

# Ungleichheitsperzeptionen und Medien:

## Was bewirkt politische Kommunikation?

Ursula Dallinger

*Beitrag Ad-Hoc-Gruppe »Die soziale Formierung subjektiver Prekarität: Soziologische Wahrnehmungsforschung im Spannungsverhältnis von Struktur und Individuum«*

### 1 Einleitung

In Öffentlichkeit und Sozialwissenschaften erhält das nur ungefähre Wissen der BürgerInnen über ökonomische Ungleichheiten viel Aufmerksamkeit (Rudzio 2016; Altmann et al. 2018). Die Wahrnehmung der Armutsquote, der Vermögensungleichheit, der Einkommen oben und unten in der Berufshierarchie etc. decken sich nicht mit den Fakten (Kenworthy, McCall 2008; Norton, Ariely 2011; Engelhardt, Wagener 2014 und 2018; Gimpelson, Treisman 2015). Wenn aber die Ungleichheitsentwicklung und deren Ursachen nur vage bekannt ist, könne auch die Nachfrage der BürgerInnen nach redistributiver Politik kaum sachgerecht sein (Niehues 2014). „Die Deutschen wollen viele Einkommen niedriger besteuern und Vermögen umverteilen. Was aber sind ihre Wünsche wert, wenn sie die Wirklichkeit nicht kennen?“ (Altmann et al. 2018).

Angesprochen ist hier die Entstehung der politischen Nachfrage nach „Umverteilung“, ein Kürzel für politische Programme, die egalisierend wirken wie etwa Mindestlohn, progressive Steuern oder Grundsicherung. Der klassische polit-ökonomische Ansatz erklärte Einstellungen zu Umverteilung aus den Ungleichheitsstrukturen: Bei steigender wirtschaftlicher Ungleichheit ziehen die Einkommen Wohlhabender nach oben davon, während untere Soziallagen und auch die Mittelschicht abrutschen. Wenn die Mitte ebenfalls Umverteilung fordert, kann sie als wahlentscheidende Mehrheit umverteilende Politik durchsetzen, was dem Prekariat allein nicht gelingt. Kritisiert wird seit Langem, dass das Modell ausblendet, wie Ungleichheit und politisches Handeln vermittelt sind. Denn erst politische Institutionen und Wahrnehmungen entscheiden, ob Unzufriedenheit oder Reformforderungen laut werden oder nicht. Menschen nehmen weniger, aber auch mehr Ungleichheit wahr als es sie faktisch gibt. Beide Richtungen sind wichtig, um einzuschätzen, wie Wahrnehmungen die politische Nachfrage beeinflussen. Manche betonen lediglich überzogen wahrgenommene Ungleichheit (Niehues 2014; Hüther, Diermeyer 2019); aber auch „verharmloste“ Ungleichheit hat Effekte (Trump 2018).

Dass Perzeptionen - auch verzerrte - handlungsrelevant sind, ist eigentlich für die Soziologie vertrautes Terrain. Die Einsicht in die Handlungsrelevanz von Perzeptionen, die das Thomas-

Theorem<sup>1</sup> verbreitet hat, bewegt jedoch aktuell eher die Ökonomie zu einer Fülle an Studien zu Ungleichheitswahrnehmung (siehe Kap. 2). Sie sind meist deskriptiv und begreifen Informationsmangel als Defizit, nicht als soziales Phänomen (Kap. 2.1). Die Soziologie verfügt hingegen über spezifische Konzepte zu Ungleichheitsperzeptionen, etwa den Begriff der *fiscal illusions*. Wegener (1987) beschrieb damit die Tendenz, sich selbst in der Mitte der Sozialhierarchie einzustufen, obgleich dies objektiven Statuskriterien nicht entspricht. Hochschild (2000) macht auf *factual misperceptions* aufmerksam. Die Politikwissenschaften thematisieren mit *political ignorance*, dass WählerInnen erstaunlich ungenaue Vorstellungen über politische Sachverhalte haben, was Bartels (2008) im Bereich der Steuerpolitik zeigt: Die breite, bis in die Unterschicht reichende Unterstützung der allein für Reiche vorteilhaften Steuerreformen unter Bush spricht für den Einfluss politischer Kommunikation zu Schaffung von Akzeptanz.

Die Wahrnehmung wirtschaftlicher Ungleichheiten und welche Konsequenzen sich für „nötige“ politische Reaktionen ergeben, dürfte durch Medien beeinflusst sein. Insbesondere summarische Urteile wie „Die Ungleichheit in Deutschland ist zu groß“ kommen vermittelt durch Massenmedien zustande. Sie liefern „Bilder“ (Lippman 1964) etwa über den Umfang an Armut oder die Lohnentwicklung. Die Rolle der Medien bei der Entstehung von Ungleichheitsperzeptionen ist wenig erforscht. Dieser Beitrag fragt daher: Wie beeinflussen Medien die verteilungspolitische Nachfrage?

An der „Übersetzung“ objektiver Ungleichheit in Präferenzen für egalisierende Politik ist politische Kommunikation beteiligt. Der Beitrag stützt sich einerseits auf Zallers (1992) Modell der Präferenzformation durch die von Medienberichterstattung verfügbar gemachten Rahmen und Informationen. Andererseits nutzen Akteure aus Parteien und Interessenverbänden, Kirchen und Zivilgesellschaft die Vorläufigkeit von Einstellungen zu policy issues und praktizieren *crafted talk* (Jacobs/Shapiro 2000), um Unterstützung zu generieren. Politische Akteure versuchen in politischer Kommunikation Benennungsmacht auszuüben (Bourdieu 1985). In wie weit das gelingt, untersucht das vorliegende Paper empirisch mit Experimenten zu einem Wirtschaftsframe mit einer liberalen Programmatik, einem Frame zu gesellschaftlichem Zusammenhalt und ein Priming-Experiment prüft Agenda-Setting. Moderatorenanalysen bieten einen Blick auf die unterschiedliche Erreichbarkeit sozio-ökonomischer Gruppen für Medieninhalte.

## 2 Stand der Forschung

Die perzipierte Ungleichheit ist erstaunlich ungenau. Da aber die wahrgenommenen Fakten politisches Handeln bestimmen, wandte sich sozialwissenschaftliche Forschung diesen vermehrt zu. Es handelt sich um „*sincerely held beliefs about factual states of affairs*“ (Zaller 1992, S.22), die auch Informationen nicht einfach ändern (Kuklinski et al. 2000). So fallen geschätzte und objektive Armutsquote auseinander (Gimpelson, Treisman 2015). Die geschätzte und die faktische Entlohnung von ManagerInnen wie auch von einfachen ArbeiterInnen differieren, wobei die Löhne einfacher ArbeiterInnen meist überschätzt werden. ManagerInnengehälter hingegen werden eher geringer, als sie faktisch sind, geschätzt (Kelley, Evans 1993). Auch die eigene Einkommensposition wird verzerrt wahrgenommen: Befragte der Dezile unterhalb der Mitte stufen sich höher, Befragte der Dezile oberhalb der Mitte stufen sich weiter unten ein, als es ihrer

---

<sup>1</sup> „*If men define things as real, they are real in their consequences.*“ (Thomas 1928).

objektiven Einkommensposition entspricht (Cruces et al. 2014; Engelhardt, Wagener 2018; Bublitz 2016). Resultat ist ein Trend zur Mitte (Wegener 1987), der Einkommensdiskrepanzen subjektiv schrumpfen lässt.

Bei der Bewertung der Gesellschaft dominiert die gegenteilige Tendenz. Befragte geben mehrheitlich an, die meisten Menschen lebten in Deutschland - objektiv eine Mittelschichtgesellschaft - in den beiden unteren Dezilen nahe oder unter der Armutsschwelle (Niehues 2014). BürgerInnen der Niederlande oder der Schweiz - ebenfalls Mittelschichtgesellschaften - stufen ihre Länder hingegen realistisch ein. Bei der Vermögensverteilung wird deren Konzentration am oberen Ende unterschätzt. So ist das Urteil, wen höhere Vermögenssteuern betreffen, verzerrt (Bartels 2008; Norton, Ariely 2010). Die Steuerbelastung wird unpräzise perzipiert: Die von Haushalten mit geringen Einkommen gezahlten Steuern werden über-, die von Haushalten mit hohen Einkommen gezahlten Steuern unterschätzt (Niehues 2019).

Das Interesse der Ökonomie für Ungleichheitsperzeptionen hat mit dem vermuteten Einfluss auf die politische Nachfrage zu tun: Mehr Ungleichheit zu sehen, als faktisch existiert, steigere die Umverteilungswünsche (Engelhardt, Wagener 2014; Niehues 2014 und 2016; Diermeier et al. 2017; Thomas et al. 2018). Der Nachweis der Folgen verzerrter Perzeptionen für die politische Nachfrage wie auch für tatsächlichen Sozialausgaben ist allerdings methodisch schwach, da die verwendeten Indikatoren sowohl für Umverteilungspräferenzen als auch die Höhe der Sozialausgaben fragwürdig sind. Letztere sind primär Resultat demografischer Trends und ein schwaches BIP, erstere sind diffus gemessen.

Insgesamt sind die Resultate neuerer Forschung zu Ungleichheitsperzeptionen disparat. Biases sind aber nicht zu leugnen. Die neueren ökonomischen Beiträge sind rein deskriptiv, Erklärungen für Bias fehlen weitgehend. So wird zwar experimentell die falsche Selbsteinstufung Befragter in der Mitte der Einkommensverteilung mit Informationen über die tatsächliche eigene Einkommensposition korrigiert, was erwartungsgemäß die Akzeptanz von Umverteilung in oberen Einkommensgruppen senkt (Bublitz 2016; Karadja et al 2017; Engelhardt, Wagener 2018), aber Bias nicht erklärt.

Dagegen bieten sozialpsychologische Ansätze zu sozialem Vergleich Erklärungen für den Trend zur Selbsteinstufung in der Mitte der Sozialhierarchie (Eder et al. 2017; Fatke 2018). Danach streben Menschen nach Spannungsvermeidung und Anerkennung. Zudem erkennen sie den eigenen Status durch soziale Vergleiche (Festinger 1952) und wählen selektiv ihre Vergleichsgruppen. Um ein „günstiges Resultat“ zu erzielen, werden Reiche oder Statushöhere ausgeblendet (Condon, Wichowsky 2018). Studien zu sozialem Vergleich manipulieren experimentell die subjektive Einkommensposition, indem sie gezielt Deprivationsgefühle oder den Eindruck zu den Verlierern zu gehören fördern. In Experimenten werden Teilnehmern randomisiert Gruppen zugewiesen, nehmen an Investitionsspielen oder Leistungstests teil und erhalten dann vom Versuchsleiter ein false feedback zu ihrem Erfolg oder Misserfolg, um sie zu veranlassen sich als Gewinner oder Verlierer zu sehen (Brown, Iannuzzi 2015; Payne 2018). Gewinner- und Verlierergruppe unterscheiden sich in ihren sozialpolitischen Präferenzen, denn beide Gruppen differieren in der Nachfrage nach sozialer Sicherung.

Sozialpsychologisch argumentiert auch die These der Systemrechtfertigung. Menschen passen sich höherer Ungleichheit an, indem sie Ungleichheit unterschätzen bzw. nicht negativ bewerten (Trump 2018). In Deutschland ist Systemrechtfertigung empirisch allerdings nicht in Sicht, da wesentlich mehr Befragte ihr Land als ungerecht kritisieren als noch vor 10 Jahren (Dallinger 2018; Sachweh, Sthamer 2018; Carcati-Cioldi 2019). Auch mediale Berichterstat-

tung könnte Abstiegsangst und diffuse Bedrohung fördern und erschweren, sich in mittleren Statuslagen aufgehoben zu sehen.

#### *Medien und Ungleichheitsperzeptionen*

Wie Medien Ungleichheitsperzeptionen beeinflussen, untersuchen Agenda-Setting, Priming und Framing-Forschung auf unterschiedliche Weise. Diermeier et al. (2017; Thomas et al. 2018) knüpfen an Agenda-Setting an. Mit Daten zur Intensität von Medieninhalten mit Ungleichheitsbezug in der Zeit vor dem Interview und Daten aus dem SOEP zu Perzeptionen zeigen sie, dass eine intensivere Berichterstattung einhergeht mit mehr Befragten, die mangelnde Gerechtigkeit in Deutschland beklagen. Der Effekt tritt umso eher ein, je mehr Tage berichtet wurde. Häufigere Medienberichte erzeugen auch andauernde Kritik an (Un-)Gerechtigkeit, der Effekt ist keineswegs flüchtig. Unbekannt ist, ob Befragte mit dieser Einschätzung tatsächlich Medieninhalte mit Ungleichheitsbezug rezipierten. Die individuelle Medienrezeption bleibt vage. Zudem verwendet die Studie lediglich Proxis für wahrgenommene Ungleichheit: die Zufriedenheit mit der Gerechtigkeit und die perzipierte Wirtschaftslage.

Medieneffekte aufzuspüren indem man die Intensität der Medienberichterstattung in der Zeit vor dem Interview mit Daten zu (sozial-)politischen Einstellungen verknüpft, ist in der Agenda-setting-Forschung gängig (Schlüter, Davidov 2013). Aber ob die Medienberichte tatsächlich „discursive triggers“ für individuellen Einstellungswandel sind (Czymara, Dolchow 2018, S.381), ist schwer zu sagen und ohne Wissen zu individueller Medienrezeption unsicher. Auch bleiben Medieneffekt inhaltlich unbestimmt, wenn allein die Häufigkeit von Themen betrachtet wird (Maurer 2010).

Priming kommt den Medieninhalten näher. Es setzt auf unbewusste Meinungsbildung durch „Hinweise“ (Bilder, Begriffe, Bezüge zu Parteien), die Medien verfügbar machen. Klassisches Thema ist der unbewusste Einfluss von Bildern von Schwarzen als Empfänger sozialstaatlicher Transferleistungen auf die Akzeptanz des Sozialstaats (Gilens 1996, 2000; Harell et al. 2016). Studien zu Priming-Effekten bei der Wahrnehmung von Ungleichheit liegen bisher nicht vor. Ankereffekte zielen aber ähnlich auf unbewussten Einfluss auf die Kognition der Einkommensverteilung. Bereits die numerische Darstellung mit absoluten Zahlen oder Prozentwerten wirkt (Erikson, Simpson 2012). Priming dürfte auch von Schlüsselbegriffen (die sich öffnende Schere) in Ungleichheitsdebatten ausgehen. Der Schritt von Priming zu Framing ist fließend (Entman 2000; Maurer 2016). Letztes untersucht die bewusste politische Meinungsbildung unter dem Einfluss medial verfügbar gemachter Rahmen. Gemeinsam ist allen Ansätzen die Vorstellung, dass durch die Medien oder im Experiment bestimmte Aspekte verfügbar gemacht und Erwägungen aktiviert werden, die einen messbaren Wandel politischer Einstellungen hervorrufen.

Framingforschung wendet sich spezifischen Darstellungsweisen in den Medien zu und erschließt deren Effekte in Experimenten. Rahmen werden gemäß medialer oder fachlicher Debatten rekonstruiert (Kangas et al 2013; Görres et al. 2020); seltener stützt man sich auf empirische Medienanalysen (Schuck, deVreese 2006). Der Einfluss von Rahmen wird nicht wie bei Agenda-setting aus der Häufigkeit abgeleitet, sondern aus deren Inhalt. Man erhält durch Framingstudien einen genaueren Blick auf Rezeptionsweisen des Publikums. Denn Frames können akzeptiert oder abgelehnt werden. Differentielle Analysen zeigen, welche Rahmenbedingungen Unterschiede bei Framingeffekten wirken. Individuelle Rezeption ist gesteuert und nicht wie bei Agenda setting vorausgesetzt. Der kausale Effekt der treatments ist aufgrund randomisierter Gruppen relativ sicher. Vorteilen stehen Nachteile gegenüber.

Kritisiert wird, dass bei einmaligen Experimenten unklar bleibe, wie persistent die Einstellungsänderung ist (Schemer 2014). Die Nachhaltigkeit der erzielten Effekte dürfte jedoch vom Thema bzw. Politikfeld abhängen. Bei singulären politischen Entscheidungen und Ereignissen, die rasch aus den Medien verschwinden, ist die Dauer der Effekte gering (deVreese 2004; Schmidt-Catran, Czymara 2019). Debatten um Sozialpolitik charakterisiert aber, dass Argumente wiederholt werden und bestimmte Deutungsmuster immer wiederkehren. Dazu zählen etwa der „durch Arbeit verdiente Zugang zu Sozialleistungen“ oder unverschuldete Bedürftigkeit durch Krisen, Kinder- oder Altersarmut. Auch sind die materielle Lage oder bedrohte Arbeitsplätze für viele BürgerInnen dauerhaft bedeutsam. Diskrepanzen der Einkommens- und Vermögensverteilung und was Politik dagegen tut, sind „Hingucker“. Reformen benötigt oft viel Zeit, was Probleme öffentlich präsent hält.

Politische Akteure wiederholen bestimmte Rahmen, um Agenda-Setting bei Rezipienten zu erzielen. Sie beziehen sich auf normative Argumente, die Signalwirkung haben und stärker als Detailinformationen überzeugen (Kangas et al. 2013; Dallinger 2019). Dieses Paper verwendet daher idealtypische Rahmen aus der Debatte um Ungleichheit und korrigierender Sozialpolitik, die in der politischen Kommunikation gängig sind: Schaden für Wirtschaft und Arbeitsplätze sowie Sozialer Zusammenhalt. Beiden geht es um Benennungsmacht (Bourdieu 1985) und um politischen Einfluss und Durchsetzbarkeit, die Akteure hoffen durch *crafted talk* zu erreichen (Jacobs, Shapiro 2000). Diese Rahmen sind zwar nicht kontinuierlich medial präsent, aber in Reformdebatten und Gesetzgebungsverfahren durchaus. Da sie idealtypisch sind, variieren die konkreten Formulierungen.

Komplementär zur Medienöffentlichkeit, in der diverse Kräfte um Benennungsmacht ringen, stütze ich mich auf das Konzept der *public opinion* von Zaller (1992). Danach sind Präferenzen für mediale Rahmung offen, da Einschätzungen gegenüber *policy issues* vorläufig sind. Politische Kommunikation aktiviert Argumente, Werte oder Fakten; Medien machen sie verfügbar für das Publikum: Was sie aktuell präsentieren, fließt leichter in individuelle Präferenzformation ein. Medien steigern die Zugänglichkeit für bestimmter Themen (Arbeitslosigkeit, Kriminalität, Flüchtlinge), so dass diese eher in die Präferenzformation einfließen. Daher ist politische Kommunikation der Ort, den politische Akteure und Interessenverbände für ihre Anliegen nutzen, um eigene Problemdeutungen und -lösungen in Umlauf zu bringen. Dennoch ist mediale Rahmung keine Indoktrination. Nicht alle Rahmen kommen an, teils werden sie abgelehnt oder greifen nur bei spezifischen Bedingungen. Zudem wirken dauerhafte ideologische Dispositionen, die – treffen sie mit konkordanten Frames zusammen – Verstärkungseffekte erzielen. Wie gut Gruppen mit gegenteiligen ideologischen Dispositionen durch diskordante Frames erreicht werden, ist ungeklärt (Bail et al. 2018; Kootstra, Roosma 2008).

### *Hypothesen*

Wenn Medien Ungleichheit öfter thematisieren, wird das Thema für das Publikum leichter verfügbar. Eine erste Hypothese prüft, ob man Ungleichheit primen und so die subjektive Agenda der BürgerInnen beeinflussen kann. Wenn man Ungleichheit aktualisiert, irritiert dies die „Illusion der Mitte-Zugehörigkeit“ und lässt die Selbsteinstufung breiter streuen. Intensive mediale Berichterstattung wirkt unterschiedlich: Menschen aus Haushalten mit guter Ressourcenausstattung wird ihre günstige Soziallage bewusst und sie senken die Unterstützung für Umverteilung; einkommensschwächeren Haushalten werden sich ihres niedrigen Sozialstatus bewusst und die Nachfrage nach Umverteilung steigt.

Die zweite Hypothese testet eine Rahmung, die die Wirtschaft als Ort der Wohlstandsproduktion und Anbieter von Arbeitsplätzen betont, der Umverteilung nur schadet. Wenn dieser Rahmen akzeptiert wird, sinkt die Nachfrage nach umverteilender Politik.

Die dritte Hypothese prüft einen Frame, der den Wert gesellschaftlichen Zusammenhalts verfügbar macht. Zusammenhalt als gesellschaftliche Ressource aktiviert Erwägungen zum notwendigen „Kitt“ einer Gesellschaft und verweist im Subtext darauf, dass alleinige Rücksicht auf die Wirtschaft der Gesellschaft schade. Personen, die sich vom Wert des Zusammenhalts ansprechen lassen, sollten mehr Umverteilung unterstützen.

### 3 Methoden und Daten

Die Experimente waren Teil eines 2019 durchgeführten Online Surveys. Befragte rekrutierten sich aus dem online Access Panel von YouGov. Eine Quotierung vermied Abweichungen der Teilnehmer bei soziodemografischen Merkmalen von der Verteilung in der Bevölkerung (Alter, Geschlecht, höchster Bildungsabschluss, Haushaltseinkommen). Insgesamt 2097 Befragte verteilten sich auf 3 Treatments und eine Kontrollgruppe, so dass jede Gruppe aus ungefähr 525 Teilnehmern besteht.

Ein Experiment versucht zu primen, also unbewusst zu beeinflussen. Es hebt die gängige Platzierung in der gesellschaftlichen Sozialhierarchie nach den Kriterien Einkommen und Bildung hervor und versucht so Differenzen salient zu machen. Dies soll die übliche Selbsteinstufung in der Mitte der Gesellschaft irritieren und den Effekt von Medienberichten nachbilden. Dazu wird die bekannte Skala zur Selbsteinstufung in der Sozialhierarchie (Payne 2017) ergänzt und die Enden der Skala beschriftet mit „geringe berufliche Qualifikation und Einkommen“ und „hohe berufliche Qualifikation und Einkommen“. Diese Ergänzungen sollen – ähnlich wie Medienberichte – aktivieren, dass Einkommen und Bildung den Sozialstatus bestimmen.

Das zweite Treatment bietet Teilnehmern die Aussage, dass hohe Sozialleistungen die Wirtschaft überlasten und Arbeitsplätze gefährden: „In den vergangenen Jahren berichteten die Medien über wachsende Einkommensungleichheit in Deutschland, aber auch über Nachteile, die mehr Sozialausgaben für Wirtschaft und Arbeitsplätze haben. In wie weit stimmen Sie zu, dass ...“ [Text abhängige Variable].

Das dritte Treatment aktiviert das Argument eines gefährdeten gesellschaftlichen Zusammenhalts: „Medien berichten, dass wachsende Einkommensungleichheit in Deutschland dem gesellschaftlichen Zusammenhalt schadet. In wie weit stimmen Sie daher zu, dass ...“ [Text abhängige Variable].

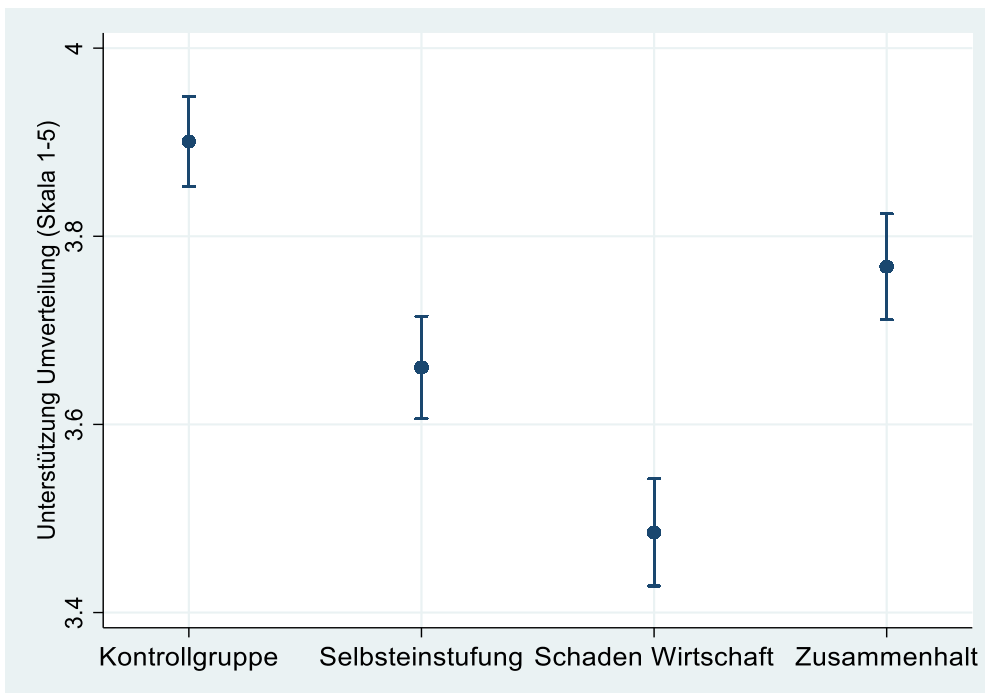
Um Effekte der Experimente zu messen, nutze ich das Item „Der Staat sollte Maßnahmen ergreifen, um die Einkommensunterschiede zu verringern“. Die verwendete Likert-Skala wird so codiert, dass höhere Werte stärkere Zustimmung abbilden.

### 4 Resultate

Welche Reaktionen erzielen Rahmen aus dem Ungleichheitsdiskurs, wie sehr ändern sie die Einstellungen zu staatlicher Umverteilung? Mit Abbildung 1, die Mittelwerte für die Kontroll- und Treatmentgruppen und die Standardabweichungen zeigt, werden zunächst durchschnittliche

Effekte dargestellt. Der Wirtschaftsframe erzielt einen höchst signifikanten negativen Effekt. Im Vergleich zu anderen Treatments ist er am stärksten. Das Aktivieren wegfallender Arbeitsplätze senkt die durchschnittliche Nachfrage nach Umverteilung im Vergleich zur Kontrollgruppe um .431\*\*\* und bewegt den Mittelwert zu einem Skalenwert von 3.4, was Unentschiedenheit ausdrückt. Die in den Medien durch manche Parteien und Interessengruppen betonten Arbeitsplatzrisiken, die eine Überfrachtung der Wirtschaft mit Steuern und Sozialabgaben erzeugen, hegten Umverteilungswünsche effektiv ein.

**Abbildung 1: Durchschnittliche Treatment-Effekte der Experimente**



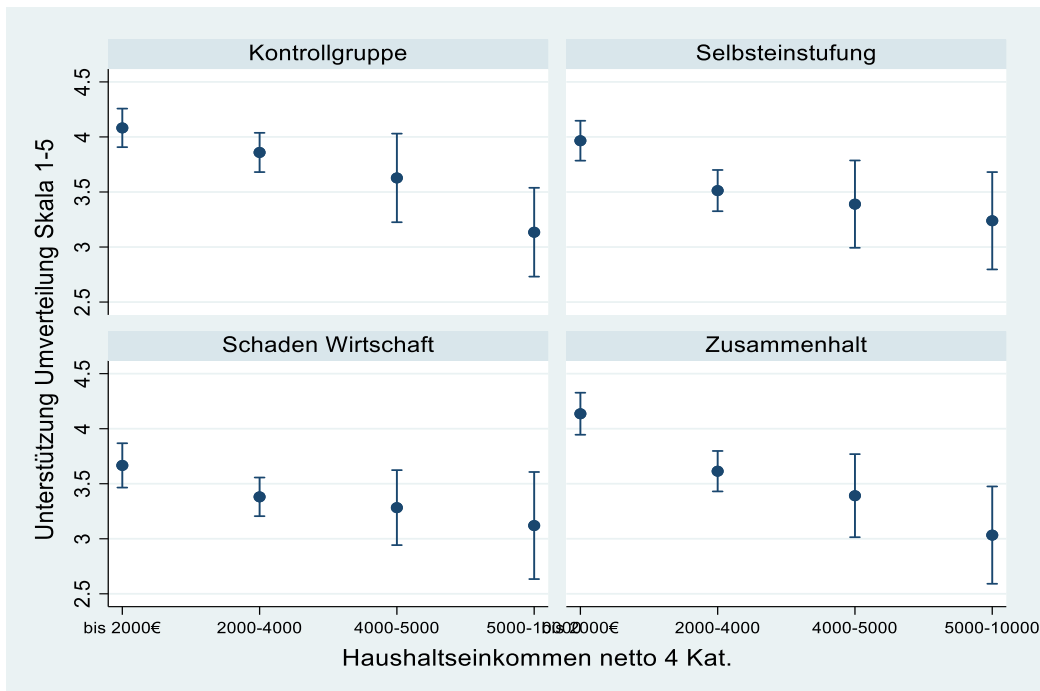
Durchschnitt und Konfidenzintervall. Eigenes Online Survey 2019.

Der Rahmen, der den durch Ungleichheit bedrohten sozialen Zusammenhalt „verfügbar macht“, bleibt insignifikant. Gerade das insignifikante Resultat ist relevant, zeigt es doch, dass Erinnern an Zusammenhalt politische Nachfrage nach Umverteilung keineswegs fördert. Das Narrativ gesellschaftlichen Zusammenhalts erzeugt keine positive Resonanz in den Köpfen der BürgerInnen, zumindest nicht in Zusammenhang mit staatlicher Umverteilung. Die differentielle Analyse wird zeigen, ob dies für bestimmte soziale Gruppen gilt, was momentan die Betrachtung der Durchschnittswerte noch maskiert. Durch das priming-Experiment, das den eigenen Sozialstatus bewusster machen will, sinkt die politische Unterstützung für Umverteilung unter den Wert der Kontrollgruppe. Da wir aber in unterschiedlichen Soziallagen verschiedene Effekte erwarten, geben erst die differentiellen Effekte wirklich Aufschluss.

Die differentielle Treatmentanalyse gibt Einblick in umverteilungspolitische Präferenzen und Reaktionen bestimmter sozio-ökonomischer Gruppen. Generell gilt: Je höher das Einkommen, desto weniger Umverteilung wird unterstützt (siehe Abb. 2). Auf das Priming sollte, so die Hypothese, untere und obere Einkommensgruppen unterschiedlich reagieren. Durch salient gemachte Statuskriterien sollten Befragte beider Gruppen abgehalten werden, sich spontan der Mittelschicht zuzuordnen. Ihre Nachfrage nach redistributiver Politik sollte klarer polarisiert sein.

Das Priming hat jedoch keine signifikanten Effekte; die Werte der einzelnen Einkommensschichten differieren kaum von der Kontrollgruppe. Das Instrument ist offenbar ungeeignet, um den erwarteten Effekt der leichteren Verfügbarkeit des Themas Ungleichheit durch Medienberichte nachzubauen.

**Abbildung 2: Differentielle Treatmenteffekte nach Netto-Haushaltseinkommen**



Mittelwerte mit Konfidenzintervall. Eigenes Online Survey 2019.

Der Frame zum Schaden für Wirtschaft und Arbeitsplätze erzielt in allen Einkommensschichten einen deutlich negativen Effekt. Insbesondere Bezieher von Einkommen unter 2000 Euro werden von drohendem Arbeitsplatzverlust erreicht, während in der wohlhabendsten Gruppe die Werte für Kontroll- und Treatmentgruppe nicht differieren. Gibt es für den Frame, der sozialen Zusammenhalt mobilisiert, um politische Unterstützung für Redistribution zu erzielen, nach Einkommensgruppen differierende Effekte? Eher nicht. Aktivieren von sozialem Zusammenhalt steigert in keiner Einkommensgruppe die Unterstützung; in wohlhabenden Haushalten sinkt sie noch einmal etwas. Aber auch in der untersten Einkommensgruppe vermag der Frame Unterstützung für Umverteilung nicht zu steigern. Die in Abbildung 2 gezeigten Effekten sind nur Trends, da die Interaktionen insignifikant sind.

Ob Korrekturen wirtschaftlicher Ungleichheit erwünscht sind, ist vor allem eine Frage der politischen Ideologie. Nach den in Abbildung 3 gezeigten Resultaten ist die Kontrollgruppe wenig nach ideologischen „Lagern“ polarisiert: Die politische Mitte weist ebenso hohe Umverteilungswünsche auf wie sich Links einstuftende Teilnehmer. Konservative Befragte stützen Umverteilung weniger. Interessant ist aber, dass Treatments besonders die politische Mitte erreichen und hier politische Nachfrage reduzieren. Das gilt nicht für das auch sonst ineffektive Priming-Experiment. Aber beide Framing-Experimenten erweisen die Erreichbarkeit der ideologischen Mitte und der Konservativen. Bei Letzteren kommt besonders an, dass Wirtschaft und Arbeitsplätze beschädigt würden. Aber auch jene, die sich Links einordnen, reagieren auf den Wirtschaftsframe mit sinkender Nachfrage nach Umverteilung. Ebenso ist in der politischen Mitte und rechts



davon gesellschaftlicher Zusammenhalt offenbar kein positives Narrativ. Es erzeugt eher Absetzbewegungen und die Unterstützung für Umverteilung sinkt. Wer sich also nicht bereits im linken Spektrum orientiert, reagiert auf das hier experimentell verfügbar gemachte Narrativ vom sozialen Zusammenhalt eher „allergisch“. Die verankerte eigene politische Ideologie und aktuelle Frames verstärken sich.

## 5 Fazit

Ausgehend von neueren Debatten um perzipierte Ungleichheit und deren Folgen, untersuchte der Beitrag, wie in den Medien präsente Rahmen zu Ungleichheit und redistributiver Politik die Nachfrage nach Umverteilung beeinflussen. Können Medien und die um Benennungsmacht über die „richtige Politik“ gegen Einkommensdiskrepanzen ringenden Eliten (Regierung, Parteien, Interessenverbände der Wirtschaft, Freie Wohlfahrtsverbände, NGO's) verteilungspolitische Präferenzen beeinflussen, indem sie framen?

Die Resultate zeigen starke Effekte des Wirtschaftsframes, der Umverteilungswünsche signifikant sinken lässt. Alle sozio-ökonomischen Gruppen, selbst die aufgrund von Eigeninteresse Umverteilung bejahen sollten, nehmen diese zurück, wenn Nachteile für Arbeitsplätze verfügbar gemacht werden. Hervorzuheben ist zudem, dass ideologisch in der Mitte und weiter rechts platzierte Befragte am deutlichsten auf den Wirtschaftsframes reagieren. Konservative erhalten ideologisch konkordante Bestärkung, die Mitte ist aufgrund ihrer geringen ideologischen Festlegung ansprechbar. Der Rahmen zu *sozialer Kohäsion* bleibt im Durchschnitt insignifikant. Befragte mit geringen Einkommen bleiben zumindest stabil, aber in anderen Einkommensgruppen hat gesellschaftlicher Zusammenhalt im Gegenteil negative Überzeugungskraft. Das gilt ebenso für die Moderation durch politische Ideologien. Nur bei linker Selbsteinstufung hat Zusammenhalt keinen negativen Ausschlag. Das Priming-Experiment funktionierte nicht wie erwartet. Der Effekt häufiger Medienpräsenz des Themas Ungleichheit lässt sich nicht durch eine realistische eigene Selbsteinstufung nachempfinden.

Framing greift teilweise und nicht immer wie erwartet, es stellt also keine Indoktrination dar. Frames sind Angebote, zu denen Befragte auch kritisch auf Distanz gehen. Differentielle Treatmenteffekte geben Einblick in verteilungspolitische Einstellungen verschiedener sozialer Gruppen, ein klarer Vorteil des Framing- vor dem Agenda-setting Ansatz. Weitere Forschung zur Wirkung der Medien auf die Ungleichheitsperzeption und die Wahrnehmung politischer Programme ist wichtig, da Medien ‚Bilder von der Welt‘ (Lippman 1922) liefern. Forschung zu *welfare attitudes* und politischer Kommunikation stärker zu verbinden, ergibt neue Perspektiven.

## Literatur

- Altmann, Steffen, Armin Falk, Uwe Jean Heuser und Jonas Radbruch. 2018. Wer soll zahlen. *Die Zeit* 9/2018.
- Bail, Christopher A., Lisa P. Argyle, Taylor W. Brown, John P. Bumpus, Haohan Chen, M.B. Fallin Hunzaker, Jaemin Lee und Alexander Volfovsky. 2018. Exposure to opposing views on social media increase political polarization. *Proceedings of the National Academy of Science of the United States* 115(37):9216-9221.
- Bartels, Larry M. 2008. *Unequal Democracy. The Political Economy of The New Gilded Age*. Princeton: University Press.
- Brenke, Karl und Alexander S. Kritikos. 2017. Wählerstruktur im Wandel. *DIW Wochenbericht* 29/2017:595–606.
- Brown-Iannuzzi, Jazmin L./ Kristjen B. Lundberg, Aaron C. Kay, B. Keith Payne. 2015. Subjective Status Shapes Political Preferences. *Psychological Science* 26(1):15–26.
- Bublitz, Elisabeth. 2016. Misperceptions of Income Distributions. Hamburg, *HWWI Research paper* 178.
- Carcati, Luca und Fabio Lorenzi-Cioldi. 2012. Does Status Matter? Testing Hypothesis from strong system justification theory. *Revue internationale de psychologie sociale* 25(1):67-95.
- Chong, Dennis und James N. Druckman. 2007. Framing Theory. *Annual Review of Political Science* 10:103–126.
- Condon, Meghan und Amber Wichowsky. 2019. Inequality in the Social Mind: Social Comparison. *The Journal of Politics* 82(1):149–161.
- Converse, Philip E. 2006. The nature of belief systems in mass publics (1964). *Critical Review: A Journal of Politics and Society* 18:1-3, 1-74.
- Czymara, Christian S. und Stephan Dochow. 2018. Mass Media and Concerns about Immigration in Germany in the 21<sup>st</sup> Century. *European Sociological Review* 34(4):381–401.
- Dallinger, Ursula. 2018. Die unzufriedene Mitte und die politischen Folgen: Gerechtigkeitsperzeptionen und Wahlabsicht im Wandel. In Schöneck-Voß, Nadine/ Ritter, Sabine (Hg.): *Die Mitte als Kampfzone. Wertorientierungen und Abgrenzungspraktiken der Mittelschicht*. 85-106. Bielefeld: transcript.
- Dallinger, Ursula. 2019. Wählerpräferenzen – der feste Fels der Politik? Experimente zur politischen Nachfrage nach Umverteilung. *Soziale Welt* 70(1):5–32.
- Diermeier, Matthias, Henry Goecke, Judith Niehues und Tobias Thomas. 2017. Verzerrte Wahrnehmung: Wie Berichte über Ungleichheit verunsichern. *IW-Kurzberichte* 63.2017
- Druckman, James N. 2004. Media Matter: How Newspapers and Television News Cover Campaigns and Influence Voters. *Political Communication* 22:463–481.
- Eder, Anja, Markus Hadler und Markus Schweighart. 2018. „Komfortzone“ Mittelschicht? Eine Analyse der subjektiven sozialen Position der Österreicher/-innen 1993 – 2016. Komplexe Dynamiken globaler und lokaler Entwicklungen. *Verhandlungen des 39. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Göttingen*.
- Engelhardt, Carina und Andreas Wagener. 2018. What do Germans think and know about income inequality? A survey experiment. *Socio-Economic Review* 16(4):743–767.
- Entman, Robert M. 2007. Framing Bias: Media in the Distribution of Power. *Journal of Communication* 57:163–173.
- Erikson, Kimmo und Brent Simpson. 2012. What do Americans know about inequality? It depends on how you ask them. *Judgment and Decision Making*. 7(6):741–745.
- Fatke, Matthias. 2018. Inequality Perceptions, Preferences Conducive to Redistribution, and the Conditioning Role of Social Position. *Societies* 2018, 8(4), 99.
- Festinger, Leon. 1952. A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations* 7(2):117-140.
- Gilens, Martin. 2001. Political Ignorance and Collective Policy Preferences. *The American Political Science Review* 95(2):379-396.

- Gilens, Martin. 1996a. Race and poverty in America: Public misperceptions and the American news media. *Public Opinion Quarterly* 60(4):515–541.
- Gimpelson, Vladimir und Daniel Treisman. 2015. Misperceiving Inequality. *IZA DP* No.9100.
- Goerres, Achim, Rune Karlsen und Staffan Kumlin. 2020. What makes people worry about the welfare state? *British Journal of Political Sciences* 50(4):1519-37.
- Harell, Allison, Stuart Neil Soroka und Iyengar Shanto. 2016. Race, prejudice and attitudes toward redistribution: A comparative experimental approach. *European Journal of Political Research*: DOI: 10.1111/1475-6765.12158
- Hochschild, Jennifer L. 2000. Where you stand depends on what you see: Connections among values, perceptions of fact, and political prescriptions. In *Citizens and Politics*, Hrsg. James Kuklinski, 313–340. New York: Cambridge UP.
- Hüther, Michael und Mattias Diermeyer. 2019. Perception and Reality—Economic Inequality as Driver of Populism? *Analyse & Kritik* 41(2):337–357.
- Jacobs, Lawrence R. und Robert Y. Shapiro. 2000. Politicians Don't Pander: Political Manipulation and the Loss of Democratic Responsiveness. *Contemporary Sociology*: DOI:[10.2307/3089612](https://doi.org/10.2307/3089612)
- Kangas, Olli E., Mikko Niemelä und Sampo Varjonen. 2013. When and why do ideas matter? The influence of framing on opinion formation. *European Political Science Review* 6:77-92.
- Karadja, Mounir, Johanna Möllerström und David Seim. 2014. Richer (and Holier) Than Thou? The Effect of Relative Income Improvements on Demand for Redistribution. *IFN Working Paper* 1042.
- Kelley, Jonathan und M.D.R. Evans. 1993. The Legitimation of Inequality: Occupational Earnings in Nine Nations. *The American Journal of Sociology* 99(1):75–125.
- Kenworthy, Lane und Leslie McCall. 2008. Inequality, public opinion and redistribution. *Socio-Economic Review* 6:35–68.
- Kootstra, Anouk und Femke Roosma. 2018. Changing public support for welfare sanctioning in Britain and the Netherlands: A persuasion experiment. *Social Policy and Administration* 52(4):847–861.
- Kuklinski, James H., Paul J. Quirk, Jennifer Jerit, David Schwieder und Robert Larssen. 2000. Misinformation and the Currency of Democratic Citizenship. *The Journal of Politics* 62(3):790-816.
- Lippmann, Walter. 1964 [1922]. *Die öffentliche Meinung. Wie sie entsteht und manipuliert wird*. München. Rütten und Loening.
- Maurer, Markus. 2010. *Agenda-Setting*. Baden-Baden: Nomos.
- Naumann, Elias. 2017. Do increasing reform pressures change welfare state attitudes? An experimental study on population ageing, pension reform preferences, political knowledge and ideology. *Ageing & Society* 37:266–294.
- Niehues, Judith. 2014. Subjective Perceptions of Inequality and Redistributive Preferences: An International Comparison. *Paper IZA Bonn*.
- Niehues, Judith. 2019. Verteilungsdebatte: Ungleichheit zwischen Wunsch, Wahrnehmung und Wirklichkeit. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* 26.7.2019
- Norton, Michael I. und Dan Ariely. 2011. Building a Better America—One Wealth Quintile at a Time. *Perspectives on Psychological Science* 6(1):9–12.
- Payne, Keith. 2017. *The broken ladder. How inequality affects the way we think, live, and die*. New York. Viking.
- Pontusson, Jonas, Nathalie Giger, Jan Rosset, Davy-Kim Lascombes. 2020. Introducing the Inequality and Politics Survey. *Working-Paper Unequal democracies* Nr. 16. University Geneve.
- Poppitz, Philipp. 2016. Does self-perceptions and Income Inequality match? *Working paper* HBS.
- Rudzio, Kolja. 2012. Armut - Steigt der Anteil der Armen in Deutschland? Viele glauben das, und die SPD will im Wahlkampf damit punkten. Doch stimmt es? *Zeit-online* 19.12.2012
- Sachweh, Patrick und Evelin Sthamer. 2019. Why Do The Affluent Find Inequality Increasingly Unjust? *European Sociological Review* 35(5):651-668.
- Schemer, Christian. 2014. Media Effects on racial attitudes: Evidence from a three-wave panel survey in a political campaign. *International Journal of Public Opinion Research* 26(4):531-542.

- Schlüter, Elmar und Eldad Davidov. 2013. Contextual Sources of Perceived Group Threat: Negative Immigration-Related News Reports, Immigrant Group Size and their Interaction, Spain 1996-2007. *European Sociological Review* 29(2):179-191.
- Schmidt-Catran, Alexander und Christian S. Czymara. 2020. "Did you read about Berlin?" Terrorist attacks, online media reporting and support for refugees in Germany. *Soziale Welt* 71(1-2):201–232.
- Schuck, Andreas R.T. und Claes deVreese. 2006. Between Risk and Opportunity. News Framing and its Effects on Support for EU Enlargement. *European Journal of Communication* 21(1):5–32.
- Thomas, Tobias, Matthias Diermeier, Henry Goecke und Judith Niehues. 2018. Einkommensungleichheit, wahrgenommene Ungleichheit und Einfluss der Medien. *Wirtschaftspolitische Blätter* 1:39-64.
- Thomas, William Isaac. 1928. The Methodology of Behavior Study. In *The Child in America: Behavior Problems and Programs*, Hrsg. Thomas William Isaac und Dorothy Swaine Thomas, 553-576. New York: Alfred A. Knopf.
- Trump, Kris Stella und Ariel White. 2018. Does inequality beget inequality? Experimental tests of system justification motivation. *Journal of Experimental Political Science* 5(3):206-216.
- Wegener, Bernd.1987. The illusion of distributive justice. *European Sociological Review* 3(1):1-13.
- Zaller, John R. 1992. *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge University Press.