

Een strijd om beelden: arm en rijk op tv

Gwen van Eijk

In 2009 interviewde ik mensen over hun percepties van klassenverschillen (Van Eijk 2011). Jannie, een vrouw die jarenlang in een stomerij had gewerkt en ten tijde van het interview leefde van een uitkering, verwees naar de tv-serie *Gooische Vrouwen* om uit te leggen wat ze bedoelde met 'kouwe kak' – een eigenschap die ze vooral zag bij rijke mensen. Ondernemer Cees wond zich op over sterren zoals Wibi Soerjadi en profvoetballers die rijk worden omdat ze een 'kunstje' kunnen maar verder 'niets bijdragen aan de samenleving'. Bij gebrek aan heel rijke mensen in hun persoonlijke netwerk verwezen respondenten Jannie en Cees naar mensen die ze 'kennen' van tv en uit de media. Ik kan hier slechts anekdotisch bewijs leveren, maar ik vermoed dat tv en andere media (online equivalenten van *Privé* en *Story*, niet te vergeten) een niet onbelangrijke rol spelen in hoe mensen zich een beeld vormen van 'hoe de andere helft leeft' en daarmee van sociaaleconomische ongelijkheid in Nederland. Tv is dan ook niet enkel als onderscheidend consumptiemiddel een sociologische analyse waard, maar ook als medium dat een rol speelt in hoe mensen de wereld om zich heen begrijpen.

Diverse tv-programma's hebben bovendien expliciet als doel de kijker iets te vertellen over sociaaleconomische groepen. Jort Kelder gaat al jaren op bezoek bij de financiële elite om uit te zoeken *hoe het heurt*. De EO maakte recent de vierdelige serie *Arm in Nederland? Eigen schuld!* en RTL 4 zond in de herfst van 2014 het eerste seizoen van de serie *Rondkomen in de Schilderswijk* uit (hierna: *Rondkomen*). Programmamaker Peter van de Vorst wilde met *Rondkomen* een 'menselijk portret van een van de armste buurten in Nederland' maken en liet zich hiervoor inspireren door de Britse serie *Benefits Street* (AD 2014a). Het is relevant de inspiratiebron te melden, omdat over *Benefits Street* (Channel 4), dat gaat over een aantal bewoners van een arme straat in Birmingham, nogal wat ophef ontstond. Kijkers uitten via de sociale media hun afschuw over de deelnemers; sommigen deden zelfs aangifte van delicten die in beeld waren gebracht of bedreigden deelnemers met de dood. Andere kijkers uitten juist hun afschuw over de sensationele beeldvorming en noemden het *poverty porn*: uitbuiting van de levens van arme mensen ten dienste van entertainment. In de voortdurende Britse discussie over *poverty porn* wordt kritiek geuit, ook door sociologen, op de manier waarop armoede op tv in beeld wordt gebracht. Programma's zouden een vertekend beeld laten zien van armoede door in te zoomen op werkloosheid, uitkeringsafhankelijkheid, verslavingsproblematiek en criminaliteit, waarmee armoede een individueel probleem wordt in plaats van een gevolg van structurele sociaaleconomische ongelijkheid (zie bijvoorbeeld MacDonald et al. 2014; Wagner 2014).

Geïnspireerd door mijn eigen respondenten en door de Britse discussie over *poverty porn* vraag ik me af: wat vertellen Nederlandse tv-programma's ons over mensen die in armoede of rijkdom leven, en meer algemeen over sociaaleconomische ongelijkheid? Dit essay is een eerste verkenning van die vraag aan de hand

van een aantal Nederlandse tv-programma's waarin armoede of rijkdom expliciet aan bod is gekomen. De programma's die ik hier bespreek, kunnen worden ingedeeld in het genre 'reality-tv' waarin 'gewone' mensen centraal staan. Het is niet ondenkbaar dat kijkers (denken) iets (te) leren over 'echte' armoede en rijkdom van films, soaps en tv-series met acteurs. Echter, het 'reality effect' – de neiging te denken dat tv de realiteit laat zien (Bourdieu 1999) – is vermoedelijk sterker aanwezig bij programma's over 'echte' mensen. Bovendien beriepen zowel Channel 4 als Peter van de Vorst in antwoord op kritiek zich op hun keuze voor dit genre: ze laten slechts zien hoe het is. Niets is in scene gezet – sommige uitkeringsontvangers ontplooiën nu eenmaal criminele activiteiten, bijvoorbeeld. Die claim is natuurlijk problematisch. Door te selecteren en te framen is het eerder zo dat tv een realiteit *creëert* (ibid.). Dat is bij reality-tv niet anders.

Een *disclaimer* is hier wellicht op zijn plaats. De gemiddelde Nederlander kijkt meer dan drie uur per dag tv (internetten en online video's kijken nemen in populariteit toe, maar tv is nog altijd dominant in het mediagebruik; SCP 2015). Ik heb geen tv en kijk ook online weinig tv-programma's. Dit essay is dan ook niet gebaseerd op een systematische analyse van het Nederlandse tv-aanbod. De opkomst van reality-tv was zelfs een van de redenen om mijn tv de deur uit te doen. Misschien juist omdat het tegenwoordige tv-aanbod zo veel 'realiteit' laat zien – in meer of mindere mate *scripted* of gemanipuleerd – wordt de socioloog in mij steeds uitgenodigd de beelden en verhalen te analyseren (en dus is tv-kijken vaak een weinig ontspannende bezigheid). Tegelijk voedt mijn afkeer van tv juist ook mijn fascinatie voor de sociale constructie van ongelijkheid op tv; dit essay is daarvan het resultaat.

Van Schilderswijk tot Wassenaar

Als we geen arme of rijke mensen in ons eigen netwerk hebben, wat zou tv ons dan kunnen vertellen over de armste en rijkste mensen in Nederland? Het programma *Rondkomen* brengt bewoners van 'de armste wijk van Nederland' in beeld. Nu zijn niet alle Schilderswijkers arm. Een eerste kritiekpunt zou dan ook kunnen zijn dat de mensen die we in de docu-serie zien niet behoren tot het 'precariaat'. Het precariaat – vijftien procent van de Nederlanders; de term komt uit het SCP-rapport *Vershil in Nederland* (2015: 10) – beschrijft een groep 'die over de hele linie achterblijft'. De hoofdrol in *Rondkomen* is weggelegd voor Mies en Dirk, die het buurthuis runnen. Wat hun inkomen en vermogen is, weten we als kijker niet, maar we zien een echtpaar dat actief is, veel sociale contacten heeft en verbonden is met publieke instellingen. Ook zien we in *Rondkomen* geen mensen die dakloos zijn of alleenstaande moeders van allochtone afkomst (zie Saharso, dit nummer). De vraag is natuurlijk hoe armoede gedefinieerd moet worden (zie ook Arts, dit nummer). Door in een programma over armoede de allerarmsten buiten beeld te houden, kan het programma ertoe bijdragen dat de kijker het armoedeprobleem onderschat: zie je wel, armoede in Nederland bestaat niet.

Voor kennis over de rijkste Nederlanders kan de kijker bijvoorbeeld terecht bij het programma *Hoe heurt het eigenlijk?* (AVROTROS; hierna: *Hoe heurt*), gepresen-

teerd door oud-Quote-redacteur Jort Kelder. Volgens de website onderzoekt *Hoe heurt* 'alledaagse etikettekwesaties' zoals hoe ons te gedragen in het verkeer of te kleden op feestjes, met daarbij de bijna-gelijksnamige 'bijbel' uit 1938 van Amy Groskamp-ten Have in de hand. Vanwege de focus op het leven van de financiële elite – niet-rijke mensen weten blijkbaar sowieso niet hoe het *heurt* – en het onderscheid tussen 'oud geld' (de adel) en 'nieuw geld' (topondernemers, mediasternen en andere BN'ers) zal een socioloog zich afvragen of de programmamakers ook Elias' *Het civilisatieproces* en Bourdieus *Distinction* in de hand hebben. De kijker moet, om zich een beeld te vormen van de bankrekeningen van de elite, afgaan op wat er in beeld komt: landgoederen, kasten van huizen, jachten, sieraden, autoverzamelingen en andere dure hobby's. Het daadwerkelijke vermogen kan echter een veelvoud van de waarde van alle bezittingen zijn (zie Wilterdink, dit nummer). Het is daarnaast niet onwaarschijnlijk dat juist Neerlands één procent zichzelf buiten beeld weet te houden. Ook hoe rijk de allerrijksten zijn, kan door de kijker dus worden onderschat.

Een belangrijk punt van kritiek in discussies over *poverty porn* is dat programma's over armoede te veel inzoomen op het individu en te weinig aandacht hebben voor ongelijkheid als maatschappelijk probleem en de structurele oorzaken van armoede. Daarnaast zouden ze een stereotyperend en stigmatiserend beeld presenteren van mensen die leven in armoede. Beverly Skeggs (2014) noemt programma's zoals *Benefits Street* dan ook het hedendaagse equivalent van brandmerken: ze (re)produceren het beeld dat arme en werkloze mensen geen normen en waarden hebben en via uitkeringen het vermogen van de staat uitputten.

Rondkomen is gelukkig een sympathieker programma geworden dan *Benefits Street* (en ook in vergelijking met de nogal tendentieuze serie *Probleemwijken* die SBS 6 in 2005 maakte). Van der Vorst kondigde aan dat we 'niet alleen maar ellende zien' (AD 2014a) en dat is waar: we zien bezorgde burens, intelligente en beleefde ('allochtone') jongeren, mensen die zich belangeloos inzetten voor hun buurt en die openstaan voor andere culturen. Maar ook in *Rondkomen* wordt armoede geconstrueerd als een individueel probleem, zo schreef ik in een commentaar op het eerste seizoen (Van Eijk 2014). Nergens worden we geprikkeld ons te verdiepen in de oorzaken ervan of het verband te zien met toenemende ongelijkheid. De boodschap dat sommige Nederlanders zonder voedsel- en kledingbank, bingo en vrijwilligers niet rond kunnen komen, zou de kijker gemakkelijk ontgaan omdat onze aandacht wordt getrokken naar 'grappige' momenten: bewoners vallen, gebruiken de verkeerde woorden, schelden en schreeuwen. Waarom moeten we tot in detail weten over de alcoholverslaving en relatieproblemen van Hennie? En waar na seizoen 1 nog geconcludeerd kon worden dat 'het gewoon gezellig [blijkt] te zijn bij Mies en Marian in de Schilderswijk' (AD 2014b), draait het in seizoen 2 vooral om conflicten in de buurt. Wat vertelt *Rondkomen* ons nu eigenlijk over armoede?

In *Hoe heurt* wordt welvaart net zo goed geïndividualiseerd. Welvaart is vooral een leefstijl. Alleen een doorgewinterde socioloog ziet het verband tussen banale vragen over de juiste tafelmanieren en of je nu 'wc' zegt of 'toilet' en het belang van cultureel kapitaal voor intergenerationele overdracht van economisch kapitaal. Het debutantenbal wordt wel enigszins afgeschilderd als een lachwekkende reli-

kwie uit het verleden, maar de rol van gesloten netwerken in de reproductie van ongelijkheid is minder lachwekkend. We kijken mee op feesten en borrels, zonder ons af te vragen of het te rechtvaardigen is dat de adel is oververtegenwoordigd in hoge functies in het openbaar bestuur en bedrijfsleven (Dronkers 2000). Terwijl we ons vergapen aan de huizen, jachten, auto's, sieraden en galafeesten (of, als we zelf van adel zijn, neerkijken op al dat materialistisch vertoon) maken we ons niet boos om het feit dat topbestuurders van de Nederlandse beursgenoteerde bedrijven gemiddeld een inkomen ontvangen dat 51 keer hoger is dan dat van de gemiddelde werknemer in dat bedrijf (Volkskrant 2014). De kijker wordt wel uitgenodigd de leefstijl van de rijken te ridiculiseren, maar met kritische vragen over waarom zij eigenlijk zo rijk zijn heeft dat niets te maken.

Zelfs een programma dat expliciet de economische crisis als bestaansrecht noemt, geeft de kijker de boodschap mee dat ieders sociaaleconomische lot in eigen hand ligt. In het programma *Een dubbeltje op zijn kant* (RTL 4; hierna: *Dubbeltje*) worden huishoudens met een financiële schuld geholpen. Het programma wordt gesponsord door het initiatief Sloopdecrisis.nl, een platform, zo lezen we op de website, dat 'het negatieve sentiment [als gevolg van de financiële crisis] een beetje [probeert] weg te nemen door consumenten te laten besparen op vaste lasten'. De deelnemers zijn niet per se arm of afhankelijk van een uitkering; ze lijken eerder te behoren tot de door het SCP benoemde segmenten 'onzekere werkenden' en de 'werkende middengroep' met vaak laagbetaalde banen en lage of middelbare opleidingen (SCP 2014). Deelnemers krijgen advies van Annemarie van Gaal, die het volgens haar website 'schopte van alleenstaande moeder tot een succesvolle zakenvrouw' (want dat zijn blijkbaar de uitersten op de maatschappelijke ladder?). Morele steun komt van presentator en acteur John Williams. Uitgaven moeten omlaag en het inkomen omhoog, en deelnemers worden geholpen met het vinden van een (andere) baan. In elke aflevering krijgt de deelnemer de baan waarop de kijker hem of haar heeft zien solliciteren.

De deelnemers in *Dubbeltje* worden dus daadwerkelijk geholpen, mits ze een sterk staaltje 'positieve psychologie' dulden. In veel afleveringen worden deelnemers op boze toon toegesproken: 'jullie moeten nu echt je best doen' of 'met die instelling kom je er echt niet', horen we Van Gaal zeggen. Ze heeft weinig geduld voor deelnemers die een baan hebben die te weinig inkomen genereert, of dat nu aan het uurloon of de gemaakte uren ligt. Maar op wie moeten we nu echt boos worden? Waarom is de werkloosheid hoog? Waarom zijn er te weinig vacatures? Wiens idee was het om vaste contracten te vervangen door nulurencontracten, waardoor mensen een onzeker inkomen hebben? Hoewel er voor deelnemers altijd een baan te vinden is, kan deze strategie niet worden toegepast op alle werkloze Nederlanders: eind 2015 waren er voor elke vacature vier werklozen beschikbaar (CBS 2016). Toch wordt gesuggereerd dat als je maar je best doet, je die baan wel vindt. Door de inzet van positieve psychologie worden structurele problemen wederom verhuld. De vermanende woorden van Van Gaal moedigen de kijker aan de deelnemer, en niet de arbeidsmarkt of werkgevers, te veroordelen voor diens situatie. Werkloosheid en een laag inkomen zijn kwesties van gebrek aan inzet en verkeerde keuzes, zo leren we.

Tegengestelde perspectieven

Ik begon dit essay met de vraag wat tv ons vertelt over mensen die in armoede of rijkdom leven, en meer algemeen over sociaaleconomische ongelijkheid. Het is niet moeilijk de klachten van Britse critici omtrent *poverty porn* ook te uiten voor Nederlandse tv-programma's: sociaaleconomische status wordt sterk geïndividualiseerd door de focus op individuele problemen en leefstijl enerzijds, en het gebrek aan aandacht voor structurele oorzaken van (toenemende) ongelijkheid anderzijds. De oplossing ligt dan voor de hand: programmamakers moeten meer aandacht hebben voor de maatschappelijke context waarin mensen leven. Het gevaar is dan natuurlijk dat geen hond meer kijkt – behalve de sociologen dan misschien. Bovendien, 'de verhalen van de armen moeten verteld worden, nietwaar? Of willen we liever dat ze helemaal van ons scherm geveegd worden?', vraagt Rachel Cooke (2015). Cooke vindt de ophef over *poverty porn* nogal hypocriet. Om haar punt te benadrukken trekt ze een parallel met het boek *Nickel and Dimed: On (Not) Getting By in America* van auteur en politiek activiste Barbara Ehrenreich (2001). Ehrenreich wilde weten of en hoe het mogelijk is om te leven van de laagstbetaalde banen en gaat undercover als schoonmaker van villa's, verkoper in een Walmart en bediende in fastfoodrestaurants. Ze laat vooral zien waarom het eigenlijk niet mogelijk is te leven van een uurloon van zes à zeven dollar. Maar hoewel Ehrenreich zich onder valse voorwendselen onder haar collega's begaf, was er niemand die vond dat haar 'stunt' ongeoorloofd was, of die zei dat haar lezers zich schuldig maakten aan 'voyeurisme'. Integendeel: het boek werd en wordt alom geprezen, ook door sociologen. Ehrenreichs boek bewijst dat interesse in de levens van de armen niet altijd besmet hoeft te zijn met minachting, aldus Cooke. Dat is waar, maar wat Ehrenreichs boek nu juist anders maakt dan veel tv-shows over armoede, is dat zij individuele ervaringen aangrijpt om uit te leggen wat er structureel mis is met de Amerikaanse arbeids- en woningmarkt. Het zijn die structurele factoren die maken dat mensen keuzes maken die op het eerste gezicht onverstandig lijken, zoals het eten van fastfood en het wonen in een dure motelkamer. Ze plaatst de individuele levens in een bredere context. De verhalen van mensen die leven in armoede moeten verteld worden, maar de manier waarop maakt het verschil tussen het informeren van de kijker over hoe 'de andere helft' leeft en het neerzetten van een karikaturaal of zelfs stigmatiserend beeld van 'de ander'.

Maar misschien moeten we tv-programma's niet beoordelen op grond van het verhaal dat ze willen of moeten vertellen, maar op grond van de *hoeveelheid* verhalen die verteld *kunnen* worden. John Fiske (1989) bekritiseert de neiging van veel (linkse) cultuurcritici om het publiek te willen voorschrijven hoe het naar de wereld moet kijken. Hij ziet populaire cultuur als waardevol omdat het kleine, alledaagse daden van verzet tegen de dominante ideologie mogelijk maakt. Wanneer populaire cultuurvormen te radicaal zijn of de aansluiting missen bij het dagelijkse leven van een publiek, zullen ze weinig effectief zijn in het informeren van een publiek over andere perspectieven. Belangrijk is dus dat tv-makers hun publiek de mogelijkheid geven zelf een realiteit te creëren. Volgen Fiske kan dat wanneer het aangeboden verhaal makkelijk te begrijpen is, maar ook open is voor

interpretatie, met veel losse eindjes en gaten die het publiek op basis van eigen ervaringen kan invullen – hij noemt dat een ‘producerly’ tekst. Tv kan dan zelfs bijdragen aan sociale verandering: als het tegengestelde en controversiële representaties van realiteiten aanbiedt die de kijker uitnodigen om daaraan zelf betekenis te geven.

De serie *Arm in Nederland? Eigen schuld!* (EO), uitgezonden in januari van dit jaar, kan mogelijk als geslaagd voorbeeld dienen. Vijf mensen met ‘uitgesproken overtuigingen’ maken kennis met armoede in Nederland. Ze ontmoeten mensen die in armoede leven (thuis, op straat, bij de voedselbank en een executieveiling) en leven zelf een week met weinig middelen. In de laatste aflevering worden ze hun huis uitgezet en moeten ze het op straat zien te redden. Hoopvol begin ik aan de serie, ondertussen scrollend door de tweets (#ArmoedeNL): zou dit het tv-equivalent van Ehrenreichs ervaringsexperiment worden? Dat werd het niet. De serie geeft weinig inzicht in de structurele factoren die armoede en ongelijkheid in stand houden. In de eerste aflevering gaat het bovendien een beetje mis, wanneer een man en vrouw die al jaren in armoede leven door de deelnemers aan de tand worden gevoeld over hun inkomsten (uitkering, kinderbijslag) en uitgaven (het enige wat we daarover horen is veertien euro aan alcoholische dranken). Het stel schrijft later op hun Facebookpagina dat ze openbare excuses eisen van de EO, omdat zij onterecht zijn neergezet als ‘een stelletje luie donders die nog nooit van hun leven gewerkt hebben en zuipen’ (Vellekoop 2016). Hoewel ze naar eigen zeggen over de oorzaken van hun armoede hebben verteld, zou de EO ‘alles wat goed was’ eruit hebben geknipt (ibid.). Een kritiekpunt zou ook kunnen zijn dat het spelelement – welke deelnemer doorstaat het armoede-experiment het langst? – nogal smaakloos is: in realiteit hebben thuisloze mensen niet de keuze om af te haken en naar huis te gaan. Het wedstrijdelement leidt bovendien af: sommige twitterende kijkers zagen er een strijd der seksen in.

Anderzijds: misschien keken er zoveel mensen omdat het zelden prekerig werd. Het programma gaat vooral over de vraag of deelnemers vinden dat armoede bestaat in Nederland, hoe erg armoede in Nederland is, en of het mensen is aan te rekenen of niet. We zien hoe de vijf deelnemers daarover denken en hoe ze met elkaar in discussie gaan. Want ze zijn het hartgrondig met elkaar oneens. Dat maakt dat ik toch positief gestemd ben over dit programma. We zien veel conflicterende perspectieven en controversiële meningen – zoals Fiske voorschrijft voor een *producerly* tekst. Neem bijvoorbeeld de reacties van de deelnemers op het verhaal van bovengenoemde man en vrouw. Twee deelnemers trekken de conclusie dat de armoede van dit stel hun eigen schuld is, maar een derde deelnemer verzet zich daartegen en vraagt zich af wie eigenlijk bepaalt hoe we ons geld verdienen en uitgeven. Is het terecht dat woningen worden geveild wanneer mensen hun hypotheek niet meer kunnen betalen, of niet? Moeten we begrip opbrengen voor iemand die zijn of haar financiën niet op orde heeft en daardoor op straat belandt? Op tal van vlakken zien we de deelnemers met elkaar in discussie gaan, zoals ook de kijker thuis en kijkers met elkaar zouden kunnen doen, en via sociale media daadwerkelijk deden. En toegegeven: ook *Rondkomen* heeft zulke momenten, bijvoorbeeld wanneer Hennie gratis kleding mag uitzoeken bij de kleding-

bank maar er niets moois bij vindt – mag je nog iets te kiezen hebben als je leeft van de steun van anderen?

Strijden om beelden

Volgens Bourdieu (1999) heeft tv een bepalende rol in de politieke strijd om mensen de wereld op een bepaalde manier te laten zien. Beeldvorming over sociale groepen speelt een rol in de legitimering van ongelijkheid en is dus van belang voor discussies over de inrichting van de verzorgingsstaat (zie Arts dit nummer; Lepianka 2009). Het is dan ook niet alleen belangrijk om te laten zien welke beelden er in onze samenleving bestaan, maar ook welke strijd over deze beelden wordt gevoerd – en welke rol tv-programma's en andere media daarin hebben.

Tv is bij uitstek een *producerly* medium, aldus Fiske (1989): tv-makers kunnen frames, maar ze kunnen niet een bepaalde betekenis *opleggen* aan het publiek. Mediaconsumenten – en deelnemers – zijn bovendien geen 'culturele sukkels' die zonder na te denken meegaan in stereotyperende frames en een onderdrukkende ideologie (ibid.). Hoewel het niet moeilijk is de dominante (neoliberale) ideologie in reality-tv-programma's te ontdekken, moeten we ook aandacht hebben voor weerstand tegen deze 'technologies of governance' (Skeggs en Wood 2012). Want hoewel mediacultuur overheersend de kapitalistische waarden ondersteunt, is het ook 'een plek van intense strijd tussen verschillende rassen, klassen, genders en sociale groepen' (Kellner 2015: 12). In het tijdperk van nieuwe en sociale media is het bovendien mogelijk voor consumenten om hun eigen media te produceren, en dat biedt mogelijkheden voor oppositionele stemmen en weerstand tegen dominante waarden (ibid.). We moeten dus in de analyse meenemen hoe het publiek de beelden en verhalen interpreteert en mee betekenis geeft, zowel thuis op de bank als via Twitter en Facebook. Andere mediaproducten pikken bovendien die reacties weer op. Zo deed het *Algemeen Dagblad* (AD 2015) verslag van bewoners die geen derde seizoen willen van *Rondkomen* (zoals ook de Britse media veelvuldig verslag deden van verzet tegen een nieuw seizoen van *Benefits Street* en andere programma's).

Tv kan ons niet 'de realiteit' laten zien of een 'waarheidsgetrouw' beeld presenteren van sociale groepen. Tv-programma's kunnen ons wel aansporen om na te denken over onze eigen beelden van onszelf en anderen, en ons ertoe aanzetten om met elkaar te discussiëren, strijden, over die beelden. Misschien moeten we van programmamakers dan ook niet eisen dat ze een waarheidsgetrouw beeld van sociale groepen presenteren, of een accuraat beeld van ongelijkheid. We kunnen wel vragen of verlangen dat ze de kijker achterlaten met – in de woorden van een deelnemer in *Arm in Nederland* – 'mixed feelings'. In een maatschappij waarin zoveel mensen 'uitgesproken overtuigingen' hebben, is dat misschien al heel wat.

Literatuur

AD (2014a) Docu-serie over armoede in Schilderswijk. *Algemeen Dagblad*, 20 oktober.

- AD (2014b) Het blijkt gewoon gezellig bij Mies en Marian in de Schilderswijk. *Algemeen Dagblad*, 22 november.
- AD (2015) Scherpe kritiek op RTL-serie over de Schilderswijk. *Algemeen Dagblad*, 31 oktober.
- Bourdieu, P. (1999) *On Television*. New York: The New Press.
- CBS (2016) Aantal vacatures neemt toe. Op 11 februari ontleend aan www.cbs.nl/nl-nl/menu/themas/arbeid-sociale-zekerheid/publicaties/arbeidsmarkt-vogelvlucht/kortetermijn-ontw/2006-arbeidsmarkt-vv-vacatures-art.htm.
- Cooke, R. (2015) It's a bit rich moaning about poverty porn. *The Guardian*, 30 mei.
- Dronkers, J. (2000) De maatschappelijke relevantie van hedendaagse Nederlandse adel. *Amsterdams Sociologisch Tijdschrift*, 27(3): 233-268.
- Ehrenreich, B. (2001) *Nickel and Dimed. On (Not) Getting By in America*. New York: Henry Holt.
- Eijk, G. van (2011) Klassenverschillen in Nederland: percepties, ontkenning en moraliteit. *Sociologie*, 7(3): 247-258.
- Eijk, G. van (2014) Krijgen we door 'Rondkomen in de Schilderswijk' meer inzicht in armoede? *Sargasso*, 12 december: sargasso.nl/krijgen-door-rondkomen-de-schilderswijk-meer-inzicht-armoede.
- Fiske, J. (1989) *Understanding popular culture*. London: Routledge.
- Guardian, the (2014) Channel 4 to stick with Benefits Street and Skint despite backlash. *The Guardian*, 26 oktober.
- Kellner, D. (2015) Cultural Studies, Multiculturalism, and Media Culture. In: G. Dines en Jean M. Humez (red.) *Gender, Race, and Class in Media: A Critical Reader*, London: Sage, 7-18.
- Lepianka, D. (2009) Popular explanations of poverty: a critical discussion of empirical research. *Journal of Social Policy*, 38(3): 421-438.
- MacDonald, R., T. Shildrick en A. Furlong (2014) 'Benefits Street' and the myth of workless communities. *Sociological Research Online*, 19(3): www.socresonline.org.uk/19/3/1.html.
- SCP (2014) *Vershil in Nederland*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- SCP (2015) *Media: Tijd in beeld*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Skeggs, B. en H. Wood (2012) *Reacting to Reality Television: Performance, Audience and Value*. Abingdon: Routledge.
- Skeggs, B. (2014) Legitimizing Slow Death: A Brief but Long History of the Use, Abuse and Demonization of Labour by the Media. *Values & Value* (blog), 12 juni: values.doc.gold.ac.uk/blog/17.
- Vellekoop, R. (2016) Familie voelt zich belazerd en eist rectificatie EO. *De Lange Mars* (blog), 27 januari: delangemars.nl/2016/01/27/familie-voelt-zich-belazerd-en-eist-rectificatie-eo.
- Volkskrant (2014) Loonkloof top bedrijfsleven en werknemers opgelopen. *De Volkskrant*, 22 maart.
- Wagner, B. (2014) The strange absence of poverty from Poverty Porn. *Does 'Poverty Porn' undermine the Welfare State?* (blog), 3 november: mediapovertywelfare.wordpress.com/2014/11/03/the-absence-of-poverty-from-poverty-porn.