

JOURNALISMUS INTERNATIONAL

Kefa Hamidi

Zwischen Information und Mission

Journalisten in Afghanistan:
Berufliche Merkmale, Einstellungen
und Leistungen

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Kefa Hamidi
Zwischen Information und Mission.
Journalisten in Afghanistan:
Berufliche Merkmale, Einstellungen und Leistungen
Journalismus International, 7
Köln: Halem, 2016

Die Reihe *Journalismus International* wird herausgegeben von Horst Pöttker.

Kefa Hamidi ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikation und Medienwissenschaft der Universität Leipzig. Die vorliegende Publikation wurde im März 2013 an der Universität Leipzig als Dissertationsarbeit eingereicht.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2016 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISSN 1866-2080

Print: ISBN 978-3-86962-104-3
E-Book (PDF): ISBN 978-3-86962-154-8

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag
DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg
GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhaltsverzeichnis

VORWORT	13
1. EINLEITUNG	15
2. THEORETISCHE GRUNDLAGEN	23
2.1 Massenmedien und Gesellschaft	23
2.2 Ansätze Journalismusforschung	33
2.3 Berufliche Einstellungen im Journalismus	39
2.4 Journalismus in den Entwicklungsländern	51
3. DAS UNTERSUCHUNGSMODELL	65
3.1 Gesellschaftliche Faktoren	68
3.2 Rechtlich-normative Faktoren	73
3.3 Organisationale und strukturelle Faktoren	76
3.4 Berufliche Merkmale und Einstellungen	78
3.5 Journalistische Leistungen	87
4. METHODENDESIGN	94
4.1 Datenerhebung	95
4.2 Datenanalyse	131

5.	UMFELD DER JOURNALISTEN IN AFGHANISTAN	142
5.1	Gesellschaftliche Rahmen	142
5.2	Medienpolitische Rahmenbedingungen	158
5.3	Massenmediale Strukturen	175
6.	MERKMALE UND EINSTELLUNGEN DER JOURNALISTEN	193
6.1	Soziodemografie	193
6.2	Berufliches Rollenselbstverständnis	228
6.3	Berichterstattungsmuster	245
6.4	Merkmale und Einstellungen der Befragten im Ländervergleich	289
7.	ZUSAMMENFASSUNG UND PERSPEKTIVEN	300
8.	LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS	312

Verzeichnis der Tabellen

Tab. 1	Journalistische Typologien	51
Tab. 2	Journalismus in den Entwicklungsländern	63
Tab. 3	Operationalisierung	108
Tab. 4	Operationalisierung	110
Tab. 5	Medienbetriebe in Afghanistan	113
Tab. 6	Schichtung der Stichprobe	117
Tab. 7	Anzahl der Ausgaben und Artikel	121
Tab. 8	Ergebnisse vom Interkoder- und Intrakoder-Test	130
Tab. 9	Faktorenanalyse	134
Tab. 10	Multiple Regressionsanalyse	136
Tab. 11	Multinominale logistische Regressionsanalyse	139
Tab. 12	Ethnien in Afghanistan	144
Tab. 13	Meinungsführer und traditionelle Kommunikation	150
Tab. 14	Operationalisierung	158
Tab. 15	Ziele der Medienförderung in Afghanistan	161
Tab. 16	Medienregulierende Organe in Afghanistan	170
Tab. 17	Verbotene Inhalte im afghanischen Mediengesetz	171
Tab. 18	Medienordnung in Afghanistan	173
Tab. 19	Rundfunk in Afghanistan	181
Tab. 20	Journalistische Ausbildungseinrichtungen in Afghanistan	189
Tab. 21	Soziodemografie	194
Tab. 22	Durchschnittsalter, Frauenanteil und Hochschulabschluss	195
Tab. 23	Einkommen	197
Tab. 24	Regressionsanalyse zum Einkommen	198
Tab. 25	Bildungsniveau	199
Tab. 26	Ausbildungsniveau	201
Tab. 27	Berufserfahrung und Arbeitsverhältnis	202

Tab. 28	Mitgliedschaft in Journalistenverbänden	203
Tab. 29	Nicht journalistische Nebentätigkeiten	204
Tab. 30	Arbeitszufriedenheit	206
Tab. 31	Erklärungsfaktoren für die Arbeitszufriedenheit	208
Tab. 32	Ethische Maßstäbe	210
Tab. 33	Drei-Faktorenlösung zu den ethischen Maßstäben	212
Tab. 34	Regressionsanalyse zu den ethischen Maßstäben	214
Tab. 35	Einflusswahrnehmung	216
Tab. 36	Zwei-Faktorenlösung zu der Einflusswahrnehmung	220
Tab. 37	Regressionsanalyse zur Einflusswahrnehmung	221
Tab. 38	Publikumsbild	223
Tab. 39	Zwei-Faktorenlösung zum Publikumsbild	226
Tab. 40	Regressionsanalyse zum Publikumsbild	227
Tab. 41	Bewertung der Kommunikationsziele	231
Tab. 42	Umsetzung der Kommunikationsziele	233
Tab. 43	Kommunikationsziele und deren Umsetzung	235
Tab. 44	Fünf-Faktorenlösung zum beruflichen Rollenselbstverständnis	238
Tab. 45	Anzahl und Anteil beruflicher Typen	244
Tab. 46	Rollenselbstverständnis Publikumsbild, Einflusswahrnehmung und Ethik	245
Tab. 47	Formalien der Stichprobe von Zeitungen	246
Tab. 48	Ressort, Autor, Form und räumlicher Bezug	247
Tab. 49	Anzahl der Themen in den Zeitungen	248
Tab. 50	Mittelwerte und Häufigkeit der identifizierten Kommunikationsziele	249
Tab. 51	Anteil der einzelnen Kategorien in den Beiträgen	252
Tab. 52	Fünf-Faktorenlösung zu den Berichterstattungsmustern	254
Tab. 53	Typischer Journalist in dieser Stichprobe	263
Tab. 54	Rollenselbstverständnis und Geschlecht	266
Tab. 55	Rollenselbstverständnis und Alter	269
Tab. 56	Rollenselbstverständnis und Territorialität	273
Tab. 57	Rollenselbstverständnis und Ethnizität	277
Tab. 58	Rollenselbstverständnis und Medienorganisationen	282
Tab. 59	Rollenselbstverständnis und Mediensegmente	284
Tab. 60	Rollenselbstverständnis im Gruppenvergleich	287
Tab. 61	Journalistendichte in Afghanistan im Ländervergleich	292
Tab. 62	Soziodemografie von Befragten im Ländervergleich	293

Tab. 63	Ausbildung und Arbeitsverhältnis der Befragten im Ländervergleich	294
Tab. 64	Ethische Maßstäbe der Befragten im Ländervergleich	297

JOURNALISMUS INTERNATIONAL



KEFA HAMIDI

**Zwischen Information und Mission.
Journalisten in Afghanistan:
Berufliche Merkmale, Einstellungen
und Leistungen**

Journalismus International, 7

2016, 340 S., 64 Tab., Broschur,
213 x 142 mm,

ISBN 978-3-86962-104-3

Seit der Entmachtung des Taliban-Regimes 2001 hat das Mediensystem in Afghanistan einen grundlegenden Wandel erlebt: Mediengesetze wurden liberalisiert und eine diversifizierte und moderne massenmediale Infrastruktur konnte sich etablieren.

Im Kontext dieser Veränderungen hat Kefa Hamidi in Afghanistan unter kompliziertesten Bedingungen fast 200 Journalistinnen und Journalisten zu ihrem beruflichen Rollenselbstverständnis befragt und die Ergebnisse mit Befragungen aus Industrie- und Entwicklungsländern verglichen. Zudem hat er afghanische Medien daraufhin analysiert, inwiefern dieses Selbstverständnis in die Realität umgesetzt wird. Gerahmt werden die Ergebnisse von einer umfangreichen Bestandsaufnahme des afghanischen Gesellschafts- und Mediensystems, das stark von religiösen Werten geprägt ist.

Zwischen Information und Mission. Journalisten in Afghanistan: Berufliche Merkmale, Einstellungen und Leistungen ist die erste Arbeit, die empirisch Kommunikatoren in Afghanistan untersucht: Gelten auch hier die journalistischen Werte wie Objektivität, Schnelligkeit und Neutralität? Wie funktioniert die Journalistenausbildung in Afghanistan? Welche Arbeitsbedingungen und welchen sozialen Stellenwert erleben die Journalistinnen und Journalisten?



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln

<http://www.halem-verlag.de>

info@halem-verlag.de

1. EINLEITUNG

Die Untersuchung beschäftigt sich mit den beruflichen Merkmalen, Einstellungen und Leistungen von afghanischen Journalisten.

Die Erforschung des aktuellen Stands des afghanischen Journalismus hat bislang in der Journalismusforschung kaum Berücksichtigung gefunden. Die wissenschaftliche Beschäftigung mit dem Journalismus in Afghanistan beschränkt sich bisher entweder auf die Entstehungsgeschichte des afghanischen Journalismus (vgl. RAWAN 1993) oder die aktuelle Medienentwicklung (vgl. MILLER 2004; HARTENBERGER 2005; TUTAKHEL 2006). Die meiste Forschung über Medien in Afghanistan ist durch die Akteure selbst in Auftrag gegeben worden (z. B. ALTAI 2010). Diese Studien sind in ihrem spezifischen Charakter sehr deskriptiv und beschränken sich meistens auf die Evaluation bestimmter Projekte, wobei vor allem der Erfolg bzw. Misserfolg in den Implementierungsprozessen untersucht wird. Eine thematisch umfassende Untersuchung oder empirisch angelegte Studien, in denen es besonders um die aktuelle Entwicklung des Journalismus und speziell die beruflichen Selbstbilder der afghanischen Journalisten sowie deren determinierende gesellschaftliche Aspekte geht, liegen bisher nicht vor.¹

Afghanistan ist insofern für die Journalismusforschung interessant, als es inzwischen über eine moderne massenmediale Infrastruktur und eine wachsende Zahl von Journalisten verfügt. Das Land mit vielen Bevölkerungsgruppen unterschiedlicher ethnischer und religiöser Herkunft und Sprachen leidet seit mehr als drei Jahrzehnten unter Krieg und Bürgerkrieg und ist

1 Ansatzweise geschieht das oben Genannte in der Journalistenstudie *Journalism Afghan Style* (vgl. WAKILI 2007). Diese Studie kommt zum Ergebnis, dass die afghanischen Journalisten ihre Rolle als essenziell für den Staatsbildungsprozess und die Nationenbildung ansehen (ebd.: 66). Der Studie fehlt es jedoch an einer theoretischen Reflexion.

immer noch mit ernsthaften Konflikten konfrontiert. Seit 2001 steht es in der Weltöffentlichkeit, als die internationale Gemeinschaft unter der Führung der USA intervenierte und das puritanische Regime der Taliban, die als Drahtzieher der Anschläge vom 11. September 2001 vermutet wurden, stürzte.

Nach der Zeit der Entmachtung der Taliban haben verschiedene internationale Akteure der Staatsbildung und dem professionellen Mediensystem – als Stützpfeiler dieses Prozesses – besondere Aufmerksamkeit geschenkt. Insbesondere dem Journalismus sollte die wichtige Funktion zukommen, ein Moderator für die gesellschaftliche Integration zu sein. Um diese politischen Ziele zu erreichen, haben sich die internationalen Medienförderungsakteure auf unterschiedlichen Ebenen mit diversen Konzepten und Strategien engagiert: Sie haben finanzielle und materielle Unterstützung geleistet, die journalistische Professionalisierung vorangetrieben, organisatorische Hilfen für Journalistenverbände und rechtliche Hilfe durch die Entwicklung von Gesetzen und Regulierungen geleistet (vgl. KAMAL 2009). Die technische Infrastruktur der Medien wie Rundfunk, Hörfunk und die Printmedien sowie der Medieninstitutionen wurde aufgebaut (vgl. TUTAKHEL 2006). Dazu wurde versucht, den Journalismus zu professionalisieren und Journalistenverbände institutionell und infrastrukturell zu unterstützen (vgl. WAKILI 2007: 28).

Das afghanische Mediensystem erlebt seit 2001 einen grundlegenden Wandel, in dem von einem ›absoluten Neuanfang‹ des Journalismus gesprochen wird. Durch diesen Wandel erhöhte sich die Zahl der Journalisten in Afghanistan erheblich. Dies rief wiederum eine Defragmentierung, also eine Homogenisierung der Gruppe hervor (vgl. RASCHID 2009: 29). Bisläng ist jedoch der mögliche Homogenisierungsprozess des journalistischen Berufsverständnisses kaum erforscht.

Die gesellschaftlichen Entwicklungen und Veränderungen lassen Rückschlüsse bzw. Rückwirkungen auf berufliche Einstellungen der dort tätigen Journalisten vermuten. Das wirft die Frage auf, welche beruflichen Merkmale und Einstellungen die Journalisten vor dem Hintergrund dieser Umwälzungen selbst von ihrem Beruf haben. Wie sehen sich die Journalisten mit ihren Merkmalen, Einstellungen und Leistungen in diesem Kontext? Ihre beruflichen Vorstellungen könnten dementsprechend ein Indikator für den Grad der Transformation des Mediensystems sein und sollen deswegen untersucht werden.

Das primäre Ziel der vorliegenden Untersuchung ist es, diese Frage zu beantworten und die Forschungslücke zu schließen. Hier werden wissen-

schaftliche Erkenntnisse erwartet, die für die politische und gesellschaftliche Entwicklung in diesem Land und zugleich für die komparative Journalismusforschung von Bedeutung sind. Dabei wird auf wichtige theoretische Ansätze und Befunde aus der Journalismusforschung zurückgegriffen, in der die Erforschung der beruflichen Einstellungen einen traditionellen Schwerpunkt bildet. Besonderes Augenmerk legt die vorliegende Studie in ihrer Vorgehensweise auf das methodische Instrumentarium der sogenannten *integrativen Theorieansätze*, die berufliche Merkmale und Einstellungen von Journalisten eingebettet in gesellschaftliche, normative und organisatorische Rahmenbedingungen untersuchen, da sie davon ausgehen, dass diese Rahmenbedingungen die Einstellungen der Journalisten nicht nur determinieren, sondern auch als Erklärungsmuster fungieren können. Es ist ein Fortschritt in der Journalismusforschung, dass berufliche Einstellungen der Journalisten in einem Entwicklungsland wie Afghanistan nicht nur ›personenbezogen‹ aus Sicht der Befragten analysiert – wie es in einigen Untersuchungen geschieht (vgl. RAMAPRASAD 2001, 2003, 2006) –, sondern in einem integrativen Ansatz die Ebenen der ›Akteure‹ und ›Gesellschaft‹ miteinander verbunden werden (mehr zum integrativen Ansatz vgl. RAABE 2005: 86). Somit werden die journalistischen Merkmale, Einstellungen und Leistungen untersucht und gleichzeitig deren gesellschaftliche Zusammenhänge nicht vernachlässigt.

Für ein solches Vorgehen existiert bereits ein reichhaltiges und vielfach eingesetztes Instrumentarium an theoretischen und empirischen Untersuchungen, das vor allem auf das ›Strukturmodell des Journalismus‹ von Siegfried Weischenberg (vgl. hier SCHOLL/WEISCHENBERG 1998) und das ›Hierarchy-of-Influences Model‹ von Pamela J. Shoemaker und Stephen D. Reese (1996: 64ff.; REESE 2006: 178ff.) zurückgehen. Die Perspektiven dieser Modelle werden für die Untersuchung der Rahmenbedingungen des afghanischen Journalismus übernommen, weil sie alle relevanten Aspekte, die zur Untersuchung des Journalismus in der Gesellschaft notwendig sind, erfassen. Ebenso bedeutend für die vorliegende Arbeit sind Untersuchungen der beruflichen Einstellungen von Journalisten, die in einigen *entwicklungsgesellschaftlichen* und *entwicklungsjournalistischen* Kontexten angesiedelt sind. Sie bieten besonders wichtige methodische Ansätze für dieses Vorhaben (RAMAPRASAD 2001; RAMAPRASAD/KELLY 2003; RAMAPRASAD/HAMDY 2006; RAMAPRASAD/RAHMAN 2006; WEAVER/WU 1998; HANITZSCH 2004). Schließlich sind die Journalismusstudien der Kommunikatorforschung wichtig, die nach Auffassung der beruflichen Rolle

und persönlichen Überzeugungen verschiedene Typen journalistischen Selbstverständnisses identifizieren. Diese Typologien fungieren als wichtige Inhaltspunkte für die eigene Auswertung der Befragungsergebnisse und Bildung der Selbstverständnistypologie.

Entsprechend wird auf der Basis dieser Ansätze zunächst ein Untersuchungsmodell entwickelt, das die beruflichen Merkmale, Einstellungen und Leistungen von Journalisten im Kontext ihrer mannigfaltigen gesellschaftlichen, normativen und organisatorischen Einflussfaktoren (Wertekontext: Gesellschaft, Normenkontext: Rechtliche Rahmen und Strukturkontext: Massenmediale Struktur) darstellt. In diesem Teilbereich soll zunächst ein Überblick gesellschaftlich-normativer Rahmenbedingungen und Struktur der Massenmedien erfasst werden, in denen Journalisten operieren. Diese Rahmenbedingungen werden herangezogen, da die Untersuchung davon ausgeht, dass sie die Arbeit der Journalisten (Rollenkontext: Berufliche Merkmale und Einstellungen) und ihrer Produkte (Funktionskontext: Journalistische Leistungen) bestimmen.

Im Mittelpunkt der Arbeit stehen die *Merkmale, Einstellungen und Leistungen* der Journalisten. Diese bestehen aus verschiedenen Bereichen und sollen durch *schriftliche Befragungen* erfasst werden. Zunächst werden im ersten Bereich die *demografischen Merkmale* (Geschlecht, Familienstand, Ethnie, Alter, Position, Arbeitsort, Ausbildung und Arbeitsverhältnis) ermittelt. Dazu kommen im nächsten Bereich die Erfassung der *Berufszufriedenheit, die ethischen Maßstäbe, die Einflusswahrnehmung* und das *Publikumsbild*. Zentraler Aspekt in diesem Zusammenhang ist die Ermittlung des *beruflichen Rollenselbstverständnisses* der Journalisten. Dieses wird nach der Definition (vgl. SCHOLL/WEISCHENBERG 1998: 112) in erster Linie durch die Kommunikationsziele erfasst, die die Journalisten in ihrer Arbeit anstreben (vgl. auch KRASTEVA 2008). Ergänzt werden die Arbeitsziele durch die *Handlungsrelevanz*, d. h., ob die Berufsauffassungen auch wirklich das Verhalten beeinflussen. Journalisten werden demnach nicht nur nach beabsichtigten Kommunikationszielen befragt, sondern auch nach den Möglichkeiten zur Umsetzung dieser Ziele. Dazu sollen die *journalistische Leistung* sowie im engeren Sinne die Berichterstattung der afghanischen Printmedien untersucht werden. Diese werden einer Inhaltsanalyse unterzogen. Ziel ist es zum einen, die Berichterstattungsmuster in den afghanischen Printmedien zu ermitteln. Zum anderen wird der Frage nach dem Zusammenhang zwischen den Selbstbildern der Journalisten und den Medienprodukten eine zentrale Stellung eingeräumt, was eine Weiterentwicklung in der Journalismusforschung darstellt.

In der Journalismusforschung stehen zur Ermittlung der beruflichen Einstellungen unterschiedliche Datenerhebungsmethoden zur Verfügung, wobei davon ausgegangen wird, dass die Verwendung einer einzigen Methode der Komplexität des Untersuchungsgegenstandes nicht gerecht werden könnte (vgl. SCHOLL/WEISCHENBERG 1998: 122). Insofern soll der Grad der gesellschaftlichen, normativen und organisatorischen Kontexte anhand einer *Dokumentanalyse*, d. h. einer systematischen Recherche und Analyse der Rahmenbedingungen erfolgen. Die Untersuchung beruflicher Merkmale und Einstellungen basiert auf einer *vollstandardisierten schriftlichen Befragung*. Leistungen der Journalisten sollen mittels einer *Inhaltsanalyse* untersucht werden. Produktionstechnischer Schwerpunkt liegt auf der Untersuchung der Printmedien. Thematisch steht die politische Berichterstattung im Mittelpunkt.

In dieser Untersuchung kommen neben uni- und bivariaten Statistiken die Faktorenanalyse und die Regressionsanalyse zur *Auswertung der empirischen Daten* zum Einsatz. Die Faktorenanalyse wird zur Beschreibung von Rollendifferenzierungen der beruflichen Selbstbeschreibung verwendet. Mit der Regressionsanalyse wird versucht, »die Richtung und Stärke der Abhängigkeit« dieser Rollenbeschreibungen von »systematischen Prozessen« im Journalismus zu beschreiben (vgl. HANITZSCH 2004: 127; SCHOLL/WEISCHENBERG 1998: 364).

Die zentralen Fragestellungen dieser Untersuchung lauten wie folgt:

Welche beruflichen Merkmale und Einstellungen sind unter den Journalisten in Afghanistan vertreten?

Welche Berichterstattungsmuster kommen in den afghanischen Zeitungen vor?

Im Einzelnen werden folgende Teilfragen für die Arbeit formuliert:

Welche soziodemografischen Merkmale weisen die Journalisten in Afghanistan auf?

Hier sollen zuerst die soziodemografischen Merkmale der befragten Journalisten ermittelt werden, um herauszufinden, ob die Unterschiede in den beruflichen Einstellungen im Journalismus in Zusammenhang mit diesen stehen. Hier stehen insbesondere Aspekte wie Alter, Geschlecht, Familienstand, formale Bildung, Arbeitsverhältnis, Arbeitsstatus, Arbeitsort, Rolle in der Redaktion, Arbeitserfahrung, Einkommen, Mitgliedschaft in einem Verband und Spezialisierung im Mittelpunkt.

Wie zufrieden sind die Journalisten Afghanistan mit ihrem Beruf?

Das Konzept der Berufszufriedenheit dadurch überprüft, wie die Journalisten auf die Bedingungen reagieren, unter denen sie arbeiten.

Welche ethischen Maßstäbe vertreten die Journalisten in Afghanistan?

Die Anwendung der ethischen Maßstäbe bei der Berichterstattung soll mithilfe der Fragestellung untersucht werden, indem gefragt wird, welche Methoden der Informationssammlung und -vermittlung die Journalisten für vertretbar halten.

Welche internen und externen Einflüsse nehmen die Journalisten auf ihren Beruf wahr?

Diese Studie identifiziert verschiedene Einflussquellen, deren Ursprung entweder außerhalb oder innerhalb der Redaktion liegt und die Journalisten werden gefragt, wie sie diese Einflussquellen auf ihre Arbeit wahrnehmen.

Welches Publikumsbild bzw. welche Auffassung von ihrem Publikum haben die Journalisten?

Den afghanischen Journalisten sollen zehn Aussagen vorgelegt werden, mit denen sie ihre eigenen Publikumsvorstellungen beschreiben können. Darüber hinaus sollen sie nach Herkunft des Publikums und den vermuteten Informationsquellen des Rezipienten gefragt werden.

Welches berufliche Rollenselbstverständnis vertreten die Journalisten?

Nach der Definition von Scholl und Weischenberg (1998: 112) wird das berufliche Rollenselbstverständnis im Journalismus in erster Linie durch die Kommunikationsziele bestimmt, die die Journalisten mit ihrer Arbeit verfolgen. Die Ziele, die die afghanischen Journalisten anstreben, werden mit Aussagen darüber, worin sie ihre Hauptaufgabe als Journalisten sehen und was sie unter ›gutem Journalismus‹ verstehen, erfasst. Weiterhin wird hier gefragt, ob sich dieses berufliche Rollenselbstverständnis in bestimmte Typen klassifizieren und dimensionieren lässt.

Inwieweit können die Journalisten in Afghanistan ihre Kommunikationsziele im beruflichen Alltag umsetzen?

Hier wird die Handlungsrelevanz untersucht, d. h. die Möglichkeit zur Umsetzung der Berufsrolle. Ziel ist zu differenzieren, nicht nur welche Kommunikationsziele die Journalisten vertreten, sondern auch inwieweit sie in der Umsetzung dieser Ziele erfolgreich sind. Hier wird explizit danach gefragt, ob die Journalisten auch in der Lage sind, ihre Ziele umzusetzen.

Welche Berichterstattungsmuster kommen in afghanischen Printmedien vor?

Hier soll in drei Zeitungen mittels einer Inhaltsanalyse untersucht werden, welche Berichterstattungsmuster in diesen Presse-Erzeugnissen vorkommen.

Spiegeln sich die beruflichen Selbstbilder in den Berichterstattungsmustern wider?

Hier geht es darum, zu sehen, ob eine Analogie zwischen den Berichterstattungsmustern und dem beruflichen Rollenselbstverständnis existiert.

Wie steht es um das berufliche Rollenselbstverständnis der afghanischen Journalisten im internationalen Vergleich?

Der Erkenntnis folgend, dass »ein [Medien-]System nur mit einem Vergleich mit anderen Mediensystemen verstanden werden kann« (MCLEOD/BLUMLER 1987: 315; auch HANITZSCH 2004: 247), werden einige Befunde dieser Untersuchung mit anderen Studien auf diesem Gebiet verglichen. Hier werden Untersuchungen bezüglich der beruflichen Einstellungen im Journalismus sowohl aus Industrie-, aber auch aus Entwicklungsländern herangezogen und es wird nach den Gemeinsamkeiten und Differenzen gefragt, um zu sehen, wo die afghanischen Journalisten in diesem Vergleich stehen. Oder zeigen die Selbstbilder der Journalisten in Afghanistan Besonderheiten?

Der Betrachtungsgegenstand wird in *fünf Kapiteln* untersucht. Im *ersten Kapitel* werden die theoretischen Grundlagen konzipiert. Dafür wird zunächst die Verortung des Journalismus in der Gesellschaft diskutiert. Besonders wird auf den Bezug der Journalismusforschung auf die Systemtheorie eingegangen, da sie wichtige Impulse auf die Frage nach den

gesellschaftlichen Funktionen des Journalismus liefert. Ebenso werden die einzelnen Ansätze der Journalismusforschung vorgestellt, die besonders für die methodische Vorgehensweise bedeutend sind. Abschließend steht in diesem Kapitel die Erforschung der beruflichen Einstellungen der Journalisten im Mittelpunkt. Einerseits wird hier die Forschung aus den westlichen Gesellschaften, die mittlerweile eine lange Tradition hat, systematisch einbezogen. Andererseits werden Studien eine wichtige Rolle spielen, die in einem Afghanistan ähnelnden gesellschaftlichen Kontext durchgeführt sind. Im *zweiten Kapitel* werden aus dieser systematischen Analyse fünfdimensionale Analysemodelle entwickelt. In den ersten drei Dimensionen werden die gesellschaftlichen, normativen und massenmedialen Strukturen beschrieben, die Einstellungen der Journalisten und ihre Leistungen bestimmen. Hier wird auch die methodische Vorgehensweise erklärt und die einzelnen Erhebungs-, und Auswertungsmethoden werden näher erläutert. Im *dritten Kapitel* stehen gesellschaftliche und normative Rahmen sowie die massenmediale Struktur in Afghanistan im Focus. Im *vierten Kapitel* stehen die Merkmale, Einstellungen und Leistungen der afghanischen Journalisten im Mittelpunkt. Zunächst werden die demografischen Merkmale (Geschlecht, Familienstand, Ethnie, Alter, Position, Arbeitsort, Ausbildung und Arbeitsverhältnis) ermittelt. Hinzu kommen die Erfassung der Berufszufriedenheit, die ethischen Maßstäbe, die Einflusswahrnehmung und das Publikumbild. Zentraler Aspekt in diesem Kontext ist die Ermittlung des beruflichen Rollenselbstverständnisses der Journalisten. Ergänzt werden die Arbeitsziele durch die Handlungsrelevanz. Hinzu werden die Berichterstattungsmuster in afghanischen Printmedien sowie Zusammenhang mit Selbstbeschreibungen der Befragten dargestellt. Im *fünften Kapitel* werden die gewonnen Erkenntnisse zusammengefasst und theoretische und methodische Perspektiven entwickelt, auf denen mögliche zukünftige Untersuchungen aufbauen könnten.



TIM KUKRAL

**Arbeitsbedingungen freier
Auslandskorrespondenten.
Eine qualitative Befragung von
Mitgliedern des
Journalistennetzwerks Weltreporter**

Journalismus International, 8

2016, 150 S., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN 978-3-86962-211-8

Auf eigene Faust in der Ferne: Freie Auslandskorrespondenten berichten aus Bagdad oder Brüssel für deutsche Medien. Im Vergleich zu ihren festangestellten Kollegen haben die »Freien« eher den Blick und die Zeit für Geschichten, die abseits liegen von den starren Themenplänen der Redaktionen in der Heimat. Aber (wie) kann man davon leben? Wie sieht der Alltag der freien Korrespondenten aus? Und wie sind sie überhaupt zu diesem Beruf gekommen?

Durch eine qualitative Befragung von Mitgliedern des renommierten Journalistennetzwerks Weltreporter liefert dieser Band erstmals umfangreiche Erkenntnisse über die Arbeit der freien Auslandskorrespondenten. Auch die Zustände in den unterschiedlichen Berichtsgebieten werden behandelt. Motivation und Selbstverständnis, die Haltung zu PR und nicht zuletzt die Auswirkungen des Berufs auf das Privatleben der Befragten – die Veröffentlichung behandelt alle Fragen, die für freie Auslandskorrespondenten von Bedeutung sind.

Die Befunde stehen nicht isoliert. Durch eine Einbettung in den aktuellen Forschungsstand und vor dem Hintergrund der Medienkrise wird deutlich, was eine weitere Prekarisierung der freien Korrespondenten für die Qualität der Auslandsberichterstattung bedeuten würde: einen globalen Informationsfluss, in dem Einordnung und Hintergrund eine immer kleinere Rolle spielen.



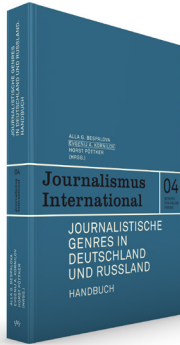
HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln

<http://www.halem-verlag.de>

info@halem-verlag.de

JOURNALISMUS INTERNATIONAL



ALLA G. BESPALOVA / EVGENIJ
A. KORNILOV (+) / HORST PÖTTKER (HRSG.)
**Journalistische Genres in Deutschland
und Russland.**

Handbuch

Journalismus International, 4

2010, 424 S., Broschur, 213 x 142 mm,
dt./russ.

ISBN 978-3-938258-76-7

Der erste Band des deutsch-russischen Wörterbuchs der Journalistik bietet Praktikern und Wissenschaftlern 30 umfangreiche Fachartikel zu Nachricht, Kommentar, Interview, Reportage und weiteren Genres. Zahlreiche Beispieltex-te aus Geschichte und Gegenwart des Journalismus unterstreichen seinen Gebrauchswert fuer Ausbildungskurse. Das Wörterbuch ist nicht nur zweisprachig deutsch/russisch gestaltet, das Herausgeber-team aus den Partneruniversitäten Rostov a.D. und Dortmund hat sich auch um eine Annäherung der beiden journalistischen Kulturen bemüht. Wo es möglich war, sind die Fachartikel gemeinsam von deutschen und russischen Autor(inn)en verfasst worden.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de

Journalismus



JANIS BRINKMANN

Ein Hauch von Jasmin. Die deutsche Islamberichterstattung vor, während und nach der Arabischen Revolution – eine quantitative und qualitative Medieninhaltsanalyse

2015, 310 S., 28 Abb., 36 Tab., Broschur,

213 x 142 mm, dt.

ISBN 978-3-86962-107-4

Die Darstellung des Islam in der deutschen Presse ist seit vielen Jahren problematisch: Die Mehrheit der Artikel und Beiträge über die islamische Welt sind von Negativthemen, Elitenzentrierung sowie von Stereotypen, Vorurteilen und Feindbildern verzerrt.

Aufbauend auf grundlegenden Studien zur Auslandsberichterstattung und vor dem Hintergrund aktueller Theorien zu Schlüsselereignissen und Themenzyklen, analysiert die Studie die Islamberichterstattung im Jahr des Ausbruchs der Arabischen Revolution (2011) sowie im Folgejahr. Sie geht dabei den Fragen nach: Verändert sich die Islamberichterstattung in der überregionalen deutschen Presse während der Arabischen Revolution im Vergleich zu früher? Und welche langfristigen Entwicklungen ergeben sich daraus für das Islambild?

Dazu wurden in zwei Zeiträumen die Ausgaben der Tageszeitungen *Frankfurter Allgemeine Zeitung* und *Süddeutsche Zeitung* sowie der Magazine *Spiegel* und *Stern* quantitativ und qualitativ untersucht. Im Rahmen dieser Vollerhebung wurden mehr als 2.000 Artikel mit inhaltlichen, geografischen oder thematischen Bezügen zum Islam analysiert – und führen letztlich zu einem beunruhigenden Ergebnis: Zwar treten viele Probleme der Islamberichterstattung zunächst deutlich seltener auf als vorher, jedoch kehrt sich dieser Positivtrend bereits ein Jahr später wieder um. Nie zuvor wurde in der deutschen Presse derart negativ über Ereignisse und Menschen in der islamischen Welt berichtet, wie im Jahr nach der Arabischen Revolution.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln

<http://www.halem-verlag.de>

info@halem-verlag.de