

سیاست‌های سبک زندگی، به مثابه چارچوبی برای تبیین مسائل سیاسی-اجتماعی

قربانعلی سبکتکین‌ریزی^۱، زهرا حضرتی صومعه^۲، محمدرضا حیاتی‌مهر^۳*

۱- عضو گروه جامعه‌شناسی، واحد خوارزمی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

۲- عضو گروه جامعه‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۳- دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی سیاسی، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده

این مقاله به بررسی پدیده سیاست‌های سبک زندگی در عصر مدرن و پسامدرن می‌پردازد، رویکردی نوین به کنشگری سیاسی و اجتماعی که در آن انتخاب‌های روزمره زندگی به عرصه‌ای برای ابراز هویت، ارزش‌ها و تلاش برای تغییر مسائل زندگی اجتماعی تبدیل و به عنوان شکل نوینی از کنشگری سیاسی و اجتماعی ظهور کرده است. هدف اصلی مقاله، ارائه یک چارچوب نظری جامع برای درک نقش سیاست‌های سبک زندگی در ابعاد مختلف کنشگری، هویت اجتماعی و ارتباط آن با مسائل اجتماعی است. این مقاله از نوع پژوهش‌های نظری است، و تلاش دارد چارچوبی منسجم برای تحلیل این پدیده ارائه می‌دهد. داده‌های مورد نیاز از طریق مرور نظام‌مند ادبیات علمی موجود در حوزه سیاست‌های سبک زندگی و حوزه‌های مرتبط جمع‌آوری شده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که اولاً مفهوم سیاست‌های سبک زندگی مفهومی نوپدید در حوزه جامعه‌شناسی بوده و در ایران چارچوب مفهومی و نظری جدیدی را فرا روی پژوهشگران مسائل اجتماعی و سیاسی قرار می‌دهد. ثانیاً سیاست‌های سبک زندگی پدیده‌ای چندوجهی هستند که ابعاد فردی، جمعی، فرهنگی و سیاسی را در بر می‌گیرند. این نوع سیاست از انتخاب‌های فردی آغاز اما پتانسیل تبدیل شدن به کنش‌های جمعی و جنبش‌های اجتماعی را دربردارد. در نهایت اینکه سیاست‌های سبک زندگی با وجود اینکه امکان ایجاد تغییرات در سطوح مختلف (فردی، جمعی، ساختاری) را دارد؛ بعضاً با مسائلی مانند فردگرایی افراطی، مصرف‌گرایی و نابرابری اجتماعی مواجه است. فضای دیجیتال و رسانه‌های اجتماعی نیز به عرصه کلیدی این نوع کنشگری تبدیل شده که زمینه‌های بوجود آمدن فرصت‌ها و چالش‌های اجتماعی جدیدی را فراهم می‌کنند.

کلمات کلیدی: سیاست‌های سبک زندگی، هویت اجتماعی، فضای دیجیتال، مسائل اجتماعی، کنشگری غیرنهادی

مقدمه و بیان مسئله

در عصر کنونی، شاهد ظهور و گسترش پدیده‌ای هستیم که به طور فزاینده‌ای توجه محققان، فعالان اجتماعی و عموم مردم را به خود جلب کرده است: مفهوم سیاست های سبک زندگی که در مرزهای درهم تنیده حوزه شخصی و حوزه سیاسی شکل می‌گیرد، به مجموعه انتخاب ها، رفتارها و عادات روزمره افراد اشاره دارد که نه تنها زندگی فردی آنها را رقم می‌زند، بلکه به طور بالقوه دارای ابعاد سیاسی و اجتماعی گسترده‌تری نیز هست. از انتخاب روزمره گرفته تا نحوه مصرف و مشارکت در فعالیت های اجتماعی، سبک زندگی افراد به عرصه‌ای برای ابراز هویت، ارزش ها و دغدغه های سیاسی تبدیل شده است.

با وجود اهمیت روزافزون سیاست های سبک زندگی، هنوز ابهامات و سوالات مهمی در خصوص ماهیت، کارکرد و تاثیرگذاری آن وجود دارد. نخست، مفهوم «سیاست های سبک زندگی» خود نیازمند تعریف دقیق و جامع‌تری است. آیا صرفاً هر انتخاب فردی که پیامدهای اجتماعی دارد، می‌تواند به عنوان سیاست سبک زندگی تلقی شود؟ مرزهای تمایز آن با سایر اشکال کنشگری اجتماعی و سیاسی کجاست؟ و چه ویژگی هایی سیاست های سبک زندگی را از سایر رفتارهای فردی متمایز می‌کند؟

دوم، رابطه بین سیاست های سبک زندگی و کنشگری سیاسی نیازمند بررسی عمیق‌تری است. آیا سیاست های سبک زندگی صرفاً به ابراز نمادین هویت و ارزش ها محدود می‌شود، یا پتانسیل واقعی برای کنشگری موثر و تاثیرگذاری بر نهادهای قدرت و سیاستمداران را داراست؟ آیا این نوع کنشگری می‌تواند به تغییرات ساختاری در جامعه منجر شود یا صرفاً به تغییرات سطحی در عادات مصرفی و رفتارهای فردی خلاصه می‌شود؟ به ویژه در عصر دیجیتال، که امکانات جدیدی برای کنشگری آنلاین و بسیج جمعی فراهم شده است، بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی و فضای مجازی در تقویت یا تضعیف سیاست های سبک زندگی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

سوم، چگونه انتخاب های سبک زندگی به شکل‌گیری و ابراز هویت های فردی و جمعی کمک می‌کنند؟ آیا سیاست های سبک زندگی به تقویت هویت های سیاسی خاص (مانند هویت های محیط زیستی، فمینیستی، حقوق حیوانات) منجر می‌شوند و این هویت‌ها چگونه بر الگوهای کنشگری و مطالبات سیاسی تاثیر می‌گذارند؟ همچنین، این مقاله در پی آن است که بیابد که بر چه اساسی باید به ابعاد طبقاتی و فرهنگی هویت‌های سبک زندگی توجه کرد و بررسی نمود که چگونه سیاست‌های سبک زندگی می‌توانند به بازتولید یا به چالش کشیدن نابرابری‌های اجتماعی و فرهنگی منجر شوند؟

چهارم، مسئله تاثیرگذاری سیاست های سبک زندگی نیازمند ارزیابی دقیق‌تر است. آیا سیاست های سبک زندگی واقعاً می‌توانند تغییرات ملموس در سیاست ها، نهادها و جامعه ایجاد کنند؟ چه عواملی بر اثربخشی این نوع کنشگری تاثیر می‌گذارند؟ آیا سیاست های سبک زندگی بیشتر جنبه نمادین و بیانی دارند یا می‌توانند به نتایج عملی و عینی منجر شوند؟ در این راستا، بررسی نقاط قوت و ضعف، فرصت ها و تهدیدهای سیاست های سبک زندگی در مقایسه با سایر اشکال کنشگری سیاسی ضروری است.

مقاله پیش رو با هدف پاسخگویی به این سوالات در خصوص سیاست های سبک زندگی، به تحلیل ابعاد مختلف این پدیده در عصر جدید می‌پردازد. مقاله تلاش خواهد کرد تا مفهوم سیاست های سبک زندگی را تبیین نموده، رابطه

آن با کنشگری و هویت را بررسی نماید، همچنین ظرفیتها و محدودیت‌های آن را در تاثیرگذاری بر جامعه و سیاست مورد ارزیابی قرار دهد. هدف نهایی این مقاله، ارائه درک جامع‌تر و عمیق‌تری از سیاست‌های سبک زندگی به عنوان یک پدیده مهم و رو به رشد در دهه‌های اخیر و روشن ساختن نقش آن در شکل‌دهی به کنشگری سیاسی، هویت‌های اجتماعی و تغییرات فرهنگی و اجتماعی است.

اهمیت و ضرورت تحقیق

اهمیت پرداختن به موضوع سیاست‌های سبک زندگی در عصر مدرن از زوایای گوناگون قابل تبیین است و این اهمیت هم در سطح نظری و آکادمیک و هم در سطح اجتماعی و عملی مسائل اجتماعی قابل توجه است.

در سطح نظری و آکادمیک، مطالعه سیاست‌های سبک زندگی از چند جهت حائز اهمیت است:

- بررسی سیاست‌های سبک زندگی به توسعه مرزهای دانش در علوم اجتماعی کمک می‌کند. این حوزه مطالعاتی، با پیوند دادن حوزه شخصی و سیاسی، مفهوم سیاست را گسترش داده و نشان می‌دهد که کنشگری سیاسی صرفاً به عرصه نهادهای رسمی و احزاب محدود نمی‌شود، بلکه در زندگی روزمره و انتخاب‌های فردی نیز جریان دارد. این رویکرد، چالش‌های جدیدی را برای نظریه‌های سنتی علوم سیاسی و جامعه‌شناسی مطرح کرده و زمینه را برای توسعه مفاهیم و چارچوب‌های نظری جدید فراهم می‌سازد.
- سیاست‌های سبک زندگی یک موضوع ذاتاً بین‌رشته‌ای است و بررسی آن نیازمند بهره‌گیری از دیدگاه‌ها و روش‌های تحقیق متنوعی از رشته‌های مختلف مانند جامعه‌شناسی، علوم سیاسی، مطالعات فرهنگی، مطالعات مصرف، فلسفه اخلاق و مطالعات رسانه است. مطالعه این حوزه، همکاری و گفتگوی بین‌رشته‌ای را تقویت کرده و به غنای دانش بشری در مورد پیچیدگی‌های جامعه مدرن می‌افزاید.
- بررسی سیاست‌های سبک زندگی به تکمیل و غنی‌سازی نظریه‌های موجود در علوم اجتماعی کمک می‌کند. با تحلیل دیدگاه اندیشمندان برجسته در این حوزه (مانند گیدنز، تئوچاریس، دی مور و دیگران)، می‌توان نقاط قوت و ضعف نظریه‌های مختلف را شناسایی کرده و به توسعه یک چارچوب نظری جامع‌تر و کارآمدتر برای درک سیاست‌های سبک زندگی دست یافت.

در سطح اجتماعی و عملی، (مسائل اجتماعی) اهمیت پرداختن به سیاست‌های سبک زندگی از جنبه‌های زیر قابل توجه است:

در عصر مدرن، شاهد تغییر الگوهای مشارکت سیاسی هستیم و سیاست‌های سبک زندگی به عنوان یک شکل نوین کنشگری سیاسی ظهور کرده است. درک این نوع کنشگری، به ما کمک می‌کند تا پویایی‌های جدید جامعه مدنی را بشناسیم و راه‌های موثرتری برای مشارکت شهروندان در فرایندهای سیاسی و اجتماعی طراحی کنیم.

سیاست‌های سبک زندگی، به ویژه در قالب جنبش‌های اجتماعی و کنشگری جمعی، می‌توانند نیروی بالقوه‌ای برای تغییرات اجتماعی و فرهنگی باشند. مطالعه این پدیده، به ما کمک می‌کند تا ظرفیت‌های تغییرآفرینی انتخاب‌های روزمره را شناسایی کرده و استراتژی‌های موثرتری برای بسیج اجتماعی و تغییر هنجارها و ارزش‌های جامعه تدوین نماییم.

تحقیق در مورد سیاست‌های سبک زندگی، می‌تواند به آگاهی‌بخشی عمومی در مورد ابعاد سیاسی انتخاب‌های شخصی کمک کند و شهروندان را در درک نقش خود در فرایندهای سیاسی و اجتماعی توانمند سازد. با افزایش آگاهی و درک، افراد می‌توانند انتخاب‌های آگاهانه‌تر و مسئولانه‌تری در سبک زندگی خود داشته باشند و به طور فعالانه‌تری در شکل‌دهی به جامعه و سیاست مشارکت کنند.

بسیاری از چالش‌های مهم عصر مدرن، مانند بحران‌های زیست‌محیطی، نابرابری‌های اجتماعی، مسائل مربوط به سلامت عمومی و بحران هویت، به طور مستقیم یا غیرمستقیم با سبک زندگی افراد و الگوهای مصرف مرتبط هستند. درک سیاست‌های سبک زندگی و ظرفیت‌های آن برای تغییر رفتارها و ارزش‌ها، می‌تواند به یافتن راهکارهای موثرتری برای پاسخگویی به این چالش‌ها کمک کند و به سوی جامعه‌ای پایدارتر، عادلانه‌تر و سالم‌تر گام برداریم. به طور خلاصه، اهمیت پرداختن به موضوع سیاست‌های سبک زندگی در عصر مدرن، هم از منظر توسعه دانش و نظریه‌پردازی در علوم اجتماعی و هم از منظر پاسخگویی به نیازهای عملی و اجتماعی جوامع معاصر غیرقابل انکار است. این مقاله با بررسی ابعاد مختلف این پدیده، تلاش خواهد کرد تا سهمی در روشن ساختن زوایای پنهان سیاست‌های سبک زندگی و ارتقای درک از این حوزه مهم و پویا ایفا نماید.

پیشینه تحقیق:

آثار داخلی:

خواجه سروی، غلامرضا، و طباحی‌مقانی، جواد. (۱۳۹۲) در مقاله «جهانی شدن سبک زندگی و تقاضای دگرگونی سیاسی» به تأثیر تحولات سبک زندگی در پرتو جهانی شدن فرهنگ از رهگذر مفهوم مصرف‌گرایی در شکل عام و مصرف‌گرایی سیاسی در شکل خاص را بر تقاضای دگرگونی سیاسی پرداخته‌اند. استدلال مقاله این است که جریان‌های جهانی سرمایه، کالا، خدمات، فناوری، ارتباطات و اطلاعات به‌طور فزاینده‌ای کنترل دولت بر زمان و مکان را تضعیف کرده‌اند. هویت‌های متعدد، سیطره دولت بر زمان تاریخی را که از طریق به‌کارگیری سنت و بازبرساختن هویت ملی میسر می‌شد، به چالش می‌خوانند و در این فضا مهمترین مسئله برای دولت‌ها، پویایی و عقلانیت در تدوین و کاربست سیاست‌های فرهنگی است.

آثار خارجی:

جوست دی مور و همکاران (2020) در پژوهشی با هدف بررسی چگونگی تبدیل سیاست‌های سبک زندگی به شکلی جدید از مشارکت سیاسی در جوامع معاصرو با روش تحلیل نظری تلفیقی با استناد به داده‌های کیفی از جنبش‌های اجتماعی در اروپا و آمریکای شمالی. دریافتند که سیاست‌های سبک زندگی تنها کنش‌های نمادین نیستند، بلکه زمانی اثربخش می‌شوند که با کنشگری جمعی و سازمان‌یافته ترکیب شوند؛ در غیر این صورت، خطر دارد به ابزاری «آرامش‌بخش» برای سیستم قدرت تبدیل شوند.

تئوچاریس^۱ و ون دث^۲ (2021) در مقاله خود با هدف بررسی اینکه آیا سیاست‌های سبک زندگی در عصر دیجیتال می‌توانند جایگزین یا مکمل مشارکت سیاسی سنتی باشند با روش تحلیل داده‌های نظرسنجی از ۲۷ کشور اروپایی (European Social Survey) و مدل‌سازی آماری به این نتیجه رسیدند که افراد درگیر در سیاست‌های

^۱ Theocharis

^۲ Van Deth

سبک زندگی، اغلب در مشارکت‌های سنتی مانند رأی‌دهی نیز فعال‌تر هستند، بنابراین این سیاست‌ها بیشتر به‌عنوان «مکمل» تا «جایگزین» کنش سیاسی رسمی عمل می‌کنند.

هانفلرو جانسون (2022) با هدف تحلیل چگونگی ظهور «جنبش‌های سبک زندگی» (مثل وگانیزم، مینیمالیسم) به‌عنوان فرمی از کنشگری سیاسی غیرنهادی با روش مطالعه موردی کیفی از جنبش‌های زیست‌محیطی و ضدسرمایه‌داری در ایالات متحده و آلمان (۲۰۱۸-۲۰۲۱) به این نتیجه رسیدند که؛ چگونه جنبش‌های سبک زندگی مانند وگانیزم یا مینیمالیسم با تمرکز بر تغییر هنجارهای روزمره، فشار فرهنگی ایجاد می‌کنند، هرچند تأثیر مستقیم آن‌ها بر سیاست‌گذاری کلان محدود است.

پرتوود- استیسر (۲۰۲۳) در مقاله‌ای باهدف بررسی سیاست‌های سبک زندگی به‌عنوان شکلی از «مقاومت انکارکننده»^۱ در برابر منطق سرمایه‌داری استدلال می‌کند که سیاست‌های سبک زندگی به‌ویژه در جنبش‌های آناکو- فمینیست و ضدسرمایه‌دار فراتر از انتخاب فردی، به‌عنوان «عمل سیاسی منفی» عمل می‌کنند؛ یعنی با عدم مشارکت در منطق سرمایه‌داری، ساختارهای مسلط را به چالش می‌کشند. این پژوهش‌ها در مجموع نشان می‌دهند که سیاست‌های سبک زندگی در عصر دیجیتال، هم پتانسیل تغییر فرهنگی و هویتی دارند و هم با چالش‌هایی مانند فردگرایی، نابرابری طبقاتی و سطحی‌نگری روبه‌رو هستند، و اثربخشی واقعی آن‌ها مستلزم پیوند با کنش‌های جمعی، ساختاری و آگاهانه است.

روش پژوهش:

این پژوهش با هدف تحلیل مفهوم «سیاست‌های سبک زندگی» و بررسی ابعاد کنشگری، هویت و تأثیرگذاری آن در جوامع معاصر طراحی شده است. سوالات اصلی پژوهش در بیان مسئله حول چهار محور متمرکز شده‌اند: نخست، اینکه آیا هر انتخاب فردی با پیامدهای اجتماعی را می‌توان سیاست سبک زندگی دانست و مرزهای تمایز آن با سایر اشکال کنشگری چیست؛ دوم، رابطه این سیاست‌ها با کنشگری سیاسی و پتانسیل واقعی آن‌ها برای تأثیرگذاری بر نهادهای قدرت و ایجاد تغییرات ساختاری؛ سوم، چگونگی نقش انتخاب‌های سبک زندگی در شکل‌گیری هویت‌های فردی و جمعی و ارتباط آن با نابرابری‌های طبقاتی و فرهنگی؛ و چهارم، ارزیابی واقع‌بینانه از تأثیرگذاری این سیاست‌ها و عوامل مؤثر بر اثربخشی آن‌ها در مقایسه با سایر اشکال کنشگری. اهداف پژوهش نیز شامل تبیین مفهوم سیاست‌های سبک زندگی، تحلیل رابطه آن با کنشگری و هویت، ارزیابی ظرفیت‌ها و محدودیت‌های آن در تأثیرگذاری بر جامعه و سیاست، و ارائه درکی جامع و عمیق از این پدیده به‌عنوان یک شکل نوین کنشگری در عصر مدرن است. این پژوهش از نوع تحقیق نظری و با روش کتابخانه‌ای انجام شده است؛ به این معنا که داده‌ها از طریق مرور نظام‌مند ادبیات علمی (شامل منابع داخلی و خارجی) گردآوری و با رویکرد تحلیل مفهومی- انتقادی مورد بررسی قرار گرفته‌اند. یافته‌های پژوهش عمدتاً مفهومی هستند و با توجه به ماهیت نظری آن، نیازمند مطالعات تجربی آینده برای تأیید و تعمیم‌پذیری محسوب می‌شوند.

^۱ - refusal

ملاحظات نظری :

مفهوم شناسی سیاست‌های سبک زندگی

مفهوم سیاست‌های سبک زندگی^۱ «به آن دسته از کنش‌های سیاسی اشاره دارد که در آن افراد از طریق انتخاب‌های روزمره، فرهنگی، مصرفی و هویتی خود مانند نحوه پوشش، رژیم غذایی، الگوهای مصرف، فعالیت‌های دیجیتال و سبک ارتباطات به صورت آگاهانه یا ناخودآگاه، ارزش‌ها، باورها و مطالبات سیاسی خود را ابراز می‌کنند» این مفهوم مرز بین «شخصی» و «سیاسی» را محو کرده و نشان می‌دهد که سیاست تنها در حوزه نهادهای رسمی جریان ندارد، بلکه در زندگی روزمره و انتخاب‌های فردی نیز تجلی می‌یابد.

در این چارچوب، هوگه، استوله و میچلتی^۲ (۲۰۰۵) مفهوم «مصرف سیاسی»^۳ «را به عنوان یکی از مهمترین اشکال سیاست‌های سبک زندگی معرفی می‌کنند. آن‌ها استدلال می‌کنند که افراد امروزه نه تنها از طریق رأی‌دادن یا عضویت در احزاب، بلکه از طریق خرید آگاهانه، تحریم کالاها، حمایت از برندهای اخلاقی یا پرهیز از شرکت‌های غیرمسئول، در فرآیندهای سیاسی مشارکت می‌کنند. این رفتارها، هرچند فردی به نظر می‌رسند، اما در مجموع می‌توانند به عنوان فشاری جمعی بر شرکت‌ها و نهادهای سیاست‌گذار عمل کرده و تغییرات اجتماعی و اقتصادی ملموسی ایجاد کنند.

از سوی دیگر، بنت و زاکربرگ (۲۰۱۲) در کتاب «منطق کنشگری پیوندی: رسانه‌های دیجیتال و شخصی‌سازی سیاست‌های مناقشه‌برانگیز»، مفهوم «کنشگری شخصی‌شده»^۴ «را مطرح می‌کنند. آن‌ها نشان می‌دهند که در عصر دیجیتال، افراد دیگر نیازی به سازمان‌های نهادینه‌شده برای کنشگری ندارند. بلکه از طریق شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی، با استناد به هویت‌های مشترک و ارزش‌های فردی، به صورت خودجوش و غیرمتمرکز، در سیاست‌های سبک زندگی مشارکت می‌کنند. این نوع کنشگری، برخلاف مدل‌های سنتی که بر هماهنگی سازمان‌یافته تأکید داشتند، بر اشتراک‌گذاری محتوا، هم‌زمانی عاطفی و پیوندهای ضعیف شبکه‌ای استوار است و به راحتی می‌تواند در بستر فضای دیجیتال گسترش یابد.

همچنین، پرتوود - استیسر^۵ (۲۰۱۳) در کتاب «سیاست‌های سبک زندگی و کنشگری رادیکال» تأکید می‌کند که سیاست‌های سبک زندگی تنها محدود به مصرف نیستند، بلکه شامل کلیه انتخاب‌های روزمره از جمله روابط عاطفی، نحوه سکونت، نوع حیوان خانگی، خالکوبی، موسیقی مورد علاقه و حتی زبان بدن می‌شوند که می‌توانند به عنوان ابزاری برای مقاومت فرهنگی و نقد ساختارهای قدرت عمل کنند. وی با بررسی جنبش‌های آناکو-فمینیستی و ضدسرمایه‌داری، نشان می‌دهد که چگونه افراد از طریق سبک زندگی خود، نه تنها هویت سیاسی خود را می‌سازند، بلکه زندگی را به یک صحنه سیاسی تبدیل می‌کنند. با این حال، وی هشدار می‌دهد که این سیاست‌ها ممکن است به راحتی تجاری‌سازی شوند یا به عنوان «آرامش‌بخش» توسط سیستم قدرت مورد سوءاستفاده قرار گیرند، مگر آنکه با کنش‌های سازمان‌یافته و هدفمند ترکیب شوند.

^۱ -Lifestyle Politics

^۲ -Stolle, Hooghe and Micheletti

^۳ - Political Consumerism

^۴ -Personalized Action

^۵ -Portwood-Stacer

این دیدگاه‌ها در گسترش و تبیین مفهوم سیاست‌های سبک زندگی، در کنار نظریه‌های دیگر صاحب‌نظران کلیدی نیز قرار می‌گیرند. تونی بنت در کتاب «فرهنگ غیرمدنی: ارتباطات، هویت و ظهور سیاست‌های سبک زندگی» (۱۹۹۸) استدلال می‌کند که فرهنگ دیگر صرفاً یک حوزه انتزاعی یا زیبایی‌شناختی نیست، بلکه در زندگی روزمره، از طریق مصرف، ارتباطات و رفتارهای فرهنگی، به صورت فعال تولید و بازتولید می‌شود و به عنوان عرصه‌ای سیاسی و هویتی عمل می‌کند. وی سیاست‌های سبک زندگی را به عنوان شکلی از کنشگری معرفی می‌کند که در آن افراد از طریق انتخاب‌های فرهنگی و مصرفی خود مانند سلیقه، ذوق، نحوه پوشش یا الگوهای مصرف در برابر یا در هم‌آمیختگی با ساختارهای قدرت، هویت خود را می‌سازند و مقاومت فرهنگی انجام می‌دهند. از دید بنت، این سیاست‌ها ضمن بازنمایی هویت‌های اجتماعی (طبقه، جنسیت، نژاد)، همزمان می‌توانند هم ابزاری برای تسلط و هم وسیله‌ای برای مقاومت باشند.

آنتونی گیدنز با مفهوم «سیاست زندگی»^۱ «نشان می‌دهد که در جوامع مدرن، سیاست دیگر محدود به نهادهای رسمی نیست، بلکه در انتخاب‌های آگاهانه روزمره مانند رژیم غذایی، روابط عاطفی یا سبک ارتباطات جای می‌گیرد و هویت را در مرکز کنشگری قرار می‌دهد.

میچلتی و استوله (۲۰۱۲) سیاست‌های سبک زندگی را در قالب «مصرف سیاسی» تبیین می‌کنند؛ یعنی افراد از طریق خرید یا تحریم کالاها، ارزش‌های اخلاقی و سیاسی خود را اعمال می‌کنند و این رفتارها می‌توانند به تغییرات اجتماعی ملموس منجر شوند.

پیر بوردیو (۱۹۸۴) با نظریه «تمایز» هشدار می‌دهد که سبک زندگی تنها انتخاب آزادانه نیست، بلکه ابزاری برای تمایز طبقاتی است؛ افراد با سرمایه فرهنگی بالا از طریق سلیقه و ذوق خاص خود، برتری اجتماعی خود را نشان می‌دهند و نابرابری‌ها را بازتولید می‌کنند.

در عصر دیجیتال، بنت و زاگربرگ (۲۰۱۲) مفهوم «کنشگری شخصی‌شده» را مطرح می‌کنند که در آن افراد بدون وابستگی به سازمان‌های نهادینه‌شده، از طریق شبکه‌های اجتماعی و بر اساس هویت‌های مشترک، کنشگری می‌کنند.

همچنین تئوچاریس (۲۰۱۵) و دی مور (۲۰۱۴) تأکید می‌کنند که فضای دیجیتال نه تنها رسانه‌ای برای ابراز هویت است، بلکه خود یک فضای کنشگری سیاسی محسوب می‌شود، هرچند با چالش‌هایی مانند «کنشگری تنبانه» یا «حباب‌های فیلتر» همراه است.

در مجموع، با تلفیق دیدگاه‌های این صاحب‌نظران، سیاست‌های سبک زندگی را می‌توان به عنوان پدیده‌ای چندلایه تعریف کرد که :

- فردی است (مبتنی بر انتخاب‌های شخصی)،
- جمعی است و در شبکه‌ها و جوامع آنلاین/آفلاین شکل می‌گیرد.
- هویت‌ساز است و به تعبیری بازنمایی ارزش‌ها و تعلقات اجتماعی است.
- کنشگری گر است و پتانسیل تأثیرگذاری بر نهادها و ساختارها را دارد.

^۱ - Life Politics

- و در عین حال دوگانه است، هم ابزاری برای مقاومت و هم وسیله‌ای برای بازتولید نابرابری‌ها و مصرف‌گرایی.

این مفهوم، نشان‌دهنده تحولی بنیادین در درک ما از «سیاست» است. سیاست دیگر فقط در پارلمان یا انتخابات اتفاق نمی‌افتد، بلکه در هر انتخاب آگاهانه‌ی روزمره زندگی فردی نیز جریان دارد از سوپرمارکت تا اینستاگرام، از رژیم غذایی تا نوع پوشش.

در واقع سیاست‌های سبک زندگی به مجموعه‌ای از کنش‌های سیاسی و اجتماعی اشاره دارند که افراد از طریق انتخاب‌های روزمره خود مانند الگوی مصرف، نحوه پوشش، رژیم غذایی، فعالیت‌های دیجیتال و سبک ارتباطات در جهت ایجاد تغییرات سیاسی، فرهنگی و اجتماعی به کار می‌گیرند. در این رویکرد، سیاست دیگر محدود به نهادهای رسمی و تصمیم‌گیری‌های دولتی نیست، بلکه به عرصه زندگی شخصی و فرآیندهای هویت‌سازی اجتماعی نفوذ می‌کند. این دیدگاه نشان‌دهنده تحولی در درک سیاست‌ورزی است؛ یعنی انتخاب‌های فردی در زندگی روزمره نیز می‌توانند بار معنایی سیاسی و اجتماعی داشته باشند. تونی بنت (۱۹۹۸) سیاست‌های سبک زندگی را به‌عنوان تغییری در الگوهای سنتی مشارکت سیاسی توصیف می‌کند که در آن افراد از طریق انتخاب‌هایی مانند مصرف اخلاقی، حمایت از برندهای پایدار یا مشارکت در جوامع دیجیتال متعهد به عدالت اجتماعی، در فرآیندهای سیاسی دخیل می‌شوند.

تمایز میان سیاست‌های سبک زندگی و سیاست‌های نهادی از مباحث کلیدی این حوزه است. سیاست‌های نهادی شامل مشارکت رسمی در احزاب، رأی‌دادن و لابی‌گری می‌شود، در حالی که سیاست‌های سبک زندگی بر تصمیم‌گیری‌های فردی و رفتارهای روزمره تأکید دارند. در واقع، در حالی که سیاست‌های نهادی با تکیه بر ساختارهای رسمی دموکراتیک، مشارکت شهروندان را سازمان‌دهی می‌کنند، سیاست‌های سبک زندگی فضایی جدید برای کنشگری اجتماعی و سیاسی غیررسمی فراهم می‌آورند که از طریق انتخاب‌های شخصی و سبک‌های زندگی بیان می‌شود (Norris, 2002). میچلتی و همکاران (۲۰۰۴) نیز مصرف سیاسی را به‌عنوان شکلی نوین از مشارکت سیاسی معرفی می‌کنند که در آن افراد از طریق انتخاب‌ها و رفتارهای مصرفی خود، ارزش‌ها و پیام‌های سیاسی و اخلاقی خود را ابراز می‌دارند.

ویژگی بارز سیاست‌های سبک زندگی، فردی و شخصی شده بودن آن‌هاست که به‌شدت تحت تأثیر هویت اجتماعی، ارزش‌ها و نگرش‌های فردی قرار دارد. بنت و زاگربرگ (۲۰۱۲) نقش رسانه‌های اجتماعی و فناوری‌های دیجیتال را در ایجاد فضاهایی برای مشارکت شخصی‌شده در سیاست‌های سبک زندگی برجسته می‌کنند؛ فضاهایی که در آن افراد با استناد به هویت‌های مشترک، به‌صورت خودجوش و غیرمتمرکز سازماندهی می‌شوند. همچنین، هانفلر و همکاران (۲۰۱۲) نشان می‌دهند که جنبش‌های سبک زندگی عمدتاً تلاش می‌کنند سبک‌های جدیدی از زندگی را به‌عنوان بدیل‌های اجتماعی معرفی کنند و بیشتر بر تغییر هنجارها، ارزش‌ها و شیوه‌های روزمره تمرکز دارند تا دگرگونی مستقیم در ساختارهای نهادی.

در مقابل، بورديو (۱۹۸۴) در نظریه «تمایز» هشدار می‌دهد که سبک زندگی صرفاً بازتاب انتخاب‌های آزادانه فردی نیست، بلکه ابزاری برای تمایز طبقاتی محسوب می‌شود. او مفهوم «سرمایه فرهنگی» را مطرح می‌کند و توضیح

می‌دهد که افراد با سرمایه فرهنگی بالاتر، از طریق سلیقه و ذوق خاص خود، برتری اجتماعی خود را نشان داده و نابرابری‌های اجتماعی را بازتولید می‌کنند.

ویژگی دیگر سیاست‌های سبک زندگی، تمرکز آن‌ها بر حوزه فرهنگی و اجتماعی است. برخلاف سیاست‌های سنتی که عمدتاً در چارچوب نهادهای دولتی عمل می‌کنند، این سیاست‌ها بیشتر به تغییر هنجارهای فرهنگی، ارزش‌های اجتماعی و شیوه‌های زیست روزمره می‌پردازند. این رویکرد به‌ویژه در جنبش‌های اجتماعی و فرهنگی که سبک‌های جایگزین و ارزش‌محور را ترویج می‌کنند، قابل توجه است. هانفلر و همکاران (۲۰۱۲) با بررسی جنبش‌های زیست‌محیطی و مصرف‌پایدار، نشان می‌دهند که این سیاست‌ها چگونه از طریق تغییرات خرد در رفتارهای روزمره، نظم‌های مسلط را به چالش می‌کشند.

رسانه‌های اجتماعی و فضای دیجیتال نیز به‌عنوان بستری کلیدی برای گسترش و سازماندهی سیاست‌های سبک زندگی عمل می‌کنند. بنت و زاگربرگ (۲۰۱۲) تأکید می‌کنند که رسانه‌های دیجیتال فضاهایی برای کنشگری فردی و جمعی ایجاد کرده‌اند که امکان گسترش ایده‌ها، تبادل نظر و بسیج جمعی را فراهم می‌آورند. این فضاها موجب شده‌اند که مشارکت‌های سیاسی به‌صورت شبکه‌ای و غیرمتمرکز شکل بگیرد شکلی که با مدل‌های نهادی سنتی تفاوت دارد و افراد را به سازماندهی بر اساس هویت‌های مشترک و انتخاب‌های سبک زندگی ترغیب می‌کند (تئوچاریس، ۲۰۱۵).

اشکال مختلف سیاست‌های سبک زندگی مانند کنشگری سیاسی، مصرف اخلاقی، سبک زندگی ضدسرمایه‌داری و سیاست‌های زیست‌محیطی فردی در کنار یکدیگر عمل می‌کنند و افراد و گروه‌ها از این طریق، ابعاد مختلف هویت و ارزش‌های خود را بروز می‌دهند. به‌عنوان مثال، مصرف سیاسی که مبتنی بر انتخاب آگاهانه محصولات و حمایت از شرکت‌های مسئولیت‌پذیر است، به‌عنوان ابزاری برای تأثیرگذاری بر بازار و نهادهای اجتماعی مطرح می‌شود. از منظر نظری، تلفیق دیدگاه‌های ساختاری و کنش‌گرایانه در تحلیل سیاست‌های سبک زندگی اهمیت ویژه‌ای دارد. نظریه‌پردازانی مانند بوردیو (۱۹۸۴) و بک (۱۹۹۲) ساختارهای اجتماعی و ریسک‌های مدرن را به‌عنوان عوامل تعیین‌کننده در شکل‌گیری این سیاست‌ها مطرح می‌کنند، در حالی که گیدنز (۱۹۹۱)، دی مور (۲۰۱۴) و تئوچاریس (۲۰۱۵) بر نقش انتخاب‌های فردی، کنشگری جمعی و هویت تأکید دارند. این رویکردهای تلفیقی کمک می‌کند تا سیاست‌های سبک زندگی نه تنها به‌عنوان پیامدهای فردی، بلکه به‌عنوان فرآیندهایی درهم‌تنیده با ساختارهای اجتماعی و فرهنگی تحلیل شوند.

گیدنز (۱۹۹۱) سبک زندگی را مجموعه‌ای نسبتاً جامع از رفتارها و عملکردهای فردی می‌داند که نه تنها نیازهای روزمره را برآورده می‌سازد، بلکه بیانگر بازنمایی هویت شخصی در تعاملات اجتماعی است. وی استدلال می‌کند که در جوامع مدرن، با کاهش نفوذ سنت و افزایش پیچیدگی‌های اجتماعی، افراد مجبورند از میان گزینه‌های متعدد سبک زندگی انتخاب کنند. این انتخاب‌ها در پوشش، خوراک، محیط‌های اجتماعی و حتی روابط تعاملی نمود پیدا می‌کنند و به‌صورت بازتابی نسبت به تغییرات محیطی و اجتماعی انعطاف‌پذیر هستند. گیدنز همچنین مفهوم «سیاست زندگی» را مطرح می‌کند که به نحوه انتخاب افراد در زندگی روزمره اشاره دارد جایی که نه سنت و نه طبیعت، بلکه

انتخاب‌های آگاهانه انسانی تعیین کننده‌اند. این دیدگاه، سیاست را به حوزه فردی گسترش داده و هویت را در مرکز تحلیل سیاست‌های سبک زندگی قرار می‌دهد.

سوبل (۱۹۸۱) نیز بر اهمیت سنجش رفتار و الگوهای مصرف به عنوان شاخص‌های اصلی سبک زندگی تأکید می‌کند و معتقد است که سبک زندگی چه در ابعاد فرهنگی و چه مادی پیامدهای گسترده‌ای در تمام سطوح زندگی فردی و اجتماعی دارد و می‌تواند بر بهره‌برداری از منابع، ساختار خانواده، الگوهای مهاجرت، نرخ جرم و رفتارهای بهداشتی تأثیر بگذارد. از این منظر، سبک زندگی صرفاً مجموعه‌ای از انتخاب‌های فردی نیست، بلکه بازتابی از شرایط و ساختارهای اجتماعی گسترده‌تر است.

در این رابطه این نکته حائز اهمیت است که، تلفیق دیدگاه‌های ساختاری و کنش‌گرایانه به درک عمیق‌تری از سیاست‌های سبک زندگی کمک می‌کند. سیاست‌هایی که در آن‌ها علاوه بر انتخاب فردی، عوامل اجتماعی، فرهنگی و سیاسی نیز نقش تعیین‌کننده دارند و می‌توانند نیروهای ساختاری را به چالش کشیده و در تغییرات اجتماعی مؤثر باشند. این رویکرد تلفیقی، به‌ویژه در جوامع معاصر که با چالش‌های زیست‌محیطی، سلامت عمومی و نابرابری‌های اجتماعی روبه‌رو هستند، ابزاری مناسب برای تحلیل پویایی‌های سیاسی- اجتماعی سبک زندگی محسوب می‌شود.

تمایز بین سیاست‌های سبک زندگی و سیاست‌های نهادی

از نظر برخی پژوهشگران، سیاست‌های سبک زندگی در برابر سیاست‌های نهادی^۱ قرار می‌گیرد. در حالی که سیاست‌های نهادی شامل مشارکت رسمی در احزاب، رأی‌دادن، لابی‌گری و فعالیت‌های انتخاباتی است، سیاست‌های سبک زندگی بر تصمیم‌های فردی و رفتارهای روزمره تأکید دارد. در واقع، در سیاست‌های نهادی، شهروندان از طریق فرآیندهای دموکراتیک سنتی مانند رأی‌گیری و مشارکت مدنی در امور حکومتی دخالت می‌کنند (Norris, 2002)، اما در سیاست‌های سبک زندگی، آن‌ها با انتخاب شیوه‌های خاص زندگی، به‌صورت غیرمستقیم، تأثیر اجتماعی و فرهنگی بر محیط پیرامون خود می‌گذارند. برای مثال، شخصی که از فروشگاه‌های زنجیره‌ای اجتناب کرده و خریدهای خود را از بازارهای محلی انجام می‌دهد، در حال اجرای سیاست سبک زندگی است که هدف آن حمایت از تولیدکنندگان کوچک و مقابله با سرمایه‌داری شرکتی است. این نوع از سیاست‌ورزی به‌عنوان نوعی "مصرف سیاسی" نیز شناخته می‌شود (Micheletti et al., 2004).

ویژگی‌های سیاست‌های سبک زندگی

الف) فردی و شخصی‌شده بودن:

سیاست‌های سبک زندگی بر اساس انتخاب‌های فردی و سبک‌های خاص زندگی افراد شکل می‌گیرد. این سیاست‌ها به‌شدت تحت تأثیر هویت اجتماعی، ارزش‌ها و نگرش‌های شخصی هستند. همان‌طور که بنت و زاگربرگ (۲۰۱۲) اشاره می‌کنند، رسانه‌های اجتماعی و فناوری دیجیتال نقش مهمی در ایجاد فضاهایی برای سیاست‌های سبک زندگی ایفا می‌کنند، جایی که افراد با شیوه‌های شخصی‌شده اقدام به سازماندهی و مشارکت می‌کنند. (ب) تمرکز بر حوزه فرهنگی و اجتماعی:

¹ -State-Oriented Politics

برخلاف سیاست‌های سنتی که عمدتاً در حوزه دولت و نهادهای عمومی عمل می‌کنند، سیاست‌های سبک زندگی بیشتر به تغییر هنجارهای فرهنگی، ارزش‌های اجتماعی و شیوه‌های زندگی عمومی توجه دارند. پژوهش‌های هانفلر و همکاران (۲۰۱۲) نشان می‌دهد که جنبش‌های سبک زندگی به جای تلاش برای تغییر مستقیم سیاست‌های دولتی، تلاش می‌کنند سبک‌های جدیدی از زندگی را به عنوان بدیل‌های اجتماعی معرفی کنند.

ج) استفاده از شبکه‌های اجتماعی و دیجیتال :

با ظهور رسانه‌های اجتماعی، سیاست‌های سبک زندگی فرصت‌های جدیدی برای گسترش پیدا کرده‌اند. امروزه بسیاری از جنبش‌های سبک زندگی از طریق پلتفرم‌های آنلاین، مانند اینستاگرام و توییتر، سازمان‌دهی می‌شوند.

اشکال سیاست‌های سبک زندگی

سیاست‌های سبک زندگی در قالب‌های مختلفی ظاهر می‌شوند که برخی از آن‌ها عبارتند از:

الف) کنشگری سیاسی

یکی از اشکال سیاست‌های سبک زندگی، کنش‌های معطوف به تاثیرگذاری (به عبارتی با اهداف و اغراض سیاسی) بر نهاد قدرت و سیاست و تصمیم‌گیری‌های سیاسی از طریق انتخاب‌های روزمره و سیاست‌های مصرف سیاسی سبک زندگی است. به نحوی که شهروندان به صورت فردی و یا جمعی برای یک احقاق حق، اعتراض به یک تصمیم و عملکرد، ناکارآمدی، عدم مشروعیت نظام سیاسی و ... در قالب‌های مختلف از جمله به شکل پویش‌های آنلاین و آفلاین و رسانه‌ای، هنر گرافیتی (نقاشی خیابانی)، شعارنویسی، پوشش خاص، مصرف محصولات خاص و ممنوعه و ... کنشگری فعال دارند.

ب) مصرف اخلاقی و مسئولانه:

یکی از مهمترین ابزارهای سیاست سبک زندگی، استفاده از الگوهای مصرف است. افراد با انتخاب محصولات سازگار با محیط زیست، خرید از شرکت‌های مسئولیت‌پذیر و اجتناب از برندهایی که حقوق کارگران را نقض می‌کنند، سعی در تأثیرگذاری بر بازار دارند (Micheletti et al., 2004).

ج) سبک زندگی ضدسرمایه‌داری :

جنبش‌های ضدسرمایه‌داری، مانند جنبش زندگی مینیمالیستی^۱، نمونه‌ای از سیاست‌های سبک زندگی هستند که افراد را به زندگی ساده‌تر، کاهش مصرف، و استفاده کمتر از منابع طبیعی تشویق می‌کنند. چنین سبک‌هایی، نه تنها به عنوان انتخاب‌های فردی بلکه به عنوان راهی برای نقد ساختارهای اقتصادی جهانی در نظر گرفته می‌شوند (Haenfler et al., 2012).

د) سیاست‌های زیست محیطی شخصی:

افرادی که سبک زندگی گیاه‌خواری، استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر، و حمل و نقل عمومی را انتخاب می‌کنند، در حال اجرای سیاست‌های سبک زندگی با رویکرد زیست محیطی هستند. این اقدامات اغلب با هدف مقابله با تغییرات اقلیمی و کاهش مصرف سوخت‌های فسیلی انجام می‌شود (Giddens, 1991).

¹ -Voluntary Simplicity Movement

برای دستیابی به یک درک جامع از سیاست های سبک زندگی، لازم است دیدگاه های ساختاری و کنش گرایانه را با هم تلفیق کرد. نظریه پردازان ساختارگرا مانند پیر بوردیو (Bourdieu, 1984) و اولریش بک (Beck, 1992) به نقش ساختارهای اجتماعی و ریسک های مدرن در شکل دهی به این سیاست ها تاکید می کنند. از طرف دیگر، نظریه پردازان کنش گرایانه مانند آثونی گیدنز (Giddens, 1991)، جوست دی مور (De Moor, 2014)، و یانیس تئوچاریس (Theocharis, 2015) به نقش انتخاب های فردی، کنشگری جمعی، و هویت در سیاست های سبک زندگی تمرکز دارند. این تلفیق به ما کمک می کند تا متوجه شویم که سیاست های سبک زندگی نه تنها نتیجه تصمیمات شخصی هستند، بلکه تحت تأثیر ساختارهای بزرگتر اجتماعی و فرهنگی قرار دارند.

همچنین تلفیق دیدگاه هایی که به ابعاد غیردیجیتال سیاست های سبک زندگی تمرکز دارند (مانند گیدنز، بوردیو، و دی مور) با دیدگاه هایی که به ابعاد دیجیتال آن می پردازند (مانند تئوچاریس) به ما کمک می کند تا یک درک جامع تر از این سیاست ها در هر دو عرصه به دست آوریم. این تلفیق نشان می دهد که هرچند انتخاب های شخصی و فعالیت های آفلاین مهم هستند، اما فضای دیجیتال نیز نقش محوری در شکل دهی به سیاست های سبک زندگی ایفا می کند (Theocharis, 2015; De Moor, 2014).

استراتژی ها و تاکتیک های رایج در سیاست های سبک زندگی:

- مصرف سیاسی^۱: انتخاب آگاهانه کالاها و خدمات بر اساس ملاحظات سیاسی و اخلاقی و تحریم برندها و شرکت های غیراخلاقی (Korten, 1995).
- زندگی پایدار^۲: اتخاذ سبک زندگی سازگار با محیط زیست، کاهش مصرف منابع، استفاده از انرژی های تجدیدپذیر و ترویج الگوهای مصرف پایدار (Dunlap & Catton, 1979).
- کنشگری دیجیتال: استفاده از فضای مجازی و رسانه های اجتماعی برای آگاهی بخشی، بسیج، سازماندهی و مشارکت در کمپین های سیاسی و اجتماعی مرتبط با سبک زندگی (Theocharis & Lowe, 2016).
- اعتراضات مبتنی بر سبک زندگی^۳: سازماندهی تظاهرات، تحصن ها و اقدامات اعتراضی با محوریت سبک زندگی های خاص (مانند تظاهرات و گان ها برای حقوق حیوانات، راهپیمایی های دوچرخه سواران برای حمل و نقل پایدار) (Taylor, 1989).
- ایجاد سبک زندگی های بدیل^۴: ترویج و الگوسازی سبک زندگی های جایگزین در حوزه های مختلف (مانند مسکن اشتراکی، کشاورزی شهری، اقتصاد مشارکتی) به عنوان مدل های عملی برای جامعه ای بهتر (Illich, 1973).

^۱- Political Consumerism

^۲-Sustainable Living

^۳-Lifestyle-Based Protests

^۴-Alternative Lifestyles

بسترهای شکل‌گیری سیاست‌های سبک زندگی

یکی از نکات کلیدی در تحلیل سیاست‌های سبک زندگی، درک تحولات بنیادین و کلیدی است که این حوزه را در دهه‌های اخیر متحول ساخته‌اند. این تحولات نه تنها نحوه فهم و تعریف سبک زندگی را تغییر داده‌اند، بلکه چارچوب‌های نظری و عملی سیاست‌گذاری در این حوزه را نیز متحول کرده‌اند. در طول چند دهه اخیر، شاهد تغییرات بنیادین در شیوه‌های کنشگری سیاسی-اجتماعی بوده‌ایم که از مشارکت در سازوکارهای نهادی رسمی به سوی فعالیت‌های غیرنهادی و غیرمتعارف حرکت کرده است. سیاست‌های سبک زندگی عمدتاً بر کنشگری غیرنهادی متمرکزند؛ نوعی کنشگری که برخلاف فعالیت‌های نهادی نمی‌خواهد از طریق سازمان‌های رسمی مانند احزاب یا دولت وارد عرصه قدرت شود و بیشتر بر تغییر سبک‌های زندگی و فشار اجتماعی تأکید دارد. این نوع کنشگری از طریق انتخاب‌های روزمره مانند مصرف‌گرایی اخلاقی و حمایت از محصولات دوستدار محیط زیست ابعاد گسترده‌تری از سیاست‌گذاری و تغییر اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Micheletti, 2003). این بدیل‌ها به شکل جنبش‌های گسترده اجتماعی شکل گرفته‌اند که بدون نیاز به ساختارهای نهادی، با اتکا به هویت‌های فردی و جمعی فعالیت می‌کنند.

علاوه بر آن، سیاست‌های سبک زندگی از نظر نوع کنشگری، غالباً در چارچوب سیاست‌های غیرمتعارف قرار دارند؛ جایی که افراد و گروه‌ها با استفاده از روش‌های غیررسمی چون اعتراضات مسالمت‌آمیز، کمپین‌های مجازی و مصرف آگاهانه، بر تغییرات اجتماعی-سیاسی اثر می‌گذارند (Tarrow, 1996). جنبش‌های زیست‌محیطی، مانند جنبش «سبز» و #FridaysForFuture نمونه‌ای از این نوع کنشگری هستند که بدون نیاز به ساختارهای رسمی، با انتخاب‌های روزمره زندگی، تغییرات ملموسی را ایجاد کرده‌اند (Haenfler et al., 2012).

جهانی‌شدن فرهنگی یکی از مهمترین و تاثیرگذارترین تحولات در شکل‌گیری سیاست‌های سبک زندگی در جوامع معاصر است. گیدنز (۱۹۹۱) بیان می‌کند که جهانی‌شدن باعث شده است که مرزهای جغرافیایی و فرهنگی در ارتباطات و تبادل سبک‌های زندگی کم‌رنگ‌تر شود و ارزش‌ها و هنجارهای مختلف در سطح جهانی به اشتراک گذاشته شوند و به سبک‌های زندگی محلی نفوذ کنند. این روند موجب ظهور هویت‌های چندگانه و روش‌های متنوع بیان آن در سبک زندگی می‌شود که فراتر از مختصات ملی و محلی است (Giddens, 1991).

جهانی‌شدن فرهنگی فشار برای انطباق با هنجارها و سبک‌های جدید را افزایش می‌دهد و در عین حال فرصت‌هایی برای انتخاب‌های متنوع فراهم می‌آورد، اما نابرابری‌های دسترسی به سبک‌های زندگی جهانی و موضع‌گیری مقاومت فرهنگی را نیز به دنبال دارد (Held et al., 1999). این شرایط باعث شده تا سیاست‌های سبک زندگی نه تنها ابزاری برای تغییرات فردی، بلکه بستری برای تضارب و چالش‌های فرهنگی-سیاسی در سطح جهانی شوند.

ظهور سیاست‌های سبک زندگی به شدت متأثر از فرایند جهانی‌شدن است که به عنوان پدیده‌ای چندبعدی نه فقط اقتصاد و تجارت، بلکه زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی و زیست‌محیطی را نیز دگرگون کرده است (Held et al., 1999). جهانی‌شدن، با کاهش معنا و اهمیت مرزهای جغرافیایی و ملی نسبت به تولید و مصرف، فرصت‌ها و چالش‌های متعددی را در پی داشته است؛ از جمله تشدید نابرابری‌های اجتماعی و بحران‌های زیست‌محیطی گسترده.

در این شرایط، سیاست‌های سبک زندگی به عنوان پاسخی به این بحران‌ها ظاهر شده‌اند که نه تنها تغییر رفتارهای فردی را محور خود قرار می‌دهند بلکه از طریق فشار سیاستی بر نهادهای دولتی و سازمان‌های بین‌المللی سعی در اصلاح سیاست‌های پایداری و عدالت اجتماعی دارند (Giddens, 1991; Micheletti et al., 2004).

سیاست‌های سبک زندگی در فضای جهانی‌شده با تکیه بر انتخاب‌های مصرفی و تعهد به شیوه زندگی پایدار، مانند حمایت از برندهای سبز، مصرف کالاهای ارگانیک و کاهش اثرات زیست‌محیطی، به یک ابزار تحول اجتماعی تبدیل شده‌اند. جهانی‌شدن فرهنگی که ناشی از پیشرفت فناوری‌های ارتباطی و گسترش تعاملات بین‌الملل است، به تغییرات بنیادی سبک‌های زندگی و هویت‌های فردی و جمعی انجامیده است (Giddens, 1991). در این بستر، هابرماس (Habermas, 1996) معتقد است جهانی‌شدن فرهنگی از شرایط لازم برای ظهور سیاست‌های سبک زندگی مدرن است که امکان شکل‌گیری هویت‌های چندگانه و تفاوت‌طلبانه را فراهم می‌آورد.

عناصر این جهانی‌شدن فرهنگی شامل اشتراک‌گذاری و انتقال فرهنگ، ارزش‌ها و سبک‌های زندگی از طریق رسانه‌های بین‌المللی، مهاجرت، تجارت جهانی و فناوری‌های دیجیتال است (Held et al., 1999). شبکه‌های دیجیتال و پلتفرم‌های اجتماعی نقش کلیدی در تسهیل تبادل و گسترش سبک‌های زندگی دارند (Bennett & Segerberg, 2012). سبک‌های زندگی که پیش‌تر محدود به فرهنگ‌های منطقه‌ای خاص بودند، اکنون به صورت جهانی فرموله می‌شوند؛ نظیر وگان‌بودن، مینیمالیسم و یوگا (Featherstone, 1987).

گسترش مصرف‌گرایی به عنوان یکی از ویژگی‌های بارز سیاست‌های سبک زندگی در دوران جهانی‌شدن، در شکل‌گیری این سبک‌ها موثر بوده و توسعه تجارت جهانی، نفوذ برندهای بین‌المللی و فرهنگ مصرف کالاهای لوکس را تشدید کرده است. اگرچه این روند باعث افزایش فرصت‌های اقتصادی شده اما منتقدانی نیز دارد که معتقدند به افزایش نابرابری‌ها، تخریب محیط‌زیست و تضعیف فرهنگ‌های محلی آسیب زده است (Micheletti, 2003).

در این فرایند، هویت‌های فردی و جمعی افراد نه تنها بر پایه تعلقات ملی یا محلی، بلکه در متن یک جامعه جهانی تعریف می‌شوند. سیاست‌های سبک زندگی نیز بر این اساس، انتخاب‌های روزمره افراد را به عنوان ابزاری برای پیوند با جامعه فراملی پذیرفته است (Giddens, 1991). پذیرش شیوه‌های زندگی شرقی مانند مدیتیشن، یوگا و رژیم‌های گیاه‌خواری نمونه‌هایی از تغییر و برهم‌کنش فرهنگ‌ها به شمار می‌روند. همچنین نقش هنر، سینما و موسیقی از جمله فرهنگ هیپ‌هاپ، در بازنمایی نگرش‌های سیاسی و اجتماعی نسل جوان، گویای گستردگی تأثیر جهانی‌شدن بر سبک زندگی است.

در گستره اجتماعی، فمینیسم و حقوق بشر نیز به واسطه انتشار از جوامع غربی و توسعه آن‌ها در فضای دیجیتال، موجب تقویت سیاست‌های سبک زندگی در جهت حمایت از حقوق زنان و گروه‌های خاص شده‌اند، به طوری که افراد نه تنها مصرف‌کنندگان این سبک‌ها، بلکه تولیدکنندگان و مشارکت‌کنندگان فعال در بازتولید آن‌ها هستند (Bennett & Segerberg, 2012).

یکی از عرصه‌های تاثیرگذار دیگر، حوزه پایداری و محیط زیست است که تحت تاثیر افزایش آگاهی‌های جهانی نسبت به بحران‌های زیست‌محیطی قرار گرفته است. سیاست‌های سبک زندگی در این بستر متکی بر ایجاد تغییرات در سبک‌های مصرف و رفتارهای روزمره جهت کاهش آسیب‌های زیست‌محیطی بوده‌اند (Theocharis, 2015).

با این حال، تأثیر این کنش‌ها در ایران با پیچیدگی‌های فراوانی مواجه است. کنشگری‌های زیست‌محیطی علیرغم تلاش‌های داخلی و خارجی، به نحوی عمدتاً در قالب انتقاد از عملکرد نظام سیاسی و برجسته‌سازی ناکارآمدی‌ها جای داده شده‌اند و کمتر به شکل همراهی و بسیج عمومی برای حل این بحران‌ها درآمده‌اند. اعتراضات به مسائل زیست‌محیطی مانند آلودگی هوا، خشک شدن دریاچه ارومیه و انقراض گونه‌های جانوری بیشتر به عنوان جدال‌های سیاسی دیده شده و کمتر نقش هماهنگ‌کننده و سازنده ایفا کرده‌اند.

کاهش اعتماد عمومی به نهادهای سیاسی و کاهش مشارکت مدنی رسمی یکی از عوامل کلیدی گسترش سیاست‌های سبک زندگی است، به گونه‌ای که زمینه‌ساز تغییرات بنیادین در نوع مشارکت اجتماعی و کنشگری شده است. رابرت پوتنام (۱۹۹۵) در کتاب معروف خود «بولینگ تنهایی» نشان داده است که میزان مشارکت در نهادهای رسمی مانند احزاب سیاسی، انجمن‌های مدنی و اتحادیه‌های کارگری در دهه‌های اخیر به شدت کاهش یافته است. در مقابل، افراد به شیوه‌های نوینی از مشارکت اجتماعی روی آورده‌اند که بیشتر به زندگی روزمره و انتخاب‌های شخصی آن‌ها مرتبط است (Putnam, 1995).

هانلفر و همکاران (۲۰۱۲) نیز تأکید می‌کنند که بسیاری از جوانان به جای پیوستن به گروه‌های نهادینه‌شده سیاسی، از طریق کنشگری سبک زندگی مانند انتخاب رژیم‌های گیاه‌خواری، مد پایداری، پرهیز از مصرف کالاهای شرکت‌های چندملیتی و دیگر رفتارهای روزمره، هویت سیاسی خود را می‌سازند. بدین ترتیب، سیاست‌های سبک زندگی جایگزین سیاست‌های سازمان‌یافته و رسمی شده‌اند که منعکس‌کننده یک تغییر پارادایمی در حوزه مشارکت سیاسی و اجتماعی است (Haenfler et al., 2012).

سیاست‌های سبک زندگی بیش از آنکه مبتنی بر کنشگری نهادی باشند، بر شکل‌هایی از کنشگری غیرنهادی تأکید دارند که برخلاف کنشگری نهادی، به طور مستقیم از طریق ساختارهای رسمی دولت، احزاب یا سازمان‌های مدنی صورت نمی‌پذیرد. در کنشگری نهادی، افراد از طریق کانال‌های رسمی نظیر رأی‌دهی، عضویت در احزاب یا شرکت در اعتراضات جمعی به دنبال ایجاد تغییرات سیاسی هستند (Tarrow, 1996). در مقابل، سیاست‌های سبک زندگی بر تجمع انتخاب‌های روزمره‌ای نظیر مصرف‌گرایی اخلاقی، حمایت از محصولات زیست‌محیطی و برندهای عادلانه تمرکز دارند که اگرچه تأثیر مستقیم بر تصمیم‌سازی کلان ندارند، ولی از طریق فشارها و تغییرات فرهنگی، ساختارهای اجتماعی را تحت تاثیر گسترده قرار می‌دهند (Micheletti, 2003).

از سوی دیگر، سیاست‌های سبک زندگی را می‌توان نوعی کنشگری غیرمعارف هم دانست؛ در این نوع کنشگری افراد از راه‌های غیررسمی مانند اعتراضات مسالمت‌آمیز، کمپین‌های دیجیتال و مصرف آگاهانه برای کسب اهداف اجتماعی و سیاسی بهره می‌برند. این کنشگری‌ها در نهایت می‌توانند به جنبش‌های اجتماعی غیررسمی بزرگ منجر شوند. نمونه‌های شاخص این نوع سیاست‌ها جنبش‌های زیست‌محیطی مانند جنبش سبز و کمپین‌هایی مثل

#FridaysForFuture هستند که بر حمایت از انرژی‌های تجدیدپذیر و حقوق حیوانات متمرکزند و بدون اتکا به سازوکارهای نهادی، تغییرات فرهنگی و اجتماعی را پیش می‌برند (Haenfler et al., 2012). ظهور رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی همچنین به شدت نحوه سازماندهی و بسیج برای این نوع کنشگری را تغییر داده است. این رسانه‌ها امکان ارتباط، آموزش و آگاهی‌رسانی را به طور مستقیم به افراد داده‌اند و سبب شده‌اند سیاست‌های سبک زندگی از طریق شبکه‌های غیررسمی و اشخاص مستقل نیز گسترش یابند (Bennett & Segerberg, 2012). این ظرفیت موجب شده کمپین‌هایی مانند #MeToo و #FridaysForFuture برخلاف ساختارهای سنتی نهادی، بتوانند اعتراضات اجتماعی و تغییرات سیاسی ملموسی ایجاد کنند. با این حال، چالش‌هایی مانند «تالارهای پژواک»، «حباب‌های فیلتر» و «کنشگری تنبلانه» در فضای آنلاین وجود دارد که ممکن است بر تأثیرگذاری واقعی کنشگری غیرنهادی محدودیت‌هایی ایجاد کنند (Theocharis & Lowe, 2016).

یکی از عوامل اصلی در شکل‌گیری و گسترش سیاست‌های سبک زندگی، ظهور رسانه‌های دیجیتال و توسعه شبکه‌های اجتماعی است که به طور فزاینده‌ای شیوه‌های سازماندهی و بسیج جنبش‌های اجتماعی را دگرگون کرده‌اند. رسانه‌های دیجیتال امکان برقراری ارتباط مستقل و گسترده میان فعالان اجتماعی را فراهم ساخته‌اند، به گونه‌ای که افراد بدون نیاز به واسطه‌های رسمی می‌توانند دیدگاه‌ها، تجربیات و انتخاب‌های سبک زندگی خود را به اشتراک گذاشته و اثرات قابل توجهی در سطح محلی و جهانی ایجاد کنند (Bennett & Segerberg, 2012). این فناوری‌های نوین، زمینه ساز پیدایش جنبش‌های اجتماعی غیررسمی، مانند کمپین‌های #MeToo و #FridaysForFuture شده‌اند که بر انتخاب‌های فردی و اجتماعی تأکید دارند و از طریق رسانه‌های دیجیتال بر ساختارهای سنتی قدرت و سیاستگذاری فشار می‌آورند. این جنبش‌ها برخلاف سیاست‌های نهادی کلاسیک، مبتنی بر شبکه‌ها و ارتباطات فردی هستند و سازماندهی‌شان غیرمتمرکز و به شکل خودجوش صورت می‌گیرد (Bennett & Segerberg, 2012).

تئوری‌های کنش اجتماعی، به ویژه چارلز تیلی (۲۰۰۴)، تأکید دارند که افراد و گروه‌ها می‌توانند از طریق ابزارهای غیررسمی، از جمله رسانه‌های اجتماعی، به مشارکت در فرآیندهای اجتماعی و فرهنگی پردازند و از طریق کنشگری خلاقانه خود سازوکارهای سیاسی و اجتماعی را به چالش بکشند. فضای دیجیتال امکان می‌دهد که افراد از طریق انتخاب‌های مربوط به سبک زندگی، نسبت به مشکلات زیست‌محیطی، فرهنگی و سیاسی واکنش نشان دهند و کنشگری کنند (Tilly, 2004).

فضای دیجیتال نه تنها بستر مناسبی برای کنشگری سبک زندگی فراهم آورده، بلکه امکان آموزش و آگاهی‌رسانی در زمینه‌های مختلف اجتماعی و زیست‌محیطی را توسعه داده است. این ویژگی باعث شده که سیاست‌های سبک زندگی متکی بر انتخاب‌های فردی، توسط جنبش‌ها و شبکه‌های دیجیتال به سطحی بالاتر از تأثیرگذاری و سازماندهی برسند. برای مثال، مصرف ارگانیک به عنوان یکی از سیاست‌های سبک زندگی، تأثیرات مثبتی بر سلامت و محیط زیست داشته و با حمایت سیاست‌های دولتی نیز همراه شده است (Theocharis, 2015).

یانس تئوچاریس (۲۰۱۵) با تحقیق در رابطه با نقش فضای دیجیتال در شکل‌گیری و توسعه سیاست‌های سبک زندگی نشان داده است که رسانه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های آنلاین، تبدیل به فضای کلیدی برای ابراز هویت‌های سبک زندگی و سازماندهی کنش‌های جمعی شده‌اند. به گفته او، فضای دیجیتال می‌تواند تنها یک رسانه ارتباطی نباشد بلکه خود یک فضای هویتی و کنشگری سیاسی و فرهنگی باشد (Theocharis, 2015, p. 47).

با وجود این ظرفیت‌ها، تئوچاریس توجه دارد که این کنشگری در فضای دیجیتال با چالش‌هایی مانند «تالارهای پژواک»^۱، «حباب‌های فیلتر»^۲ و «کنشگری تنبانه»^۳ مواجه است که ممکن است اثرگذاری واقعی و گسترده این کنشگری‌ها را محدود کنند (Theocharis & Lowe, 2016, p. 123). این چالش‌ها بیانگر آن است که فضای دیجیتال، هرچند ظرفیت بالقوه بالایی دارد، اما تضمینی بر تغییرات اجتماعی جامع و پایدار نیست و همچنان نیازمند کنشگرانی فعال، آگاه و خلاق است.

مفهوم هویت در سیاست‌های سبک زندگی نقشی مرکزی و کلیدی ایفا می‌کند، چرا که انتخاب‌های سبک زندگی نه تنها بیانگر ارزش‌ها و باورهای فردی هستند بلکه همزمان سازنده و بازنمایاننده هویت‌های فردی و جمعی به شمار می‌آیند. استوارت هال (۱۹۹۶) نشان داده است که هویت‌ها دائماً در حال تغییر و تحول‌اند و در هر دوره به شکلی متفاوت تعریف می‌شوند. به ویژه در عصر مدرن، هویت‌ها به شکل «بسته‌های خودسرانه»^۴ شکل می‌گیرند که از متن هنجارهای غالب خارج می‌شوند و به معنای انتخاب و بازآفرینی معناها و هویت‌ها توسط افراد است.

برخلاف سیاست‌های سنتی که عمدتاً بر ساختارها و نهادهای رسمی تمرکز دارند، سیاست‌های سبک زندگی توجه ویژه‌ای به هویت‌های فردی و اجتماعی و شیوه‌های زیست روزمره دارند. در این نوع سیاست‌ورزی، هویت نقشی محوری دارد، زیرا انتخاب‌های سبک زندگی در قالب مصرف فرهنگی، الگوهای پوشش، رژیم غذایی، رسانه‌ها و حتی فعالیت‌های دیجیتال نمود می‌یابند (Giddens, 1991). این انتخاب‌ها نه تنها جنبه فردی دارند بلکه ابعاد اجتماعی و سیاسی را نیز دربرمی‌گیرند. آنتونی گیدنز در کتاب «مدرنیته و هویت خود» (۱۹۹۱) توضیح می‌دهد که هویت در دوران مدرن به پروژه‌ای بازتابی تبدیل شده است که افراد به طور مداوم درباره خود، جایگاه و سبک زندگی‌شان تصمیم‌گیری می‌کنند.

هویت در سیاست‌های سبک زندگی را می‌توان در سه سطح تحلیل کرد:

۱. هویت فردی که به ویژگی‌ها و تصمیمات شخصی مانند انتخاب پوشش یا تغذیه اشاره دارد.
۲. هویت اجتماعی که متعلق به گروه‌های خاص و مبتنی بر ارزش‌های مشترک مثل جوامع زیست‌محیطی و گیاه‌خواران است (Haenfler et al., 2012).
۳. هویت سیاسی که بر تأثیر هویت فردی و اجتماعی در انتخاب‌های سیاسی، از جمله حمایت از کمپین‌های مدنی و شرکت در اعتراضات اجتماعی تأکید دارد (Bennett, 1998).

^۱- Echo Chambers

^۲-Filter Bubbles

^۳-Slacktivism

^۴-bricolage

در این چارچوب، هویت صرفاً یک امر فردی نیست بلکه کنشی اجتماعی است. افرادی که سبک زندگی پایدار، تغذیه سالم یا حمایت از حقوق حیوانات را انتخاب می‌کنند، این رفتارها را نه تنها به عنوان تصمیمی شخصی، بلکه به عنوان بیانیه‌ای سیاسی و اجتماعی می‌پذیرند (Micheletti et al., 2004). این انتخاب‌ها اغلب به لایه‌های اجتماعی و سیاسی گسترده‌تری فراتر از فرد تبدیل شده‌اند (Featherstone, 1987). برای نمونه، فردی که مصرف محصولات بازیافتی را انتخاب می‌کند، علاوه بر هدف فردی، هویت خود را به عنوان فردی متعهد به مسائل زیست‌محیطی ابراز می‌کند و این انتخابها گاه به سرمایه اجتماعی و تعیین جایگاه او در گروه‌های اجتماعی منجر می‌شود (Bourdieu, 1984).

هویت اجتماعی زمانی شکل می‌گیرد که انتخاب‌های فردی در چارچوب جمعی و گروهی معنا پیدا کنند. پیوستن به جنبش‌های سبک زندگی مانند جنبش‌های زیست‌محیطی، جنبش‌های ضد سرمایه‌داری یا جنبش حقوق حیوانات نمونه‌هایی از این سیاست‌ها هستند که افراد را به جمع وسیع‌تری متصل می‌کند (Haenfler et al., 2012; Bennett, 2012).

چارلز تیلی (۲۰۰۴) در تئوری کنش اجتماعی بر اهمیت کنش جمعی و نقش هویت‌های جمعی در تغییرات اجتماعی تأکید می‌کند. او معتقد است هویت‌های فردی که در ارتباط با گروه‌ها و جنبش‌های اجتماعی شکل می‌گیرند، می‌توانند به تغییرات کلان اجتماعی منتج شوند. بنت و سگربرگ (۲۰۱۲) نیز به نحوه کنشگری دیجیتال و شبکه‌ای در عصر معاصر اشاره کرده‌اند که برخلاف کنشگری نهادی، اساساً توسط گروه‌های غیررسمی و فردی شکل گرفته است.

سرانجام، پیر بوردیو (۱۹۸۴) در نظریه تمایز نشان می‌دهد که سبک زندگی علاوه بر بازتاب سلیقه فردی، ابزاری برای تمایز طبقاتی است. سرمایه فرهنگی طبقات بالا در قالب انواع انتخاب‌های مصرفی و فرهنگی نمود می‌یابد و به بازتولید نابرابری‌های اجتماعی منجر می‌شود. سیاست‌های سبک زندگی امکان شکل‌گیری حرکت‌های اعتراضی و ایجاد سبک‌های زندگی بدیل را فراهم می‌آورند که همزمان جنبه‌های سیاسی نیز دارند. استوارت هال (۱۹۹۶) و دیک هبدیج (۱۹۷۹) نیز نشان داده‌اند که سبک‌های مصرفی و فرهنگی مانند لباس، رفتار و موسیقی زبان نمادینی برای بیان هویت جمعی و مقاومت فرهنگی هستند.

پسامدرنیته، به عنوان یکی از نظریه‌های مهم قرن بیستم، تأثیر عمیقی بر شیوه‌های سیاست‌ورزی، هویت‌یابی و سبک زندگی افراد در جوامع معاصر داشته است. این اندیشه، که به چرخش از روایت‌های کلان و قطعی به سوی روایت‌های خرد و متعدد اشاره دارد، تغییرات بنیادینی در نگرش افراد نسبت به هویت، مصرف و مشارکت اجتماعی ایجاد کرده است (Hall, 1996; 2005).

ژان بودریار (Baudrillard, 1981) در کتاب «جامعه مصرفی» تحلیل می‌کند که مصرف در جوامع مدرن دیگر صرفاً برای رفع نیازهای اساسی نیست بلکه بخشی از نظام نشانه‌ها و معانی است که افراد هویت خود را از طریق آن بازتعریف و نمایش می‌دهند. در این رویکرد، سیاست‌های سبک زندگی نه فقط به عنوان یک رفتار سیاسی، بلکه به عنوان یک نمایش هویتی مطرح می‌شود که افراد از طریق انتخاب برندهای پایدار، تغذیه گیاه‌خواری یا سبک زندگی مینیمالیستی، هویت اجتماعی خویش را ابراز می‌کنند (Baudrillard, 1981; Featherstone, 1987).

1987. مایک فدرستون (۱۹۸۷) در تحلیل‌های خود نشان می‌دهد که در جامعه پسامدرن، سبک زندگی به عنوان میدان رقابتی برای نمایش تفاوت‌ها و هویت‌ها عمل می‌کند. این میدان رقابتی موجب می‌شود که افراد به شیوه‌هایی متفاوت خود را متمایز و بازنمود کنند، امری که در تضاد با یکنواختی و جهانی شدن کلی است (Featherstone, 1987). اولریش بک (۱۹۹۲) نیز در کتاب «جامعه ریسک» مفهوم بحران‌های مدرن همچون تغییرات اقلیمی، نابرابری اقتصادی و مسائل زیست‌محیطی را مطرح می‌کند که این خطرات جدید، افراد را به توجه بیشتر به سبک زندگی و انتخاب‌های روزمره خویش ترغیب کرده‌اند. از این منظر، سبک زندگی واکنشی فعالانه به این تهدیدات به شمار می‌آید و ابزاری برای مقابله با ریسک‌ها و بحران‌های جهانی محسوب می‌شود (Beck, 1992).

در نتیجه، سیاست‌های سبک زندگی در پسامدرنیته به شکلی پیچیده ترکیبی از اظهار هویت، مقاومت فرهنگی، و پاسخ به بحران‌های نوین هستند که همزمان نمایانگر تمایز اجتماعی و کنش سیاسی در سطح فردی و جمعی می‌باشند. فرهنگ سیاسی یکی از مفاهیم کلیدی برای درک چرایی ظهور و گسترش سیاست‌های سبک زندگی در جوامع معاصر، به‌ویژه در دوران مدرن متأخر است. فرهنگ سیاسی به مجموعه‌ای از نگرش‌ها، باورها، و ارزش‌ها اطلاق می‌شود که بر رفتارهای سیاسی و اجتماعی افراد تأثیر مستقیم می‌گذارند و در تعامل پیچیده‌ای با هویت‌های جمعی و فردی و ساختارهای اجتماعی شکل می‌گیرند (Almond & Verba, 1963; Easton, 1965). نظریه‌های مختلف در حوزه فرهنگ سیاسی، به تأثیرات عمیق این پدیده بر رفتارهای سیاسی فردی و اجتماعی اشاره می‌کنند (Norris, 2011).

بر اساس بسیاری از تحلیل‌ها، فرهنگ سیاسی در دوران مدرن متأخر ارتباط تنگاتنگ و مستقیمی با سیاست‌های سبک زندگی یافته است. جریان‌های نظری مانند پسامدرنیته و فردگرایی، که بر بازتعریف هویت‌ها و مقاومت‌های اجتماعی تأکید دارند، نشان می‌دهند که سیاست‌های سبک زندگی به ابزاری فراتر از تغییرات فردی تبدیل شده‌اند و در تغییرات گسترده‌تر اجتماعی و فرهنگی نقش ایفا می‌کنند (Giddens, 1991; Harvey, 1990).

ساموئل هانتینگتون در کتاب تأثیرگذار خود «برخورد تمدن‌ها» (۱۹۹۶) معتقد است فرهنگ سیاسی جوامع عمدتاً توسط تمدن‌های بزرگ و هویت‌های فرهنگی‌شان شکل می‌گیرد و این فرهنگ‌ها بر گرایش‌ها و روابط سیاسی اثر گذارند. به عنوان مثال، فرهنگ‌های تمدنی غرب، اسلام و شرق آسیا در ارزش‌ها و باورهای خود نسبت به سیاست و اجتماع تفاوت‌های فاحشی دارند که در سیاست‌های سبک زندگی بازتاب می‌یابد. این چارچوب تمدنی، به ما کمک می‌کند تا تفاوت‌های سیاست‌های سبک زندگی را براساس زمینه‌های فرهنگی-تمدنی جوامع بهتر درک کنیم (Huntington, 1996).

دانفلر (۲۰۰۵) با تمرکز بر فرهنگ سیاسی در جوامع دموکراتیک، بر اهمیت ارزش‌های فردگرایانه و مشارکت اجتماعی تأکید می‌کند. طبق این دیدگاه، افراد بیشتر از طریق انتخاب‌های فردی و اجتماعی در فرآیندهای سیاسی شرکت می‌کنند و سیاست‌های سبک زندگی خود را به عنوان نوعی مشارکت سیاسی می‌آزمایند.

ماريو ملوچی (۱۹۹۶) نیز بر نقش هویت‌های فردی و جمعی در جنبش‌های اجتماعی تأکید دارد. او معتقد است که از طریق انتخاب‌های سبک زندگی، افراد می‌توانند در فرآیندهای اجتماعی و سیاسی مشارکت فعالانه داشته باشند. هویت‌های فردی در تعامل با گروه‌های اجتماعی و جنبش‌های سیاسی شکل می‌گیرند و از طریق آن‌ها تحولات

اجتماعی بزرگی رقم می خورد. سیاست های سبک زندگی، به ویژه در جنبش های اجتماعی سیاسی، زیست محیطی، حقوق بشر و ضد سرمایه داری، ابزار بیانی برای این هویت ها هستند (Melucci, 1996).

در نهایت، سیاست های سبک زندگی که مبتنی بر انتخاب های فردی و اجتماعی در حوزه های مختلف هستند، به یکی از ابزارهای مؤثر مشارکت سیاسی و اجتماعی تبدیل شده اند. این سیاست ها نه فقط تأثیرگذار بر تغییرات فردی بلکه در تغییرات عمیق اجتماعی و فرهنگی در سطح جهانی نقش دارند. نمونه هایی مانند مصرف پایدار، انرژی های تجدیدپذیر، حمایت از جنبش های اجتماعی و حقوق بشر نشان دهنده ظرفیت بی بدیل سیاست های سبک زندگی در جهت تولید تغییرات پایدار در جهان معاصر است

نقدهای سیاست های سبک زندگی

سیاست های سبک زندگی به عنوان یکی از اشکال جدید مشارکت سیاسی و اجتماعی، در سال های اخیر به شدت مورد توجه قرار گرفته اند. با این حال، این سیاست ها با نقدهای متعددی روبه رو هستند که از ابعاد مختلف نظری، عملی، اجتماعی و اقتصادی قابل بررسی اند. به نظر دی مور (De Moor, 2014)، سیاست های سبک زندگی ظرفیت هایی برای تقویت هویت های فردی و جمعی دارند، اما بدون ترکیب با اقدامات سازمان یافته و سیستماتیک، اثرگذاری آن ها ممکن است محدود باشد. وی اشاره می کند که این نوع کنشگری ممکن است به عنوان یک ابزار «آرامش بخش»^۱ توسط سیستم های قدرت استفاده شود و از انجام کنش های بزرگتر و مؤثرتر جلوگیری کند (De Moor, 2014, p. 67).

درک کنشگری در سیاست های سبک زندگی نیازمند فراتر رفتن از تصور صرف انتخاب های فردی و ورود به عرصه کنش های جمعی، جنبش های اجتماعی و استراتژی های سیاسی است (De Moor, 2014). اگرچه سیاست های سبک زندگی اغلب در سطح انتخاب های فردی آغاز می شوند، اما پتانسیل تبدیل شدن به کنش های جمعی و جنبش های اجتماعی را دارا بوده و می توانند به استراتژی های سیاسی مؤثری برای تغییر هنجارها، ارزش ها و سیاست های عمومی تبدیل شوند (Theocharis, 2015).

انتخاب های سبک زندگی سیاسی به ندرت در خلاء انجام می شوند. بلکه اغلب در متن شبکه ها، گروه ها و جوامع آنلاین و آفلاین شکل می گیرند و تقویت می شوند. فضای مجازی و رسانه های اجتماعی نقش کلیدی در بسیج و سازماندهی کنش های جمعی مبتنی بر سبک زندگی ایفا می کنند (Theocharis & Lowe, 2016). جوامع آنلاین و گان ها، گروه های محیط زیستی، شبکه های مصرف کنندگان اخلاقی و جنبش های مینیمالیستی، نمونه هایی از جوامع و شبکه هایی هستند که حول سبک زندگی های خاص شکل می گیرند و به کنشگری جمعی و سازمان یافته می پردازند (Dunlap & Catton, 1979). این جوامع و شبکه های هویت های جمعی مبتنی بر سبک زندگی را تقویت می کنند و منابع اجتماعی، اطلاعاتی و بسیجی لازم برای کنشگری مؤثرتر را فراهم می آورند (Hall, 1997).

پویایی بسیج و سازماندهی در سیاست های سبک زندگی، نشان می دهد که این نوع کنشگری صرفاً به انتخاب های فردی محدود نمی شود و پتانسیل تبدیل شدن به نیروی اجتماعی قدرتمند برای تغییر را داراست. برای مثال، جنبش

^۱ - pacification

های محیط زیستی از طریق بسیج آنلاین و آفلاین، سازماندهی اعتراضات، کمپین‌های آگاهی بخشی و ترویج سبک زندگی پایدار، توانسته‌اند تاثیر قابل توجهی بر افکار عمومی و سیاست‌های زیست محیطی در سطح جهانی داشته باشند (IPCC, 2021).

سیاست‌های سبک زندگی تنها یک نوع کنشگری نیستند، بلکه مجموعه‌ای متنوع از استراتژی‌ها و تاکتیک‌های سیاسی را شامل می‌شوند که کنشگران برای دستیابی به اهداف مختلف از آن‌ها بهره می‌گیرند (Giddens, 1991). این استراتژی‌ها و تاکتیک‌ها می‌توانند بسیار متنوع و خلاقانه باشند و از کنش‌های نمادین و اعتراضی در سطح فردی و روزمره تا اقدامات سازمان‌یافته و جمعی در سطح جنبش‌های اجتماعی و سیاسی را در برگیرند.

۱. فردگرایی افراطی و نادیده گرفتن تغییرات ساختاری

یکی از مهمترین نقدهایی که به سیاست‌های سبک زندگی وارد شده است، تأکید بیش از حد آن‌ها بر تغییرات فردی و نادیده گرفتن تغییرات ساختاری در سطح کلان است. این سیاست‌ها معمولاً بر انتخاب‌های شخصی مانند رژیم غذایی، سبک مصرف، و حمایت از برندهای خاص متمرکز هستند، در حالی که بسیاری از مسائل سیاسی، فرهنگی و اجتماعی و زیست محیطی ناشی از ساختارهای اقتصادی و سیاسی بزرگ تری هستند که تنها از طریق اصلاحات نهادی و تغییرات سیستماتیک قابل حل‌اند (Giddens, 1991). تمرکز بیش از حد بر رفتارهای فردی، به جای تغییرات نهادی، موجب شده است که سیاست‌های سبک زندگی نتوانند به طور قابل توجهی بر نابرابری‌های اجتماعی و بحران‌های کلان تأثیر بگذارند (Bennett, 1998).

اصلاحات پایدار و تأثیرگذار نیازمند سیاست‌گذاری‌های کلان دولتی، اصلاحات اقتصادی، و فشار بر نهادهای بزرگ مانند دولت‌ها و شرکت‌های چندملیتی هستند، اما سیاست‌های سبک زندگی اغلب از این بعد غافل می‌شوند (Micheletti, 2003).

۲. تجاری‌سازی و سرمایه‌داری مصرفی

یکی از نقدهای اساسی به سیاست‌های سبک زندگی، تبدیل آن‌ها به بخشی از نظام سرمایه‌داری مصرفی است. شرکت‌ها و برندهای تجاری به سرعت از این سیاست‌ها برای بازاریابی محصولات خود استفاده کرده و مفاهیمی مانند "مصرف پایدار"، "سبک زندگی سبز"، و "اخلاق مصرف" را به استراتژی‌های تجاری خود وارد کرده‌اند. این موضوع باعث شده است که بسیاری از افراد تصور کنند که تنها از طریق خرید کالاهای خاص می‌توانند به تغییرات اجتماعی و زیست محیطی کمک کنند، در حالی که این تغییرات نیازمند اصلاحات عمیق‌تری در سیاست‌های اقتصادی و صنعتی هستند (Haenfler et al., 2012).

۳. دسترسی نابرابر و تمایز طبقاتی

سیاست‌های سبک زندگی اغلب به عنوان گزینه‌هایی برای تغییرات اجتماعی مطرح می‌شوند، اما دسترسی نابرابر به این سبک‌ها، باعث شده که تنها گروه‌های خاصی از جامعه بتوانند در این سیاست‌ها مشارکت کنند. بسیاری از انتخاب‌های سبک زندگی، مانند خرید محصولات ارگانیک، استفاده از خودروهای برقی، یا حمایت از برندهای پایدار، هزینه‌های بالایی دارند که تنها برای طبقات متوسط و بالای جامعه قابل دسترسی هستند (Fernandes, 2009). سیاست‌های سبک زندگی به دلیل هزینه‌های بالای آن‌ها، معمولاً محدود به اقشار مرفه جامعه می‌شوند و به

این ترتیب، امکان مشارکت همه افراد در این سیاست‌ها وجود ندارد (Bourdieu, 1984). این سیاست‌ها می‌توانند به ابزار جدیدی برای تمایز طبقاتی تبدیل شوند، به این معنا که افراد مرفه از این سبک‌ها برای نشان دادن برتری اجتماعی خود استفاده کنند، در حالی که افراد کم‌درآمد از مشارکت در این فرآیندها محروم بمانند.

۴. ناکارآمدی در تغییرات سیاسی و اجتماعی بلندمدت

سیاست‌های سبک زندگی عمدتاً بر تغییرات فردی و انتخاب‌های روزمره تمرکز دارند، اما این تغییرات اغلب تأثیرات محدودی بر سیاست‌های کلان و تصمیم‌گیری‌های سیاسی دارند. بسیاری از بحران‌های اجتماعی و زیست‌محیطی ناشی از سیاست‌های دولت‌ها، شرکت‌های بزرگ و نهادهای بین‌المللی هستند که تغییر آن‌ها نیازمند اقدامات نهادی و جنبش‌های سازمان‌یافته است (Tilly, 2004). سیاست‌های سبک زندگی ممکن است به عنوان ابزاری برای مقاومت فرهنگی عمل کند، اما در عین حال، ممکن است توسط سیستم‌های قدرت استفاده شود تا توجه افراد از مسائل بنیادی سیاسی و اقتصادی معطوف به انتخاب‌های شخصی شود. این موضوع به این معناست که سیاست‌های سبک زندگی می‌توانند به عنوان یک شکل از "آرامش‌بخش"^۱ عمل کنند و از انجام کنش‌های بزرگتر و مؤثرتر جلوگیری کنند (De Moor, 2014).

۵. تأثیرپذیری از تغییرات مد و فرهنگ مصرفی

سیاست‌های سبک زندگی به شدت تحت تأثیر تغییرات فرهنگی و اجتماعی هستند و در بسیاری از موارد، به جای ایجاد تغییرات پایدار، به ترندهای زودگذر تبدیل می‌شوند. این امر باعث شده که بسیاری از این سیاست‌ها به عنوان «مدهای زودگذر» تلقی شوند که پس از مدتی جای خود را به سبک‌های جدید می‌دهند.

سیاست‌های سبک زندگی در جامعه ایران

سیاست‌های سبک زندگی به عنوان یکی از گسترده‌ترین و پیچیده‌ترین حوزه‌های کنش اجتماعی و سیاسی، نقش بسیار مهمی در شکل‌دهی و جهت‌دهی به رفتارهای فردی و جمعی مردم دارند. همچنین این سیاست‌ها در ایران همواره میان کنشگری‌های اجتماعی از پایین و سیاستگذاری رسمی از بالا در حال نوسان بوده‌اند. کنشگری خلاق، به معنای استفاده نوآورانه و استراتژیک از انتخاب‌ها و رفتارهای فردی و جمعی برای ایجاد تغییر در ساختارهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی است که توانسته به ابزاری برای تغییر و نفوذ بر نهادهای قدرت بدل شود (Bennett & Segerberg, 2012; Micheletti, 2003). در این چارچوب، سیاست‌های سبک زندگی از پایین به بالا شکل می‌گیرند؛ یعنی از دل جامعه و کنشگران اجتماعی بروز می‌کنند و نهادهای دولتی و قدرت را به واکنش و تغییر وادار می‌سازند (نوده‌فراهانی، ۱۴۰۱).

در جامعه ایران، این کنشگری خلاق در قالب مواجهه‌ای چندلایه میان جریان‌های جهانی‌شده و سنت‌های محلی - مذهبی رخ داده است. جهانی‌شدن فرهنگی که به واسطه رسانه‌ها و فضای دیجیتال امکان‌پذیر شده، تأثیر عمیقی بر سبک زندگی نسل جوان و طبقات متوسط شهری داشته است. استقبال گسترده از برندهای جهانی مانند Apple، Samsung و Nike نشان‌دهنده پیوند هویتی نسل جدید با فرهنگ مصرفی جهان غرب و بازنمایی نوعی هویت مدرن و فراملی است که از طریق مصرف و انتخاب سبک زندگی به عرصه عمومی منتقل می‌شود (Giddens,

¹ -pacification

(1991). شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام و تلگرام به بستری برای به نمایش گذاشتن این هویت‌ها و بیان ترجیحات سیاسی، فرهنگی و مصرفی تبدیل شده‌اند که نمودی بارز از سیاست‌های سبک زندگی مدرن و متصل به جهانی شدن به شمار می‌آید (Bennett & Segerberg, 2012).

از سوی دیگر، بخش‌های دیگری از جامعه ایران، به‌ویژه گروه‌های مذهبی، نسل‌های قدیمی‌تر و مناطق با هویت‌های محلی قوی، در برابر چنین گسترش فرهنگی و هویتی مقاومت نشان داده‌اند. این مقاومت در قالب پایبندی به سبک زندگی ایرانی-اسلامی، رعایت حجاب اسلامی، مصرف کالاهای سنتی و محلی و حفظ ارزش‌های فرهنگی و مذهبی بروز می‌کند که خود یک سیاست سبک زندگی و کنش هویتی برای حفظ استقلال فرهنگی و مقابله با جهانی شدن به شمار می‌آید (نوده‌فراهانی، ۱۴۰۱؛ آزاد ارمکی، ۱۳۹۷).

این دو جریان در جامعه ایران، همواره در حال تعامل و تضاد بوده و سیاست‌های سبک زندگی را شکل داده‌اند. اعتراضات سال ۱۴۰۱ نمونه‌ای از حرکت‌های اجتماعی مبتنی بر سیاست‌های سبک زندگی است. جنبش‌های زیست‌محیطی نیز با ترغیب به رفتارهای مصرفی متفاوت مانند کاهش استفاده از پلاستیک و حمایت از محصولات ارگانیک توانسته‌اند علاوه بر تغییرات فردی، سبب اصلاح سیاست‌های کلان محیط‌زیستی شوند. کمپین‌های دیجیتال مانند #SaveTheAralSea و #FridaysForFuture نمونه‌هایی از این تأثیرگذاری هستند که دولت را به اتخاذ سیاست‌های جدید وادار کرده‌اند (مرکز تحقیقات محیط زیست ایران، ۱۴۰۲).

مصرف‌گرایی نیز در ایران کنشی نمادین است که گاه دارای بار سیاسی و اجتماعی است، به ویژه وقتی که استفاده از برندهای جهانی یا مبارزه برای حمایت از تولیدات داخلی از طریق رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی به مثابه اعمال فشار بر سیاست‌های اقتصادی حکومتی عمل می‌کند (رنجبر و همکاران، ۱۴۰۰).

پوشش زنان نیز یکی از عرصه‌های مهم سیاست‌های سبک زندگی است. تغییر پوشش و گسترش انتخاب‌های متنوع، نمادهای هویتی و مقاومت فرهنگی در برابر محدودیت‌های رسمی است. همچنین موسیقی، به ویژه موسیقی پاپ غربی و جنبش‌های زیرزمینی، ابزار مهمی برای ابراز هویت فرهنگی و سیاسی جامعه جوان ایرانی شده است. خالکوبی نیز به نمادی از مقاومت و بیان هویت تبدیل شده است که اگرچه با محدودیت‌های قانونی روبروست، اما در حال رشد و تأثیرگذاری است. رژیم‌های غذایی خاص (مانند وگان بودن) نیز نشانه‌هایی از سیاست‌های سبک زندگی هستند که همگی با استفاده از فضای مجازی گسترش یافته‌اند و به شکل مقاومت فرهنگی و بیان هویت سیاسی برجسته شده‌اند (محمودی، ۱۴۰۲).

فضای دیجیتال به‌عنوان محمل اصلی کنشگری خلاق، میدانی برای ظهور هویت‌های نو، بسیج اجتماعی، و فشار بر نهادهای سیاستگذار و قدرت محسوب می‌شود؛ جایی که سیاست‌های سبک زندگی در تعامل مستقیم با فرهنگ، سیاست و اقتصاد قرار می‌گیرند و قادرند تحولات بنیادینی را شکل دهند (عباس زاده، ۱۳۹۹).

در نهایت، سیاست‌های سبک زندگی در ایران نه تنها انتخاب‌های فردی را تحت تأثیر قرار می‌دهند بلکه به مثابه کنش‌های اجتماعی و سیاسی کنشی تأثیرگذار در روندهای تحول اجتماعی و ساختار قدرت عمل می‌کنند و مسیر آینده این کشور را با توجه به تعامل میان نیروهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی رقم می‌زنند.

بنابراین در ایران، سیاست‌های سبک زندگی به مثابه عرصه‌ای پویا، تعاملی و چندلایه، پیوند میان تغییرات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی را فراهم می‌کند که توانسته است ضمن ایجاد تغییرات بنیادین در رفتارها و هویت‌ها، نهادهای قدرت را نیز در مسیر تحول قرار دهد. این سیاست‌ها به کنشگری خلاق و مستمر از سوی جامعه مدنی نیازمندند تا بتوانند در عرصه‌های گوناگون فرهنگی، اقتصادی و سیاسی اثرگذار باشند و مسیر توسعه ایران را به سمت تعالی و عدالت هموار کنند.

دستاورد نظری (یافته‌ها)

یکی از نمونه‌های برجسته سیاست‌های سبک زندگی در ایران که توانسته تأثیر زیادی بر تصمیم‌گیری‌های دولتی و نهاد قدرت بگذارد، اعتراضات آبان سال ۱۴۰۱ بود. این حرکت یکی از مهمترین حرکت‌های اعتراضی در ایران بود که به عنوان یک کنش سیاسی- اجتماعی با ماهیت سیاست‌های سبک زندگی در ایران رقم خورد. همچنین کمپین‌های گوناگونی که در مورد موضوعات سیاسی، اجتماعی و زیست محیطی در این سال‌ها به وقوع پیوسته‌اند، مورد توجه و مطالب است. برخی پویش‌های زیست محیطی، از طریق ترغیب برای تغییر در سبک زندگی مانند کاهش مصرف پلاستیک، خرید محصولات ارگانیک و ... به تأثیرگذاری بر رفتارهای فردی و جمعی پرداخته‌اند، در عین حال در فضای عمومی به ایجاد فشار برای اصلاحات سیاسی در سیاست‌های محیط زیستی نیز منجر شده‌اند.

همچنین در ایران، پویش‌هایی مانند #SaveTheAralSea و #FridaysForFuture که به‌ویژه در فضای دیجیتال و رسانه‌های اجتماعی گسترش یافتند، تلاش کرده‌اند تا دولت‌ها و نهادهای قدرت را برای پیگیری سیاست‌های زیست محیطی و اتخاذ تصمیمات مؤثرتر در مورد بحران‌های زیست محیطی تحت فشار قرار دهند. این جنبش‌ها نشان می‌دهند که چگونه انتخاب‌های فردی و اجتماعی، از طریق رسانه‌های دیجیتال و فعالیت‌های جمعی، می‌توانند بر فرآیندهای تصمیم‌گیری دولتی تأثیرگذار باشند.

فشارهای اجتماعی ناشی از جنبش‌های زیست محیطی به‌ویژه در سال‌های اخیر، به تصویب سیاست‌های جدیدی مانند حمایت از استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر در ایران منجر شده است. علاوه بر این، در سال‌های اخیر ایران به‌طور فزاینده‌ای به سمت استفاده از سوخت‌های پاک و حمل‌ونقل عمومی حرکت کرده است که نشان‌دهنده تأثیرات این جنبش‌ها و سیاست‌های سبک زندگی در تغییر نگرش‌های سیاسی است. این نمونه‌ها نشان می‌دهند که سیاست‌های سبک زندگی در ایران می‌توانند به‌طور مؤثری به فشار اجتماعی برای اصلاحات محیط زیستی و تغییر در سیاست‌های دولتی تبدیل شوند.

یکی دیگر از نمونه‌های سیاست‌های سبک زندگی که در جامعه ایران تأثیر زیادی بر نهادهای دولتی و تصمیم‌گیری‌های سیاسی گذاشته، گرایش به مصرف‌گرایی و استفاده از برندهای جهانی است. این نوع مصرف‌گرایی به‌ویژه در طبقات متوسط و بالای جامعه ایران مشاهده می‌شود که از طریق خرید کالاهای برندهای جهانی، به طور غیرمستقیم خواستار دسترسی بیشتر به بازارهای جهانی و حذف موانع تجاری و اقتصادی هستند که خود این سیاست‌های سبک زندگی و رفتار اجتماعی ناشی از آن گاهی تا مرز تعارض و تنازع و به عبارت دیگر مسأله اجتماعی پیش می‌رود.

مصرف برندهایی مانند Apple، Samsung و Nike در ایران، به عنوان نمادی از وضعیت اجتماعی و مدرنیته، به‌طور غیررسمی خواسته‌ای برای اصلاحات اقتصادی و افزایش دسترسی به کالاهای جهانی است. این گرایش به

مصرف‌گرایی، به‌ویژه از طریق فشارهای اجتماعی و رسانه‌های دیجیتال، به نهادهای دولتی برای تسهیل تجارت و افزایش دسترسی به محصولات خارجی فشار وارد کرده است.

البته در مقابل مصرف‌گرایی جهانی، در برخی از بخش‌های جامعه ایران، به‌ویژه پس از تحریم‌ها، سیاست‌های خرید از کالاهای ایرانی به‌عنوان ابزاری برای حمایت از تولید داخلی و تقویت اقتصاد ملی مطرح شده است. این سیاست‌ها به‌ویژه از طریق کمپین‌های دیجیتال و رسانه‌های اجتماعی به تأثیرگذاری بر تصمیمات اقتصادی دولتی پرداخته‌اند. مصرف‌گرایی و انتخاب‌های مصرفی در ایران نه تنها بر رفتار فردی تأثیرگذار است، بلکه به‌عنوان ابزاری برای فشار بر نهادهای دولتی و ایجاد تغییرات در سیاست‌های اقتصادی و تجاری عمل می‌کند. این انتخاب‌ها باعث می‌شوند که دولت‌ها سیاست‌های اقتصادی خود را با توجه به خواسته‌های مصرف‌کنندگان و فشارهای اجتماعی تنظیم کنند (رجوع شود به Featherstone, 1987 برای مطالعه بیشتر).

در ایران، نوع پوشش به‌ویژه برای زنان، یکی از مهمترین عرصه‌های سیاست‌های سبک زندگی و کنشگری سیاسی است. از آنجا که نوع پوشش در ایران به‌ویژه برای زنان به‌طور قانونی تحت تأثیر سیاست‌های دولت قرار دارد، انتخاب‌های پوششی افراد می‌توانند به‌عنوان یک ابزار برای مقاومت در برابر سیاستهای دولت و ابراز هویت فرهنگی و اجتماعی عمل کنند.

در ایران، نوع پوشش حجاب به‌عنوان یک قانون اجتماعی و البته مبتنی بر هنجارهای دینی و سنت‌های ایرانی برای زنان اعمال می‌شود. این مسئله به‌طور عمده در سیاست‌های سبک زندگی افراد تأثیر گذاشته است. برخی از زنان، با استفاده از الگوهای پوشش مدرن که به نوعی با پوشش اسلامی ترکیب شده است، تلاش کرده‌اند تا هویت فردی خود را بیان کنند.

در سال‌های اخیر، به‌ویژه در مناطق شهری، برخی از زنان و جوانان ایرانی با استفاده از پوشش‌های غیررسمی و مدرن تلاش کرده‌اند الگوهای رسمی و هنجاری پوشش را به چالش بکشند. این انتخاب‌ها، به‌ویژه در نسل جوان، نمادی از تغییرات فرهنگی و اجتماعی در ایران هستند که به‌طور غیررسمی و از طریق سبک‌های پوشش به‌صورت اعتراض و بیان هویت اجتماعی عمل می‌کنند. همچنین در برخی از گروه‌های اجتماعی و به‌ویژه در میان طبقات بالای جامعه، انتخاب‌های پوششی به‌طور چشمگیری از مدهای غربی تأثیر پذیرفته‌اند. این انتخاب‌ها، که شامل لباس‌های برند جهانی و استفاده از مدل‌های غربی است، نه تنها به‌عنوان انتخاب‌های فردی بلکه به‌عنوان بیانی از تمایل به جهانی شدن و پذیرش فرهنگ جهانی نیز به‌شمار می‌روند. نوع پوشش در ایران به‌ویژه در میان نسل جوان و زنان، به‌عنوان بخشی از سیاست‌های سبک زندگی، می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای بیان مقاومت فرهنگی و اعتراض سیاسی در نظر گرفته شود. این انتخاب‌ها به‌ویژه در فضای دیجیتال و رسانه‌های اجتماعی گسترش یافته‌اند و به‌طور غیررسمی و غیرسازمانی می‌توانند فشارهایی بر نهادهای قدرت ایجاد کنند.

موسیقی به‌ویژه در ایران، یکی از عرصه‌های مهم سیاست‌های سبک زندگی و ابزار کنشگری سیاسی است. موسیقی نه تنها به‌عنوان یک سرگرمی فرهنگی بلکه به‌عنوان ابزاری برای بیان اعتراضات اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در نظر گرفته می‌شود. انتخاب‌های موسیقایی می‌توانند به‌طور مستقیم بر هویت فردی و گفتمان اجتماعی تأثیر بگذارند. در ایران، موسیقی پاپ غربی به‌ویژه در میان جوانان بسیار محبوب است. این سبک موسیقی به‌عنوان نمادی از مدرنیته و

تمایل به پذیرش فرهنگ غربی در ایران در نظر گرفته می‌شود. بسیاری از جوانان ایرانی از طریق گوش دادن به این موسیقی‌ها، هویت فرهنگی خود را بیان می‌کنند و از آن برای مقابله با محدودیت‌های اجتماعی و فرهنگی استفاده می‌کنند.

برخی از هنرمندان و گروه‌های موسیقی ایرانی به‌ویژه در دوره‌های مختلف سیاسی، از موسیقی به‌عنوان ابزار اعتراض به شرایط سیاسی و اجتماعی استفاده کرده‌اند. این نوع موسیقی‌ها که معمولاً مضامین آزادی، حقوق بشر و مقاومت فرهنگی را مطرح می‌کنند، به‌طور غیررسمی در میان جوانان ایرانی رواج یافته و به‌عنوان ابزار کنشگری سیاسی در نظر گرفته می‌شوند. در واقع موسیقی در ایران نه تنها ابزاری برای ابراز هویت فردی و اجتماعی است بلکه به‌عنوان یک ابزار مقاومت فرهنگی و اعتراض اجتماعی نیز عمل می‌کند. این انتخاب‌ها می‌توانند تأثیرات گسترده‌ای بر تصمیم‌گیری‌های سیاسی و برنامه‌های اجتماعی در ایران داشته باشند.

خال‌کوبی^۱ یا تاتو، در سال‌های اخیر به‌عنوان یکی از سیاست‌های سبک زندگی در ایران مطرح شده است. در گذشته، خال‌کوبی به‌عنوان یک تابو فرهنگی و اجتماعی در ایران شناخته می‌شد، اما در دهه‌های اخیر به‌ویژه در میان نسل جوان و طبقات متوسط شهری، این پدیده به ابزاری برای ابراز هویت فردی و اجتماعی تبدیل شده است. از طریق انتخاب طراحی‌های خاص تاتو، افراد می‌توانند به‌طور نمادین هویت خود را به نمایش بگذارند و همچنین به جنبش‌های فرهنگی، اجتماعی یا سیاسی پیوندند. در ایران، برخی از افراد از خال‌کوبی برای بیان دیدگاه‌های اجتماعی و سیاسی خود استفاده کرده‌اند. برای مثال، استفاده از تاتوهایی با مضامین آزادی، برابری، یا حقوق بشر به‌عنوان نمادی از اعتراض به محدودیت‌های اجتماعی و سیاسی در ایران مشاهده می‌شود. این انتخاب‌ها به‌ویژه در میان فعالان سیاسی، هنرمندان و جوانان مشاهده می‌شود.

در بعضی از موارد، خال‌کوبی به‌عنوان یک عمل مقاومت فرهنگی در برابر محدودیت‌های اجتماعی و هویتی مشاهده می‌شود. به‌ویژه در گروه‌های اجتماعی که به دنبال آزادی‌های فردی و خودبیانگری هستند، خال‌کوبی به‌عنوان راهی برای شکستن تابوهای فرهنگی و اجتماعی رایج در ایران استفاده می‌شود. آنارشیزم به‌عنوان یک شکل از سیاست‌های سبک زندگی، از طریق انتخاب‌های خاصی (مانند خالکوبی، لباس پوشی سیاه، و رژیم غذایی و گان) به مقاومت فرهنگی پرداخته است (Portwood-Stacer, 2013). این انتخاب‌ها می‌توانند به‌عنوان نقدی از سیستم‌های موجود عمل کنند، اما ممکن است به‌دلیل جذابیت زیبایی‌شناختی، توسط سیستم‌های تجاری استفاده شوند.

رژیم‌های غذایی مانند وگان‌بودن (گیاه‌خواری) که به کاهش مصرف محصولات حیوانی و حمایت از محیط زیست تأکید دارند، به‌ویژه در میان جوانان و طبقات تحصیل‌کرده ایران محبوبیت پیدا کرده است. این انتخاب‌ها بیشتر در واکنش به بحران‌های زیست محیطی و بحران‌های مربوط به حقوق حیوانات به‌عنوان یک سیاست سبک زندگی دیده می‌شوند. البته شواهد علمی و قطعی به‌عنوان یک ملاک سنجش برای تأیید این مدعا وجود ندارد.

فضای دیجیتال همچنین تأثیر زیادی بر فرهنگ مصرف و انتخاب‌های اجتماعی در ایران داشته است. در این فضا، برندها و محصولات جهانی به‌سرعت در دسترس قرار گرفته‌اند و این امر موجب تغییر در الگوهای مصرف شده است.

^۱ - Tattoos

بسیاری از برندهای بین‌المللی از طریق پلتفرم‌های دیجیتال در ایران حضور دارند و محصولات خود را تبلیغ می‌کنند. این امر باعث شده که برندهای خارجی در ایران به نمادهای وضعیت اجتماعی و مدرنیته تبدیل شوند. در سال‌های اخیر، خرید آنلاین در ایران به‌ویژه در دوران پاندمی کووید-۱۹ رونق زیادی پیدا کرده است. بسیاری از افراد، به‌ویژه در مناطق شهری، ترجیح می‌دهند خریدهای خود را از طریق پلتفرم‌های دیجیتال انجام دهند.

فضای دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی در ایران به‌عنوان ابزاری برای تأثیرگذاری بر نهادهای قدرت و فرآیندهای تصمیم‌گیری‌های سیاسی عمل کرده‌اند. این فضا به افراد این امکان را می‌دهد که به‌طور مستقیم در بحث‌های اجتماعی و سیاسی مشارکت کرده و تأثیرات معناداری بر سیاست‌های دولتی بگذارند.

فضای دیجیتال به‌ویژه از طریق پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام و تلگرام به ابزاری برای بسیج اجتماعی و تأثیرگذاری بر نهادهای دولتی تبدیل شده است. بسیاری از جنبش‌های اجتماعی و سیاسی در ایران به‌طور عمده از طریق این رسانه‌ها گسترش یافته‌اند و توانسته‌اند فشار زیادی بر دولت‌ها برای تغییر در سیاست‌های داخلی وارد کنند.

کمپین‌هایی مانند #FridaysForFuture در ایران، که به تغییرات اقلیمی و بحران‌های زیست محیطی توجه دارند، از فضای دیجیتال برای فشار بر نهادهای دولتی و جلب حمایت عمومی استفاده کرده‌اند. همچنین کمپین‌هایی مانند #WomenLifeFreedom که به‌ویژه در فضای دیجیتال در ایران گسترش یافته است، تأثیر زیادی بر تغییرات در سیاست‌های جنسیتی و حقوق زنان داشته است. این جنبش‌ها با فشار بر دولت‌ها، خواستار حقوق برابر برای زنان و تغییر در قوانین بوده‌اند.

سیاست‌های سبک زندگی در جامعه ایران، از طریق انتخاب‌های فرهنگی مانند خال‌کوبی، نوع پوشش، موسیقی‌ها و دیگر رفتارهای اجتماعی، به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر نهادهای دولتی و فرآیندهای تصمیم‌گیری سیاسی تأثیر می‌گذارند. این انتخاب‌ها به‌ویژه در میان نسل جوان و طبقات متوسط و بالای جامعه ایران به‌عنوان ابزارهایی برای بیان هویت فردی و اجتماعی و مقاومت فرهنگی در برابر محدودیت‌های دولتی و اجتماعی عمل می‌کنند. از طرفی، برخی از این سیاست‌ها به‌ویژه در عرصه‌های زیست محیطی و فرهنگی به‌عنوان ابزارهایی برای اعتراض اجتماعی و تأثیرگذاری بر نهاد قدرت تبدیل شده‌اند. به‌طور کلی، سیاست‌های سبک زندگی در ایران نه تنها بر رفتارهای فردی تأثیر دارند بلکه به ابزاری برای تغییرات اجتماعی و سیاسی در جامعه تبدیل شده‌اند.

بنابراین بر اساس تحلیل ادبیات نظری انجام شده، یافته‌های پژوهش حاضر در خصوص سیاست‌های سبک زندگی در عصر مدرن به شرح زیر است:

۱. سیاست‌های سبک زندگی پدیده‌ای برآمده از شرایط خاص مدرنیته است. تحولات بنیادین عصر مدرن (فردیت‌یابی، جامعه ریسک، مدرنیته سیال) زمینه را برای ظهور این نوع سیاست فراهم کرده‌اند. سیاست‌های سبک زندگی پاسخی به شرایطی هستند که در آن سنت‌ها و قطعیت‌های گذشته کمرنگ شده، انتخاب‌های فردی اهمیت فزاینده‌ای یافته‌اند و ریسک‌های مدرن بر زندگی روزمره سایه افکنده‌اند.

سیاست‌های سبک زندگی پدیده‌ای چندوجهی است که ابعاد فردی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی را در هم می‌آمیزد. این نوع سیاست صرفاً به انتخاب‌های فردی محدود نمی‌شود، بلکه ابعاد جمعی، هویتی، نمادین و کنشگری نیز دارد و می‌تواند در سطوح مختلف فردی، گروهی، اجتماعی و سیاسی تأثیرگذار باشد.

مفهوم «سیاست های سبک زندگی» به معنای دقیق کلمه، یک مفهوم نوظهور و در حال تکامل است. هنوز تعریف واحد و جامعی از این مفهوم وجود ندارد و پژوهش های نظری در این حوزه همچنان در حال شکل گیری و توسعه هستند. مقاله حاضر تلاش کرده است تا با ارائه یک چارچوب تحلیلی، به تبیین دقیق تر و جامع تر این مفهوم کمک کند.

۲. کنشگری در سیاست های سبک زندگی از انتخاب های فردی آغاز می شود، اما پتانسیل تبدیل شدن به کنش های جمعی و جنبش های اجتماعی را داراست. انتخاب های سبک زندگی سیاسی به ندرت در خلاء انجام می شوند و اغلب در متن شبکه ها، گروه ها و جوامع آنلاین و آفلاین شکل می گیرند و تقویت می شوند.

فضای مجازی و رسانه های اجتماعی نقش کلیدی در بسیج و سازماندهی کنش های جمعی مبتنی بر سبک زندگی ایفا می کنند. این پلتفرم ها امکان ایجاد جوامع آنلاین، به اشتراک گذاری اطلاعات، هماهنگی اقدامات و تقویت هویت های جمعی را فراهم می سازند.

سیاست های سبک زندگی مجموعه ای متنوع از استراتژی ها و تاکتیک های کنشگری سیاسی را شامل می شوند. این استراتژی ها و تاکتیک ها می توانند بسیار متنوع و خلاقانه باشند و از کنش های نمادین و اعتراضی در سطح فردی و روزمره تا اقدامات سازمان یافته و جمعی در سطح جنبش های اجتماعی و سیاسی را در برگیرند.

سیاست های سبک زندگی صرفاً به کنش های نمادین و بیانی محدود نمی شوند و پتانسیل تاثیرگذاری واقعی بر جامعه و سیاست را دارا هستند. اگرچه کنش های نمادین و بیانی نقش مهمی در آگاهی بخشی و تغییر نگرش ها ایفا می کنند، اما سیاست های سبک زندگی می توانند به اقدامات عملی و ملموس نیز منجر شوند و به تغییرات ساختاری و نهادی کمک کنند.

اثربخشی سیاست های سبک زندگی به عوامل مختلفی بستگی دارد و نیازمند رویکردی عمل گرایانه و انتقادی به ارزیابی آن هستیم. عواملی مانند میزان مشارکت جمعی، نوع استراتژی ها و تاکتیک های به کار گرفته شده، زمینه فرهنگی و سیاسی، و هم افزایی با سایر اشکال کنشگری سیاسی، بر اثربخشی سیاست های سبک زندگی تاثیرگذارند.

۳. هویت نقش محوری در سیاست های سبک زندگی ایفا می کند. انتخاب های سبک زندگی نه تنها بیانگر ارزش ها و باورهای فردی، بلکه به طور همزمان سازنده و بازنمایانگر هویت های فردی و جمعی هستند.

سیاست های سبک زندگی به شکل گیری و تقویت هویت های سبک زندگی منجر می شوند. هویت های سبک زندگی بر اساس انتخاب های مشترک سبک زندگی و ارزش های مرتبط با آن شکل می گیرند و می توانند هم ابعاد فردی و هم ابعاد جمعی داشته باشند.

سبک زندگی به مثابه بازنمایی هویت سیاسی عمل می کند و پیام های نمادینی را به جامعه منتقل می نماید. انتخاب های سبک زندگی سیاسی به یک زبان نمادین تبدیل می شوند که از طریق آن افراد ارزش ها، باورها، دغدغه ها و مطالبات سیاسی خود را به صورت غیرمستقیم و از طریق انتخاب های روزمره زندگی بیان می کنند.

سیاست های سبک زندگی می توانند به ابزاری برای مقاومت فرهنگی و به چالش کشیدن هنجارها و ارزش های مسلط جامعه تبدیل شوند. انتخاب سبک زندگی های بدیل و جایگزین، نوعی اعتراض نمادین به نظم موجود و تلاشی برای ایجاد فرهنگ های جایگزین و ارزش های متفاوت است.

۴. سیاست‌های سبک زندگی پتانسیل قابل توجهی برای تاثیرگذاری بر جامعه و سیاست را در ابعاد مختلف (فرهنگی، اجتماعی، سیاسی) دارا هستند. این نوع سیاست می‌تواند به تغییر نگرش‌ها، رفتارها، ارزش‌ها، هنجارها، روابط اجتماعی، ساختارهای جامعه مدنی، سیاست‌ها و نهادهای سیاسی منجر شوند.

تاثیرگذاری سیاست‌های سبک زندگی می‌تواند هم در سطح فردی و خرد و هم در سطح جمعی و کلان رخ دهد. تغییرات فردی در سبک زندگی می‌تواند به تدریج به تغییرات جمعی و ساختاری منجر شوند و برعکس، تغییرات کلان در سیاست‌ها و نهادها می‌تواند سبک زندگی افراد را تحت تاثیر قرار دهند.

سیاست‌های سبک زندگی با محدودیت‌ها و چالش‌های مهمی نیز روبرو هستند که می‌تواند اثربخشی آن‌ها را محدود کنند و حتی به پیامدهای ناخواسته منجر شوند. این محدودیت‌ها و چالش‌ها شامل فردگرایی، مصرف‌گرایی، نابرابری و خطر سطحی‌نگری و «کنشگری تنبلانه» در فضای مجازی می‌شوند.

برای افزایش اثربخشی سیاست‌های سبک زندگی، نیازمند رویکردی جامع، چندوجهی و آگاهانه به محدودیت‌ها و چالش‌ها هستیم. این رویکرد باید بر تقویت کنشگری جمعی و سازمان‌یافته، توجه به مسائل ساختاری و سیستماتیک، پرهیز از فردگرایی و مصرف‌گرایی افراطی، و تلاش برای کاهش نابرابری‌ها و افزایش دسترسی به سیاست‌های سبک زندگی برای همه افراد جامعه تاکید داشته باشد.

۵. فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی به عرصه کلیدی برای سیاست‌های سبک زندگی در عصر مدرن تبدیل شده‌اند. این پلتفرم‌ها امکانات بی‌سابقه‌ای برای ابراز هویت‌های سبک زندگی سیاسی، سازماندهی کنش‌ها، بسیج جمعی و ارتباط با مخاطبان گسترده‌تر فراهم کرده‌اند.

فضای دیجیتال هم پتانسیل‌های مثبت و هم چالش‌های منفی برای سیاست‌های سبک زندگی به همراه دارد. در کنار تسهیل کنشگری و گسترش دامنه تاثیرگذاری، فضای دیجیتال می‌تواند به تالارهای پژواک، حباب‌های فیلتر، کنشگری تنبلانه و سطحی‌نگری نیز منجر شود.

کنشگران سیاست‌های سبک زندگی در فضای دیجیتال باید به طور آگاهانه از پتانسیل‌ها و چالش‌های این فضا بهره ببرند. استفاده موثر از ابزارهای دیجیتال برای آگاهی‌بخشی، بسیج و سازماندهی، همراه با توجه به خطر سطحی‌نگری و تلاش برای تعامل با مخاطبان متنوع و فراتر از حباب‌های فیلتر، می‌تواند به افزایش اثربخشی سیاست‌های سبک زندگی دیجیتال کمک کند.

نتیجه‌گیری

این نوع سیاست صرفاً کنش‌های نمادین نیست و می‌تواند به تغییرات عملی و ملموس در جامعه و سیاست منجر شود. با این حال، برای تحقق این پتانسیل، نیازمند ترکیب با اقدامات سازمان‌یافته و سیستماتیک است.

رسانه‌های اجتماعی و فضای مجازی به عرصه کلیدی برای کنشگری سبک زندگی تبدیل شده‌اند، اما خطراتی مانند تالارهای پژواک، حباب‌های فیلتر و کنشگری تنبلانه وجود دارد که می‌تواند اثر واقعی آن را کاهش دهند.

انتخاب‌های سبک زندگی به طور همزمان هویت‌های فردی و جمعی را تعریف و تقویت می‌کنند. این هویت‌ها می‌تواند به کنشگری سیاسی و اعتراضی منجر شوند و هنجارها و ارزش‌های غالب را به چالش کشیده و از نگاه نظام مستقر مساله اجتماعی ایجاد کنند.

تمرکز صرف بر انتخاب‌های فردی می‌تواند از توجه به مسائل ساختاری و اجتماعی غافل شود. در جوامع مصرف‌زده، سیاست‌های سبک زندگی ممکن است به "مصرف‌گرایی اخلاقی" یا "سبزشویی" تبدیل شوند.

دسترسی به سبک زندگی‌های پایدار و اخلاقی برای تمام افراد یکسان نیست و می‌تواند به بازتولید نابرابری‌های اجتماعی بعنوان یک مساله اجتماعی کمک کند.

سیاست‌های سبک زندگی پدیده‌ای پیچیده و پویا در عصر مدرن هستند که فراتر از انتخاب‌های فردی، به شکل نوینی از کنشگری سیاسی و اجتماعی تبدیل شده‌اند. این نوع سیاست در تعاملی پیچیده با هویت، کنشگری و تأثیرگذاری قرار دارد و می‌تواند به تغییرات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی منجر شود. با این حال، اثربخشی سیاست‌های سبک زندگی به ترکیب آن با سایر اشکال کنشگری سیاسی، توجه به مسائل ساختاری و سیستماتیک، و مدیریت محدودیت‌های موجود (فردگرایی، مصرف‌گرایی و نابرابری) بستگی دارد. فضای دیجیتال به عرصه کلیدی این نوع سیاست تبدیل شده است، اما نیازمند رویکردی آگاهانه و انتقادی است تا فرصت‌ها و چالش‌های آن به خوبی استفاده شود.

فواید پژوهش

- توسعه درک نظری:

چارچوب ارائه شده در این مقاله به توسعه درک نظری از سیاست‌های سبک زندگی کمک می‌کند و مبنایی جامع برای پژوهش‌های آتی ارائه می‌دهد.

- آگاهی‌بخشی عمومی:

این پژوهش نشان می‌دهد که حتی تصمیمات روزمره افراد دارای بعد سیاسی هستند و می‌تواند به مشارکت آگاهانه‌تر شهروندان در فرایندهای سیاسی و اجتماعی کمک کند.

- اهمیت فضای دیجیتال:

فضای دیجیتال نقش محوری در کنشگری سبک زندگی ایفا می‌کند، اما نیازمند مدیریت آگاهانه برای جلوگیری از خطرات سطحی‌نگری و کنشگری تنبلاانه است.

- سیاست‌های سبک زندگی به عنوان صدای خاموش تغییر:

این نوع سیاست، بازتابی از تحولات بنیادین عصر مدرن است و صدایی خاموش است که از دل انتخاب‌های روزمره برمی‌خیزد و پتانسیل شکل دهی به آینده جوامع را دارد.

پیشنادهایی برای پژوهش‌های آتی

- انجام پژوهش‌های تجربی برای بررسی دقیق‌تر ابعاد کنشگری، هویت و تأثیرگذاری سیاست‌های سبک زندگی در جامعه ایران.

- مطالعه موردی جنبش‌های اجتماعی مرتبط با سیاست‌های سبک زندگی برای تحلیل پویایی‌های عملی آن.

- تحلیل محتوای رسانه‌های اجتماعی برای بررسی نقش فضای دیجیتال در تقویت یا تضعیف این نوع کنشگری.

- مقایسه سیاست های سبک زندگی در جامعه ایران برای شناسایی عوامل فرهنگی و اجتماعی موثر در پدید آمدن مسائل اجتماعی

سیاست های سبک زندگی به عنوان یک شکل نوین از کنشگری سیاسی، که در عصر مدرنیته متاخر ظهور کرده و ابعاد مختلف کنشگری، هویت و تأثیرگذاری را در بر می گیرد. اگرچه این نوع سیاست پتانسیل قابل توجهی برای تغییرات اجتماعی و سیاسی دارد، اما محدودیت هایی مانند فردگرایی، مصرف گرایی و نابرابری بعنوان مسائل اجتماعی را نیز در بر دارد.

منابع فارسی

۱. خواجه سروی، غلامرضا، و طباطبائی، جواد. (۱۳۹۲). جهانی شدن سبک زندگی و تقاضای دگرگونی سیاسی. مطالعات راهبردی سیاست گذاری عمومی، ۴(۱۰). <https://civilica.com/doc/1615495>.
۲. نوده فراهانی، اسماعیل. (۱۴۰۱). سیاست فرهنگی و سبک زندگی در گام اول انقلاب. مجله اسلام و علوم اجتماعی، ۱۴(۱)، ۱۲۰-۱۴۷. <https://civilica.com/doc/1615495>.
۳. محمدرضا زائری. (۱۴۰۳). کتاب سبک زندگی. انتشارات معاصر. <https://www.iranketab.ir/book/26739-sabk-e-zendegi>.
۴. آزاد ارمکی، تقی، جالی پور، حمیدرضا، و حاجلی، علی. (۱۳۹۹). پیدایش جمعیت معترض: از جنبش های شهری تا جنبش های فراگیر. توسعه محلی (روستایی-شهری)، ۱۲(۲)، ۴۷۳-۴۹۹. <https://doi.org/10.22059/jrd.2021.318727.668628>
https://jrd.ut.ac.ir/article_81399_872092a2117adf1f53d14a1025ad09a3.pdf
۵. مرکز تحقیقات محیط زیست ایران. (۱۴۰۲). گزارش سالانه جنبش های زیست محیطی در ایران.
۶. رنجبر، علی، احمدی، محمود، و همکاران. (۱۴۰۰). مصرف گرایی و مقاومت فرهنگی در ایران. مجله جامعه شناسی ایران.
۷. محمودی، زهرا. (۱۴۰۲). سیاست های سبک زندگی در ایران: نقش مقاومت فرهنگی و تأثیر فضای مجازی. پژوهش های فرهنگی.
۸. عباس زاده، مریم. (۱۳۹۹). فضای دیجیتال و کنشگری اجتماعی در ایران. پژوهش های ارتباطات. منابع خارجی:

9. Almond, G. A., & Verba, S. (1963). The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations. Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400823512>
10. Baudrillard, J. (1981). Simulacra and simulation. University of Michigan Press.
11. Bauman, Z. (1987). Consumer culture and postmodernism. Sage Publications.
12. Bauman, Z. (2000). Liquid modernity. Polity Press. <https://doi.org/10.1057/9780230513424>
13. Beck, U. (1992). Risk society: Towards a new modernity. Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446218995>
14. Bennett, T. (1998). Cultural studies and the culture concept. In Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction (pp. 25-42). Pearson.

15. Bennett, W. L. (1998). Collective identity, social movements, and the politics of consumption. In M. Micheletti (Ed.), *Political consumerism: Global opportunities and local responses* (pp. 35-57). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230360216_3
16. Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). *The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107447669>
17. Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgment of taste*. Harvard University Press.
18. Campbell, C. (1987). *The romantic ethic and the spirit of modern consumerism*. Basil Blackwell.
19. Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
20. Dalton, R. J. (2008). *Citizen politics: Public opinion and political parties in advanced industrial democracies*. CQ Press.
21. Della Porta, D., & Diani, M. (2006). *Social movements: An introduction* (2nd ed.). Blackwell Publishing.
22. De Moor, J. (2014). *Politics, products, and markets: Exploring political consumerism past and present*. Transaction Publishers.
23. Dunlap, R. E., & Catton, W. R. (1979). Pristine myth and environmental sociology. *Social Problems*, 26(1), 182-190.
24. Easton, D. (1965). *A systems analysis of political life*. Wiley.
25. Featherstone, M. (1987). *Consumer culture and postmodernism*. Sage Publications.
26. Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford University Press.
27. Habermas, J. (1996). *Between facts and norms: Contributions to a discourse theory of law and democracy*. MIT Press.
28. Haenfler, R., Johnson, B., & Jones, E. (2012). Lifestyle movements: Exploring the intersection of lifestyle and social movements. *Social Movement Studies*, 11(1), 1-20. <https://doi.org/10.1080/14742837.2012.642909>
29. Harvey, D. (1990). *The condition of postmodernity*. Blackwell.
30. Huntington, S. P. (1996). *The clash of civilizations and the remaking of world order*. Simon & Schuster.
31. Illich, I. (1973). *Tools for conviviality*. Harper & Row.
32. Korten, D. C. (1995). *When corporations rule the world*. Berrett-Koehler Publishers.
33. Lupton, D. (2013). *Risk*. Routledge.
34. Melucci, M. (1996). *Challenging codes: Collective action in the information age*. Cambridge University Press.
35. Micheletti, M. (2003). *Political virtue and shopping: Individuals, consumerism, and collective action*. Palgrave Macmillan.
36. Micheletti, M., Follesdal, A., & Stolle, D. (2004). *Politics, products, and markets: Exploring political consumerism past and present*. Transaction Publishers.

37. Norris, P. (2002). *Democratic phoenix: Reinventing political activism*. Cambridge University Press.
38. Norris, P. (2011). *Cultural backlash: Trump, Brexit, and authoritarian populism*. Cambridge University Press.
39. Papacharissi, Z. (2010). *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites*. Routledge.
40. Pogge, T. W. (2002). *World poverty and human rights: Cosmopolitan responsibilities and reforms*. Polity Press.
41. Polletta, F., & Jasper, J. M. (2001). Collective identity and social movements. *Annual Review of Sociology*, 27(1), 283-305.
42. Putnam, R. D. (1995). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65-78. <https://doi.org/10.1353/jod.1995.0002>
43. Sandel, M. J. (2009). *Justice: What's the right thing to do?* Farrar, Straus and Giroux.
44. Shiva, V. (1991). *The violence of the green revolution: Agricultural crisis in Punjab*. Third World Network.
45. Shue, H. (1996). *Basic rights: Subsistence, affluence, and U.S. foreign policy* (2nd ed.). Princeton University Press.
46. Singer, P. (1975). *Animal liberation*. New York Review/Random House.
47. Sobel, M. E. (1981). Lifestyle as a concept in the health sciences. *International Journal of Health Services*, 11(3), 439-457.
48. Stolle, D., Hooghe, M., & Micheletti, M. (2005). Political consumerism as public participation: How consumers choose to boycott and buy for political reasons. *West European Politics*, 28(2), 237-264.
49. Tarrow, S. (1996). *Making social movements work*. Westview Press.
50. Taylor, B. (1989). *Social control through alternative lifestyles*. Praeger.
51. Theocharis, Y. (2015). The digital divide in political participation. *Journal of Communication*, 65(4), 699-722. <https://doi.org/10.1111/jcom.12162>
52. Theocharis, Y., & Lowe, W. (2016). The reinforcement of online participation: The role of echo chambers, filter bubbles, and slacktivism. *Information, Communication & Society*, 19(9), 1439-1456. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1203973>
53. Tilly, C. (2004). *Social movements, 1768-2004*. Paradigm Publishers.
54. Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
55. Van Deth, J. W. (2014). *Conceptualizing and operationalizing internet and social media uses*.

Scientific-Research Quarterly of Social Sciences, Islamic Azad University, Shushtar Branch

Vol. 19, No. 2 (Consecutive Issue 3), Summer 2025

Received: 2025-09-06

Accepted: 2025-09-20

Pp: 35-68

Lifestyle Policies as a Framework for Explaining Socio-Political Issues

Ghorbanali Sabektekini-Rizi¹, Zahra Hazrati-Someh², Mohammadreza Hayati-Mehr^{3*}

¹- Member, Department of Sociology, Kharazmi Branch, Kharazmi University, Tehran, Iran

²-Member, Department of Sociology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

³-Ph.D. Candidate in Political Sociology, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Abstract

This article examines the phenomenon of lifestyle politics in the modern and postmodern era, a new approach to political and social activism in which everyday life choices have become an arena for expressing identity, values, and efforts to change social life issues, and has emerged as a new form of political and social activism. The main goal of the article is to provide a comprehensive theoretical framework for understanding the role of lifestyle politics in various dimensions of activism, social identity, and its relationship to social issues. This article is a type of theoretical and fundamental research that, using a meta-analytic approach, integrates the key perspectives of prominent scholars in this field (such as Giddens, Beck, Bauman, Theodor Adorno, and de Moore) and provides a coherent framework for analyzing this phenomenon. The required data have been collected through a systematic review of the existing scientific literature in the field of lifestyle politics and related fields. The research findings show that firstly, the concept of lifestyle policies is a new concept in the field of sociology and in Iran it provides a new conceptual and theoretical framework for researchers of social and political issues. Secondly, lifestyle policies are a multifaceted phenomenon that includes individual, collective, cultural and political dimensions. These types of policies start from individual choices but have the capacity to become collective actions and social movements. Lifestyle policies provide the possibility to lead to changes at different levels (individual, collective, structural); sometimes they are associated with social issues such as extreme individualism, consumerism and social inequality. The digital space and social media have also become key arenas for this type of activism, providing the grounds for the emergence of new social opportunities and challenges. This article finds and introduces new concepts, components, and topics in the social sciences, especially.

Keywords: Lifestyle Policies; Social Identity; Digital Space; Social Issues; Non-institutional Activism

¹ Corresponding author Email: farhangi123@gmail.com