



Een nieuw boek, een pas verworven project, een belangrijke benoeming...  
Sociologie Magazine brengt het voor het Voetlicht.

## Het belang van een brede sociologie

Deze maand treedt Jan Willem Duyvendak aan als voorzitter van de Nederlandse Sociologische Vereniging (NSV). Duyvendak is hoogleraar Sociologie aan de Universiteit van Amsterdam. Recentelijk verscheen zijn boek *The Politics of Home. Belonging and Nostalgia in Western Europe and the United States*, over crises in het thuisgevoel hier en in Amerika.

*Waar gaat u zich als voorzitter van de NSV voor inzetten?*

"Ik wil ik me inzetten voor een 'brede sociologie'. In lijn met het beleid van de NSV wil ik de waarde van sociologie in de samenleving blijvend onder de aandacht brengen. Van overheidswege wordt sociologie steeds minder gewaardeerd en richt men zich sterk op de *life sciences*. Curieus, omdat dit land in een sociale crisis verkeert. Zelfs in het stedelijk onderzoek is recentelijk meer aandacht voor de fysieke aspecten van de stad en voor economische kwesties dan voor sociale."

"Daarnaast zet ik me graag in voor op Nederland gerichte sociologie. De huidige wetenschappelijke rankings dreigen die te marginaliseren. Dat is vreemd, onder meer omdat de Nederlandse overheid het leeuwendeel van het onderzoek hier financiert. Sociologen moeten zich volgens mij blijven verhouden tot de samenleving die ze in staat stelt om onderzoek te doen." "Last but not least wil ik de verschillende bestaande sociologische tradities meer bijeen brengen. Juist in de theoretische en methodische pluriformiteit vindt de Nederlandse sociologie haar

kracht. Naast een kennisbelang heeft meer samenwerking ook een strategisch belang. In de huidige context waarin economische rentabiliteit voorop staat, en politiek steeds vaker een *fact free*-karakter heeft, kunnen we ons verdeeldheid niet langer permitteren."

*Wat is volgens u de waarde van sociologie?*

"Sociologen hebben niet De Waarheid in pacht, maar ik geloof wel dat ze empirisch gesproken beter weten hoe de wereld in elkaar zit dan veel anderen. Ze moeten zich daarbij realiseren dat ze midden in een samenleving staan die worstelt met grote sociale vragen. Dat veronderstelt een nadruk op empirie en behoedzaam omgaan met normativiteit."

*Een belangrijk thema in uw werk is thuisgevoel. Wanneer voelen mensen zich thuis?*

"Een tweetal aspecten is daarbij voorwaardelijk: vertrouwdeheid en voorspelbaarheid. Dat betekent niet dat je je altijd thuis voelt op vertrouwde plekken of met bekende mensen, maar je moet wél vertrouwd zijn met een plek wil je er thuis voelen. Op dit moment is er sprake van een crisis van het thuisgevoel."

*Uit zich in Nederland die crisis anders dan in de Verenigde Staten?*

"Jazeker. Zo is sprake van thuiscrises op verschillende niveaus. Als we in Nederland over gebrek aan thuisgevoel spreken, wordt vaak gesteld dat mensen zich niet thuis voelen in de buurt of het

land en daarmee gaat het al snel over migranten en de islam. De laatste beleidsbrief van Donner is doorspekt met termen rond het thuisgevoel. Maar die framing van de natie als huis heeft problematische kanten. Omdat je je alleen op bepaalde plekken thuis voelt, en met speciale mensen, heeft de inzet van dit thuis-discours een uitsluitende werking: sommigen horen hier wel thuis, anderen niet. In Amerika, waar een veel pluralistischer conceptie van de natie bestaat, speelt dit veel minder." "Op het niveau van het huishouden treffen we in Nederland weinig moeilijkheden aan. Hier heerst nog relatieve rust aan het thuisfront want vrouwen werken veelal in deeltijd. In Amerika besteden stellen gemiddeld twintig uur per week meer aan zorg en betaalde arbeid dan Nederlandse koppels. Van een verzorgingsstaat is nauwelijks sprake en kinderopvang is slecht geregeld. Daardoor zeggen Amerikaanse mannen en vrouwen, dat ze zich meer thuis voelen op het werk dan thuis."

*Waar voelt u zich het meeste thuis?*

"Bij mijn partner, maar ook op mijn werk. In Amsterdam, maar ook in bepaalde virtuele researchnetwerken. Thuisgevoel is niet per se aan één plek gebonden. Ook op generieke plekken kun je je thuis voelen, in een hotelkamer bijvoorbeeld of in Starbucks. Het is sociologisch interessant om dat nader te bestuderen."

Marjolijn Voogel