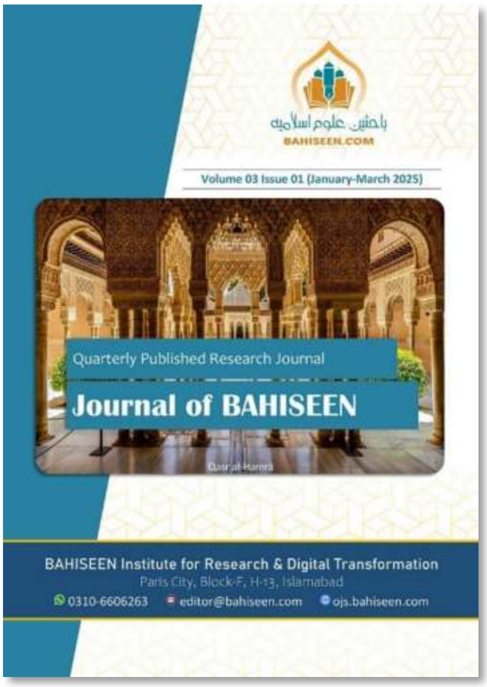

Title
Journal of BAHISEEN
Issue
Volume 03, Issue 01,
January-March 2025
ISSN
ISSN (Online): 2959-4758
ISSN (Print): 2959-474X
Frequency
Quarterly
Copyright ©
Year: 2025
Type: CC-BY-NC
Availability
Open Access
Website
ojs.bahiseen.com
Email
editor@bahiseen.com
Contact
+923106606263
Publisher
BAHISEEN Institute for
Research & Digital
Transformation, Islamabad

مغربی میڈیا میں اسلاموفوبیا کی تحریک: اسباب واثرات کا تجزیہ

The Rise of Islamophobia in Western Media: An Analysis of Causes and Effects

Syeda Shumaila Rubab Rizvi
PhD Scholar, Department of Quran and Sunnah,
University of Karachi
Email: shumaila.rubab@salu.edu.pk
Dr. Zeenat Haroon
Chairperson, Department of Quran and Sunnah,
University of Karachi

Abstract

This research paper examines the evolution, causes, and impacts of Islamophobia in Western media. It explores how Islam and Muslims have been consistently portrayed through negative imagery, rooted in deep-seated ideological biases. The study highlights how the narrative of Western media underwent a significant shift post-9/11, framing Islam as a civilizational threat under the guise of national security. The role of Hollywood and visual media is analyzed, revealing how cinematic storytelling has contributed to the psychological framing of Muslims as "the other." Additionally, the paper scrutinizes news outlets, demonstrating how reporting practices have reinforced Islamophobic stereotypes.

The emergence of digital Islamophobia is also discussed, focusing on how algorithms, hashtags, and online communities have created new forms of anti-Muslim hate. The research further assesses the impact of digital Islamophobia on the identity, political participation, and security of Muslim minorities in the West. Moreover, it critically addresses the tension between freedom of expression and the spread of hate speech in democratic societies.

Finally, the paper evaluates the role of Muslim media initiatives in countering Islamophobia, identifying significant gaps, potential strategies, and persistent challenges. Through an interdisciplinary approach, combining media studies, political science, and sociology, this research seeks to contribute to a deeper understanding of the complex relationship between media narratives and the societal marginalization of Muslim communities. It calls for a more responsible, inclusive, and ethical media discourse to combat Islamophobia and promote social cohesion.

Keywords: Western Media, Post-9/11 Narratives, Digital Islamophobia, Muslim Identity, Freedom of Expression, Media Representation, Islamophobia

مغربی میڈیا میں اسلام اور مسلمانوں کی منفی تصویر کشی ایک دیرینہ مسئلہ ہے، جس کی جڑیں تاریخی، سیاسی اور ثقافتی عوامل میں پیوستہ ہیں۔ نائن الیون کے بعد اس رجحان میں غیر معمولی اضافہ دیکھنے میں آیا، جب مذہبی شناخت کو تہذیبی سلامتی کے لیے خطرہ بنا کر پیش کیا گیا۔ مغربی فلمی صنعت، خبری ذرائع اور سوشل میڈیا نے مسلمانوں کے خلاف مخصوص بیانیے کو فروغ دے کر ایک عالمی نفسیاتی فضا قائم کی۔ یہ تحقیق ان عوامل اور محرکات کا تجزیہ پیش کرتی ہے جنھوں نے اسلاموفوبیا کو فروغ دیا، اور اس کے اثرات کو مسلمانوں کی شناخت، سیاست اور سلامتی پر

پرکھنے کی کوشش کرتی ہے۔ تحقیق کا مقصد نہ صرف مسئلے کی نوعیت کو سمجھنا ہے بلکہ مسلم میڈیا کی ممکنہ حکمت عملیوں کا جائزہ لینا بھی ہے جو اس تعصب کے مقابلے میں مؤثر کردار ادا کر سکتی ہیں۔

میڈیا میں اسلام اور مسلمانوں کی منفی تصویر کشی: ایک فکری بنیاد

مغربی ذرائع ابلاغ میں اسلام کی تصویر کشی محض ایک "خبر" یا "تبصرہ" کا معاملہ نہیں رہا، بلکہ اس کے پیچھے وہ نظریاتی رجحانات اور سامراجی مزاج کارفرما ہیں جو صدیوں سے اسلام کو نہ صرف تہذیبی مخالف کے طور پر دیکھتے ہیں بلکہ اسے ایک سیاسی خطرہ بھی تصور کرتے ہیں۔ اس بیانیے کی بنیاد استشراقی فکر میں پیوست ہے، جس کی تعبیر ادوارِ استعمار میں بطور علمی آلہ استعمال ہوئی، لیکن بیسویں صدی کے بعد اس کی جگہ میڈیا نے لے لی۔ میڈیا کو جدید دور کا "نرم ہتھیار" کہا جاتا ہے، جو قوموں کے اذہان کو مسخ کر کے انہیں مخصوص مقاصد کے تابع بنانے کی طاقت رکھتا ہے۔ مغرب میں میڈیا اسلاموفوبیا کو فروغ دینے میں اسی فکری تسلسل کا حصہ ہے۔ اس تصویر کشی کی ابتدا ماضی میں صلیبی جنگوں کے دوران ہوئی جب "مسلم" کو "غاصب"، "جنگجو" اور "غیر مہذب" کے طور پر پیش کیا گیا، اور یہی امیج آج CNN، Fox News، BBC، اور دیگر بین الاقوامی چینلز کی خبروں، تجزیوں، اور ڈراموں میں بھی واضح نظر آتا ہے۔ مغربی میڈیا میں اسلام کو "دہشت گردی"، "انتہاپسندی"، "پسماندگی"، اور "خواتین دشمنی" جیسے کلیدی تصورات سے منتھی کر دیا گیا ہے، جو ناظرین اور قارئین کے لاشعور میں ایک مربوط، مسلسل اور متعصب ذہنیت پیدا کرتے ہیں۔

ڈاکٹر منیر احمد نے اپنی کتاب مغربی میڈیا اور اسلام میں لکھا ہے کہ:

"مغربی میڈیا کے لیے اسلام ایک ایسا موضوع ہے جسے دہشت گردی کے تناظر میں پیش کرنا نہ صرف مقبولیت لاتا ہے بلکہ مخصوص عالمی پالیسیوں کو بھی جواز بخشتا ہے"۔[i]

اس ضمن میں وہ مثال دیتے ہیں کہ نائن الیون کے بعد BBC اور CNN کی رپورٹنگ میں "اسلامی دہشت گرد" (Islamic Terrorist) کا جملہ عام ہو گیا، جو ایک مخصوص ذہن سازی کا پتہ دیتا ہے۔

دوسری طرف ایڈورڈ سعید، جو ایک عالمی شہرت یافتہ مستشرق مخالف مفکر تھے، نے اپنی کتاب Covering Islam میں لکھا کہ:

"اسلام کو ایک غیر مانوس، غیر مہذب اور خطرناک مذہب کے طور پر پیش کرنا مغرب کی سامراجی میراث کا تسلسل ہے، جس کا مقصد اسلام کو تہذیبی برابری سے محروم رکھنا ہے"۔[ii]

سعید کی یہ رائے نہ صرف ایک علمی تجزیہ ہے بلکہ ایک تہذیبی تنبیہ بھی ہے، کہ جب ذرائع ابلاغ کسی مذہب یا قوم کو اجتماعی طور پر ہدف بنائیں تو اس کا اثر صرف ناظرین کی رائے تک محدود نہیں رہتا بلکہ یہ اجتماعی رویوں، قانون سازی، اور حتیٰ کہ خارجہ پالیسی پر بھی اثرانداز ہوتا ہے۔

اس بیانیے کے مطابق جب کوئی واقعہ پیش آتا ہے مثلاً کوئی دہشت گردی کا واقعہ تو مغربی میڈیا فوری طور پر اس واقعہ کو اسلام یا مسلمانوں سے جوڑتا ہے، قطع نظر اس کے کہ مجرم کا تعلق کسی بھی مذہب یا فکر سے ہو۔ اس رویے کا موازنہ غیر مسلم دہشت گردوں سے کریں تو اندازہ ہو گا کہ اگر کوئی سفید فام امریکی فائرنگ کرتا ہے تو اسے "ذہنی مریض"، "اکیلا حملہ آور"، یا "ذاتی تنازعہ" کا شکار قرار دے کر اس کے مذہب، قوم یا تہذیب سے اسے منسلک نہیں کیا جاتا۔ لیکن جب کوئی مسلمان نام سامنے آتا ہے تو فوری طور پر اسے "اسلامی دہشت گردی" کا لیبل دے دیا جاتا ہے۔ یہی تضاد میڈیا کے تعصب کی سب سے بڑی دلیل ہے۔

انگریزی محقق Elizabeth Poole نے اپنی کتاب Reporting Islam میں لکھا ہے کہ:

"مغربی میڈیا میں مسلمانوں کی شبیہات 80 فیصد منفی ہوتی ہیں، اور ان میں زیادہ تر مسلمانوں کو انتہا پسند، دقیانوسی اور معاشرتی انضمام سے نااہل کے طور پر پیش کیا جاتا ہے"۔[iii]

اس تحقیق نے میڈیا کے اس بیانیے کو بے نقاب کیا جو مسلمانوں کو مسلسل غیر اور خطرناک ثابت کرنے کی کوشش کرتا ہے۔

اسلام اور مسلمانوں کے خلاف اس متعصب رویے کے اثرات صرف مغربی معاشروں تک محدود نہیں، بلکہ یہ عالمی سطح پر مسلم اقلیتوں، پناہ گزینوں، اور تعلیمی و ملازمت کے مواقع تک ان کی رسائی پر گہرے اثرات ڈال رہا ہے۔ میڈیا کے ذریعے پیدا ہونے والا یہ بیانیہ رفتہ رفتہ قانون سازی اور عوامی رویوں کا حصہ بنتا جا رہا ہے۔ یہی وجہ ہے کہ اسلاموفوبیا صرف ایک فکری یا نفسیاتی رویہ نہیں بلکہ ایک منظم، ادارہ جاتی اور نظریاتی ساخت اختیار کر چکا ہے۔

نائن الیون کے بعد مغربی میڈیا کے بیانیے کی تشکیلِ نو: تہذیبی سلامتی کی آڑ میں مذہبی ہدف بندی

نائن الیون ایک ایسا واقعہ تھا جس نے نہ صرف عالمی سیاست کو متاثر کیا بلکہ مغربی ذرائع ابلاغ کی ترجیحات اور بیانیہ سازی میں بھی بنیادی تبدیلیاں پیدا کیں۔ اس حملے نے مغربی میڈیا کو اسلاموفوبیا کی نرسری میں بدل دیا۔ یہ وہ وقت تھا جب دنیا بھر میں اسلام اور مسلمانوں سے متعلق ہر خبر کو دہشت گردی کے تناظر میں پیش کیا جانے لگا۔ اس تبدیلی کو صرف حادثاتی یا وقتی جذباتی ردِ عمل نہیں کہا جا سکتا، بلکہ اس کی پشت پر ایک واضح فکری منصوبہ اور تہذیبی بیانیہ کارفرما تھا۔ مغربی میڈیا نے اسلام کو ایک منظم خطرہ کے طور پر متعارف کرایا، اور اس کے پیچھے "سلامتی کا بیانیہ" بطور جواز استعمال ہوا، جو دراصل ایک گہری تہذیبی سیاست کا عکس تھا۔

بین الاقوامی شہرت یافتہ تجزیہ نگار Mahmood Mamdani نے نائن الیون کے بعد کے میڈیا بیانیے کو "Good Muslim vs Bad Muslim" کی تمثیل سے تعبیر کیا۔ ان کے مطابق:

"مغربی میڈیا نے دنیا کے مسلمانوں کو دو خانوں میں بانٹ دیا: ایک وہ جو مغربی مفادات سے ہم آہنگ ہوں اور دوسرے وہ جو انکار کریں۔ بعد الذکر کو "خطرناک"، "رجعت پسند" اور "بنیاد پرست" کے طور پر پیش کیا گیا"۔[iv]

اس دوگانہ تمثیل کے تحت ہر آزاد سوچ والا مسلمان مشتبہ قرار پایا، اور میڈیا نے نہایت چالاکی سے اس فکری تنگ نظری کو قبولِ عام کی شکل دی۔

اس بیانیہ سازی کا ایک پہلو یہ بھی ہے کہ "اسلام" اور "دہشت گردی" کو لغوی طور پر باہم جوڑ دیا گیا۔ یہ کام صرف خبروں تک محدود نہیں رہا بلکہ مغربی لغات، انسائیکلوپیڈیاز، اور تعلیم و تربیت کے ذرائع میں بھی یہی تصور پروان چڑھایا گیا۔ مثلاً Oxford Reference Online کے 2003 کے ایڈیشن میں "Jihad" کی تعریف میں لفظ "Terrorism" شامل کیا گیا، حالانکہ جہاد کا حقیقی مفہوم نہ صرف متنوع ہے بلکہ دفاع، اصلاح اور نفسیاتی جدوجہد پر بھی محیط ہے۔ یہ بددیانتی میڈیا کی اس مہم کا حصہ تھی جس کا مقصد اسلام کی تعمیری روح کو تشدد کی علامت میں بدل دینا تھا۔

مغربی میڈیا میں نائن الیون کے بعد جس شدت سے "Islamic Radicalism" کی اصطلاح متعارف ہوئی، اس نے ایک نیا فکری محاذ کھول دیا۔

اب مسلمان محض اپنی مذہبی علامات کی بنا پر بھی شک و شبہ کی نگاہ سے دیکھے جانے لگے۔ عمامہ، داڑھی، حجاب، یا اسلامی نام میڈیا کی نظر میں شناختی علامات (Identity Markers) بن گئیں، جنہیں سیکورٹی خدشات سے جوڑ دیا گیا۔ یہی رویہ میڈیا کے ذریعے عوامی رویوں میں سرایت کر گیا، جس نے مساجد، اسلامی اسکولز، اور مذہبی اجتماعات کو بھی دہشت گردی کے مراکز کے طور پر پیش کرنے کا ماحول پیدا کیا۔

نائن الیون کے بعد میڈیا نے مسلمانوں کے جذباتی ردِ عمل کو "تشدد پسندی" جبکہ مغرب کے جارحانہ اقدامات کو "دفاعی اقدام" کے طور پر پیش کیا۔ یہ فکری دوہرا معیار (Double Standards) میڈیا کی پروفیشنل دیانت کو مجروح کرتا ہے۔ انگریزی صحافی Robert Fisk، جو برسوں مشرق وسطیٰ میں رپورٹنگ کرتے رہے، نے لکھا:

"There is a deliberate attempt in the Western press to decontextualize Muslim grievances and reduce all Islamic political behavior to extremism[v]".

یہ "decontextualization" دراصل حقائق کی توہین ہے، جس کے ذریعے مسلمان اقلیتوں کے مسائل، سامراجی پالیسیوں کے اثرات، اور مذہبی آزادیوں کی قدغنوں کو نظر انداز کر کے ایک عمومی الزام تراشی کا کلچر پیدا کیا گیا۔

یہ کہنا غلط نہ ہو گا کہ نائن الیون نے مغربی میڈیا کو صرف اسلام پر تنقید کا حق نہیں دیا بلکہ اس نے مسلمانوں کو "دفاعی پوزیشن" پر لا کھڑا کیا، جہاں انہیں اپنی ہر مذہبی علامت، عقیدے، اور طرزِ زندگی کے لیے صفائیاں دینی پڑتی ہیں۔ یہ تاثر نہ صرف مسلمانوں کی خود اعتمادی کو متزلزل کرتا ہے بلکہ ان کے معاشرتی انضمام میں بھی رکاوٹ بنتا ہے۔

ہالی ووڈ اور تصویری میڈیا: نریٹو کی فلمی تشکیل اور تہذیبی نفسیات

مغربی دنیا میں عوامی رائے سازی میں فلم کا کردار اخبارات، جرائد اور نیوز چینلز سے کہیں زیادہ گہرا اور مستقل ہے۔ خصوصاً ہالی ووڈ، جو مغرب کا ثقافتی ہتھیار بھی ہے اور نظریاتی تشہیر کا سب سے موثر ذریعہ بھی، اس نے اسلاموفوبیا کے بیانیے کو ایک جمالیاتی اور تفریحی لبادہ پہنا کر دنیا بھر کے ناظرین کے ذہنوں میں منتقل کیا۔ ہالی ووڈ کی فلموں میں مسلمانوں کو زیادہ تر دہشت گرد، شدت پسند، غیر متمدن، اور مغرب مخالف کے طور پر پیش کیا گیا ہے، جس کے ذریعے "غیر" (The Other) کا تصور پروان چڑھایا گیا۔ یہ غیر صرف جغرافیائی یا سیاسی نہیں بلکہ مذہبی اور تہذیبی طور پر "قابل نفرت" اور "قابل اصلاح" دکھایا گیا ہے۔

بین الاقوامی شہرت یافتہ محقق Jack Shaheen نے اپنی معروف تحقیقی کتاب Reel Bad Arabs: How Hollywood Vilifies a People میں 900 سے زائد ایسی ہالی ووڈ فلموں کا جائزہ لیا جو 1896 سے 2000 کے درمیان بنائی گئیں۔ ان کا تجزیہ بتاتا ہے کہ 80 فیصد فلموں میں عرب و مسلم کردار منفی طور پر پیش کیے گئے، جیسے کہ وہ جنسی درندے، تیل کے سوداگر، غلام رکھنے والے یا جہادی جنگجو ہوں۔

"Arabs and Muslims are persistently projected in Hollywood as villains, bombers, and uncivilized antagonists people who pose a threat to Western civilisation[vi]".

اس اقتباس سے واضح ہوتا ہے کہ فلمی دنیا میں مسلم شناخت کو مستقل طور پر ایک خطرہ اور بدنما داغ کے طور پر پیش کیا جاتا ہے۔ اس سے بھی زیادہ گہرا پہلو یہ ہے کہ فلم چونکہ احساسات کو متاثر کرتی ہے، لہٰذا اس میں پیش کیا گیا تعصب صرف فکری نہیں بلکہ جذباتی نفرت میں ڈھل جاتا ہے، جو معاشروں میں مسلمانوں کے خلاف امتیازی سلوک، پالیسیوں اور حتیٰ کہ نسل پرستانہ حملوں کا محرک بن سکتا ہے۔

اس سلسلے میں فلم "True Lies" (1994) کا ذکر لازم ہے، جس میں عرب دہشت گرد گروہ "Crimson Jihad" دکھایا گیا ہے۔ اس فلم میں نہ صرف دہشت گردی کو "اسلامی ایجنڈا" قرار دیا گیا بلکہ عربی زبان، لباس، اور مذہبی نعرے کو دہشت گردی کی علامت بنا دیا گیا۔ مغربی ناظر جب بار بار انہی علامتوں کو ایک خاص پس منظر میں دیکھتا ہے تو وہ لاشعوری طور پر اسلام کو تشدد سے جوڑنے لگتا ہے۔

اسی طرح "The Siege" (1998) نامی فلم میں نیویارک میں مسلمانوں کی دہشت گردانہ سرگرمیوں کو جواز بنا کر شہری آزادیوں پر قدغن لگانے کو "ضرورت" کے طور پر دکھایا گیا۔ فلم کے کلائمکس میں مسلمانوں کی اجتماعی گرفتاریوں کو ایک "قومی مفاد" قرار دیا

گیا، جس نے ہالی ووڈ کے ذریعے "پیشگی سزا"(pre-emptive policing) کے نظریے کو عوامی شعور میں بٹھایا۔ یہ وہی تصور ہے جس نے بعد ازاں امریکہ میں پٹریاٹ ایکٹ (Patriot Act) جیسے قوانین کے لیے عوامی قبولیت پیدا کی۔

Melani McAlister نے اپنی کتاب Epic Encounters میں لکھا ہے کہ:

"ہالی ووڈ فلمیں امریکہ کی مشرقِ وسطیٰ کے بارے میں فہم کو گہرائی میں متاثر کرتی ہیں اور دشمنی کے مخصوص سانچے تخلیق کرتی ہیں، جن میں اسلام ایک اجنبی اور پُر تشدد مذہب کے طور پر ابھرتا ہے۔"[vii]

یہ تجزیہ ثابت کرتا ہے کہ ہالی ووڈ محض تفریح کا ذریعہ نہیں، بلکہ یہ ایک تہذیبی طاقت ہے جو فکری اور ثقافتی استعمار کو مسلسل فروغ دے رہی ہے۔ ناظرین کو یہ سکھایا جاتا ہے کہ مسلمان ہمیشہ "دروازے کے باہر دشمن" کی صورت میں موجود ہیں، اور ان کی "اصلاح" یا "محو" کرنا مغربی تہذیب کی بقا کے لیے ضروری ہے۔

ایک اور دلچسپ اور افسوسناک پہلو یہ ہے کہ مسلمانوں کو بطور کردار "انسان" کے بجائے "مسئلہ" کے طور پر پیش کیا جاتا ہے۔ ان کرداروں کی کوئی داخلی زندگی، اخلاقی جدوجہد یا انسانی پہلو پیش نہیں کیے جاتے۔ وہ صرف ایک رکاوٹ، ایک خطرہ یا ایک سازش ہوتے ہیں، جنہیں فلم کے ہیرو (جو اکثر سفید فام امریکی ہوتا ہے) کو ختم کرنا ہوتا ہے۔ اس عمل سے ایک ایسا بیانیہ جنم لیتا ہے جس میں مسلمان کو بطور مسئلہ dehumanize کیا جاتا ہے۔ یہ وہی تصور ہے جسے نوآبادیاتی دور میں کالے، دیسی اور مقامی افراد کے لیے اپنایا گیا تھا۔

اسی فکر کی تصدیق Edward Said کی مشہور تھیوری "Orientalism" سے بھی ہوتی ہے، جس کے مطابق مغرب نے مشرق کو ایک "خاموش دوسرا" بنا کر پیش کیا ہے، جس کی پہچان، فہم اور تشریح صرف مغربی عینک سے ممکن ہے۔ جب مسلمان صرف دشمن، دہشت گرد یا غیر متمدن کے طور پر پیش کیا جاتا ہے تو دراصل یہ اُس فکری جبر کی توسیع ہے جسے Said نے "علمی استعمار" کہا تھا۔

"The Oriental was almost always shown in a negative light, as cruel, sensual, lazy, or fanatical, and Islam as a religion of violence[viii]".

تجزیاتی طور پر دیکھا جائے تو یہ عمل صرف ایک دینی یا قومی کمیونٹی کے خلاف نفرت کا اظہار نہیں بلکہ ایک منظم تہذیبی جنگ ہے، جو سیاسی، معاشی اور عسکری استحکام کے لیے تصوراتی دشمن کی ضرورت کو پورا کرتی ہے۔ اسلاموفوبیا کی فلمی تشکیل، بالآخر اسلام اور مسلمانوں کی بین الاقوامی ساکھ کو نقصان پہنچانے، ان کے داخلی و خارجی معاملات کو بدنام کرنے، اور عالمی سطح پر ان کی جداگانہ تہذیبی حیثیت کو مٹانے کی کوشش کا حصہ ہے۔

خبری ذرائع اور رپورٹنگ میں اسلاموفوبیا:

اسلاموفوبیا کے فروغ میں مغربی ذرائع ابلاغ کی خبری رپورٹنگ (news reporting) کا کردار بنیادی اور مؤثر رہا ہے۔ یہ رپورٹنگ محض خبر رسانی کی سرگرمی نہیں بلکہ زبان، فریم اور تصویر کے ذریعے ایک تہذیبی مفروضہ قائم کرنے کا ذریعہ بن چکی ہے۔ مغربی اخبارات، آن لائن نیوز پورٹلز، اور 24/7 نیوز چینلز میں اسلام اور مسلمانوں سے متعلقہ خبریں ہمیشہ ایک مخصوص زاویے سے پیش کی جاتی ہیں جس میں "خطرہ"، "دہشت"، "عدم انضمام" اور "سیکورٹی رسک" جیسے الفاظ اور اصطلاحات شامل ہوتی ہیں۔ یہی مخصوص زبان، جسے "فریمنگ" کہا جاتا ہے، عوامی رائے کو اس انداز میں تیار کرتی ہے کہ مسلم وجود، ان کی مساجد، ان کے لباس، ان کے عقائد اور حتیٰ کہ ان کے نام بھی ایک غیر محسوس تشویش کا باعث بن جاتے ہیں۔

لسانیاتی ماہر Teun A. van Dijk نے میڈیا فریم ورک پر اپنے تحقیقی کام میں لکھا ہے:

"Media discourse about Muslims often frames them as a homogeneous group, using lexical choices that implicitly associate Islam with violence, extremism, or cultural backwardness[ix]".

"مسلمانوں سے متعلق میڈیا گفتگو اکثر انہیں ایک یکساں گروہ کے طور پر پیش کرتی ہے، اور ایسی لغوی اصطلاحات استعمال کرتی ہے جو بالواسطہ طور پر اسلام کو تشدد، انتہاپسندی یا ثقافتی پسماندگی سے جوڑتی ہیں۔"

اس قول کا تجزیہ کیا جائے تو یہ بات واضح ہوتی ہے کہ میڈیا میں "اسلام" کی تصویر کوئی حقیقی آئینہ نہیں بلکہ مخصوص ثقافتی خوف اور نظریاتی مفروضے کا نتیجہ ہوتی ہے۔ جب بھی کسی خبر میں لفظ "اسلامی" دہشت گردی، شورش یا شدت پسندی کے ساتھ جوڑا جاتا ہے تو یہ محض اتفاق نہیں ہوتا بلکہ ایک باقاعدہ نفسیاتی حکمت عملی کے تحت ایسا کیا جاتا ہے تاکہ عوام کے ذہنوں میں یہ دو تصورات آپس میں لازم و ملزوم ہو جائیں۔

تحقیقی ادارہ Pew Research Center نے 2017 کی اپنی ایک رپورٹ میں یہ انکشاف کیا کہ مغربی اخبارات میں مسلمانوں سے متعلق 70 فیصد سے زیادہ خبریں منفی انداز میں پیش کی جاتی ہیں، اور ان میں بنیادی طور پر "سیکورٹی" یا "انتہاپسندی" کا زاویہ غالب ہوتا ہے۔ رپورٹ میں بتایا گیا کہ:

"The overwhelming majority of news stories about Muslims in Western media are tied to violence and conflict, with very few highlighting contributions or integration[x]".

"مغربی میڈیا میں مسلمانوں سے متعلق زیادہ تر خبروں کا تعلق تشدد اور تنازعہ سے ہوتا ہے، جبکہ ان کی مثبت خدمات یا انضمام کو نمایاں کرنے والی خبریں نہایت کم ہوتی ہیں۔"

اس طرزِ رپورٹنگ کا اثر صرف غیر مسلم ناظرین پر ہی نہیں پڑتا بلکہ مسلمان اقلیتوں کے احساسِ شناخت، تحفظ اور اعتماد پر بھی گہرا منفی اثر ڈالتا ہے۔ جب کسی مسلم ملک میں کوئی معمولی واقعہ ہو تو مغربی میڈیا فوری طور پر اسے "اسلامی دنیا کی ناکامی" کے طور پر پیش کرتا ہے، جبکہ مغرب میں ہونے والے کئی سنگین واقعات کو "ذاتی مسائل"، "دماغی بیماری" یا "نفسیاتی خلفشار" کا نتیجہ قرار دے کر مذہب سے الگ کر دیا جاتا ہے۔ یہ دوہرا معیار نہ صرف صحافتی اخلاقیات کی خلاف ورزی ہے بلکہ ایک تہذیبی امتیاز کی عکاسی بھی کرتا ہے۔

ڈاکٹر زاہد منیر عامر نے اس رویے پر تبصرہ کرتے ہوئے لکھا:

"مغربی صحافت نے اسلام کو صرف ایک عقیدہ نہیں بلکہ ایک مسئلہ بنا کر پیش کیا ہے، اور ہر مسلم مظہر کو سیکورٹی خطرے میں بدل دیا ہے۔ یہ صحافت نہیں بلکہ تہذیبی پراپیگنڈا ہے۔"[xi]

یہ بیان اس امر کی وضاحت کرتا ہے کہ جب صحافت اپنے بنیادی اصول یعنی غیر جانب داری سے ہٹ کر کسی تہذیب کو مخصوص نظریے سے پیش کرے تو وہ "خبر" کے دائرے سے نکل کر "بیانیہ" کی حد میں داخل ہو جاتی ہے، اور بیانیہ ہمیشہ کسی نہ کسی طاقت کا آلہ کار ہوتا ہے۔

Kai Hafez نے اپنے تحقیقی کام میں مغربی صحافت میں موجود تعصب کو بے نقاب کرتے ہوئے لکھا:

"Western media's approach to Islam tends to emphasize conflict and division, constructing a narrative in which Muslims are perpetually in opposition to democratic values[xii]".

"مغربی میڈیا کا اسلام سے متعلق رویہ عموماً تنازع اور تقسیم پر مبنی ہوتا ہے، اور ایک ایسا بیانیہ تشکیل دیا جاتا ہے جس میں مسلمان ہمیشہ جمہوری اقدار کے مخالف کے طور پر دکھائی دیتے ہیں۔"

یہ فریمنگ مغربی ناظرین کو یہ باور کراتی ہے کہ مسلمانوں کے ساتھ "اختلاف" نہیں بلکہ "ٹکراؤ" فطری ہے، اور یہی تصور پھر خارجہ پالیسی، امیگریشن قانون اور عوامی سلوک کی بنیاد بنتا ہے۔ جب کسی معاشرے میں میڈیا مسلسل یہ باور کرائے کہ کوئی مخصوص مذہب یا گروہ "مغربی اقدار" کے لیے خطرہ ہے تو اس معاشرے میں اس گروہ کے لیے خوف، نفرت اور تعصب کو جواز مل جاتا ہے۔

مزید براں، تصویری رپورٹنگ میں بھی تعصب نمایاں ہوتا ہے۔ اکثر مسلم مظاہرین کی تصاویر کو دھندلے پس منظر، اونچی آوازوں، اور بپھرے ہوئے چہروں کے ساتھ دکھایا جاتا ہے، جبکہ مغربی مظاہروں میں مسکراتے چہروں، امن کے نعروں اور رنگین بینرز کو نمایاں کیا جاتا ہے۔ اس امیج سازی سے ناظر لاشعوری طور پر ایک تاثر لیتا ہے کہ مسلمان غصے سے بھرے ہوئے، پرتشدد اور غیر متوازن لوگ ہیں۔

سوشل میڈیا اور ڈیجیٹل اسلاموفوبیا: الگورزم، ہیش ٹیگز اور نفرت کی نئی صورت

اسلاموفوبیا کی معاصر ترین اور تیزی سے پھیلتی ہوئی شکل "ڈیجیٹل اسلاموفوبیا" ہے، جس کا مرکز سوشل میڈیا پلیٹ فارمز ہیں۔ جہاں روایتی میڈیا میں ادارتی فلٹر، پیشہ ورانہ ضابطے اور کچھ قانونی بندشیں موجود تھیں، وہیں سوشل میڈیا کی غیر منضبط، تیز رفتار اور جذباتی فضا نے اسلاموفوبیا کو نہ صرف وسعت دی بلکہ اس کی شدت، ہمہ گیری اور عالمگیریت کو بھی ممکن بنایا۔ سوشل میڈیا اب صرف اظہار کا پلیٹ فارم نہیں رہا، بلکہ یہ الگورزم، بوٹس، مصنوعی ذہانت اور ڈیجیٹل نفسیات کی مدد سے ایک نظریاتی جنگ کا میدان بن چکا ہے، جس میں اسلام اور مسلمانوں کے خلاف نفرت انگیز بیانیے منظم طریقے سے پھیلائے جا رہے ہیں۔

برطانوی تحقیقی ادارہ Center for Countering Digital Hate (CCDH) نے اپنی رپورٹ Hatebook (2022) میں فیس بک پر اسلام مخالف مواد کے وسیع پھیلاؤ کی نشاندہی کرتے ہوئے لکھا:

"Facebook consistently failed to act on over 89% of reported Islamophobic content in India, allowing hate to thrive and spread unchecked[xiii]".

"فیس بک نے بھارت میں رپورٹ کیے گئے اسلام مخالف مواد کا 89 فیصد سے زائد حصہ نظر انداز کیا، جس سے نفرت کے فروغ اور اس کے آزادانہ پھیلاؤ کو موقع ملا۔"

یہ محض غفلت نہیں بلکہ ادارتی بے حسی ہے، جو اس امر کی طرف اشارہ کرتی ہے کہ ڈیجیٹل پلیٹ فارمز آزادیٔ اظہار کے نام پر اسلاموفوبیا کے لیے گنجائش فراہم کرتے ہیں۔ جب ایسا مواد جس میں قرآن، رسول کریم ﷺ، یا اسلامی شعائر کا مذاق اڑایا گیا ہو، بار بار وائرل ہوتا ہے تو وہ صرف مسلمان صارفین کو اذیت نہیں دیتا بلکہ نفرت کے ایک وسیع بیانیے کو عوامی فضا میں مستحکم کرتا ہے۔

اسی طرح ہیش ٹیگز کا استعمال ایک نیا ہتھیار بن چکا ہے۔ جیسے #StopIslam، #IslamIsEvil، #BanMuslims جیسے ٹرینڈز کئی مواقع پر لاکھوں افراد کی طرف سے پھیلائے گئے، اور ٹوئٹر جیسے پلیٹ فارم پر ان کا وائرل ہونا ان کے پیچھے موجود باقاعدہ تنظیمی ومالی قوت کی نشاندہی کرتا ہے۔ معروف محققہ Zizi Papacharissi اپنی تحقیق میں لکھتی ہیں:

"Hashtags are not merely digital expressions; they shape public consciousness and produce an emotional discourse that polarizes communities[xiv]".

"ہیش ٹیگز صرف ڈیجیٹل اظہارات نہیں ہوتے بلکہ یہ عوامی شعور کو تشکیل دیتے ہیں اور ایک جذباتی فضا پیدا کرتے ہیں جو معاشروں میں تفریق پیدا کرتی ہے۔"

جب اسلام کے خلاف ہیش ٹیگز لاکھوں بار استعمال ہوں تو یہ صرف ڈیجیٹل فضا میں نفرت نہیں پھیلاتے، بلکہ حقیقی دنیا میں مسلمانوں کے خلاف تعصب، بائیکاٹ، اور تشدد کی راہ بھی ہموار کرتے ہیں۔ یہی وجہ ہے کہ نیوزی لینڈ کی مسجد میں ہونے والا حملہ (2019) بھی سوشل میڈیا پر موجود سفید فام برتری پسندوں کے نفرت انگیز نیٹ ورکس سے متاثر ہو کر کیا گیا، جس کا اعتراف حملہ آور نے اپنے منشور میں کیا۔

مصنوعی ذہانت اور الگورزمی طاقتیں اس نفرت کو مزید تقویت دیتی ہیں۔ اگر کوئی صارف اسلام سے متعلق منفی مواد دیکھتا ہے یا اس پر کلک کرتا ہے تو سوشل میڈیا پلیٹ فارم اس کے سامنے مزید ویسا ہی مواد لاتا ہے۔ اس عمل کو "Echo Chamber" کہا جاتا ہے، جو ایک محدود اور تعصب زدہ فکری دائرہ تشکیل دیتا ہے۔ Eli Pariser اس رجحان کو "Filter Bubble" کہتے ہیں:

"The algorithmic filtering of information creates echo chambers that reinforce existing prejudices, turning opinions into ideologies[xv]".

"معلومات کا الگورزمی فلٹر ایسے بازگشت والے دائرے بناتا ہے جو موجود تعصبات کو مزید پختہ کرتا ہے، اور آراء کو نظریات میں بدل دیتا ہے۔"

یہی عمل ڈیجیٹل اسلاموفوبیا کو ایک مستقل سماجی نفسیات میں تبدیل کرتا ہے۔ ایک بار جب کسی صارف کو "اسلام دشمن" مواد دکھانا شروع کیا جاتا ہے تو وہ رفتہ رفتہ اسی سمت میں جھکتا چلا جاتا ہے، اور بالآخر اس کا شعور اسلام کو ایک نظریاتی خطرہ کے طور پر قبول کرنے لگتا ہے۔

مشہور مفکر ڈاکٹر اسرار احمد نے جدید میڈیا کے ان اثرات پر تنبیہ کرتے ہوئے فرمایا:

"ڈیجیٹل میڈیا کے ذریعے ذہنوں پر ایسا قبضہ ممکن ہو گیا ہے جو اب تلوار سے نہیں، بٹن اور کلک سے ہوتا ہے۔ مسلمانوں کو اس چیلنج کو صرف عقلی نہیں، روحانی سطح پر بھی سمجھنے کی ضرورت ہے۔"[xvi]

یہ تنبیہ ہمیں بتاتی ہے کہ اسلاموفوبیا اب محض خارجی حملہ نہیں رہا بلکہ یہ ایک ذہنی، فکری اور ڈیجیٹل یلغار ہے، جس کا مقابلہ نہایت بصیرت، اتحاد، اور ڈیجیٹل خود مختاری سے ہی ممکن ہے۔

ڈیجیٹل اسلاموفوبیا کے اثرات: مسلم اقلیتوں کی شناخت، سیاست اور سلامتی پر ضرب

ڈیجیٹل اسلاموفوبیا کے اثرات محض "آن لائن" ماحول تک محدود نہیں رہے، بلکہ یہ ایک سنگین تہذیبی اور سیاسی مسئلہ بن چکا ہے، جس نے مسلم اقلیتوں کی انفرادی شناخت، اجتماعی سیاست اور سماجی سلامتی پر گہرا اور مسلسل اثر ڈالا ہے۔ انٹرنیٹ پر پھیلنے والی نفرت انگیز مہمات، غلط معلومات، ویڈیوز، ہیش ٹیگز اور گرافکس حقیقی دنیا میں مسلمانوں کے خلاف تشدد، امتیاز اور سرکاری سطح پر نگرانی (surveillance) کا جواز بن چکے ہیں۔ سوشل میڈیا پر فروغ پانے والے "نفسیاتی بیانیے" نے مسلم اقلیتوں کو نہ صرف اپنے معاشروں میں اجنبی بنا دیا، بلکہ ان کی سماجی حیثیت کو بھی مجروح کیا ہے۔

بین الاقوامی تحقیقی ادارے Amnesty International نے فرانس میں مسلمانوں کے خلاف ڈیجیٹل مہمات اور ان کے حقیقی اثرات پر ایک مفصل رپورٹ میں لکھا:

"Muslim communities in France have been subjected to intrusive surveillance, closures of mosques and associations, and restrictions on religious expression—often based on online activity[xvii]".

"فرانس میں مسلم برادریوں کو سخت نگرانی، مساجد اور تنظیموں کی بندش، اور مذہبی اظہار پر پابندیوں کا سامنا کرنا پڑا، اور ان اقدامات کی بنیاد اکثر آن لائن سرگرمیوں پر رکھی گئی۔"

یہ اقتباس اس حقیقت کو بے نقاب کرتا ہے کہ ڈیجیٹل دنیا میں ہونے والی سرگرمی کس طرح مسلم شناخت کو مشکوک بنانے، مساجد کو 'خطرے کے مراکز' کے طور پر پیش کرنے، اور مسلم تنظیموں کو "انتہاپسند" قرار دینے میں استعمال ہو رہی ہے۔ یوں ڈیجیٹل اسلاموفوبیا صرف عوامی تاثر تک محدود نہیں رہا بلکہ ریاستی پالیسی سازی کا محرک بن چکا ہے۔

اسی تناظر میں 2020 میں Pew Research Center نے مغربی دنیا میں مسلمانوں کے خلاف بڑھتے ہوئے امتیازی رویوں پر ایک رپورٹ جاری کی، جس میں درج تھا:

"30%of Muslims in Western Europe reported being treated with suspicion in public spaces due to perceived associations with online radical content[xviii]".

"مغربی یورپ میں 30 فیصد مسلمانوں نے یہ بتایا کہ انہیں عوامی مقامات پر شک کی نگاہ سے دیکھا جاتا ہے، صرف اس بنا پر کہ انہیں آن لائن انتہاپسندی سے جوڑ دیا گیا۔"

یہ "perceived association" دراصل وہی اثر ہے جو ڈیجیٹل ماحول میں اسلاموفوبک بیانیوں سے جنم لیتا ہے۔ جب بار بار مسلمان نوجوانوں کو شدت پسند، دہشت گرد یا غیر محفوظ کے طور پر پیش کیا جاتا ہے تو ایک عام ناظر بھی اسی رخ پر سوچنے لگتا ہے۔ اور یہی سوچ پھر تعلیمی اداروں میں امتیاز، ملازمتوں میں محرومی، اور حتیٰ کہ سیکیورٹی اداروں کی بڑھتی مداخلت کی بنیاد بن جاتی ہے۔

Zara Bain، جو Glasgow یونیورسٹی میں سماجی علوم کی ماہر ہیں، کہتی ہیں:

"Islamophobic digital content has normalized suspicion, leading to institutional profiling, stop-and-search policies, and the erosion of trust between Muslim citizens and the state[xix]".

"اسلاموفوبک ڈیجیٹل مواد نے شک وشبہ کو معمول بنا دیا ہے، جس کے نتیجے میں ادارہ جاتی شناختی تعصب، 'روک کر تلاشی' کی پالیسیاں، اور مسلمان شہریوں اور ریاست کے درمیان اعتماد کا زوال پیدا ہوا ہے۔"

یہ زوال صرف ایک جذباتی مسئلہ نہیں بلکہ جمہوری اقدار کی پامالی ہے۔ جب مسلمان شہریوں کو محض ان کے عقیدے، لباس یا نام کی بنیاد پر بار بار روکا جائے تو یہ نہ صرف ان کی عزتِ نفس کو مجروح کرتا ہے بلکہ ریاست کے ساتھ ان کی وابستگی اور شمولیت کے احساس کو بھی توڑ دیتا ہے۔

برطانوی قانون دان Ilyas Nagdee کے مطابق:

"For Muslim youth in the West, digital Islamophobia is not just hate—it is a barrier to employment, education, and dignity[xx]".

"مغرب میں مسلم نوجوانوں کے لیے ڈیجیٹل اسلاموفوبیا صرف نفرت نہیں، بلکہ روزگار، تعلیم اور وقار کی راہ میں ایک رکاوٹ ہے۔"

اس اقتباس کا تجزیہ کیا جائے تو معلوم ہوتا ہے کہ سوشل میڈیا پر پھیلنے والا نفرت انگیز مواد اب صرف نظریاتی خطرہ نہیں بلکہ معاشی اور سماجی تنزلی کا ذریعہ بھی بن چکا ہے۔ مسلمان طلباء کے کیریئر متاثر ہو رہے ہیں، نوکریاں چھن رہی ہیں، اور تعلیمی ادارے ان پر غیر علانیہ نگرانی قائم کیے ہوئے ہیں۔

یہ صورتحال عالم اسلام کے لیے صرف ایک تشویش نہیں بلکہ ایک فکری چیلنج بھی ہے۔ مسلمانوں کو اب نہ صرف ظاہری حملوں بلکہ نظریاتی اور ڈیجیٹل یلغار کا بھی سامنا ہے، جس کا مقابلہ تحقیق، ابلاغ، ڈیجیٹل حکمتِ عملی، اور فکری اتحاد سے ہی کیا جا سکتا ہے۔

اسلاموفوبیا، میڈیا اور جمہوریت: آزادیٔ اظہار اور نفرت انگیزی کی حد

اسلاموفوبیا کے تناظر میں مغربی میڈیا کا ایک عمومی دفاعی نکتہ "آزادیٔ اظہار" (Freedom of Expression) ہوتا ہے۔ میڈیا ادارے اور صحافی، جب بھی کسی توہین آمیز کارٹون، فلم، یا خبر پر تنقید کی جاتی ہے تو فوری طور پر اظہارِ رائے کی آزادی کی دہائی دیتے ہیں۔ لیکن

سوال یہ ہے کہ آیا آزادیٔ اظہار کی کوئی اخلاقی، سماجی یا قانونی حد بھی ہے یا نہیں؟ کیا آزادیٔ اظہار کے نام پر کروڑوں انسانوں کے جذبات مجروح کیے جاسکتے ہیں؟ اور کیا مذہبی مقدسات کی تضحیک ایک جمہوری قدر کہلا سکتی ہے؟ یہ وہ بنیادی سوالات ہیں جن سے مغربی میڈیا مسلسل پہلو تہی کرتا آیا ہے۔

اسلاموفوبیا کے تحت جب کسی پیغمبر اسلام ﷺ کی شان میں گستاخی کی جاتی ہے — جیسے 2005 میں Jyllands-Posten (ڈنمارک) میں کارٹونز کی اشاعت — تو مغرب کے تقریباً تمام بڑے اخبارات نے ان توہین آمیز مواد کو دوبارہ شائع کر کے اپنی "جمہوری استقامت" کا مظاہرہ کیا، لیکن یہی ادارے جب یہود مخالف مواد یا ہولوکاسٹ سے متعلق سوالات پر بات آتی ہے تو فوراً سنسر شپ کا سہارا لیتے ہیں۔ یہ دوہرا معیار آزادیٔ اظہار کو منافقانہ ہتھیار میں تبدیل کر دیتا ہے۔

Noam Chomsky جو امریکہ کے معتبر ترین لسانیات دان اور میڈیا نقاد ہیں، کہتے ہیں:

"The concept of free speech is often weaponized in the West—not to encourage dialogue but to provoke and dominate, especially when it comes to Islam[xxi]".

"مغرب میں اظہارِ رائے کے تصور کو اکثر ایک ہتھیار کے طور پر استعمال کیا جاتا ہے—مکالمہ پیدا کرنے کے لیے نہیں بلکہ اشتعال انگیزی اور غلبہ قائم رکھنے کے لیے، خصوصاً جب معاملہ اسلام سے متعلق ہو۔"

یہ اقتباس ظاہر کرتا ہے کہ میڈیا جس آزادیٔ اظہار کا علمبردار بنتا ہے، وہ درحقیقت مخصوص تہذیبی مفادات اور فکری تسلط کا آلہ ہے۔ یہ آزادی مسلمانوں کے لیے نہیں، بلکہ مسلمانوں کے خلاف استعمال کی جاتی ہے۔ اس کا مقصد نہ مکالمہ ہے، نہ علمی تحقیق، بلکہ محض نفسیاتی چوٹ اور تہذیبی حاکمیت ہے۔

فرانسیسی صدر ایمانویل میکرون نے 2020 میں Charlie Hebdo کے کارٹونز کا دفاع کرتے ہوئے کہا تھا کہ یہ "آزادیٔ اظہار" کا حق ہے۔ اس بیان پر پوری مسلم دنیا میں شدید ردعمل پیدا ہوا۔ معروف مسلمان اسکالر Tariq Ramadan نے اس رویے پر تبصرہ کرتے ہوئے لکھا:

"When freedom of speech becomes selective and used to mock the weak or the sacred, it loses its ethical grounding and becomes a tool of arrogance[xxii]".

"جب آزادیٔ اظہار انتخابی بن جائے اور اسے کمزوروں یا مقدسات کا مذاق اُڑانے کے لیے استعمال کیا جائے، تو وہ اپنی اخلاقی بنیاد کھو دیتی ہے اور غرور کا ہتھیار بن جاتی ہے۔"

یہ بیان اس بات کو نمایاں کرتا ہے کہ آزادیٔ اظہار کا حقیقی جوہر انصاف، مکالمہ اور علمی تنقید پر مبنی ہوتا ہے، نہ کہ تہذیبی رسوائی، توہین اور تضحیک پر۔ مغرب میں یہی فقدان اخلاقی بحران کی صورت اختیار کر چکا ہے۔

یورپی یونین کی انسانی حقوق کی عدالت نے بھی اس حوالے سے ایک تاریخی فیصلہ دیا تھا۔ E.S. v. Austria (2018) کے مقدمے میں عدالت نے کہا:

"Defaming the Prophet of Islam is not protected by freedom of expression, as it can incite religious hatred and is incompatible with the spirit of tolerance[xxiii]".

ترجمہ: "نبی اسلام ﷺ کی توہین آزادیٔ اظہار کے زمرے میں نہیں آتی کیونکہ اس سے مذہبی نفرت کو ہوا مل سکتی ہے اور یہ رواداری کے اصول سے متصادم ہے۔"

یہ فیصلہ اس بات کا عملی ثبوت ہے کہ آزادیٔ اظہار بھی قانونی اور اخلاقی قیود رکھتی ہے، اور اسے کسی بھی مذہب، قوم یا فرد کی تذلیل کے لیے استعمال نہیں کیا جا سکتا۔ لیکن اس کے باوجود مغربی میڈیا نے اس فیصلے کو نظر انداز کیا اور اپنے متعصب بیانیے پر قائم رہا۔

معروف مفکر علامہ محمد اسد (لیوپولڈ ویس) نے بجا فرمایا تھا:

"مغرب میں آزادیٔ اظہار کا اصول اسلام کے خلاف یکطرفہ طور پر نافذ ہوتا ہے؛ یہ نہ آزادی ہے نہ انصاف، بلکہ تہذیبی جنگ کی ظاہری چادر ہے۔"[xxiv]

اس اقتباس کا تجزیہ کریں تو یہ معلوم ہوتا ہے کہ مغربی میڈیا کا یہ رویہ فقط صحافت کی آزادی نہیں بلکہ سیاسی طاقت، فکری تکبر اور تہذیبی تحقیر کا ملاپ ہے۔ جب کسی تہذیب کی مقدس شخصیات کو محض اس لیے نشانہ بنایا جائے کہ وہ مغربی شناخت سے مختلف ہیں، تو یہ "آزادی" نہیں بلکہ "جارحیت" بن جاتی ہے۔ اسلامی تعلیمات میں آزادیٔ اظہار کو ایک مقدس حق تسلیم کیا گیا ہے، لیکن اس کی بنیاد عدل، حیا اور اجتماعی فلاح پر ہے۔ قرآن میں فرمایا گیا:

"وَلَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِن دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ عَدْوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ"[xxv]

"اور ان لوگوں کو گالی نہ دو جنہیں وہ اللہ کے سوا پکارتے ہیں، ورنہ وہ بھی جہالت میں آ کر اللہ کو گالی دیں گے۔"

یہ آیت واضح کرتی ہے کہ مسلمانوں کو بھی اظہارِ رائے کی آزادی ہے، مگر اس کے دائرے میں اخلاق، احتیاط اور دوسرے کے جذبات کی پاسداری شامل ہے۔ یہی اصول دنیا کی ہر مہذب، اخلاقی اور امن پسند صحافت کی بنیاد ہونا چاہیے۔

اسلاموفوبیا کے خلاف مسلم میڈیا کا کردار: خلاء، امکانات اور چیلنجز

اسلاموفوبیا کے گلوبل بیانیے کے مقابل مسلم دنیا کا میڈیا ایک کمزور، منتشر اور ردعمل پر مبنی کردار ادا کر رہا ہے۔ جب مغربی میڈیا اسلام، نبی کریم ﷺ، مسلمانوں یا شعائر اسلام کو ہدف بناتا ہے، تو مسلم میڈیا زیادہ تر وقتی مذمت، احتجاجی پروگرام یا مذمتی بیانات تک محدود رہتا ہے۔ علمی، بیانیاتی اور ثقافتی سطح پر ایک مؤثر، مربوط اور عالمی سطح پر قابلِ قبول اسلامی بیانیہ اب تک تشکیل نہیں پا سکا۔ یہ خلا صرف تہذیبی کمزوری کی علامت نہیں بلکہ علمی بے توجہی، نظریاتی کمزوری، اور ادارہ جاتی ناہمواری کا مظہر بھی ہے۔

بین الاقوامی ادارہ Al Jazeera Media Institute کی 2021 کی ایک رپورٹ میں یہ اعتراف کیا گیا کہ:

"Despite the increasing media capabilities of the Muslim world, there is still a lack of strategic narrative-building to counter Islamophobic media trends[xxvi]".

"اگرچہ مسلم دنیا کے پاس میڈیا کے وسائل بڑھتے جا رہے ہیں، لیکن اسلاموفوبک میڈیا رجحانات کا مقابلہ کرنے کے لیے تزویراتی سطح پر بیانیہ سازی کی ابھی تک کمی ہے۔"

یہ اعتراف اس تلخ حقیقت کی نشاندہی کرتا ہے کہ مسلم میڈیا ادارے—خواہ وہ نیوز چینلز ہوں، اخبارات، سوشل میڈیا پلیٹ فارمز یا فلمی ادارے—کسی جامع فکری یا تہذیبی منصوبے کے تحت کام نہیں کر رہے۔ ان کی ترجیحات مقامی سیاست، قومی مفادات، یا تجارتی ریٹنگز پر مرکوز ہیں، جس کے نتیجے میں عالمی سطح پر اسلام کے دفاع میں کوئی مؤثر میڈیا ڈھانچہ تشکیل نہیں پا سکا۔

اسلامی تعاون تنظیم (OIC) نے 2022 میں میڈیا پر اسلاموفوبیا کے خلاف مہم شروع کرنے کی قرارداد منظور کی، لیکن اس پر عملدرآمد اب تک ایک چیلنج ہے۔ قرارداد میں لکھا گیا:

"Member states shall promote the establishment of a global Muslim media platform to counter negative stereotyping of Islam and Muslims[xxvii]".

"رکن ممالک اسلام اور مسلمانوں کے منفی تاثر کے خلاف ایک عالمی مسلم میڈیا پلیٹ فارم کے قیام کو فروغ دیں گے۔"

یہ ایک امید افزا پیش رفت ہے، لیکن اس کو عملی جامہ پہنانے کے لیے وسائل، مہارت، اور سیاسی عزم درکار ہے۔ اس وقت مسلمانوں کے سامنے اصل چیلنج صرف دشمن بیانیے کا نہیں، بلکہ اپنی علمی اور تہذیبی آواز کو مؤثر، پرکشش اور بین الاقوامی سطح پر قابل قبول انداز میں پیش کرنے کا ہے۔

خلاصہ بحث

تحقیق سے یہ بات سامنے آتی ہے کہ مغربی میڈیا میں اسلام اور مسلمانوں کی منفی تصویر کشی نے اسلاموفوبیا کو فروغ دے کر نہ صرف عالمی سطح پر مسلمانوں کے خلاف تعصب اور نفرت کو بڑھایا ہے بلکہ مغربی معاشروں میں مسلمانوں کے سماجی، سیاسی اور ثقافتی انضمام کو بھی شدید متاثر کیا ہے۔ ڈیجیٹل دور میں یہ تعصب الگورتھمز، ہیش ٹیگز اور سوشل میڈیا نیٹ ورکس کے ذریعے مزید شدت اختیار کر چکا ہے، جس کے نتیجے میں مسلم اقلیتوں کو شناختی بحران، سیاسی محرومی اور سلامتی کے خطرات جیسے مسائل کا سامنا کرنا پڑ رہا ہے۔ تحقیق یہ نتیجہ اخذ کرتی ہے کہ اس منفی رجحان کا تدارک محض قانونی یا اخلاقی حدود کے تعین سے ممکن نہیں، بلکہ ایک ہمہ جہت میڈیا حکمت عملی کی ضرورت ہے جو فکری مکالمے، ثقافتی نمائندگی اور ڈیجیٹل فعالیت پر مبنی ہو۔ مسلم میڈیا کو اس چیلنج سے نمٹنے کے لیے اپنی تکنیکی استعداد میں اضافہ کرنا ہوگا اور عالمی میڈیا کے ساتھ مؤثر رابطے قائم کرنے ہوں گے تاکہ ایک متوازن، انصاف پسند اور انسان دوست عالمی بیانیہ فروغ پا سکے۔

حوالہ جات

i منیر احمد، مغربی میڈیا اور اسلام، لاہور: ادارہ مطبوعات اسلامیہ، 2017، ص 112

ii Edward W. Said, Covering Islam: How the Media and the Experts Determine How We See the Rest of the World, New York: Pantheon Books, 1981, 3–10

iii Elizabeth Poole, Reporting Islam: Media Representations of British Muslims, London: I.B. Tauris, 2002, 112–116

iv Mahmood Mamdani, Good Muslim, Bad Muslim: America, the Cold War, and the Roots of Terror, New York: Pantheon, 2004, 16–20

v Robert Fisk, The Great War for Civilisation, London: HarperCollins, 2005, 1082

vi Jack G. Shaheen, Reel Bad Arabs: How Hollywood Vilifies a People, Northampton: Interlink Publishing, 2001, 10

vii Melani McAlister, Epic Encounters: Culture, Media, and U.S. Interests in the Middle East, Berkeley: University of California Press, 2005, 51

viii Edward W. Said, Orientalism, New York: Pantheon Books, 1978, 287

ix Teun A. van Dijk, Racism and the Press, London: Routledge, 1991, 113

x Pew Research Center, News Coverage of Muslims in Western Media, Washington, DC: Pew Publications, 2017, 22

xi زاہد منیر عامر، اسلام اور مغرب: بیانیے کی کشمکش، لاہور: دارالاشاعت، 2016، ص 177

xii Kai Hafez, Islam and the West in the Mass Media, Cresskill: Hampton Press, 2000, 89

xiii Center for Countering Digital Hate, Hatebook: How Facebook Fails to Counter Hate Speech in India, London: CCDH, 2022, 13

xiv Zizi Papacharissi, Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics, Oxford: Oxford University Press, 2015, 66

[xv] Eli Pariser, The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You, New York: Penguin Press, 2011, 109

[xvi] اسرار احمد، تہذیبی کشمکش اور امت مسلمہ کا مستقبل، لاہور: مکتبہ الخالد، 2002، ص88

[xvii] Amnesty International, France: Targeting Muslims under the Guise of Counter-Terrorism Policies, London: Amnesty Publications, 2021, 12

[xviii] Pew Research Center, Discrimination and Prejudice Against Muslims in Western Europe, Washington, DC: Pew Publications, 2020, 14

[xix] Zara Bain, Islamophobia and Digital Culture, in Digital Hate: The Politics of Online Discrimination, Manchester: MUP, 2019, 74

[xx] Ilyas Nagdee, Countering Online Hate: A Legal Framework, London: Centre for Media Justice, 2020, 91

[xxi] Noam Chomsky, Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda, New York: Seven Stories Press, 2002, 44

[xxii] Tariq Ramadan, Islam and the Arab Awakening, Oxford: Oxford University Press, 2012, 103

[xxiii] European Court of Human Rights, E.S. v. Austria, Judgment of 25 October 2018, Application no. 38450/12

[xxiv] محمد اسد، اسلام ایک متبادل نظام، لاہور: ادارہ ترجمان، 1954، ص77

[xxv] الآنعام:108

[xxvi] Al Jazeera Media Institute, Muslim Media and Global Narratives, Doha: AJMI Publications, 2021, 21

[xxvii] OIC Final Communique, 48th Session of the Council of Foreign Ministers, Islamabad: March 2022, Clause 57