

INHALT

Dank	13
Formalia	15
Einleitung	17
A Begriffe und Theorien	23
1. Begriffsbestimmungen und -abgrenzungen	23
1.1 Kategorie	24
1.2 Stereotyp	27
1.2.1 Auto-, Hetero- und Metastereotyp	30
1.2.2 Subkategorien und Substereotype	32
1.3 Klischee	34
1.4 Vorurteil	35
1.5 Feindbild	37
1.6 Bild und Image	40
1.7 Resümee und Versuch einer Visualisierung	47
2. Tradierung von Stereotypen: Sozialisation und Medien	50
2.1 Automatische Aktivierung, Beständigkeit und Wandel von Stereotypen	52
2.2 Wie wahr sind Stereotype? Die kernel-of-truth-debate	56
3. Funktionen von Stereotypen und eine Kritik des Funktionalismus in der Stereotypenforschung	60
3.1 Wissen, Orientierung, Komplexitätsreduktion	66
3.2 Abwehr, Verteidigung, Vermeidung von Dissonanzen	68
3.3 Identitätsbildung und -stabilisierung, Integration	69
3.4 Desintegration	70
3.5 Ideologie	72
4. Arten von Stereotypen	76
4.1 Welche Kategorien wie untersuchen? Intersektionale Ansätze und Stereotypenforschung	79

4.2 Von der Kategorisierung zur Diskriminierung? Gesetze und Ethikkodizes zur Vermeidung von Diskriminierung	84
5. Ansätze der Stereotypen- und Vorurteilsforschung sowie Möglichkeiten der Prävention und Intervention	89
5.1 Die individuelle Ebene	90
5.2 Die interpersonelle und intergrupale Ebene	92
5.3 Die gesellschaftliche Ebene	94
6. Zwischenfazit Begriffe und Theorien	95
B Wissenschaft und Geschichte	99
1. Die Anfänge: Stereotypen- und Vorurteilsforschung in den USA	99
1.1 Walter Lippmann: <i>Public Opinion</i> (1922)	100
1.2 Daniel Katz und Kenneth W. Braly: <i>Racial Stereotypes</i> (1933)	105
1.3 Stuart A. Rice: <i>Stereotypes: A Source of Error in Judging Human Character</i> (1926)	107
1.4 Theodor W. Adorno et al.: <i>The Authoritarian Personality</i> (1950)	108
1.5 UNESCO-Studien: <i>National Stereotypes and International Understanding</i> (1951)	113
1.6 Gordon W. Allport: <i>The Nature of Prejudice</i> (1954)	115
1.7 Henri Tajfel: <i>Cognitive Aspects of Prejudice</i> (1969) und <i>Human Groups and Social Categories. Studies in Social Psychology</i> (1981)	118
2. Stereotypen- und Vorurteilsforschung im deutschsprachigen Raum nach 1945	120
2.1 Kontinuitäten und Neubeginn am Beispiel Peter R. Hofstätters	121
2.2 Das Frankfurter <i>Institut für Sozialforschung</i>	124
2.3 Kripal Singh Sodhi und Rudolf Bergius: <i>Nationale Vorurteile</i> (1953)	129
2.4 Anschließen an internationale Standards	131
3. Überblicksdarstellungen sozialpsychologischer Stereotypen- und Vorurteilsforschung	133
4. Kommunikationswissenschaftliche Stereotypen- und Vorurteilsforschung	139
4.1 Kontinuitäten und Neubeginn: Die Ausgangssituation	140
4.2 Eine „empirisch-sozialwissenschaftliche Wende“ als Katalysator einer kommunikationswissenschaftlichen Stereotypenforschung?	143
4.3 Der Beginn der kommunikationswissenschaftlichen Stereotypenforschung	147
5. Zwischenfazit Wissenschaft und Geschichte sowie einige Annahmen	153

C Metaanalysen und Ergebnisse	155
1. Vom Erfordernis metaanalytischer Forschung	155
2. Nationen, Ethnien und Stereotype	167
2.1 <i>Metaanalyse I und II</i> : Nationenstereotype	172
2.2 <i>Metaanalyse I und II</i> : von „Gastarbeitern“, „Ausländern“ und „Menschen mit Migrationshintergrund“	180
2.3 Zwischenfazit Nationen, Ethnien und Stereotype	195
3. Religionen und Stereotype	201
3.1 Antisemitismusforschung	204
3.2 <i>Metaanalyse I und II</i> : Jüdische Stereotype	209
3.3 Islamophobieforschung	214
3.4 <i>Metaanalyse I und II</i> : Islamische Stereotype	217
3.5 Die Vergleichsdebatte	226
3.6 <i>Metaanalyse I und II</i> : Christliche Stereotype	228
3.7 Zwischenfazit Religionen und Stereotype	232
4. Geschlechter und Stereotype	234
4.1 Geschlechterforschung in der Kommunikationswissenschaft	235
4.2 <i>Metaanalyse I und II</i> : Geschlechtliche und sexuelle Stereotype	238
4.3 Geschlechterstereotype im Rundfunk	242
4.4 Geschlechterstereotype in der Presse	255
4.5 Geschlechterstereotype in der Werbung	268
4.6 Zwischenfazit Geschlechter und Stereotype	281
5. Alter und Stereotype	285
5.1 Alter, Ageism und Altersstereotype	286
5.2 Theorien des Alter(n)s	289
5.3 <i>Metaanalyse I und II</i> : Altersstereotype	293
5.4 Die mediale Repräsentation „junger Alter“ als Forschungsgegenstand	302
5.5 Zwischenfazit Alter und Stereotype	310
6. Berufe und Stereotype	314
6.1 Berufsprestige und Berufsstereotype	317
6.2 Beruf und Geschlechter	319
6.3 <i>Metaanalyse I und II</i> : Berufsstereotype	325
6.3.1 JournalistInnen	328
6.3.2 PolitikerInnen	336
6.3.3 UnternehmerInnen	344
6.3.4 WissenschaftlerInnen	346
6.3.5 ÄrztInnen und medizinisches Personal	352

6.4 Berufsstereotype in den Medien und Berufswahl	358
6.5 Zwischenfazit Berufe und Stereotype	363
7. Weitere Beiträge zur Stereotypenforschung	366
7.1 Franz Dröge	370
7.2 Jörg Schweinitz	373
7.3 Zwischenfazit	374
D Konturen eines Forschungsfeldes	375
1. Ergebnisse der <i>Metaanalysen I und II</i>	375
2. Phasen der Forschung zu Medien und Stereotypen	381
3. Theoretische Verortungen und epistemologische Herausforderungen	386
E Literatur	397