

# ORGANIZACJA WIELKICH IMPREZ SPORTOWYCH JAKO ELEMENT STRATEGII *SOFT POWER*<sup>1</sup>

Organizacja wielkich imprez sportowych wiąże się z realizacją celów polityczno-gospodarczych goszczącego je lub planującego je gościć państwa oraz działaniami zmierzającymi do umocnienia lub poprawy jego wizerunku. Pomocne są w tym między innymi takie cechy wielkich imprez sportowych jak: duży medialny rozgłos, pozytywny wizerunek sportu, duża liczba odwiedzających i oglądających wielkie widowiska sportowe oraz powtarzalny charakter dużych wydarzeń sportowych. Ważnym warunkiem stwarzającym możliwość takiego spojrzenia na potencjał dużych wydarzeń sportowych była postępująca globalizacja i przemiana charakteru relacji pomiędzy państwami i instytucjami. Koncepcja *global governance*, czyli „rozproszonej władzy między-, ponad- i transnarodowej, która realizuje się w sieciach powiązań między aktorami różnego typu – państwami, organizacjami międzyrządowymi i pozarządowymi, korporacjami i firmami międzynarodowymi, stowarzyszeniami i jednostkami”<sup>2</sup> zakłada współwystępowanie, obok tradycyjnej twardej siły gospodarczej i militarnej, także siły „miękkiej” związanej z pozytywnym wizerunkiem i „pozytywnym PR-em” podmiotów tych relacji. Organizacja wielkich imprez sportowych może więc być szczególnie atrakcyjna dla ambitnych rozwijających się państw o słabej światowej rozpoznawalności lub negatywnym wizerunku. Grix i Lee<sup>3</sup> podają w tym kontekście jako przykład Brazylię,

---

<sup>1</sup> Publikację przygotowano w ramach projektu DS-232 „Style konsumpcji sportowej Polaków” Wydziału Wychowania Fizycznego Akademii Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie.

<sup>2</sup> R. Włoch (2016), *Globalne przez narodowe. Euro 2012 w Polsce*, Warszawa: 25.

<sup>3</sup> J. Grix, D. Lee (2013), *Soft Power, Sports Mega-Events and Emerging States: The Lure of the Politics of Attraction*, „Global Society”, 27(4): 521-536, DOI: 10.1080/13600826.2013.827632.

Chiny i Republikę Południowej Afryki, czyli (poza Indiami, które na razie ograniczyły się do organizacji w roku 2010 ważnego dla krajów anglosaskich wydarzenia sportowego Commonwealth Games o skali porównywalnej w zakresie liczby uczestników (ok. 6000) i reprezentacji (71) do zimowych igrzysk olimpijskich) kraje BRICS. Wszystkie te państwa pozyskały w ostatnim czasie największe imprezy sportowe: XXIX Letnie Igrzyska Olimpijskie w Pekinie w roku 2008, Mistrzostwa Świata w Piłce Nożnej w Afryce Południowej w 2010 roku oraz XXXI Letnie Igrzyska Olimpijskie w roku 2016 i Mistrzostwa Świata w Piłce Nożnej w roku 2014 w Brazylii. „Dla państw doganiających peleton (krajów – ML) »wysoko rozwiniętych«, zwłaszcza dla tych, które aspirują do rangi mocarstwa regionalnego lub globalnego, organizacja wielkiej imprezy jest pewnym rytuałem inicjacyjnym przed wejściem do elitarnego klubu i szansą na legitymizację ambicji geopolitycznych”<sup>4</sup>. Biorąc pod uwagę rytualny charakter organizacji wydarzenia sportowego wskazany przez Włoch, można pójść antropologicznie dalej i rozważyć, czy w niektórych przypadkach (Rosja, Bразylia) gotowość ponoszenia kosztów organizacji imprezy i radzenia sobie z jej często kłopotliwym dziedzictwem (syndrom tzw. białych słoni) w sytuacji niezaspokojenia wielu potrzeb własnych obywateli nie jest swoistym potlaczem. Potlacze, czyli „okazałe ceremonie dawania darów, mające wyrażać i wzmacniać hierarchię społeczną”<sup>5</sup> są „areną rywalizacji” i formą konsumpcji na pokaz w poszukiwaniu prestiżu i podniesienia statusu społecznego (często, w przypadku nuworyszy lub „państw aspirujących” do światowej elity – zamiany statusu ekonomicznego, w status społeczny).

Wiele państw zauważyło, że organizacja wielkich imprez sportowych to (mimo ogromnych kosztów) względnie tania i skuteczna metoda poprawy wizerunku, podniesienia własnej wiarygodności na arenie regionalnej i globalnej oraz uzyskania większych światowych wpływów polityczno-gospodarczych. Organizacje sportowe nie miały więc w ostatnich kilkudziesięciu latach problemów z pozyskaniem organizatorów megaimprez sportowych. Megaimprezami sportowymi są z pewnością letnie i zimowe igrzyska olimpijskie oraz mistrzostwa świata w najbardziej komercyjnych dyscyplinach sportu<sup>6</sup>. Nawet państwa o ugruntowanej światowej reputacji, takie jak Wielka Brytania nadal

<sup>4</sup> R. Włoch (2016), dz. cyt.: 59.

<sup>5</sup> A. Aldridge (2006), *Konsumpcja*, Warszawa: 82.

<sup>6</sup> Więcej na temat megaimprez sportowych i kryteriów kwalifikacji imprez sportowych do zakresu pojęcia megaimprezy m.in. w: M. Roche (2000), *Mega-Events and Modernity: Olympics and Expos in the Growth of Global Culture*, London oraz M. Lenartowicz (2015), *Polityczne uwarunkowania decyzji o organizacji największych imprez sportowych oraz ich społeczne i ekonomiczne konsekwencje*. W: Z. Dziubiński, K.W. Jankowski [red.], *Kultura fizyczna a polityka*, Warszawa: 45-54.

gotowe są wydać 17 mln GBP na start w przetargu i próbę uzyskania organizacji mistrzostw świata w piłce nożnej w roku 2018<sup>7</sup>, które ostatecznie trafiły do Rosji. Kolejna taka impreza (pomimo wątpliwości związanych z bardzo wysokimi temperaturami powietrza i niewielkimi tradycjami piłkarskimi organizatora) zostanie zorganizowana w roku 2022 w Katarze – kraju bardzo skutecznie zabiegającym o wszelkie prestiżowe imprezy sportowe.

Wielkie imprezy sportowe były do niedawna organizowane najczęściej w bogatych państwach zachodnich. Od pewnego czasu, z różnych względów, tendencja ta została zahamowana i obserwujemy większe zróżnicowanie grupy organizatorów wielkich imprez sportowych i coraz to nowsze państwa, które starają się wykorzystać sport jako narzędzie polityki międzynarodowej (ale także często polityki wewnętrznej). Takie podejście do sportu Brannagan i Giulianotti<sup>8</sup> postrzegają jako jeden z przejawów tak zwanej *soft power*, „miękkiej siły”, czyli specyficznej metody zdobywania międzynarodowych wpływów i władzy. Nye<sup>9</sup> definiuje *soft power* jako „zdolność do osiągnięcia zamierzonego celu poprzez atrakcyjność, a nie przymus”. Potocki i Miłoszewska<sup>10</sup> zwracają uwagę na nieostrość tego pojęcia, które jednak wiąże się ich zdaniem zawsze ze strategiami politycznymi, w których nie stosuje się dyskryminacji, przymusu i przemocy wobec innych organizmów państwowych, natomiast stosuje się „miękkie” metody budowania pozytywnego wizerunku i pozyskiwania wpływów. Media, kultura, nauka i sport świetnie sprawdzają się jako dziedziny życia społecznego i narzędzia budowania międzynarodowej pozycji w formule „miękkiej siły”. Organizacja wielkich imprez sportowych jest wyjątkową okazją do tego typu łagodnego wzmacniania swojej międzynarodowej pozycji przez państwo organizatora, między innymi za sprawą globalnej promocji własnej kultury<sup>11</sup>. Organizacja „igrzysk”, czyli wszelkich wielkich imprez sportowych, jest także sprawdzoną już w starożytności skuteczną metodą wzmacniania wewnętrznej pozycji władzy w państwie i jej legitymizacji oraz budowania dumy narodowej obywateli. Typowy współczesny przykład wzmacniania nacjonalizmu narodowego poprzez

---

<sup>7</sup> J. Grix, D. Lee (2013), dz. cyt.: 522.

<sup>8</sup> P.M. Brannagan, R. Giulianotti (2015), *Soft power and soft disempowerment: Qatar, global sport and football's 2022 World Cup finals*, „Leisure Studies”, 34(6): 703-719.

<sup>9</sup> J.S. Nye (2004), *Soft power: The means to success in world politics*, New York: 256.

<sup>10</sup> R. Potocki, D. Miłoszewska (2010), *Rola soft power w środowisku międzynarodowym*, [https://repozytorium.amu.edu.pl/\(24.05.2016\)](https://repozytorium.amu.edu.pl/(24.05.2016)).

<sup>11</sup> Patrz: A. Tomlinson (1996), *Olympic spectacle: opening ceremonies and some paradoxes of globalization*, *Media, „Culture and Society”*, 18: 583-602 i D. Black (2007), *The Symbolic Politics of Sport Mega-Events: 2010 in Comparative Perspective*, „Politikon”, 34(3): 261-276, DOI: 10.1080/02589340801962536.

międzynarodową rywalizację sportową podaje Gorokhow opisując stosunek władz Rosji do sportu wyczynowego<sup>12</sup>. Państwo rosyjskie było w ostatnim czasie organizatorem kilku bardzo dużych imprez sportowych, w tym letniej uniwersjady w Kazaniu w roku 2013, zimowych igrzysk olimpijskich w Soczi (2014) i organizowanych w roku 2018 mistrzostw świata w piłce nożnej FIFA World Cup. Rosja, a wcześniej Związek Radziecki (i inne państwa dawnego bloku wschodniego), ma długą tradycję zaangażowania państwa w wykorzystanie sportu jako narzędzia polityki. Gorokhow pisze o silnie stymulowanym przez władze „sportowym nacjonalizmie”, który opiera się na sukcesach organizacji megaimprez sportowych i sukcesach sportowych rosyjskich zawodników. Sukcesy te mają wzmacniać oficjalny przekaz „siły narodu” rosyjskiego, adresowany zarówno do krajowych, jak i międzynarodowych odbiorców<sup>13</sup>. Gorokhow zwraca uwagę na intensywność przygotowań do zapewnienia sportowcom sukcesu sportowego<sup>14</sup> i stałą okołosportową retorykę narodową. Autor ten nie pisze o koncepcji *soft power* i „banalnym nacjonalizmie” w sporcie<sup>15</sup>, ale obie te koncepcje wpisują się w przedstawiane przez niego zjawisko. Skutkiem tej szczególnej troski państwa rosyjskiego o promocję „siły narodu” i mającej w tym kraju długą tradycję propagandy sukcesu są niestety także ujawniane afery organizowanego i wspieranego przez państwo nielegalnego dopingu rosyjskich zawodników. Wynikiem wykrycia takich działań był m.in. przegłosowany przez władze IAAF w czerwcu 2016 roku zakaz udziału rosyjskich lekkoatletów w XXXI Igrzyskach Olimpijskich w Rio de Janeiro oraz decyzja MKOl z grudnia 2017 roku o niedopuszczeniu reprezentacji Rosji (organizatora poprzednich zimowych igrzysk olimpijskich i światowej potęgi

---

<sup>12</sup> V.A. Gorokhov (2015), *Forward Russia! Sports mega events as a venue for building national identity*, „The Journal of Nationalism and Ethnicity”, 43(2): 267-282, DOI: 10.1080/00905992.2014.998043. Patrz także: M. Müller (2015), *How mega-events capture their hosts: event seizure and the World Cup 2018 in Russia*, „Urban Geography”, DOI: 10.1080/02723638.2015.1109951.

<sup>13</sup> V.A. Gorokhov (2015), dz. cyt.: 280.

<sup>14</sup> V.A. Gorokhow (2015), dz. cyt.: 279: „In order to show excellence in sport, the Russian ruling elite follows the strategy of intensive integration into global sports. Mass recruitment of international high-profile professionals, including managers, coaches, and athletes, is the main evidence of this integration”. Informacje o sile zaangażowania państwa w zapewnienie sukcesu sportowego własnych sportowców są niestety wzmacniane przez liczne doniesienia z lat 2014-2016 o państwowym rosyjskim systemie dopingu dla sportowców i organizowanych przez państwowe służby specjalnie oszustwach w oficjalnych laboratoriach antidopingowych na Igrzyskach Olimpijskich w Soczi w 2014 roku. Patrz m.in.: S. Keating (2016), *Doping bombshells rock WADA meeting as drug crisis deepens*, <http://www.reuters.com> (25.05.2016).

<sup>15</sup> M. Billing (2008), *Banalny nacjonalizm*, Kraków.

w sportach zimowych) do XXIII Zimowych Igrzysk Olimpijskich w Pyeong-Chang w roku 2018<sup>16</sup> i kompromitacja Rosji na arenie międzynarodowej. Medialna siła sportu, jak widać wyraźnie na przykładzie Rosji, jest bronią obosieczną.

Sięgając do znanej koncepcji centrów i peryferii Wallersteina<sup>17</sup>, można stwierdzić, że sportowe centra organizacji imprez sportowych przesuwają się stopniowo poza dominujące do tej pory państwa zachodnie. Sportowymi centrami, których sile finansowego magnetyzmu i skuteczności w realizacji celów także za pomocą *soft power*, stają się między innymi Katar (i jego stolica Doha), Dubaj czy Abu Dhabi (Zjednoczone Emiraty Arabskie). To, co było traktowane do tej pory jako interesujące sportowe ciekawostki, czyli organizacja w tym rejonie świata pokazowych zawodów w dowolnej w zasadzie dyscyplinie sportu<sup>18</sup>, skupiających światową elitę sportową kuszoną wysokimi nagrodami, zwiększało stopniowo społeczną akceptację dla takich lokalizacji nawet największych zawodów sportowych. Wystarczy przyjrzeć się na przykład liście kluczowych imprez sportowych zrealizowanych w ostatnich latach i planowanych do realizacji w stolicy Kataru, Dosze: wyścigi F1 Grand Prix (od 2009 na nowym torze Yas Marina Circuit w Abu Zabi/Abu Dhabi), kobiecy cykliczny turniej tenisowy Qatar Total Open (część WTA Tour; od 2001 roku), Qatar Athletic Super Grand Prix – zawody, które w roku 2010 zainaugurowały cykl Diamentowej Ligi IAAF (kolejne zawody w 2011, 2012, 2013, 2014 i 2015), 13. Halowe Mistrzostwa Świata w Lekkoatletyce w roku 2010, mistrzostwa świata w pływaniu na krótkim basenie w roku 2014, mistrzostwa świata w piłce ręcznej mężczyzn w roku 2015, mistrzostwa świata w gimnastyce w roku 2018, mistrzostwa świata w lekkoatletyce w roku 2019 (zwycięstwo z ofertami Barcelony i Eugene

---

<sup>16</sup> Przy akceptacji udziału rosyjskich zawodników, którym nie udowodniono stosowania dopingu w zawodach pod flagą olimpijską i z umieszczaną przez nich na strojach sportowych (stygmatyzującej – biorąc pod uwagę dopingowy kontekst) informacji „Olympic athlete from Russia”. W przypadku uzyskania przez takiego zawodnika złoto tego medalu, zamiast hymnu rosyjskiego odgrywany będzie hymn olimpijski. Warto przy tym dodać, że w Rosji, szczególnie w środowisku praktyków i teoretyków sportu publicznie kwestionuje się związane z postępowaniem antydopingowym działania organizacji sportowych wobec Rosji jako element zachodniego spisku wobec tego kraju i ciągu negatywnych sankcji w stosunku do tego kraju związanych m.in. z aneksją Krymu.

<sup>17</sup> I. Wallerstein (2006), *Nowoczesny system-świat*. W: A. Jasińska-Kania, L. Nijakowski i in. [red.], *Współczesne teorie socjologiczne*, t. 2, Warszawa: 747-753.

<sup>18</sup> Np. Katar: mistrzostwa świata w boksie amatorskim, pływaniu, squaszu, piłce ręcznej, piłce nożnej, dyscyplinach paraolimpijskich, kluczowe turnieje tenisowe, wyścigi F1 oraz kilkadziesiąt innych imprez sportowych w roku 2015 i latach kolejnych.

w USA) i mistrzostwa świata w piłce nożnej w roku 2022 (decyzja obarczona oskarżeniami o korupcję w FIFA, które nabrały na sile po aresztowaniu kilku wysokich urzędników FIFA w Szwajcarii na polecenie rządu USA w maju 2015 roku tuż przed wyborami prezydenta FIFA i szykowanej kolejnej prezydentury Seppa Blatera). Doha, po szybkim niepowodzeniu w konkursie na organizację letnich igrzysk olimpijskich w roku 2020, była bardzo bliska złożenia kolejnej oferty także na rok 2024. I choć organizację igrzysk w roku 2024 przyznano weteranowi olimpijskiemu, czyli Paryżowi (który będzie drugim po Londynie miastem goszczącym igrzyska olimpijskie trzy razy; wcześniej w roku 1900 i 1924), katarscy politycy zapowiadają składanie ofert na organizację kolejnych igrzysk. Biorąc pod uwagę malejącą mimo wszystko liczbę zgłoszeń do organizacji igrzysk oraz towarzyszące ich organizacji kontrowersje, kolejne zgłoszenia krajów bliskowschodnich mogą spotkać się kiedyś z przyjęciem równie ciepłym jak ich klimat. Ambicje Kataru i Zjednoczonych Emiratów Arabskich wobec sportu nie przejawiają się zresztą tylko w pozyskiwaniu organizacji najbardziej prestiżowych światowych imprez sportowych (do organizacji których z imprezy na imprezę kraje te są coraz lepiej przygotowane infrastrukturalnie i organizacyjne), ale także przez przejęcia klubów (czyli przedsiębiorstw sportowych), takich jak na przykład Manchester City i bardzo duże kontrakty sponsorskie, co można uznać za klasyczne przykłady stosowania strategii „miękkiej siły” w sporcie. Na przykład firma Emirates Airways zawarła umowy sponsorskie dotyczące obecności swojego logo na koszulkach piłkarskich klubów sportowych o globalnym zasięgu medialnym, włoskiego AC Milan, francuskiego Paris St-Germain, brytyjskiego Arsenalu, hiszpańskiego FC Barcelona. W przypadku Arsenalu, dodatkowym narzędziem marketingowym jest nazwanie jego londyńskiego stadionu nazwą Emirates Airways przynajmniej do roku 2028<sup>19</sup>. Tym, czym w przypadku Dubaju jest marka Emirates Airways, dla Abu Dhabi (kolejny emirat Zjednoczonych Emiratów Arabskich), mniej jeszcze w Polsce znana, linia lotnicza Etihad Airways, właściciel klubu Manchester City, również wpisana w nazwę stadionu tego klubu (Etihad Stadium), obecna na koszulkach zawodników klubu i przenosząca nazwę klubu na kadłubach swoich samolotów. Firmy z tej części świata są także sponsorami imprez tenisowych (np. US Open), krykietowych, golfowych, rozgrywek rugby itd. Tak wielkie inwestycje w sport wyczynowy mają silny wymiar ekonomiczny, ale także świadczą o globalnych aspiracjach tego regionu świata i tendencji do gromadzenia także „miękkiego kapitału”, rozpoznawalności państw i marek na świecie, prestiżu, społecznego uznania, zyskiwania sympatii dużych rzesz odbiorców sportowej

---

<sup>19</sup> B. Smith (2014), *Qatar, Abu Dhabi and Dubai: New centre of the sporting world?* <http://www.bbc.com/sport/0/football/30180206> (15.05.2016).

kultury masowej itd. Prestiż, rozpoznawalność i sympatia to kapitał, który, w przypadku takich instytucji jak państwa, można konwertować na kapitał ekonomiczny i polityczny (np. zacieśnianie współpracy militarnej z silnymi państwami Europy i Ameryki Północnej i zwiększanie bezpieczeństwa regionu). Pamiętajmy przy tym, że państwa Półwyspu Arabskiego, o których mówimy, są państwami muzułmańskimi (ok. 65% obywateli ZEA to muzułmanie) i niedemokratycznymi monarchiami dziedzicznymi, często o radykalnych (z perspektywy Europy) systemach prawnych i sposobach egzekucji prawa opartego na islamie, państwami łamiącymi swobody obywatelskie i prawa człowieka, o poziomie analfabetyzmu sięgającym blisko 20%. Tworzenie pozytywnego wizerunku tych państw w świecie zachodnim poprzez zaangażowanie w sport jest z perspektywy władz tych państw w pełni uzasadnione i nadzwyczaj (jak można przypuszczać) skuteczne w walce o globalne wpływy. Mają one jednak w przypadku sportu silnych konkurentów m.in. w postaci Brazylii, Rosji, Chin czy Kazachstanu ubiegającego się także o organizację igrzysk olimpijskich. W przypadku Chin działania państwa i prywatnych przedsiębiorców nie ograniczają się przy tym do pozyskiwania organizacji dużych imprez sportowych, ale podobnie jak w przypadku państw Półwyspu Arabskiego, do przejmowania kontroli nad rozpoznawalnymi europejskimi klubami sportowymi, szczególnie w piłce nożnej. Chińskie inwestycje w lidze angielskiej obejmują już całościową kontrolę klubów Aston Villa, Wolverhampton Wanderers i West Bromwich Albion. To tylko trzy z około 20. rozpoznawalnych europejskich klubów piłkarskich, w których prywatni chińscy inwestorzy, przy poparciu państwa chińskiego mają pełne lub częściowe udziały właścicielskie<sup>20</sup>. Innymi klubami, których współwłaścicielami są chińscy przedsiębiorcy są między innymi AC Milan i Inter Mediolan (Włochy) oraz Slavia Praga (Czechy). Spore udziały Chińczycy mają także w klubach Atletico Madrit, Olympique Lyon i Manchester City<sup>21</sup>. Jak zauważa Wallace (2016), inwestowanie przez chińskich przedsiębiorców w angielskie kluby sportowe, choć nie promowane tak spektakularnie jak w przypadku przejęcia klubów przez firmy ze Zjednoczonych Emiratów Arabskich (Manchester City), Rosji (Chelsea – bardzo nagłośniony medialne zakup miliardera, Bournemouth), czy Tajlandii (Leicester City i zwycięstwo w Premier League w 2016 roku), skierowane są również na długofalowe korzyści wizerunkowe, które mają być konwertowane na korzyści ekonomiczne. W podawanych przez Wallace'a (2016) przykładach chińskich inwestorów, zakup europejskiego klubu przyczyniał się wprost do podniesienia wartości firmy

<sup>20</sup> S. Wallace (2016), *Great haul of China is changing European football and up to 30 more billionaires are looking to invest in clubs*, <http://www.telegraph.co.uk/> (22.12.2017).

<sup>21</sup> Patrz także: C. Kowada (2017), *W jedwabnej sieci*, „Polityka”, 3142: 61-63.

inwestora w Chinach i zwiększenia jej możliwości kredytowania kolejnych przedsięwzięć biznesowych<sup>22</sup>.

Organizacja największych imprez sportowych jest często traktowana jako długofalowa inwestycja w ramach strategii *soft power*, a ewentualne straty finansowe i społeczne wynikające z organizacji imprezy wpisywane są w koszt polityki międzynarodowej oraz walki o globalną pozycję państwa. Tego typu imprezy trafiają też coraz częściej do krajów, dla których prestiż, duma i honor są często ważniejsze od kalkulacji ekonomicznej i krajowego dziedzictwa imprezy oraz organizowane są w państwach o słabiej rozwiniętych instytucjach demokratycznych. Być może jest to jednym z powodów, dla których tak wiele dużych imprez sportowych rangi mistrzostw Europy i świata odbyło się w ostatnim czasie także w Polsce. Organizacja Euro 2012 wydawała się być silnym bodźcem do podjęcia przez Polskę organizacji kolejnych wielkich imprez sportowych. Podobna do zastosowanej przed Euro 2012 retoryka polityczna, działania PR i marketingowe nie przekonały jednak na przykład mieszkańców Krakowa do wsparcia organizacji igrzysk zimowych w roku 2022<sup>23</sup>. Ku zdumieniu idealistycznie nastawionych do sportu osób i polityków lobbujących za organizacją imprezy, otwarcie debaty społecznej na temat kosztów imprezy i sensowności jej organizacji doprowadziły mieszkańców Krakowa do wyrażenia sprzeciwu wobec organizacji igrzysk. Z ubiegania się o organizację tej imprezy wycofały się także Monachium, Oslo, Sztokholm St. Moritz/Davos i Lwów, pozostawiając MKOl decyzje o wyborze jednego z dwóch pozostałych kandydatów – Kazachstanu i Chin. Wybór padł na bardzo sprawnego i sprawdzonego organizatora tego typu imprez i zimowe igrzyska w roku 2022 będą zorganizowane w Pekinie.

---

<sup>22</sup> „Buying a European football club represents a relatively trouble-free way of moving money overseas and, Hoogewerf says, it also equates to value at home. The effect of the brand of a British club on the value of a company in China can be transformative. »Once you have made an acquisition (as a Chinese investor) and put that asset into a Chinese-listed company you might find that its (the club's) value is much higher than in the UK«. That value added by a British or European football club to a company's assets, perceived in China as having a value that it would not have here, would give that institution greater access to borrowing”. S. Wallace (2016), dz. cyt.

<sup>23</sup> Szeroki opis politycznego i medialnego dyskursu z klasycznym niedoszacowaniem kosztów imprez i przeszacowaniem korzyści w przypadku turnieju Euro 2012 i Krakowa 2022 przedstawił Wojciech Woźniak (2015), *Euro 2012 i Kraków 2022. Polskie elity polityczne wobec wielkich imprez sportowych*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, 11(2): 60-83.