



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
BERGAMO

Corso di
MARKETING AVANZATO

Prof. Giuseppe Pedeliento

05 Aprile 2017

Sub-cultures of consumption

Giuseppe Pedeliento, Ph.D.

Assistant Professor

giuseppe.pedeliento@unibg.it



Pluralismo culturale

- 1) La cultura non è omogenea e non lo è mai stata.
- 2) L'illusione transitoria della cultura come insieme uniforme alla cultura nazionale (apogeo degli stati-nazione e il paradosso della globalizzazione)
- 3) Coesistenza di diversi sistemi simbolici scarsamente correlati che il singolo o una collettività può creativamente combinare (Weber, politeismo dei valori)

Simmel, dalle cerchie sociali concentriche alle cerchie sovrapposte delle società contemporanee. Lo scarto tra cultura oggettiva e cultura soggettiva

Durkheim, complessità sociale a seguito dello sviluppo dell'individualizzazione



Sub-cultures

- 1) Posizione subalterna, subordinata, delimitata e marginale rispetto alla cultura più ampia di una società
- 2) Differente ma non autonoma rispetto alla cultura più ampia che la ingloba
- 3) Si basa su legami ed interazioni sociali in cui è centrale la prossimità e l'identificazione di gruppo

Anni '20 e '30 Stati Uniti Scuola di Chicago E. Park devianza giovanile urbana

1950. David Riesman distingue tra una maggioranza che accetta passivamente stili e significati forniti dalla commercializzazione, e un 'sottocultura' che attivamente cerca uno stile di minoranza ... interpretato in conformità con i valori sovversivi.



Sub-cultures

Anni '70 UK Centre for Contemporary Cultural Studies: R. Williams, E.P. Thompson, R.Hoggart. Le culture giovanili mediano tra le origini sociali - classe operaia - e il panorama dello sviluppo dei consumi giovanili del capitalismo, producendo forme riuscite o meno di resistenza culturale.

Nel 1979 Dick Hebdige ha sostenuto che una sottocultura è una sovversione alla normalità. Le sottoculture sono il risvolto antagonista della cultura a causa della loro natura di critica alla norme dominanti della società. Hebdige sostiene che esse riuniscono persone affini che si sentono trascurate dagli standard della società e che sviluppano un senso di identità.



Sub-cultures

1. Identificabile, gerarchica, struttura sociale
2. Un ethos unico, set di valori e credenze che possono avere diverse intensità all'interno della sub-cultura
3. Un unico gergo, riti e modi di espressione simbolica



Sub-cultures

Le subculture sono diverse dalle controculture in quanto queste postulano in modo manifesto proposte alternative di cambiamento dei valori di riferimento della cultura dominante, puntando in questo modo ad una trasformazione che riguarda anche altri gruppi sociali oltre quello di appartenenza. Le sottoculture sono spesso portatrici di disvalori e di manifestazioni alternative rispetto alla cultura ufficiale. Trovano in taluni casi espressione anche in atti di violenza.



Sub-cultures

La categoria di subcultura è strettamente legata al discorso sulla cultura dominante (mainstream culture), la cultura di massa, la cultura alta e la cultura popolare.

Cultura alta: prodotti della conoscenza e dell'arte riferibili all'élite sociali.

Cultura popolare: costumi e tradizioni locali, rituali, e altri comportamenti altamente integrati in una comunità locale.

Cultura di massa: storicamente dipende dall'avvento della produzione industriale di massa e dai mezzi di comunicazione di massa (giornale, radio, televisione). Essa è capace di integrare gli elementi della cultura alta e di quella popolare attraverso la produzione e il consumo di massa che privano li privano di funzioni distintive e tipiche.



Sub-cultures (of consumption)

- ❑ Comes into existence as people identify with certain objects or consumption activities and, through those objects or activities, identify with other people
- ❑ They have generally an-anticapitalistic un-orthodox ethos. Are rebellious (differenza FONDAMENTALE con le BC)
- ❑ The structure of the subculture, which governs social interactions within it, is a direct reflection of the commitment of individuals to the ethos (differenza FONDAMENTALE con le BC)



Sub-cultures (of consumption)

- ❑ Display complex, hierarchical social structures that reflect the status differences of individual members.
- ❑ Status is a function of an individual's commitment to the group's ideology of consumption. The most committed (i.e., hard-core) members of a subculture function as arbiters of meaning and opinion leaders. Less committed members are important for their material support and their adulation of more committed members.
- ❑ Aspirants serve the function of audience and are important for the expressions of envy that vindicate the actions and investments of members of the subculture.



Struttura e gruppi

RUBies: Rich Urban Bikers

SEWERS: Suburban Weekend Riders

RIOTS: Retired Idiots On Tour

MUGWUMPS: My Ugly Goldwing Was Upsetting My Peers

AHABS: Aspiring HArdass Bikers

BASTARDS: Bought A Sportster, Therefore A Radical Dude

IGLOOS: I Got the Look, Own One Soon

HOOTS: Have One Ordered, True Story

ASSHOLES: assholes

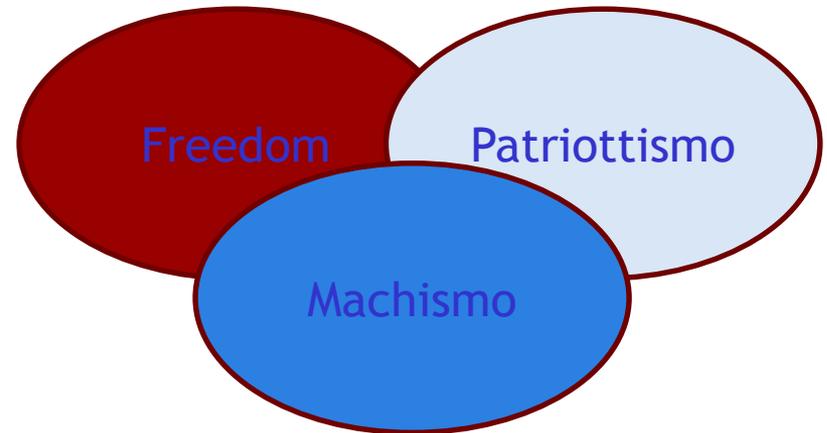


Ethos & core values

Non necessariamente uniforme

- Alcuni valori sono «primari» e altri «secondari»
- Esistono sfumature di accettazione dei valori fondanti dell'ethos della community che determinano l'emergenza di sub-gruppi

- Personal freedom
- Patriottismo ed eredità Americana
- Machismo



Tour gliders - freedom



- Mi piacciono le moto per i lunghi viaggi
- La moto la scelgo per il confort e non per le prestazioni
- 300 km per me sono pochi



Hog heaven - freedom + machismo



- Quando vado in moto sento di essere guardato con ammirazione
- Odio le macchine
- Quando vado in moto mi sento un cowboy del vecchio west
- Mi sento vicino agli altri motociclisti



Dream riders - ?



- La moto è per lo più in box
- Quando vado in moto indosso sempre il casco
- Non conosco molti motociclisti
- Utilizzo la moto principalmente nel tempo libero e per brevi spostamenti



Hard core riders - Machismo



- Alcune persone definirebbero me e i miei amici dei fuori legge
- Ho speso molto per potenziare la mia moto
- A volte mi sento un fuorilegge
- Alcuni mi definiscono un «dirty rider»
- Credo che gli uomini veri si debbano vestire di nero



La trasformazione del self

- ❑ L'appartenenza alla sub-cultura di consumo si sviluppa gradualmente
 - ❑ Sperimentazione dell'identità sub-culturale: aspiranti membri
 - ❑ Identificazione e conformazione: graduale comprensione delle regole
 - ❑ Specializzazione e internalizzazione: appartenenza de facto

Le sub-culture determinano la nascita di comunità specializzate.

L'ingresso è graduale e negoziato.



Come possono i marketer «sfruttare» le SCOC?



Sub-cultures (of production)

- ❑ Il concetto di sub-cultura riguarda il consumatore
- ❑ Il modo di utilizzare un prodotto o di vivere la socialità di quel prodotto ispira la produzione (e.g. chopper)
- ❑ La sub-cultura si propaga all'esterno sotto forma di trickle down effect (McCracken ma anche il contrario).

MA ESISTONO DELLE SUB-CULTURE DI PRODUZIONE?

- ❑ OSSIA: ESISTONO DELLE SUB-CULTURE E GRUPPI SUB-CULTURALI IN CUI AD ESSERE UNIFICANTE NON SONO I PATTERN DI CONSUMO MA QUELLI DI PRODUZIONE?



Probabilmente si ...la sub-cultura dei miscelatori futuristi

Il futurismo nasce nel 1909 ed affronta , a partire dal 1920 oltre alle tematiche dell'arte quella della cucina e della miscelazione. Nel 1925 Prampolini, Marinetti, Fillia , Barosi, creano le prime miscelazioni. Saranno chiamate polibibite alle quali saranno applicate diverse funzioni :
“per mangiare” , “per alzarsi” , “ guerra in letto” , “pace in letto”
“snebbianti”.



- Futurismo: Il manifesto di Marinetti
- Fiducia spietata nel futuro
- Il progresso abbinato al senso artistico
- Senso artistico sprezzante del passato
- Orientamento al nazionalismo

Sub-cultures (of production)

- ❑ Il futurismo e l'arte della miscelazione. La risposta autarchica ai cocktail americani negli anni '30 ispirata da Marinetti (la base ideologica dell'ethos).
 - ❑ Sostituzione di tutta la terminologia inglese (agitatore, misurino, quisibevve, polibibite, ecc.)
 - ❑ Non adesione alla cultura dominante. Enfasi sul futuro e non sul passato
 - ❑ Avulsione degli spirit non italiani (rimane quindi la grappa e il brandy italiano). Venivano utilizzati solo prodotti nazionali, in particolar modo vini, vermouth e liquori di territorio.
 - ❑ Ogni errore di dosaggio è ben accetto perché può portare alla creazione di nuove polibibite (a differenza dei dettami IBA)
 - ❑ La polibibita assume significato culturale e provocatorio
 - ❑ Anche la polibibita diviene un modo per aderire al manifesto futurista



Il manifesto

NEOMANIFESTO DEL MISCELATORE FUTURISTA

Saranno benvenuti i giovani entusiasti e i vecchi che aderiranno a questo Manifesto e che vorranno cimentarsi in questa nuova era della miscelazione italiana che guarda al passato per rispondere al futuro, e non rivolgeremo alcuna parola ai passatisti detrattori, ai falsi propositori d'immagini vuote e di falsi miti di progresso, se non questa: Fine.

Non si demoralizzi il miscelatore per le critiche ricevute, anzi si rafforzi nello spirito, cercare di piacere subito a tutti è il primo passo verso la mediocrità. Noi sappiamo che che i cocktail che si affermano velocemente sono prodotti ben costruiti, ma assolutamente privi di novità e quindi di genialità creatrice.



Sub-cultures (of production)

COCCHI

HOME COCCHI ALTA LANGA SPUMANTI VERMOUTH&CO COCKTAILS NEWS SOCIAL CONTATTI

22 APRILE 2016

MISCELATORE RECORD NAZIONALE FUTURISTA

Giulio Cocchi annuncia con fierezza LA PRIMA COMPETIZIONE NAZIONALE DI MISCELAZIONE FUTURISTA per l'elezione del MISCELATORE RECORD NAZIONALE 2016

Verrà scelto il Miscelatore Futurista più creativo ed ardimentoso, creatore della Polibibita che meglio saprà valorizzare questo stile di miscelazione attraverso i prodotti Cocchi e la liquoristica storica italiana.

Il Miscelatore Futurista, attenendosi strettamente al NeoManifesto dovrà creare, usando esclusivamente prodotti italiani, la polibibita vincente che lo condurrà a New Orleans per far parte del manipolo di impavidi che porterà il Futurismo nuovamente



Sub-cultures of consumption

Giuseppe Pedeliento, Ph.D.

Assistant Professor

giuseppe.pedeliento@unibg.it

