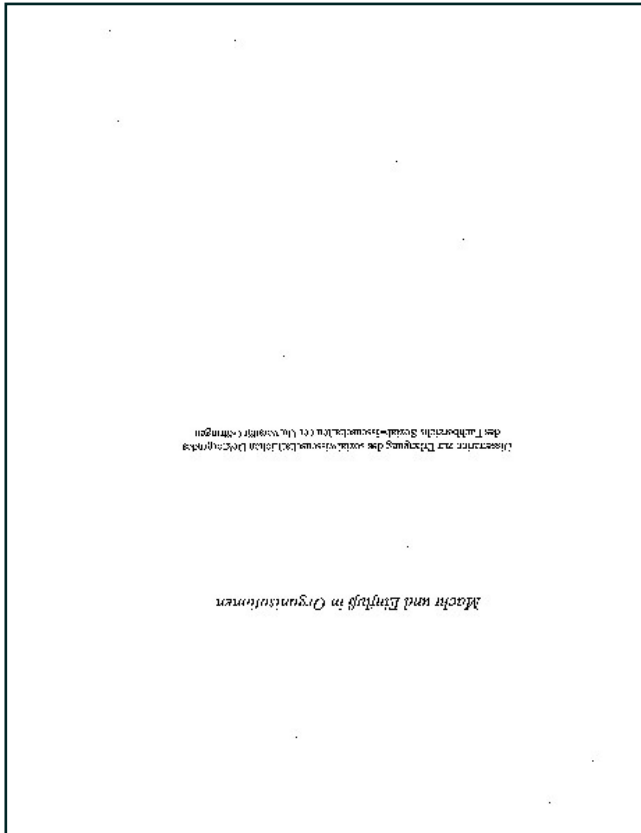




Ulrike Buschmeier (Autor)  
**Macht und Einfluß in Organisationen**



<https://cuvillier.de/de/shop/publications/5916>

Copyright:

Cuvillier Verlag, Inhaberin Annette Jentsch-Cuvillier, Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen,  
Germany

Telefon: +49 (0)551 54724-0, E-Mail: [info@cuvillier.de](mailto:info@cuvillier.de), Website: <https://cuvillier.de>

# INHALT

1	<b>1. EINLEITUNG</b>		1
1	1.1 Problemstellung		1
1	1.2 Gliederung der Arbeit		1
2	1.3 Methodisches Vorgehen		2
3	<b>2. THEORETISCHER BEZUGSRAHMEN UND HYPOTHESEN-BILDUNG</b>		3
3	2.1 Grundüberlegungen zur sozialen Einwirkung		3
19	2.1.1 Überblick über die bisherige Machtforschung		19
8	2.1.2 Macht und Einfluß als Formen sozialer Einwirkung (Forschungstradition)		8
23	2.1.3 Grundlegende Charakteristika von Macht und Einfluß		23
24	2.2 Kausalmechanismen sozialer Einwirkung		24
24	2.2.1 Machtgrundlagen		24
33	2.2.2 Machtaktiken		33
41	2.2.3 Grundlagen und Taktiken - Macht oder Einfluß?		41
51	2.3 Determinanten sozialer Einwirkungen		51
51	2.3.1 Die strukturbezogene Komponente		51
54	2.3.2 Die personenbezogene Komponente		54
56	2.3.3 Die interaktionsbezogene Komponente		56
57	2.4 Folgen einer sozialen Einwirkung		57
57	2.4.1 Reaktionen auf eine Einwirkung		57
61	2.4.2 Reaktanz und Erlernte Hilflosigkeit		61
71	2.4.3 Gerechtigkeit und Rechtfertigungstendenzen		71
73	2.5 Konsequenzen sozialer Einwirkung auf grundlegende Interaktionsvariablen in Organisationen		73
73	2.5.1 Soziale Einwirkung und Übereinstimmung		73
78	2.5.2 Soziale Einwirkung und Wissenszuwachs		78
82	2.5.3 Soziale Einwirkung und Effektivität		82
84	2.5.4 Soziale Einwirkung und Handlungsfähigkeit		84

	Seite
<b>3. METHODIK</b>	<b>88</b>
<b>3.1 Art der Untersuchung</b>	<b>89</b>
3.1.1 Das Untersuchungsdesign	89
3.1.2 Der Fragebogen als Untersuchungsinstrument	93
<b>3.2 Die Erhebungsinstrumente</b>	<b>99</b>
3.2.1 Die Fragebögen	99
3.2.2 Das Instrument "SEMI"	115
<b>3.3 Grundlagen und Taktiken in der Anwendung</b>	<b>119</b>
3.3.1 Das Grundlagen-Manual	120
3.3.2 Erstellung des Schemas der Einwirkungstaktiken	125
<b>3.4 Die Stichprobe</b>	<b>149</b>
<b>4. ERGEBNISSE</b>	<b>151</b>
<b>4.1 Die Verteilung von Grundlagen und Taktiken auf Macht und Einfluß</b>	<b>152</b>
4.1.1 Verteilung der Grundlagen auf Macht und Einfluß	152
4.1.2 Verteilung der Taktiken auf Macht und Einfluß	161
4.1.3 Ergebnisse der Einzeluntersuchungen zu den Grundlagen und Taktiken - Macht oder Einfluß?	172
<b>4.2 Ergebnisse zu den Determinanten sozialer Einwirkung</b>	<b>176</b>
4.2.1 Ergebnisse zur Interaktionsrichtung	177
4.2.2 Ergebnisse der interaktionsbezogenen Komponente	185
<b>4.3 Ergebnisse der Reaktionen auf Einwirkungen</b>	<b>186</b>
4.3.1 Die Reaktionen - Gedanken und Gefühle - auf Macht und Einfluß	187
4.3.2 Ergebnisse zur Reaktanz und Erlernten Hilflosigkeit	196
4.3.3 Ergebnisse der Rechtfertigungstendenzen des Einwirkenden	199

203	4.4	Ergebnisse der Konsequenzen sozialer Einwirkung auf grundlegende Interaktionsvariablen in Organisationen	203
203	4.4.1	Ergebnisse zur Übereinstimmung	203
221	4.4.2	Ergebnisse zum Wissenszuwachs	221
223	4.4.3	Ergebnisse zur Effektivität	223
226	4.4.4	Ergebnisse zur Handlungsfähigkeit	226
229	4.5	Ergebnisse der Validierung	229
229	4.5.1	Ergebnisse der Untersuchungen mit vorgegebener Macht-Einfluß-Differenzierung	229
229	4.5.2	Ergebnisse der Untersuchungen mit nachträglicher Macht-Einfluß-Differenzierung	229
234	4.5.3	Ergebnisse der Untersuchungen ohne Macht-Einfluß-Differenzierung	234
237	5.1	Zusammenfassende Diskussion der Ergebnisse	237
242	5.2	Betrachtung der methodischen Vorgehensweise	242
244	6.	ZUSAMMENFASSUNG	244
246		LITERATURVERZEICHNIS	246
		ANHANG: Fragebögen	