





Instagram Activism Among Animal Advocates: A Bourdieusian Perspective on Field and Capital

Elham Karimi , Department of Communication Studies, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: ekarimi99@ut.ac.ir

Mehri Bahar , Department of Communication Studies Faculty of Social Sciences University of Tehran. Tehran. Iran. (Corresponding Author) Email: mbahar@ut.ac.ir

Extended Abstract

Introduction: Today, Instagram, as one of the most popular platforms, provides a significant sociocultural field for the study of emerging forms of social activism. The domain of animals-whether from the perspective of advocating for them or addressing population growth and its associated harms-represents one of these emergent and widely debated arenas in the contemporary era. In this study, we seek to examine the processes of legitimization, credibility acquisition, and symbolic capital generation of two popular Iranian animal welfare bloggers, “Sajjad Nadimi” and “Seyyed Mehdi Tabatabaei,” and to compare their differing operational dynamics within the Instagram field. These two individuals were selected due to their high follower counts and their significant differences in cultural and social capital, despite sharing a common objective.

Methods: Our analysis employed a directed qualitative method, utilizing Bourdieu’s theoretical framework (field and capital), as a pre-existing theory helped focus our research questions. Accordingly, data from the pages of these two activists-including posts, stories, images, and hashtags-were collected over a ten-day period, aligned with the research questions, and analyzed until theoretical saturation was achieved. The main codes were based on Bourdieu’s concepts, while sub-codes or sub-categories were predominantly organized according to data recurrence. The main research questions are: How are cultural, social, and economic capital acquired and consolidated in the Instagram field, and what processes lead to the production of symbolic capital and increased social influence for these two bloggers compared to other competitors? We also addressed prominent techniques, capital transformations, and the consequences of their activism.

Findings: The findings indicate that Bourdieu’s classic capitals within the Instagram animal advocacy field have primarily been represented in the form of digital and visual capital. “Narrativization,” “Creating distinction,” “Dichotomization,” and “Legitimation and De-legitimation” were among the most important techniques for activating symbolic capital, which led to increased visibility and the attraction of material and moral support from audiences.

In a general view, the social and cultural capitals employed in Sajjad Nadimi’s activism-both explicitly and implicitly-often refer to Iran, Iranian society, and its

culture and laws. Nadimi largely derives his symbolic legitimacy and credibility from globally recognized cultural capital. For the salvation and improvement of animals, he seeks solutions and activism outside the local context, rather than structural interventions. In contrast, Tabatabaei, through an ethical-religious lens, attempts to critically analyze the country's structural and cultural conditions concerning animal rights, presenting this analysis through reliance on religious and jurisprudential teachings. The symbolic capitals of these individuals, accumulated in the form of digital capital, have been influenced by their traditional capitals in the real world. In fact, capitals in this field are in constant conflict. For example, the love-suffering duality manifests as symbolic capital for the activist; that is, it creates the symbolic capital of compassion, salvation, or hero-making. The accumulation of digital capital for these individuals in the form of likes and comments has led to charitable contributions from users and other virtual interactions. Furthermore, the field of action for these two individuals-both within the Instagram field and in terms of the activists themselves-entails limitations on narration and also results in the absence of other narratives.

We have also used Nick Couldry's term "meta-capital" to explain some other limitations of the blogging field. He employs this term to refer to the power of media and its influence on other fields. Therefore, animal activists, like other players in the Instagram field, are compelled to pay attention both to the rules and capital of the Instagram field itself and to its trans-border rules in order to influence other fields such as cultural development and policymaking.

Keywords: Animal advocacy, Symbolic capital, Philanthropic action, New media

کنش‌های اینستاگرامی حامیان حیوانات با تکیه بر مفاهیم میدان و سرمایه پیر بوردیو

الهام کریمی^۱، مهری بهار^۲

چکیده

امروزه اینستاگرام به‌عنوان یکی از پلتفرم‌های محبوب، میدان فرهنگی-اجتماعی مهمی را برای مطالعه کنشگری‌های اجتماعی نوظهور به‌عنوان مثال حیطه حمایت از حقوق حیوانات توسط بلاگرهای ایرانی فراهم کرده است. هدف از این پژوهش، مطالعه فرآیندهای مشروعیت‌سازی، کسب اعتبار و تولید سرمایه نمادین دو بلاگر ایرانی حامی حیوانات به نام‌های «سجاد ندیمی» و «سید مهدی طباطبایی» و مقایسه تفاوت عملکردهای آن‌ها در میدان اینستاگرامی است. این دو فرد به دلیل تعداد بالای دنبال‌کنندگان و تفاوت قابل توجه در سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی به‌رغم وجود هدف مشترک، انتخاب شدند. سؤالات اصلی پژوهش این است که: کسب سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی چگونه در میدان اینستاگرام صورت می‌گیرد و چه فرآیندهایی موجب تولید سرمایه نمادین و افزایش تأثیرگذاری اجتماعی آن‌ها در مقایسه با دیگر رقبا می‌شود؟ داده‌ها شامل فرسته‌ها، داستان‌ها، تصاویر و هشتگ‌های منتشرشده توسط این دو بلاگر، طی ده روز جمع‌آوری شد و تا رسیدن به اشباع نظری مورد تحلیل قرار گرفت. تحلیل به روش کیفی جهت‌دار و با استفاده از چارچوب نظری بوردیو (میدان و سرمایه) انجام شد و فرایند کدگذاری بر اساس ابعاد مختلف سرمایه‌های کلاسیک انجام گرفت. یافته‌ها نشان می‌دهند سرمایه‌های کلاسیک بوردیویی در میدان اینستاگرامی حمایت از حیوانات، عمدتاً به شکل سرمایه دیجیتال و بصری بازنمایی شده‌اند. «روایتگری»، «ایجاد تمایز»، «دوگانه‌سازی» و «مشروعیت‌سازی» از مهم‌ترین تکنیک‌های فعالسازی سرمایه نمادین بوده که موجب افزایش دیده شدن و جذب کمک‌های مادی و معنوی از سوی مخاطبان شده است.

واژگان کلیدی

حمایت از حیوانات، سرمایه نمادین، کنش نیکوکارانه، رسانه‌های نوین.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۷/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۲/۰۲

۱. دانشجوی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. ekarimi99@ut.ac.ir

۲. دانشیار گروه علوم ارتباطات، گرایش مطالعات فرهنگی و رسانه، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

(نویسنده مسئول) mbahar@ut.ac.ir

مقدمه

در سال‌های اخیر مسائلی در ارتباط با حیوانات در بستر شبکه‌های اجتماعی جدید خودنمایی می‌کند. در این میان فعالیت «میادین رسانه‌ای دیجیتال» از جمله شبکه‌های اجتماعی را نمی‌توان نادیده انگاشت. در سال‌های اخیر حضور فعالان در پلتفرم‌های اجتماعی جهانی به‌ویژه فیس‌بوک و اینستاگرام باعث شده موضوع حقوق حیوانات به بخشی از گفت‌وگوهای روزمره ما تبدیل شود؛ حتی در حوزه‌های دانشگاهی نیز در جهان شاخه‌هایی جدید از علم با عنوان CAMS^۱ به وجود آمده که به‌طور مختصر رابطه انسان-حیوان را درون فضای رسانه‌ای مورد نقد و تحلیل قرار می‌دهد (Almiron et al, 2018:4). از سویی دیگر «در عصر حاضر با پدیده‌ای تحت عنوان حیوان‌آزاری مواجه می‌شویم که به دلایل لذت و یا ایجاد هیجان به‌خصوص در فضای مجازی، انجام می‌شود و حتی در مواردی، پرونده‌های متعددی در محاکم قضایی تشکیل می‌شود» (رضایی و باستانی، ۱۳۹۸: ۱۶۶). با وجود محبوبیت گسترده ویدئوهای حیوانات در شبکه‌های اجتماعی، از یک‌سو تحقیقات علمی کمی درباره انواع ویدئوهای مشاهده‌شده، به‌ویژه ویدئوهایی که شامل رنج حیوانات هستند و نگرانی‌های رفاه حیوانات را مطرح می‌کنند، انجام شده است»

(Stumpf et al, 2024:2) و از سوی دیگر شاهد حمایت‌های شدید نسبت به حیوانات و مطالبه برای قانون‌گذاری از سوی نهادها تا مخالفت‌های جدی با برخی رویه‌های به‌ظاهر حیوان‌دوستانه که موجب مشکلات قابل‌توجهی برای انسان، محیط‌زیست و طبیعت جانداران گردیده است، هستیم. همچنین، ریگاتی و همکارش در مقاله‌شان از قول ورن^۲ نقل می‌کنند: «اینترنت فرصت‌های تازه‌ای را در اختیار کنشگران حقوق حیوانات قرار می‌دهد. بر اساس این نقل‌قول، این فضا هزینه‌های اولیه‌ی پایین را فراهم می‌کند، روحیه کارآفرینی را تقویت می‌کند و بستری برای پیام‌های الغاگرایانه^۳ فراهم می‌آورد که در سایر حوزه‌ها نادیده گرفته می‌شوند.» (Rigatti & Bertozzi, 2020: 131)

در مقاله حاضر، تلاش شده تا محتوای اینستاگرامی دو فعال ایرانی حوزه حیوانات از منظر مفاهیم بوردیویی مورد مطالعه و بررسی انتقادی قرار داده شود. بدین منظور برای تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده، از روش تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار، سعی شده تا به «فهم میدان فعالیت» کنشگرها، «استراتژی» های آشکار- پنهان و آگاهانه - ناآگاهانه

1. Critical Animal and Media Studies

2. Wrenn

3. Abolitionist

این افراد، «تبدیلات سرمایه» و «پیامدها»ی آن‌ها برسیم. پرسش اصلی این پژوهش آن است که «کنشگران حوزه حیوانات چگونه از طریق استراتژی‌های نمادین‌سازی، سرمایه‌های مختلف خود را در میدان اینستاگرامی حمایت از حیوانات فعال می‌کنند و این امر چه پیامدها و ابعادی به دنبال دارد؟»

پیشینه پژوهش

پیشینه این پژوهش از دو منظر قابل مطالعه‌اند. نخست مطالعاتی که حول مسائل حیوانات انجام شده‌اند و به نحوی مرتبط با پژوهش ما بوده‌اند و دوم مطالعاتی که موضوعات ارتباطی رسانه‌ای را با مفاهیم میدان و سرمایه بوردیو مورد بررسی قرار داده‌اند:

الف) پیوتی^۱ در مقاله‌ای به مصاحبه با فعالان حیوانات برای فهم تصورات آن‌ها در مورد حیوانات و حقوق آن‌ها پرداخته است. او با استفاده از نظریه «بازنمایی اجتماعی» موسکویچی، تلاش کرده تا درک بهتری از باورهای افراد درباره حیوانات به دست آورد. او دوگانه‌ی عشق-رنج را ساختار مرکزی و هسته‌ای در گفته‌های مصاحبه‌شوندگانش عنوان می‌کند که از آن بازنمایی روابط انسان و حیوان شکل می‌گیرد. از سوی دیگر گروه فعالان، خود را از طریق احساسات دلسوزانه‌شان نسبت به حیوانات و تلاش‌شان برای حمایت از حیوانات تعریف می‌کردند. در تقابل با اعضای دیگر گروه‌ها یا افراد بیرونی که حیوانات را مورد سوءاستفاده یا استثمار قرار می‌دهند. به این ترتیب، شکل‌گیری هویت فعالان با بازنمایی‌ای که درباره حیوانات به اشتراک می‌گذاشتند مرتبط بود. این بازنمایی به‌عنوان اصلی برای تمایزگذاری عمل می‌کرد. دیگر آنکه جایگاه اجتماعی فعالان در میدان بازنمایشی، بر پایه عضویت گروهی آن‌ها شکل می‌گرفت. این یافته مسئله سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی یک فرد کنشگر-خواه در بستر سنتی و خواه دیجیتالی- مؤثر بر اقدامات و کنش‌های او را تقویت می‌کند.

ریگتی و برتوزی^۲ (۲۰۲۰) در مطالعه‌ای بر کنش‌های آنلاین حامیان حیوانات در ایتالیا، نشان دادند که ایدئولوژی‌های مختلف گروه‌های حمایت از حیوانات (سیاسی، آنارشویستی، ضددولتی و جریان اصلی) نقش مهمی در نوع روایت‌ها و سرمایه نمادینی که در شبکه‌های اجتماعی تولید می‌کنند، ایفا می‌کند. آن‌ها با تحلیل محتوای

فرسته‌های فیس‌بوک، دریافتند که برخی گروه‌ها بر مسائل صرفاً حیوان‌محور تأکید دارند، در حالی که برخی دیگر، کنش خود را در پیوند با مسائل گسترده‌تری چون مبارزه با سلطه و تبعیض تبیین می‌کنند. این پژوهش نشان داد که «منطق رسانه‌های اجتماعی» در کنار گرایش‌های ایدئولوژیک، نحوه کنش‌های دیجیتال را شکل می‌دهد که این می‌تواند به تحلیل سرمایه نمادین در کنش‌های اینستاگرامی کمک کند. این مطالعه عمدتاً بر تحلیل سبک‌های ارتباطی «سازمان‌های رسمی» در پلتفرم «فیس‌بوک» متمرکز بوده، در حالی که پژوهش حاضر با بهره‌گیری از چارچوب نظری بوردیو، به مطالعه سرمایه نمادین در کنشگری‌های فردی خیرخواهانه در حوزه حیوانات در اینستاگرام می‌پردازد، بستری که مبتنی بر نمایش بصری و منطق متفاوتی از خودارائه‌گری است. پژوهش رودریگز و چوکیمانگو^۲ (۲۰۲۴) به نقش عکاسی در اینستاگرام در آگاهی‌بخشی و مبارزه با آزار حیوانات پرداخته است. این مطالعه نشان می‌دهد که تصاویر منتشر شده در این شبکه اجتماعی می‌تواند احساسات متنوعی از جمله همدردی، خشم و تأمل را در مخاطبان برانگیزند و از طریق این واکنش‌های عاطفی، به‌عنوان ابزار مهم فعال‌سازی کنش‌های اجتماعی عمل کنند. با توجه به اهمیت محتوا و رسانه‌های بصری در شکل‌دهی نگرش‌ها و رفتارها، این پژوهش می‌تواند به درک بهتر میدان اجتماعی اینستاگرام و سرمایه نمادینی که کنشگران حقوق حیوانات در این فضا به کار می‌برند کمک کند.

ب) موضوعات رسانه‌ای مختلفی بر اساس مفاهیم میدان و سرمایه بوردیو مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. از جمله مطالعه میرزایی و دیگران (۱۴۰۳) که تعدادی از پویانمایی‌ها را از منظر بازنمایی سرمایه فرهنگی و شکل‌گیری هویت، با تکیه بر نظریه بوردیو بررسی کردند.

دیوید هزموند‌هالگ^۳ (۲۰۰۶) با تمرکز بر نظریه میدان فرهنگی بوردیو، تلاش می‌کند ظرفیت‌ها و محدودیت‌های این نظریه را در تحلیل تولیدات رسانه‌ای بررسی کند. او نشان می‌دهد که اگرچه چارچوب مفهومی بوردیو، ابزار مهمی برای فهم ساختارهای تولید فرهنگی فراهم می‌کند، اما تمرکز بیش‌ازحد بر تولیدات نخبه‌گرایانه و بی‌توجهی به تولیدات گسترده و تجاری (مانند رسانه‌های جمعی) باعث می‌شود این نظریه در تحلیل جامع رسانه‌های معاصر ناکافی باشد.

1. Post

2. Rodriguez & Chuquimango

3. Hesmondhalgh

لیندل^۱ (۲۰۱۷) در پژوهشی با بهره‌گیری از نظریه میدان بورديو، به بررسی تعاملات بین نهادهای فرهنگی سوئد در فیس‌بوک پرداخته و نشان می‌دهد که ساختارها و روابط قدرت در فضای دیجیتال نیز تا حد زیادی بازتاب‌دهنده میدان‌های اجتماعی سنتی هستند. این مطالعه اهمیت پیوند میان نظریه اجتماعی و داده‌های دیجیتال را در تحلیل روابط بین‌نهادی برجسته کرده و الگویی جدید برای مطالعه میدانی در فضای مجازی ارائه می‌دهد.

ایگناتو و رابینسون^۲ (۲۰۲۵) در مقاله خود به بررسی تأثیر پایدار مفاهیم بورديو از جمله میدان، سرمایه و هبیتوس بر جامعه‌شناسی دیجیتال می‌پردازند. آن‌ها استدلال می‌کنند که سه ویژگی کلیدی در رویکرد بورديو، شامل پیوند نظریه با تحقیق تجربی، ترکیب هستی‌شناسی واقع‌گرایانه و ساخت‌گرایانه و رویکرد میان‌رشته‌ای باعث شده‌اند که نظریه‌های او در تحلیل پدیده‌های مرتبط با فناوری‌های دیجیتال و اینترنتی همچنان کارآمد و اثرگذار باقی بمانند. این مقاله نشان می‌دهد که چارچوب بورديو نه تنها برای تحلیل اثرات اجتماعی فناوری‌های نوین مفید است، بلکه در طراحی و اجرای روش‌های تحقیق دیجیتال نیز جایگاه مهمی دارد.

مبانی نظری پژوهش

برای فهم و توضیح سه‌گانه زمینه (میدان)، کنش و پیامد در پژوهش نیازمندیم تا از مفاهیم مناسبی استفاده نماییم و به این منظور مفاهیم بورديو را مدنظر قرار دادیم. بورديو زمینه یا میدان^۳ را به‌عنوان شبکه‌ای از روابط یا پیکربندی‌هایی از موقعیت‌های اجتماعی تعریف می‌کند؛ جایی که این موقعیت‌ها و روابط بین آن‌ها توسط توزیع انواع مختلف سرمایه (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) تعیین می‌شوند. اگرچه مرزهای میان میدان‌ها نفوذپذیر و سیال هستند، اما هر میدان دارای منطق خاص خود یا همان «قوانین بازی» است (Ignatow & Robinson, 2017:3). در هر میدان منابعی وجود دارند که به کنشگر موقعیت و قدرت می‌بخشند و بورديو نام آن را سرمایه می‌گذارد. مفهوم سرمایه در اندیشه بورديو به شکل جدایی‌ناپذیری با مفهوم میدان مرتبط است. «سرمایه، شکلی از کار انباشته‌شده است؛ چه به‌صورت مادی، چه به‌شکل درونی شده یا در بدن و شخصیت فردی جای‌گرفته باشد» (Bourdieu, 1986:124). «از دید بورديو،

سرمایه شامل ذخایر توانایی‌های درونی شده (مثل مهارت‌ها و استعدادها) و منابع بیرونی (مانند پول یا مدارک تحصیلی) است که کمیاب و دارای ارزش اجتماعی‌اند؛ مانند سرمایه‌های سنتی‌تر، این نوع سرمایه‌ها نیز می‌توانند تبدیل و بازسرمایه‌گذاری شوند» (Ignatow & Robinson, 2017:4).

«بسته به اینکه سرمایه در کدام میدان عمل می‌کند و با توجه به تبدیل‌هایی که کم‌هزینه یا پرهزینه هستند و برای اثربخشی آن سرمایه در آن میدان ضروری‌اند، سرمایه می‌تواند خودش را در سه شکل اصلی نشان دهد: ۱. سرمایه اقتصادی که به‌طور مستقیم و فوری قابل تبدیل به پول است و ممکن است در قالب حقوق مالکیت نهادینه شود ۲. سرمایه فرهنگی که تحت شرایط خاصی قابل تبدیل به سرمایه اقتصادی است و ممکن است در قالب مدارک تحصیلی نهادینه شود ۳. سرمایه اجتماعی که از تعهدات اجتماعی یا همان «روابط» تشکیل شده و در شرایط خاصی قابل تبدیل به سرمایه اقتصادی است و ممکن است به‌صورت عنوان یا جایگاه اجتماعی (مثل اشرافیت) نهادینه شود» (Bourdieu, 1986:242). «برای بوردیو، سرمایه ارزش رایج میدان است؛ سرمایه فرآیندهای میدان را تغذیه می‌کند و تعیین می‌کند که چه چیزهایی در میدان گنجانده یا از آن کنار گذاشته شوند. همچنین وسیله‌ای است که از طریق آن، محصولات و فرآیندهای میدان، ارزش‌گذاری یا بی‌ارزش تلقی شوند» (Grenfell, 2009:22). جستجوی سرمایه در واقع به معنی تلاش برای کسب جایگاه و شناخت در میدان اجتماعی است. جایگاهی که داشتن سرمایه آن را ممکن می‌سازد و مشخص می‌کند چه فرصت‌ها و امکاناتی برای فرد فراهم می‌شود. بوردیو از واژه دیگری نیز استفاده می‌کند و آن سرمایه نمادین است. زمانی که آن سه نوع سرمایه، رسمیت و پذیرش اجتماعی یابند دارای ارزش نمادین یا قدرت مشروع می‌شوند و در این حالت سرمایه نمادین به شمار می‌آیند. همچنین سرمایه نمادین به سرمایه‌ای گفته می‌شود که ارزش و معنایش از طریق فرآیندهای اجتماعی به دست می‌آید؛ یعنی زمانی که سرمایه به رسمیت شناخته شده و ارزشمند تلقی شود، معنا پیدا می‌کند. (Grenfell, 2009:22-24).

اگرچه بوردیو مفاهیم خود را عمدتاً در بستری سنتی بسط می‌دهد و کمتر در حوزه رسانه و اغلب در زمینه ادبیات و هنر صحبت می‌کند، اما می‌توانیم اندیشه او را در میادین جدید نیز مطالعه کنیم. به‌عنوان مثال پاینو و رن‌زولی^۱ پیشنهاد می‌کنند که تعریف اشکال مهم سرمایه فرهنگی باید گسترش یابد تا بعد دیجیتال آن را نیز در برگیرد. با چنین لنزی، نه صرفاً میادین سنتی که پلتفرم‌های اجتماعی دیجیتال

همچون اینستاگرام نیز میادین جدیدی هستند که منطق و ویژگی‌های خاص خود را دارند (Paino & Renzulli, 2013:125). «سه‌گانه مفهومی بورديو میدان، هابیتوس و سرمایه لنزی جامع برای درک پویایی‌های اجتماعی در محیط‌های دیجیتال ارائه می‌دهد» (Annaki et al, 2025:800). در فضای روابط اجتماعی دیجیتال، پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام ایکس و تیک‌تاک به‌عنوان میدان‌های متمایزی در نظر گرفته می‌شوند که در آن‌ها کنشگران برای کسب قابلیت مشاهده، تعامل و شناخت نمادین رقابت می‌کنند (Lindell, 2017:2-3).

بنابراین افراد در این میدان جدید تلاش می‌کنند تا سرمایه نمادین دیجیتالی را به‌واسطه شهرت، تعامل و نمایش برای خود انباشت کنند. سرمایه نمادین در فضای آنلاین متفاوت با معیارهای سنتی منزلت اجتماعی است و ممکن است مرزبندی‌های معمول سلسله‌مراتب را به چالش بکشد. لذا «درک پویایی میدان برای چگونگی عملکرد سرمایه فرهنگی [و دیگر اشکال سرمایه] در بافت‌ها و نهادهای مختلف اجتماعی ضروری است.» (میرزایی و دیگران، ۱۴۰۳: ۴۳-۴۴).

روش پژوهش

در این پژوهش کیفی، ابتدا چهار کنشگر معروف حوزه حیوانات که دنبال‌کنندگان قابل توجهی داشتند، به‌صورت هدفمند انتخاب شدند. تعدادی از فرستاده‌های صفحه اینستاگرامی این افراد برای بررسی‌های اولیه استخراج شدند. در ادامه با توجه به قابلیت محتوایی آن‌ها و ارتباط با پژوهش حاضر، دو کنشگر از این چهار مورد نهایی شدند. محتوای صفحات شامل فرسته، داستان^۱، تصاویر و هشتگ‌ها تا رسیدن به حد اشباع و کفایت استخراج شده و سپس این داده‌ها به روش «تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار» دسته‌بندی، تحلیل و تفسیر شده‌اند. «این روش را معمولاً بر اساس روش قیاسی متکی بر نظریه طبقه‌بندی می‌کنند که تمایزات آن با دیگر روش‌ها بر اساس نقش نظریه در آن‌هاست... نظریه‌ی ازپیش موجود می‌تواند به تمرکز بر پرسش‌های تحقیق کمک کند. این امر پیش‌بینی‌هایی را درباره متغیرهای موردنظر یا درباره ارتباط بین متغیرها فراهم می‌کند. این موضوع می‌تواند به تعیین طرح رمزگذاری اولیه و ارتباط بین رمزها کمک کند» (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰: ۲۴). بنابراین داده‌های صفحه این دو کنشگر تا رسیدن به حد اشباع انتخاب و موردبررسی قرار گرفته و کدهای اصلی بر مبنای مفاهیم بورديو و

کدهای فرعی یا زیرمقولات غالباً بر اساس تکرار داده‌ها دسته‌بندی شده‌اند. انتخاب این دو کنشگر با توجه به سرمایه‌های بسیار متفاوت فرهنگی و اجتماعی ایشان و باهدف نوعی مقایسه صورت گرفته است، به نحوی که انتظار می‌رفت کنش‌های حمایتی این دو شخص، مبتنی بر ادراک اخلاقی و ارزش‌های اخلاقی متفاوتی شکل گرفته باشد و دیدگاه‌های ایشان را در مورد رفتار با حیوانات و جایگاه آن‌ها ترسیم کند (Herzog et al, 2009:609).

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش مبتنی بر داده‌های صفحه اینستاگرامی این دو کنشگر در نیمه اول تیرماه ۱۴۰۴ می باشد:

۱. سجاد ندیمی

مشخصات صفحه				
دنبال کننده	دنبال شونده	تعداد فرسته	شناسه کاربری	توضیحات صفحه
k148	۲۳۷	۱۰۳۵	@sajjadnadimii	Animal Rescue Service لینک کانال یوتیوب ^۱

سجاد ندیمی کنشگر ایرانی حوزه حیوانات و ساکن مشهد است. او از سال ۱۴۰۲ تاکنون، با جذب مشارکت‌های مردمی سعی در ساخت و تکمیل یک نقاهتگاه برای حیوانات دارد. رشته داستان‌های او میزان پیشرفت کار نقاهتگاه را به اطلاع مخاطبان صفحه می‌رساند. طبق توضیحات ندیمی، زمین نقاهتگاه به متراژ دو هزار متر به هزینه شخصی خریداری شده تا برخلاف سایر مراکز نگهداری حیوانات در ایران استیجاری نباشد؛ زیرا از نظر وی بزرگ‌ترین مشکل به‌جز پرداخت به‌موقع اجاره ماهیانه، فشارهایی است که گاه صاحبان این زمین‌ها به مدیریت مجموعه جهت تخلیه ناگهانی زمین وارد می‌کنند که موجب آواره شدن ده‌ها یا صدها سگ آسیب دیده می‌شود. همچنین، ندیمی در صفحه خود از مردم جهت کمک‌های مالی یا همیاری برای امداد و اعزام حیوانات امداد شده به خارج از کشور، مشارکت می‌جوید. او مهم‌ترین هدف از ساخت «نقاهتگاه ایران» را نجات حیواناتی می‌داند که در یک‌قدمی مرگ قرار دارند. «مؤمنی و بهار» در مقاله خود پیرامون کنش‌های نیکوکارانه خرده سلبریتی‌ها عنوان می‌کنند که «لازمه اصلی هر فعالیت اینستاگرامی تجلی و بصری

۱. در این پژوهش صرفاً محتوای صفحه اینستاگرامی او که مطابق با موضوع و اهداف پژوهش است، بررسی شده‌اند.

سازی آن است. بر این اساس، نیکوکاران نیز برای فعالیت در اینستاگرام باید بسیاری از مؤلفه‌های فعالیت خود را به نمایش بگذارند» (۱۴۰۴: ۹۸) ندیمی نیز دنبال کنندگان خود را در جریان فعالیت‌هایش قرار می‌دهد و گزارش‌هایی تصویری برای آن‌ها فراهم می‌کند. به‌عنوان مثال در مورد ساخت یک‌فاز از ندامتگاه و خرید آهن‌آلات لازم، کل مبلغ موردنیاز را به‌صورت سهم‌بندی شده برای کاربرانش ساده‌سازی کرده:

«برای تأمین آهن موردنیاز فاز دو نگاهتگاه، به ۶۵۰ نفر و نفری ۲۰۰ هزار

تومان کمک نیاز است...»

بنابراین، «تکنیک‌های روان‌شناختی مانند فریم‌بندی قیمت و ارائه گزارش‌های دوره‌ای از پیشرفت پروژه، حس اعتماد و همراهی مخاطب را تقویت کرده است» (وفایی نیکو و بهار، ۱۴۰۴: ۱۷۴). یا در پروژه عقیم‌سازی سگ‌هایی که آن‌ها را «سگ‌های بی‌سرپرست» می‌نامد، با جلب کمک‌های مردمی و اطلاع‌رسانی در مورد تعداد حیوانات عقیم شده، تاریخ، تصویر حیوان، ویژگی‌های سنی و جنسی - موجب اعتمادسازی و همراهی کاربران خود می‌شود.

ندیمی گاهی اشاره‌های کوتاهی به نام کلینیک‌ها یا برخی کسب‌وکارها داشته که بدین‌ترتیب نوعی سرمایه اقتصادی و اجتماعی برای او به همراه دارد. او با درج شماره کارت‌هایی برای مشارکت کاربران خارج از ایران، به افراد و گروه‌های حمایت از حیوانات در خارج از کشور پیوسته و بدین‌ترتیب علاوه بر تلاش جهت کسب سرمایه اقتصادی به جذب سرمایه اجتماعی از طریق مشارکت افراد نیز توجه می‌کند.

بخشی دیگر از محتواها، مرور روزمرگی‌های اوست. او با پرداختن به این موضوع علاوه بر اینکه نوعی زبان همدلی و صمیمیت را دنبال می‌کند، به «نمایش» سرمایه فرهنگی خود نیز روی آورده که خود به شکل‌گیری انواعی از سرمایه نمادین کمک می‌کند. سفرهای خارج از کشور، تمرینات و مسابقات بدن‌سازی، سبک پوشش و استایل او همه نشان از سرمایه‌های فرهنگی و سبک زندگی اصطلاحاً «امروزی» او دارد.

در یکی از فرستنده‌ها با عنوان «ظلم سیستماتیک علیه حیوانات در ایران» فیلم مصاحبه‌ای که ندیمی با بی‌بی‌سی فارسی داشته است را مشاهده می‌کنیم. او در این گفتگو شروع علاقه‌اش به حیوانات را دوران کودکی خود باوجود مخالفت‌های خانواده عنوان کرده، همچنین حیوان‌آزاری در ایران را موردانتقاد قرار داده و علت اصلی این مسئله را نبود تربیت و آموزش‌های مناسب دانسته، از طرفی نیز آموزه‌های اسلامی

۱. مثلاً سفارش یک کافه برای نصب دیوارکوب غذای‌گر به پت‌شاپ ندیمی

را مبنی بر نجس بودن سگ‌ها - در ایجاد نگرش‌های حیوان آزاری دخیل می‌داند. «بدسرپرستی» و «حیوان آزاری» دو مضمون غالب در نوشته‌ها و گفته‌های اوست و در این خصوص «صدآوسیما» و «آموزش و پرورش» را مقصر می‌داند. آنچه در محتوای صفحه ندیمی برجسته است، رنج و آزار حیوانات - غالباً سگ‌ها و سپس گربه‌ها - است. ویدیوها و محتواهای مرتبط با حیوانات که اغلب بامزه و سرگرم‌کننده هستند بعضاً همراه با رنج و آزاری است که ممکن است برای کاربران عادی، به‌ظاهر بی‌ضرر یا نامشخص باشد (Stumpf, 2024:2). او پس از امداد سگ و گربه‌های آزاردیده تلاش می‌کند تا برایشان سرپرستی از خارج ایران پیدا کرده و توسط افرادی که عازم سفر به مقصدند، راهی‌شان کند.

خارج ایران عمدتاً کشورهای اروپایی یا آمریکا است:

از سنگ خوردن در خیابان تا خوشبختی در کانادا؛

بیمار روانی‌ای که سه روز پیش به‌صورت جکی سنگ پرتاب کرد و صورت او را خونی کرد نمی‌دانست که با آن سنگ بلیت خوشبختی و سفر به کانادا را برای جکی می‌خرد. حال جکی به لطف یک سرپرست مهربان و البته چشم‌انتظار در تورنتوی کانادا، در یک‌قدمی یک زندگی رویارویی است. یک نمونه از امدادهای او درباره سگی است که ندیمی نامش را «ایران» گذاشته تا بدین واسطه - آنگونه که خود بیان می‌کند - دلالتی نمادین بر شرایط جامعه ایران نیز داشته باشد:

اینکه در یک روستای دورافتاده در اطراف شهر سبزوار و در اوج بی‌صدایی و بی‌پناهی، گوش و دم و دست و پاهایش را قطع کنند، پایش را به طناب بسته و پشت ماشین بکشند تا جایی که لگنش بشکند... و کنار جاده رهایش کنند... و از سوی دیگر ده‌ها نفر در نقاط مختلف دنیا بسیج شوند و مثل یک پازل کنار هم قرار بگیرند تا او را به اوج رفاه و عرش برسانند تا جایی که مورد توجه بزرگ‌ترین رسانه‌ها، شبکه‌ها و سایت‌های خبری دنیا قرار گیرد به جد شبیه به یک رویای دست‌میافتنی بود که بنده و دوستان بی‌نظیرم با افتخار آن را مقدر ساختیم...

به ماجرای این سگ در مجله پپیل^۱ و برنامه بوم در شبکه منوتو نیز پرداخته شد که سرمایه‌سازی نمادین مبتنی بر ایجاد اعتبار و «دیده شدن» برای او ایجاد کرده است. از روایت ایران که یک سگ مزرعه در روستایی حوالی سبزوار بوده متوجه می‌شویم که

کنش‌های اینستاگرامی حامیان حیوانات [...] |

هر چهار دست‌وپایش را قطع کرده‌اند و او پس از امداد و تلاش‌های ندیمی، به فردی حیوان‌دوست در امریکا واگذار شده است. در روایت ندیمی، ایران با تمام ماجرای غم‌انگیزش اکنون در خانه جدید خود، مادری برای توله‌های کوچک صاحب‌خانه شده که به سمت او پناه می‌برند و همین موضوع که در قالب فیلم و عکس مشاهده می‌کنیم موجب برانگیختن عواطف انسانی بیننده نسبت به ایران می‌شود. حامیان ایران با قرار دادن «پروتزهای کمکی پا» سعی می‌کنند تا در ایستادن و حرکت دادن او کمک‌ش کنند؛ سرانجام، ایران را در وضعیتی مشاهده می‌کنیم که یک زندگی آرام، محبت‌آمیز و انسانی را تجربه می‌کند.



شکل ۱. سگ آزاردیده

ندیمی به همین ترتیب از زندگی حیوانات امداد شده قصه کوتاهی می‌گوید و با نام‌گذاری بر آن‌ها همچون یک انسان موجب شخصیت‌بخشی و جلب حس همدلی بیشتر در مخاطب می‌شود. او همچون یک مبارز مدنی عمل می‌کند. «افراد فراوانی در سرتاسر جهان، از شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان وسیله‌ای برای بیان دیدگاه و گفتمان خود در مورد مسائل مختلف استفاده می‌کنند. این شبکه‌ها می‌توانند نوعی فعالیت مدنی را برای شهروندان به وجود بیاورند» (محققی و کاشانی، ۱۳۹۷: ۹۲). همچنین او اخلاق در برخورد با حیوانات را از جنس قانون نشان می‌دهد. با کلماتی همچون آرامش، خوشبختی و امنیت برای حیوانات در کشورهای غربی، به‌طور ضمنی یا مستقیم بر وجود قوانین مناسب در آنجا دلالت دارد.

... اینکه در عصر تکنولوژی و اطلاعات در دنیا همچنان بسیاری از مردم در ایران تنها تفریحشان حیوان آزاری است جای سرافکندگی و تأسف دارد... کاش روزی این مملکت از این تاریکی وحشتناک نجات پیدا کند.



شکل ۲. یک نمونه تصویر فرسته

جدول زیر دسته‌بندی محتوایی صفحه او را بر اساس مفاهیم بوردیو نشان می‌دهد:

جدول ۱. دسته‌بندی کلی کدهای مفهومی

برخی نمونه‌ها	شاخص‌های قابل مشاهده (هشتگ‌ها، کپشن، تصاویر)	کدهای فرعی	کدهای اصلی
<p>– اگر مهربانی با حیوانات در مدارس تدریس می‌شد اگر صداوسیما به جای برنامه‌های مزخرف به مردم انسانیت می‌آموخت، امروز شاهد زجر کشیدن این «فرشته‌ها» نبودیم...</p> <p>– نام این «دختر زیبا» را به مهر و انتخاب کردم... به امید روزی که روی ماهش را ببینیم و لذت ببریم</p>	<p>زبان و عبارات همدلانه و حیوان دوستانه</p> <p>قصه‌گویی</p> <p>پوشش امروزی، بدنسازی (بدن به مثابه سرمایه)، سفرهای خارجی و ...</p> <p>حیوان دوستی (بوسه بر حیوان، در آغوش گرفتن، ...)</p> <p>نام‌گذاری و جان‌بخشی</p> <p>ارزش‌های غرب محور</p> <p>قانون مداری</p>	<p>شیوه بیان/سبک</p> <p>به کارگیری زبان</p> <p>سبک زندگی</p> <p>شیوه نمایش</p> <p>ارزش‌ها</p>	<p>سرمایه فرهنگی</p>

کنش‌های اینستاگرامی حامیان حیوانات [...] |

<p>– نیاز فوری به مسافر تورنتو، برای رساندن «دی زی» به خانواده‌ای که ماه‌هاست چشم‌انتظار رسیدن او هستند</p> <p>– «ایران» تیر یک مجله آمریکایی people...</p>	<p>مصاحبه با شبکه‌ها گزارش از فعالیت‌ها مشارکت‌جویی از مردم</p> <p>اشاره به دوستان حمایت‌کننده در داخل و خارج از ایران</p> <p>ارتباط با حامیان حیوانات در خارج از کشور</p> <p>دیده شدن در رسانه‌های خارجی</p>	<p>تعامل و مشارکت‌جویی</p> <p>شبکه/تیم‌سازی</p> <p>رسانه‌ای شدن</p>	<p>سرمایه اجتماعی</p>
<p>– اما این بار «مزون نیاز» در ادامه مسیر این فرهنگ‌سازی همراه ما بود و با سفارش دیوارکوب‌های غذارسانی گربه‌ها، نمای زیباتری به مزون خود داد.</p> <p>– (مزون لباس عروس)</p>	<p>جذب کمک‌های مالی مردمی</p> <p>تبلیغات</p> <p>نقاهتگاه</p> <p>پت شاپ</p>	<p>حمایت مالی</p> <p>دارایی مالی</p>	<p>سرمایه اقتصادی</p>
<p>– تا زمانی که فرهنگ به سرپرستی گرفتن حیوانات رو یاد نگیرید، باید بشینیم و کشته شدنشون در سوله‌های مرگ شهرداری رو ببینیم... حیوانات رو قربانی عقده هامون نکنیم.</p>	<p>کنشگری مدنی</p> <p>ناجی حیوانات</p> <p>فرهنگ‌سازی</p> <p>شفقت و حیوان‌دوستی (در مقابل حیوان آزاری)</p>	<p>آنچه نمایش داده می‌شود؛</p> <p>منزلت یا تمایزی که ایجاد می‌کند؛</p> <p>آنچه توسط دیگران به رسمیت شناخته می‌شود</p>	<p>سرمایه نمادین</p>
<p>– از هر دو چشم نابیناست اما دنبال یه دل می‌گرده که ببینتش...</p> <p>– از فلاکت و آوارگی در ایران تا خوشبختی در بلژیک، با زیگ زاگ سگی که قربانی بی‌قانونی در ایران شد...</p>	<p>تراژیک‌سازی قربانی‌سازی نمایش رنج</p> <p>جان‌بخشی و انسان‌وارگی ایجاد همدلی و احساس‌گرایی ایران/خارج از ایران بی‌قانونی/قانون‌مداری حیوان‌آزاری/فرهنگ سرپرستی، حیوان‌دوستی رنج/امنیت و آزادی</p> <p>سرپرستی گرفتن حیوانات</p> <p>مصاحبه و حضور در رسانه‌ها</p>	<p>شیوه بیان/نوع روایت</p> <p>تمایزسازی یا دوگانه‌سازی</p> <p>مشروعیت‌سازی</p> <p>دیده شدن</p>	<p>برخی تکنیک‌های مهم</p> <p>نمادین‌سازی سرمایه</p>

۲. سید مهدی طباطبایی

مشخصات صفحه				
دنبال کننده	دنبال شونده	تعداد فرسته	شناسه کاربری	توضیحات صفحه
k114	۸۱	۱۰۶۸	sayedmahditabatabaei@	فعال حقوق حیوانات اردیبهشت استاد فقه محیط‌زیست گیاهخوار بهشت بامک؛ مرکز نگهداری و بازپروری حیوانات آسیب‌دیده

سیدمهدی طباطبایی، روحانی فعال در حوزه حقوق حیوانات است. او در نقاهت‌گاه «بهشت بامک» حیوانات آسیب‌دیده و بی‌پناه را امداد رسانی و در صورت امکان به سرپرستانی واگذار می‌کند. طباطبایی با درج شماره کارت‌هایی در صفحه اینستاگرامی خود از مردم در زمینه تأمین غذای سگ‌ها، درمان، حمل و نقل، هزینه‌های جاری نقاهت‌گاه و دیگر موارد مشارکت‌جویی دارد. عباراتی چون «خیرات آخر هفته برای حیوانات آسیب‌دیده»، «خدایی که همین نزدیکی است» نذر گوشت برای بچه‌های بامک» از رویکرد دینی- مذهبی او حکایت دارد. طباطبایی فعالیت‌های بهشت بامک را در قالب رشته داستان‌های فیلم و عکس و نوشته گزارش می‌دهد طوری که مخاطب به‌صورت همدلانه با او همراه می‌شود. از دیگ‌های بزرگ غذا و خرید مواد مایحتاج موردنیاز حیوانات - که برنامه منظم تغذیه حیوانات را نشان می‌دهد- تا شستشوی حیوانات و مراحل درمان و واکسیناسیون آن‌ها:

چهارم فروردین است و ما دو مورد جراحی برای شکبیا و طلا داشتیم و دو مورد ویزیت برای #خوش_شانس که تصادف کرده و دو دستش شکسته و دیروز امداد شد و #راجو که قبلاً جراحی شده و باید موضع جراحی از نظر بهبودی با مشکلات عفونی بررسی می‌شد. #خوش_شانس فعلاً بستری است تا برای جراحی او تصمیم‌گیری شود.

علاوه بر این، حضور افراد متعدد دیگر در این فعالیت‌ها حس وجود یک گروه حمایتی و شبکه حامی مهربان را برای مخاطب تکمیل می‌کند. طباطبایی با نوعی زبان عرفانی- مذهبی به ابعاد مختلفی از حقوق حیوانات توجه نشان می‌دهد:

حیوانات و حق بر زندگی

در دیدگاه‌های دینی اگرچه انسان‌ها در جایگاه بالاتری از حیوانات قرار دارند اما انسان‌ها موظف به مراقبت از حیوانات هستند. در واقع این برتری در قالب مسئولیت‌پذیری نسبت به دیگر موجودات تجلی کرده و به صورت یک وظیفه الهی بر دوش اوست (Caruana, 2020: 13).

در این زمینه طباطبایی روایات مختلفی را به کار می‌گیرد:

«از نظر اسلام امداد و پانسمن هر حیوان آسیب‌دیده‌ای ضروری است تا آنجا که اگر وسایل پانسمن نبود، می‌توان از وسایل مصرفی متعلق به دیگری استفاده کرد»



۴. طباطبایی در کنار یک گربه زخمی



شکل ۳. یک سگ امداد شده شکل

گیاهخواری و کاهش مصرف از حیوانات

«یک‌سوم از آب زمین صرف پرورش حیوانات برای گوشت، تخم و شیر می‌شود. اگر وگان نمی‌شوید، لافل خیلی کمتر از گوشت و لبنیات مصرف کنید. تمام نیازهای ما در گیاهان یافت می‌شود، بلکه به مراتب بیشتر و بهتر از انرژی و پروتئینی که در گوشت هست. سالم و ساده زندگی کنیم»

«برای بسیاری از فعالان حیوانات، بزرگ‌ترین تحریم، انتخاب سبک زندگی

گیاه‌خواری یا وگان است» (Munro, 2005:87) به نظر سینگر، گیاه‌خواری پیش‌نیازی برای فعالیت مؤثر در حمایت از حیوانات است (Munro, 2005;174). همچنین این تاکتیک روشی است که افراد برای نشان دادن تعهد خود به حقوق حیوانات انتخاب می‌کنند (Munro, 2005:88). همچنین «میان‌روی» که با نظم و انضباط دینی تقویت می‌شود، به مؤمنان کمک می‌کند از تمایلات افراطی و غیرمعقول، مانند مصرف بیش‌ازحد گوشت، اجتناب کنند (Caruana, 2020: 13).

نقد سرمایه‌داری و بهره‌کشی از حیوانات

«...آموزه‌های اخلاقی باید هم‌زمان مورد توجه قرار گیرند. عملیاتی مانند کشاورزی صنعتی، دستکاری ژنتیکی غیرمسئولانه، مصرف بیش‌ازحد گوشت، استفاده از حیوانات برای آزمایش، لوازم‌آرایشی یا سرگرمی باید به‌طور کامل بازنگری شوند. مراقبت از حیوانات یک وظیفه اخلاقی و دینی است» (Caruana, 2020: 13). این نگاه چندجانبه و ساختاری به مسئله حیوانات در دیدگاه طباطبایی نیز خود را نشان می‌دهد. از سوءاستفاده از حیوانات تا بهره‌کشی‌های غیرضروری، اقتصادی و آزمایش‌های حیوانی به این طریق انتقاد می‌کند:

«نظام سرمایه‌داری یا هر چی اسمش رو بگذارید تا آنجا پیش می‌رود که در ما نیاز ایجاد می‌کند، ذائقه‌ها را جهت‌دهی می‌کند، ... آن‌وقت مثلاً برای یک غذایی که باید به ما انرژی بدهد تا کار کنیم، بیاندیشیم و جامعه‌ای توانمند بسازیم، ساعت‌ها باید وقتمان صرف آشپزی شود و با اسراف حداکثری، پس از مدتی خسته شده به غذای فوری روی بیاوریم»

در حقیقت «طباطبایی» در محورهای متعددی تلاش می‌کند تا در مسئله حیوانات عمیق‌تر شده و به برخی وجوه ساختاری نیز بپردازد. به‌عنوان مثال برخی از نقدهای او را به سیاست‌گذاری‌های مجلس در خصوص حیوانات می‌توان مشاهده نمود.

حقوق حیوانات

با استناد به روایات و احادیث، مکرراً حقوق حیوانات را یادآوری می‌کند:

«پشت رهواران (مرکبان) را همچون منبر سخنرانی قرار ندهید! خداوند آن‌ها را برای شما تسخیر کرده تا شما را در راه‌های سخت به منزل برساند. پیاده شوید و بر روی زمین با هم سخن بگویید.»



شکل ۵. یک نمونه داستان

یک بخش قابل توجه دیگر، بازخوردها و کنش‌های مخاطبان صفحه است که به صورت یک کنش جمعی و همدلانه در قالب هشتگ «سفیر مهربانی» در کمک به حیوانات با او همراه شده‌اند. «بازاریابی در حوزه خیریه به گونه‌ای تکامل یافته که علاوه بر جلب مشارکت مالی، به ایجاد پیوندهای عاطفی و افزایش حس مسئولیت اجتماعی در افراد کمک کند». در حقیقت، به جای فروش مستقیم یک کالا، یک ایده اجتماعی یا هدف خیرخواهانه عرضه می‌شود (وفایی‌نیکو و بهار، ۱۴۰۴: ۱۵۴). این سرمایه اجتماعی که با شکل‌گیری تعامل اتفاق افتاده، هم در فضای واقعی و هم دیجیتالی، سرمایه نمادین طباطبایی را به عنوان یک حامی مهربان و روحانی دلسوز و حقیقی افزایش داده است.

جدول ۲. دسته‌بندی کلی کدهای مفهومی

کدهای مفهومی	کدهای فرعی	شاخص‌های قابل مشاهده (هشتگ‌ها، کپشن، تصاویر)	برخی نمونه‌ها
سرمایه فرهنگی	شیوه بیان/سبک به‌کارگیری زبان سبک زندگی شیوه نمایش ارزش‌ها	زبان عرفانی- اخلاقی بیان دوستانه و خیرخواه لباس روحانیت (تمایز) / لباس معمولی (صمیمیت) تحصیلات فقهی مرتبط با محیط زیست حیوان دوستی (در آغوش گرفتن، بازی، نوازش) ارزش‌های دین محور اخلاق گرایی	پیامبر اسلام در فتح مکه دستور داد یکی از اصحاب، مراقب سگِ مادری باشد که داشت به بچه‌هایش شیر می‌داد و در مسیر سپاه قرار داشت، مبادا بترسد و آسیب ببیند... این است اخلاق و انسانیت. مراقب افکار و رفتارمان باشیم
سرمایه اجتماعی	تعامل و مشارکت جویی شبکه/تیم سازی دیده شدن/رسانه ای شدن	نمایش مشارکت‌ها و حمایت‌های مردمی اطلاع‌رسانی و گزارش از فعالیت‌ها جذب سفیران عشق و مهربانی (دریافت پیام‌هایی از حمایت‌های مردمی در مورد حیوانات) نمایش افراد متعدد حامی (درمانگران حیوانات/مردم حامی/دوستان همراه) ساخت مستندی از فعالیت‌های او برای پرندگان حضور و مصاحبه در رسانه‌های داخلی داستان شدن توسط کاربران	#سفیر_عشق_و_مهربانی_باشیم هزینه‌های درمان خیلی زیاد هست. به‌خصوص گربه‌های دارای اف آی ای. هر یک از این گربه‌ها، از شرایطی سخت نجات پیدا کرده‌اند، به امید زندگی دوباره. در زندگی بخشیدن به آن‌ها سهیم باشیم...

<p>پشمک حالش خیلی بهتره دیشب ترخیص شد... با همیاری در تأمین هزینه‌های درمانی، جان آفریده‌ای را نجات دهیم.</p>	<p>جذب کمک‌های مالی در قالب نذر و خیرات تبلیغات غیرمستقیم هزینه‌های شخصی برای حیوانات</p>	<p>حمایت مالی دارایی مالی</p>	<p>سرمایه اقتصادی</p>
<p>مهم‌ترین وظیفه خود را آگاهی بخشی و فرهنگ‌سازی می‌دانم. ما باید نسبت به زندگی آفریده‌های خدا حساس باشیم. فرقی نمی‌کند، حتی یک مورچه. هیچ شکارچی، خیر ندیده و در همین دنیا به‌سختی عقوبت دیده...</p>	<p>نقد دین مداری ظاهرانه احترام به مخلوقات و طبیعت (گیاهخواری، اصلاح سبک تغذیه...) ظلم‌ستیزی و حفظ منافع موجودات بی‌زبان (نقد سرمایه‌داری و اقتصاد بهره‌کشی از حیوان) آگاهی بخشی</p>	<p>آنچه نمایش داده می‌شود؛ منزلت یا تمایزی که ایجاد می‌کند؛ آنچه توسط دیگران به رسمیت شناخته می‌شود</p>	<p>سرمایه نمادین</p>
<p>به قول مولانا عشق و اسطربلاب اسرار خداست... بدون عشق انسان زنده نیست بلکه مرده ای متحرک هست از نمایندگان محترم مجلس تقاضا دارم برحسب آنچه در اسلام آمده است، به‌جای چنین طرحی که چهره‌ای خشن از جمهوری اسلامی به جهانیان ارائه می‌کند، فرهنگ غنی اسلام را در حمایت از حقوق حیوانات به دنیا ارائه کنید... #نه-به-تخم-مرغ- «فعالاً از خودمان شروع می‌کنیم. نه می‌گوییم به مرغ و تخم‌مرغ‌های ماشینی.»</p>	<p>قربانی‌سازی و نمایش رنج جان‌بخشی و انسان‌وارگی ایجاد همدلی و احساس‌گرایی تراژیک‌سازی (استفاده زیاد از موسیقی و جملات تراژیک) استناد به روایات و احادیث بیان عرفانی حیوان‌دوستی/حیوان‌آزاری پذیرش حیوانات خانگی ولگرد دانستن حیوان شیوه سیاست‌گذاری در حوزه حیوانات^۱ حضور در رسانه تعاملات بین‌صفحه‌ای با کاربران</p>	<p>شیوه بیان/ نوع روایت تمایزسازی یا دوگانه‌سازی ساز مشروعیت‌سازی مشروعیت‌زدایی دیده شدن</p>	<p>تکنیک‌های نمادین ساز سرمایه</p>

۱. نقد و تحلیل ساختاری درباره باغ پرندگان قم، پرورش کروکودیل‌ها، واکنش به طرح صیانت مجلس در مقابل حیوان‌آزاری و...

نتیجه‌گیری

گزینش هدفمند دو فعال حامی حیوانات که مقصود مشترکی را دنبال می‌کنند ولی تفاوت‌های بنیادینی در سرمایه‌های میدانی خود دارند، موجب گردید تا نحوه روایت و پرداخت به موضوع و همچنین الزامات خاص میدان کنشگری آن‌ها، بهتر مشخص شود. مشخص است که فعالان هر حوزه در میدان ویژه‌ای عمل می‌کنند و متناسب با این میدان سرمایه‌های خود را به کار می‌گیرند. در یک نگاه کلی، سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی به کاررفته در کنشگری‌های «سجاد ندیمی» به صورت صریح و ضمنی، غالباً دلالت بر ایران، جامعه ایرانی و فرهنگ و قانون داشت. حتی نام‌گذاری نقاهتگاه در حال تکمیل او به نام «ایران» جنبه نمادین سرمایه‌های او را نشان می‌دهد. این در مقابل نام «بهشت بامک» که نوعی بار قدسی در خود دارد و سرمایه‌های نمادین «مهدی طباطبایی» را نمایش می‌دهد، قرار می‌گیرد. این موضوع در حوزه کنش‌های خیرخواهانه نیز صادق است. همان‌طور که محقق و کاشانی (۱۳۹۷: ۹۰) می‌نویسند: «باورهای فرهنگی و اجتماعی در گرایش‌های نوع‌دوستی و رفتارهای داوطلبانه و نیکوکارانه شهروندان مؤثر است». ندیمی، مشروعیت و اعتبار نمادین خود را غالباً از سرمایه فرهنگی به رسمیت شناخته شده در میدان جهانی می‌گیرد. بدین ترتیب، او نظام تمایزی می‌سازد که در آن برای نجات و بهبود حیوانات، نه راهکارها و کنشگری‌های ساختاری بلکه مرهمی خارج از بستر بومی طلب می‌شود. از سوی دیگر طباطبایی هم به واسطه نگاهی اخلاقی- مذهبی سعی در تحلیل انتقادی شرایط ساختاری و فرهنگی کشور در حقوق حیوانات دارد اما با اتکا به آموزه‌های دینی و فقهی در نمایش آن برمی‌آید. هر دو کنشگر تکنیک‌هایی برای ایجاد اعتبار و مشروعیت خود به کار گرفته‌اند که مهم‌ترین آن‌ها با توجه به محتوای ایشان نوع خاص روایت، ایجاد تمایز یا دوگانه سازی، مشروعیت زدایی، مشروعیت بخشی و دیده شدن بود. در این میان می‌توان به تکرار، نمادسازی و شعارسازی نیز اشاره نمود که به لحاظ فراوانی و برجستگی در سطح پایین‌تری قرار گرفته بودند. اتخاذ این رویکردها به غلبه کنشگر بر محدودیت‌های میدان و رقابت با دیگر کنشگرها در این فضا کمک می‌کند.

گرچه امروزه فضای دیجیتال به نوبه خود سرمایه‌های ویژه‌ای برای «دیده شدن» و «تأثیرگذار بودن» کنش‌ها می‌طلبد، اما به نظر می‌رسد سرمایه‌های درونی شده افراد در زندگی واقعی، جدای از کنشگری آن‌ها در فضای دیجیتال نیست. به بیان بهتر سرمایه دیجیتال شکل گرفته در میدان اینستاگرامی تا حد زیادی متأثر از سرمایه‌های سنتی

است. البته این سرمایه‌ها نه به‌صورت خام و سنتی، بلکه در قالب سرمایه دیجیتال بازاریابی و عملیاتی شده بودند یعنی به‌صورت لایک، بازفرست، شهرت و غیره برجستگی خود را نشان می‌دهند.

فارغ از ایدئولوژی سرمایه اعتباریافته و دیگر مسائل، می‌توان درک نمود که میادین، همواره محدودیت‌های خاص خود را در روایت‌پردازی و نمایش سرمایه‌ها دارند و در حقیقت سرمایه‌ها به‌صورت مداوم در جدال‌اند. «همه چیز به یک اندازه ممکن یا ناممکن نیست. ساختار توزیع انواع مختلف سرمایه در هر زمان مشخص، نشان‌دهنده ساختار درونی خود دنیای اجتماعی است؛ یعنی مجموعه‌ای از محدودیت‌هایی که در واقعیت آن دنیا وجود دارد و نحوه عملکردش را به‌شکل پایدار تعیین می‌کند و شانس موفقیت کنش‌های مختلف را مشخص می‌سازد» (Bourdieu, 1986: 241).

ما در میدان اینستاگرام کنشگرهایی را می‌یابیم که روایت نسبتاً متقابلی با ندیمی و طباطبایی، بر پایه سرمایه‌های دیگری- مبتنی بر علوم محیط زیستی، تجربیات طبیعت‌گردی و غیره- ارائه می‌کنند. به‌عنوان مثال کنشگرانی که در قالب پویش‌هایی به دنبال حفظ طبیعت ناب حیات‌وحش هستند و با دخالت‌های نابجای انسانی که موجب برهم خوردن تعادل زیستی در جهان کنونی شده، به مخالفت برخاسته‌اند و از جمله به تغییر ذائقه حیوانات و حمله و آسیب به کودکان شکایت دارند. آنچه مطالعه ما نشان داد کنش‌هایی بود که اساساً از جانب انسان آزارگر نسبت به حیوانات آزرده‌بازنمایی می‌شود و نه بالعکس. از سوی دیگر نیز رویکرد آن‌ها منجر به نوعی سانسور ضمنی در مورد خود حیوانات نیز شده است. «به ذهن بیشترمان خطور نمی‌کند که سایر حیوانات هم قادر به حس و درک همین چیزها [لذت، درد، احساس و شعور] هستند... گاوها و مرغ‌ها و خوک‌ها و گوسفندان چه؟... ما دوگانگی کاذبی ایجاد کرده‌ایم میان رفتارهایی که به حیوانات خانگی نسبت می‌دهیم و رفتارهای سایر گونه‌های حیوانی. این باعث شده چشممان را بر ارزش‌ها و نیازهای ذاتی همه حیوانات ببندیم» (باب تورس، ۱۳۹۶، فصل اول). لذا میدان کنش این دو شخص، هم از جانب میدان اینستاگرامی و هم خود کنشگران، شامل محدودیت‌هایی در روایت است و موجب غیبت دیگر روایت‌ها می‌شود. «هر پلتفرم مزایای منحصر به فردی در زمینه دامنه دسترسی، قالب ارائه و توانایی ایجاد تأمل در مخاطبان دارد و این امکان را فراهم می‌کند که محتوا بر اساس ترجیحات و حساسیت‌های هر گروه از مخاطبان تنظیم شود» (Rodriguez & Chuquimango, 2024: 110). بنابراین روایت‌ها نیز

به‌طور مداوم در این میدان در جدال‌اند. از سوی دیگر با یافته‌های پیوتی^۱ نیز مواجه می‌شویم: «تصورات فعالان از حیوانات و حقوق آن‌ها بر اساس درون‌مایه «عشق-رنج» شکل گرفته است؛ به‌طوری‌که از یک‌سو عشق و دلسوزی آن‌ها نسبت به حیوانات و از سوی دیگر رنج و آزار حیوانات را نشان می‌دهد». همچنین یافته‌های آن‌ها نشان داد که اینستاگرام و عکاسی در افزایش آگاهی درباره آزار حیوانات اثربخش بوده‌اند، زیرا این رسانه‌ها پیام‌های قدرتمندی منتقل کرده و مخاطبان گسترده جهانی را جذب می‌کنند؛ بنابراین «دیداری بودن» اینستاگرام بر شدت این دوگانه اصلی افزوده است. «عکاسی با نمایش تصاویر واضح و گاه دل‌خراش از آزار حیوانات، شواهد بصری قدرتمندی ارائه می‌دهد که می‌تواند افکار عمومی را تحت تأثیر قرار داده و رفتار مردم را تغییر دهد. همچنین اهمیت روایت داستان‌ها از طریق تصاویر، به‌ویژه مستندسازی روند نجات، توان‌بخشی و رهاسازی حیوانات، مورد تأکید قرار گرفته است» (Rodriguez & Chuquimango, 2024: 112-113). از یک‌سو، اعضای مرکز کمک به حیوانات و سازمان حمایت از حیوانات عمدتاً در مورد عشق خود به حیوانات به‌عنوان دلیل اصلی تعهدشان به این جنبش صحبت می‌کردند و این عشق را در قالب تمایل به محافظت از حیوانات تعریف می‌کردند... گربه‌ها و سگ‌ها بیشتر از سایر حیوانات به‌عنوان محور تلاش‌های آن‌ها مطرح شدند» (Pivetti, 2005: 145). این دوگانه عشق/رنج به‌صورت سرمایه نمادین برای کنشگر حامی نمود می‌یابد؛ یعنی سرمایه نمادین شفقت و نجات یا قهرمان‌سازی را می‌سازد. به زبان دقیق‌تر این بخشی از همان سرمایه دیجیتالی است که در این فضا انباشت می‌شود و قابلیت تبدیل به لایک، بازفرست و کامنت و درنهایت شهرت و سرمایه اقتصادی ولو در قالب کمک‌های خیرخواهانه برای فرد کنشگر را به دنبال دارد.

از اینجا نکته مهم دیگری زاده می‌شود که کولدری^۲ در مقاله خود به آن پرداخته است. او اصطلاح «سرمایه فرادستی»^۳ را به کار می‌برد تا به قدرت رسانه و تأثیر آن بر سایر میادین اشاره کند. از منظر بوردیو جامعه مثل یک بازی است که در آن هر گروه (مثلاً سیاست‌مدارها، هنرمندها، روزنامه‌نگارها و...) قوانین و سرمایه‌های خاص خودشان را دارند اما در مورد رسانه یک نکته مهم وجود دارد: از یک‌طرف، رسانه خودش یک میدان است با قوانین خاص خودش و از طرف دیگر، رسانه قدرت خیلی بزرگی دارد

1. Pivetti

2. Couldry

3. Meta-capital

که به کل جامعه جهت می‌دهد و تصمیم می‌گیرد چه چیزی مهم است و چه چیزی نه (Couldry, 2003: 655). بنابراین کنشگران حیوانات همچون سایر بازیگران میدان اینستاگرامی، ناچارند هم به قوانین و سرمایه‌های خود میدان اینستاگرام توجه کنند و هم بر قوانین فرامرزی آن جهت تأثیرگذاری بر میادین دیگر همچون فرهنگ و سیاست. در اینستاگرام، «سرمایه فرهنگی» در قالب محتوای قابل مشاهده و ارزش و باورها خود را نشان می‌دهد، «سرمایه اجتماعی» از طریق شبکه‌سازی و تعاملات کاربران، «سرمایه نمادین» در شهرت و اعتبار و شاخص‌هایی مانند فالوورها و «سرمایه اقتصادی» نیز در دسترسی به ابزارهای تولید محتوا، تبلیغات و حمایت‌های مالی تجلی پیدا می‌کند. به این ترتیب، میدان دیجیتال قواعد جدیدی به این سرمایه‌ها تحمیل می‌کند و مسیرهای مشروعیت‌بخشی و نمایش آن‌ها را تغییر می‌دهد که البته همواره خطر نمایشی شدن کنش‌ها و رقابت جهت کسب سرمایه‌های نمادین برای کنشگر وجود دارد؛ بنابراین، در مطالعه ما مجموعاً چهار نوع سرمایه سنتی که پیر بردیو در مورد آن‌ها سخن می‌گفت امروزه در میدان اینستاگرامی به صورت سرمایه دیجیتال نمود و بروز می‌یابند. در حقیقت سرمایه‌های سنتی در زندگی واقعی از بین نرفته‌اند اما در مختصات خاص میادین جدید همچون اینستاگرام ابعاد تازه‌ای یافته‌اند. قواعد خاص اینستاگرام به عنوان یک میدان و فرامیدان، موجب تحمیل اصول جدید و بازتعریف دیگر میادین زندگی ما بوده است. به عنوان مثال مصاحبه‌های رسانه‌ای این دو کنشگر و سویه‌های انتقادی ایشان همراه با دیگر کنشگران این عرصه، حوزه‌های سیاست‌گذاری و فرهنگ‌سازی در خصوص حیوانات را دستخوش تغییرات جدید می‌کند.

از سوی دیگر تکیه اصلی آن‌ها بر دوگانه «عشق-رنج»، اضافه بر بصری بودن فضای اینستاگرام، سرمایه نمادین شفقت و حیوان‌دوستی را تقویت کرده است. همین موجب انباشت سرمایه دیجیتالی این افراد در قالب لایک، کامنت، کمک‌های خیرخواهانه از سوی کاربران و دیگر تعاملات مجازی شده است. در مجموع، این تحلیل نشان می‌دهد که سرمایه دیجیتال نه جایگزین سرمایه‌های کلاسیک بردیویی، بلکه شکل جدید بازنمایی و عملیاتی‌شده آن‌ها در میدان اینستاگرامی است. یقیناً مطالعات بیشتری در این حوزه نیاز است تا به تکمیل و توسعه این مفاهیم و تحولات آن کمک کند.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

منابع و مأخذ

- ایمان، محمدتقی و محمدرضا نوشادی (۱۳۹۰). تحلیل محتوای کیفی. پژوهش، ۳(۲)، ۱۵-۴۴. تورس، باب (۲۰۱۸). اقتصاد سیاسی: حقوق حیوانات. ترجمه گلناز ملک. تهران: نشر مرکز.
- رضایی، میلاد و فاطمه باستانی (۱۳۹۸). نگرشی به تکالیف انسانی در برابر حقوق حیوانات. فصلنامه الکترونیکی پژوهش‌های حقوقی قانون یار، ۲(۸)، ۱۶۵-۱۹۰.
- محقق، مهدی و محمدرضا کاشانی (۱۳۹۷). تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر فعالیت‌های خیریه. در: مجموعه مقالات کنفرانس ملی مطالعات رسانه، ۲، ۸۹-۱۰۱.
- مؤمنی، علی و بهار، مهری (۱۴۰۴). کنش‌های نیکوکارانه سلبریتی گونه در اینستاگرام: مطالعه موردی خرده‌سلبریتی حمید ببری. مطالعات وقف و امور خیریه، ۳(۱)، ۹۱-۱۱۰.
- میرزایی، حامد، محمدزاده، مهدی و محمدعلی صفورا (۱۴۰۳). تحلیل سرمایه فرهنگی و شکل‌گیری هویت در انجمن‌های «شگفت‌انگیزان» (۲۰۰۴)، «وال-ای» (۲۰۰۸) و «راتاتویی» (۲۰۰۷). بر اساس نظریه «سرمایه فرهنگی» پیر بوردیو. پیکره، ۱۳(۳۷)، ۴۰-۵۷.
- وفایی نیکو، صادق و مهری بهار (۱۴۰۴). بازاریابی جدید در امر خیر: مطالعه موردی پویش «خشت‌هایی برای بهشت». فصلنامه علمی مطالعات راهبردی فرهنگ، ۵(۲)، ۱۴۵-۱۷۹.
- Almiron, N., Cole, M., & Freeman, C. P. (2018). Critical animal and media studies: Expanding the understanding of oppression in communication research. *First Monday*. <https://doi.org/10.5210/firstmonday.23i3.9010>
- Annaki, F., Ouassou, S., & Igamane, S. (2025). Visibility and influence in digital social relations: Towards a new symbolic capital? *African Scientific Journal*, 3(29), 796-812. DOI:10.48550/arXiv.2505.08797
- Bottero, W. (2009). Relationality and social interaction. *Sociology*, 43(3), 489-506. <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2009.01236.x>
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Westport, CT: Greenwood Press. DOI:10.1002/9780470755679.ch15
- Caruana, L. (2020). Different religions, different animal ethics? *Animal Frontiers*, 10(1), 8-14. <https://doi.org/10.1093/af/vfz047>
- Couldry, N. (2003). Media meta-capital: Extending the range of Bourdieu's field theory. *Theory and Society*, 32(5-6), 653-677. DOI:10.1007/1-4020-2589-0_8
- Iman, M. T., & Noushadi, M. R. (2011). Qualitative content analysis. *Pazhuhesh*, 3(2), 15-44. [In Persian] <https://sid.ir/paper/488226/fa>
- Grenfell, M. (2009). Applying Bourdieu's field theory: The case of social capital and education. *Education, Knowledge & Economy*, 3(1), 17-34. DOI:10.1080/17496890902786812.
- Herzog, H. A., & Golden, L. L. (2009). Moral emotions and social activism: The case of animal rights. *Journal of Social Issues*, 65(3), 485-499. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.2009.01615.x>
- Hesmondhalgh, D. (2006). Bourdieu, the media and cultural production. *Media, Culture & Society*, 28(2), 211-231. DOI:10.1177/01634437060061682
- Ignatow, G., & Robinson, L. (2017). Pierre Bourdieu: theorizing the digital. *Information, Communication & Society*, 20(7), 950-966. DOI:10.1080/1369118X.2017.1301519

- Lindell, J. (2017). Bringing field theory to social media, and vice versa: Network-crawling an economy of recognition on Facebook. *Social Media + Society*, 3(4), 1-11. <https://doi.org/10.1177/2056305117735752>
- Mohagheghi, M., & Kashani, M. R. (2018). The impact of social networks on charitable activities. In: *Proceedings of the National Conference on Media Studies*, 2, Summer, 89-101. [In Persian] <https://civilica.com/doc/624173>
- Mirzaei, H., Mohammadzadeh, M., & Safoura, M. A. (2024). Cultural capital analysis and identity formation in “The Incredibles” (2004), “WALL-E” (2008), and “Ratatouille” (2007) based on Pierre Bourdieu’s cultural capital theory. *Peykareh*, 13(37), 40-57. [In Persian] 10.22055/PYK.2024.19267
- Momeni, A., & Bahar, M. (2025). Celebrity-like philanthropic actions on Instagram: Case study of micro-celebrity Hamid Babri. *Studies in Waqf and Charity*, 3(1), 91-110. [In Persian] 10.22108/ECS.2025.143483.1123
- Monica Pivetti. (2005). Animal rights activists’ representations of animals and animal rights: An exploratory study. *Anthrozoös*, 18(2), 140-159. DOI:10.2752/089279305785594252
- Munro, L. (2005). Strategies, action repertoires and DIY activism in the animal rights movement. *Social Movement Studies*, 4(1), 75-94. DOI:10.1080/14742830500051994
- Munro, L. (2012). The animal rights movement in theory and practice: A review of the sociological literature. *Sociology Compass*, 6(2), 166-181. DOI:10.1111/j.1751-9020.2012.00462.x
- Paino, M., & Renzulli, L. A. (2013). The digital dimension of cultural capital: The (in)visible advantages for students who exhibit computer skills. *Sociology of Education*, 86(2), 124-138. DOI:10.1177/0038040712456556
- Pettina-Rodríguez, C., & Chávez-Chuquimango, M. (2024). The use of photography as a prevention tool against animal abuse through Instagram. In P. C. López-López et al. (Eds.), *Proceedings of the International Conference on Communication and Applied Technologies 2024 (ICOMTA 2024)* (Atlantis Highlights in Social Sciences, Education and Humanities, Vol. 28, pp. 107-115). Atlantis Press https://doi.org/10.2991/978-94-6463-596-6_10
- Rezaei, M., & Bastani, F. (2019). A perspective on human duties toward animal rights. *Legal Research Electronic Quarterly*, 2(8), 165-190. [In Persian] <http://noo.rs/W6SNg>
- Righetti, N., & Bertuzzi, N. (2020). Italian animal advocacy in the online battlefield. *Mediascapes Journal*, 16, 121-141. <https://hdl.handle.net/11381/2936733>
- Stumpf, A., Herbrandt, S., Betting, L., Kemper, N., & Fels, M. (2024). Societal perception of animal videos on social media-Funny content or animal suffering? A survey. *Animals*, 14(15), 2234. <https://doi.org/10.3390/ani14152234>
- Torres, B. (2007). Making a killing: The political economy of animal rights. (Translated from English to Persian by G. Malek). Tehran: Nashre Markaz. [In Persian]
- Vafaie Nikou, S., & Mahri, B. (2025). New marketing in charity: Case study of the campaign “Bricks for Heaven.” *Strategic Culture Studies Quarterly*, 5(2), 145-179. [In Persian] <https://doi.org/10.22083/scsj.2025.488399.1235>