



Nieuw in de App Store: Geografische Flexibiliteit

Facebook als Media Ecologie

Opdracht:
Naam:
Studentnummer:
Cursus:
Docent:
Datum:
Aantal woorden kerntekst:

Scriptieonderzoek
Maarten van Ast
3509761
Bachelorscriptie
Michiel de Lange
05-04-12
5090



Inleiding: "Ciao, Ik zie je op Facebook!"	3
1. Media-ecologieën	4
2. Een web van actoren en relaties	6
3. Samensmelting van tijd en ruimte	8
4. Eén digitale taal om allen te verbinden	9
5. Geografie als uitkomst	10
Conclusie	11
Discussie	11
Literatuur	13



Inleiding: "Ciao, Ik zie je op Facebook!"

De mogelijkheden van mobiel internet brengen andere vormen van communicatie teweeg. Waar mensen voorheen gebonden waren aan computers voor online communicatie met elkaar, maakt mobiel internet in combinatie met smartphones het mogelijk overal met elkaar in contact te kunnen komen, zowel via diensten als WhatsApp, waarmee gebruikers sms-berichten kunnen versturen over het internet, alsmede social media diensten als Facebook, Hyves, Twitter, Google+, LinkedIn e.d. Hierdoor vervagen grenzen tussen 'binnen' en 'buiten' en zetten aan tot een anders denken over onze geografische ruimten. Daarnaast gaan deze mediavormen relaties aan met de omgevingen waarin ze functioneren. Een groepsgesprek via WhatsApp omvat een verbinding tussen de deelnemers, gemedieerd door smartphones en hun verbindingen met het internet (Wifi, 3G etc). De verbinding eindigt daar niet; ook de manier waarop je zelf relaties aangaat met je fysieke omgeving tijdens zo'n groepsgesprek kan gezien worden als onderdeel van het netwerk. Ook de scheidslijnen van wat gezien kan worden als een samenleving vervagen hierdoor. Immers, een groepsgesprek via Whatsapp kan op zichzelf ook een (tijdelijke) samenleving vormen.

Bovenstaand fenomeen, en het anders denken over onze geografische ruimten, is vanuit een media-ecologisch perspectief interessant. Een medium vanuit dit perspectief is niet determinerend, heeft geen specifieke essentie en kent een zeer flexibele aard. Een medium krijgt zijn betekenis door de relaties die worden aangegaan met de omgeving waarin ze functioneren. Het levert daarmee een ander perspectief op dan het technologisch determinisme of het sociaal constructivisme, waarin betekenisvorming wordt toebedeeld aan entiteiten. De vervaging van de scheidslijnen tussen 'binnen' en 'buiten' zoals in de introductie genoemd is daarnaast al voorzien door de filosoof Gilles Deleuze, die een analoge samenleving zag veranderen in een digitale controlemaatschappij waarin alle scheidingen tussen op zichzelf staande eenheden verdwenen (Deleuze, 1992). De opkomst van mobiel internet en haar toepassingen vallen daarmee binnen het domein van de media-ecologie, en vormen een nuttige aanvulling op de daarbij gemoeide perspectieven.

Centraal staat de invloed van *apps* op de perceptie van geografie. Voor de paper is gebruik gemaakt van één beschikbare applicatie voor smartphones, te weten Facebook. De Facebook app is volledig gratis beschikbaar voor eigenaren van smartphones. Onderzocht is hoe de app in het licht van media-ecologie een netwerk van relaties en entiteiten vormt, en hoe zich dit verhoudt ten opzichte van de perceptie van geografie. Aangezien er geen empirisch onderzoek is verricht naar de perceptie van Facebook gebruikers of andere doelgroepen dient de perceptie gezien te worden als een conceptuele term, waardoor op een abstracte manier naar de ervaring en perceptie van geografische ruimte gekeken kan worden. Tijdens het schrijven van de paper heeft de volgende hoofdvraag centraal gestaan:

"Op welke manier beïnvloeden smartphone apps als Facebook vanuit media-ecologisch perspectief de conceptuele perceptie van geografie?"

Facebook staat centraal voor een netwerk bestaande uit vrienden die op regelmatig basis contact met elkaar hebben en daarbij hun dagelijkse leven delen. Daarmee is het een voorbeeld van een netwerk dat voldoende



uiteenlopend, maar tevens toepasbaar is op het media-ecologisch raamwerk. Leidend voor de paper is dat de Facebook applicatie onze perceptie van geografie verandert.

In het eerste hoofdstuk staat de context van media-ecologieën centraal. Daarin wordt het speelveld aangegeven waarbinnen de paper is opgebouwd. In hoofdstuk twee wordt nader ingegaan op Parikka's visie op media, waarin Facebook zal worden bekeken als media-ecologie. Centraal staat hoe Facebook functioneert als media-ecologie en welke actoren en relaties daarbij van belang zijn. Daarna worden de concepten van tijd en ruimte geplaatst binnen het kader van media-ecologieën. In hoofdstuk vier wordt de Facebook applicatie geplaatst binnen het kader van Deleuze's controlemaatschappijen, waarbij sprake is van één digitale taal om alles met elkaar te verbinden. Door deze universele deeler vervagen de grenzen tussen binnen en buiten. Dit vervagen van de grenzen leidt tot een andere perceptie van geografie en ruimtevorming, hetgeen in hoofdstuk vijf besproken zal worden. Er wordt afgesloten met een conclusie en discussie.

1. Media-ecologieën

Met de komst van nieuwe media is de machtsvraag een belangrijke geworden. Heeft media technologie de macht om een cultuur te transformeren? McLuhan hield zich bezig met het identificeren van de grote culturele effecten die teweeg zouden worden gebracht door nieuwe technologie. De technologie determineert zijn eigen rol en gebruik binnen de samenleving en brengt hierdoor een verandering in de samenleving (McLuhan, 1964: 8). Williams daarentegen was een voorstander van sociaal constructivisme en stelde dat juist de gebruikers determinerend zijn voor het gebruik en de rol van technologie binnen de samenleving. Technologie bevat niks wat een garantie kan geven over de culturele of sociale uitkomsten (Lister et al, 2009: 77). Er bestaat echter nog een derde perspectief op media, een media ecologisch perspectief dat media ziet als entiteiten die relaties aangaan met de omgeving waarin ze functioneren. Vanuit deze relaties krijgt het medium een betekenis. Het medium wordt gezien als iets non-essentialistisch. Een medium heeft geen vaste kern, maar is een flexibel gegeven, en haalt zijn betekenis uit de relaties die het aangaat. Bateson onderschrijft dit, door middels verschillende voorbeelden te laten zien dat informatie ontstaat door de samenkomst van twee of meerdere entiteiten; de informatie realiseert zich in het verschil (Bateson: 1979) Daarmee staat het lijnrecht tegenover het technologisch determinisme van McLuhan, evenals het sociaal constructivisme van Williams.

Het perspectief op media als een flexibel gegeven is terug te vinden in Parikka's visie op media. Hij benadrukt dat media benaderd moeten worden als de natuur. Vanuit dit perspectief grijpen media als wortels om zich heen, waarin het geheel van relaties een ecologie vormt (Parikka, 2011). De media vormen dan onderdeel van de omgeving waarin ze functioneren. Deze omgeving is flexibel en kent dus geen statische kern. Parikka ziet media niet als iets menselijks, maar op een bepaalde manier als diep onmenselijk (Parikka, 2010: xix). Ook Fuller ziet media ecologieën als dynamische systemen waarin één of meerdere onderdelen diverse connecties aangaan en variabel zijn, zodat media ecologieën als patroon gezien kunnen worden en niet als een object (Fuller, 2007: 4). Het idee dat media deel uitmaken van een omgeving waarin zij zich bevinden, onderstreept het denkbeeld dat tijd en ruimte niet stabiel en vast zijn als achtergrond voor communicatie. Tijd en ruimte zijn voortdurend in beweging en vormen zich door de relaties die worden aangegaan. Parikka ziet een 'folding' van tijd en ruimte, een samentrekking door media. Media gaan evenals de natuur relaties aan met de



directe omgeving, waarbij de 'wortels' van het medium om zich heen grijpen en netwerken vormen. Het draait om de wisselwerking en relaties tussen organismen, populaties of levensgemeenschappen. Een milieuperspectief maakt het mogelijk mediatechnologieën te zien als zijnde veel meer dan determinerend, voorgenomen of standaardiserend. Het concept van de wortels die uitbreiden vormt een onuitputtelijk potentieel van media. We moeten media daarom vooral benaderen als ecologieën, waarbij Guattari drie mogelijke ecologieën onderscheidt (Guattari, 2000: 23). Deze netwerken van relaties zien we ook terug bij Deleuze, die stelt dat de losse eenheden zoals we die kennen van Foucault's *disciplinary societies*, veranderen in een *society of control*, waarin alle grenzen verdwijnen en de eenheden samenvloeien tot één digitaal landschap (Deleuze, 1992). Foucault herkende discipline maatschappijen, die de organisatie vormen van 'besloten ruimtes'. Eerst de familie, daarna school, barakken, fabriek, af en toe ziekenhuis en mogelijk de gevangenis. Deze maatschappijen organiseren op basis van disciplineren. Het zijn afgesloten eenheden, leeromgevingen, met als doel mensen er beter uit te laten komen. Het ultieme doel is het verbeteren van de maatschappij. Deleuze ziet een verschuiving van discipline maatschappijen naar maatschappijen van controle. De afgesloten eenheden van de discipline maatschappijen veranderen in open systemen, die allemaal met elkaar verbonden zijn. Er bestaat daarnaast geen einde aan elk van deze systemen. De controlemaatschappijen zijn digitaal. Door de digitalisering is alles terug te brengen tot 0-en en 1-en. Het verschil tussen 'inside' en 'outside' is verdwenen (Deleuze, 1992). Dit principe zien we ook terug bij het gedachtegoed van Parikka, die spreekt van een samensmelting van 'inside' en 'outside' (Parikka, 2010: xxv). McLuhan, Cache, Spuybroek, Rotman en Guattari herkennen deze verandering ook. Het is hetzelfde idee over hoe macht aan het werk is binnen media-ecologieën. Het aanbrengen van structuur is immers ook macht, het schept een bepaalde orde.

Bernard Cache bespreekt media als geografie, en stelt zich de vraag in hoeverre we kunnen spreken van grenzen van geografie (1995: 70). *'We will [...] not speak of geography as a superior scale to the built frame, but rather as a principle of rupture of scale. And in this way, there will be no object, no matter how small, that does not have its geographical component'* (1995: 70). Hij stelt centraal dat er geen einde is aan een omgeving. Architectuur gaat dan ook over meer dan alleen een gebouw. Een gebouw functioneert in de omgeving waarin het staat, en kan daar dan ook niet los van worden gezien. Deze relaties met de omgeving maken het gebouw tot wat het is. Cache's visie is goed toepasbaar binnen het onderzoek omdat het het concept van geografie problematiseert en tegelijkertijd aangeeft hoe media een onuitputtelijke bron van potentiële vormen. Er bestaan diverse strikte definities van geografie, iets wat door Cache wordt opgebroken. Zijn visie kan goed worden ingezet om een werkveld te creëren waarin het concept van media-ecologieën kan worden gezien als bepalend voor geografische ruimten.



2. Een web van actoren en relaties

Parikka stelt dat media niet strikt gedefinieerd moeten worden. Hij vraagt zich dan ook af hoe we iets kunnen herkennen als een medium (Parikka, 2010: xiii). Hij verwijst daarbij naar Bruno Latour, die via zijn Actor Network Theory (ANT) een actieve benadering van media voorstaat (Latour, 2005). Media worden dan bekeken als een milieu van betrokkenheid. Parikka stelt dat:

“Media are an action of folding time, space and agencies; media are not the substance, or the form through which mediated actions take place but an environment of relations in which time, space and agency emerge.” (Parikka, 2011)

De media vormen dan onderdeel van de omgeving waarin ze functioneren. Deze omgeving is flexibel en kent dus geen statische kern. Het idee dat media deel uitmaken van een omgeving waarin zij zich bevinden, onderstreept het denkbeeld dat tijd en ruimte niet stabiel en vast zijn als achtergrond voor communicatie (Parikka, 2011). Tijd en ruimte zijn voortdurend in beweging en vormen zich door de relaties die worden aangegaan. Parikka ziet een ‘folding’ van tijd en ruimte, een samentrekking door media (Parikka, 2011). Een bekend voorbeeld hiervan zijn de aanslagen van 9/11. Omdat de aanslagen live op televisie waren te volgen verviel de notie van tijd en ruimte. Een ruimte kan dan ook gezien worden als een ruimte waar je je in bevindt, maar ook kan gesproken worden van een ruimte binnen een medium.

Gebruikers van Facebook hebben een eigen profielpagina, waarin zij allerlei informatie over zichzelf kunnen opnemen. Zo kunnen zij foto's uploaden, contactinformatie delen, maar ook allerlei andere persoonlijke informatie delen met andere gebruikers van Facebook. Dit delen kan op een groot aantal manieren. Zo kan de gebruiker er bijvoorbeeld voor kiezen informatie alleen te delen met bevriende Facebook gebruikers. Daarnaast kan ook gekozen worden informatie met alle Facebook gebruikers te delen, bevriend of niet. Deze *privacy settings* maken het mogelijk binnen de schaal van bovengenoemde extremen te bepalen welke informatie met wie gedeeld mag worden. De privacy settings van Facebook zijn de afgelopen jaren diverse malen onderwerp van kritiek geweest. Meer dan eens bleek dat Facebook de *user-generated content* van gebruikers verkocht aan derde partijen, en de mogelijkheid had gebruikers buiten Facebook om te blijven volgen op het internet (2011).

Facebook kent een uitgebreide web-integratie. Door het uitgeven van verschillende web-API's is het voor derden mogelijk functionaliteiten van Facebook te integreren in de eigen webcontent. Een bekend voorbeeld is de ontwikkeling van de *Like button*, die het mogelijk maakt webcontent te delen met het eigen Facebook-netwerk (2012). De Like button is bijvoorbeeld te vinden onder elk artikel van de nieuwswebsite Nu.nl. Door deze gebruiksvriendelijke integratie kan Facebook gezien worden als de spin in het web van informatie, die daardoor het internet kan vatten in een groot netwerk van Facebook gebruikers.

De ontwikkeling van smartphones heeft het mogelijk gemaakt een grote diversiteit aan online diensten mobiel te benaderen en te gebruiken. Zo heeft Apple's iPhone een eigen *App Store*, waarin meer dan een half miljoen mobiele *app's* zijn te downloaden. Binnenkort zal bovendien de 25 miljardste app gedownload worden, een duidelijk teken van het succes van mobiele applicaties voor smartphones (2012). Ook Facebook heeft een eigen app, beschikbaar voor zowel iOS en Android. Inmiddels gebruiken ruim 250 miljoen mensen de mobiele



Facebook app (2011). De applicatie maakt het mogelijk het Facebook platform volledig te benaderen en te gebruiken. Daarnaast integreert de Facebook app de mogelijkheden van smartphones, zoals het direct maken en uploaden van een foto en het gebruiken van GPS-informatie voor aanvullende status-informatie.

Gebruikers van Facebook maken gebruik van statusupdates voor de verspreiding van maximaal 63.206 karakters lange berichten via Facebook. Het hoge aantal mogelijke karakters maakt het mogelijk statusupdates in te zetten voor diverse doeleinden. Een gebruiker kan in enkele zinnen een update geven van wat er zich op dat moment afspeelt in het leven van de gebruiker. Dit is wellicht de simpelste variant van de statusupdate, maar desalniettemin een van de populairste. Een andere populaire vorm van de statusupdate is het delen van een URL of een foto, al dan niet met enig commentaar van de gebruiker. Gebruikers kopiëren en plakken bijvoorbeeld een URL van webcontent in de statusupdatebox, die daar meteen een visueel aantrekkelijke implementatie binnen Facebook van maakt. Het delen van reeds bestaande webcontent is een interessant voorbeeld als we kijken naar Parikka's visie op media. Op het moment dat een gebruiker webcontent deelt via Facebook ontstaat er een temporeel netwerk waarin verscheidene actoren relaties met elkaar aan gaan. Het aantal actoren binnen het netwerk van relaties kent geen grens, maar binnen dit voorbeeld is een aantal direct te benoemen actoren actief. Allereerst de gebruiker die de webcontent via een statusupdate deelt met het Facebook netwerk. Binnen dit netwerk kan deze gebruiker gezien worden als de initiator van het netwerk. Hij deelt immers de content. Door het delen van de content gaat de gebruiker een relatie aan met diverse andere actoren, die op zichzelf ook een relatie met elkander aangaan. De gebruiker gaat een relatie aan met al zijn Facebook-vrienden, de mensen waarmee hij eerder via Facebook een vriendenrelatie mee is aangegaan. Al deze vrienden zullen de statusupdate met de gedeelde webcontent zien op hun 'wall', en vormen daarmee een onderdeel van het temporele netwerk dat is gestart door de gebruiker. Een andere actor binnen het netwerk is de webcontent zelf, en de website waarop deze is verschenen. De gebruiker heeft deze webcontent gelezen via het internet, en gemakkelijk toegankelijk gemaakt voor de Facebook-vrienden. Indien deze vrienden gaan kijken op de gedeelde URL, zullen zij uitkomen bij de desbetreffende website waar de content op te vinden is. Deze content gaat tegelijkertijd ook weer een relatie aan met het Facebook platform. De webcontent is gedeeld via Facebook, dus ook daar is sprake van een relatie. Een simpele statusupdate past daarmee goed in Latour's concept van een milieu van betrokkenheid.

Parikka's 'web' van relaties is ook te herkennen in de Facebook-chat. De Facebook-chat maakt het mogelijk voor ingelogde gebruikers om met elkaar te chatten. Vooral nog kende alleen de browser-variant van Facebook deze mogelijkheid. Sinds augustus 2011 is de Facebook-chat beschikbaar gekomen voor de iPhone. Opmerkelijk is dat het hier niet ging om een update van de tot dan toe bekende Facebook-app, maar een stand-alone applicatie voor de chat-functionaliteit. De gebruiker dient zich wel aan te melden met de gegevens van de eigen Facebook-account. Daarbij kan alleen gechat worden met andere Facebook-gebruikers, die tevens bevriend zijn met de desbetreffende gebruiker. Het netwerk van relaties en actoren lijkt in zekere mate op het netwerk van delen via statusupdates, maar kent een stabielere kern wat betreft het aantal actoren en hun relaties. De twee hoofdactoren bestaan uit de zender en ontvanger. Dat is tevens bepalend voor de relatie die wordt aangegaan; deze relatie is flexibel en verandert naargelang de ontvanger reageert en daarmee transformeert tot zender, tezamen met de transformatie van zender naar ontvanger. Bergson ziet het leven als opdelingen van divisies, waarbij potenties bestaan voor dieren te verworden tot planten, en planten tot dieren.



Daarmee staat de wereld 'open', er is geen sprake van pre-gedetermineerde mechanieken of het uitgaan van essenties (Parikka, 2010: 20). Daarnaast gaan beide actoren een relatie aan met Facebook. Zoals eerder aangegeven zijn hiermee de scheidslijnen van het netwerk niet bereikt. Ook bij de Facebook-chat zijn de scheidslijnen ambigue en oneindig. Immers, een gebruiker die op Facebook aan het chatten is met een andere gebruiker, gaat tegelijkertijd bijvoorbeeld ook een relatie aan met zijn fysieke omgeving. Media gaan evenals de natuur relaties aan met de directe omgeving, waarbij de 'wortels' van het medium om zich heen grijpen en netwerken vormen. Het draait om de wisselwerking en relaties tussen organismen, populaties of levensgemeenschappen. In de wisselwerking en de relaties vormt zich de betekenis, de informatie (Bateson, 1979). Een milieuperspectief maakt het mogelijk mediatechnologieën te zien als zijnde veel meer dan determinerend, voorgenomen of standaardiserend. Het concept van de wortels die uitbreiden vormt een onuitputtelijk potentieel van media (Parikka, 2011).

3. Samensmelting van tijd en ruimte

Het aantal actoren en relaties binnen een netwerk is oneindig. De hierboven besproken actoren kennen ieder zelf ook een netwerk van actoren en relaties. Een volledig overzicht van een netwerk geven is dan ook een onmogelijke taak. Dat is ook juist wat Cache interessant vindt aan dergelijke netwerken. Geografie is in zijn ogen juist de onmogelijkheid van zijn afsluiting, iets wat duidelijk naar voren komt in bovengenoemde netwerken. De continue uitbreidingen en veranderingen binnen dergelijke netwerken maken duidelijk dat omgevingen flexibel zijn, en geen vaststaande, essentialistische kern bevatten. Door deze flexibele omgevingen ziet Parikka een samensmelting van tijd en ruimte. Deze samensmelting zien we ook terug bij de mobiele Facebook applicatie. De samensmelting van tijd doet zich voornamelijk voor door het online karakter van Facebook. Online content kan zowel aan de ene als de andere kant van de wereld worden bekeken. Als een gebruiker in Nederland via een statusbericht laat weten dat hij zometeen bezoek krijgt van zijn familie, is 'zometeen' de enige tijdsaanduiding die er toe doet. Immers, als een vriend in Australië deze statusupdate bekijkt, is er sprake van een tijdsverschil van 11 uur. Ondanks de grote afstand en het grote tijdsverschil tussen de twee Facebook gebruikers is het mogelijk direct en zonder tijdsvertraging een relatie aan te gaan. Ook de door Parikka benoemde samensmelting van ruimte is terug te zien in het gebruik van Facebook. Met betrekking tot ruimte kan worden gesproken van ruimte waar je je in bevindt, maar ook van ruimte binnen een medium, zoals de Facebook applicatie. Op dezelfde manier dat er sprake is van een samensmelting van tijd, is er sprake van een samensmelting van ruimte. Als de Australische vriend via Facebook een reactie geeft op de Nederlandse gebruiker, ontstaat er een nieuwe ruimtelijke dimensie. De Australische vriend bevindt zich evenals de Nederlander ergens in een ruimte waarin zij toegang hebben tot Facebook, maar deze ruimtes zijn niet relevant op het moment dat de twee met elkaar communiceren via Facebook. De ruimte bevindt zich in het medium Facebook en nergens anders. De ruimte en tijdszone waarin gebruikers zich bevinden tijdens een chatsessie via Facebook is niet relevant; de tijd en ruimte ontstaat binnen het medium. De samensmelting van ruimte laat zich wellicht het beste vertalen door een voorbeeld te geven van de foto-sharing mogelijkheden binnen Facebook. Een Facebook-gebruiker kan foto's uploaden naar het persoonlijke profiel. Hierbij kan de gebruiker kiezen speciale albums aan te maken, profielfoto's in te stellen, e.d. Er kan ook gekozen worden foto's te delen op



eenzelfde manier als het delen van webcontent via een statusupdate. Op het moment dat een gebruiker een foto deelt van het Colosseum in Rome, waar hij zich op dat moment bevindt, vervalt de notie van ruimte. Facebook als medium is de ruimte waarbinnen alle actoren van het netwerk relaties met elkaar aangaan. Het is dan ook niet relevant dat de vriendin van de gebruiker niet in Rome is; zij gaan een relatie aan waardoor hun beide ruimten versmelten tot één ruimte in het medium Facebook.

4. Eén digitale taal om allen te verbinden

Deze netwerken van relaties zien we ook terug bij Deleuze's concept van de controlemaatschappij, die stelt dat de losse eenheden zoals we die kennen van Foucault's *disciplinary societies*, veranderen in een *society of control*, waarin alle grenzen verdwijnen en de eenheden samenvloeien tot één digitaal landschap (Deleuze, 1992). Deleuze verwijst naar Foucault, die disciplinaire maatschappijen herkent, welke de organisatie vormen van 'besloten ruimtes'. Eerst de familie, daarna de school, barakken, fabriek, af en toe ziekenhuis en mogelijk de gevangenis. Deze maatschappijen organiseren op basis van disciplineren. Het zijn afgesloten eenheden, leeromgevingen, met als doel mensen er beter uit te laten komen. Het ultieme doel is het verbeteren van de maatschappij. De disciplinaire maatschappij kenmerkt zich als een analoog gebeuren. Binnen elk van de eenheden wordt intern een bepaalde taal gesproken (bijvoorbeeld een bepaalde dagindeling). Het steunt op het gebruik van mallen; iedereen binnen de eenheid wordt in dezelfde mal gegoten, zodat men er 'beter' uitkomt. Het bestaat uit 2e generatie machines, die er op gericht zijn de samenleving bij elkaar te houden. Het leunt daarmee op de entropie, dat stelt dat alles uiteindelijk uit elkaar valt (Deleuze, 1992). Deleuze ziet een verschuiving van disciplinaire maatschappijen naar maatschappijen van controle. De disciplinaire maatschappijen worden bedreigd. De afgesloten eenheden van de disciplinaire maatschappijen veranderen in open systemen, die allemaal met elkaar verbonden zijn. Er bestaat daarnaast geen einde aan elk van deze systemen. De controlemaatschappijen zijn digitaal. Door de digitalisering is alles terug te brengen tot 0-en en 1-en, waardoor er geen radicaal verschil meer bestaat tussen een koelkast en een auto. De codes maken slechts een andere vertaling, een 'self-transmuting molding'. Er wordt gebruik gemaakt van 3e generatie machines, die er op gericht zijn de virale bedreigingen buiten de maatschappij te houden. Het verschil tussen 'inside' en 'outside' is verdwenen (Deleuze, 1992). Door het verdwijnen van het verschillen tussen binnen en buiten vindt ook een samensmelting van tijd en ruimte plaats.

Facebook is een zo'n voorbeeld van een digitaal, open systeem. Iedereen op Facebook staat met elkaar in verbinding middels een connectie van 0-en en 1-en. De losse eenheden binnen disciplinaire maatschappijen, zoals scholen, werkplekken e.d., staan nu open voor interactie met elkaar. Dit alles is mogelijk gemaakt door een digitale taal, 'digitaliteit' als bindmiddel tussen alle eenheden. Door de mogelijkheid Facebook te gebruiken op een mobiel apparaat, wordt het open systeem nog sterker. Nu is het te allen tijde mogelijk in contact te komen met andere eenheden. Waar we voorheen gebonden waren aan desktop computers voor dergelijk contact, kunnen we dit nu per mobiele telefoon en 3G internet op ieder gewenst moment tot uitvoering brengen. Ook de diversiteit aan eenheden die met elkaar in verbinding kunnen worden gebracht neemt toe met het mobiele 3G internet. Genomen foto's kunnen bijvoorbeeld direct worden gedeeld, iets waar bij het gebruik van desktop computers enige tijd over heenging.



5. Geografie als uitkomst

Tot dusver dient de mobiele Facebook applicatie als een goed voorbeeld van een netwerk van relaties, waarbinnen zich een samensmelting voordoet van tijd en ruimte. Dit netwerk maakt daarnaast mogelijk naar het platform te kijken als een open systeem, waardoor alle eenheden via één digitale taal met elkaar in contact staan. De afbakening van wat als binnen en buiten kan worden gedefinieerd is daarmee flexibel geworden; er kan niet meer eenduidig gesproken worden van een binnen of buiten. Geografisch gezien is dit problematisch, want wat is dan geografie? Een traditionele benadering van geografie lijkt in het kader van media-ecologieën niet toereikend; zij gaat veelal in op het fysische aspect van geografie. Kant's benadering van geografie kan soelaas bieden. Hij benadert geografie als omgevingswetenschap, waarbij de mens in relatie met haar (fysieke) omgeving evenals de relatie tussen organismen en de omgeving wordt bestudeert (Stehouwer en De Witte, 2000). Daarbij geldt dat er geen daadwerkelijke afbakeningen bestaan, slechts administratieve. Deze administratieve afbakeningen organiseren en blijven dus bij een concept, geen absolute objecten (Peet, 1998, p. 16-19, zoals uitgelegd in Stehouwer en De Witte, 2000) (May, 1960, p.205-208 zoals uitgelegd in Stehouwer en De Witte, 2000). Deze visie op geografie komt overeen met die van Cache. Volgens Cache moeten we met betrekking tot geografie niet spreken over een frame om vanuit te bouwen, maar over een principe van het breken van schaal (1995: 70). Door in termen van schaal te spreken over geografie is het mogelijk voor alle denkbare objecten een geografische component te onderscheiden, want *“Geography is not the surroundings of the building, but rather the impossibility of its closure.”* (Cache, 1995: 70). Een gebouw heeft geen essentie, maar is een ongelimiteerd potentieel.

Wanneer een gebruiker van Facebook een statusupdate verspreidt onder zijn vrienden, verspreidt het statusbericht zich mogelijk overal ter wereld. Gebruikers die de gedeelde content lezen gaan een netwerk van relaties met elkaar aan, mogelijk gemaakt door één universele digitale taal wat alles en iedereen met elkaar verbindt. De perceptie van geografie, waarbij gebruikers bijvoorbeeld een onderscheid maken tussen fysieke objecten in een stad, verandert in een perceptie waarin we geografische ruimtes baseren op connectiviteit. De ruimtes zijn flexibel en temporeel. Als een gebruiker in Nederland een chatsessie heeft met een vriend in Australië, ontstaat er een ruimte in het medium op basis van de connectiviteit tussen beide personen. Het feit dat de Nederlander het chatgesprek voert in een drukke bus via zijn smartphone, is voor de ruimteperceptie niet van belang. De gebruiker bevindt zich tijdens de chatsessie mentaal in de ruimte gecreëerd door het medium. Daarmee is niet gezegd dat er geen sprake meer is van de ruimte in de bus, en alle mogelijke relaties die daarbinnen worden aangegaan. Immers, als de man naast je zich ergert aan het feit dat je alleen maar bezig bent met je smartphone, ga je daar ook een relatie mee aan. Het is echter een passieve relatie. De actieve relatie realiseer je mentaal met de andere persoon in Australië, via het chatgesprek in de ruimte van het medium Facebook. Ook bij het bekijken van een gedeelde foto bevindt je je mentaal in de ruimte binnen het medium Facebook, dat op dat moment een visuele representatie van die ruimte geeft in de vorm van een foto.

Deze mentaal geconstrueerde ruimte komt wellicht het beste overeen met Lefebvre's concept van *social space*. Volgens Lefebvre zijn deze sociale ruimtes sociale producten. Elke groep mensen die op enige manier sociaal met elkaar verbonden zijn creëren hun eigen sociale ruimte (Lefebvre, zoals geciteerd in Elden, 2002: 6). Gebruikers van Facebook creëren samen met hun eigen sociale groep (Facebook-vrienden) sociale



ruimtes. Technologie, en Facebook in dit geval, neemt bij de productie hiervan een mediërende rol aan (Kirsch, zoals geciteerd in Elden, 2002: 6). Ruimte is daarmee een gerealiseerd abstract evenals een mentaal en materiaal construct (Lefebvre, zoals geciteerd in Elden, 2002: 8).

Bateson stelt dat informatie pas ontstaat bij samenkomst van minimaal twee entiteiten. De binoculaire visie stelt dat informatie zich realiseert in het verschil van zicht tussen beide ogen. Minimaal twee entiteiten zijn dan nodig voor de realisatie van betekenis (Bateson, 1979). Ik zou willen pleiten voor een uitbreiding van deze binoculaire visie. Ook voor de vorming van ruimtes dient sprake te zijn van minimaal twee entiteiten, waarin de ruimte zich realiseert in het verschil. Omdat er geen sprake is van een fysieke, maar een mentale ruimte, kan deze niet tot stand komen via één entiteit. De gecreëerde digitale ruimte ontleent zijn bestaansrecht uit het feit dat minimaal twee entiteiten via een wederzijdse actieve relatie een netwerk met elkaar willen aangaan, via het medium Facebook.

Conclusie

Tijdens de paper is duidelijk geworden dat een media-ecologisch perspectief een mogelijkheid geeft media te bekijken op een andere manier dan een stabiele, determinerende entiteit. Door de Facebook applicatie te gebruiken als case is helder geworden dat een media-ecologische benadering het mogelijk maakt in kaart te brengen hoe een medium relaties aangaat met de omgeving waarin het functioneert. Door het ontstaan van een dergelijk web van relaties fungeert de Facebook applicatie als een universele taal, die overal in de maatschappij verbindingen aangaat, ongeacht waar de gebruikers zich bevinden. Dit leidt op zijn beurt tot een verandering in de perceptie van geografie. Waar vóór dergelijke mediavormen sprake was van gesloten systemen, waarbij de maatschappij voornamelijk functioneerde op basis van gesloten systemen en fysieke geografie, zijn mobiele applicaties als Facebook open systemen waarbij de perceptie van geografie in hoge mate beïnvloedt wordt door mentale processen. Ruimtevorming door middel van open systemen wordt daarbij gevormd door minimaal twee entiteiten die via een netwerk van verbindingen een relatie met elkaar willen aangaan. Fysieke ruimte is daarbij secundair, omdat de ruimte voor de connectie zich in het medium openbaart. Deze verandering in geografische perceptie is één van de uitkomsten die zich niet openbaren bij het gebruik van een technologisch deterministische of sociaal constructivistische benadering van media.

Discussie

Het gebruiken van een mediavorm als Facebook als case om duiding te geven aan de media-ecologische benadering van media is mijns inziens een goede methode om de potentie van deze benadering in kaart te brengen. Dit betekent echter niet dat deze uitwerking zonder meer gegeneraliseerd kan worden naar andere mediavormen. Elke mediavorm zal een andere *mapping* krijgen wanneer deze benaderd wordt als media-ecologie. Ik wil dan ook geenszins algemene claims maken over (nieuwe) media.

Voor het toelichten van Facebook als media-ecologie, en de verdere consequenties die de benadering bewerkstelligt met betrekking tot de perceptie van geografie, heb ik gebruik gemaakt van een kwalitatieve benadering van een selectie van onderdelen van Facebook. Ik heb daar gezien de omvang van de paper keuzes



in moeten maken. Deze keuzes zijn bepalend voor de uitwerking zoals besproken. Zo zal een media-ecologische benadering van de *like-button* van Facebook een andere uitwerking opleveren. Deze paper is daardoor dus geen allesomvattende uitwerking van de Facebook applicatie als media-ecologie. Wel heb ik getracht aan te geven dat de media-ecologische benadering zeer goed toepasbaar is op onze huidige en vermoedelijk toekomstige mediavormen, teneinde tot nieuwe inzichten te komen over de werking van mediavormen in onze maatschappij.



Literatuur

Bateson, G. *Mind and Nature: A Necessary Unity*. California: Hampton Press, 1979.

'Beurswaarde Facebook ruim 75 miljard' (2012) *Nu.nl* - 23/02/12
<http://www.nu.nl/beurs/2726250/beurswaarde-facebook-ruim-75-miljard.html>

Cache, B. *Earth Moves, The Furnishing of Territories*. Cambridge: MIT Press, 1995.

'De wereld in je broekzak' *HumanMediaDesign.nl* - 13/03/12
<http://www.humanmediadesign.nl/dmdocuments/Artikel%20smartphone%20%20De%20wereld%20in%20je%20broekzak.pdf>

Deleuze, G. "Postscript on the societies of Control." *October* (59) (1992). Ook online:
http://www.mccoospace.com/nyu/10_s/ideas/texts/week08-Deleuze.pdf

Elden, S. "There is a Politics of Space because Space is Political. Henri Lefebvre and the Production of Space." *An Architektur* (1) (2002). Ook online: http://www.anarchitektur.com/aa01_lefebvre/aa01_elden_en.html

'Facebook' (2012) *Wikipedia.org* - 23/02/12
<http://nl.wikipedia.org/wiki/Facebook>

'Facebook Increases Maximum Status Update Length To 63,206 Characters.' (2011) *ReFace.me* - 16/03/12
<http://reface.me/news/maximum-characters-facebook-status-update/>

'Facebook telt 250 miljoen mobiele gebruikers' (2011) *Nu.nl* - 23/02/12
<http://www.nu.nl/internet/2483745/facebook-telt-250-miljoen-mobiele-gebruikers.html>

Fuller, M. *Media Ecologies. Materialist Energies in Art and Technoculture*. 1st ed. Cambridge: The MIT Press, 2007.

'Groei Facebook stagneert' (2011) *Nu.nl* - 23/02/12
<http://www.nu.nl/internet/2538864/groei-facebook-stagneert.html>

Guattari, F. "The Three Ecologies" *New Formations* (8) (1989). Ook online:
http://www.amielandmelburn.org.uk/collections/newformations/08_131.pdf

Guattari, F. *The Three Ecologies*. 2e e.d. New York: The Athlone Press, 2000.

Haselton, T. 'Facebook launches Messenger chat app for Android, iPhone' (2011) *BGR.com* - 12/03/12
<http://www.bgr.com/2011/08/09/facebook-launches-messenger-chat-app-for-android-iphone/>



'Kamer wil onderzoek privacyschending Facebook' (2011) *Nu.nl* - 23/02/12

<http://www.nu.nl/internet/2629531/kamer-wil-onderzoek-privacyschending-facebook.html>

Latour, B. *Reassembling The Social. An Introduction to Actor-Network-Theory*. 1st ed. Oxford: Oxford University Press, 2005.

Lister et al. *New Media. A Critical Introduction*. 2e ed. New York: Routledge, 2009.

McLuhan, M. *Understanding Media*. 1e. e.d. New York: Routledge, 1964.

Mous, A. 'Bijna 25 miljard downloads uit app store' (2012) *Techzine.nl* - 23/02/12

<http://www.techzine.nl/nieuws/29134/bijna-25-miljard-downloads-uit-app-store.html>

Parikka, J. *Insect Media. An Archaeology of Animals and Technology*. 1st ed. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2010.

Parikka, J. "Media Ecologies and Imaginary Media: Transversal Expansions, Contractions and Folding." *The Fiberculture Journal* (17) (2011). Ook online: <http://seventeen.fibreculturejournal.org/fcj-116-media-ecologies-and-imaginary-media-transversal-expansions-contractions-and-foldings/>

Stehouwer, M., N. de Witte. "*Kant. De Filosofie van de Ruimte*" (2000). Ook online:

<http://socgeo.ruhosting.nl/html/files/geoapp/Werkstukken/Kant.PDF>