

Die Ambivalenz von Vertrauen und Macht

Juliette Kronauer

Der Alltag eines Menschen ist von Situationen der Machtausübung als auch von Vertrauenskonflikten geprägt. Tag für Tag treffen Menschen Entscheidungen aufgrund verschiedenster Determinanten – auch vor dem Hintergrund der persönlichen Nutzenmaximierung. Welche Rolle spielen dabei Macht und Vertrauen – vor allem in der strategischen Kommunikation? In wie weit lässt sich dies auf die Medien und die Politik übertragen? Das ambivalente Verhältnis von Politik und Medien sowie die gezielt unterhaltsame Vermittlung politischer Information stellen dabei politische Akteure vor neue kommunikative Herausforderungen. Sie sollen einerseits medial nahezu überpräsent sein, das Publikum unterhalten, sich geschickt und originell inszenieren, rhetorische Fähigkeiten aufweisen und andererseits faktische Vermittlung leisten, seriöse Sachpolitik betreiben, diese legitimieren sowie authentisch, vertrauens- sowie glaubwürdig erscheinen. Durch die Massenmedien werden bereitgestellte Inhalte und Parteiprogramme der Politik in der Öffentlichkeit kommuniziert. Sie informieren die Bürger über die aktuelle politische Agenda. Die Medien entscheiden hierbei selbst, welchen Geschehnissen innerhalb öffentlicher Wahrnehmung Aufmerksamkeit zukommt und welchen nicht. Die politischen Akteure versuchen sowohl Vertrauen zwischen Partei und Bürger aufzubauen als auch durch die Medien Kommunikationsmacht auszuüben. Die Medien können die bereitgestellten politischen Inhalte kritisch hinterfragen und somit das politische Handeln kontrollieren (z.B. indem politische Missstände oder Skandale aufgedeckt werden). Denn: Veröffentlichtes findet nicht nur Gehör, sondern übt gleichzeitig einen gewissen Handlungsdruck auf die Politik aus. Der vorliegende Fachartikel soll die Thematik der Ambivalenz von Vertrauen und Macht auch mit der politischen Kommunikation, genauer mit der politischen Öffentlichkeitsarbeit, politischer Führung und Beziehungen im politischen Kommunikationsprozess darstellen. Es wird auf das Zusammenspiel von Medien und Politik eingegangen, als auch auf die Medialisierung der Politik sowie das Politainment. Außerdem wird die volkswirtschaftliche Spieltheorie auf Basis von Vertrauen und Macht untersucht und strategische Entscheidungssituationen analysiert.

Einführung/ Problemstellung

Macht assoziiert man oftmals mit Missbrauch, „mit Egos, Status, Herrschaft über andere, man denkt an übelgelaunte Chefs, selbstverliebte Politiker oder grausame Staatsmänner.“ (Borchard/Klingner 2015, S.1). Es gibt jedoch auch eine gute Seite der Macht: Durch Macht werden Möglichkeiten freigesetzt, mit denen etwas gestaltet oder Menschen bewegt werden können. Somit hat bspw. die Pianistin Macht, wenn sie ihre Zuhörer zu Tränen rührt, der Produktdesigner, wenn sich sein Smartphone

millionenfach verkauft oder Romane und Filme, wenn sie die Macht der Liebe thematisieren (Vgl. Borchard/Klingner 2015, S.3). In Bezug auf die Politik in Deutschland spielt Macht eine große Rolle, jedoch ist die Ausübung dieser Macht Personen zugeteilt, die die Rolle der Machtausübung durch demokratische Abstimmungen erhalten haben. Somit ist z.B. Angela Merkel, die Bundeskanzlerin von Deutschland, die mächtigste Frau der Welt. (Vgl. Roll 2015, S.10). Sie ist die erste Bundeskanzlerin in Deutschland und konnte dadurch einige Umstrukturierungen vornehmen. Die vorherigen Amtsinhaber übten sehr viele „nutzlose Beiwerke der Machtinszenierung“ (ebd.) aus, wobei sich Frau Merkel auf einen sachlichen bescheidenen Auftritt konzentriert und die alten Machtstrukturen hinter sich lässt. Es sollte jedoch daran erinnert werden, dass die Macht ausübenden Personen, wie auch die Bundeskanzlerin von Deutschland, die Macht nur durch ihr Amt ausüben können und somit auch in ihrer Ausführung beschränkt sind. Durch die mittlerweile enorm regulierten demokratischen Strukturen ist es folglich nicht mehr möglich, Macht, wie sie es in früherem Sinne in Relation mit der Herrschaft über ein Volk war, auszuüben.

Was passiert mit Menschen und wie handeln sie, wenn man ihnen Macht gibt? Diese Frage stellten sich auch vermehrt Psychologen und wollten sie durch verschiedene Experimente beantworten. Das bekannteste darunter ist das *Stanford Gefängnisexperiment*, welches im Jahr 1971 von den US-amerikanischen Psychologen Zimbardo, Haney und Banks an der Stanford University durchgeführt wurde. Hierbei wurde eine *Wärter-Gefangenen-Situation* nachgestellt, wobei alle Probanden zufällig über einen Freiwilligenpool ausgewählt wurden (Vgl. Gerring/Zimbardo 2008, S.671). Das geplante zweiwöchige Experiment wurde nach nur sechs Tagen abgebrochen, da die Wärter immer neue Strategien entwickelten, um den Gefangenen das Gefühl zu geben, sie seien wertlos. „Die Gefangenen verhielten sich (...) pathologisch und ergaben sich passiv in ihr Schicksal.“ (Gerring/Zimbardo 2008, S.672). Es wurde hier deutlich, dass die verliehene Macht „normale Menschen dazu bringen kann, sich grausam zu verhalten.“ (ebd.). Um den Blick auf den vorliegenden Artikel zu lenken bedarf es einer kurzen Übersicht über die Zusammenhänge von Politik und Medien. Gerade in der heutigen Zeit gilt es, die immer komplexer werdenden Mediensystemen und die Vielzahl an politischen Inhalten gut und verständlich zu vermitteln. Die Schaffung von Transparenz und die Übernahme von Verantwortung bilden in diesen Strukturen eine entscheidende Grundlage für den Aufbau von Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Durch die vielschichtigen Grundvoraussetzungen für eine Demokratie stellen Medien die elementare Schnittstelle zwischen der Bevölkerung und der Politik dar. Das Verhältnis zwischen diesen beiden Akteuren wird dadurch immer bedeutender und stellt für eine gezielt unterhaltsame Vermittlung politischer Informationen die politischen Akteure vor neue kommunikative Herausforderungen. Dabei sollen diese einerseits medial nahezu überpräsent sein, das Publikum unterhalten, sich geschickt und originell inszenieren, rhetorische Fähigkeiten aufweisen und andererseits faktische Vermittlung leisten, seriöse Sachpolitik betreiben, diese legitimieren sowie authen-

tisch, vertrauens- sowie glaubwürdig erscheinen. Die durch die Massenmedien bereitgestellten Inhalte werden in der Öffentlichkeit kommuniziert und die Bürger werden über die aktuelle politische Agenda informiert. Dabei entscheiden die Medien jedoch selbst, welchen Geschehnissen und Themen innerhalb der öffentlichen Wahrnehmung Aufmerksamkeit zukommt und welchen nicht. Somit haben die Medien eine Machtposition. Es wurde nun deutlich, dass der Machtbegriff in der heutigen Zeit nicht mehr eindeutig zuzuordnen ist und im Zusammenhang mit dem Thema Vertrauen eine wichtige Grundlage in der heutigen Zeit der Informationsüberflutung und medialen Überpräsenz von politischen Themen darstellt. Die Problematik besteht im Zusammenspiel beider und der Anwendung von Macht. Ziel des vorliegenden Artikels ist demzufolge, die Verhältnisse und die Ambivalenz von Macht und Vertrauen aufzuzeigen sowie den Bezug zu der strategischen Kommunikation in der Politik und den Medien herzustellen und deren Beeinflussung aufzuzeigen.

Das Phänomen Macht

Macht kann nicht in einem Satz erklärt oder mit einem Wort synonym gesetzt werden. Der Begriff steht für eine „selbstständige Kraft und die anfängliche Möglichkeit Bewegungen und Wirkungen hervorzubringen.“ (Krüger 1976, S.15). Das wohl bekannteste Zitat zum Begriff Macht stammt von Max Weber: „Macht ist jede Chance, innerhalb einer sozialen Beziehung den eigenen Willen auch gegen Widerstreben durchzusetzen, gleichviel worauf diese Chance beruht.“ (Weber 2008, S.159) Machtausübung bedeutet für Weber, dass Personen für andere Personen Entscheidungen fällen und diese anschließend positive oder negative Folgen haben können (Vgl. Imbusch 2012, S.11). Durch die verschiedenen Assoziationen mit dem Begriff Macht, die sich in den Köpfen der Menschen festgesetzt haben, existieren aufgrund kultureller und gesellschaftlicher Hintergründe verschiedene Sichtweisen, jedoch lässt sich sagen, dass Macht vier verschiedene Kategorien hat: Zwang, Einfluss, Autorität und Attraktion (Vgl. Imbusch 2012, S.12). Macht stellt außerdem „keine materialistische Größe dar, die dauerhaft speicherbar ist.“ (Sacrinelli 2011, S.308). Menschen streben stets nach Macht und haben ein inneres Verlangen nach ihr. Sie ist ein „allgegenwärtiger Bestandteil des menschlichen Seins.“ (Oltmanns 2012, S.61). Somit erzeugt die Macht einen starken Willen im Menschen und kann diesen „verpflichten, binden, kann ihn zur Absorption von Risiken und Unsicherheiten bringen, kann ihn sogar in Versuchung führen und scheitern lassen.“ (Luhmann 2003, S.21). Das Verhältnis von jedem Menschen zur Macht ist ambivalent. Wenn Macht selbst besessen wird, dann wird sie sehr geschätzt, wenn ein anderer sie jedoch besitzt, dann begehren wir sie, fürchten uns oder ordnen wir uns unter (Vgl. Knoblauch 2012, Geleitwort). Dies geht meist mit der Kommunikation von Macht einher. Wer viel Macht besitzt spricht meist nicht darüber, sondern wendet sie an. Wer hingegen wenig Macht besitzt spricht eher davon und versucht mehr davon zu erreichen (Vgl. Oltmanns 2012, S.57). Macht kann also die Möglichkeit eines Akteurs sein, der etwas aufgrund seiner Macht getan hat, was

er sonst nicht hätte tun können. Andererseits kann ein Akteur Macht über Menschen ausüben und diesen in seinen Handlungen oder Verhaltensweisen be- oder verhindern (Vgl. Imbusch 2012, S.11).

In früheren Epochen bzw. Zeitaltern waren es Könige und die Kirche, die die Macht über alle hatten. Die Völker wurden in ihren Handlungen durch absolute Monarchen oder Vertreter Gottes bestimmt und beeinflusst. Diese wurden nach einiger Zeit jedoch durch neue soziale Gruppen, wie Kaufleute oder Politiker verdrängt (Rommerskirchen 2014, S.47). In der heutigen Zeit wird die Macht in politischen Regierungen aller Art, auch in demokratischen Systemen mehr oder weniger ausgeübt. Die Macht basiert hier jedoch meist auf Meinungen und bedarf stets der kommunikativen Erneuerung. In einem Land wie Nord-Korea ist Macht ein allgegenwärtiges Thema, das von einem politischen Machtinhaber ausgelebt wird. Hier lässt sich sagen, dass die Macht in Herrschaft übergegangen ist und somit auch oftmals mit Gewalt gleichgesetzt werden kann. In einem europäischen Land hingegen wie z.B. Deutschland ist dies nach dem totalitären Staat des zweiten Weltkriegs unvorstellbar geworden und stets mit einem negativen Beigeschmack behaftet. Hier bestätigt es sich, dass Macht nicht speicherbar ist, ja sogar vergänglich ist und *gestürzt* werden kann.

Abb.1 zeigt, wie der Mensch als Individuum von mehreren Determinanten der Macht beeinflusst wird, was zur Formung der sozialen Macht und Konsequenzen beiträgt. Alle sozialen Sachverhalte sind durch affektive Wahrnehmung und Informationsverarbeitung bestimmt und beruhen auf drei sozio-emotionalen Determinanten, die als Gemeinschaft (Valenz), Macht (Dominanz) und Aktivierung (Erregung) bezeichnet werden können (Vgl. Scholl 2012, S.205). Wenn ein Mensch nun viel Macht erlangt, liegt es an ihm diese an anderen Menschen auszuüben oder im Gegensatz Einfluss auf bestimmte Sachverhalte zu nehmen. Der Unterschied hierbei lässt sich wie folgt verdeutlichen: Es in allen Beziehungen nie um Macht allein, sondern immer auch um die Gemeinschaft und wie die Nutzung der Macht in ihr gestaltet werden kann, also eher als freundliche Art der Einflussnahme (interessiert und beratend) oder eher feindselige Machtausübung (rücksichtslos und verletzend).

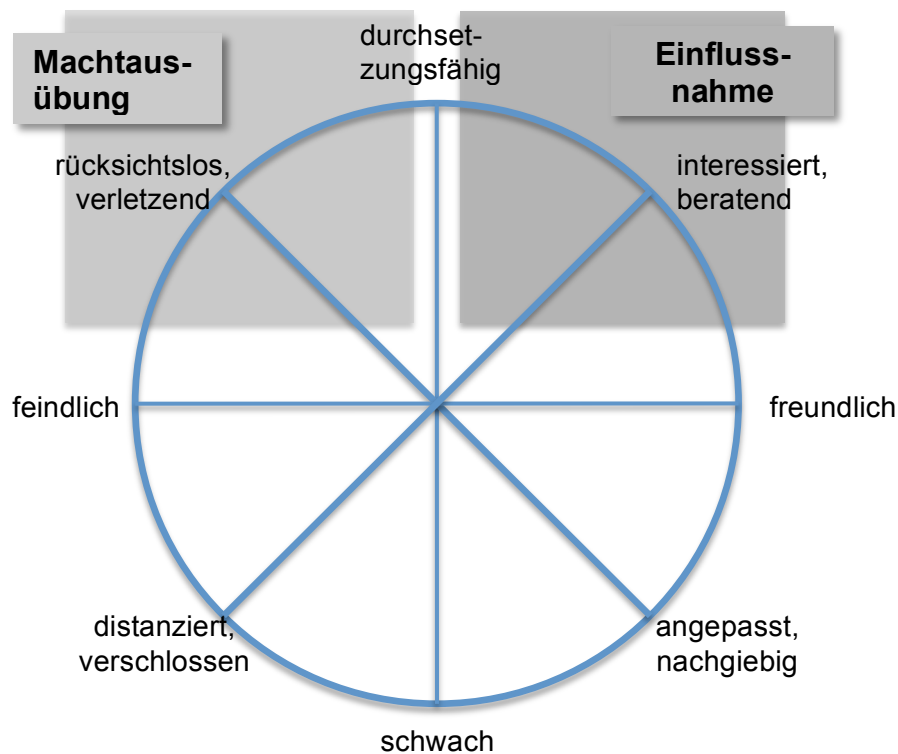


Abb. 1: Zwei Arten der Machtnutzung

(Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Scholl 2012, S.205)

Auch Goffman zufolge kann der Mensch (Individuum) als ein Konstrukt definiert werden, das nach moralischen Regeln aufgebaut ist, die ihm von außen auferlegt sind (Vgl. Ahrens 2012, S.135). Er sagt, dass das subjektive Handeln eines Individuums sich im Spannungsfeld zwischen der Kreativität (Umstand und Handlungsmächtigkeit) und der Normierung (Struktur und Machtgefüge) des Individuums realisiert. Auch Gleichheit kann nur existieren, wenn sie von einer *übergeordneten* Macht herbeigeführt wird (Vgl. Albert 2012, S.77). Somit werden nach Goffman gleichrangige Personen, wo immer möglich, für die Kommunikation vorgezogen (Vgl. Imbusch [2012], S.292). Er vertritt allerdings ebenso die These, die in Machtasymmetrien deutlich wird, wie z.B. wenn es heißt, dass ein Chef die Putzfrau nach ihrem Befinden fragen kann, umgekehrt dies gesellschaftlich aber angeblich nicht möglich ist. Es sollte jedoch in jeder Handlung, die mit Macht in Zusammenhang steht, auch die Freiheit miteinbezogen werden. Diese können gleichgesetzt werden, denn wer die Macht besitzt etwas tun zu können, besitzt gleichzeitig auch die Freiheit es zu tun.

Autorität

Die Bedeutung von Autorität lässt sich auf den Einfluss einer Person oder Institution und das daraus gewachsene Ansehen durch die Leistung oder Tradition dieser auf andere Personen zurückführen (Vgl. Neubauer/Rosemann 2006, S.45). Sie bildet sich aufgrund „einer Chancendifferenzierung durch

vorheriges Handeln“ (Luhmann 2003, S.75). Wenn die Kommunikation einer Autoritätsperson Einfluss genommen hat, dann haben andere Personen hohe Erwartungen an diese und können eine Nichterfüllung ohne besondere Gründe nicht hinnehmen. „Autoritätspersonen haben also Macht, die sie zum Wohle der an sie glaubenden Personen, die sie als Autorität wahrnehmen, einsetzen.“ (Neubauer/Rosemann 2006, S.46).

Umso größer ist auch die Enttäuschung, wenn sich Autoritäten als unwürdig erweisen. Dies ist z.B. bei käuflichen Schiedsrichtern im Fußball der Fall. Um solche Situationen besser kontrollieren zu können, wird die Vergabe solcher Positionen und insbesondere die Ausübung der Amtsgewalt durch Gesetze und Verordnungen geregelt. Auch Macht kann autoritativ sein. Menschen streben danach, von den Personen und Gruppen, die sie als maßgebend anerkennen, selbst anerkannt zu werden. Diese Bestätigung durch Gruppen oder Personen verleiht dem Menschen mehr Selbstwertgefühl, welches durch Anerkennungsbedürftigkeit und psychische Abhängigkeiten begründet ist. (Popitz 1992, S.32). Soziale Gruppen haben einen Sprecher, den man mit diesem Amt betraut hat. Dadurch hat dieser von der Gruppe Autorität erhalten, mit der er in ihrem Namen sprechen kann. „Die mögliche Schönheit der Rede gehört dann nur zur Symbolik der Macht, nicht zur Macht selbst.“ (Reichertz 2009b, S.213). Es gibt jedoch auch Sprecher, die grammatikalisch unkorrekt sprechen und dennoch Gehör finden. Im Gegensatz dazu gibt es jene, die perfekt reden, jedoch nicht legitim sind und dadurch kein Gehör finden. Der wesentliche Unterschied zwischen diesen beiden Arten von Personen ist deren gesellschaftlicher Status bzw. deren unterschiedlicher Besitz an Kapital (Reichertz 2009b, S.212). Bourdieu sagte, dass es bei einem sprachlichen Austausch um ein Machtverhältnis zwischen Sender und Empfänger geht:

„Dort, wo man in der Regel nur eine einfache, durch einen Kode vermittelte Kommunikationsbeziehung sieht, sehe ich auch eine Machtbeziehung, in der ein mit mehr oder weniger anerkannter gesellschaftlicher Autorität ausgestatteter Sender sich an einen diese Autorität mehr oder weniger anerkennenden Empfänger wendet.“ (ebd.)

Zusammenspiel von Macht und Vertrauen

In wie weit sich Macht und Vertrauen gegenseitig beeinflussen und von einander Gebrauch machen wird in den folgenden Absätzen genauer analysiert. Der Begriff Vertrauen wird in dieser Arbeit auf den Fokus der Kommunikation, der Medien sowie der Politik fokussiert, um das Thema nicht in verschiedene Richtungen abschweifen zu lassen. Grundsätzlich gilt, dass für den Aufbau von Glaubwürdigkeit und Vertrauen in einer Gesellschaft, in der der Großteil der Kommunikation medial vermittelt wird, Transparenz und die Übernahme von Verantwortung die entscheidende Grundlage darstellt (Vgl. Reichertz 2009a, S.190). Wer also lügt, vertuscht, übertreibt oder schönfärbt gilt schnell als unglaubwürdig. Vertrauen stellt dementsprechend die Schlüsselkategorie in der mediatisierten Kom-

munikationsgesellschaft dar (Vgl. Reichertz 2009a, S.190). Auch in Bezug auf die zukunftsorientierte Unternehmenskommunikation sollte Vertrauen kommunikativ hergestellt werden. Hier verfolgen viele Unternehmen unterschiedliche Strategien. Sie setzen jedoch dabei meist alle auf persönliche Kommunikation, moralische Selbstverpflichtung und eine mythologische Fundierung (Vgl. ebd). Die Entstehung von Vertrauen kann laut den Autoren Fink und Knoblach durch die Erfüllung folgender Faktoren begründet werden: Zum einen durch die Konsistenz eines Menschen, was sich in Verlässlichkeit, Berechenbarkeit, Urteilsfähigkeit sowie Stimmigkeit im Handeln widerspiegelt. Die Integrität, welche sich durch Aufrichtigkeit und Glaubwürdigkeit auszeichnet, lässt sich nicht durch äußere Umstände ändern. Ein weiterer Faktor ist die Loyalität eines Menschen. Hierbei zählt die innere Verbundenheit mit einem anderen Menschen oder gegenüber Dritten. Der letzte Faktor steht für die Offenheit eines Menschen, der gewillt ist, seine Gedanken und Ideen im freien wechselseitigen Austausch zu teilen (Vgl. Knoblach/Finke 2012, S.262f.). Es lässt sich nun aus den eben genannten Faktoren schließen, vertraut eine Person, so verlässt sie sich auf den guten Willen und die Kompetenz des Gegenübers und nicht in erster Linie auf den Charakter.

Braun differenziert in ihrem Buch *Vertrauen in neue Demokratien* relationales und generalisiertes Vertrauen. Ersteres wird auf der einen Seite auf bestimmte Menschen bezogen, die in mehr oder weniger gleichwertigen Beziehungen zueinander stehen und in Netzwerken oder kleineren Gruppen vorzufinden sind. Auf der anderen Seite hingegen steht das generalisierte Vertrauen, welches sich auf keine konkrete Bezugsperson bezieht. Es kann sich auf eine Gruppe von Personen (z.B. Freunde, Kollegen, Nachbarn) oder eine Institution (z.B. Kirche, Gewerkschaft, Regierung, Polizei) beziehen (Vgl. Braun 2013, S.41). Wie im Unterkapitel 2.1.2 bereits beschrieben, haben Menschen mit alternativen Ressourcen wie Geld, Kompetenz oder Wissen meist mehr Macht als andere. Durch die Möglichkeit auf das Zurückgreifen dieser Ressourcen sind diese Menschen auch weniger verwundbar „im Falle einer manifesten Störung der Vertrauensbeziehung“ (Hartmann 2011, S.259). Umgekehrt erleichtern die Ressourcen Wohlstand, Macht und Kompetenz ebenso Menschen Vertrauen entgegenzubringen, da diese implizierte Risiken mindern. Vertrauen ist also eine Art „Mittel der Machtersparnis“ (ebd.), da ein bestehendes Vertrauensverhältnis die Akteure von den Anstrengungen befreit, die sie ansonsten zur Kontrolle und Überwachung aufwenden müssten. Im Hinblick auf die Politik ist Vertrauen im Glauben der Bürger verankert, dass die politischen Akteure ihre Interessen vertreten. In diesem Glauben übertragen sie diesen Akteuren Macht, um die Interessen der Bürger auszuführen (Vgl. Braun 2013, S.44f.). Der Bürger muss dabei immer eine Einschätzung der Vertrauenswürdigkeit, d.h. der Immunität gegen die Versuchung des Amts-/Machtmissbrauches des politischen Akteurs vornehmen (Vgl. Offe 2011, S.270). An dieser Stelle kann auf das generalisierte Vertrauen zurückgegriffen werden, das sich in soziales und politisches Vertrauen bzw. zusammengefasst in institutionelles Vertrauen unterteilen lässt (Vgl. Braun 2013, S.41). Der Begriff *Vertrauen*

wurde in den letzten Jahren immer präsenter. Personen werden dazu *angestiftet* in die Parteien, die Regierung und deren Politik, in alltägliche Produkte, die Wirtschaft, die Arbeitsplatzsicherheit, die gesellschaftliche Veränderungen oder die Konjunktur Vertrauen zu haben (Vgl. Raunicher 2011, S.12). Vor allem dem Vertrauen in die Politik fehlt ein vermeintlich unabdingbarer und wesentlicher Faktor des normalen Vertrauens: der persönliche Kontakt. Dieser stellt jedoch eine Grundlage für alle sozialen Beziehungen dar (Vgl. Jarren/Donges 2011, S.188). Dies ist der Grund, warum insbesondere politische Parteien Personalisierungsstrategien verfolgen, nämlich um Vertrauen, Akzeptanz und ein positives Image aufzubauen. Für die zukünftigen Handlungen der Parteien und Akteure ist das eine wichtige Voraussetzung. Das soziale Handeln des Politikers ist auch eine Selbstdarstellung unter dem Gesichtspunkt ihrer Vertrauenswürdigkeit. Nach Luhmann „schwebt die Vertrauensfrage über jeder Interaktion und die Selbstdarstellung ist das Medium ihrer Entscheidung“ (Vgl. Raunicher 2011, S.37), auch wenn sich der Handelnde dessen bewusst oder unbewusst ist. Politische Akteure brauchen das durch die Strategien gewonnene Vertrauen und die Akzeptanz der Bürger, um auch in unsicheren Situationen handlungsfähig zu sein, da sie dann auf den Rückhalt der Bürger hoffen können. Der Systemtheoretiker Parsons wollte Macht als etwas verstehen, was im sozialen Gefüge entstanden ist (Vgl. Imbusch 2012, S.152). Er schlug vor, dass man ein Beziehungsmuster anlegt, in dem beide Akteure, trotz Machtausübung, Vorteile erlangen können. Somit sieht er die Macht als eine Art Subsystem der Zielerreichung innerhalb der Politik. Die Gesamtmenge an Macht in diesem System könnte seiner Meinung nach vergrößert werden, wenn die Regierten den Machthabern Vertrauen entgegenbringen. Wenn es ferner zu Wahlen kommt, dann investieren Individuen Vertrauen in die Machtausübenden und somit in die durch Wahlen bestimmte Regierung.

Politische Kommunikation – Strategie und Macht in der Politik

Der Bedarf an Orientierung, Bewertung, Hilfe zur Entscheidung und eigenständiger Urteilsbildung wächst bei der Bevölkerung und somit auch der Informations- und Kommunikationsbedarf. Politische Kommunikation ist somit der „zentrale Mechanismus bei der Formulierung und Artikulation politischer Interessen“ (Jarren/Donges 2011, S.21), deren Beschluss zu Programmen und der Durchsetzung politischer Entscheidungen führt. Auch in der Politik verändert sich zunehmend die Art und Weise der Kommunikation, vor allem mit den Bürgern. Diese werden immer mobiler, *informationsfreudiger* und möchten stets auf dem neuesten Stand sein. Politische Informationen sollten gerade aufgrund der heutigen medialen Flut an Informationen überzeugend, überredend und unterhaltsam sein (Sacrinelli 2011, S.160).

„Strategiefragen sind Machtfragen und Machtfragen sind in der Demokratie auch immer Kommunikationsfragen!“ (Sacrinelli 2011, S.332).

Luhmann definiert die Macht in Demokratien als System, das durch einen „dreistelligen Machtkreislauf der Politik“ (Imbusch 2012, S.257) organisiert wird. Dieser ist durch die Parteipolitik, Verwaltung, d.h. Gesetzgebung und Regierung sowie dem Publikum gekennzeichnet. Die Politik übt Macht auf die Verwaltung im Sinne von der Erzeugung organisatorischer, programmatischer und personeller Entscheidungen. Die Verwaltung wiederum hat Macht über das Publikum, da sie durch die Durchsetzung und Herstellung von Entscheidungen das Publikum bindet. Der Kreislauf schließt sich dann mit dem Publikum, das Macht über die Politik durch Wahlen hat. Es gilt hierbei zu beachten, dass sich die drei Bestandteile des Kreislaufs jedoch gegenseitig beeinflussen und nicht als statisches Machtausübungsmodell gesehen werden soll.

Politische Theorie lässt sich durch die soziale Macht und deren Verwendung durch die Inhaber von Machtpositionen definieren. Politiker verfolgen generell das Ziel der Erhaltung bzw. des Erwerbs von Macht für die Organisation die er vertritt und für sich selbst (Vgl. Jarren/Donges 2011, S.235). Um den Erhalt der innerorganisatorischen Macht aufrecht zu erhalten ist es notwendig, die Aspekte der öffentlichen Wirkung vor allem die persönliche Aufmerksamkeit aktiv für sich selbst und seine Themen zu erreichen. Ihren Einfluss können die Politiker durch eine Steigerung von Aufmerksamkeit mit Hilfe von Medienpräsenz erhöhen. Zudem müssen sie sich immer öffentlich mit dem Machtkampf auseinandersetzen. „Der Politiker spielt dabei immer ein doppeltes Spiel, da er sowohl als Repräsentant einer Organisation (Partei, Fraktion, Regierung etc.) als auch für sich persönlich handelt.“ (ebd.). Um dem öffentlichen Druck auch Stand zu halten zeigen viele Politiker ein bestimmtes Sozialverhalten auf. Sie sprechen lauter, zeigen demonstrative Fröhlichkeit und sind ungeniert in der Öffentlichkeit. Mächtigere Personen sind außerdem initiativer, gehen auf andere Personen zu und neigen dazu, andere Personen anzufassen (Vgl. Neubauer/Rosemann 2006, S.71). Im Gegensatz zu den Strategien in anderen Handlungsfeldern unterscheidet sich die der Politik dadurch, dass „Politik nicht in Hierarchie oder Markt aufgeht, nicht vordergründig mit Gewalt- oder Tauschverhältnissen analogisiert werden darf, sondern ihren Platz im Spannungsfeld von Machtstreben und Problemlösung findet.“ (Sacrinelli 2011, S.329). Kommunikation ist ein wesentlicher Bestandteil der Strategieentwicklung in der Politik und politischem Handeln, wird jedoch vielfach nicht als solcher angesehen. Meist wird sie als „hinzukommende Vermittlungstechnik, die in der Regel am Anfang und am Ende eines Politikzyklus zum Einsatz kommt“ (Sacrinelli 2011, S.331) bezeichnet. Somit wird Kommunikation als Aufmerksamkeitsgenerator und Legitimationsbeschaffer gesehen und nicht als Entwicklungs-, Überzeugungs- und Durchsetzungsbedingung der politischen Strategie. Die strategische Kommunikation ist in der Politik zu einer zentralen Aufgabe geworden, vor allem um auf die Vorbereitung von politischen Entscheidungen *proaktiv* eingehen zu können (Vgl. Schulz 2011, S. 30). Hier ist eine Abgrenzung zur PR zu machen. Die strategische Kommunikation der Politik unterscheidet sich durch die PR-Planung und PR-Strategie vorab zu der ausführenden Kommunikation der politischen Akteure.

Politik und Medien

Die Massenmedien beeinflussen und strukturieren die Tagesordnung der öffentlich diskutierten Themen (*Agenda-Setting*) und entscheiden weitgehend über deren Bewertung in der Öffentlichkeit (*Framing*) (Sacrinelli 2011, S.331). Diese Erkenntnisse über *Agenda-Setting* sind für politische Akteure von hoher praktischer Bedeutung: Es ist ein großer Unterschied, den Menschen bzw. der Gesellschaft durch Medieneinfluss vorzugeben *was sie denken sollen*, was sehr schwer ist und im Gegensatz hierzu ihnen mitzuteilen, *worüber sie nachdenken sollen*. Hierbei ist es leichter ihnen eine Medienagenda vorzugeben, um diese von Parteistrategen vor allem im Wahlkampf beeinflussen zu lassen (Vgl. Bader 2013, S.42). Die Beziehungen zwischen Politikern, Öffentlichkeitsarbeitern und Journalisten sind also vergleichbar mit zwei Branchen, die auf das gegenseitige Zuspieren der jeweils anderen angewiesen sind. Somit entsteht eine Art Tauschverhältnis in wechselseitiger Abhängigkeit (Vgl. Jarren/Donges 2011, S.234).

Die Reichweite der Politik und die Nutzungsmöglichkeiten der Medien werden durch die Expansion der Mediensysteme vergrößert. Durch die Expansion gab es eine erhebliche Diversifizierung des Angebots an Inhalten und Medienformaten, womit sich der Medienwandel beschleunigte (Vgl. Schulz 2011, S.19). In den politisch informierenden Medien entstanden neue Formate der Berichterstattung, welche von dem journalistischen Wunsch geprägt wurden, das Darstellungsbegehren der Politiker aufzudecken oder ihm auch freien Lauf zu lassen bzw. ihnen eine gute Bühne bereitzustellen (Vgl. Reichertz 2009a, S.27). In demokratischen Gesellschaften können es sich die Medien eigentlich nicht erlauben, sich instrumentalisieren zu lassen. Sie werden immer mehr selbst zu politischen Akteuren mit dem Hintergrund der Verfolgung ökonomischer Interessen (ebd.). Deswegen müssen die Medien gesteuert werden, damit sie die Kontrolle sowie gesellschaftliche Integration von politischer Macht gewährleisten können (Vgl. Vowe 2003, S.211). Der Faktor des Vertrauens spielt auch hier eine große Rolle. Eine Massenloyalität von Politikern kann durch fehlende *Face-to-Face* Kommunikation nicht mehr hergestellt werden (Sacrinelli 2011, S.237). Hierbei dienen die Massenmedien zur Vertrauenspflege, da sie die Menschen informieren, die Lage kritisieren sowie analysieren und somit der Bevölkerung eine Grundlage des Vertrauens schaffen.

Politische Akteure präsentieren sich gerne in der Öffentlichkeit als Personen, die zielstrebig und weitsichtig das Land mit seinen Geschicken lenken. Gerne lasse sie sich auch verschiedene gesellschaftliche Entwicklungen als Ergebnis ihres Handelns zuschreiben. Medien hingegen sind an Persönlichkeiten interessiert, da die Vermittlung von komplexen politischen Ereignissen sich gut mit einer verbundenen Person darstellen lassen. Für sie ist Personalisierung ein wichtiger Faktor, der aus einem Ereignis eine Nachricht macht (Jarren/Donges 2011, S.147). Auch politische Akteure und deren PR-Berater wissen das und wollen so versuchen die Selektionshürde der Medien zu überspringen.

Beide Seiten fördern also aus ihrer Eigenlogik heraus eine personenzentrierte Sicht auf die Politik, denn eine Persönlichkeit prägt das Amt. Die Beziehung zwischen Medien und Politik ist eine diskrete symbiotische Beziehung, eine Art Tauschverhältnis mit wechselseitigen Abhängigkeiten (Sarcinelli 2011, S.83). Es findet quasi ein Tausch von Publizität mit Informationen statt. Dabei suchen Medienvertreter einen möglichst exklusiven Informationszugang und sind auf Politiker bzw. PR-Akteure angewiesen. Dadurch ergeben sich oftmals auch persönliche Wechselbeziehungen zwischen einzelnen Akteuren und es entstehen mehr oder weniger etablierte Netzwerke, in denen sich die Medien innerhalb der allgemeinen gesellschaftlichen und der politischen Kommunikation befinden (Reichertz 2009b, S.28). Darüber hinaus gibt es einen ausgeprägten informellen Einfluss von Medienangehörigen auf die Politik, da viele Journalisten eng in das politische Machtgefüge eingebunden sind. Meist ergeben sich hieraus enge Beziehungen und Freundschaften zwischen Medienakteuren und politischen Akteuren (Schulz 2011, S.28f). Der informelle Teil, in dem politische Akteure gerne Macht auf die Journalisten ausüben würden, findet meist im kleinen Kreis statt. Ziel ist es, sich durch den Gewinn von Einfluss sich in Krisensituationen Vorteile zu verschaffen. Diese Gewährung von Exklusivität drückt sich im Vorfeld durch Einladungen von politischen Akteuren zu einem persönlichen Gespräch, Ermöglichung von Flügen mit einem statushohen Politiker, Teilnahmemöglichkeiten an Banketten mit ausländischen Gästen oder durch Einladungen zum Essen im kleinen Kreis aus (Jarren/Donges 2011, S.246).

Spieltheorie – Wie mit Macht gespielt wird

Um komplexe sowie untereinander abhängige Entscheidungsstrukturen zu analysieren bedarf es der sogenannten Methodik der Spieltheorie. Bei dieser wird ein Modellrahmen für systematische Modellierung und Analyse von Interaktionsbeziehungen rational handelnder Spieler bzw. Akteure festgelegt. Sie veranschaulicht die Interaktion zwischen Akteuren, die ihre „Entscheidungen in Abhängigkeit des Verhaltens des anderen treffen müssen und sich dieser Abhängigkeit auch bewusst sind“ (Jarren/Donges 2011, S.45). Es werden diese untereinander abhängigen Entscheidungen der jeweiligen Spieler simuliert, wobei dann unterschiedliche Arten von Spielen entstehen um somit Aussagen über ihr eventuelles Verhalten geben zu können.

Das Ergebnis der Spieltheorie ist u.a., dass in bestimmten Entscheidungssituationen „die isolierte Verfolgung individueller Interessen zu kollektiv und individuell suboptimalen Ergebnissen führt.“ (ebd.) Dies wird dann *Gefangenendilemma* genannt. Das Spiel des *Gefangenendilemmas* hat seinen Ursprung in der Entscheidungsforschung und basiert auf der mathematischen Spieltheorie: (Vgl. Raunicher 2011, S.23ff.). Es werden hierbei die Entscheidungen in Zweierbeziehungen experimentell untersucht, was auch als *Nullsummenspiel* bzw. strikt kompetitive Spiele bezeichnet werden kann, da sich die Auszahlungen beider Spieler immer auf null summieren und der Gewinn eines Spie-

lers immer auf die Kosten des anderen Spielers auswirken (Vgl. Holler/Illing 2009, S.55). Es werden beide Spieler einer Konfliktsituation ausgesetzt, in dem Vertrauen nur durch die aktuelle Situation bestimmt wird und nicht wie sonst üblich ein Persönlichkeitsmerkmal darstellt oder eine allgemeine Einstellung bestimmt. Hier geht es darum, ob Vertrauen in dieser Situation vorliegt, wenn eine Person eine Wahl treffen muss und dem Verhalten bzw. der Entscheidung der anderen Person dabei vertrauen kann. Dabei ist ebenso entscheidend, dass die beiden Personen in einem bestimmten Grad voneinander abhängig sind. Das ausgeprägte kooperative Verhalten kann hier also mit einem hohen Maß an Vertrauen gleichgesetzt werden. Es besteht für beide Akteure die Gefahr, von der anderen Seite enttäuscht bzw. betrogen zu werden, da das jeweilige Ergebnis von der anderen Person abhängt und beide die Möglichkeit haben den anderen zu übergehen. Oftmals gelingt es den Menschen nicht zusammenzuarbeiten, sogar dann, wenn es jedem durch eine Kooperation besser gehen könnte. Das Gefangenendilemma zeigt, warum Kooperation selbst dann den Akteuren schwer fällt, wenn sie für beide Seiten Vorteile bringt (Vgl. Mankiw/Taylor 2012, S.445). Vor allem in der Geschichte der Politik wurde der politische Kampf als „ein mehr oder weniger konstantes Nullsummenspiel“ (Eisenstadt 2001, S.349) betrachtet. Jedoch hat sich im Laufe der Zeit die Menge der „politischen Ziele in modernen konstitutionell-demokratischen Regimen“ (Eisenstadt 2001, S.350f.) erweitert, sodass sich das politische Spiel ebenso verändert hat. Die Veränderungen machen es möglich, dass sich eine paradoxe Beziehung zwischen der Offenheit des politischen Prozesses sowie der Zerbrechlichkeit und Beständigkeit demokratischer Regierungen besteht. Dieses Paradoxon führt zu Unsicherheiten im politischen Spiel, durch die die Zerbrechlichkeit der Führung wieder gefördert wird. Auf der anderen Seite hat es jedoch die Ausweitung des Spiels zur Folge, was dann andere Parameter des Spiels einbringt und somit kein Nullsummenspiel mehr ist. Es könnte hiermit die Möglichkeit eines einseitigen totalen Verlustes verringert werden. Diese Möglichkeit setzt jedoch eine „starke und offene Zukunftsorientierung“ (Eisenstadt 2001, S.351) voraus, was jedoch politischen Akteuren langfristig dazu bringen könnte, ihre Macht im Rahmen von konstitutionellen Spielregeln aufzugeben. Der entscheidende Faktor, der dies begünstigen kann ist Vertrauen. In Konflikten ist es jedoch unangemessen bzw. fehlt es oftmals ganz. Die Nullsumme bedeutet also in politischem Sinne das Gewinnen einer Partei/eines Akteurs und das daraus resultierende notwendige Verlieren der anderen Partei. Somit setzt eine Partei ihre Macht und Wünsche auf Kosten der anderen durch (Vgl. Imbusch 2012, S.151).

„Jede Problemlösungsstrategie, die kein Nullsummenspiel sein will, setzt voraus, dass 1. Der Konflikt durch andere, Vertrauen einschließende Beziehungen (und Institutionen) in Grenzen gehalten werden kann und dass 2. Der Konfliktlösungsprozess selbst Vertrauen erzeugt.“(Eisenstadt 2001, S.353)

Fazit

Es wurde nun deutlich, in welchem Zusammenhang Macht und Vertrauen stehen können. Im Hinblick auf die Politik ist Vertrauen in dem Glauben der Bürger verankert, dass die politischen Akteure ihre Interessen vertreten. In diesem Glauben übertragen sie diesen Akteuren Macht, um die Interessen der Bürger auszuführen (Braun 2013, S.44f.) Der Bürger muss dabei immer eine Einschätzung der Vertrauenswürdigkeit, also der Immunität gegen die Versuchung des Amts-/Machtsmissbrauches des politischen Akteurs vornehmen (Knoblach 2012, S.270). An dieser Stelle kann auf das generalisierte Vertrauen zurückgegriffen werden, welches sich in soziales und politisches Vertrauen bzw. zusammengefasst in institutionelles Vertrauen unterteilen lässt (Braun 2013, S.41). Der Begriff „Vertrauen“ wurde in den letzten Jahren immer präsenter. Personen werden dazu „angestiftet“ in die Parteien, die Regierung und deren Politik, in Alltägliche Produkte, in die Wirtschaft, in die Arbeitsplatzsicherheit, in gesellschaftliche Veränderungen oder die Konjunktur Vertrauen haben (Raunicher 2010, S.12). Vor allem dem Vertrauen in die Politik fehlt ein vermeintlich unabdingbarer und wesentlicher Faktor des „normalen“ Vertrauens: der persönliche Kontakt. Dieser stellt jedoch eine Grundlage für alle sozialen Beziehungen dar (Jarren, Donges 2011, S.188) Dies ist der Grund, warum vor allem politische Parteien Personalisierungsstrategien verfolgen, nämlich um Vertrauen, Akzeptanz und ein positives Image aufzubauen. Für die zukünftigen Handlungen der Parteien und Akteure ist das eine wichtige Voraussetzung. Das soziale Handeln der Politiker ist auch eine Selbstdarstellung unter dem Gesichtspunkt seiner Vertrauenswürdigkeit. Nach Luhmann „schwebt die Vertrauensfrage über jeder Interaktion und die Selbstdarstellung ist das Medium ihrer Entscheidung“ (Raunicher 2010, S.37), auch wenn sich der Handelnde dessen bewusst oder nicht bewusst ist. Politische Akteure brauchen das durch die Strategien gewonnene Vertrauen und die Akzeptanz der Bürger, um auch in unsicheren Situationen handeln zu können, da sie dann auf den Rückhalt der Bürger hoffen können. Die politische Kommunikation lässt sich auf die Thematik von Macht und Vertrauen wie folgt anwenden. Durch die immer mobiler und medial fokussierter werdenden Bürger ist es unumgänglich diese auf eine überzeugende und unterhaltsame Art und Weise anzusprechen. Es geht dabei vor allem um die Herstellung von Vertrauen zu den Bürgern, welches durch die Öffentlichkeitsarbeit in der Politik garantiert werden soll. Public Relations versucht durch eine transparente Informationsvermittlung zu den Bürgern Vertrauen aufzubauen, übt jedoch gleichzeitig eine gewisse Macht auf sie aus, da die PR versucht die öffentliche Meinung zu bestimmten Themen zu beeinflussen, um somit Wählerstimmen der Bürger zu erhalten. Hinter diesen Überlegungen stehen die PR-Akteure der Politik, welche die Politiker in ihrer Position bestärken und sie mit den nötigen kommunikativen Fähigkeiten ausstatten, um somit einen Schritt auf das Vertrauen bei den Bürgern zuzugehen. Um dem noch besser entgegenzuwirken entwerfen sie PR-Strategien, die den politischen Führungspersonen dabei helfen sollen, die Bürger von ihren politischen Agenden zu überzeugen und somit Zustimmung und Vertrauen zu

ihnen aufbauen zu können. Die Strategien befassen sich vor allem mit Personalisierungsarbeiten, die den Führungspersonen dabei helfen sollen, noch mehr Transparenz um ihre eigene Person zu schaffen, was ebenso Vertrauen stärkt. Die Thematik des Machtausübens in einer Demokratie hat heute keine ausschlaggebende Bedeutung mehr. Die politischen Führungspersonen können keine direkte Machtausübung auf das Volk mehr vornehmen, wie es in diktatorischen Regierungssystemen der Fall ist. Vielmehr ist es die soziale Macht und deren Verwendung durch die Machtpositionsinhaber, die in Demokratien zu tragen kommt. Wichtig ist ihnen hierbei die innerorganisatorische Aufrechterhaltung von Macht, welche für die Führung von Parteien und politischen Gremien wichtig ist. Dadurch, dass die PR-Akteure das Bindeglied zwischen den beiden Systemen Politik und Medien darstellen, sind sie diejenigen, denen oftmals von beiden Systemen Vertrauen entgegengebracht wird. Wenn also das Vertrauen von einer Seite gebrochen wird bzw. eine Seite versucht Macht auf die andere Seite auszuüben, werden oftmals die PR-Berater als verantwortliche Instanz von den jeweiligen hintergegangenen Seiten in Frage gestellt.

Die Massenmedien beeinflussen und strukturieren die Tagesordnung der öffentlich diskutierten politischen Themen, was *Agenda-Setting* genannt wird. Somit üben sie zum einen Macht auf die Politik aus, welche sich unter Druck gesetzt fühlt, diese Themen zu diskutieren und zu behandeln bzw. öffentlich Stellung zu nehmen. Zum anderen üben sie Macht auf die Bevölkerung aus, da sie dieser die Themen (und teilweise auch Meinungen), über die sie dann nachdenken und diskutieren, vorgeben. Durch den Medienwandel können jedoch auch die Bürger eines demokratischen Systems Macht auf die Politiker ausüben, um bestimmten Themen mehr Gewichtung zu geben. Dies kann vor allem durch den Gebrauch der Medien seitens der Bürger zur eigenen Interessenvertretung initiiert werden. Somit dienen die Massenmedien als Bühne der Inszenierung für die politischen Akteure als auch für die Bürger. Politische Akteure wollen somit die Bevölkerung durch ihre Selbstinszenierung von ihrem Vorhaben überzeugen, Vertrauen aufbauen, sowie die parlamentarische Diskussion beeinflussen und üben damit kommunikativ Macht auf sie aus. Die Spieltheorie hingegen ist das Fundament von Macht und Vertrauen. Das Verhältnis von Macht und Vertrauen ist am Beispiel des *Gefangenendilemmas* ambivalent. Es lässt sich aufzeigen, dass wenn es zu einer Machtausübung und somit zu einer Nicht-Kooperation der einen Seite kommt, verliert der andere Spieler in gleichem Maße und wird in seinem Vertrauen getäuscht. Wenn die beiden Spieler jedoch eine Kooperation eingehen und auf das einvernehmliche Vertrauen setzen, wird keine Machtanwendung oder reine egoistische Interessendurchsetzung stattfinden.

Der zukünftige Blick auf die politischen und medialen Zusammenhänge lässt auf eine immer komplexer werdende Beziehung schließen. Die mediale Präsenz und Berichterstattung der Medien sowie die Selbstdarstellung von politischen Akteuren werden sich, auch durch neuere Onlineformate

wie Blogs, Nachrichten- und Nachrichtenkommentarplattformen und soziale Netzwerke, verstärken. Allerdings wird sich auch die Meinungsbildung der Bürger durch diese Formate ausweiten, weswegen es notwendig ist, auf eine transparente Kommunikation zu achten. Fehlt diese wird es zu einem Vertrauensbruch bzw. erst gar nicht zu einem Aufbau von Vertrauen kommen, jedoch muss (in politischer Hinsicht) Vertrauen geschaffen werden, um Macht ausüben zu können. Die Medien werden somit eine immer größere Bedeutung und auch Macht in der Gesellschaft haben. Aufgrund dessen ist es wichtig, die Medien gezielt zu nutzen und nicht zu umgehen. Außerdem werden Kooperationen immer wichtiger. Ein Zusammenspiel zwischen verschiedenen Akteuren, Unternehmen oder gar Ländern/Staaten ermöglicht die Erreichung von höheren Zielen als es mit Nicht-Kooperationen der Fall ist. Die paradoxe Beziehung zwischen Vertrauen und Macht muss sich also neu erfinden, um auf langfristige Sicht mit weniger machtausübenden Personen auf gleicher Hierarchieebene handeln zu können.

Literaturverzeichnis

- Ahrens, J. (2012). *Wie aus Wildnis Gesellschaft wird. Kulturelle Selbstverständigung und populäre Kultur am Beispiel von John Fords Film „The Man Who Shot Liberty Valance“*. Wiesbaden: Springer VS.
- Albert, H. (2012). *Macht und Gesetz. Grundprobleme der Politik und Ökonomik*. Tübingen: Mohr Siebeck Verlag.
- Bader K. (2013). *Medialisierung der Parteien, Politisierung der Medien*. Wiesbaden: Springer VS.
- Bentele G., Brosius, H., & Jarren, O. (2003). *Öffentliche Kommunikation*, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Braun, D. (2013). *Politisches Vertrauen in neuen Demokratien*. Wiesbaden: Springer VS.
- Gerring, R., Zimbardo, P. (2008). *Psychologie*. München: Pearson Education.
- Hartmann, M. (2011). *Die Praxis des Vertrauens*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Holler, M., Illing, G. (2009). *Einführung in die Spieltheorie*. Berlin-Heidelberg: Springer Lehrbuch.
- Imbusch, P. (2012). *Macht und Herrschaft*. Wiesbaden: Gabler Verlag.

- Jarren, O., Donges, P. (2011). Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung (Teil 1 und 2). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Knoblach, B., Fink, D. (2012). Die Macht der Sympathie, in: Knoblach, B., Oltmanns, T./Hajnal I./Fink, D.: Macht in Unternehmen. Wiesbaden: Gabler Verlag. S. 253-274.
- Knoblach, B., Oltmanns, T., Hajnal I., & Fink, D. (2012). Macht in Unternehmen – Der vergessene Faktor. Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Luhmann, N. (2003). Macht. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Mankiw, N., Taylor, M. (2012). Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Neubauer, W., Rosemann, B. (2006). Führung, Macht und Vertrauen in Organisationen. Stuttgart: Kohlhammer Verlag.
- Popitz, H. (2004). Phänomene der Macht. Tübingen: Mohr Siebeck Verlag.
- Raunicher, P. (2011). Die Ambivalenz des Vertrauens. Wiesbaden: Springer VS.
- Reichertz, J. (2009). Die Macht der Worte und der Medien. Wiesbaden: Springer VS.
- Reichertz, J. (2009). Kommunikationsmacht, Wiesbaden: Springer VS.
- Sarcinelli, U. (2011) Politische Kommunikation in Deutschland - Medien und Politikvermittlung im demokratischen System. Wiesbaden: Springer VS.
- Schulz, W. (2011). Politische Kommunikation. Wiesbaden: Springer VS.
- Weber, M. (2008). Wirtschaft und Gesellschaft: Grundriss der verstehenden Soziologie. Tübingen: Mohr Siebeck Verlag.
- Welge, M., Al-laham, A. (2008). Strategisches Management. Wiesbaden: Gabler Verlag.