

Inhalt

Zum Geleit

- 04 Von Susanne Klatten

Grußwort

- 07 Vom Schmelziegel 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 Trialog der Kulturen
- 160 Impressum