Inhaltsverzeichnis

I	EINLEITUNG	
1	Problemstellung	11
1.1	Integration als Bedürfnis moderner Gesellschaften	12
1.2	Massenmedien als Konstrukteure von Identitätsräumen	12
1.3	Fehlende Datenlage zu Diversität in den Massenmedien	13
1.4	Zentrale Fragestellungen für die Untersuchung	14
II	THEORIE	
2	Forschungsstand	15
3	Status Quo der medialen Integration im Ländervergleich	23
3.1	Der Umgang mit ethnischer Diversität in den Massenmedien in den USA	23
3.2	Der Umgang mit ethnischer Diversität in den Massenmedien in Kanada	26
3.3	Der Umgang mit ethnischer Diversität in den Massenmedien in Großbritannien	29
3.4	Der Umgang mit ethnischer Diversität in den Massenmedien in Deutschland	30
3.5	Zwischenfazit	31
3.6	Der Umgang mit ethnischer Diversität in den Massenmedien in Österreich	32
4	Zentrale Begriffe	35
4.1	Die Problematik der Kategorienbildung	35
4.2	Soziologische Begriffe	37
4.3	Kommunikationswissenschaftliche Begriffe	43
5	Theoretischer Rahmen	46
5.1	Der Cultural Studies-Ansatz	46
5.2	Journalismus als „kultureller Diskurs zur Selbstverständigung einer Gesellschaft“	47
5.3	Ein- und Ausschlüsse in der Mediengesellschaft	48
5.4	Ethnische Grenzziehungen im Verständnis der Cultural Studies	49
6	Die Wirkungsweisen der Massenmedien	51
6.1	Massenmedien als Realitätskonstrukteure	51
6.2	Fernsehen als „kulturelles Forum“	55
6.3	Fernsehen als Repertoire für Identitätskonstruktionen	56
7	Mediale Identitätsräume	58
8	Chancen und Problematik von Visualisierungsstrategien	61

9	Integration – Begriff, Zugänge, Modelle	64
9.1	Integrationszugänge in der Wissenschaft	64
9.2	Ansätze zu Integration – eine Systematik	66
9.3	Assimilation versus Multikulturalismus?	67
9.4	Integration abseits des nationalstaatlichen Rahmens	74
9.5	Interkulturelle Integration	77
9.6	Zusammenfassung	79
10	Sozialstrukturelle Integration in Österreich	80
10.1	Bildungsintegration	80
10.2	Arbeitsmarktintegration	81
10.3	Politische Integration	82
10.4	Materielle Integration	83
10.5	Institutionelle Integration	84
11	Die Integrationsfunktion der Massenmedien	85
11.1	Integrationspotential der Medien – zwischen Überschätzung und fehlender Messbarkeit	85
11.2	Integrierende Effekte der Massenmedien	86
11.3	Desintegrierende Effekte der Massenmedien	88
11.4	Dimensionen der Integrationsfunktion	92
11.5	Hierarchie der Integrationsfunktionen, -leistungen und -wirkungen	95
11.6	Mediale Integration	95
12	Migration in Österreich	100
12.1	Migrationspolitik in Österreich	102
12.2	Integrationspolitik in Österreich	105
13	Barrieren für JournalistInnen mit Migrationshintergrund	108
13.1	Strukturelle Barrieren für Personen mit Migrationshintergrund	108
13.2	Fehlende Netzwerke	111
13.3	Das vorherrschende Qualifikationsprofil	112
13.4	Die Sprache als Barriere	113
13.5	Zuschreibung des Migrationshintergrundes	114
13.6	Reduktion auf Migrationsthemen	115
13.7	Fehlender Fokus auf MigrantInnen als Zielgruppe	116
14	Argumentation für größere Diversität im journalistischen Personal	118
14.1	Gleiche Teilhabechancen für alle Teile der Gesellschaft	118
14.2	Identifikation durch Repräsentation in den Massenmedien	118
14.3	Medienkommunikation als Teil von Bürgerschaft	119
14.4	JournalistInnen mit Migrationshintergrund als <i>Role Models</i>	120
14.5	MigrantInnen als Zielgruppe der Medien	120
14.6	Faire Berichterstattung durch diverse Redaktionen	121

15 Formen der Teilhabe von Minderheiten am Medienproduktionsprozess	123
15.1 Quotenpolitik	123
15.2 Plattformen und Nischenredaktionen	124
15.3 Förderung in Trainings und Hochschulen	125
15.4 Jobausschreibungen unter Berücksichtigung von Personen mit Migrationshintergrund	126
16 Verbindungen zur kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung	127
16.1 Schlussfolgerungen für die kommunikationswissenschaftliche Forschung zu ethnischer Diversität	130
17 Diversity Management	131
17.1 Bedeutung von Diversität und Diversitätsmanagement	131
17.2 Entstehung von Diversitätsmanagement	131
17.3 Ansätze für Diversity Management	132
17.4 Bedeutung der Diversitätsmanagement-Ansätze für Medienunternehmen	133
17.5 Nutzen von Diversitätsmanagement	134
17.6 Problemstellungen und Kritik am Umgang mit Diversität und Diversitätsmanagement	135
17.7 Diversitätsmanagement in Medienunternehmen	136
18 Diversity Management-Strategien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im europäischen Vergleich	138
18.1 <i>BBC</i>	138
18.2 <i>WDR</i>	141
18.3 <i>ORF</i>	144
18.4 Zusammenfassung	147
 III EMPIRIE	
19 Methoden und Untersuchungsdesign	149
19.1 Forschungsleitende Fragen	149
19.2 Untersuchungsgegenstand	150
19.3 Untersuchungsdesign	151
20 Die quantitative Befragung	152
20.1 Methode und Forschungsdesign	152
20.2 Befragungsinstrument	153
20.3 Ablauf der Befragung	153
20.4 Auswertung der quantitativen Studie	154
20.5. Untersuchungsergebnisse	155
20.6 Interpretation und Conclusio	185

21 Die qualitative Untersuchung	190
21.1 Forschungsablauf der qualitativen Untersuchung	190
21.2 Das Untersuchungsinstrument: <i>Das problemzentrierte Interview</i>	192
21.3 Die Auswertungsmethode: Die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring	193
21.4 Ergebnisse der Interviews mit TV-RedakteurInnen	197
21.5 Ergebnisse der Interviews mit VerantwortungsträgerInnen der TV-Sender	238
22 Ausblick und Empfehlungen	266
23 Forschungsausblick	269
24 Zusammenfassung	271
25 Quellenverzeichnis	279
Literaturverzeichnis	285
27 Abbildungsverzeichnis	297
28 Tabellenverzeichnis	299