kataru, Bahrajnu a Spojených arabských emirátů však doposud publikována nebyla, a to ani v České republice, ani ve světě.

Zkoumané období jsme vymezili roky 2000 a 2015. Počáteční rok jsme zvolili s ohledem na to, že s počátkem nového tisíciletí nastal obrovský rozmach sportovních akcí pořádaných ve vybraných zemích. Konečný rok jsme zvolili tak, aby byla práce co nejvíce aktuální.

Možností, jak propojit sport s politikou, je mnoho. Tato práce se bude věnovat jen těm, které zvolené státy využívají. Zároveň se práce nebude pokoušet hodnotit úspěšnost těchto aktivit – sledovat změnu vnímání daných zemí v očích globální občanské veřejnosti není v možnostech autorky. Cílem této diplomové práce je zjistit, s jakým cílem a jakým způsobem malé arabské monarchie využívají nástroje tzv. sportovní diplomacie ve své zahraniční politice. Výzkumnými otázkami práce jsou: Jaké jsou nástroje tzv. sportovní diplomacie, které Katar, Bahrajn a Spojené arabské emiráty využívají ve svých zahraničních politikách ve zkoumaném období 2000–2015? Jaké zahraničně-politické cíle Katar, Bahrajn a Spojené arabské emiráty sledují využíváním konceptu sportovní diplomacie?

Práce bude využívat analýzu primárních a sekundárních dat, kvůli aktuálnosti tématu budeme čerpat některé informace i z novinových článků, například v souvislosti se současnou kauzou možného uplácení vedoucích představitelů Mezinárodní fotbalové federace FIFA při volbě pořadatele mistrovství světa (nejen) v roce 2022. Data budou analyzována s ohledem na hlavní téma práce – analýzu částí zahraniční politiky Kataru, Bahrajnu a Spojených arabských emirátů. Metodou analýzy dat tedy bude sledování a popsání využití tzv. sportovní diplomacie jako nástroje

zahraniční politiky vybraných zemí. Práce je koncipována jako komparativní studie, v jejímž rámci budeme analyzovat a následně komparovat zahraniční politiky, resp. využití sportovní diplomacie v případě jednotlivých zemí.

Práce bude rozdělena na dvě hlavní části – teoreticko-metodologickou a empirickou. V první kapitole popíšeme a vysvětlíme základní koncepty související s tématem práce, jako je veřejná diplomacie, sportovní diplomacie a tzv. *soft power* (měkká moc), představíme různé definice konceptu (kapitola 1.1), popíšeme možnosti náhledu na propojení sportu a diplomacie (kapitola 1.2) a představíme jednotlivé nástroje a cíle sportovní diplomacie tak, jak je vnímají různí autoři a tak, jak je budeme v této práci používat my (viz kapitola 1.3). Dále představíme metodu postupu při zkoumání daného tématu, a to v kapitole 1.4.

Teoretické poznatky budeme aplikovat v druhé části práce na konkrétní případy států Perského zálivu. Kapitola 2 se věnuje Katarské sportovní diplomacii, kapitola 3 té bahrajnské a kapitola 4 představuje sportovní diplomacii Spojených arabských emirátů. Všechny tři kapitoly mají stejnou strukturu. Nejdříve představíme jednotlivé analyzované země s ohledem na způsob, jakým je v nich propojena místní vládnoucí rodina se sportovními a jinými institucemi, které mají vliv na sportovní dění v dané zemi. Poté budeme zjišťovat, jaké konkrétní nástroje sportovní diplomacie dané státy využívají a které preferují (kapitoly 3.1, 4.1, 5.1 a související podkapitoly) a zahraničně-politické cíle, které využíváním sportovní diplomacie sledují (kapitoly 3.2, 4.2 a 5.2). V závěrečné části práce zodpovíme výzkumné otázky a zhodnotíme, jak dané státy formují svou zahraniční politiku na základě sportovní diplomacie.

Poznámka k transkripci arabských osobních jmen a místních názvů

Vzhledem k tomu, že má arabština vlastní písmo, je potřeba sjednotit přepis arabských osobních jmen a místních názvů. Využíváme zjednodušenou transkripci, která nerozlišuje mezi znělou a neznělou hláskou, nevyznačujeme souhlásku *ajn* ani ráz čili tzv. *hamzu*. U některých jmen, názvů a pojmů zachováme určitý člen *al* i jeho asimilaci (např. *an-nabi*), avšak u ustálených osobních jmen, názvů a výrazů využijeme přepis bez určitého členu (např. pouze Násir místo an-Násir). Pokud mají osobní jména či geografické a jiné názvy v českém jazyce ustálený přepis, tuto transkripci zachováme (např. zachováme název Libanon místo Lubnán). Stejným způsobem se zachováme v případě místních jmen a geografických názvů, pro které má český jazyk zcela jiné pojmenování než jazyk arabský (např. česky Egypt místo arabského *Miṣr*). Jelikož arabský jazyk u slov nerozeznává velká a malá písmena, řídíme se v tomto textu pravidly českého pravopisu pro psaní velkých a malých písmen.

1 Teoreticko-metodologická část

Naprostá většina doposud publikovaných prací na téma sportovní diplomacie víceméně vychází z rámce, který vytvořil Joseph Nye svým konceptem měkké moci neboli *soft power*. Podle něj se jedná o: „...*schopnost získat to, po čem toužíte pomocí přitahování a ne donucováním či pobídkami. Vychází z atraktivity kultury, politických ideálů a politik státu. Pokud jsou naše politiky vnímány jako legitimní v očích ostatních, je naše soft power posílená*“ (Nye, 2004: x).

Na základě přitahování funguje celý koncept veřejné diplomacie, z něž se odvíjí nejen sportovní, ale například i kulturní diplomacie, která je její alternativou na poli tradiční i masové kultury. Podle Patricie M. Goff (2013: 1) vychází kulturní diplomacie ze dvou premis, přičemž tu první z nich pro potřeby této práce můžeme aplikovat i na diplomacii sportovní. První premisou kulturní je fakt, že základem pro navázání dobrých vztahů je vzájemné pochopení obou stran a vzájemný respekt. V případě sportovní diplomacie je toto tvrzení nejmarkantněji viditelné při sehrávání mezinárodních přátelských zápasů, které bývají organizovány s cílem poznat a lépe pochopit druhou stranu.

Veřejná diplomacie bývá některými autory označována až za „bílou propagandu“, všeobecně je však dnes sdílen názor, že se jedná spíše o určitou formu politické reklamy nebo tzv. *nation-branding* (Mellisen, 2013: 3–4). Často používanou definici veřejné diplomacie nabízí Bruce Gregory, podle něj je to: „*nástroj využívaný státy, asociacemi států a některými sub-státními a nestátními aktéry pro pochopení kultur, přístupů a chování, pro vytvoření a vedení vztahů a pro ovlivnění myšlenek a mobilizační aktivit, které by podporovaly jejich zájmy a hodnoty*“ (Gregory, 2011: 353). Veřejná diplomacie státní vlády může mít mnoho cílů, ať už se jedná o zviditelnění se v očích ostatních států, rozšiřování univerzálních hodnot či upevnění a uznání pozice rostoucí velmoci (Melissen, 2013: 7). Tyto cíle lze snadno převést i na využívání sportovní diplomacie, i v tomto případě jde především o posílení tzv. *soft power* státu. Jedná se však už o konkrétnější nástroj, jehož pomocí chce vláda dosáhnout svých cílů.

Všechny tyto koncepty mají několik společných prvků. Jedná se o nenátlakové aktivity státních i nestátních aktérů, které fungují na základě přitahování. Cílí nejen na domácí, ale především na zahraniční veřejnost, a jejich cílem je zvýšení všeobecného

porozumění a vzájemného respektu. Účinek těchto aktivit se jen těžko měří a jejich fungování se projeví většinou až v dlouhodobém horizontu. Ať už se jedná o uplatňování sportovní, kulturní nebo veřejné diplomacie, vždy se jedná o unikátní záležitost a jeden přístup nelze uplatnit pro všechny situace. Pokud jsou tyto diplomatické aktivity nesprávně používány, mohou naopak namísto kýženého výsledku vyvolat antagonismus a zhoršení vztahů.

Všechny koncepty, pracující na základě přitahování mají společnou jednu charakteristiku. Ať už se jedná o sport, kulturu nebo univerzální hodnoty, vždy se jedná o prostředek, jehož pomocí se můžou dvě strany sblížit. Toto zobecnění platí i na úrovni jedinců. Pokud k sobě postavíme dva úplně neznámé lidi, pravděpodobně nebudou vědět, o čem si spolu mají povídat a snadno tak podlehnou prvnímu dojmu, který ne vždy musí být pozitivní. Pokud jim ale nabídneme téma, o kterém mohou nezávazně a bez následků diskutovat, učiníme za ně ten první krok, který je nutný k překonání předsudků. V tom vězí síla sportovní, kulturní i konečně celkově veřejné diplomacie.

1.1 Koncept sportovní diplomacie

Definování a vyjasnění konceptu je vždy běh na dlouhou trať. V případě takto nově zkoumaného fenoménu, jakým sportovní diplomacie bezesporu je, tedy není divu, že se jednotlivé definice různých autorů značně liší. David Black a Byron Peacock (2013: 3) prezentují několik příkladů z historie, kdy prokazatelně došlo k propojení sportu a diplomacie, ovšem předkládají jen nepříliš podrobnou a nepříliš konkrétní definici tohoto fenoménu. Ve svém článku tvrdí, že: „*sportovní diplomacie je často hra dvou úrovní, zaměřující se na mezinárodní a domácí publikum zároveň*“ (Black – Peacock, 2013: 3). Toto je již na první pohled nedostatečné vysvětlení, nezmiňuje aktéry, kteří ji mohou využívat, ani žádné nástroje, jejichž pomocí ji mohou aplikovat, ani cíle, které tím daní aktéři sledují.

Stuart Murray (2012: 6) ve svém článku zařazuje sportovní diplomacii do oblasti veřejné diplomacie, která je jí nadřazená. Sportovní diplomacie podle něj: „...*zahrnuje reprezentativní a diplomatické aktivity sportovců jednajících jménem a ve spojení s jejich vládami. Usnadněná tradiční diplomacii, tato praxe používá sportovce a sportovní události*

*ke zapojení, informování a vytvoření příhodného obrazu mezi zahraniční veřejností a organizacemi ke ovlivnění jejich vnímání způsobem, který lépe umožňuje dosáhnout zahraničních politických cílů vlády“ (Murray 2012: 6). Ve svém novějším článku, *Moving beyond the pingpong table*, se Murray zabývá ještě podrobnější konceptualizací pojmu sportovní diplomacie, a doplňuje ji o další informace. „Dnešní sportovní diplomacie je spojená s vládami používající sportovce ke umocnění diplomatického sdělení nebo se státy, které používají sportovní události ke zlepšení jejich obrazu u globální veřejnosti, ke zklidnění napětí v uvádajících diplomatických vztazích nebo jednoduše ke testování půdy pro možnou změnu politiky“ (Murray, 2013: 12). Tato definice je už podrobnější a přesnější, popisuje některé aktéry, kteří mohou sportovní diplomacii využívat a zmiňuje i některé cíle, jichž se daní aktéři snaží dosáhnout. Murray se však zaměřuje příliš jednostranně na využívání sportovní diplomacie s cílem zlepšení image a diplomatických vztahů. Úplně vynechává například ekonomické cíle.*

Protože ani jedna z výše uvedených definic není dostatečná a nezahrnuje všechny faktory, které s tématem této práce souvisejí, bude zde jako teoretická základna používána námi vytvořená definice, která jasně a přehledně vysvětlí, kdo může jakými způsoby a za jakým účelem sportovní diplomacii využívat. Díky této definici dostane práce opěrný bod, od kterého se může rozvíjet.

Sportovní diplomacie je nástroj zahraniční politiky státu, skládající se ze souboru strategií, opatření a politik s cílem posílit *soft power* tohoto státu. Využívání sportovní diplomacie může mít několik cílů, mezi ty nejdůležitější patří: dosažení určitého statusu nebo mezinárodní prestiže, zvýšení *soft power*, podpora mírových vztahů na globální úrovni a nastartování nebo podpora ekonomického rozvoje. Sportovní diplomacie může být aplikována těmito nástroji: účast národního týmu na olympijských hrách, sponzoring sportovních klubů, sponzoring sportovních událostí, organizace sportovních událostí, využívání úspěchů sportovců a národních týmů, sehrávání přátelských zápasů a dalšími unikátními nástroji.

1.2 Otázka propojení sportu a diplomacie

Koncept sportovní diplomacie je doposud nepříliš probádané téma, o kterém se v dnešní době začíná hodně diskutovat. Do současnosti vzniklo několik málo

odborných článků, které se snaží sportovní diplomacii konceptualizovat, ovšem přes základní společný prvek panují mezi jednotlivými publikacemi značné rozdíly. Někteří autoři zastávají názor, že sportovní diplomacie je fenoménem, který se v současných mezinárodních vztazích hojně vyskytuje a je potřeba jej podrobit důkladnému prozkoumání. Někteří akademici naopak tvrdí, že spojení diplomacie a mezinárodního sportu je nešťastné a měli bychom od něj upustit¹.

Jedněmi z těch, kteří podporují první názor, jsou David Black a Byron Peacock (2013: 1). Ve svém článku nazvaném *Sport and Diplomacy* upozorňují na fakt, že převážně v anglicky mluvících zemích dlouhodobě docházelo k umělému oddělování sportu od diplomacie kvůli myšlence, že sport existuje mimo politickou sféru života a nemá s ní *a priori* nic společného, což je podle nich chybné. Dalšími zastánci tohoto stanoviska jsou například Vincent Mabillard a Dániel Jádi (2011: 3), kteří tvrdí, že sport dokáže překonat i kulturní a tradiční rozdíly mezi jednotlivci i mezi národy z toho důvodu, že funguje jako společný jazyk všech lidí ze všech koutů světa.

Geoffrey A. Pigman (2014: 7–13) prezentuje především vliv mezinárodního sportu na politiku a jejich společné propojení, které na první pohled nemusí být úplně vidět. Zastává názor, že mezinárodní sport, a to i v případě, že není přímo používán vládou, má vliv na veřejnou diplomacii dané vlády a ovlivňuje její úspěšnost. Vláda sice nemůže ovlivňovat úspěšnost a prestiž například nějaké domácí ligy (např. NBA, NHL, *Premier League*), ovšem může z jejího dobrého postavení těžit. Stejně tak na druhou stranu nemůže vláda země nijak výrazně bojovat proti sportovnímu skandálu, který přesto ovlivňuje *image* země a kulturní diplomacii vlády. Tato myšlenka je důležitá z toho důvodu, že díky tomu, že sport je velmi specifická oblast, nemá vláda státu vždy možnost některé situace ovlivnit, ale může některých příhodných situací využívat po dobu jejich trvání.

Do druhé kategorie, tedy ke kritikům spojení sportu a diplomacie se naopak řadí Stuart Murray (2012: 9), který upozorňuje na nedostatečné ukotvení konceptu sportovní diplomacie a problémy, které z toho mohou vyplývat. Těmto problémům není věnována dostatečná pozornost, což může v dohledné době zničit potenciál,

¹ Z tématu práce logicky vyplývá, že autorka zastává názor stoupců tohoto na první pohled nerealizovatelného spojení. V práci budeme tedy pracovat s tím, že propojení mezinárodního sportu a diplomacie je možné a ve většině případů má určité zahraničně-politické důsledky.

který sportovní diplomacie má. Murray (2012: 11–12) deklaruje, že „sport“ a „diplomacie“ jsou koncepty *a priori* antagonistické, jelikož sport obsahuje prvek soutěživosti. Ideál sportu jako nástroje pro překonání vzájemné nevraživosti naráží na skutečnost, kdy se během sportovních zápasů běžně vyskytuje násilí, ať už na hřišti či v hledišti, čímž vzniká diskutovaná dualita.

Mezi řádky zde můžeme vyčíst tradiční dualismus mezi realismem a idealismem, Murray ovšem zapomíná zmínit jednu zásadní proměnnou, která výrazně ovlivňuje, zda při konkrétní sportovní akci je možné úspěšně uplatnit sportovní diplomacii. Zmiňuje příklady, kdy fotbaloví reprezentanti Francie při zápasech mistrovství světa ve fotbale použili *unfair* jednání či dokonce násilí proti soupeřům, a vztahuje tyto situace na celou sportovní realitu. Hlavním problémem tohoto přístupu je, že nemůžeme srovnávat zápas mistrovství světa ve fotbale (zvláště ve Francii, kde je kopaná jedním z nejpopulárnějších sportů), kdy je vítězství velmi cenné (i finančně) a například přátelské utkání ve sportu, kterému není věnována tak silná pozornost veřejnosti v dané zemi. Proto přátelská mezinárodní utkání mohou být naopak velmi úspěšným nástrojem sportovní diplomacie, pokud jsou k nim vytvořeny ty správné podmínky.

Ve svém novějším článku z roku 2013 Murray už explicitně prohlašuje, že důvodem, proč byla doposud sportovní diplomacie limitována, přestože má velký potenciál, je násilná povaha sportu, respektive rozpor mezi tzv. „temným realismem“ sportovní reality a tzv. „ambiciózním idealismem“ ušlechtilých hodnot sportovního ideálu. Většina přímých účastníků sportu, ať už se jedná o hráče, trenéry, fanoušky, atd., považuje sport za něco posvátného a jeho interakce se světem politiky jej v jejich očích znehodnocuje. Murray zde opět tvrdí, že sport bývá často spojován s válkou, konfliktem a násilím, což je antiteze dobré diplomacie (Murray 2013: 14). Murray však stále zapomíná rozlišovat jednotlivé druhy sportovních akcí a zápasů, čímž vzniká zmiňovaná dualita mezi realismem a idealismem. Na daný problém se musíme podívat nejen z pohledu mezinárodních vztahů, ale také z druhé strany, tedy očima přímého účastníka sportovního zápasu. Pokud si dvě země domluví přátelský zápas (nebo sérii zápasů), ve kterém v podstatě „o nic nejde“ (jako v případě pingpongové diplomacie mezi USA a Čínou v 70. letech minulého století či dalších úspěšných „diplomacii“),

má tato strategie šanci na úspěch. Velmi pravděpodobně dojde ke sblížení dvou národů a možná i vzájemnému porozumění. Ovšem je nerealistické očekávat, že zapálení sportovní fanoušci budou překonávat vzájemné (ať už kulturní či „jen“ nacionalistické) rozdíly a dosahovat porozumění se soupeři například při finálovém zápase mistrovství světa ve fotbale.

1.3 Možnosti využití sportu v diplomacii

Možností, jak propojit sport s diplomacií je mnoho. „Sport“ je neuvěřitelně široká oblast a skýtá nejrůznější nástroje, které mohou stát pro svou sportovní diplomacii využívat. Akademičtí autoři, kteří se zabývají sportovní diplomacií celkově, se ve svých publikacích soustředí i na jednotlivé nástroje tohoto druhu veřejné diplomacie.

Stuart Murray (2013: 12–13) ve svém novějším článku prezentuje čtyři důvody, proč stále více diplomatických institucí začíná využívat sportovní diplomacii. Za prvé podle něj sport a sportovci mohou zesílit diplomacii národního státu (jako příklad uvádí Čínu, která od 70. let minulého století projevuje výrazný zájem o pořádání velkých sportovních akcí). Organizace velkých sportovních akcí nabízí hostujícímu státu nepřeberné množství možností využití veřejné diplomacie, navíc díky globalizaci už sport není nadále podřízen vládě. V neposlední řadě umožňuje sportovní diplomacie vládě možnosti neoficiálního testování síly nebo slabosti diplomatických vztahů.

Podle Blacka a Peacocka (2013: 3–4) existuje několik dalších způsobů, jak vláda může využívat sport ve své politice. Jednou z těchto možností je použití sportu jako nástroj dosažení určitého statusu nebo mezinárodní prestiže, jako příklad uvádí „nacistické“ olympijské hry v Berlíně v roce 1936. S tím souvisí i další způsoby, a to použití sportu jako nástroj pro formální i neformální mezinárodní uznání státu či demonstrace nástupu rozvojové země či rehabilitace po válce. Další možností je využití sportu jako formy kulturní diplomacie a jako základ pro větší spolupráci v mezinárodních vztazích. Zde je jako příklad uvedena tzv. pingpongová diplomacie²

² Série přátelských zápasů ve stolním tenise v sedmdesátých letech minulého století mezi USA a Čínou (Black – Peacock, 2013: 4).

mezi USA a Čínou v 70. letech 20. století nebo tzv. wrestlingová diplomacie³ a tzv. kriketová diplomacie⁴. Posledními dvěma možnostmi, jak vláda může využít sport pro dosažení svých cílů, jsou tzv. sportovní sankce a sport jako zástupná forma konfliktu. Nejznámějšími příklady sportovních sankcí z historie jsou bojkoty Olympijských her v Moskvě a Los Angeles v 80. letech minulého století a mezinárodní sportovní izolace Jihoafrického režimu apartheidu.

Zároveň upozorňují na to, že snahy vlád využívat sport jako formu kulturní diplomacie mohou být někdy zrádné a nemusí vždy vést k očekávaným výsledkům (Black – Peacock, 2013: 1).

Vincent Mabillard a Dániel Jádi (2011: 8) nabízí čtyři možné způsoby, jak může státní vláda využívat sport ke svým zahraničně-politickým cílům – jako nástroj rozvoje, jako nástroj *soft power*, jako nástroj pro vybudování bližšího dialogu a integrace v multikulturních společnostech a jako nástroj k prosazení mírových vztahů na mezinárodní úrovni. Ve svém článku prezentují unikátní myšlenku, která je pro koncept sportovní diplomacie klíčová. Veřejnost, ať už v domovské zemi či v zahraničí, velmi často interpretuje úspěchy národních sportovních týmů a jednotlivých atletů jako úspěchy celé země, odkud daný tým nebo sportovec pochází. Nejmarkantněji lze tuto situaci demonstrovat na příkladech takových sportů⁵, kdy jednotliví atleti závodí v několika disciplínách sami za sebe a navíc závodí týmově ve štafetě. Jednotlivci mívají na dresu napsané své vlastní jméno, ovšem při štafetovém závodě je na jejich dres natištěno pouze jméno jejich domovské země a jedinci se rázem stávají reprezentanty, už nezávodí sami za sebe, ale za svou zem. Celou situaci pak podtrhují chytlavé titulky novinových článků, kde se čtenář může dočíst, že „Německo porazilo Francii v cílové rovince.“

John Nauright (2013: 1) se zabývá především praktickou stránkou konceptu sportovní diplomacie, tedy jak a proč vlády využívají možnosti organizovat velkolepé sportovní události, jako jsou olympijské hry nebo mistrovství světa ve fotbale, historií

³ Série přátelských zápasů ve wrestlingu v devadesátých letech minulého století mezi USA a Íránem (Black – Peacock, 2013: 4).

⁴ Přátelský zápas v kriketu mezi Indií a Pákistánem v roce 2005, který odstartoval mírové rozhovory (Pidd, 2012).

⁵ Mezi takové sporty patří například biatlon, běžecké lyžování, běh na krátké vzdálenosti, běh na střední tratě, dráhová cyklistika, rychlobruslení atd.

ani teorií se moc nezabývá. Podle něj mají události takového charakteru především symbolickou hodnotu a jejich hlavní funkcí pro vládu je přilákání pozornosti turistů a zahraničních investorů.

Pro účely této práce je třeba si na základě výše zmíněných zjištění stanovit nástroje sportovní diplomacie a zahraničně-politické cíle, které se jejich používáním dají naplnit. Některé z těchto cílů úzce souvisí i s vnitřní situací země, ovšem nelze je zde vynechat, protože mají na zahraniční politiku státu vliv. Zahraničně-politické cíle, kterých chce stát využíváním sportovní diplomacie dosáhnout, mohou mít řadu motivací. Na základě odborné literatury jsme si je stanovili takto:

- (1) rozšiřování univerzálních hodnot,
- (2) prosazování mírových vztahů na globální úrovni,
- (3) posílení vzájemného respektu mezi státy celosvětově,
- (4) pochopení kultury a chování druhého státu včetně posílení vzájemného respektu,
- (5) navázání a vytvoření diplomatických vztahů jako základ pro spolupráci,
- (6) umocnění diplomatického sdělení pomocí známých sportovců,
- (7) zklidnění napětí v diplomatických vztazích,
- (8) neoficiální testování síly diplomatických vztahů a možností pro případnou změnu politiky,
- (9) získání mezinárodního uznání, ať už oficiálně či neoficiálně,
- (10) upevnění a uznání pozice rostoucí velmoci nebo rehabilitace země po válečném konfliktu,
- (11) zlepšení *image* a dosažení mezinárodní prestiže,
- (12) diverzifikace národní ekonomiky,
- (13) přilákání zahraničních turistů a investorů.

Sportovní diplomacie je sama nástrojem veřejné diplomacie nebo *soft power* státu. I sportovní diplomacii je však možné využívat různými způsoby. Pro účely této práce jsme stanovili nástroje sportovní diplomacie takto:

- (1) účast národního týmu na olympijských hrách,
- (2) sponzoring tradičních sportovních klubů v zemi určení
- (3) sponzoring sportovních událostí,

- (4) organizace větších i menších sportovních akcí,
- (5) využívání úspěchů sportovců a národních týmů (vysílání sportovců do zahraničí),
- (6) sehrávání přátelských zápasů.

Olympijské hry představují enormní zdroj *soft power*, jsou obestřeny aurou solidarity a mezinárodního míru. To, že se sportovci objeví na zahajovacím ceremoniálu olympijských her pod svou národní vlajkou, automaticky pozvedne jejich národní autonomii na globální úrovni. Z tohoto důvodu bývá někdy účast na olympijských hrách vnímána jako nástroj pro získání mezinárodního uznání (Silva dle Reiche, 2014: 5). Olympijské hry bývají označovány za „svátek sportu“ a jejich dopad na veřejnost je globální. Jejich význam ještě vzrostl s jejich vysíláním v televizi. Ze všech sportovních událostí, šampionátů a turnajů jsou olympijské hry (společně s finálovou částí mistrovství světa ve fotbale) tím absolutním vrcholem, ať už pro fanoušky, trenéry, sportovce i pořadatelské země.

Sponzoring sportovních klubů je velmi účinný nástroj sportovní diplomacie. Pokud společnost věnuje klubu dostatečnou částku, aby se stala jeho největším nebo minimálně jedním z hlavních sponzorů, většinou dostane šanci umístit své logo na hrud' hráčského dresu (a další místa na výbavě hráčů a stadionu). Toto místo je velmi ceněné a kluby si jej šetří jen pro opravdu důležité partnery. Logo, které je zde umístěno, je ze všech nejviditelnější (a bývá i největší), ať už pro fanoušky na stadionu, během vysílání zápasu v televizi nebo na fotografiích z utkání. Taková fotografie pak může rozšiřovat povědomí o značce dané společnosti dále i po skončení utkání, když je použita v novinových článcích. Loga sponzorů na dresech navíc bývají tisknuta i na repliky hráčských dresů, které jsou prodávány fanouškům týmu a ti je tak nošením takového dresu dále prezentují světu. Takovéto sekundární působení na podvědomí lidí je těžko měřitelné, ovšem není zanedbatelné. Sponzoring sportovních klubů je oboustranně výhodný. Sportovní kluby získávají podstatnou část financí do svého rozpočtu právě od sponzorů. Každý profesionální sportovní klub potřebuje na své fungování určité finanční prostředky, a čím více sponzorů se mu podaří získat, tím více si může dovolit angažovat dražší (a většinou lepší) hráče. S lepšími hráči pak přichází větší šance na úspěch a s úspěchem přichází účast v mezinárodních

soutěžích, což znamená i více zápasů, ve kterých je logo sponzora prezentováno a více fanoušků, kteří si koupí repliku hráčského dresu s logem sponzora. Je to oboustranně výhodná investice, z tohoto důvodu je v současné době tak hojně využívána.

Podobné je to v případě sponzorství sportovních událostí, ovšem nefunguje zde prvek pozitivních emocí fanoušků, které se díky partnerství částečně přenesou na sponzora, který financuje jejich oblíbený klub. Tento prvek je však nahrazen množstvím diváků, kteří danou událost sledují, a tak se jim logo hlavního sponzora pravděpodobně vryje do paměti. Pokud se jedná o opravdu významnou akci, počet diváků snadno překročí počet příznivců, kteří by takto byli ovlivněni v případě sponzoringu klubu.

Mezinárodní prestiž lze pomocí organizace sportovních událostí získat relativně „snadno“. Země, která je schopná opakovaně úspěšně uspořádat organizačně náročné akce, vysílá ostatním státům signál, že je schopná, má dobré vedení a je ochotná na svém území hostit jejich občany. Sportovní akce se k tomuto cíli hodí především z toho důvodu, že sport zajímá většinu společnosti a dokáže tak jednoduše přilákat pozornost velké části světové veřejnosti.

Vláda může také využívat úspěchů sportovců a národních týmů, přičemž se o tento úspěch nemusela sama nijak výrazně zasadit. Pokud má stát to štěstí, že jej reprezentuje sportovní superstar uznávaná v celém sportovním světě nebo se nějakému sportovci nebo týmu podaří mimořádný úspěch, může vláda využít situace a snažit se alespoň část této popularity převést i na celou zemi.

Schrávání přátelských utkání je další možností, jak může vláda státu posilovat *soft power* země. I v tomto případě je hlavním cílem zvýšit povědomí o zemi a přiblížit zahraničním divákům svou kulturu a hodnoty.

1.4 Metodologický postup

Sportovní diplomacie jako koncept se pomalu vyvíjí a současně vznikají i jednotlivé případové studie o jejím využití různými státy. Přesto se v teoretickém, ale především v empirickém výzkumu tématu nachází velké množství hluchých míst, která je třeba zaplnit. Tato práce vznikla z důvodu zaplnění jedné z těchto mezer ve

výzkumu, a to konkrétně komparace využití sportovní diplomacie Katar, Bahrajnem a Spojenými arabskými emiráty jako nástroje jejich zahraničních politik.

Práce je koncipována jako komparativní případová studie částí zahraničních politik Kataru, Bahrajnu a Spojených arabských emirátů. V práci budeme analyzovat zahraniční politiky vybraných států a jejich zahraničně-politické cíle, kterých se snaží využíváním různých nástrojů sportovní diplomacie dosáhnout. Následně na základě níže uvedených komparačních kritérií porovnáme využití sportovní diplomacie v zahraniční politice těchto tří malých monarchií situovaných v Perském zálivu.

Cílem této práce je zjistit, jakým způsobem využívají Katar, Bahrajn a Spojené arabské emiráty nástroje tzv. sportovní diplomacie ve své zahraniční politice a jaké cíle tím sledují. Ze závěru práce vyplynou odpovědi na tyto výzkumné otázky: Jaké zahraničně-politické cíle Katar, Bahrajn a Spojené arabské emiráty sledují využíváním konceptu sportovní diplomacie? Jak se liší nástroje tzv. sportovní diplomacie, které Katar, Bahrajn a Spojené arabské emiráty využívají ve svých zahraničních politikách ve zkoumaném období 2000–2015?

Po podrobném seznámení se s koncepty sportovní, kulturní a veřejné diplomacie přistoupíme k druhé části sběru dat, tedy analýze většinou primárních zdrojů (např. Národní rozvojová strategie Kataru, oficiální stránky mezinárodních sportovních organizací) o konkrétních případech využití různých typů a nástrojů sportovní diplomacie vybranými státy. Doplnujícími zdroji v této fázi sběru dat budou novinové články o aktivitách vybraných zemí, které souvisejí s uplatňováním sportovní diplomacie v jejich režii.

Na základě závěrů vyplývajících z analyzovaných publikací jsme si stanovili následující komparační kritéria:

- (1) nástroje sportovní diplomacie, které daný stát využívá,
- (2) zahraničně-politické cíle, které daný stát sleduje využíváním sportovní diplomacie.

Získaná data budou analyzována s ohledem na stanovená komparační kritéria a na jejich základě bude vypracován závěr.

2 Případová studie Kataru

Katarská sportovní diplomacie zažívá v posledních letech obrovský rozmach. Charakteristickým rysem katarského pojetí sportovní diplomacie je obrovská všestrannost a široký záběr. Katar si nevybírá jeden či dva sporty, ale snaží se excelovat napříč celým spektrem sportovních aktivit. Můžeme tak zaznamenat nejrůznější aktivity ve sportech jako je fotbal, plavání, gymnastika, lehká atletika, střelba, jezdeckví a mnoho dalších aktivit. Nejen že Katar nelimituje své aktivity podle sportovního odvětví, ale neomezuje se, ani co se týče nástrojů sportovní diplomacie. Za nejvýraznější složku katarské sportovní diplomacie však přesto pravděpodobně můžeme označit organizování celosvětových (koneckonců i regionálních) sportovních akcí a událostí.

V Kataru vládne již od poloviny 18. století dynastie Al-Thání (CIA, 2016[b]). V současné vládě drží její členové několik pozic, včetně postu premiéra, který zastává šejk Abdulláh bin Násir Al-Thání. Premiér je zároveň i ministrem vnitra. Mimo něj sedí ve vládě ještě další dva členové katarské královské rodiny, kteří zastupují pozice ministra zahraničí a ministra hospodářství a obchodu (Council of Ministers, nedatováno). Kromě funkcí ve vládě jsou členové dynastie Al-Thání aktivní i v různých sportovních asociacích a federacích. Současným emírem je šejk Tamím bin Hamad Al-Thání, který zastává mimo jiné i funkci předsedy výkonného výboru Národního olympijského výboru Kataru (BBC, 2015[c]). Do roku 2015 byl navíc i jeho prezidentem. V roce 2002 byl zvolen členem Mezinárodního olympijského výboru (MOV)⁶, kde zasedá až do současnosti (Olympic Movement, nedatováno[e]). V roce 2006 předsedal organizační komisi patnáctých Asijských her. Právě nynější emír je hlavním tahounem sportovní diplomacie Kataru, po jeho nástupu k moci se Katar začal ucházet o organizaci obrovského množství různorodých sportovních událostí, včetně úspěšné nabídky na organizaci MS ve fotbale 2022. Mimo jiné stál i za katarskou nabídkou na hostování Letních olympijských her v roce 2020 (BBC 2013).

⁶ Přestože členem MOV může být zároveň osoba zastávající výkonné či vedoucí funkce některého z Národních olympijských výborů (NOV), neměla by pracovat ve prospěch své země nebo NOV své země, ale naopak zastupovat a prosazovat zájmy MOV ve své zemi. Jednou z pravomocí členů MOV je mimo jiné i volba hostitelského města Olympijských her (MOV 2013: 18, 24).

V této případové studii se budeme konkrétně zabývat jednotlivými nástroji sportovní diplomacie, které Katar ve své zahraniční politice využívá. Podrobně rozebereme jednotlivé praktické případy využití sportu v zahraniční politice Kataru a v závěrečné kapitole vysvětlíme příčiny této strategie.

2.1 Nástroje sportovní diplomacie, které Katar využívá

S ohledem na kapitolu 1.3, ve které jsme si stanovili základní nástroje sportovní diplomacie, zaujímáme stanovisko, že Katar využívá tyto nástroje – účast na olympijských hrách, sponzoring sportovních klubů, sponzoring sportovních událostí a organizace větších či menších sportovních událostí. Pro katarskou sportovní diplomacii jsou kromě těchto vyjmenovaných nástrojů klíčové také dva unikátní projekty, které nelze zařadit do žádné kategorie. Tím prvním je *Aspire Academy*, konkrétně přidružený fotbalový projekt *Football Dreams*. Druhým originálním projektem je organizace fóra *Daubá GOALS*. Jejich zmínění je v této práci nutností, proto jsme pro ně vytvořili samostatnou kapitolu 2.1.5. Každý z výše zmíněných nástrojů využívá Katar v jiné míře a jinak dlouhou dobu. V této kapitole si představíme konkrétní příklady, na kterých budeme ilustrovat, že tyto nástroje Katar skutečně používá a v následující kapitole popíšeme, proč a za jakým účelem.

2.1.1 Účast na olympijských hrách

Katarský olympijský výbor byl založen jen osm let po získání nezávislosti země, tedy v roce 1979, přičemž uznání dosáhl o rok později. Předsedou výboru je současný katarský emír Tamím Bin Hamad Bin Chalífa Al-Thání a prezidentem další člen královské rodiny, konkrétně pátý emírův syn Džúán Bin Hamad Bin Chalífa Al-Thání (Olympic movement, nedatováno[b]). Katarská výprava se doposud zúčastnila osmi letních olympijských her. Poprvé v Los Angeles v roce 1984, dále pak v Soulu v roce 1988, v Barceloně roku 1992, v Atlantě roku 1996, v Sydney v roce 2000, v Athénách v roce 2004, v Pekingu v roce 2008 a v Londýně v roce 2012 (Qatar Olympic Committee, nedatováno[a]). Vzhledem k přirozenému klimatu Arabského poloostrova se v Kataru zimní sporty netěší téměř žádné pozornosti, a tudíž země na zimních olympijských hrách neparticipuje. Tato práce se zabývá časovým obdobím

mezi roky 2000 a 2015, podrobně zde tedy bude rozebrána účast Kataru jen na posledních čtyřech hrách.

V roce 2000 se Letní olympijské hry konaly v australském Sydney, katarští sportovci zde soutěžili v atletických disciplínách, vzpírání, volejbale, plavání a sportovní střelbě (Qatar Olympic Committee, nedatováno[a]). Jedinou olympijskou medaili (bronzovou) pro Katar, celkově druhou v historii⁷, získal Sa'íd Saif Asa'd ve vzpírání (Olympic Movement, nedatováno[d]). V roce 2004 v Athénách usilovali katarští sportovci o medaile ve čtyřech sportech – atletice, vzpírání, plavání a střelbě. Nejlepšími výsledky byla dvě čtvrtá místa. Získali je Músá Ubajd Ámir v běhu na 3000 metrů překážek (*steplechase*) a Násir Al-Attíja ve skeetu. Výprava čítala 16 sportovců, z nichž jeden musel ještě před závody odstoupit kvůli zdravotním problémům (Qatar Olympic Committee, nedatováno[a]). V roce 2008 se Letní olympijské hry konaly v Pekingu v Číně a Katar sem vyslal 22 sportovců, což je největší počet od Barcelony 1992, kdy se her zúčastnil i fotbalový tým. Katar zde měl zastoupení v sedmi sportech – atletika, lukostřelba, plavání, sportovní střelba, šerm, taekwondo a vzpírání, přičemž reprezentant ve vzpírání musel kvůli zranění odstoupit. Žádnou olympijskou medaili se sportovcům reprezentujícím Katar získat nepodařilo (Al-Jabber 2008: 12). V roce 2012 se konaly Olympijské hry v anglickém Londýně a poprvé v historii si Katarští sportovci odváželi z jedné události dvě medaile. Bronz získal Mutaz 'Isa Baršim ve skoku vysokém a na stejné pozici se umístil i Násir Al-Attíja ve skeetu. Se dvěma bronzovými medailemi skončil Katar v hodnocení národů na 75. místě (BBC, 2012[b]). Jak vidno, katarská olympijská výprava nepatří k těm nejúspěšnějším, ovšem postupem času se mírně zvyšuje počet sportovců i sportů, ve kterých má Katar na olympijských hrách zastoupení.

Rok 2012 a Letní olympijské hry v Londýně byly průlomové i v další oblasti. Poprvé v historii byly součástí katarské olympijské výpravy i ženy. Dvanáctičlenná výprava se skládala z osmi mužů a čtyř žen, které reprezentovaly Katar ve střelbě, plavání, stolním tenisu a lehké atletice (BBC, 2012[c]). Podle Katarského olympijského výboru byla snaha vyslat sportovkyně už na Olympijské hry v Pekingu,

⁷ První katarskou medaili získal v roce 1992 v Barceloně Muhammad Ahmad Sulajmán v běhu na 1500 metrů (Olympic Movement, nedatováno[d]).

ovšem žádná se nedokázala kvalifikovat. Do Londýna se podívaly díky divoké kartě, kterou jim udělil Mezinárodní olympijský výbor (Davies, 2012).

Propagace žen ve sportu je v Kataru v současnosti velkým tématem, země se snaží prezentovat jako podporovatel práva žen na praktikování sportu, ovšem v rámci tradiční arabské kultury. V roce 2001 byl založen Katarský ženský sportovní výbor. O jeho existenci se zasadil v té době ještě nástupce tehdejšího emíra Tamím Bin Hamad Al-Thání a jeho matka Múzá Bint Násir. Výbor si vytkl za cíl podporu katarských sportovkyň a zvýšení participace žen ve sportovních aktivitách (Qatar Olympic Committee, nedatováno[c]). Ženy sice nyní mají svou vlastní fotbalovou i basketbalovou ligu a jsou pro ně budována sportovní střediska, na veřejnosti jsou však obě pohlaví stále výrazně oddělena (Davies, 2012).

Do Letních olympijských her v Londýně 2012 (včetně) získali sportovci reprezentující Katar čtyři bronzové medaile, ovšem jen dva z nich jsou rodilí Katarané. Katar totiž výrazně využívá strategie tzv. naturalizace. Jedná se o proces, kdy se občan jedné země stane občanem země jiné. V mezinárodním sportu se jedná o celkem běžnou praxi, děti emigrantů často chtějí reprezentovat zemi svých předků – ať už kvůli historickým poutům nebo čistě z pragmatických důvodů (například v druhé zemi nemusí být taková konkurence, tím pádem se jim zvyšuje šance na nominaci na reprezentační události). V jiných případech se jedná jednoduše o sportovní přestup, to znamená, že sportovci je jeho novou zemí za změnu občanství zapláceno.

První „nákup“ provedl Katarský olympijský výbor v roce 1999, kdy se dohodl se sedmi bulharskými vzpěrači na změně jejich občanství s tím, že budou soutěžit za Katar. Tato strategie přinesla první výsledky v roce 2000 na Olympijských hrách v Sydney, kdy Saíd Saif Asad (původním jménem Angel Popov) získal bronzovou medaili ve váhové kategorii do 105 kg. Procesem naturalizace prošlo i několik keňských běžců, dále se Katar zaměřuje například na plavání (Nichols, 2005).

V poslední době byla tato debata v souvislosti s Katarem otevřena před a během Mistrovství světa mužů v házené 2015 a také v souvislosti s Mistrovstvím světa ve fotbale 2022. Obě tyto události byly, respektive budou organizovány v Dauhá, přičemž z pravidel příslušných sportovních organizací vyplývá, že národní

tým země, která turnaj organizuje, je automaticky kvalifikován. Pro Katar je toto jedinečná příležitost, jak na sebe ještě více upozornit, a to nejen tím, že umí hladce zorganizovat průběh finálové části turnaje, ale i vlastním sportovním úspěchem. S přihlédnutím k současné společenské situaci v Kataru, kdy z celkové populace 2,3 mil. obyvatel má jen 278 tisíc z nich status občana (údaje jsou k listopadu 2014), a tedy mohou Katar reprezentovat, není divu, že důraz na sportovní úspěch zde převáží nad moderním nacionalismem, jak jej známe z evropských společností (BQ Magazine, 2014).

Z výše uvedeného můžeme vidět, že Kataru na výsledcích olympijských her záleží a nechce jen pasivně čekat, až se *Aspire Academy* podaří vychovat globálně konkurenceschopné sportovce. Vychovávání elitních sportovců je běh na dlouhou trať a je k němu potřeba nejen soustavná dlouhodobá činnost vyhledávání talentů, ale i velká trpělivost. A tu Katar zřejmě nemá. K vytvoření sportovní kultury a historie v zemi je potřeba dlouhého časového horizontu, během kterého se obyvatelstvo se sportovními disciplínami a sportovci ztotožní. Jednou z hlavních překážek, které musí Katar překonat, pokud si chce dlouhodobě vychovávat vlastní sportovce, je právě nízká míra zakořenění sportu ve společnosti. Ve srovnání s velmi úspěšnými zeměmi (co se týče získaných olympijských medailí) začal Katar s propagací sportu relativně pozdě, až ve čtyřicátých letech minulého století, kdy tam zahraniční pracovníci zavedli sporty jako fotbal, kriket, tenis, golf atd. Většina sportovních klubů v Kataru vznikla se zaměřením na fotbal, postupem času se však transformovala do víceúčelových klubů, které podporují několik sportovních odvětví (Qatar Olympic Committee, nedatováno[a]). Vysoká míra naturalizace sice přináší (téměř) okamžité výsledky, ovšem znemožňuje běžným Kataránům ztotožnění se se sportovci a jejich „zbožštění“ do takové míry, že by sami začali chtít praktikovat sport, který proslavil jejich idol. Tato situace funguje také samozřejmě opačným směrem, tedy že kvůli nízké míře sportovní aktivity mezi obyvateli Kataru nezůstává elitám jiná možnost, než využít naturalizace, aby bylo možné sestavit domácí ligy alespoň v několika nejoblíbenějších sportech jako je fotbal, atletika, stolní tenis a házená (Amara, 2012: 30).

Navíc tato strategie není příliš oblíbená u zahraniční veřejnosti. Katarský házenkářský tým, který se v roce 2015 probíjoval až do samého finále mistrovství světa, byl téměř bez výjimky složen z naturalizovaných sportovců. Katarský tým tvořili pouze dva hráči narození v Kataru, ostatní hráči pocházeli z Bosny a Hercegoviny, Černé Hory, Egypta, Francie, Sýrie, Španělska, Íránu a Kuby (IHF, 2015). Fanoušky takového sportovce nebo týmu, ve kterém hraje, bývá takovýto „přestup“ vnímán negativně, někdy dokonce i jako zrada. Celkově proces sportovních přestupů v rámci států výměnou za finanční obnos znevažuje jak samotného sportovce, zemi, která jej „koupila“, i samotný sport. Začíná se vytrácet vlastenectví a finance hrají čím dál větší roli. Obecně se dá říci, že se jedná o značně kontroverzní strategii a jen čas ukáže, jestli bylo její použití v případě Kataru správné.

2.1.2 Sponzoring sportovních klubů

Emír Tamím Bin Hamad Al-Thání je hlavou představenstva katarského suverénního fondu *Qatar Investment Authority*, spravující státní investice. V roce 2005 založil současný emír přidruženou investiční společnost *Qatar Sports Investments* (QSI), jejímž cílem je podle svých oficiálních stránek propagovat Katar jako „*kosmopolitní hlavní centrum sportu*“ (QSI, nedatováno[b]; BBC, 2013). Tato společnost se specializuje na sportovní a zábavní průmysl a její hlavní ambicí je investovat do výdělečných projektů nejen přímo v Kataru, ale i mezinárodně (QSI, nedatováno[c]).

Co se týče sponzorování sportovních klubů, QSI se zaměřuje na tradiční velkokluby z prestižních západoevropských fotbalových soutěží. Jediným úspěchem pro Katar bylo podepsání smlouvy QSI se španělským prvoligovým fotbalovým klubem *FC Barcelona* v roce 2010 na pět let. Tato smlouva mimo jiné zajišťovala soukromé neziskové organizaci *Qatar Foundation for Education, Science and Community Development* (QF)⁸ umístění jejího loga na privilegovaném místě na oficiálním barcelonském dresu. Tento počín je mimořádný nejen tím, že se jednalo o doposud největší investici do sportovního klubu v historii, ale také proto, že *FC*

⁸ *Qatar Foundation* je soukromá nezisková organizace založená v roce 1995 emírem Kataru Hamádem bin Khalífou al-Tháním a jeho druhou ženou Mozah bint Nasserovou, která je zároveň i předsedkyní organizace. Organizace si vytkla za cíl vychovat nové vůdce Kataru. Také chce přispět k lidskému rozvoji na národní, regionální i mezinárodní úrovni (QF, nedatováno).

Barcelona se doposud komerčnímu využití svého dresu bránila. Od roku 2006 například barcelonští hráči nosili na hrudi logo Dětského fondu OSN UNICEF, který za toto umístění nezaplatil ani korunu. Vedení klubu *FC Barcelona* bylo ke změně své politiky donuceno s přihlédnutím k ekonomické situaci klubu a obrovskému dluhu, se kterým se v té době klub potýkal (BBC, 2010). Od sezóny 2013/2014 bylo logo *Qatar Foundation* na dresu *FC Barcelony* nahrazeno logem *Qatar Airways*, to vše stále v rámci smlouvy s QSI (FC Barcelona, 2012). K prodloužení smlouvy s aerolinkami na další čtyři roky mělo dojít v roce 2015, ale zatím se tak nestalo (Jenson, 2015).

Dalším západoevropským fotbalovým klubem, se kterým je QSI spojena, je *Paris Saint-Germain* (PSG). V roce 2011 QSI odkoupila většinu (70 %) akcií tohoto francouzského prvoligového klubu, o rok později přidala zbývajících 30 %, čímž se stala jeho jediným vlastníkem (QSI, nedatováno[a]). Generálním ředitelem klubu se zároveň stal Násir Al-Chilajfí, předseda QSI (Conn, 2011). Mezi čtyřmi „top sponzory“ PSG momentálně (k únoru 2016) figuruje *Ooredoo*⁹ a Katarská národní banka (QNB). Hlavními partnery klubu jsou *Aspetar* a *Aspire Academy*¹⁰ (PSG, 2016).

Všechny tyto společnosti mají společné dvě věci: jsou nějakým způsobem napojené na královskou rodinu (místopředsedou QNB je opět šejk Abdulláh Bin Muhammad Bin Saúd Al-Thání, členy představenstva jsou další dva členové královské rodiny) a začaly PSG sponzorovat až poté, co QSI odkoupila akcie klubu (QNB, nedatováno).

V lednu 2016 uzavřel německý fotbalový klub *FC Bayern Mnichov* kontrakt s letištěm *Hamad International Airport* v Dauhá, které je spravované katarskými aerolinkami *Qatar Airways*. Smlouva začne platit od sezóny 2016/2017 a její součástí je zobrazení loga letiště na reklamních bannerech při zápasech Bayernu v Allianz aréně. Přesná částka kontraktu zveřejněna nebyla, letiště se však bude řadit mezi platinové sponzory klubu (ESPN FC, 2016; QNA, 2016).

⁹ Ooredoo je katarská telekomunikační firma, jejímž předsedou je člen královské rodiny šejk Abdulláh Bin Muhammad Bin Saúd Al-Thání. Tato firma začala PSG sponzorovat v roce 2013 (smlouva byla uzavřena do roku 2018), společným cílem obou celků má být vytváření příležitostí pro mladé lidi všude po světě a podpora lidského rozvoje (PSG, 2013[b]).

¹⁰ *Aspetar* je nemocnice specializovaná na ortopedii a sportovní medicínu se sídlem v Dauhá. Partnerem PSG se stala na konci roku 2014 a smlouva byla uzavřena do konce sezóny 2016/17 (PSG, 2014). *Aspetar* patří do skupiny *Aspire Zone Foundation*, stejně tak jako *Academy*, která sama o sobě také sponzoruje tento francouzský klub (více o projektu viz kapitola 2.1.5).

2.1.3 Sponzoring sportovních událostí

Taktika sponzorování různých sportovních událostí nemá v katarské strategii takovou prioritu jako ostatní nástroje sportovní diplomacie, přesto je důležité se o ní minimálně zmínit. Katar se na rozdíl například od Spojených arabských emirátů zaměřuje především na sponzoring lokálních sportovních akcí a kupodivu vynechává fotbal, nejoblíbenější hru světa. Katarské firmy s napojením na královskou rodinu nebo Katarský olympijský výbor byly hlavními sponzory dvou největších (přestože v západním světě relativně opomíjených) asijských sportovních událostí konaných v Dauhá mezi roky 2000 a 2015 – Asijských her v roce 2006 a Pan-arabských her v roce 2011. Prestižními partnery Asijských her 2006 se staly *Qatar Airways*, Katarská národní banka a *QTel*, který se později přejmenoval na *Ooredoo* (DAGOC, nedatováno). *QTel* sponzoroval i Arabské hry v roce 2011 (Ooredoo, 2011). Obě události jsou popsány v kapitole 2.1.4 jako sportovní akce organizované v Kataru v námi vymezeném časovém období.

Katarské aerolinky samy o sobě sponzorují několik sportovních událostí a rozhodně se nezaměřují na jeden nebo vybranou skupinu sportů. Od roku 1993 sponzorují *Dubai Tennis Championships*, od roku 2004 jsou oficiálními aerolinkami dostihových závodů *Dubai Grand Racing*. Dále můžeme jmenovat *Euro Hockey Nations Championships 2007*, *International Powerboat Championship Race* či golfový turnaj *Commercial Bank Qatar Masters* (Amara 2012: 99).

Další sportovní událostí konanou v Kataru a sponzorovanou katarskými společnostmi je *The Tour of Qatar*. Tento profesionální cyklistický závod se jezdí každoročně v únoru již od roku 2002. Je organizován Katarskou cyklistickou federací a mezi hlavními sponzory opět figurují katarské aerolinky a *Fuego*, společnost specializující se na webový design, se sídlem v Kataru (Tour of Qatar, nedatováno; Fuego, nedatováno).

Jezdectví je sportem, který se v západním světě netěší takové popularitě jako různé týmové sporty či tenis, ale v Kataru je značně oblíbený. Důkazem může být *QIPCO Holding* – soukromá společnost vlastněná šesti bratry, synovci současného emíra Kataru. *QIPCO* od roku 2011 sponzoruje *British Champions Series*, což je série

rovinových dostihů. Závodí se v pěti kategoriích a jedná se o jedny z nejprestižnějších dostihových závodů na světě (British Champions Series, nedatováno). Tím nejznámějším z nich je bezesporu *Royal Ascot*, který sám o sobě také neunikl pozornosti katarské společnosti a je jí také sponzorován. *QIPCO* si v Británii koupila také několik dostihových koní, takže její průnik do britského jezdeckví je vskutku enormní (Cook, 2015).

Celkově se sponzoring sportovních událostí v případě Kataru zaměřuje především na domácí veřejnost, výše uvedené události jsou spíše výjimky. Většina sponzorovaných sportovních akcí jsou ryze národní katarské události, jako například různé místní turnaje v golfu či tenisu. Tato případová studie se zabývá především katarskou zahraniční politikou a využitím sportovní diplomacie v jejím rámci, proto se těmito akcím podrobněji věnovat nebudeme.

2.1.4 Organizace sportovních událostí

Na rozdíl od sponzorování jednotlivých sportovních akcí je jejich přímá organizace jedním z hlavních (ne-li tím nejhlavnějším) nástrojem sportovní diplomacie, který Katar ve své zahraniční politice v poslední době využívá. Během posledních šestnácti let se Katar ucházel o organizaci obrovského množství sportovních událostí ze všech možných sportovních odvětvích a právo organizovat získal u velké části z nich. Jen od dubna 2015 (do roku 2022, kdy bude organizovat mistrovství světa ve fotbale) Katarský olympijský výbor eviduje 107 místních, regionálních i celosvětových sportovních soutěží, závodů a turnajů. V této práci se zaměříme na ty události, které byly něčím významné, jako jsou například Asijské hry 2006, Pan-arabské hry 2011, mítinky Diamantové ligy, organizování nabídky na MS ve fotbale 2022 i neúspěšné nabídky na hostování Letních olympijských her 2016 a 2020 (Qatar Olympic Committee, nedatováno[b]).

První významnou sportovní akcí, jejíž organizace je udělována na základě soutěže o pořadatelství, a která byla přidělena Kataru, byly Asijské hry v roce 2006.¹¹

¹¹ Jedná se o druhé největší víceúčelové sportovní hry, hned po olympijských hrách co do počtu účastníků i soutěžních sportů. Jsou pořádány Asijskou olympijskou radou, která je tvořena Národními olympijskými výbory jednotlivých asijských států. Asijské hry se konají každé čtyři roky a postupem času se zvyšuje počet soutěžících národů i počet sportovních disciplín (Olympic Council of Asia, nedatováno[a]).

V roce 2006 se konaly v pořadí patnácté Asijské hry a tentokrát se poprvé v historii objevily na arabském poloostrově i celkově v arabském světě (Olympic Council of Asia, nedatováno[b]). Asijské hry, stejně jako ty olympijské, jsou udělovány vždy konkrétnímu městu. V případě Kataru byla nabídka na pořádání podána hlavním městem Dauhá. Jeho soupeři byli Hongkong, Kuala Lumpur a Nové Dillí. Když se v listopadu roku 2000 Asijská olympijská rada usnesla, že další hry se budou konat v tomto malém arabském státě, mělo to ohromný dopad na katarskou sebedůvěru (BBC, 2000). Přidělení takto významné události se stalo důkazem, že i malá muslimská země může dostat šanci prezentovat se ve světě sportu jako významný aktér, který se schopen úspěšně zorganizovat takto náročnou akci. Pravá „zkouška ohněm“ přišla však až v roce 2006, kdy se mělo ukázat, že je toho opravdu schopná a vše proběhne bez větších zádrhelů. Akce byla vskutku úspěšná, jednalo se o doposud největší Asijské hry co do počtu účastníků, zúčastnilo se jich všech 45 členských států Asijské olympijské rady a zaznamenaly obrovský úspěch (Olympic Council of Asia, nedatováno[b]). Právě v tomto okamžiku se dostal katarský zájem o pořádání nejrůznějších sportovních akcí do pořádných obrátek a s nově nabytou sebedůvěrou se Katarský olympijský výbor sverpě zaměřil i na metu nejvyšší – olympijské hry. Poprvé se Dauhá nabídlo jako pořadatelské město Letních olympijských her pro rok 2016, ovšem katarský sen zůstal do dnešní doby nenaplněn (Amara, 2012: 29 – 30). Rok 2000 tedy můžeme označit za počátek nově nastoupené cesty směrem ke sportovnímu úspěchu, Katar se začal přetvářet z neznámé ropné monarchie na moderní světové centrum mezinárodního sportu, obchodu a diplomacie (Pavgi – Kadaba, 2012: 1 – 2).

Jedním ze sportů, který má v Kataru jistou tradici, je bezpochyby tenis. *ATP Qatar Open* (momentálně pojmenovaný *Qatar ExxonMobil Open*) se koná v Dauhá každoročně již od roku 1993. Důležitým přelomovým bodem byl však až rok 2001, kdy se zde poprvé v historii na Blízkém východě konal také tenisový turnaj žen, konkrétně *WTA Qatar Ladies Open* (momentálně *Qatar Total Open*). Tento krok opět potvrzuje nově nastolenou katarskou strategii prezentovat se jako otevřená, kosmopolitní, moderní země, která je centrem globálního sportu jak pro muže, tak i pro ženy (Qatar Tennis Federation, nedatováno).

Od roku 2010 se v Kataru také každý rok v květnu koná jeden z mítinků Diamantové ligy, což je série závodů v různých disciplínách lehké atletiky. Pro Katar je to další potvrzení, že se jeho globální sportovní diplomacie vyplácí. Diamantová liga totiž nahradila Zlatou ligu, která byla původně určena jen pro evropské země. Se změnou názvu přišlo i geografické rozšíření do světa, ovšem jen do tří zemí – Číny (Šanghaj), USA (Eugene) a Kataru (Dauhá). Fakt, že si Mezinárodní asociace atletických federací vybrala Dauhá jako jednu ze tří nových zastávek, naznačuje, že je katarská strategie úspěšná a nosí ovoce (Diamond League AG, nedatováno). V roce 2010 se v Dauhá zároveň konalo i Halové mistrovství světa v atletice. Také v tomto případě se Kataru podařilo uspořádat akci, která překonala všechna dosavadní setkání v počtu zúčastněných zemí. Zároveň se Kataru podařilo zajistit si historické prvenství v organizaci tohoto šampionátu na Blízkém východě (IAAF, 2010). Kataru se povedlo přivést do Dauhá i Mistrovství světa v atletice 2019, které svým významem přesahuje to halové. Dauhá se ucházelo už o pořadatelsví v roce 2017, ovšem tehdy bylo poraženo Londýnem (BBC, 2014).

S ohledem na to, že regionální rivalové Kataru ve snaze stát se světovým sportovním centrem dokázali na své území přilákat snad jedinou sportovní událost, která Kataru doposud schází, není překvapivé, že si Dauhá brousí zuby i na vlastní závod v sérii Formule 1. Od roku 2004 se na okruhu *Losail* jezdí závod MotoGP, ovšem tato prestižní automobilová přehlídka zde stále chybí. V roce 2015 odhalila Katarská motorová a motocyklová federace veřejnosti své plány na získání místa v sérii závodů Formule 1, doposud však dohody dosaženo nebylo. Jak poznamenal prezident federace, Katar má zájem na vybudování silné kultury motorsportu v regionu a doufá, že se země stane sportovním centrem na Blízkém východě (GP Update, 2014). V cestě k realizaci této myšlenky stojí ovšem Bahrajn, který disponuje hlasovacím právem (a právem veta) v rozhodovacím procesu o dalších závodech v regionu. Proto se společnost *Qatar Investment Authority* uchýlila k jiné strategii, a to k odkoupení akcií celé série Formule 1, z čehož by plynul zisk rozhodovacích pravomocí (Sylt, 2015). Ještě na podzim 2015 však stále nebylo jasné, jestli se tento krok podaří uskutečnit a jestli se Kataru jeho sen o Formuli 1 konečně vyplní (Johnson, 2015).

Toto je jen miniaturní zlomek všech sportovních akcí konaných v posledních patnácti letech v Kataru. Jako další můžeme jmenovat například Asijský fotbalový pohár 2011, Mistrovství světa v házené mužů 2015 atd. Ovšem katarské pozornosti neunikly ani další sporty jako golf, cyklistika, box (Mezinárodní turnaj boxu v Dauhá 2015, Mistrovství světa v boxu 2015), basketbal, plachtění (*Qatar Sailing Open 2015*), plavání (Mistrovství světa FINA 2014), šerm, vzpírání či bowling (Qatar Olympic Committee, 2011[b]).

Absolutním cílem je pro globální sportovní centrum úspěšná organizace olympijských her. Katar si stanovil jako dlouhodobý cíl získat pro sebe ty letní takřka hned po zisku pořadatelství MS ve fotbale 2022 v roce 2010. Zdá se to logické, vyšší meta v pořadatelství globálních sportovních soutěží neexistuje a katarské sebevědomí v tomto období zažívá obrovský rozmach, který je jen umocňován úspěšnými nabídkami na pořadatelství nejrůznějších sportovních akcí. Žádost o pořadatelství LOH 2016 a 2020 byla však Kataru zamítnuta hned v prvním kole, hlavním argumentem byly klimatické podmínky a obrovská horka, která v Kataru v létě běžně panují. Původně se Katar chtěl bez dalšího rozmyšlení ucházet i o Olympijské hry v roce 2024, ovšem v průběhu času začaly katarské autority váhat a žádost, která musela být odeslána nejpozději v září 2015, nakonec nepodaly. Generální tajemník Katarského olympijského výboru však potvrdil, že získání pořadatelství olympijských her je stále prioritou, podání žádosti je jen otázkou času (Walker, 2015).

Využívání sportu jako nástroje zahraniční politiky má i svá na první pohled skrytá úskalí. Jak připomíná Derek Shearer (2014: 2), stát a jeho vláda může jen stěží ovlivnit, jakým způsobem bude sportovní diplomacie dané země (nejčastěji se jedná o organizaci sportovních událostí) přijímána a rámována v zahraničních médiích a jak následně bude přijímána zahraniční veřejností. Organizace velkých sportovních událostí přitahuje pozornost zahraničních médií, která mohou na světlo světa vytáhnout i méně lichotivé informace například o životě v dané zemi nebo praktikách místního režimu. V případě Kataru se stalo hned několikrát, že pečlivě budovaný obraz globální kosmopolitní otevřené země byl poškozen v souvislosti s pozorností, kterou na sebe země upoutala pořádáním MS ve fotbale 2022. Nejpalcivější otázkou v současné době je dodržování lidských práv převážně nepálských dělníků při stavbě

stadionů na Mistrovství světa v házené mužů 2015 a Mistrovství světa ve fotbale 2022. Zahraniční média a nevládní organizace (např. Gibbson – Pattison 2014; Amnesty International, 2016) informovala o několika případech, kdy v důsledku špatných pracovních a bezpečnostních podmínek údajně přišlo o život při stavbě příslušných stadionů několik desítek (někdy je uváděno až 1200) převážně nepálských dělníků (Gibbson – Pattison 2014). Toto zajisté není zpráva, kterou by Katar chtěl do světa vypustit dobrovolně, protože ohrožuje obraz Kataru jako dobrého mezinárodního občana, proto ji také oficiálně popírá. Dalším skandálem, který je v současnosti stále neukončený a nevyřešený, je údajná korupce při přidělování organizátorství Mistrovství světa ve fotbale 2022 (a 2018, které se bude konat v Rusku). Některá světová média (např. Rumsby, 2015; Gibson, 2015; Graham, 2015) informovala o možném poskytnutí úplatku členům výkonného výboru FIFA, který zodpovídá za přidělování organizátorství mistrovství světa. Hlasování o pořadatelsví Mistrovství světa 2018 a 2022 proběhlo v prosinci roku 2010 a stejně jako ostatní hlasování probíhalo za zavřenými dveřmi. Ihned po zveřejnění výsledků se začala objevovat podezření, že s hlasováním nebylo něco v pořádku. Během posledních pěti let se skandál rozrostl do obřích rozměrů, nyní je v souvislosti s touto kauzou zmiňováno i praní špinavých peněz, pochybný prodej televizních práv a daňové podvody (Česká televize, 2015). V květnu 2015 došlo v souvislosti s touto kauzou k zatčení několika fotbalových funkcionářů, další kolo zatýkání proběhlo v prosinci 2015, rozsudek však doposud nepadl (BBC, 2015[b]). Přesto všechno je již obrázek o Kataru u informované globální (fotbalové) veřejnosti značně pošramocený, sportovní fanoušci jsou často vůči braní úplatků velmi skeptičtí. Ovšem lidé snadno zapomínají, a pokud se Kataru podaří současnou krizi ustát, je pravděpodobné, že se z celé této kauzy stane jen jedna téměř zapomenutá kapitola v dávné historii.

2.1.5 Unikátní nástroje sportovní diplomacie Kataru

Katar se na sportovní úspěch zaměřuje opravdu ze všech úhlů. Jak poznamenává Campbell (2011: 50), katarská strategie investování do sportu se nenechává omezovat ekonomickou návratností projektů, hlavním hnacím motorem je zisk mezinárodního statutu a prestiže. Díky enormnímu bohatství se Katar nemusí

v cestě za svým cílem nijak výrazně omezovat. Jedním ze specifických katarských projektů, kterými země dále posouvá svůj sen stát se obecně uznávaným centrem mezinárodního sportu, je *Aspire Academy*. Založená v roce 2004, má akademie za úkol vyhledávat a vychovávat budoucí katarské fotbalisty (*Aspire Academy*, nedatováno[a]). Akademie je součástí takzvané *Aspire Zone*, což je pompézní megalomanský projekt, který odráží katarskou vůli „dát do toho všechno“, ať to stojí, co to stojí. Celý sportovní komplex obsahuje 13 sportovišť, fotbalový stadion pro 17 tisíc diváků, hotel, olympijský bazén a zázemí pro sportovce, včetně sportovní kliniky *Aspetar*. Zimní přípravu zde tráví i fotbalový tým *Paris Saint-Germain* (PSG, 2013[a]). *Aspire Academy* nejen že vychovává budoucí katarské sportovce, ale pomáhá i talentovaným mladým sportovcům ze zemí globálního jihu, kteří neměli takové štěstí na sportovní infrastrukturu ve svých zemích. Projekt nazvaný *Football Dreams* každý rok nabídne několika vybraným třináctiletým fotbalistům z Afriky, Asie a střední a jižní Ameriky možnost stát se profesionálním fotbalistou bez placení jakýchkoli nákladů. Vybraní jedinci, kteří úspěšně projdou zkouškami, jsou pozváni do *Aspire* akademií v Dauhá a Senegalu, přičemž náklady na jejich trénink, ubytování, stravování a vzdělání jsou pokryty akademií. Absolventi těchto akademií dostanou možnost zahrát si v druholigovém belgickém fotbalovém klubu *KAS Eupen*, který *Aspire Academy* v roce 2012 zakoupila právě pro tyto účely. Hráči zde mají možnost porovnat své schopnosti s ostatními hráči hrajícími na evropském kontinentu a získat tak cenné zkušenosti (Reiche, 2014: 7). Tento projekt je možné označit jako formu rozvojové či humanitární spolupráce, podle oficiálních stránek *Aspire Academy* je zaměřen na podporu mladých talentovaných fotbalistů, kteří by jinak neměli šanci jednak na řádné vzdělání ani na rozvoj svého talentu. Dalším projektem, který *Aspire Academy* spustila za účelem humanitární pomoci rozvojovým zemím je *Football Combating Malaria*. Oba tyto projekty jsou součástí společenské odpovědnosti firmy, čímž také přispívají ke zlepšení obrazu o Kataru v očích mezinárodní veřejnosti (*Aspire Academy*, nedatováno[b]).

Dalším projektem v rámci *Aspire Zone* jsou každoroční mítinky GOALS (*Gathering Of All Leaders in Sport*). Toto fórum bylo založeno pod patronátem současného katarského emíra v roce 2012. Účelem projektu je přivést na jedno místo všechny důležité osoby v globálním sportu: výkonné ředitele, vládní úředníky,

sportovce, nevládní organizace, představitele federací, trenéry, manažery, lékařské experty, prostě všechny, kteří jsou v globálním sportu nějak zainteresovaní, a poskytnout jim prostor pro vyjádření svých názorů a možnost o nich diskutovat. Témata, která by se na mítincích měla řešit, se týkají ekonomického rozvoje pomocí sportu, blahobytu sportovců, vedení federací, sportu jako nástroje pro vzdělávání mladých, integrace žen a minorit pomocí sportu a mezikulturní spolupráce (Aspire Zone, nedatováno).

2.2 Cíle sportovní diplomacie Kataru

V národní *Strategii sportovního sektoru* (Qatar Olympic Committee, 2011: 6) můžeme nalézt tvrzení, že sportovní události a sportovci pomáhají mimo jiné zvyšovat katarský regionální a globální profil. Jak píše Xavier Ginesta (2013: 75 – 76), mezinárodní sport – a především fotbal, vzhledem k jeho celosvětové oblíbenosti – je ideálním prostředkem pro sponzory, jak o sobě dát vědět a upozornit na sebe. Sportovní události jsou vysílány nepřeborným množstvím televizních stanic, což usnadňuje sponzorům sebezprezentaci u široké globální veřejnosti. Katar si tuto výhodu uvědomil, a protože je občasně kritizován za domácí politickou situaci a nedostatek demokracie, využívá všech možných způsobů, jak se prezentovat jako otevřená země, která touží po uznání v západním světě. Sport je podle něj zároveň legitimizačním prostředkem hlasu Kataru ve světě a jeho pomocí se chce země prezentovat jako důležitý politický aktér v Perském zálivu. Zisk regionální prestiže jako jeden z cílů zahraniční politiky Kataru podobně zdůrazňuje i Reiche (2014: 11). Katar se tímto způsobem snaží vysílat do světa zprávu, že je schopný (a ochotný) opakovaně pořádat finančně i organizačně náročné sportovní události. Dává tím najevo, že je to schopný stát, se kterým stojí za to navázat přátelství.

Katar má sice obrovské zásoby ropy a zemního plynu¹², ovšem i ty se jednou vyčerpají, proto začal pracovat na vytvoření alespoň částečně diverzifikované ekonomiky. Investuje se především do sektorů stavitelství a finančnictví. Role

¹² Katar má zásoby obou těchto surovin cca na 56 let a dokáže z této výhody značně těžit, díky nim okupuje nejvyšší příčku v pořadí HDP na hlavu na světě. Státní ekonomika je na těžbě ropy a především zemního plynu silně závislá, jelikož tvoří 92 % výnosů z exportu a 56 % vládních příjmů (CIA, 2016[b]).

stavebnictví narůstá také v souvislosti s přípravou země na mistrovství světa ve fotbale, které bude země hostit v roce 2022 (CIA, 2016[b]). Jedním z nástrojů, jak diverzifikace dosáhnout, je zpráva *Qatar National Vision 2030*, která byla publikována v červenci 2008 a vyzývá k využívání bohatství z nerostných surovin k vytvoření ekonomiky, která nebude závislá na těžbě ropy a zemního plynu. Základním cílem zprávy je vytvořit moderní znalostní ekonomiku (Ministry of Development Planning and Statistics, 2008: 28 – 33).

Investice do sportovního úspěchu může být také důvodem pro zlepšení infrastruktury země, toto se týká především nově se rozvíjejících ekonomik. Nejedná se jen o stadiony, ale i další fyzickou infrastrukturu, jako jsou silnice, železnice, letiště, přístavy, telekomunikace, hotely a další stavby, které podporují zahraniční investice v zemi a turistický ruch. V případě Kataru je možné tento fenomén zaznamenat především v souvislosti s hostováním Mistrovství světa ve fotbale 2022. Infrastruktura by se v Kataru rozvíjela i bez této události, ovšem mistrovství světa stanovuje konečné datum, kdy musí být dokončena. Urychlena tak byla například výstavba první části metra v Dauhá či vybudování silničního spojení mezi Katarom a Bahrajnem (Reiche, 2014: 9).

Úspěšně zorganizované pořadatelské velkého množství sportovních akcí přiláká do země velké množství turistů a upozorní zahraniční investory na možnost nových perspektivních zakázek. Sportovní akce navíc tím, jak lákají zahraniční turisty, zvyšují příjmy hotelům, restauracím, obchodním centrům a dalším společnostem žijícím z cestovního ruchu. Vzhledem k tomu, že Katar je závislý na zahraniční pracovní síle, je třeba nějakým způsobem přilákat i vzdělanější pracovní sílu, než jen stavební dělníky a chůvy, kteří beztak do země přichází už nyní. Jak uvádí katarská *Strategie sportovního sektoru*: „nabídka kvalitního sportovního zařízení a služeb, včetně venkovního rekreačního vybavení, také přispívá k tomu, aby se z Kataru stala atraktivní destinace pro práci, život i dovolenou“ (Qatar Olympic Committee, 2011: 6). Dalšími zdroji příjmů jsou prodej lístků na soutěže, zápasy a utkání, prodej reklamních předmětů a prodej televizních práv. I takové položky nejsou úplně zanedbatelné (Reiche, 2014: 8 –9).

Národní *Strategie sportovního sektoru* prezentuje tři motivy pro sportovní úspěch: rozvoj zdravého národa, vytváření přátelství a zlepšení vztahů mezi národy a přeměna

Kataru na globální sportovní centrum (Qatar Olympic Committee, 2011: 10). Podle Reicheho (2014: 11) ovšem Kataru nejde tak úplně o zlepšování vztahů mezi různými státy jako spíše o vztahy Kataru s jinými státy. Konkrétně v případě Kataru propagace sportovního úspěchu přispívá k národní bezpečnosti a udržení vládnoucí rodiny u moci. Tato strategie se ukazuje jako nutná s přihlédnutím ke geopolitickým determinantům Kataru. Územně i počtem obyvatel malá země, obklopená relativně velkými sousedy (např. Saúdská Arábie, Írán), kteří navíc nejsou v zahraničně-politických zájmech naladěni na stejnou vlnu, nemůže předpokládat, že by si někdy dokázala vybudovat dostatečně silnou armádu na jejich odstrašování. Navíc je s přihlédnutím k historickým okolnostem (napadení Kuvajtu Irákem nebo fakt, že Katar byl až do roku 1971 téměř vždy pod něčí nadvládou) zřejmé, že Katar nechce jen pasivně čekat, až někdo cizí bude opět utvářet jeho osud. Podobný názor zastávají i Kadaba a Pavgi (2012: 2), když tvrdí, že využití sportu jako nástroje diplomacie v zahraniční politice Kataru je jen logické, právě kvůli jeho malé vojenské i ekonomické síle v regionu.

Kataru se během několika málo let povedlo úspěšně se adaptovat do role regionálního i světového centra sportu, povedlo se mu přilákat do Dauhá několik významných sportovních akcí, z nichž se některé každý rok vracejí (Reiche 2014: 4). I přes určitou kritiku některých jeho postupů se Kataru podařilo splnit první úkol, který si stanovil hned po zisku nezávislosti – být viděn.

Na základě výše zmíněných skutečností tvrdíme, že Katar ve své zahraniční politice sleduje různé cíle sportovní diplomacie, jak jsme si je nadefinovali v první části práce. V oficiálních dokumentech jsou často zmiňovány cíle jako prosazování mírových a přátelských vztahů na globální úrovni nebo ekonomické cíle, které přispějí k lepší pozici země v mezinárodním společenství. Zároveň je kladen důraz na budování mezinárodní prestiže, dobrého obrazu ve světě a vytváření přátelství s ostatními státy. Tím, že si Katar buduje dobré vztahy s jinými státy, si zároveň zajišťuje i národní bezpečnost. Pokud je stát na mezinárodní úrovni dobře přijímán, je větší pravděpodobnost, že se za něj v případném konfliktu ostatní státy postaví.

3 Případová studie Bahrajnu

Bahrajnský model využívání sportovní diplomacie v zahraniční politice se od toho katarského značně liší. Díky nejdivezifikovanější ekonomice v regionu Perského zálivu se nemusí toto malé ostrovní království snažit takovou mírou o diverzifikaci svého hospodářství pomocí sportu a sportovních událostí jako právě Katar. Mezi klíčové oblasti bahrajnské ekonomiky nyní patří kromě těžby ropy a zemního plynu také finančnictví, logistika, komunikace a obchod s nemovitostmi (Bahrain Economic Development Board, nedatováno[a]; Kingdom of Bahrain Ministry of Foreign Affairs, nedatováno[b]).

S organizací významnějších mezinárodních sportovních akcí začal Bahrajn ve větší míře až v novém tisíciletí, přičemž hlavní hybnou silou bahrajnské sportovní diplomacie je stále Velká cena Bahrajnu, závod prestižní Formule 1. Mezinárodní automobilová federace navíc zvolila bahrajnskou zastávku jako nejvhodnější pro ocenění Nejlépe organizovaná Velká cena (Information Affairs Authority, 2012).

V Bahrajnu vládne od roku 1783 dynastie Al-Chalífů. Od roku 2002 je Bahrajn královstvím, do té doby byl emirátem. Tehdy mohli občané země vyjádřit svůj názor ve volbách do parlamentu, volit mohly poprvé v historii i ženy (Kingdom of Bahrain Ministry of Foreign Affairs, nedatováno[b]). Přesto jsou všechny pozice ve vládě a v armádě v držení vládnoucí rodiny a svoboda slova a tisku je v zemi stále výrazně potlačována (BBC, 2015[a]). Rodina Al-Chalífů vyznává sunnitský islám, ovšem většina populace Bahrajnu se řadí k šíitské větvi islámu. Z toho pramení občasně občanské nepokoje. Současným králem je šejk Hamad bin Ísá Al-Chalífa, který zažil i nepokoje inspirované Arabským jarem v roce 2011 (BBC, 2015[a]).

Vládnoucí rodina nejen že drží úřady rozhodující o zahraniční politice země, její členové jsou výrazně zastoupeni i na pozicích jednotlivých národních sportovních federací i Národního olympijského výboru. Bahrajnský Národní olympijský výbor byl založen jen několik málo let po osamostatnění země, konkrétně v roce 1979. V době zakládání fungovalo v Bahrajnu devět sportovních asociací – atletická, plavecká, fotbalová, basketbalová, volejbalová, házenkářská, vzpěračská, pingpongová a střelecká. Prvním prezidentem Bahrajnského olympijského výboru se stal samozřejmě člen královské rodiny, konkrétně šejk Ísá bin Rašíd Al-Chalífa. Tento

úřad drží rodina dodnes, současným prezidentem je nejstarší syn bahrajnského krále a jeho druhé ženy, šejk Násir bin Hamad Al-Chalífa (Olympic Movement, nedatováno[a]; Bahrain Olympic Committee, nedatováno[a]). Výkonným ředitelem výboru je navíc Chálid bin Abdulláh Al-Chalífa, ve správní radě výboru pak můžeme nalézt dalších pět členů královské rodiny (HouseOfKhalifa.com, 2015; Bahrain Olympic Committee, nedatováno[b]). Na čelních postech nejrůznějších národních sportovních federací pak můžeme nalézt další členy královské rodiny, například předsedou Bahrajnské triatlonové asociace je šejk Sakir bin Salmán Al-Chalífa (Information Affairs Authority, 2013).

Jedním z nejambicióznějších členů královské rodiny na poli angažmá ve sportovních federacích a asociacích je pravděpodobně šejk Salmán bin Ibrahim Al-Chalífa. V roce 2013 byl zvolen prezidentem Asijské fotbalové konfederace, zároveň je prezidentem Bahrajnské fotbalové asociace. V roce 2013 byl zvolen viceprezidentem Bahrajnského olympijského výboru. Mimo tyto stálé funkce zastával v minulosti významné pozice i v *ad hoc* sportovních komisích a výborech, například Disciplinární komise FIFA v roce 2008, Disciplinární komise v Pekingu, Disciplinární komise Asijské fotbalové konfederace mezi lety 2003 a 2009 (Bahrain Olympic Committee, nedatováno[b]). Na samém počátku roku 2016 navíc kandidoval na pozici prezidenta Mezinárodní federace fotbalových asociací, ovšem v posledním kole hlasování byl nakonec poražen švýcarským fotbalovým funkcionářem Gianni Infantinem (Khairy, 2016).

3.1 Nástroje sportovní diplomacie, které Bahrajn využívá

S ohledem na kapitulu 1.3, ve které jsme si rozdělili nástroje sportovní diplomacie do několika kategorií, se v následujících podkapitolách budeme věnovat těmto sportovně-diplomatickým nástrojům – účast na olympijských hrách, sponzoring sportovních klubů, sponzoring sportovních událostí a organizace sportovních událostí, jakožto těch, které charakterizují Bahrajnskou sportovní diplomacii. Opět platí tvrzení, že Bahrajn uplatňuje každý z těchto nástrojů v jiné míře a jinak dlouhou dobu. Tím nejzásadnějším je bezpochyby organizace Velké ceny

Bahrajnu v sérii závodů Formule 1 a z toho důvodu budeme právě tomuto závodu věnovat značnou část této případové studie.

3.1.1 Účast na olympijských hrách

Bahrajn se olympijských her zúčastnil poprvé v Los Angeles v roce 1984 a od té doby nevynechal jedinou letní olympiádu. Zimních olympijských her se Bahrajn nezúčastňuje. V roce 2000 v Sydney se olympijských her zúčastnili jen dva bahrajnští sportovci, ovšem poprvé v historii se na hry vydaly také bahrajnské ženy, konkrétně také dvě. Další dvě olympijská setkání nebyla pro Bahrajn ničím výjimečná, jen počet účastníků narostl na deset, respektive čtrnáct sportovců a sportovkyň (Sport Reference LLC, nedatováno[a]). První olympijské medaile se Bahrajn sice dočkal už v Pekingu 2008, když Rašíd Ramzí opanoval běh na 1500 metrů, ovšem po necelém roce mu medaile byla odebrána kvůli pozitivnímu dopingovému nálezu (Mehaffey – Oxley, 2009). Na první regulérní medaili si tak Bahrajn musel počkat ještě další čtyři roky. V Londýně doběhla bahrajnská běžkyně Marjam Džamal na třetím místě na trati 1500 metrů a přivezla tak domů vytouženou bronzovou medaili (Sambidge, 2012).

Ovšem tento úspěch není tak úplně čistě bahrajnský. Stejně jako Katar, je i Bahrajn malým státem s malým počtem obyvatel. Stejně jako v případě Kataru je zde tedy možnost získávat olympijské medaile značně omezena v porovnání se zeměmi, jako je Rusko či Spojené státy americké, jejichž zdrojová základna je několikanásobně vyšší. A stejně jako v případě Kataru i Bahrajn tedy aktivně využívá naturalizace vybraných sportovců pro dosažení okamžitých sportovních úspěchů. Marjam Džamal je původem z Etiopie, národnost si změnila stejně jako mnoho dalších etiopských a keňských běžců nejen z důvodu štědré finanční podpory, ale také kvůli velké konkurenci ve východoafrických běžeckých národních týmech. Doplňujícím důvodem může být i lepší vybavení tréninkových center v arabských ropných monarchiích (Osmond, 2010). Bahrajn se na rozdíl od Kataru, jehož strategie by se dala nazvat „bereme vše“, zaměřuje opravdu především na běh, a to všechny délky tratí včetně běhu přes překážky. Největší zastoupení v národnostním přestupu na bahrajnskou stranu mají etiopští a keňští atleti, ale výjimkou nejsou ani přestupy Maročanů, respektive Maročanek a Jamajčanů, respektive Jamajčanek. Bahrajn je

v tomto směru společně s Katar a Izraelem nejaktivnější zemí v Asii (Rowbottom, 2015). Přestože je naturalizace sportovců značně kontroverzním tématem, je to relativně běžná praxe, se kterou má zkušenost většina zemí světa. Hlavním rozdílem, kvůli kterému je občas z různých řad zaznamenáno určité pobouření vůči postupu arabských monarchií, je to, že ve většině případů jsou to sami sportovci, kteří vyhledávají změnu občanství, ať už kvůli svým předkům, kvůli příliš velké konkurenci v původní zemi či jiným důvodům. Katar a Bahrajn aktivně vyhledávají sportovce v jiných zemích a snaží se je přemlouvat k „přestupu“ výměnou za finanční obnos. Proto jsou tyto země ze strany sportovních fanoušků a funkcionářů kritizovány.

3.1.2 Sponzoring sportovních klubů a týmů

Bahrajnská strategie se odlišuje od té katarské jiným druhem zapojení do zahraničních sportovních klubů a týmů. Zatímco Katar se snaží ovlivnit vystupování klubů v centru svého zájmu „zvnějšku“ tím, že jim poskytuje štědré finanční prostředky, Bahrajn se snaží získat vliv v klubech „zevnitř“, tedy nákupem akcií a tím získáním hlasovacího práva v dané společnosti. Sponzoring a spravování akcií různých domácích i zahraničních firem má v Bahrajnu na starosti státní suverénní fond *Mumtalakat*, který spravuje finance a finanční investice státu. Předsedou představenstva tohoto fondu je bahrajnský náměstek premiéra šejk Chálid bin Abdulláh Al-Chalífa (Bahrain Mumtalakat Holding Company, nedatováno[a]).

Tento fond vlastní většinu akcií (57 %) společnosti *McLaren Automotive* a přesně 50 % akcií nadřazené společnosti *McLaren Technology Group*¹³. Zároveň vlastní sto procent akcií společnosti spravující Bahrajnský mezinárodní okruh Formule 1 (Bahrain Mumtalakat Holding Company, nedatováno[b]).

Další oblastí zájmu bahrajnských investic je fotbal, konkrétně ten anglický. *Investiční banka GFH*¹⁴ (dnes *GFH Finance Group*) v prosinci roku 2012 skrze svou dceřinou společnost *GFH Capital* odkoupila sto procent akcií společnosti *Leeds City Holdings Limited*, což je mateřská společnost druholigového anglického týmu *Leeds*

¹³ V týmu McLaren jsou dva přední světoví jezdci Formule 1, a to Fernando Alonso a Jenson Button (McLaren Honda, nedatováno).

¹⁴ GFH byla založena v roce 1999 jako islámská investiční banka. Jedním z členů představenstva je i člen bahrajnské královské rodiny šejk Mohammed Duajj Al-Chalífa (GFH Financial Group, 2014: 7, 13).

United FC (BBC, 2012[a]). Ovšem už v březnu následujícího roku odkoupil další bahrajnský investiční fond (*International Investment Bank*) 10 % akcií této anglické společnosti, přestože původní plán GFH byl prodat všechny akcie najednou kvůli zisku. Pravděpodobně částečně i kvůli neshodám o budoucnosti investic v tomto klubu ze strany bahrajnských investorů se v následujících několika letech rozehrála relativně nepřehledná partie vzájemného prodávání a kupování akcií. Současný stav vypadá tak, že mateřská společnost fotbalového klubu (*Leeds City Holdings Limited*) vlastní jen 2,63 % akcií klubu. Zároveň je LCHL z jedné čtvrtiny vlastněna *GFH Capital* a ze tří čtvrtin italským rodinným fondem *Eleonora Sport Limited* (ESL). ESL je zároveň většinovým vlastníkem samotného klubu (vlastní 81,58 % akcií). Zbývajících 15,79 % akcií klubu drží *UK Investment Company*, která je ovšem sama o sobě vlastněna *GHF Financial Group* (Conn, 2013; Leeds United FC, nedatováno).

Hlavní sponzorskou silou Bahrajnu jsou národní aerolinky *Gulf Air*. Opět se jedná o společnost, která se nachází téměř plně v rukou královské rodiny, předsedou představenstva je šejk Chálid bin Abdulláh Al-Chalífa, který zároveň vykonává mimo jiné i funkci náměstka předsedy vlády. Dále je členem představenstva šejk Muhammad bin Ísá Al-Chalífa, mladší bratr současného bahrajnského krále (*Gulf Air*, nedatováno). Částečně jsou tyto aerolinky navíc ve vlastnictví bahrajnského státu (*Formula One World Championship Limited*, nedatováno[b]).

Nejen, že aerolinky sponzorují organizaci závodu Formule 1 na Bahrajnském mezinárodním okruhu, ale se svými investicemi se vydávají i do zahraničí. Protože sportem číslo dva v Bahrajnu je fotbal, není divu, že další devizou do sbírky je sponzoring fotbalového klubu. V případě *Gulf Air* se jedná o tříletý kontrakt s (v té době druholigovým) anglickým fotbalovým týmem *Queens Park Rangers* mezi lety 2008 a 2011. V tomto období bylo možné vidět logo aerolinek na hráčských dresech a dalším vybavení týmu. Součástí dohody byla oficiálně mimo jiné i propagace bahrajnského sportu a Bahrajnu obecně jako té nejsvobodnější ekonomiky v jednom z nejvíce se rozvíjejících regionů světa a země otevřeného obchodu. Po postupu do prestižní *Premier League* a vypršení smlouvy už však klub neměl zájem na jejím prodloužení a smlouva tedy pozbyla platnosti (*Arabian Business*, 2008).

Zajímavostí je, že bahrajnské aerolinky *Gulf Air* sponzorují Ománskou fotbalovou asociaci, konkrétně ománský národní tým, A-tým i reprezentace do devatenácti a sedmnácti let (Amara, 2012: 99).

3.1.3 Organizace sportovních událostí

Na prvním místě, co se týče organizace sportovních událostí v Bahrajnu, je třeba bezpodmínečně zmínit Velkou cenu Bahrajnu (celým názvem *Formula One Gulf Air Bahrain Grand Prix*), která se v zemi koná každoročně (s výjimkou roku 2011) od roku 2004. Tímto Bahrajn získal prvenství, na které je náležitě pyšný. Velká cena Bahrajnu je prvním závodem Formule 1 na Blízkém východě a to je fakt, který už nikdo nezmění. Do dnešní doby jí navíc regionálně konkuruje jen Velká cena Abú Dhabí ve Spojených arabských emirátech, jinému státu se doposud nepodařilo závod Formule 1 na své území přilákat, a to ani Kataru, který se o to v posledních letech úporně snaží. Tato snaha neustále přichází vniveč zejména z toho důvodu, že Bahrajn je na své postavení v motorsportu velmi háklivý (Bahrajn je prezentován jako domov motoristického sportu na Blízkém východě) a nehodlá připustit, aby Katar zničil exkluzivitu v podstatě jediné celosvětové sportovní události, kterou disponuje. Díky dohodě s Mezinárodní automobilovou federací z roku 2002 má totiž Bahrajn v rozhodovacím procesu právo veta ohledně případných dalších závodů v regionu (Arabian Business, 2015).

Po podepsání dohody v září 2002 se začal stavět závodní okruh a dokončen byl krátce před prvním závodem v sezóně 2004. (Formula One World Championship Limited, nedatováno[b]). Výkonným ředitelem okruhu, celým názvem *Bahrain International Circuit* (BIC), je šejk Salmán bin Ísá Al-Chalífa (Arabian Business, 2015).

V roce 2011 Mezinárodní automobilová federace Velkou cenu Bahrajnu ze sezónního kalendáře vyřadila z důvodů politických nepokojů v zemi a následné nestabilní bezpečnostní situace (BBC, 2011). Od roku 2014 se Velká cena Bahrajnu jezdí v noci, pod umělým osvětlením. Změna nastala v souvislosti s oslavou desátého výročí závodu (BIC, nedatováno).

Celkově je motosport v Bahrajnu velmi oblíbenou zábavou, na bahrajnském okruhu *Sáchir* se konaly nejrůznější automobilové a motocyklové akce i pravidelné

automobilové závody, jako je například *Mistrovství světa Formule 1*, *6 Hours of Bahrain*, *Drag Racing Championship*, *Superbike Championship*, závody v sérii GP2, *Porsche Mobil Supercup* a mnoho dalších (BIC, nedatováno).

Ostatní mezinárodní sportovní události konané v Bahrajnu už však takové jméno nemají a jejich sledovanost se ani zdaleka nepřibližuje sledovanosti Velké ceny. Obecně se jedná o méně oblíbené sporty, které nemají tak širokou členskou ani fanouškovskou základnu, jako například fotbal (Bahrajn již čtyřikrát pořádal *Gulf Cup of Nations*, ovšem tato akce se nedá velikostí srovnávat s jakýmkoli jiným regionálním fotbalovým turnajem, navíc se jedná o regionální akci, kterou světová média nevysílají), tenis, kriket či právě Formule 1. Jedinou výjimkou může být golf, který je ve světě relativně oblíbený a který se v Bahrajnu začíná zvolna prosazovat i na úrovni organizátorství. V letech 2011 a 2014 země hostila účastníky *World Volvo Golf Challenge*, což je golfový turnaj, který se hraje celý rok a umožňuje účast i amatérům. Příležitost zahrát si proti profesionálům vždy přiláká mnoho nadšenců, kteří tak mají šanci poznat danou zemi přímo z první ruky (Oxford Business Group, nedatováno). Tento unikátní formát turnaje zároveň působí na amatérské účastníky jako nástroj sportovní diplomacie, lidé mají jedinečnou možnost seznámit se se zemí a lépe ji poznat. Má sice užší záběr než turnaje cílící na diváky televizních přenosů, ale u vybraných jedinců je zážitek o mnoho intenzivnější, navíc umocněný možnostmi setkání s golfovými profesionály.

Bahrajn dále organizoval světové vrcholné události ve sportech jako je kulečník (*Bahrain Snooker Championship 2008*) a závody motorových člunů (*Continental Powerboat Championship 2009*), v poslední době se navíc v Bahrajnu pořádalo několik triatlonových závodů včetně jeho extrémních forem v podobě závodů *IronMan* a *Spartan Race*. V prosinci 2014 se poprvé v historii země konal triatlonový závod *Challenge Bahrain*. Odměna vypsána pro vítěze byla největší ze všech obdobných závodů, což samo o sobě přiláká možné účastníky k participaci na tomto závodu (BBC 2008; Oxford Business Group, nedatováno). Další sportovní akce organizované v Bahrajnu jsou omezené regionálně, většinou pro účastníky ze zemí Rady pro spolupráci v Perském zálivu. Jednou z nich jsou například *GCC Games*, obdoba olympijských her právě pro země v Perském zálivu. Tyto hry se konají jednou za čtyři

roky a jejich první zastávkou se stal právě Bahrajn. Jedná se o největší regionální sportovní akci, jejíž důraz vyzdvihl i výkonný ředitel Bahrajnského olympijského výboru šejk Chálid bin Abdulláh Al-Chalífa, když vyjádřil své očekávání, že tyto hry přilákají pozornost lidí z celého světa, což vystavuje Bahrajn odpovědnosti za reprezentaci toho nejlepšího, co země může nabídnout a zároveň nabízí možnost ukázat, že je království schopno úspěšně zorganizovat událost takové velikosti a formátu (Sambidge, 2011).

I tímto krokem se Bahrajn snaží mezinárodnímu společenství krůček po krůčku dokazovat, že je schopen organizace náročných a dlouhodobých sportovních akcí. Na organizaci olympijských her si však zatím netroufá. Za pomyslnou první vlašťovku této snahy bychom mohli považovat návrh olympijského výboru Saúdské Arábie na společnou organizaci letních olympijských her, v kterémžto případě by se mužská část soutěží konala v Saúdské Arábii a ženská část v Bahrajnu. Tento návrh však z bahrajnské strany nebyl ani podpořen, ani jinak vyjádřen. Mezinárodní olympijský výbor navíc tuto snahu utnul ihned v zárodku z důvodu diskriminace žen a závodnic v Saúdské Arábii. Jednou z hlavních podmínek pro podání žádosti o organizaci her je totiž závazek k nulové toleranci diskriminace (Al Jazeera, 2015).

Co se týče organizace sportovních událostí, je z výše popsaného vidět, že Bahrajn se pouští trochu jinou cestou, než kterou zvolil Katar. Téměř veškerá sportovní diplomacie Bahrajnu se točí okolo Velké ceny Formule 1, což je hlavní značka sportu v tomto blízkovýchodním království. Za posledních jedenáct let se z tohoto závodu stal výrazný tahoun sportovní diplomacie země a další sporty zde hrají druhořadé až třetířadé role. Spíše než o celosvětové akce, projevuje Bahrajn zájem o ty regionální. Pokud se mu podaří udržet si exkluzivitu své Velké ceny, není příliš pravděpodobné, že se v nejbližších letech bude snažit o přidělování organizací jiných každoročně konaných sportovních událostí světového formátu. Bahrajnské ambice jsou pořádáním závodu Formule 1 naplněny, ostatní sportovní akce jsou, dá se říci „do počtu“.

3.2 Cíle sportovní diplomacie Bahrajnu

Bahrajnská ekonomika zažila z důvodu politicky nestabilní situace v roce 2011 částečný propad, ovšem v následujících letech se začala zotavovat, především díky příjmům z turistického ruchu (CIA, 2016[a]). Právě ten je hlavním důvodem, proč Bahrajn využívá sportovní diplomacii. Přestože se v zemi nachází nespočet historických kulturních památek, právě sport je to, co v dnešní době přitahuje globální veřejnost do méně známých turistických destinací, jako je právě toto blízkovýchodní království. A Bahrajn si to uvědomuje. Bahrajnská strategie lákání nových turistů je jednoznačná. Co se týče sportu, sází Bahrajn vše na jednu kartu, a to *Gulf Air Grand Prix Formule 1*. Ve všech oficiálních dokumentech, například i v *Ekonomické ročence 2013* vládní agentury zodpovědné za vytváření strategie rozvoje ekonomiky (*Economic Development Board*), lze nalézt tuto sportovní akci mezi největšími turistickými lákadly země, někdy je dokonce zmíněna jako jediná. V souvislosti s příležitostmi, které organizace Velké ceny přináší, je vždy zmíněno, že právě Bahrajnu se podařilo přivést tento závod do regionu Blízkého východu jako první v historii a že bahrajnská Velká cena byla oceněna Mezinárodní automobilovou federací jako nejlépe zorganizovaný závod v sérii. Snaha budovat a udržet si exkluzivitu tohoto závodu je tedy více než patrná (Bahrain Economic Development Board, 2013).

V roce 2008 byla bahrajnským králem vytvořena a zveřejněna *Ekonomická vize 2030*, jejímž úkolem je podpořit a zajistit dobré životní podmínky a prosperitu všech obyvatel Bahrajnu. Toho chtějí bahrajnské autority dosáhnout mimo jiné i pomocí atraktivního životního prostředí, které kromě dalších zahrnuje i zajištění zařízení, která propagují pravidelné kulturní a sportovní aktivity. Od vydání *Vize* vzniklo mnoho dokumentů, které ji mají realizovat. Jedním z těchto dokumentů je i *Národní rozvojová strategie 2015–2018* vytvořená vládním *Odborem pro ekonomický rozvoj* (Bahrain Economic Development Board, nedatováno[b]).

V *Národní rozvojové strategii 2015–2018* je zmíněno sedm strategických priorit. V rámci třetí priority *Dosažení kvalitního udržitelného rozvoje* a navazující priority 3.6 *Dosažení skutečné diverzifikace* je kladen důraz právě na turistický ruch. Přestože je turistika jedním z hlavních příjmů bahrajnské ekonomiky, je ve strategii vyjádřena myšlenka nutnosti dalšího rozvoje a diverzifikace turistického vyžití. Podle autorů

strategie je třeba budovat tuto diverzifikaci na silném základu, který již byl položen právě každoroční organizací závodu Formule 1 (Bahrain Economic Development Board, nedatováno[c]: 107).

Z výše uvedeného jasně vyplývá, že Bahrajn se nejvíce zaměřuje na ekonomickou stránku výhod sportovní diplomacie. Nejvíce je ve vládních dokumentech akcentována možnost pomocí organizace sportovních událostí zvyšovat příjmy z turistického ruchu. Nutnost posílení *soft power* u zahraniční veřejnosti není v oficiálních dokumentech nijak akcentována. Hlavním motorem všech snah bahrajnské vlády je ekonomická situace země a zajištění životních podmínek občanů. Zahraničně-politické cíle, nadefinované Ministerstvem zahraničních věcí Bahrajnu, se týkají většinou buď ekonomických zájmů země nebo vztahů s ostatními státy, ať už na regionální nebo celosvětové úrovni (Kingdom of Bahrain Ministry of Foreign Affairs, nedatováno[a]).

4 Případová studie Spojených arabských emirátů

Sportovní diplomacie Spojených arabských emirátů se od předchozích dvou zemí liší už jen díky administrativnímu rozdělení země. Na rozdíl od Kataru a Bahrajnu nejsou emiráty jednolitou zemí. Je to federace sedmi emirátů, v jejichž čele stojí absolutisticky vládnoucí monarchové. Sedm emírů tvoří dohromady *Federální nejvyšší radu*, která ze svého středu vybírá prezidenta země. Emírové Dubaje a Abú Dhabí mají ve *Federální nejvyšší radě* právo veta v procesu vytváření politik. Přestože je prezident volen, v naprosté většině případů se jedná o dědičný post, který zastává emír Abú Dhabí. Podobné je to případě úřadu premiéra, tím bývá jmenován emír Dubaje. Premiér většinou zároveň zastává i funkci viceprezidenta. Náměstkové premiéra jsou pro změnu opět z královské rodiny sídlící v Abú Dhabí (Abu Dhabi Government, nedatováno; government.ae, nedatováno[a]; Ministry of Cabinet Affairs & The Future, nedatováno; Smart Dubai Government, nedatováno).

V dubajském emirátu vládne dynastie Al-Maktúm, královská rodina z Abú Dhabí nosí jméno Al-Nahján. Tyto dvě rodiny nejen že drží vrcholné politické pozice v zemi, ale zastávají i další důležité pozice ve vládě. Premiér země šejk Muhammad bin Rašíd Al-Maktúm je zároveň ministrem obrany, náměstci premiéra z rodu Al-Nahján

vykonávají i funkce ministrů vnitra a prezidentských věcí. Další členové těchto dvou rodin zastávají funkce ministrů financí, zahraničních věcí a mezinárodní spolupráce a kultury a znalostního rozvoje (Ministry of Cabinet Affairs & The Future, nedatováno). Jsou jimi tedy obsazeny všechny klíčové posty s rozhodovací pravomocí o zahraniční politice země. Protože každý emirát má vlastní politiku a vlastní ekonomiku, jejich ekonomická vyspělost se liší. Dva největší, nejvlivnější a nejbohatší emiráty jsou Abú Dhabí a Dubaj. Právě tyto dva emiráty využívají sportovní diplomacii nejvíce ze všech sedmi. Pokud se ve Spojených arabských emirátech koná sportovní akce, zcela jistě to bude na území těchto dvou emirátů. Pokud nějaká místní firma sponzoruje sportovní klub nebo událost, s největší pravděpodobností to budou dubajské aerolinky *Emirates*, případně *Etihad Airways*, sídlící v Abú Dhabí.

Není tedy divu, že členové dvou nejvlivnějších rodin ve Spojených arabských emirátech jsou zapojeni i do Národního olympijského výboru, který koordinuje veškerý sport v zemi. Prezidentem výboru je člen dubajské královské rodiny šejk Ahmad bin Muhammad bin Rašid Al-Maktúm (Olympic Movement, nedatováno [c]).

Přestože mezi jednotlivými částmi země panují značné rozdíly (at' už ekonomické či ve využívání sportovní diplomacie), v této práci je budeme považovat za koherentní celek z toho důvodu, že v mezinárodním prostředí zastupují společné zahraničně-politické zájmy.

4.1 Nástroje sportovní diplomacie, které Spojené arabské emiráty využívají

V první části této případové studie si představíme jednotlivé nástroje sportovní diplomacie, které Spojené arabské emiráty využívají ve své zahraniční politice, konkrétně se jedná o účast národního týmu na olympijských hrách, sponzoring sportovních klubů a týmů, sponzoring sportovních událostí a organizace sportovních událostí. Ve druhé části pak představíme a analyzujeme důvody využívání právě těchto nástrojů a popíšeme, jaké cíle touto strategií Spojené arabské emiráty sledují.

Každý z níže popsaných nástrojů sportovní diplomacie využívají Spojené arabské emiráty v jiné intenzitě a jinak dlouhou dobu. Obecně platí, že nejoblíbenějším, tedy nejvíce využívaným nástrojem v případě Spojených arabských emirátů je sponzorství, at' už událostí nebo sportovních klubů.

4.1.1 Účast na olympijských hrách

Národní olympijský výbor Spojených arabských emirátů vznikl také jako v případě okolních zemí v roce 1979 a Mezinárodním olympijským výborem byl uznán o rok později. Sportovci pod vlajkou Spojených arabských emirátů se tak poprvé Olympijských her zúčastnili v Los Angeles v roce 1984. Od té doby participovali na všech Letních olympijských hrách, zimních olympijských her se tato pouštní země neúčastní (Olympic Movement, nedatováno[c]).

Po prvních třech hrách, kterých se účastnilo vždy okolo deseti (sedm, respektive dvanáct a třináct) sportovců, přišly tři „hubené“ výpravy, kdy reprezentační tým čítal jen čtyři sportovce, kteří zemi zastupovali v plavání, střelbě, cyklistice a atletice. V Athénách v roce 2004 získaly Spojené arabské emiráty svou historicky první olympijskou medaili, zásluhou Ahmada Al-Maktúma. Ve střelecké disciplíně zvané *Double Trap* se mu podařilo dosáhnout nejlepšího výsledku ze všech zúčastněných sportovců a mohl tak domů přivést zlatou medaili. Od té doby se žádnému sportovci reprezentujícímu Spojené arabské emiráty dosáhnout na cenný kov nepodařilo.

Ahmad Al-Maktúm není jediným členem dubajské královské rodiny, kterému se podařilo kvalifikovat se na tento svátek sportu. Kromě něj od roku 2000 reprezentuje Spojené arabské emiráty i šejk Saíd Al-Maktúm, syn bývalého dubajského emíra. Soutěží také ve střelbě (konkrétně ve skeetu), ovšem žádného výrazného výsledku prozatím nedosáhl. Rok 2008 a Letní olympijské hry v Pekingu byly pro dubajskou královskou rodinu prozatím nejúspěšnější, soutěží ve střelbě, jezdeckví a taekwondu se zúčastnili hned čtyři členové dynastie. Kromě dvou výše zmíněných střelců reprezentovaly Spojené arabské emiráty i dvě ženy, Latífa a Maitha Al-Maktúm. Obě dvě jsou dcery současného dubajského emíra a jejich účast na Olympijských hrách vyznačila historický milník, když se poprvé v historii Spojených arabských emirátů vydaly na olympijské hry soutěžit i ženy.

Londýnské hry v roce 2012 zaznamenaly nejvyšší počet sportovců ze Spojených arabských emirátů, ovšem jen díky kvalifikaci národního fotbalového týmu, který čítá 18 sportovců. Kromě osvědčené střelby reprezentovali sportovci

Spojené arabské emiráty ve vzpírání, atletice, judu a plavání (vše Sport Reference LLC, nedatováno[b]).

Spojené arabské emiráty se podobně jako Bahrajn a Katar potýkají s problémem malé populace, který je navíc umocněn malým procentem počtu občanů v celkové populaci země. Tento fakt ztěžuje hledání talentů ve vlastních řadách, a pokud takovéto země chtějí zaznamenávat úspěchy na mezinárodních sportovních akcích, nejspíše s největší pravděpodobností, jak v zemi vytvořit atmosféru elitního sportu, je naturalizace sportovců ze zahraničí. V případě Spojených arabských emirátů není tato strategie uplatňovaná v takové míře jako v případě výše zmíněných zemí, ovšem i zde najdeme několik případů, kdy sportovci změnili své občanství, aby mohli tento blízkovýchodní stát reprezentovat na mezinárodních sportovních akcích. Důvodem k menšímu využívání naturalizace Spojenými arabskými emiráty je pravděpodobně fakt, tato země má necelých deset milionů obyvatel, v porovnání s Katarom je to zhruba čtyřikrát více, v porovnání s Bahrajnem dokonce přibližně sedmkrát více možností, že se v tomto množství lidí najde nějaký výjimečný sportovní talent (IMF, nedatováno).

Přestože se může zdát, že všichni Etiopané a Keňané, kteří umí alespoň obstojně běhat, už závodí za Bahrajn či Katar, i Spojeným arabským emirátům se povedlo v roce 2010 „ulovit“ dvě etiopské běžkyně. V porovnání s několika desítkami sportovců, kteří se nově oblékají do bahrajnských a katarských barev, je to však téměř směšné číslo. Spojené arabské emiráty se soustředí více na kolektivní sporty, jejich reprezentační týmy v kriketu a ragby jsou plně naturalizovaných cizinců (Radley, 2012; IAAF, nedatováno).

Pro sportovní diplomacii Spojených arabských emirátů není prvotním důvodem nutnost diverzifikovat ekonomiku, jako například pro Katar. V tomto případě je to spíše otázka mezinárodní prestiže. Naturalizace sportovců výměnou za finanční obnos je značně kontroverzní strategie a Spojené arabské emiráty si nechtějí poškodit svou image. Různé sportovní aktivity jsou ve Spojených arabských emirátech praktikovány běžnými občany, ale i členy královských rodin, mnohem více, než je tomu například v případě Kataru. A čím je větší sportovní aktivita v zemi, tím je menší pravděpodobnost, že se občané se strategií naturalizace ztotožní.

4.1.2 Sponzoring sportovních klubů a týmů

Co se týče sponzorství, nejdůležitější institucí ve Spojených arabských emirátech jsou národní aerolinky *Emirates*. Finanční prostředky poskytují klubům napříč celým sportovním spektrem, je ovšem znatelné, že si vybírají celosvětově velmi oblíbené sporty, jako je fotbal, ragby, tenis, motorsport, golf, kriket, jezdeckví a australský fotbal. Propojení aerolinek s vládnoucími rodinami v zemi je evidentní na první pohled, společností předsedá šejk Ahmad bin Sa'íd Al-Maktúm, který je zároveň i jejím výkonným ředitelem (The Emirates Group, nedatováno[a]).

Sportem, ve kterém se aerolinky angažují nejvíce, je fotbal, konkrétně ten evropský. Tradiční evropské fotbalové ligy se vyznačují vysokou kvalitou a vysílací práva na jejich zápasy jsou odkoupeny mnoha světovými televizními stanicemi. *Emirates* sponzorují v těch nejlepších evropských fotbalových ligách vždy jeden prestižní klub, konkrétně se jedná o *AC Milán*, *Arsenal FC*, *Benfica Lisabon*, *Hamburger SV*, *Paris Saint-Germain*, *Olympiakos FC* a *Real Madrid*.

Italský klub podepsal s aerolinkami dohodu o spolupráci v roce 2007, ovšem jako oficiální sponzor na milánském dresu se aerolinky objevily až v roce 2010, když byla smlouva obnovena na další čtyři roky. K dalšímu prodloužení došlo v roce 2014, tentokrát dokonce na pět dalších let (The Emirates Group, nedatováno[l]; Gladwell, 2014). Dalším fotbalovým klubem, který je součástí širokého partnerského portfolia národních aerolinek Spojených arabských emirátů, je Arsenal. Arsenal je slavným klubem dlouhodobě hrající v anglické *Premier League*, pravděpodobně nejlepší lize světa. Jeho partnerství s *Emirates* začalo v roce 2004, smlouva byla prodloužena v roce 2012 na dalších pět let. Díky této dohodě se logo aerolinek objevuje nejen jako hlavní sponzor na hráčském dresu Arsenalu, ale i v názvu domácího stadionu, který se nově nazývá *Emirates Stadium*. Tento název si ponechá nejméně do roku 2028 (The Emirates Group, nedatováno[c]). Od sezóny 2014/15 se oficiálním partnerem aerolinek stal i portugalský fotbalový klub *Benfica Lisabon*, od další sezóny se aerolinky staly i hlavním partnerem klubu. Tato smlouva byla uzavřena na tři roky (The Emirates Group, nedatováno[n]). Jedním z nejdelších partnerství je smlouva s německým *Hamburg SV*, tato dohoda byla uzavřena v roce 2006 a po několika

obnoveních stále funguje, platná bude minimálně do června 2019 (Kennedy, 2015). Úplným rekordmanem v počtu sezón, během kterých nosí hráči klubu na hrudi logo aerolinek *Emirates*, je francouzský *Paris Saint-Germain*. Logo je na dres pařížského klubu tištěno již od roku 2006, přičemž smlouva o partnerství byla uzavřena již předchozí rok (The Emirates Group, nedatováno[i]). Od roku 2011 sponzorují *Emirates* i *Real Madrid*, i na hráčských dresech tohoto španělského klubu můžeme až do konce sezóny 2017/18 vidat ikonické heslo „Fly Emirates“ (The Emirates Group, nedatováno[m]). V novém tisíciletí aerolinky sponzorovaly i řeckého mistra *Olympiacos FC*, ovšem v roce 2013 smlouva vypršela a prodloužena nebyla (The Emirates Group, nedatováno[j]).

Jak můžeme vidět, *Emirates* si k partnerství vybírají takové fotbalové kluby, které mají dlouhou a slavnou historii, několikrát vyhrály ligový titul, jejich účast ve vyřazovací části Ligy mistrů a Evropské ligy je u nich pravidelností a zároveň mají širokou celosvětovou fanouškovskou základnu. Tím, že tyto kluby pravidelně hrají v jarní nadstavbové části evropských soutěží, se aerolinkám zvyšuje šance oslovit svým logem na jejich hráčském vybavení více lidí a potenciálních zákazníků, protože tyto soutěže jsou celosvětově vysílané a sledované. Tím, že tyto kluby sledují a podporují fanoušci po celém světě, se zároveň aerolinky snadno dostanou do podvědomí obrovské masy lidí a mohou tak snadno působit na globální veřejnost. Důležitým faktorem je pro *Emirates* možnost umístit své logo na prominentním místě hráčského dresu, tedy na hrudi. Logo, které je na této oblasti dresu umístěno, bývá většinou ze všech největší, ale především je pro diváka i televizní kameru nejviditelnější.

S každým klubem si aerolinky budují vztah postupně a jednotlivé výhody pro obě strany se nabalují vždy až postupným prodlužováním smluv. Přestože sponzoring nejrůznějších sportovních událostí není u *Emirates* žádnou novinkou, sponzoring fotbalových klubů začal až po roce 2000.

Fotbal však není jediným sportem, o který *Emirates* projevují zájem. V některých zemích světa jsou jiné sporty oblíbenější než fotbal. Protože aerolinky usilují o oslovení co největšího spektra lidí, je třeba, aby se snažily pokrýt ty sporty, které se v oblíbenosti ve světě doplňují. Není proto divu, že dalším sportem, na který

se v rámci sponzoringu sportovních klubů a týmů zaměřily, je kriket. Tento sport je hodně sledovaný a oblíbený v Asii, Austrálii a Spojeném království. Ve Velké Británii sponzorují *Emirates* dva kriketové kluby – *Durham County* a *Lancashire County*. V obou případech jsou po aerolinkách pojmenované domácí stadiony klubů, *Durham* nosí logo *Emirates* i na dresu (The Emirates Group, nedatováno[d]). V roce 2012 podepsaly aerolinky smlouvu na tři sezóny s indickým kriketovým klubem Deccan Chargers, k dalšímu prodloužení smlouvy však nedošlo (The Emirates Group, 2012).

Dalším sportem, jehož pomocí *Emirates* rozšiřují ve světě povědomí o sobě a své domovské zemi, je australský fotbal. Konkrétně sponzorují melbournský *Collingwood FC*. Opět se jedná o velmi známý a velmi úspěšný klub ve své branži. Logo letecké společnosti se tak již od roku 1999 objevuje na hráčských dresech „Strak“ i na reklamních panelech na jejich domovském stadionu (The Emirates Group, nedatováno[b]).

Přestože je dubajská letecká společnost *Emirates* velmi aktivním a stěžejním článkem sportovní diplomacie Spojených arabských emirátů, není jediným. V menším měřítku se do sponzorství sportovních klubů v současnosti pouští i *Etihad Airways*, sídlící v Abú Dhabí. Tyto aerolinky založil tehdy ještě nástupce prezidenta Spojených arabských emirátů Chalífa bin Saíd Al-Nahján královským dekretem z roku 2003. V době založení byl jeho bratr šejk Hámid bin Zájid Al-Nahján předsedou představenstva a šejk Chálid bin Zájid Al-Nahján místopředsedou správní rady aerolinek (Etihad Airways, 2010).

I tyto aerolinky se snaží pomocí sponzorství nejrůznějších sportovních a kulturních akcí a týmů propagovat místní kulturu ve Spojených arabských emirátech i ve světě. Opět se nejvíce zaměřují na fotbal, jakožto nejpopulárnější sport na světě. V roce 2014 byla podepsána smlouva mezi *Etihad Airways* a *New York City FC*, jejíž součástí je i umístění loga aerolinek na přední části hráčského dresu. Na stejném místě se od stejného roku objevuje jejich logo i na dresu *Melbourne City FC*. Letecká společnost je partnerem i anglického fotbalového klubu *Manchester City FC*, a to již od roku 2009. Název aerolinek je natištěn na hráčských dresech a je obsažen i v novém názvu domovského stadionu Citizens. Druhým sportem, na který *Etihad Airways* zaměřují svou pozornost, je kriket. Jejich logo můžeme nalézt na dresu indického

týmu *Mumbai Indians* a na dresech anglických reprezentačních týmů (Etihad Airways, 2016).

Vzhledem k tomu, že byly *Etihad Airways* založeny teprve nedávno, jejich sponzorství se teprve rozvíjí. Už teď je ale jasné, že se zaměřují na špičkové kluby a týmy ve sportech, které jsou celosvětově oblíbené a mají tak široký rozsah vlivu. *Mumbai Indians*, *New York City FC*, *Melbourne City FC* i *Manchester City FC* se ve svých domovských ligách téměř vždy umisťují na předních příčkách tabulek a jsou známé i mimo své pole působení.

To, že hlavními tahouny sponzoringu Spojených arabských emirátů jsou letecké společnosti se sídlem v Abú Dhabí a Dubaji, není náhoda. Jak už jsme zmínili výše, tyto dva emiráty se ve sportovní diplomacii celé země angažují nejvíce ze všech sedmi emirátů. Jak si ukážeme v následující podkapitole, tyto dvě společnosti mají výrazný podíl i na sponzorování různých sportovních akcí a událostí.

4.1.3 Sponzoring sportovních událostí

Sportovní události, ať už každoroční či konající se jednorázově, jsou dalším výrazným příspěvkem národních aerolinek do sportovní diplomacie Spojených arabských emirátů. *Emirates* i *Etihad Airways* se výrazně angažují ve sponzorství nejrůznějších událostí ve sportech jako je fotbal, kriket, golf, tenis, ragby, dostihy a další.

Strategie aerolinek *Emirates*, co se týče sponzorství sportovních událostí, se nesusoustrdí jen na jednotlivé sportovní události, ale jde o stupeň výše. Smlouvou si zaváže ke spolupráci rovnou celou federaci či asociaci, která dané události zaštituje. Tímto si jedním tahem zajistí propagaci na všech (nebo jen některých, záleží na typu smlouvy) událostech, které daná organizace pořádá. Takovým příkladem může být smlouva s Asijskou fotbalovou konfederací (AFC), Mezinárodní asociací kriketu (ICC) nebo skupinou Formule 1. *Emirates* jsou oficiálním sponzorem a oficiálními aerolinkami Asijské fotbalové konfederace od roku 2002. Díky této smlouvě mají aerolinky možnost prezentovat své logo na mnoha vrcholných událostech organizovaných AFC jako je *AFC Champions League*, *AFC Cup*, *AFC Challenge Cup* a spoustě klubových, mládežnických a ženských turnajích a utkání. Ročně se jedná

zhruba o 120 jednotlivých zápasů (The Emirates Group, nedatováno[k]). V roce 2002 podepsaly aerolinky smlouvu i s Mezinárodní asociací kriketu, nejprve jako oficiální sponzor skupiny elitních rozhodčích a zápasových rozhodčích, později se spolupráce rozrostla i o všechny hlavní kriketové turnaje pod patronátem ICC, jako jsou *ICC Mistrovství světa v kriketu*, *ICC Champions Trophy*, *ICC World Twenty20*, kvalifikace na MS v kriketu, MS v kriketu do 19 let, Interkontinentální pohár, MS v kriketu žen a další (The Emirates Group, nedatováno[p]). Relativně čerstvou událostí je uzavření partnerství se skupinou Formule 1 v roce 2013 na pět let. *Emirates* se staly globálním partnerem seriálu a jako takový si zajistily propagaci na 15 závodech z 19, které tvoří celý seriál (The Emirates Group, nedatováno[o]).

Dalšími sporty, ve kterých se v oblasti sponzoringu tato letecká společnost výrazně angažuje, jsou tenis a golf. V obou případech se stala oficiálním partnerem skutečně široké škály nejrůznějších prestižních turnajů. Jmenovat můžeme například *US Open*, *Roland Garros*, *Rogers Cup*, *BNP Paribas Open*, *ATP World Tour*, *The Irish Open*, *BMW International Open*, *Australian PGA Championships* a mnoho dalších. V případě tenisových turnajů se bez výjimky opět jedná o partnerství, která byla uzavřena v novém tisíciletí, což dále potvrzuje tvrzení, že *Emirates* se do sponzorství v posledních 15 letech pustily s nebývalou vervou (The Emirates Group, nedatováno[m]; The Emirates Group, nedatováno[e]).

Aerolinky byly oficiálním partnerem i mistrovství světa ve fotbale, ovšem v roce 2014 se rozhodly neprodloužit smlouvu na další období. Důvodem byla oficiálně nespokojenost s návrhem nové smlouvy, ovšem je pravděpodobné, že svou roli v rozhodování sehrála i neutěšená situace a korupční skandály FIFA, které v té době zrovna kulminovaly (Trenwith, 2014). *Emirates* se snaží si budovat pozitivní obraz ve světě, snaží se být spojovány s pozitivními hodnotami elitního sportu a korupční aféra a další skandály Mezinárodní fotbalové federace by k tomu rozhodně nepřispěly.

Dalším sportem, do kterého aerolinky začínají skrze sponzoring také pronikat, je ragby. Poprvé sponzorovaly Mistrovství světa v ragby v roce 2007 ve Francii. V roce 2011 se staly světovým partnerem MS v ragby na Novém Zélandě. Oficiálním partnerem a oficiálními aerolinkami se staly také pro Mistrovství světa v ragby 2015

v Anglii a Mistrovství světa v ragby 2019 v Japonsku (The Emirates Group, nedatováno[g]). V neposlední řadě se *Emirates* soustředí i na koňské dostihy. Mezi závody, které sponzorují, se řadí například *Emirates Melbourne Cup*, *Emirates Singapore Derby*, *Melbourne Cup Carnival* a místní *Dubai World Carnival* a *Dubai World Cup* (The Emirates Group, nedatováno[f]).

Emirates jsou do sponzorství různých sportovních událostí zapojeny všemi možnými způsoby. Nejen, že sponzorují důležité sportovní události ve světě, ale i světové události konané ve Spojených arabských emirátech, konkrétně v Dubaji. Jejich logo tak můžeme najít na reklamních panelech na turnajích *Dubai Tennis Championships*, *Dubai Sevens* či *Dubai World Championships*. Více informací o těchto akcích je k dispozici v kapitole 4.1.4.

Národní aerolinky Abú Dhabí *Etihad Airways* v tomto ohledu mírně „zaspaly“ a vzhledem k tomu, že se zaměřují na podobnou škálu sportů jako *Emirates*, už nemají moc možností na výběr. V roce 2014 se staly *Etihad Airways* oficiálními aerolinkami americké fotbalové ligy *Major League Soccer* (MLS). Fotbal začíná ve Spojených státech amerických získávat na oblibě neuvěřitelnou rychlostí a aerolinky v něm vidí perspektivní způsob, jak působit na americké obecnstvo. Od roku 2008 sponzorují také Celoirský šampionát mužů v hurlingu (*GAA Hurling At-Ireland Senior Championship*), což je irský národní sport (Etihad Airways, 2016). Na těchto příkladech je vidět, že to nejsou ty nejprestižnější světové akce, ale určitý potenciál mají.

I *Etihad Airways* si nenechaly ujít příležitost zviditelnit se na celosvětově známých a vysílaných sportovních událostech konaných v Abú Dhabí, jako je *Abú Dhabí Golf Championships* a *F1 Etihad Airways Abú Dhabí Grand Prix*. Závod Formule 1 aerolinky sponzorují již od jeho počátku, tedy od roku 2009 (Etihad Airways, 2016).

Obě letecké společnosti si vybírají ke sponzorství podobné sporty, především fotbal, tenis, golf a kriket. Toto jsou celosvětově velmi oblíbené sporty, zaručující sponzorům velkou publicitu a možnost oslovení velké cílové skupiny. Jejich strategie vybírání si klubů a sportovních událostí pro partnerství není rozhodně náhodná ani z geografického hlediska. Snaží se pokrýt všechny pro sebe perspektivní oblasti světa. Protože jsou to společnosti sídlící v Perském zálivu, odkud také vysílají všechny lety,

je pochopitelné, že se snaží mimo jiné cílit na globální veřejnost v Asii a Austrálii (a okolí), což jsou perspektivní lokality pro zisk nových zákazníků. Tím, že sponzorují sporty, které jsou v asijských zemích oblíbené, se snaží u místní veřejnosti zviditelnit.

Dá se říci, že mezi nimi funguje určitá konkurence, to ovšem vyplývá především z politického rozdělení země. Národní aerolinky Abú Dhabí tedy logicky podporují sportovní události konané na území Abú Dhabí a to samé platí pro dubajské aerolinky na území emirátu Dubaj.

Jednou z odpovědí na otázku, proč se aerolinky v poslední době tak výrazně zapojují do sponzorství, může být i momentální oblíbenost společenské odpovědnosti firem. *Emirates* i *Etihad Airways* jsou národními značkami Spojených arabských emirátů a jejich podpora oblíbených sportů může zlepšit jejich *image* u globální veřejnosti a zviditelnit stát jako takový, což může dále zvýšit příjmy z turistického ruchu.

4.1.4 Organizace sportovních událostí

Tradičními sporty provozovanými ve Spojených arabských emirátech jsou závody koní a velbloudů, sokolnictví a koňské dostihy. Z moderních sportů můžeme jmenovat fotbal, golf, pólo, tenis, ragby, plachtění, jachtaření a automobilové závody. V zemi se každoročně koná velké množství nejrůznějších sportovních turnajů, závodů a šampionátů v těchto a dalších sportech, ovšem většina z nich není celosvětově známá a jejich dopad na mezinárodní veřejnost je tak minimální (government.ae, nedatováno[b]). Důležitými akcemi, které jsou vysílány televizními stanicemi po celém světě a sledovány širokým okruhem sportovních nadšenců, jsou *Abú Dhabí Golf Championship*, *Dubai Tennis Championships*, *RedBull Air Race* a *Formula One Etihad Airways Abu Dhabi Grand Prix*.

Golfový šampionát v Abú Dhabí se koná každoročně již od roku 2006 a je součástí evropské golfové tour. Na televizních obrazovkách jej každý rok sleduje přibližně 400 miliónů diváků. Jedná se o jeden z nejprestižnějších turnajů v rámci *European Tour* a rychle se mu podařilo získat na atraktivitě (*Abu Dhabi HSBC Golf Championship*, nedatováno). Tenisový turnaj mužů i žen momentálně pojmenovaný po sponzorovi *Dubai Duty Free Tennis Championships* je druhou důležitou sportovní

událostí konanou každoročně ve Spojených arabských emirátech. Mužská část turnaje zde funguje již od roku 1993, ženská část se připojila až v roce 2001. Od té doby se turnaj rozrostl do šampionátu světového formátu s účastí největších světových hvězd, jako jsou sestry Williamsovy, Novak Djokovič nebo Roger Federer (Dubai Duty Free Tennis Championships, nedatováno[b]). Záštitu nad tímto turnajem převzal emír Dubaje Muhammad bin Rašíd Al-Maktúm (Dubai Duty Free Tennis Championships, nedatováno[a]). *Red Bull Air Race World Championship* je populární letecká akrobatická soutěž, která se od svého spuštění v roce 2003 vypracovala na velmi prestižní, celosvětově vysílaný závod. V Abú Dhabí se tento závod konal poprvé v roce 2008, přičemž sezóny 2011, 2012 a 2013 byly kvůli bezpečnosti a revizi pravidel zrušeny. Závod v Abú Dhabí sezónu otevírá a vždy láká mnoho diváků, ať už u televizních obrazovek nebo přímo na místě (Red Bull 2014[a]; Red Bull 2014[b]). Velká cena Abú Dhabí Formule 1 se jezdí od roku 2009 na okruhu *Yas Marina* a pokaždé za stmívání. To je v celé sérii závodů unikát, ostatní závody se jezdí přes den nebo naopak v noci (Formula One World Championship Limited, nedatováno[a]). Velká cena Abú Dhabí není pro Spojené arabské emiráty ani tak atraktivní co se týče organizátorství, přestože určité výhody jako příjmy pro ekonomiku a rozšiřování povědomí o zemi po celém světě nejsou zanedbatelné. Primární však je, že poskytuje příležitost v souladu s celkovou strategií Spojených arabských emirátů dávat o sobě ve světě vědět pomocí sponzoringu. Závody Formule 1 jsou divácky atraktivní, jsou vysílány televizními stanicemi po celém světě a logo *Etihad Airways*, které je mimo jiné i v názvu závodu se tak snadno dostane do povědomí široké globální sportovní veřejnosti.

Spojené arabské emiráty se rozhodně nesnaží získávat pořadatelsví sportovních akcí za každou cenu, jak je možné sledovat v případě Kataru. Spíše se snaží držet své strategie nenásilného rozšiřování povědomí o zemi po celém světě a vybírají si jen události ve sportech, které jsou v místním prostředí oblíbené a zavedené. Golf, tenis i motoristické sporty mají v zemi dlouhou tradici a divácká účast na závodech v těchto sportech je tak zaručená. Zároveň se Spojené arabské emiráty nesnaží nijak zvlášť získávat pořadatelsví takových událostí, které se konají jen jednou za několik let a pokaždé jinde. Pro Spojené arabské emiráty je příhodnější,

když mají jisté své místo v seriálu několika závodů a akce se k nim každý rok pravidelně vrací.

4.2 Cíle sportovní diplomacie Spojených arabských emirátů

Spojené arabské emiráty se stejně jako ostatní země v regionu výrazně spoléhají na příjmy z těžby ropy a zemního plynu. V současné době stále probíhá diverzifikace národní ekonomiky. K té napomohl i úspěch národních aerolinek *Emirates*, které se staly jedním z předních světových dopravců. Sportovní diplomacie jako nástroj zahraniční politiky v posledních patnácti letech v podání Spojených arabských emirátů není tak agresivní, jako v případě Kataru, ani tak umírněná, jako v případě Bahrajnu. Na sportovní diplomacii Spojených arabských emirátů je vidět, že tato strategie není využívána z nějaké nutnosti udržet nebo podpořit ekonomický růst země, ale je vnímána jen jako doplněk k celkové národní ekonomice. Vládnoucí elity nepocítují nijak velkou nutnost využívat sportovní diplomacii k diverzifikaci národní ekonomiky. V oficiálních národních dokumentech Spojených arabských emirátů jako celku, jako je například *UAE National Charter 2021*, není sportovní diplomacie jako nástroj zahraniční politiky nijak výrazně akcentována, různé zmínky můžeme najít spíše v dokumentech jednotlivých emirátů, jako je například *The Abu Dhabi Economic Vision 2030* a především v souvislosti s turistickým sektorem. Významné mezinárodní sportovní události konané v zemi zvyšují příjmy nejen té dané sportovní asociaci, která je organizuje, ale díky přílivu zahraničních turistů dávají možnost zvýšeného příjmu i hotelům, restauracím, národním památkám a dalším oporám místního turistického ruchu.

Důraz na turistický ruch je v případě Spojených arabských emirátů logický. Když se národní ekonomika opírá o mezinárodní dopravu jako jeden z klíčových sektorů ekonomiky, turistický ruch je příhodným doplňkem. Turisté, kteří v Dubaji a Abú Dhabí přestupují mezi lety, si mohou díky turistickým lákadlům někdy i několikahodinový pobyt v zemi zpříjemnit a tím se zvyšuje pravděpodobnost, že se tam budou chtít někdy v budoucnu vrátit.

K správnému vnímání sportovní diplomacie Spojených arabských emirátů je třeba brát v úvahu roli národních aerolinek *Emirates* a *Etihad Airways* pro národní

ekonomiku. U *Emirates* je to o něco markantnější, protože jsou ve světě známější. Nejen že *Emirates* jsou výrazným prvkem dubajské ekonomiky, samotné aerolinky, letiště v Dubaji a sektor letectví dohromady v roce 2013 tvořily téměř 27 % HDP Dubaje a zaměstnávaly 21 % obyvatel emirátu (Oxford Economics, 2014), ale druhotnou roli sehrávají i při rozšiřování povědomí a propagaci země. *Emirates* jsou ve světě známé jako spolehlivý dopravce nabízející kvalitní služby a tím, že se jejich logo objevuje na široké škále sportovních událostí, se zapisuje do paměti lidí po celém světě. Propojení aerolinek se sportovními akcemi a kluby zároveň propojuje samotné Emiráty se sportem, přičemž aerolinky tvoří jakési pojítko, článek, který je k sobě přitahuje. Dubajská královská rodina tento vztah dále podporuje aktivní participací svých členů v různých sportovních odvětvích. Několik členů rodiny Al-Maktúmú se dokonce kvalifikovalo i na letní olympijské hry.

Etihad Airways také hraje klíčovou roli v plánu Abú Dhabí stát se do roku 2030 skutečně globálním městem. Emiráť si vytkl za cíl být méně závislý na ropě a zemním plynu a více se zaměřovat mimo jiné i na sektor turistiky (Etihad Airways, 2010).

Spojené arabské emiráty tedy nevyužívají sportovní diplomacii za účelem ekonomického rozvoje země, ani není jejich cílem pracovat pomocí sportu na globálním míru. Jejich hlavním důvodem je budování *soft power* země. A k tomu se nejvíce hodí právě sponzoring sportovních klubů a událostí. Především sponzoring klubů funguje na principu druhotné oblíbenosti. Když kluboví příznivci vidí, že jejich oblíbený tým nosí na dresu logo *Emirates* nebo *Etihad Airways*, existuje zde šance, že se emoce, které mají spojené se „svým“ klubem, částečně přesunou i na daného sponzora a ten jim začne být sympatický. Dalším důkazem, že hlavním cílem sportovní diplomacie Spojených arabských emirátů je posílení *soft power* a zisk mezinárodní prestiže, jsou výše popsané situace týkající se ukončení spolupráce s Mezinárodní fotbalovou federací a částečná zdrženlivost při používání strategie naturalizace.

Zisk mezinárodní prestiže a dosažení určité pozice v mezinárodním systému je jako jeden z cílů zahraniční politiky akcentován i na oficiálních webových stránkách Ministerstva zahraničních věcí a mezinárodní spolupráce Spojených arabských emirátů. Země má jít příkladem ostatním státům tak, že bude reprezentovat

moudrost, rovnováhu a střídmost. Snaží se profilovat jako „příkladný mezinárodní občan“, který je chápajícím susedem a nezasahuje do vnitřních záležitostí jiných států, ale podporuje přátelské řešení sporů (Ministry of Foreign Affairs, 2013).

Závěr

V této práci jsme si vytkli za cíl zjistit, jakým způsobem využívaly malé arabské monarchie Perského zálivu tzv. sportovní diplomacii v časovém období od roku 2000 do roku 2015 a jaké cíle je k tomu vedly. Stanovili jsme si následující výzkumné otázky: Jaké jsou nástroje tzv. sportovní diplomacie, které Katar, Bahrajn a Spojené arabské emiráty využívají ve svých zahraničních politikách ve zkoumaném období 2000–2015? Jaké zahraničně-politické cíle Katar, Bahrajn a Spojené arabské emiráty sledují využíváním konceptu sportovní diplomacie?

Hlavní část práce tvoří tři případové studie, v nichž jsme hledali odpovědi na výzkumné otázky pomocí dvou komparačních kritérií. Prvním kritériem byly konkrétní nástroje sportovní diplomacie, které tyto státy ve zkoumaném období ve své zahraniční politice využívaly. Z práce vyplynulo, že všechny tři zkoumané země využívaly a pravděpodobně i nadále budou využívat ten nejzákladnější nástroj sportovní diplomacie, a to účast národního týmu na letních olympijských hrách, ovšem zde další podobnost končí. Jak jsme si výše vysvětlili, účast reprezentantů na olympijských hrách je pro budování sportovní diplomacie klíčová. Země tím dává najevo, že se do mezinárodního sportu aktivně zapojuje a je ochotná se v mezinárodním společenství angažovat a dále spolupracovat.

Všechny tři zkoumané země využívají také strategie sponzorování sportovních klubů, ovšem každá v naprosto odlišné míře. Ve všech případech jsou hlavním nositelem sponzorství v těchto zemích národní aerolinky, v případě Spojených arabských emirátů se jedná dokonce o dvě společnosti. *Qatar Airways* sponzorují pouze jeden klub, ovšem dávají si záležet, aby se jednalo o klub světového formátu. Ve zkoumaném období to byla *FC Barcelona*, což je jeden z nejlepších fotbalových klubů na světě. Bahrajnské aerolinky *Gulf Air* sponzorovaly v části zkoumaného časového období anglický fotbalový klub *Queens Park Rangers FC*, ovšem po vypršení prvotní smlouvy nebylo partnerství prodlouženo kvůli nezájmu klubu. Bahrajn nepovažuje sponzoring sportovních klubů za natolik důležitý, aby jej příliš vehementně prosazoval. Vzhledem k tomu, že je Bahrajn známý jako regionální finanční centrum, se zaměřuje spíše na kupování akcií v mateřských společnostech sportovních klubů. Nejvíce tohoto nástroje využívají Spojené arabské emiráty,

respektive místní národní aerolinky *Emirates* a *Etihad Airways*. Přestože jejich portfolio zahrnuje široké spektrum sportovních klubů, není to náhodná sbírka, ale dopředu promyšlený soubor takových klubů, které reprezentují všechny pro ně klíčové části světa. Sponzoring sportovních klubů je vhodný především pro budování příznivé *image* a posilování *soft power*. A právě toto je jeden z hlavních cílů zahraniční politiky Spojených arabských emirátů.

Sponzoring sportovních událostí má opět největší zastoupení ve sportovní diplomacii Spojených arabských emirátů, protože plní podobné funkce jako sponzoring sportovních klubů. Bahrajn tohoto nástroje téměř nevyužívá, protože mezi jeho zahraničně-politickými cíli se posilování národní *soft power* nenachází. V případě Kataru je sponzoring sportovních událostí opět jen doplňkem k hlavnímu nástroji, a to jejich organizaci.

Co se týče organizování sportovních událostí, zde přichází další rozdíl. Zatímco Katar se intenzivně vrhá do organizace všech možných akcí napříč celým sportovním spektrem a jeho ambice se stále více zvětšují, Bahrajn se drží své jediné sportovní události, na jejímž základě buduje vizuál centra motoristického sportu na Blízkém východě a jeho ambice jsou tak tímto naplněny. Spojené arabské emiráty si také podobně jako Bahrajn velmi pečlivě vybírají, které události budou pořádat, ovšem nezaměřují se na jednu jedinou, ale spíše na několik významných akcí v regionálně oblíbených sportech, jako je golf a tenis. Tento nástroj je vhodný pro diverzifikaci národní ekonomiky a přilákání zahraničních turistů i investic, jelikož staví pořadatelskou zemi do centra sportovního dění a může nastartovat ekonomický rozvoj země. Není proto divu, že Katar, jehož hlavním cílem je právě diverzifikace ekonomiky profilováním se jako globální centrum sportu, tento nástroj využívá ze všech tří zkoumaných zemí nejhojněji.

Poslední dva nástroje sportovní diplomacie, jak jsme si je nadefinovali v úvodní části práce (využívání úspěchů sportovců a sehrávání přátelských utkání), ani jedna ze zmíněných zemí nevyužívá. Důvody se odvíjí od relativně malé míry sportovní aktivity mezi jejich občany. Kvůli malému počtu sportovců je zde i menší šance, že se některý z nich prosadí na mezinárodní úrovni. Využívání úspěchů sportovců a národních týmů tak nemůžou praktikovat země, které téměř žádné

sportovní úspěchy nemají. Ani v jedné zemi se prozatím nevyprofilovala žádná sportovní „superstar“, která by mohla být vládou využívána k umocnění diplomatického sdělení. Ani sehrávání přátelských mezinárodních zápasů nemá možnost ve zkoumaných zemích vybudovat tradici tohoto nástroje sportovní diplomacie. Tento druh sportovní diplomacie praktikují spíše sportovní velmoci, tedy země, které mají širokou základnu sportovců, a sport je v jejich společnosti zakořeněn. Těžko může mít přátelské utkání nějaký dopad na veřejnost, když se jej téměř žádní diváci neúčastní.

Druhým komparačním kritériem v této práci byly zahraničně-politické cíle, kterých se Katar, Bahrajn a Spojené arabské emiráty ve zkoumaném období pomocí sportovní diplomacie snažily dosáhnout. I v tomto případě zde můžeme nalézt jisté odlišnosti. Všestrannost, typická pro katarské nástroje sportovní diplomacie, se odráží i v jejich cílech. Katar si za své cíle vytkl nejen pomocí sportu prosazovat mírové vztahy na globální úrovni, ale zároveň používá sport také jako nástroj rozvoje a nástroj pro vybudování a zlepšení diplomatických vztahů s ostatními státy jako základ pro spolupráci. Zároveň však můžeme pozorovat i snahu využívat organizace sportovních událostí pro zlepšení *image* v mezinárodních společnostech. Tento cíl je společný pro všechny tři zkoumané země, všechny mají totiž společnou jednu věc, která je v současnosti dosti palčivou otázkou. Ani jeden z těchto států není demokratický, ve všech se už od konce osmnáctého století drží u moci jedna a tatáž královská rodina, výkonné státní funkce se dědí. Především organizací sportovních událostí tak tyto státy usilují o to, aby byly ve světě vnímány jako otevřené, pohostinné a přístupné země, přestože k porušování (především politických a občanských) lidských práv dochází ve všech z nich.

Bahrajn se dále zaměřuje především na budování přátelských diplomatických vztahů s ostatními státy a ekonomické výhody, které využívání sportovní diplomacie přináší. Spojené arabské emiráty se pomocí různých nástrojů sportovní diplomacie snaží především budovat mezinárodní prestiž a představu následováníhodného státu. Protože každý ze zkoumaných států sleduje trochu jiné zahraničně-politické cíle, je jen přirozené, že si každý vytvoří svou vlastní cestu, jak jich dosáhnout. Z toho plyne i využívání jiných nástrojů sportovní diplomacie.

Tato práce si nekladla za cíl zkoumat úspěšnost těchto praktik, k tomu by bylo třeba intenzivního několikaletého zkoumání a obsáhlého dotazování cílové skupiny (tedy veřejnosti v zemích po celém světě), což není v možnostech autorky. Cílem práce nebylo ani zjišťovat limity a možné problémy využívání sportovní diplomacie Katar, Bahrajnem a Spojenými arabskými emiráty. Všechny tři státy čelí různým výzvám, které kladou překážky do cesty jejich sportovní diplomacie, a které mohou jejich snažení mařit, ať už se jedná o porušování lidských práv či něco jiného, co může přitahovat nežádoucí pozornost. Toto téma, které stále zůstává nepokryté, tak může sloužit jako předmět dalšího navazujícího výzkumu.

Seznam použité literatury

AL-JABBER, K. (2008). Beijing taught us so much. Now is the time to step up the pace. s. 12-16. In: Qatar Olympic Committee, *Qatarsport. Q4.2008* (http://www.olympic.qa/SiteCollectionImages/qsm_pdf/Qatar_04_English.pdf, 20. 2. 2016).

AMARA, M. (2012). *Sport, Politics and Society in the Arab World* (United Kingdom: Palgrave Macmillan).

BLACK, D. – PEACOCK, B. (2013). Sport and Diplomacy. In: COOPER, A. – HEINE, J. – THAKUR, R. eds., *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy* (Oxford: Oxford University Press), s. 708–728.

BRANNAGAN, Paul M. – GIULIANOTTI, R. (2015). Soft Power and Soft Disempowerment: Qatar, Global Sport and football's 2022 World Cup Finals. *Leisure Studies* 2015 (Vol. 34, Is. 6), str. 703–719.

CAMPBELL, R. (2011). Staging globalization for national projects: Global sport markets and elite athletic transnational labour in Qatar. *International Review for the Sociology of Sport* 46(1), s. – 45–60.

CONN, D. (2011). Qatar cash is stirring French football revolution at Paris St-Germain. *The Guardian*. 22. 11. 2011 (<http://www.theguardian.com/football/blog/2011/nov/22/qatar-psg-french-football-al-jazeera>, 9. 3. 2016).

CONN, D. (2013). Leeds United owners sell 10% stake in club to Bahraini investment fund. *The Guardian*. 28. 3. 2013 (<http://www.theguardian.com/football/2013/mar/28/leeds-united-owners-sell-stake>, 23. 3. 2016).

COOK, Ch. (2015). Qataris sign up to biggest sponsorship deal in British racing history. *The Guardian*. 10. 6. 2015

(<http://www.theguardian.com/sport/2015/jun/10/qatar-biggest-sponsorship-deal-british-racing>, 24. 2. 2015).

DAVIES, R. (2012). Qatari women prepare for Olympic debut. *Al Jazeera*. 28. 5. 2015 (<http://www.aljazeera.com/indepth/features/2012/05/201252613532359412.html>, 20. 2. 2016).

DICHTER, Heather L. – JOHNS, Andrew L., eds. (2014). *Diplomatic Games: Sport, Statecraft and International Relations since 1945* (Lexington: University Press of Kentucky).

GINESTA, X. (2013). What is the next step? The champions league clubs and their sponsors. From Bwin to Qatar Sports Investment. *Soccer & Society* 2013 (Vol. 14), s. 66–79.

GOFF, Patricia M. (2013). Cultural Diplomacy. In: COOPER, A. – HEINE, J. – THAKUR, R. eds., *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy* (Oxford: Oxford University Press), s. 331–343.

GIBBSON, O. – PATTISON, P. (2014). Death toll among Qatar's 2022 World Cup workers revealed. *The Guardian*. 23. 12. 2014 (<http://www.theguardian.com/world/2014/dec/23/qatar-nepal-workers-world-cup-2022-death-toll-doha>, 9. 3. 2016).

GIBBSON, O. (2015). Russia and Qatar may lose World Cups if evidence of bribery is found. *The Guardian*. 7. 6. 2015 (<http://www.theguardian.com/football/2015/jun/07/russia-qatar-lose-world-cups-if-bribery-found-fifa>, 10. 3. 2016).

GLADWELL, B. (2014). Emirates airline renews AC Milan shirt deal. *ESPNFC*. 1. 12. 2014 (<http://www.espnfc.com/ac-milan/story/2174912/emirates-airline-renews-ac-milan-shirt-deal>, 3. 4. 2016).

GRAHAM, L. (2015). Russia and Qatar could lose FIFA World Cup if bribery evidence found. *CNBC*. 8. 6. 2015 (<http://www.cnbc.com/2015/06/08/russia-and-qatar-could-lose-fifa-world-cup-if-bribery-evidence-found.html>, 10. 3. 2016).

GREGORY, B. (2011). American Public Diplomacy: Enduring Characteristics, Elusive Transformation. *The Hague Journal of Diplomacy* 6. s. 351–372.

JENSON, P. (2015). Barcelona still hopeful of new £188m Qatar Airways deal despite breakdown in talks. *The Daily Mail*. 25. 10. 2015 (<http://www.dailymail.co.uk/sport/football/article-3288977/Barcelona-hopeful-new-188m-Qatar-Airways-dea-despite-breakdown-talks.html>, 9. 3. 2016).

JOHNSON, D. (2015). Formula One owners CVC insist they will not be forced to offload F1 as Bernie Ecclestone eyes quick sale. *The Telegraph*. 28. 10. 2015 (<http://www.telegraph.co.uk/sport/motorsport/formulaone/11961527/Formula-One-owners-CVC-insist-they-will-not-be-forced-to-sell-F1-as-Bernie-Ecclestone-eyes-quick-sale.html>, 7. 3. 2015).

KENNEDY, M. (2015). Hamburg SV extend deal with Emirates. *SportsPro*. 8. 10. 2015 (http://www.sportspromedia.com/news/hamburg_sv_extend_deal_with_emirates, 5. 4. 2016).

KHAIRY, O. (2016). Arabs lament missed opportunity in FIFA presidency race. *Reuters*. 26. 2. 2016 (<http://www.reuters.com/article/us-soccer-fifa-arabs-idUSKCN0W000F>, 27. 3. 2016).

MABILLARD, V. – JÁDI, D. (2011). Sports as Cultural Diplomacy: How Sport Can Make a Difference in Intercultural Relations. *Institute for Cultural Diplomacy*. ICD Outlook 2011, 30 s.

MEHAFFEY, J. – OXLEY, S. (2009). Beijing 1,500 gold medallist tests positive. *Reuters*. 29. 4. 2009 (<http://www.reuters.com/article/us-doping-olympics-bahrain-idUSTRE53S5FJ20090429>, 16. 3. 2016).

MELISSEN, J., ed. (2007). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations* (New York: Palgrave Macmillan).

MELISSEN, J. (2013). Public Diplomacy. In: COOPER, A. – HEINE, J. – THAKUR, R., *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy* (Oxford: Oxford University Press), s. 344–356.

MURRAY, S. (2012). The Two Halves of Sports-Diplomacy. *Diplomacy & Statecraft* (New York: Routledge).

MURRAY, S. (2013). Moving Beyond the Pingpong Table. *Public Diplomacy Magazine* Winter 2013 (Issue 9), s. 11–16.

NAURIGHT, J. (2013). Selling Nations To The World Through Sports: Mega Events And Nation Branding As Global Diplomacy. *Public Diplomacy Magazine* Winter 2013 (Issue 9), s. 22–27.

NICHOLS, P. (2005). Qatar using black gold to tap into top performers. *The Guardian*. 13. 12. 2005 (<http://www.theguardian.com/sport/2005/dec/13/gdnsport3.sport2,22.2.2015>).

NYE, Joseph S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (New York: Public Affairs).

OSMOND, E. (2010). Maryam Jamal defends title and nationality switch at Asian Games. *Reuters*. 23. 11. 2010 (<http://www.reuters.com/article/us-games-asian-athletics-idUSTRE6AM3UD20101123,16.3.2016>).

PAVGI, K. – KADABA, N. (2012). From Stadiums to Shuttle Diplomacy - Qatar's emergence as a regional diplomatic power. *The Journal of Public Diplomacy* 2012 (Vol. 3, Issue 1, Article 3), s. 24–28.

PIDD, H. (2012). Pakistan and India resume cricket diplomacy with bilateral match series. *The Guardian*. 16. 7. 2012 (<http://www.theguardian.com/world/2012/jul/16/cricket-diplomacy-india-pakistan,9.4.2016>).

PIGMAN, Geoffrey A. (2014). International Sport and Diplomacy's Public Dimension: Governments, Sporting Federations and the Global Audience. *Diplomacy & Statecraft* 2014 (Volume 25, Issue 1), s. 94–114.

RADLEY, P. (2012). Olympics: Shortcut to new sporting heights. *The National*. 11. 8. 2012 (<http://www.thenational.ae/sport/other-sport/olympics-shortcut-to-new-sporting-heights>, 3. 4. 2016).

REICHE, D. (2014). *Investing in sporting success as a domestic and foreign policy tool: the case of Qatar* (dx.doi.org/10.1080/19406940.2014.966135, 16. 1. 2016), 17 s.

ROWBOTTOM (2015). Jamaican Athletics President claims trio's move to Bahrain is part of "developing trend". *Inside the Games*. 22. 7. 2015 (<http://www.insidethegames.biz/articles/1028880/jamaican-athletics-president-claims-trios-move-to-bahrain-is-part-of-developing-trend>, 16. 3. 2016).

RUMSBY, B. (2015). Fifa crisis: Threat of Russia and Qatar being stripped of next two World Cups intensifies. *The Telegraph*. 17. 6. 2015 (<http://www.telegraph.co.uk/sport/football/fifa/11680400/Swiss-investigation-into-Fifa-corruption-and-awarding-of-World-Cups-to-Russia-and-Qatar-could-take-years.html>, 10. 3. 2016).

SAMBIDGE, A. (2011). Bahrain to host first GCC Games in October. *Arabian Business*. 7. 6. 2011 (<http://www.arabianbusiness.com/bahrain-host-first-gcc-games-in-october-404050.html>, 26. 3. 2016).

SAMBIDGE, A. (2012). Jamal claims Olympics bronze for Bahrain. *Arabian Business*. 11. 8. 2012 (<http://www.arabianbusiness.com/jamal-claims-olympics-bronze-for-bahrain-469340.html>, 16. 3. 2016).

SHEARER, D. (2014). To Play Ball, Not Make War: Sports, Diplomacy and Soft Power, *Harvard International Review*, Summer 2014, 36(1).

SNOW, N. – TAYLOR, Philip M., eds. (2009). *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (New York: Routledge).

SYLT, Ch. (2015). Qatar's F1 Bid "Is Like Buying The Restaurant If It Won't Give You A Table.". *Forbes*. 24. 6. 2015

(<http://www.forbes.com/sites/csylv/2015/06/24/qatars-f1-bid-is-like-buying-the-restaurant-if-it-wont-give-you-a-table/#552b59052cb3>, 7. 3. 2016).

TRENWITH, C. (2014). Exclusive: Emirates exec reveals why the Dubai airline ditched FIFA. *Arabian Business*. 27. 11. 2014

(<http://www.arabianbusiness.com/exclusive-emirates-exec-reveals-why-dubai-airline-ditched-fifa-573322.html>, 6. 4. 2016).

WALKER, L. (2015). Qatar quietly scraps plans to bid for host of 2024 Olympic games. *Doha News*. 16. 9. 2015 (<http://dohanews.co/qatar-quietly-scraps-plans-to-bid-for-host-of-2024-olympic-games/>, 7. 3. 2016).

Prameny

Abu Dhabi HSBC Golf Championship (nedatováno). *History* (<http://www.abudhabigolfchampionship.com/championship/history>, 7. 4. 2016).

Abu Dhabi Government (nedatováno). *Rulers of Abu Dhabi* (https://www.abudhabi.ae/portal/public/en/abu_dhabi_emirate/rulers_of_abudhabi?_adf.ctrl-state=1bd94qi556_4&_afLoop=5701005006881635#!, 10. 4. 2016).

Al Jazeera (2015). *IOC dismisses Saudi-Bahrain joint Olympics bid hopes*, 27. 1. 2015 (<http://www.aljazeera.com/news/2015/01/ioc-dismisses-saudi-bahrain-joint-olympics-bid-hopes-150127160124278.html>, 26. 3. 2016).

Amnesty International (2016). *Qatar: Abuse of World Cup workers exposed* (<https://www.amnesty.org/en/latest/news/2016/03/Abuse-of-World-Cup-workers-exposed/>, 9. 3. 2016).

Arabian Business (2008). *Gulf Air and Queens Park Rangers Football Club partnership takes off*, 3. 7. 2008 (http://www.arabianbusiness.com/press_releases/detail/22494, 24. 3. 2016).

Arabian Business (2015). *Qatar F1 bid fades as Bahrain says MidEast 'not ready' for another race*, 15. 1. 2015 (<http://www.arabianbusiness.com/qatar-f1-bid-fades-as-bahrain-says-mideast-not-ready-for-another-race-578645.html#.VvgIOnreLwF>, 24. 3. 2016).

Aspire Academy (nedatováno[a]). *About Us: Overview* (<http://www.aspire.qa/aboutus.aspx>, 8. 3. 2016).

Aspire Academy (nedatováno[b]). *Aspire Football Dreams* (<http://www.aspire.qa/FootballAspireDreams.aspx>, 4. 3. 2016).

Aspire Zone (nedatováno). *About: Mission* (<http://www.dohagoals.com/en/goal/about>, 8. 3. 2016).

Bahrain Economic Development Board (2013). *Economic Yearbook 2013* (<http://www.bahrainedb.com/en/EDBDocuments/Bahrain-Economic-Yearbook.pdf>, 28. 3. 2016).

Bahrain Economic Development Board (nedatováno[a]). *About Bahrain: History* (<http://www.bahrain.com/en/About-Bahrain/Pages/History.aspx#.VuP7H3reKut>, 12. 3. 2016).

Bahrain Economic Development Board (nedatováno[b]). *Economic Vision 2030* (<http://www.bahrainedb.com/en/about/Pages/economic%20vision%202030.aspx>, 28. 3. 2016), 26 s.

Bahrain Economic Development Board (nedatováno[c]). *National Development Strategy (2015-2018)*. (<http://www.bahrainedb.com/en/about/Pages/National-Development-Strategy.aspx#.VvuinnreLwE>, 28. 3. 2016), 196 s.

Bahrain Mumtalakat Holding Company (nedatováno[a]). *About Mumtalakat: Board of Directors* (<http://www.bmhc.bh/about/directors>, 17. 3. 2016).

Bahrain Mumtalakat Holding Company (nedatováno[b]). *Portfolio* (<http://www.bmhc.bh/portfolio/overview>, 17. 3. 2016).

Bahrain Olympic Committee (nedatováno[a]). *About us: History* (<http://www.boc.bh/en/about-us/history>, 12. 3. 2016).

Bahrain Olympic Committee (nedatováno[b]). *Shaikh Salman bin Ibrahim Al Khalifa* (<https://www.boc.bh/en/aboutus/team>, 30. 3. 2016).

BBC (2000). *2006 Asian Games awarded to Doha* (<http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/1019389.stm>, 26. 2. 2016).

BBC (2008). *Bahrain to host new ranking event* (http://news.bbc.co.uk/sport2/hi/other_sports/snooker/7568420.stm, 26. 3. 2016).

BBC (2010). *Barcelona & Qatar Foundation agree £125m shirt deal* (<http://news.bbc.co.uk/sport2/hi/football/europe/9276343.stm>, 14. 2. 2016).

BBC (2011). *Bahrain Grand Prix cut from 2011 F1 calendar*, 15. 6. 2011 (<http://www.bbc.com/sport/formula1/13718417>, 25. 3. 2016).

BBC (2012[a]). *Leeds United: GFH Capital completes takeover*, 21. 12. 2012 (<http://www.bbc.com/sport/football/20809027>, 23. 3. 2016).

BBC (2012[b]). *London 2012: Qatar* (<http://www.bbc.co.uk/sport/olympics/2012/countries/qatar>, 20. 2. 2016).

BBC (2012[c]). *London 2012: Qatar - Athletes* (<http://www.bbc.co.uk/sport/olympics/2012/countries/qatar/athletes>, 20. 2. 2016).

BBC (2013). *Profile: Qatar Emir, Sheikh Tamim bin Hamad Al Thani*, 25. 6. 2013 (<http://www.bbc.com/news/world-middle-east-23046307>, 29. 3. 2016).

BBC (2014). *World Athletics Championships 2019: Doha wins hosting bid*, 18. 11. 2014 (<http://www.bbc.com/sport/athletics/30098561>, 7. 3. 2016).

BBC (2015[a]). *Bahrain country profile*, 24. 11. 2015 (<http://www.bbc.com/news/world-middle-east-14540571>, 12. 3. 2016).

BBC (2015[b]). *Fifa crisis: US charges 16 more officials after earlier Zurich arrests*, 4. 12. 2015 (<http://www.bbc.com/sport/football/34991874>, 10. 3. 2016).

BBC (2015[c]). *Qatar Country profile* (<http://www.bbc.com/news/world-middle-east-14702226>, 13. 2. 2016).

BIC (nedatováno). *Our Story* (<https://www.bahraingp.com/-our-story-.html?lang=en>, 25. 3. 2016).

British Champions Series (nedatováno). *About: About the Sponsor* (<http://britishchampionsseries.com/about/about-the-sponsor.html>, 24. 2. 2015).

BQ Magazine (2014). *Population of Qatar by nationality* (<http://www.bq-magazine.com/economy/2013/12/population-qatar>, 22. 2. 2015).

CIA (2016[a]). *The World Factbook: Bahrain*, 25. 2. 2016 (<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ba.html>, 12. 3. 2016).

CIA (2016[b]). *The World Factbook: Qatar* (<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/qa.html>, 13. 2. 2016).

Council of Ministers (nedatováno). *The Composition of the Council* (<http://www.cm.gov.qa/English/councilofministers/Pages/TheFormationOfTheCouncil.aspx>, 29. 3. 2016).

Česká Televize (2015). *"Mistrovství světa v podvodech": Kauza FIFA se prý týká i MS 2010 či Blattera*, 27. 5. 2015 (<http://www.ceskatelevize.cz/sport/fotbal/zahranici/313008-mistrovstvi-sveta-v-podvodech-kauza-fifa-se-pry-tyka-i-ms-2010-ci-blattera/>, 10. 3. 2016).

DAGOC (nedatováno). *Sponsors: Prestige partners* (<https://web.archive.org/web/20070104201049/http://www.doha-2006.com/gis/menuroot/corporate/sponsorship/prestigepartners.aspx>, 24. 2. 2016).

Diamond League AG (nedatováno). *Doha - Meeting info* (<http://doha.diamondleague.com/info/meeting-info/>, 7. 3. 2016).

Dubai Duty Free Tennis Championships (nedatováno[a]). *Event Owners & Organisers* (<http://www.dubaidutyfreetennischampionships.com/en/about/event-owners-organisers>, 7. 4. 2016).

Dubai Duty Free Tennis Championships (nedatováno[b]). *Tournament history* (<http://www.dubaidutyfreetennischampionships.com/en/about/tournament-history>, 7. 4. 2016).

ESPN FC (2016). *Bayern Munich confirm Doha Airport sponsorship deal amid Qatar criticism*, 27. 1. 2016 (<http://www.espnfc.com/bayern-munich/story/2794948/bayern-munich-confirm-doha-airport-sponsorship-deal-in-qatar>, 24. 2. 2016).

Etihad Airways (2010). *Business Review 2010* (<https://www.etihad.com/Documents/PDFs/Corporate%20profile/Corporate%20reports%20and%20CSR/Business-review-2010-en.pdf>, 5. 4. 2016).

Etihad Airways (2016). *Our Sponsorships* (<http://www.etihad.com/en/about-us/our-sponsorships/>, 5. 4. 2016).

FC Barcelona (2012). *Qatar Airways to appear on Barça shirt from 2013/14 season*, 16. 11. 2012 (<http://www.fcbarcelona.com/club/detail/article/qatar-airways-shirt-season-2013-2014>, 9. 3. 2016).

Formula One World Championship Limited (nedatováno[a]). *2016 Formula 1 Etihad Airways Abu Dhabi Grand Prix* (http://www.formula1.com/content/fom-website/en/championship/races/2016/Abu_Dhabi.html, 8. 4. 2016).

Formula One World Championship Limited (nedatováno[b]). *2016 Formula 1 Gulf Air Bahrain Grand Prix* (<https://www.formula1.com/content/fom-website/en/championship/races/2016/Bahrain.html>, 24. 3. 2016).

Fuego (nedatováno). *Strenghts* (<http://www.fuegoondemand.com/>, 24. 2. 2016).

GFH Financial Group (2014). *Annual Report 2014* (<http://gfh.com/wp-content/uploads/Annual-Report-2014.pdf>, 23. 3. 2016), 80 s.

government.ae (nedatováno[a]). *About UAE: Governance* (<http://government.ae/en/governance>, 10. 4. 2016).

government.ae (nedatováno[b]). *About UAE: Sports* (<http://government.ae/en/sports>, 1. 4. 2016).

GP Update (2015). *Qatar 'close to agreement' for F1 race*, 1. 7. 2015 (<http://www.gpupdate.net/en/f1-news/327532/qatar-close-to-agreement-for-f1/>, 7. 3. 2016).

Gulf Air (nedatováno). *About Gulf Air: Board of Directors* (<https://www.gulfair.com/about-gulf-air/board-of-directors>, 24. 3. 2016).

HouseofKhalifa.com (nedatováno). *Khalid bin Abdullah Al Khalifa* (<http://houseofkhalifa.com/key-figures/khalid-bin-abdullah-al-khalifa/>, 30. 3. 2016).

IAAF (2010). *Record breaking gathering expected in Doha - 150 countries confirm participation*, 3. 3. 2010 (<http://www.iaaf.org/news/news/record-breaking-gathering-expected-in-doha->, 9. 3. 2016).

IAAF (nedatováno). *Transfer of allegiance* (<http://www.iaaf.org/about-iaaf/documents/transfer-of-allegiance>, 3. 4. 2016).

IHF (2015). *Men's World Championship Qatar 2015: Team Info: Team Roster - Qatar* (<http://www.ihf.info/files/CompetitionData/05459bd8-a610-45d1-87a9-172e0b699e38/pdf/QAT.pdf>, 9. 3. 2016).

IMF (nedatováno). *Data and Statistics* (<http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2015/02/weodata/weorept.aspx?sy=2013&ey=2020&scsm=1&ssd=1&sort=country&ds=.&br=1&pr1.x=59&pr1.y=7&c=419%2C453%2C466&s=LP&grp=0&a=>, 3. 4. 2016).

Information Affairs Authority (2012). *Formula One Comes Back*, *Bahrain News Agency* 29. 3. 2012 (<http://www.bna.bh/portal/en/news/501343>, 26. 3. 2016).

Information Affairs Authority (2013). *Shaikh Saqer named Triathlon association president*, *Bahrain News Agency*, 20. 12. 2013 (<http://bna.bh/portal/en/news/594089?date=2014-01-26>, 30. 3. 2016).

Kingdom of Bahrain Ministry of Foreign Affairs (nedatováno[a]). *About Bahrain: Foreign Policy* (<http://www.mofa.gov.bh/Default.aspx?tabid=88&language=en-US>, 12. 4. 2016).

Kingdom of Bahrain Ministry of Foreign Affairs (nedatováno[b]). *About Bahrain: History* (<http://www.mofa.gov.bh/Default.aspx?tabid=128>, 12. 3. 2016).

Leeds United FC (nedatováno). *Club Ownership* (<http://www.leedsunited.com/club-ownership>, 23. 3. 2016).

McLaren Honda (nedatováno). *Team* (<http://www.mclaren.com/formula1/team/>, 17. 3. 2016).

Ministry of Cabinet Affairs & The Future (nedatováno). *Cabinet Members* (<http://uaecabinet.ae/en/cabinet-members?page=1>, 10. 4. 2016).

Ministry of Development Planning and Statistics (2008). *Qatar National Vision 2030* (http://www.mdps.gov.qa/portal/page/portal/gsdp_en/qatar_national_vision/qnv_2030_document/QNV2030_English_v2.pdf, 9. 3. 2016), 39 s.

Ministry of Foreign Affairs (2013). *The Ministry: UAE Foreign Policy* (<http://mofa.gov.ae/EN/TheMinistry/Pages/UAE-Foreign-Policy.aspx>, 13. 4. 2016).

MOV (2013). *Olympijská charta* (<http://www.olympic.cz/upload/files/OLYMPIJSKA-CHARTA-2013.pdf>, 9. 3. 2016), 60 s.

Olympic Council of Asia (nedatováno[a]). *Games: Asian Games* (<http://www.ocasia.org/Game/GamesL1.aspx?9QoyD9QEWPeJ2ChZBk5tvA==>, 25. 2. 2016).

Olympic Council of Asia (nedatováno[b]). *Games: Asian Games: Doha 2006* (<http://www.ocasia.org/Game/GameParticular.aspx?9QoyD9QEWPeZTxkPP/brRA==>, 25. 2. 2016).

Olympic Movement (nedatováno[a]). *National Olympic Committees: Bahrain* (<http://www.olympic.org/bahrain>, 12. 3. 2016).

Olympic movement (nedatováno[b]). *National Olympic Committees: Qatar* (<http://www.olympic.org/qatar>, 19. 2. 2016).

Olympic Movement (nedatováno[c]). *National Olympic Committees: United Arab Emirates* (<http://www.olympic.org/united-arab-emirates>, 1. 4. 2016).

Olympic movement (nedatováno[d]). *Results and Medalists: Qatar* (<http://www.olympic.org/content/results-and-medalists/searchresultpercountry/?athletename=&country=qat&sport2=&games2=&event2=&mengender=true&womengender=true&mixedgender=true&goldmedal=true&silvermedal=true&bronzemedal=true&worldrecord=false&olympicrecord=false&teamclassification=true&individualclassification=true&winter=true&summer=true>, 19. 2. 2016).

Olympic Movement (nedatováno[e]). *The IOC: Members: HH Sheikh Tamim Bin Hamad AL-THANI* (<http://www.olympic.org/hh-sheikh-tamim-bin-hamad-al-thani>, 9. 3. 2015).

Ooredoo (2011). *Qtel Joins Pan-Arab Games 2011 as Diamond Sponsor*, 9. 3. 2011 (<http://www.ooredoo.qa/en/29882>, 24. 2. 2016).

Oxford Business Group (nedatováno). *Bahrain's tourism sector adds international sporting events* (<http://www.oxfordbusinessgroup.com/analysis/bahrain-tourism-sector-adds-international-sporting-events>, 26. 3. 2016).

Oxford Economics (2014). *Quantifying the Economic Impact of Aviation in Dubai: Executive Summary*, November 2014 (http://content.emirates.com/downloads/ek/pdfs/int_gov_affairs/Executive_Summary.pdf, 9. 4. 2016).

PSG (2013[a]). *Discovering the Aspire Zone*, 2. 1. 2013 (<http://www.psg.fr/en/News/003001/Article/60455/Discovering-the-Aspire-Zone>, 8. 3. 2016).

PSG (2013[b]). *Ooredoo, nouveau partenaire du Paris Saint-Germain*, 12. 9. 2013 (<http://www.psg.fr/fr/News/003001/Article/63359/Ooredoo-nouveau-partenaire-du-Paris-Saint-Germain>, 16. 2. 2016).

PSG (2014). *ASPETAR devient partenaire du Paris Saint-Germain pour trois saisons* (<http://www.psg.fr/fr/News/112002/Article-Club-s-Side/69045/ASPETAR-BECOMES-PARIS-SAINT-GERMAIN-PARTNER-FOR-THREE-SEASONS>, 16. 2. 2016).

PSG (2016). *Partenaires* (<http://www.psg.fr/fr/Club/602004/Partenaires>, 15. 2. 2016).

Qatar Olympic Committee (nedatováno[a]). *Culture of Sports in Qatar* (<http://www.olympic.qa/en/SportInQatar/Pages/CultureOfSportsInQatar.aspx>, 19. 2. 2016).

Qatar Olympic Committee (nedatováno[b]). *Events Calendar* (<http://www.olympic.qa/en/EventsCalendar/Pages/EventCalenderView.aspx>, 25. 2. 2015).

Qatar Olympic Committee (nedatováno[c]). *Women and sport* (<http://www.olympic.qa/en/SportInQatar/Pages/WomenAndSport.aspx>, 20. 2. 2016).

Qatar Olympic Committee (2011). *Sport Sector Strategy 2011-2016* (http://www.aspire.qa/Document/Sports_sector_strategy_final-English.pdf, 10. 3. 2016).

QF (nedatováno). *About Qatar Foundation* (<http://www.qf.org.qa/about/about>, 14. 2. 2016).

QNA (2016). *Hamad International Airport-Qatar Becomes Official Platinum Sponsor*, (<http://www.qna.org.qa/en-us/News/16012717410058/Hamad-International-Airport-Qatar-Becomes-Official-Platinum-Sponsor>, 24. 2. 2016).

QNB (nedatováno). *About QNB: Board of Directors* (http://www.qnb.com/cs/Satellite/QNBQatar/en_QA/AboutQNB/enBoardofDirectors, 9. 3. 2016).

QSI (nedatováno[a]). *Portfolio: Paris Saint-Germain Football Club* (<http://www.qsi.com.qa/investments/paris-saint-germain/>, 15. 2. 2016).

QSI (nedatováno[b]). *What we believe* (<http://www.qsi.com.qa/what-we-believe/>, 15. 2. 2016).

QSI (nedatováno[c]). *Who we are* (<http://www.qsi.com.qa/who-we-are/>, 15. 2. 2016).

Qatar Tennis Federation (nedatováno). *About us: History and Overview* (<http://www.qatartennis.org/about-us.html>, 26. 2. 2016).

Red Bull (nedatováno[a]). *Abu Dhabi* (http://www.redbullairrace.com/en_INT/event/abu-dhabi-2016, 8. 4. 2016).

Red Bull (nedatováno[b]). *History* (http://www.redbullairrace.com/en_INT/article/history, 8. 4. 2016).

Smart Dubai Government (nedatováno). *About Dubai: Dubai Rulers* (<http://www.dubai.ae/en/aboutdubai/Pages/DubaiRulers.aspx>, 10. 4. 2016).

Sport Reference LLC (nedatováno[a]). *Bahrain* (<http://www.sports-reference.com/olympics/countries/BRN/>, 16. 3. 2016).

Sport reference LLC (nedatováno[b]). *United Arab Emirates* (<http://www.sports-reference.com/olympics/countries/UAE/>, 1. 4. 2016).

The Emirates Group (2012). *Emirates to sponsor IPL franchise Deccan Chargers*, 28. 3. 2012 (http://www.emirates.com/english/about/news/news_detail.aspx?article=832554, 5. 4. 2016).

The Emirates Group (nedatovano[a]). *About Emirates: Our Company* (<http://www.emirates.com/english/about/emirates-sponsorships/sponsorships.aspx>, 26. 3. 2016).

The Emirates Group (nedatovano[b]). *Collingwood FC* (<http://www.emirates.com/english/about/emirates-sponsorships/australian-rules-football/collingwood-fc/collingwood.aspx>, 5. 4. 2016).

The Emirates Group (nedatovano[c]). *Emirates and Arsenal – a ground-breaking partnership* (<http://www.emirates.com/english/about/emirates-sponsorships/football/arsenal/arsenal-fc.aspx>, 26. 3. 2016).

The Emirates Group (nedatovano[d]). *Emirates and Cricket Sponsorships* (<http://www.emirates.com/english/about/emirates-sponsorships/cricket/cricket.aspx>, 5. 4. 2016).

The Emirates Group (nedatovano[e]). *Emirates and Golf Sponsorships* (<http://www.emirates.com/english/about/emirates-sponsorships/golf/golf.aspx>, 6. 4. 2016).

The Emirates Group (nedatovano[f]). *Emirates and Horse Racing Sponsorships* (<http://www.emirates.com/english/about/emirates-sponsorships/horse-racing/horse-racing.aspx>, 6. 4. 2016).

The Emirates Group (nedatovano[g]). *Emirates and Rugby Sponsorships* (<http://www.emirates.com/english/about/emirates-sponsorships/rugby/rugby.aspx>, 6. 4. 2016).

The Emirates Group (nedatovano[h]). *Emirates and Tennis Sponsorships* (<http://www.emirates.com/english/about/emirates-sponsorships/tennis/tennis.aspx>, 6. 4. 2016).

The Emirates Group (nedatováno[i]). *Emirates' global support of football includes Paris Saint-Germain* (<http://www.emirates.com/english/about/emirates-sponsorships/football/paris-saint-germain/paris-saint-germain.aspx>, 4. 4. 2016).

The Emirates Group (nedatováno[j]). *Emirates, proud sponsor of Olympiacos FC* (<http://www.emirates.com/english/about/emirates-sponsorships/sponsorships.aspx>, 5. 4. 2016).

The Emirates Group (nedatováno[k]). *Emirates Remains Committed to Asian Football's Future* (<http://www.emirates.com/english/about/emirates-sponsorships/football/afc/asian-football-confederation.aspx>, 6. 4. 2016).

The Emirates Group (nedatováno[l]). *Emirates' sponsorship of AC Milan* (<http://www.emirates.com/english/about/emirates-sponsorships/football/ac-milan/ac-milan.aspx>, 26. 3. 2016).

The Emirates Group (nedatováno[m]). *Emirates' sponsorship of Real Madrid* (<http://www.emirates.com/english/about/emirates-sponsorships/football/real-madrid/real-madrid.aspx>, 4. 4. 2016).

The Emirates Group (nedatováno[n]). *Emirates' sponsorship of S.L. Benfica* (<http://www.emirates.com/english/about/emirates-sponsorships/football/s.l.-benfica/s.l.-benfica.aspx>, 4. 4. 2016).

The Emirates Group (nedatováno[o]). *In February 2013, Emirates and the Formula One Group announced a five year global partnership, starting with the 2013 season* (<http://www.emirates.com/english/about/emirates-sponsorships/motorsports/formula-one/formula-one.aspx>, 6. 4. 2016).

The Emirates Group (nedatováno[p]). *Official Partner of the ICC* (http://www.emirates.com/english/about/emirates-sponsorships/cricket/icc/icc_world_cup.aspx, 6. 4. 2016).

Tour of Qatar (nedatováno). *Sporting Stakes/Rules* (<http://www.letour.fr/tour-of-qatar/2015/us/sporting-stakes-rules.html>, 24. 2. 2016).

Resumé

This master thesis deals with the phenomenon of sports diplomacy as a foreign policy tool of Qatar, Bahrain and United Arab Emirates. It examines the academic coverage of this topic (and theme of sports diplomacy generally) and has pretensions to set up a comprehensive framework of existing research on sports diplomacy. This thesis further aims to provide a comparative analysis of particular tools and goals of sports diplomacy as used by Qatar, Bahrain and United Arab Emirates.

The first chapter is devoted to the conceptualization of the term “sports diplomacy” and sets up new theoretical framework which aims to be more complete and comprehensive than any other already existing framework on this topic.

The second chapter covers the topic of sports diplomacy being used as a foreign policy tool by Qatar, it describes main instruments of Qatari sports diplomacy and explains the method and purpose of their usage.

The main instruments of Bahrain’s sports diplomacy and the way of their usage are discussed in chapter three together with the main foreign policy objectives of the state of Bahrain.

The fourth chapter deals with sports diplomacy in foreign policy of United Arab Emirates. Following the framework set up by previous chapters, the main instruments of Emirates’ sports diplomacy are discussed in the first part of the chapter. The second part of this chapter analyzes the objectives of United Arab Emirates’ foreign policy with regard to the concept of sports diplomacy.

The differences and similarities of all three case studies are discussed and compared in the final part of the thesis.