

# Inhalt

## **Zum Geleit**

- 04 Von Susanne Klatten

## **Grußwort**

- 07 Vom Schmelztiegel zur Salatschüssel  
Von Edward M. Alford

## **Einleitung**

- 09 Migranten als Zielgruppe?  
Medienrezeptionsforschung und Programmplanung  
Von Roland Löffler

## **I. Integrationspolitik und Medien**

- 18 Integrationspolitik und das Publikum –  
Der politische Umgang mit Medienwirkungen  
Von Armin Laschet
- 26 Personelle Vielfalt in den Medien als Spiegel unserer Gesellschaft –  
Perspektiven hessischer Integrationspolitik  
Von Rudolf Kriszeleit

## **II. Amerikanische Medienwirkungsforschung und ihre medienpolitischen Konsequenzen**

- 30 Stereotype, Massenmedien, soziale Gerechtigkeit und Gleichheit  
Ein Blick auf die amerikanische Gesellschaft und die US-Forschungslandschaft  
Von Bradley W. Gorham
- 43 Die Diversity-Politik der amerikanischen  
journalistischen Selbstverwaltung  
Von Sally Lehrman

## **III. Der öffentliche Rundfunk und die Migranten: Medienrezeptionsforschung und Programmplanung**

- 64 Medienrezeption und Migration –  
Aktuelle Forschungsergebnisse und -perspektiven  
Von Georg Ruhrmann
- 84 Migranten und Milieus –  
Auswirkung auf die Programmplanung  
des öffentlichen Radios und Fernsehens  
Von Ulrich Neuwöhner

- 97 Migration und Integration. Eine Herausforderung für Politik und Medien –  
nicht erst seit der SINUS-Studie  
Von Karl-Heinz Meier-Braun
- 103 Zum Stand der Rezeptions- und Wirkungsforschung  
Ein Kommentar aus der Perspektive der angewandten Medienforschung  
Von Erk Simon
- 113 Sprache ist Macht –  
*Diskussion zur Medienanalyse und Programmplanung*  
im öffentlichen Rundfunk  
Mit Karl-Heinz Meier-Braun, Ulrich Neuwöhner, Marjan Parvand, Manfred  
Krupp und Birand Bingül (Moderation)

#### **IV. Privatfernsehen und Popkultur:**

##### ***Durch Zielgruppenorientierung zur medialen Integration?***

- 128 Die Faszination der Casting-Shows.  
Oder: Migranten auf der Suche nach Anerkennung und sozialem Aufstieg  
Von Canan Topçu
- 135 Die demokratischen Stars?  
Migranten als Zielgruppe der Popkultur im Privatfernsehen  
Mit Ismail Erel, Julian Geist, Walter Kindermann,  
Stella Salato und Birand Bingül (Moderation)

#### **Schlusswort**

- 143 Migranten als Zielgruppe? Die Wirklichkeit wirkt am meisten  
Von Birand Bingül

#### **Anhang**

- 148 Die Autoren
- 156 Teilnehmer der Konferenz
- 158 Die Herbert Quandt-Stiftung und der Dialog der Kulturen
- 160 **Impressum**