



acco Uitgeverij

Van boeken ga je denken.

Zelfstudietaak 2 bij Hoofdstuk 1: De auto wassen op zondag en sociological imagination

THEORETISCH KADER

Sociological imagination kan, volgens C.W. Mills, worden omschreven worden als: “*seeing the strange in the familiar and the general in the particular, linking our behaviors to broader social forces*” of: “*the ability to see things socially and how things interact and influence each other*”. Met andere woorden: “*The sociological imagination necessitates above all, being able to think ourselves away from the familiar routines of our daily lives in order to look*”. Het begrip wijst er op hoe de ervaring van de dagelijkse werkelijkheid in een bredere kan worden geduid. Zo iets gebeurt best door enige afstand te nemen van vanzelfsprekendheden en routines.

OPDRACHT

Bekijk na het lezen van hoofdstuk 1 dit filmpje: <https://www.youtube.com/watch?v=eE7t9UIGWUk>. Let vooral op het laatste stukje van het fragment, over *the sociological imagination*.

Maak dan volgende opdracht:

Pas als studietaak het begrip *sociological imagination* toe op de foto hieronder van een man die zijn auto wast (op zondag). Doe dit op basis van een eigen en persoonlijke sociologische analyse.





OPLOSSING

De auto wassen op zondag en *sociological imagination*:

- Een auto is een symptoom van het industriële Westen - zowel in termen van massaproductie (met de principes van Taylor en Ford, of het zogenaamde lopendebandsysteem) als van massaconsumptie (binnen de welvaartscirkel vanaf het einde van de jaren vijftig) - en oorzaak en gevolg van de snelle maatschappelijke veranderingen in de 20^{ste} eeuw. Vandaag zien wij het fenomeen 'auto' ook in de zogenaamde 'BRIC-landen', Brazilië, Rusland, India en China deze weg op gaan.
- Autoassemblagebedrijven zijn vandaag globaal georganiseerd en lokaliseren hun productieactiviteiten daar waar dit het goedkoopst is. De verkoopprijs verschilt van 'markt' tot 'markt'.
- Een auto is een 'symbool' voor vrijheid (ondanks de files) en sociaal welzijn.
- Er zijn links naar 'gender' (viriliteit). Waarom een man? Dat kan te maken hebben met genderrollen inzake huishoudtaken. Mannen doen vooral die taken buitenshuis, die iedereen kan zien, terwijl vrouwen binnen het huis hun (zorg)taken vervullen (cf. vroeger de thuiswerkende huisvrouw, het (historische) éénkostwinnersgezin).
- Auto en sociale status zijn met elkaar verbonden. Er zijn diverse marktsegmenten en diverse 'klassen' van wagens, die een veruiterlijking zijn van de positie van de eigenaar (die zich op die manier kan onderscheiden, '*la distinction*' door smaak en leefstijl).
- Zondag is binnen de (historisch-)christelijke samenleving een rustdag (bij de Islam is dit de vrijdag, bij de Joden de zaterdagse *shabbat*).
- Op vlak van duurzaamheid kan de bedenking worden gemaakt dat er (veel) water wordt gebruikt. Water is een evidentie binnen een welvaartsmaatschappij, terwijl dat helemaal anders is in derdewereldlanden.

Dit voorbeeld leert dat onze persoonlijke ervaring en perceptie kan overstegen worden, teneinde de globale sociologische context te vatten en dus het sociale (samen)leven te begrijpen. En dat is precies wat sociologie beoogt.