

UNIVERSITEIT UTRECHT

Facebook Search

in de context van hedendaagse surveillance



Simone Magilse 4214110

BA eindwerkstuk

Ingrid Hoofd

Pre-master NMDC

Blok 4 2014-2015

19/06/15

Abstract

De introductie van de Facebook Search in 2013 heeft deuren geopend voor de ‘search engine business’ en wordt hierdoor ook wel de ‘future of search’ genoemd. Facebook Search is een semantische zoekmachine die ondersteuning biedt in het doorzoeken van informatie van de 900 miljoen dagelijks actieve gebruikers van Facebook. De data die hiervoor worden gebruikt, worden verzameld vanuit de informatie die mensen delen op Facebook. Dit roept interessante vragen op met betrekking tot hedendaagse surveillancepraktijken. De focus van dit onderzoek ligt daardoor dan ook op de vraag hoe Facebook Search begrepen kan worden als exponent van hedendaagse surveillance. Hierbij is Facebook Search het primaire object van studie. Het argument dat hierbij wordt gesteld is dat Facebook Search zowel uitbuitende als participatieve vormen van surveillance laat zien, wat bijdraagt aan een nieuwe vorm van sociale organisatie. Aan de hand van de social sorting-theorie van David Lyon wordt aangetoond dat met Facebook Search persoonlijke informatie wordt gefilterd en gecategoriseerd, wat van invloed is op de online kennisvergaring en participatie van gebruikers.

Kernwoorden: Facebook Search, Social Sorting, Web 2.0 surveillance, Participatory surveillance, Social Search.

Inhoudsopgave

1	Introductie Facebook Search	5
1.1	Inleiding	5
1.2	Relevantie.....	6
1.3	Methoden	6
2	Theoretisch kader: een blik op hedendaagse surveillance	8
2.1	Surveillance als social sorting.....	8
2.2	Surveillance en web 2.0	10
2.3	Surveillance als participatory surveillance	11
3	Objectanalyse	12
3.1	Facebook Search en zijn ‘social ties’	12
3.2	Facebook Search en social sorting	13
4	Facebook Search een panoptic sortingmachine?	16
4.1	Facebook Search benaderd als exploitatiemachine.....	16
4.2	Facebook Search als vorm van participatory surveillance.....	17
5	Conclusie	19
	Bibliografie	22
	Bijlage	24

Lijst met afbeeldingen

Afbeelding 1. Zoekbalk Facebook Search	13
Afbeelding 2. Getoonde zoekopties Facebook Search.....	15
Afbeelding 3. Zoekresultaten in Facebook Search	15
Afbeelding 4. Facebook Search Cheat Sheet	24

1 Introductie Facebook Search

1.1 Inleiding

De toegenomen computerafhankelijkheid en de verwerking van persoonlijke informatie via internet hebben ervoor gezorgd dat surveillance een alledaagse praktijk is geworden.¹ Professor in Surveillance Studies, David Lyon, definieert surveillance als iedere vorm van verzameling en verwerking van persoonlijke gegevens, met het oog op het beïnvloeden, beheren of beschermen van degene wiens data zijn verzameld.² Vooral sociale media bieden tegenwoordig de mogelijkheid tot snelle onderling verbonden vormen van informatieverzameling.³ Gebruikers kunnen in een hoog tempo content creëren en persoonlijke informatie reproduceren.

Facebook lanceerde in 2013 Facebook Search, destijds onder de naam Facebook Graph Search.⁴ Met de Facebook Search is het mogelijk om alle sociale content binnen Facebook te doorzoeken, wat voorheen met de toepassingen News Feed en Timeline nog niet mogelijk was. Met deze zoekoptie zet Facebook een nieuwe stap binnen de search engine business, omdat het de eerste zoekmachine is die de beschikking heeft over een enorme hoeveelheid persoonlijke data die gebaseerd is op de relaties van zijn gebruikers. Facebook wil hiermee de sociale content transparanter maken en het gebruikersnetwerk toegankelijker.⁵ Dit sluit aan bij Facebooks missie: “To give people the power to share, communicate and stay connected with their friends and family, and to make the world more open and connected.”⁶

Het feit dat Facebook Search sociale verbindingen zichtbaar maakt, wat zowel online als offline consequenties heeft, was voor mij aanleiding om hiernaar onderzoek te doen in relatie tot surveillance. De transparantie van Facebook Search is namelijk niet alleen interessant voor gebruikers die hun vriendennetwerk kunnen doorzoeken, maar ook voor bedrijven en instanties die kunnen inspelen op de persoonlijke behoeften van gebruikers. Dit roept implicaties op in de context van hedendaagse surveillance, omdat het twee schijnbaar tegenstrijdige kanten in zich verenigt. Aan de ene kant heeft een gebruiker meer mogelijkheden om te navigeren door dit sociale web, wat bij kan dragen aan een meer ‘empowering’ vorm van participatie. Aan de andere kant kan deze transparantie onderdeel uitmaken van de ‘political economy’ van Facebook. Gebruikers worden als het ware in

¹ David Lyon, *Surveillance Studies: An Overview* (Cambridge, UK ; Malden, MA: Polity, 2007).

² David Lyon, *Surveillance Society: Monitoring Everyday Life* (McGraw-Hill Education (UK), 2001), 2.

³ danah M. boyd and Nicole B. Ellison, “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship,” *Journal of Computer-Mediated Communication* 13, no. 1 (October 1, 2007): 210–30, doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x.

⁴ Drew Olanoff et al., “Facebook Announces Its Third Pillar ‘Graph Search’ That Gives You Answers, Not Links Like Google,” *TechCrunch*, accessed January 24, 2015, <http://social.techcrunch.com/2013/01/15/facebook-announces-its-third-pillar-graph-search/>.

⁵ Network World. *Mark Zuckerberg Explains Facebook’s New Graph Search*, 2013, accessed November 3 2014. https://www.youtube.com/watch?v=U94DTrijAvuA&feature=youtube_gdata_player.

⁶ “Facebook,” *Facebook*, accessed May 1, 2015, <https://www.facebook.com/facebook?sk=info>.

‘hokjes’ gestopt. Deze categorisatie van persoonlijke gegevens noemt David Lyon ook wel, ‘social sorting’.⁷ Dit is volgens Lyon binnen de surveillancetheorie een belangrijk uitgangspunt. In de context van *social media surveillance*, dragen gebruikers bij aan deze vorm van social sorting door zichzelf in feite te categoriseren, onder andere door het posten van berichten en het gebruiken van keywords.⁸ Hierdoor vindt een verschuiving plaats in de subjectivering van het individu. Het is daarom interessant om te kijken naar de betekenis van het begrip ‘social sorting’ met betrekking tot hedendaagse sociaal-technologische ontwikkelingen, zoals Facebook Search. Het doel van dit onderzoek is om inzicht te krijgen in Facebook Search als object van hedendaagse surveillance. Ik wil aantonen dat Facebook Search inzicht biedt in de wijze waarop surveillance tegenwoordig een rol speelt, waarbij de social sorting-theorie van Lyon dient als uitgangspunt. Het onderzoek is uitgevoerd aan de hand van de vraag: hoe kan Facebook Search begrepen worden als exponent van hedendaagse surveillance? Hierbij is als these gesteld dat Facebook Search gezien kan worden als object dat twee aspecten in zich verenigt: zowel onderdrukkend als ‘empowering’.

1.2 Relevantie

Omdat Facebook Search een recente ontwikkeling is van een van de grootste sociale netwerken, is het van belang om dit object nader te onderzoeken. Er is nog niet eerder fundamenteel onderzoek verricht naar Facebook Search en de consequenties voor surveillancedoeleinden. Dit onderzoek draagt bij aan de bestaande literatuur over sociale media en surveillance, omdat het aantoont hoe ‘search’ steeds socialer wordt en de context van surveillance daardoor ook steeds meer participatief wordt. Het laat zien hoe gebruikers tegenwoordig ‘zoeken’ en gezocht worden. Het onderzoek toont bovendien aan dat Facebook Search een recent voorbeeld is van de ambivalente uitwerking van hedendaagse surveillance. Maatschappelijk gezien is dit onderzoek relevant, omdat het gebruikers bewuster maakt van het ontsluiten van persoonlijke informatie. De verwerking hiervan is vaak niet zichtbaar, ofwel ‘geblackboxt’. Hierdoor dragen gebruikers dagelijks bij aan het ontsluiten van surveillance, zonder zich hier bewust van te zijn. Onderzoek hiernaar is van maatschappelijk en ethisch belang, omdat gebruikers hierdoor hun eigen gebruik beter kunnen bewaken. Daarnaast is het interessant voor huidige ontwikkelingen in bijvoorbeeld de privacywetgeving, omdat Facebook Search consequenties heeft voor de privacy en de controle in het online landschap. In de volgende paragraaf wordt beschreven op welke manier het onderzoek is uitgevoerd om de these van dit onderzoek te kunnen onderbouwen.

⁷ David Lyon, *Surveillance as Social Sorting: Privacy, Risk, and Digital Discrimination* (Psychology Press, 2003).

⁸ Colin J. Bennett et al., eds., *Transparent Lives: Surveillance in Canada* (Athabasca University Press, 2014), 167.

1.3 Methoden

Om een antwoord te formuleren op de onderzoeksvraag dient in dit onderzoek Facebook Search als primair object van studie. Om een algemeen beeld te kunnen schetsen van de werking van Facebook Search is een Material Object Analyse toegepast. Een objectanalyse analyseert de eigenschappen van het object en analyseert welke acties het stimuleert.⁹ Het toont aan hoe bepaalde fenomenen materialiseren. In dit onderzoek worden op deze wijze de mediums specifieke eigenschappen – ofwel affordances – van Facebook Search bestudeerd. De affordances beschrijven de specificiteit van een technologie en schetsen de fundamentele eigenschappen die bepalen hoe een object kan worden gebruikt.¹⁰ Donald Norman spreekt in dit verband van affordance als iets dat gedrag stimuleert of blokkeert.¹¹ Daarnaast gebruik ik het Capture Model van Philip Agre. Dit model gaat ervan uit dat gebruikersinterfaces menselijke activiteit conditioneren.¹² Hierdoor wordt gedetailleerd in kaart gebracht hoe social sorting en participatie functioneren via dit object. Met deze objectanalyse toon ik aan hoe social sorting een rol speelt in sociaal-technologische ontwikkelingen als Facebook Search.

Daarna ga ik door middel van een kritische analyse dieper in op de gedachtegang van Facebook als exploitant van hedendaagse surveillance. Hierbij heb ik voornamelijk gebruikgemaakt van de kritiek van Christian Fuchs, die Facebook benadert als een ‘panoptic sortingmachine’. In deze discussie geef ik aan dat Facebook Search als sociaal platform niet simpelweg gezien kan worden als algehele surveillance machine, maar dat we kritisch moeten kijken naar de manier waarop Facebook Search online participatie beïnvloedt. De theorieën *Web 2.0 surveillance* van Fuchs en *participatory surveillance* van Albrechtslund ondersteunen deze analyse. Deze theorieën komen expliciet aan de orde in het volgende hoofdstuk.

Dit onderzoek heeft niet de intentie inzicht te bieden in de algoritmen van Facebook Search. Het maakt wel duidelijk hoe de interface en affordances van het platform nieuwe vormen van participatie en social sorting laten zien. Voordeel van bovengenoemde methoden is dat via de objectanalyse een gedetailleerd beeld van de bruikbaarheid van het object kan worden geschetst, ondersteund door de theoretische concepten. Het volgende hoofdstuk beschrijft het theoretisch kader dat dieper ingaat op de surveillancetheorieën die dit onderzoek structureren. In de conclusie worden de bevindingen aan elkaar gekoppeld, waarbij de terminologie als handvat dient om kritische uitspraken te kunnen doen over Facebook Search.

⁹ Tim Ingold, “Materials against Materiality,” *Archaeological Dialogues* 14, no. 01 (June 2007): 1–16, doi:10.1017/S1380203807002127.

¹⁰ Mirko Tobias Schäfer, *Bastard Culture! How User Participation Transforms Cultural Production* (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2011), 16.

¹¹ Donald Norman, *The Design of Everyday Things* (Cambridge, MA: MIT Press, 1998).

¹² Philip E. Agre, “Surveillance and Capture: Two Models of Privacy,” *The Information Society* 10, no. 2 (April 1, 1994): 101–27, doi:10.1080/01972243.1994.9960162.

2 Theoretisch kader: een blik op hedendaagse surveillance

2.1 Surveillance als social sorting

Surveillance is not simply good or bad, helpful or harmful. At the same time, neither is it ever neutral. – David Lyon

Het vergaren van persoonsgegevens voor gedetailleerde analyse gebeurt tegenwoordig routinematig en is een onvermijdelijk onderdeel geworden in hedendaagse samenlevingen.¹³ Allerlei partijen zijn geïnteresseerd in het vergaren van persoonlijke gegevens voor diverse doeleinden, zoals de overheid, bedrijven, marketeers en gebruikers zelf. Hierdoor kan surveillance gezien worden als alomtegenwoordig. In het boek *Surveillance as Social Sorting* bespreekt Lyon de implicaties van surveillance met betrekking tot opkomende ‘coderende’ en ‘mobiele’ aspecten van surveillance.¹⁴ Hij stelt dat het menselijk leven ondenkbaar is zonder sociale en persoonlijke categorisatie.¹⁵ De komst van digitale technologieën heeft ervoor gezorgd dat dit proces is gerationaliseerd en geautomatiseerd. Het surfen op het web, het accepteren van ‘cookies’ en het inloggen op webpagina’s dragen eraan bij dat data worden gefilterd, gecategoriseerd en vertaald naar bijvoorbeeld gepersonaliseerde advertenties. Informatie wordt verwerkt naar onze persoonlijke profielen, wat van invloed is op onze keuzes en veranderingen.¹⁶ Dit is wat ‘social sorting’ tegenwoordig kenmerkt en symboliseert, volgens Zygmunt Bauman en Lyon, het best hedendaagse surveillance.¹⁷ Deze vorm van sorteren gaat volgens hen gepaard met een proces van discriminatie, waarbij informatie wordt gefilterd en gecategoriseerd met het doel iemand te beoordelen.¹⁸ Als een gebruiker bijvoorbeeld een ‘cookie’ niet accepteert op een website, hoeft hij ook geen gepersonaliseerde informatie te verwachten. Dit kan bepaalde keuzes beïnvloeden. Het zorgt ervoor dat surveillance als social sorting niet alleen een kwestie is van persoonlijke privacy, maar ook van sociale rechtvaardigheid. Volgens Lyon is het concept van social sorting hierdoor elementair in het onderzoek naar hedendaagse vormen van surveillance. Het beargumenteert hoe sociale controle in handen is van codes en algoritmes die informatie sorteren en categoriseren. Door middel van het concept ‘social sorting’ wordt aangetoond hoe Facebook Search een proces van automatische categorisatie bewerkstelligt, waardoor een nieuwe vorm van sociale organisatie plaatsvindt.

Het concept social sorting van Lyon is gebaseerd op Oscar Gandys idee van *panoptic*

¹³ Lyon, *Surveillance as Social Sorting*, 1.

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Ibid, 13.

¹⁶ Bennett et al., *Transparent Lives*, 4.

¹⁷ Zygmunt Bauman and David Lyon, *Liquid Surveillance: A Conversation* (John Wiley & Sons, 2013).

¹⁸ Lyon, *Surveillance as Social Sorting*, 20.

sorting.¹⁹ Gandy was een van de eersten die gedetailleerd inging op het ‘sorteren’ van individuen in verschillende categorieën op basis van verschillende karakteristieken. Panoptic sorting is een discriminerend proces dat individuen sorteert op basis van hun politieke of economische waarde. Het is volgens Gandy een systeem van macht en gedisciplineerde surveillance dat identificeert, classificeert en beoordeelt.²⁰ Hij beschrijft het als een kapitalistisch systeem dat gebaseerd is op machtsrelaties, afkomstig van het panopticon-concept.²¹ Het bekende werk van Foucault met betrekking tot Jeremy Bentham’s *panopticon* gaat uit van een gedisciplineerde vorm van macht.^{22 23} Traditionele surveillancemodellen zijn vaak gericht op controle en machtsverhoudingen. Dit werk is dan ook uitgegroeid tot een toonaangevend wetenschappelijk model voor het analyseren van surveillance. Het heeft geresulteerd in verschillende theoretische concepten over surveillance zoals bijvoorbeeld het ‘superpanopticon’ van Mark Poster en ‘electronic panopticon’ van Lyon.^{24 25}

Om grip te krijgen op hedendaagse sociale en technologische ontwikkelingen hebben theoretici getracht dit model achter zich te laten. Zo betwijfelt Lyon of het idee van het panopticon nog bruikbaar is om ‘electronic surveillance’ te bestuderen.²⁶ Doordat surveillance nu alomtegenwoordig is en niet meer puur gericht is op ‘face-to-face’-relaties met betrekking tot macht en discipline, lijken deze concepten volgens Lyon minder relevant.²⁷ Dit is zeker bij sociale netwerksites het geval, waarbij de hiërarchische vormen van surveillance niet meer zo vanzelfsprekend zijn. Gilles Deleuze geeft in zijn werk ‘Postscript on the Societies of Control’ aan dat we zijn overgestapt van een ‘gedisciplineerde maatschappij’ naar het leven in een controlemaatschappij.²⁸ Hij stelt dat we leven in een ‘gegeneraliseerde crisis’ die in relatie staat tot alle milieus die ons omgeven, zoals de gevangenis, het ziekenhuis, school en familie. Iedereen weet volgens hem dat deze ‘gedisciplineerde omgevingen’ ooit eindigen. Hij stelt dan ook: “It’s only a matter of administering their last rites and of keeping people employed until the installation of the new forces knocking at the door.” Hij beschrijft dit als de ‘society of control’ die de gedisciplineerde maatschappij vervangt. We kunnen tegenwoordig bijvoorbeeld online een opleiding volgen of werken

¹⁹ Oscar H. Gandy, *The Panoptic Sort: A Political Economy of Personal Information. Critical Studies in Communication and in the Cultural Industries*. (Westview Press, Inc., 5500 Central Avenue, Boulder, CO 80301-2877 (paperback: ISBN-0-8133-1657-X, 1993), <http://eric.ed.gov/?id=ED377817>).

²⁰ Christian Fuchs, “New Media, Web 2.0 and Surveillance,” *Sociology Compass* 5, no. 2 (February 1, 2011): 139, doi:10.1111/j.1751-9020.2010.00354.x.

²¹ Gandy, *The Panoptic Sort*.

²² Gilbert Caluya, “The Post-Panoptic Society? Reassessing Foucault in Surveillance Studies,” *Social Identities* 16, no. 5 (September 1, 2010): 621–33, doi:10.1080/13504630.2010.509565.

²³ Michel Foucault, *Discipline and Punish: The Birth of the Prison* (Vintage Books, 1977).

²⁴ David Lyon, *The Electronic Eye: The Rise of Surveillance Society* (U of Minnesota Press, 1994).

²⁵ Mark Poster, *The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context*, 2nd edition (Chicago: University of Chicago Press, 1990).

²⁶ Lyon, *The Electronic Eye*. “From Big Brother to Electronic Panopticon”.

²⁷ Lyon, *Surveillance as Social Sorting*.

²⁸ Gilles Deleuze, “Postscript on the Societies of Control,” *October* 59 (January 1, 1992): 3–7.

vanuit huis. Dit wordt voornamelijk gekenmerkt door de codes en algoritmen die op ieder moment van de dag onze activiteiten reguleren.

In onderzoek naar Facebook Search is het interessant het metaforisch model van de panopticon als grondslag te zien voor hedendaagse ontwikkelingen in surveillance, om kritisch te kunnen kijken naar de manier waarop social sorting plaatsvindt. Tegelijkertijd gebruik ik Deleuze om te laten zien dat we zijn voorbijgegaan aan deze vorm van discipline en leven in een onafgebroken netwerk dat onze huidige maatschappij typeert. De volgende paragrafen gaan dieper in op zowel een uitbuitend als een ‘empowering’ perspectief van surveillance, dat nodig is om Facebook Search als ambivalent object te kunnen begrijpen.

2.2 Surveillance en web 2.0

Omdat sociale netwerken gebaseerd zijn op het vergaren van grote hoeveelheden persoonlijke data, is het van belang om stil te staan bij de vraag waarom dit zo functioneert en of dit vormen van kapitalisme en macht voedt. Christian Fuchs is een theoreticus die surveillance benadert als een ‘negatieve vorm’ van machtsverhouding en sociale controle. In het artikel ‘New Media, Web 2.0 and Surveillance’ bespreekt hij de ontwikkelingen van surveillance met betrekking tot Web 2.0.²⁹ *Web 2.0 surveillance* is een vorm van surveillance die volgens hem overheersing uitoefent door gebruik te maken van de specifieke eigenschappen van het hedendaagse internet, zoals gebruikersgegenereerde content en dynamische informatiestromingen. Zeker bij het internet en web 2.0 ziet hij deze overheersing alleen maar toenemen. Web 2.0 surveillance is volgens hem gericht op grote gebruikersgroepen die bijdragen aan het produceren en reproduceren van surveillance door het verstrekken van zelfgeproduceerde content. Dit kan gekarakteriseerd worden als ‘mass-selfsurveillance’.³⁰ Fuchs ziet Facebook als het ‘ideale’ voorbeeld van Web 2.0 surveillance met economische doeleinden en noemt het, gebaseerd op de panoptic sorting theorie van Gandy, ‘a panoptic sorting machine’. Volgens hem identificeert Facebook de interesses van gebruikers door bij het registreren het uploaden van persoonlijke informatie te verplichten. Hij ziet dit als een vorm van panoptic online sorting, gericht op identificatie, classificatie en beoordeling en noemt social mediagebruikers ook wel een ‘audience commodity’.³¹ Deze kritiek van Fuchs is interessant, omdat het laat zien hoe surveillance kan worden gebruikt voor kapitalistische praktijken, zoals het doorspelen van persoonlijke informatie aan adverteerders. Een andere benadering is om surveillance, in relatie met sociale media, te zien als ‘empowering’ en als iets sociaals. De volgende paragraaf gaat hier verder op in.

²⁹ Fuchs, “New Media, Web 2.0 and Surveillance.”

³⁰ Ibid., 138.

³¹ Christian Fuchs, “The Political Economy of Privacy on Facebook,” *Television & New Media* 13, no. 2 (March 1, 2012): 139–59, doi:10.1177/1527476411415699.

2.3 Surveillance als participatory surveillance

Hoewel internetsurveillance vaak een ‘negatieve’ lading heeft, is de manier waarop we informatie vergaren en communiceren via het web steeds belangrijker geworden. Sociale media en zoekmachines zijn gebaseerd op de sociale interactie van hun gebruikers en de collectiviteit van persoonlijke ‘sharing-practices’. Dit wordt ook wel ‘the emergence of sociable search’ genoemd.³²

Door het ter beschikking stellen van persoonlijke data en de continuïteit van online communicatie kunnen gebruikers niet meer simpelweg gezien worden als objecten van informatie, maar zijn gebruikers ontwikkeld tot actieve subjecten in communicatie.^{33,34} Anders Albrechtslund probeert het conventionele onderdrukkende idee van surveillance achter zich te laten en belicht surveillance in de context van sociale netwerksites als ‘empowering’ en zelfs iets speels en stelt: “Its a sharing-practice instead of an information trade.”³⁵ Hij noemt dit *participatory surveillance*. Deze term is al eerder gebruikt door Mark Poster in *The Mode Of Information*.³⁶ Poster gaat uit van een ‘superpanopticon’ waarbij gebruikers niet worden gedisciplineerd, maar actief deelnemen aan hun eigen surveillance door het continu verschaffen van informatie aan databases. Hij bespreekt de subjectivering van het individu in een nieuwe communicatieomgeving. Het superpanopticon beschrijft een nieuwe manier waarop de massa kon worden gecontroleerd, waarbij mensen zichzelf construeren als gedisciplineerde subjecten, zonder dat ze hier zelf bewust van zijn.³⁷ Ook Deleuze schrijft in zijn ‘postscript’ over de subjectivering van het individu. Het individu is volgens hem ‘divided’ en kan in de ‘society of control’ niet gezien worden als een op zichzelfstaande eenheid. Hij stelt: “Individuals have become ‘dividuals’, and masses, samples, data, markets or ‘banks’”.³⁸ Albrechtslund gebruikt het concept van participatory surveillance met betrekking tot het individu juist om ‘sociale’ en ‘speelse’ aspecten van surveillance te belichten. De vrijwillige betrokkenheid, door Poster benoemd als superpanopticon, ziet Albrechtslund als het voornaamste doel van participatory surveillance. Hij ontwikkelt participatory surveillance met betrekking tot ‘user-empowerment’, ‘subjectivity-building’ en ‘information sharing’.³⁹ In deze context biedt surveillance mogelijkheden om actie te ondernemen, informatie over elkaar op te zoeken en te communiceren. Hij stelt dat sociale netwerken daardoor laten zien dat surveillance ook uitermate sociaal kan zijn. Het faciliteert gebruikers tot vormen van identiteitsconstructie en sociale interactie. In tegenstelling tot Fuchs stelt hij dat surveillance voor socialmediagebruikers juist versterkend is en geen vorm van schending bevat. Hij verwerpt echter niet

³² Alexander Halavais, *Search Engine Society* (Polity, 2008).

³³ Foucault, *Discipline and Punish*.

³⁴ Fuchs, “New Media, Web 2.0 and Surveillance.”

³⁵ Anders Albrechtslund, “Online Social Networking as Participatory Surveillance,” *First Monday* 13, no. 3 (2008), <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2142>.

³⁶ Poster, *The Mode of Information*.

³⁷ Ibid.

³⁸ Deleuze, “Postscript on the Societies of Control.”

³⁹ Albrechtslund, “Online Social Networking as Participatory Surveillance.”

de negatieve concepten met betrekking tot surveillance en sociale media, maar stelt dat deze niet altijd moeten domineren in het onderzoek naar surveillance. Volgens hem omvatten deze conventionele concepten niet ieder perspectief van socialmediagebruik.

Bovenstaande theorieën dragen eraan bij Facebook Search als ambivalent object te bestuderen in de context van hedendaagse surveillance. Ze tonen aan dat surveillance tegenwoordig op verschillende manieren kan worden benaderd en zijn daarom leidend voor dit onderzoek. Dit onderzoek naar Facebook Search voegt iets toe aan de literatuur, omdat het de ambivalente werking van surveillance in kaart brengt, doordat het laat zien dat het zowel vormen van exploitatie en uitbuiting bevat, als versterkend en participatief is. Het toont aan dat surveillancetheorieën moeten worden uitgebreid en dat er niet alleen naar surveillance gekeken kan worden vanuit conventionele onderdrukkende surveillancetheorieën. Facebook Search kan gezien worden als ambivalent object, waarin onderdrukking en participatie met elkaar verstrengeld zijn. Het volgende hoofdstuk analyseert de specifieke uitwerking van dit object door het in kaart brengen van de mediumspecifieke eigenschappen.

3 Objectanalyse

3.1 Facebook Search en zijn ‘social ties’

Facebook Search is sinds 2013 de derde pijler van Facebook. Naast de pijlers Timeline en Newsfeed, waarin gebruikers content kunnen bekijken, plaatsen en reproduceren, kan er met Facebook Search nu ook specifiek gezocht worden binnen deze content. De ‘social graph’, waarnaar Facebook Search in eerste instantie vernoemd was, is een verzamelnaam voor het in kaart brengen van relaties en zaken waarin mensen geïnteresseerd zijn. Facebook-CEO Mark Zuckerberg omschrijft het als volgt: “Giving people the tools to map out their relationships with the people and things they care about. We call this map the graph.”⁴⁰ David Lyon en Daniel Trottier noemen de sociale verbanden die in kaart worden gebracht door de constructie van een sociaal netwerk ook wel ‘social ties’.⁴¹ Door het doorzoekbaar maken van deze social ties kan Facebook Search gezien worden als een toonaangevend voorbeeld van ‘social search’, het creëren van een zoekmachine die niet is gebaseerd op websites maar op mensen, plaatsen en dingen.⁴² Dit biedt mogelijkheden tot nieuwe vormen van participatie en heeft consequenties voor verschillende surveillancedoeleinden, omdat Facebook Search hiermee het zoeken naar persoonlijke informatie vereenvoudigt.

⁴⁰ Tom Stocky and Lars Rasmussen, “Introducing Graph Search Beta | Facebook Newsroom,” January 15, 2013, <http://newsroom.fb.com/news/2013/01/introducing-graph-search-beta/>.

⁴¹ Christian Fuchs et al., *Internet and Surveillance: The Challenges of Web 2.0 and Social Media* (Routledge, 2012).

⁴² Simon Penson, “The Marketer’s Guide to Facebook Graph Search,” *Moz*, November 9, 2014, <https://moz.com/blog/facebook-graph-search-guide>.

De belangrijkste functionaliteit van Facebook Search is dat het is ontwikkeld tot semantische zoekmachine. Dat betekent dat het probeert resultaten te geven die gerelateerd zijn aan de context van iemands zoekterm. Via de algemene zoekbalk bovenaan een Facebookpagina kan iemand een zoekopdracht invoeren die gericht is op natuurlijk taalgebruik, bijvoorbeeld ‘pages liked by my friends’.⁴³ In de balk staat ‘Search Facebook’ (afbeelding 1), wat een gebruiker ‘letterlijk’ uitnodigt om een zoekopdracht in te voeren. Voorheen kon via deze balk alleen gezocht worden naar personen of pagina’s en stond er ‘Search for people, places and things’. Omdat de zoekbalk aangeeft op welke wijze het object kan worden gebruikt, dient het als een affordance. Bovendien fungeert de zoekbalk als een sociale conventie,⁴⁴ omdat gebruikers hebben ‘geleerd’ dat ze met een zoekbalk bepaalde content kunnen opzoeken. Het zoeken van informatie typeert hiermee een activiteit die in online gebruik is genormaliseerd. De zoekbalk kan gezien worden als de primaire eigenschap van Facebook Search die het zoeken van content faciliteert en de social ties zichtbaar helpt te maken. Hiermee stuurt Facebook een bepaalde gebruikersactiviteit aan, waardoor zoeken op het platform uitnodigt tot verschillende surveillanctiepraktijken, zowel ‘empowering’ als onderdrukkend.



Afbeelding 1. Zoekbalk Facebook Search

3.2 Facebook Search en social sorting

Voordat een gebruiker kan netwerken, communiceren en content kan doorzoeken via Facebook, moet hij zich registreren en de privacyvoorwaarden accepteren. Bij deze registratie wordt gevraagd om persoonlijke informatie zoals naam, e-mailadres, geboortedatum en geslacht. Deze identificatie kan, Lyons theorie volgend, worden gezien als een eerste stap van ‘social sorting’ op het platform. Vervolgens stimuleert Facebook gebruikers om meer informatie in te voeren zoals een profielfoto, educatie, werkgever en relatiestatus om het gebruikersprofiel compleet te maken. Facebook classificeert en sorteert deze informatie in bepaalde consumentengroepen om de data vervolgens zo persoonlijk mogelijk aan de gebruiker terug te koppelen.

Als er via de zoekbalk van Facebook Search wordt gezocht op bijvoorbeeld ‘Photo’s that I like’ wordt een aantal zoekopties getoond, zoals ‘Photos that I like’, ‘Photos that I like by my friends’, ‘Photos that I like by me’(afbeelding 2). Tevens worden pagina’s getoond die gerelateerd zijn aan deze woorden, bijvoorbeeld: ‘Photos that I liked’ of ‘My 5 photos that I liked’. Het zoekresultaat komt overeen met complete zinnen, in plaats van alleen keywords. Facebook Search is gericht op het laten zien van semantische zoekresultaten die gebaseerd zijn op iemands recente likes en

⁴³ De zoekopdrachten zijn benoemd in het Engels aangezien de toepassing alleen nog beschikbaar is voor Engelstalige U.S gebruikers, 2015.

⁴⁴ Norman, *The Design of Everyday Things*.

statusupdates van vrienden. De zoekmachine veronderstelt dat een gebruiker met de zoekopdracht 'Photos that I like' zijn recent gelijke foto's wil opvragen en toont foto's die hiernaar verwijzen. Behalve dat de zoekresultaten worden gebaseerd op contextinformatie, worden de resultaten tevens getoond op basis van keywords (afbeelding 3). Er wordt een overzicht getoond van berichten uit het gebruikersnetwerk die deze woorden bevatten. Dit kan content zijn van bedrijven of vrienden die een gebruiker heeft geliked. Alle zoekresultaten worden vervolgens via de aspecten 'Top, People, Photos, Pages, Places en More' onderverdeeld (afbeelding 3). Dit zijn knoppen die een gebruiker ondersteunen in het sorteren en personaliseren van de zoekresultaten. Het algoritme van Facebook Search stuurt dus wat een gebruiker te zien krijgt op basis van zijn zoekresultaat. De manier waarop Facebook Search zoekresultaten zichtbaar maakt, is opvallend omdat het de zoekopdracht sterk verfijnt. Dit is in tegenstelling tot bijvoorbeeld Google, dat een enorme lijst van alleen links presenteert.^{45 46} Het zoekresultaat wordt automatisch geassocieerd met bepaalde informatie, wat van invloed is op de manier waarop een gebruiker zijn zoekopdracht interpreteert. Gekoppeld aan Lyons theorie van social sorting kan dit gezien worden als een nieuwe vorm van informatie sorteren en terugkoppelen aan de gebruiker, mede omdat informatievergaring in toenemende mate via persoonlijke zoekresultaten en interacties plaatsvindt.

Facebook nodigt een gebruiker continu uit om content te delen en te reageren via de 'like'- 'share'-en 'comment'- knoppen. Dit resulteert in een doorlopende informatiestroom van persoonlijke interactie.⁴⁷ Gesteld kan worden dat deze knoppen op Facebook een eigen bestaansrecht en grammatica hebben gevormd en conditionerend werken. Vanuit Philip Agres theorie kan gesteld worden dat deze knoppen dienen als taal die unitaire acties specificiteert. Hij noemt dit ook wel 'grammars of action'. Er is bijvoorbeeld geen 'dis-like'-knop. Zoals Agre stelt: "The people who engage in the articulated activity are somehow induced to organize their actions so that they are readily 'parsable' in terms of the grammar".⁴⁸ Een gebruiker is dus gedwongen zich aan te passen aan de mogelijkheden die het systeem biedt. Via Facebook Search kan opnieuw gereageerd worden op berichten via 'comments, shares en likes'. Content die bijvoorbeeld acht jaar oud is kan wederom geliked of gedeeld worden, omdat deze in de zoekresultaten wordt getoond. Een gebruiker heeft geen invloed op welke informatie wordt getoond, maar handelt hier wel naar. Hierdoor draagt een gebruiker continu bij aan het voeden van zijn eigen categorisatie. Lyon stelt dat deze vorm van social sorting laat zien dat surveillance niet zozeer een hedendaagse bedreiging is voor het individu, maar

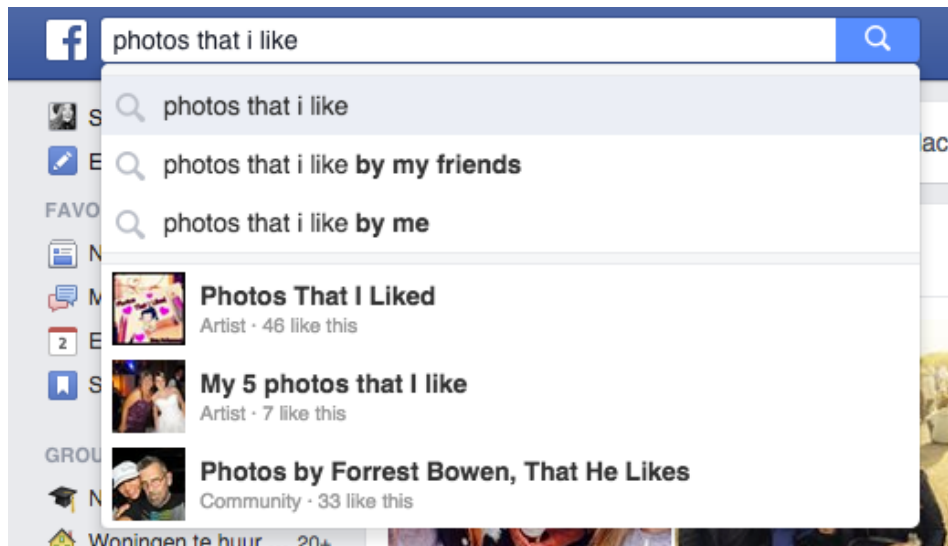
⁴⁵ Drew Olanoff et al., "Facebook Announces Its Third Pillar 'Graph Search' That Gives You Answers, Not Links Like Google." TechCrunch, January 15 2013, Accessed January 24 2015. <http://techcrunch.com/2013/01/15/facebook-announces-its-third-pillar-graph-search/>

⁴⁶ Siva Vaidhyanathan, *The Googlization of Everything: (And Why We Should Worry)*, (Berkeley: University of California Press, 2012).

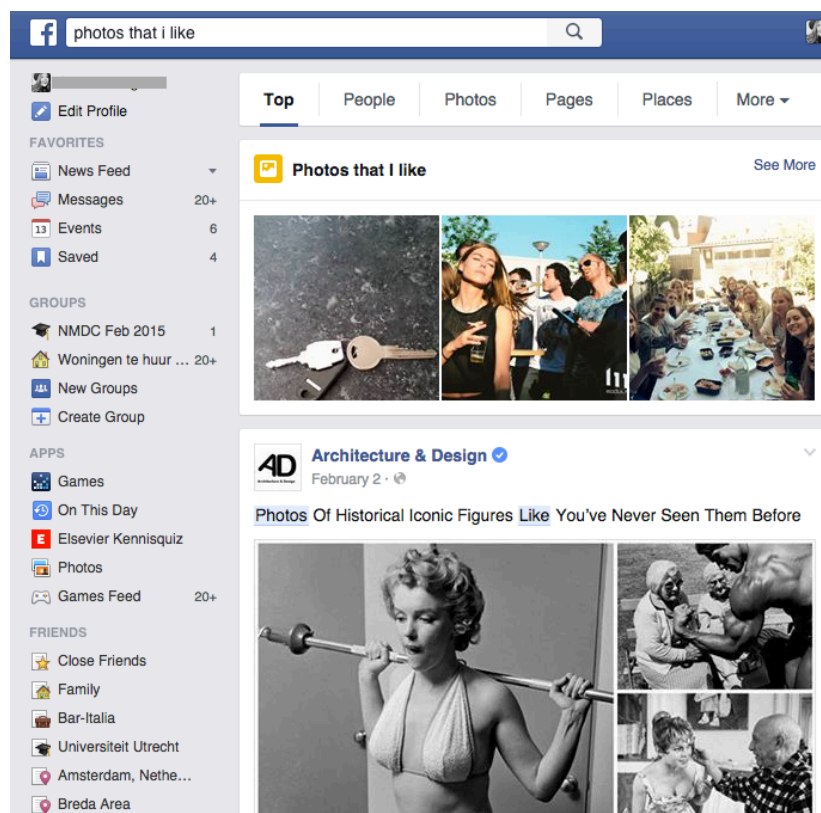
⁴⁷ Carolin Gerlitz and Anne Helmond, "The Like Economy: Social Buttons and the Data-Intensive Web," *New Media & Society*, February 4, 2013, 1461444812472322, doi:10.1177/1461444812472322.

⁴⁸ Ibid.

dat het een manier is voor het creëren en versterken van sociale verschillen op de lange termijn.⁴⁹ Facebook Search bemiddelt als het ware de activiteit van een gebruiker. Dit laat zien dat Facebook Search zeker niet gezien kan worden als iets neutraals, maar dat het juist surveillancepraktijken normaliseert. Het volgende hoofdstuk gaat dieper in op de manier waarop Facebook Search zowel uitbuitend als participatief kan werken.



Afbeelding 2. Getoonde zoekopties Facebook Search



Afbeelding 3. Zoekresultaten in Facebook Search

⁴⁹ Lyon, *Surveillance as Social Sorting*, 2.

4 Facebook Search een panoptic sortingmachine?

4.1 Facebook Search benaderd als exploitatiemachine

Het zichtbaar maken van sociale verbindingen stelt gebruikers in staat om te interacteren en informatie te delen met hun Facebookrelaties. Tegelijkertijd wordt deze informatie ook bijgehouden door Facebook zelf die deze persoonlijke informatie kan verkopen aan adverteerders of andere instellingen.⁵⁰ Wanneer Facebook wordt gebruikt om content te delen, wordt tevens de zichtbaarheid van deze gebruikerscontent vertoond, niet alleen aan vrienden, maar ook aan allerlei bedrijven en instellingen. Het fundament van Facebook Search is gebaseerd op het zoeken naar mensen, plaatsen en dingen. Facebook Search zorgt daarmee voor de introductie van een grote hoeveelheid van verfijnde manieren om persoonlijke informatie te zoeken, zowel voor gebruikers zelf als voor marketeers. Dat betekent dat het de potentie heeft een machtige marketingresearch tool te worden.⁵¹ Voor marketeers is Facebook Search interessant, omdat het de potentie heeft om de persoonlijke wensen en behoeften van hun doelgroep te achterhalen. Hoewel de privacyinstellingen van een gebruiker niet veranderen en een gebruiker zelf kan aangeven wie zijn zoekgeschiedenis kan zien, is het mogelijk om marktonderzoek te doen, waarbij informatie aan plaatsen, personen en interesses kan worden gelinkt. Er zijn zelfs volledige ‘cheat sheets’ ontwikkeld die een marketeer de voordelen laat zien van het gebruikmaken van Facebook Search (zie bijlage).⁵² Deleuze stelt dat het in de controlemaatschappij niet meer gaat om de kapitalisatie van de productie, maar van het product zelf, ofwel de ‘marketing’ hiervan.⁵³ Hij stelt dat het verhandelen van producten en services het centrum is geworden van hedendaagse bedrijvigheid. Dit laat zien waarom het ‘verhandelen’ van online data vandaag de dag centraal is komen te staan.

Dit sluit aan bij de kritiek die Christian Fuchs heeft op de ‘political economy’ van Facebook, die gericht is op het verzamelen en de commodificatie van gebruikersdata. Fuchs ziet de kenmerken van web 2.0, dat staat voor meer participatie, openheid en democratie, als een marketingideologie.⁵⁴ Volgens de theorie van Fuchs kan Facebook Search gezien worden als een volgende stap van ‘panoptic sorting’. De zoekresultaten worden gecategoriseerd, wat het nauwlettend surveilleren van persoonlijke data en gebruikersgedrag gemakkelijker maakt. Het beoordeelt gebruikersinteresses in vergelijking met die van andere gebruikers en met mogelijke advertenties, die vervolgens doelgericht kunnen worden getoond aan de gebruiker. Een gebruiker handelt hier vervolgens naar, wat beschouwd kan worden als een bijdrage aan ‘mass-selfsurveillance.’ Facebook impliceert dat het persoonlijk maken van de zoekresultaten via Facebook Search ervoor zorgt dat informatie

⁵⁰ Fuchs et al., *Internet and Surveillance*, 22.

⁵¹ Simon Penson, “The Marketer’s Guide to Facebook Graph Search.”

⁵² Ibid.

⁵³ Deleuze, “Postscript on the Societies of Control.”

⁵⁴ Fuchs, “New Media, Web 2.0 and Surveillance,” 137.

transpanter wordt.⁵⁵ Volgens Fuchs' theorie kan gesteld worden dat deze openheid en transparantie van het delen van informatie via Facebook Search een ideologie is. Fuch stelt dat het concept van 'sharing' laat zien hoe de political economy van web 2.0 werkt. Volgens Fuchs betekent 'sharing' dat gebruikers verbonden blijven via de content die ze creëren, maar ook dat Facebook deze persoonlijke content deelt met adverteerders. Fuch beschrijft het begrip 'sharing' als het verbloemen van het verhandelen van data.⁵⁶ Hij stelt dan ook:

The world will be better if you share more? But a better world for whom is the real question? It does not make the world a better place, imakes the world a more commercialized place, a big shopping mall without exit. It makes the world only a better place for companies interested in advertising, not for users.⁵⁷

Fuchs stelt dat ontwikkelingen met betrekking tot sociale media en surveillance de komst laten zien van een totale commodificatie van menselijke creativiteit.⁵⁸ Dit citaat symboliseert tevens de werking van Deleuze's 'society of control', door Facebook te definiëren als een voortdurende 'big shopping mall without exit'. Hoewel Fuchs' visie bijdraagt aan een kritische blik op de ontwikkelingen van Facebook Search, is duidelijk dat dat de manier waarop het vormen van collectieve kennisontwikkeling en informatievergaring online plaatsvindt steeds belangrijker wordt. Het is daarom te beperkt om Facebook Search afzonderlijk te beschouwen als een algehele panoptic sortingmachine die gebruikersgegevens categoriseert en verhandelt. In de volgende paragraaf zal ik uitleggen waarom.

4.2 Facebook Search als vorm van participatory surveillance

Albrechtslund beschouwt Facebook Search, in tegenstelling tot Fuchs, als een versterkende tool voor de gebruiker. Het monitoren en registeren van informatie via de interface van Facebook Search faciliteert nieuwe vormen van identiteitsconstructie, omdat content transparanter wordt. Het bevordert hierdoor zowel de interactie tussen een gebruiker en zijn vrienden en collega's, als het contact met vreemden.⁵⁹ In de context van Facebook Search biedt surveillance mogelijkheden voor het zoeken naar informatie en verhoogt het hierdoor interactie en communicatie. Lyon stelt dat gebruikers op twee manieren deelnemen aan social media surveillance.⁶⁰ Ze verstrekken persoonlijke informatie online, maar surveilleren zelf ook online. Dit verandert volgens Albrechtslund de gebruiker van een

⁵⁵ "Facebook Search," accessed February 13, 2015, <http://search.fb.com/>.

⁵⁶ Fuchs et al., *Internet and Surveillance*, 35.

⁵⁷ Fuchs, "The Political Economy of Privacy on Facebook."

⁵⁸ Fuchs et al, *Internet and Surveillance*, 56.

⁵⁹ Albrechtslund, "Online Social Networking as Participatory Surveillance."

⁶⁰ David Lyon, *Social Media Surveillance: The View Each Way*, 2012, Accessed March 3 2015. https://www.youtube.com/watch?v=UKY3scPIMd8&feature=youtube_gdata_player.

passieve naar een actieve gebruiker.⁶¹ Participatory surveillance is een vorm van surveillance waar we geheel vrijwillig actief aan bijdragen. Dit in tegenstelling tot het panopticonconcept dat een proces van mindcontrol bevat en niet vrijwillig plaatsvindt. Met betrekking tot participatory surveillance wordt transparantie niet geassocieerd met kwetsbaarheid of slachtofferschap. Echter, volgens Albrechtslund is 'zichtbaar zijn' juist een belangrijk aspect op sociale media en hij stelt: "it transforms the gaze into something desirable."⁶² Hiermee bedoelt hij dat bekeken worden op sociale media kan worden geassocieerd met een gevoel van belangstelling en waardering, in plaats van een proces van onderdrukkende 'mindcontrol'.

Ook Lyon stelt dat kijken en bekeken worden een fundamenteel onderdeel is van de manier waarop we onszelf definiëren en dat we onze identiteiten vormen door het kijken naar anderen.⁶³ We observeren, omdat het ons een gevoel geeft van macht over anderen en omdat we de omgeving om ons heen leren kennen. We kunnen onszelf hierin plaatsen door middel van interactie met andere mensen. Dit leidt volgens Lyon tot veranderingen in de wijze waarop machtsrelaties benaderd kunnen worden met betrekking tot surveillancepraktijken. Facebook Search maakt het gemakkelijker voor gebruikers om niet alleen bekeken te worden, maar ook zelf kijker te worden. Albrechtslund stelt dat een gebruiker niet zozeer wordt geïntimideerd en dat zijn privacy wordt geschonden, maar dit soort surveillancepraktijken laten zien dat het ook 'empowering' kan zijn om, zoals hij het stelt: "to be on the receiving end of the gaze."⁶⁴ Hij bedoelt hiermee dat een gebruiker een hoog gevoel van eigenwaarde kan ervaren als hij wordt bekeken en benaderd door anderen. Onderzoek van Benjamin Grosser laat tevens zien dat onze behoefte aan persoonlijke waardering, in de context van het kapitalisme, is getransformeerd tot een onverzadigbaar verlangen naar een 'desire for more'.⁶⁵ Gesteld kan worden dat gebruikers dit ervaren als ze worden gewaardeerd door hun Facebookrelaties, maar wellicht niet als ze worden gesurveilleerd door bedrijven of instanties.

Dit toont aan dat Facebook Search een voorbeeld is van de manier waarop gebruikers in toenemende mate betrokken zijn bij de dynamiek van surveillance. Niet alleen als objecten van surveillance, maar ook als kijkers zelf. Facebook Search representeert een manier waarop informatie in zijn geheel beter vindbaar wordt. 'Het zoeken van informatie' is iets wat verder gaat dan simpelweg een 'zoekresultatenpagina'.⁶⁶ Facebook Search faciliteert een vorm van social search die aan het begin staat van het creëren van een nieuw soort collectieve kennisvergaring. Dit laat zien dat surveillance verder gaat dan alleen een vorm van panoptic sorting en niet alleen als onderdrukkend kan worden beschouwd. Participatory surveillance kan gezien worden als een alternatief concept,

⁶¹ Albrechtslund, "Online Social Networking as Participatory Surveillance."

⁶² Ibid.

⁶³ Bennett et al., *Transparent Lives*, 168.

⁶⁴ Fuchs et al., *Internet and Surveillance*, 192.

⁶⁵ Benjamin Grosser, "Wat Do Metrics Want? How Quantification Prescribes Social Interaction on Facebook.," *Computational Culture a Journal of Software Studies*, November 9, 2014, <http://computationalculture.net/article/what-do-metrics-want>.

⁶⁶ Halavais, *Search Engine Society*.

omdat dit niet hoeft te gelden voor alle vormen van surveillance. De mengeling van oppressie en een versterkend perspectief kan verschillen per persoon en per platform. Participatory surveillance verduidelijkt wel welke redenen en intenties mensen hebben om actief deel te nemen aan hun eigen surveillance op sociale media. Dit is lastig te begrijpen als alleen wordt uitgegaan van een uitbuitend perspectief van surveillance, zoals het geval is bij het panopticon concept of volgens de ideeën van Fuchs.

5 Conclusie

Het doel van dit onderzoek was om inzicht te krijgen in Facebook Search in de context van hedendaagse surveillance. Hiervoor is een objectanalyse uitgevoerd die een gedetailleerd beeld heeft gegeven hoe Facebook Search voor surveillancedoeleinden kan worden gebruikt, gevolgd door een kritische analyse. Om dit te onderzoeken is de ‘social sorting’-theorie van David Lyon gebruikt, gebaseerd op zowel uitbuitende als participatieve perspectieven van surveillance. Lyon concludeert dat het sorteren en categoriseren van persoonlijke informatie online het best hedendaagse surveillance typeert. Met dit uitgangspunt is het onderzoek uitgevoerd. Facebook Search is hierbij beschouwd als een nieuwe vorm waarmee sociale categorisatie plaatsvindt. Hierbij stel ik dat Facebook Search gezien kan worden als object dat twee aspecten in zich verenigt en zowel onderdrukkende als ‘empowering’ kanten bevat.

De groei van sociale netwerken heeft gezorgd voor een toename van persoonlijke informatievergaring. Hierdoor is het bestuderen van surveillance belangrijker geworden dan ooit. Hedendaagse surveillance kan het best omschreven worden als een vorm van verzameling en verwerking van persoonlijke gegevens, gebaseerd op de participatie van gebruikers. Gebruikers kunnen niet meer gezien worden als objecten van informatie, maar zijn actieve subjecten in communicatie geworden. Ze participeren in hun eigen surveillance. Surveillance kan hierdoor niet meer eenvoudigweg worden benaderd vanuit conventionele modellen, zoals Benjamins Panopticon, waarin een gedisciplineerde machtsverhouding van bovenaf wordt opgelegd. Het kan niet meer worden gezien als een gecentraliseerde activiteit, maar als iets wat alomtegenwoordig en altijd ‘on-the-go’ is. Dit sluit aan bij Deleuzes theorie over ‘the society of control’, omdat het aantoont dat we niet meer omringd zijn door gedisciplineerde omgevingen en niet opereren in een gesloten systeem, maar dat we onze activiteiten overal en altijd kunnen uitvoeren (zoals werk of studie). Hierdoor is surveillance alomtegenwoordig.

Via de zoekbalk van Facebook Search, gekenmerkt als primaire affordance, kan informatie worden gezocht, die vervolgens via de knoppen ‘Top, People, Photos, Pages, Places en More’ wordt gefilterd in categorieën. De informatie wordt hierdoor in ‘hokjes’ onderverdeeld, wat van invloed is op de wijze waarop informatie wordt waargenomen. Deze categorieën sturen een gebruiker in het

navigeren door zijn zoekmogelijkheden. Volgens Philip Agre conditioneert dit dus een bepaald gedrag. Facebook 'socially sorts' deze informatie doordat de zoekresultaten worden gefilterd en gecategoriseerd, gebaseerd op de recente activiteit van de gebruiker. De gebruiker interpreteert deze zoekresultaten vervolgens en handelt hiernaar. Doordat Facebook zijn algoritmen en interface beheert krijgt het bedrijf invloed op onze kennisvergaring. Een belangrijke bevinding is dat de introductie van Facebook Search laat zien dat informatievergaring steeds socialer wordt. Informatievergaring is niet meer puur gebaseerd op alleen links en websites, maar ook op persoonlijke zoekresultaten. Facebook Search introduceert een nieuwe manier van zoeken, doordat het een zoekopdracht interpreteert op basis van contextinformatie en keywords. Deze content wordt via een zoekfunctie verwerkt naar onze persoonlijke profielen, wat van invloed is op onze keuzes en veranderingen. Deze analyse toont aan dat Facebook Search een nieuwe vorm van social sorting bewerkstelligt. De opkomst van 'social search' zorgt ervoor dat een gebruiker straks bijvoorbeeld zijn aankopen doet op basis van aanbevelingen van zijn vertrouwde Facebookrelaties, of via de aanbevelingen die de search engine doet. Het verzamelen en vergaren van persoonlijke informatie wordt hierdoor steeds gebruikelijker. Gesteld kan worden dat hierdoor een bepaalde normalisatie van surveillance ontstaat.

Vanuit de kritiek van Fuchs kan gesteld worden dat Facebook Search bijdraagt aan het proces van 'panoptic sorting' en opereert als een commerciële machtshebber. Ik ben van mening dat dit alleen geldt als de zoekfunctie uitsluitend wordt beschouwd als tool van een commercieel internetbedrijf dat de intentie heeft om zijn gebruikers te exploiteren. Dit is volgens mij echter een te beperkte blik, omdat Facebook Search ook laat zien dat het fungeert als sociaal platform en daardoor niet alleen benaderd kan worden vanuit dit uitbuitende perspectief. Met de theorie van Albrechtslund wordt duidelijk dat de Facebook Search, door het transparant maken van content, de interactie en dynamiek tussen mensen en informatie verhoogt. Deze transparantie kan worden opgevat als 'empowering'. Het begrip 'surveillance' krijgt hierdoor een nieuwe dimensie als het wordt toegepast op technologische ontwikkelingen als Facebook Search, omdat zoeken gezien kan worden als iets dat is genormaliseerd en collectieve kennisvergaring bevordert. Dit betekent dat surveillance andere maatschappelijke implicaties in zich verenigt. Vooral omdat surveilleren via sociale media niet alleen wordt gedaan door bedrijven en instanties, maar ook door gebruikers zelf. Gebruikers willen in contact staan met anderen en willen gewaardeerd worden. Dit creëert een vorm van voyeurisme die een gebruiker tegelijkertijd kan zien als een persoonlijke waardering, en als een bedreiging. Met de theorie van Lyon wordt duidelijk dat deze groeiende concentratie van surveillance te maken heeft met de complexe manieren waarop we tegenwoordig onze politieke en economische relaties structureren. Een ontwikkeling als Facebook Search met verschillende surveillancedoeleinden geeft betekenis aan hoe we mobiliteit, snelheid, veiligheid en consumentenvrijheid ervaren. Het is hierdoor belangrijk dat we objecten als Facebook Search niet alleen vanuit of een negatief of participatief perspectief benaderen, maar deze perspectieven zien als een wisselwerking die hedendaagse surveillance typeert.

Dit soort technologieën moeten we niet beschouwen als onderscheidend, maar als verweven op manieren die onderling tegenstrijdig zijn.

Dit onderzoek heeft aangetoond dat het belangrijk is opkomende tools als Facebook Search kritisch te benaderen, aangezien Facebook Search consequenties heeft voor het gebruik van online platformen en surveillance in een achter daglicht zet. Een beperking van dit onderzoek is dat er geen zicht kan worden verkregen in de algoritmen achter de tool, omdat deze in het bezit zijn van Facebook. Daardoor is het niet te achterhalen hoe zoekopdrachten precies worden verwerkt. Dit onderzoek laat wel zien dat het begrip ‘surveillance’ voor ieder individu een andere invulling kan hebben. Het is daarom belangrijk dat gebruikers hun gegevens bewaken en theoretici onderzoek blijven doen naar de betekenis hiervan. Het is interessant om vervolgonderzoek te doen naar de manier waarop Facebook Search zich ontwikkelt en naar de uitwerking die het heeft op zowel gebruikers als bijvoorbeeld marketeers. Daarnaast is het interessant om zoekengines van andere sociale netwerken te onderzoeken, bijvoorbeeld van Twitter of LinkedIn. Dit verbreedt het zicht op dit fenomeen binnen de media- en cultuurwetenschappen.

Bibliografie

- Agre, Philip E. "Surveillance and Capture: Two Models of Privacy." *The Information Society* 10, no. 2 (April 1, 1994): 101–27. doi:10.1080/01972243.1994.9960162.
- Albrechtslund, Anders. "Online Social Networking as Participatory Surveillance." *First Monday* 13, no. 3 (2008). <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2142>.
- Bauman, Zygmunt, and David Lyon. *Liquid Surveillance: A Conversation*. John Wiley & Sons, 2013.
- Benjamin Grosser. "Wat Do Metrics Want? How Quantification Prescribes Social Interaction on Facebook." *Computational Culture a Journal of Software Studies*, November 9, 2014. <http://computationalculture.net/article/what-do-metrics-want>.
- Bennett, Colin J., Kevin D. Haggerty, David Lyon, and Valerie Steeves, eds. *Transparent Lives: Surveillance in Canada*. Athabasca University Press, 2014.
- boyd, danah M., and Nicole B. Ellison. "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship." *Journal of Computer-Mediated Communication* 13, no. 1 (October 1, 2007): 210–30. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x.
- Caluya, Gilbert. "The Post-Panoptic Society? Reassessing Foucault in Surveillance Studies." *Social Identities* 16, no. 5 (September 1, 2010): 621–33. doi:10.1080/13504630.2010.509565.
- Deleuze, Gilles. "Postscript on the Societies of Control." *October* 59 (January 1, 1992): 3–7.
- "Facebook." *Facebook*. Accessed May 1, 2015. <https://www.facebook.com/facebook?sk=info>.
- "Facebook Search." Accessed February 13, 2015. <http://search.fb.com/>.
- Foucault, Michel. *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. Vintage Books, 1977.
- Fuchs, Christian. "New Media, Web 2.0 and Surveillance." *Sociology Compass* 5, no. 2 (February 1, 2011): 134–47. doi:10.1111/j.1751-9020.2010.00354.x.
- Fuchs, Christian, Kees Boersma, Anders Albrechtslund, and Marisol Sandoval. *Internet and Surveillance: The Challenges of Web 2.0 and Social Media*. Routledge, 2012.
- Fuchs, Christian. "The Political Economy of Privacy on Facebook." *Television & New Media* 13, no. 2 (March 1, 2012): 139–59. doi:10.1177/1527476411415699.
- Gandy, Oscar H. *The Panoptic Sort: A Political Economy of Personal Information. Critical Studies in Communication and in the Cultural Industries*. Westview Press, Inc., 5500 Central Avenue, Boulder, CO 80301-2877 (paperback: ISBN-0-8133-1657-X), 1993. <http://eric.ed.gov/?id=ED377817>.
- Gerlitz, Carolin, and Anne Helmond. "The Like Economy: Social Buttons and the Data-Intensive Web." *New Media & Society*, February 4, 2013, 1461444812472322. doi:10.1177/1461444812472322.
- Halavais, Alexander. *Search Engine Society*. Polity, 2008.

- Ingold, Tim. "Materials against Materiality." *Archaeological Dialogues* 14, no. 01 (June 2007): 1–16. doi:10.1017/S1380203807002127.
- Lyon, David. *Surveillance as Social Sorting: Privacy, Risk, and Digital Discrimination*. Psychology Press, 2003.
- Lyon, David. *Surveillance Society: Monitoring Everyday Life*. McGraw-Hill Education (UK), 2001.
- Lyon, David. *Surveillance Studies: An Overview*. 1 edition. Cambridge, UK ; Malden, MA: Polity, 2007.
- Lyon, David. *The Electronic Eye: The Rise of Surveillance Society*. U of Minnesota Press, 1994.
- Lyon, David. *Social Media Surveillance: The View Each Way*, 2012. Accessed March 3 2015. https://www.youtube.com/watch?v=UKY3scPIMd8&feature=youtube_gdata_player.
- Network World. *Mark Zuckerberg Explains Facebook's New Graph Search*, 2013. https://www.youtube.com/watch?v=U94DTTrjAvuA&feature=youtube_gdata_player.
- Norman, Donald. *The Design of Everyday Things*. Cambridge, MA: MIT Press, 1998.
- Olanoff, Drew, Josh Constine, Colleen Taylor, and Ingrid Lunden. "Facebook Announces Its Third Pillar 'Graph Search' That Gives You Answers, Not Links Like Google." *TechCrunch*. Accessed January 24, 2015. <http://social.techcrunch.com/2013/01/15/facebook-announces-its-third-pillar-graph-search/>.
- Poster, Mark. *The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context*. 2nd edition. Chicago: University of Chicago Press, 1990.
- Penson, Simon. "The Marketer's Guide to Facebook Graph Search." *Moz*, November 9, 2014. <https://moz.com/blog/facebook-graph-search-guide>.
- Schäfer, Mirko Tobias. *Bastard Culture! How User Participation Transforms Cultural Production*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2011.
- Stocky, Tom and Lars Rasmussen. "Introducing Graph Search Beta | Facebook Newsroom," January 15, 2013. <http://newsroom.fb.com/news/2013/01/introducing-graph-search-beta/>.
- Vaidhyathan, Siva. *The Googlization of Everything : (And Why We Should Worry)*. 1st ed. Berkeley: University of California Press, 2012.

the helpful guide to
FACEBOOK GRAPH SEARCH

What is Graph Search?

Graph Search is Facebook's way of mapping all of the data we give the platform together in a really useful way. It is by far the best example of 'Social Search' - the premise of creating a search engine based not on websites but on entities - people, places and things.

The company launched it in 2013 and have been quietly iterating it ever since. There's still a long way to go but the foundations are already there for what promises to be the only true rival to Google in the world of information organization and retrieval.

Audience Insight/Market Research

Pages liked by people who like **brand/gender/interest/person**

Pages liked by **gender**

Pages liked by people over the age of **number**

Pages liked by **gender** over the age of **number**

Pages liked by people who live in **location**

Pages liked by **gender** over the age of **number** who live in **location** and also like **brand/person/interest**

Favourite interests of **people** who like **brand/person/thing/gender**

Music liked by **person/page/brand** who also likes **brand/person/interest/location**

Movies liked by **person/page/brand** who also likes **brand/person/interest/location**

Games played by people who like **brand/person/interest/location**

Fans of **brand/person/interest/location** over the age of **number**

How does it work?

Graph search is a true Big Data play. The Palo Alto engineers' challenge has been to take epic amounts of the data we share daily and 'map' it in a way that allows the user to search the platform using logical phrases and retrieve useful results in return.

Influencer Discovery & Insight

Foods/Drinks/Pets liked by **person**

Groups of people who like **brand/person/interest**

Groups liked by people who like **brand/person/interest/location**

Groups liked by people who live in **location**

People who are not my friends and like **brand/person/interest**

Groups of people who like **topic** and **brand/person/interest/location**

Pages/interests liked by **specific influencer**

Fans of **brand/person/interest/location** and **brand/person/interest/location**

People who work at **company** and like **brand/person/interest/location**

Place of interest/venue visited by **people/profession** who like **brand/person/interest**

Places near **location** visited by **people/profession** who like **brand/person/interest**

Why is it useful?

Rather than putting websites at the centre of things Graph Search makes people, places and things its foundation. That means it's becoming an incredibly powerful market research tool, an influencer identification engine and a peer-driven recommendation platform. You'll soon be able to find out more than you ever knew before about your audience, buy a TV based on recommendations by the people you trust most or even buy your friend's present based on what the search engine tells you they will love.

Personal Research

Business/service in **location**

Groups liked by people who live in **location**

Groups about **location/interest/brand/person**

Apps my friends marked as **insert name** use

Movies liked by **friends/person/page/brand**

Music liked by **friends/person/page/brand**

Favourite music of my friends

Photos taken in **location/place of interest**

Afbeelding 4. Facebook Search Cheat Sheet