

## *Lifestyles e partecipazione religiosa*

*My new clothes  
had put me instantly into a new world*  
(George Orwell, *Down and out in Paris and London*, 1933)

La finalità di questo *target paper* è di verificare se il concetto di “stile di vita” (*lifestyle*) possa rappresentare ancora, o nuovamente, una categoria euristica ed interpretativa utile nel contesto della ricerca sociologica<sup>1</sup>. Verificare, cioè, se il concetto di stile di vita possa essere utile in un particolare modello analitico che vada oltre ai due modelli incentrati sulle classi o sui consumi.

1) *Andare oltre* ai modelli deterministici degli stili di vita unicamente dipendenti dalla stratificazione economica (stile di vita come variabile dipendente). Questa è la tesi che accosta il concetto di stile di vita a quello di classe o strato sociale, assumendo che il sistema delle disuguaglianze sia stato, e sia tuttora, dipendente dalla struttura di classe. In questo modello teorico indicatori oggettivi sarebbero l'occupazione, l'istruzione, il reddito, la disponibilità di beni. Anche la definizione degli stili di vita che ne dà la *International Encyclopedia of the Social Sciences* richiama questa impostazione teorica nella quale le condizioni sociali quali l'appartenenza a una classe o a un gruppo sociale, comportano specifici stili di abbigliamento, di residenza, di istruzione, di consumi. Tale definizione presenta gli stili di vita come indicatori di status sociale per ordinare gerarchicamente una popolazione. Questa interpretazione degli stili di vita in rapporto alla stratificazione sociale appare datata anche nei modelli, quale quello di P. Bourdieu, in cui il gusto sarebbe un elemento culturale di mediazione tra le differenze di stile e le differenze di classe e gli *habitus* sociali sarebbero insieme relativamente stabili di principi e attitudini, socialmente riconoscibili come differenzianti i gruppi sociali.

Ma nel contesto attuale, in cui le società contemporanee sono caratterizzate da gruppi senza *status fissi* e nelle quali anche gli stili di vita sono frutto di scelte personali, i ricercatori allentano sempre più i rapporti tra stili di vita e classi sociali. In generale, le possibilità di utilizzare gli stili di vita come indicatori di classe o di stratificazione sociale sono, quindi, limitate in ogni modello analitico (quali quelli oggi prevalenti) nei quali si definiscono gli stili di vita espressioni comunicative e identitarie riconducibili, *in primis*, al sistema culturale e valoriale individuale.

2) *Andare oltre* all'uso del concetto di stile di vita come immediatamente dipendente dai consumi e come esclusivamente applicabile all'area dei consumi: cioè gli stili di vita come sineddoche dei comportamenti di consumi. E' questa la corrente di quanti utilizzano gli stili di vita come stili di consumo e come comportamenti/indicatori per la classificazione di gruppi di consumatori, internamente omogenei e tra loro differenziati. Si tratta, per esempio, delle ricerche empiriche psicografiche, introdotte in Italia da G. Calvi, per analizzare tipi di stili, le abitudini e le potenzialità di consumo di una popolazione<sup>2</sup>.

Oggi, però, la complessità dei sistemi sociali e l'autonomia dei singoli sottosistemi indeboliscono i vincoli strutturali anche nei consumi e danno ai singoli individui maggiore autonomia nelle scelte esistenziali. Per questo il riferimento ai soli livelli di consumo sembra insufficiente sia come indicatore di livello di consumi, sia come criterio di stratificazione e sia come generatore di *lifestyles*. I comportamenti di consumo sono indicatori insufficienti per indicare la stratificazione sociale e ugualmente per indicare la stratificazione culturale, cioè gli stili di vita. Questo pare, dunque, il limite della ricerca sui rapporti tra stili di vita e stili di consumi, allorché i *lifestyles* sono considerati quali stili di consumi. Inoltre è sempre più presente, oggi, una cultura dei consumi nella quale le due dimensioni strumentale ed espressiva costituiscono due elementi

---

<sup>1</sup> Il *paper* nasce su amichevole sollecitazione dei responsabili della sezione di Sociologia della religione. Esso si pone in continuità con interessi didattici e di ricerca personali, conseguenti ai corsi di Sociologia dei nuovi movimenti sociali che da molti anni tengo presso la Facoltà di Scienze Politiche e la laurea specialistica interfacoltà di Sociologia e ricerca dell'Università di Torino. Dai *collettive behaviour*, ai nuovi movimenti sociali, ai *lifestyles* la ricerca sociologica ha avuto una linea costante di interessi. Il *paper* intende apportare un contributo, analogo a quelli che vanno facendo studiosi e ricercatori, affinché la sociologia della religione utilizzi nuovi concetti e modelli analitici già sviluppati in altri ambiti disciplinari. In riferimento ai tre *discussant* di questa sessione, ricordo l'arricchimento che la sociologia della religione ha avuto negli anni 1970/1980 con l'introduzione della teoria dello scambio (Gustavo Guizzardi), del concetto di differenziazione sociale (Franco Garelli), dell'analisi dei nuovi movimenti religiosi (Enzo Pace).

<sup>2</sup> In Italia le indagini più significative condotte con approccio psicografico sono rappresentate da Sinottica Eurisko e da 3SC di GPF & Associati. Cfr. G. Calvi, *Valori e stili di vita degli italiani*, Isedi, Milano, 1977; G. Fabris, V. Mortara, *Le otto Italie*, Mondadori, Roma, 1988.

egualmente compresenti. Nel contesto in cui predomina la merce come segno, anche i consumi sono usati dagli individui come segni culturali per esprimere finalità espressive. In realtà tutte le ricerche considerano i consumi non solo come mezzi per socializzare bisogni primari, ma anche come segni di comunicazione simbolica e “mezzi per impadronirsi dei significati per mezzo di significati”<sup>3</sup>. In questa trasformazione dei consumi dal valore d’uso al valore di scambio si pone il crescente interesse per l’analisi dei consumi quali risorse biografiche attraverso le quali l’individuo esplora modalità di realizzazione e di espressione della propria identità.

3) *Verificare* se i *lifestyles* comportino una loro propria dimensione cognitivo-valoriale, cioè una dimensione di atteggiamenti, di aspirazioni e di costruzione di identità (stile di vita come variabile indipendente). Questa ipotesi formula una definizione di *lifestyles* caratterizzati da una propria dimensione cognitivo-valoriale che non si produce più per via verticale (da valori → *lifestyles*), ma per via orizzontale (da *lifestyles* → *lifestyles* → *lifestyles*, ecc.). L’individuo, piuttosto che adottare un *lifestyle* attraverso la tradizione e il sistema cognitivo-valoriale prevalente, fa del proprio *lifestyle* un immediato progetto di vita nel quale pone la propria individualità, il proprio “esserci presente”, le sue peculiarità nell’apparire, nel vestire, nell’attitudini fisiche, ecc. L’attenzione nel “farsi su misura” un *lifestyle* che coinvolge tutte le età e gli ambiti (compreso quello religioso), pur presentando la dimensione negativa dell’assemblaggio, comporta però, anche la dimensione positiva dello sforzo, del rischio e della partecipazione personale.

Questo modello empirico configura il *lifestyle* come un *ex post* empirico, diversamente dai due modelli precedenti nei quali esso rappresenta un *prius* analitico riferito alla classe sociale o ai consumi. Un *lifestyle* si costituisce sulla base di adesioni spontanee ad altri modelli di riferimento. Questa riproduzione che avviene con modalità orizzontali è proposta, per esempio, dai modelli analitici nei quali gli stili di vita sono studiati quali mezzi per raggiungere identità personale e identificazione sociale (A. Giddens, *Modernity and Self-Identity*, 1991). E’ nelle società complesse, sempre meno ascrittive, che anche le identità e le identificazioni sono meno meccanicamente riprodotte e sono più performative e frutto di progetti individuali. Anthony Giddens definisce:

*Lo stile di vita è costituito da pratiche di routine, quali quelle comprese nelle abitudini riguardanti il vestire, il mangiare, i modi di agire e l’ambiente preferito per incontrare gli altri; ma le routine seguite sono riflessivamente aperte al cambiamento alla luce della natura mutevole dell’identità. Ognuna delle piccole decisioni che un individuo prende ogni giorno – cosa indossare, come recarsi al lavoro, chi incontrare la sera – contribuisce a tali routine. Tutte queste scelte (così come quelle più ampie e pregni di conseguenze) sono decisioni non solo su come agire, ma anche su “chi” essere. Più le situazioni nelle quali un individuo si muove sono post-tradizionali, più il lifestyle concerne il vero cuore dell’identità, il suo comporsi e ricomporsi.*

Questo terzo punto del presente *target paper* intende, quindi, verificare se i *lifestyles* siano, per alcuni tipi di individui, forme di costruzione di identità e di identificazione, tramite l’assunzione degli elementi più simbolici, esteriori e manifesti di altri *lifestyles*, senza la conoscenza e la condivisione immediata della dimensione cognitivo-valoriale che per altri individui precede uno stile di vita.

4) *Verificare, infine*, se il concetto di *lifestyles* possa rappresentare una categoria analitica di qualche interesse anche per la ricerca sociologica sulle forme di appartenenza, di partecipazione, di espressione e di costruzione delle identità di tipo religioso. Verificare, in particolare, se anche i *lifestyles* religiosi, anche quando siano solo considerati quali elemento della cultura dei consumi, possano generare intensi sentimenti spirituali, trasformare il tempo quotidiano (profano) in tempo festivo (sacro), rallentare la stessa erosione dei legami istituzionali delle religioni storiche, contrastare il processo di dissipazione dei sistemi religiosi in sistemi di significati secolari o quasi-religiosi<sup>4</sup>.

Per la ricerca empirica, l’interesse nasce dalla constatazione che oggi i *lifestyles* che si riproducono con modalità di tipo orizzontale sono rintracciabili in grandi eventi, quali le Giornate Mondiali della Gioventù e i diversi *happening* religiosi, nei quali i comportamenti religiosi assumono la veste e le forme di identità più passeggera con cui i giovani “si manifestano” e “ci sono” anche loro. Ugualmente ciò avviene in quelle situazioni nelle quali anche “il religioso” è coinvolto nel più generale processo di estetizzazione della realtà:

<sup>3</sup> E’ questo il principale apporto di J. Baudrillard nella sua teorizzazione della merce-segno. Si veda: *Il sistema degli oggetti*, Bompiani, Milano, 1972; *Il sogno della merce*, Lupetti, Milano, 1987.

<sup>4</sup> Si pone qui un nodo particolarmente significativo per l’analisi dei *lifestyles*. Lo svilupparsi di queste loro potenzialità identitarie cambia lo stesso concetto di stile di vita oppure indica che esistono due diverse modalità di *lifestyle*: una che si sviluppa per imitazione e partecipazione sul livello delle pratiche; l’altra che raccoglie anche il livello dei valori e delle credenze (dimensione cognitivo-valoriale). La religione cattolica ha sicuramente sempre richiesto la condivisione sia delle pratiche che dei valori.

fascino religioso di luoghi, *peak experience*, musica e arte, antiche *traditio*, neo-monachesimo, ecc. In questi contesti le modalità di formazione e di propagazione dei comportamenti e dei *lifestyles* religiosi sono orizzontali; avvengono per vicinanza, per *mimesis*, più che per dipendenza e per conversione a un sistema cognitivo-valoriale.

In conseguenza di questi quattro interessi elencati, questo *target paper* indicherà al primo punto (*Stili di vita: la recezione dei classici*) il tipo di recezione che il concetto di “stile di vita” ha avuto in sociologia in questi ultimi decenni, fino ai recenti interessi e alla letteratura sui *lifestyles*. Indico recezione in modo letterale, poiché gli stili di vita, parola e concetto, non sono per nulla nuovi nella tradizione sociologica; ma, dopo un periodo in cui i classici li hanno tematizzati e utilizzati, essi sono, in parte, caduti di interesse euristico. Questo tipo di recezione richiama da un lato i classici: Simmel (stile di vita e individualizzazione), Weber (stile di via e prestigio di ceto), Merton (teoria dei gruppi di riferimento), Katz e Lazarsfeld (modello del *two-step flow of communication*); dall’altro le teorie sulle subculture della Scuola di Chicago<sup>5</sup>.

Nel secondo punto (*Definizioni di stili di vita oltre i classici*) il *paper* indicherà alcune definizioni recenti nelle quali i *lifestyles* non si acquisiscono meccanicamente dalla adesione ad una nuova dimensione cognitivo-valoriale, ma risultano dall’avvicinamento ad un altro *lifestyle*. Ciò non nega però che in ogni *lifestyle* sia presente la presa di coscienza – come scrive Dumazedier – a) sia delle norme che lo caratterizzano e dei condizionamenti esterni che occorre evitare per poterlo adottare; b) sia dello sforzo di individuazione comportamentale da adottare.

Nella terza parte (*Stili di vita: le applicazioni in sociologia della religione*) il *paper* indicherà un primo elementare modello analitico e alcuni campi in cui il concetto di *lifestyle* può avere applicazione in sociologia della religione.

### **1. Stili di vita: la recezione dei classici.**

Gli stili di vita, parola e concetto, sono ormai entrati nel linguaggio e nei modelli interpretativi delle scienze sociali, specie nelle ricerche sulla condizione giovanile. Il concetto, però, apparentemente di *common sense* e di *per sé* autoevidente, è in realtà un concetto trans-disciplinare, utilizzato dall’economia, dalla psicologia, dall’antropologia, dalla sociologia. Per questo necessita di una particolare chiarificazione e definizione. Infatti, se applicato ai comportamenti individuali o collettivi, rivela la sua natura polisemica e multidimensionale comprendendo campi di comportamenti, aspirazioni, consumi, progetti di costruzione identitaria<sup>6</sup>. E tutti questi campi coinvolgono entrambe le dimensioni della domanda e dell’offerta di beni e di atteggiamenti.

#### *1.1. Stili di vita in Simmel.*

Uno dei primi utilizzi del concetto di stili di vita si ha in Simmel, il quale però non ne fornisce una trattazione sistematica. Ne troviamo i riferimenti in più opere, riferiti sia all’interesse specifico per il processo di vita degli individui di individualizzazione, sia per quello di differenziazione sociale. In un primo periodo è prevalente l’interesse descrittivo degli stili di vita; in un secondo periodo prevale l’analisi più estetico-formale di stile.

Nel primo periodo dell’opera di Simmel gli stili di vita si collocano nell’ambito più vasto degli interessi per il principio di differenziazione sociale e per quello dei rapporti tra spirito oggettivo e spirito soggettivo, tra cultura oggettiva e cultura soggettiva. Ne *La differenziazione sociale* (3 capitolo) Simmel analizza i rapporti tra l’estensione dei gruppi (cerchie sociali) e lo sviluppo dell’individualità (delle identità). Simmel scrive che il livello di sviluppo dell’individualità aumenta con l’ampliamento della cerchia sociale; d’altro canto l’ampliamento di un gruppo sociale inizialmente omogeneo al suo interno ha come conseguenza quella di aumentare la differenziazione interna e al tempo stesso di accrescere il numero di formazioni che sono

<sup>5</sup> Su questo tema una delle prime analisi sociologiche è avvenuta nella sezione di Metodologia dell’AIS durante il Convegno di Rende del 1991 su *Valori e stili di vita: i metodi di analisi*.

<sup>6</sup> Un’introduzione ad alcuni di questi temi sugli stili di vita la si ritrova nel bel saggio di Stefania Vergati, *Stili di vita e gruppi sociali*, Euroma, Roma, 1996. Non ci riferisce in questo contesto ad autori e definizioni estranee alla sociologia, tra le quali quella nota di George Buffon: “Lo stile è l’uomo”. In tutte però si potrebbe ritrovare la duplice funzione generalizzante e individualizzante che si ritrova nell’etimologia di stile: dal greco *stylos*, indicante la colonna di un monumento e il suo sistema di regole architettoniche; e dal latino *stilus*, designante lo strumento personale per scrivere e individualizzare un pensiero.

simili a quelle di un altro gruppo. Simmel indica una tendenza generale secondo cui quanto più un gruppo presenta un carattere distintivo, tanto più i singoli appartenenti al gruppo saranno simili tra loro; mentre al contrario in un gruppo poco caratterizzato saranno i singoli individui a possedere stili di vita distintivi. Simmel esemplifica con il suo linguaggio illuminante il caso dei Quaccheri, il quale rappresenta nel modo più adeguato la sua tesi: “*Quanto più individuale è il gruppo in quanto tale, tanto meno lo sono i suoi membri; ad una maggiore differenziazione nel campo sociale corrisponde una minore differenziazione nel campo personale*” (p. 59).

I Quaccheri sono quindi fortemente liberi e individuali in tutto ciò che è comune; infatti, nelle loro assemblee comuni ognuno può dire e sostenere ciò che vuole in libertà. Ma, all’opposto, in tutto ciò che è personale (matrimoni, vita pubblica, ecc) ogni scelta deve essere approvata dalla comunità. “*I quaccheri sono quindi individuali solo in ciò che è comune, ma sono socialmente vincolati in ciò che è individuale*” (p. 59).

Esemplificando oggi si potrebbe dire che in Simmel (ma lo si vedrà pure in Weber) gli stili di vita hanno la doppia funzione di configurare e caratterizzare un gruppo cementandone l’unitarietà *ab intra* e insieme di differenziarlo *ad extra* dagli altri gruppi sociali

E’ in un secondo periodo della sua opera che Simmel si rivolge ad analizzare gli aspetti formali e funzionali dello stile. Trattando dei temi dell’individualizzazione e della differenziazione, Simmel nota come essi discendano dal bisogno di affermare la propria personalità attraverso la “differenziazione qualitativa, finalizzata ad attirare in qualche modo l’attenzione della cerchia sociale giocando sulla sua sensibilità per le differenze”. L’estremizzazione della differenziazione riguarda solo gli individui più eccentrici; ma assai più diffusa è la tendenza ad apparire “al culmine”, resa possibile dalla scarsità e brevità che caratterizzano i contatti impersonali nelle metropoli rispetto a quelli della comunità. Possiamo tradurre tale tendenza/ricerca per il *culmine* con la definizione data da Maslow: *peak experience*, cioè ricerca di ciò che è *al limite, dell’estremo, del sorprendente*. Si tratta di una tendenza oggi analizzata e definita da varie ricerche<sup>7</sup>.

In *La filosofia del denaro* (e nel lungo capitolo VI, *Lo stile della vita*, pp. 607-718) è l’economia monetaria, attraverso l’appiattimento della vita emotiva nell’uomo metropolitano, a creare una “oggettività dello stile di vita”, che costituisce “l’unico modo accessibile all’uomo di conquistare un rapporto con le cose che non sia succube della casualità del soggetto” (p.626). Compare qui il paragrafo su *L’oggettivizzazione dello spirito* in cui Simmel scrive che “l’intero stile di vita di una comunità dipende dal rapporto tra cultura oggettivata e la cultura dei soggetti (...) e alla estensione del sapere oggettivamente disponibile che impone l’uso di espressioni che passano di mano in mano come recipienti chiusi, senza che il contenuto di pensiero che vi è effettivamente compreso si manifesti al singolo utente” (p. 634). Tra il 1700 e 1800, anche il concetto di formazione è passato da valore personale a “somma di conoscenze oggettive e di tipi di comportamento”<sup>8</sup>. Il principale fattore di separazione tra mondo oggettivo e soggettivo sta nella divisione del lavoro, nella specializzazione produttiva e nella conseguente diffusione dei consumi. Oggettività e consumi sono connessi, poiché è l’oggettività e l’impersonalità dei prodotti che consentono l’adattamento ad un ampio numero di persone. “*L’uomo moderno è circondato soltanto da cose così impersonali che l’idea di un ordine di vita fondamentalmente anti-individuale deve risultargli sempre più familiare*” (p. 649). E’ così che il rapporto tra individui e stili di vita, si dissolve a causa dell’estrema differenziazione degli stili di vita. Tutto ciò vale pure per le società. Simmel analizza la presenza di “uno stile” nelle società tradizionali e il moltiplicarsi degli “stili” nelle società moderne. Oggi a questa situazione, in cui non esiste più “lo stile”, ma “gli stili”, alludono quanti annotano: “Oggi non c’è più moda: ci sono sole *mode*”, “Ognuno può essere chiunque”. “Nessuna regola, solo scelte”.

Nelle società contemporanee, nelle quali è disponibile una grande quantità di stili di vita, ognuno di essi si separa dal suo contenuto (cioè da una specifica dimensione cognitivo-valoriale) in modo da proporsi come sul mercato “degli stili di vita”. Lo stile di vita diventa così “oggettivo”, e come tale – nel contesto di questo *paper* – indipendente dalle dimensioni cognitivo-valoriali di chi lo adotta. In ciò lo stile di vita non è dotato di una sua particolare autonomia, in quanto chi lo adotta ne fa un suo uso proprio e lo connota di significati e valori personali. Stili di vita e moda possono essere considerati in Simmel “equivalenti funzionali”, poiché

<sup>7</sup> Cfr. il volume e la bibliografia di R. Ferrero Camoletto, *Oltre il limite. Il corpo tra sport estremi e fitness*, il Mulino, Bologna, 2005.

<sup>8</sup> Si ritrova qui in Simmel, *ante litteram*, un tema vicino al feticismo marxiano della reificazione della coscienza nelle società borghesi espressi poi da suo discepolo Luckács. Ma in realtà tutto si spiega meglio con la visione in parte pessimistica dell’economia monetaria a cui Simmel imputa la produzione della “oggettività dello stile di vita” che diventa ormai “l’unico modo accessibile all’uomo di conquistare un rapporto con le cose che non sia succube della casualità del soggetto”, cioè dei suoi interessi individuali e spontanei.

entrambi svolgono funzioni di socializzazione e di individualizzazione: per Simmel in un gruppo e per Weber in un ceto<sup>9</sup>. Da tutto ciò non si può dire che gli stili di vita siano per Simmel indicatori e dipendenti dalle classi sociali; e ancor meno si può dire che i membri di una classe e o di un gruppo sociale debbano – come dice Weber – condividere uno stesso stile di vita. Simmel scrive però in *Fashion: Non appena le classi inferiori cominciano a copiare lo stile di vita delle classi superiori, attraversando la linea di demarcazione che le classi superiori hanno tracciato e distruggendo l'uniformità della loro coerenza, le classi superiori si allontanano da quello stile e ne adottano un altro, che a sua volta li differenzia dalle masse* (p. 545).

### 1.2. Stili di vita in Weber.

Si deve a Weber l'aver utilizzato in modo più definito il concetto di stile di vita, quale forma sociale attraverso cui si esprime il prestigio di un ceto sociale. E' da notare che nella traduzione italiana del 1961 di *Wirtschaft und Gesellschaft* il concetto è stato tradotto, forse non troppo felicemente (almeno per l'interesse di questo *paper*), con "condotta di vita". Weber ne tratta in due capitoli: nel cap. IV della prima parte (*Ceti e classi*) e nel cap. VIII della seconda parte (*Le comunità politiche*). Scrive Weber: "Ogni società fondata sul ceto è ordinata convenzionalmente mediante regole di condotta (stili di vita: aggiunta del *paper*); perciò essa crea condizioni di consumo economicamente irrazionali". Tale situazione, infatti, condiziona il libero mercato perché condiziona i consumi individuali subordinandoli alle regole che lo stile di vita dei ceti impone a chi vi appartiene. La situazione di ceto si fonda su due parametri distinti: lo stile di vita e il prestigio. Il primo si fonda sull'educazione formale e sul possesso delle forme di vita corrispondenti, mentre il secondo deriva dalla nascita o dalla professione svolta.

Si pone qui l'interrogativo circa la natura variabile di stile di vita in Weber, per la compresenza di due funzioni diverse: lo stile di vita condizionato e dipendente sia dalla classe sociale che dall'agire dell'individuo, tanto da stratificare i ceti al loro interno. Si ha così in Weber un modello sequenziale in cui lo stile di vita è di natura performativa, e perciò *indipendente*, nel passaggio dalla classe al ceto: *classe sociale* → *stile di vita (e di consumo)* → *ceto*. (Tavola 1).

Nel già citato convegno di Metodologia dell' AIS, G. Colasanti, rifacendosi a Weber, scriveva: "Gli stili di vita si formano, date certi condizioni materiali, dalle scelte di lavoro, di consumo, di svago, di connubio, di amicizia, di associazioni (partiti, club, associazioni sportive, ecc.), in vista di una comune e pretesa percezione e considerazione sociale". Gli stili di vita in Weber sono, quindi, molto dipendenti dal condizionamento economico. Weber pone un rapporto stretto tra le credenze religiose, lo status e la struttura di potere dei gruppi nella società, notando che i *gruppi di status* si sforzano di preservare e di potenziare il loro presente stile di vita mantenendo la distanza sociale e precludendo agli *outsiders* le opportunità economiche<sup>10</sup>.

### 1.3. Stili di vita nella ricerche empiriche

Un concetto analitico che ha avuto riferimento agli stili di vita, fin dall'inizio della sua applicazione, è stato quello di *gruppi di riferimento*<sup>11</sup>. La teoria dei *gruppi di riferimento* di Robert Merton spiega il meccanismo di identificazione/mimesis dei comportamenti<sup>12</sup>. Per un individuo, riferirsi a un gruppo anche se distante dalla propria vita quotidiana, significa imitarne comportamenti, gusti, atteggiamenti e anche "valori immediati di riferimento"; cioè imitarne un *lifestyle*, sia per essere riconosciuto dal gruppo a cui ci si vuole riferire sia per indicare agli altri gruppi quale è il gruppo a cui si vuole appartenere. A volte, tali stili di vita anticipano la stessa appartenenza, come avviene nelle forme della "socializzazione anticipatoria". I gruppi di riferimento risultano tra i principali agenti socioculturali di influenza sui *lifestyles*. Nel citato articolo (1965) Fabris analizzava già il carattere performativo più che ascrittivo degli stili di vita nel campo dei consumi.

<sup>9</sup> E' da notare che la "differenziazione simmeliana" agisce soprattutto a livello individuale, come strumento di identità, mentre la weberiana "distinzione di ceto" è considerata soprattutto a livello comunitario. Simmel si riferisce soprattutto all'abbigliamento, agli oggetti d'uso, all'abitazione; Weber si riferisce alla diversificazione dei consumi.

<sup>10</sup> E' però lo stesso Weber a notare più volte in *L'etica protestante* che tutte le dottrine riformate cercavano di colmare il fossato tra la dottrina e i comportamenti quotidiani. Infatti la vita quotidiana procedeva con stili di vita lontani dagli inviti dei teologi puritani. L'irregolarità degli stili di vita del popolo era tale che la stessa etica ufficiale predisponeva luoghi e situazioni di "disordine ordinato" in cui poteva esplodere, periodicamente, l'alterità e la trasgressività degli individui.

<sup>11</sup> Cfr. G. Fabris, "Gruppi di riferimento e consumi", *Studi di Sociologia*, 64, 1965, pp 141-160.

<sup>12</sup> Il concetto di "gruppo di riferimento" è stato utilizzato per la prima volta da Hyman, insieme a quello di "individuo di riferimento". E' stato però Merton a costituire una teoria sulle relazioni tra comportamenti e gruppi di riferimento.

L'attenzione agli aspetti performativi tende a considerare i meccanismi di scelta, sia pure condizionata, degli stili di vita, e pertanto la mediazione fra le rappresentazioni sociali orientative proposte dagli stili di vita e i processi di adozione transattivi, condizionati dai preesistenti sistemi di valore. L'analisi dei gruppi di riferimento aiuta a capire come avviene l'identificazione con determinati gruppi ai quali non si appartiene nella realtà e i conseguenti *lifestyles*.

Un altro elemento analitico che ha arricchito la teoria sui *lifestyles* è stato il modello del *two-step flow of communication* di Katz e Lazarsfeld che superava la precedente teoria del comportamentismo "stimolo→risposta" sia nell'informazione che nei consumi<sup>13</sup>. Si rileva qui, anche per l'analisi dei *lifestyles*, la rilevanza che ha l'influenza personale dei *leaders* nella formazione dei *lifestyles*, specie nel contesto attuale di crescente pluralismo anche di religioni e religiosità.

Altra ricerca classica in cui ritroviamo l'utilizzo del nostro concetto è quella dei coniugi Lynd a Middletown *Middletown in Transition* (1937). Le sei aree di comportamenti individuate, più quella dei consumi, costituiscono altrettanti modi di vita e altrettanti fattori-indicatori del mutamento sociale<sup>14</sup>.

E' stato poi soprattutto tra le numerose ricerche sulle *subculture* condotte dai ricercatori della Scuola di Chicago che il concetto di *lifestyles* ha acquistato uno specifico significato euristico in ricerche empiriche condotte su minoranze etniche, gang giovanili, modi di vita degli *hobos*, ecc.

Un ultimo apporto ben noto allo studio degli stili di vita è quello di Pierre Bourdieu nelle sue opere su la *distinzione e il gusto nelle merci come demarcatore di classe*. La teoria di Bourdieu intende porsi a eguale distanza sia dall'illusione *oggettivista*, che considera le strutture sociali autonome che si impongono sugli attori sociali, senza tener conto dell'esperienza e dall'agire degli attori sociali; sia dall'illusione *soggettivista* che attribuisce agli individui un'autonomia assoluta, senza tener conto dei condizionamenti materiali e culturali che delimitano l'agire dell'individuo. In questa visione non dualistica tra dimensione oggettiva e dimensione soggettiva sta il *costruttivismo strutturalista* di Bourdieu.

"Per strutturalismo o strutturalista, intendo dire che esistono nel mondo sociale, delle strutture oggettive indipendenti dalla coscienza e dalla volontà degli individui sociali, le quali sono capaci di orientare o costringere le loro pratiche e rappresentazioni. Per costruttivismo intendo dire che c'è una genesi sociale, da un lato degli schemi di percezione, di pensiero e di azione che sono costitutivi di ciò che definisco *habitus* e dall'altro lato delle strutture sociali, e in particolare di ciò che chiamo campi"<sup>15</sup>.

Nel rapporto-relazione tra i due stati del sociale "oggettivo-soggettivo", sta il principio dell'azione storica. "Essa non risiede né nella coscienza né nelle cose, ma nella relazione tra due stati del sociale: cioè la storia oggettivizzata nelle cose, sotto forma di istituzioni, e la storia incarnata nei corpi, sotto la forma di questo sistema di disposizioni durevoli che ho definito *habitus*".<sup>16</sup> Queste disposizioni durevoli sono venute formandosi nell'esperienza pratica della vita sociale e si presentano al tempo stesso, come determinazioni *strutturate*, in quanto risultato dell'agire storico e delle interrelazioni dei soggetti, e come dimensioni *strutturanti*, in quanto generano e organizzano le pratiche. *Habitus* sono le disposizioni inconscie, gli schemi classificatori, le preferenze date per scontate, per quanto riguarda la convenienza e validità del suo gusto per le merci e le pratiche culturali, arte, cibo, vacanze, *hobbies*, ecc. L'*habitus* si iscrive anche nel corpo, nelle sue forme, atteggiamenti, modi di camminare, di parlare, di proporsi agli altri. Questi due stati del sociale sono rappresentati dai concetti di *campo* e di *habitus*. Il primo è "la storia fatta cose"; il secondo è "la storia fatta corpi". Nell'incontro tra queste due modalità della storia sta il meccanismo principale di produzione del mondo sociale. Bourdieu ha posto qui il doppio movimento costruttivista di interiorizzazione dell'esteriore e di esteriorizzazione dell'interiore.

L'*habitus*, così definito, è un *meccanismo strutturante* che agisce dal di dentro degli individui, pur non essendo strettamente individuale, e rende possibile la regolarità e la prevedibilità della vita sociale. Prodotto dell'interiorizzazione delle strutture esterne, l'*habitus* reagisce alle sollecitazioni del campo in modo generalmente sistematico e coerente. In quanto creatore di comportamenti, strategie, adattamenti, innovazioni, seppur nei limiti delle strutture del campo, l'*habitus* è dotato di razionalità pratica e immanente a un determinato campo. L'*habitus* è la dimensione sedimentata, virtuale, situata al profondo del corpo e dell'individuo sociale. Gli stili di vita sono i prodotti sistematici degli *habitus*, che appaiono come *sistemi di segni forniti di una qualifica sociale*. (Tavola 2).

<sup>13</sup> P. Lazarsfeld, E. Katz, *L'influenza personale nelle comunicazioni di massa*, ERI, Torino, 1968. Si tratta della ricerca svolta sulle cause del mutamento delle abitudini di acquisto femminile di beni di consumo domestico, ma che ha aspetti significativi anche sulla formazione dei *lifestyles*.

<sup>14</sup> R. Lynd, H. Lynd, *Middletown. A study in contemporary American culture* (1937).

<sup>15</sup> P. Bourdieu, *Choses dites*, Minuit, Paris, 1987, p. 147.

<sup>16</sup> P. Bourdieu, *Leçon sur la leçon*, Minuit, Paris, 1982, p. 38.

Sempre in *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Bourdieu parla della nuova piccola borghesia come dei nuovi intellettuali:

*che stanno inventando un'arte di vivere che fornisce loro le giustificazioni e il prestigio dell'intellettuale al costo minimo: in nome della lotta contro i tabù e la liquidazione dei complessi essi adottano gli aspetti più superficiali e di più facile presa dello stile di vita intellettuale, maniere disinvolute, oltraggi sartoriali e cosmetici, pose ed atteggiamenti emancipati, applicando sistematicamente la disposizione coltivata verso la cultura emergente (cinema, fumetti, underground), fino alla vita quotidiana (l'arte di strada), la sfera personale (sessualità, cosmesi, educazione dei figli, tempo libero) ed esistenziale (la relazione con la natura, l'amore, la morte).*

In conclusione, il concetto di *habitus* risulta con qualche somiglianza con quello di interiorizzazione dei valori e dei modelli culturali di Parsons o di quello di tipizzazioni di Schutz e di Berger e Luckmann o con quello di stili di vita di altri autori. Ma, a ben considerare, la teoria di Bourdieu appare ancora connotata da elementi del determinismo strutturalista, poiché l'azione mantiene una posizione subordinata, limitandosi ad attualizzare schemi culturali oggettivati aventi le loro radici ultime nelle strutture di classe<sup>17</sup>.

## **2. Definizioni di stili di vita oltre i classici: Joffre Dumazedier e Anthony Giddens.**

Si è visto che il termine "stile di vita" in sociologia ha avuto il principale riferimento ai modi di vita caratterizzanti classi e gruppi sociali con *status specifici*. La definizione dei *lifestyles* quali strettamente dipendenti da stratificazione economica e dai consumi ha, forse per questo, impedito di applicarli anche nell'ambito dei comportamenti religiosi. Oggi, nel contesto della società contemporanea, constatiamo che il termine stile di vita connota sempre più l'individualità, l'espressione del sé, l'autocoscienza stilistica; e tutto ciò nell'intero campo dei *loisirs* (vestiti, musica, vacanze, cibo e bevande, casa e auto, sport, ecc.). La società e la cultura dei consumi si avvia ad essere sempre più una società senza gruppi con uno *status fisso*; una società, cioè, in cui l'irrelevanza delle divisioni sociali, sancisce la fine del sociale quale unico riferimento per interpretare gli stili di vita. Tutto ciò non preannuncia la morte del sociale o la perdita del reale; e nemmeno indica che la stilizzazione della vita, e quanto essa comporta, avvenga nei soli termini del valore di scambio, del consumo vistoso, del calcolo strumentale. Piuttosto, indica che lo stile di vita costituisce un progetto di vita con cui un individuo mostra la propria individualità, prescegliendo, proprio dentro l'universo dei consumi, quanto ritiene utile. La tendenza dei consumi di massa non alimenta, quindi, solo il grigio conformismo, ma anche il gioco delle differenze individuali. Ritorna qui l'osservazione di Simmel sulle funzioni di imitazione e di differenziazione degli stili di vita, di adesione nel gruppo e di distinzione individuale dai membri di altri gruppi. E ritorna l'interesse centrale di Simmel sul rapporto tra cultura oggettiva e cultura soggettiva: proprio nella metropoli in cui domina la cultura oggettiva, si ritrova la stilizzazione dell'interiorità con cui le persone tentano di esprimere la propria soggettività.

*2.1. I lifestyles come ambiti di loisirs.* E' stato il fondatore della sociologia del *loisir*, Joffre Dumazedier, a definire i *lifestyles* sia come modo personale secondo cui ciascuno organizza la vita quotidiana, sia come ambito e insieme di atteggiamenti attivi (comportamenti) propri di ogni gruppo e di ogni soggetto<sup>18</sup>. Secondo il sociologo francese, un *lifestyle* non si produce meccanicamente, ma si forma con una sua modalità di iniziazione comprendente la presa di coscienza di ciò che lo caratterizza e di ciò che esso comporta in termini di regole e di norme. In ciò anche un *lifestyle* richiede sforzo, autoeducazione, scelte. In alcuni casi, anzi, un *lifestyle* può rappresentare una nuova dimensione cognitivo-valoriale in un ambiente che ne è privo. Il contributo di Dumazedier, con i suoi studi teorici ed empirici, è innovativo proprio perché indica che è nella ricerca degli individui di un proprio stile di vita che i *loisirs* (noi diremo i *lifestyles*) acquistano un loro significato e indicano un loro sistema di valori. C'è in questo il riferimento all'ultima produzione di Dumazedier nella quale i *loisirs* sono le modalità e i contenuti del *loisir*, rappresentando in quanto tali ciò che altri definiscono *lifestyles*<sup>19</sup>.

L'indicazione di Dumazedier risulta significativa:

a) sia per l'analisi degli stili di vita in quei contesti nei quali la maggiore disponibilità di tempo libero, la crescita delle possibilità di scelta e il più generale fenomeno della "rivoluzione delle aspettative crescenti"

<sup>17</sup> Questa, per esempio, è l'interpretazione che ne dà Franco Crespi, *Manuale di sociologia della cultura*, Laterza, Roma, 2003, pp. 84.

<sup>18</sup> J. Dumazedier, *Vers une civilisation du loisir*, Ed. du Seuil, Paris, 1972, pp. 273 ss.

<sup>19</sup> Cfr. l'introduzione di M. Livolsi a J. Dumazedier, *Sociologia del tempo libero*, Franco Angeli, 1993.

aumentano la presa di coscienza e il gusto di molteplici modi di vivere; b) sia per l'interpretazione dei *lifestyles* quali indicatori e contenitori di una loro propria dimensione cognitivo-valoriale.

2.2. *La strutturazione dei lifestyles di Giddens.* La teoria di Antony Giddens si propone di tenere insieme sia l'elemento *attivo* proveniente dall'esperienza degli attori sociali, sia le dimensioni di *routinizzazione* e di *strutturazione* che influenzano i comportamenti individuali e collettivi<sup>20</sup>. In questo modello *duale* dei *lifestyles*, l'insieme dei prodotti e delle regole culturali (appartenenze, educazione, conoscenze, tecniche, ecc.) viene considerato come *risorsa*, cui gli attori sociali attingono automaticamente (*routines*), sia per rispondere in maniera creativa ad eventi imprevisti. I *lifestyles* di un individuo risultano quindi sia quale forma di azione e trasformazione delle condizioni di vita dell'individuo sia quale risultato delle stesse condizioni di vita<sup>21</sup>.

Secondo il sociologo inglese, la costituzione dei *lifestyles* deriva da quattro fattori.

1) In un contesto post-tradizionale l'individuo deve scegliere fra molteplici alternative; e, a volte, quando le alternative tradizionali sono venute meno è l'individuo stesso a dovere inventarne delle proprie.

2) L'individuo vive oggi nel contesto che Berger chiama "pluralizzazione dei mondi di vita"<sup>22</sup>. Ogni ambito di vita è segmentato e differenziato. I *lifestyles* sono espressione e, a volte, conseguenze, di diversi ambienti o luoghi. La loro trasformazione è, in altri casi, una modalità di risoluzione della dissonanza cognitiva in cui si trova un individuo o gruppo. Infatti nel corso stesso della vita possono prodursi *lifestyles* differenti a secondo del contesto in cui si vive. Giddens definisce *settori dello stile di vita* questi segmenti di attività spazio-temporali delle attività complessive di un individuo.

3) I *lifestyles* si moltiplicano nel contesto di maggiore incertezza. Il dubbio metodico delle società contemporanee assegna a tutto (individui e istituzioni) una fiducia condizionata "fino a nuovo avviso". "I sistemi astratti che penetrano così tanto la vita quotidiana, offrono normalmente possibilità multiple piuttosto che linee di guida fissate o ricette di azione" (p. 98).

4) Ad influenzare il pluralismo di scelte e di *lifestyles* è anche il prevalere dell'esperienza mass-mediatica. Specie i media elettronici alterano la "geografia situazionale" della vita sociale, producendo sempre nuove cose in comune e nuove differenze. Come risultato di ciò, anche la tradizionale connessione tra "ambiente fisico" e "situazione sociale" è stata scalzata<sup>23</sup>.

Come si nota, in Giddens e altri autori recenti, molti elementi analitici si riferiscono sia all'identità che ai *lifestyles*<sup>24</sup>. Si può indicare dunque nell'identità la dimensione statica e nei *lifestyles* la dimensione dinamica. Ci sono fasi biografiche, quali quelle dell'adolescenza o della prima età adulta, in cui la scelta di un *lifestyle* distintivo dà la possibilità di indicare il proprio *in-group* contrapposto all' *out-group*. Il caso delle donne che, non appena apprendono di attendere un figlio, adottano uno stile di vita adatto alla nuova condizione (vestito, alimentazione, organizzazione oraria della giornata, atteggiamenti, ecc), conferma l'interpretazione dei *lifestyles* anche come riti di passaggio, attraverso cui l'individuo si separa da..., va oltre a... (liminalità), si aggrega a...

### 3. *Stili di vita: le applicazioni in sociologia della religione*

<sup>20</sup> Si veda in particolare A. Giddens, *Modernity and Self-Identity*, Polity Press, London, 1991.

<sup>21</sup> Questo principio è la tesi di un'opera classica sullo stile. A. L. Kroeber in *Style and Civilizations* scriveva: "In un senso gli uomini producono lo stile; nell'altro essi ne sono il prodotto". Questa frase è messa a esergo dell'opera di Kroeber che definiva lo stile come tendenza "super-organica" della cultura. Le grandi civiltà si caratterizzano per "super-stili", "stili di stili" o "stili di vita totale".

<sup>22</sup> E' stato soprattutto il volume di P. Berger, *The Homeless Mind*, a mettere l'accento sulla *pluralizzazione* delle sfere della vita, e delle possibilità di biografia, che caratterizza il soggetto moderno. Cfr. P. L. Berger, B. Berger, H. Kellner, *The Homeless Mind*, Penguin Books, Harmondsworth, 1973.

<sup>23</sup> Tutti i modelli fenomenologici hanno apportato significativi contributi per la chiarificazione dei rapporti tra complessità sociale e complessità soggettiva, ad iniziare dalle "realità multiple" soggettive di Schütz, cioè "ordini di realtà in contrasto e concorrenza l'uno con l'altro: (...) vita quotidiana, mondo della nostra fantasia, dell'arte, della scienza, ecc.". Tutte le esperienze nell'ambito di ognuno di questi mondi costituiscono "province finite di significato", ognuna delle quali ha il suo particolare *lifestyle*. Cfr. l'*enclave* degli stili di vita di R. N. Bellah e altri, *Le abitudini del cuore. Individualismo e impegno nella società complessa*, Armando Editore, Roma, 1996, pp. 99 ss.

<sup>24</sup> Alcuni autori, riferendosi a Maslow e a Inglehart, utilizzano la tipologia di *having* (ambito che orienta la scelta degli stili di vita materialità), *being* (ambito della autorealizzazione), *loving* (ambito della relazionalità) come ambiti valoriali che orientano in diversa misura gli stili di vita. Ognuno dei tre ambiti muta fortemente in rapporto alle caratteristiche strutturali e socio-culturali dei singoli individui e dei gruppi di appartenenza o di riferimento.



Sulla base della schematica ricostruzione delle pagine precedenti, si possono indicare alcuni elementi per verificare quanto il concetto di *lifestyle* possa rappresentare una categoria analitica di qualche interesse anche per la ricerca sulle forme di appartenenza, di partecipazione e di espressione della vita religiosa. L'interesse è di definire e interpretare i comportamenti religiosi quali *lifestyles*<sup>25</sup>. Non si tratta solo di innovazione linguistica o evocativa, anziché parlare di modi di vita o profili di comportamento. A ben pensare tale innovazione è già avvenuta. Il concetto è già stato impiegato, per esempio, all'interno del modello gramsciano di religiosità popolare, in cui gli stili di vita dipendevano e indicavano la posizione di classe, la stratificazione sociale o la posizione di ceto<sup>26</sup>. La religiosità popolare è stata il caso più esemplare di come un insieme di stili di vita religiosa dipendesse dalla posizione di classe. L'innovazione del modello di Gramsci al *corpus* marxiano, a proposito della relativa autonomia della religiosità popolare, ne è una riprova *a contrariis*.

Oggi, in cui è unanimemente accolto il principio secondo cui gli stili di vita dipendono non più solo da stratificazione economico-sociale e da posizioni ascritte, ma da altri fattori conseguenti alla società complessa e alla società dei consumi, si può ipotizzare che pure i comportamenti religiosi si configurino in alcuni casi come *lifestyles*, cioè come comportamenti non più dipendenti dalla classe o da appartenenze ascritte, ma da altri fattori tipici delle società caratterizzate dal numero massimo di contingenze (cioè dalla complessità sociale). Per i ricercatori, così come già si è fatto per l'analisi delle identità, si tratta ora di sperimentare modelli analitici adeguati per l'analisi di tali tipi comportamenti riprodotti per imitazione, consonanza e vicinanza orizzontale.

Presenterò al punto 3.1. alcuni elementi significativi per l'elaborazione di un modello analitico; elencando poi al punto 3.2. i campi di possibili ricerche empiriche.

**3.1) Il modello analitico.** Questo modello analitico prende spunto, ancora una volta, da un classico; cioè dai concetti diltheyani (apparentemente distanti) di *Erlebnis* e di *Erfahrung*<sup>27</sup>. L'inserimento di Wilhelm Dilthey nella sociologia contemporanea è merito sia di quegli studiosi (Heidegger, Husserl,..) che hanno visto nel suo pensiero una delle fonti della problematica esistenzialista, sia delle opere di sociologi quali Simmel, Max Weber, Troeltsch e altri. La radice del pensiero diltheyano va ricercata, come scrive Pietro Rossi nella introduzione all'opera principale di Dilthey, *Critica della ragione storica*, nel soffio della cultura moderna. In verità in Dilthey si ritrova una delle prime costruzioni tipologiche differenzianti di ciò che Weber chiamerà poi società tradizionale e società moderna. Paolo Jedlowski ha riproposto di recente i concetti di *Erlebnis* e di *Erfahrung*, componendoli come in una tipologia<sup>28</sup>, nella quale *Erlebnis* indica "esperienza nella sua immediatezza e singolarità"; *Erfahrung* indica "esperienza in quanto elaborazione, esercizio e acquisizione di capacità".

*Erfahrung* è l'accumulazione delle esperienze, cioè l'esperienza oggettivata. E' ciò che permane nel movimento, "è un passato presente, i cui eventi sono stati conglobati e possono essere ricordati"<sup>29</sup>. La parola deriva dal verbo *Erfahren*: passare attraverso. *Erfahrung* è una tradizione che si dilata nel tempo; è un processo in cui la memoria è attiva come facoltà di connettere i diversi vissuti in una continuità dotata di senso. L'*Erfahrung* è possibile solo quando esiste un'esperienza accumulata, che aiuta l'individuo nel corso della vita. Essa è una dote che si sedimenta lentamente e i cui portatori in passato erano per eccellenza i vecchi. I contenuti del passato individuale si congiungono con quelli del passato collettivo. Quando questa esperienza viene schiacciata nel presente, perché il passato non insegna più nulla, allora essa si rivolge all'*Erlebnis*, al senso singolare, alla consumazione dell'esperienza immediata

*Erlebnis* è l'esperienza vissuta e immediata; è il contenuto puntuale della coscienza; è "essere in vita (*leben*) mentre una cosa succede". E' un atto puntuale della coscienza, un vivido esserci. L'*Erlebnis*, è sempre un fatto soggettivo; in esso non c'è nessuna "memoria collettiva" a cui l'individuo si ricongiunga. La memoria dell'*Erlebnis* non cresce nell'*humus* della memoria collettiva. L'*Erlebnis* è tipica delle generazioni

<sup>25</sup> Continuo a utilizzare il termine *lifestyles*, anziché stili di vita o *way of life* o profili, o tipi, poiché definisce più adeguatamente il tipo di comportamenti e di atteggiamenti di cui si tratta in questo *paper*.

<sup>26</sup> Si è già notato come la stessa opera di Weber sui rapporti tra etica calvinista e capitalismo riproponga il più generale rapporto tra condizione economica e modelli di vita e di comportamento.

<sup>27</sup> Cfr. W. Dilthey, *La critica della ragione storica*, Einaudi, Torino, 1954.

<sup>28</sup> Cfr. P. Jedlowski, *Memoria, esperienza e modernità. Memorie e società nel XX secolo*, FrancoAngeli, Milano, 2002; *Il sapere dell'esperienza*, il Saggiatore, Milano 1994.

<sup>29</sup> R. Koselleck, *Futuro passato*, Marietti, Genova, 1986, p. 304.

dei giovani che si trovano a vivere in situazioni in cui i contenuti della cultura disponibile sono costantemente resi privi di significato dal mutamento<sup>30</sup>.

La parola *Erfahrung* è più antica di *Erlebnis*; e la storia delle due parole è significativa della storia in generale. L'*Erfahrung* diventa sempre meno rilevante con la modernità, la quale, appunto, fa venir meno le condizioni storiche che la rendevano possibile. L'atrofia della modernità di cui scrive Walter Benjamin si riferisce all'*Erfahrung* intesa come tradizione lunga, come memoria, come passato sintetizzato e reso disponibile per il presente<sup>31</sup>. Un tempo tutto ciò avveniva con il sostegno non solo dell'abitudine, ma anche di un ordine simbolico garantito da un sistema rituale.

“ *L'Erfahrung è possibile solo quando esiste un'esperienza accumulabile, che si sedimenta lentamente con il tempo, che aiuta nel viaggio della vita. Quando questa esperienza viene schiacciata sul presente, perché il passato non insegna più nulla o perché l'allargarsi dell'orizzonte delle aspettative restringe lo spazio dell'esperienza, allora si punta all'Erlebnis, al godimento immediato del senso, alla consumazione dell'esperienza in una sorta di rapido flash, allora si ha fame di esperienze*”<sup>32</sup>.

La nozione di modernità nasce nel momento storico in cui un'epoca si riconosce nel mutamento come regola. La modernità abbrevia gli spazi dell'esperienza, li priva della loro stabilità, e in tal modo mette continuamente in gioco nuovi elementi ignoti; così, a causa della complessità di questi fattori sconosciuti, persino il presente si sottrae alla nostra esperienza<sup>33</sup>.

Nel campo dei fenomeni religiosi recenti in Occidente, un particolare *turning point* tra *Erlebnis* ed *Erfahrung* è avvenuto nei decenni dopo il 1960 (Concilio Vaticano II e contestazioni del '68). E' in quel periodo di modernizzazione accelerata che è avvenuto, in riferimento alla Chiesa cattolica, il tramonto della centralità della parrocchia tradizionale, che, aldilà della partecipazione effettiva, continuava a tener viva la *tradizione lunga* cattolica in cui tutti si riconoscevano. Molte ricerche hanno documentato la successiva proliferazione di nuove forme di appartenenza, di credenza, di pratica, di valori, di interessi e di gusti religiosi o spirituali, riconducibili a una crescente pluralizzazione di modelli religiosi.

Una ricerca specifica potrebbe documentare questa conclusione sia sulla base dei dati di ricerche condotte in Italia, sia sulla base delle categorie introdotte dai ricercatori: “religione implicita”, “religione diffusa”, “religione dello scenario”, “forme multiple del pluralismo”, nuove religiosità e spiritualità, ecc.<sup>34</sup>. Il tutto potrebbe indicare la presenza di *lifestyles* religiosi indipendenti non solo dallo status socio-economico, ma anche dalla personale appartenenza religiosa primaria/istituzionale dei singoli individui. In questa accezione i *lifestyles* sono fonti di identità e codici simbolici *autonomi* di identificazione in un gruppo o movimento (*autonomi* perchè non dipendenti *necessariamente* dalla dimensione cognitivo-valoriale originaria e fondante il gruppo o movimento). Del resto l'identità stessa degli individui non dipende più unicamente dalla professione e dall'occupazione, ma risulta essere sempre più costruita attivamente sulla base di risorse culturali e simboliche autonome.

Un primo tentativo di interpretare le forme religiose (appartenenze e comportamenti) in relazione a tradizioni religiose di *lunga memoria* o di *breve memoria* si può ritrovare in *Religione e memoria* di Danièle Hervieu-Léger<sup>35</sup>. Il religioso è definito in riferimento all'autorità legittimata della tradizione:

“La religione è un dispositivo ideologico, pratico e simbolico mediante il quale si forma, si mantiene, si sviluppa e si controlla la coscienza (individuale e collettiva) dell'appartenenza a una discendenza credente specifica” (p. 129). Ogni comportamento religioso consiste nel sapersi generato, nel credere come altri prima di noi hanno creduto, nel riconoscere di appartenere a una lunga tradizione. Una tradizione religiosa lunga è un fatto di accumulazione, nella vita privata come in quella collettiva, non tanto di singoli dati, ma di un passato sintetizzato e reso disponibile.

Una fase centrale nel tramonto delle tradizioni lunghe è stato l'avvento di ciò che oggi si chiama “modernità psicologica”, “che implica la rimessa in questione, in nome dell'autonomia dell'individuo e dei

<sup>30</sup> Questa situazione è quella interpretata da P. Berger e T. Luckmann nei termini di “pluralismo cognitivo” in *La realtà come costruzione sociale*, il Mulino, Bologna, 1966, pp. 140 ss.

<sup>31</sup> Cfr. W. Benjamin, *Angelus novus*, Einaudi, Torino, 1962.

<sup>32</sup> R. Bodei, “*Erfahrung/Erlebnis*. Esperienza come viaggio, esperienza come vita”, in V. E. Russo (a cura di), *La questione dell'esperienza*, Ponte alle Grazie, Firenze, 1991, p. 114.

<sup>33</sup> Cfr. R. Koselleck, *Futuro passato*, op. cit., pp. 25-26.

<sup>34</sup> Si fa qui riferimento ad alcuni degli studiosi italiani che in numerose ricerche hanno documentato queste trasformazioni della vita religiosa in Italia: S. Abruzzese, S. Allievi, C. Canta, A. Castegnaro, C. Cesareo, R. Cipriani, F. D'Agostino, I. De Sandre, G. Di Gennaro, L. Diotallevi, F. Garelli, G. Giordan, G. Guizzardi, R. Guolo, C. Lanzetti, P. Lucà Trombetta, S. Martelli, A. Nesti, V. Orlando, E. Pace e altri.

<sup>35</sup> D. Hervieu-Léger, *Religione e memoria*, il Mulino, Bologna, 1996.

diritti imprescrittibili della soggettività, di tutte le autorità che pretendono di imporre una norma alle coscienze e ai comportamenti. E' il crollo dell'*immaginario della continuità*, che costituiva l'armatura simbolica di quella civiltà. Per secoli, la parrocchia è stata la *società di memoria* per eccellenza<sup>36</sup>. La Léger elenca peraltro tre effetti imprevisi in questa fase di scomparsa della tradizione:

1) oggi è la forza creativa della tradizione "che motiva il cambiamento attraverso l'invocazione della modernità"; 2) oggi "l'affermazione dell'autonomia individuale che mina l'autorità della tradizione fa paradossalmente rinascere (sotto nuove forme) il bisogno di fare riferimento alla sicurezza di un'autorità"; 3) oggi, quando le moderne ricomposizioni di senso avvengono senza rifarsi a una tradizione collettiva, producono "memorie di sostituzione", disseminate, parcellari, multiple, ma sufficienti a produrre una identificazione collettiva ridotta, ma sufficiente per la creazione di un legame sociale.

Che cosa avviene nelle situazioni in cui la religione "ha la memoria in briciole"<sup>37</sup>? Cioè quando avviene l'atrofia delle tradizioni religiose lunghe?

E' in questo contesto che si riproducono *lifestyles* religiosi quali comportamenti religiosi basati su *tradizioni religiose corte*. Se l'identità è la definizione che un individuo dà di sé nel tempo, sulla base di una dimensione cognitiva-valoriale in cui si riconosce (cioè in una tradizione storica, etnica, ideologica, religiosa), i *lifestyles* religiosi sono "senza memoria", poiché sono basati su "tradizioni corte"; comprendono, cioè, un insieme di comportamenti e di atteggiamenti basati su simboli più immediati, finalizzati a manifestare agli altri tratti di maggiore visibilità<sup>38</sup>. Il *misticismo* di cui tratta Robert N. Bellah in *Le abitudini del cuore*, ha riferimenti a quanto detto là dove esso è indicato come la sensibilità più appropriata alla nostra società. "Il misticismo è privo di ogni efficace disciplina sociale (...) per il suo individualismo religioso radicale (...). Molta della freschezza e della vitalità della religione americana la si può trovare nelle forme della *nuova sensibilità*. La sua volatilità e debolezza intrinseca, la sua estrema debolezza nell'organizzazione sociale e politica<sup>39</sup>.

**3.2) I campi di ricerca empirica sui lifestyles religiosi.** Con riferimento al modello analitico indicato, si possono indicare quattro tipi di ricerche empiriche che si basano sull'ipotesi che ci siano oggi *lifestyles religiosi* (comportamenti e pratiche, partecipazione, coinvolgimento nelle credenze, identità dichiarata) anche all'interno delle istituzioni religiose. Si tratta quindi di analizzare *lifestyles* religiosi indipendenti non solo dallo status socio-economico, ma anche dalla personale appartenenza religiosa primaria/istituzionale dei singoli individui. *Lifestyles*, quindi, come fonti di identità e come codici simbolici *autonomi* di identificazione in un gruppo o movimento o chiesa (*autonomi*, cioè non dipendenti *necessariamente* dalla dimensione cognitivo-valoriale originaria e fondante il gruppo o movimento). Si tratta di analizzare questi *lifestyles*, quali variabili indipendenti. Del resto l'identità stessa degli individui non è più dipendente unicamente dalla professione e dall'occupazione, ma risulta sempre più costruita attivamente sulla base di risorse culturali e simboliche autonome. Esemplicativamente, i campi di ricerca in cui ricercare *lifestyles* così definiti sono quelli delle spiritualità, dei nuovi movimenti religiosi, della partecipazione ai grandi eventi, delle forme di militanza cattolica.

### 3.2.1.) *Lifestyles nelle spiritualità.*

Il concetto di spiritualità definisce, all'interno di ogni religione, un insieme di elementi, valori, sensibilità, linguaggi, interessi, atteggiamenti, forme comunitarie peculiari di particolari gruppi e individui. Ogni spiritualità, cioè, ha un suo stile. Lo stile, nella definizione generale, riguarda i modi con cui le collettività singolarizzano i valori, i ritmi e le forme della loro vita, oltre che i modi di essere e di fare. Lo stile rinvia perciò a sistemi di percezioni, rappresentazioni di significato, espressioni simboliche. Nella definizione ed evoluzione dello stile entrano elementi diversi che sono rintracciabili anche nelle spiritualità: la moda, l'evoluzione tecnica, le differenziazioni sociali, le migrazioni, le riproduzioni identitarie. Per questo anche

<sup>36</sup> Ibidem, pp. 205-206.

<sup>37</sup> Ibidem, p. 197.

<sup>38</sup> Cfr. D. Hervieu-Léger in *Il pellegrino e il convertito. La religione in movimento*, il Mulino, Bologna, 2003, individua tra i giovani sei percorsi individuali di identificazione con il cristianesimo. Si tratta di percorsi che, per quanto riguarda il loro modo di riproduzione, hanno tratti comuni con il concetto di *lifestyle*. "I sei tipi (cristianesimo affettivo, cristianesimo patrimoniale, cristianesimo umanitario, cristianesimo politico, cristianesimo umanista, cristianesimo estetico) non sfociano automaticamente nell'affermazione di un'identità conforme ai criteri richiesti dall'istituzione ecclesiastica e neppure in un'integrazione comunitaria capace di garantire la stabilizzazione definitiva dei riferimenti religiosi cui gli interessati hanno fatto ricorso" (p.65-66).

<sup>39</sup> Cfr. R. N. Bellah e altri, *Le abitudini del cuore*, op. cit. pp. 309 ss.

gli stili delle spiritualità non sono un insieme immobile e immutabile di comportamenti e di simboli che si riproduce uguale di generazione in generazione.

Gli stili delle spiritualità, quali insiemi di caratteri distintivi, hanno la funzione di conferire a chi li adotta un valore segnaletico dal punto di vista delle identità, degli status, delle posizioni sociali; il tutto valido per luoghi, situazioni e tempi determinati. Essi sono riconoscibili per differenza e contrasto sia da chi li adotta sia da chi li osserva dall'esterno. All'interno della chiesa cattolica, le spiritualità sono state, in passato, "vie di eccellenza" per pochi, spiritualità attive e spiritualità contemplative, *spiritual way of live*.

Nell'attuale contesto, le spiritualità si sono moltiplicate, a volte caoticamente, in tante forme quante sono le disposizioni e gli interessi religiosi individuali e quante sono le nuove situazioni coinvolgenti la *trascendenza* (bisogni di sacro, di religiosità, di morale), l'*etica* (manipolazioni genetiche, sessualità, malattia, ambiente, diversità etniche, etc.), il *sociale* (prevalenza dell'ego individualistico ed egoistico). Esisterebbero spiritualità: *new ager*, esoteriche, magiche, spiritiche, astrologiche, terapeutiche, "spiritualità del dimorare", "spiritualità della ricerca", "ricerca del sé profondo", "ricerca della sintonia con se stessi". Non solo sociologi, ma anche filosofi hanno analizzato questa fase storica della "volatilizzazione" delle spiritualità senza credo e senza chiesa. Slavoj Zizek ha analizzato stili di vita apparentemente atei e secolari, quando incontrano contesti quali il misticismo di internet e del consumismo, mostrando come tutte queste credenze, spesso inconse, siano molto più vicine al religioso di quanto si potrebbe immaginare<sup>40</sup>.

Qui si ipotizza che il dato nuovo di questa fase delle spiritualità sia, oltre il loro moltiplicarsi, anche il loro riprodursi sulla base di tradizioni corte, per via di consonanza immediata e di *mimesis*; cioè nella forma di *lifestyles*. Spiritualità con poche regole collettive e molte scelte collettive. Il *lifestyle* delle spiritualità, come tutte le mode, diventa "oggettivo", "a disposizione" di chi lo adotta, il quale ne fa un uso proprio e lo connota di significati e funzioni personali, indipendentemente dalla dimensione cognitivo-valoriale originaria. Simmel, con analogia al suo tema centrale di cultura oggettiva e cultura soggettiva, individuerebbe nella modernità anche una "oggettività dello stile" nelle spiritualità.

L'"oggettività dello stile" nelle spiritualità, cioè la presenza dei *lifestyles* nelle spiritualità, è il primo campo in cui la ricerca può verificare come aderiscono, come partecipano, come si identificano gli appartenenti alle spiritualità. Cioè, quanto la partecipazione è conseguente alla condivisione di una specifica dimensione cognitivo-valoriale (dimensione verticale) e quanto invece è solo effetto di riproduzione di *lifestyles* da altri *lifestyles* (dimensione orizzontale). L'oggettività e impersonalità delle spiritualità ne consentono il loro adattamento al maggior numero di persone. Questo è l'andamento stesso della moda; anche Simmel considerava lo stile e la moda quali "equivalenti funzionali", poiché entrambi svolgono funzioni di individualizzazione e di socializzazione.

Il rapporto tra religione e spiritualità, secondo alcuni sociologi recenti, è appunto tra comportamenti legittimati da istituzioni religiose e comportamenti legittimati individualmente o dalla consonanza con altri comportamenti (*lifestyles*)<sup>41</sup>. Non è da dimenticare l'ipotesi secondo cui *lifestyles* di individui appartenenti a un gruppo religioso possano riferirsi a una dimensione cognitivo-valoriale appartenente ad altro gruppo o tradizione. E' questo il più generale interesse della sociologia della religione che analizza le molteplici forme di regimi di validazione, di istanze di validazione e di criteri di validazione<sup>42</sup>.

Le spiritualità, si è detto, sono state in tutte le religioni delle "tradizioni lunghe", composte di valori, conoscenze, norme di comportamento, linguaggi, simboli, organizzazione di lavoro. Se ne fa parte attraverso un lungo processo di socializzazione o di conversione improvvisa e radicale. Ma si può scegliere una spiritualità anche per elementi più esteriori e immediati, cioè per una "tradizione corta". Si può pensare che nel XIII secolo qualche fraticello abbia seguito Francesco non per la rivoluzione valoriale che il santo di Assisi annunciava, ma per i modi con cui viveva: in fraterna compagnia, viaggiando tra le selve, vestendo semplicemente, fondando conventi nei luoghi più suggestivi delle valli aretine, ecc. Questo è il concetto di "tradizione corta"; e questo tipo di adesione è ciò che qui si definisce *lifestyle*. Tutto ciò non nega che la "tradizione corta" possa trasformarsi in "tradizione lunga", cioè che un *lifestyle* possa arricchirsi di elementi di normatività e di universalità, trasformandosi in qualcosa che non ha solo senso per il singolo, ma per tutti (secondo il processo di oggettivazione di P. Berger).

Indicatori di *lifestyles-spiritualità*:

- adesione con motivazioni primarie e immediate a simboli e distintivi particolari, rituali, linguaggi, stili musicali, senso del *noi*;

<sup>40</sup> Slavoj Zizek, *Credere*, Meltemi editore, Roma, 2005.

<sup>41</sup> Si tratta in particolare dei sociologi statunitensi W. C. Roof e R. Wuthnow recentemente introdotti in Italia da G. Giordan in *Tra religione e spiritualità*, FrancoAngeli, Milano, 2006.

<sup>42</sup> Cfr. D. Hervieu-Léger, *Il pellegrino e il convertito*, op. cit. pp. 147-158.

- consumi di tipo religioso, (simboli, musica, letture, partecipazione a eventi e iniziative che assumono la funzione di *status symbol* e mezzo simbolico di inclusione);
- adesione spontanea e immediata attraverso la conoscenza di persone;
- scelte individuali di tipo espressivo-comunicativo. E' vero che tali tipi di scelte non sono solo tipiche della società contemporanea; ma dagli anni 1960 gruppi e movimenti, soprattutto nella cultura giovanile, si sono moltiplicate e succedute rapidamente.

### 3.2.2.) *Lifestyles nei nuovi movimenti religiosi.*

Un secondo campo empirico in cui si può ipotizzare che molti comportamenti degli individui avvengano nella forma di *lifestyles* è quello dei nuovi movimenti religiosi. Alcuni movimenti organizzano la loro azione promozionale e di avvicinamento ai nuovi adepti più per proporre comportamenti, simboli, rituali quotidiani, linguaggi (cioè un peculiare stile nel vestire, nella musica, nell'organizzare la festa, segni distintivi evocanti l'oriente, il cristianesimo nascente, la cultura celtica, la fantascienza, ecc.), che per richiedere una immediata adesione alla loro dimensione cognitivo-valoriale.

Un caso significativo si ha con i *Bambini di Dio*, il movimento che si considera erede della *Jesus Revolution* e dei gruppi *hippies* nati in California attorno al pastore pentecostale David Berg (Moses David). La più controversa delle pratiche dei *Bambini di Dio* è il *flirty fishing* (pesca amorosa). Le giovani adepti vengono invitate a servirsi di tale "strumenti di missione" quale forma di iniziazione, di introduzione nel movimento. La letteratura interna al movimento tratta di tale forma di iniziazione, arricchendola di motivazioni, di modalità e di tecniche, con la convinzione che il nuovo adepto una volta entrato nel movimento con alcuni comportamenti, ne acquisirà poi lo spirito. Molte testimonianze indicano che le discepoli di Moses David erano convinte di vivere una genuina (anche se a volte drammatica) esperienza di sacrificio spirituale per la causa.

Presentazione di tre ricerche condotte su nuovi movimenti religiosi: Maurice Duval, *Un ethnologue au Mandarom. Enquête à l'intérieur d'une «secte»*, PUF, Paris, 2002; William Sims Bainbridge, *Setta satanica*, Sugarco, Varese, 1992; Luigi Berzano, *Damanhur. Popolo e comunità*, Elledici, Torino, 2000. In tutti i movimenti analizzati si rileva quanto indicato da Simmel: nel crescente mercato di *lifestyles* il singolo *lifestyle* si separa dal suo contenuto (cioè dalla sua specifica dimensione cognitivo-valoriale) e diventa oggettivo come le mode. I neofiti nei movimenti analizzati spesso adottano uno stile di vita connotandolo di significati e valori personali, facendone un uso proprio.

### 3.2.3.) *Lifestyles nei grandi eventi*

Il terzo campo di ricerca è relativo ai grandi eventi religiosi: Giornate Mondiali della Gioventù, raduni di Taizè, *happening* spirituali, incontri nei luoghi del neo-monachesimo (Bose, Sermig, ecc). In tutti questi eventi prevalgono rituali di festa e condivisione di grandi masse, esperienze estetiche nella musica, nei linguaggi e nelle forme organizzative. Si può ipotizzare che in essi le forme prevalenti di agire siano del tipo *lifestyles*: forme di partecipazione per ragioni orizzontali, cioè, per vicinanza e per *mimesis*, più che per condivisione della stessa dimensione cognitivo-valoriale. Tale forma di partecipazione è necessariamente limitata ad ambiti e consumi che siano facilmente accessibili. Ma, in ogni caso, tale partecipazione rappresenta un'identità, passeggera, con cui i giovani si manifestano e "ci sono" anche loro, con la duplice funzione di identificazione e di distanziamento: la prima verso chi fa parte dell'evento; la seconda per chi lo osserva.

Una ricerca significativa al riguardo è stata condotta da F. Garelli e R. Ferrero Camoletto su le Giornate Mondiali della Gioventù volute dal papa Giovanni Paolo II<sup>43</sup>. La spiritualità delle GMG avrebbe contribuito a suscitare nel mondo cattolico una forma di mobilitazione che anche la tradizione protestante evangelica conosceva da qualche tempo con gli Incontri Europei Annuali di Taizè: quella dei grandi eventi nei quali la dimensione emozionale si accresce nella dinamica collettiva delle testimonianze, della condivisione dei "doni dello spirito", del "noi" vissuto e rappresentato. E' vero che proprio il mondo cattolico ha da sempre conosciuto le grandi mobilitazioni di massa dei Giubilei, del pellegrinaggi e delle processioni; ma ciò che è peculiare della GMG è la loro provvisorietà temporale e strutturale. Esse non richiedono necessariamente socializzazione duratura, continuità simbolica e fedeltà spirituale; il loro dato costitutivo è l'esperienza intensa, emozionale, totale nella situazione e nel tempo durante cui si svolgono<sup>44</sup>. In questo senso si potrebbe

<sup>43</sup> Si veda: Franco Garelli, Raffaella Ferrero Camoletto, *Una spiritualità in movimento. Le Giornate mondiali della Gioventù, da Roma a Toronto*, Ed. Messaggero Padova, Padova, 2003.

<sup>44</sup> Richiamando Durkheim, si può dire che in tali eventi costituiti di rituali, musica, canti, parole condivise si generano intensi sentimenti ed esperienze di eccitazione, "emozioni liquide". Questi *happening* musicali e momenti festivi, dagli

ipotizzare che anche in un sistema religioso basato, oltre che su istituzioni e movimenti formali, anche su *lifestyles* diffusi, si rigenererebbero messaggi, simboli e vita religiosa.

#### 3.2.4.) *Lifestyles nella militanza cattolica*

Il quarto campo di ricerca comprende l'analisi delle forme di partecipazione organizzata dentro la Chiesa cattolica nelle quali si ritiene prioritaria la loro riproduzione per imitazione da altri comportamenti. Il concetto di *lifestyle* lo si ritrova in quelle forme religiose caratterizzate dalla scomparsa progressiva della mediazione soggettiva; forme nelle quali i comportamenti religiosi si presentano come ripetizione di forme religiose oggettivate e socialmente condivise dal gruppo. Si considerino esemplificativamente i seguenti quattro casi di militanze religiose<sup>45</sup>.

a) Il concetto di "incontro" presso *Comunione e Liberazione*. I testi del fondatore don Giussani e le indicazioni date da membri di CL indicano che la prima forma di incontro è "con gli altri" ("tradizione corta"); è da questo incontro che può nascere in seguito l'incontro "con Gesù" ("tradizione lunga"). A chi partecipa all'annuale *Meeting di Rimini* si richiede per prima cosa che si socializzi "allo stile" di CL.

b) L'appartenenza a movimenti e gruppi cattolici di impegno sociale e pacifista (*Pax Christi, Beati Costruttori di Pace, Comunità di base, Noi siamo Chiesa*, ecc.) si caratterizza in alcuni membri, ancor prima che per scelte ideali e adesioni a grandi valori, per la loro adesione a simboli, parole-chiave, forme di incontri, presenza di amici.

c) Celebrazioni e vita rituale caratterizzate da stili estetici e musicali, ambienti culturali e atmosfere multiculturali. Come *participant observer* ho seguito gli incontri organizzati da una diocesi del Piemonte in preparazione alla *Agorà dei giovani italiani* e alla GMG di Sydney<sup>46</sup>. La finalità dei primi incontri (dichiarata tra gli animatori e i responsabili) era di socializzare i partecipanti alle forme di "stare in gruppo", del linguaggio, di coinvolgersi nelle attività e nella musica, nel vestire e nel muoversi, nel fare propri alcuni segni distintivi del grande evento. (indicatori: personalizzare la propria *home page* con foto significativa dell'evento, musica, magliette,...).

d) Analisi di una associazione (*Alleanza cattolica*) in cui si rilevano forme di appartenenza e di partecipazione sulla base di una dimensione cognitivo-valoriale presso i membri di prima generazione e forme di partecipazione di *lifestyles* presso i membri di seconda generazione.

*"Se capisco bene il concetto di lifestyle, direi che è una questione di atteggiamento. Lo stile di vita inteso come insieme di comportamenti orientati dal riferimento a un sistema di valori e norme può essere considerato più difficilmente percepibile e imitabile, a confronto di simboli più esteriori e manifesti. D'altronde anche coloro che adottano intenzionalmente uno specifico stile di vita, finalizzato a comunicare agli altri una particolare identità o appartenenza, focalizzano la loro attenzione sugli elementi che hanno maggiore visibilità. Tutto ciò non impedisce che un lifestyle religioso possa trasformarsi, nel tempo, riconoscendosi in quella che voi definite "tradizione lunga" e trasformandosi in un progetto di vita in cui l'individuo esprime la propria identità attraverso l'identificazione all'identità collettiva socialmente condivisa da tutta l'associazione" (Intervista).*

---

anni '60 in poi dopo il grande festival musicale di Woodstock, sono diventati più frequenti e di massa come nei recenti collegamenti transnazionali.

<sup>45</sup> Una pre-inchiesta è stata condotta da L. Berzano e C. Genova con gli studenti del corso di Sociologia dei movimenti sociali (Facoltà di Scienze Politiche di Torino, a.a. 2006-2007) su appartenenti a 18 movimenti religiosi cattolici di Torino (36 interviste qualitative).

<sup>46</sup> "Gli eventi saranno vissuti simultaneamente in tutte le diocesi: nelle piazze, nei santuari o nei "nuovi santuari" del nostro tempo (centri commerciali, stazioni, cinema, piazze, stadi, luoghi dell'emarginazione)...". (dal *Poster* in [www.agoradeigiovani.it](http://www.agoradeigiovani.it)).

Anche questa è una tendenza da verificare, soprattutto per capire quali effetti hanno sulle tradizioni lunghe i *lifestyles* che si riconoscono in esse<sup>47</sup>. Sono questi gli interessi di tutti gli approcci interazionistici che analizzano gli effetti sui sistemi che hanno i micro-comportamenti o gli stessi comportamenti devianti.

### **Conclusioni**

1. L'ipotesi di ricerca, che questo *paper* propone in una prima schematica formulazione, è che i *lifestyles*, anche di tipo religioso (comportamenti e pratiche, partecipazione, coinvolgimento nelle credenze, identità dichiarata, ecc.), possano essere analizzati come una variabile indipendente, diversamente dai modelli nei quali lo stile di vita è stato considerato variabile dipendente. In questo senso è utile usare il termine *lifestyle* anziché *modo di vita* o *modello di vita*. Questi ultimi riguardano più gli aspetti generali, ascritti e ascrivibili alla vita collettiva di un certo contesto, mentre il primo è prevalentemente performativo e riguarda scelte di singoli soggetti o gruppi sociali relative a comportamenti e identità.

2. Tale ipotesi si basa sul contributo di Simmel relativo a quanto detto sui rapporti tra cultura oggettiva e cultura soggettiva. L'intero stile di vita di una comunità e i *lifestyles* individuali dipendono dal rapporto tra cultura oggettivata (cioè incorporata in prodotti tecnici) e scelte dei soggetti. Anche la formazione, che un tempo era intesa quale valore personale, è ora limitata "ad una somma di conoscenze oggettive e di tipi di comportamento". In questo dissidio si misura gran parte della distanza che separa l'uomo moderno dall'esperienza tradizionale<sup>48</sup>. In questa dialettica tra vita individuale e forme oggettivate l'individualità è indebolita, ma non dissolta; ed è semmai il mondo oggettivo che subisce una svalutazione. La soggettività individuale trova nella *stilizzazione* la soluzione al problema esistenziale di conciliare gli atteggiamenti individuali con la totalità della cultura oggettivata. Di qui la riflessività del soggetto e il suo desiderio di *differenziarsi* e di *individuarsi* anche nel campo dell'identità e dei comportamenti religiosi. Alla religione si può applicare l'indicazione che Simmel applicava alla società moderna come una società del "non stile", ma "degli stili". E' la stessa dialettica tra bisogni di differenziazione e di identità tipici della società moderna.

3. La fenomenologia dei *lifestyles* nelle loro forme di adozione, di riproduzione e di trasformazione non avviene unicamente dall'interazione con altri *lifestyles*. Piuttosto, ci si riferisce qui al modello classico delle comunicazioni di massa del *two-step flow of communication* di Katz e Lazarsfeld, in cui compare la funzione mediatrice di varie forme di *leadership* primarie tra i mass-media e l'individuo: mass-media → leader d'opinione → pubblico. Nella fenomenologia dei *lifestyles* si individua la mediazione di *leadership* d'opinione di tipo orizzontale e molecolare ("tradizione corta") accanto a *leadership* di tipo verticale ("tradizione lunga"). Si pone qui l'interesse di descrivere quale dimensione cognitivo/valoriale si produce nella condizione di *lifestyles*, nella quale individui condividono con altri individui comportamenti e stili, senza con ciò, necessariamente, ricongiungersi e riconoscersi in una dimensione cognitivo-valoriale.

4. Fattori di influenza sui *lifestyles*: forte socializzazione primaria, gruppi di appartenenza e di riferimento, mass-media, consumi, la moda.

5. Ai vari fattori precedenti è da aggiungere uno ulteriore definibile come "estetizzazione della religione", che fa parte di una più generale tendenza di estetizzazione della vita quotidiana. Si tratta di un sentimento comune, già presente in passato, ma che oggi si presenta come *nuovo*, perché non si estende più a

---

<sup>47</sup> L'esperienza dei *lifestyles* che si riconoscono in una tradizione, restituisce alla stessa tradizione un valore diverso. P. Jedlowski nel citato *Il sapere dell'esperienza* scrive: "Nel riconoscere quello che io sono, non posso fare a meno di riconoscere il ruolo che la tradizione in cui sono cresciuto, per composita che possa essere, ha giocato nel dar forma alle mie predisposizioni. Non si tratta solo del fatto che la mia esperienza è in gran parte costituita da percezioni, significati e routine che io ho appreso all'interno di una cultura condivisa con altri. Si tratta anche del gusto con cui io so riconoscere certi tratti del mondo, della sensibilità che possiedo per certi fenomeni. Ripensiamo alle *logge* di Benjamin: ciascuno ha le sue. (...) Queste "cose" sono esattamente ciò che è "tradizione": collegano ciascuno a un tempo e a dei luoghi, a dei riti, parole, condotte, che appartengono a una cultura, e che connettono a loro volta a una storia più vasta, e più lunga di quella che un singolo possa mai avere" (pp. 189-190).

<sup>48</sup> La dissonanza della cultura moderna, annota Simmel, è causata in gran parte dal fatto che le cose diventano sempre più *colte*, mentre gli uomini sono sempre meno capaci di guadagnare dalla perfezione delle cose una perfezione della loro vita soggettiva.

singoli eventi e tempi particolari, ma si estende a tutta la realtà<sup>49</sup>. Questo clima non conduce all'eclissi del sacro; ma anzi riproduce nuove esperienze e sentimenti religiosi.

Già Simmel aveva indicato la crescita dell'estetizzazione della realtà, con la crescente importanza dello stile, delle mode, della pubblicità, della ricerca di esperienze e di sempre nuove tendenze *trendy*. Anche l'estetizzazione della religione mette oggi in primo piano l'importanza della forma e dello stile, delle nuove esperienze ed emozioni. Piuttosto che adottare irriflessivamente uno stile di vita religioso, attraverso la tradizione o l'abitudine, l'individuo si costruisce un proprio stile, per indicare in ciò la propria individualità e progettualità (*à la carte, bricolage*). All'interno della stessa religione cattolica, la tendenza di singoli o di gruppi a differenziarsi (come nel caso delle spiritualità) si accompagna però anche alla tendenza ad avere stili riconosciuti e legittimati. In questo, sta l'interesse della ricerca fenomenologica dei beni simbolici religiosi che compongono gli stili e i gusti; poiché anche la religione è un sistema in cui ogni elemento particolare (gruppi, fedeli, pratiche, credenze, esperienze, ecc) riceve il suo valore distintivo dal suo rapporto con gli altri elementi, soprattutto da quelli che autoritativamente hanno il potere di legittimarlo.

6. Un'ulteriore dimensione di analisi dei *lifestyles* è relativa al loro sviluppo da *Erlebnis* (tradizione corta) a *Erfahrung* (tradizione lunga); analisi di come un individuo risveglia per sé i contenuti (valori, significati) della memoria o tradizione lunga. Per l'individuo che intesse solo *lifestyles*, i significati/valori dormono.

Si danno qui due casi. In un primo caso i *lifestyles*, in alcune situazioni, possono identificarsi nei valori dell'istituzione della quale seguono i comportamenti. In un secondo caso i *lifestyles* generano una nuova e propria dimensione cognitivo-valoriale. Ma in quali forme e contesto; e con quali effetti sulla dimensione valoriale del gruppo di cui fanno parte? In questo secondo caso si nota come il perdurare di un *lifestyle* in un individuo favorisce il suo radicarsi. In ciò sta la centralità dell'*habitus* nella teoria di Bourdieu. Già nella filosofia scolastica di Tommaso d'Aquino l'*habitus* insisteva sull'aspetto strutturante del comportamento abituale, essendo – come indica la metafora della “piega” nel pensiero di Deleuze<sup>50</sup> oppure come indica “l'accumulazione intensiva di un certo genere di risorsa” di Berger e Luckmann<sup>51</sup> – un rafforzamento di una consuetudine stabilita.

Tra i vari ambiti di ricerca sul fenomeno dei *lifestyles* che si radicano e si trasformano (usando ancora la tipologia di questo *paper*) da “tradizione corta” a “tradizione lunga” si possono indicare, quali esempi, i due seguenti:

a) *Fenomeno dei born-again* in cui individui appartenenti, quanto a dimensione di *lifestyle* (tradizione corta), a una chiesa o gruppo religioso, in certe svolte biografiche si identificano fortemente (si convertono), alla stessa chiesa o gruppo religioso.

b) *Re-islamizzazione* in cui l'appartenenza all'islām si trasforma in singoli individui da *lifestyle* islamico ad appartenenza identitaria per scelta o adesione all'islām come “religione pubblica”. Ciò vale, in particolare, per gli emigranti provenienti da paesi di tradizione islamica per i quali, fuori dal loro contesto originario, l'islām deve essere rivissuto e ripensato. La ricostruzione del legame identitario avviene, anche in questo caso, attraverso un percorso in cui l'individuo transita da una appartenenza ascrittiva ad una appartenenza volontaria e soggettiva.

Luigi Berzano  
cell. 347-3201173  
[luigi.berzano@unito.it](mailto:luigi.berzano@unito.it)  
[luigi.berzano@tin.it](mailto:luigi.berzano@tin.it)

---

<sup>49</sup>J. Baudrillard in “The Beaubourg Effect: Implosion and deterrence”, (*October* 20, 1982, p. 10), descrive il Museo Beaubourg di Parigi come un grande “ipermercato della cultura” che attira le masse: “La gente vuole lasciarsi emozionare da ogni cosa, mangiare ogni cosa, toccare ogni cosa. Guardare, decifrare, studiare non presenta attrattiva. L'unico effetto di massa è quello del tatto, della manipolazione. Gli organizzatori (artisti e intellettuali) sono allarmati da questo impulso estetico incontrollabile (...) Non avevano percepito in anticipo questa fascinazione attiva e distruttiva, questa risposta originale e brutale al dono di una cultura incomprensibile, questa attrazione che ha tutta l'apparenza di uno scassinamento o del saccheggio di un santuario”.

<sup>50</sup> G. Deleuze, *Le plis*, Les Editions de Minuit, Paris, 1988.

<sup>51</sup> P. Berger, T. Luckmann, *La realtà come costruzione sociale*, op. cit. cap II.