

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	11
2.	Die Psychologie des Selbst	17
2.1	Definitionsversuche	18
2.2	Strukturen	19
2.2.1	Selbst und Selbstkonzepte	19
2.2.2	Private und öffentliche Selbstkonzepte	21
2.2.3	Ökologische Selbstkonzepte	23
2.2.4	Individuelle und kollektive Selbstkonzepte	25
2.2.5	Reale und potentielle Selbstkonzepte	31
2.2.6	Retrospektive, aktuelle und prospektive Selbstkonzepte	33
2.2.7	Selbstkonzepthierarchien	33
2.2.8	Selbstkonzeptstruktur im Überblick	34
2.3	Prozesse	35
2.4	Selbstkonzept, Selbstwert und Selbstwertdienliches Verhalten	38
3.	Selbstwert	41
3.1	Formen des Selbstwertes	41
3.2	Messung des Selbstwertes	45
3.3	Bedeutung des Selbstwertes	51
3.3.1	Theoretische Korrelate	51
3.3.2	Empirische Korrelate	53
3.4	Fazit	60
4.	Selbst-Bewertung	63
4.1	Relativität von (Wert-)Urteilen	64
4.2	Vergleichsprozesse	67
4.2.1	Theorie der sozialen Vergleichsprozesse	67

4.2.2	Motivationale Basis sozialer Vergleiche.....	70
4.2.3	Aufwärts- und abwärtsgerichtete Vergleiche.....	74
4.2.4	Ähnlichkeit zwischen Vergleichssubjekt und –objekt.....	76
4.2.5	Merkmale der Vergleichsdimension	80
4.2.6	Temporale Vergleiche	82
4.3	Taxonomie selbstbezogener Vergleiche	84
4.4	Globale und spezifische Selbst-Bewertungen.....	88
4.5	Fazit	92
5.	Selbstwertmotivation.....	93
5.1	Selbstwertmotivation im Spiegel psychologischer Theorien	94
5.2	Selbstwertmotivation: pro & contra.....	97
5.2.1	Argumente für das Selbstwertmotiv	97
5.2.2	Argumente gegen das Selbstwertmotiv	102
5.2.3	Auflösung der Widersprüche	103
5.2.3.1	Methodische Mängel einschlägiger Untersuchungen.....	104
5.2.3.2	Differenzierung der zentralen Selbstwerthypothesen.....	106
5.3	Selbstwert und Konsistenz	112
5.4	Positive Emotionen als übergeordnetes Ziel menschlichen Handelns	117
5.5	Differenzierungen der Selbstwertmotivation.....	124
5.6	Fazit	127
6.	Merkmale, Strukturen und Prozesse selbstwertdienlichen Verhaltens. 129	
6.1	Selbstwertdienliches Verhalten und Coping.....	130
6.2	Selbstwertdienliches Verhalten und Realitätsverzerrung.....	133
6.3	Differenzierung selbstwertdienlicher Strategien.....	136
6.3.1	Kognitive vs. behaviorale Strategien	137
6.3.2	Offensive vs. defensive Strategien.....	139
6.3.3	Individuelle vs. kollektive Strategien.....	140
6.3.4	Prozeß-, beobachter- und ergebnisorientierte Strategien.....	143

6.4	Erfolg selbstwertdienlichen Verhaltens	145
6.5	Strategieselektion.....	149
6.6	Fazit	158
7.	Taxonomie selbstwertdienlicher Strategien	161
7.1	Prozeßorientierte Strategien	163
7.1.1	Bezugspunkt: Subjekt.....	163
7.1.1.1	Gruppalisierung	166
7.1.1.2	Aufwärtsgerichtete gruppale Kategorisierung	169
7.1.1.3	Abwärtsgerichtete gruppale Kategorisierung.....	171
7.1.1.4	Individualisierung	172
7.1.1.5	Mobilität.....	174
7.1.2	Bezugspunkt: Objekt	175
7.1.2.1	Passiv abwärtsgerichteter Vergleich.....	176
7.1.2.2	Aktiv abwärtsgerichteter Vergleich.....	178
7.1.2.3	Wahl des Vergleichsstandards.....	180
7.1.3	Bezugspunkt: Dimension	182
7.1.3.1	Gewichtung der Vergleichsdimension.....	183
7.1.3.2	Wahl der Vergleichsdimension	185
7.1.3.3	Wahl der Wertkonnotation	188
7.1.3.4	Wahl benachbarter Dimensionen.....	190
7.1.4	Bezugspunkt: Zeit.....	192
7.1.4.1	Ipsativ-temporale Vergleiche.....	192
7.1.4.2	Nonipsativ-temporale Vergleiche	195
7.2	Beobachterorientierte Strategien	196
7.2.1	Bewertung des Beobachters	197
7.2.2	Beobachterüberzeugung	200
7.2.3	Selbstdarstellung.....	202
7.3	Ergebnisorientierte Strategien	204
7.3.1	Manipulation der kognitiven Salienz	205
7.3.2	Wahrnehmungsfokussierung.....	209
7.3.3	Manipulation der wahrgenommenen Distinktheit	211
7.3.4	Attributionssteuerung	213
7.3.5	Wettbewerb.....	217
7.3.6	Assimilation.....	219
7.4	Fazit	220

8.	Theorie des Selbstwertmanagements	223
8.1	Selbstkonzept und Selbstwert	225
8.2	Motivation	227
8.3	Verhalten.....	232
9.	Selbstwertmanagement in der Praxis	247
9.1	Klinische Psychologie	248
9.2	Pädagogische Psychologie	251
9.3	Organisationspsychologie	257
9.4	Fazit	262
	Literaturverzeichnis	265
	Personenverzeichnis	297
	Stichwortverzeichnis	305