

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

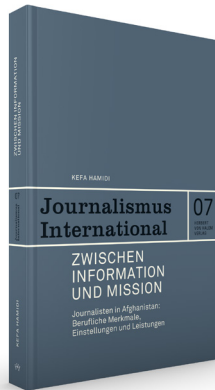
5.	UMFELD DER JOURNALISTEN IN AFGHANISTAN	142
5.1	Gesellschaftliche Rahmen	142
5.2	Medienpolitische Rahmenbedingungen	158
5.3	Massenmediale Strukturen	175
6.	MERKMALE UND EINSTELLUNGEN DER JOURNALISTEN	193
6.1	Soziodemografie	193
6.2	Berufliches Rollenselbstverständnis	228
6.3	Berichterstattungsmuster	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



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