

## Juryrapport NSV-Artikelprijs 2018

Uitgesproken op 14 juni 2018 door dr. Arie Glebbeek, voorzitter van de jury.



De jury voor de NSV-artikelprijs 2018  
heeft besloten de prijs toe te kennen aan

**Kjell Noordzij, Koen van Eijck en Pauwke Berkers**

voor hun artikel

**‘Ik ben niet zo rijk, misschien wel gelukkiger’  
Interpretatiewijzen van portrettingen van sociale klassen in realitytelevisie**

dat in 2016 is gepubliceerd in *Sociologie*, 12(3), 249-274.

### ACHTERGROND VAN DE PRIJS

Deze tweejaarlijks uit te reiken prijs is ingesteld door de Nederlandse Sociologische Vereniging. Hij is bestemd voor het beste artikel dat is gepubliceerd in de jaargangen 2016 en 2017 in één van de vier Nederlandstalige wetenschappelijke sociologietijdschriften:

- Beleid en Maatschappij
- Mens en Maatschappij
- Sociologie
- Tijdschrift voor Arbeidsvraagstukken

### INZENDINGEN EN NOMINATIES

De redactie van ieder tijdschrift draagt één artikel uit het eigen tijdschrift voor om mee te dingen naar de prijs. Ook levert elke redactie één afgevaardigde voor de jury, die wordt aangevuld met een onafhankelijke voorzitter en een secretaris vanuit het NSV-bestuur. De juryleden mogen niet stemmen over de inzending van het eigen tijdschrift. De overige drie genomineerde artikelen waren:

- Ermy Brok (2016), De responsabilisering van burgers van verzorgingsstaat tot participatiesamenleving. *Beleid & Maatschappij*, 43(4), 5-27.
- Thijs Bol en Jesper Rözer (2017), Vakmanschap op de arbeidsmarkt. Een analyse van de arbeidsmarktuitskomsten van afgestudeerden uit het middelbaar beroepsonderwijs. *Mens & Maatschappij*, 92(3), 233-257.

- Wieteke Conen en Joop Schippers (2017), De invloed van startmotieven op de financiële situatie en arbeidstevredenheid van zzp'ers. *Tijdschrift voor Arbeidsvraagstukken*, 33(3), 250-268.

## OVERWEGINGEN BIJ HET WINNENDE ARTIKEL

Ergens in een veel te dik boek, in een hoofdstuk over 'sociology for economists', staat als het sociologische perspectief vermeld: "If we want to understand human behaviour, we should try to comprehend how different people understand their reality differently."<sup>1</sup> Deze opdracht is inderdaad een waardevolle eye-opener voor een wetenschap (de economie) die in hoge mate op de uniformiteit van gedrag is gebaseerd: mensen begrijpen prijssignalen op dezelfde wijze, reageren gelijk op identieke prikkels.

Maar ook voor sociologen kan dit adagium een waardevolle herinnering oproepen. Ook in ons vakgebied is de assumptie dat mensen dezelfde dingen op dezelfde wijze waarnemen en beleven er dikwijls te gemakkelijk ingeslopen. Een dergelijke aanname leidt (zowel in ons vak als in de samenleving) tot verwarring als we met verschijnselen worden geconfronteerd die buiten de gangbare interpretatiekaders vallen. Vooral de opmars van populistische partijen en sentimenten heeft tot ontredde en onbegrip geleid. Hoe kan het dat mensen op een partij stemmen die tegen hun eigen belangen ingaat? Waarom denken mensen A terwijl 'de feiten' B uitwijzen? Als we later terugkijken op de huidige tijd, zullen we wellicht zeggen dat die werd gekenmerkt door een *crisis in het onderlinge begrijpen*. Maar gaandeweg trekken sociale wetenschappers erop uit om dit onbegrip te doorbreken en de interpretatiekaders te ontdekken die mensen in verschillende lagen van de samenleving hanteren. Het pronkstuk van deze zoektocht is natuurlijk de reis die Arlie Hochschild vanuit het liberale Californië heeft ondernomen naar de *deep red states*, waar zij over de *empathy wall* probeerde te klimmen teneinde haar conservatieve landgenoten (opnieuw) te leren begrijpen.<sup>2</sup> Het besef dat mensen uiteenlopende betekenissen hechten aan ogenschijnlijk identieke beelden en gebeurtenissen is een belangrijke voorwaarde voor een begripvol samenleven. De sociologie, in het bijzonder de cultuursociologie, kan aan dat wederzijds begrijpen een belangrijke bijdrage leveren.

Een klein onderzoek – niet meer dan twaalf respondenten – past in dit grotere plaatje. Kjell Noordzij, Koen van Eijck en Pauwke Berkers ontwierpen een experiment om na te gaan of mensen uit bepaalde sociale klassen dezelfde (of juist andere) dingen waarnemen in realitytelevisie dan mensen uit andere sociale klassen. Een even simpel als origineel ontwerp vormde de basis van het onderzoek. Vier korte televisiefragmenten, die vier verschillende sociale klassen typeerden, werden als vignetten voorgelegd aan respondenten uit drie uiteenlopende sociale klassen (vier per klasse, dus samen twaalf proefpersonen). Middels semi-structureerde interviews werd hun gevraagd op de getoonde fragmenten te reflecteren. Ze konden zich bijvoorbeeld met de in beeld gebrachte personen vereenzelvigen of zich er juist van afkeren. De precieze onderzoeksvraag luidde: *Welke klassenverschillen vinden we in de wijze waarop mensen reality-tv-programma's over leden van uiteenlopende klassen*

---

<sup>1</sup> Piet Keizer, *Multidisciplinary Economics*. Oxford University Press, 2015, blz.337.

<sup>2</sup> Arlie Russell Hochschild, *Strangers in their own land*. New York: The New Press, 2016.

*interpreteren en in hoeverre kunnen die verschillen worden geduid aan de hand van verschillen in identiteit, distantiëring, stereotypering en openheid?* De resultaten wijzen uit dat er systematische verschillen in waarneming en beoordeling ontstaan, die herleid kunnen worden naar classespecifieke interpretatiekaders.

De jury is zich welbewust van de beperkingen die kleven aan het onderzoek. Twaalf respondenten zijn wel erg weinig om de kruiselingse interpretaties vast te stellen van drie maal vier sociale klassen. Ook het feit dat elke klasse door slechts één fragment (van één minuut) werd gerepresenteerd biedt weinig robuustheid. Ten slotte lijken de interpretatiecategorieën sterker te zijn gevormd dan bij een exploratief onderzoek wenselijk is. Maar de jury zette deze bezwaren opzij uit waardering voor de vernieuwende opzet en het belang van deze wijze van sociologiebeoefening. Drie opmerkingen van drie verschillende juryleden illustreren deze waardering:

- Door mensen van verschillende klassen naar mensen van andere klassen te laten kijken en daarover vragen te stellen is een techniek die aanmerkelijk meer inzicht oplevert dan wanneer alleen naar de inhoud zou zijn gevraagd, of wanneer respondenten alleen gevraagd zou zijn welke programma's zij bekijken.
- De citaten zijn heel mooi om te lezen en illustreren heel goed de vijf 'mechanismen' die kunnen optreden als mensen bepaalde reality-programma kijken en zich daar bewust of onbewust een oordeel over vormen.
- De auteurs documenteren subjectieve verschillen in appreciatie van het cultuuroed 'reality TV'. De subjectieve verschillen worden gerelateerd aan objectieve (klasse-)verschillen. Dit is een bij uitstek sociologische exercitie. Weliswaar kijken verschillende klassen naar dezelfde programma's, maar de wijze waarop zij kijken, verschilt – en verschilt wellicht systematisch.

Bijzonder ten slotte is de verdieping die dit onderzoek aanbrengt in het concept van de reality-televisie zelf. Deze televisievorm pretendeert 'realistisch' te zijn en de kijker een direct inzicht te bieden in het leven van andere mensen c.q. andere sociale klassen. Op het eerste gezicht zou je denken dat dit landgenoten helpt elkaar te leren kennen en begrijpen. Maar de onderzoekers tonen aan dat dit niet zo direct verloopt en dat verschillende interpretatiekaders ertoe leiden dat verschillende kijkers verschillende 'realiteiten' zien. Dat maakt het samenleven er waarschijnlijk niet gemakkelijker op, maar onderstreept wel het belang van de cultuursociologie om ons te helpen wegwijs te worden in de wirwar van sociaalculturele codes en symbolen.

### **De jury:**

Dr. Arie Glebbeek (voorzitter)  
Prof. dr. Ronald Batenburg  
Dr. David Hollanders  
Prof. dr. Ferry Koster  
Drs. Joram Pach