

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Forschungsstand	5
2.1	Staatliche und privaten Medien im Allgemeinen	5
2.1.1	Begriffsbestimmungen	5
2.1.2	Wirtschaftliche Einflüsse auf staatliche und private Medien	7
2.1.3	Politische und soziale Einflüsse auf staatliche und private Medien	13
2.2	Staatliche und private Medien in Entwicklungsländern	16
2.2.1	Entwicklungsjournalismus	17
2.2.2	Westliches Journalismusverständnis	21
2.2.3	Journalismus im subsaharischen Afrika	24
2.2.4	Journalismus in Ghana	32
2.3	Zusammenfassung	37
3	Forschungsdesign	39
3.1	Forschungsfragen und Hypothesen	39
3.2	Operationalisierung	40
4	Rahmenbedingungen des Mediensystems	43
4.1	Sozioökonomischer Überblick	43
4.1.1	Demographie	43
4.1.2	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	47
4.2	Geschichtliche Rahmenbedingungen	49
4.2.1	Die Goldküste unter britischer Herrschaft	49
4.2.2	Ghana seit der Unabhängigkeit	51
4.3	Politische Rahmenbedingungen	54
4.3.1	Politisches System	54
4.3.2	Parteienlandschaft	56
4.4	Rechtliche Rahmenbedingungen	57
4.4.1	Verfassungsrechtliche Vorgaben	57
4.4.2	Journalistische Selbstverpflichtungen und Richtlinien	59

4.4.3	Medienfreiheit in Ghana	61
4.5	Zusammenfassung	62
5	Medieninhalte	63
5.1	Untersuchungsmethode	63
5.1.1	Stichprobe	63
5.1.2	Aufbau des Codebuchs und Codierung	64
5.1.3	Reliabilität	65
5.2	Allgemeine Inhalte der Berichterstattung	65
5.2.1	Formale Kategorien	66
5.2.2	Allgemeine Inhalte	67
5.2.3	Vergleich mit Daten der <i>National Media Commission</i>	72
5.3	Nachrichtenfaktoren	73
5.4	Darstellung politischer Akteure	76
5.5	Staatliche Werbung	79
5.6	Zusammenfassung	81
6	Medienstruktur und -organisation	83
6.1	Medienstruktur	83
6.1.1	Pressemarkt	83
6.1.2	Übriger Medienmarkt	91
6.2	Medienorganisation	92
6.2.1	Kontext der teilnehmenden Beobachtung	93
6.2.2	Präsentation der Zeitungen	94
6.2.3	Redaktionelle Organisation	97
6.3	Zusammenfassung	101
7	Medienakteure	103
7.1	Untersuchungsmethode	103
7.1.1	Stichprobe	103
7.1.2	Aufbau des Fragebogens	104
7.2	Sozio-demographische Zusammensetzung	105
7.3	Meinungen und Einstellungen der Medienakteure	112
7.3.1	Politische Tendenz der Zeitungen	112
7.3.2	Journalismusverständnis der Befragten	113
7.4	Zusammenfassung	119
8	Fazit	121

Literatur	125
Anhang	137
Stichwortverzeichnis	141