

Has social media revived Jürgen Habermas's theory of the 'Public Sphere', or has it merely become a tool for polarisation?

क्या सोशल मीडिया ने जुर्गन हैबरमास के 'पब्लिक स्फीयर' (Public Sphere) के सिद्धांत को पुनर्जीवित किया है या यह केवल ध्रुवीकरण का साधन बनकर रह गया है?

जुर्गन हैबरमास का 'पब्लिक स्फीयर' (Public Sphere) या 'सार्वजनिक क्षेत्र' एक ऐसा काल्पनिक या वास्तविक स्थान है जहाँ नागरिक तर्कसंगत संवाद (Rational-critical debate) के माध्यम से आम सहमति पर पहुँचते हैं और सत्ता को जवाबदेह ठहराते हैं।

सोशल मीडिया के संदर्भ में यह बहस काफी जटिल है। क्या यह लोकतंत्र का नया 'टाउन हॉल' है या केवल एक 'इको चैंबर'? आइए इसे दोनों पहलुओं से समझते हैं:

1. पुनर्जीवन के पक्ष में तर्क (Revival of Public Sphere)

डिजिटल स्पेस ने हैबरमास के सिद्धांत को कुछ मायनों में लोकतांत्रिक और सुलभ बनाया है:

- * प्रवेश की बाधाओं का अंत: पारंपरिक मीडिया (अखबार, टीवी) में केवल विशेषज्ञों की आवाज सुनी जाती थी। सोशल मीडिया ने 'गेटकीपर्स' को हटा दिया है, जिससे हाशिए पर रहने वाले समुदायों को भी मंच मिला है।

* वैश्विक पहुंच: अब सार्वजनिक बहस भौगोलिक सीमाओं में नहीं बंधी है। #BlackLivesMatter या #MeToo जैसे आंदोलनों ने दिखाया है कि कैसे डिजिटल स्पेस वैश्विक स्तर पर विमर्श पैदा कर सकता है।

* तत्काल जवाबदेही: नागरिक सीधे निर्वाचित प्रतिनिधियों से सवाल कर सकते हैं, जिससे संवाद की गति बढ़ी है।

2. ध्रुवीकरण और पतन के तर्क (Polarization & Decay)

कई आलोचकों का मानना है कि सोशल मीडिया हैबरमास के 'तर्कसंगत संवाद' के आदर्श को नष्ट कर रहा है:

* इको चैंबर्स और फिल्टर बबल्स: एल्गोरिदम हमें वही दिखाते हैं जो हम पसंद करते हैं। इससे हम केवल अपने जैसे विचारों वाले लोगों से जुड़ते हैं, जिससे ध्रुवीकरण (Polarization) बढ़ता है और स्वस्थ बहस की गुंजाइश खत्म हो जाती है।

* तर्क के बजाय भावना (Affective Polarization): हैबरमास ने 'तर्क' (Logic) पर जोर दिया था, लेकिन सोशल मीडिया 'आउटरेज' (क्रोध) और भावनाओं पर चलता है। यहाँ वायरल होने के लिए तर्क से ज्यादा शोर की जरूरत होती है।

* निगमों का नियंत्रण और निगरानी: सार्वजनिक क्षेत्र को स्वतंत्र होना चाहिए, लेकिन आज का डिजिटल स्पेस फेसबुक और एक्स (X) जैसे निजी निगमों के स्वामित्व में है, जो डेटा माइनिंग और विज्ञापनों के लिए विमर्श को संचालित करते हैं।

* फेक न्यूज और बॉट्स: गलत सूचनाओं के प्रसार ने 'सार्वजनिक सत्य' की अवधारणा को ही संकट में डाल दिया है।

निष्कर्ष

सोशल मीडिया ने पब्लिक स्फीयर का विस्तार तो किया है, लेकिन इसके गुण (Quality) को प्रभावित किया है। यह एक 'खंडित सार्वजनिक क्षेत्र' (Fragmented Public Sphere) बन गया है जहाँ संवाद तो बहुत है, लेकिन 'आम सहमति' (Consensus) गायब है। यह पुनर्जीवन और पतन का एक मिला-जुला रूप है, जहाँ तकनीक संवाद का साधन तो है, लेकिन ध्रुवीकरण इसका सबसे बड़ा उप-उत्पाद (By-product) बन गया है।