



Islamofobi och medier

Beskrivning: Hur mediernas förändrade ansikte har bidragit till ökningen av islamofobi.

I september 2001 förändrades världen för alltid. Den elfte dagen i den månaden genomfördes en serie av fyra samordnade attacker i USA. Gärningsmännen visade sig vara en grupp människor som påstod sig vara muslimer, och därefter inleddes kriget mot terrorismen. Medierna spelade en enorm roll i världens reaktion på dessa attacker. Lögner spreds, politiska agendor drevs, små bitar av sanning dök upp då och då, och världens regeringar lärde sig att manipulera medierna — och därmed folket.

Medierna var inte länge schackpjäser i ett politiskt spel, utan lärde sig en ny färdighet — att skapa nyheterna snarare än att bara rapportera om dem. Varje diskussion om islamofobi och medier måste dock erkänna att islamofobin började för mycket länge sedan, under imperiernas tid. Denna gamla diskurs har kombinerats med det nya sättet att leverera nyheter och väckt en djupt rotad islamofobi som tar stereotyper och antaganden och serverar dem på ett fat av desinformation.

År 1980 inledde den första dygnet-runt-nyhetskanalen, CNN (Cable News Network), en ny era av nyhetssändningar och satte sedan ribban högt med sin häpnadsväckande och omvälvande bevakning av de första flyganfallen i Gulfkriget 1991. Dygnet-runt-nyhetscykeln etablerades och en revolution

inom mediebranschen ägde rum. Våra beteendemönster i förhållande till nyheter började förändras. Nyhetsnätverk tävlar nu om tittare — och tittare och reklamsponsorer behövs för att hålla nyhetsmaskineriet igång.

I denna moderna värld, om vi tror att nyhetscykeln begränsas av händelsens storlek, kan vi vara säkra på att berättelsens storlek bara begränsas av nyhetsproducentens fantasi. Nuförtiden innebär nyheternas väsen att vi lägger oss och himlen faller, men mirakulöst vaknar vi upp och den har ännu inte fallit. För nästan tjugo år sedan föreslog författarna Bill Kovach och Tom Rosenstiel i sin bok *Warp Speed: America in the Age of Mixed Media* att "pressen har rört sig mot sensationalism, underhållning och åsikter" och bort från traditionella värden som verifiering, proportioner, relevans, djup och tolkningskvalitet.[1]

Det finns en specifik grupp människor som har fastnat i medieväven — muslimer. Media Smarts, Kanadas centrum för medie- och digital läskunnighet, beskriver hur islam kastades in på den globala mediefronten. "Det amerikanskledda 'kriget mot terrorismen' ledde till en ökning av islamofobi (rädsla för eller hat mot islam) över hela världen. Denna ökning av islamofobi återspeglades i sin tur i hur medierna hanterade och stereotypade muslimska befolkningar."[2]

Sammanmältningen av dygnet-runt-nyheter och de fortsatta förhöjda säkerhetsvarningarna runt om i världen har konsekvent skildrat muslimer som våldsbenägna människor som är helt emot västerländska värderingar. Det är, och har alltid varit, mediernas natur att rapportera om sensationella och dramatiska händelser — men varje omnämnande av islam eller muslimer är övervägande negativt. Islamofobi är ett exempel på hur 2000-talets medier har övergivit journalistikens kärnvärden och strävar efter föga mer än sensationaliserade berättelser som mer ofta än inte associerar islam med kriminalitet och fara för "vårt fredliga levnadssätt."

År 2016 publicerade Cambridge-universitetet en rapport som visar att mainstreammediers rapportering om muslimska samhällen bidrar avsevärt till ökad fientlighet mot muslimer i Storbritannien.[3] Detta bekräftar resultaten från ett islamofobirundbordsmöte i Stockholm 2014, då Erik Ullenhag, integrationsminister, sade att sedan terrorattacker i New York har muslimer setts som en grupp, inte som många grupper eller individer. "Alla människor med muslimsk bakgrund", sade han, "anses dela samma kultur och samma åsikter. Och alltför ofta skildras de i ett negativt sammanhang."[4]

Nuförtiden har medierna, i alla sina former och med alla sina förgreningar, förmågan att lätt konstruera en negativ bild av islam och muslimer. Att skapa nyheter och uttrycka åsikter istället för att rapportera har gett människor möjligheten att välja den kanal som håller med deras egna åsikter. Hela befolkningar exponeras därmed inte längre för andra synpunkter. Det finns ingenting som uppmuntrar dem att förstå och känna empati med situationer och levnadssätt i olika kulturer — eller ens med sina grannar som har åsikter som skiljer sig från de egna.

När man lägger till sociala medier till den redan explosiva blandningen finner vi att muslimer dagligen utsätts för rasistiska förolämpningar, förnedrande bilder, hot och trakasserikampanjer. Sociala mediers struktur och varje plattform beroende av algoritmer innebär att de med extremistiska åsikter enkelt kan koppla samman med varandra. Det innebär också att bedrägerier om muslimer ofta lever kvar även efter att ha avslöjats.

Tyvärr använder också politiker sociala medier för att stärka sina anhängarskaror och öka sina siffror vid valurnan. År 2016 delade en konservativ kommentators populära Facebook-sida ett meme som påstod att Trumps tidigare försvarsminister James Mattis valts för jobbet för att "utrota" muslimer.[5] Ett amerikanskt politiskt parti befanns rutinmässigt ha spridit antimuslimska budskap till sina väljare som ofta tillhör extremistiska gemenskaper. Även efter den fruktansvärda attacken mot Nya Zeelands muslimska gemenskap — medan de bad — misslyckades ett visst socialmediebolag med att stänga och ta bort grupper med namn som "War against Islam" och "Bikers Against Radical Islam Europe." [6]

I en artikel, "Challenging Islamophobia no threat to free speech", [7] föreslår dr Neil Curtis, docent i media och kommunikation vid Universitetet i Auckland, flera sätt att koppla loss islamofobi från vår begränsade förståelse av islam:

1. Att erkänna att islamofobi inte är en ny diskurs.
2. Att förstå att islam är en religion med mer än 1,8 miljarder människor, från vitt skilda kulturer — och att de följaktligen inte kan klumpas ihop i ett homogent paket.
3. Vi måste sluta säga eller tänka att alla i detta paket (som inte existerar) är våldsamma eller hotfulla.
4. Vi måste börja separera vaksamhet när det gäller terror från islamofobi. Här nämner dr Curtis att medierna hänvisar till muslimsk migration med termer som skadedjur, plågor och syndafloed. Detta måste upphöra.

5. Dr Curtis säger att icke-muslimer inte får acceptera "den västerländskt centrerade synen att vi är de primära måltavlorna eller offren för islamistisk terror" — eftersom de överlägset största antalet dödsfall från islamistisk terror sker i muslimska samhällen.

Sammanfattningsvis måste människor runt om i världen lära sig att betrakta sina medier i ett annat ljus. Vi måste lära oss att skilja sanning från fiktion och fakta från åsikter. Vi behöver välja våra nyhetskällor klokt och försöka se eller läsa från ett brett spektrum av synpunkter och förståelser.

Fotnoter:

[1] Weaver, David H.; et al. (2006). "8. Journalists' Best Work". *The American Journalist in the 21st Century: U.S. News People at the Dawn of a New Millennium*. Routledge. s. 226.

[2] Media Portrayals of Religion: Islam.

<https://mediasmarts.ca/diversity-media/religion/media-portrayals-religion-islam>

[3] Media fuelling rising hostility towards Muslims in Britain.

<https://www.cam.ac.uk/research/news/media-fuelling-rising-hostility-towards-muslims-in-britain>

[4]

<https://www.government.se/49b729/contentassets/c1ce0055a09040a0a394c920ae6ffb77/speeches-2010-2014—erik-ullenhag>

[5] Anti-Muslim Hate Speech Is Absolutely Relentless On Social Media Even As Platforms Crack Down On Other Extremist Groups.

<https://www.buzzfeednews.com/article/janelytvynenko/islamophobia-absolutely-relentless-social-media>

[6] Ibid

[7] Challenging Islamophobia no threat to free speech.

<https://www.newsroom.co.nz/@ideasroom/2019/03/22/499862/challenging-islamophobia-no-threat-to-free-speech#>