



Zelfstudietaak 1 bij Hoofdstuk 1: Koffie 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:

Koffie heeft zijn plaats in een netwerk van sociale en economische verhoudingen. Het wordt geproduceerd, geëxporteerd en geïmporteerd via groothandel om zo uiteindelijk over de koffiehuisen te worden verdeeld. Van de prijs die wij hier voor een kopje betalen, komt slechts een héél klein stuk bij de koffieboer terecht. Pas het begrip *sociological imagination* toe op een 'kop koffie'. Doe dit op basis van een eigen en persoonlijke sociologische analyse.





OPLOSSING

De kop 'koffie' en *sociological imagination*:

- De symbolische waarde van het drinken van koffie is een sociaal ritueel (gezelligheid binnen sociale relaties).
- De status van koffie is een geaccepteerde drug (verslavend) in de Westerse samenleving, in tegenstelling tot andere genotsmiddelen zoals wiet of LSD.
- Koffie verschilt wel vaak 'sociaal' ruimtelijk: in Frankrijk krijg je als koffie een zeer klein kopje (straffe) koffie, in de UK is het een grote kop met veel melk en Egypte of Turkije zit het koffiempoeder in je kopje.
- Koffie als een 'commodity' (handelsartikel) past binnen een globale economie en dus een complex systeem van productie en distributie wereldwijd.
- De relatief recente introductie van koffie in het Westen situeert zich op het einde van de 19^{de} eeuw en past binnen de toenmalige koloniale expansie van Europese landen naar Zuid Amerika en Afrika.
- De ruimere context wordt gevormd door de koffieboeren die de planten verzorgen en de bonen plukken, tegen een zeer laag loon.
- De betekenis van het drinken van koffie past binnen een levensstijlkeuze in termen van een 'merk' dat mensen kiezen of de wijze waarop het product gefabriceerd is (bv. via 'fair trade'). Er is het verschil tussen koffie die verwerkt wordt via een koffiemolen en koffie die ontstaat door een koffiezakje zachtjes te begieten zodat de koffie er zachtjes doorloopt, Senseo of Nespresso. Of het drinken van een koffie aan de koffieautomaat of een (duurder) kopje bij Starbucks.

Dit voorbeeld leert dat onze persoonlijke ervaring en perceptie kan overstegen worden, teneinde de globale sociologische context te begrijpen en dus het sociale (samen)leven te situeren en begrijpen. Zo kan een kop koffie gecontextualiseerd worden, als wij "think ourselves away from the immediacy of personal circumstances". En dat beoogt sociologie.

Bron: Giddens A. & P.W. Sutton, *Sociology*, Chapter 1, Polity, 2013.