

"دیگری" سازی مسلمانان در روایت اسلام هراسانه زیست بوم برخط هند از جنگ غزه^۱

عباس ناصری طاهری^۲

تاریخ ارسال: ۱۴۰۴/۰۴/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۰۲

چکیده

رسانه‌های اجتماعی اغلب به دلیل قابلیت‌شان برای تسهیل و تشویق ارتباط و تماس افراد مختلف، ارزش‌گذاری می‌شوند، اما مطالعات نشان داده است که سک‌های دیجیتالی با انتشار نامحدود تهدیدات، برای ظهور و بروز خشم اخلاقی، فرصت‌آفرینی می‌کنند. این مقاله با استفاده از نظریه چهارچوب‌سازی به بررسی فرایندها و مکانیسم‌هایی می‌پردازد که از طریق آنها، هویت‌های مذهبی، فرهنگی و سیاسی دستکاری می‌شوند تا کلیشه‌ها تقویت شوند و با ترویج هراس اخلاقی در ذهن کاربران هندی، حساسیت آنها را نسبت به خطر مسلمانان تقویت کنند. برای شناسایی چهارچوب‌های روایت جنگ غزه در رسانه‌های اجتماعی هند از روش تحلیل قاب ویمر و دومینیک و نیز گام‌های تکمیلی آلوزی بهره گرفته شده است. یافته‌ها نشان دادند شیوه روایت جنگ غزه در رسانه‌های اجتماعی هند، به گونه‌ای است که با ترسیم شباهت‌هایی میان فلسطینی‌ها و مسلمانان هندی، هر دو گروه را به عنوان ذاتاً خشونت‌گرا، ضدملی یا حامی تروریسم تصویر می‌کنند. این روایت‌ها در چهار دسته کلی: تشدید ترس از نابودی هویت ملی، ایجاد دشمن مشترک از طریق شبیه‌سازی با رویدادهای تروریستی درهند، استفاده از کلیشه‌های منفی با ارجاع به تاریخ گذشته و بزرگمایی رفتارهای منفی جعلی، قاب‌بندی شده‌اند. دیگری‌سازی مسلمانان در رسانه‌های اجتماعی صرفاً بازتابی از تعصبات اجتماعی نیست، بلکه از طریق سوگیری‌های الگوریتمی، اتاق‌های پژواک قطبی‌شده و پویایی‌های دولت-جامعه به طور فعال ساخته و تقویت می‌شود.

واژه‌های کلیدی

زیست‌بوم برخط هند، راستگرایی افراطی هندو، جنگ غزه، اسلام‌هراسی، دیگری‌سازی، هراس اخلاقی.

۱. این مقاله براساس نظر گروه دبیران و سردبیر فصلنامه، پژوهشی است.

۲. استادیارگروه ارتباطات، دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

naseri_a@iribu.ac.ir

مقدمه

رسانه‌های اجتماعی اغلب به دلیل قابلیت‌شان برای تسهیل و تشویق ارتباط و تماس افراد مختلف، ارزش‌گذاری می‌شوند، اما مطالعات نشان داده است که سکوه‌های دیجیتالی با انتشار نامحدود تهدیدات، برای ظهور و بروز خشم اخلاقی، فرصت‌آفرینی می‌کنند و سازوکارهای قدرتمندی را برای تقویت تأثیر روانی این خشم بر ایجاد تنفر و انزجار در جامعه فراهم کرده‌اند (والش، ۲۰۲۰). این سکوها با ایجاد سیل‌های اطلاعاتی (مک اینتایر، ۲۰۱۸) و الگوریتم‌های سوگیرانه («حباب‌های فیلتر» (پریزر، ۲۰۱۱) اطلاعاتی را که یک کاربر در اینترنت می‌بیند، به سمتی منحرف می‌کنند و با محدود کردن افق‌های اجتماعی، باعث افزایش علاقه به محتوای عاطفی و اغلب تند می‌شوند. نتیجه چنین تکثیری «طعمه کلیک» است، محتوایی که عمداً هیجان‌انگیز است و از طریق برانگیختگی عاطفی، کاربران بیشتری را مجذوب خود می‌کند (وایدیه‌اناتان، ۲۰۱۸).

تحقیقات نشان می‌دهد که حتی برای کم‌تحریک‌ترین کاربران، انزجار بسیار جذاب است، زیرا محتوایی که ترس و خشم را در مورد گروه‌های بیرونی ایجاد می‌کند، به طور قابل توجهی بیشتر توجه را به خود جلب می‌کند و روند می‌شوند (برگر و میلکمن، ۲۰۱۲؛ وثوقی و همکاران، ۲۰۱۸). این پویایی‌های مسری مبتنی بر ظرفیت عاطفی پیام‌ها از علل ریشه‌ای هراس، عدم تحمل و خصومت شناخته می‌شود (گارلند، ۲۰۰۸). در نهایت، رسانه‌های اجتماعی با تشدید مواجهه با محتوای تحریک‌آمیز، خصومت را نسبت به دشمنان مشترک بسیج می‌کنند و نگرانی‌های ناخوشایند را به هراس کامل تبدیل می‌کنند.

جریان ملی‌گرایی افراطی یا دست راستی هند موسوم به «هندوتوا»^۱ با استفاده از رسانه‌های اجتماعی فرایند «دیگری» سازی از غیر هندوها را تشدید کرده است. راست‌گرایان افراطی هندو که در یک دهه اخیر از حمایت حزب حاکم (بی‌جی‌پی)^۲ نیز برخوردار بوده‌اند با استفاده از اهرم مذهب و با تبلیغات هراس افکنانه، از اسلام و مسلمانان به عنوان دشمنان داخلی هندوها تصویرسازی می‌کنند. روایت‌های

1. Hidutuva.

2. BJP.

«دیگری» سازی مسلمانان در روایت اسلام هراسانه زیست بوم برخط هند از جنگ غزه

نفرت‌افکنانه و خشونت‌آمیز هندوهای افراطی از مسلمانان در شبکه‌های اجتماعی که اغلب با اطلاعات غلط از هر رویداد داخلی و یا بین‌المللی که مسلمانان در آن حضور دارند تولید و منتشر می‌شوند، به تعمیق شکاف میان هندوها و مسلمانان دامن زده است.

ماهیت فراملی مبتنی بر قرابت‌های قوم‌گرایانه هندو شبکه‌ای را ساخته است که مسلمانان خارج از آن تلقی می‌شوند. روایت‌های وام‌گرفته شده از یک درگیری خارجی برای توجیه آزار و اذیت مسلمانان در هند بر فضای این شبکه غلبه پیدا کرده است. شواهد قابل توجهی از پویای‌های اطلاعات نادرست وجود دارد که با تشدید اسلام‌هراسی، احساسات هندوها بر علیه «دیگری» یعنی مسلمانان را تحریک کند. پیام‌های این گروه‌ها با استفاده از عکس‌ها و فیلم‌ها، همراه با پیام‌های متنی، به دنبال این است که کاربران را متقاعد کند که اسلام و مسلمانان به تنهایی مقصر جنگ هستند. علاوه بر این، در زیر متن این پیام‌ها و شبهه‌سازی‌ها، با ایجاد ترس و نگرانی از مسلمانان، افکار عمومی هندوها برای برخورد‌های شدید با مسلمانان آماده می‌شود. این پژوهش قصد دارد به این سوال اساسی پاسخ دهد که: رسانه‌های اجتماعی چگونه در فرایند دیگری‌سازی مسلمانان و تشدید اسلام‌هراسی در هند، به ویژه از سوی جریان ملی‌گرایی افراطی هندوتوا، نقش‌آفرینی می‌کنند؟

پیشینه پژوهش

در سال‌های اخیر، مطالعات متعددی به تحلیل گفتمان «دیگری‌سازی مسلمانان» در بستر رسانه‌های اجتماعی و رسمی در هند پرداخته‌اند. این مطالعات نشان می‌دهند که فرایند بازنمایی مسلمانان در رسانه‌ها اغلب با استفاده از کلیشه‌های منفی، ساختن «تهدید» و تداوم نظم گفتمانی اکثریت‌محور صورت می‌گیرد.

تحلیل انتقادی پوشش خبری جماعت تبلیغی در دوران همه‌گیری کرونا نشان داد که رسانه‌های جریان اصلی، مسلمانان را در قالب «منبع بیماری» و «تهدید زیستی» معرفی کردند. این رویکرد رسانه‌ای به‌طور گسترده‌ای با انگ «دیگری» همراه شد و از ادبیاتی چون «جهاد کرونایی» برای تشدید واگرایی مذهبی بهره برد (شابیر و خان، ۲۰۲۲). مطالعه‌های مشابه (چاندرا و دیگران، ۲۰۲۱، بهارالدین و

«دیگری» سازی مسلمانان در روایت اسلام هراسانه زیست بوم برخط هند از جنگ غزه

بهارالدین، ۲۰۲۲، هاشمی و دیگران، ۲۰۲۳) با تحلیل پیام‌های حاوی هشتگ‌های اسلام‌هراسانه در دوران کرونا، نشان داد که کاربران شبکه‌های اجتماعی نه تنها به ترویج اطلاعات نادرست علیه مسلمانان پرداختند بلکه فضای گفت‌وگو را به سمت فراخوان به خشونت و دیگری‌سازی مسلمانان سوق دادند.

از منظر گفتمان رسانه‌ای تلویزیونی، مقاله مهدی (۲۰۱۸) بر نحوه بازنمایی مسلمانان در اخبار پرایم‌تایم تمرکز داشته و نشان می‌دهد که مسلمانان اغلب در جایگاه‌های حاشیه‌ای و منفی همچون «جهادی»، «ضد ملی» یا «تهدید اخلاقی» تصویر می‌شوند. در حوزه رسانه‌های اجتماعی، جیل و ناگار (۲۰۲۱) با آزمایش‌های شناختی نشان دادند که تکرار اخبار جعلی اسلام‌هراسانه در فیسبوک به صورت اجتماعی موجب گسترش نگرش‌های منفی و افزایش تمایل به اشتراک‌گذاری آن می‌شود، که تأکیدی است بر نقش «انطباق اجتماعی» در تقویت گفتمان ضد مسلمان.

در سطحی کلان‌تر، دوتا و پال (۲۰۲۴) تجربه کاربران مسلمان در فضای دیجیتال هند را با تمرکز بر مواجهه با نفرت برخط بررسی کردند. یافته‌های آنان نشان داد پلتفرم‌های دیجیتال در بسیاری موارد بستری برای بازتولید خشونت نمادین علیه مسلمانان شده‌اند. در این میان، مسئله جنسیت و تقاطع آن با دین نیز مورد توجه مطالعات اخیر قرار گرفته است. شابیر و خان (۲۰۲۴)، به تحلیل ابزارشدگی زنان مسلمان در منازعات سیاسی و فرهنگی پرداختند. آن‌ها نشان دادند رسانه‌ها اغلب از زنان مسلمان تصویر «بی‌صدا»، «قربانی» و «تحت سلطه» ارائه می‌دهند که این تصویرسازی در راستای سیاست‌های دیگرسازی قومی و دینی عمل می‌کند.

چهارچوب نظری

ملی‌گرایی هندو

ملی‌گرایی هندو که به هندوتوا نیز شناخته می‌شود، به نگرش‌های سیاسی قومی- مذهبی و ملی‌گرایانه در هند اشاره دارد. اگرچه این جنبش ریشه در سازمان‌های قدیمی مانند آریا ساماج دارد (جفرلوت ۱۹۹۳: ۱۱)، اما جریان‌های معاصر

"دیگری" سازی مسلمانان در روایت اسلام هراسانه زیست بوم برخط هند از جنگ غزه

ناسیونالیسم هندو خود را وامدار تفکر و نوشته‌های وینایاک دامودار سوارکارا (۱۸۸۳-۱۹۶۶) می‌دانند. کتاب «هندوتوا: هندو کیست؟» که سوار کار در سال ۱۹۲۲ در زندان نوشته است روشن‌ترین بیان هویت ملی‌گرایانه هندو است. برای سوارکارا، برخی از مسلمانان هند تهدیدی برای وحدت ملی هندوها هستند، زیرا همان طور که در جنبش خلافت و در جریان جنگ جهانی اول و سقوط امپراطوری عثمانی آشکار شد، وفاداری آنها در جای دیگری، با آرمان‌های پان اسلامیستی نهفته است. به تعبیر سوارکارا «مکه برای [مسلمانان هند] واقعیتی محکم تر از دهلی یا آگرا است» (جفرلوت ۱۹۹۳: ۲۶).

برخی از مفسران معاصر، در تعریف اصطلاح «ناسیونالیسم هندو» اغلب آن را یک جنبش مذهبی قلمداد می‌کنند در حالی که ملی‌گرایی هندو فراتر از مذهب هندویسم است. برای ساوارکارا، و سازمان‌های ملی‌گرای هندو معاصر، قلمرو هند اساساً با هویت و فرهنگ نژادی هندو مرتبط است و مذهب تنها یکی از جنبه‌های «هندوئیت» است. براساس دیدگاه بنیان و نظریه پردازان ملی‌گرایی هندو همه در قلمرو هند با «خون» به هم پیوند خورده‌اند، بنابراین اشکال غربی ناسیونالیسم که براساس ایده‌هایی مانند قرارداد اجتماعی و شهروندی بنا شده‌اند نیز رد می‌شود. در این تعریف، مسلمانان و مسیحیان از قدیم‌الایام از نظر نژادی هندو بودند و سپس به دلیل تأثیرات خارجی به اسلام و مسیحیت گرویدند (جفرلوت، ۱۹۹۳: ۲۸).

با این تعریف از هندوئیت که در نگاه اول فراگیر به نظر می‌رسد، امکان دیگری‌سازی فراهم می‌شود. به تعبیر سوارکارا، هندوها اصل و نسب واحدی دارند و سرزمین هند را به عنوان سرزمین مقدس می‌پرستند، اما هندی‌های مسلمان و مسیحی سرزمین‌های مقدس خود را در خارج از هند دارند، بنابراین وفاداری آنها همیشه بین دو سرزمین تقسیم خواهد شد. سوارکارا سناریویی را تنظیم می‌کند که در آن مسلمانان و مسیحیان همیشه بار نشان دادن عشق خود به فرهنگ هندو و میهن را بر دوش دارند و در نهایت، این امر تنها با کنار گذاشتن جنبه‌های جدایی‌ناپذیر هویت مذهبی و فرهنگی آنها قابل انجام است. این پرسش دائمی

1. (Vinayak Damodar Savarkar.

"دیگری" سازی مسلمانان در روایت اسلام هراسانه زیست بوم برخط هند از جنگ غزه

از وفاداری واقعی یک فرد هندی، همواره از سوی ناسیونالیسم افراطی هندو پیش روی مسلمانان قرار داده می‌شود. براساس این دیدگاه هندوستان به عنوان سرزمین هندوهاست و اقلیت مسلمانان، مسیحیان و سایرین به عنوان نژادهای خارجی شناخته می‌شوند (جفرلوت ۱۹۹۳: ۲۹).

هندویسم و رسانه‌های برخط

یکی از مزایای اصلی به کارگیری فناوری‌های نوین ارتباطی امکان دستیابی به مخاطبان گسترده است. پهناوری جغرافیایی هندوستان و پراکندگی پیروان هندویسم در سراسر جهان باعث شده است تا هندویسم در بسترهای ارتباطی جدید نیز حضور چشمگیری داشته باشد. حضور پررنگ هندویسم در این فضاهای ارتباطی فرصت ارتباط‌گیری رهبران فرقه‌های مختلف این آیین با نسل‌های جدیدتر را که بیشتر در بسترهای ارتباطی برخط زیست می‌کنند و محتوای موردنیاز خود را از این منابع بر می‌گیرند تسهیل کرده است. برخلاف ادیان ابراهیمی که به اتکای کتاب آسمانی‌شان مجموعه‌ای همسان از اعمال آیینی دارند، هندویسم طیف نسبتاً وسیعی از مجموعه اعمال آیینی شامل عبادات، اهمیت مرشدها و مرادها و آداب و رسوم فرقه‌ای را در برمی‌گیرد. این نهادهای معنویت‌گرای هند که حول یک رهبر معنوی یا مرشد به همراه مجموعه‌ای از اعمال و باورها شکل گرفته‌اند، به خوبی خود را با عصر اطلاعات و ابزارهای ارتباطی نیز سازگار کرده‌اند (آژاگومینا، ۲۰۲۰).

در بررسی استفاده روزانه این فرقه‌ها و پیروان‌شان از فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی بوضوح می‌توان دریافت که این فرقه‌ها از یکسو با استفاده از این فناوری‌ها بر پیروان‌شان می‌افزایند و از سوی دیگر بازتابی از انتشار و حضور همه‌جایی فناوری‌ها در جامعه هند است. حضور این فرقه‌ها را در نرم افزارهای کاربردی موبایلی، رسانه‌های اجتماعی و پایگاه‌های اینترنتی می‌توان رصد کرد. این فرقه‌ها از پلتفرم‌های توییتر، فیس‌بوک، اینستاگرام، یوتیوب، واتساپ برای تبلیغ و ترویج مناسب خود بهره می‌گیرند.

انجمن‌سازی، ترویج اعمال و مناسب، الگوبردازی و کلیشه‌سازی از جمله کارکردهایی است که به مدد فناوری‌های دیجیتال به فعلیت درآمده است (

«دیگری» سازی مسلمانان در روایت اسلام هراسانه زیست بوم برخط هند از جنگ غزه

شیفینگر، ۲۰۱۹) و همزمان با توسعه تصویر عمومی از این نهادهای آیینی به عنوان سازمان هایی نوین و نوآور، به آرمان های گسترده تر توسعه هندویسم کمک می کند. سازمان های برخط معنویت گرای هندو با محتواهایی مخاطب پسند، مرشدانی با دنبال کنندگان پرشمار و پیروان فن آوری که در خدمت مرشدان اند بر تعداد مریدان شان افزوده اند. همچنین این سازمان ها و فرقه ها با کالایی کردن محصولات معنوی شان از یکسو بازار سوداگرانه بزرگی ساخته اند و از سوی دیگر، با پروژه ملی گرایی هندوئیسم گره خورده و به پیشبرد ایده هندوسازی هند کمک می کنند (پرادپ، ۲۰۱۹). هندوئیسم برخط و سنت هندوئیسم در سالیان اخیر چنان با یکدیگر درآمیخته اند که بسختی بتوان قلمرو هندوئیسم بر خط را از غیر برخط تمیز داد.

درهم تنیدگی آیین هندویسم با ابزار ارتباطی نوین این فرصت را برای راست گرایان هندو فراهم کرده است تا ضمن ترویج آیین های خود، در روایت هر رویداد یا حادثه نزدیک و دوری که مسلمانان در آن حضور دارند اسلام و مسلمانان را دشمن نزدیک تصویر کنند. علاوه بر این، صفحات هندوهای راستگرا در فضای مجازی در تصویرسازی از مسلمانان به عنوان «دیگران» تا بدانجا پیش رفته اند که در جریان شیوع ویروس کرونا نیز مسلمانان را عامل شیوع این ویروس در هند می دانستند. خط روایی دوگانه سازی هندو- مسلمان در زیست بوم برخط هند در روایت سوگیرانه و جعل اخبار و اطلاعات غلط از جنگ غزه پررنگ تر شده است.

هراس اخلاقی و رسانه های اجتماعی

نظریه «هراس اخلاقی» نخستین بار توسط استنلی کوهن در کتاب «شیطان سازی و هراس اخلاق» (۱۹۷۲) مطرح شد. این نظریه توضیح می دهد که چگونه رسانه ها، سیاست گذاران و نهادهای قدرت با بزرگ نمایی تهدیدهای خاص، ترس و نگرانی اجتماعی را نسبت به گروه هایی خاص برمی انگیزند. در این فرایند، گروه های اجتماعی خاص اغلب به عنوان دشمنان نظم موجود یا تهدیدکنندگان هنجارهای عمومی معرفی می شوند. پیامد این فرایند می تواند تشدید قطبی سازی و افزایش نفرت، تبعیض و خشونت باشد.

با گسترش رسانه های اجتماعی، الگوی تولید و انتشار هراس اخلاقی

وارد فاز جدیدی شده است. سکوه‌های دیجیتالی با بهره‌گیری از الگوریتم‌های شخصی‌سازی‌شده و «حباب‌های فیلتر» (Pariser, 2011)، اطلاعات را به شکلی گزینشی و سوگیرانه در اختیار کاربران قرار می‌دهند. این روند، کاربران را در سیلوهای اطلاعاتی قرار داده و آنها را نسبت به دیدگاه‌های متضاد ناآگاه یا بی‌اعتنا می‌کند (McIntyre, 2018). درواقع این سکوها با ایجاد سیلوهای اطلاعاتی و الگوریتم‌های سوگیرانه، اطلاعاتی را که یک کاربر در اینترنت می‌بیند، به سمتی منحرف و با محدود کردن افق‌های اجتماعی باعث افزایش علاقه به محتوای عاطفی و اغلب تند می‌شوند.

با تقویت سوگیری‌ها و بیزاری‌های کاربران، رسانه‌های اجتماعی روابط اجتماعی هم‌شکل را تشویق می‌کنند و محتوایی را که احتمالاً احساسات و خشم قابل توجهی ایجاد می‌کند، ترجیح می‌دهند (پاورز، 2017). آنها با ترویج ارتباطات مبتنی بر محبوبیت پیش‌بینی‌شده، ویروسی بودن و شدت واکنش به یک خبر یا بسته اطلاعاتی را به جای صحت آن یا منافع عمومی در اولویت قرار می‌دهند و به آنها پاداش می‌دهند (والش، 2020). نتیجه چنین تکثیری «طعمه کلیک» است، محتوایی که عمده‌اً هیجان‌انگیز است و از طریق برانگیختگی عاطفی، کاربران بیشتری را مجذوب خود می‌کند (وایدھیاناتان، 2018). این پویایی‌های مسری مبتنی بر ظرفیت عاطفی پیام‌ها، سایر کاربران را «آلوده» می‌کند و بر تعاملات بعدی آنها تأثیر می‌گذارد و تلخی و ضدیت را در محیط‌های برخط تشدید می‌کند (استارک، 2018). چنین محیطی که مانع از تعاملات ناهمگن و قرار گرفتن در معرض دیدگاه‌های متضاد می‌شود از علل ریشه‌ای هراس، عدم تحمل و خصومت شناخته می‌شود (مورتی، 2011). در نهایت، رسانه‌های اجتماعی با تشدید مواجهه با محتوای تحریک‌آمیز، خصومت را نسبت به دشمنان مشترک بسیج می‌کنند و نگرانی‌های ناخوشایند را به هراس کامل تبدیل می‌کنند.

براساس مدل دلالت اجتماعی هراس‌اخلاقی، در مرحله اول مدل، رسانه‌های اجتماعی با ارائه اطلاعات صریح درمورد اینکه کدام تهدید مهم است، به گسترش تهدید کمک می‌کند. در مرحله دوم، تهدید را به شکل «ویروسی» نشان می‌دهد و بر این احساس که جامعه در خطر است، تأکید می‌کند. در مرحله سوم، جامعه از خشم اخلاقی برای کاهش تهدید استفاده می‌کند و علیه افرادی که مسئول

"دیگری" سازی مسلمانان در روایت اسلام هراسانه زیست بوم برخط هند از جنگ غزه

تهدید هستند صحبت می‌کند یا آن را محکوم می‌کند. این مدل نشان می‌دهد که چگونه رسانه‌های اجتماعی ممکن است با تعامل با ذهن افراد و تحریک حساسیت آنها نسبت به خطر، تهدیدات را تقویت کنند. ذکر این نکته ضروری است که حساسیت افراد به تهدیدها می‌تواند انگیزه‌هایی برای تأثیرگذاران و سازمان‌های خبری ایجاد کند تا محتوای خشم‌انگیز و پیام‌های تهدیدآمیز را برای ایجاد تعامل منتشر کنند. پست‌های خشم‌آمیز، که توجه را به رفتارهای مضر جلب می‌کنند، با اشتراک‌گذاری و لایک پاداش داده می‌شوند و توسط الگوریتم اولویت‌بندی می‌شوند تا کاربران را درگیر خود نگه دارد. در نتیجه، الگوریتم‌ها و رفتار جمعی در رسانه‌های اجتماعی عرضه نامحدودی از آن را در هر ساعت ترویج می‌کنند.

چهارچوب‌سازی

نظریه چهارچوب‌سازی بر این ایده استوار است که رسانه‌ها با انتخاب و تاکید بر جنبه‌های خاصی از واقعیت، می‌توانند درک و تفسیر مخاطبان را از رویدادها و موضوعات شکل دهند. چهارچوب‌سازی به عنوان یک فرایند شناختی، اطلاعات پیچیده را در قالب‌های ساده‌تر و قابل فهم‌تر سازماندهی می‌کند. در چهارچوب‌سازی، رسانه‌ها با انتخاب واژگان، تصاویر و زاویه‌های خاص، بر جنبه‌های مشخصی از یک رویداد تاکید می‌کنند. این فرایند می‌تواند بر نحوه درک مخاطبان از اهمیت و معنای آن رویداد تأثیر بگذارد. نظریه چهارچوب‌سازی ریشه در کارهای جامعه‌شناسانی مانند اروینگ گافمن دارد که معتقد بود افراد از چهارچوب‌های ذهنی برای تفسیر جهان اطراف خود استفاده می‌کنند. گافمن استدلال کرد که این چهارچوب‌ها به افراد کمک می‌کنند تا اطلاعات جدید را در بافت‌های معنادار قرار دهند. در حوزه رسانه، این ایده به این معناست که رسانه‌ها با ارائه چهارچوب‌های خاص، می‌توانند بر نحوه تفسیر مخاطبان از رویدادها تأثیر بگذارند.

چهارچوب‌سازی همچنین می‌تواند بر هویت‌های اجتماعی و فرهنگی تأثیر بگذارد. رسانه‌ها با ارائه چهارچوب‌های خاصی از گروه‌های اجتماعی، می‌توانند تصویرهای کلیشه‌ای یا مثبت از آن‌ها ایجاد کنند. به عنوان مثال، رسانه‌ها ممکن

است گروه‌های اقلیت را به عنوان قربانی یا تهدید، چهارچوب‌سازی کنند، که این امر می‌تواند بر نگرش‌های عمومی نسبت به این گروه‌ها تأثیر بگذارد. این نوع چهارچوب‌سازی می‌تواند به تقویت یا تضعیف روابط اجتماعی بین گروه‌های مختلف منجر شود.

در عصر دیجیتال، چهارچوب‌سازی به شکل‌های جدیدی ظهور کرده است. شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیجیتال به کاربران این امکان را می‌دهند که خود به تولید محتوا بپردازند و چهارچوب‌های خود را ایجاد کنند. این امر باعث شده است که قدرت چهارچوب‌سازی از رسانه‌های سنتی به کاربران عادی نیز منتقل شود. با این حال، این تغییرات چالش‌های جدیدی را نیز ایجاد کرده است، از جمله گسترش اطلاعات نادرست و دستکاری در چهارچوب‌های رسانه‌ای. با تحلیل چهارچوب‌های رسانه‌ای، محققان می‌توانند الگوهای پنهان در پوشش خبری و تبلیغاتی را شناسایی کنند و تأثیرات آن‌ها را بر جامعه بررسی کنند.

دیگری‌سازی

مفهوم «دیگری‌سازی» را می‌توان در چهارچوب نظریه «تحلیل قاب به مثابه یکی از راهبردهای بنیادین شکل‌دهی به معناسازی رسانه‌ای تحلیل کرد. از دیدگاه آنتن (۱۹۹۳)، قاب‌سازی رسانه‌ای شامل چهار عنصر است: تعریف مسئله، تبیین علل، قضاوت اخلاقی، و تجویز راه‌حل. در این چهارچوب، دیگری‌سازی می‌تواند به عنوان قاب رسانه‌ای خاصی فهم شود که در آن گروهی از مردم-مانند فلسطینیان- نه تنها در جایگاه «دیگری» بلکه در جایگاه «مقصر»، «خشن»، یا «فاقد انسانیت» قرار داده می‌شوند. به بیان دیگر، دیگری‌سازی یکی از عملکردهای کلیدی قاب‌بندی گفتمانی است که از طریق آن هویت‌ها تثبیت و مرزهای «خودی/غیرخودی» ترسیم می‌شوند.

دیگری‌سازی معمولاً با بار ارزشی منفی همراه است و در رسانه‌ها می‌تواند به تقویت کلیشه‌ها، تبعیض و مشروعیت‌بخشی به نابرابری‌های اجتماعی منجر شود (سعید ۱۹۷۸؛ هال، ۱۹۹۷). در رسانه‌ها، دیگری‌سازی اغلب از طریق بازنمایی کلیشه‌ای گروه‌های اقلیت، مهاجران، زنان، مسلمانان، یا افراد با پیشینه فرهنگی متفاوت صورت می‌گیرد. این بازنمایی‌ها به طور ضمنی یا آشکار، آن‌ها را به

"دیگری" سازی مسلمانان در روایت اسلام هراسانه زیست بوم برخط هند از جنگ غزه

عنوان تهدیدی برای نظم اجتماعی یا فرهنگی مسلط معرفی می‌کنند (وندایک، ۱۹۹۷). استوارت هال (۱۹۹۷) در نظریه بازنمایی خود بیان می‌کند که رسانه‌ها نه تنها بازتاب‌دهنده واقعیت نیستند، بلکه فعالانه در ساخت آن نقش دارند. از این منظر، رسانه‌ها در فرایند معناسازی اجتماعی، مرز میان خود و دیگری را از طریق روایت‌های غالب که قدرت را در اختیار دارند تولید و بازتولید می‌کنند. با استفاده از ابزارهایی چون زبان، تصاویر، انتخاب اخبار او چهارچوب‌بندی، رسانه‌ها قادرند به بازتولید ساختارهای نابرابر اجتماعی دامن بزنند و گروه‌هایی خاص را «دیگر» بنامند. این فرایند نه تنها هویت جمعی گروه‌های اقلیت را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد، بلکه بر نگرش عمومی جامعه نسبت به آن‌ها نیز مؤثر است (Fairclough, 1995; Wodak & Reisigl, 2001).

در قاب‌هایی که دیگری‌سازی را در دل خود دارند نه تنها فاصله احساسی میان مخاطب و سوژه را افزایش می‌دهد، بلکه خشونت‌های ساختاری یا آشکار را نیز قابل پذیرش یا مشروع می‌سازد. تحلیل قاب به پژوهشگر این امکان را می‌دهد که بازنمایی رسانه‌ای فلسطینیان را از سطح واژگان و تصاویر فراتر برده و در سطح ساختارهای گفتمانی، ایدئولوژیک و سیاسی تحلیل کند. بنابراین، مطالعه دیگری‌سازی در بستر رسانه‌های اجتماعی هند از خلال تحلیل قاب، فرصتی فراهم می‌کند تا سازوکارهای پیچیده شکل‌گیری «ما» در تقابل با «دیگری» آشکار شود؛ فرایندی که اغلب با زمینه‌های سیاسی، تاریخی و روابط قدرت جهانی گره خورده است.

روش پژوهش

برای شناسایی چهارچوب‌های روایت جنگ غزه در رسانه‌های اجتماعی هند از روش تحلیل قاب ویمر و دومینیک^۱ و نیز گام‌های تکمیلی آلوزی^۲ بهره گرفته شده است. ویمر و دومینیک (۲۰۱۳) تحلیل قاب را به عنوان شکلی از تحلیل محتوای کیفی شامل چهار مرحله می‌دانند: تخصیص تطبیقی رویدادها به دسته یا قاب، توضیح تفصیلی و اصلاح دسته‌ها/ قاب‌ها، جست وجو برای روابط و مضمون

1. Vimer & Dominic.

2. Alozie.

ها در میان دسته ها/ قاب ها؛ ساده سازی و ادغام داده ها به یک ساختار نظری منسجم. به همین ترتیب، آلوزی نیز مواردی را به این شرح پیشنهاد می کند: ۱- مرور کلی و چندباره پیام ها و یادداشت برداری توصیفی از محتوا؛ ۲- مرور ثانویه برای استخراج مضمون ها، قاب ها و مقوله های تکرارشونده؛ ۳- تفسیر عمیق محتوا برای استخراج معانی ضمنی (تقی آبادی و تقی آبادی، ۱۴۰۱).

در این پژوهش فضای رسانه های اجتماعی هند شامل حساب های کاربری ایکس (توییتر) جریانات راست افراطی هندو در بازه زمانی سه ماهه پس از رویداد ۷ اکتبر (اکتبر ۲۰۲۳ تا دسامبر ۲۰۲۳) مرور و از محتواهای مرتبط با جنگ غزه یادداشت برداری شد. در مجموع، بیش از ۲۷۰۰ توییت مرتبط با هشتگ های «#Stand_With_Israel»، «#I_Stand_With_Israel»، «#IsraelPalestine»، «#Hamans» و معادل های هندی آنها در فاصله زمانی ۷ اکتبر تا ۳۱ دسامبر ۲۰۲۳ گردآوری شد. پس از پالایش داده ها و حذف توییت های تکراری، اسیم و غیرسیاسی، حدود ۴۵۰ توییت باقی ماند. با استفاده از روش نمونه گیری هدفمند، تنها توییت هایی انتخاب شدند که حداقل یکصد هزار لایک یا بازنشر داشتند و از سوی کاربران یا اکانت های سیاسی تأثیرگذار متعلق به جریان راست گرای هندو منتشر شده بودند. در نهایت، ۱۲۰ توییت نهایی به عنوان نمونه تحلیلی برای تحلیل قاب ها براساس چهارچوب ویمیر و دومینیک انتخاب شدند. این حجم داده به گونه ای تعیین شد که از یک سو، نماینده گفتمان غالب در فضای مجازی باشد و از سوی دیگر، عمق تحلیل کیفی در شناسایی مضامین حفظ شود. زیرا هدف پژوهش، تمرکز بر بازنمایی های گفتمانی غالب و پرنفوذ در فضای مجازی بود، نه تحلیل آماری کل داده ها. بنابراین، توییت های با بیشترین دیده شدن به عنوان شاخصی از گفتمان مسلط انتخاب شدند.

سپس با مرور ثانویه، مضمون ها / قاب ها شناسایی و مضامینی که تکراری بوده یا همپوشانی داشتند احصاء گردید. تحلیل داده ها به شیوه کدگذاری انجام و برای افزایش دقت، تحلیل های اولیه چندبار بازبینی و تطبیق داده شد. به منظور اعتبارسنجی یافته ها نیز، مقوله بندی ها با مشورت دو پژوهشگر مستقل بازبینی و نهایی شدند. در مرحله پایانی نیز با تفسیر عمیق مطالب، ۴ قاب اصلی از روایت جنگ غزه که بیانگر چگونگی دیگری سازی مسلمانان در روایت های برخط هند از

"دیگری" سازی مسلمانان در روایت اسلام هراسانه زیست بوم برخط هند از جنگ غزه

جنگ غزه است و هراس اجتماعی از مسلمانان را ترویج می کردند شناسایی شد.

یافته‌های پژوهش

چهارچوب‌های روایت جنگ غزه در صفحات بر خط هند

یکی از ابعاد بسیار مهم جنگ رژیم صهیونیستی و غزه، گسترش اطلاعات نادرستی است که اسلام‌هراسی را تشدید می‌کند. اما یکی از نکات قابل توجه که از زمان حمله حماس در ۷ اکتبر رسانه‌های اجتماعی را فراگرفته، این است که بسیاری از اطلاعات نادرست و روایت‌های ضد فلسطینی را حساب‌های راست‌گرای هندو در داخل و خارج از هند تولید یا پخش کرده‌اند. گروه‌ها و حساب‌های راست افراطی مستقر در هند، از جمله کاربران X/Twitter تعداد قابل‌توجهی از پست‌های جعلی را با هدف قرار دادن فلسطین و حمایت از اسرائیل به اشتراک گذاشته‌اند. یک جست‌وجوی گذرا در پیام‌رسان ایکس با استفاده از هشتگ‌های «Stand_With_Israel#» و «LStand_With_Israel#» که با کلمه کلیدی «هند» ترکیب می‌شود، فوراً سیلی از حساب‌های راست‌گرا و طرفدار هندوتوا را ایجاد می‌کند که حمایت شخصی خود را از اسرائیل در حملات خود به غزه به اشتراک می‌گذارند. تحلیل محتوای این پیام‌ها نشان می‌دهد که همزمان، رنج فلسطینیان که با القاب «جهادی» و «تروریست» از آنها یاد می‌کنند را تمسخر و مرگ آنها را به شوخی می‌گیرند و هراس‌آخلقی از مسلمانان را در ۴ حیطه قاب‌بندی می‌کنند. در واقع بررسی محتوای حساب‌های رسانه‌ای جریان‌های راست افراطی هندو در رسانه‌های اجتماعی هند، به‌ویژه در پلتفرم‌های توئیتر (X) و واتساپ نشان می‌دهد که روایت این فضاها از جنگ غزه در قالب چهار قاب اصلی انجام شده است. این چهارچوب‌ها به شکل سازمان‌یافته‌ای با برجسته‌سازی تهدید مسلمانان، بازنمایی اغراق‌آمیز از خطر اسلام‌گرایی و تحریف اطلاعات برای توجیه خشونت یا تبعیض علیه مسلمانان هند همراه بوده‌اند. یافته‌ها در این چهار قاب تشریح می‌شود:

قاب اول: ایجاد دشمن مشترک، از طریق شبیه‌سازی با رویدادهای تروریستی در هند

در این چهارچوب، مسلمانان به‌عنوان دشمنی مشترک و جهانی تصویر شده‌اند

"دیگری" سازی مسلمانان در روایت اسلام هراسانه زیست بوم برخط هند از جنگ غزه

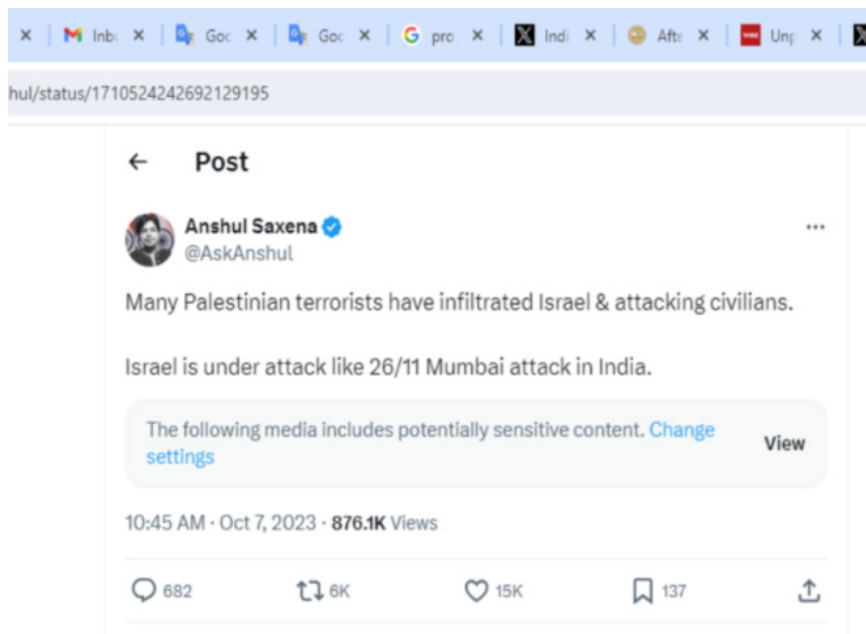
که تهدیدی برای همه ملت‌ها از جمله هند محسوب می‌شوند. در این قاب حمله حماس به اسرائیل به حمله‌های تروریستی در خاک هند تشبیه شده است. برای مثال، در برخی توئیتهای حمله حماس با حمله ۲۶ نوامبر ۲۰۱۱ به هتل تاج بمبئی مقایسه شده‌اند. تصاویر شماره ۱ و ۲، نمونه‌هایی از این تلاش برای ایجاد پیوند عاطفی میان دو حادثه و ترغیب حمایت از اسرائیل هستند. لذا هشتگ‌هایی مانند «ایستاده در کنار اسرائیل» و «من در کنار مردم اسرائیل هستم» نیز در فضای مجازی هند ترند می‌شود تا این معنا را برساند که دولت اسرائیل حق دارد از خود در برابر ترور اسلامی دفاع کند (تصویر شماره ۱).



تصویر ۱

"دیگری" سازی مسلمانان در روایت اسلام هراسانه زیست بوم برخط هند از جنگ غزه

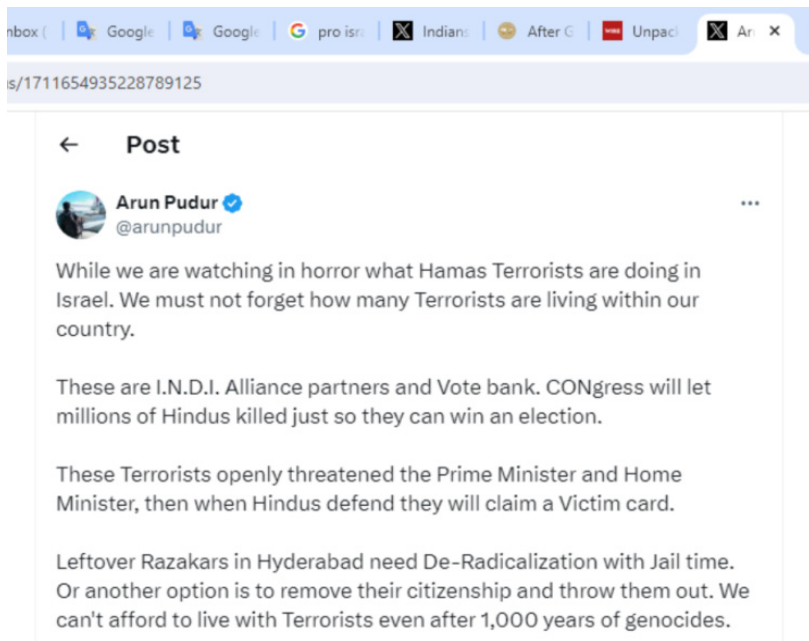
در یکی از توئیت‌ها بیان شده که «بسیاری از تروریست‌های فلسطینی به اسرائیل نفوذ کرده و به غیرنظامیان حمله کرده‌اند. اسرائیل مانند حمله ۱۱/۲۶ بمبئی در هند مورد حمله قرار گرفته است.» (تصویر ۲). این پیام‌ها در زیر متن خود تلاش دارند تا جنگ غزه را به هند مرتبط نشان دهند.



تصویر ۲

یکی از حساب‌های پرطرفدار جناح راست با بیش از یک میلیون دنبال‌کننده، در پستی حمله حماس را معادل تهدیدی داخلی دانسته و نوشته است: «در حالی که ما با وحشت شاهد اقدامات تروریست‌های حماس در اسرائیل هستیم نباید فراموش کنیم که چه تعداد تروریست در کشور ما زندگی می‌کنند. یا گزینه دیگر حذف تابعیت آنها و اخراج آنها است. ما حتی پس از ۱۰۰۰ سال نسل کشی نمی‌توانیم با تروریست‌ها زندگی کنیم.» (تصویر ۳)

"دیگری" سازی مسلمانان در روایت اسلام هراسانه زیست بوم برخند از جنگ غزه



تصویر ۳

شبکه‌های اطلاع‌رسانی افراط‌گرایان هندو در تلاش برای مرتبط کردن هرچه بیشتر رویدادهای غزه با هند این کار را با ترسیم موازی با موقعیت، اما به صورت انتخابی انجام می‌دهند. این پیام‌ها تأکید می‌کنند که وضعیت اسفناک اسرائیلی‌ها مانند هندوهای کشمیری است. از آنجا که هندوهای راست‌گرا که امروزه بوسیله حزب حاکم نمایندگی می‌شوند بدنبال هندوسازی سراسر سرزمین هند هستند، مدل اسرائیلی سازی سرزمین فلسطین را با مناطقی در هند از جمله کشمیر مشابه سازی می‌کنند. یعنی افراط‌گرایان هندو از تشبیه وضعیت اسرائیل با وضعیت کشمیر بهره گرفته‌اند. آنها مدعی‌اند که رنج یهودیان مشابه سرنوشت پان‌دیت‌های کشمیری است. نیشیکانت دوبی، نماینده پارلمان از حزب حاکم بی‌جی پی در پستی در X با توجه به درگیری‌های جاری بین اسرائیل و حماس، تصویری از دیدار مانموهان سینگ، نخست‌وزیر سابق هند، با یاسین مالک، رئیس سابق جبهه آزادی‌بخش جامو و کشمیر، منتشر کرد و نوشت: «حزب کنگره با عناصری که زمانی پان‌دیت‌های کشمیری را با خشونت از کشمیر بیرون کرده‌اند و اکنون به خشونت

«دیگری» سازی مسلمانان در روایت اسلام هراسانه زیست بوم برخط هند از جنگ غزه

کشیده شده‌اند، گفت‌وگو کرده است.» (تصویر ۴). یعنی آن را نشانه مامشات با «تروریست‌ها» دانسته است.

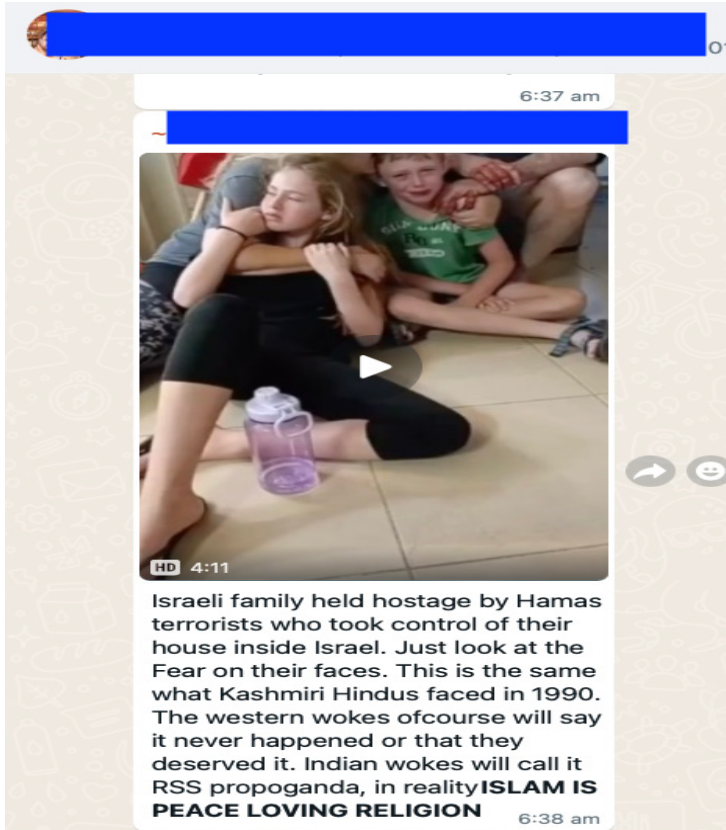


تصویر ۴

این ادعا عمداً برای مترادف کردن مسلمانان کشمیری و فلسطینی به عنوان مزاحم خشونت‌آمیز برای هندوهای هند قاب‌بندی شده است. زیرمتن اینجا این است که پاندیت‌های کشمیری همسان یهودیان تحت آزار و اذیت هند هستند. پیام‌هایی از این دست با یک‌سری از پیام‌های دیگری که تلاش می‌کنند عواطف و احساسات هندوها را برانگیزند پشتیبانی می‌شوند. در پیام زیر (تصویر ۵) ویدئویی بارگذاری شده است که ظاهراً از یک خانواده اسرائیلی توسط تروریست‌های حماس گروگان گرفته شده است و از خوانندگان می‌خواهد که به ترس در چهره‌ها نگاه کنند. در این پیام آمده است: «این همان چیزی است که هندوهای کشمیری در سال ۱۹۹۰ با آن مواجه شدند.» هدف این مقایسه در انتهای پیام مشخص می‌شود: به طعنه می‌گوید: «عدالتخواه‌بازان غربی البته خواهند گفت چنین چیزی اتفاق نیافتاده است یا اینکه شایسته چنین برخوردی

"دیگری" سازی مسلمانان در روایت اسلام هراسانه زیست بوم برخط هند از جنگ غزه

بوده‌اند. عدالتخواه‌بازان هندی آن را پروپاگانداى RSS می‌نامند، در واقع، اسلام دین صلح‌دوست است».



تصویر ۵

تفسیر قاب اول

در فرایند تحلیل داده‌های گردآوری‌شده از فضای مجازی هند، یکی از قاب‌های برجسته و تکرارشونده، قاب ایجاد دشمن مشترک از طریق شبیه‌سازی با رویدادهای تروریستی گذشته بود. در این قاب، کاربران با ارجاع به حملات تروریستی شناخته‌شده (همچون حمله پولواوما، بمبئی و دهلی) می‌کوشند رخداد‌های کنونی را در امتداد همان حوادث بازنمایی کنند. این شبیه‌سازی گفتمانی موجب می‌شود تهدید جدید به‌منزله تداوم یک دشمن قدیمی و آشنا درک شود؛ در نتیجه،

"دیگری" سازی مسلمانان در روایت اسلام هراسانه زیست بوم برخط هند از جنگ غزه

احساس ترس، خشم و همبستگی در سطح ملی بازتولید می‌گردد.

در این چهارچوب، فضای مجازی به عرصه‌ای برای بازسازی حافظه جمعی از رنج ملی بدل می‌شود. کاربران با انتشار تصاویر، روایت‌ها و برچسب‌هایی که به وقایع تروریستی گذشته ارجاع دارند، تجربه زیسته ناامنی را احیا کرده و آن را به شرایط کنونی پیوند می‌زنند. این بازنمایی، درواقع شکلی از قاب احساسی- هویتی است که هدف آن نه صرفاً اطلاع‌رسانی، بلکه هدایت ادراک عمومی به سمت تهدید ساختگی و مشروعیت‌بخشی به واکنش‌های سیاسی یا امنیتی است. این قاب ترکیبی از قاب تضاد ۲ و قاب مسئولیت ۳ است. این قاب بر پایه منطق «ساخت دشمن» عمل می‌کند. از یک سو، تضاد میان ملت و دشمن را برجسته می‌سازد و از سوی دیگر، عاملان تهدید را به‌عنوان مسئول مستقیم ناامنی معرفی می‌کند. در چنین بازنمایی‌ای، دشمن در حافظه جمعی هند نه یک فرد یا گروه خاص، بلکه یک «دیگری خطرناک» بازنمایی می‌شود که نمادی پایدار از تهدید هویت ملی است.

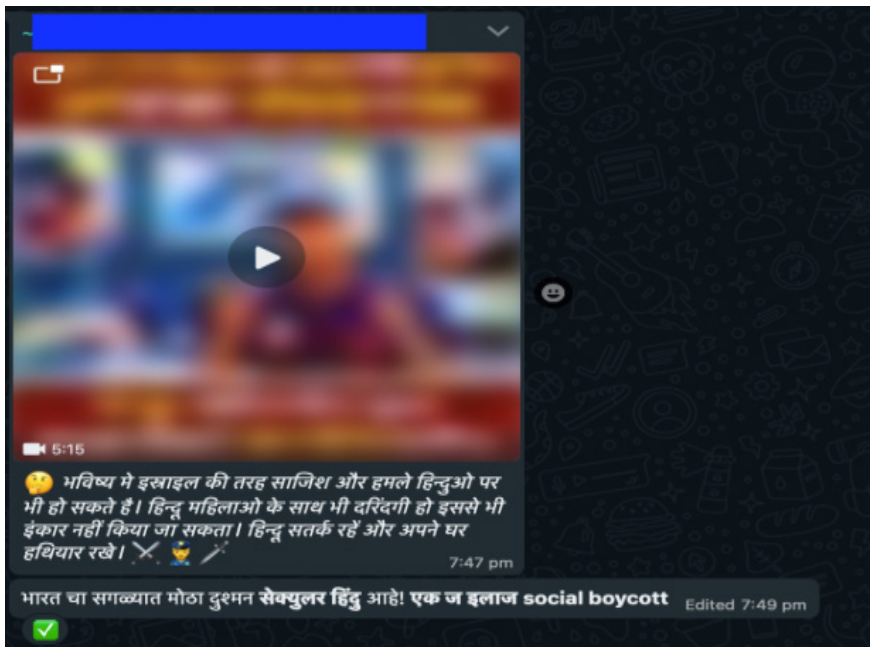
کارکرد گفتمانی این قاب در فضای مجازی، ایجاد نوعی هویت جمعی تدافعی است؛ هویتی که بقای خود را در گرو مبارزه مستمر با دشمنی مشترک می‌بیند. این گفتمان، ضمن تقویت انسجام درون‌گروهی، به شکل‌گیری نگرش‌های ضد افراد خارج از گروه، تشدید قطب‌بندی اجتماعی و حذف صداهای مخالف نیز می‌انجامد. در واقع، حافظه تاریخی و ترس ملی به ابزار مشروعیت‌بخش کنش سیاسی و رسانه‌ای تبدیل می‌شود.

بنابراین، قاب «ایجاد دشمن مشترک از طریق شبیه‌سازی با رویدادهای تروریستی» نشان می‌دهد که چگونه فضاهای مجازی در هند با بهره‌گیری از حافظه تاریخی، احساسات جمعی و گفتمان امنیتی به بازتولید دوگانه ملت/ دشمن می‌پردازند. این قاب نه تنها بخشی از فرایند شکل‌دهی افکار عمومی است، بلکه سازوکاری برای استمرار گفتمان ملی‌گرایی و دیگری‌سازی و توجیه مداخلات امنیتی در سطح سیاسی محسوب می‌شود.

1. Identity-emotional frame.
2. Conflict frame.
3. Responsibility frame.

قاب دوم: تشدید ترس از نابودی هویت ملی

در این قاب، مسلمانان نه تنها به عنوان تهدیدی امنیتی، بلکه به عنوان خطری برای هویت فرهنگی و ملی هند تصویر می‌شود. پس از متقاعد کردن اعضای این گروه‌ها مبنی بر اینکه جنگ یک جنگ قابل ربط است، رشته وسیعی از پیام‌ها بر ایجاد ترس از حمله قریب الوقوع به هندی‌ها، به ویژه هندوها، توسط تروریست‌های اسلام‌گرای حماس متمرکز شده است. «در آینده، هند نیز ممکن است با توطئه‌ها و حملاتی مانند اسرائیل روبرو شود.» یعنی محتوای این پیام‌ها چنین القا می‌کنند که آنچه امروز بر سر یهودیان می‌آید، ممکن است فردا در هند نیز تکرار شود. این پیام و پیام‌های ویروسی شبیه به آن هشدار می‌دهند که امکان مواجهه هندو‌ها با خشونت تروریست‌های اسلام‌گرا را نمی‌توان رد کرد. این پیام و شبیه به آن می‌افزایند، برای جلوگیری از این امر، هندوها باید هوشیار باشند و دو کار انجام دهند: حمل سلاح و تحریم اجتماعی کامل مسلمانان.» (تصویر ۶).



تصویر ۶

"دیگری" سازی مسلمانان در روایت اسلام هراسانه زیست بوم برخط هند از جنگ غزه

پیام زیر نمونه دیگری از رشته پیام‌های وسیعی است که هندوها را هدف بعدی جنگ مسلمانان معرفی می‌کند. «امروز آنان ترور یهودیان را توجیه می‌کنند. بعداً نوبت قتل عام هندوهاست... این فقط جنگی برای یهودیان نیست. جنگی برای همه «کافرانی» است که چپ‌گرایان اسلام‌گرا می‌خواهند نابودشان کنند.» (تصویر ۷). می‌توان نتیجه گرفت که؛ این پیام‌ها تلاش دارند ترس هویتی و وجودی در مخاطب هندو ایجاد کنند و مسلمانان را عامل تهدید تمدنی خود معرفی نمایند.



Post



KRT (केसरिया राष्ट्रवादी टीम)
@KRT4Bharat

...

आज यहूदियों पर आतंक को उचित ठहरा रहे...

अगली बार हिंदुओं का कत्लेआम होगा,
फिर हार्वर्ड जैसी जगहों में फरटिदार अंग्रेजी बोल जश्न भी मनाएंगे।

इसलिए यह सिर्फ यहूदियों की लड़ाई नहीं,
हर "काफिर" कहे जाने वाले की लड़ाई है,
जिसे इस्लामी-वामपंथी नष्ट करना चाहते हैं।

Translated from Hindi by Google

Today they are justifying terror against Jews...

Next time there will be massacre of Hindus,
Then in places like Harvard, fluent English speaking will also celebrate.

So this is not just a fight for the Jews,
There is a fight for every "infidel",
Which the Islamic-leftists want to destroy.



1:40 PM · Nov 2, 2023 · 4,144 Views

90

922

802

5



تصویر ۷

تفسیر قاب دوم

در چهارچوب نظری ویمر و دومینیک (۲۰۱۳)، این قاب در دسته قاب علاقمندی انسانی^۱ و قاب هویت فرهنگی^۲ قرار می‌گیرد که هدف آن نه اطلاع‌رسانی بلکه برانگیختن عواطف ملی و بازسازی هویت فرهنگی از طریق احساس خطر مشترک است. قاب مزبور از سازوکار قاب فرهنگی استفاده می‌کند؛ یعنی معنا و تفسیر رویدادها را از دریچه ارزش‌های فرهنگی و ملی بازتعریف می‌کند. در این الگو، فضای مجازی به بستر اصلی «مذاکره هویت ملی» تبدیل می‌شود، جایی که کاربران به‌صورت جمعی درباره معنای هند، ملی‌گرایی و آینده فرهنگی آن گفت‌وگو و منازعه می‌کنند. افزایش گفتمان‌های دیگرسنتز، افزایش دوگانه «اصالت/ انحطاط» که جهان معاصر را در برابر گذشته باشکوه قرار می‌دهد و تثبیت حافظه انتخابی از تاریخ، کارکرد این قاب‌بندی است. برجسته کردن تنها بخش‌هایی از تاریخ که هویت ملی را تقویت می‌کند و نه کل واقعیت تاریخی، هویتی با هدف پاسخ‌گویی به خطر مشترک می‌آفریند. به عبارت دیگر قاب انسانی احساس را فعال می‌کند. وقاب هویتی احساس را در مسیر تقویت هویت جمعی هدایت می‌کند. بنابراین، پیام رسانه‌ای نه تنها اطلاع‌رسانی نمی‌کند، بلکه با احساس خطر مشترک، سعی دارد نوعی همبستگی عاطفی میان اعضای جامعه ایجاد کند. در اینجا، صفحات راست‌گرای هندو از هیجان و عاطفه به عنوان ابزاری برای کنش فرهنگی و اجتماعی بهره می‌گیرند.

قاب سوم: استفاده از کلیشه‌های منفی و ارجاع به روایت‌های هندویی از تاریخ گذشته هند

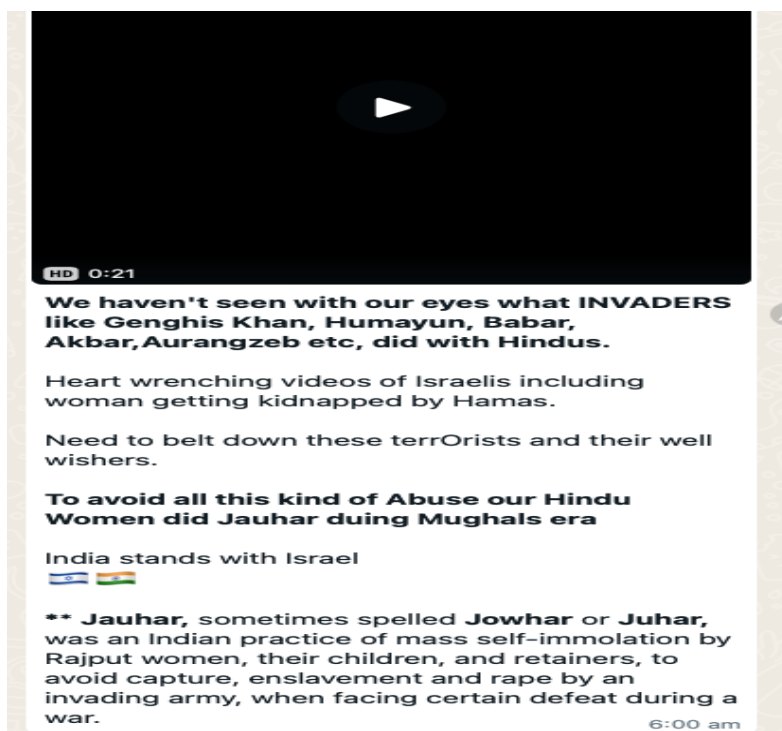
در روایت حساب‌های راست‌گرایان افراطی هند، حماس برابر با «متجاوزان اسلامی» مانند همایون و بابر است که هر دوی آنها ظاهراً با خشونت مشابهی به غیر مسلمانان حمله می‌کنند. درواقع در این قاب، حملات حماس با حملات تاریخی مهاجمان مسلمان نظیر بابر و همایون مقایسه می‌شود. هدف این مقایسه‌ها نیز، ایجاد پیوستگی تاریخی از تهدید مسلمانان علیه هندوها است.

1. Human Interest Frame.

2. Cultural Identity Frame.

"دیگری" سازی مسلمانان در روایت اسلام هراسانه زیست بوم برخط هند از جنگ غزه

نتیجه این مقایسه‌ها را در دسته‌ای از پیام‌های بعدی می‌توان مشاهده کرد: با اشاره به خشونت‌های حماس، پیام‌ها به خوانندگان یادآور «جوهر» می‌شوند. جوهر اشاره به رسمی در تاریخ زنان هندو دارد که در مواقع حمله دشمنان برای حفظ ناموس، خودسوزی می‌کردند. تصویر شماره ۸ عکسی از جسد نیمه پوشیده‌ای را به نمایش می‌گذارد و ادعا می‌کند این یک زن اسرائیلی است که مورد خشونت نیروهای حماس واقع شده است. «ما به چشمان خودمان ندیده‌ایم مهاجمانی مانند چنگیزخان، همایون، بابر، اکبر، اورنگ زیب و دیگران با هندوها چه کردند. ویدئوهایی از اسرائیل که زنان به وسیله حماس ربوده می‌شوند، قلب را به درد می‌آورد... برای اجتناب از چنین آزارهایی بود که زنان هندودر دوران مغول اقدام به «جوهر» می‌کردند.»



تصویر ۸

"دیگری" سازی مسلمانان در روایت اسلام هراسانه زیست بوم برخط هند از جنگ غزه

در نمونه‌ای دیگری از این پیام‌ها کاربری نوشته است: «عمل جوهر در هند، امروزه با اقداماتی که تروریست‌ها با زنان اسرائیلی می‌کنند، قابل درک است.» (تصویر ۹).

12:45

100%

Post



Ishkaran Singh Bh...
@ishkarnBHANDARI

Follow

The practice of Jauhar in India, can be understood today with what the terrorists are doing to Israel women.

4:01 PM · 07 Oct 23 · 171K Views

2,888 Reposts 30 Quotes 9,470 Likes

تصویر ۹

در یک صفحه به نام «یوگی آدیتیاناث برای ۲۰۲۴»، با بیش از ۶۶۰۰۰ دنبال‌کننده، مدیر صفحه پیام مشابهی را منتشر می‌کند: «آنچه حماس انجام داد، هزار سال است که به طور مداوم در هند اتفاق افتاده است.» (تصویر ۱۰).



Yogi Adityanath for PM 2024

8 October 2023

What Hamas did yesterday in Israel, has been continuously happening in India for 1000 years.

See original · Rate this translation

273

22 comments 24 shares

تصویر ۱۰

ارتباط دین و سیاست

دوره ۸
پیاپی ۳۰
زمستان ۱۴۰۴

تفسیر قاب سوم

این قاب نوعی قاب اسطوره‌ای- تاریخی^۱ است که از روایت‌های فرهنگی و دینی برای بازتولید معنا در زمان حال استفاده می‌کند. کاربران فضای مجازی در این قاب با استناد به اسطوره‌ها، متون مقدس و دوره‌های طلایی هندویی، وضعیت کنونی را در قالب مبارزه تاریخی میان خیر و شر، پاکی و آلودگی، یا خودی و بیگانه بازنمایی می‌کنند. در این چهارچوب، کلیشه‌های منفی نسبت به گروه‌های مذهبی و قومی دیگر به‌عنوان بخشی از این روایت تاریخی بازتولید می‌شود. این الگو، نوعی ملی‌گرایی فرهنگی بر پایه حافظه گزینشی تاریخی را تقویت می‌کند که همزمان احساسی از افتخار و خشم را در کاربران برمی‌انگیزد. احساس افتخار به میراث هندویی، در کنار خشم نسبت به کسانی که آن میراث را نابود کرده‌اند، سبب می‌شود که کاربران پیام‌هایی با بار احساسی بالا تولید و بازنشر کنند.

در این فضا، گذشته به‌عنوان داستانی زنده عمل می‌کند که در آن ملت باید بار دیگر در برابر دشمنان تاریخی خود برخیزد.

این قاب، بر بهره‌گیری از عناصر فرهنگی و تاریخی خاص برای ساختن روایتی هویتی با محوریت برتری هندویی و بازنمایی گروه‌های دیگر به‌عنوان بیگانه یا مخرب فرهنگ اصیل تمرکز دارد. در این چهارچوب، تاریخ نه به‌عنوان عرصه تحلیل علمی گذشته، بلکه به‌مثابه منبع مشروعیت گفتمان معاصر مورد استفاده قرار می‌گیرد. کاربران از گذشته به‌گونه‌ای گزینشی بهره می‌برند تا تداوم خطی میان تمدن هندویی اصیل و وضعیت کنونی ترسیم کنند و هرگونه تهدید سیاسی، فرهنگی یا مذهبی را به‌عنوان ادامه تاریخی دشمنی با هویت هندویی معرفی نمایند. این قاب مسلمانان را در جایگاه تهاجم‌گر تاریخی و دشمن فرهنگی هندو قرار می‌دهد و هویت هندو را قربانی همیشگی معرفی می‌کند.

در این‌جا، تضاد میان «ما» (ملت هندویی اصیل) و «آنها» (بیگانگان تاریخی یا اقلیت‌های کنونی) از طریق ارجاع به تاریخ بازتولید می‌شود. تاریخ به ابزاری برای مشروعیت‌بخشی به گفتمان کنونی تبدیل می‌شود و نوعی «حافظه اسطوره‌ای جمعی» در فضای مجازی شکل می‌گیرد که در آن، هویت ملی با دین و تاریخ

1. Mythical-Historical Frame.

"دیگری" سازی مسلمانان در روایت اسلام هراسانه زیست بوم برخط هند از جنگ غزه

گره خورده است. این قاب در سطح فرهنگی، شکلی از قاب‌بندی دوباره^۱ تاریخی محسوب می‌شود. یعنی بازتفسیر گذشته برای معنا دادن به حال. در نتیجه، فضای مجازی به محل بازسازی تاریخ و هویت در قالب رقابت‌های سیاسی و فرهنگی تبدیل می‌شود.

قاب چهارم: انتساب رفتارهای منفی جعلی به مسلمانان و بزرگ‌نمایی آنها

در این چهارچوب، اطلاعات جعلی، تصاویر ساختگی و خبرهای تأییدنشده برای تشدید نفرت، خشم و تحقیر نسبت به مسلمانان منتشر شده است. این شیوه، یکی از پرکاربردترین تاکتیک‌های رسانه‌ای جریان‌های راست افراطی است که ترس را تشدید می‌کند، چون در شبکه‌های اجتماعی هزاران بار به اشتراک گذاشته می‌شود.

جریان راست افراطی هندو از درگیری غزه برای انتشار اطلاعات نادرست و اخبار جعلی و تشدید اسلام‌هراسی استفاده می‌کند. یکی از ابعاد بسیار مهم جنگ رژیم صهیونیستی و غزه گسترش کمپین‌های اطلاعات نادرستی است که اسلام‌هراسی را در هند تشدید می‌کند. شواهد قابل توجهی وجود دارد که منشأ کمپین‌های اسلام‌هراسانه کشور هند بوده است.

حساب‌های راست افراطی هند در واتساپ و شبکه اجتماعی ایکس (X/Twitter) تعداد قابل توجهی از پست‌های جعلی را با هدف قرار دادن فلسطین و حمایت از اسرائیل به اشتراک گذاشته‌اند.

یک از پیام‌های پربازدید و پرتکرار پیامی بود که یک روزنامه نگار هندی که به خاطر دیدگاه‌های طرفدار بی‌جی‌پی خود شناخته می‌شود، در X (توییتر سابق) درباره جنایات حماس منتشر کرد، این روزنامه‌نگار راست‌گرا مدعی شد که حماس یک زن باردار را کالبدشکافی کرده و جنینش را کشته است (تصویر شماره ۱۱)، اما هیچ مدرک معتبری ارائه نشد.

1. Reframing.



تصویر ۱۱

تا زمان نگارش این مقاله، این پست با بیش از ده میلیون بازدید و بیش از ۲۱۰۰۰ بازتوییت از جمله یکی از پربازدید ترین پیام‌هایی بود که صحت آن هم تأیید نشد. تعداد قابل توجهی از کاربران در اظهار نظرهای خود ذیل این پیام از نویسنده درباره صحت این اطلاعات پرسیده‌اند که وی پاسخ مستندی به آن ارائه نکرد. وی در پاسخ به درخواست‌های مکرر برای ارائه مستندات خبر، مانند بسیاری از دیگر حساب‌های راست افراطی در هند با شبیه‌سازی اتفاقات غزه با کشمیر هند نوشت «کجا می‌گویند اگر جرمی در سال ۱۹۹۲ اتفاق افتاده باشد، دیگر تکرار نمی‌شود؟ داستان‌های غم انگیزی از اسرائیل وجود دارد که تروریست‌های حماس، زنان را می‌کشند و تجاوز می‌کنند... و من مجبور نیستم هیچ عکس یا فیلم ترسناکی بگذارم تا هر سیاستمداری را راضی کند.»

"دیگری" سازی مسلمانان در روایت اسلام هراسانه زیست بوم برخط هند از جنگ غزه

در ویدئوی دیگری حمله گروهی از زنان به مردانی که قصد حمله به آنها را در نزدیکی زیرگذری در فرانسه دارند، در فضای مجازی هند با ادعای دروغین مبنی بر اینکه این مردان شبه نظامیان حماس و در حال تلاش برای حمله به زنان اسرائیلی هستند، منتشر شده است. بوم لایو- یک وبسایت حقیقت یاب در هند- این ویدئو را ساختگی دانست که با درگیری اسرائیل و حماس ارتباطی ندارد. بررسی‌ها نشان داد این ویدئو مربوط به تبلیغات یک گروه بدل‌کاری در فرانسه بوده است. (تصویر ۱۲)



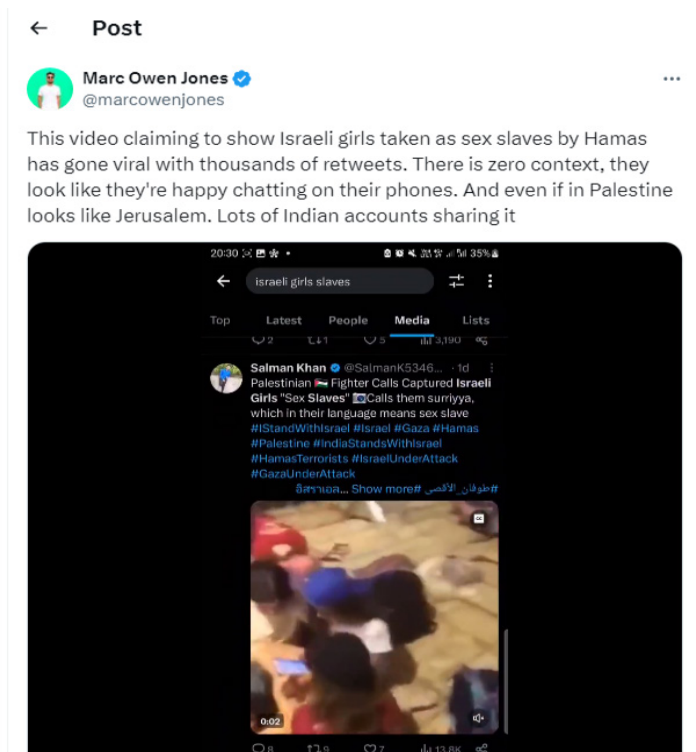
تصویر ۱۲

۲۳۶۷۵-<https://www.boomlive.in/fact-check/hamas-militants-attack-israeli-women-france-fact-check>

همچنین، یک ویدیوی جعلی که ادعا می‌کرد مدرکی است بر اینکه ده‌ها دختر اسرائیلی توسط جنگجویان حماس به عنوان برده جنسی گرفته شده‌اند، در هند میلیون‌ها بازدیدکننده داشت و موجب ایجاد موجی از نفرت و خشم بر علیه مسلمانان شد، در حالی که بعداً مشخص شد این فیلم ادعایی مربوط به شماری از کودکان اسرائیلی است که در حال بازگشت از مدرسه‌اند و کاملاً بی‌ارتباط

"دیگری" سازی مسلمانان در روایت اسلام هراسانه زیست بوم برخط هند از جنگ غزه

با درگیری‌ها است. دقت در این تصاویر نشان می‌دهد که افراد درون عکس با خوشحالی و آرامش در حال چت کردن در تلفن همراه‌شان هستند. به عبارت دیگر از این تصویر گروهی از دختران اسرائیلی که در حال بازگشت از مدرسه بودند به‌عنوان «دختران اسیر در غزه» نام برده شد؛ اما چهره‌های شاد آنها، روایت را رد می‌کرد (تصویر ۱۳).



تصویر ۱۳

همچنین در پستی که در توییتر منتشر شد، اسامی ده هندی کشته شده توسط حماس ذکر شد که منجر به سیل توهین و نفرت نسبت به مسلمانان در هند شد. در پاسخ به این ویدئو، یکی از کاربران هندی ادعا کرد که اگر فرصتی پیدا کند، دوست دارد همه مسلمانان هند را از روی زمین محو کند. بعداً، مشخص شد افراد کشته‌شده کارگران نپالی بودند، نه هندی. (تصویر ۱۴).

"دیگری" سازی مسلمانان در روایت اسلام هراسانه زیست بوم برخط هند از جنگ غزه



تصویر ۱۴

در پستی در شبکه X کاربری (به نام فرید خان) که مدعی وابستگی به شبکه تلویزیونی الجزیره بود، ادعا کرد که شاهد اصابت موشک حماس به بیمارستان الاهلی بوده است. الجزیره بعداً بیانیه‌ای منتشر کرد تا مشخص کند که کاربر مذکور هیچ ارتباطی با این شبکه ندارد. (تصویر ۱۵).



تصویر ۱۵

ارتباط و رسانه

دوره ۸
پیاپی ۳۰
زمستان ۱۴۰۴

تفسیر قاب چهارم

قاب انتساب رفتارهای منفی جعلی به مسلمانان و بزرگ‌نمایی آنها به‌ویژه در دوره‌های بحران اجتماعی، انتخاباتی یا امنیتی فعال می‌شود و کارکرد اصلی آن، ایجاد ترس، خشم و بی‌اعتمادی نسبت به اقلیت مسلمان از طریق اطلاعات نادرست یا تحریف‌شده است.

در این الگو، روایت‌های جعلی یا بزرگ‌نمایی‌شده از رفتارهای منفی، از طریق تصاویر ساختگی، ویدئوهای بریده‌شده یا نقل‌قول‌های تحریف‌شده در فضای مجازی منتشر می‌شوند و سپس با چهارچوب‌های فرهنگی و تاریخی موجود درباره «دیگری مسلمان» پیوند می‌خورند.

این قاب، نوعی قاب برساخته دشمن^۱ است که براساس منطق دروغ رسانه‌ای هدفمند عمل می‌کند. این قاب تلاش می‌کند تا از طریق ترکیب شایعه، کلیشه و احساسات جمعی، مسلمانان را به‌عنوان گروهی خطرناک، غیرقابل‌اعتماد یا ضد ملی‌بازنمایی کند. این روایات غالباً از سوی صفحات یا گروه‌های سیاسی خاص تقویت می‌شوند تا احساس تهدید و دشمنی را در سطح اجتماعی بازتولید کنند. احساس خشم، نفرت و ترس محور اصلی این قاب است. در این چهارچوب، محتوای مجازی با استفاده از زبان هیجانی، عبارات اغراق‌آمیز، و تصاویر تحریک‌آمیز تولید می‌شود تا واکنش عاطفی شدید ایجاد کند.

در نتیجه، فضای مجازی به بستر عادی‌سازی تبعیض دیجیتال^۲ تبدیل می‌شود، جایی که مرز میان واقعیت و جعل در خدمت بازتولید نفرت جمعی محو می‌شود.

نتیجه‌گیری

درگیری‌های جاری بین اسرائیل و حماس در نوار غزه، موجی از پیام‌ها و اطلاعات نادرست را بر ضد اقلیت مسلمان هندی ایجاد کرد. این امر بیانگر اهمیت و برجستگی میدان نبرد دیجیتالی در جنگ‌ها و نبردهای امروزی است، به‌گونه‌ای که شهروندانی فراتر از خاورمیانه را در نبرد گفتمانی و ایدئولوژیکی درگیر کرده است.

1. Fabricated Enemy Frame
2. Digital Othering.

رسانه‌های اجتماعی اغلب به دلیل قابلیت‌های شان برای تسهیل و تشویق ارتباط و تماس افراد مختلف ارزش‌گذاری می‌شوند، اما مطالعات نشان داده است که سکوه‌های دیجیتالی همچنین می‌توانند با انتشار نامحدود پیام‌های فیک و غیر واقعی و حتی تهدیدآمیز، برای ظهور و بروز خشم فرصت‌آفرینی کنند. پژوهش حاضر با بررسی نحوه بازنمایی جنگ غزه در رسانه‌های اجتماعی هند، نشان داد که گروه‌ها و فعالان وابسته به جریان راست افراطی هند از این واقعه به‌منظور بازتولید هراس، مشروع‌سازی خشونت و تقویت گفتمان ضداسلامی در فضای رسانه‌ای داخلی هند بهره گرفته‌اند. یافته‌های تحقیق مشخص ساخت که بازنمایی این واقعه در رسانه‌های اجتماعی هندی نه به‌عنوان یک بحران انسانی یا موضوعی سیاسی، بلکه به‌صورت ابزاری برای برساخت «دیگری تهدیدگر» و «مسلمان خطرناک» استفاده شده است.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که فضای مجازی در هند به بستری فعال برای بازتولید و تثبیت گفتمان ملی‌گرایی فرهنگی و سیاسی بدل شده است. کاربران در این فضا، از طریق سازوکارهای گفتمانی و تصویری، به بازتعریف مرزهای هویتی میان «ما» و «دیگران» می‌پردازند و تاریخ، دین و احساسات جمعی را در خدمت بازسازی این مرزها قرار می‌دهند. قاب‌های تحلیل‌شده نشان می‌دهند که محتوای رسانه‌ای در این محیط، کمتر معطوف به اطلاع‌رسانی و بیشتر متکی بر برانگیختن هیجان، بازسازی حافظه تاریخی و تقویت همبستگی عاطفی ملی است.

در قالب «ایجاد دشمن مشترک از طریق شبیه‌سازی با رویدادهای تروریستی»، کاربران با احیای حافظه رنج ملی و ارجاع به گذشته خشونت‌بار، تهدیدهای جدید را به‌مثابه تداوم دشمنی‌های پیشین بازنمایی می‌کنند. این روند باعث می‌شود احساس ترس و خشم عمومی، به جای تحلیل عقلانی، در قالب همبستگی ملی بازتولید گردد. قاب مزبور به‌روشنی نشان می‌دهد که چگونه حافظه تاریخی و احساس خطر مشترک، ابزار مشروعیت‌بخشی به گفتمان امنیتی و ملی‌گرایانه می‌شود.

همچنین قاب‌های هویتی و فرهنگی نقش مهمی در تبدیل فضای مجازی به صحنه مذاکره هویت ملی دارند. کاربران با ارجاع به ارزش‌های دینی و فرهنگی، گذشته باشکوه و اصالت تمدنی را در برابر «انحطاط» معاصر قرار می‌دهند. این

"دیگری" سازی مسلمانان در روایت اسلام هراسانه زیست بوم برخط هند از جنگ غزه

بازنمایی، ضمن تقویت دوگانه خودی/ بیگانه، تاریخ را به منبعی گزینشی برای بازسازی هویت جمعی تبدیل می‌کند. در نتیجه، حافظه اسطوره‌ای و تاریخ بازتفسیرشده به ابزار تولید معنا در زمان حال بدل می‌شود و نوعی روایت خطی از تداوم تهدید علیه ملت هندویی شکل می‌گیرد.

در قاب‌های دیگری همچون «برساخت دشمن مسلمان»، سازوکارهای احساسی و اطلاعات جعلی در خدمت تثبیت گفتمان «دیگری خطرناک» قرار می‌گیرد. بازنمایی‌های منفی، کلیشه‌ها و روایت‌های تحریف‌شده، احساس ترس و نفرت را در سطح عمومی تقویت کرده و زمینه عادی‌سازی تبعیض دیجیتال را فراهم می‌کنند. این قاب‌ها، از طریق تکرار و پیوند با حافظه تاریخی، در ناخودآگاه فرهنگی جامعه نهادینه می‌شوند و به بخشی از منطق مسلط ملی‌گرایی بدل می‌گردند.

در مجموع، تحلیل‌ها نشان می‌دهد که قاب‌های گفتمانی در فضای مجازی هند، نه تنها ابزار ارتباطی بلکه ابزار بازتولید قدرت و هویت هستند. این قاب‌ها با استفاده از احساسات جمعی، حافظه تاریخی و ارزش‌های فرهنگی، مرزهای نمادین میان خودی و دیگری را بازسازی می‌کنند. نتیجه این فرایند، شکل‌گیری نوعی هویت جمعی تدافعی و انحصارگر است که بقای خود را در گرو دشمن‌سازی مداوم می‌بیند. به بیان دیگر، فضای مجازی به جای تقویت گفت‌وگو و تنوع فرهنگی، در حال تبدیل شدن به عرصه‌ای برای تثبیت گفتمان ملی‌گرایی احساسی، مشروعیت‌بخشی به سیاست‌های تبعیض‌آمیز و تداوم قطب‌بندی اجتماعی است.

پژوهش حاضر نشان می‌دهد که در عصر رسانه‌های اجتماعی، درگیری‌های خارجی می‌توانند بهانه‌ای برای تسویه حساب‌های ایدئولوژیک داخلی شوند. در واقع جنگ غزه تبدیل به ابزاری شده است که تحریک احساسات عمومی، دامن‌زدن به نفرت، و سرکوب مسلمانان در هند را توجیه می‌کند. یعنی رسانه‌های دیجیتال به گسترش جهانی اطلاعات نادرست، سخنان نفرت‌انگیز و رادیکال‌سازی کمک کرده و باعث تشدید شکاف‌های اجتماعی می‌شود. به دلیل گستردگی شبکه جهانی وب، ردیابی و اجتناب از فعالیت‌های رادیکال که روزانه افزایش می‌یابد دشوارتر می‌شود. (سنا اکسی، ۲۰۲۱) شبکه ملی گرای راست در زیست‌بوم برخط هند به عنوان یک نیروی تهییج کننده و بسیج کننده رادیکالیسم قوم محور در جامعه هند عمل می‌کند.

فهرست منابع

۱. تقی‌آبادی، مسعود؛ و تقی‌آبادی، حمید (۱۴۰۱). «واکاوی و کاربرست روش‌شناختی تحلیل قاب در رسانه‌های خبری از منظر رویکرد کیفی»، *فصلنامه علمی رسانه*، ۳(۱۲۸).
2. Adamsa, Omega L. and Behl, Joshua (2023), Dual Panic Theory: New Insight into Moral Panics, *Criminology, Criminal Justice, Law & Society*, volume 24, issue 3, pages 50–62 (2023).
3. Ahmad Saeed, Riaz, Ahmed, Aggel, (2025), slamophobia and Attitude of the Western World Media: Exploring Counterstrategies in the Prophet's Seerah Perspective, open access Al-Qalam, P-ISSN: 2071-8683; E-ISSN: 2707-0077, Volume 28, Issue, 2, 2023, <http://alqalamjournalpu.com/>
4. Azhagu Meena SP, Varuni Bhatia, and Joyojeet Pal. *Digital Divine: Technology use by Indian Spiritual Sects*. In: *Information and Communication Technologies and Development (ICTD '20)*, 2020. <https://doi.org/10.1145/3392561.3394650>
5. Baharuddin, A. F., & Baharuddin, A. Z. (2022). Islamophobia, Indian media, and COVID-19 pandemic: A critical discourse analysis. *Islam Realitas: Journal of Islamic and Social Studies*, 8(1). https://doi.org/10.30983/islam_realitas.v8i1.5352
6. Berger J, Milkman KL (2012), What makes online content viral? *Journal of Marketing Research* 49(2): 192–205.
7. Carter, Marina, and Crispin Bates (2009), Religion and retribution in the Indian rebellion of 1857. *Leidschrift/Empire & Resistance. Religious Beliefs Versus The Ruling Power* 24: 51–68.
8. Chandra, M., Reddy, M., Sehgal, S., Gupta, S., Buduru, A. B., &

- Kumaraguru, P. (2021). "A virus has no religion": *Analyzing Islamophobia on Twitter during the COVID-19 outbreak*. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2107.05104>
9. Dutta, M. J., & Pal, M. (2024). Experiences of Muslims in India on digital platforms with anti-Muslim hate: A culture-centered exploration. *Frontiers in Communication*, 9, Article 1205116. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1205116>
10. Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. London: Edward Arnold.
11. Garland D (2008) On the concept of moral panic *Crime, Media, Culture* 4(1): 9–30.
12. Gill, S., & Nagar, I. (2021). Head is where the herd is: Effect of social conformity on Islamophobia on Facebook. *International Journal of Indian Psychology*, 9(4), 1483–1498. <https://doi.org/10.25215/0904.142>
13. Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage
14. Hashmi, S., Khan, M. H., & Amer, M. (2023). Islamophobic discourses in India during COVID-19 pandemic: A case of Tablighi Jamaat. *Journal of Intercultural Communication Research*, 52(4), 419–439. <https://doi.org/10.1080/17475759.2023.2198537>
15. Heinz Scheifinger, *Online Hinduism*. In: *The Oxford History of Hinduism: Modern Hinduism*. Edited by Torkel Brekke, Oxford University Press (2019). © Oxford University Press. DOI: 10.1093/9780198790839.003.0010
16. Jaffrelot, Christophe (1993) Hindu Nationalism: Strategic Syncretism in Ideology. *Building, Economic and Political Weekly*, Vol. 28,

No. 12/13

17. Kaviraj, Sudipta. 1994. The Imaginary Institution of India. In Subaltern Studies VII. New Delhi: Penguin Publications.
18. Mallapur, Chaitanya. 2019. 28% Rise In Communal Incidents Under NDA, Short Of UPA High. India Spend. February 8. Available online: <https://www.indiaspend.com/28-rise-in-communal-incidents-under-nda-short-of-upa-high-58126/> (accessed on 11 April 2022).
19. Mander, Harsh. 2019. Over Five Years, BJP Has Consistently Sought to Marginalise Muslims. The Indian Express (blog). May 4. Available online: <https://indianexpress.com/article/opinion/columns/muslim-marginalisation-bjp-rule-narendra-modi-5709640/> (accessed on 11 April 2022).
20. McIntyre L (2018) , *Post-truth*. Cambridge, MA: MIT Press.
21. Mehdi, Z. (2018). Who is the Muslim? Discursive representations of Muslims and Islam in Indian prime-time news. Religions, 9(12), 397. <https://doi.org/10.3390/rel9120397>
22. Morgenstein, Fuerst Ilyse. 2017. Indian Muslim Minorities and the 1857 Rebellion: Religion, Rebels and Jihad. London and New York: I.BTauris and Co Ltd.
23. Murthy D (2011) Twitter: Microphone for the masses? *Media, Culture & Society* 33(5):779–789.
24. Pariser E (2011) *The Filter Bubble*. London: Penguin.
25. Pradip Thomas, *Notes on the Platformization of Mainstream Hinduism*. In: *Platform Capitalism in India, Global Transformations in Media and Communication Research*. Edited by Athique, V.

- Parthasarathi, A Palgrave and IAMCR Series (2019). https://doi.org/10.1007/978-3-030-44563-8_14
26. Powers E (2017) My news feed is filtered? Awareness of news personalization among college students. *Digital Journalism* 5(10): 1315–1335.
27. Powell, John A. and Menendian, Stephen (2018), *The Problem of Othering: Towards Inclusiveness and Belonging*, The Problem of Othering: Towards Inclusiveness and Belonging - Othering and Belonging, <http://www.otheringandbelonging.org/the-problem-of-othering/>
28. Said, E. W. (1978). *Orientalism*. New York: Pantheon Books.
29. Shabir, A., & Khan, T. A. (2022). Media as an instrument of reflection or distortion of the real life problems of Muslim women in India. *SAGE Open*, 12(4), 1–10. <https://doi.org/10.1177/21582440221112345>
30. Shabir, A., & Khan, T. A. (2024). The burden of being a Muslim woman in India—the instrumentalisation of Muslim women at the intersection of gender, religion and nation. *Religions*, 15(1), 67. <https://doi.org/10.3390/rel15010067>
31. Satadru Sen (2015) Fascism Without Fascists? A Comparative Look at Hindutva and Zionism, *South Asia: Journal of South Asian Studies*, 38:4, 690-711, DOI: [10.1080/00856401.2015.1077924](https://doi.org/10.1080/00856401.2015.1077924)
32. Sena Eksi (2021), Digital Populism: The Internet and the Rise of Right-wing Populism, European centre for populism studies, <https://www.populismstudies.org/digital-populism-the-internet-and-the-rise-of-right-wing-populism/>
33. Stark L (2018) Algorithmic psychometrics and the scalable sub-

- ject. *Social Studies of Science* 48(2): 204–231.
34. Vaidhyanathan S (2018) *Antisocial Media*. Oxford: Oxford University Press.
35. Vaishnav, Milan. 2019. Religious Nationalism and India's Future—The BJP in Power: Indian Democracy and Religious Nationalism. Carnegie Endowment for International Peace. Available online: <https://carnegieendowment.org/2019/04/04/religiousnationalism-and-india-s-future-pub-78703> (accessed on 11 April 2022).
36. van Dijk, T. A. (1991). *Racism and the Press*. London: Routledge
37. Vosoughi S, Roy D, Aral S (2018) The spread of true and false news online. *Science* 359(6380):1146–1151.
38. Walsh, J. P. (2020). Social media and moral panics: Assessing the effects of technological change on societal reaction. *International Journal of Cultural Studies*, 23(6), 840-859. <https://doi.org/10.1177/1367877920912257> (Original work published 2020)
39. Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2013). *Mass media research*. Wadsworth Publishing Company.
40. Wodak, R., & Reisigl, M. (2001). *Discourse and Discrimination: Rhetorics of Racism and Antisemitism*. London: Routledge.