

In der Zeit zunehmender politischer Widersprüche wird es öfter und stärker diskutiert, wie das Image von Ländern in ausländischen Medien aufgebaut und beeinflusst wird. Um ein gewünschtes Bild zu konstruieren, organisieren viele Länder große Sportveranstaltungen (Mega-Events). Jedoch gibt es keinen Konsens zwischen den Wissenschaftlern, ob diese Methode die Wahrnehmung des Landes in den ausländischen Medien wirklich verändern kann. Dieser Beitrag konzentriert sich auf die Zweideutigkeit des Images von Russland in den britischen Medien während der FIFA-Fußballweltmeisterschaft 2018.

Die theoretische Basis ist die Theorie der konkurrierenden Frames von J. Druckman. Eine Content-Analyse von mehr als 750 Artikeln über Russland in den britischen Medien wurde in den Zeitungen The Guardian, Daily Mail, The Sun, The Daily Telegraph, Metro durchgeführt, und fünf Frames wurden identifiziert: Russland als Feind Großbritannien, Russland als potenzieller Partner, Russland als unsicherer Staat, Russland als würdiger Gastgeber der Weltmeisterschaft, Russland als Land der reichen Kultur. Die Ergebnisse zeigen, dass die Fußballweltmeisterschaft das Bild von Russland in den britischen Medien nicht wesentlich beeinflusst hat, und das Land weiterhin überwiegend negativ wahrgenommen wurde. Die Arbeit trägt zur Entwicklung der Theorie der konkurrierenden Frames bei und überprüft die Kriterien der Stärke von Frames.